



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

เรื่อง

การวิเคราะห์เศรษฐกิจ อุตสาหกรรมไหมไทยเพื่อการส่งออก

An Economic Analysis of Thai Silk Industry for Export

ของ

นางสาวปิยะนุช ฐปถมพงศ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2531

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

(อาจารย์วิรัช กระแสร์ฉัตร)

กรรมการปัญหาพิเศษ

(ผศ.อมรศรี ตันพิทักษ์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

(อาจารย์รังสรรค์ โนชัย)

หัวหน้าภาควิชา

(อาจารย์อำนวยการ แสงโนรี)

พพ.

๑๖๒๑๗

๒๕๓๑

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

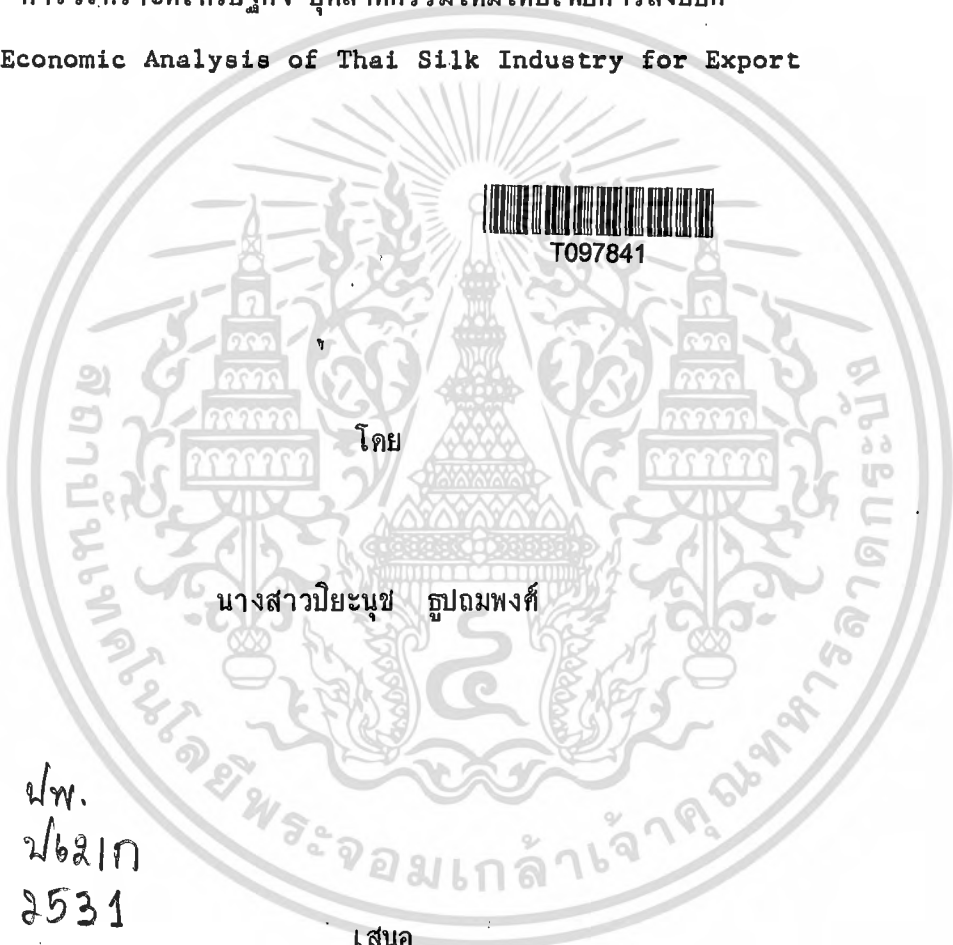


13789

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การวิเคราะห์เศรษฐกิจ อุตสาหกรรมไหมไทยเพื่อการส่งออก  
An Economic Analysis of Thai Silk Industry for Export



ฟพ.  
ฟ๖๒1ก  
๒531

สาขา.....  
เลขทะเบียน..... 97841  
วันเดือนปี..... 19 Jun 2003

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง  
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2531

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การวิเคราะห์ เศรษฐกิจอุตสาหกรรมไหมไทยเพื่อการส่งออก  
โดย : นางสาวปิยะนุช ฐปถมพงศ์  
ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)  
สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร  
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ :

(วิรัช กระแสร์ฉัตร)

ผ้าไหมไทยเป็นสินค้าส่งออกที่สามารถนำรายได้ เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งยังมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ แต่ก็มีอุปสรรคและปัญหาที่ต้องแก้ไขอยู่หลายประการ โดยเฉพาะด้านการผลิตและการตลาด

วัตถุประสงค์ในการศึกษาเรื่องนี้เพื่อ 1) ศึกษาภาวะทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดของผ้าไหมไทย ผ้าไหมจอร์ และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 2) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจอร์ และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 3) ศึกษาความเคลื่อนไหวของราคาส่งออกและราคาขายส่งผ้าไหมไทย 4) พยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจอร์ และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ในปี 2531-2540 5) เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการค้าประเทศของผ้าไหมไทย ผ้าไหมจอร์ และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย

วิธีการศึกษา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์จะใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงพหุและใช้วิธีวิเคราะห์แบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา และใช้สมการแนวโน้มเพื่อหาค่าตัวแปรอิสระแต่ละตัว เพื่อพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออก ส่วนการศึกษาความเคลื่อนไหวของราคา จะใช้วิธีดัชนีราคาไม้ด่างน้ำหนัก และการหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างราคาขายส่งผ้าไหมไทย และราคาส่งออกผ้าไหมไทย

ผลการศึกษาพบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยอันเนื่องจากราคาส่งออกมีค่าเท่ากับ  $-2.06467$  ค่าความยืดหยุ่นเพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยอันเนื่องมาจากรายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่น (พันล้าน) และอัตราแลกเปลี่ยน (เยนต่อดอลลาร์) มีค่าเท่ากับ  $1.7051$  และ  $1.9459$  ตามลำดับ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อันเนื่องมาจากราคาส่งออกมีค่า  $-3.6082$  ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์เจียอันเนื่องมาจากราคาผ้าไหมขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา (บาทต่อดอลลาร์) และค่าแนวโน้มมีค่า  $3.15954$ ,  $4.053145$  และ  $0.931766$  ตามลำดับ ส่วนค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเนื่องจากราคาส่งออก มีค่า  $4.0639 \times 10^{-6}$ ,  $1.5051 \times 10^{-6}$  และ  $7.8031 \times 10^{-7}$  ตามลำดับ

ส่วนผลการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจอร์เจีย และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในช่วงปี 2531-2540 ผลปรากฏว่า อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยเฉลี่ยปีละ 2,031,469 ตารางเมตร อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์เจียเฉลี่ยปีละ 16,1897.757 ตารางเมตร และอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเฉลี่ยปีละ 3,123,889.3 ชิ้น

สุดท้ายคือดัชนีราคาผ้าไหมขายส่งและดัชนีราคาผ้าไหมส่งออก พบว่ามีแนวโน้มลดลงและมีความผันผวนของระดับราคาในแต่ละปีมาก และดัชนีราคาส่งออกและดัชนีราคาขายส่งพบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ  $0.42814$

จากผลการศึกษา ทำให้ได้มาซึ่งแนวนโยบายเพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกดังนี้ คือ การเพิ่มปริมาณการส่งออกผ้าไหมไทย สามารถทำได้โดยการเพิ่มผลผลิตเส้นไหมภายในประเทศ ตั้งแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม การขยายขนาดการผลิตโดยการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อเป็นการลดต้นทุน นอกจากนี้ต้องอาศัยแรงสนับสนุนจากรัฐบาล ทั้งในด้านวิชาการ เทคโนโลยี ด้านการเงิน ด้านระเบียบขั้นตอนของทางราชการ ด้านคุณภาพและมาตรฐานสินค้าให้สม่ำเสมอ ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์

การเพิ่มปริมาณการส่งออกผ้าไหมจอร์เจีย แยกเป็น 2 ลักษณะคือ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไทยและสหรัฐฯ เปลี่ยนแปลงไป เช่น เพิ่มขึ้น จะทำให้ราคาผ้าไหมจอร์เจียในสายตาชาวต่างประเทศมีค่าลดลง ดังนั้นเราควรเร่งการผลิตผ้าไหมจอร์เจียเพิ่มขึ้น รวมถึงโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าให้มากเป็นพิเศษ แต่ในกรณีที่สองถ้าอัตราแลกเปลี่ยนอยู่คงที่การลดราคาลงจะมีผลให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นได้ การลดราคานั้นโดยการลดต้นทุนการผลิตคือผ้าไหมไทยซึ่งเป็นวัตถุประสงค์สำคัญ จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงจะมีผลให้เส้นไหมในประเทศมีราคาลดลงได้และส่งผลถึงผ้าไหมจอร์เจียให้มีราคาลดลงด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนการเพิ่มปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น นอกจากจะต้องลดต้นทุนการผลิต ซึ่งมีวัตถุดิบเป็นผ้าไหม ซึ่งมีผลให้ผ้าไหมราคาถูกลง ราคาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลดลงตามไปด้วย นอกจากนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ก็เป็นสิ่งจำเป็น โดยการพัฒนาคุณภาพจะต้องแยกไปตามลักษณะเฉพาะตัวของสินค้า ความปราณีต พิถีพิถันในการผลิต การออกแบบให้เป็นที่ถูกตาต้องใจ สอดคล้องกับรสนิยมเป็นหลัก รวมถึงการนำเอาเทคนิคการผลิตเครื่องจักร เครื่องมือที่ทันสมัยมาช่วย

จากการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจรี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย เนื่องจากมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอด ดังนั้นเพื่อให้เป็นไปตามการพยากรณ์ รัฐบาลควรมีมาตรการเสริมและสนับสนุนทั้งในด้านเงินทุน เทคโนโลยีที่ทันสมัยทั้งในด้านการผลิตและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนถึงด้านการตลาด การอำนวยความสะดวกในการส่งออก ข้าราชการ การคุ้มครองคุณภาพและมาตรฐาน รวมทั้งการส่งเสริมให้เกษตรกรและวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องแสวงหูกิจการส่งออกให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

จากการศึกษาความเคลื่อนไหวของราคาผ้าไหมไทย พบว่าการเพิ่มปริมาณการส่งออกสามารถทำได้โดยการเพิ่มปริมาณการผลิตเส้นไหมภายในประเทศให้เพียงพอแก่ความต้องการ ซึ่งจะทำให้ราคาเส้นไหมลดลง มีผลทำให้ราคาผ้าไหมที่ขายส่งลดลงด้วย เนื่องจากมีปริมาณเพิ่มขึ้น และส่งผลให้ราคาส่งออก ซึ่งมีความสัมพันธ์กับราคาขายส่งในทิศทางเดียวกันลดลง ทำให้ส่งออกได้มากยิ่งขึ้น

## คำนิยม

ในการศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษนี้ สำเร็จลงได้ด้วยการช่วยเหลือให้คำแนะนำปรึกษาและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จาก อาจารย์วิรัช กระแสร์ฉัตร อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ · ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณ ผศ.อมรศรี ตันพิพัฒน์ อาจารย์รังสรรค์ โนชัย กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ให้คำแนะนำต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับการเรียบเรียงปัญหาพิเศษ และทำให้การศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบคุณ สมาคมใหม่ไทย ธนาคารกสิกรไทย ที่มีความกรุณาในเรื่องข้อมูลต่างๆ และขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนทำให้ปัญหาพิเศษเรื่องนี้สำเร็จลงได้ทุกท่าน ตั้งแต่คุณพ่อคุณแม่ น้อง ที่เป็นกำลังใจ และเพื่อนๆ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และต้องขอขอบคุณคุณนัย เอี่ยมมอคุณ ผู้พิมพ์ปัญหาพิเศษ มา ณ ที่นี้ด้วย.

ปิยะนุช ฐปถมพงศ์

ธันวาคม 2531

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง (3)

สารบัญภาพ (6)

บทที่ 1 บทนำ 1

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา 1

วัตถุประสงค์ 7

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 7

ขอบเขตการศึกษา 8

วิธีการศึกษา 9

บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี 11

การตรวจเอกสาร 11

ทฤษฎีอุปสงค์ 13

แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ 21

บทที่ 3 ภาวะการผลิตและการตลาด 30

ภาวะการผลิต 30

ประวัติความเป็นมา 30

สถานการณ์การผลิตใหม่ของไทย 32

ประเภทของผ้าไหม 33

การผลิต 34

ภาวะการตลาด 48

โครงสร้างของตลาดไหมภายในประเทศ 53

การส่งออก 59

ลู่ทางตลาดนำเข้าที่สำคัญ 61

การควบคุมการจำกัดการนำเข้า ภาษีใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ 65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ปัญหาและแนวทางแก้ไข	66
ปัญหาด้านการผลิต	66
ปัญหาด้านการตลาด	68
บทบาทความช่วยเหลือของรัฐบาล	70
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์</b>	<b>73</b>
ผลการกะประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองอุปสงค์เพื่อการส่งออก	73
ผลการวัดความสมบูรณ์ของแบบจำลอง	79
ผลการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออก	81
สาเหตุของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์	81
ความคลาดเคลื่อนของราคาผ้าไหมไทย	84
<b>บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	<b>87</b>
สรุป	87
ข้อเสนอแนะ	89
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	<b>92</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>94</b>
ก. ตารางผนวกและภาพผนวก	95
ข. การคำนวณค่าความยืดหยุ่น	122
ค. ประกาศกระทรวง	125

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทยตั้งแต่ปี 2520-2530	2
2	การเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกสินค้าหัตถกรรมต่อการส่งออกสินค้าในภาคอุตสาหกรรม และการส่งออกรวมของทั้งประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2520-2530	3
3	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย ตั้งแต่ปี 2520-30	5
4	ปริมาณเส้นไหมยี่นที่ผลิตได้ในประเทศ ปี 2521-2530	39
5	อัตราส่วนการซื้อเส้นไหมยี่นที่ผลิตในประเทศต่อการนำเข้า (โดยน้ำหนัก) และราคาประกันของเส้นไหมยี่นภายในประเทศ	43
6	ปริมาณเส้นไหมยี่นที่ผลิตภายในประเทศ และเส้นไหมนำเข้า ปี พ.ศ. 2519-2530	45
7	ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ไหมไทย	78
8	การวัดความสมบูรณ์ของแบบจำลองอุปสงค์เพื่อการส่งออก	80
9	ผลการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกตั้งแต่ปี 2531-2540	82
10	ดัชนีราคาผ้าไหมส่งออก และดัชนีราคาผ้าไหมขายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ ในช่วงปี 2511-2530	85

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวที่		หน้า
1	ข้อมูลคาดคะเนที่ใช้ในการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออก ผ้าไหมไทย ในช่วงปี 2531-2540	95
2	ข้อมูลคาดคะเนที่ใช้ในการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออก ผ้าไหมจอร์ ในช่วงปี 2531-2540	96
3	ข้อมูลคาดคะเนที่ใช้ในการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออก ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ในช่วงปี 2531-2540	97
4	สถิติการส่งออกสินค้าผ้าไหมไทย ผ้าไหมจอร์ และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ปี 2508-2530	98
5	ตลาดส่งออกผ้าไหมที่สำคัญของประเทศไทย ปี 2530	99
6	ตลาดส่งออกผ้าไหมจอร์ที่สำคัญของประเทศไทย ปี 2530	100
7	ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่สำคัญของประเทศไทย ปี 2530	101
8	รายได้ประชาชาติของประเทศไทย ญี่ปุ่น สหรัฐฯ สหพันธ์สาธารณรัฐ- เยอรมัน	102
9	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ปี 2508-2530	103
10	ดัชนีราคาในประเทศไทย ญี่ปุ่น สหรัฐฯ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ปี 2508-2530	104

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
11	ปริมาณและมูลค่าส่งออกและนำเข้าใหม่ไทย	105
12	ปริมาณและมูลค่าเส้นไหมดิบที่ประเทศไทยนำเข้า แยกตาม รายประเทศ ระหว่างปี 2526-2530	107
13	อัตราภาษีนำเข้าไหม	108



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ลักษณะของเส้นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นแตกต่างกัน	16
2	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่เป็นเส้นตรง	18
3	ความสัมพันธ์ระหว่างความยืดหยุ่นของอุปสงค์และรายได้รวม	20
4	ปริมาณส่งออกผ้าไหมไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญคิดเป็นร้อยละในปี 2530	22
5	ปริมาณส่งออกผ้าไหมจूरีของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คิดเป็นร้อยละ ในปี 2530	24
6	ปริมาณส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คิดเป็นร้อยละ ในปี 2530	24
7	ขั้นตอนการผลิตเส้นไหม	35
8	ปริมาณเส้นไหมที่ผลิตได้ในประเทศปี 2530	41
9	ขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมยืน	44
10	มูลค่าและปริมาณเส้นไหมนำเข้าจากต่างประเทศในปี พ.ศ. 2530 คิดเป็นร้อยละ	46
11	มูลค่าและปริมาณส่งออกผ้าไหมไทย เปรียบเทียบระหว่างสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ปี 2526-2530	50
12	มูลค่าและปริมาณผ้าไหมจूरีส่งออกไปสหรัฐอเมริกา ปี 2526-2530	51

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
13	มูลค่าและปริมาณผลิตภัณฑ์ไหมไทยส่งออกไปสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ปี 2526-2530	52
14	วิถีทางการตลาดผ้าไหมไทย ปี 2530	55
ภาพผนวกที่		
1	ปริมาณผ้าไหมไทยส่งออกเปรียบเทียบระหว่างปริมาณจริงและปริมาณจากการพยากรณ์ ปี 1965-1997	109
2	ปริมาณผ้าไหมจู้ส่งออก เปรียบเทียบระหว่างปริมาณจริงและปริมาณจากการพยากรณ์ ปี 1974-1997	110
3	ปริมาณผลิตภัณฑ์ไหมไทยส่งออก เปรียบเทียบระหว่างปริมาณจริงและปริมาณจากการพยากรณ์ ปี 1974-1997	111
4	ราคาที่แท้จริงส่งออก และราคาที่แท้จริงขายส่ง ปี 2511-2530	112
5	ดัชนีราคาขายส่งและราคาส่งออก ปี 2511-2530	112
6	ราคาส่งออกที่แท้จริงของผ้าไหมไทยจากข้อมูลจริง และจากการพยากรณ์ ปี 1965-1997	113
7	รายได้ประชาชาติที่แท้จริงของญี่ปุ่นจากข้อมูลจริง และจากการพยากรณ์ ปี 1965-1997	114
8	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา (เยนต่อดอลลาร์สหรัฐฯ) จากข้อมูลจริงและจากการพยากรณ์ ปี 1965-1997	115

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพผนวกที่		หน้า
9	ราคาผ้าไหมจรีที่แท้จริงส่งออกจากมูลค่าจริง และจากการพยากรณ์ ปี 1974-1997	116
10	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ) จากข้อมูลจริงและการพยากรณ์ ปี 1974-1997	117
11	ราคาขายส่งที่แท้จริงของผ้าไหมไทยในประเทศ ณ ตลาดกรุงเทพฯ จากข้อมูลจริงและการพยากรณ์	118
12	ราคาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยที่แท้จริงส่งออก จากข้อมูลจริงและการพยากรณ์ ปี 1974-1997	119
13	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศของไทยและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน (บาทต่อมาร์คเยอรมัน) ปี 1974-1997	120
14	ราคาขายส่งที่แท้จริงของผ้าไหมไทย ณ ตลาดกรุงเทพฯ จากข้อมูลจริงและการพยากรณ์ ปี 1974-1997	121

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

หัตถกรรมโดยทั่วไปแล้ว หมายถึงกระบวนการผลิตสินค้าด้วยมือ โดยใช้แรงงาน เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต ประกอบกับฝีมือที่ประณีต และความชำนาญที่ถ่ายทอดกันมาหลายชั่วอายุคน เพื่อที่จะให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในการใช้สอย และมีความสวยงามซึ่งสะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย จากความก้าวหน้าของวิทยาการ ทำให้มีการพัฒนานำเครื่องทุ่นแรงเข้ามาช่วยในบางขั้นตอนของการผลิต แต่ก็ยังต้องอาศัยแรงงานที่มีฝีมือและความชำนาญเป็นหลัก การผลิตสินค้าหัตถกรรมของไทย มีทั้งที่ผลิตกันในครัวเรือน เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อใช้สอยและสนองความต้องการระดับท้องถิ่น และผลิตเป็นรูปแบบของอุตสาหกรรม เพื่อมุ่งประโยชน์ในเชิงการค้า เพื่อสนองความต้องการของตลาดในประเทศและต่างประเทศเป็นหลัก

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมได้สร้างชื่อเสียงและทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยมากขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทยที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จาก 2308.7 ล้านบาทในปี 2520 เป็น 18500 ล้านบาทในปี 2530 หรือขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 26.8 ต่อปี (ตารางที่ 1) ในปัจจุบันการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทยมีมูลค่าเป็นร้อยละ 18.5 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าในภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด และเป็นร้อยละ 10.8 ของมูลค่าการส่งออกรวมของทั้งประเทศ (ตารางที่ 2)

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยประเภทหนึ่งซึ่งมีชื่อเสียงและเริ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมากขึ้นเรื่อยๆ คือ "ผ้าไหมไทย" เนื่องจากผ้าไหมไทยเป็นสินค้าที่ใช้ฝีมือในการผลิต มีความประณีตสวยงาม และมีคุณค่าในการใช้สอย ซึ่งหาได้ยากสำหรับประเทศที่พัฒนาแล้ว เนื่องจากขาดแคลนแรงงาน ต้องใช้เครื่องจักรเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต จึงขาดความประณีต

การทอผ้าไหมนั้นนิยมทำกันมากในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีตั้งแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม การสาวเส้นไหม จนถึงการนำเส้นไหมไปทอเป็นผ้าผืนสำหรับทำเครื่องนุ่งห่มและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เครื่องมือที่ใช้ทอเป็นกึ่งทอผ้าแบบพื้นเมืองซึ่งต้องพุ่งกระสวยด้วยมือและมักทอเป็นผ้าผืนขนาดชิ้นละไม่เกิน 2 หลา ใช้สำหรับทำผ้าถุงตามประเพณีโบราณซึ่งนิยมในแถบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทยตั้งแต่ปี 2520-2530

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	มูลค่าการส่งออก	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2520	2,308.7	-
2521	3,645.7	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

ที่มา: (สำนักงานมาตรฐานสินค้าและกองส่งเสริมหัตถกรรมไทย กรมศุลกากร ปี 2530)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกสินค้าหัตถกรรมต่อการส่งออกสินค้าในภาค  
อุตสาหกรรมและการส่งออกรวมของทั้งประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2520-2530

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	มูลค่าการ ส่งออกรวม	มูลค่าการ ส่งออกสินค้า อุตสาหกรรม	มูลค่าการ ส่งออกสินค้า หัตถกรรม	สัดส่วนมูลค่า การส่งออก หัตถกรรมเทียบ กับการส่งออก รวม (ร้อยละ)	สัดส่วนมูลค่า การส่งออก หัตถกรรมเทียบ กับการส่งออก อุตสาหกรรม (ร้อยละ)
2520	71,198	21,955	2,309	3.2	10.5
2521	83,065	24,725	3,646	4.4	14.7
2522	108,179	33,970	5,201	4.8	15.3
2523	133,197	43,065	6,692	5.0	15.5
2524	135,001	54,743	8,345	5.5	15.2
2525	159,728	63,205	8,928	5.6	14.1
2526	146,472	61,358	11,352	7.8	18.5
2527	175,234	76,095	12,467	7.1	16.4
2528	193,366	95,615	14,577	7.5	15.2
2529	233,383	108,333	21,260	9.1	19.6
2530	299,920	177,840	32,435	10.8	18.2

ที่มา: (สำนักงานมาตรฐานสินค้าและกองส่งเสริมหัตถกรรมไทย กรมศุลกากร ปี 2520-2530)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนบท ต่อมาเมื่อมีผู้นำผ้าไหมไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศจนเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น มีผลทำให้การทอผ้าไหมแบบพื้นบ้านอย่างเดิมไม่สามารถรองรับความต้องการของตลาดได้ จึงมีการพัฒนาไปสู่การผลิตในรูปแบบของอุตสาหกรรม เพื่อการค้าเพิ่มขึ้น และได้สั่งซื้อเส้นไหมยีนจากต่างประเทศมาชดเชยอีกทางหนึ่ง เนื่องจากปริมาณเส้นไหมยีนที่ผลิตในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการที่ขยายออกไป นอกจากนี้ได้พัฒนารูปแบบสินค้าจากที่ทอเป็นผ้าผืนสั้น ๆ มาทอเป็นพับเพื่อให้เหมาะสมในการนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มตามสมัยนิยม รวมทั้งได้ปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน โดยนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในบางขั้นตอนของการผลิต เครื่องทอผ้าให้หักแปลงเป็นกึ่งกระตุกเพื่อให้ทอได้เร็วขึ้น โดยที่ยังใช้แรงงานที่มีฝีมือในการทอ และใช้เส้นไหมพื้นเมืองที่สาวด้วยมือเป็นไหมพุ่ง เพื่อคงเอกลักษณ์ของไหมไทยเอาไว้

เนื่องจากผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ดังได้กล่าวแล้วข้างต้น ทำให้ในปัจจุบันการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมมีมูลค่าเป็นร้อยละ 2.8 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม และเกินร้อยละ 2.05 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ (ธนาคารกสิกรไทย, 2529) นอกจากนี้ผ้าไหมไทยมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจมากขึ้น เพราะนอกจากจะใช้แรงงานเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต ซึ่งเหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของไทยที่มีแรงงานอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วยผ่อนคลายปัญหาการว่างงานในชนบท ผ้าไหมไทยยังได้สร้างชื่อเสียงและนำรายได้เงินตราต่างประเทศเข้ามาแก่ชาติเป็นลำดับอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เพิ่มขึ้นจากประมาณ 57.4 ล้านบาทในปี 2520 มาเป็น 470.9 ล้านบาทในปี 2530 หรือขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 29 ต่อปี (ตารางที่ 3) ซึ่งเป็นการลดการขาดดุลการค้าของประเทศลงด้วย ทางด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรในประเทศนั้น จะเห็นได้ว่าผ้าไหมใช้ทรัพยากรภายในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต โดยผ่านขบวนการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Added) ทำให้สามารถขายได้ในราคาสูงขึ้น ถึงแม้จะมีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศมาเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต ก็สามารถก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้โดยเฉพาะในส่วนค่าจ้างแรงงาน เนื่องจากผ้าไหมมีลักษณะการผลิตที่ต้องผ่านขบวนการผลิตหลายขั้นตอน ทำให้ต้องใช้แรงงานในการผลิตเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงนอกฤดูการเพาะปลูก ซึ่งก็เท่ากับเป็นการเพิ่มการจ้างแรงงานในชนบท เป็นการแก้ไขปัญหาการว่างงานและการเคลื่อนย้ายของแรงงานในชนบทเข้าสู่เมืองหลวง การทอผ้าไหมนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย  
ตั้งแต่ปี 2520-2530

ปี	ผ้าไหม		ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	
	ปริมาณ(เมตร <sup>2</sup> )	มูลค่า(ล้านบาท)	ปริมาณ(เมตร <sup>2</sup> )	มูลค่า(ล้านบาท)
2520	251,208	33.4	253,600	24.0
2521	251,457	34.7	382,903	38.4
2522	260,111	41.0	350,108	58.3
2523	398,262	73.3	633,324	74.7
2524	660,872	138.7	637,161	88.0
2525	726,811	151.6	591,459	81.6
2526	778,922	170.5	595,181	76.2
2527	714,234	159.3	609,928	78.7
2528	835,554	196.5	450,301	73.2
2529	1,079,061	249.6	690,924	189.2
2530	1,307,045	306.3	1,027,525	158.7

หมายเหตุ: ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ส่งออกโดยผ่านการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าของ  
สำนักงานมาตรฐานสินค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ที่มา: (สำนักงานมาตรฐานสินค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ปี 2520-2530)

ส่วนใหญ่ดำเนินการในลักษณะอุตสาหกรรมในครัวเรือนและโรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อมอาศัยแรงงานและวัตถุดิบในท้องถิ่น ใช้ทุนในการดำเนินการไม่มากนัก จึงสามารถตั้งกิจการได้ง่ายเท่ากับเป็นการสนับสนุนให้มีการกระจายความเจริญไปสู่ชนบทที่ล้าหลัง ซึ่งประมาณร้อยละ 80 อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2530) โดยที่เกษตรกรสามารถผลิตผ้าไหมเป็นอาชีพรองสำหรับเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ผ้าไหมยังเป็นงานทางศิลปะที่มีเอกลักษณ์สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของไทยซึ่งควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ต่อไป

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผ้าไหมไทย และผลิตภัณฑ์ไหม จะมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และยังมีช่องทางส่งออกที่น่าจะสดใส แต่ก็มีอุปสรรคและปัญหาที่ต้องเร่งแก้ไขอยู่หลายประการ โดยเฉพาะด้านการผลิตและด้านการตลาด ทางด้านการผลิตมีปัญหาด้านการผลิตผ้าไหมไม่แน่นอน ขึ้นกับจำนวนแรงงานซึ่งจะมีมากช่วงนอกฤดูการเพาะปลูก ต้นทุนการผลิตเส้นไหมในประเทศค่อนข้างสูงเพราะขาดแคลนวัตถุดิบ เทคโนโลยี เครื่องมือเครื่องจักรล้ำสมัย และมีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าไหมไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากกรรมวิธีการผลิตยังล้าสมัย ส่วนด้านการตลาดนั้น ตลาดที่รองรับในระดับท้องถิ่นนั้นค่อนข้างจำกัด เนื่องจากคนไทยมักใช้ผ้าไหมเฉพาะในงานพิธีสำคัญเท่านั้น จำเป็นต้องขยายตลาดไปสู่ตลาดนักท่องเที่ยว และตลาดต่างประเทศที่มีขนาดใหญ่ และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมผ้าไหมของไทยนั้นขาดการศึกษาด้านการตลาดมีการแข่งขันกับสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาถึงโครงสร้างและความต้องการของผ้าไหมไทย และผลิตภัณฑ์ไหมทั้งประเทศและนอกประเทศ เพื่อปรับปรุงสินค้าทั้งในด้านรูปแบบและคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดตลอดจนปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพตลาดในแต่ละประเทศควบคู่ไปด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดของ <sup>1</sup> ผ้าไหมไทย <sup>2</sup> ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม <sup>3</sup> ของไทย
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผ้าไหม ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย
3. เพื่อศึกษาความเคลื่อนไหวของราคาส่งออกและราคาขายส่งผ้าไหมไทย
4. เพื่อพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกของผ้าไหมไทย ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
5. เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคการค้าระหว่างประเทศ ของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงภาวะการผลิตและการตลาดของผ้าไหมไทย ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายส่งเสริมและขยายตลาดส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

1 ผ้าไหมไทย คือ ผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด

2 ผ้าไหมจู้รี คือ ผ้าที่มีไหมแท้ปนอยู่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของน้ำหนักทั้งหมด

3 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทอด้วยไหม ปลอกหมอน กระเป๋า เนคไท เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ทำให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของราคาผ้าไหมเพื่อเป็นแนวทางการวางแผนธุรกิจอุตสาหกรรมไหมไทยในด้านการตลาดต่อไปในอนาคต

4. ทำให้ทราบอุปสงค์การส่งออกของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ในปี 2531-2540 เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตและการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการจากต่างประเทศต่อไป

### ขอบเขตการศึกษา

1. การศึกษาเป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยพิจารณาแยกจากกัน จะใช้ข้อมูลรายปีระหว่างปี 2508-2530 ของประเทศญี่ปุ่นในการศึกษาผ้าไหมไทย และใช้ข้อมูลรายปีระหว่างปี 2517-2530 ของประเทศสหรัฐอเมริกาในการศึกษาผ้าไหมจู้รี และของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันในการศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

2. การพยากรณ์ จะเน้นการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออก โดยทำการพยากรณ์อุปสงค์ผ้าไหมจู้รีและอุปสงค์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยแยกจากกัน ส่วนการศึกษาความเคลื่อนไหวของราคาส่งออกผ้าไหมไทยและราคาขายส่งในประเทศ ณ ตลาดกรุงเทพฯ ของผ้าไหมโดยหาคำขึ้นและสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง คำขึ้นราคาส่งออกผ้าไหมไทยและคำขึ้นราคาขายส่งในประเทศ ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ตั้งแต่ปี 2511-2530

### วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสัมภาษณ์รายบุคคล และการสำรวจทางโทรศัพท์ ผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การผลิต การส่งออก สมาคม กองส่งเสริมหัตถกรรมไทย กระทรวงอุตสาหกรรม ตลอดจนถึงร้านนารายณ์ภักดิ์ซึ่งเป็นร้านที่ทำการติดต่อในการส่งออก และมูลนิธิศิลปาชีพพิเศษในพระบรมราชินูปถัมภ์ซึ่งทำการส่งเสริมการใช้ การออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อที่จะได้ทราบถึงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอย่างคร่าวๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลแบบอนุกรมเวลาที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการผลิต ปริมาณการส่งออก มูลค่าการส่งออก มูลค่าปริมาณนำเข้าเส้นไหมดิบ ปริมาณนำเข้าของประเทศคู่ค้าจากประเทศต่างๆ ระบุรายได้ประชาชาติของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ราคาผ้าไหมส่งออกของไทย ราคาผ้าไหมส่งออกของสาธารณรัฐประชาชนจีน ข้อมูลดังกล่าวรวบรวมมาจากเอกสารรายงานการศึกษา บทความ งานวิจัยต่างๆ การรวบรวมสถิติข้อมูลของส่วนราชการและเอกชน เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมศุลกากร กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กองส่งเสริมการตลาดไทย สมาคมผ้าไหมไทย และสถานทูตของประเทศคู่ค้าของไทย

### วิธีการวิเคราะห์

1. เพื่อให้ทราบถึงภาวะการผลิตและการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยนั้นจะใช้วิธีการศึกษาในเชิงพรรณนา โดยอาศัยตารางและแผนภาพประกอบ เพื่อให้ทราบถึงภาวะการผลิตและการตลาดทั่วไปตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย จะใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) และใช้วิธีวิเคราะห์แบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square: OLS) ในการหาค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ
3. เพื่อศึกษาความเคลื่อนไหวของราคาส่งออกผ้าไหมไทยนั้น จะใช้วิธีดัชนีราคาไม่ถ่วงน้ำหนัก โดยดัชนีราคาของปีที่ต้องการหาสามารถหาได้โดยใช้ราคาสันปีที่ต้องการหารด้วยราคาสันค่าของปีฐานคือปี 2530 และได้หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างราคาขายส่งผ้าไหมและราคาส่งออกผ้าไหม
4. เพื่อพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกผ้าไหม ผ้าไหมจรี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยให้นำสมการถดถอยพหุคูณที่ได้หามาจากข้อ 2 มาใช้พยากรณ์ค่าตัวแปรตาม ในการกำหนดค่าของตัวแปรอิสระที่มีอยู่ในสมการถดถอยพหุคูณนั้น ใช้สมการแนวโน้มเพื่อหาค่าตัวแปรอิสระแต่ละตัว จากนั้นจึงนำตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่ได้ไปพยากรณ์ตัวแปรตาม

5. หลังจากที่ทราบผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นแล้ว จึงใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายส่งเสริมและขยายตลาดส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตให้เหมาะสมกับความต้องการจากต่างประเทศต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## โครงร่างทางทฤษฎี

### การตรวจเอกสาร

1. จันทนาทิพ วิชิระสมบุรณ์ (2517) ได้ทำการศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ฝ้ายในประเทศไทย ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับมาตรฐาน การผลิต ตลาดฝ้าย การนำเข้าส่งออกของฝ้าย ต้นทุนการผลิตฝ้ายฝ้าย ชนิดของฝ้ายฝ้าย ภาวะการตลาดและราคา รวมถึงบทบาทของอุตสาหกรรมต่อการพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศ พบว่าปัญหาสำคัญอยู่ที่การขาดแคลนวัตถุดิบฝ้ายที่ใช้ป้อนอุตสาหกรรมสิ่งทอและอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ฝ้ายอื่น ๆ ต้องสั่งเข้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้เงินตราไหลออกจากประเทศเป็นจำนวนมาก และสร้างปัญหาให้กับโรงงานสิ่งทอในประเทศ เพราะราคาฝ้ายในตลาดโลกสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงตามไปด้วย ส่งผลให้ประชาชนผู้บริโภคต้องซื้อผ้าในราคาแพง เกิดปัญหาด้านราคาผลิตภัณฑ์ฝ้าย สรุปแล้วปัญหาส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ฝ้ายก็คือปัญหาวัตถุดิบฝ้ายจำเป็นต้องมีการเร่งรัดผลผลิตอย่างเร่งด่วน เพื่อตอบสนองความต้องการของโรงงานสิ่งทอและโรงงานผลิตภัณฑ์ฝ้ายอื่น ๆ เพื่อเป็นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าซึ่งจะช่วยสงวนเงินตราของประเทศเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้อุตสาหกรรมฝ้ายยังมีปัญหาอีกบางประการคือ ปัญหาการผลิตสิ่งทอฝ้ายได้มากเกินความต้องการใช้ภายในประเทศ จำเป็นต้องระบายออกไปจำหน่ายต่างประเทศ เพื่อให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ฝ้ายมีเสถียรภาพมั่นคงเพิ่มมากขึ้น

2. วรณี แพรพพรายกุล (2523) ได้ทำการศึกษาปัญหาการตลาดของกล้วยไม้ของประเทศไทยเพื่อการส่งออก โดยได้ทำการศึกษาเรื่องภาวะการผลิต ต้นทุนการผลิต ประเภทการค้า มาตรฐานเพื่อการส่งออก วิธีทางในการส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ จำนวนผู้ส่งออก ประเภทผู้สั่งเข้า ช่องทางการจำหน่ายกล้วยไม้ไปสู่ต่างประเทศ ความเคลื่อนไหวของราคาทั้งตลาดภายในและตลาดส่งออก รวมถึงลำดับขั้นในการดำเนินการส่งออก การรวบรวมบรรจุหีบห่อ การปฏิบัติตามระเบียบวิธีการส่งออก การขนส่ง นอกจากนี้ ยังได้ทำการศึกษาภาวะส่งออกจากอดีตถึงปัจจุบัน ตลาดและสภาพตลาดผู้ซื้อที่สำคัญในต่างประเทศ ภาวะการผลิตของกลุ่มแข่งขัน การส่งเสริมการส่งออก การจัดตั้งสถาบันที่เกี่ยวข้อง การสนับสนุนจากหน่วยราชการ การได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. จิราภา จ้อยจำรูญ (2525) ได้ทำการวิเคราะห์เรื่อง "การวิเคราะห์เชิงสถิติเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานข้าวในประเทศไทย" โดยทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบเชิงเส้นของปริมาณผลผลิตข้าว และวิเคราะห์แนวโน้มของปริมาณข้าวส่งออก โดยอาศัยข้อมูลปริมาณข้าวส่งออกในอดีตตั้งแต่ พ.ศ. 2513 ถึง พ.ศ. 2523 ซึ่งเมื่อนำข้อมูลมาเขียนแผนภาพการกระจาย ปรากฏว่าแนวโน้มของปริมาณการส่งออกทั้งหมดจะเพิ่มขึ้นทุกปี และพอจะอนุมานได้ว่าเป็นเส้นตรง จึงใช้ตัวแบบในการวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุแบบเชิงเส้น

4. แสงชัย พรหมบันดาลกุล (2529) ได้ทำการพยากรณ์ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ความเคลื่อนไหวของระดับราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องที่ส่งออกของไทย การพยากรณ์ยอดขายของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทย การวิเคราะห์ข้อมูลด้านระดับราคา ได้วิเคราะห์โดยอาศัยเทคนิคการทำเลขดัชนีราคา และการพยากรณ์ราคาโดยวิธี exponential ส่วนการพยากรณ์ยอดขายใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาสตั้งแต่ปี พ.ศ.2517 ถึง พ.ศ.2527 โดยใช้เทคนิคที่มีองค์ประกอบของเวลารวมอยู่ด้วย โดยใช้เทคนิคที่ให้ค่าพยากรณ์ที่แม่นยำที่สุดในอดีตมาเป็นเทคนิคสำหรับพยากรณ์ยอดขายในปี พ.ศ.2528 ถึง พ.ศ. 2529 ผลของการศึกษาปรากฏว่าปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องของไทยในปี พ.ศ.2528 ถึง พ.ศ.2529 มีแนวโน้มสูงขึ้น ขณะที่ราคาส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องของไทยในปี พ.ศ.2528 ถึง พ.ศ.2529 ก็ดีกว่าปี พ.ศ.2527 และค่อนข้างมีเสถียรภาพสำหรับปัญหาและอุปสรรคต่อการดำเนินงานที่สำคัญได้แก่ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ปัญหาการแข่งขันในต่างประเทศ ภาวะเศรษฐกิจทั้งภายในและต่างประเทศ ยังคงขบเซา ปัญหาด้านกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของต่างประเทศ กฎหมายกีดกันการนำเข้าจากต่างประเทศ ปัญหาด้านการผลิตคือ ปริมาณสัตว์น้ำที่ใช้ป้อนเป็นวัตถุดิบในแต่ละวันไม่สม่ำเสมอ มาตรฐานคุณภาพด้านการเตรียมวัตถุดิบก่อนถึงโรงงานไม่ดีนัก ต้นทุนการผลิตสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งในต่างประเทศ

5. ฝ่ายวิชาการ ธนากรกสิกรไทย (2529) ได้ทำการศึกษาเรื่องหัตถกรรมไทย โดยได้ทำการศึกษาเรื่องผ้าไหมไทย เกี่ยวกับประเภท การผลิต วัสดุวัตถุดิบ การตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งได้ศึกษาปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขไว้ด้วย จากการศึกษาพบว่าตลาดร้อยละ 60-70 เป็นการจำหน่ายในประเทศ โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นลูกค้าสำคัญ ปัญหาที่สำคัญคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ต้นทุนการผลิตสูงเนื่องจากเส้นไหมยี่ห้อผลิตในประเทศมีไม่เพียงพอ กับความต้องการ จึงมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ปัญหาเกี่ยวกับระเบียบควบคุมการส่งออก ปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบการเผยแพร่ในต่างประเทศ

6. กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2530) ทำการศึกษา เรื่อง ลู่ทางการส่งออกไหมไทย พบว่ามีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศอัตราเฉลี่ยร้อยละ 50-70 ของความต้องการใช้ในประเทศ โดยนำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ด้านการส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.15 ด้านราคาส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ตลาดรับซื้อคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป โดยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากประเทศ ผู้นำเข้า

7. กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2531) ทำการศึกษา เรื่อง ลู่ทางการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ พบว่าในปี 2530 มีการนำเข้าเส้นไหมจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น บราซิล มูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์มีการขยายตัวจากปี 2529 ร้อยละ 24.97 ตลาดผ้าไหมขึ้นตรงกับภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลาดสำคัญคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป คู่แข่งที่สำคัญคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี และอินเดีย พบว่ามีปัญหาด้านการผลิตคือ ขาดแคลนวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิตสูง ระบบควบคุมคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ส่วนใหญ่หาข้อมูลการตลาดที่วารสารส่งลูกกัก ผ้าไหมไม่ได้มาตรฐาน ทำให้เสียความเชื่อถือ ด้านคุณภาพประสมการแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง ซึ่งเป็นอุปสรรคในการพัฒนาการส่งออกไหมไทยและผลิตภัณฑ์ในอนาคต

#### ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ (demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคยินดีและสามารถซื้อ ในระดับราคาต่างๆ ในระยะเวลาและสถานที่หนึ่ง โดยให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ อุปสงค์จึงเป็นความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณสินค้า (อภิลิขิต์, 2526:36) ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นไปตามกฎของอุปสงค์ (Law of demand) ซึ่งมีอยู่ 2 ข้อ (สุรภักษ์, 2524:24) คือ กฎข้อที่หนึ่งกล่าวว่า ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ย่อมแปรผกผันเป็นปฏิภาคส่วนกลับ (inverse relation) กับระดับราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ กล่าวคือถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลง ในทางตรงกันข้าม ถ้าราคาสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และบริการชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นเพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์จึงมีลักษณะลดต่ำลงจากซ้ายไปขวาและมีความชันเป็นลบ กฎข้อที่ 2 อธิบายว่า เมื่อราคาของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปในระยะยาว ปริมาณการซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นของผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปในระยะยาว ปริมาณการซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นของผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปมากกว่าในระยะสั้น กล่าวคือถ้าให้เวลามากขึ้น โอกาสที่ผู้บริโภคจะใช้สินค้านั้นแทนสินค้าและบริการอื่น หรือหันไปใช้สินค้าหรือบริการอื่นแทนจะมีมากขึ้น ทั้งนี้เส้นอุปสงค์ในระยะสั้นจึงมีลักษณะชันกว่าเส้นอุปสงค์ในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้วการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ซึ่งวิถีที่อิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภค (quantity demand) เรียกว่าปัจจัยเหล่านี้ว่าตัวกำหนดอุปสงค์ (demand determinants) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคต่างกันออกไป (สุรักษ์, 2524 :25) ดังต่อไปนี้

1. ราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยทั่วไปถ้าสินค้าหรือบริการชนิดนั้นราคาสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะลดลง
2. ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดอื่นที่สามารถใช้แทนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคอาจจะบริโภคสินค้าชนิดนั้นน้อยลง และหันไปบริโภคสินค้าชนิดอื่นแทน
3. จำนวนผู้บริโภคในตลาด เมื่อประชากรเพิ่มขึ้น ความต้องการบริโภคก็จะเพิ่มตามไปด้วย และต้องมีอำนาจการซื้อด้วยจึงจะสามารถซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น
4. ระดับรายได้ของผู้บริโภค ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงย่อมสามารถซื้อสินค้าได้ในจำนวนที่มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ เพราะมีอำนาจซื้อสูงกว่า
5. รสนิยมของผู้บริโภค หรือค่านิยมของคนในสังคม การเปลี่ยนแปลงความนิยมของผู้บริโภคในสังคม ทำให้เกิดความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจได้ ด้วยเหตุนี้ธุรกิจหลายแห่งจึงยอมลงทุนในการโฆษณา เพื่อหวังเปลี่ยนแปลงค่านิยม หรือรักษาค่านิยมในสินค้าให้คงเดิม

โดยทั่วไปแล้วอุปสงค์ของสินค้าแต่ละชนิด จะสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเหล่านี้ต่าง ๆ กัน การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์หรือปริมาณซื้อที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปร หรือปัจจัยดังกล่าวเราเรียกว่า "ความยืดหยุ่นของอุปสงค์" (elasticity of demand) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ชนิด คือ (รุจิรา, 2525:18)

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดนั้น (owned price elasticity of demand) ค่าความยืดหยุ่นดังกล่าวนี้ จะบอกให้ทราบถึงอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณที่ผู้บริโภคจะซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านั้น ดังนี้

$$E_{pi} = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่บริโภค } (Q_i)}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าที่บริโภค } (P_i)}$$

$$= \frac{\% \Delta Q_i}{\% \Delta P_i} = \frac{\partial P_i \cdot Q_i}{\partial Q_i \cdot P_i}$$

โดยที่  $Q_i$  = ปริมาณสินค้าที่บริโภค

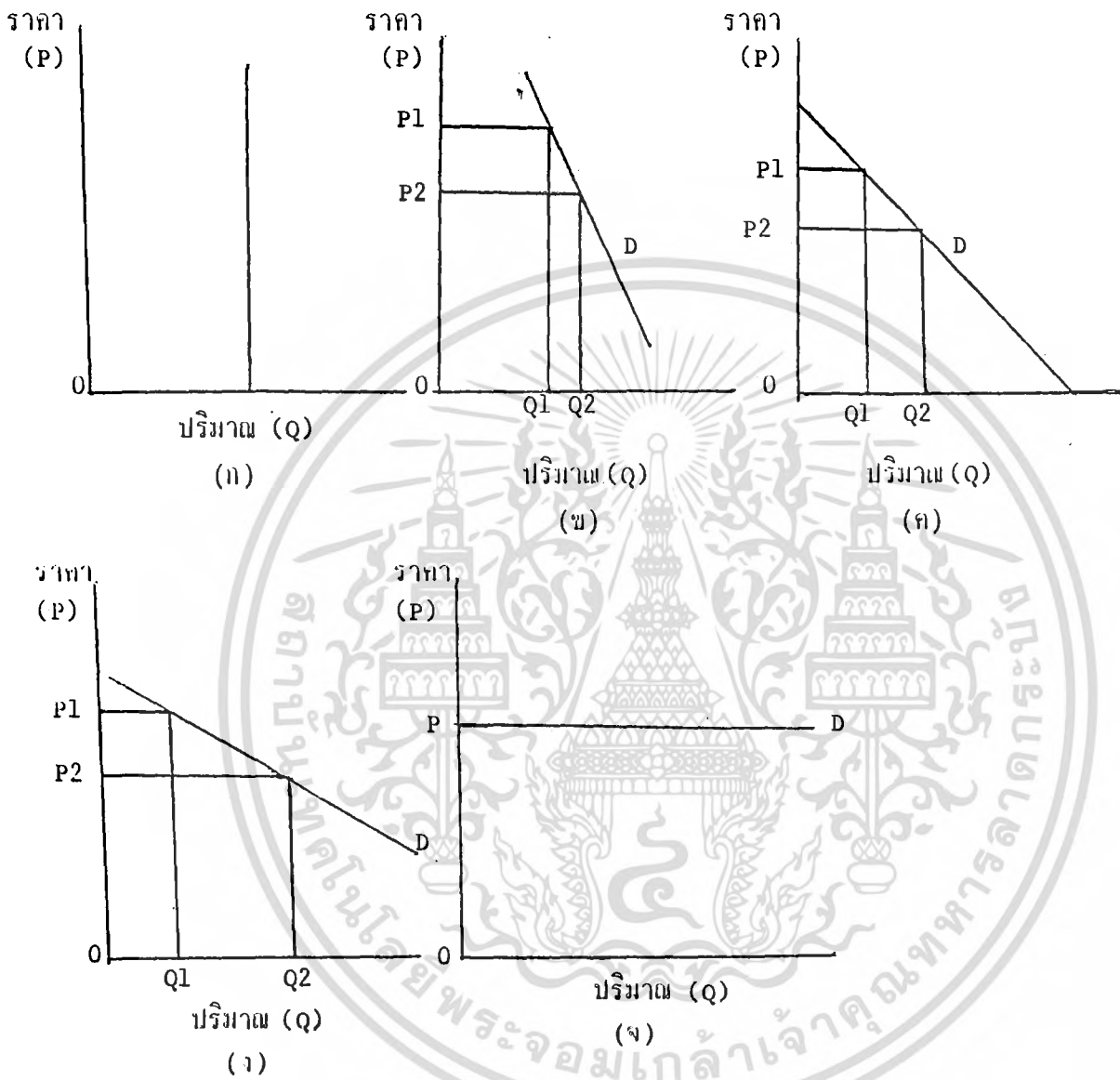
$P_i$  = ราคาสินค้าที่บริโภค

ขนาดของความยืดหยุ่นของอุปสงค์นี้แบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

1.1 อุปสงค์ที่ไม่มีมีความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelasticity demand) สินค้าที่มีอุปสงค์เช่นนี้ ปริมาณการซื้อจะไม่เปลี่ยนแปลงเลย แม้ว่าราคาสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าใดก็ตาม ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้จะเท่ากับศูนย์ (ภาพที่ 1 ก.)

1.2 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (inelasticity demand) สินค้าที่มีอุปสงค์ในลักษณะเช่นนี้ อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อจะน้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา กล่าวคือ ถ้าหากราคาเพิ่มขึ้นหรือลดลงร้อยละ 1 ปริมาณการซื้อจะลดลงหรือเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 1 ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้จะน้อยกว่า 1 (ภาพที่ 1 ข.)

1.3 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นคงที่ (unitary elasticity) หมายถึง อุปสงค์ที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อและราคาเท่ากัน และค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้จะเท่ากับ 1 (ภาพที่ 1 ค.)



ภาพที่ 1 ลักษณะของเส้นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก (elastic demand) หมายถึงอุปสงค์ของสินค้าที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อมากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า กล่าวคือ ถ้าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ปริมาณการซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าร้อยละ 1 ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้จะมากกว่า 1 (ภาพที่ 1 ง.)

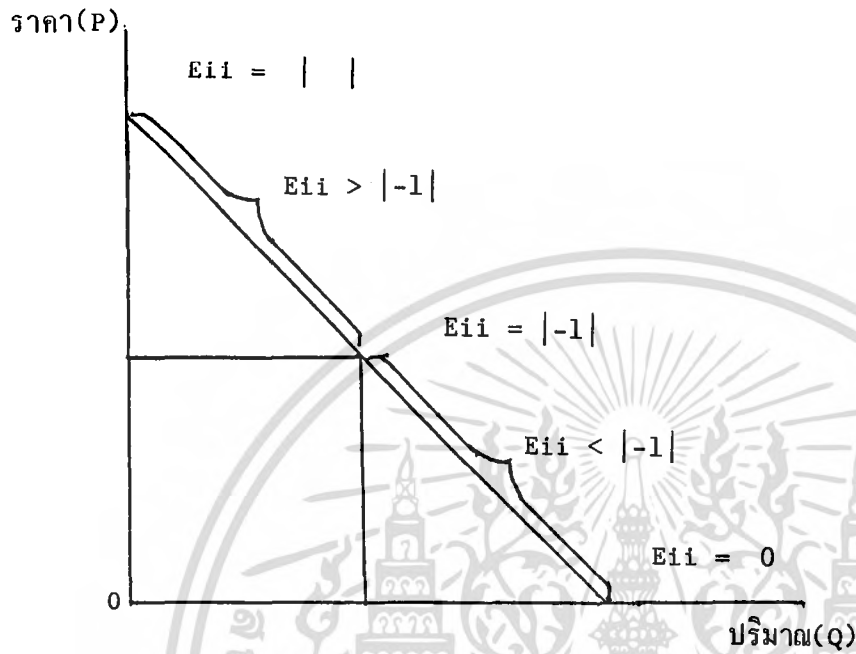
1.5 อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมากที่สุด (perfectly elasticity demand) หมายถึงอุปสงค์ที่มีการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่อการเปลี่ยนแปลงของราคามากที่สุด ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณการซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่สามารถที่จะกำหนดได้ ค่าความยืดหยุ่นในกรณีนี้จะเท่ากับค่าอนันต์ (ภาพที่ 1 จ.)

ในกรณีที่อุปสงค์เป็นเส้นตรงและลากตัดแกนตั้ง (แกนราคา) ไปยังแกนนอน (แกนปริมาณ) ค่าความยืดหยุ่นจะเริ่มตั้งแต่ค่าไม่จำกัดที่แกนราคา จนถึงค่าศูนย์ที่แกนปริมาณ (ภาพที่ 2) ทั้งนี้ เพราะเมื่อเส้นอุปสงค์ตัดแกนราคา ปริมาณจะมีค่าเท่ากับศูนย์ และเมื่อตัดแกนปริมาณ ราคามีค่าเป็น

#### ความสัมพันธ์ระหว่างความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อราคาและรายได้รวม

รายได้รวมหาได้จากราคาสินค้าต่อหน่วยคูณด้วยปริมาณที่จำหน่ายทั้งหมด แต่เนื่องจากราคาและปริมาณมีความสัมพันธ์ตรงกันข้าม ฉะนั้นจึงยากที่จะบอกได้ว่าถ้าราคาเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อรายได้รวมของการจำหน่ายสินค้าอย่างไร รายได้รวมอาจจะเพิ่มหรือลดลงก็ได้ แล้วแต่ปริมาณสินค้าจะเปลี่ยนแปลงในระดับราคาต่างๆ นั่นคือ รายได้รวมจะขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อราคานั้นเอง (อภิสิทธิ์, 2526:49)

ถ้าหากว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นมาก ราคาและรายได้รวมจะเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาสูงขึ้น รายได้รวมจะลดลง และเมื่อราคาลดลง รายได้รวมจะเพิ่มขึ้น ที่เป็นเช่นนี้ เพราะเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงปริมาณสินค้ามากกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคา อย่างไรก็ตาม กรณีนี้ไม่ได้หมายความว่าเมื่อราคาลดลง รายได้รวมจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยไม่มีขอบเขตจำกัด พอถึงระดับหนึ่งแล้วราคาจะเคลื่อนไหวไปอยู่ในช่วงที่อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย



ภาพที่ 2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่เป็นเส้นตรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าหากอุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อย ราคาและรายได้จะเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้าม ในลักษณะที่ระดับราคาสูงขึ้น รายได้รวมจะลดลง และถ้าระดับราคาลดลง รายได้รวมก็จะลดลงด้วย ทั้งนี้เนื่องจากเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณที่น้อยกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคา (ภาพที่ 3)

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ (income elasticity of demand) ค่าความยืดหยุ่นนี้จะบอกให้ทราบว่า เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนไปร้อยละ 1 แล้ว ปริมาณการซื้อสินค้านั้นจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าใด โดยมีสูตรคำนวณคือ

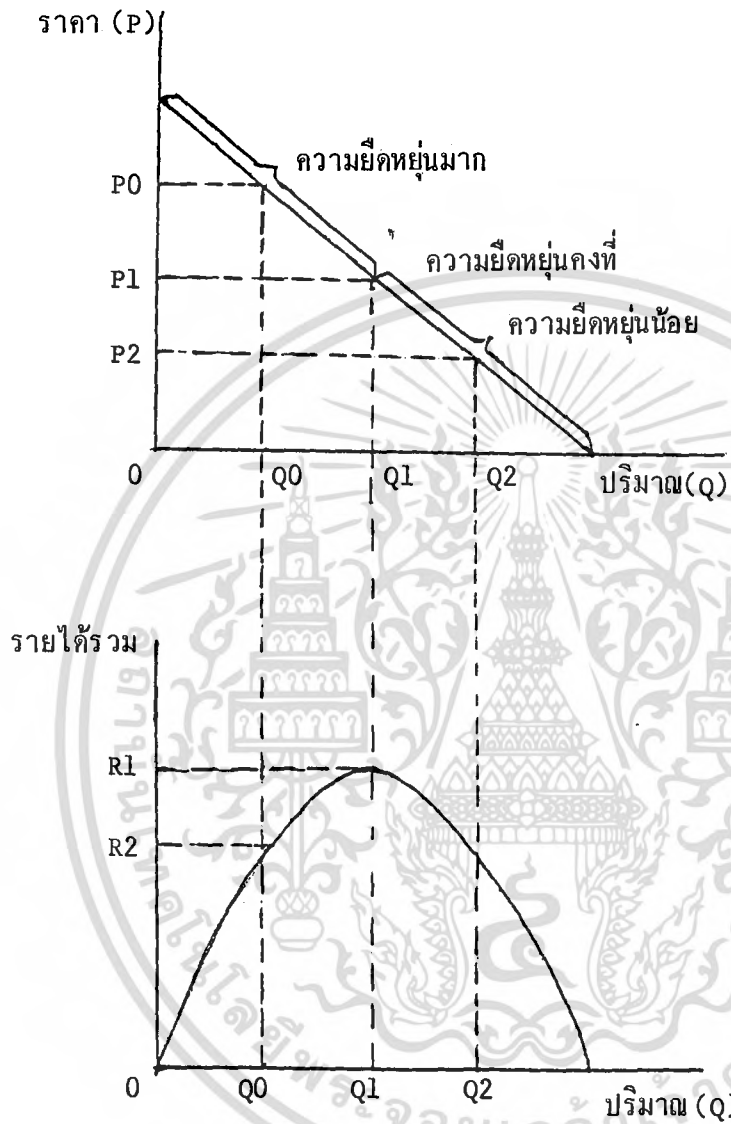
$$E_{yi} = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อสินค้า } i \text{ (} Q_i \text{)}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ของผู้บริโภค (} y \text{)}}$$

$$= \frac{\% \Delta Q_i}{\% \Delta y} = \frac{\partial Q_i \cdot y}{\partial y \cdot Q_i}$$

3. ความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์ (cross price elasticity of demand) ได้แก่ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงในจำนวนซื้อของสินค้าชนิดหนึ่ง กับการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ทดแทน ถ้าราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ทดแทนเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แล้ว ปริมาณซื้อสินค้าชนิดนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าใด

$$E_{ci} = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า } i \text{ (} Q_i \text{)}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ทดแทน (} P_j \text{)}}$$

$$= \frac{\% \Delta Q_i}{\% \Delta P_j} = \frac{\partial Q_i \cdot P_j}{\partial P_j \cdot Q_i}$$



ภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างความยืดหยุ่นของอุปสงค์และรายได้รวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการศึกษาประกอบด้วยสมการอุปสงค์ ซึ่งประกอบด้วยสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจู้รี และอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย การพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย การหาดัชนีราคาขายส่งในกรุงเทพฯ และราคาส่งออกของผ้าไหมไทย รวมทั้งการหาสัมประสิทธิ์ระหว่างดัชนีราคาขายส่งและดัชนีราคาส่งออก

สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย

$$Q_{st} = f \left( \frac{P_{st}}{CPI_{t}}, \frac{NIJPB_{t}}{CPIJ_{t}}, EXJP_{t}, \frac{P_{ct}}{CPI_{t}}, T \right) \quad (1)$$

กำหนดให้

$Q_{st}$  - ปริมาณการส่งออกผ้าไหมไทยเพื่อการส่งออกทั้งหมดในปีที่  $t$   
(1,000 ตารางเมตร)

$P_{st}$  = ราคาส่งออกที่แท้จริงของผ้าไหมไทยในปีที่  $t$  (บาท/ตารางเมตร)

$CPI_{t}$  = ดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศในปีที่  $t$

$CPIJ_{t}$  = ดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศญี่ปุ่นในปีที่  $t$

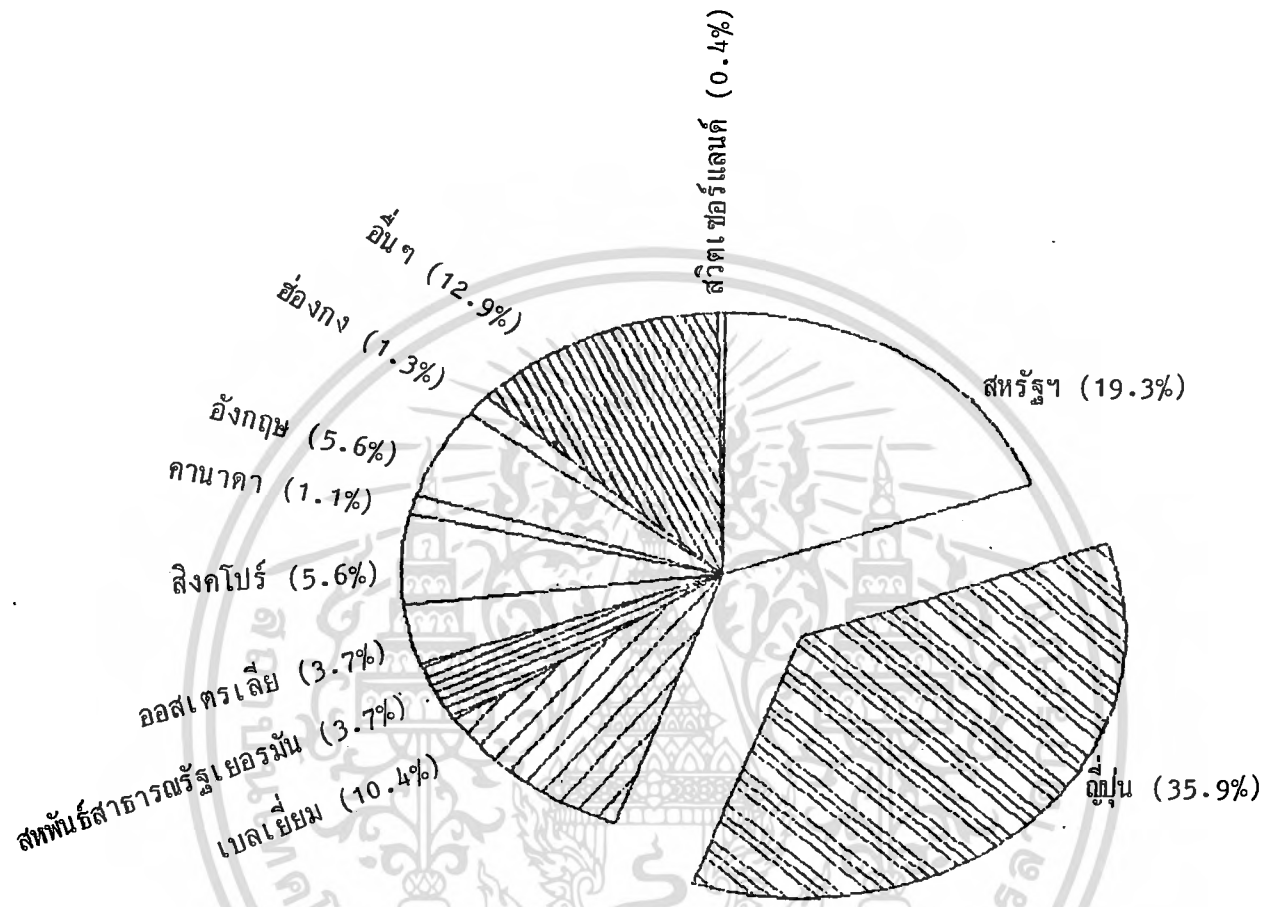
$EXJP_{t}$  = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในปีที่  $t$  (เยนต่อดอลลาร์)

$NIJPB_{t}$  = รายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่นในปีที่  $t$  (พันล้าน)

$P_{ct}$  = ราคาสินค้าที่ใช้บริโภคทดแทนผ้าไหมไทยในปีที่  $t$  (ต่อตารางเมตร)

$T$  = แนวโน้มตามระยะเวลา (1, 2, 3 ..... $t$ )

จากสมการแสดงถึงอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยขึ้นกับราคาส่งออกผ้าไหมไทย ปรับด้วยราคาดัชนีผู้บริโภคในประเทศไทย ซึ่งจากการศึกษาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาส่งออกและดัชนีราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ พบว่ามีความสัมพันธ์กันน้อยมาก (เท่ากับ 0.42812) จึงใช้ราคาส่งออกจากมูลค่า/ปริมาณ และเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา multicollinearity กับอัตราแลกเปลี่ยน จึงใช้อัตราแลกเปลี่ยนเป็นเยนต่อดอลลาร์ ในการศึกษานี้ได้ใช้อัตราแลกเปลี่ยนรายได้ประชาชาติ ซึ่งปรับด้วยดัชนีรายได้ผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญ และนำเข้าผ้าไหมไทยเป็นปริมาณมากถึง 39.5% (แผนภาพที่ 4) และมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่ม



ภาพที่ 4 ปริมาณส่งออกผ้าไหมไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คิดเป็นร้อยละในปี 2530

มากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากอุปสงค์เพื่อการส่งออกยังขึ้นกับราคาสินค้าที่ใช้บริโภคทดแทนผ้าไหมไทย เช่น ราคาผ้าไหมของจีน และราคาผ้าฝ้ายที่ประเทศไทยส่งออกปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภค เป็นต้น แต่จากการเก็บข้อมูลพบว่าราคาผ้าไหมของจีนไม่มีการเก็บสถิติไว้ จึงได้ใช้ราคาผ้าฝ้ายที่ประเทศไทยส่งออกแทน และขึ้นกับแนวโน้มระยะเวลา โดยเครื่องหมายสัมประสิทธิ์ที่คาดว่า จะได้รับคือ  $\frac{\partial Q_{st}}{\partial (P_{st}/CPI_t)} < 0$  ,  $\frac{\partial Q_{st}}{\partial (NIJPB_t/CPIJ_t)} > 0$  ,  $\frac{\partial Q_{st}}{\partial (NIJPB_t/CPIJ_t)} > 0$

$$\frac{\partial Q_{st}}{\partial (P_{ct}/CPI_t)} > 0 , \frac{\partial Q_{st}}{\partial (T)} > 0$$

สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์

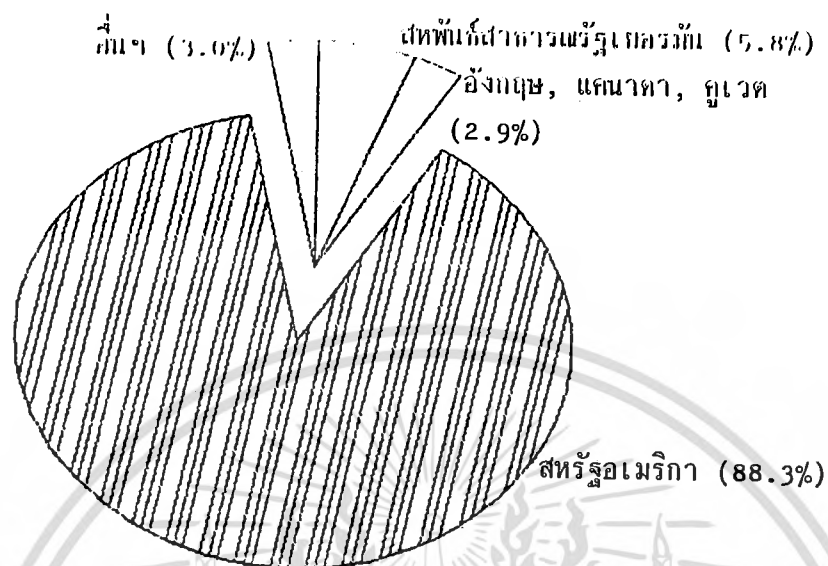
$$Q_{jt} = f \left( \frac{P_{jt}}{CPI_t} , EX_{usat} , \frac{NIUSAT}{CPIU_t} , \frac{P_{swt}}{WPI_t} , T \right) \quad (2)$$

กำหนดให้

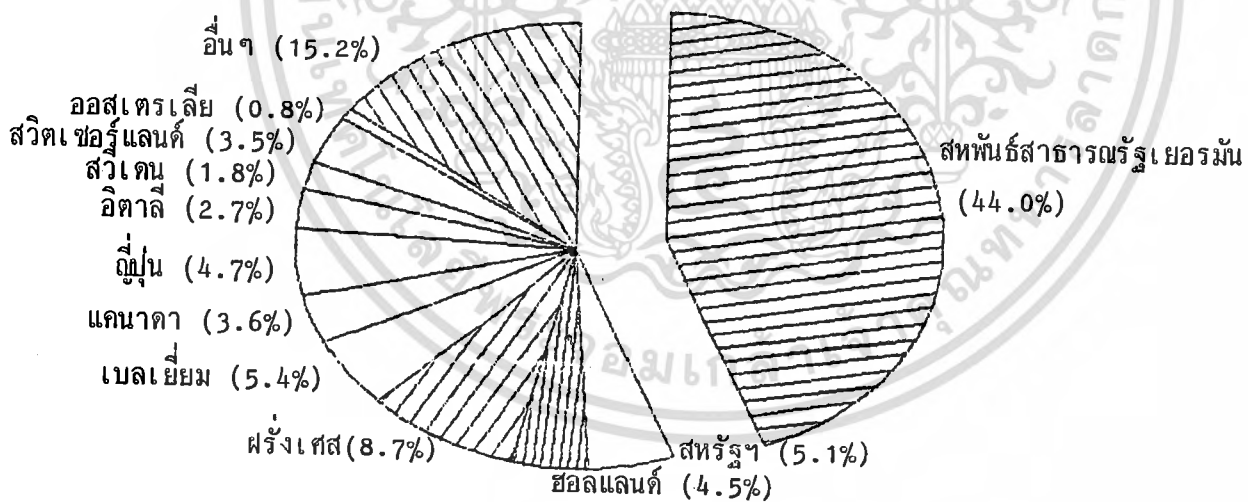
- $Q_{jt}$  = ปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์ปีที่  $t$  (ตารางเมตร)  
 $P_{jt}$  = ราคาส่งออกผ้าไหมจอร์ (บาท/ตารางเมตร)  
 $CPI_t$  = ดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศไทยปีที่  $t$   
 $CPIU_t$  = ดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศสหรัฐอเมริกาปีที่  $t$   
 $EX_{usat}$  = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในปีที่  $t$  (บาทต่อดอลลาร์)  
 $NIUSAT$  = รายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอเมริกาในปีที่  $t$  (พันล้าน)  
 $P_{swt}$  = ราคาขายส่งสินค้าทดแทนผ้าไหมจอร์ (บาท/ตารางเมตร)  
 $WPI_t$  = ดัชนีราคาขายส่งในประเทศปีที่  $t$   
 $T$  = แนวโน้มระยะเวลา

จากสมการ แสดงถึงอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์ขึ้นกับราคาส่งออกผ้าไหมจอร์ (มูลค่า/ปริมาณ) ส่งออก ทั้งนี้เพราะไม่มีการเก็บข้อมูลผ้าไหมจอร์ขายส่งไว้ จึงได้ใช้ราคาส่งออกปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศไทย และขึ้นอยู่กับอัตราแลกเปลี่ยนรายได้ประชาชาติ ซึ่งปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เพราะสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศ คู่ค้าสำคัญที่สุดของผ้าไหมจอร์ คือนำเข้าผ้าไหมจอร์ถึงร้อยละ 88.3 ของปริมาณผ้าไหมจอร์ที่ไทย ส่งออก (แผนภาพที่ 5) นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับราคาสินค้าทดแทนผ้าไหมจอร์ ซึ่งใช้ราคาผ้าไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 ปริมาณส่งออกผ้าไหมจืดของไทย ไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ  
คิดเป็นร้อยละ ในปี 2530



ภาพที่ 6 ปริมาณส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศไทยไปยังประเทศ  
คู่ค้าสำคัญ คิดเป็นร้อยละ ในปี 2530

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไทยที่ขายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ ปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งในประเทศไทย และยังคงขึ้นอยู่กับแนวโน้มของระยะเวลา โดยคาดว่าเครื่องหมายสัมประสิทธิ์จะได้รับคือ

$$\frac{\partial Q_{jt}}{\partial (P_{jt}/CPI_{jt})} < 0, \frac{\partial Q_{jt}}{\partial (EX_{usat})} > 0, \frac{\partial Q_{jt}}{\partial (NIUSAT/CPIU_{jt})} > 0,$$

$$\frac{\partial Q_{jt}}{\partial (P_{swt}/WPI_{jt})} > 0, \frac{\partial Q_{jt}}{\partial (T)} > 0$$

สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย

$$Q_{pt} = f \left( \frac{P_{pt}}{CPI_{jt}}, \frac{P_{swt}}{WPI_{jt}}, \frac{NIGER}{CPI_{jt}}, EXGER_{jt}, T \right) \quad (3)$$

กำหนดให้

- $Q_{pt}$  = ปริมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย (ชิ้น)
- $P_{pt}$  = ราคาส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยปีที่  $t$  (บาท/ชิ้น)
- $CPI_{jt}$  = ดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศไทยปีที่  $t$
- $EXGER_{jt}$  = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในปีที่  $t$  (บาทต่อมาร์คเยอรมัน)
- $NIGER$  = รายได้ประชาชาติของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันปีที่  $t$  (พันล้าน)
- $P_{swt}$  = ราคาสินค้าที่ใช้บริโภคประกอบกันในปีที่  $t$
- $WPI_{jt}$  = ดัชนีราคาขายส่งสินค้าในประเทศไทยปีที่  $t$
- $T$  = แนวโน้มระยะเวลา

จากสมการแสดงถึงอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ขึ้นกับราคาส่งออก (มูลค่า/ปริมาณส่งออก) ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผลเกี่ยวกับผ้าไหมจอร์ และขึ้นกับอัตราแลกเปลี่ยนและรายได้ประชาชาติปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศเยอรมัน ทั้งนี้เพราะประเทศสหพันธ์รัฐเยอรมันได้นำเข้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยถึงร้อยละ 44.0 ของปริมาณส่งออกทั้งหมด (แผนภาพที่ 6) นอกจากนี้ยังขึ้นกับราคาผ้าไหมไทยปรับด้วยดัชนีราคาขายส่งในประเทศไทย ซึ่งใช้เป็นราคาสินค้าที่ใช้บริโภคประกอบกัน และขึ้นกับแนวโน้มของระยะเวลา คาดว่าเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ที่จะได้รับคือ  $\frac{\partial Q_{pt}}{\partial (P_{pt}/CPI_{jt})} < 0, \frac{\partial Q_{pt}}{\partial (EXGER_{jt})} > 0,$

$$\frac{\partial Q_{pt}}{\partial (NIGER/CPI_{jt})} > 0, \frac{\partial Q_{pt}}{\partial (P_{swt}/WPI_{jt})} < 0, \frac{\partial Q_{pt}}{\partial (T)} > 0$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ความสมบูรณ์ของแบบจำลอง (model validation)

ถึงแม้ว่าในแต่ละสมการในแบบจำลองจะมีการตรวจสอบค่าทางสถิติ เช่น ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ (coefficient of determination:  $R^2$ ) ค่าเคอร์บินวัตสัน (Durbin-Watson : D.W.) ค่าสถิติ t (t-statistic) แต่สมการที่ทำนายได้ความแตกต่างจากค่าที่แท้จริงของตัวแปรเหล่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดการสะสมความคลาดเคลื่อน จึงมีการทดสอบความสามารถในการทำนายแบบจำลองในช่วงระยะเวลาที่ศึกษาก่อนที่จะนำแบบจำลองมาศึกษาต่อไป

การวัดความเหมาะสมของตัวแปรภายในแบบจำลอง ประกอบด้วย

1. ค่ากรณฑ์ที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนยกกำลังสอง (root mean square error : RMSE)

$$RMSE = \sqrt{\frac{1}{T} \sum_{t=1}^T (y_t^s - y_t^a)^2}$$

2. ค่าร้อยละของค่ากรณฑ์ที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนยกกำลังสอง (root mean square percent error : RMSPE)

$$RMSPE = \sqrt{\frac{1}{T} \sum_{t=1}^T \frac{(y_t^s - y_t^a)^2}{y_t^a}}$$

3. ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (mean square error : MSE)

$$MSE = \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T (y_t^s - y_t^a)^2$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ค่าร้อยละของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (mean percent error : MPE)

$$MPE = \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T \frac{(y_t^s - y_t^a)}{y_t^a}$$

5. ค่าสถิติ U ของ Theil (Theil's equality coefficient)

$$U = \frac{\sqrt{\frac{1}{T} \sum_{t=1}^T (y_t^s - y_t^a)^2}}{\sqrt{\frac{1}{T} \sum_{t=1}^T (y_t^s)^2} + \sqrt{\frac{1}{T} \sum_{t=1}^T (y_t^a)^2}}$$

โดยกำหนดให้

$$\begin{aligned} y_t^a &= \text{ค่าตัวแปรตามที่เกิดขึ้นจริงในปีที่ } t \\ y_t^s &= \text{ค่าตัวแปรที่เกิดจากการคำนวณในปีที่ } t \\ T &= \text{จำนวนข้อมูล} \end{aligned}$$

การพยากรณ์ สมการถดถอยเชิงพหุคูณที่ได้จากการวิเคราะห์แบบกำลังสองน้อยที่สุด แบบธรรมดา (OLS) นั้นสามารถนำมาใช้พยากรณ์ (prediction) ค่าตัวแปรตาม ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง เมื่อสามารถหาค่าตัวแปรอิสระได้ ถ้านำสมการถดถอยไปเขียนกราฟจะได้เส้นซึ่งเรียกว่าแนวโน้ม ส่วนที่ต่อปลายแนวโน้มออกไปคือส่วนที่พยากรณ์ว่าค่าตัวแปรตามจะเป็นอย่างไรนั่นเอง

ในการศึกษานี้ได้ทำการหาค่าตัวแปรตาม (Q) คืออุปสงค์เพื่อการส่งออกว่าเป็นเท่าใด โดยจะต้องทราบตัวแปรอิสระ คือราคาผ้าไหมไทย (ในสมการ 1) ราคาผ้าไหมจอร์เจีย (สมการ 2) ราคาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย (สมการ 3) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา รายได้ประชาชาติ ราคาสินค้าที่ผู้บริโภคใช้ทดแทน (สมการ 1, 2) หรือใช้ประกอบกัน (สมการ 3) โดยการหาสมการแนวโน้มของตัวแปรอิสระแต่ละตัว โดยใช้สมการ

$$X_i = a_i + b_i t$$

โดยกำหนดให้

$X_i$  คือตัวแปร แต่ละตัวในสมการถดถอยเชิงพหุคูณที่ได้จากการวิเคราะห์  
สมการอุปสงค์

$a_i$  คือค่า intercept

$b_i$  คือค่า slope

$t$  คือค่าแนวโน้ม โดยจะใช้  $t = 1, 2, \dots, 23$  ในสมการ (1)

$t = 1, 2, \dots, 14$  ในสมการ (2, 3)

และทำการหาค่าตัวแปรอิสระในปี 2531 ถึง 2540 โดยใช้  $t = 24$  ถึง 33  
ในสมการ (1) และ  $t = 15$  ถึง 24 ในสมการ (2, 3) เมื่อได้ค่าตัวแปรอิสระแต่ละตัว  
แล้วจึงทำการแทนค่าตัวแปรอิสระในปี 2531 ถึง 2540 ลงในสมการถดถอย เพื่อหาค่าตัวแปร  
ตามคือ อุปสงค์เพื่อการส่งออกในปี 2531 ถึง 2540 ว่ามีแนวโน้มอย่างไร (ค่า  $t$  แนวโน้ม  
ในสมการถดถอยพหุคูณ ใช้ค่าเดิมแทนได้เลย)

การคำนวณเลขดัชนีราคา สำหรับการคำนวณเลขดัชนี จะคำนวณเลขดัชนีราคา  
ผ้าไหม ทั้งราคาส่งออก (มูลค่า/ปริมาณ) ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศไทย โดยใช้  
ราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศไทย โดยจะใช้ข้อมูลเป็น  
รายปี ตั้งแต่ปี 2511 ถึง 2530 สำหรับราคาปีฐานนั้นจะยึดราคาเฉลี่ยปีที่มีข้อมูลใหม่ที่สุด เพื่อ  
จะได้เปรียบเทียบอย่างง่าย โดยปีฐานจะมีเลขดัชนี = 100 แล้วเปรียบเทียบปีที่ต้องการหา  
ว่าราคาของปีนั้นจะเป็นร้อยละเท่าใดของปีฐาน

$$I_n = \frac{P_n}{P_o} \times 100$$

เมื่อ  $I_n$  = ดัชนีราคาของปีที่ต้องการหา

$P_n$  = ราคาสินค้าของปีที่ต้องการหา

$P_o$  = ราคาสินค้าของปีฐาน

เมื่อได้ทำการแทนค่าระดับราคาลงในสูตรข้างต้นเพื่อคำนวณเลขดัชนีราคาโดยรวม  
จะได้ดัชนีราคาผ้าไหมไทยรายปี และนำไปคำนวณหาสัมประสิทธิ์สัมพันธ์อีกทีหนึ่ง เพื่อจะได้ทราบ  
ถึงความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาขายส่งกับดัชนีราคาส่งออก โดยใช้สูตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$R^2 = \frac{\sum (P_w - \bar{P}_w) (P_e - \bar{P}_e)}{\sum (P_w - \bar{P}_w)^2 (P_e - \bar{P}_e)^2}$$

- เมื่อ  $P_w$  เป็นดัชนีราคาขายส่งผ้าไหม  
 $P_e$  เป็นดัชนีราคาส่งออกผ้าไหม  
 $\bar{P}_w$  เป็นค่าเฉลี่ยดัชนีขายส่งผ้าไหม  
 $\bar{P}_e$  เป็นค่าเฉลี่ยดัชนีราคาส่งออกผ้าไหม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาวะการผลิต และ การตลาด

ภาวะการผลิต

ประวัติความเป็นมา

ไหมเป็น "ราชินีแห่งใยผ้า" ความนุ่มนวลเป็นเงางาม ทำให้ผู้สวมใส่พึงพอใจในตัวเอง ทำให้ไหมเป็นที่ต้องตาและต้องใจของสตรีทั่วโลก ราคายังคงแพงกว่าเส้นใยชนิดอื่น นับเป็นเส้นใยที่มีราคาค่อนข้างสูงทีเดียว

ไหมมีประวัติการใช้มานานประมาณ 5,000 ปี ในประเทศจีนก่อนประเทศอื่นทั้งหมด ราชินีสีลิ่งจี้ของจีน พบว่าใยหุ้มตัวของผีเสื้อชนิดหนึ่งสามารถสาวออกเป็นเส้นยาว บั่นเป็นเส้นด้ายได้ ประเทศที่ 2 ที่รู้จักเลี้ยงไหมคือ เกาหลี โดยชาวจีนผู้ลี้ภัยการเมืองได้นำเอาไข่ไหมติดตัวไป ชาวญี่ปุ่นศึกษาการเลี้ยงไหมจากเกาหลีอีกทอดหนึ่ง แล้วจึงแพร่หลายไปในทวีปยุโรป ประมาณ พ.ศ. 903 เบอร์เซียกลายเป็นจุดศูนย์กลางการค้าไหมระหว่างเอเชียและยุโรป ชาวอาหรับเป็นช่างทอและย้อมสี การค้าไหมสมัยนั้นซึ่งนำหนักแลกกับทองคำว่า deneir เป็นชื่อเหรียญทองของโรมัน ปัจจุบันจึงนำคำ "deneir" ใช้เป็นขนาดใยไหมที่ผลิตจำหน่าย ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 การค้าขายระหว่างประเทศหยุดชะงัก สินค้าไหมตกต่ำลงบ้างในบางประเทศ โดยเฉพาะญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่ผลิตไหมมากที่สุด แต่บางประเทศได้สูงขึ้น เช่น ในสหรัฐอเมริกา มีผู้นิยมเลี้ยงไหมเพิ่มขึ้น ปัจจุบันความต้องการใยไหมลดลง เพราะมีใยสังเคราะห์จากสารเคมีมาแทนที่และมีราคาถูกกว่า ไหมจึงใช้ในกรณีพิเศษ เช่น ทำผ้าตัดเสื้อสตรี ผ้าตัดเสื้อชุดชาย ผ้าม่านและผ้าบุเครื่องเรือน เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย เริ่มเลี้ยงสมัยใดไม่ปรากฏ จากหลักฐานที่ค้นพบสมัยกรุงศรีอยุธยา มีผ้าไหมรวมอยู่ด้วย วรรณคดีสมัยกรุงสุโขทัยมีการกล่าวถึงการนุ่งผ้ายกของนางนพมาศ ซึ่งคาดได้ว่าเป็นผ้าไหม การส่งเสริมการเลี้ยงไหมเริ่มต้นในสมัยรัชกาลที่ 5 แห่งราชวงศ์จักรี เมื่อ พ.ศ. 2444 โดยจ้างผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่นมาสำรวจและแนะนำการเลี้ยงไหม และทรงโปรดให้พระนางเจ้าเสาวภาผ่องศรี พระบรมราชินีนาถ ทรงศึกษาการสาวไหมกับผู้ชำนาญชาวญี่ปุ่น 3 ปีต่อมา กระทรวงศึกษาฯ ได้เปิดโรงเรียนการทอผ้าไหม 9 ปีต่อมานับตั้งแต่เริ่มการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งเสริมการเลี้ยงไหมคือในราวปี พ.ศ. 2453 ไทยเริ่มส่งไหมดิบเป็นสินค้าออกถึง 66,240 กิโลกรัม และเพิ่มเป็น 2 เท่าตัวใน พ.ศ.2458 คือส่งออกไหมดิบเป็นจำนวน 135,520 กิโลกรัม คิดเป็นราคาสมันั้น 104,563.00 บาท ต่อมารัฐบาลได้เลิกสนับสนุนการเลี้ยงไหมไปสนับสนุนอาชีพประมงแทน และตัวหนอนไหมเป็นโรค ทำให้ขาดทุนมาก จึงไม่มีการส่งออกอีก

ใน พ.ศ.2479 รัฐบาลได้เริ่มสนใจการเลี้ยงไหมและเริ่มต้นส่งเสริมอีก เป็นการทำ-หยุด-ทำ อยู่ตลอดเวลา ตามการเปลี่ยนแปลงภาวะการเมืองและเงินงบประมาณที่มีอยู่ รัฐบาลได้เริ่มลงมือทำหลายอย่างแต่ประสบกับความล้มเหลวอยู่ตลอด เป็นต้นว่า ตั้งโรงงานสาวไหมขึ้นที่ภาคอีสาน สั่งเครื่องสาวไหมจากประเทศอิตาลี แนะนำให้ราษฎรเลี้ยงไหม แล้วส่งรังไหมมาจำหน่ายให้กับโรงงานสาวไหมนี้ ปรากฏว่าราษฎรไม่นิยมเอารังไหมมาขายเพราะราษฎรปลูกหม่อนเลี้ยงไหมกันในครัวเรือนละเล็กละน้อย เพื่อทอผ้าขึ้นใช้เองเป็นประเพณีแต่เดิมและไม่ประสงค์จะเลี้ยงไหมเป็นอาชีพ อนึ่ง รังไหมที่ซื้อได้มีคุณภาพไม่ดีพอ สาวยากกับเครื่องจักรไม่ได้ กระทบอื่น ๆ ไม่ให้ความร่วมมือพอ ในรายงานการ ผสมไหมเพื่อส่งเสริมให้ราษฎรเลี้ยงไหมมากขึ้นได้บันทึกไว้ว่า กระทบเกษตรกรและสหกรณ์ได้ส่งไข่ไหมจากญี่ปุ่น อิตาลี และอินเดีย แล้วนำมาผสมกับพันธุ์พื้นเมือง รังไหมแต่ละรังจะสาวใยได้มากกว่าเดิม

หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 มีผู้สนใจไหมไทยเพิ่มขึ้น รัฐบาลได้เพิ่มเงินงบประมาณสำหรับทดลองเลี้ยงไหมให้กับเกษตรกรฯ ทุกปี จนกระทั่งบัดนี้แผนงานทดลองหลายแผนได้ปฏิบัติสำเร็จ เริ่มตั้งแต่การปรับปรุงวิธีปลูกต้นหม่อน เก็บใบหม่อนและวิธีเลี้ยงหนอนไหม ทำให้ในระยะต่อมาเราส่งผ้าไหมออกมากกว่าใยไหมดิบ ผ้าไหมไทยมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมทั่วโลก แต่เรายังจำเป็นต้องสั่งไหมยืนจากต่างประเทศอยู่

อุตสาหกรรมไหม ถ้าปฏิบัติงานให้อยู่ในระดับที่เป็นอุตสาหกรรมจริงๆ มิใช่เป็นแบบอุตสาหกรรมในครอบครัวอย่างที่ไทยเราปฏิบัติอยู่นี้ แบ่งออกเป็นอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ คือ การปลูกหม่อน การผลิตไข่ การเลี้ยงไหม การสาวไหม การปั่นด้าย การทอผ้า ทั้งนี้แล้วแต่ว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจะตั้งใจประกอบในระดับใด

## สถานการณ์การผลิตไหมของไทย

การปลูกหม่อน หม่อนเป็นพืชยืนต้นขนาดกลาง ลำต้นมีลักษณะกลม ผิวเรียบ ไม่มีหนาม ใบใช้เป็นอาหารของตัวไหม เป็นพืชที่สามารถปลูกได้ในดินทุกชนิดที่คูดซึ่มและระบายน้ำได้ดี การปลูกหม่อนจะอยู่ในระหว่างเดือน พฤษภาคม-กันยายน และจะเก็บใบหม่อนไปเลี้ยงไหมได้หลังจาก 8 เดือนขึ้นไป พันธุ์หม่อนพื้นเมืองมีหลายชนิด เช่น หม่อนมี หม่อนใบโพธิ์ หม่อนสา และพันธุ์ต่างประเทศ เช่น หม่อนน้อย หม่อนตาดำ และหม่อนทองกัน หม่อนที่ทางราชการส่งเสริมมีอยู่ 2 ชนิด หม่อนน้อยและหม่อนตาดำ เพราะเป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงและมีคุณภาพดี พันธุ์ปลูกหม่อนของไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือประมาณร้อยละ 98 ของเนื้อที่ปลูกหม่อนทั้งหมด การปลูกหม่อนเป็นงานอดิเรก หลังจากงานในอาชีพหลักคือการทำนา ดังนั้นเกษตรกรจึงไม่ได้ให้ความสำคัญแก่การปลูกหม่อนมากนัก ซึ่งทำให้ผลผลิตใบหม่อนมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงไหม ยิ่งในปีที่ผ่านมาเกษตรกรหันมาปลูกพืชชนิดอื่นแทนการปลูกหม่อน เพราะให้ผลตอบแทนดีกว่า

การเลี้ยงไหม การเลี้ยงไหมในประเทศไทยมีอยู่ 3 พันธุ์ด้วยกันคือ พันธุ์ไทยแท้ พันธุ์ไทยคัด ซึ่งเป็นพันธุ์ผสมระหว่างพันธุ์ไทยกับพันธุ์ต่างประเทศ และพันธุ์ลูกผสมซึ่งเป็นพันธุ์ผสมระหว่างพ่อแม่พันธุ์และแม่พันธุ์จากต่างประเทศ การเลี้ยงไหมส่วนมาก จะเลี้ยงอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่นเดียวกับการปลูกหม่อน ในปีที่ผ่านมาการเลี้ยงไหมมีน้อยลง เพราะมีปัญหาในด้านการปลูกหม่อน การเลี้ยงไหมที่ทำกันในส่วนมากยังเป็นขนาดเล็ก หรือเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน ดังนั้นผลผลิตที่ได้จึงไม่พอต่อความต้องการ

การผลิตเส้นไหม เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้ามีอยู่ 2 ชนิดคือ เส้นไหมพุ่งและเส้นไหมยืน เส้นไหมทั้ง 2 ชนิด จะได้จากการสาวด้วยมือและเครื่องจักร การผลิตเส้นไหมพุ่งตั้งแต่ปี พ.ศ.2520 ผลผลิตเส้นไหมมีแนวโน้มลดลง โดยมีผลผลิตเฉลี่ยปีละ 500-700 เมตริกตัน สำหรับผลผลิตเส้นไหมยืนในประเทศได้ประมาณ 15-20 เมตริกตัน คิดเป็นประมาณร้อยละ 20 ของความต้องการใช้ทั้งหมด และร้อยละ 80 นำเข้ามาจากต่างประเทศ ปัญหาของการผลิตเส้นไหมยืนก็คือ ต้นทุนการผลิตสูง ขาดแคลนวัตถุดิบ เทคโนโลยีและเครื่องมือเครื่องจักรในด้านการผลิตยังล้าสมัย และยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร จึงเป็นผลทำให้ราคาเส้นไหมยืนที่ผลิตได้ในประเทศมีราคาสูง เมื่อเทียบกับเส้นไหมที่นำเข้าจากต่างประเทศที่มีราคาต่ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทอผ้าไหม การทอผ้าไหมก็เช่นเดียวกัน ส่วนใหญ่ทำกันในภาคตะวันออก เฉียงเหนือ ชนิดของผ้าไหมมีหลายชนิดด้วยกัน มีทั้งที่ทอจากเส้นไหมที่ยังไม่ได้ย้อมสีและที่ย้อมสีแล้ว ตลอดจนการใส่ลวดลายและสอคิดต่าง ๆ ซึ่งใช้กรรมวิธีแตกต่างกัน จึงทำให้คุณภาพและราคาต่างกันออกไป ผลผลิตผ้าไหมขึ้นอยู่กับปริมาณเส้นไหมที่ใช้ทอในประเทศ และจำนวนแรงงานที่มีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาล ปริมาณผ้าไหมที่ผลิตได้ในประเทศมีจำนวนเฉลี่ยปีละ 15 ถึง 20 ล้านตารางเมตร และร้อยละ 70 ของจำนวนนี้จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนที่เหลือส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

### ประเภทของผ้าไหม

ผ้าไหมมีหลายชนิดแตกต่างกันไปในแต่ละแหล่งผลิต กรรมวิธีการผลิตก็จะแตกต่างกันไป แต่โดยทั่วไปแล้วสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ผ้าไหมไทย คือ ผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด
2. ผ้าไหมจอร์ คือ ผ้าที่ไหมแท้ปนอยู่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของน้ำหนักทั้งหมด

สำหรับผ้าไหมไทยนั้นยังแยกออกได้เป็น ผ้าพื้นเรียบและผ้าที่มีลวดลาย หรือที่เรียกกันว่า ผ้ามัดหมี่

ผ้าพื้นเรียบ คือผ้าไหมที่มีสีสันธรรมดา และผ้าไหมพิมพ์ลาย เป็นลายไทยหรือลวดลายประติมากรรม โดยทอเป็นผืนยาวอยู่ในรูปพับ เพื่อให้สะดวกในการนำไปตัดเย็บใช้ประโยชน์ตามต้องการ ซึ่งมักมีทั้งผ้าเนื้อบางสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้า และผ้าเนื้อหนาสำหรับตกแต่งเครื่องเรือน ซึ่งได้รับความนิยมในต่างประเทศมาก

ผ้ามัดหมี่ คือผ้าที่มีลวดลายต่างๆ โดยการมัดย้อมเส้นไหมให้มีสีและลวดลายตามที่ต้องการก่อนจะนำไปทอเป็นผืนผ้า การมัดหมี่นี้มี 3 ชนิดคือ มัดหมี่เส้นพุ่ง มัดหมี่เส้นยืน มัดหมี่เส้นพุ่งและเส้นยืนสำหรับของไทยนั้นส่วนใหญ่จะทำเฉพาะผ้ามัดหมี่เส้นพุ่ง การทอผ้ามัดหมี่โดยทั่วไปแล้วยังอยู่ในรูปหัตถกรรมพื้นบ้านที่ทอกันตามชนบท โดยนิยมทอเป็นผืนผ้ามีความยาวไม่เกิน 2 หลา ซึ่งเหมาะสำหรับทำผ้าถุง ตลาดของผ้าไหมชนิดนี้จึงค่อนข้างแคบ นิยมใช้ภายในประเทศเฉพาะในโอกาสที่ไปงานพิธีสำคัญต่างๆ และซื้อให้เป็นของขวัญเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามใน

ปัจจุบันก็มีโรงงานทอผ้าไหมหลายแห่ง ที่ทอผ้ามัดหมี่ในรูปผ้าฝ้ายเป็นพับ ให้เหมาะกับการใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าตามสมัยนิยม

นอกจากนี้ยังได้มีการคัดแปลงนำผ้าไหมมาทำเป็นของใช้ต่างๆ อาทิ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าพันคอ เน็คไท ปลอกหมอนอิง กล่องใส่เครื่องประดับ กล่องบุหรี และช่องแว่นตา เป็นต้น ซึ่งแม้ว่าในปัจจุบันจะส่งออกได้แต่น้อย แต่ก็มีแนวโน้มขยายตัวไปตามลำดับ และยังเป็น การก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ผ้าไหมอีกด้วย

## การผลิต

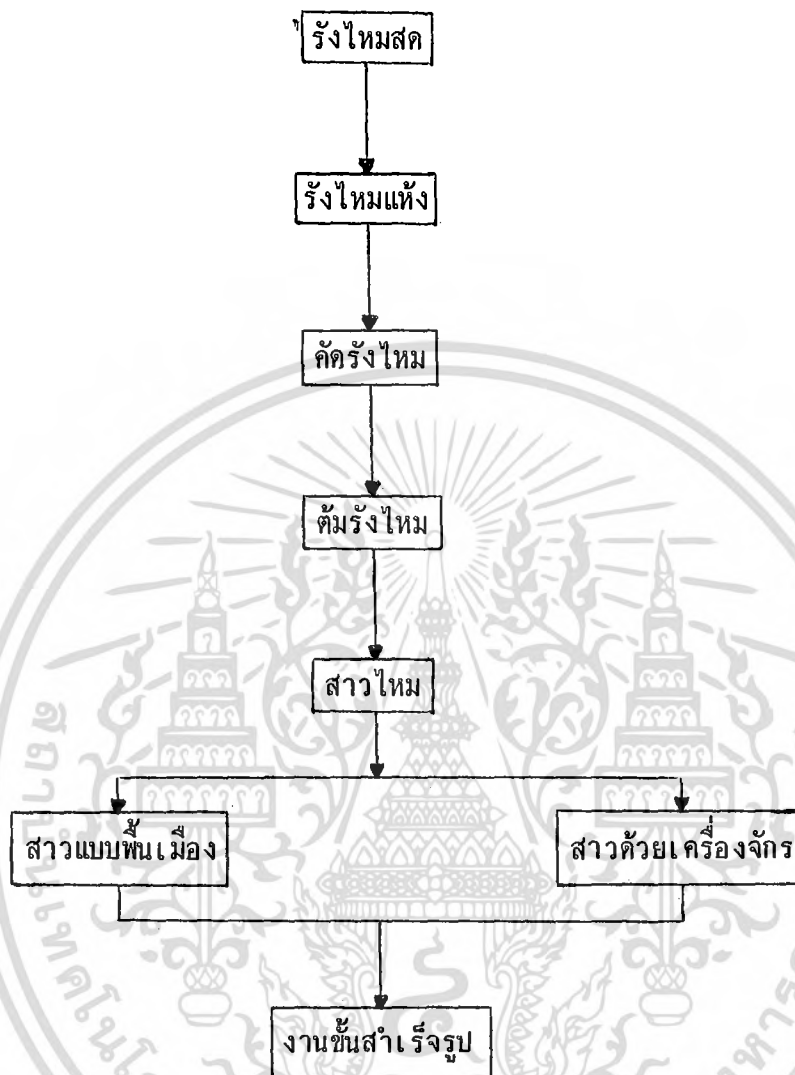
แหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญของไทยส่วนใหญ่อยู่ในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดย มีนครราชสีมาเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมที่ใหญ่ที่สุด คือ ผลิตได้ประมาณร้อยละ 35 ของผลผลิตผ้าไหม รองลงมาคือ กรุงเทพฯ ขอนแก่น และชัยภูมิ ซึ่งได้ประมาณร้อยละ 20 ร้อย 15 และร้อยละ 10 ตามลำดับ

1. วัตถุดิบ วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการทอผ้าไหมคือ เส้นไหม เส้นไหมนั้นต้องผ่านกรรมวิธีการผลิตหลายขั้นตอน เริ่มจากการปลูกหม่อนเพื่อเลี้ยงไหม และนำรังไหมที่ได้มาสาวเอาเส้นใยออกมา เส้นไหมที่สาวได้นี้แบ่งตามกรรมวิธีทอผ้าได้เป็น 2 ชนิด คือ เส้นไหมพุ่ง และเส้นไหมยืน เส้นไหมทั้ง 2 ชนิดนี้ ต่างก็มีลักษณะและกรรมวิธีการสาวที่แตกต่างกัน (ภาพที่ 7)

1.1 เส้นไหมพุ่ง (เส้นไหมพื้นเมือง) เป็นเส้นไหมที่นอนขวางไปตามด้านกว้างของผืนผ้า มีลักษณะเส้นใหญ่หยาบ มีปมปม และไม่ค่อยแน่น เพราะสาวด้วยมือ

การผลิตเส้นไหมพุ่งนี้ เป็นการสาวด้วยมือและใช้เครื่องมือแบบดั้งเดิม โดยนำรังไหมพื้นเมือง (รังสีเหลือง) มาต้มแล้วสาวเส้นไหมออกมา เส้นไหมที่ได้จะเป็นเส้นไหมสีเหลือง ต้องใช้เวลาในการสาวมาก ซึ่งต่อมาทางราชการได้พัฒนาเครื่องสาวไหมพุ่งเพื่อให้สาวได้เร็วขึ้น และได้เส้นไหมที่มีคุณภาพดี คือ เรียบและสม่ำเสมอขึ้น

การสาวไหมพื้นเมืองนี้มีวิธีการสาว 2 แบบ คือการสาว 2 ครั้ง และ การสาวครั้งเดียว



ภาพที่ 7 ขั้นตอนการผลิตเส้นไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1.1 การสาว 2 ครั้ง เป็นการสาวโดยแยกเส้นใยชั้นในกับเส้นใยชั้นนอก โดยการสาวครั้งแรกเป็นการสาวเส้นใยที่เป็นปุยนอกนอก มีอยู่ประมาณร้อยละ 20-30 ของปริมาณเส้นใยทั้งรัง เส้นไหมที่ได้จะมีเส้นใหญ่ หยาบ และมีปมมาก ขนาดของเส้นไหมไม่สม่ำเสมอ ชาวบ้านเรียกว่า ไหมลึบ หรือไหมสาม

การสาวครั้งที่ 2 เป็นการสาวเส้นใยส่วนในของรังซึ่งเป็นใยไหมแท้ๆ เส้นไหมที่ได้จะมีเส้นเล็กละเอียดและเรียบ ขนาดของเส้นไหมสม่ำเสมอ จัดเป็นเส้นไหมคุณภาพชั้นหนึ่ง สามารถใช้ทำเป็นเส้นไหมยีนได้ เรียกว่าไหมน้อยหรือไหมยอด โดยทั่วไปเรียกว่า ไหมหนึ่ง

1.1.2 การสาวครั้งเดียว เป็นการสาวควบทั้งเส้นใยรอบนอกและเส้นใยชั้นในของตัวไหมไปพร้อมกัน เส้นไหมที่ได้มีขนาดใกล้เคียงกับไหมหนึ่ง แต่มีลักษณะหยาบและมีปมปม คุณภาพจัดอยู่อันดับรองจากไหมหนึ่ง เรียกว่า ไหมสาวเลย หรือ ไหมสอง

เส้นไหมที่สาวได้นี้ เป็นไหมดิบซึ่งต้องนำไปพอกแช่น้ำต่างแล้วนำไปต้มเพื่อเอาลาวไหมออก เส้นไหมที่ได้จะมีสีขาวนวล จากนั้นจึงนำไปย้อมสีและกรอเข้าหลอดเพื่อเตรียมทอผ้าต่อไป

ปัจจุบันนี้มีเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมเพื่อสาวเป็นเส้นไหมพุ่งอยู่ประมาณ 400,000 ครัวเรือน แต่ทำในลักษณะอาชีพรอง เพื่อไว้ทอผ้าไว้ใช้เองในครอบครัว หรือทอขาย ส่วนเส้นไหมที่เหลือใช้ก็จะขายให้โรงงานทอผ้า จึงทำกันในปริมาณไม่มากนัก ประกอบกับเป็นการสาวด้วยมือ ซึ่งขึ้นกับฝีมือการสาวของแต่ละคน ผลผลิตเส้นไหมพุ่งที่ได้จึงมีลักษณะไม่แน่นอน คุณภาพเส้นไหมไม่สม่ำเสมอ ผู้ทอผ้าบางรายจึงนิยมใช้เส้นไหมของต่างประเทศ สำหรับเส้นไหมพุ่งที่นำเข้ามาปัจจุบันมี 2 ชนิด คือ ไหมคูเปียน (Doupion Silk) และไหมเนทีฟ (Native Silk)

ไหมคูเปียน เป็นเส้นไหมที่สาวจากรังชนิดแฝดหรือรังไม่ปกติ ซึ่งไม่สามารถนำไปสาวเป็นเส้นยีนได้ เส้นไหมชนิดนี้มีลักษณะหยาบ มีปมปม และเส้นใหญ่คล้ายไหมพื้นเมืองชนิดไหมหนึ่งและไหมสอง

ไหมเนทีฟ เป็นเส้นไหมที่มีลักษณะเรียบ มีขนาดสม่ำเสมอ ไม่ค่อยมีปมปม เทียบได้กับเส้นไหมหนึ่ง ผู้ทอนิยมใช้เพราะมีคุณภาพแน่นอน สะดวกในการทอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 เส้นไหมย่น เป็นเส้นไหมที่นอนไปตามความยาวของผืนผ้า มีลักษณะเป็นเส้นเล็กละเอียด เรียบสม่ำเสมอ และเหนียวกว่าเส้นไหมพุ่ง

การผลิตเส้นไหมย่นนี้ เป็นการสาวด้วยเครื่องจักร ซึ่งต้องใช้ต้นทุนสูง จะทำในรูปโรงงาน มีการควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอน รั้งไหมที่ใช้ในการสาวเส้นไหมย่นนี้จะต้องเป็นรั้งไหมที่มีคุณภาพ คือ

1.2.1 เป็นรั้งที่สาวเส้นใยออกได้ง่าย ไม่ขาดบ่อย มีเศษไหมน้อย และให้ปริมาณเส้นใยสูง

1.2.2 ความหนา-บางของรั้งไหม สม่ำเสมอตลอดกันทั้งรั้ง

1.2.3 เป็นรั้งซึ่งให้เส้นไหมที่มีคุณภาพดี คือ มีความเรียบ เหนียว การยัดตัวและขนาดของเส้นไหมที่สาวได้ต้องสม่ำเสมอ

ในการผลิตเส้นไหมย่นต้องใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์หลายชนิด เช่น เครื่องอบแห้ง หม้อต้มรั้งไหม เครื่องสาวไหม เครื่องกรอเส้นไหม เครื่องเข้าหลอด เครื่องตีเกลียว รวมทั้งเครื่องตรวจสอบคุณภาพเส้นไหม สำหรับเครื่องจักรสาวไหมนั้นสามารถแยกตามระบบการทำงานได้เป็น 3 แบบ คือ

- Common Relling Machine

- Multi-ends Relling Machine

- Automatic Relling Machine

ที่นิยมใช้กันคือ การสาวแบบ Multi-end และแบบ Automatic สำหรับแบบ Multi-end นั้นใช้คนคุมคอยป้องกันรั้งไหม ซึ่งแบบนี้เหมาะกับรั้งไหมคุณภาพไม่ค่อยดี ส่วนแบบ Automatic นั้น เครื่องจักรจะหารั้งไหมเข้าไปป้อนเอง ถึงแม้ว่าจะใช้เครื่องจักรในการผลิต แต่แรงงานที่มีความชำนาญก็ยังจำเป็นในการคุมการทำงานของเครื่องในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพและในปริมาณมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสาวไหมด้วยเครื่องจักรนี้ ต้องระมัดระวังในเรื่องคุณภาพของรังไหมมาก เพื่อไม่ให้ติดขัดในระหว่างสาว ซึ่งจะทำให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพต่ำ เส้นไหมที่สาวได้นี้เป็นเส้นไหมดิบซึ่งต้องนำไปควบ โดยนำเส้นไหมตั้งแต่สองเส้นขึ้นไปมารวมกันตามขนาดที่ต้องการและนำไปตีเกลียว เพื่อให้เส้นไหมรัดกันแน่นเป็นเส้นกลมเรียบ และมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เรียกว่า เส้นไหมสำเร็จรูป ซึ่งต้องนำไปฟอกและย้อมสีเพื่อนำไปทอผ้าต่อไป

สำหรับเส้นไหมยี่ห้อชาวบ้านใช้ในการทอผ้าในสมัยก่อนนั้น คือเส้นไหมพื้นเมืองที่สาวด้วยมือ ซึ่งมีเส้นเรียบสม่ำเสมอ เรียกว่าไหมหนึ่ง แต่เมื่อการทอผ้าไหมขยายตัวออกไปในรูปการค้า ปริมาณเส้นไหมที่ผลิตได้ไม่พอกับความต้องการของโรงงานทอผ้า จึงต้องสั่งเส้นไหมยี่ห้อจากต่างประเทศเข้ามา ซึ่งก็ต้องประสบปัญหาขาดแคลนเส้นไหม และราคาเส้นไหมสูงมาก ในบางช่วง จึงได้เริ่มมีการผลิตเส้นไหมขึ้นในประเทศเมื่อปี 2512 โดยบริษัทจุลไหมไทย จำกัด ต่อมาได้มีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นอีกหลายราย และต่างก็ประสบกับปัญหาต่างๆ จนบางรายต้องเลิกกิจการไป ในปัจจุบันมีเอกชนผู้ผลิตเส้นไหมยี่ห้อในประเทศเหลืออยู่เพียง 3 ราย คือ

- บริษัท จุลไหมไทย จำกัด ที่จังหวัดเพชรบูรณ์
- บริษัท ชยาธุรกิจและการเกษตร จำกัด ที่จังหวัดชุมพร
- บริษัท บุญมาเกษตรกรรมไหมไทย จำกัด ที่จังหวัดอุดรธานี

นอกจากนี้ยังมีศูนย์วิจัยและอบรมไหมของ กรมวิชาการเกษตร จังหวัดนครราชสีมา อีกแห่งหนึ่งที่ทำการผลิตเส้นไหมยี่ห้อ

สำหรับบริษัทจุลไหมไทย ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่นั้น ได้พัฒนาการผลิตเส้นไหมยี่ห้อในลักษณะครบวงจร คือทำการปลูกหม่อนและเลี้ยงไหมเอง เพื่อนำรังไหมที่ได้ไปทำการสาวเป็นเส้นไหมยี่ห้อ ขณะเดียวกันก็รับซื้อรังไหมของเกษตรกรทั่วไปด้วย สำหรับผลผลิตเส้นไหมยี่ห้อในระยะแรกๆ นั้นยังมีปริมาณไม่แน่นอน และเริ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับตั้งแต่ปี 2525 เป็นต้นมา คือจากประมาณ 8,889.5 กิโลกรัมในปี 2521 เพิ่มขึ้นเป็น 15,552 กิโลกรัมในปี 2525 และขยายตัวมาโดยตลอด (ตารางที่ 4) สำหรับในปี 2530 สามารถผลิตได้ 33,782.02 กิโลกรัม หรือเป็นร้อยละ 59.0 ของปริมาณเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ทั้งประเทศ ส่วนบริษัทชยาธุรกิจและการเกษตร จำกัด และบริษัทบุญมาเกษตรกรรมไหมไทย นั้น สามารถผลิตได้ประมาณร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 ปริมาณเส้นไหมยืนที่ผลิตได้ในประเทศ ปี 2521-2530

ปริมาณ: กิโลกรัม

บริษัท	2521	2522	2523	2524	2525	2526	2527	2528	2529	2530
บริษัทจุลไหมไทย จำกัด	8,889.5	8,702.0	10,042.0	9,948.0	15,952.0	17,070.0	18,761.8	22,882.0	26,604.0	33,782.0
บริษัทไพโรจน์ไหมไทย จำกัด	3,487.5	2,722.0	3,248.8	406.0	-	-	-	-	-	-
บริษัทสมทรัพย์ไหมไทย จำกัด	1,417.0	956.0	28.0	-	-	-	-	-	-	-
บริษัทชยาธุรกิจและการเกษตร จำกัด	1,261.5	846.0	2,430.0	4,318.0	7,113.5	14,526.0	7,270.0	8,092.0	10,626.0	11,590.0
บริษัทบุญมาเกษตรกรรม- ไหมไทย จำกัด	487.5	412.0	785.0	734.0	140.0	2,842.0	4,132.0	5,476.0	5,886.0	10,178.0
ศูนย์วิจัยและอบรมไหม (นครราชสีมา)	520.0	1,241.0	1,466.0	1,162.0	1,324.0	1,252.0	1,228.0	2,238.0	2,098.0	1,698.0
รวม	16,063.0	14,919.0	17,999.8	16,298.0	24,929.5	25,690.0	31,391.8	38,688.0	45,214.0	57,248.0
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	-	-7.1	20.7	-9.5	53.0	3.1	22.2	23.2	16.87	26.62

ที่มา: (กองอุตสาหกรรมสิ่งทอ, ปี 2530)

20.2 และร้อยละ 17.8 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 8) โดยบริษัทบุญมาเกษตรกรรมไทยนั้นทำการเลี้ยงไหมปลูกหม่อนอยู่บ้างแต่ไม่มากนัก ส่วนบริษัทชยาธุรกิจและการเกษตรนั้น ดำเนินกิจการสาวไหมเพียงอย่างเดียว

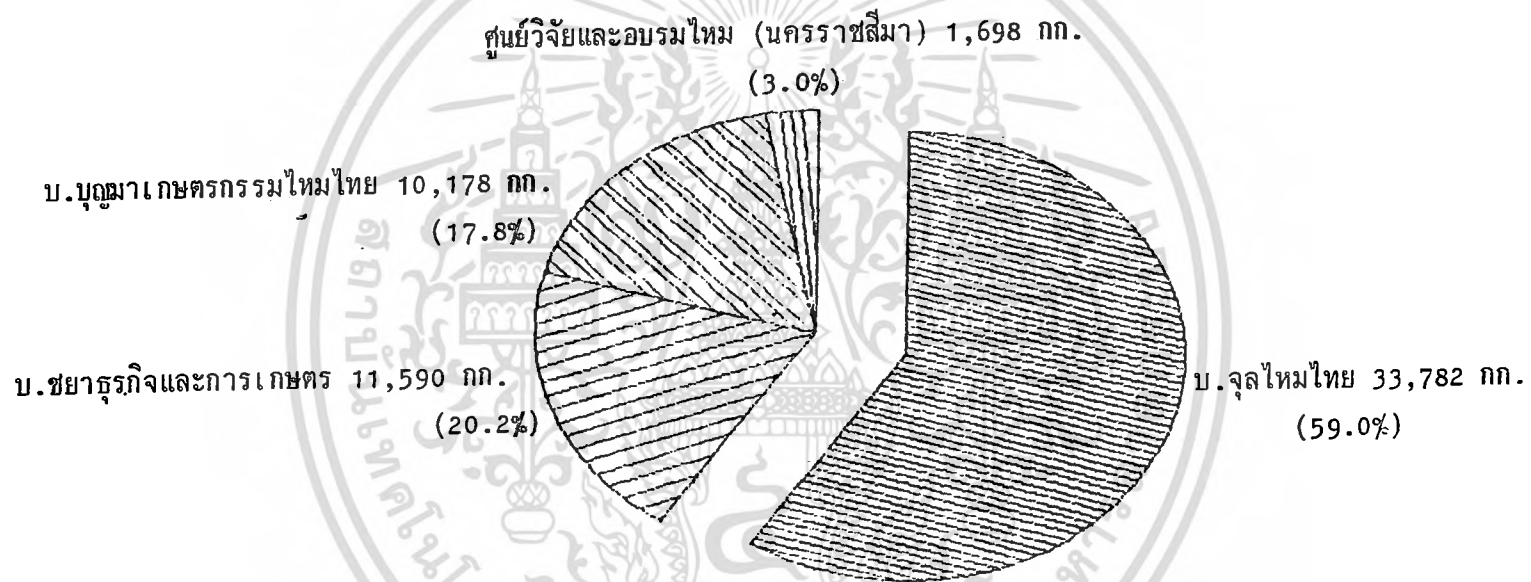
แหล่งผลิตไหมสำหรับสาวเส้นไหมยี่นั้น ส่วนใหญ่คือเกษตรกรในนิคมสร้างตนเองของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 15 แห่ง ตั้งอยู่ใน 10 จังหวัด ในภาคตะวันออก เฉียงเหนือ นอกจากนี้ก็มีโครงการหม่อนไหมสมเด็จพระเจ้าที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ วิทยาลัยเกษตรกรรมปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และเกษตรกรรายย่อยอื่นๆ

พันธุ์ไหมที่ใช้เลี้ยงเพื่อนำรังไปสาวเป็นไหมยี่นั้น เป็นพันธุ์ต่างประเทศซึ่งจะให้เส้นใยปริมาณมากและมีคุณภาพดี เหมาะสำหรับใช้เป็นเส้นไหมยี่ในการทอผ้า ส่วนใหญ่แล้วจะใช้ไหมที่ส่งจากประเทศญี่ปุ่น โดยทางบริษัทจุลไหมไทยเป็นตัวแทนในการสั่งซื้อเข้ามา นอกจากนี้ยังมีไหมพันธุ์ต่างประเทศผสม ซึ่งทางศูนย์วิจัยและอบรมไหม (นครราชสีมา) ได้ค้นคว้าโดยนำพันธุ์ต่างประเทศสายญี่ปุ่นและสายจีนมาผสมกัน และขยายพันธุ์ออกเผยแพร่ซึ่งแม้ว่าจะมีราคาถูกกว่าไหมของญี่ปุ่นมาก แต่ก็ยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากนัก เพราะยังมีเปอร์เซ็นต์การเลี้ยงรอดค่อนข้างต่ำ

เส้นไหมยี่ที่ผลิตได้ในประเทศมีต้นทุนการผลิตสูง นอกจากนี้เส้นไหมที่ผลิตได้ยังมีปริมาณน้อย และมีปัญหาด้านคุณภาพผู้ทอจึงนิยมใช้เส้นไหมยี่จากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาต่ำกว่าและมีคุณภาพดีกว่าเส้นไหมยี่ที่ผลิตในประเทศ โดยเฉพาะในปี 2518 มีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากเพราะมีราคาถูก ทำให้ผู้ผลิตเส้นไหมยี่ในประเทศต้องประสบปัญหาขายสินค้าไม่ได้และถูกกดราคาซื้อขาย จึงทำเรื่องร้องเรียนมายังหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ทางกระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าต่างประเทศและกระทรวงอุตสาหกรรมโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้พิจารณาเห็นควรที่จะให้ความคุ้มครองและความช่วยเหลือแก่อุตสาหกรรมเส้นไหมยี่ในประเทศ โดยใช้มาตรการควบคุมการนำเข้าเส้นไหมและมาตรการประกันราคาเส้นไหมยี่ที่ผลิตได้ในประเทศ

เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2519 กระทรวงพาณิชย์จึงได้ประกาศควบคุมการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศ ทั้งเส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูป และเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2519 ได้กำหนดให้ผู้นำเข้าต้องซื้อเส้นไหมยี่ในประเทศชดเชยในอัตราร้อยละ 25 ของปริมาณ (น้ำหนัก) ของเส้นไหมที่ขออนุญาตนำเข้า ตามราคาที่กำหนดคือ กิโลกรัมละ 700 บาท

อย่างไรก็ตามอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ปริมาณเส้นไหมยี่ในประเทศไม่เพียงพอต่อการค้าปลีกและค้าส่ง เนื่องจากเส้นไหมยี่ในประเทศมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าเส้นไหมยี่นำเข้า ประกอบกับเส้นไหมยี่ในประเทศมีเปอร์เซ็นต์การเลี้ยงรอดต่ำกว่าเส้นไหมยี่นำเข้า อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 8 ปริมาณเส้นไหมที่ผลิตได้ในประเทศไทย ปี 2530

อัตราส่วนการซื้อเส้นไหมชดเชยและราคาเส้นไหมยืนในประเทศนี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นลำดับ เพื่อให้เหมาะสมกับภาวะการค้าผ้าไหม และภาวะการผลิตเส้นไหม โดยคณะกรรมการจัดซื้อและขายเส้นไหมยืน ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมแต่งตั้งขึ้นมาเป็นผู้พิจารณาอัตราส่วนที่ใช้ปัจจุบันคือ ร้อยละ 20 หรือคิดเป็นอัตราส่วนเส้นไหมยืนในประเทศต่อเส้นไหมนำเข้า เท่ากับ 1:10 ในราคาระดับโลกรวมละ 1,250, 1,100 และ 900 บาท สำหรับเส้นไหมคุณภาพ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

สำหรับขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมยืนที่ผลิตได้ในประเทศนั้น ทางผู้ผลิตเส้นไหมยืนในประเทศจะส่งมอบเส้นไหมที่ผลิตได้มารวมไว้ที่กองอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพื่อทำการทดสอบกำหนดชั้นคุณภาพและราคาของเส้นไหม และรอจำหน่ายแก่ผู้นำเข้าเส้นไหมต่อไป ทางด้านผู้นำเข้าเส้นไหมนั้นจะต้องซื้อเส้นไหมยืนที่ผลิตในประเทศจากกองอุตสาหกรรมสิ่งทอในราคาที่กำหนด จากนั้นจึงนำหลักฐานการซื้อเส้นไหมยืนในประเทศไปยื่นต่อกรมการค้าต่างประเทศ เพื่อขออนุญาตนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศต่อไป (ภาพที่ 9)

แม้ว่าจะมีการผลิตเส้นไหมได้ในประเทศ ทั้งเส้นไหมพุ่งและเส้นไหมยืน แต่เส้นไหมที่ผลิตได้ยังมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และมีปริมาณไม่เพียงพอที่จะสนองความต้องการของผู้ทอผ้าไหมในประเทศ โดยเฉพาะเส้นไหมยืนที่ต้องซื้อในราคาประกันที่สูงกว่าราคาเส้นไหมที่นำเข้าจากต่างประเทศมาก จึงยังมีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศสนับสนุนอีกทาง โดยนำเข้าในรูปเส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูป สำหรับทำเส้นไหมพุ่งและเส้นไหมยืน ปริมาณการนำเข้าเส้นไหมในแต่ละปีนั้นไม่แน่นอน ขึ้นกับราคาเส้นไหมในต่างประเทศและภาวะการค้าของผ้าไหม สำหรับในปี 2530 มีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศประมาณ 790,000 กิโลกรัม ขณะที่สามารถผลิตเส้นไหมยืนในประเทศได้ 57,248 กิโลกรัม (ตารางที่ 6)

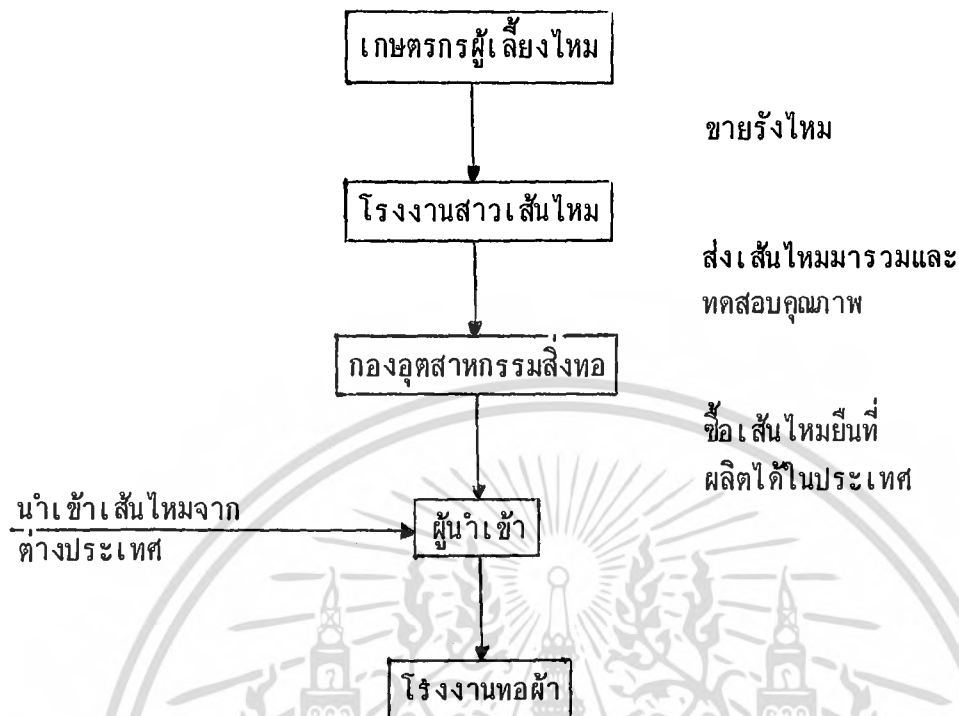
แหล่งนำเข้าเส้นไหมที่สำคัญของไทยในปัจจุบันคือ สาธารณรัฐจีน โดยในปี 2530 มีการนำเข้าคิดเป็นมูลค่า 152.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 75.3 ของมูลค่าการนำเข้าเส้นไหมทั้งหมดของไทย รองลงมาเป็นการนำเข้าจากบราซิล และสาธารณรัฐเกาหลี ในมูลค่า 20.5 ล้านบาท และ 18.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.1 และร้อยละ 9.3 ตามลำดับ (ภาพที่ 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 อัตราส่วนการซื้อเส้นไหมยี่ห้อผลิตในประเทศต่อการนำเข้า (โดยน้ำหนัก)  
และราคาประกันของเส้นไหมยี่ห้อในประเทศ ตั้งแต่ปี 2519-2527

วันที่มีการเปลี่ยนแปลง	อัตราส่วนการซื้อเส้นไหมยี่ห้อต่อการนำเข้า		ราคาประกันของเส้นไหมยี่ห้อในประเทศ (บาท:กก.)		
	ร้อยละ	อัตราส่วน	คุณภาพชั้น 1	คุณภาพชั้น 2	คุณภาพชั้น 3
16 มี.ค. 2519	25	1:4	-	700	-
1 ธ.ค. 2520	20	1:5	-	700	-
1 ส.ค. 2521	12.5	1:8	-	700	-
14 ธ.ค. 2521	5	1:20	1,000	850	-
15 ส.ค. 2522	5	1:20	1,175	1,000	-
10 ก.ย. 2522	4	1:25	1,175	1,000	-
7 ม.ค. 2523	5	1:20	1,175	1,000	-
4 เม.ย. 2524	5	1:20	1,250	1,100	-
26 ก.ค. 2527	6.25	1:16	1,250	1,100	-
24 ต.ค. 2527	6.25	1:16	1,250	1,100	900
14 พ.ย. 2527	10	1:10	1,250	1,100	900

ที่มา: (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, ปี 2530)



ภาพที่ 9 ขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

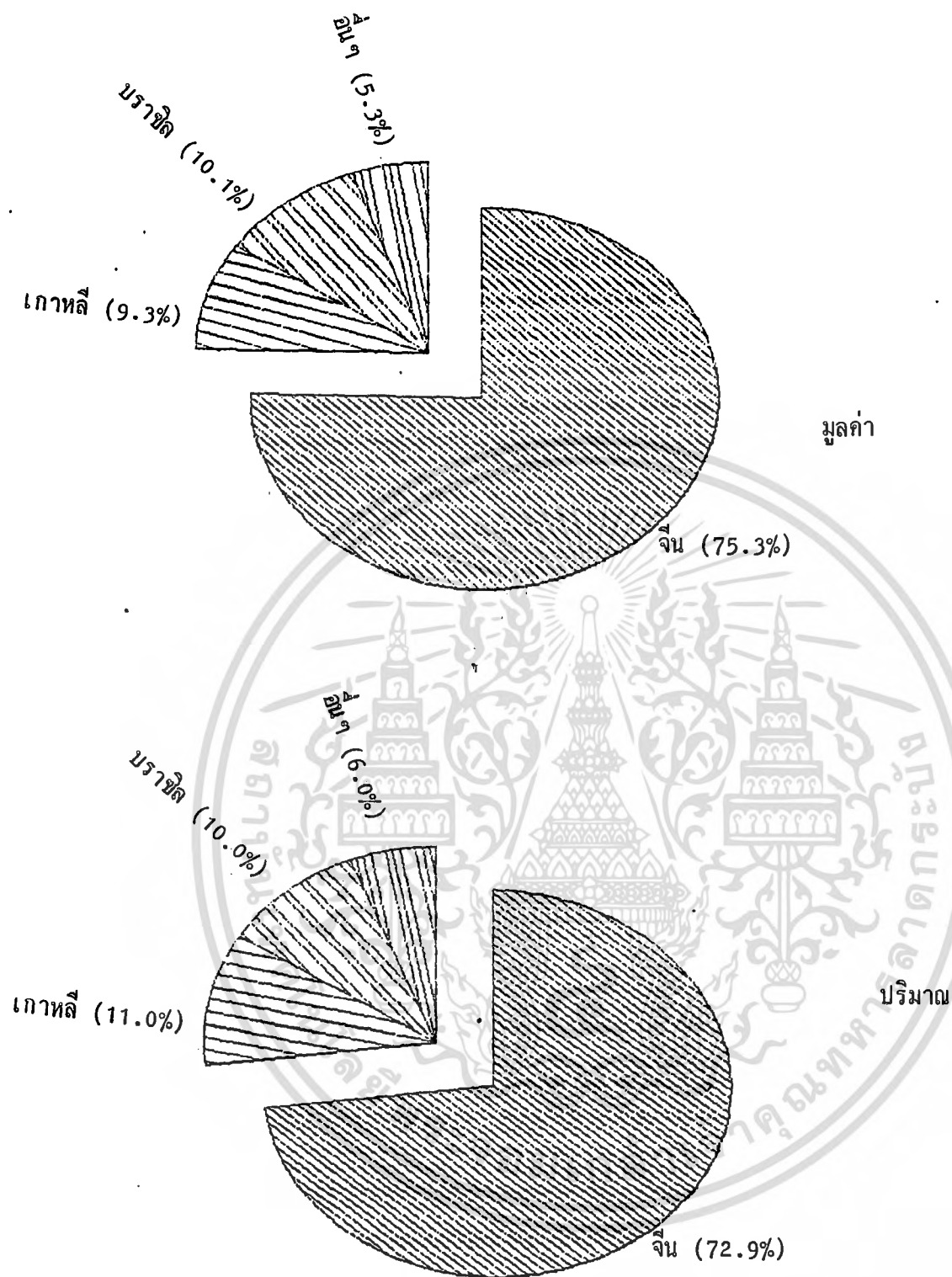
ตารางที่ 6 ปริมาณเส้นไหมยี่ห้อผลิตในประเทศและเส้นไหมนำเข้าปี พ.ศ. 2519-2530

ปี	เส้นไหมยี่ห้อผลิตได้ ในประเทศ (กิโลกรัม)	ผ้าไหมนำเข้า <sup>1/</sup> (กิโลกรัม)	อัตราส่วนเส้นไหมยี่ห้อ ผลิตได้:เส้นไหมนำเข้า	อัตราส่วนที่ประกาศใช้
2519	11,700.0	61,700.0	- <sup>2/</sup>	
2520	15,500.0	132,600.0	-	
2521	16,063.0	227,700.0	1:14.2	1:8 (1 ส.ค. 2521)
2522	14,919.0	296,995.9	1:19.9	1:25(10ก.ย. 2521)
2523	17,999.8	321,851.5	1:17.9	1:20(7 ม.ค. 2523)
2524	16,298.0	421,120.0	1:25.8	1:20
2525	24,929.5	516,477.0	1:20.7	1:20
2526	25,690.0	441,102.8	1:17.2	1:20
2527	31,391.8	379,431.5	1:12.1	1:16(26ก.ค. 2527) 1:106(4พ.ย. 2527)
2528	38,688.0	429,033.0	1:11.0	1:10
2529	45,214.0	646,800.0	1:14.3	
2530	57,248.0	790,000.0	1:13.8	

หมายเหตุ: 1/ ปริมาณเส้นไหมที่ผู้นำเข้ายื่นใบอนุญาตนำเข้า ซึ่งอยู่ในรูปไหมดิบและไหมดี กะลี่ยวสำหรับทำเส้นไหมพุ่งและเส้นย้อม

2/ ไม่ได้กำหนดไว้

ที่มา: (กองอุตสาหกรรม, 2530)



ภาพที่ 10 มูลค่าและปริมาณเส้นไหมนำเข้าจากต่างประเทศของประเทศไทย  
ในปี พ.ศ. 2530 คิดเป็นร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้นไหมยี่ห้อจำหน่ายในท้องตลาดจึงมีทั้งที่ผลิตในประเทศ และที่นำเข้าจากต่างประเทศ แต่เนื่องจากเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ในประเทศไทยยังมีคุณภาพไม่ทัดเทียมของต่างประเทศ ทำให้มีปัญหาในการทอ และยังมีราคาสูงกว่าเส้นไหมจากต่างประเทศมาก จึงไม่ค่อยได้รับความนิยมจากผู้ผลิตผ้าไหมเท่าที่ควร ผู้นำเข้าเส้นไหมจึงต้องลดราคาเส้นไหมในประเทศลงมา และชดเชยส่วนที่ขาดทุนโดยเพิ่มราคาขายสำหรับเส้นไหมในต่างประเทศ ทำให้ผู้ผลิตผ้าไหมต้องรับภาระโดยซื้อเส้นไหมต่างประเทศในราคาที่สูงกว่าปกติ

2. ลักษณะการผลิต การทอผ้าไหมของไทยโดยทั่วไปยังคงดำเนินการอยู่ในรูปหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งทำกันในครัวเรือนเป็นอาชีพรองจากการเพาะปลูก โดยเกษตรกรจะทำการผลิตเองในทุกขั้นตอน นับแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และการสาวไหม เกษตรกรมักเก็บเส้นไหมส่วนใหญ่ที่สาวได้คือประมาณร้อยละ 60 ไร่สำหรับทอผ้าเอง ส่วนที่เหลือจำหน่ายแก่โรงงานทอผ้า การทอผ้าในลักษณะนี้ทำกันในแทบทุกครัวเรือน แห่งละไม่กี่กิโลกรัม สำหรับที่ทอเป็นอุตสาหกรรมในโรงงานนั้น มักอยู่ในรูปโรงงานขนาดเล็ก ซึ่งมีกี่ทอผ้าเฉลี่ยประมาณ 30 กี่ ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และกระจุกกระจายอยู่ในท้องถิ่นที่มีการเลี้ยงไหม เช่น ทัศนครราชสีมา ขอนแก่น ชัยภูมิ และสุรินทร์ เป็นต้น ส่วนโรงงานทอผ้าไหมขนาดใหญ่มีไม่กี่แห่ง ที่ใหญ่ที่สุดและมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพเป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศมาช้านานแล้วก็คือ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด หรือที่นิยมเรียกว่า จิมทอมป์สัน ซึ่งได้พัฒนาระบบการผลิตไปในลักษณะโรงงานอุตสาหกรรม มีการจัดขบวนการผลิตเป็นขั้นตอน เพื่อควบคุมคุณภาพการผลิต และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ประโยชน์ในการประหยัดต้นทุน และพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

แม้ว่าจะมีการนำเทคนิคการผลิตที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในบางขั้นตอน แต่การผลิตผ้าไหมของไทยก็ยังคงต้องใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในขั้นตอนของการทอด้วยมือ และขึ้นอยู่กับฝีมือของผู้ทอที่จะทำให้ผ้าที่ทอได้มีเนื้อแน่นสม่ำเสมอ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการทอนั้นเดิมเป็นที่ทอผ้าแบบพื้นเมือง (พุ่งกระสวยด้วยมือ) ซึ่งทอได้ช้า ต่อมาได้พัฒนามาใช้กักระตุกซึ่งสามารถทอได้เร็วกว่าและมีประสิทธิภาพสูงกว่า จากการใช้เส้นไหมพุ่งที่สาวด้วยมือนี้เอง ทำให้ผ้าไหมไทยมีลักษณะสวยงามเป็นพิเศษ ต่างจากผ้าไหมของต่างประเทศที่ทอด้วยความจักร และเป็นข้อได้เปรียบในการขายแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

### ภาวะการตลาด

ผ้าไหมไทยนั้นเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมาก ขณะที่ความนิยมผ้าไหมในหมู่คนไทยยังอยู่ในวงแคบ นิยมใช้เฉพาะในงานพิธีสำคัญต่างๆ หรือให้เป็นของขวัญหรือของที่ระลึก เนื่องจากผ้าไหมมีราคาแพงและต้องระมัดระวังในการเก็บรักษาและทำความสะอาด ปัจจุบันมีการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประมาณร้อยละ 40 ที่เหลือเป็นการจำหน่ายในประเทศ โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นลูกค้าสำคัญ

### ตลาดภายในประเทศ

สำหรับตลาดภายในประเทศของผ้าไหมนั้น ยังแยกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ตลาดระดับท้องถิ่น และตลาดในกรุงเทพฯ และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

ตลาดผ้าไหมในท้องถิ่นนั้นเป็นตลาดที่ค่อนข้างจำกัด และยากแก่การขยายตัว สินค้าที่จำหน่ายในตลาดนี้ส่วนใหญ่คือ ผ้าไหมมัดหมี่ที่ทอโดยเกษตรกรในชนบท ซึ่งปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และสาวเส้นไหมเอง โดยมักจะทอเป็นผ้าผืนขนาดขึ้นละไม่เกิน 2 หลา ซึ่งเหมาะสำหรับทำเป็นผ้าถุง ผู้บริโภคในตลาดนี้ก็คือชาวบ้านในท้องถิ่นนั่นเอง หรือคนไทยที่ยังนิยมนุ่งห่มตามประเพณีโบราณ นอกจากนี้ยังมีพ่อค้าไปว่าจ้างให้ชาวบ้านทอเพื่อนำไปขายในชุมชนอื่นต่อไป การบริโภคในตลาดนี้จึงมีปริมาณไม่มากนัก และอยู่ในวงแคบ

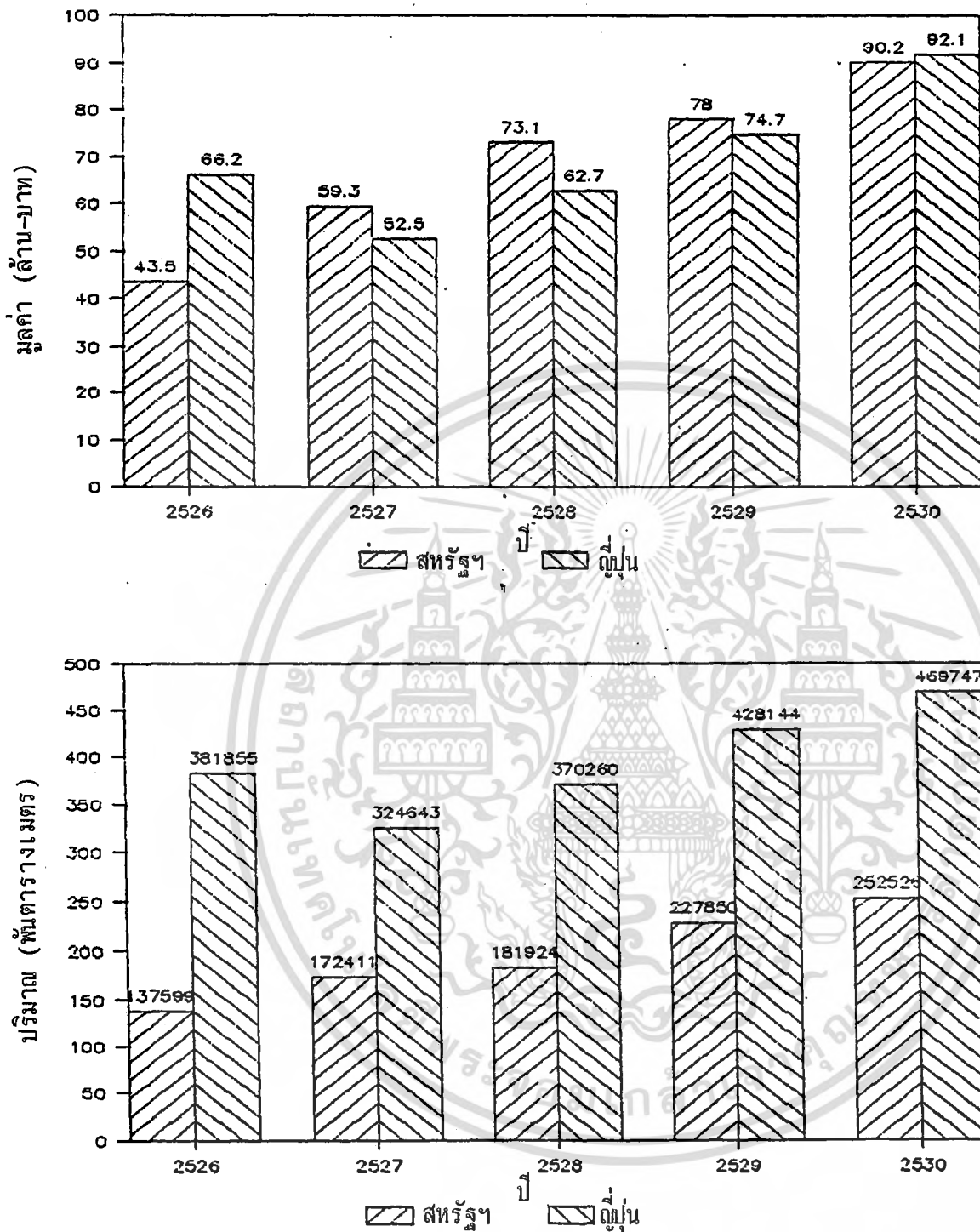
ตลาดผ้าไหมในกรุงเทพฯ และแหล่งท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศ เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ และพัทยา เป็นต้น สินค้าที่จำหน่ายเป็นพวกผ้าไหมสีพื้นหรือพิมพ์ลวดลายลงไป รวมทั้งผ้าไหมมัดหมี่ซึ่งทอเป็นพับ เหมาะกับการตัดเย็บเป็นเสื้อผ้านุ่งห่มตามสมัยนิยม นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ผ้าไหมต่างๆ อาทิ เนคไท ปลอกหมอนอิง กล่องอัญมณี เป็นต้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่คือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สำหรับคนไทยนั้นมีบ้างแต่น้อย ผู้จำหน่ายโดยทั่วไปแล้วเป็นร้านค้าขนาดเล็กซึ่งไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง ส่วนร้านค้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้นมักมีโรงทอของตนเอง ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ ตลาดแห่งนี้ขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจและภาวะการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในขณะที่ภาวะการท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มขยายตัวเป็นลำดับ ผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์จึงยังมีโอกาสที่จะขยายตลาดออกไปได้ หากมีการพัฒนารูปแบบสินค้าให้ได้มาตรฐาน

## ตลาดต่างประเทศ

เนื่องจากผ้าไหมไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมาช้านานแล้ว นอกจากจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมกลับไปเป็นของที่ระลึกอยู่เป็นประจำแล้ว ก็ยังมีการส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่างๆ หลายแห่ง ผ้าไหมที่ส่งออกมีทั้งชนิดบางที่เหมาะสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้า และชนิดหนาสำหรับบุเฟอร์นิเจอร์ และทำผ้าม่าน ซึ่งได้รับความนิยมในต่างประเทศมาก การส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ช่วงที่ผ่านมา มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 251,208 ตารางเมตร มูลค่า 33.4 ล้านบาท และ 253,600 ชิ้น มูลค่า 24 ล้านบาทในปี 2520 เพิ่มขึ้นเป็น 1,079,061 ตารางเมตร มูลค่า 249.6 ล้านบาท และ 690,924 ชิ้น มูลค่า 109.2 ล้านบาทในปี 2529 และในปี 2530 สามารถส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้ประมาณ 1,307,045 ตารางเมตร มูลค่า 306.3 ล้านบาท และ 1,027,525 ชิ้น มูลค่า 158.7 ล้านบาท (ตารางผนวกที่ 4)

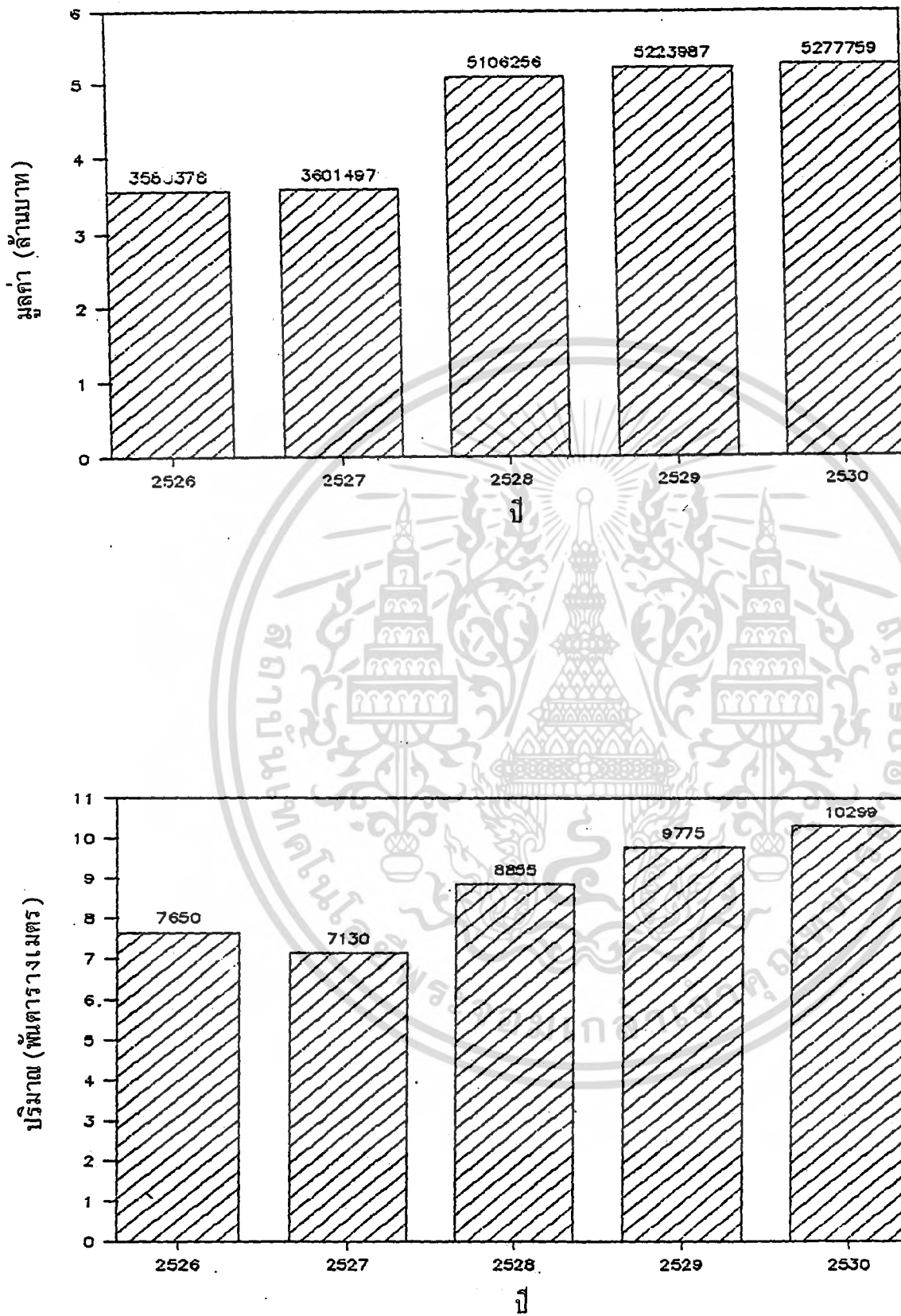
ตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญของไทยคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน โดยที่ประเทศไทยส่งออกผ้าไหมไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่นสูงเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นมูลค่าประมาณ 92.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 30.07 ของผ้าไหมไทยทั้งหมดที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ในปี 2530 ผ้าไหมไทยชนิดที่ตลาดแห่งนี้นิยมก็คือ ผ้าไหมไทยชนิดหนาสำหรับบุเฟอร์นิเจอร์ ขณะเดียวกันสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันก็เป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญของไทย โดยในปี 2530 ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไปจำหน่ายยังสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันสูงเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นมูลค่าประมาณ 470 ล้านบาท หรือร้อยละ 29.62 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นพวกปลอกหมอนอิง (ตารางภาคผนวกที่ 5, 6 และ 7, ภาพที่ 11, 12 และ 13)

ผู้ส่งออกผ้าไหมไทยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตเอง ทั้งนี้ เพื่อให้มีการควบคุมคุณภาพให้ได้ตรงตามมาตรฐานสินค้าผ้าไหมเพื่อการส่งออก รวมทั้งมีการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องตรงตามกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และนอกจากการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศแล้ว ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ยังเปิดร้านจำหน่ายปลีกในประเทศควบคู่ไปด้วย เพื่อเพิ่มปริมาณการขาย



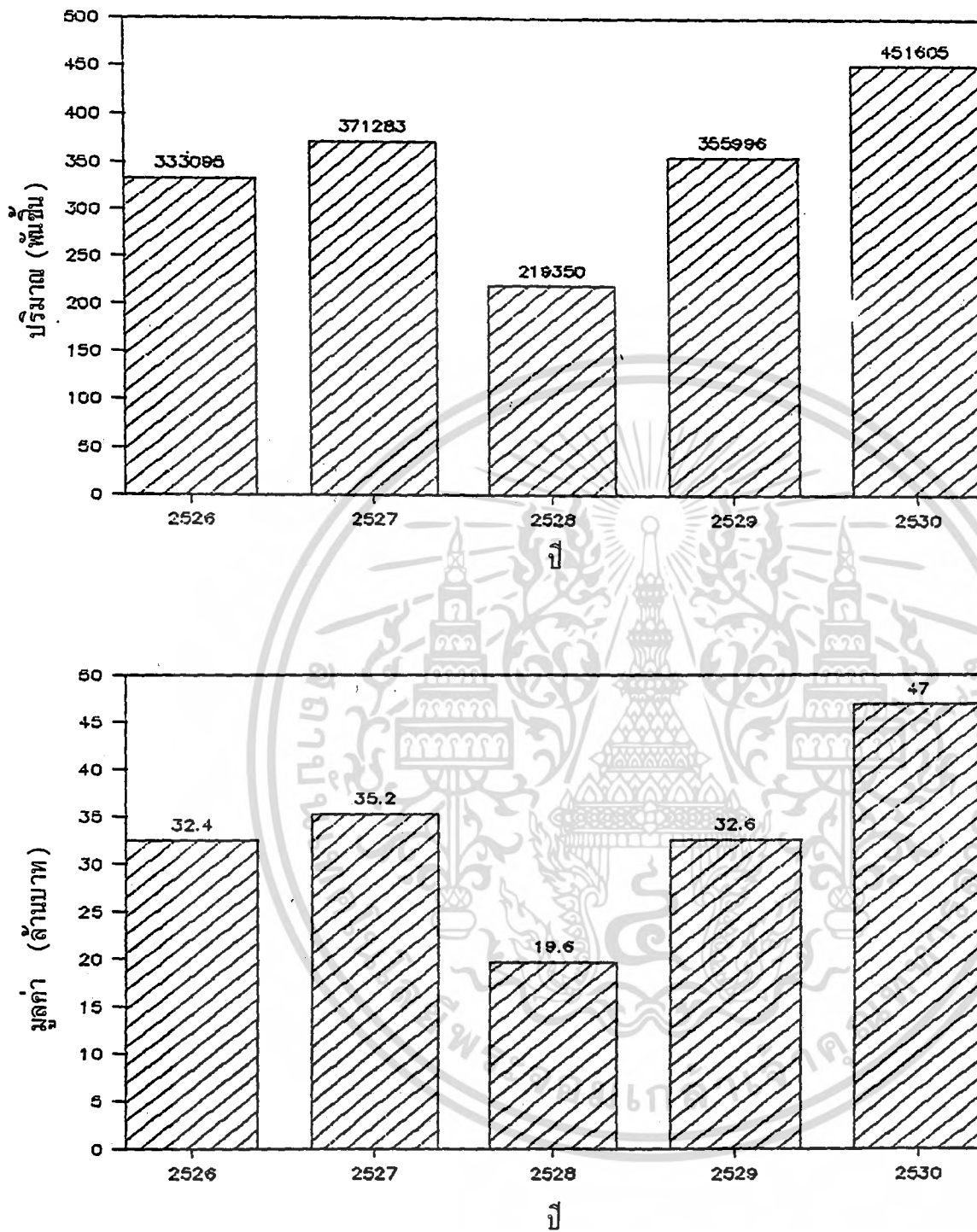
ภาพที่ 11 มูลค่าและปริมาณส่งออกผ้าไหมไทย เปรียบเทียบระหว่างสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ปี 2526-2530

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 12 มูลค่าและปริมาณผ้าไหมจู้ส่งออกปสหรัฐอเมริกา ปี 2526 - 2530

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 มูลค่าและปริมาณผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยส่งออกไปสหพันธรัฐเยอรมัน  
ปี 2526-2530

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ผลิตอยู่หลายราย ทำให้ผ้าไหมสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้านั้นมีการแข่งขันในตลาดต่างประเทศค่อนข้างสูง ขณะที่ผ้าไหมสำหรับตกแต่งบ้านนั้นยังมีการแข่งขันน้อย และมีช่องทางที่จะขยายตลาดในต่างประเทศออกไปได้อีกมาก ผู้ผลิตควรให้ความสนใจผ้าไหมประเภทนี้มากขึ้น สำหรับคู่แข่งในตลาดต่างประเทศที่สำคัญคือ สาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดีย ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าของไทยมาก ทำให้สามารถขายได้ในราคาที่ถูกลงกว่า อย่างไรก็ตามผ้าไหมไทยก็มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างจากผ้าไหมของประเทศอื่น และยังได้สิทธิพิเศษภาษีศุลกากร โดยยกเว้นภาษีการนำเข้าในตลาดที่สำคัญๆ โดยเฉพาะสหรัฐฯ และประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป ขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ไม่ได้รับสิทธิพิเศษฯ ดังกล่าว การส่งออกผ้าไหมของไทยนั้นยังมีช่องทางที่จะขยายตัวไปได้อีก โดยเฉพาะในออสเตรเลียและบางประเทศในยุโรป เช่น เบลเยียม สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และสหราชอาณาจักร ซึ่งจะเป็นตลาดที่สำคัญต่อไปในอนาคต หากได้มีการแก้ไขระเบียบข้อบังคับในการส่งออก ซึ่งค่อนข้างเข้มงวดและทำให้เสียเวลา และค่าใช้จ่ายอันเป็นอุปสรรคสำคัญในการส่งออกผ้าไหมไทย ตลอดจนได้มีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะสินค้า

### โครงสร้างของตลาดไหมภายในประเทศ

#### 1. การซื้อขาย

1.1 รังไหม รังไหมที่เกษตรกรผลิตได้ยังมีตลาดรับซื้อน้อย ส่วนใหญ่จะซื้อขายกันในโรงงานสาวไหม ตลอดจนที่ศูนย์วิจัยและศูนย์อบรมไหมที่จังหวัดนครราชสีมา การซื้อขายจะคำนึงถึงปริมาณเส้นไหมที่จะได้รับจากรังไหม แล้วจึงจะพิจารณาถึงคุณภาพ ส่วนมากมักนิยมซื้อขายกันเป็นรังไหมสด (รังไหมที่ดักแต่ยังไม่ตาย) โดยคิดตามน้ำหนักของรังไหม เพราะให้ความเป็นธรรมในการซื้อขายมากกว่าซื้อรังไหมแห้ง ซึ่งแต่ละรายย่อมแห้งไม่เท่ากัน และยังเกิดผลเสียต่อโรงงานสาวไหมอีกด้วย กล่าวคือ โรงงานสาวไหมจะนำมาสาวรวมกัน ถ้าแห้งไม่เท่ากันการสาวไหมจะเสีย ทำให้เป็นเศษมาก โรงงานสาวไหมจึงนิยมนำไปอบแห้งเอง เพื่อตัดปัญหาการต่อรองทางด้านราคา รังไหมที่เกษตรกรนำไปขายจะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพเพื่อกำหนดราคาซื้อขายที่ศูนย์วิจัยและศูนย์อบรมไหมนครราชสีมา เสียก่อน

1.2 ไหมพุ่ง ในการซื้อขายไหมพุ่ง จะมีการตรวจสอบไหมพุ่งโดยใช้สายตา ตัดสินด้วยความชำนาญการและจะสามารถจัดแบ่งคุณภาพของเส้นไหมเป็นไหม 1 (ไหมยอดหรือไหมน้อย) ไหม 2 (ไหมกลาง) และไหม 3 (ไหมใหญ่) ซึ่งมีราคาแพง-ถูกลดหลั่นกันไปตามความขึ้นอยู่ในเส้นไหม) 11% แต่ในประเทศไทยเรายังไม่มีความเข้มงวดทางด้านวิชาการ ดังนั้นเวลาซื้อขายจึงเกี่ยงน้ำหนักกัน เพราะถ้ามีความขึ้นน้อยน้ำหนักเส้นไหมเบา ผู้ซื้อย่อมได้เปรียบ

### 1.3 ไหมยืน แบ่งการซื้อขายออกเป็น 2 วิธี คือ

1.3.1 ไหมยืนที่ผลิตในประเทศ กลุ่มผู้ผลิตได้ตั้งชมรมผู้ผลิตไหมยืนขึ้น แล้วจะรวบรวมเส้นไหมที่ผลิตได้มาขายให้แก่คณะกรรมการจัดซื้อและขายไหมยืน ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ค้าคนกลางขายเส้นไหมให้แก่โรงงานทอผ้า ในราคาทางราชการได้ประกันไว้

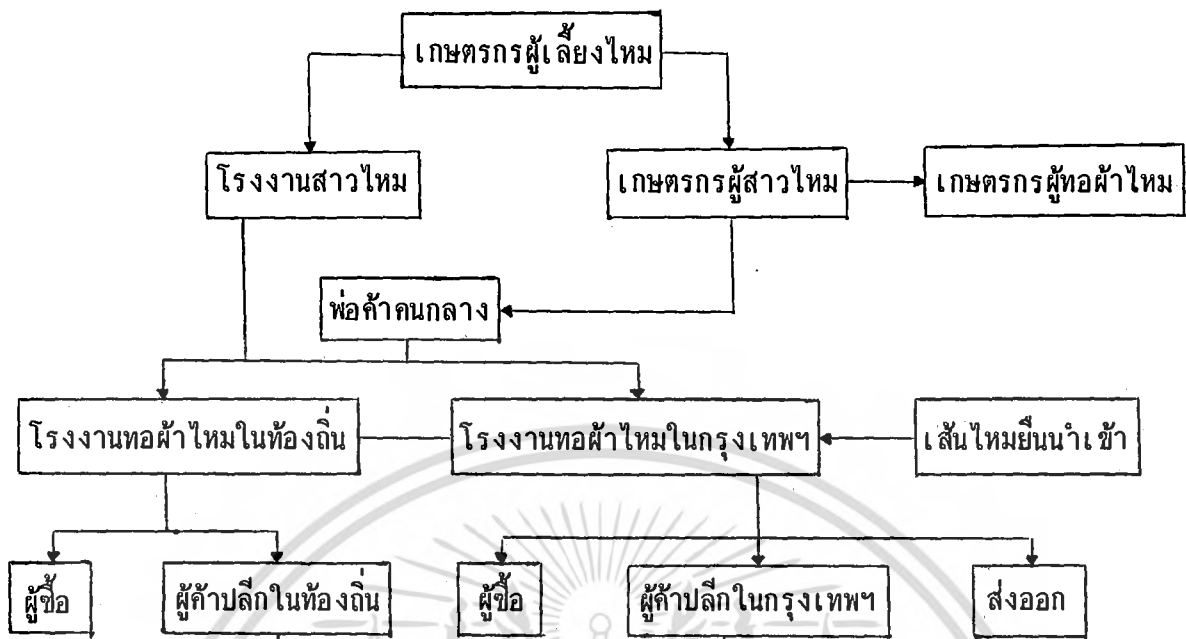
1.3.2 ไหมยืนที่โรงงานทอผ้านำเข้าจากต่างประเทศ ห้างนำเข้าโดยตรงและผ่านพ่อค้าคนกลาง ผู้นำเข้าจะต้องซื้อเส้นไหมยืนที่ผลิตได้ในประเทศ ตามอัตราส่วนที่ทางราชการกำหนด

2. ขั้นตอนการตลาด (ภาพที่ 14) ขั้นตอนการซื้อขายเส้นไหมของเกษตรกรและพ่อค้าคนกลาง มีดังนี้

#### 2.1 เส้นไหมพุ่ง

2.1.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงไหม จะขายรังไหมให้แก่โรงงานสาวไหมในท้องถิ่นหรือพ่อค้าคนกลางระดับท้องถิ่น เพื่อทำการสาวเป็นเส้นไหมพุ่ง หรือเกษตรกรอาจเก็บไว้สาวเองภายในครัวเรือน

2.1.2 เกษตรกรผู้สาวไหม จะขายเส้นไหมให้กับพ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อในท้องถิ่นหรือโรงงานทอผ้าที่เข้ามารับซื้อเอง บางครั้งเกษตรกรก็จะเก็บไว้ใช้ทอผ้าเองภายในครัวเรือน



ภาพที่ 14 วิธีการตลาดผ้าไหมไทย ปี 2530

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 พ่อค้าคนกลางระดับท้องถิ่น มีทั้งที่รับซื้อรังไหมและเส้นไหมหรือรับซื้อทั้งสองอย่าง เพื่อจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลางในระดับจังหวัด หรืออาจจำหน่ายให้กับผู้สาวไหมหรือโรงงานทอผ้าไหมโดยตรง นอกจากนี้ยังจำหน่ายให้แก่ผู้ทอผ้ารายย่อยอีกด้วย

2.1.4 พ่อค้าคนกลางระดับจังหวัด จะรับซื้อรังไหมและเส้นไหมจากเกษตรกรโดยตรงหรือจากพ่อค้าท้องถิ่น และจะขายรังไหมให้แก่โรงงานสาวไหม และเส้นไหมแก่โรงงานทอผ้าในจังหวัดหรือในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังจำหน่ายปลีกให้แก่ผู้ทอรายย่อยอื่นอีกด้วย

2.1.5 ผู้ทอผ้าในครัวเรือน จะรับซื้อเส้นไหมจากเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมในท้องถิ่น และซื้อเส้นไหมจากพ่อค้าท้องถิ่นหรือระดับจังหวัด เพื่อนำมาทอผ้าเองภายในครัวเรือน

2.1.6 โรงงานทอผ้ารายย่อย จะรับซื้อเส้นไหมพุ่งโดยตรงจากเกษตรกรหรือพ่อค้าคนกลาง

2.1.7 โรงงานทอผ้ารายใหญ่ จะรับซื้อเส้นไหมพุ่งโดยตรงจากเกษตรกรหรือพ่อค้าคนกลาง

## 2.2 เส้นไหมย้อม

2.2.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงไหม มีหลายลักษณะ ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมตามนิคมสร้างตนเอง และเลี้ยงตามความช่วยเหลือของโครงการต่างๆ นอกจากนี้ผู้ผลิตเส้นไหมย้อมจะจ้างชาวบ้านเลี้ยงไหมเองด้วย เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมจะไม่สาวไหมเอง แต่จะส่งให้แก่โรงงานสาวไหม เพราะการสาวไหมต้องใช้เครื่องจักร

2.2.2 โรงงานสาวไหมย้อม จะรับซื้อรังไหมจากเกษตรกรผู้เลี้ยงไหม โรงงานบางแห่งจะเลี้ยงไหมเองโดยจ้างเกษตรกร นอกจากนี้อาจรับซื้อรังไหมจากพ่อค้าคนกลาง ปัจจุบันโรงงานสาวไหมย้อมมีทั้งหมด 6 โรงงาน

2.2.3 ร้านารายณ์ภัตต์ จะทำหน้าที่แทนคณะกรรมการจัดซื้อและขายไหมย่น โดยรับซื้อไหมย่นจากผู้ผลิตเพื่อจำหน่ายให้แก่โรงงานทอผ้า หรือผู้นำเข้าเส้นไหมในราคาประกันที่ทางราชการกำหนดขึ้น และจำหน่ายในอัตราส่วนที่ทางราชการกำหนด

2.2.4 ผู้นำเข้า มีสองประเภท ได้แก่ ผู้นำเข้าเส้นไหมทั่วไปและโรงงานทอผ้าไหมรายใหญ่ ซึ่งจะต้องซื้อเส้นไหมจากร้านารายณ์ภัตต์ในอัตราส่วนที่กำหนด สำหรับผู้นำเข้าทั่วไป จะจำหน่ายเส้นไหมให้แก่โรงงานทอผ้ารายย่อยหรือให้แก่พ่อค้าคนกลางเพื่อไปจำหน่ายต่อไป

2.2.5 พ่อค้าคนกลาง มี 2 ประเภท คือพ่อค้าคนกลางระดับจังหวัดหรือพ่อค้าคนกลางในกรุงเทพฯ จะรับซื้อเส้นไหมจากผู้ผลิตหรือจากผู้นำเข้า จำหน่ายต่อให้แก่พ่อค้าคนกลางระดับท้องถิ่นหรือจำหน่ายให้แก่โรงงานทอผ้า

2.2.6 โรงงานทอผ้า โรงงานทอผ้ารายย่อยจะรับซื้อเส้นไหมย่นจากพ่อค้าท้องถิ่น ส่วนโรงงานทอผ้ารายใหญ่จะรับซื้อเส้นไหมย่นโดยตรงจากพ่อค้าคนกลางในกรุงเทพมหานคร

2.2.7 ผู้ทอผ้าในครัวเรือน จะซื้อเส้นไหมย่นจากผู้ผลิตโดยตรงหรือจากพ่อค้าท้องถิ่น

2.3 ผ้าไหม ขั้นตอนการตลาดจะต่อจากเส้นไหมพุ่งและเส้นไหมย่น ดังนี้

2.3.1 ผู้ค้าคนกลางผู้รวบรวมผ้าไหมท้องถิ่น เป็นผู้รับซื้อผ้าไหมทั้งจากโรงงานทอผ้าและจากเกษตรกรผู้ทอผ้าไหมในท้องถิ่น เพื่อรวบรวมนำเข้ามาจำหน่ายแก่ผู้ค้าส่งในกรุงเทพมหานครและผู้ค้าปลีกในต่างจังหวัด

2.3.2 โรงงานทอผ้าไหมในกรุงเทพมหานคร ผ้าไหมที่ทอได้จะจำหน่ายปลีกให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง บางส่วนจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง เพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ หรือบางครั้งเป็นผู้ส่งออกเสียเอง

2.3.3 ผู้ค้าส่งในกรุงเทพมหานคร เป็นผู้รวบรวมผ้าไหมทั้งจากท้องถิ่น และในกรุงเทพมหานคร เพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้ขายปลีกในกรุงเทพมหานคร และบางส่วนจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่งเพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้ขายปลีกในกรุงเทพมหานคร และบางส่วนส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

2.3.4 ผู้ค้าปลีกทั้งในกรุงเทพมหานครและในท้องถิ่น ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครรับซื้อผ้าไหมจากผู้ค้าส่งในกรุงเทพมหานคร เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคทั่วไป และอาจส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ส่วนผู้ค้าปลีกในท้องถิ่นจะรับซื้อจากผู้ค้าคนกลางซึ่งเป็นผู้รวบรวมผ้าไหมในท้องถิ่น แต่ในบางครั้งก็อาจรับซื้อผ้าไหมจากผู้ค้าส่งในกรุงเทพมหานคร เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคด้วย

### การนำเข้า

1. การผลิตเส้นไหมในประเทศ นับว่ายังอยู่ในระดับขาดแคลน ไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมทอผ้าไหม ทำให้ต้องมีการนำเข้าเส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูปจากต่างประเทศ ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 50-70 ของปริมาณความต้องการใช้ในประเทศ และแม้ว่าในระยะหลังปริมาณการผลิตเส้นไหมในประเทศจะเพิ่มขึ้น แต่การนำเข้าก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน เนื่องจากการขยายตัวของ การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์

2. ในปี 2530 (ม.ค.-ต.ค.) มีการนำเข้าเส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูป ปริมาณ 790.0 เมตริกตัน มูลค่า 405.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่าช่วงเดียวกันของปี 2529 ซึ่งนำเข้าปริมาณ 507.7 เมตริกตัน มูลค่า 269.7 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 55.60 และร้อยละ 50.30 ตามลำดับ

ทั้งนี้ จำแนกเป็นเส้นไหมดิบปริมาณ 405.5 เมตริกตัน มูลค่า 202.1 ล้านบาท และเส้นไหมสำเร็จรูปปริมาณ 384.5 เมตริกตัน มูลค่า 203.3 ล้านบาท ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี ญี่ปุ่น และบราซิล สำหรับการนำเข้ารังไหมดิบและผ้าไหมมีเพียงเล็กน้อย ส่วนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไม่มีการนำเข้า

3. ในการนำเข้าเส้นไหม ต้องปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับในการนำเข้า เนื่อง

จากเส้นไหมเป็นสินค้าที่อยู่ในข่ายควบคุมการนำเข้าตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องการนำเข้าสินค้ามาในราชอาณาจักร (ฉบับที่ 79) พ.ศ. 2519 ควบคุมการนำเข้าเส้นไหมดิบที่ยังไม่ได้ตีเกลียว และเส้นไหมสำเร็จรูปเข้ามาในราชอาณาจักร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมการผลิตเส้นไหมในประเทศ ให้สามารถขายเส้นไหมที่ผลิตได้ และผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมสามารถขายรังไหมได้ในราคาพอสมควร

อย่างไรก็ดี ต่อมาเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2519 ได้มีการอนุญาตให้นำเข้าเส้นไหมได้ โดยผู้นำเข้าต้องซื้อเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตภายในประเทศชดเชยในอัตราส่วนร้อยละ 25 ของปริมาณ (น้ำหนัก) เส้นไหมที่ขออนุญาตนำเข้า แต่โดยที่ปริมาณการผลิตเส้นไหมยังไม่เพียงพอ กับความต้องการใช้ในประเทศ จึงได้ลดอัตราส่วนการซื้อเส้นไหมยี่ห้อภายในประเทศชดเชยจากร้อยละ 25 เหลือร้อยละ 20 เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2520 แต่ภายหลังปรากฏว่าได้มีการนำเข้าเส้นไหมมากขึ้น ทำให้ต้องซื้อเส้นไหมยี่ห้อภายในประเทศชดเชยเพิ่มขึ้น ในขณะที่ปริมาณการผลิตเส้นไหมยี่ห้อภายในประเทศไม่เพียงพอที่จะส่งมอบให้แก่ผู้นำเข้าได้ จึงได้ลดอัตราส่วนการซื้อเส้นไหมยี่ห้อภายในประเทศชดเชย จากร้อยละ 20 หรือร้อยละ 12.5 เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2521 ต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงอัตราซื้อชดเชย และระดับราคาซื้อตามภาวะการผลิตจนถึงปัจจุบัน กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดอัตราส่วนการซื้อเส้นไหมยี่ห้อภายในประเทศชดเชยไว้ร้อยละ 4 ของปริมาณ (น้ำหนัก) เส้นไหมที่ขออนุญาตนำเข้าตามประกาศกรมการค้าต่างประเทศ ลงวันที่ 1 พฤษภาคม 2530 (ภาคผนวกแนบท้าย) ทั้งนี้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ทำหน้าที่เป็นคนกลางรับซื้อจากผู้ผลิต และจำหน่ายแก่ผู้นำเข้าตามราคาที่กำหนด และทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะเป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพ และออกใบรับรองให้ผู้นำเข้าเพื่อนำไปขออนุญาตนำเข้าเส้นไหมยี่ห้อจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ต่อไป

### การส่งออก

1. ประเทศไทยส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไปประเทศต่างๆ ในโลกกว่า 50 ประเทศ ผ้าไหมที่ส่งออกมีทั้งผ้าไหมไทยและผ้าไหมจู้รี แต่ส่วนใหญ่จะเป็นผ้าไหมไทย โดยในปี 2530 ประมาณร้อยละ 65.05 ของมูลค่าผ้าไหมที่ส่งออกทั้งหมดจะเป็นผ้าไหมไทย ส่วนผ้าไหมจู้รีมีประมาณร้อยละ 1.25 ที่เหลืออีกร้อยละ 33.70 จะเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทอด้วยไหม ปลอกหมอนอิง ผ้าคลุมเตียง กล่องบุหรี่ปหรือซองใส่บุหรี่ป ของใส่แว่นตา กล่อง

อัญมณี กระเป๋าใส่เงิน ผ้าเช็ดหน้า ผ้าพันคอ และเนคไท เป็นต้น ทั้งนี้ในการส่งออกผ้าไหมไทย และผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่างประเทศ ต้องผ่านการตรวจสอบของสำนักงานมาตรฐานสินค้า โดยต้องได้มาตรฐานตามข้อกำหนด จึงจะส่งออกได้

2. การส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวมาก อัตราการขยายตัวด้านการส่งออกในช่วงระหว่าง 2528-2530 เฉลี่ยร้อยละ 24.97 ต่อปี ทั้งนี้เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวขึ้น ทำให้การส่งออกดีขึ้น เพราะตลาดผ้าและผลิตภัณฑ์จะขึ้น โดยตรงกับภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3. สำหรับปี 2530 ประเทศไทยส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่างประเทศมีมูลค่าทั้งสิ้น 470.9 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2529 ส่งออกมูลค่า 365.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.7 ในจำนวนนี้เป็น การส่งออกผ้าไหมไทยและผ้าไหมจตุรมูลค่า 312.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 66.30 ของมูลค่าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ส่งออกทั้งสิ้น และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมูลค่า 158.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.7 โดยมีผู้ส่งออกรายใหญ่คือ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทยจำกัด บริษัทอัสโกอินเตอร์เนชันแนลเทรดดิ้ง จำกัด บริษัทไหมกิจชัย จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัดจตุรภูมิไหมไทย และห้างหุ้นส่วนจำกัดแอนิต้าเอกซ์พอร์ต เป็นต้น

4. ตลาดรับซื้อผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของไทย อันดับหนึ่งได้แก่ สหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ในระยะหลังเริ่มมีการกระจายการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ มากขึ้น เช่น ส่งออกไปตลาดญี่ปุ่น และกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป สำหรับประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี และอินเดีย เป็นต้น

5. เมื่อเปรียบเทียบผ้าไหมไทยกับผ้าไหมของประเทศคู่แข่งรายอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียด้วยกันแล้ว ในด้านคุณภาพ มาตรฐานสินค้า การออกแบบ และการให้สีสรร รวมทั้งราคาสินค้าของไทยยังคงอยู่ในระดับเดียวกับฟิลิปปินส์ อินเดีย และบังกลาเทศ สำหรับผ้าไหมจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง และสาธารณรัฐเกาหลี ได้พัฒนาล้ำหน้ากว่าไทยมาก

โดยเฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน นับตั้งแต่ปี 2522 เป็นต้นมา เทคนิคการผลิตไหมของจีนได้รับการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นจากเดิม โดยนอกจากจะรวมทุนกับต่างชาติ เพื่อขยายการผลิตแล้ว ยังนำเข้าเครื่องจักรทอไหม อุปกรณ์และเทคโนโลยีสำหรับการพิมพ์และ

ย้อมสีไหมจากฝรั่งเศส สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันและอิตาลี ขณะเดียวกันเงินเองก็ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตตัวไหม และจัดหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับไหมให้ต่างประเทศด้วย

นอกจากนั้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2531 ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้มีการปรับอัตราภาษีศุลกากรการนำเข้าและส่งออกสินค้าครั้งสำคัญรวม 52 รายการ (สินค้านำเข้า 47 รายการ และสินค้าออก 5 รายการ) โดยได้มีการงดเก็บภาษีการส่งออกไหมดิบ ซึ่งเดิมเคยเก็บร้อยละ 30 นับแต่นั้นไปไม่ต้องเสียภาษี ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นการส่งออกและเพื่อชดเชยการขาดทุนของผู้ผลิตและผู้ส่งออกอันเนื่องมาจากค่าใช้จ่ายภายในสูงขึ้น

6. ผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ จะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากประเทศผู้นำเข้า ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย เป็นต้น (ตารางที่ 11) โดยเฉพาะญี่ปุ่น ได้รวบรวมไหมไทยเข้าเป็นสินค้าเป้าหมายและมีการเจรจาหนดเป้าหมายส่งออกไปญี่ปุ่นทุกปี

#### ลู่ทางตลาดนำเข้าที่สำคัญ

1. สหรัฐอเมริกา สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์รายใหญ่อันดับหนึ่งของไทย เนื่องจากเป็นตลาดใหญ่ที่นำเข้าผ้าไหมและเสื้อผ้าสำเร็จรูป และมีความต้องการสูงมาก เป็นผลจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความนิยมในสินค้าไหม การส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไปยังสหรัฐอเมริกาของไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี 2530 สหรัฐอเมริกานำเข้าผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นมูลค่า 112.2 ล้านบาท (จำแนกเป็นผ้าไหมไทยมูลค่า 90.2 ล้านบาท ผ้าไหมจอร์มูลค่า 5.3 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมูลค่า 16.7 ล้านบาท) เปรียบเทียบกับปี 2529 นำเข้ามูลค่ารวม 91.5 ล้านบาท (ผ้าไหมไทยมูลค่า 78.0 ล้านบาท ผ้าไหมจอร์มูลค่า 5.2 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมูลค่า 8.3 ล้านบาท) นำเข้ามูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.62 หรือนำเข้าคิดเป็นร้อยละ 23.83 ของมูลค่าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ที่ประเทศไทยส่งออกทั้งสิ้นในปี 2530

ผลิตภัณฑ์ไหมที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจะมี 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่มีราคาไม่สูงนัก ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจาก

ไหม นำเข้าจากสาธารณรัฐเกาหลีและฮ่องกง เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมไหมในตลาดสหรัฐอเมริกากำลังหันไปสู่การใช้ไหมในลักษณะเส้นใยผสมเพื่อผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทำให้ปริมาณนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะประเทศแถบเอเชียได้ขยายการส่งออกไปยังสหรัฐมากขึ้น เพราะความได้เปรียบของสินค้าไหมและไหมผสมที่ไม่ต้องเสียภาษีการนำเข้า เมื่อเทียบกับเส้นใยสิ่งทออื่นๆ เช่น เส้นใยประดิษฐ์ จึงเป็นเหตุให้สหรัฐอเมริกาเริ่มจำกัดการนำเข้าโดยรวมไหมไทยผสม (silk blended items) เป็นประเภทสิ่งทอที่อยู่ภายใต้ข้อตกลงสิ่งทอ (MPA) ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2529-2534) ซึ่งต่ออายุเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2529

2. ญีปุ่น เป็นประเทศผู้นำเข้าและส่งออกไหมไทยและผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของโลก ทั้งนี้ได้เปลี่ยนจากประเทศผู้ส่งออกมาเป็นประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ไหมในราวปี 2528 เนื่องจากมีการใช้ภายในประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งนำไปสู่การขาดแคลนฝ้ายดิบ และญี่ปุ่นได้หันมาหาประเทศผู้ผลิตใหม่ ๆ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา

การนำเข้า ญี่ปุ่นจะนำเข้าผ้าไหมเพื่อนำไปแปรรูปเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (value-added) และ re-export ไปจำหน่ายต่างประเทศ ทั้งนี้ปริมาณนำเข้าถูกจำกัดโดยรัฐบาลญี่ปุ่น และมีมาตรการควบคุมโควตาคารนำเข้าเป็นตารางเมตร ประมาณร้อยละ 70 ของผ้าไหมที่ญี่ปุ่นนำเข้าจะนำเข้าจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและสาธารณรัฐเกาหลี ขณะที่ไต้หวันเป็นอันดับสาม

สาธารณรัฐเกาหลีและไต้หวันจะส่งออกผ้าไหมไปญี่ปุ่น ขนาดความกว้าง 18 นิ้ว สำหรับใช้ในการทำกิโมโน ขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนส่งออกผ้าไหมขนาดกว้าง 36 นิ้ว และประเทศอื่นๆ รวมทั้งยุโรปตะวันตก ส่งออกผ้าไหมขนาดต่างๆ และขนาดเล็กไปยังญี่ปุ่น

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการนำเข้าผ้าไหมของญี่ปุ่นคือความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และการ re-export ผ้าไหม โดยเฉพาะไปยังประเทศตะวันออกกลาง โดยได้มีการนำเข้าผ้าไหมที่เหมาะสมแก่การทำกิโมโน และราคาถูกกว่าผ้าที่ผลิตภายในประเทศ ขณะที่ประเทศผู้ผลิตที่ส่งออกผ้าไหม เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี และไต้หวันได้ปรับปรุงเทคโนโลยีในการผลิตผ้าไหม ซึ่งมีผลกดดันให้ญี่ปุ่นต้องนำเข้าผ้าไหมคุณภาพสูงขึ้น และการควบคุมโควตาคารนำเข้าผ้าไหมของญี่ปุ่นเป็นตารางเมตร ทำให้ในปัจจุบันมีการนำเข้าผ้าไหมที่มีน้ำหนักมากกว่านำเข้าผ้าไหมเบา เช่นในอดีต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออก ประเทศที่ญี่ปุ่นส่งออกผ้าไหมที่สำคัญได้แก่ ประเทศกลุ่มอาหรับ โดยเฉพาะซาอุดีอาระเบีย เป็นตลาดนำเข้าที่ใหญ่ที่สุดของญี่ปุ่นถึง 2 ใน 3 ของปริมาณผ้าไหมที่ญี่ปุ่นส่งออกไปยังตลาดกลุ่มนี้ นอกจากนี้ก็ส่งออกไปยังประเทศตะวันออกกลาง ได้แก่ ซีเรีย บาห์เรน และสหรัฐอเมริกาบราซิล รวมทั้ง สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และสิงคโปร์ เป็นต้น

ตลาดสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มขยายตัว และทั้งตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรป จะนำเข้าผ้าไหมหนักและในราคาแพงกว่าตะวันออกกลาง จะทรงตัวหรือลดลงในอนาคตเนื่องจากปัญหาความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองและเศรษฐกิจ รวมทั้งการเพิ่มของประเทศคู่แข่ง เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี และอินเดีย

การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ในตลาดญี่ปุ่นของไทย เริ่มดีขึ้นในช่วง 2 ถึง 3 ปีที่ผ่านมา ผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ที่ส่งไปจำหน่ายยังตลาดญี่ปุ่นของไทย มิได้มีคุณภาพเช่นเดียวกับ สาธารณรัฐประชาชนจีน หรือสาธารณรัฐเกาหลี ที่เป็นใหม่เบาใช้ทำกิโมโน แต่ของไทยจะเป็นผ้าไหมที่ใช้ทำเสื้อผ้าสำเร็จรูป และเคหะสิ่งทอที่ใช้ในบ้าน เช่น ผ้าม่าน และเครื่องแต่งเรือน

ญี่ปุ่นมีแนวโน้มนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากไทยเพิ่มขึ้น เห็นได้จากปี 2530 นำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์มูลค่าทั้งสิ้น 103 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นผ้าไหมไทยมูลค่า 92.1 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมูลค่า 10.9 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2529 นำเข้ามูลค่า 84.2 ล้านบาท (ผ้าไหมไทยมูลค่า 74.7 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์มูลค่า 7.7 ล้านบาท) นำเข้ามูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.00 หรือนำเข้าคิดเป็นร้อยละ 21.87 ของมูลค่าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ที่ประเทศไทยส่งออกในปี 2530 ทั้งนี้คาดว่า เป็นผลมาจากคุณภาพผ้าไหมไทยที่แตกต่างจากสาธารณรัฐประชาชนจีน แม้ว่าราคา ผ้าไหมจะสูงกว่าโดยเปรียบเทียบก็ตาม ประกอบกับผลของงานแสดงสินค้า HOME TEXTILE ที่ประเทศไทยจัดแสดงสินค้าประเภทไหม ปรากฏว่าได้รับความสนใจและสั่งซื้อจากผู้นำเข้าญี่ปุ่นพอสมควร

ผู้ทางการขยายการส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไปญี่ปุ่น ควรพิจารณาความต้องการของญี่ปุ่น เนื่องจากนำเข้าเพื่อใช้ในประเทศทดแทนผ้าไหมคุณภาพดีและราคาสูงที่ผลิตเพื่อส่งออก และอีกส่วนหนึ่งนำไปผลิตต่อและ re-export ไปตะวันออกกลาง ทั้งนี้ราคาและคุณภาพก็เป็นส่วนสำคัญอย่างมากต่อการนำเข้าผ้าไหมของญี่ปุ่น เนื่องจากการรวมตัวของผู้นำเข้า และ

ข้อจำกัดในการนำเข้า เพื่ออุตสาหกรรมส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ของญี่ปุ่น

3. ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าไหมราคาแพงแบบสมัยนิยมและมีคุณภาพสูง เช่น เสื้อผ้าไหมสำเร็จรูป เนคไท และผ้าพันคอ ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปจะนำเข้าผ้าไหมและเสื้อผ้าไหมจากอิตาลี สาธารณรัฐประชาชนจีน และอินเดีย เพื่อจำหน่ายแก่ลูกค้าโดยตรง และอีกส่วนหนึ่งนำไปแปรรูปและส่งออกไปประเทศกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปด้วยกันเอง และประเทศอุตสาหกรรม เช่น สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น

ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปนับเป็นตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของไทยเช่นกัน ในปี 2530 ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยมูลค่าทั้งสิ้น 155.9 ล้านบาท (ผ้าไหมไทยมูลค่า 65.6 ล้านบาท ผ้าไหมจอร์เจียมูลค่า 0.5 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมูลค่า 89.8 ล้านบาท) นำเข้าคิดเป็นร้อยละ 33.11 ของปริมาณและมูลค่าผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ที่ประเทศไทยส่งออกทั้งสิ้นในปี 2530 หรือเปรียบเทียบกับปี 2529 นำเข้ามูลค่ารวมทั้งสิ้น 115.6 ล้านบาท (ผ้าไหมไทยมูลค่า 47.1 ล้านบาท ผ้าไหมจอร์เจียมูลค่า 1.5 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์มูลค่า 66.8 ล้านบาท) นำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.10

ประเทศสำคัญในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ที่นำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยในอัตราสูง และมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้น ที่สำคัญได้แก่ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ในปี 2530 นำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 58.6 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปี 2529 นำเข้ามูลค่า 50 ล้านบาท นำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.20 รองลงมาประเทศเบลเยียม นำเข้ามูลค่า 28.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 66.47 นอกจากนี้ก็มีประเทศ สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส เป็นต้น

ความต้องการผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปนี้ จะขยายตัวตามภาวะเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามที่ตลาดอิตาลี สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส ได้จำกัดปริมาณนำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ สำหรับประเทศยุโรปอื่นๆ ไม่มีการจำกัดการนำเข้า

4. แคนาดา การส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไปตลาดแคนาดาของไทย นับว่ายังมีมูลค่าน้อยมาก ดังในปี 2530 ส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพียง 9.6 ล้านบาท (ผ้าไหมไทยมูลค่า 3.3 ล้านบาท ผ้าไหมจรีมูลค่า 0.05 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมูลค่า 6.5 ล้านบาท) เปรียบเทียบกับปี 2529 ซึ่งส่งออกมูลค่า 4.0 ล้านบาท มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 145.0 หรือส่งออกไปตลาดนี้เพียงร้อยละ 2.08 ของมูลค่าผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ที่ประเทศไทยส่งออกทั้งสิ้นในปี 2530

แคนาดานับว่าเป็นประเทศที่มีการค้าค่อนข้างเสรี ตลาดเปิดกว้างสำหรับสินค้าทุกประเภทที่มาจากทุกประเทศ และไม่ค่อยมีมาตรการกีดกันทางการค้าเหมือนกับบางประเทศ เช่นสหรัฐอเมริกา แต่มูลค่าการส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยไปยังแคนาดายังมีน้อย อย่างไรก็ตาม การส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดแคนาดา สามารถส่งออกได้เรื่อยๆ และประเทศคู่แข่งด้านผ้าไหมโดยตรงไม่มี จะมีเพียงผ้าบางชนิดที่ผู้นำเข้าจากยุโรปทดแทนผ้าไหม ซึ่งบางครั้งมีราคาค่อนข้างแพง อย่างไรก็ตาม แนวโน้มความต้องการผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ในตลาดแคนาดามักจะเป็นประเภทผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผ้าไหมเป็นส่วนประกอบมากกว่า เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทอจากผ้าไหม เช่น พวกของใช้ตกแต่งบ้านเรือน และผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น

การควบคุมการจำกัดการนำเข้า ภาษีไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

โดยทั่วไปแล้ว ภาษีนำเข้าวัตถุดิบไหมค่อนข้างต่ำ และไม่ถือเป็นการทำลายโครงสร้างการตลาดเท่าใดนัก ส่วนผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมมีการจำกัดปริมาณ และต้องเสียภาษีนำเข้ามากกว่า ซึ่งแสดงภาษีการนำเข้าในตลาดที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และประชาคมเศรษฐกิจยุโรปไว้ในตารางผนวกที่ 13 แนบท้าย

สำหรับญี่ปุ่น มีการควบคุมราคาไหมดิบภายในประเทศ และราคาที่กำหนดนี้ก็จะผ่านไปยังผู้นำเข้า รวมทั้งการนำเข้าเส้นไหมพุ่งและผ้าไหมถูกจำกัดโดยรัฐบาล และเพื่อให้สามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมได้สะดวกยิ่งขึ้น ญี่ปุ่น อินเดีย และสาธารณรัฐเกาหลีได้ ปรับปรุงระบบซึ่งผู้ส่งออกสามารถนำเข้าวัตถุดิบไหมที่ต้องการใช้บางส่วนโดยตรง ในราคาตลาดโลกได้

สหรัฐอเมริกาไม่มีการเก็บภาษีนำเข้าไหมดิบ ผ้าไหม และเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากไหม อย่างไรก็ตามเนื่องจากมีการนำเข้าจากประเทศในทวีปเอเชียเพิ่มขึ้นมาก ทำให้มีความต้องการ

ที่จะจำกัดปริมาณนำเข้า รัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้เสนอให้ใหม่และเส้นใยธรรมชาติอื่น ๆ พิจารณารวมเข้าในความตกลง MFA (Multi-Fiber-Arrangement) และให้มีการเจรจาต่อรองกันในระดับทวิภาคีเป็นรายประเทศไป

การนำเข้าเส้นไหมดิบไม่มีผลกระทบต่อการผลิตในประเทศของกลุ่มเศรษฐกิจยุโรป แม้ว่า การนำเข้าไหมดิบของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปจะมีโควตานำเข้าก็ตาม แต่การนำเข้าผ้าไหมได้ถูกควบคุมอย่างใกล้ชิด เนื่องจากมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในประเทศในด้านการแข่งขันด้านราคา โดยเฉพาะผ้าไหมจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน สำหรับผ้าไหมจากประเทศอื่น ๆ ไม่มีผลด้านการแข่งขัน จึงไม่ถูกจำกัดปริมาณ ดังนั้นประเทศฝรั่งเศส อิตาลี และสหราชอาณาจักร ได้กำหนดปริมาณนำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ กลุ่มประเทศอื่น ๆ ในประชาคมเศรษฐกิจยุโรปไม่มีการจำกัดการนำเข้า เนื่องจากไม่มีผลกระทบมากเท่ากับสามประเทศข้างต้น

สำหรับภาษีที่เรียกเก็บภายใต้สิทธิพิเศษทางศุลกากร (GSP.) แสดงในตารางที่ 13 ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละประเทศ ประเทศที่เสนอสิทธิพิเศษทางศุลกากรได้แก่ ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป สหรัฐอเมริกา สหภาพโซเวียต ญี่ปุ่น นอร์เวย์ สวีเดน ฟินแลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ สเปน ออสเตรีย ฮังการี เช็กโกสโลวาเกีย บุลกาเรีย ยูโกสลาเวีย ออสเตรเลีย

### ปัญหาและแนวทางแก้ไข

แม้ว่าผ้าไหมไทยจะมีความสวยงามเฉพาะตัวเพราะทอด้วยมือ ทำให้ได้รับความนิยมจากชาวต่างประเทศมาก แต่การส่งออกผ้าไหมของไทยในช่วงที่ผ่านมาก็ขยายตัวไปในอัตราที่ไม่สูงเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการทอผ้าไหมของไทยต้องประสบปัญหาหลายประการทั้งในด้านการผลิตและการตลาด สำหรับปัญหาที่สำคัญๆ พอสรุปได้ดังนี้

### ปัญหาการผลิต

1. ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ในการจะทอผ้าไหมให้มีคุณภาพดีนั้น นอกจากจะขึ้นกับความชำนาญและความปราณีตของผู้ทอแล้ว คุณภาพของวัตถุดิบคือ เส้นไหมที่ใช้ทอก็มีความสำคัญ โดยเฉพาะเส้นไหมฟองนั้นแม้ว่าจะผลิตกันมาช้านานแล้ว แต่เนื่องจากเกษตรกรทำการผลิตในลักษณะอาชีพรอง จึงไม่ได้ทำกันอย่างจริงจังและละเอียดที่จะปรับปรุงคุณภาพของ

ผลผลิต อาทิเช่น มีการปลูกต้นหม่อนตามบริเวณรอบที่อยู่อาศัยในเนื้อที่ไม่มากนัก และขาดการบำรุงดูแลเท่าที่ควร ขณะที่ใช้พื้นที่ส่วนใหญ่ปลูกข้าวหรือพืชไร่ซึ่งทำเป็นอาชีพหลัก ซึ่งทำให้ขาดแคลนใบหม่อนซึ่งเป็นอาหารสำคัญของตัวไหม นอกจากนี้การสาวไหมพุ่งยังเป็นการสาวด้วยมือและเป็นการผลิตรกระจายไปตามครัวเรือนเกษตรกรเป็นจำนวนมาก ซึ่งยากแก่การควบคุมคุณภาพทำให้เส้นไหมที่สาวได้มีปริมาณไม่แน่นอนและมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ผู้ทอผ้าจะต้องคัดเลือกเส้นไหมก่อนนำไปทอ ซึ่งมักจะใช้ได้เพียงร้อยละ 70-80 จึงมีผู้ทอผ้าบางรายเริ่มหันมาใช้เส้นไหมพุ่งจากต่างประเทศที่มีคุณภาพดีกว่ากันมากขึ้น เพราะทอสะดวกกว่า ซึ่งจะทำให้ผ้าไหมไทยที่มีความงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากเส้นไหมพื้นเมืองที่สาวด้วยมือเป็นเส้นพุ่งนั้น นับวันจะค่อยสูญหายไปที่สุดในที่สุด และเกษตรกรอีกจำนวนไม่น้อยที่จะต้องขาดรายได้จากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและสาวเส้นไหมไป

ปัญหาดังกล่าวนี้ควรจะได้เร่งดำเนินการแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของผ้าไหมไทยที่สืบทอดกันมาช้านานให้แพร่หลายต่อไป และก่อให้เกิดการจ้างงานในแถบชนบทเป็นจำนวนมาก สำหรับการปรับปรุงคุณภาพของเส้นไหมพุ่งนี้ควรเริ่มตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนจากทางราชการ โดยการค้นคว้าหาทั้งพันธุ์หม่อนและพันธุ์ไหมที่มีความทนทานและให้ผลผลิตสูง ตลอดจนพัฒนาเทคนิคในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมสมัยใหม่ และแนะนำให้เกษตรกรนำไปใช้อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เพื่อให้ได้รังไหมที่มีคุณภาพดีเหมาะแก่การสาวไหม ขณะเดียวกันก็ควรมีการพัฒนาในด้านการสาวไหมควบคู่ไปด้วย โดยแนะนำให้เกษตรกรนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้ เพื่อช่วยให้สามารถสาวไหมได้เร็วขึ้น และได้เส้นไหมที่มีคุณภาพสม่ำเสมอขึ้น

2. ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากการผลิตเส้นไหม ซึ่งต้องสาวด้วยเครื่องจักรนั้นยังเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทยอยู่หลายประการ โดยเฉพาะการขาดแคลนรังไหมที่มีคุณภาพดี ตลอดจนช่างที่มีความชำนาญ และเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัย ทำให้เส้นไหมยี่ห้อผลิตในประเทศยังมีคุณภาพไม่ทัดเทียมกับต่างประเทศ และมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง จึงไม่เป็นที่นิยมของผู้ทอ ทางภาครัฐบาลจึงต้องยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือ เพื่อคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศ โดยผู้นำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศต้องซื้อเส้นไหมในประเทศชดเชยในราคาประกันที่กำหนดไว้ ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่าของต่างประเทศ ทำให้ผู้ทอผ้าต้องรับภาระในการซื้อเส้นไหมคุณภาพดี

ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศด้วยราคาที่สูงกว่าปกติ ต้นทุนของผ้าไหมที่ทอได้จึงสูงตามไปด้วย อันเป็นอุปสรรคสำคัญประการหนึ่ง ต่อการแข่งขันในตลาดต่างประเทศของผ้าไหมไทย

ดังนั้นแม้ว่าในระยะแรกนี้มาตรการคุ้มครองดังกล่าว ยังคงต้องดำรงต่อไป เพื่อให้ให้อุตสาหกรรมการผลิตเส้นไหมยืนในประเทศ ที่ได้รับการส่งเสริมมาตั้งแต่แรกสามารถอยู่รอดและขยายต่อไป แต่ในระยะเดียวกันทางราชการและผู้ผลิตเส้นไหมยืนในประเทศควรจะได้ร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในอันที่จะเร่งปรับปรุงการผลิตเส้นไหมยืนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับต่างประเทศ และสามารถลดต้นทุนการผลิตลง เมื่อถึงเวลานั้นมาตรการคุ้มครองดังกล่าวก็คงไม่มีความจำเป็นต่อไป และผู้ทอผ้าก็ไม่ต้องรับภาระต้นทุนวัตถุดิบที่สูงกว่าคู่แข่งในต่างประเทศ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการขยายตลาดผ้าไหมไทยในต่างประเทศอีกต่อไป

3. ปริมาณการผลิตผ้าไหมไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับแรงงานที่มีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาล ขาดการปรับปรุงระบบบริหารในด้านแรงงาน ทำให้ปริมาณเส้นไหมที่ใช้ทอในประเทศขาดแคลน จึงมีการนำเส้นไหม Douppion เข้ามาใช้ ทำให้คุณภาพผ้าไหมไทยลดลง ผู้ผลิตบางรายลดต้นทุนการผลิต ทำให้ผ้าไหมที่ออกมามีคุณภาพต่ำ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าไหมนี้ เริ่มจากควบคุมตั้งแต่การผลิตและใช้วัตถุดิบคือการคัดเลือกเส้นไหม การฟอก ย้อม ทอ และตกแต่งให้เหมาะสมกับสมัยนิยม แม้ว่าจะเป็นที่นิยมแล้วก็จำเป็นต้องมีการปรับปรุงด้านมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น เช่น เรื่องของสีที่สม่ำเสมอและคงทน ความแน่นของเนื้อผ้า ความวาวมันของผ้าไหม

#### ปัญหาด้านการตลาด

1. ขาดการศึกษาด้านการตลาดและหาตลาดสำหรับผ้าไหม ซึ่งหมายถึงตลาดต่างประเทศเป็นหลักใหญ่ โดยไม่สามารถวางแผนได้ล่วงหน้าว่าตลาดลูกค้ามีแนวโน้มจะซื้อสินค้ามากขึ้นหรือลดลงอย่างไร วิธีค้าสินค้าผ้าไหมของไทยเรากับการสั่งซื้อของผู้ซื้อ นอกจากนั้นก็เป็นตลาดที่รอผู้ซื้อปลีกคือนักท่องเที่ยวซึ่งเข้ามาในประเทศแต่ละปี ทำให้ปริมาณและมูลค่าในการจำหน่ายผ้าไหมไม่แน่นอน

นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกในการตลาดยังมีไม่เพียงพอ ได้แก่ การขนส่ง การจัดพิมพ์ ข่าวดูสารการตลาดเกี่ยวกับราคาและหลักเกณฑ์ในการค้า ผู้ผลิตและผู้ค้าผ้าไหมยังขาดความรู้เรื่องเหล่านี้

2. ยังไม่มีการควบคุมคุณภาพของผ้าไหมที่จำหน่ายในประเทศ ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดไว้อย่างเข้มงวด โดยผู้ค้าที่ไม่ซื่อสัตย์ จึงสร้างความสับสนให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะชาวต่างประเทศอยู่เสมอ เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อกลับไปก็ทำให้เกิดความเสียหายแก่ส่วนรวมได้

ส่วนผ้าไหมไทยที่ส่งไปขายในตลาดต่างประเทศนั้น ต้องผ่านการตรวจสอบของสำนักงานมาตรฐานสินค้า แต่ก็ยังมีการลักลอบส่งออกไปโดยมิได้ผ่านการตรวจสอบเสียก่อนอยู่บ้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่ได้มาตรฐาน เป็นการทำลายตลาดผ้าไหมไทย

3. ระเบียบเกี่ยวกับการควบคุมการส่งออกที่เข้มงวดและล่าช้า แม้ว่าผ้าไหมไทยจะเป็นที่นิยมในหมู่ชาวต่างประเทศ เนื่องจากเป็นงานที่ทอด้วยมือ ซึ่งมีความประณีตงดงาม แต่การส่งออกผ้าไหมในช่วงที่ผ่านมาไม่ได้ขยายตัวไปเท่าที่ควร ส่วนหนึ่งสืบเนื่องมาจากระเบียบที่ควบคุมคุณภาพผ้าไหมเพื่อการส่งออกของทางราชการที่เข้มงวดและมีขั้นตอนซับซ้อน โดยเฉพาะขั้นตอนการนำสินค้าไปให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าตรวจสอบทุกรายการ ซึ่งยุ่งยากทั้งในการขนสินค้าไปและกลับ ตลอดจนการเรือสินค้าออกมาตรวจและเก็บเข้าที่เดิม ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นการเพิ่มต้นทุนสินค้า ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายตลาดในต่างประเทศ

ระเบียบดังกล่าวนี้ได้ใช้มาเป็นเวลานานแล้ว ตั้งแต่การผลิตและการส่งออกยังอยู่ในวงจำกัด จึงควรที่ทางราชการจะให้ทบทวนระเบียบดังกล่าว เพื่อเร่งดำเนินการแก้ไขปรับปรุง โดยพยายามลดขั้นตอนที่ซับซ้อนลง เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในปัจจุบันที่ได้ขยายตัวออกไปมากแล้ว ผู้ส่งออกผ้าไหมของไทยก็จะมีผลคล่องตัวในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศมากขึ้น เป็นการส่งเสริมการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้ขยายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว

4. ผ้าไหมไทยประสบกับการแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง เช่น อินเดียและสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งผลิตผ้าไหมออกจำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่า ราคาผ้าไหมไทยสูงกว่าผ้าไหมจากประเทศอื่น ๆ เนื่องจากรัฐบาลต้องการสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตไหมยีนในประเทศ จึงกำหนดให้โรงงานทอผ้าต้องซื้อเส้นไหมในประเทศในราคาและอัตราส่วนที่ทางราชการกำหนด

นอกจากนี้ราคาประเมินที่กรมศุลกากรเรียกเก็บภาษีจากผู้นำไหมยีนเข้าประเทศก็สูงกว่าราคาตลาดมาก ทำให้ผู้นำเข้ายังต้องเสียภาษีสูงขึ้น ซึ่งผู้นำเข้าก็จำเป็นต้องผลักราคาให้แก่โรงงานทอผ้าต่อไป มีผลให้โรงงานทอผ้าต้องซื้อไหมยีนภายในประเทศในราคาที่ทางราชการประกันไว้แล้วยังต้องซื้อไหมยีนจากต่างประเทศในราคาสูงขึ้นอีกด้วย ทำให้ต้นทุนการผลิตผ้าไหมสูงตามไปด้วย

5. ปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบของการเผยแพร่สินค้าในตลาดต่างประเทศ ในการผลิตผ้าไหมของไทยนั้น ต้องผ่านกรรมวิธีหลายขั้นตอน โดยเฉพาะการใช้เส้นไหมที่สาวด้วยมือเป็นเส้นไหมพุ่ง และการทอด้วยมือทำให้เนื้อผ้าที่ได้มีความงดงามเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัวของผ้าไหมที่ต่างจากของประเทศอื่น ๆ และนับวันจะหาได้ยาก ผ้าไหมไทยจึงเป็นสินค้าที่ส่งด้วยราคาและคุณค่า การเผยแพร่สินค้าในตลาดต่างประเทศจึงต้องพิถีพิถัน เพื่อให้เป็นที่สะดุดตาและตระหนักในคุณค่าของสินค้า ไม่ใช่การนำสินค้าไปวางขายตามร้านให้ใคร ๆ เลือกหยิบต่อรองราคาได้ตามใจชอบในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่นที่ทำกันอยู่

ทางภาครัฐบาลและเอกชน ควรจะได้ร่วมมือกันอย่างจริงจังในอันที่จะเผยแพร่ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดต่างประเทศ โดยการจัดแสดงสินค้าในลักษณะที่สะดุดตา และเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงขบวนการผลิตที่ซับซ้อนกว่าจะได้สินค้าไหม ทั้งนี้เพื่อให้ชาวต่างประเทศเกิดความประทับใจและเห็นคุณค่า อยากจะแสวงหาไว้เป็นของที่ระลึก แม้ว่าผ้าไหมไทยจะมีราคาสูงกว่าผ้าไหมชนิดอื่น ๆ ก็ตาม

#### บทบาทการช่วยเหลือของรัฐบาล

เนื่องจากรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของไหมไทย จึงได้กำหนดเป็นโครงการที่จะส่งเสริมไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2515-2519) และฉบับที่ 4 (พ.ศ.2520-2524) โดยเฉพาะในเขตที่แหล่งเลี้ยงของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้เพื่อให้มีการผลิตไหมที่มีคุณภาพดี ส่งเสริมการจ้างแรงงานเมื่อเกษตรกรว่างงานจากการเก็บเกี่ยว และเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรในระดับไร่นา

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ได้กำหนดแนวทางไว้ 4 ส่วนที่เกี่ยวข้อง คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ทางด้านสาขาเกษตร ให้มีแผนงานปรับปรุงคุณภาพใหม่ในระดับท้องถิ่น โดยอยู่ในแผนพัฒนาเขตเกษตรล้าหลัง แผนปรับโครงสร้างการผลิตการเกษตร แผนพัฒนาวิทยาการเกษตรและสินค้าใหม่ และแผนสนับสนุนการผลิตทางการเกษตร

2. ทางด้านสาขาอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งถือเป็นสาขานำในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมของแผนฯ 6 นั้น มีแนวทางว่าจะกำหนดให้มีแผนงานพัฒนาเส้นไหม และกำหนดเป็นโครงการพัฒนา เช่น

2.1 โครงการแนะนำเทคนิคการสาวไหมพุ่งที่ทันสมัยแก่เกษตรกรในชนบท

2.2 โครงการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีเส้นไหมแก่เกษตรกรและโรงงานทอผ้าในชนบท

2.3 โครงการกำหนดมาตรฐานเส้นไหมยืนและเส้นไหมพุ่ง

3. ทางด้านสาขาพาณิชย์นั้น ในแผนงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ มีแนวทางว่าจะบรรจุเรื่องผ้าไหม ไว้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าส่งออก และการเจาะตลาดต่างประเทศ

4. ทางด้านพัฒนาประสิทธิภาพของกลไกบริหารงานพัฒนา เพื่อให้เป็นการผนึกกำลัง เป็นระบบครบวงจรนั้น มีแนวทางว่าจะกำหนดให้มืองค์กรใดองค์กรหนึ่งทำหน้าที่ในการประสานงานแผนปฏิบัติการพัฒนาต่างๆ รวมทั้งเรื่องการพัฒนาไหมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สำหรับบทบาทของรัฐบาลที่มีส่วนสนับสนุนในการผลิตผ้าไหมนั้น รัฐบาลได้มอบหมายให้หน่วยราชการต่างๆ เข้าไปช่วยเหลือ โดยจัดเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำแก่เกษตรกร นับแต่ขั้นตอนแรกในการคัดเลือกพันธุ์ไหมที่ดี ตลอดจนปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตเส้นไหม ใช้วิธีการสมัยใหม่เข้าไปช่วย เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพดี ได้มาตรฐานเป็นที่ต้องการของตลาด การให้ความช่วยเหลือดังกล่าว จัดอยู่ในรูปโครงการต่างๆ เช่น

1. โครงการเร่งรัดการผลิตและการจำหน่ายไหม ดำเนินการโดยกรมประมง-สงเคราะห์
2. โครงการผลิตและการขยายพันธุ์หม่อน ดำเนินการโดยกรมวิชาการเกษตร และองค์การตลาดเพื่อการเกษตร
3. โครงการส่งเสริมการเลี้ยงไหมพันธุ์ไทย ดำเนินการโดยกรมวิชาการเกษตร และสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท
4. โครงการฝึกอบรมการสาวไหม ดำเนินการโดยสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท

นอกจากนี้มูลนิธิศิลปาชีพพิเศษ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งต้องการดำรงเอกลักษณ์ด้านหัตถกรรมไทย ได้ให้การส่งเสริมการใช้ผ้าไหมไทย และจัดวิทยากรแนะนำด้านการออกแบบ การผสมสี การย้อม โดยมีผู้ออกแบบชาวยุโรปเข้าร่วมในการแนะนำด้วย ผลการปรับปรุงดังกล่าวทำให้ผ้าไหมไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทุกขณะ

ผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ในบทนี้ประกอบด้วย 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนที่หนึ่ง แสดงผลการกะประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ไหมไทย รวมถึงการวัดความสมบูรณ์ของแบบจำลอง ส่วนที่สอง แสดงผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระในแบบจำลองจากสมการแนวโน้ม และการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออก ส่วนที่สาม แสดงผลการหาค่าดัชนีราคาขายส่งผ้าไหมไทย และดัชนีราคาส่งออกผ้าไหมไทย รวมถึงการหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาส่งออกและดัชนีราคาขายส่ง

ผลการกะประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองอุปสงค์เพื่อการส่งออก

จากแบบจำลองที่กล่าวในบทที่สอง สามารถแสดงผลการกะประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการในแบบจำลองซึ่งประกอบด้วย 3 สมการ คือ สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจู้รี และสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย ดังนี้

สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย

$$Q_{st} = -317.5044 - 6.3865 \frac{P_{st}}{CPI_t} + 0.0420 \frac{NIJPB_t}{CPI_t} + 4.9146 EXJP_t \quad (4)$$

(-2.087)\*                      (7.567)\*\*                      (5.677)\*\*

SE = 115.8980                      \*\* มีนัยสำคัญที่ 95%

F = 35.352 \*\*                      \* มีนัยสำคัญที่ 90%

DW = 1.4090

R<sup>2</sup> = 0.8481    R̄<sup>2</sup> = 0.8241    R = 0.9209    n = 23

จากสมการ (4) จะเห็นได้ว่าอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยขึ้นกับ ราคาส่งออกที่แท้จริงของผ้าไหมไทย (บาท/ตารางเมตร) รายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่น (พันล้านบาท) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของญี่ปุ่น (เยน/ดอลลาร์) เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา multicollinearity กับราคาส่งออก (มูลค่า/ปริมาณ) โดยที่ตัวแปรอิสระเหล่านี้มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกร้อยละ 84.81 (R<sup>2</sup>) และมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(F = 35.352) การทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา พบว่าอยู่ในช่วงที่ไม่สามารถสรุปได้ว่าเกิดปัญหาสหสัมพันธ์หรือไม่ ส่วนการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ ปรากฏว่า สัมประสิทธิ์ของราคาส่งออกที่แท้จริงมีนัยสำคัญที่ระดับเชื่อมั่น 95% และค่าสัมประสิทธิ์ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และรายได้ประชาชาติมีนัยสำคัญที่ระดับเชื่อมั่น 99 %

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออก ต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกที่แท้จริงมีค่ามากกว่า 1 (-2.06467) หรือความยืดหยุ่นมาก (elastic demand) แสดงว่าเมื่อราคาส่งออกที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 2.06467 ในทิศทางตรงข้าม โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่ ในขณะที่ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ประชาชาติของญี่ปุ่นมีความยืดหยุ่น 1.7051 (elastic demand) แสดงว่าเมื่อรายได้ประชาชาติเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์เพื่อการส่งออกเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.7051 ในทิศทางเดียวกัน เมื่อปัจจัยอื่นๆ คงที่ และความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกของผ้าไหมไทยต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรามีค่ามากกว่า 1 (1.9459) หรือมีความยืดหยุ่นมาก (elastic demand) แสดงว่าเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราญี่ปุ่นต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.9459 ในทิศทางเดียวกัน สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรานั้นอธิบายได้ว่า เมื่อเงินเยน/ดอลลาร์เพิ่มขึ้น ทำให้อุปสงค์เพิ่มขึ้น เพราะการเพิ่มขึ้นของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของญี่ปุ่นทำให้สินค้าญี่ปุ่นถูกลงโดยเปรียบเทียบ เมื่อราคาถูกลงทำให้ญี่ปุ่นต้องผลิตมากขึ้น จึงนำเข้าผ้าไหมไทยเป็นวัตถุดิบ เพื่อไปทำการ re-export อีกทอดหนึ่ง ทำให้ปริมาณการส่งออกผ้าไหมไทยเพิ่มขึ้นตามลำดับเช่นกัน

จากข้างต้นจึงสรุปได้ว่า ปริมาณการส่งออกผ้าไหมไทยขึ้นกับราคาส่งออกผ้าไหมไทย (ราคาที่แท้จริง) มากกว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและรายได้ของประชาชาติของญี่ปุ่น

$$1 \quad \eta_{Xi \text{ on } Y} = \frac{\Delta Y}{\Delta Xi} \cdot \frac{Xi}{Y}$$

ส่วนราคาสินค้าทดแทน เช่นราคาผ้าฝ้ายส่งออก และค่าแนวโน้มมีเครื่องหมายไม่ถูกต้อง และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากเกิดปัญหา Multicollinearity จึงไม่ปรากฏในสมการที่ (4)

สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์

$$Q_{jt} = -19456.7094 - 583.4763 \frac{P_{jt}}{CPI_t} + 115.3327 \frac{P_{wst}}{WPI_t} + 1035.2861 EX_{usat} + 718.9557 T \quad (5)$$

(-6.171)\*\*                      (2.775)\*  
(2.861)\*\*                      (3.260)\*\*

$$F = 35.352**$$

$$R^2 = 0.9386 \quad \bar{R}^2 = 0.9112 \quad R = 0.9688$$

$$SE = 1269.7047$$

$$DW = 2.4720$$

$$n = 14$$

จากสมการที่ (5) จะเห็นได้ว่าอุปสงค์ผ้าไหมจอร์เพื่อการส่งออกขึ้นกับราคาผ้าไหมจอร์ส่งออกที่แท้จริง และราคาผ้าไหมไทยขายส่งในประเทศ ณ ตลาดกรุงเทพฯ และยังขึ้นกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (บาท/ดอลลาร์สหรัฐฯ) และค่าแนวโน้มระยะเวลา โดยที่ตัวแปรอิสระเหล่านี้มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์ร้อยละ 93.86 ( $R^2$ ) และมีนัยสำคัญที่ระดับเชื่อมั่น 99 % ( $F = 34.369$ ) การทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา ผลปรากฏว่ามีค่าอยู่ในช่วงที่ไม่สามารถสรุปได้ว่า เกิดสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลาหรือไม่ ส่วนการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ ปรากฏว่าสัมประสิทธิ์ของราคาขายส่งผ้าไหมไทยในประเทศ ณ ตลาดกรุงเทพฯ มีนัยสำคัญที่ระดับเชื่อมั่น 95% นอกจากนั้นมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาผ้าไหมจอร์ส่งออกมีค่ามาก (elastic) แสดงว่าเมื่อราคาส่งออกเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 3.6082 ทิศทางตรงข้าม เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกต่อการเปลี่ยนแปลงราคาผ้าไหมไทยขายส่งในประเทศ ณ ตลาดกรุงเทพฯ มีค่ามาก (elastic demand) แสดงว่าเมื่อราคาขายส่ง

ผ้าไหมไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะมีผลทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจู้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 3.1595 ในทิศทางเดียวกัน เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ส่วนค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ มีค่ามาก (elastic demand) แสดงว่าเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะมีผลทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจู้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 4.0531 ในทิศทางเดียวกัน เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกต่อการเปลี่ยนแปลงค่าแนวโน้มน้อยมีค่ามาก (elastic demand) แสดงว่าเมื่อราคาส่งออกเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจู้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.9318 ในทิศทางเดียวกัน เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่

จากข้างต้นสรุปได้ว่า ปริมาณการส่งออกผ้าไหมจู้ขึ้นกับอัตราแลกเปลี่ยนมากที่สุด รองลงมาคือราคาผ้าไหมจู้ส่งออก และราคาผ้าไหมไทยชายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ รวมทั้งค่าแนวโน้มน้อยตามลำดับ

ส่วนรายได้ประชาชาติของสหรัฐอเมริกาไม่มีนัยสำคัญ และเครื่องหมายไม่ตรงตามทฤษฎีเนื่องจากเกิดปัญหา Multicollinearity กับค่าแนวโน้มน้อยระยะเวลาและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เงินตราจึงไม่ปรากฏในสมการที่ (5)

อุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

$$\begin{aligned} \text{LNQpt} &= 15.9302 - 0.1425 \frac{\text{Ppt}}{\text{CPIt}} - 0.0141 \frac{\text{Pswt}}{\text{WPIt}} + 0.0695 \text{EXGert} \\ &\quad (-7.165)** \quad (-3.582)** \quad (2.953)** \\ &\quad + 0.0498 \text{T} \quad (6) \\ &\quad (2.875) * \\ \text{SE} &= 0.1427 \quad \text{F} = 103.518** \quad \text{N} = 14 \\ \text{R}^2 &= 0.9893 \quad \bar{\text{R}}^2 = 0.9692 \quad \text{R} = 0.9893 \quad \text{DW} = 2.9643 \end{aligned}$$

จากสมการที่ (6) จะเห็นได้ว่าอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย ขึ้นกับราคาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ราคาผ้าไหมไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อมาร์คเยอรมัน และค่าแนวโน้มน้อยระยะเวลา โดยที่ตัวแปรเหล่านี้มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกไปสหรัฐฯ ร้อยละ 98.93 ( $\text{R}^2$ ) และมีนัยสำคัญที่ระดับเชื่อมั่น 99% ( $\text{F} = 103.158$ ) การทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรม-

เวลา ผลปรากฏว่ามีค่าอยู่ในช่วงที่ไม่สามารถสรุปได้ว่าเกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลาหรือไม่ ส่วนการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของค่าแนวโน้มระยะเวลา มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ส่วนราคาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมส่งออกที่แท้จริง ราคาผ้าไหมไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกผลิตภัณฑ์ที่มีความยืดหยุ่นน้อยมาก ( $-4.064 \times 10^{-6}$ )<sup>1</sup> หรือแทบจะไม่มี ความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelasticity) แสดงว่าเมื่อราคาส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์เพื่อการส่งออกจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ  $4.064 \times 10^{-6}$  โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และราคาเป็นไปในทิศทางตรงข้าม ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาขายส่งผ้าไหมไทยในประเทศ ณ ตลาดกรุงเทพมหานคร มีความยืดหยุ่นน้อยมาก ( $-4.667 \times 10^{-6}$ ) หรือแทบจะไม่มี ความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelasticity) แสดงว่าเมื่อราคาขายส่งผ้าไหมไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยจะเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงข้ามร้อยละ  $4.667 \times 10^{-6}$  เมื่อปัจจัยอื่นๆ คงที่ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเพื่อการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา (บาท/มาร์คเยอรมัน) มีความยืดหยุ่นน้อยมาก ( $1.505 \times 10^{-6}$ ) หรือแทบจะไม่มี ความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelasticity) แสดงว่าเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อมาร์คเยอรมันเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ  $1.505 \times 10^{-6}$  ในทิศทางเดียวกันเมื่อปัจจัยอื่นๆ คงที่ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยต่อการเปลี่ยนแปลงค่าแนวโน้มระยะเวลา มีความยืดหยุ่นน้อยมาก ( $7.8031 \times 10^{-7}$ ) หรือแทบจะไม่มี ความยืดหยุ่นเลย แสดงว่าเมื่อแนวโน้มระยะเวลาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 อุปสงค์เพื่อการส่งออก

$$1 \quad \ln y = a + bx$$

ดิฟเฟอเรนเชียล สมการ จะได้ว่า

$$\frac{1}{y} \cdot \frac{dy}{dx} = b$$

$$\text{ค่าความยืดหยุ่น} = \frac{x}{y} \cdot \frac{dy}{dx} = b \cdot x$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจอร์ และผลิตภัณฑ์ไหมไทย

สมการที่	ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกเมื่อคำนึงถึง				
	ราคาส่งออก (Pj)	ราคาผ้าไหม ขายส่ง(Pws)	รายได้ประชา ชาติ (NI)	อัตราแลกเปลี่ยน (EX)	ค่าแนวโน้ม (T)
(4) ผ้าไหมไทย	-2.06467		1.7051265	1.9495	
(5) ผ้าไหมจอร์	-3.6082	3.15954		4.053145	0.931766
(6) ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	$-4.064 \times 10^{-6}$	$-4.667 \times 10^{-6}$		$1.505 \times 10^{-6}$	$7.8031 \times 10^{-7}$

ที่มา: (จากผลการคำนวณ วิธีการคำนวณดูรายละเอียดในภาคผนวก ข.)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ  $7.8031 \times 10^{-7}$  ในทิศทางเดียวกัน เมื่อกำหนดให้ ปัจจัยอื่นๆ คงที่

จากข้างต้นสรุปได้ว่า ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยขึ้นอยู่กับราคาผ้าไหมไทย ขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ และขึ้นกับราคาส่งออกผ้าไหมจอร์ อัคราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (บาท/มาร์คเยอรมัน) และค่าแนวโน้มระยะเวลาน้อยลงตามลำดับ

ส่วนรายได้ของประชาชาติของสหพันธรัฐเยอรมัน ไม่นับสำคัญและเครื่องหมาย ไม่ตรงตามทฤษฎี ทั้งนี้เนื่องจากเกิดปัญหา multicollinearity กับอัคราแลกเปลี่ยนเงินตรา และค่าแนวโน้มระยะเวลาจึงได้ตัดออกจากสมการ

#### ผลการวัดความสมบูรณ์ของแบบจำลอง

ผลการวัดความสมบูรณ์ของแบบจำลอง โดยวัดความเหมาะสมของตัวแปรต่างๆ กล่าวคือ ค่าการวัดที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนยกกำลังสอง (root mean square error : RMSE) ค่าร้อยละของการวัดที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนยกกำลังสอง (root mean square percent error : RMSPE) ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (mean square error : MSE) ค่าร้อยละของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (mean percent error : MPE) และค่าสถิติ U ของ Theil มีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 8)

ค่าการวัดที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนยกกำลังสอง (RMSE) มีค่าสูงสุด 2,553.035 ในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์ 155.9737 และ 135.0807 ในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหม และสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยตามลำดับ นับว่าความคลาดเคลื่อนมีมาก

ค่าร้อยละของการวัดที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนยกกำลังสอง (RMSPE) มีค่าสูงสุดร้อยละ 43.7633 ในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์ ส่วนในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีค่า 5.98732 และ 2.2883 ลดลงตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (MSE) มีค่าสูงสุดคือ -19.383 ในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และมีค่าน้อยสุดในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์ คือมีค่าเพียง -0.203

ตารางที่ 8 การวัดความสมบูรณ์ของแบบจำลองอุปสงค์เพื่อการส่งออก

วิธี	Qs	Qj	Qp
- ค่ากรณีสองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนยกกำลังสอง	135.0807	2,553.035	155.9737
- ค่าร้อยละของค่ากรณีสองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนยกกำลังสอง	5.98372	43.7633	2.2883
- ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน	-18.0950	-0.2030	-19.383
- ค่าร้อยละของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน	0.2718	0.37247	0.084127
- ค่าสถิติ U ของ Theil	0.1153	0.16863	0.14491

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าร้อยละของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (MPE) มีค่าสูงสุดเพียง 0.372474 ในสมการอื่นๆ มีค่าความคลาดเคลื่อนน้อยกว่าร้อยละ 1 ทั้งสิ้น

ค่าสถิติ U ของ Theil พบว่าสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์มีความคลาดเคลื่อนสูงสุด คือ 0.168633 นอกจากนี้มีค่า 0.144907 และ 0.115315 ในสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยตามลำดับ

### ผลการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออก

#### 1. ผ้าไหมไทย

จากตารางที่ 9 จะเห็นว่า ประเมินการส่งออกจะเพิ่มจาก 1,146.27 ล้านตารางเมตรในปี 2531 เป็น 3,194.42 ล้านตารางเมตรในปี 2540 หรือส่งออกโดยเฉลี่ยปีละ 2,031,469 ตารางเมตร

#### 2. ผ้าไหมจอร์

จากตารางที่ 9 จะเห็นว่าอุปสงค์เพื่อการส่งออกจะเพิ่มจาก 12,598.66 ตารางเมตรในปี 2531 เป็น 19,780.85 ตารางเมตรในปี 2540 หรือเฉลี่ยปีละ 16,189.757 ตารางเมตร ในช่วงปี 2531-2540

#### 3. ผลิตภัณฑ์ไหมไทย

จากตารางที่ 9 จะเห็นว่า อุปสงค์เพื่อการส่งออกจะเพิ่มจาก 1,347,128 ชิ้นในปี 2531 เป็น 5,690,582 ชิ้นในปี 2540 หรือส่งออกเฉลี่ยปีละ 3,123,889.3 ในช่วงปี 2531-2540

### สาเหตุของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์

ในการศึกษาเป็นการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกของผ้าไหมไทย ผ้าไหมจอร์ และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ในอนาคตซึ่งจำเป็นต้องทราบค่าตัวแปรอิสระในช่วงที่ต้องการพยากรณ์ กล่าวคือในปี 2531-2541 เพื่อนำไปพยากรณ์อุปสงค์เพื่อส่งออก แต่เนื่องจากไม่ทราบค่าตัวแปร

ตารางที่ 9 ผลการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออก ตั้งแต่ปี 2531-2540

ปี	อุปสงค์เพื่อการส่งออก ผ้าไหมไทย (1,000 ตารางเมตร)	อุปสงค์เพื่อการส่งออก ผ้าไหมจู้รี (ตารางเมตร)	อุปสงค์เพื่อการส่งออก ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (10 ชั้น)
2531	1,146.27	12,598.66	134,712.8
2532	1,289.84	13,396.68	160,165.5
2533	1,450.47	14,194.70	189,732.4
2534	1,629.61	14,992.73	223,979.1
2535	1,828.86	15,790.75	263,539.0
2536	2,049.98	16,588.77	309,121.5
2537	2,294.88	17,386.79	361,520.9
2538	2,565.68	18,184.81	421,626.3
2539	2,864.68	18,962.83	490,433.6
2540	3,194.42	19,780.85	563,058.2

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิสระในช่วงที่จะพยากรณ์ จึงจำเป็นต้องประมาณค่าตัวแปรอิสระเหล่านั้นขึ้นมาใช้พยากรณ์ ฉะนั้น ความผิดพลาดของการพยากรณ์ในกรณีนี้จะสูงกว่าในกรณีที่เรารายค่าตัวแปรอิสระที่แน่นอน เนื่องจากจะเกิดความคลาดเคลื่อนในค่าพยากรณ์ตัวแปรอิสระที่นำมาพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออก

การพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ตั้งแต่ ปี 2508-2530 มาพยากรณ์ค่าตัวแปรอิสระช่วงปี 2531-2541 คือราคาผ้าไหมส่งออก รายได้ ประชาชาติ และอัตราแลกเปลี่ยน หลังจากนั้นจึงนำเอาตัวแปรอิสระเหล่านั้นมาพยากรณ์อุปสงค์ อีกครั้งหนึ่ง เมื่อทำการตรวจสอบค่าพยากรณ์อุปสงค์ที่ได้

จากการพยากรณ์โดยเปรียบเทียบกับค่าจริง (actual value) ปรากฏว่าค่าอุปสงค์การส่งออกที่พยากรณ์ได้ (1,018.44) ต่างจากค่าที่แท้จริงในปี 2530 มาก ก็มีค่าน้อยกว่าค่าที่แท้จริง (1,307.045) เนื่องจากเกิดเหตุการณ์บางอย่างซึ่งไม่ได้รวบรวมไว้ในแบบจำลอง คือในปี 2529-2530 เป็นช่วงที่เศรษฐกิจเจริญเติบโตมากผิดปกติ เนื่องจากรัฐบาลส่งเสริมการท่องเที่ยว และเนื่องจากปริมาณผ้าไหมไทยที่ขายขึ้นอยู่กับปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ มีผลทำให้ปริมาณการส่งออกจริงเพิ่มสูงขึ้นมากเกินปกติ นอกจากนี้รายได้ประชาชาติของญี่ปุ่นก็เพิ่มขึ้นมากผิดปกติ (จากปี 2530 เพิ่มจากปี 2529 ถึง 12,478.49 เยน) ทำให้ค่าพยากรณ์ที่ได้แตกต่างจากค่าจริงมาก ถึงแม้ว่าอัตราแลกเปลี่ยนจะลดลงถึง 35.6 เยน แต่ก็ มีผลน้อยกว่ารายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นมาก ทำให้ค่าอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยออกมาไม่ใกล้เคียงกับค่าจริงมากนัก ส่วนการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ตั้งแต่ปี 2517 ถึง 2531 มาพยากรณ์ค่าตัวแปรอิสระช่วงปี 2531-2540 คือ ในสมการอุปสงค์การส่งออกผ้าไหมจอร์ ให้ตัวแปรอิสระคือราคาผ้าไหมจอร์ส่งออก ราคาผ้าไหมขายส่งในกรุงเทพฯ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของสหรัฐอเมริกา และค่าแนวโน้ม ส่วนสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ใช้ตัวแปรอิสระคือราคาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมส่งออก ราคาผ้าไหมขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ อัตราแลกเปลี่ยนของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน และค่าแนวโน้มค่าพยากรณ์ที่ได้และค่าจริงมีค่าต่างกันมาก แต่ในปี 2530 ค่าพยากรณ์และค่าจริงมีค่าใกล้เคียงกันมาก

การที่ค่าพยากรณ์และค่าจริงมีค่าแตกต่างกันมาก เนื่องจากเหตุการณ์บางอย่างซึ่งไม่ได้รวบรวมไว้ในแบบจำลอง คือสมการถดถอยที่ประมาณค่ามาได้ อาจมีนัยสำคัญเมื่อทดสอบค่าสถิติ  $t$  ของสัมประสิทธิ์แต่ละตัวในสมการ และมีค่า  $R^2$  สูง แต่สมการเหล่านี้อาจไม่ให้ค่าพยากรณ์ที่ดีได้ ทั้งนี้เป็นเพราะสมการเหล่านี้ล้วนคำนวณมาจากข้อมูลในช่วงปี 2508-2530 และ 2517-2530 เท่านั้น ซึ่งค่าตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่เกิดขึ้นในอดีต หากเราพยากรณ์ค่าหลังปี 2530 แล้ว (ปี 2531-2540) ค่าพยากรณ์อาจจะออกมาไม่ใกล้เคียงกับความจริง เนื่องจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจในช่วงปี 2508-2530 และ 2517-2530 ต่างกับปี 2531-2540 โดยเราไม่ได้อธิบายรวมไว้ในแบบจำลอง อาจมีผลทำให้สมการเหล่านี้ใช้พยากรณ์ในช่วงอื่นๆ ที่มีช่วงของค่าสังเกต (2508-2530 และ 2517-2530) ที่นำมาประมาณค่าได้ผลไม่ดีเท่าที่ควร

### ความเคลื่อนไหวของราคาผ้าไหมไทย

1. การหาข้อมูลด้านราคาผ้าไหมไทย เป็นข้อมูลสำคัญต่อการวางแผนทางธุรกิจอุตสาหกรรมไหมไทย เพราะทั้งราคาส่งออกผ้าไหมไทยและราคาขายส่งผ้าไหมในประเทศ ณฑลภาคกรุงเทพฯ มีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้บริโภค และส่งผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์เพื่อการขนส่งทั้งของผ้าไหมไทย ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ในที่นี้จะคำนวณราคาผ้าไหมส่งออก จากข้อมูลสถิติส่งออกที่รวบรวมโดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ทั้งนี้การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการส่งออก และมูลค่าการส่งออก โดยข้อมูลด้านมูลค่าจะมีองค์ประกอบที่เป็นราคาแฝงอยู่ ดังนั้นจึงสามารถคำนวณระดับราคาผ้าไหมส่งออกได้ จากการนำมูลค่าการส่งออกผ้าไหมไทยหารด้วยปริมาณ ดังแสดงในตารางที่ 1

2. การคำนวณเลขดัชนีราคาผ้าไหมไทย สำหรับการคำนวณเลขดัชนีราคาผ้าไหมโดยใช้ข้อมูลเฉลี่ยรายปี ตั้งแต่ปี 2511-2530 และใช้ข้อมูลเฉลี่ยรายปี 2530 เป็นปีฐานโดยใช้ราคาที่ปรับด้วยดัชนีราคา (ราคาที่แท้จริง)

พิจารณาจากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างราคาผ้าไหมส่งออก มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ แต่ก็มีผิดปกติบ้าง เช่นในปี 2515-2516 ราคากลับสูงขึ้น หลังจากนั้นดัชนีราคามีค่าลดลงเรื่อยๆ จนสูงขึ้นอีกครั้งในปี 2528

ตารางที่ 10 ดัชนีราคาผ้าไหมส่งออก และดัชนีราคาผ้าไหมขายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ  
ในช่วงปี 2511-2530

ปี	ดัชนีราคาส่งออก	ดัชนีราคาขายส่ง
2511	109.20	126.12
2512	105.89	122.58
2513	107.42	134.86
2514	106.97	145.87
2515	118.10	127.49
2516	120.58	124.08
2517	114.21	109.02
2518	114.89	101.50
2519	104.97	104.67
2520	106.69	112.03
2521	106.62	99.73
2522	106.80	98.01
2523	104.12	83.20
2524	105.35	95.56
2525	99.50	97.01
2526	100.68	102.13
2527	101.68	105.40
2528	104.68	105.49
2529	101.14	105.88
2530	100.00	100.00

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนโครงสร้างของราคาผ้าไหมขายส่งในประเทศ ณ ตลาดกรุงเทพฯ พบว่ามีแนวโน้มลดลงเช่นกัน ขณะเดียวกันความผันผวนของระดับราคาในแต่ละปีมีมาก แต่ในปี 2523 ราคาขายส่งผ้าไหมที่แท้จริงลดลงต่ำสุด

การที่โครงสร้างของดัชนีราคาส่งออกและราคาขายส่ง มีแนวโน้มลดลงและมีความผันผวนของระดับราคาในแต่ละปีมาก เนื่องมาจากราคาจริงมีความผันผวนมาก รวมทั้งค่าดัชนีราคาขายส่งและราคาขายปลีกของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาก ทำให้ราคาที่แท้จริงลดลง แต่ความผันผวนก็ยังคงมีอยู่

3. การหาความสัมพันธ์ระหว่างราคาส่งออกและราคาขายส่ง หลังจากการนำข้อมูลเกี่ยวกับราคาส่งออกและราคาขายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ ซึ่งทั้งหมดเป็นราคาที่แท้จริงไปแทนค่าในสูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังแสดงในหน้า 26 จากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างราคาขายส่งผ้าไหมในตลาดกรุงเทพฯ และราคาส่งออกผ้าไหมพอสมควร ดังแสดงได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังกล่าว เท่ากับ 0.42812 โดยความสัมพันธ์แสดงในลักษณะทิศทางเดียวกัน ซึ่งสรุปได้ว่าเมื่อราคาขายส่งในกรุงเทพฯ สูงขึ้น ราคาส่งออกจะสูงขึ้นด้วย

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

แม้ว่าประเทศไทยจะเป็นประเทศเกษตรกรรม แต่ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรม อุตสาหกรรมใหม่ไทยนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สมควรจะได้รับความสนใจ เพราะนอกจากจะเป็นการใช้แรงงานที่ว่างงานในชนบทอย่างมีประโยชน์คุ้มค่าแล้ว ยังมีผลตอบแทนแก่เกษตรกรเป็นจำนวนมาก และรายได้ก็คงที่ นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ครบวงจรซึ่งใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ทำให้เกิดการพัฒนาทั้งในชนบทจนถึงการผลิตเพื่อการส่งออก เพื่อลดการขาดดุลอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทุกปี

ในการค้าระหว่างประเทศ ปัจจัยที่ผลกระทบต่อส่งออกไปยังต่างประเทศของผ้าไหมไทย คือการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออก การเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และการเปลี่ยนแปลงรายได้ของประเทศคู่ค้า ซึ่งจะมีผลกระทบต่อผลิตและการบริโภคภายในประเทศ ตลอดจนถึงการส่งออกผ้าไหมจรีและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ดังนั้นการศึกษาเรื่องขนาดผลกระทบที่เกิดขึ้นจึงเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็น เนื่องจากสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการวางแผนนโยบายอันจะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ตลาดที่สำคัญสำหรับผ้าไหมไทยได้แก่ ญี่ปุ่น รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา โดยญี่ปุ่นนำเข้าร้อยละ 35.9 และสหรัฐฯ นำเข้าร้อยละ 19.3 ของปริมาณส่งออกผ้าไหมของไทยทั้งหมด ส่วนที่เหลือส่งไปยังประเทศสมาชิกสมาคมเศรษฐกิจยุโรป ชองกง สิงคโปร์ ฯลฯ เพียงเล็กน้อย

จากการศึกษาพบว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออก อันเนื่องจากราคาส่งออกมีค่าเท่ากับ  $-2.06467$  ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย อันเนื่องมาจากรายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่น (พันล้าน) มีค่าเท่ากับ  $1.7051265$  ส่วนค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยอันเนื่องมาจากอัตราแลกเปลี่ยน (เยนต่อดอลลาร์)

มีค่า 1.9459 แสดงว่าราคาส่งออกมีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกมากกว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและรายได้ประชาชาติของญี่ปุ่น

ตลาดที่สำคัญของผ้าไหมจอร์เจีย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา นำเข้าร้อยละ 88.3 ของปริมาณส่งออกทั้งหมด รองลงมาคือ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน นำเข้า 5.8% ที่เหลือส่งไปยังแคนาดา คูเวต สหราชอาณาจักร เพียงเล็กน้อย

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์เจียอื่นเนื่องจากราคาผ้าไหมจอร์เจียส่งออกมีค่า  $-3.6082$  ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์เจียอื่นเนื่องจากผ้าไหมชายส่งในประเทศ ณ ตลาดกรุงเทพฯ มีค่า  $3.15954$  ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์เจียอื่นเนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย (บาทต่อดอลลาร์) มีค่า  $4.053145$  ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์เจียอื่นเนื่องจากค่าแนวโน้มมีค่า  $0.931766$  แสดงว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์เจียมากที่สุด และค่าแนวโน้มราคาส่งออกผ้าไหมจอร์เจียราคาชายส่งผ้าไหม ณ ตลาดกรุงเทพฯ มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกลดลงตามลำดับ

สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพบว่า ตลาดที่สำคัญได้แก่ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน นำเข้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา นำเข้าร้อยละ 15.2 ที่เหลือส่งออกไปยังญี่ปุ่น ประเทศสมาชิกสมาคมเศรษฐกิจยุโรป และแคนาดา

จากการศึกษาพบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยต่อราคาส่งออกผลิตภัณฑ์มีค่า  $4.064 \times 10^{-6}$  ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยต่อราคาผ้าไหมไทยชายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ มีค่า  $4.667 \times 10^{-6}$  ส่วนความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ไหมไทยต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของไทยต่อเยอรมันมีค่า  $1.5051 \times 10^{-6}$  และความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ไหมไทยต่อค่าแนวโน้มมีค่า  $7.8031 \times 10^{-7}$

แสดงว่าราคาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมส่งออกมีผลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกมากที่สุด และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ค่าแนวโน้ม ตลอดจนถึงราคาผ้าไหมชายส่ง ณ ตลาดกรุงเทพฯ มีผลน้อยลงตามลำดับ

ส่วนผลการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในช่วงปี 2531-2540 ปรากฏว่าอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทยเฉลี่ยปีละ 2,031,469 ตารางเมตร ผ้าไหมจู้รีเฉลี่ยปีละ 16,189.757 ตารางเมตร และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเฉลี่ยปีละ 3,123,889.3 ขึ้น

สุดท้ายคือดัชนีราคาผ้าไหมชายส่งและดัชนีราคาผ้าไหมส่งออก พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.42814

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสามารถสรุปข้อเสนอแนะในประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จะเห็นได้ว่าอุปสงค์เพื่อการส่งออกมีลักษณะความยืดหยุ่นต่อราคาส่งออกของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมาก ถ้าระดับราคาส่งออกลดลงจะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกให้สูงขึ้น ดังนั้นนโยบายเกี่ยวกับราคาดุลยภาพที่จะได้นำมาใช้ เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกผ้าไหมไทยโดยการลดต้นทุนการผลิตเส้นไหมภายในประเทศซึ่งมีราคาสูง จึงควรเพิ่มผลผลิตเส้นไหมภายในประเทศ เริ่มตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อให้ได้ขนาดการผลิตที่ใหญ่ขึ้น ซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนการผลิตด้านต้นทุนคงที่ลง นอกจากนี้ก็ต้องอาศัยการสนับสนุนจากราชการ ทั้งทางด้านวิชาการและการให้ผู้ผลิตเส้นไหมตลอดจนถึงโรงงานทอผ้าไหมได้รับการสนับสนุนทางการเงิน โดยให้กู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเป็นเงินทุนให้กับเกษตรกรด้วยอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ยังต้องปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพในการผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ เพื่อการส่งออกมากขึ้น ตลอดจนระเบียบขั้นตอนของทางราชการในการตรวจสอบสินค้า การรื้อค้นออกมาตรวจ และการนำเข้าที่เดิมทำให้อยู่ในสภาพไม่สวยงาม ไม่ดึงดูดใจผู้ซื้อ จึงควรได้มีการตกลงระหว่างทางราชการและเอกชนในเรื่องนี้เสียใหม่ รวมทั้งด้านการรักษาคุณภาพสินค้าให้สม่ำเสมอ ตลอดจนการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงขบวนการผลิตที่ซับซ้อน เพื่อให้เกิดความประทับใจและความมีคุณค่าในการเป็นเจ้าของ การเพิ่มกลยุทธ์เหล่านี้จะส่งผลให้การส่งออกเพิ่มขึ้นได้มาก ส่วนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ในการพัฒนาคุณภาพจะต้อง

จำแนกตามลักษณะเฉพาะตัวของสินค้า เช่นสินค้าที่มีประโยชน์ด้านการใช้สอยก็จะต้องมีรูปแบบที่มีความสวยงาม ทนทาน ส่วนสินค้าที่เป็นของที่ระลึกก็จะต้องเน้นถึงการใช้วัสดุที่มีรูปแบบที่มองเห็นได้ถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ และสิ่งที่ขาดไม่ได้คือความประณีตพิถีพิถันในการผลิต สำหรับสินค้าประเภทที่ใช้ในการตกแต่ง ก็จะต้องเน้นทางด้านความงามของศิลปะ และจะต้องมีการออกแบบให้เป็นที่ถูกตาต้องใจสอดคล้องกับรสนิยมของผู้ซื้อเป็นหลัก นอกจากนี้สิ่งที่ควรกระทำอย่างยิ่งคือ การนำเอาเทคนิคการผลิต เครื่องจักร เครื่องมือสมัยใหม่ เข้ามาช่วย ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี มีต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงเกินไป

2. จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่า อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์เจีย มีความยืดหยุ่นต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสูงหากมีการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศจะมีผลทำให้ค่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไทยและสหรัฐฯ สูงขึ้น จะทำให้ราคาส่งออกผ้าไหมจอร์เจียในสายตาชาวต่างประเทศลดลง จึงควรเร่งส่งเสริมผ้าไหมจอร์เจียมากขึ้น ทั้งด้านการผลิตและการตลาด เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของต่างประเทศที่จะมีมากขึ้น และเนื่องจากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์เจียอันเนื่องมาจากราคาผ้าไหมจอร์เจียส่งออก มีค่ารองจากค่าความยืดหยุ่นต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ นั่นคือการเพิ่มปริมาณการส่งออก สามารถทำได้โดยการลดราคาผ้าไหมจอร์เจียลง และโดยการลดต้นทุนการผลิตซึ่งมีผ้าไหมเป็นวัตถุดิบสำคัญ ดังนั้นการลดต้นทุนการผลิตเส้นไหมจากข้อ 1 จึงมีผลทำให้เส้นไหมที่ผลิตได้ในประเทศมีราคาลดลง และราคาผ้าไหมจอร์เจียก็จะลดลงตามไปด้วย

3. จากการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย ผ้าไหมจอร์เจีย และผลิตภัณฑ์ในอนาคต จะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ฉะนั้นเพื่อให้เป็นไปตามการพยากรณ์รัฐบาลควรจะมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเต็มที่ ในด้านเงินทุน ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทางด้านการผลิตและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนจนถึงด้านการตลาด ในด้านการอำนวยความสะดวกในการส่งออก ด้านข่าวสาร การควบคุมด้านคุณภาพและมาตรฐานให้อยู่ในระดับเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้สามารถแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตอื่นๆ ได้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังสมควรที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจการส่งออกให้มากขึ้น เพราะจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่จะกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในด้านการ-

ตลาดได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับทางด้านการผลิตต่อไป

4. จากการศึกษาความเคลื่อนไหวของราคาผ้าไหมไทย จะเห็นได้ว่าดัชนีราคาขายส่งและดัชนีราคาส่งออกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากปริมาณการผลิตเส้นไหมไม่เพียงพอต่อความต้องการ มีผลทำให้ปริมาณผ้าไหมที่ผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ราคาขายส่งจึงมีราคาสูง และทำให้ราคาที่ส่งออกสูงขึ้นด้วย ดังนั้นการเพิ่มปริมาณการผลิตเส้นไหมในประเทศซึ่งเป็นวัตถุประสงค์สำคัญให้มีปริมาณมากเพียงพอกับความต้องการ จะส่งผลให้ผ้าไหมที่ผลิตได้มีต้นทุนต่ำลง สามารถขายได้ในราคาที่ต่ำกว่าเดิม มีผลทำให้ราคาผ้าไหมไทยที่ส่งออกลดลงด้วย ดังนั้นการส่งออกจึงเพิ่มขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เอกสารอ้างอิง

กองวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย. 2529. "ผ้าไหม". น. 77-107. หัตถกรรมไทย ฉบับที่ 2  
ปีที่ 7. สยามบรรณการพิมพ์. กรุงเทพมหานคร

กองวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย. 2531. "ผ้าไหมไทย สินค้าหัตถกรรมที่ต้องเร่งพัฒนา".  
กรุงเทพมหานคร: 25 กรกฎาคม 2531.

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2530. "สู่ทางการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย". ข่าวเศรษฐกิจการ  
พาณิชย์. (3 พฤศจิกายน 2530).

ข่าวพาณิชย์. 2527. กรุงเทพมหานคร: 27 พฤศจิกายน 2529. น.2.

ข่าวพาณิชย์. 2528. กรุงเทพมหานคร: 5 กุมภาพันธ์ 2528. น.3.

\_\_\_\_\_ : 8 สิงหาคม 2528. น.5.

\_\_\_\_\_ : 26 กันยายน 2528. น.8-10.

ข่าวพาณิชย์. 2529. กรุงเทพมหานคร: 12 มีนาคม 2529. น.8-9.

\_\_\_\_\_ : 29 มีนาคม 2529. น.8.

\_\_\_\_\_ : 29 ธันวาคม 2529. น.1, 16.

คณะกรรมการส่งเสริมไหมไทย. 2529. อุตสาหกรรมไหมไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์  
กระดาษไทย

จันทนาทิพ วชิระสมบูรณ์. 2517. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ฝ้ายในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร:  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จิราภา จ้อยจำรูญ (เรือตรีหญิง). 2525. การวิเคราะห์เชิงสถิติเกี่ยวกับอุปสงค์อุปทานข้าว  
ในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารกสิกรไทย. 2529. "หัตถกรรมไทย". น.89-117. เอกสารวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย.  
สำนักพิมพ์กราฟิเคอาร์ท.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2528. สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ (Economic and Business Statistics). หน่วยที่ 8-15. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์กราฟิเคอาร์ท.

วรรณิ แพรวพรายกุล. 2523. ปัญหาการตลาดของกล้วยไม้ไทยเพื่อการส่งออก. กรุงเทพมหานคร วิทยานินห์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมาคมไหมไทย. 2531. รายงานการประชุมเรื่องสรุปผลความก้าวหน้าการดำเนินงานตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการส่งเสริมสินค้าไหมไทย. กรุงเทพมหานคร.

สมาคมไหมไทย. 2531. รายงานการสำรวจและติดตามผลการส่งเสริมกิจกรรมไหมไทยของคณะกรรมการส่งเสริมสินค้าไหมไทย. กรุงเทพมหานคร.

สมาคมไหมไทย. 2531. เอกสารการศึกษาการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มปรึกษาหารือเกี่ยวกับไหมในภูมิภาคเอเชีย. กรุงเทพมหานคร.

สุรภักษ์ บุนนาค และวันรักษ์ มิ่งมณีนาถ. 2528. เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (จุลภาค). กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

แสงชัย พรหมบัณฑิตกุล. 2529. การพยากรณ์ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทย. กรุงเทพมหานคร วิทยานินห์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

International Monetary Fund. 1987. International Financial Statistics Year book.

Pindyck, R.S. and D.L. Rubinfeld. 1981. Econometric Models and Economic Forecasts. (2d ed.) Tokyo: Toshio Printing Co., Ltd.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 ข้อมูลคาดคะเนที่ใช้ในการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย  
ในช่วงปี 2531-2540

ปี	PE	NIJPB	EXJP
2531	179.56	42,847.39	165.28
2532	178.74	46,877.82	159.04
2533	177.92	51,287.38	153.03
2534	177.09	56,111.72	147.26
2535	176.27	61,389.86	141.69
2536	175.45	67,164.49	136.34
2537	174.63	73,482.31	131.20
2538	173.81	80,394.42	126.24
2539	172.99	87,956.71	121.48
2540	172.17	96,230.34	116.89

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 2 ข้อมูลคาดคะเนที่ใช้ในการพยากรณ์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์  
ในช่วงปี 2531-2540

ปี	Pj	Pws	Exusa	T
2531	41.9278	156.2087	26.7757	15
2532	42.7108	155.9112	27.3265	16
2533	43,4938	155.6137	27.8773	17
2534	44.2768	155.3162	28.4281	18
2535	45.0598	155.0187	28.9789	19
2536	45.8428	154.7212	29.5297	20
2537	46.6258	154.4237	30.0805	21
2538	47.4088	154.1262	30.6313	22
2539	48.1918	153.8287	31.1821	23
2540	48.9748	153.5312	31.7329	24

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 ข้อมูลคาดคะเนที่ใช้ในการพยากรณ์อุปสงค์ เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย  
ในช่วงปี 2531-2540

ปี	Pp	Psw	ExGER	T
2531	9.73732	156.5607	12.67460	15
2532	9.33869	156.2867	13.05276	16
2533	8.95638	156.0127	13.44221	17
2534	8.58972	155.7387	13.84328	18
2535	8.23807	155.4347	14.25631	19
2536	7.90081	155.1907	14.68167	20
2537	7.57737	154.9167	15.11972	21
2538	7.26716	154.6427	15.57084	22
2539	6.96966	154.3687	16.03541	23
2540	6.68433	154.0947	16.51385	24

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 4 สถิติการส่งออกสินค้าผ้าไหมไทย ผ้าไหมจู้รี และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ปี 2508-2530

ปี	ผ้าไหมไทย		ผ้าไหมจู้รี		ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	
	ปริมาณ(ตรม.)	มูลค่า(ล้านบาท)	ปริมาณ(ตรม.)	มูลค่า(ล้านบาท)	ปริมาณ(ชิ้น)	มูลค่า(ล้านบาท)
2508	488,400	32.75	-	-	-	-
2509	538,800	36.88	-	-	-	-
2510	303,100	36.99	-	-	-	-
2511	413,500	30.81	-	-	-	-
2512	723,500	53.49	-	-	-	-
2513	585,700	43.93	-	-	-	-
2514	469,700	35.17	-	-	-	-
2515	389,770	33.5	-	-	-	-
2516	437,499	44.8	-	-	-	-
2517	306,919	36.0	2,646	0.5	73,131	9.1
2518	245,639	28.8	3,102	0.6	94,519	12.5
2519	259,518	31.6	9,502	1.5	131,093	14.0
2520	251,209	33.4	1,461	0.2	253,600	24.0
2521	251,457	34.7	1,040	0.2	382,903	38.4
2522	260,111	41.0	2,403	0.7	530,108	58.3
2523	398,262	73.3	4,022	1.3	633,324	74.7
2524	660,872	138.7	5,931	2.2	637,161	88.0
2525	726,811	151.6	7,346	3.1	591,181	81.6
2526	778,922	170.5	9,450	4.3	595,181	76.2
2527	714,234	159.3	8,892	4.9	609,928	78.7
2528	835,554	196.5	10,533	6.1	450,301	73.2
2529	1,079,061	249.6	14,543	7.1	690,924	109.2
2530	1,307,046	306.3	11,661	5.9	1,027,525	158.7

ที่มา: (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, ปี2508-2530)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 5 ตลาดส่งออกผ้าไหมที่สำคัญของประเทศไทย ปี 2530

ประเทศ	ปริมาณ(ตารางเมตร)	มูลค่า(ล้านบาท)
สหรัฐอเมริกา	252,526	90.2
ญี่ปุ่น	469,747	92.1
เบลเยียม	135,694	21.4
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	48,574	11.3
ออสเตรเลีย	48,677	11.5
สิงคโปร์	73,046	12.2
แคนาดา	14,040	3.3
สหราชอาณาจักร	73,636	13.8
สวีตเซอร์แลนด์	5,383	1.8
ฮ่องกง	17,346	13.8
ประเทศอื่นๆ	168,404	42.5
รวม	1,307,406	306.3

ที่มา: (สำนักงานมาตรฐานสินค้า กระทรวงพาณิชย์, ปี 2530)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 6 ตลาดส่งออกผ้าไหมจรีที่สำคัญของไทย ปี 2530

ประเทศ	ปริมาณ(ตารางเมตร)	มูลค่า(บาท)
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	617	343,806
สหราชอาณาจักร	124	47,179
ญวต	101	51,779
แคนาดา	115	56,639
สหรัฐอเมริกา	10,299	5,277,759
อื่น ๆ	348	140,881
รวม	11,661	5,918,043

ที่มา: (สำนักงานมาตรฐานสินค้า กระทรวงพาณิชย์, ปี 2530)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 7 ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยที่สำคัญ ปี 2530

ประเทศ	ปริมาณ(ชิ้น)	มูลค่า (ล้านบาท)
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	451,605	47.0
สหรัฐอเมริกา	52,638	16.7
เนเธอร์แลนด์	46,212	12.7
ฝรั่งเศส	89,745	9.0
เบลเยียม	55,365	6.9
แคนาดา	36,548	6.5
ญี่ปุ่น	48,735	10.9
อิตาลี	27,652	4.2
สวีเดน	18,970	11.7
สวิตเซอร์แลนด์	35,708	5.5
ออสเตรเลีย	7,915	3.7
ประเทศอื่นๆ	156,432	23.2
รวม	1,027,525	158.7

ที่มา: (สำนักงานมาตรฐานสินค้า กระทรวงพาณิชย์, ปี 2530)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 8 รายได้ประชาชาติของประเทศญี่ปุ่น สหรัฐฯ และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน  
ปี 2508-2530

ปี	ญี่ปุ่น (เยน)	สหรัฐฯ (ดอลลาร์)	เยอรมันฯ (คอยน์มาร์ค)
2508	28,345	649.1	414.9
2509	32,967	711.3	439.6
2510	38,640	750.5	443.2
2511	45,827	820.6	480.1
2512	53,822	884.0	539.6
2513	63,459	927.4	607.7
2514	69,680	1,006.2	674.3
2515	79,576	1,106.4	739.7
2516	97,223	1,242.8	824.3
2517	116,231	1,336.8	879.1
2518	129,144	1,439.1	913.5
2519	145,713	1,607.8	1,001.9
2520	162,518	1,795.3	1,066.2
2521	179,475	2,027.2	1,148.1
2522	194,180	2,252.2	1,240.0
2523	209,368	2,438.8	1,311.5
2524	222,746	2,722.3	1,356.5
2525	233,488	2,807.2	1,396.0
2526	242,174	3,024.5	1,463.3
2527	257,844	3,371.4	1,541.6
2528	272,484	3,550.0	1,607.6
2529	283,753	3,750.7	1,709.6
2530	300,716	3,636.1	1,761.7

ที่มา: (International Financial Statistics , 1987)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 9 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ปี 2508-2530

ปี	ญี่ปุ่น	สหรัฐฯ	เยอรมันฯ
2508	369.90	20.83	5.20
2509	362.47	20.75	5.21
2510	361.91	20.80	5.20
2511	357.70	20.85	5.22
2512	357.80	20.92	5.67
2513	357.65	20.92	5.74
2514	314.80	20.92	6.40
2515	302.00	20.92	6.54
2516	280.00	20.37	7.54
2517	300.95	20.37	8.46
2518	305.15	20.40	7.78
2519	292.80	20.40	8.63
2520	240.00	20.40	9.69
2521	194.60	20.39	11.15
2522	239.70	20.42	11.80
2523	203.00	20.63	10.53
2524	219.90	23.00	10.20
2525	235.00	23.00	10.33
2526	232.20	23.00	8.44
2527	251.10	27.15	8.62
2528	200.50	26.65	10.83
2529	159.10	26.13	13.46
2530	123.50	25.07	15.85

ที่มา: (International Financial Statistic , 1987)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 10 ดัชนีราคาในประเทศไทย ญีปุ่น สหรัฐฯ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน  
ปี 2508-2530

ปี	ดัชนีราคาขายส่ง ไทย	ดัชนีราคาผู้บริโภค			
		ไทย	ญีปุ่น	สหรัฐฯ	เยอรมันฯ
2508	-	34.9	32.5	38.2	54.1
2509	33.2	36.3	34.1	39.4	56.0
2510	35.7	37.9	35.4	40.5	56.9
2511	34.0	38.6	37.3	42.2	57.8
2512	35.2	39.5	39.3	44.5	58.9
2513	35.0	39.5	42.3	47.1	61.0
2514	35.1	39.6	44.9	49.1	64.1
2515	37.9	41.6	46.9	50.8	67.7
2516	46.5	48.0	52.4	53.9	72.4
2517	59.9	59.7	65.2	59.8	77.4
2518	62.1	62.9	72.9	65.3	82.0
2519	64.6	65.5	79.7	69.1	85.6
2520	69.6	70.41	86.1	73.6	88.7
2521	74.8	76.0	89.4	79.2	91.1
2522	83.2	83.5	92.6	88.1	94.9
2523	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2524	109.5	112.7	104.9	110.4	106.3
2525	110.5	118.6	107.8	117.1	111.9
2526	112.8	123.0	109.9	120.9	115.6
2527	109.3	124.1	112.3	126.1	118.4
2528	109.2	127.1	114.6	130.5	121.0
2529	108.8	129.4	115.3	133.1	120.7
2530	115.2	132.6	115.4	137.9	121.0

ที่มา: (International Financial Statistic , 1986)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 11 ปริมาณและมูลค่าส่งออกนำเข้าไหมไทย ปี 2526 ถึง 2530

ปริมาณ : เมตริกตัน

มูลค่า : ล้านบาท

	2526		2527		2528		2529		2530	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
<u>การส่งออก</u>										
1. รังไหม	19.9	0.6	16.5	0.5	1.9	0.3	0.6	0.1	-	-
2. เส้นไหมคืบ *	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. เส้นไหมสำเร็จรูป	-	-	-	-	-	-	13.3	1.0	17.5	1.6
4. ผ้าไหม <sup>1/</sup> (100 ตารางเมตร)	788.4	174.8	723.1	164.2	846.1	202.6	1,093.6	256.7	1,318.7	312.2
5. ผลิตภัณฑ์ไหม <sup>2/</sup> (พันชิ้น)	595.2	76.2	609.9	78.7	450.3	73.2	690.9	109.2	1,027.5	158.7
รวม	-	251.6	-	243.4	-	276.1	-	367.0	-	472.5
<u>การนำเข้า<sup>3/</sup></u>										
1. รังไหม	0.3	0.3	0.1	0.02	39.6	1.9	-	-	5.5	2.7
2. เส้นไหมคืบ	204.6	107.8	167.0	96.2	205.8	110.8	283.9	149.0	405.5	202.1

ตารางผนวกที่ 11 (ต่อ)

ปริมาณ : เมตริกตัน

มูลค่า : ล้านบาท

	2526		2527		2528		2529		2530	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
3. เส้นไหมสำเร็จรูป	293.2	180.0	849.6	130.4	2,068.9	149.3	362.9	194.3	384.5	203.3
4. ผ้าไหม (100 ตารางหลา)		0.2	584	1.5	433	3.1	473	3.7	254	2.5
5. ผลิตภัณฑ์ไหม** (พันชิ้น)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	-	288.3	-	228.0	-	265.1	-	347.0	-	410.6

หมายเหตุ: 1/ รวมทั้งผ้าไหมไทยและผ้าไหมจอร์ จากสำนักงานมาตรฐานสินค้า กระทรวงพาณิชย์

2/ เป็นตัวเลขจากสำนักงานมาตรฐานสินค้า กระทรวงพาณิชย์

3/ ปี 2530 เป็นตัวเลขเบื้องต้น (มกราคม - ตุลาคม)

\* ไม่มีการส่งออก

\*\* ไม่มีการนำเข้า

ที่มา: (ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง)

ตารางผนวกที่ 12 ปริมาณและมูลค่าเส้นไหมดิบที่ประเทศไทยนำเข้าแยกตามรายประเทศ ระหว่างปี 2526-2530

ประเทศ	2526		2527		2528		2529		2530 *	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
สาธารณรัฐประชาชนจีน	166.1	91.1	114.3	72.5	131.7	77.7	187.5	100.8	295.7	152.2
ญี่ปุ่น	-	-	-	-	2.7	1.3	-	-	-	-
สาธารณรัฐเกาหลี	0.6	0.4	2.0	1.4	4.5	2.4	24.1	10.4	44.7	18.7
บราซิล	37.9	16.3	50.7	22.3	43.3	23.4	41.1	21.4	40.6	20.5
อื่นๆ	-	-	-	-	23.4	5.5	31.2	16.4	24.5	10.7
รวม	204.6	107.8	167.0	96.2	205.8	110.8	283.9	149.0	405.5	202.1

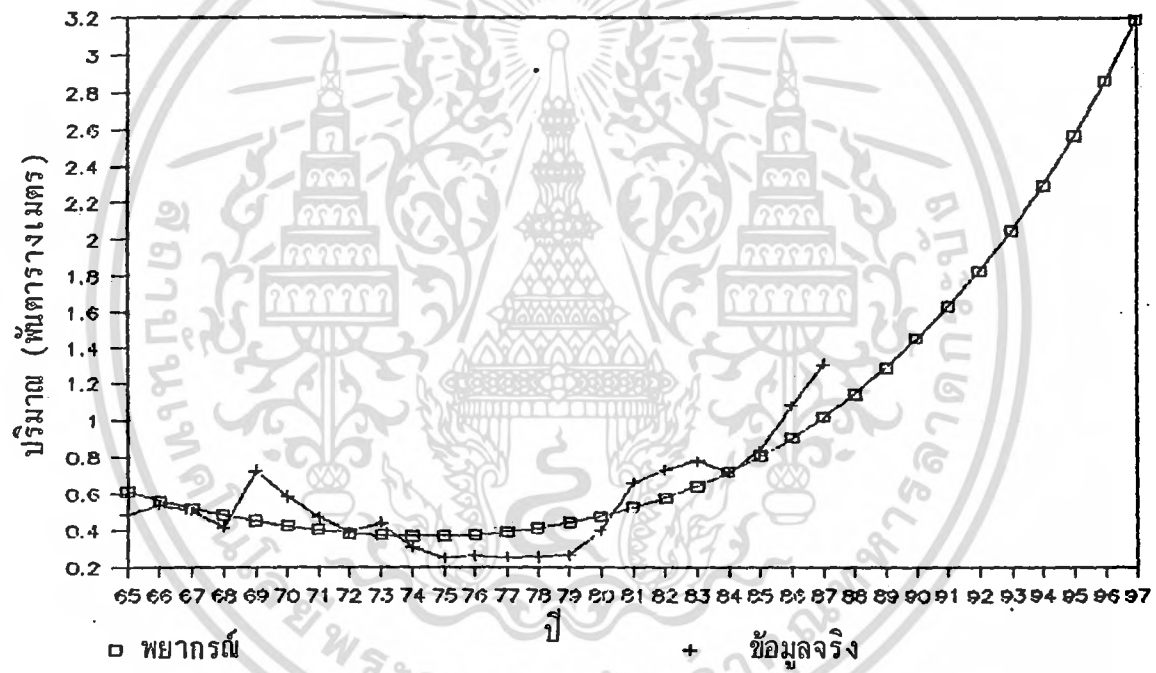
หมายเหตุ \* ตัวเลขเบื้องต้น (มกราคม - ตุลาคม)

ที่มา: (ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, ปี 2530)

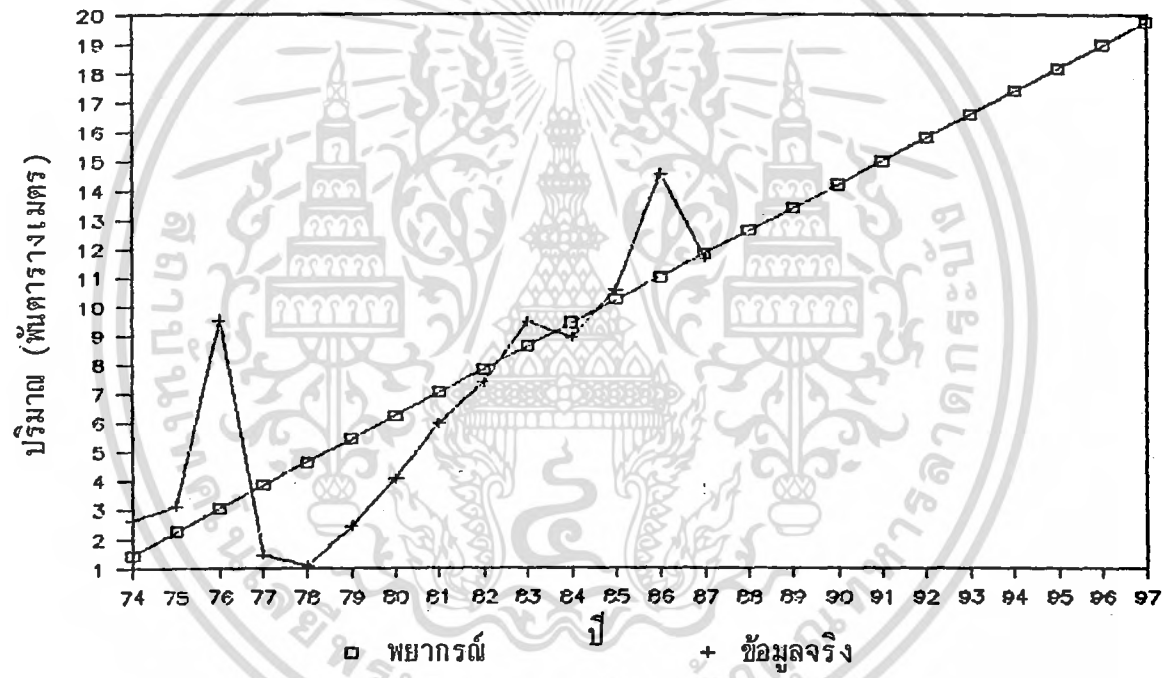
ตารางผนวกที่ 13 อัตราภาษีนำเข้าไหม

Tariff Number	Description	European Community		Switzerland France	Japan		Korea General duty rate	USAT			
		Autong mous %	Conven- tional %	or Per 100 kg gross	General	Perferen- tial		Tempo-	1	2	
50.01	Cocoons, suitable for reeling	2	1	F 0.50	Y140 per kg	-	Y70per kg	-	10%	Free	Free
50.02	Raw silk (not thrown)	10	4.6	F 1.00(unbleached)					30%	Free	Free
	Wild silk			F 50.00(dyed)	Free	15%	7.5%			7%	35%
	Other										
50.03	Silk waste (including cocoons) unsuitable for reeling silks noils and reeled or garnetted rags)	Free	Free	F 0.30(unworked)	Free	(Free)			10%	Free-10%	Free-50%
				F 0.50(carded or combed)						depending on type	depending on type
50.04	Silk yarn, other than yarn of noil or other waste silk, not for retail sale	12	6.2	F 0.05-150.00	(15%)	(7.5%)	3.75%	7.5%	30%		
50.05	Yarn spun from noil or other waste silk, not put up for retail sale										
	A. spun from waste silk other than in oil	7	2.3		(15%)		7.5%		30%	8.5%-13.5%	20%-60%
	B. Other	5	2.4		(15%)		Free		30%	depending on type	depending on type
50.07	Silk yarn and yarn spun from noil or other waste silk, put up for retail sale; silk worm gut, imitation catgut of silk										
	A. Silk yarn	13	8.6	F 400.00	(15%)	(7.5%)	Free	(7.5%)	30%	10%	40%
	B. yarn spun from noil or other waste silk	11	4.6		(15%)		Free	6.0%	30%		
	C. Silk-worm gut, imitation catgut of silk				(12%)				30%		

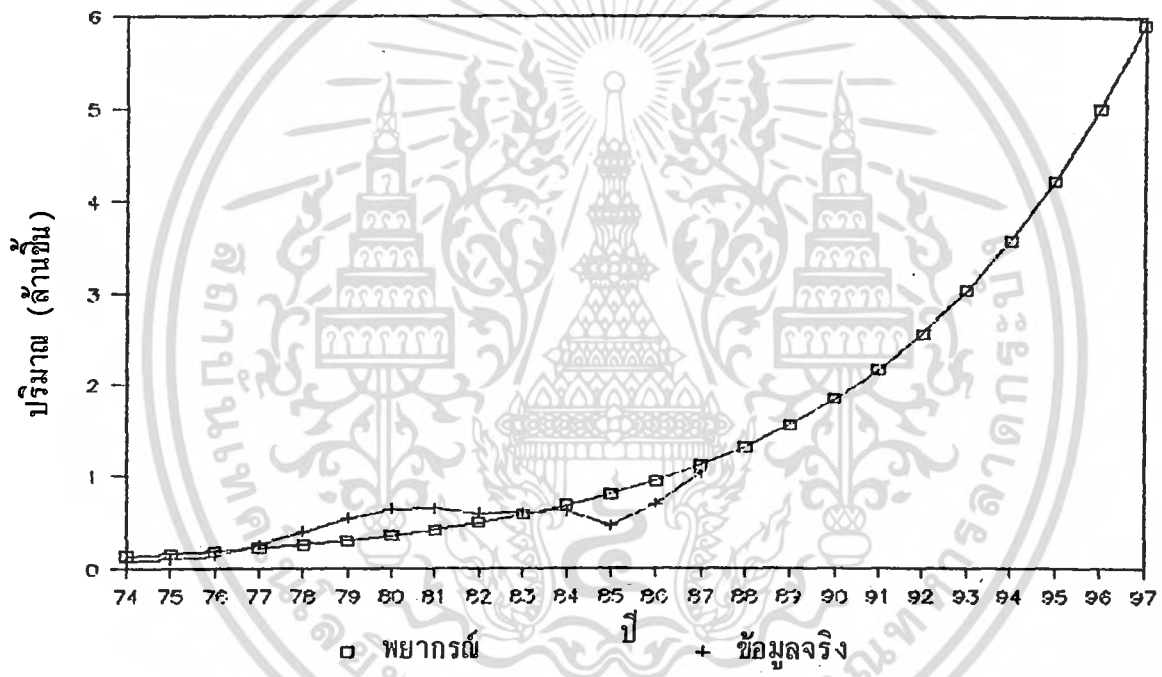
Source : TDRI



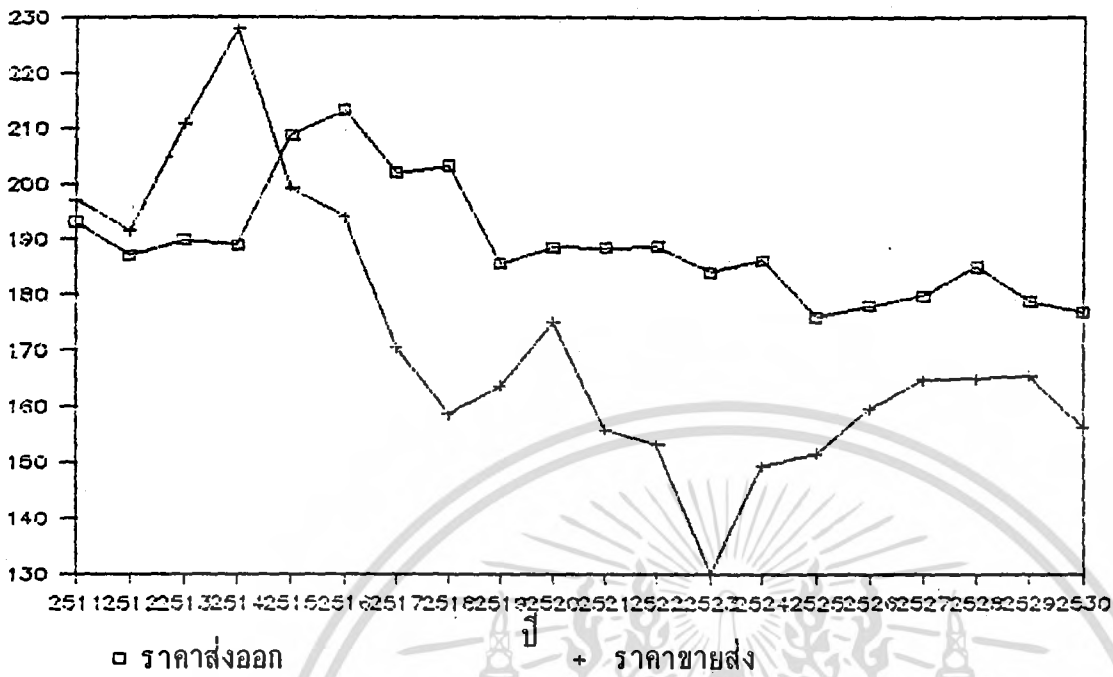
ภาพผนวกที่ 1 ปริมาณผ้าไหมไทยส่งออกเปรียบเทียบระหว่างปริมาณจริงและปริมาณจากการพยากรณ์  
ปี 1965-1997



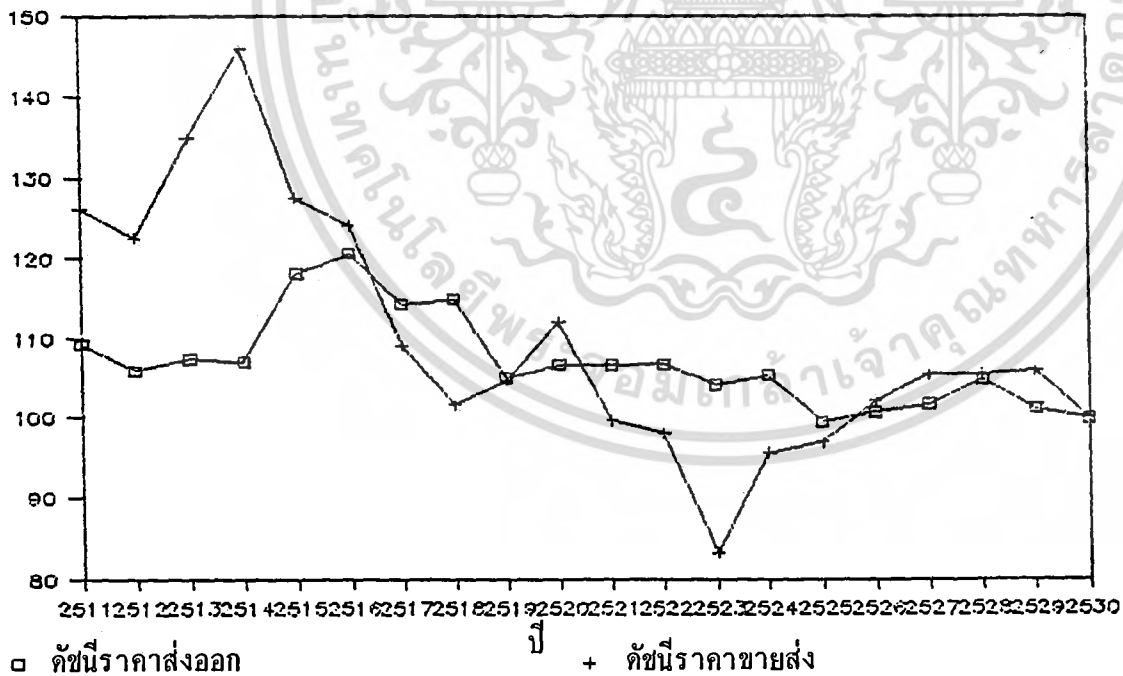
ภาพผนวกที่ 2 ปริมาณข้าวใหม่จอร์ส่งออก เปรียบเทียบปริมาณจริงและปริมาณจากการพยากรณ์ ปี 1974-1997



ภาพผนวกที่ 3 ปริมาณผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยเพื่อการส่งออก เปรียบเทียบปริมาณจริงและปริมาณจากการพยากรณ์ ปี 1974-1997

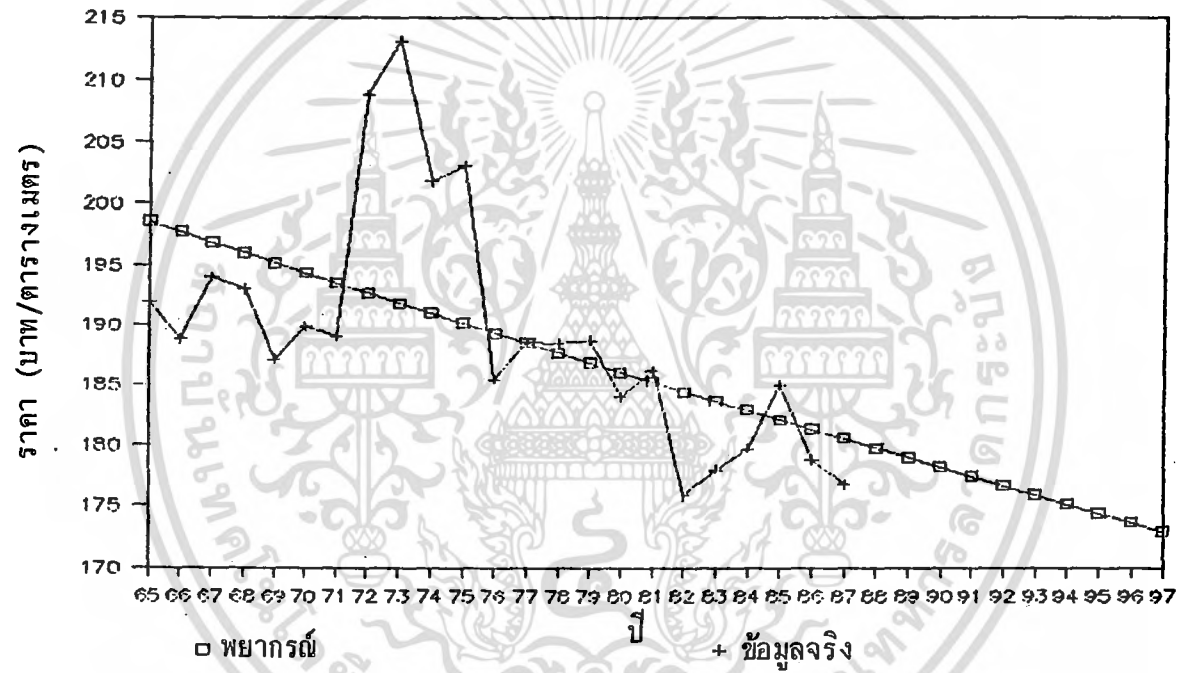


ภาพผนวกที่ 4 ราคาที่แท้จริงส่งออกและราคาที่แท้จริงขายส่ง ปี 2511-2530

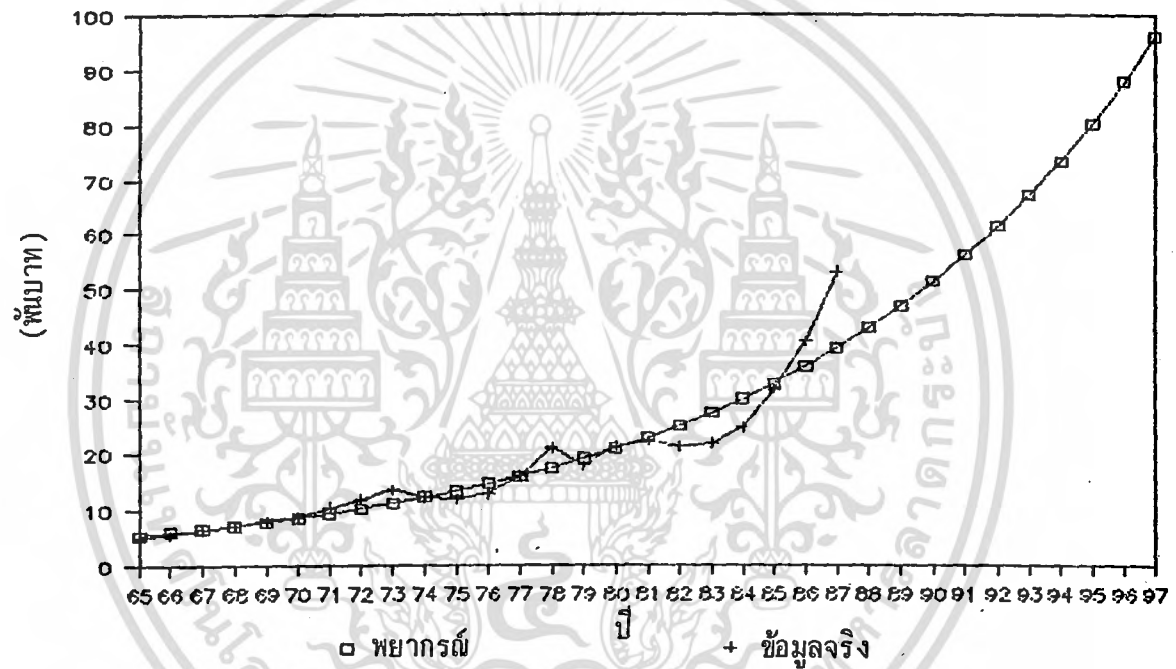


ภาพผนวกที่ 5 ดัชนีราคาขายส่งและราคาส่งออกปี 2511-2530

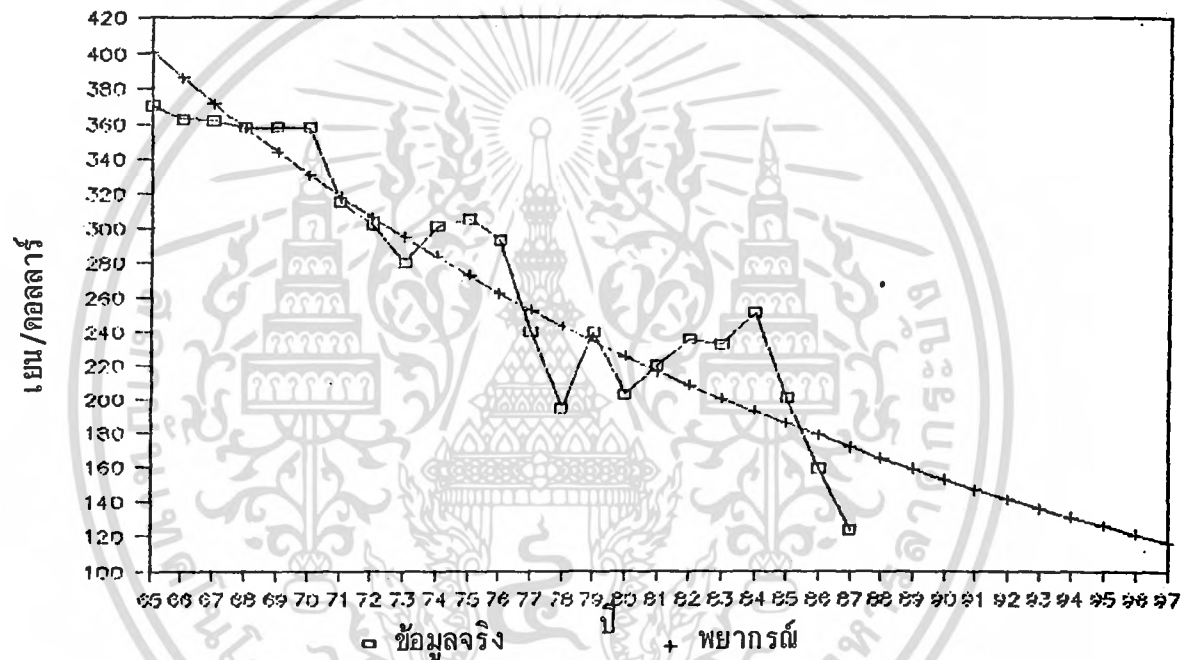
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



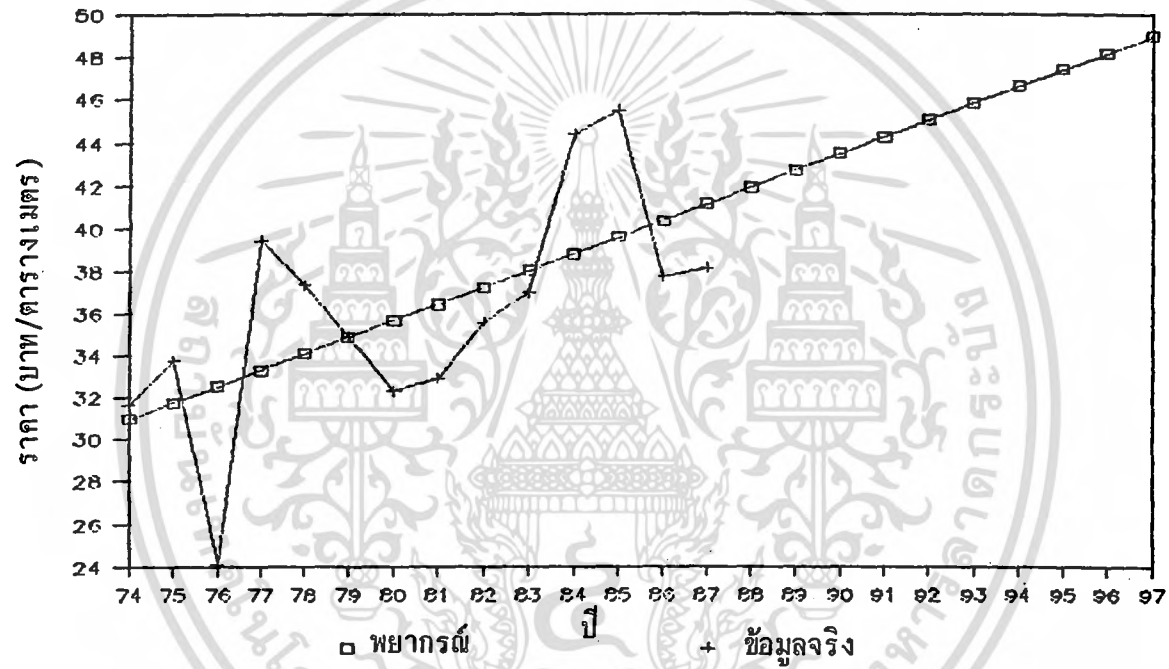
ภาพผนวกที่ 6 ราคาส่งออกที่แท้จริงของผ้าไหมไทย จากข้อมูลจริงและการจากการพยากรณ์ ปี 1965-1997



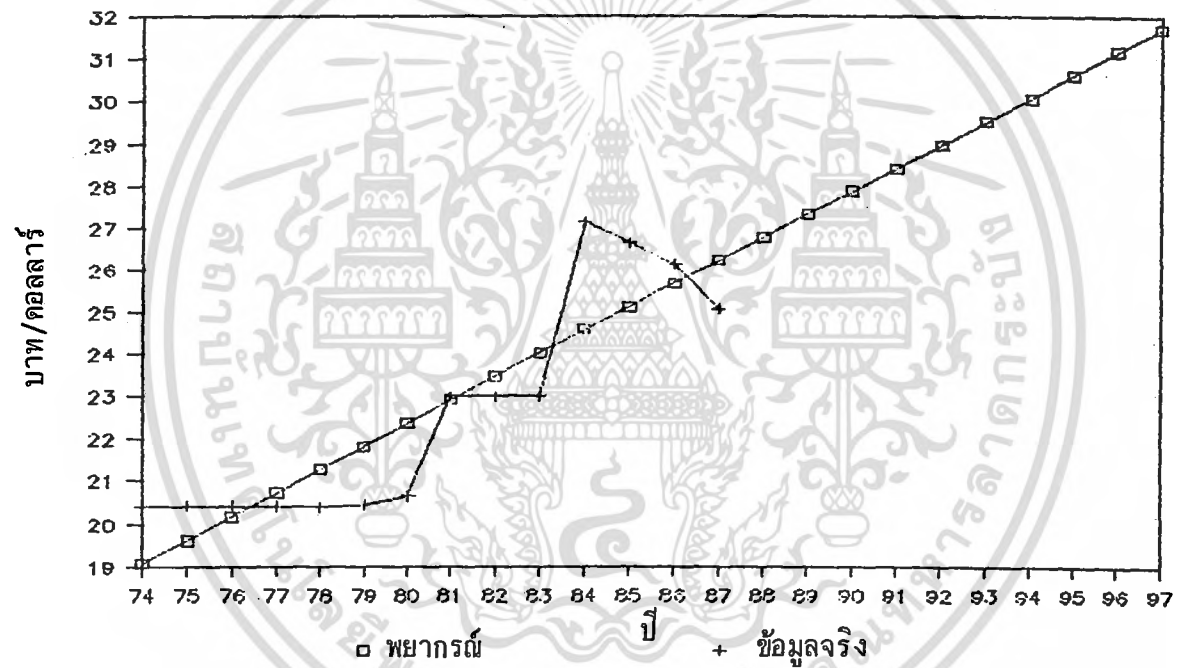
ภาพผนวกที่ 7 รายได้ประชากรที่แท้จริงของญี่ปุ่น จากข้อมูลจริงและการพยากรณ์  
ปี 1965 - 1997



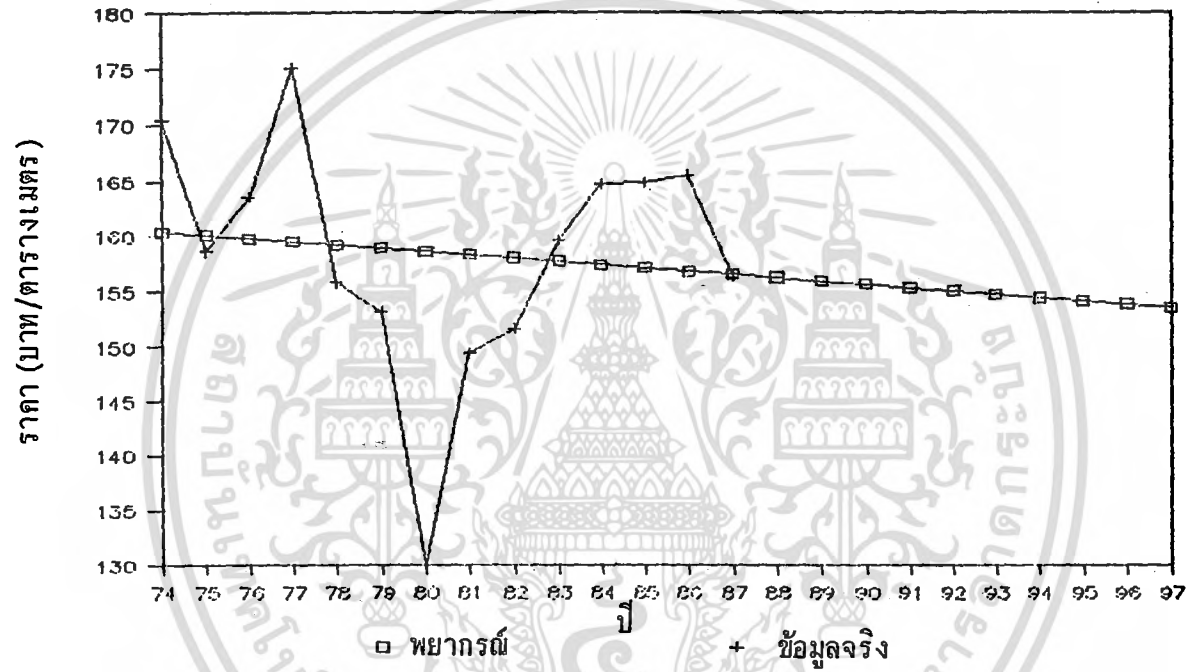
ภาพผนวกที่ 8 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ)  
จากข้อมูลจริงและการพยากรณ์ ปี 1965-1997



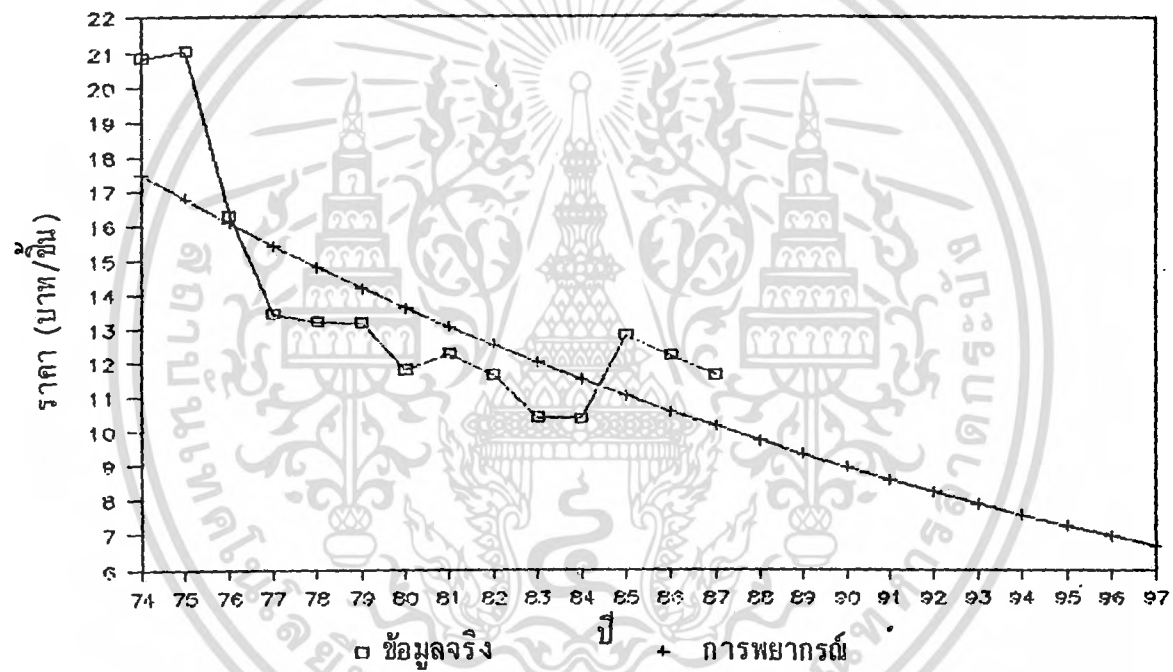
ภาพผนวกที่ 9 ราคาผ้าไหมจรีที่แท้จริงส่งออก จากข้อมูลจริงและจากพยากรณ์  
ปี 1974-1997



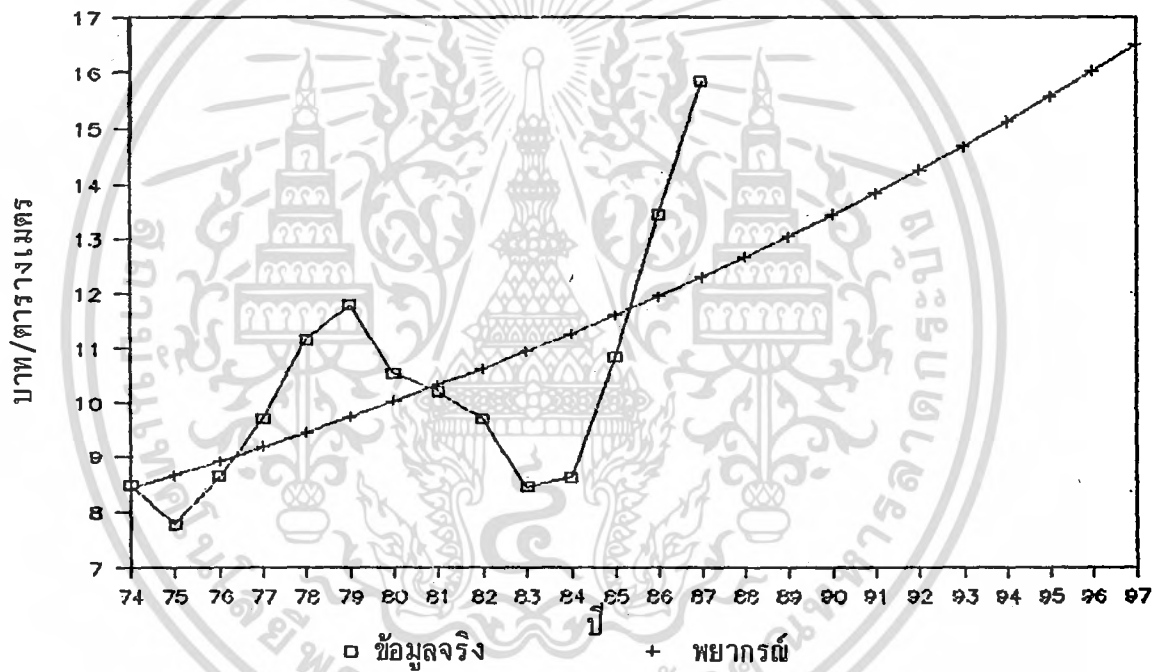
ภาพผนวกที่ 10 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไทยและสหรัฐฯ (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ)  
จากข้อมูลจริงและการพยากรณ์ ปี 1974 - 1997



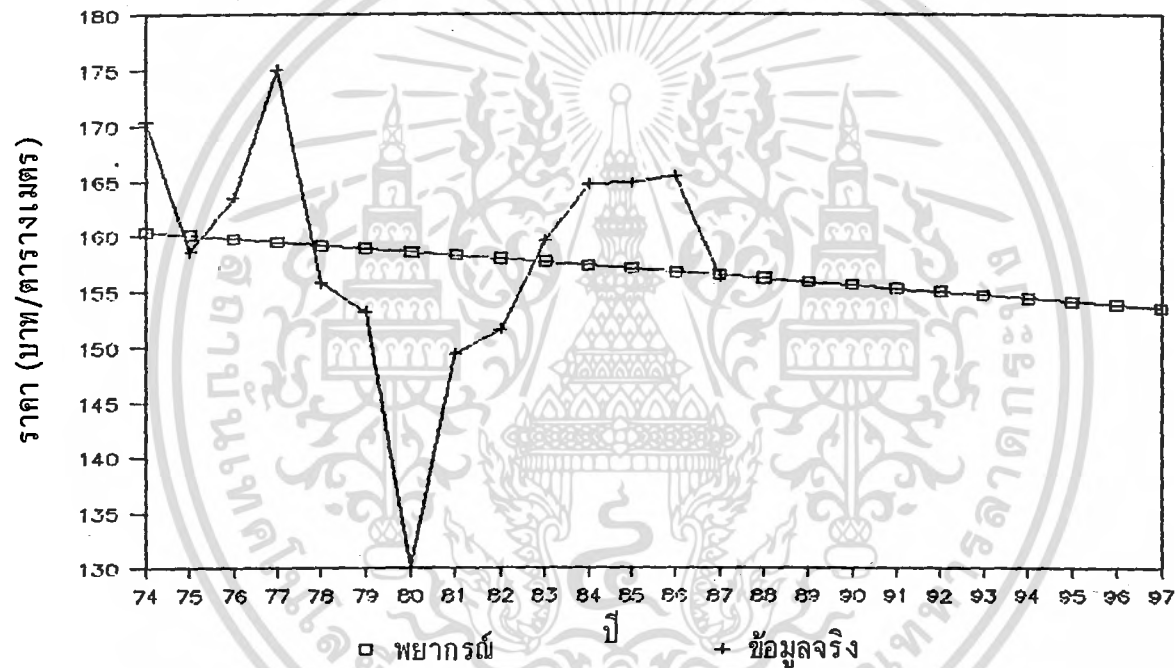
ภาพผนวกที่ 11 ราคาขายส่งที่แท้จริงของผ้าไหมไทยในประเทศ ณ ตลาดกรุงเทพฯ จากข้อมูลจริงและจากการพยากรณ์



ภาพผนวกที่ 12 ราคาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยที่แท้จริงส่งออก จากข้อมูลจริงและการพยากรณ์  
ปี 2974-1997



ภาพผนวกที่ 13 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศของไทยและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน  
(บาทต่อมาร์คเยอรมัน) ปี 1974-1997



ภาพผนวกที่ 14 ราคาที่ขายส่งที่แท้จริงของผ้าไหมไทย ณ ตลาดกรุงเทพฯ จากข้อมูลจริงและการพยากรณ์ ปี 1974-1997



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การหาความยืดหยุ่นในสมการอุปสงค์

สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมไทย

$$Q_{st} = -317.5044 - 6.3865 \frac{P_{st}}{CPI_t} + 0.0420 \frac{NIJPB_t}{CPIJ_t} + 4.9146 EXJP_t$$

$$\bar{Q}_{st} = 576.8292 \quad \bar{\frac{P_{st}}{CPI_t}} = 189.4792 \quad \bar{\frac{NIJPB_t}{CPIJ_t}} = 23418.25 \quad \bar{EXJP_t} = 228.3928$$

$$\begin{aligned} \frac{P_{st}}{CPI_t} \text{ on } Q_{st} &= \frac{\bar{Y}}{\bar{X}_i} \cdot \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}} \\ &= -6.3865 \times \frac{189.4792}{576.8292} \\ &= -2.06467 \end{aligned}$$

$$\frac{NIJPB_t}{CPIJ_t} \text{ on } Q_{st} = 0.0420 \times \frac{23418.25}{576.8292}$$

$$= 1.7051$$

$$EXJP_t \text{ on } Q_{st} = 4.9146 \times \frac{228.3928}{576.8292}$$

$$= 1.9459$$

สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมจอร์

$$Q_{jt} = -19456.7094 - 583.4763 \frac{P_{jt}}{CPI_t} + 115.3327 \frac{P_{wst}}{WPI_t} + 1035.2861 EX_{usat} + 718.9557 T$$

$$\bar{Q}_{jt} = 5783.511 \quad \bar{\frac{P_{jt}}{CPI_t}} = 35.76928 \quad \bar{\frac{P_{wst}}{WPI_t}} = 158.44 \quad \bar{EX}_{usat} = 22.645 \quad \bar{T} = 7.5$$

$$\frac{P_{jt}}{CPI_t} \text{ on } Q_{jt} = -583.4763 \times \frac{35.76928}{5783.511}$$

$$= -3.6082$$

$$\frac{P_{wst}}{WPI_t} \text{ on } Q_{jt} = 115.3327 \times \frac{158.44}{5783.511}$$

$$= 3.15954$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\begin{aligned}
 \text{Exusat on Qjt} &= \frac{1035.2861 \times 22.645}{5783.511} \\
 &= 4.053145 \\
 \text{T on Qjt} &= \frac{718.9557 \times 7.5}{5783.511} \\
 &= 0.931766
 \end{aligned}$$

สมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย

$$\begin{aligned}
 \text{LNQpt} &= 15.9302 - 0.1425 \text{ Ppt} - 0.0141 \text{ Pswt} + 0.0695 \text{ EXGERT} \\
 &\quad + 0.0498 \text{ T}
 \end{aligned}$$

$$\overline{\text{Qpt}} = 478654 \quad \overline{\frac{\text{Ppt}}{\text{CPIt}}} = 13.65071 \quad \overline{\frac{\text{Pswt}}{\text{WPIt}}} = 158.44 \quad \overline{\text{EXGERT}} = 10.36571 \quad \overline{\text{T}} = 7.5$$

$$\frac{1}{\overline{\text{Qpt}}} = 2.08919 \times 10^{-6}$$

$$\begin{aligned}
 \frac{\text{Ppt on Qpt}}{\text{CPIt}} &= (2.08919 \times 10^{-6}) \times (0.1425) \times (13.65071) \\
 &= 4.06395 \times 10^{-6} \\
 \frac{\text{Pswt on Qpt}}{\text{WPIt}} &= (2.08919 \times 10^{-6}) \times (0.0141) \times (158.44) \\
 &= 4.667 \times 10^{-6} \\
 \text{EXGERT on Qpt} &= (2.08919 \times 10^{-6}) \times (0.0695) \times (10.36571) \\
 &= 1.5051 \times 10^{-6} \\
 \text{T on Qpt} &= (2.08919 \times 10^{-6}) \times (0.0498) \times (7.5) \\
 &= 7.8031 \times 10^{-7}
 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(สำเนา)

## ประกาศกรมการค้าต่างประเทศ

เรื่อง เปลี่ยนแปลงอัตราส่วนการซื้อเส้นไหมยืนผลผลิตในประเทศ

ตามประกาศกรมการค้าต่างประเทศ เรื่องเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนการซื้อเส้นไหมยืนผลผลิตในประเทศ ลงวันที่ 5 มีนาคม 2530 อนุญาตให้นำเส้นไหมดิบที่ยังไม่ได้ตีเกลียวและเส้นไหมสำเร็จรูป เข้ามาในราชอาณาจักรได้ โดยกำหนดระเบียบให้ผู้ขออนุญาตนำเข้าจะต้องซื้อเส้นไหมที่ผลิตภายในประเทศ ในอัตราส่วนร้อยละ 6.25 ของปริมาณ (น้ำหนัก) เส้นไหมที่ขออนุญาตนำเข้าเข้ามาในราชอาณาจักร นั้น

บัดนี้ กระทรวงพาณิชย์เห็นสมควรเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนการซื้อเส้นไหมยืนที่ผลิตภายในประเทศเสียใหม่ ให้เป็นการเหมาะสมกับภาวะการผลิตภายในประเทศในปัจจุบัน กรมการค้าต่างประเทศโดยความเห็นชอบของกระทรวงพาณิชย์ จึงเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนการซื้อเส้นไหมยืนที่ผลิตภายในประเทศเสียใหม่เป็นร้อยละ 4 ของปริมาณ (น้ำหนัก) เส้นไหมที่ขออนุญาตนำเข้าเข้ามาในราชอาณาจักร

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป.

ประกาศ ณ วันที่ 1 พฤษภาคม 2530

ลงชื่อ นรวิทย์ สุวรรณ

(นาย นรวิทย์ สุวรรณ)

รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(สำเนา)

ประกาศกระทรวงพาณิชย์

เรื่อง มาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม<sup>1</sup>

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 16 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติ  
สินค้าขาออก พ.ศ. 2503 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ให้ยกเลิกประกาศกระทรวงเศรษฐการ ลงวันที่ 8 พฤษภาคม 2511 เรื่อง  
มาตรฐานผ้าไหมไทย

ข้อ 2. ให้กำหนดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นสินค้ามาตรฐาน

ข้อ 3. ให้กำหนดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ไว้ตามรายละเอียดต่อท้ายประกาศนี้

ข้อ 4. ให้ด่านศุลกากรกรุงเทพฯ ด่านศุลกากรสงขลา ด่านศุลกากรปาดังเบซาร์  
และด่านศุลกากรสะเตา จังหวัดสงขลา ด่านศุลกากรเบตง จังหวัดยะลา และด่านศุลกากรสุโขทัย  
โกมล จังหวัดนราธิวาส เป็นด่านศุลกากรที่ผู้ส่งหรือนำผ้าไหม หรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมออกนอกพระ  
ราชอาณาจัก ต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานสินค้า

ข้อ 5.<sup>2</sup> การส่งหรือนำผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมออกนอกพระราชอาณาจัก โดย  
ผู้ส่งหรือนำออกได้รับการยกเว้นไม่ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ทำการค้าขาออกซึ่งสินค้ามาตรฐาน และ  
ไม่ต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานสินค้าต่อเจ้าพนักงานศุลกากร ให้กระทำได้เฉพาะกรณีต่อไปนี้

(1) การนำออกพร้อมกับตนเองโดยมิใช่เป็นการค้าสำหรับผ้าไหมไทยหรือ  
ผ้าไหมจู้รี มีปริมาณไม่เกินประเภทละ 30 ตารางเมตร สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีปริมาณไม่เกิน  
ชนิดละ 30 ชิ้น

1. ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 90 ตอนที่ 172 ลงวันที่ 25 ธันวาคม 2516

2. ข้อ 5. ความเดิมถูกยกเลิกโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหมและผลิต-  
ภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 มีนาคม 2519 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม  
93 ตอนที่ 66 วันที่ 27 เมษายน 2519 และใช้ความใหม่แทนคั้งที่พิมพ์ไว้นี้ และใช้บังคับ  
ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2519

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) การส่งออกสำหรับผ้าไหมไทยหรือผ้าไหมจอร์มี ปริมาณไม่เกินประเภทละ 12 ตารางเมตร ต่อผู้รับ 1 ราย ต่อ 1 ครั้ง สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีปริมาณไม่เกินชนิดละ 15 ชิ้น ต่อผู้รับ 1 ราย ต่อ 1 ครั้ง

(3) การนำผ้าไหมไทยหรือผ้าไหมจอร์ออก เพื่อใช้ในยานพาหนะที่บรรทุกออกไปเท่าที่จำเป็น มีปริมาณไม่เกินประเภทละ 50 ตารางเมตร

(4) การส่งหรือส่งออกเพื่อเป็นตัวอย่าง สำหรับผ้าไหมไทยหรือผ้าไหมจอร์มี ปริมาณไม่เกินชนิดละ 1 ตารางเมตร สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีปริมาณไม่เกินชนิดหรือแบบละ 1 ชิ้น

ข้อ 6. ให้กำหนดอัตราค่าบริการการตรวจสอบมาตรฐานผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไว้ 10 บาทต่อคำร้องขอ ให้ออกใบรับรองมาตรฐานสินค้า 1 ฉบับ

ข้อ 7. ให้กำหนดอัตราค่าบริการการออกใบรับรองมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไว้ฉบับละ 5 บาท

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2517 เป็นต้นไป.

ประกาศ ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2516

(ลงชื่อ) ชาญชัย ลีถาวร

(นายชาญชัย ลีถาวร)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

## มาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

### ข้อ 1. คำนิยาม

- (1) "ผ้าไหม" หมายความว่า ผ้าที่ทอในประเทศไทยด้วยไหมแท้ตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไปของน้ำหนักทั้งหมด ไม่ว่าทอด้วยมือหรือทอด้วยเครื่องจักร
- (2) "ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม" หมายความว่า สิ่งที่ทำหรือประกอบขึ้นด้วยผ้าไหมเป็นสำคัญ
- (3) "ไหมแท้" หมายความว่า เส้นใยธรรมชาติที่ได้จากรังไหม
- (4) "ทอด้วยมือ" หมายความว่า ทอด้วยเครื่องทอที่ใช้แรงคน
- (5) "เดนเยอร์" (Denier) หมายความว่า หน่วยวัดขนาดของเส้นไหมแท้ที่มีน้ำหนักเป็นกรัมต่อความยาว 9,000 เมตร (ความยาว 9,000 เมตร น้ำหนัก 1 กรัม = 1 เดนเยอร์)

### ข้อ 2. ให้แบ่งผ้าไหมออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- (1) ผ้าไหมไทย (Thai silk) คือผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด ไม่ว่าจะมีส่วนอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่งหรือไม่
- (2) ผ้าไหมจู้รี (Thai Juri) คือผ้าที่มีไหมแท้ตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไปของน้ำหนักทั้งหมด

### ข้อ 3. ให้แบ่งผ้าไหมไทยออกเป็น 8 ชนิด และให้กำหนดมาตรฐานของผ้าไหมไทยแต่ละชนิดไว้ดังต่อไปนี้

- (1) ผ้าไหมไทยชนิดบางมากพิเศษ (Sheer Weight) ต้องทอด้วยไหมยี่นที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 40 เดนเยอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 34 เส้น ต่อระยะหนึ่งเซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักตั้งแต่ 20 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 50 กรัม ต่อเนื้อที่หนึ่งตารางเมตร

1 ข้อ 2 ข้อ 3 ความเดิมถูกยกเลิกโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 มีนาคม 2519 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 93 ตอนที่ 66 ลงวันที่ 27 เมษายน 2519 และให้ใช้ความใหม่แทนดั่งที่พิมพ์ไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) ผ้าไหมไทยชนิดบางมาก (Light Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 60 เคนเยอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้น ต่อระยะหนึ่งเซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 50 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 85 กรัม ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

(3) ผ้าไหมไทยชนิดบาง (Medium Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 60 เคนเยอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 85 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 120 กรัม ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

ในกรณีที่ผ้าไหมไทยชนิดบางทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 120 เคนเยอร์ ไหมยืนที่ใช้ทอต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 85 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 120 กรัม ต่อเนื้อที่หนึ่งตารางเมตร

(4) ผ้าไหมไทยชนิดหนา (Heavy Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 80 เคนเยอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้น ต่อระยะหนึ่งเซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 120 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 179 กรัม ต่อเนื้อที่หนึ่งตารางเมตร

ในกรณีที่ผ้าไหมไทยชนิดหนาทอด้วยไหมยืนมีขนาดไม่ต่ำกว่า 200 เคนเยอร์ ไหมยืนที่ใช้ทอต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 20 เส้น ต่อระยะหนึ่งเซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักตั้งแต่ 120 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 179 กรัม ต่อเนื้อที่หนึ่งตารางเมตร

(5) ผ้าไหมไทยชนิดหนามาก (Extra Heavy Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 80 เคนเยอร์ แต่ไม่ถึง 120 เคนเยอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 179 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 275 กรัม ต่อเนื้อที่หนึ่งตารางเมตร

ในกรณีที่ผ้าไหมไทยชนิดหนามาก ทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 200 เคนเยอร์ ไหมยืนที่ใช้ทอต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 20 เส้น ต่อระยะหนึ่งเซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 179 กรัมขึ้นไป ต่อเนื้อที่หนึ่งตารางเมตร

(6) ผ้าไหมไทยชนิดหนาพิเศษ (Drapery Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 120 เคนเยอร์ แต่ไม่ถึง 160 เคนเยอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 20 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 179 กรัมขึ้นไป ต่อเนื้อที่หนึ่งตารางเมตร

(7) ผ้าไหมไทยชนิดหนามากพิเศษ (Upholstery Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 160 เคนเยอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 เส้น ต่อระยะหนึ่งเซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 239 กรัมขึ้นไป ต่อเนื้อที่หนึ่งตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(8) ฝ้ายไหมไทยชนิดที่มีสิ่งอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่ง (Decorated Thai Silk) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 40 เคนเยอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 เส้น ต่อระยะหนึ่งเซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 20 กรัมขึ้นไป ต่อเนื้อที่หนึ่งตารางเมตร

(9) ฝ้ายไหมไทยที่ทอด้วยมือ ต้องมีข้อความภาษาอังกฤษว่า "Thai Silk Hand - Woven In Thailand With 100% Pure Silk" พร้อมด้วยหมายเลขประจำผู้ทำการค้าขายออกซึ่งสินค้ามาตรฐานฝ้ายไหมและผลิตภัณฑ์ฝ้ายไหม ตามที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนดให้ไว้ที่ริมผ้าทุกกระยะ 1 เมตร ตลอดทั้งผืน

(10) ฝ้ายไหมไทยที่ทอด้วยเครื่องจักร ต้องมีข้อความภาษาอังกฤษว่า "Thai Silk Machine - Woven In Thailand With 100% Pure Silk" พร้อมด้วยหมายเลขประจำผู้ทำการค้าขายออกซึ่งสินค้ามาตรฐานฝ้ายไหมและผลิตภัณฑ์ฝ้ายไหม ตามที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนดให้ไว้ที่ริมผ้าทุกกระยะ 1 เมตร ตลอดทั้งผืน

(11) ในกรณีที่ไม่อาจปฏิบัติตาม (9) และ (10) ได้ อันเนื่องด้วยสภาพแห่งสินค้านั้น ให้ติดป้ายหรือสลากแฉ่งข้อความภาษาอังกฤษดังกล่าวไว้ที่ผืนผ้า ทั้งนี้ตามที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนด

(12) ฝ้ายไหมไทยทุกชนิดต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อย ไม่เปราะเปื้อน ไม่ชำรุด ไม่เปื้อย หรือขาดง่าย และมีสีสม่ำเสมอตามสภาพ หรือลักษณะของฝ้ายไหมไทยตลอดทั้งผืน

ข้อ 4.<sup>3</sup> ให้กำหนดมาตรฐานของฝ้ายไหมจรีไว้ดังต่อไปนี้

(1) ฝ้ายไหมจรีต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อย ไม่เปราะเปื้อน ไม่ชำรุด ไม่เปื้อย หรือขาดง่าย และมีสีสม่ำเสมอตามสภาพหรือลักษณะฝ้ายไหมจรีตลอดทั้งผืน

(2) ฝ้ายไหมจรีที่ทอด้วยมือ ต้องมีข้อความภาษาอังกฤษว่า "Thai Juri Hand - Woven in Thailand" ไว้ที่ริมผ้าทุกกระยะหนึ่งเมตรตลอดทั้งผืน

2 ข้อ (8) ความเดิมถูกยกเลิกโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานฝ้ายไหมและผลิตภัณฑ์ฝ้ายไหม (ฉบับที่ 3) ลงวันที่ 18 พฤษภาคม 2526 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาฉบับพิเศษเล่ม 100 ตอนที่ 86 วันที่ 25 พฤษภาคม 2526 และให้ใช้ความใหม่แทนดั่งที่พิมพ์ไว้

3 ข้อ 4 ความเดิมถูกยกเลิกโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานฝ้ายไหมและผลิตภัณฑ์ฝ้ายไหม (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 มีนาคม 2519 และให้ใช้ความใหม่แทนดั่งที่พิมพ์ไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) ผ้าไหมจรีที่ทอด้วยเครื่องจักร "Thai Juri Machine - Woven in Thailand" ไร่ที่ริมผ้าทอระยะ 1 เมตรตลอดทั้งผืน

(4) ผ้าไหมจรีต้องมีข้อความภาษาอังกฤษ แจ่งชนิดและปริมาณเป็นร้อยละ โดยน้ำหนักของเส้นใยที่ใช้ทอ พร้อมทั้งหมายเลขประจำผู้ทำการค้าขายออก ซึ่งสินค้ามาตรฐาน ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ตามที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนดให้ต่อท้ายข้อความภาษาอังกฤษตาม (2) และ (3)

ข้อ 5. ให้แบ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็น 14 ชนิด ดังนี้

(1) เสื่อ

(2) กางเกง

(3) กระโปรง

(4) ชินหรือโสร่ง

(5) เนคไท หรือโบว์ไท

(6) ผ้าพันคอ

(7) ผ้าคลุมผม

(8) ผ้าคลุมเตียง

(9) ปลอกหมอน หรือปลอกเบาะ

(10) ผ้าปูโต๊ะ

(11) ผ้าเช็ดหน้า

(12) ผ้าเช็ดปาก

(13) ผ้ารองภาชนะที่มีขนาดกว้างตั้งแต่ 250 มิลลิเมตรขึ้นไป

(14) ม่าน

ข้อ 6.<sup>4</sup> ให้กำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมตามข้อ 5. ไว้ดังต่อไปนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อยไม่เปรอะเปื้อนหรือชำรุด

4 ข้อ 6 ความเดิมถูกยกเลิกโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 มีนาคม 2519 และให้ใช้ความใหม่แทนดังที่พิมพ์ไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(สำเนา)

## ประกาศกระทรวงพาณิชย์

เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการในการจัดให้มีการตรวจสอบและการ  
การตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติมาตรฐาน  
สินค้าขาออก พ.ศ. 2503 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสินค้าขาออก (ฉบับที่ 2) พ.ศ.  
2522 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยคำแนะนำของคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าออก  
ประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

## ข้อ 1. ในประกาศนี้

ก. "ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม" หมายความว่า ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม  
ที่กำหนดให้เป็นสินค้ามาตรฐาน ตามข้อ 2 ของประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหม  
และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ลงวันที่ 14 พฤศจิกายน 2516

ข. "มาตรฐานสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม" หมายความว่า มาตรฐาน  
ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่กำหนดขึ้นตามข้อ 3 ของประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง มาตรฐาน  
ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ลงวันที่ 14 พฤศจิกายน 2516 และประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง  
มาตรฐานและผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 มีนาคม 2519 ข้อ 2 และ  
ข้อ 3 ข้อ 4 และ ข้อ 5

ข้อ 2. ให้ผู้ทำการค้าขาออกซึ่งสินค้ามาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จัดให้  
มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าตามหลักเกณฑ์และวิธีการ ดังนี้

ก. นำผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จะจัดให้มีการตรวจสอบ ไปให้ตรวจสอบ  
ณ สถานที่ทำการของสำนักงานมาตรฐานสินค้า หรือสำนักงานสาขา หรือสถานที่ทำการของผู้  
ประกอบธุรกิจตรวจสอบมาตรฐานสินค้า ในวันและเวลาทำการ

ในกรณีที่ประสงค์จะจัดให้มีการตรวจสอบนอกสถานที่ทำการ หรือนอกเวลาทำการ  
ดังกล่าวตามวรรคหนึ่ง ให้แจ้งความประสงค์เป็นหนังสือต่อสำนักงานมาตรฐานสินค้า หรือสำนัก-  
งานสาขา หรือผู้ประกอบธุรกิจตรวจสอบมาตรฐานสินค้า ในวันและเวลาทำการล่วงหน้าก่อน

เวลาที่จะเริ่มจัดให้มีการตรวจสอบไม่น้อยกว่า 3 ชั่วโมง ทั้งนี้สถานที่ที่จะจัดให้มีการตรวจสอบนั้นต้องมีความเหมาะสม และมีแสงสว่างพอเพียงที่จะทำการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าได้

ข. ในกรณีที่ผ้าไหมสำเร็จรูปหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและการชักตัวอย่าง โดยการตัดผ้าไหมจากผ้าไหมสำเร็จรูปหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น เพื่อตรวจสอบ จะทำการเสียหายให้กับผ้าไหมสำเร็จรูปหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้นมาก ให้แนบตัวอย่างผ้าไหมซึ่งเป็นประเภท ชนิด สี ลวดลายเดียวกับผ้าไหมสำเร็จรูปหรือผ้าไหมที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น ขนาดไม่น้อยกว่า 9×10 เซนติเมตร หรือ 3×30 เซนติเมตร ในลักษณะขนานกับด้านยืนและด้านพุ่ง โดยไม่นับริมผ้าส่วนที่เป็นขอบไว้ที่ผืนผ้าไหมสำเร็จรูป หรือที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น จำนวนชิ้นตัวอย่างต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของจำนวนผืนผ้าไหมสำเร็จรูปหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทั้งหมดที่เป็นประเภท ชนิด สี ลวดลายเดียวกัน

ค. แสดงเครื่องหมายเพื่อให้เห็นว่า ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จะจัดให้มีการตรวจสอบนั้น เป็นสินค้าเพื่อทำหรือมีไว้เพื่อจำหน่ายในทางการค้าออก ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่รัฐมนตรีกำหนด

ข้อ 3 ให้ผู้มีหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานสินค้า ตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมดังนี้

ก. การตรวจสอบ

(1) ผ้าไหม

(1.1) ตรวจสอบผ้าไหมทุกผืนที่จะพึงออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าให้ตามรายการต่อไปนี้

(1.1.1) ความกว้างและความยาวของผืนผ้าไหม

(1.1.2) ความเรียบร้อยไม่เปราะเปื้อน ไม่ชำรุดไม่เปื่อยหรือขาดง่าย และมีสีสม่ำเสมอตามสภาพ หรือลักษณะของผ้าไหมตลอดทั้งผืน

(1.1.3) ข้อความที่ประทับ หรือป้าย หรือสลากที่ผืนผ้าไหมว่าถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง

(1.2) คัดแยกผ้าไหมที่จะพึงออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าให้ แยกตามประเภทหรือชนิดและสีของผ้าไหมนั้น สุ่มผ้าไหมแต่ละสีที่เป็นชนิดเดียวกันออกมาทั้งผืนจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนผืนผ้าไหมทั้งหมดที่เป็นประเภทหรือชนิดและสีเดียวกัน ที่จะพึงออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าให้ และตรวจสอบรายการต่างๆ ตามวิธีการดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1.2.1) จำนวนเส้นไหมยืนต่อระยะ 1 เซนติเมตร ใช้แว่นขยายหรือกล้องจุลทรรศน์ส่อง และตรวจนับจากจุดต่างๆ ตามแนวเฉลี่ยของผืนผ้า ไม่น้อยกว่า 10 จุด จุดแรกต้องห่างจากริมผ้าไม่น้อยกว่า 4 เซนติเมตร

(1.2.2) น้ำหนักต่อพื้นที่ 1 ตารางเมตรของผ้าไหมไทย นำตัวอย่างผ้าไหมไทยทั้งหมดที่ได้สุ่มไว้ ซึ่งน้ำหนักแต่ละผืนทั้งผืน แล้วคำนวณเฉลี่ยเป็นน้ำหนักต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตรของผืนผ้านั้นๆ

(1.2.3) ปริมาณเป็นร้อยละโดยน้ำหนักของเส้นใยไหมแท้ที่ใช้ทอผ้าไหม ตัดตัวอย่างผ้าไหมขนาดไม่ต่ำกว่า  $9 \times 10$  เซนติเมตร หรือ  $3 \times 30$  เซนติเมตร ตามแนวขนานกับด้านยืนและด้านพุ่ง ห่างจากริมผ้าไม่น้อยกว่า 4 เซนติเมตร จากผ้าไหมทุกผืนที่ได้สุ่มไว้ แบ่งตัวอย่างผ้าไหมแต่ละชิ้นออกเป็น 3 ส่วน แต่ละส่วนมีขนาดไม่ต่ำกว่า  $3 \times 10$  เซนติเมตร เก็บตัวอย่างผ้าไหมนั้นไว้เป็นหลักฐาน 2 ส่วน อีก 1 ส่วนนำไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบ ตัดตัวอย่างผ้าไหมที่จะตรวจสอบให้ได้ขนาด  $3 \times 3$  เซนติเมตร นำตัวอย่างผ้าไหมส่วนที่จะตรวจสอบที่ได้ขนาดดังกล่าวทั้งหมดชั่งหาน้ำหนัก เลาะเส้นยืนและเส้นพุ่งของผ้าไหมจากตัวอย่างออกทั้งหมด คัดแยกเฉพาะเส้นใยไหมแท้ซึ่งน้ำหนัก แล้วคำนวณปริมาณเป็นร้อยละของน้ำหนัก

ในกรณีที่เส้นใยไหมสำเร็จรูป และการตัดตัวอย่างจากผืนผ้าไหมนั้นจะทำความเสียหายให้แก่ผืนผ้าไหมนั้นมาก การตัดตัวอย่างผ้าไหมที่ระบุในวรรคหนึ่งจะตัดจากตัวอย่างผ้าไหมที่ผู้จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าได้แนบไว้ในผืนผ้าไหม ตามที่ระบุไว้ในข้อ 2. ข. ก็ได้ ทั้งนี้ให้ตรวจสอบเปรียบเทียบจนแน่ใจว่าผ้าไหมนั้นเป็นประเภท ชนิด สี และลวดลายเดียวกับผ้าไหมสำเร็จรูปนั้น

## (2) ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

(2.1) ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทุกชิ้นที่จะพึงออกใบรับรองมาตรฐานสินค้า ให้ตามรายการต่อไปนี้

(2.1.1) ความเรียบร้อยไม่เปราะเปื้อนหรือชำรุด

(2.1.2) ข้อความที่ประทับ หรือป้ายหรือสลากที่ขึ้นผลิตภัณฑ์ผ้าไหมว่าถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง

(2.2) คัดแยกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จะพึงออกใบรับรองมาตรฐานสินค้า ให้แยกตามประเภทหรือชนิด และสีของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น ตัดตัวอย่างผ้าไหมขนาดไม่ต่ำกว่า

9×10 เซนติเมตร หรือ 3×30 เซนติเมตร จากผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จำนวนชิ้นผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่  
ต้องตัดตัวอย่าง ให้เป็นไปตามอัตราดังต่อไปนี้

จำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เป็นประเภทชนิดและสีเดียวกัน ตัดตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

	1 - 100 ชิ้น	ไม่น้อยกว่า 2 ชิ้น
ตั้งแต่	101 - 300 ชิ้น	ไม่น้อยกว่า 4 ชิ้น
ตั้งแต่	301 - 500 ชิ้น	ไม่น้อยกว่า 6 ชิ้น
ตั้งแต่	501 - 1000 ชิ้น	ไม่น้อยกว่า 8 ชิ้น
ตั้งแต่	1000 ชิ้นขึ้นไป	ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้น

แล้วดำเนินการตาม (1.2.3) วรรคหนึ่ง และให้นำความใน (1.2.3) วรรค  
สอง มาใช้บังคับโดยอนุโลม

#### ข. เกณฑ์การตัดสิน

(1) การตรวจสอบผ้าไหมตาม (1.2) ของ ก. (1) หรือผลิตภัณฑ์ผ้า  
ไหมตาม (2.2) ของ ก. (2) ถ้าปรากฏว่าผ้าไหม หรือตัวอย่างผ้าไหม ประเภทหรือชนิดและ  
สีที่สุ่มตรวจสอบนั้น

(1.1) ถูกต้องตามมาตรฐานทุกตัวอย่างที่ตรวจสอบ ให้ถือว่าผ้าไหม  
หรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จะพึงออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าให้ เฉพาะประเภทหรือชนิดและสีนั้น ทั้ง  
หมดถูกต้องตามมาตรฐาน

(1.2) ผิดมาตรฐานเพียงตัวอย่างใดตัวอย่างหนึ่งของตัวอย่างที่  
ตรวจสอบ ให้ถือว่าผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จะพึงออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าให้ เฉพาะ  
ประเภทหรือชนิดและสีนั้นทั้งหมดผิดมาตรฐาน

(2) การตรวจสอบผ้าไหมตาม (1.1) ของ ก. (1) หรือผลิตภัณฑ์  
ผ้าไหมตาม (2.1) ของ ก. (2) ถ้าปรากฏว่าผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมผืนใดหรือชิ้นใดผิด  
มาตรฐาน ให้ถือว่าผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เฉพาะผืนหรือชิ้นนั้น เท่านั้นที่ผิดมาตรฐาน

ค. ให้บรรจุตัวอย่างผ้าไหมที่ได้เก็บไว้เป็นหลักฐานตามที่ระบุใน (1.2)  
(1.2.3) ของ ก. (1) หรือ (2.2) ของ ก. (2) แต่ละส่วนในถุงหรือภาชนะที่ป้องกันการ  
เปลี่ยนแปลงสภาพของตัวอย่างได้สนิทแสดงประเภท ชนิดของผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น

ซึ่งผู้จัดให้มีการตรวจสอบ เลขที่คำร้องขอให้ออกใบรับรองมาตรฐานสินค้า วันเดือนปีที่ตรวจสอบ และให้ผู้มีหน้าที่ตรวจสอบ ผู้จัดให้มีการตรวจสอบ หรือผู้แทนที่อยู่ในขณะตรวจสอบ ลงลายมือชื่อกำกับไว้ที่สลาก ตราประทับปากถุงหรือภาชนะนั้น แล้วให้ผู้เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ลงลายมือชื่อกำกับไว้ที่ปากถุงหรือภาชนะอีกครั้งหนึ่ง มอบตัวอย่างดังกล่าวให้ผู้มีหน้าที่รับมอบตามที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนด

ง. ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ได้รับการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าแล้ว เมื่อผู้จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าจะนำบรรจุหีบห่อ ให้ผู้มีหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานสินค้า ตรวจสอบหีบห่อนั้น และควบคุมการบรรจุหีบห่อโดยใกล้ชิด และตราประทับที่หีบห่อนั้นด้วย

ประกาศฉบับนี้ มีผลใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 15 วัน นับตั้งแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ประกาศ ณ วันที่ 16 ธันวาคม 2523

(ลงชื่อ) ตามใจ ชำภโต

(นายตามใจ ชำภโต)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 97 ตอนที่ 200 วันที่ 25 ธันวาคม 2523

หมายเหตุ ข้อความเดิมถูกยกเลิกโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการในการจัดให้มีการตรวจสอบและการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 20 มีนาคม 2524 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 98 ตอนที่ 48 ลงวันที่ 30 มีนาคม 2524 และให้ใช้ความใหม่แทนดังที่พิมพ์ไว้

(สำเนา)

## ประกาศกระทรวงพาณิชย์

เรื่อง การนำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร (ฉบับที่ 79) พ.ศ. 2519

ตามที่พระราชกฤษฎีกาควบคุมการนำเข้าเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้าบางอย่าง (ฉบับที่ 9) พ.ศ. 2496 บัญญัติห้ามมิให้นำเส้นเยื่อใยสำหรับทอ ทั้งที่เป็นเส้นด้ายและยังมีได้ ทำเส้นด้าย เข้ามาในราชอาณาจักร เว้นแต่จะได้รับจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ และต่อมารัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ ได้มีประกาศกระทรวงเศรษฐกิจ เรื่องอนุญาตสินค้าที่ควบคุมการนำเข้าเข้ามาในราชอาณาจักรตามพระราชกฤษฎีกาฉบับ ลงวันที่ 14 กันยายน 2498 และตามประกาศกระทรวงเศรษฐกิจ ฉบับลงวันที่ 17 พฤษภาคม 2500 อนุญาตเป็นการทั่วไปให้นำสินค้าบางอย่าง รวมทั้งเส้นเยื่อใยสำหรับทอ เข้ามาในราชอาณาจักรได้โดยไม่ต้องมีหนังสืออนุญาต นั้น

บัดนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เห็นสมควรแก้ไขการอนุญาตเป็นการทั่วไป ในส่วนที่เกี่ยวกับการอนุญาตให้นำเส้นเยื่อใยสำหรับทอประเภทเส้นไหมดิบที่ยังมิได้ดีเกลียวและเส้นไหมสำเร็จรูปสำหรับใช้ทอผ้าไหม เข้ามาในราชอาณาจักรโดยไม่ต้องมีหนังสืออนุญาตนั้น ดังนั้น ผู้ใดจะนำเส้นไหมดิบที่ยังมิได้ดีเกลียวและเส้นไหมสำเร็จรูปสำหรับใช้ทอผ้าไหม เข้ามาในราชอาณาจักรมิได้ เว้นแต่สินค้านี้ดังกล่าวได้บรรทุกในยานพาหนะเพื่อส่งจากประเทศต้นทางมายังประเทศไทยก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ หรือได้รับหนังสืออนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 4 มีนาคม 2519

(ลงชื่อ) ทองหยด จิตตวีระ

(นายทองหยด จิตตวีระ)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

หมายเหตุ ประกาศในราชกิจจานุเบกษาฉบับพิเศษ เล่ม 93 ตอนที่ 45 วันที่ 11 มีนาคม 2519



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับก... เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัด... ถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้