

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น
Development of Thai Silk and Thai Silk Products Export to Japan


ของ

นางสาวนันทน์ ลีสกุลรักษ์


ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ว.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2544

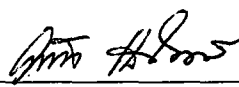
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 5 / 3.ค. / 44
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รุ่งสรรค์ โนชัย)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 5 / 3.ค. / 44
(อาจารย์ สุภาวดี ปิตทวิทงศา)

รักษาการในตำแหน่งหัวหน้าภาควิชา

 5 / 3.ค. / 2544
(รองศาสตราจารย์ ดร.อำนวย แสงโนรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

Development of Thai Silk and Thai Silk Products Export to Japan



T097273

โดย

นางสาวนันทน์ ลิ้มสกุลรักษ์

ปพ.

๑๑๐๖๓

๒๕๔๔

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....๑๗๒๗๓

วัน..... ๕ ๖ ๗ ๒๕๔๔

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๔๔

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะมีการส่งออกที่มากขึ้น จึงนับได้ว่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นกำลังมีโอกาสดังกล่าว

ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้ลดลงจากร้อยละ 7.78 เป็นร้อยละ 1.13 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของจีน ไปญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 28.40 เป็นร้อยละ 50.62 ดังนั้นนโยบายที่นำมาใช้คือด้านราคา ทั้งนี้เนื่องจากผ้าไหมของไทยมีราคาค่อนข้างสูง แต่จีนมีราคาผ้าไหมถูกกว่าไทย และปริมาณการผลิตผ้าไหมของจีนมีมากกว่าของไทย จึงทำให้จีนได้ประโยชน์จากการแข่งขันมากกว่าประเทศไทย ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.52 เป็นร้อยละ 24.58 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจีนไปประเทศญี่ปุ่นก็ได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 37.61 เป็นร้อยละ 39.91 พบว่าในประเทศไทยและจีนเสียประโยชน์จากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดตลาดและได้ประโยชน์จากการแข่งขันเช่นเดียวกัน แต่ประเทศไทยเสียประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดน้อยกว่าจีน แต่เมื่อพิจารณาความได้เปรียบที่เกิดจากการแข่งขันประเทศไทยได้ประโยชน์

จากผลการศึกษาการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นทำให้ได้ข้อเสนอแนะ คือ ภาครัฐดำเนินการขยายตลาด ให้ผลักดันการส่งออกและการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยมีการจัดให้มีโครงการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยภายใต้ชื่อทางการค้าของสินค้าไทย และยังสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยว่าเป็นคู่ค้าที่ดีในตลาดญี่ปุ่น ซึ่งรัฐควรให้บริการข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะข้อมูลด้านตลาดและข่าวสารด้านแฟชั่นของญี่ปุ่นแก่ผู้ส่งออก นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตวัตถุดิบให้มีใช้ในการผลิตผ้าไหมให้พอเพียงและมีมาตรการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของเส้นไหมควบคู่ไปด้วย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดญี่ปุ่นถึงเรื่องคุณภาพของสินค้า ซึ่งจะสามารถครองส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่เดิมได้และสร้างโอกาสที่จะครองส่วนแบ่งตลาดที่เดิมเป็นของประเทศไทยกลับคืนมาได้ ซึ่งน่าจะมีการศึกษามาตรฐานและมาตรการเพื่อการส่งออก และการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง จึงจะทำให้การพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

คำนิยม

ในการศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สามารถสำเร็จลงได้ด้วยการควบคุมดูแล และการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย อาจารย์ที่ปรึกษา ปัญหาพิเศษ และอาจารย์สุภาวดี ปัตทวิคกคา กรรมการปัญหาพิเศษ ซึ่งได้ให้คำปรึกษาและ คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับการเรียบเรียงปัญหาพิเศษ ทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้ง 2 ท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่เป็นกำลังใจให้ ตลอดจนมา ขอบคุณเจ้าหน้าที่ควบคุมห้องคอมพิวเตอร์ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่าน และขอ ขอบคุณเพื่อน ๆ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา ทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความสมบูรณ์

วันจันทร์ ที่ ๓๑ กรกฎาคม

มีนาคม ๒๕๔๔

(1)

สารบัญ

สารบัญตาราง	(4)
สารบัญตารางผนวก	(5)
สารบัญภาพ	(6)
สารบัญภาพผนวก	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์	6
ขอบเขตการศึกษา	6
วิธีการศึกษา	7
การเก็บรวบรวมข้อมูล	7
การวิเคราะห์ข้อมูล	7
บทที่ 2 โครงสร้างทฤษฎี	8
การตรวจสอบเอกสาร	8
แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด	11
บทที่ 3 สภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย	15
สภาพทั่วไปของการผลิต	15
พันธุ์ไหม	16
ประเภทของเส้นไหม	17
ประเภทของผ้าไหม	18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
ธุรกิจการผลิตผ้าไหม	19
สภาพทั่วไปของการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย	21
ตลาดภายในประเทศ	21
ตลาดต่างประเทศ	21
บทที่ 4 การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย ไปประเทศญี่ปุ่น	24
ภาวะผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น	24
สภาพทั่วไปของการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ของไทยไปประเทศญี่ปุ่น	24
ปริมาณและมูลค่าการส่งออกการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ของไทยไปประเทศญี่ปุ่น	26
แนวโน้มการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ของไทยไปประเทศญี่ปุ่น	27
โครงสร้างตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น	29
ผู้ส่งออกที่สำคัญ	29
ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ	29
ช่องทางการตลาดส่งออก	31
ประเภทสินค้าผ้าไหมที่ทำการส่งออก ไปประเทศญี่ปุ่น	32
การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ของไทยในตลาดญี่ปุ่น	33
ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น	33
ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น	37
ปัญหาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น	39
บทบาทของภาครัฐในตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยประเทศญี่ปุ่น	40
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	42
สรุป	42
ข้อเสนอแนะ	44

(3)

เอกสารอ้างอิง

หน้า

46

ภาคผนวก

48



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหม ปี พ.ศ. 2535-2543	2
2	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประเภทเสื่อผ้าสตรีสำเร็จรูป ในปี พ.ศ. 2542-2543	4
3	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประเภทเสื่อสุทสตรี ในปี พ.ศ. 2542-2543	5
4	ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดโดยใช้ตัวเลขสมมติ ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2	13
5	ตัวอย่างการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	14
6	เปรียบเทียบผลตอบแทนผ้าไหมกับน้ำหนักรายตารางเมตร	20
7	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย ในปี พ.ศ. 2542-2543	22
8	ปริมาณและมูลค่าผ้าไหมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น ในปี พ.ศ.2539-2543	27
9	ปริมาณการนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาชนจีนประเทศญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2535-2542	34
10	ปริมาณผ้าไหมที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2535-2538 และปี พ.ศ. 2539-2542 (ตัน)	35
11	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2535-2538 และปี พ.ศ. 2539-2542	36
12	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาชนจีนในตลาดญี่ปุ่น (ตัน)	36
13	ปริมาณผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากประเทศไทยและสาธารณรัฐ ประชาชนจีนระหว่างปี พ.ศ. 2535-2538 และปี พ.ศ. 2539-2542 (หน่วย)	38
14	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2535-2538 และปี พ.ศ. 2539-2542	38
15	ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาชนจีนในตลาดญี่ปุ่น (หน่วย)	39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวกที่		หน้า
1	เปรียบเทียบลักษณะของรังไหมพันธุ์ต่าง	51
2	การทดสอบความเป็นไหมแท้โดยการละลาย	62



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

- 1 แนวโน้มมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย
ไปประเทศญี่ปุ่น ปี พ.ศ. 2539-2543

28



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพผนวก

ภาพผนวกที่		หน้า
1	ขั้นตอนการผลิตเส้นไหม	54
2	ขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมขึ้น	55



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

/ สินค้าหัตถกรรมไทยเป็นสินค้าที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจความเป็นอยู่ของประชาชนคนไทยในแต่ละภาคของประเทศ เพราะเป็นแหล่งเพิ่มรายได้ เพิ่มการจ้างงานและลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ตัวเมือง นอกจากนี้สินค้าที่ผลิตได้ยังสามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศหรือจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอันเป็นหนทางหนึ่งในการช่วยลดการขาดดุลการค้า ทั้งยังก่อให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพของปัจจัยการผลิตที่จะนำมาเป็นวัตถุดิบ รวมทั้งเทคโนโลยีที่จะได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยประเภทหนึ่งที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยู่อักอย่างแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมากขึ้นเรื่อยๆ คือ ผ้าไหมไทย เนื่องจากผ้าไหมไทยเป็นสินค้าที่ใช้ฝีมือในการผลิต มีความสวยงามและมีคุณค่าในการใช้สอย ซึ่งหาได้ยากสำหรับประเทศที่พัฒนาแล้วเพราะขาดแคลนแรงงาน ต้องใช้เครื่องจักรเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตจึงขาดความประณีตผ้าไหมไทยจึงเป็นสินค้าส่งออก ที่สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปีและยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ พร้อมทั้งขยายตัวอย่างรวดเร็วในอนาคต สถานการณ์ดังกล่าวทำให้คาดได้ว่า การส่งออกผ้าไหมไทยจะมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป

ปัจจุบันประเทศไทยมีเกษตรกรผู้ประกอบอาชีพปลูกหม่อนเลี้ยงไหมประมาณ 400,000 ราย มีพื้นที่ปลูกหม่อน 218,000 ไร่ โดยประมาณร้อยละ 70 ของผลผลิตเส้นไหมจะเป็นเส้นไหมที่ได้จากการสาวมือโดยเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งอุตสาหกรรมทอผ้าไหม มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชนบทไทยเป็นอย่างมาก โดยในแต่ละปีผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไหมต่างๆ มีการส่งออกไปยังต่างประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เบลเยียม และออสเตรเลีย ซึ่งทำรายได้เข้าประเทศเฉลี่ยปีละ 800-1,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ตลาดผ้าไหมที่สำคัญอีกตลาดหนึ่งคือ การจำหน่ายแต่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเมืองไทย

นอกจากนี้ผ้าไหมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ เพราะนอกจากจะใช้แรงงานเป็นปัจจัยในการผลิตซึ่งเหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของไทยที่มีแรงงานอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การช่วยลดปัญหาการว่างงานในชนบท ผ้าไหมยังได้สร้างชื่อเสียงและนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเพิ่มขึ้น จะเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกผ้าไหมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2535-2543 (ตารางที่ 1) แม้ปี พ.ศ. 2539 ทั่วโลกจะประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำก็ตาม

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหม ปี พ.ศ. 2535-2543

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2535	1,820,180.0 ¹	479.10
2536	2,120,676.0 ¹	426.00
2537	206.00	434.50
2538	184.40	404.30
2539	161.20	384.30
2540	164.40	500.00
2541	153.97	565.63
2542	145.48	507.27
2543	177.25	620.05

หมายเหตุ ¹ มีหน่วยเป็นตารางหลา
ที่มา: (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2543)

ซึ่งในอดีตประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกไหมที่สำคัญของโลก แต่จากการพัฒนาทางอุตสาหกรรมทำให้ความต้องการใช้ไหมในบางประเทศเพิ่มขึ้น ขณะที่ปริมาณการผลิตได้ลดลงเนื่องจากนโยบายการผลิตไหมในประเทศญี่ปุ่นจึงกลายเป็นประเทศผู้นำเข้าไหมที่สำคัญของโลกประเทศหนึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 เป็นต้นมา ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการนำเข้าไหมในประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยตลอด ทั้งนี้เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของญี่ปุ่นดีขึ้น ค่าแรงงานของชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น อานาการซื้อของชาวญี่ปุ่นอยู่ในเกณฑ์ดี และมีความต้องการสินค้าใหม่ๆ เพื่อใช้ในการชีวิตประจำวันมากขึ้น ส่งผลให้การนำเข้าสินค้าไหมเพิ่มขึ้นตามมา

การนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจากประเทศไทย ญี่ปุ่นมีแนวโน้มนำเข้าเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากสินค้าของประเทศไทยมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวฝีมือประณีต คุณภาพพอใช้ได้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคาไม่สูงเกินไป โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรีจะเป็นแบบที่เรียบง่าย (ตารางที่ 2) ใส่ได้ทุกโอกาสมีสีเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นมาก ซึ่งโดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรีประเภทสูทได้มีการเปิดตลาดสินค้าใหม่ในญี่ปุ่น (ตารางที่ 3) ทำให้การส่งออกสินค้าใหม่ของไทยไปญี่ปุ่นได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นมากจนปัจจุบันญี่ปุ่นกลายเป็นประเทศผู้ซื้อรายใหญ่ที่สุดของไทยแทนที่สหรัฐอเมริกาซึ่งมูลค่าการนำเข้าในระยะหลังที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าญี่ปุ่น เนื่องจากไทยได้ปรับราคาผ้าไหมให้สูงขึ้นตามราคาไหมดิบที่เพิ่มสูงขึ้นมากในตลาดโลก

ปัจจุบันญี่ปุ่นเป็นตลาดที่น่าสนใจยิ่งที่ประเทศไทยจะสามารถเพิ่มการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้สูงขึ้น เนื่องจากเป็นตลาดใหญ่มีการขยายตัวสูงมีอำนาจการซื้อที่มั่นคง ประกอบกับผู้บริโภคมีรสนิยมและความต้องการแบบมาตรฐานสากล ซึ่งสอดคล้องกับการผลิตของไทย ทั้งนี้สินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยควรต้องมีการพัฒนาให้มีเนื้อนุ่มมีประโยชน์สามารถใช้กับชีวิตประจำวันได้มากขึ้นรวมทั้งให้ความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์สวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจจากชาวญี่ปุ่น และช่วยให้สินค้าไทยขยายเพิ่มขึ้น

จากที่ได้กล่าวมา การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งที่จะอธิบายลักษณะของตลาดการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยไปประเทศญี่ปุ่น นับตั้งแต่สภาพทั่วไปของการผลิต โครงสร้างตลาด การนำเข้าของประเทศญี่ปุ่น โดยเฉพาะการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย กับประเทศคู่แข่งทางการค้าที่มีการนำเข้าประเทศญี่ปุ่น เพื่อที่จะรักษาตลาดที่มีอยู่เดิมและที่จะมีการขยายตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศไทยในอนาคตให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต โครงสร้างตลาด และช่องทางการตลาดของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น
3. เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด และช่องทางในการขยายตลาดการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประเภทเสื้อผ้าสตรีสำเร็จรูป ในปี พ.ศ. 2542-2543

ประเทศ	ปี พ.ศ. 2542		ปี พ.ศ. 2543	
	มูลค่า (บาท)	ร้อยละ	มูลค่า (บาท)	ร้อยละ
ออสเตรเลีย	80,303	0.30	64,243	0.09
ออสเตรีย	319,022	1.19	163,127	0.24
แคนาดา	218,083	0.81	8,403	0.01
เดนมาร์ก	29,378	0.11	5,082	0.01
ฝรั่งเศส	7,837,165	29.21	1,070,453	1.56
เยอรมัน	563,841	2.10	900	0.00
อิตาลี	96,387	0.36	222,822	0.32
ญี่ปุ่น	594,745	2.22	1,984,872	2.89
เนเธอร์แลนด์	313,529	1.17	476,183	0.69
นิวซีแลนด์	7,962	0.03	19,712	0.03
นอร์เวย์	147,332	0.55	56,316	0.08
โรมาเนีย	420	0.00	14,469	0.02
สเปน	51,552	0.19	28,692	0.04
สหราชอาณาจักร	1,318,635	4.92	3,784	0.01
สหรัฐอเมริกา	14,284,031	53.24	63,652,672	92.56
อื่นๆ	417,284	1.56	996,018	1.45
รวมทั้งหมด	26,827,117	100.00	68,767,748	100.00

ที่มา: (กระทรวงการคลัง, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประเภทเส้นสุทศตรี ในปี พ.ศ. 2542-2543

ประเทศ	ปี พ.ศ. 2542		ปี พ.ศ. 2543	
	มูลค่า (บาท)	ร้อยละ	มูลค่า (บาท)	ร้อยละ
ออสเตรเลีย	103,571	6.48	-	-
แคนาดา	-	-	646,729	32.00
ฝรั่งเศส	1,054,088	65.94	2,260	1.11
ฮ่องกง	10,450	0.65	-	-
อิตาลี	8,138	0.51	-	-
ญี่ปุ่น	-	-	1,071,953	53.04
สเปน	8,138	0.51	24,000	1.19
สวีเดน	74,832	4.68	-	-
สวิตเซอร์แลนด์	156,020	9.76	-	-
สหราชอาณาจักร	-	-	15,850	0.78
สหรัฐอเมริกา	8,447	0.53	260,408	12.88
รวมทั้งหมด	1,598,438	100.00	2,021,200	100.00

ที่มา: (กระทรวงการคลัง, 2543)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการผลิต โครงสร้างตลาด และช่องทางการตลาดของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น
2. ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่เกิดขึ้นของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยกับประเทศคู่แข่งที่นำเข้าประเทศญี่ปุ่น เพื่อนำความเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดมาเป็นแนวทางในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้เพิ่มขึ้น และยังสามารถที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่ไว้ได้
3. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดญี่ปุ่น และช่องทางในการขยายตลาดการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยไปประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์

โครงสร้างการตลาด หมายถึง การศึกษาถึงลักษณะของตลาด ผู้ส่งออก ตลอดจนถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ตลาดมีความต้องการ

ส่วนแบ่งตลาด หมายถึง ปริมาณผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยมีการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

แนวทาง (guidelines) หมายถึง ทางปฏิบัติที่วางไว้เป็นแนว

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (silk product) หมายถึง สิ่งที่ทำหรือประกอบขึ้นด้วยผ้าไหมเป็นสิ่งสำคัญ เช่น เนคไท ผ้าพันคอ หมอนอิง เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น

ผ้าไหม (silk) หมายถึง ผ้าที่ทอด้วยไหม รวมทั้งที่มีสิ่งอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่ง ทัศนกรรม หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้าด้วยมือ

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเพื่อการพัฒนาตลาดการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป หมอนอิง เนคไท เป็นต้น แต่การศึกษานี้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้กล่าวถึง ผ้าไหมที่มีการผสมระหว่างไหมและเส้นใยชนิดอื่นๆ โดยศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต โครงสร้างตลาดของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยในประเทศญี่ปุ่น และศึกษาส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งทางการค้า ซึ่งประเทศคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญ ก็คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยทำการศึกษาโครงสร้างทางการตลาด ความต้องการของตลาดและช่องทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม รวมทั้งทำการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยซึ่งใช้ข้อมูล 2 ช่วง ระหว่างปี พ.ศ. 2535-2538 และ พ.ศ. 2539-2542 การศึกษาที่ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาเป็น 2 ช่วง ก็เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการส่งออกที่อาจเกิดขึ้นในปีใดปีหนึ่ง

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ซึ่งได้จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศไทย โดยบทสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพการตลาดในปัจจุบัน และที่ตลาดประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้น พร้อมข้อเสนอแนะที่จะนำไปพัฒนาคุณภาพผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยที่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น

ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากรายงานการสัมมนา เอกสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ จุลสารต่างๆ รวมถึงข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ตลอดจนองค์กรระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลมีด้วยกัน 2 ส่วน คือข้อมูลทางสถิติการนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งข้อมูลได้นำมาจาก กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สมาคมไหมไทย กรมศุลกากร และองค์การการค้าญี่ปุ่น (JETRO) เป็นต้น ข้อมูลส่วนที่สอง คือ ด้านกระบวนการผลิต และโครงสร้างตลาดการนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้มาจาก เอกสารประกอบการสัมมนา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วารสารผู้ส่งออก หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการรายวัน เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในเรื่องการพัฒนาตลาดการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกไปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำข้อมูลที่รวบรวมมา ประกอบกับการนำเสนอในรูปแบบตาราง และแผนภาพ เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการผลิต โครงสร้างทางการตลาด และช่องทางการตลาดของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น โดยใช้แบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (market share analysis model) แล้วนำผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

โครงร่างทฤษฎี

บทนี้ได้กล่าวถึงการตรวจสอบเอกสารและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยกับประเทศคู่แข่ง โดยใช้ทฤษฎีแบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (market share analysis model)

การตรวจสอบเอกสาร

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2532) ได้ศึกษาถึงสู่ทางการพัฒนา การส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ พบว่าการนำเข้าผ้าไหมจากต่างประเทศอัตราเฉลี่ยร้อยละ 50-70 ของความต้องการใช้ในประเทศ โดยนำเข้าจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ด้านการส่งออก มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.15 ด้านราคามีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ตลาดรับซื้อคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป โดยได้รับสิทธิพิเศษภาษีศุลกากรจากประเทศผู้นำเข้า อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมไหมไทยยังประสบปัญหาเรื่องเส้นไหมในด้านปริมาณคุณภาพและราคาจึงเป็น อุปสรรคในการพัฒนาการส่งออกไหมไทยและผลิตภัณฑ์ ปัญหาดังกล่าวได้แก่ ปริมาณการผลิตไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับแรงงานที่จะมีมากน้อยบ้างตามฤดูกาล ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าไหม ซึ่งต้อง มีการปรับปรุงด้านมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น เช่น เรื่องของสีที่ไม่สม่ำเสมอและคงทน เนื้อผ้าไม่แน่นพอ ขาดความวาวมัน ผ้าเปื้อนน้ำมัน ซึ่งในขณะนี้ระบบการควบคุมคุณภาพยังไม่แน่นสม่ำเสมอ ปัญหา ทางด้านราคา คือต้นทุนการผลิตเส้นไหมยืนภายในประเทศค่อนข้างสูง เนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ เทคโนโลยีและเครื่องมือเครื่องจักรในการผลิตยังล้าสมัย และไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร เป็น ผลให้ราคาเส้นไหมยืนที่ผลิตได้ในประเทศ ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับเส้นไหมยืนที่นำเข้าจาก ต่างประเทศ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องหาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตและคุณภาพมาตรฐานสินค้า ทั้ง ภาครัฐบาลและเอกชนให้ความสนใจด้านนี้อย่างจริงจัง พร้อมทั้งร่วมมือกันพัฒนาด้านการผลิต เส้นไหมที่มีคุณภาพให้มากกว่าเดิม เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ทั้งภายในและภายนอก ประเทศ

กรมส่งเสริมการส่งออก (2532) ในวารสารผู้ส่งออกได้รายงานเกี่ยวกับแนวโน้มตลาด ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทยได้รับความสนใจ และการยอมรับจากชาวญี่ปุ่นทั้ง ในด้านคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ดังนั้นปริมาณการจำหน่ายจึงเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยใน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี พ.ศ. 2531 ยอดขายเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทยสูงถึง 130 ล้านบาท และเฉพาะอย่างยิ่งใน 6 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2532 ยอดขายได้มากกว่า 100 ล้านบาท จึงเป็นที่คาดว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นอีกในช่วงปลายปี เพราะได้มีการเพิ่มชนิดของสินค้าและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายมากขึ้น ดังนั้นผ้าไหมไทยจึงมีโอกาที่จะขยายตัวในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอีก หากมีการปรับปรุงคุณภาพผ้าไหมให้มีเนื้อนุ่มขึ้น สำหรับใช้เป็นชุดแต่งกายในชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้ตลาดเริ่มให้ความสนใจที่จะใช้ผ้าไหมเป็นวัตถุดิบในการผลิตชุดชั้นใน และชุดนอนทั้งสุภาพบุรุษและสุภาพสตรีมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันผ้าไหมไทยจะมีลักษณะเฉพาะคือ เนื้อผ้าค่อนข้างแข็งและถือเป็นประกาย การพัฒนาและการคิดค้นแปลงผ้าไหมไปประดิษฐ์เป็นสินค้าสำเร็จรูปยังมีน้อย

กรมส่งเสริมการส่งออก (2535) จากบทความเรื่อง ชี้อาไหมไทยอนาคตแจ่มใส่ทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ ในวารสารผู้ส่งออก สรุปได้ว่าธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยยังคงความสดใสทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยในปีที่ผ่านมาทำรายได้ให้กับประเทศทั้งในรูปแบบของการส่งออกและการขายภายในประเทศ เป็นสินค้าที่ระลึกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีมูลค่ากว่า 2,000 ล้านบาท สำหรับตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทย ขณะนี้มีมากกว่า 50 ประเทศ ทั้งทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ แอฟริกา และโอเชียเนีย โดยมีตลาดสำคัญๆ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เยอรมันตะวันตก สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ และประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมยุโรป ปัจจุบันประเทศไทยสามารถผลิตเส้นไหมดิบได้ เป็นอันดับที่ 7 ของโลกหรือเป็นอันดับที่ 5 ของเอเชีย รองจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น อินเดีย และเกาหลีใต้ โดยแหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญของไทยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ ซึ่งผลิตไหมดิบส่วนใหญ่เป็นไหมพุ่งร้อยละ 90 ส่วนที่เหลือเป็นไหมยืนมีไม่ถึงร้อยละ 10 ของกำลังการผลิตทั้งหมด อย่างไรก็ตามการผลิตผ้าไหมของไทยในปัจจุบันยังมีปัญหาอยู่มาก คือ ปริมาณเส้นไหมที่ผลิตได้ในประเทศมีไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ เพราะการผลิตส่วนใหญ่ยังคงเป็นการผลิตแบบในครัวเรือน เป็นอาชีพเสริมปริมาณการผลิตจึงไม่แน่นอน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าไหมก็ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน การพัฒนาและการคิดค้นแปลงผ้าไหมไปประดิษฐ์เป็นสินค้าสำเร็จรูปยังมีน้อย

ชาวลวทตม ไชยบุรี (2540) ได้ทำการศึกษาถึงปัญหาการผลิตเส้นไหมในไทย ส่วนใหญ่เป็นโรคที่มาจากเชื้อแบคทีเรียและไวรัสทำให้ผลผลิตลดต่ำกว่าร้อยละ 30 จากมาตรฐานนอกจากนี้ยังมีปัญหาการลักลอบนำเส้นไหมคุณภาพต่ำจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาวและเวียดนามมาผสมกับเส้นไหมไทย ทำให้ผลิตผ้าไหมออกมาไม่ได้คุณภาพ ที่ผ่านมามีปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์จากไหม เฉลี่ยปีละประมาณ 1,300 ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 800 ล้านบาท เป็นไหม

จากโรงงาน 6 ราย จำนวน 400 ตัน และจากการผลิตของเกษตรกร 900 ตัน ขณะที่ตลาดผ้าไหมในประเทศ ซึ่งรวมถึงการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว มีมูลค่ามากกว่าปีละ 1,200 ล้านบาท

สมาคมไหมนานาชาติ (2540) จากบทความของสมาคมไหมนานาชาติกล่าวถึงผ้าไหมไทยสรุปได้ว่า สินค้าผ้าไหมไทยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก แม้ว่าการส่งออกในรูปแบบผ้าผืนและสิ่งทอจะมีปริมาณต่ำ แต่ในส่วนที่นำไปผลิตเป็นสินค้ากลุ่มเคหะสิ่งทอนั้น เป็นที่รู้จักและนิยมใช้ทั่วโลก ซึ่งหากผู้ผลิตไทยต้องการขยายการส่งออกสามารถทำได้ เพราะผ้าไหมไทยผลิตจากแรงงานฝีมือคุณภาพสูง และมีลวดลายรวมทั้งสีสันเป็นเอกลักษณ์แบบไทยๆ ซึ่งแตกต่างจากผ้าไหมของประเทศอื่นๆ ทั่วโลก ที่ผลิตในระบบอุตสาหกรรมซึ่งเมื่อออกสู่ตลาดจะไม่สามารถแยกได้ว่าเป็นสินค้ามาจากประเทศใดและการผลิตสามารถพัฒนาเทคโนโลยีได้เท่าเทียมกัน

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2543) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ร่วมกับสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ) เพื่อกำหนดมาตรฐานคุณภาพผ้าไหมไทยใหม่ ให้มีการกำหนดรายละเอียดในเรื่องลายผ้าและคุณภาพมากกว่าเดิมที่ได้กำหนดไว้ โดยจะมีคณะกรรมการพิจารณากำหนดมาตรฐานผ้าไหมไทยเป็นผู้กำหนดมาตรฐานดังกล่าว ทั้งเพื่อเป็นการส่งเสริมการส่งออกผ้าไหมผืนไปยังต่างประเทศ และเป็นการป้องกันการลอกเลียนแบบและนำไหมไทยไปจดลิขสิทธิ์เป็นของประเทศอื่นๆ ปัจจุบันผ้าไหมมีลายทั้งหมดประมาณ 50 ลาย สำหรับตลาดส่งออกหลักของไทยจะเป็นประเทศแถบตะวันออกกลาง สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผ้าผืนโดยมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 2,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2543) ได้มีนโยบายสนับสนุนให้นักออกแบบด้านสิ่งทอของไทยได้มีโอกาสสร้างสรรค์รูปแบบลายผ้า และชุดผ้าไหมให้มีมาตรฐานสากล นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมและประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทย สอดแทรกเข้าไปในการพัฒนาสร้างสรรค์ผ้าไหมในลายต่างให้มีการนำผ้าไหมไปตัดชุดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้สามารถใช้โอกาสต่างๆ เช่น เป็นชุดทำงาน ชุดลำลอง ได้อย่างสวยงามน่าภาคภูมิใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการรณรงค์ให้มีการแต่งชุดผ้าไหมในชีวิตประจำวัน และยังสนับสนุนให้การเปิดโอกาสให้มีการประกวดจะเป็นการส่งเสริมให้มีการใช้ผ้าไหมอย่างเป็นทางการมากขึ้น เพราะในปัจจุบันเราผลิตผ้าไหมได้มาก แต่การใช้ยังน้อยอยู่ หากมีการพัฒนารูปแบบอย่างจริงจังเป็นที่ยอมรับตรงใจผู้บริโภคจะกระตุ้นให้มีการนำผ้าไหมไปใช้ในชีวิตประจำวันแพร่หลายมากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการที่ใช้ภูมิปัญญาไทยในการผลิต นอกจากนี้ยังสามารถผลิตเพื่อการส่งออกได้อีกด้วย ทั้งนี้อุตสาหกรรมไหมไทยยังสามารถแข่งขันในตลาดโลกอย่างมีศักยภาพและสามารถขยายตัวต่อไปในอนาคตโดยสถิติการส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าไหมของไทยปี พ.ศ. 2539 คิดเป็นมูลค่า 389 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2540 มีมูลค่า 502.2 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่า 512.7 ล้านบาท

แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดการค้ากับประเทศญี่ปุ่นในที่นี้ได้ใช้แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาด (market share analysis model) ซึ่งกำหนดขึ้นโดย L.R. Rigaus , D.C. Sprorr , G.L. Ochsner และ G.L. Cramer ภายใต้ข้อสมมติที่ว่า ไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน (supply) แต่การเปลี่ยนแปลงในส่วนครองตลาดนั้นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยทางด้านอุปสงค์ (demand) ตามแนวความคิดแบบจำลองส่วนครองตลาด เมื่อส่วนครองตลาดของประเทศผู้ส่งออกประเทศหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไป เราสามารถวัดผลของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาด (size of market effect) พิจารณาจากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของปริมาณการส่งออก โดยกำหนดให้ส่วนครองตลาดคงที่ในช่วงเวลาที่พิจารณา ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกว่า การเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดใหญ่ขึ้นหรือลดลง ซึ่งอธิบายได้ว่าตลาดมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยมีรายได้ประชาชาติ และจำนวนประชากรเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความเจริญเติบโตในการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดนั้น
2. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาด (competitive effect) เป็นการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศผู้ส่งออก ที่เกิดจากการแข่งขันระหว่างผู้ส่งออกต่างๆ ในสินค้าประเภทเดียวกัน โดยกำหนดให้ขนาดของตลาดคงที่ในช่วงเวลาฐานกับเวลาที่พิจารณาซึ่งชี้ให้เห็นว่า ถ้าส่วนครองตลาดของประเทศผู้ส่งออกหนึ่งลดลงในขณะที่ขนาดของตลาดคงที่ หมายความว่า ผลของการแข่งขันนั้นทำให้ประเทศผู้ส่งออกนั้นต้องสูญเสียตลาดไปบางส่วนทำนองเดียวกัน ถ้าส่วนครองตลาดของประเทศนั้นเพิ่มขึ้นในขณะที่ขนาดของตลาดคงที่ หมายความว่าผลของการแข่งขันทำให้ประเทศผู้ส่งออกนั้นได้เปรียบคือ มีตลาดเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดดังกล่าวไม่เพียงแต่จะเนื่องมาจากผลของการแข่งขันเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการค้าและการตลาดของประเทศผู้นำเข้าอีกด้วย
3. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาด อันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด (distributive effect) เป็นการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศผู้ส่งออกประเทศใดประเทศหนึ่งที่เกิดจากการกระจายตัวของตลาด โดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกของประเทศนั้น เนื่องเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากความต้องการภายในของตลาดส่งออกเปลี่ยนไป อาทิเช่น การบริโภคสินค้าหรือการนำสินค้านั้นไปใช้ประโยชน์ เป็นต้น โดยกำหนดให้ขนาดตลาดและส่วนครองคงที่ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสำคัญของประเทศผู้ส่งออก (relative change) โดยจะทำให้ปริมาณการส่งออกที่แท้จริงของแต่ละประเทศเปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่ส่วนครองตลาด และขนาดของตลาดคงที่

Ochsner และ Cramer ได้แสดงตัวอย่างวิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของการเปลี่ยนแปลงของส่วนครองตลาดอันเนื่องมาจากผลการเปลี่ยนแปลงทั้งสามดังกล่าวนี้ (ตารางที่ 4) โดยกำหนดให้ตลาดส่งออกของประเทศ X ประกอบด้วย 2 ตลาด คือ ตลาด A และตลาด B เท่านั้น และสมมติให้มีประเทศส่งออกที่แข่งขันกับประเทศ X เพียงประเทศเดียว การวิเคราะห์พิจารณาเพียง 2 ปี คือ ปีที่ 1 และปีที่ 2 โดยแบ่งการคำนวณผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X ออกเป็น 3 ลักษณะดังกล่าว คือ

1. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากขนาดของตลาดโดยกำหนดให้ส่วนครองตลาดคงที่
2. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาด โดยกำหนดให้ขนาดของตลาดคงที่
3. ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด โดยกำหนดให้ส่วนครองตลาดและขนาดของตลาดคงที่

จากข้อสมมติและวิธีการดังกล่าวนี้สามารถนำมาคำนวณหาการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด การแข่งขันในตลาดและการกระจายตัวของตลาดระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดังนี้

1. จำนวนหาความสามารถในการส่งออก (potential export) ของประเทศ X

- 1.1 ส่วนครองตลาดของประเทศ X ในปีที่ 1 ณ ระดับการส่งออกในปีที่ 2

$$S_1 = 0.25 \times 2000 = 500 \text{ หน่วย}$$

- 1.2 ส่วนครองตลาดของประเทศ X ในปีที่ 1 ในตลาด A และตลาด B ณ ระดับการส่งออกในปีที่ 2

$$S_2 = (0.40 \times 200) + (0.20 \times 1800) = 440 \text{ หน่วย}$$

2. สรุปผลของการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 ได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการคำนวณการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดโดยใช้ตัวเลขสมมติ
ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2

ปี พ.ศ.	ปริมาณการนำเข้า ทั้งหมด	ปริมาณการนำเข้าจาก ประเทศ X	ส่วนครองตลาดของ ประเทศ X
ปีที่ 1			
ตลาด A	400	160	0.40
ตลาด B	1,200	240	0.20
รวมทั้งหมด	1,600	400(A ₁)	0.25
ปีที่ 2			
ตลาด A	200	100	0.50
ตลาด B	1,800	540	0.30
รวมทั้งหมด	2,000	640(A ₂)	0.32

ที่มา: (Gramer, G.L. and G.L. Ochsner, 1976: 17)

จากผลการคำนวณในตัวอย่างข้างต้นสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X ในตลาด A และตลาด B ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 มีผลของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดเพิ่มขึ้น 240 หน่วย ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดอันเนื่องมาจากขนาดของตลาดเพิ่มขึ้น 100 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 42 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดทั้งหมด เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดอันเนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 200 หน่วยหรือคิดเป็นร้อยละ 83 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดทั้งหมด และเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดอันเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาดลดลง 60 หน่วยหรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดทั้งหมด

ตารางที่ 5 ตัวอย่างการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของประเทศ X	หน่วย	ร้อยละ
ผลทั้งหมด ($A_2 - A_1$)	240	100
ผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด ($S_1 - A_1$)	100	42
ผลจากการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาด ($A_2 - S_1$)	200	83
ผลจากการเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของตลาด ($S_1 - S_2$)	-60	-25

ที่มา: (จากการคำนวณ)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

สภาพทั่วไปของการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย

บทนี้ได้กล่าวถึงสภาพทั่วไปของการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย ซึ่งจะ ทำให้ทราบถึงพันธุ์ไหมที่ใช้ผลิต ประเภทของเส้นไหม ประเภทของผ้าไหม และธุรกิจการผลิต ผ้าไหม นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงสภาพทั่วไปของการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย โดยจะได้กล่าวถึง โครงสร้างตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ

สภาพทั่วไปของการผลิต

ไหมไทยเป็นสินค้าหัตถกรรมประเภทหนึ่งที่ทำขึ้นจากใยของตัวไหม และนำมาทอเป็น ผ้าไหม ด้วยเครื่องมือที่ทำด้วยไม้ และเป็นการทอด้วยมือ อุตสาหกรรมไหมไทยจึงเป็นงานฝีมือที่ แสดงออกถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทย จนเป็นที่รู้จักและชื่นชมของผู้พบเห็นทั่วไป โดยเฉพาะ อย่างยิ่งชาวต่างประเทศ ผ้าไหมไทยรวมทั้งผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จึงเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง ที่สามารถ ส่งออกนารายได้เข้าสู่ประเทศ นอกจากนั้นยังเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่ช่วยให้เกษตรกรมี รายได้จากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และทอผ้าไหมมากกว่า 400,000 ครัวเรือน โดยเฉพาะประชากร ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นส่วนมากได้มีอาชีพทางด้านนี้ ดังนั้นจึงนับว่าไหมไทยมี ความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก

การทอผ้าไหมของไทย ส่วนใหญ่ทำกันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปริมาณผลผลิต ผ้าไหมไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงานซึ่งมีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาล รวมทั้งปริมาณ เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้า ซึ่งในการทอผ้าไหมต้องประกอบด้วยเส้นไหม 2 ชนิด ได้แก่ เส้นไหม ยืน ซึ่งมีลักษณะเป็นเส้นเล็ก เหนียว และยาว และเส้นไหมพุ่ง ซึ่งมีลักษณะเป็นเส้นโต หยาบและ สั้น ซึ่งเส้นไหมพุ่งที่ผลิตได้ในประเทศ มีลักษณะเป็นปุ่มปม เมื่อนำไปทอผ้าแล้ว ทำให้ผ้าไหมของ ไทย มีลักษณะสวยงามกว่าผ้าไหมของประเทศอื่นๆ จากคุณสมบัตินี้ ทำให้ชาวต่างประเทศเปลี่ยน มานิยมใช้ผ้าไหมไทยมากขึ้น

ปัจจุบันเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมพุ่มหรือพันธุ์พื้นเมืองมีประมาณ 400,000 ครัวเรือน ร้อยละ 80 อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น อุบลราชธานี หนองคาย นครราชสีมา ชัยภูมิ ศรีสะเกษ สุรินทร์ และอื่นๆ ทั้งนี้การผลิตไหมพุ่มของเกษตรกรปกติจะมีประมาณ 900-1,050 เมตริกตันต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับเส้นไหมยืน ปริมาณการผลิตยังมีน้อยมาก ปัจจุบันมีผู้ผลิตเพียง 4 ราย ได้แก่ บริษัทจุลไหมไทย จำกัด บริษัทขยายธุรกิจ จำกัด บริษัทบุญมาเกษตรกรรมไหมไทย และศูนย์วิจัยและอบรมหม่อนไหม จังหวัดนครราชสีมา ของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

พันธุ์ไหม

พันธุ์ไทย พันธุ์ไหมที่เกษตรกรเลี้ยงในปัจจุบันมี 3 พันธุ์คือ

1. พันธุ์ไทยโดยแท้ เป็นพันธุ์พื้นเมืองที่เลี้ยงง่ายมีความต้านทานโรคดีสามารถพักเลี้ยงได้ตลอดปี (polyvoltine) เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมสามารถผลิตไขไหมได้ด้วยกรรมวิธีง่ายๆ ไหมพันธุ์นี้จะให้รังไหมที่มีทั้งสีขาวและสีเหลือง ขนาดรังเล็กและบาง จึงให้ผลผลิตเส้นใยต่ำ จะเป็นจีไหมหรือปุยไหม (floss) เสียมาก จำนวนรังไหมประมาณ 20,000 รังจะสาวไหมได้เส้นไหมหนักประมาณ 1 กิโลกรัมประมาณว่าเกษตรกรที่เลี้ยงไหมพันธุ์ไทยแท้มีจำนวนร้อยละ 20-30 ของเกษตรกรผู้เลี้ยงทั้งหมด

2. พันธุ์ไทยคัด เป็นพันธุ์ต่างประเทศ ซึ่งทางกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ทำการเลี้ยงคัดเลือกพันธุ์เพื่อแจกจ่ายให้เกษตรกรนำไปเลี้ยงต่อไป เป็นพันธุ์ที่สามารถพักเลี้ยงได้ตลอดปี (polyvoltine) เกษตรกรสามารถนำพันธุ์ไหมที่ได้รับมาผสมพันธุ์และขยายพันธุ์เองได้ มีเกษตรกรประมาณร้อยละ 60-75 ที่เลี้ยงไหมพันธุ์นี้ จำนวนรังไหมประมาณ 10,000 รังจะได้เส้นไหมประมาณ 1 กิโลกรัม

3. พันธุ์ลูกผสม สำหรับการเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ ซึ่งเป็นพันธุ์ดีและนำมาผลิตเป็นเส้นไหมยืนใช้ในการทอผ้า นั้น แม้ว่าจะมีการเลี้ยงไหมในประเทศไทยมานานเกือบ 30 ปีแล้ว แต่เกษตรกรเริ่มจะนิยมเลี้ยงในระยะ 8-9 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากเกษตรกรเห็นว่าการเลี้ยงไหมพันธุ์นี้ได้ผลดี จึงสนใจเลี้ยงกันมากขึ้น พันธุ์ลูกผสม เป็นพันธุ์ไหมลูกผสมโดยใช้สายพันธุ์ทั้งพ่อและแม่จากต่างประเทศ ซึ่งทางศูนย์วิจัยและอบรมไหมนครราชสีมา กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ทำการผสมข้ามพันธุ์ เลี้ยงทดสอบศึกษาพันธุ์และขยายพันธุ์เพื่อแจกจ่ายเกษตรกรนำไปเลี้ยงต่อไป ไหมพันธุ์นี้ให้รังหนา และได้เปอร์เซ็นต์เส้นใยไหมสูง แต่เลี้ยงยากเพราะความต้านทานโรคน้อย ไหมพันธุ์ลูกผสมที่นิยมเลี้ยงกันในปัจจุบันเป็นการผสมพันธุ์ระหว่างพันธุ์สายเลือดจีนกับพันธุ์สายเลือดญี่ปุ่น และต้องผ่านกรรมวิธีการผลิตไขไหมที่ยุงยากและซับซ้อน ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมไม่สามารถผลิตขึ้นใช้เองได้ จึงมีเกษตรกรเลี้ยงไหมพันธุ์นี้เพียงร้อยละ 2-3 ซึ่งจะต้องผ่านการฝึกอบรมก่อนที่จะเลี้ยงพันธุ์ลูกผสมนี้จะใช้รังไหมประมาณ 5,000 รัง จึงจะได้เส้นไหมหนักประมาณ 1 กิโลกรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไหมพันธุ์ลูกผสม มีลักษณะรังสีขาว ทรงกลมรูปไข่ เปอร์เซ็นต์เปลือกสูงความยาวเส้นไหมประมาณ 1,000-2,000 เมตร ไข่ไหมมีลักษณะฟักเองตามธรรมชาติ ได้เพียงปีละ 1-2 ครั้ง แต่ก็สามารถบังคับให้ฟักตลอดปีเมื่อมีการนำไข่ไหมผ่านความเย็นที่อุณหภูมิต่าง ๆ แล้วทำการฟักเทียมด้วยกรดเกลือ

การเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ จะแตกต่างจากไหมพันธุ์ไทยเพราะต้องใช้เทคนิคและวิชาการสมัยใหม่รวมทั้งเงินลงทุนค่อนข้างสูงเนื่องจากการใช้พันธุ์ต้องเป็นพันธุ์ไหมลูกผสมที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตไข่ไหมเท่านั้น ซึ่งไหมพันธุ์ลูกผสมนี้ ไม่ใช่พันธุ์ดั้งเดิมของไทย ต้องนำมาจากต่างประเทศถึงประมาณร้อยละ 60-70 โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญคือสาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี ไต้หวัน และญี่ปุ่น เป็นต้น

ประเภทของเส้นไหม

ประเภทของเส้นไหมตามกรรมวิธีการทอผ้าจะมี 2 ประเภท คือ เส้นไหมยืน (warp) และเส้นไหมพุ่ง (weft) ลักษณะของเส้นไหมยืน จะเป็นไหมเส้นเล็กที่ละเอียด ไม่มีปมปม มีความยาว ความยืดหยุ่น และความเหนียวได้มาตรฐาน ส่วนเส้นไหมพุ่ง จะเป็นเส้นไหมหยาบ และสั้นกว่าเส้นไหมยืน

ประเภทของเส้นไหมแบ่งตามวิธีการผลิตเส้นไหมจะมี 2 ประเภท คือเส้นไหมที่สาวด้วยมือ และเส้นไหมที่สาวด้วยเครื่องจักร

เส้นไหมที่สาวด้วยมือ เป็นวิธีการผลิตเส้นไหมแบบพื้นเมืองของประเทศไทย ซึ่งยังคงสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน รังไหมพันธุ์ไทยแท้หรือพันธุ์พื้นเมืองที่เกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือผลิตได้จะเป็นการสาวไหมโดยวิธีนี้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

1. เส้นไหมหนึ่งหรือเส้นไหมยอด เป็นเส้นไหมที่ได้จากการสาวเส้นใยชั้นในของรังไหม ซึ่งผ่านการสาวเอาปุย (floss) รองนอกของรังไหมออกแล้ว เส้นไหมที่ได้จะมีลักษณะเส้นเล็กละเอียดและเรียบ ชาวบ้านนิยมใช้เป็นเส้นไหมยืนในการทอผ้า

2. เส้นไหมสองหรือเส้นไหมสาวเลย เป็นเส้นไหมที่สาวจากส่วนที่เป็นปุยรอบนอกมีลักษณะเป็นเส้นหยาบเป็นปมปมและสั้นโตกว่าเส้นไหมประเภทแรก ในการทอผ้าจึงนิยมใช้เป็นเส้นพุ่งของผ้าเนื้อละเอียด

3. เส้นไหมสาม หรือเส้นไหมสืบ เป็นเส้นไหมที่สาวจากส่วนที่เป็นปุยรอบนอกมีลักษณะเป็นเส้นหยาบ และใหญ่กว่าเส้นไหมสอง เส้นไหมชนิดนี้ใช้ทำเส้นพุ่งสำหรับผ้าเนื้อหยาบและหยาบกว่าผ้าไหมชนิดอื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกและเผยแพร่ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้นไหมที่สาวด้วยเครื่องจักร การสาวไหมโดยวิธีนี้ต้องใช้ต้นทุนสูง จึงทำการผลิตในรูปอุตสาหกรรม รังไหมที่ใช้ต้องเป็นไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ เส้นไหมที่สาวด้วยเครื่องจักรมี ดังนี้

1. เส้นไหมดิบ (raw silk) หมายถึงเส้นไหมที่สาวออกจากรังไหมเฉพาะส่วนที่ลอกเอาปุ๋ย (floss) ออกแล้วยังไม่ได้ควบและตีเกลียว (throwing) รวมทั้งยังไม่ได้ฟอกเอากาเวเซอร์ซิน (sericin) ออก มีลักษณะเป็นเส้นเล็ก ละเอียดเรียบสม่ำเสมอ ถ้าเทียบกับเส้นไหมที่สาวด้วยมือก็เท่ากับเส้นไหมหนึ่ง และถ้าจะนำไปทอผ้าต้องนำมาควบและตีเกลียวให้เป็นด้ายปั่นใยยาว (thrown silk yarn) เสียก่อน

2. เส้นไหมปั่น (spun silk yarn) หมายถึงเส้นไหมที่ได้จากการนำเอาเส้นใยไหมนั้น ๆ มาผ่านขบวนการผลิตหลายขั้นตอน กล่าวคือ จะต้องผ่านการสาว (carding) การหวี (combing) และการรีด (roving) เสียก่อนเพื่อให้เส้นใยรวมตัวกัน แล้วนำไปปั่นเป็นเส้นไหมทอผ้า

3. เศษไหม (silk waste) ในทางการค้าแบ่งเศษไหมออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

3.1 เศษไหมที่เกิดจากความไม่สมบูรณ์ของรังไหม

3.2 เศษไหมที่เกิดจากขบวนการผลิต นับตั้งแต่การสาวไหม การปั่นด้าย ไปจนถึงการทอผ้าไหม

3.3 เศษไหมที่ได้จากการดึง (pulling) หรือสาว (garnetting) ออกจากเศษผ้าไหมทอเส้นไหมที่สาวด้วยเครื่องจักร นำมาใช้เป็นเส้นยืนในการทอผ้าไหม

ประเภทของผ้าไหม

ผ้าไหมมีหลายชนิดแตกต่างกันในแต่ละแหล่งที่ผลิต กรรมวิธีในการผลิตก็จะแตกต่างกันไป แต่โดยทั่วไปแล้วสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ผ้าไหมไทย คือ ผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด

2. ผ้าไหมจूरี คือ ผ้าที่มีไหมแท้ปนอยู่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของน้ำหนักทั้งหมด

ผ้าไหมไทยยังแยกออกได้เป็นผ้าพื้นเรียบและผ้าที่มีลวดลายหรือที่เรียกกันว่า ผ้ามัดหมี่

ผ้าพื้นเรียบ คือผ้าไหมที่มีสีสันธรรมดา และผ้าไหมพิมพ์ลายเป็นลายไทยหรือลวดลายประดิษฐ์อื่น ๆ โดยทอเป็นผืนยาวอยู่ในรูปพับเพื่อให้สะดวกในการนำไปตัดเย็บใช้ประโยชน์ตามต้องการ ซึ่งมีทั้งผ้าเนื้อบางสำหรับใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าและผ้าเนื้อหนาสำหรับใช้ตกแต่งเครื่องเรือน ซึ่งได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศมาก

ผ้ามัดหมี่ คือ ผ้าไหมที่มีลวดลายต่าง ๆ โดยการมัดย้อมเส้นไหมให้มีสีและลวดลายตามที่ต้องการ ก่อนจะนำไปทอเป็นผืนผ้า การมัดหมี่นี้มี 3 ชนิด คือ มัดหมี่เส้นพุ่ง มัดหมี่เส้นยืน มัดหมี่เส้นพุ่งและเส้นยืน สำหรับประเทศไทยส่วนใหญ่ทำผ้ามัดหมี่เส้นพุ่ง

อย่างไรก็ตาม ผ้าไหมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ปัจจุบันยังสามารถแยกได้กว้างๆ เป็น 6 ชนิด คือ

1. ผ้าไหมเนื้อบาง ผ้าไหมจำพวกนี้จะมีน้ำหนักเบา มีน้ำหนักไม่เกิน หลาละ 80 กรัม เหมาะสำหรับทำผ้าพันคอ ผ้าคลุมผมและเสื้อผ้าเนื้อละเอียดบางเบา

2. ผ้าไหมเนื้อปานกลาง มีน้ำหนักไม่เกินหลาละ 100 กรัม เป็นผ้าไหมในวงการเครื่องนุ่งห่มเพราะไทยมีไหมพิมพ์ดอกงดงาม เป็นที่นิยมแพร่หลายและเป็นผ้าไหมเนื้อละเอียดเรียบ

3. ผ้าไหมเนื้อหนาปานกลาง น้ำหนักไม่เกินหลาละ 150 กรัม เหมาะสำหรับตัดเสื้อผ้าเมืองหนาว เพราะเป็นผ้าไหมเนื้อหนาเป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศอย่างยิ่ง

4. ผ้าไหมเนื้อแน่นหนา เหมาะสำหรับตัดเสื้อกางเกงผู้ชายหรือผู้หญิงในต่างประเทศ น้ำหนักไม่เกินหลาละ 200 กรัม

5. ผ้าไหมเนื้อหนา สำหรับทำม่าน หรือเครื่องประดับบ้าน ผ้าไหมไทยจำพวกนี้มีน้ำหนักไม่เกินหลาละ 230 กรัม ผ้าไหมที่คุณภาพได้มาตรฐานจะต้องมีสีทนแสงด้วย

6. ผ้าไหมเนื้อหนาหยาบ ซึ่งใช้กันมากในวงการเครื่องเรือนและเฟอร์นิเจอร์ เพราะทนทานและงดงามมาก มีน้ำหนักต่อหลามากกว่า 230 กรัม เนื้อผ้าไหมอาจจะแตกต่างกันตามแต่ความพอใจของผู้ใช้ เป็นผ้าไหมที่ทอยากและเสียเวลามากจึงมีราคาสูงกว่าผ้าไหมชนิดอื่นๆ

ธุรกิจการผลิตผ้าไหม

ปัจจุบันธุรกิจการผลิตผ้าไหมโดยทั่วไป จะมีการผลิตอยู่ 3 ประการคือ

1. ผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือน และแจกตามประเพณีนิยม
2. การผลิตเชิงพาณิชย์เพื่อการขายปลีกและขายส่ง
3. การผลิตเพื่อการขายส่ง รวมถึงการส่งออกด้วย

ธุรกิจการผลิตเพื่อการผลิตผ้าไหมทั้ง 3 ประเภท สามารถแยกเป็นขนาดการประกอบการได้

ดังนี้

การประกอบกิจการทอผ้าไหมตั้งแต่ 1-20 เครื่อง (กี่ทอมือ) คือการดำเนินกิจการที่ได้ผลดีในปัจจุบัน ต้นทุนการผลิตจะต่ำ สามารถควบคุมได้ทั่วถึง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการไม่สูงมาก ผลผลิตผ้าไหมจะอยู่ในราวเดือนละ 2,000-3,000 หลา แล้วใช้วัตถุดิบประมาณ 3-4 ตัน:ปี

การประกอบกิจการการทอผ้าไหมตั้งแต่ 20-100 เครื่อง จะได้ผลผลิตผ้าไหมประมาณเดือนละ 10,000-12,000 หลา ค่าใช้จ่ายในการควบคุมดูแลจะสูงขึ้น เนื่องจากจะต้องมีหน่วยจัดการเตรียมการผลิตที่ใหญ่ขึ้น การใช้วัตถุดิบจะใช้ประมาณปีละ 12-20 ตัน การฟอกย้อมจะต้องทำวันละ 40-60 กิโลกรัม ปริมาณงานจะเกินกว่าความสามารถของระบบครอบครัวเดียวจะควบคุมได้ แต่ถ้าเป็นครอบครัวใหญ่มีกำลังคนมากพอก็จะดำเนินงานได้ ผลตอบแทนถ้าคิดเฉลี่ย:คน จะต่ำกว่าการประกอบกิจการทอผ้าไหมตั้งแต่ 1-20 เครื่อง

การประกอบกิจการทอผ้าไหมตั้งแต่ 100 เครื่องขึ้นไป คือประกอบอุตสาหกรรม กึ่งหัตถกรรม การลงทุนจะสูงมาก เนื่องจากจะต้องมีการใช้เครื่องจักร เช่น เครื่องย้อม เครื่องสร้างไอน้ำ steam เพื่อเป็นแหล่งกำเนิดพลังงาน จะต้องมีการว่าจ้างแรงงานฝ่ายควบคุมและวางแผนการผลิต

ผลตอบแทนที่ธุรกิจผ้าไหมจะได้รับจากการประกอบกิจการ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบผลตอบแทนผ้าไหมกับน้ำหนักรายตารางเมตร

น้ำหนักผ้าไหม (ตารางเมตร)	ราคาผ้า: เมตร: บาท
75	187
70	174
68	169
65	161
60	149
55	136
50	124

ที่มา: (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2533: 24)

ถ้าพิจารณาราคาข้างต้น จะเห็นว่าผลตอบแทนที่โรงงานได้รับในการประกอบกิจการผ้าไหม ซึ่งจะสนับสนุนข้อความข้างต้นที่ว่า โรงงานขนาดเล็กจะให้ผลตอบแทนสูงสุด เนื่องจากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด เช่น ในกรณีที่ราคาตลาดสูงขึ้นก็จะได้รับกำไรสูงสุด และเช่นกันในกรณีที่ราคาของตลาดต่ำลงก็จะขาดทุนไม่มาก

สภาพทั่วไปของการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย

ตลาดภายในประเทศ

สำหรับตลาดภายในประเทศผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยนั้นแยกออกได้เป็นสองประเภทคือ ตลาดระดับท้องถิ่น และตลาดในกรุงเทพมหานครและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

ตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยในท้องถิ่น เป็นตลาดที่ค่อนข้างจำกัด และยากแก่การขยายตัว สินค้าที่จำหน่ายในตลาดนี้ส่วนใหญ่คือ ผ้าไหมมัดหมี่ ที่ทอโดยเกษตรกรในชนบท ซึ่งปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและสาวเส้นไหมเอง มักทอเป็นผ้าผืนขนาดจีนละไม่เกิน 2 หลา เหมาะสำหรับทำเป็นผ้าถุง ผู้ซื้อในตลาดนี้คือ ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น หรือคนไทยที่ยังนิยมนุ่งห่มผ้าตามประเพณีโบราณ นอกจากนี้ยังมีพ่อค้าไปว่าจ้างให้ชาวบ้านทอเพื่อนำไปขายในชุมชนอื่นต่อไป การซื้อขายในตลาดนี้จึงมีปริมาณไม่มากนักและอยู่ในวงแคบ

ตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยในกรุงเทพมหานคร และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สินค้าที่จำหน่ายในตลาดนี้เป็นพวกผ้าไหมสีพื้น หรือพิมพ์ลวดลายต่างๆ ลงไปด้วย รวมทั้งผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งทอเป็นพับ เหมาะกับการนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าตามสมัยนิยม นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ไหมต่างๆ เช่น เนคไท ปลอกหมอนอิง กล่องอัญมณี เป็นต้น ผู้ซื้อในตลาดนี้ส่วนใหญ่คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มักจะซื้อสินค้ากลับไปเป็นของฝากแก่เพื่อนฝูงญาติมิตรของตน สำหรับคนไทยนั้นก็ยังมีบ้างแต่น้อย ในกรณีนี้ผู้จำหน่ายโดยทั่วไปเป็นร้านค้าขนาดเล็กซึ่งไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง ส่วนร้านค้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้นมักจะเป็นผู้ผลิตโดยมีโรงทอของตนเองทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ ดังนั้นตลาดแห่งนี้ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจและภาวะการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในขณะที่การท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ไหมไทยจึงยังมีโอกาสที่จะขยายตลาดออกไปได้

ตลาดต่างประเทศ

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมานาน นอกจากจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง

และซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไปเป็นของที่ระลึกแล้ว ยังมีการส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยที่ส่งออกมีทั้งชนิดบางเหมาะสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้า และชนิดหนาสำหรับบุเฟอร์นิเจอร์หรือผ้าม่าน ซึ่งได้รับความนิยมในต่างประเทศมาก และการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมยังทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นจำนวนมาก (ตารางที่ 7)

ผู้ส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยส่วนใหญ่จะมีการผลิตด้วย ทั้งนี้เพื่อสามารถควบคุมคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยเพื่อการส่งออก รวมทั้งมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไปจำหน่ายยังต่างประเทศแล้ว ผู้ส่งออกส่วนใหญ่จะมีสาขาของบริษัทจำหน่ายปลีกและส่งในตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มปริมาณการขาย

ตารางที่ 7 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย ปี พ.ศ. 2535-2543

พ.ศ.	ผ้าไหม		ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ชิ้น)	มูลค่า (ล้านบาท)
2535	1,820,180.0 ¹	479.10	764,933	346.23
2536	2,120,676.0 ¹	426.00	507,159	175.24
2537	206.00	434.50	164,526	88.31
2538	184.40	404.30	313,496	145.63
2539	161.20	384.30	235,753	264.48
2540	164.40	500.00	625,315	129.98
2541	153.97	565.63	384,774	76.00
2542	145.48	507.27	362,237	130.46
2543	177.25	620.05	980,745	207.27

หมายเหตุ ¹ มีหน่วยเป็นตารางหลา

ที่มา: (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2543)

ในปัจจุบันมีคู่แข่งมากหลายประเทศ ทำให้ผ้าไหมสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้านั้นมีการแข่งขันในตลาดต่างประเทศสูง ขณะที่ผ้าไหมสำหรับตกแต่งบ้านเรือนนั้นยังมีการ คู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน และอินเดีย มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าของไทยมาก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำให้สามารถขายในราคาที่ถูกลงกว่า อย่างไรก็ตาม ผ้าไหมของไทยก็มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัวต่างจากประเทศคู่แข่ง และประเทศไทยยังได้รับสิทธิพิเศษภาษีศุลกากร โดยยกเว้นภาษี การนำเข้าในประเทศนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญของไทย โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป การส่งออกผ้าไหมของไทยมีช่องทางที่จะขยายตัวได้อีก โดยเฉพาะประเทศออสเตรเลีย และประเทศในยุโรป เช่น ฝรั่งเศส และสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็น ตลาดการนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญของประเทศไทยต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

บทนี้ได้กล่าวถึงภาวะผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ปัญหาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไปประเทศญี่ปุ่น และบทบาทของภาครัฐบาลในตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ภาวะทั่วไปของการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

สภาพทั่วไปของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในประเทศญี่ปุ่น

การนำเข้าเส้นไหมดิบ เส้นไหมพุ่ง และผ้าไหมจากจีนและเกาหลีใต้ ต้องผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมระดับรัฐบาลเป็นรายปี โดยจะมีการเจรจาต่อรองในเรื่องปริมาณและราคา บริษัทผู้นำเข้าและสมาคมของเขาจะนำเข้าในราคาที่ใกล้เคียงกับที่ได้ทำการตกลงกันไว้ซึ่งจะทำการเจรจาร่วมกัน 2 ฝ่าย ระหว่างบริษัทผู้นำเข้าญี่ปุ่น กับผู้ส่งออกโดยตรงอีกครั้งหนึ่งปริมาณนำเข้าโดยแต่ละบริษัทขึ้นอยู่กับปริมาณโควตาได้รับการจัดสรร ทั้งจากสมาคมการค้าและสมาคมการทอ (the trading company and the weaving company) จะพิจารณาโดยใช้ปริมาณนำเข้าในปีก่อนหน้าเป็นหลัก ญี่ปุ่นกำลังพยายามที่จะลดการนำเข้าและเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้มีการเลื่อนการเจรจาวิภาคือออกไป อย่างไรก็ตามการนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นจะยังคงเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เป็นความพยายามที่จะรักษาความสัมพันธ์ทางการค้า และทางการเมืองกับประเทศผู้ผลิตเหล่านี้ และเพื่อจัดหาวัตถุดิบในราคาถูกลงให้แก่อุตสาหกรรมในประเทศด้วย

การนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทยนั้น ญี่ปุ่นมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันสินค้าของไทยมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ฝีมือประณีตคุณภาพพอใช้ได้ โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะเป็นแบบที่เรียบง่าย ใส่ได้ทุกโอกาส มีสีเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่น คุณสมบัติต่าง ๆ ดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการของชาวญี่ปุ่นมาก ทำให้การส่งออกสินค้าไหมของไทยไปญี่ปุ่นมีโอกาสขยายตัวเพิ่มมากขึ้น จนปัจจุบันญี่ปุ่นกลายเป็นประเทศผู้ซื้อรายใหญ่ที่สุดของไทยแทนที่สหรัฐอเมริกา ซึ่งมูลค่าการนำเข้าในระยะหลังเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าญี่ปุ่น เนื่องจากไทยได้ปรับราคาผ้าไหมให้สูงขึ้นตามราคาไหมดิบที่เพิ่มสูงขึ้นมากในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดโลก สหรัฐอเมริกาจึงชะลอการซื้อลง อย่างไรก็ตามในปัจจุบันประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งการตลาดไหมในญี่ปุ่นไม่มากนัก เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาดโลก เช่น จีน เป็นต้น การนำเข้าผ้าไหมเพื่อนำไปแปรรูปอีกทอดหนึ่งถูกจำกัดโดยรัฐบาลญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีนและเกาหลีใต้เป็นผู้ส่งออกไปญี่ปุ่นรายใหญ่ประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณที่นำเข้าทั้งหมด ขณะที่ไต้หวันเป็นอันดับสาม และทั้งเกาหลีใต้และไต้หวันส่งออกผ้าไหมไปญี่ปุ่นในขนาดความกว้าง 18 นิ้ว สำหรับใช้ทำกิโมโน ขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนส่งออกผ้าไหมขนาดกว้าง 36 นิ้ว และประเทศอื่นๆ รวมทั้งยุโรปตะวันตก ส่งออกผ้าไหมขนาดต่างๆ และขนาดเล็กไปยังญี่ปุ่น ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการนำเข้าผ้าไหมของญี่ปุ่นคือ ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มและ re-export ผ้าไหมโดยเฉพาะไปยังตลาดตะวันออกกลาง โดยได้มีการนำเข้าผ้าไหมที่เหมาะสมแก่การทำกิโมโน และราคาถูกกว่าผ้าที่ผลิตในประเทศ ขณะที่ประเทศผู้ผลิตซึ่งส่งออกผ้าไหม เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน เกาหลีใต้ และไต้หวัน ได้ปรับปรุงเทคโนโลยีในการผลิตผ้าไหม ซึ่งมีผลกดดันให้ญี่ปุ่นต้องนำเข้าผ้าไหมคุณภาพสูงขึ้น การควบคุมโควตาการนำเข้าผ้าไหมของญี่ปุ่นเป็นตารางเมตร ทำให้มีการนำเข้าผ้าไหมที่มีน้ำหนักมากกว่า การนำเข้าผ้าไหมที่มีน้ำหนักเบาเช่นในอดีต

ในอดีตญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกไหมที่สำคัญของโลก แต่จากการพัฒนาทางอุตสาหกรรมทำให้ความต้องการใช้ไหมในประเทศเพิ่มขึ้น ขณะที่ปริมาณการผลิตได้ลดลงเนื่องจากนโยบายลดการผลิตไหมในประเทศ ญี่ปุ่นจึงกลายเป็นประเทศผู้นำเข้าไหมที่สำคัญของโลกประเทศหนึ่ง นับแต่ปี พ.ศ. 2528 เป็นต้นมา ตลอดเวลาระยะเวลาที่ผ่านมา การนำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยตลอด เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของญี่ปุ่นดีขึ้น ค่าแรงงานของชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นส่งผลให้การนำเข้าไหมเพิ่มขึ้นตามมา สินค้าไหมที่ญี่ปุ่นนำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นเส้นผ้าสำเร็จรูปและผ้าพันคอ แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลี อิตาลี และสาธารณรัฐประชาชนจีน

ในการขยายตลาดในประเทศญี่ปุ่นนั้น ผู้ส่งออกของไทยจะต้องมีความอดทนและพยายามพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นซึ่งการเรียนรู้จากฝ่ายญี่ปุ่นจะช่วยให้เราสามารถพัฒนาคุณภาพได้เป็นอย่างดี

กรมพาณิชย์สัมพันธ์ด้วยความร่วมมือจาก Japan Export and Import Bank (J-EXIM) Japan International Cooperation Agency (JICA) และ Japan External Trade Organization (JETRO) ได้พยายามที่จะขยายตลาดในญี่ปุ่นให้กว้างขวางขึ้น ทั้งนี้เพราะตระหนักดีว่า ในขณะนี้ญี่ปุ่นมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีมาก ประชาชนมีความต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพสูง ดังนั้นสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจึงเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะขยายตลาดญี่ปุ่น จากความร่วมมือของ

องค์กรข้างต้นจึงได้รับความช่วยเหลือด้านผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาด้านเทคนิคการผลิต และรูปแบบสินค้าของผู้ผลิตไทย ในขณะเดียวกัน ได้พยายามสร้างภาพพจน์ของไทยใหม่ไทย โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศญี่ปุ่น และจัดคณะผู้แทนการค้าไปเสนอขายสินค้าในประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย

ปัจจุบันญี่ปุ่นเป็นตลาดที่น่าสนใจยิ่ง ที่ไทยจะสามารถเพิ่มการส่งออกผ้าไหมใหม่และผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น เนื่องจากเป็นตลาดใหญ่มีการขยายตัวสูง มีอำนาจการซื้อที่มั่นคง ประกอบกับผู้บริโภคมีรสนิยมและความต้องการแบบมาตรฐานสากล ซึ่งสอดคล้องกับการผลิตของไทย ทั้งนี้สินค้าไทยควรต้องมีการพัฒนาให้มีเนื้อนุ่ม มีประโยชน์ใช้สอยกับชีวิตประจำวันได้มากขึ้น รวมทั้งให้ความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจจากชาวญี่ปุ่น และช่วยให้สินค้าไหมไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกในตลาดนี้

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยเป็นสินค้าที่มีศักยภาพการส่งออกสูง มีตลาดต่างประเทศกว้างขวาง แม้ในบางปีมีปริมาณส่งออกเพียงจำนวนเล็กน้อยก็ตาม แต่ก็เป็นที่รู้จักและนิยมมากในหมู่ผู้บริโภคชาวต่างประเทศ ประกอบกับตลาดใหญ่ๆ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนของตนใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ความต้องการบริโภคจึงสูงขึ้น และนำเข้าจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งสินค้าผ้าไหมที่ผลิตออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เนคไท เป็นต้น เป็นที่ได้รับความนิยมอย่างมาก

การส่งออกผ้าไหมของไทย (ตารางที่ 8) แสดงให้เห็นว่าการส่งออกผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนลดลงอย่างมาก ซึ่งเริ่มมีปริมาณการส่งออกผ้าไหมไทยลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 ปริมาณการส่งออกมีเพียง 32.68 ตัน ซึ่งเป็นมูลค่า 43.93 ล้านบาท และได้ลดลงเรื่อยมาจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2542 มีปริมาณการส่งออกผ้าไหมไทยไปประเทศญี่ปุ่นเพียง 6.44 ตัน ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกผ้าไหมในปี พ.ศ. 2542 เพียง 14.18 ล้านบาท

ส่วนในผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยที่ได้นำมาทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ เสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรี เสื้อสูท ผ้าเช็ดหน้า เนคไท หูกระต่ายสุภาพบุรุษ ผ้าพันคอแบบต่างๆ เป็นต้น ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2542 มีการเพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันไปอย่างต่อเนื่อง แต่เป็นการลดลงที่ไม่มากนักซึ่งถือได้ว่าประเทศไทยมีโอกาสในการขยาย

ตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ถ้าได้มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น รูปแบบ คุณภาพผ้าไหมที่ใช้ผลิต และลวดลายให้ดีขึ้น

ตารางที่ 8 ปริมาณและมูลค่าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น
ในปี พ.ศ. 2535-2543

ปี พ.ศ.	ผ้าไหม		ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ¹	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (หน่วย)	มูลค่า (ล้านบาท)
2535	495.54	117.26	47,626	8.75
2536	275.73	64.26	90,225	14.30
2537	32.68	43.93	25,548	8.86
2538	60.94	80.70	65,268	13.17
2539	33.47	43.19	54,590	13.51
2540	21.88	28.50	34,623	11.78
2541	20.66	21.10	56,126	15.21
2542	6.44	14.18	62,414	13.42
2543	14.84	29.76	224,376	33.56

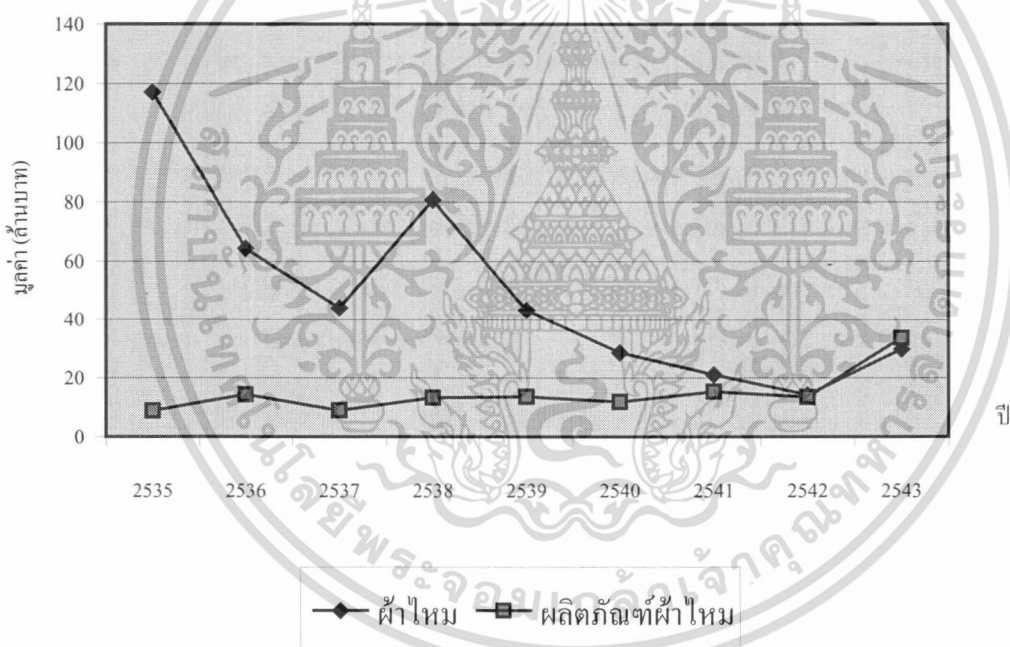
หมายเหตุ¹ เสื้อสำเร็จรูปสตรี เสื้อสูทสตรี เนคไท หูกระต่าย ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า
ที่มา: (กระทรวงการคลัง, 2543)

แนวโน้มการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษาได้เห็นถึงแนวโน้มการส่งออกผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นที่ในช่วงปี พ.ศ. 2537 มีแนวโน้มที่เริ่มมีมูลค่าการส่งออกที่ลดลง (ภาพที่ 1) ซึ่งจากในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออกผ้าไหมไทยไปประเทศญี่ปุ่น 275.73 ล้านบาท และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมาจนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2542 มูลค่าการส่งออกผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีเพียง 14.18 ล้านบาท ซึ่งลดลงอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องด้วยในช่วงปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมาเศรษฐกิจโลกกำลังอยู่ในช่วงกำลังถดถอย และในปี พ.ศ. 2539 เศรษฐกิจโลกอยู่ในช่วงตกต่ำ ดังนั้นการบริโภคสินค้าต่าง ๆ ได้ลดลง รวมทั้งผ้าไหมของไทยที่มีการบริโภคลดลงด้วยเช่นกัน ซึ่งการบริโภคผ้าไหมไทยของชาวญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2539 ได้อยู่ในช่วงกำลังลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นไปตามสภาพเศรษฐกิจโลกด้วย อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. 2543 มูลค่าการส่งออกผ้าไหมไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีมากขึ้นถึง 29.77 ล้านบาท นับได้ว่าการส่งออกผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นกำลังมีโอกาที่จะมีการส่งออกที่มากขึ้น ส่วนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยกลับมีการส่งออกที่ค่อนข้างคงที่และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2543 จึงนับได้ว่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นกำลังมีโอกาที่จะมีการส่งออกที่มากขึ้น



ภาพที่ 1 แนวโน้มมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ในปี พ.ศ. 2535-2543

ที่มา: (จากตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงสร้างตลาดการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น

ผู้ส่งออกที่สำคัญ

บริษัทผู้ส่งออกสำคัญของไทยที่ทำการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย และดำเนินการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น คือ บริษัท อุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (Jimthom Pisan) บริษัท อินเตอร์ไกร จำกัด บริษัท ชินวัตรไหมไทย จำกัด และบริษัท นารายณ์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทส่งออกที่สำคัญได้มีการดำเนินการส่งออกมานานและเป็นที่รู้จักในตลาดญี่ปุ่น

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

สำหรับคู่แข่งในตลาดประเทศญี่ปุ่นที่สำคัญคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย และเวียดนาม ซึ่งการผลิตผ้าไหมของทั้งสองประเทศนี้มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าของไทยมาก ทำให้สามารถขายได้ในราคาต่ำกว่า อย่างไรก็ตามผ้าไหมไทยก็มีความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างจากผ้าไหมของประเทศอื่น และผ้าไหมไทยยังได้สิทธิพิเศษภายใต้กฎการค้า โดยยกเว้นภาษีการนำเข้าในตลาดที่สำคัญ ๆ โดยเฉพาะญี่ปุ่น ในขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ไม่ได้รับสิทธิพิเศษดังกล่าว ดังนั้นการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยยังมีโอกาสที่จะขยายตัวได้มาก

สาธารณรัฐประชาชนจีน

พื้นที่ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม 800,000 เฮกเตอร์หรือ 5 ล้านไร่ ผลิตรังไหมได้ 619,000 ตัน เส้นไหมดิบ 62,480 ตัน จำนวนเกษตรกรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไหม 20 ล้านครัวเรือน ตลาดส่งออกที่สำคัญของจีน ได้แก่ ฮองกง ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เยอรมัน

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนนโยบายจากการส่งออกรังไหมและเส้นไหมเป็นส่งออกในรูปแบบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่จะออกสู่ตลาดโลก พัฒนาด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีการทอ พิมพ์และย้อมสีไหม โดยกำหนดส่งออกเส้นไหมร้อยละ 25 ผ้าไหมร้อยละ 35 และผลิตภัณฑ์ร้อยละ 40 (ญี่ปุ่นเป็นตลาดประจำที่มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า) จีนได้ประสบปัญหาการตลาดผ้าไหมไม่คล่องตัวนักเพราะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การซื้อขายกระทำโดยรัฐผ่านระบบสหกรณ์ รัฐเป็นผู้กำหนดราคาซื้อทำให้ราคารับซื้อใหม่ของเกษตรกรค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาเส้นไหมในตลาดโลก อีกทั้งราคาไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงตามภาวะตลาดภายนอกประเทศ ทำให้การพัฒนาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมกระทำได้ยาก และการทำการตลาดผ้าไหมเป็นไปอย่างลำบาก

ประเทศอินเดีย

ประเทศอินเดียถือได้ว่าเป็นคู่แข่งตลาดการค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญของไทยอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งอินเดียมีพื้นที่ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม 242,000 เฮกเตอร์ หรือ 1.5 ล้านไร่ ผลิตเส้นไหมดิบได้ 14,520 ตัน ประชาชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไหมประมาณ 6 ล้านคน ตลาดส่งออกผ้าไหมที่สำคัญของอินเดีย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมัน สหราชอาณาจักร อิตาลี และฝรั่งเศส การนำเข้าวัตถุดิบของอินเดียประเภทเส้นไหมจากจีนปีละประมาณ 2,000 ตัน

ปัจจุบันอินเดียมีโครงการกู้เงินจากต่างประเทศ เพื่อพัฒนาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ประมาณ 1,000 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายว่าในระยะ 12 ปีข้างหน้าจะผลิตผลิตภัณฑ์เส้นไหมให้ได้ 2.4 เท่าของกำลังการผลิตในปัจจุบัน หรือเท่ากับปริมาณ 20,000 ตันต่อปีโดยเฉลี่ย รัฐบาลอินเดียไม่เก็บอากรนำเข้าเส้นไหมและช่วยอุดหนุนการส่งออกผ้าไหมอีกร้อยละ 10 ปัญหาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของอินเดีย ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึงทั่วประเทศ เนื่องจากประชากรมีเป็นจำนวนมากและกระจัดกระจาย ทำให้การพัฒนาต้องใช้เวลาานานพอสมควร

ประเทศเวียดนาม

ประเทศเวียดนามถือได้ว่าเป็นประเทศคู่แข่งที่น่าสนใจ เนื่องจากปริมาณการส่งออกของประเทศเวียดนามมีสูงขึ้น โดยการผลิตของประเทศมีพื้นที่ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมประมาณ 200,000 เฮกเตอร์ หรือ 1.25 ล้านไร่ ผลิตเส้นไหมดิบได้ 825 ตันผลผลิต 1 ใน 3 ใช้สำหรับทอผ้าไหมส่งขายต่างประเทศ อีก 2 ใน 3 เป็นเส้นไหมส่งออกต่างประเทศ การสาวไหมด้วยเครื่องจักรยังมีน้อยส่วนใหญ่เป็นการสาวด้วยมือ การส่งออกประเทศเวียดนามผลิตเส้นไหมและผ้าไหมส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ และจีน ส่วนการส่งออกมายังประเทศไทยผ่านทางชาวบ้านที่อยู่ตามแนวชายแดนเวียดนาม ลาว โดยผ่านทางภาคเหนือของเวียดนามเข้าสู่แขวงไซยะบุรีของลาว และเข้าสู่ประเทศไทยทางภาคเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่องทางการตลาดส่งออก

ช่องทางการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น มีอยู่ด้วยกัน 3 ลักษณะ ดังนี้

1. บริษัทของผู้ส่งออกคนไทยที่ทำการนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเข้าประเทศญี่ปุ่น ในลักษณะที่มีบริษัทสาขาอยู่ในประเทศญี่ปุ่น สินค้าที่ทำการจำหน่ายมีผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เนกไท หูกระต่าย ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า เป็นต้น โดยทำการจัดจำหน่ายโดยตรงถึงผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น และจัดจำหน่ายในลักษณะขายส่งให้กับร้านค้าในญี่ปุ่นด้วย

2. บริษัทในประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้าผ้าไหมของไทย ในลักษณะนำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมของไทย ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมของไทยส่วนใหญ่เป็นเครื่องเรือนในบ้าน เช่น ใช้เป็นวัตถุดิบในการบุเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น โดยมีการนำเข้าประเทศญี่ปุ่นด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ

2.1 แบบผ่านผู้ติดต่อ คือ เมื่อทางบริษัทในญี่ปุ่นมีความต้องการผ้าไหมของไทย เป็นวัตถุดิบ จึงมีการติดต่อผู้ติดต่อของไทย หรืออาจเป็นบริษัทของผู้ส่งออกคนไทยในสาขาประเทศญี่ปุ่นทำการติดต่อให้

2.2 แบบติดต่อโดยตรง คือ ทางบริษัทผู้ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมจะมีการส่งบุคลากรของบริษัทออกทำการติดต่อกับบริษัทหรือโรงงานที่ทอผ้าไหมในประเทศไทยโดยตรง

3. การนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ในลักษณะการจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ การช่องทางการตลาดนี้ได้รับความสนใจจากผู้ส่งออกที่กำลังเริ่มต้นเป็นอย่างมาก ซึ่งการที่มีการจัดจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ มีผลดีคือสามารถทำการจำหน่ายสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยได้ดี เพราะมีการจำหน่ายโดยตรง และได้รับความสนใจจากผู้ที่มีเยี่ยมชมงานแสดงสินค้านั้น ๆ เป็นจำนวนมาก ผลดีอีกประการยังเป็นการช่วยโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ้าไหม ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย และที่สำคัญยังช่วยประชาสัมพันธ์ประเทศไทยได้เป็นอย่างดีด้วย

4. การนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยผ่านการสั่งซื้อแบบออนไลน์ หรือในธุรกิจการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ซึ่งในปัจจุบันการทำธุรกิจแบบอิเล็กทรอนิกส์กำลังเป็น

ที่นิยมในประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก และเว็บไซต์ของไทย เช่น www.siamsilk.com.
www.interkrai.co.th. เป็นต้น

ช่องทางการตลาดของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น สามารถทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงควรได้รับความใส่ใจในทุกช่องทาง และมีการพัฒนาให้สามารถครองส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไว้ได้ และยังสามารถเพิ่มชิ้นอีกต่อไป

ประเภทสินค้าผ้าไหมที่ทำการส่งออกประเทศญี่ปุ่น

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ผลิตเพื่อการส่งออก ได้แก่

1. ผ้าไหม ผ้าไหมที่ส่งออก สามารถแยกตามลักษณะการทอได้ดังนี้

1.1 ผ้าไหมทอด้วยเครื่องจักร เป็นผ้าที่มีลักษณะเนื้อนุ่ม แต่มีความละเอียด ประณีตสวยงามไม่มากนัก โดยทั่วไปนิยมนำมาใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าชนิดนี้มีหลายประเภท ทั้งผ้าที่ย้อมเส้นไหมก่อนทอ ทอแล้วย้อมสีทั้งผืน ทอแล้วพิมพ์ลายและทอยกดอก เป็นต้น ผ้าชนิดนี้เป็นที่นิยมของตลาดประเทศญี่ปุ่น และนิยมนำมาใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพราะนอกจากจะทอได้ทุกขนาดความยาวและเจดสีแล้ว ปริมาณการส่งมอบสินค้ามีความแน่นอน สามารถผลิตป้อนโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าได้ ทันทุกฤดูกาลที่สวมใส่ ทั้งนี้สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นแหล่งส่งออกสำคัญของตลาดโลกคือ มีส่วนถือครองตลาดประมาณร้อยละ 90 รองลงมา ได้แก่ ไทย และอินเดีย

1.2 ผ้าไหมทอมือ มีลักษณะเป็นงานฝีมือที่ทอด้วยมือเกือบร้อยละ 100 เนื้อผ้าค่อนข้างหนาแต่มีความละเอียดอ่อน สวยงามประณีต ราคาค่อนข้างสูง ตลาดผู้ซื้อส่วนใหญ่จึงเป็นตลาดระดับสูงและมีกำลังซื้อคล่องตัว ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในญี่ปุ่นนอกจากนิยมนำมาตัดเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์ไหมแล้ว ยังนิยมนำไปใช้ประดับและตกแต่งภายในบ้านและอาคารอีกด้วย ประเทศผู้ผลิตสำคัญมี 2 ประเทศคือ ไทยและอินเดีย แต่เนื่องจากผ้าไหมที่ประเทศไทยผลิตได้มีข้อได้เปรียบอินเดียตรงที่ใช้เส้นไหมพุ่งที่สาวด้วยมือ ทำให้มีลักษณะเป็นปุ่มปม มีความแวววาวในตัวเอง นอกจากนี้ยังมีสีสันโดดเด่นเป็นพิเศษแตกต่างจากผ้าไหมของประเทศอื่น ๆ ทำให้ไทยสามารถครองตลาดผ้าไหมชนิดนี้ในตลาดประเทศญี่ปุ่นได้

2. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม คือผ้าไหมซึ่งได้พัฒนาและดัดแปลงมาเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปและของใช้อุปโภคตกแต่งบ้านเรือนหลายหลากชนิดที่ทำจากไหม เช่น เนคไท

ผ้าพันคอ ผ้าคลุมผม ผ้าคลุมเตียง ปลอกหมอน ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดปาก ผ้าม่านและ
ผ้ารองภาชนะต่าง ๆ ปัจจุบันนับได้ว่าเป็นที่ต้องการของคนในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกและตลาดใน
ประเทศญี่ปุ่นสูงขึ้น มีрсนิยมดีขึ้น ทำให้แนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมซึ่งมีราคาค่อนข้างสูงเพิ่มขึ้นตาม

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในประเทศญี่ปุ่น โดยทำการศึกษาจากแบบจำลองการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (market share analysis model) และใช้ข้อมูลปริมาณการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2535-2542 มาทำการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด (ตารางที่ 9) เพื่อจะได้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง มีสาเหตุมาจากปัจจัยอะไร และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นในการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ประเทศไทยได้เปรียบหรือเสียเปรียบ

โดยจะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญตลาดหนึ่งในการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยและเป็นตลาดที่ประเทศคู่แข่งในการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยให้ความสนใจอย่างมาก และพยายามครอบครองส่วนแบ่งให้มากขึ้น โดยจะวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการขยายขนาดของตลาด และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแข่งขัน

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จะใช้ข้อมูลปริมาณการนำเข้าผ้าไหมของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนรายปี เฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2535-2538 และ ระหว่างปี พ.ศ. 2539-2542 (ตารางที่ 10) เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการนำเข้าในปีใดปีหนึ่ง โดยผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ได้แสดงไว้ในตารางที่ 11 และตารางที่ 12 ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้ลดลงจากร้อยละ 7.78 เป็นร้อยละ 1.13 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของจีนไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 28.40 เป็นร้อยละ 50.62 ซึ่ง

ปริมาณการนำเข้าผ้าไหมของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยลดจาก 216.22 ตัน ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2538 เป็น 1.13 ตัน ในช่วงปี พ.ศ. 2539-2542 ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของขนาดลดลง 74.72 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.20 และผลมาจากการเปรียบเทียบกับสาธารณรัฐประชาชนจีน กล่าวคือปริมาณการส่งออกของจีนได้เพิ่มขึ้นจาก 789.13 ตัน ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2538 เป็น 920.64 ตัน ซึ่งในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดลดลง 271.61 ตันหรือคิดเป็นร้อยละ 207.32 และเป็นผลมาจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 404.10 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 307.32

ตารางที่ 9 ปริมาณการนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาชนจีนของประเทศญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2535-2542

ปี พ.ศ.	ไทย		จีน	
	ผ้าไหม (ตัน)	ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (หน่วย)	ผ้าไหม (ตัน)	ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (หน่วย)
2535	495.54	47,626.00	765.43	50,018.00
2536	275.73	90,225.00	818.99	85,361.00
2537	32.68	25548.00	768.75	88,153.00
2538	60.94	65,268.00	803.36	127,232.00
2539	33.47	57,590.00	833.77	135,433.00
2540	21.88	34,623.00	1,289.71	60,275.00
2541	20.66	56,126.00	648.37	67,252.00
2542	6.44	62,414.00	910.69	74,370.00

ที่มา: (องค์การการค้าญี่ปุ่น , 2542)

พบว่าในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนได้เสียเปรียบจากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดเช่นกัน นั่นเป็นผลจากความต้องการผ้าไหมของประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณน้อยลง จึงส่งผลให้มีการนำเข้าน้อยลง และถ้าหากเปรียบเทียบกับจีน จะเห็นว่าประเทศไทยแต่ประเทศไทยเสียประโยชน์น้อยกว่าจีน แต่เมื่อพิจารณาความได้เปรียบที่เกิดจากการแข่งขันประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไทยเสียประโยชน์ แต่จีนกลับได้ประโยชน์จากการแข่งขัน ซึ่งทำให้ประเทศไทยสูญเสียส่วนแบ่งตลาดไปให้กับจีน ดังนั้นนโยบายที่นำมาใช้คือ นโยบายด้านราคา ทั้งนี้เนื่องจากผ้าไหมของไทยมีราคาค่อนข้างสูง แต่จีนมีราคาผ้าไหมที่ต่ำกว่าไทยมาก และปริมาณการผลิตผ้าไหมของจีนมีมากกว่าของไทย จึงทำให้จีนได้รับประโยชน์จากการแข่งขันมากกว่าประเทศไทย โดยมีการส่งเสริมด้านวัตถุดิบให้มีเพียงพอ เพื่อให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง ซึ่งจะทำให้มีตลาดรองรับผ้าไหมซึ่งจะช่วยให้ประเทศไทยครองส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่เดิมได้และเป็นการสร้างโอกาสที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดที่เดิมเป็นของประเทศไทยกลับคืนมาได้

ตารางที่ 10 ปริมาณผ้าไหมที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีน
ในปี พ.ศ. 2535-2538 และปี พ.ศ. 2539-2542 (ตัน)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	ไทย	จีน
2535	2,668.94	495.54	765.43
2536	2,891.65	275.73	818.99
2537	2,897.19	32.68	768.75
2538	2,654.44	60.94	803.36
เฉลี่ย 2535-2538	2,778.06	216.22	789.13
2539	2,715.83	33.47	833.74
2540	1,920.72	21.88	1,289.71
2541	1,256.67	20.66	648.36
2542	1,384.75	6.44	910.69
เฉลี่ย 2539-2542	1,818.74	20.61	920.62

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของประเทศไทย

และสาธารณรัฐประชาชนจีน ในปี พ.ศ. 2535-2538 และปี พ.ศ. 2539-2542 (ตัน)

ประเทศ	ปริมาณการนำเข้าผ้าไหมของญี่ปุ่น			
	เฉลี่ย 2535-2538	ร้อยละ	เฉลี่ย 2539-2542	ร้อยละ
ไทย	216.22	7.78	20.61	1.13
จีน	789.13	28.40	920.64	50.62
ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	2,778.06	100.00	1,818.74	100.00

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ความสามารถในการส่งออก (potential export)

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2535-2538 ณ ระดับการส่งออกปี 2539-2542 (S_{Thai})

$$S_{\text{Thai}} = 0.0778 \times 1,818.74 = 141.50$$

ส่วนแบ่งตลาดของจีนในปี 2535-2538 ณ ระดับการส่งออกปี 2539-2542 (S_{China})

$$S_{\text{China}} = 0.2840 \times 1,818.74 = 516.52$$

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของประเทศไทย

และสาธารณรัฐประชาชนจีนในตลาดญี่ปุ่น (ตัน)

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	ไทย		จีน	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	-195.51	-100.00	131.49	100.00
ผลการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด	-74.72	-38.22	-272.61	-207.32
ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแข่งขัน	-120.89	-61.83	404.10	307.32

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จะใช้ข้อมูลปริมาณการนำเข้าผ้าไหมของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนรายปีเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2535-2538 และ ระหว่างปี พ.ศ. 2539-2542 (ตารางที่ 13) เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของปริมาณการนำเข้าในปีใดปีหนึ่ง โดยผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ได้แสดงไว้ในตารางที่ 14 และตารางที่ 15 ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.52 เป็นร้อยละ 24.58 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจีนไปประเทศญี่ปุ่นก็ได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 37.61 เป็นร้อยละ 39.91 ซึ่งปริมาณการนำเข้าผ้าไหมของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยลดลงจาก 57,166.75 หน่วย ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2538 เป็น 51,938.25 หน่วย ในช่วงปี พ.ศ. 2539-2542 ในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของขนาดลดลง 5,361.37 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 102.54 และในจำนวนนี้เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขันเพิ่มขึ้น 132.88 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 2.54 และผลมาจากการเปรียบเทียบกับสาธารณรัฐประชาชนจีน กล่าวคือปริมาณการส่งออกของจีนได้ลดลงจาก 87,691.00 หน่วย ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2538 เป็น 84,322.50 หน่วย ด้วยเช่นกัน ซึ่งในจำนวนนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดลดลง 8,229.34 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 244.30 และเป็นผลมาจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น 4,860.84 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 144.30

พบว่าในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนได้เสียเปรียบจากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดและได้ประโยชน์จากการแข่งขันเช่นเดียวกัน นั้นเป็นผลจากความต้องการผ้าไหมของประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณมากขึ้น จึงส่งผลให้มีการนำเข้าเพิ่มขึ้น และถ้าหากเปรียบเทียบกับจีน จะเห็นว่าประเทศไทยเสียประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดน้อยกว่าจีน แต่เมื่อพิจารณาความได้เปรียบที่เกิดจากการแข่งขันประเทศไทยได้ประโยชน์ ซึ่งทำให้ประเทศไทยสูญเสียส่วนแบ่งตลาดไปให้กับจีน ดังนั้นนโยบายที่ควรนำมาใช้เพื่อดำเนินการและขยายตลาด คือ นโยบายผลักดันการส่งออกอย่างต่อเนื่องและนโยบายการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย และมีโครงการที่ช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์ โดยส่งเสริมขยายตลาดภายใต้ชื่อทางการค้าของสินค้าไทย และยังสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยว่าเป็นคู่ค้าที่ดีในตลาดญี่ปุ่น

ตารางที่ 13 ปริมาณผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าจากประเทศไทยและ
สาธารณรัฐประชาชนจีน ในปี พ.ศ. 2535-2538 และปี พ.ศ. 2539-2542 (หน่วย)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	ไทย	จีน
2535	142,229.00	47,626.00	50,018.00
2536	312,418.00	90,225.00	85,361.00
2537	164,526.00	25,548.00	88,153.00
2538	313,498.00	65,268.00	127,232.00
เฉลี่ย 2535-2538	233,167.5	57,166.75	87,691.00
2539	320,040.00	54,590.00	135,433.00
2540	183,029.00	34,623.00	60,275.00
2541	167,066.00	56,126.00	67,252.00
2542	174,977.00	62,414.00	74,370.00
เฉลี่ย 2539-2542	211,278.00	51,938.25	84,322.50

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศไทยและ
สาธารณรัฐประชาชนจีน ในปี พ.ศ. 2535-2538 และปี พ.ศ. 2539-2542 (หน่วย)

ประเทศ	ปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของญี่ปุ่น			
	เฉลี่ย 2535-2538	ร้อยละ	เฉลี่ย 2539-2542	ร้อยละ
ไทย	57,166.75	24.52	51,938.25	24.58
จีน	87,691.00	37.61	84,322.50	39.91
ปริมาณการนำเข้าทั้งหมด	233,167.75	100.00	211,278.00	100.00

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสามารถในการส่งออก (potential export)

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี 2535-2538 ณ ระดับการส่งออกปี 2539-2542 (S_{Thai})

$$S_{\text{Thai}} = 0.2452 \times 211,278.00 = 51,805.37$$

ส่วนแบ่งตลาดของจีนในปี 2535-2538 ณ ระดับการส่งออกปี 2539-2542 (S_{China})

$$S_{\text{China}} = 0.3761 \times 211,278.00 = 79,461.66$$

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศไทย
และสาธารณรัฐประชาชนจีนในตลาดญี่ปุ่น (หน่วย)

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	ไทย		จีน	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด	-5,228.50	-100.00	-3,368.50	-100.00
ผลการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาด	-5,361.37	-102.54	-8,229.34	-244.30
ผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแข่งขัน	132.88	2.54	4,860.84	144.30

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ปัญหาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไปประเทศญี่ปุ่น

1. ปัญหาด้านการแข่งขันด้านราคา เนื่องจากผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีคุณภาพในระดับสูงและราคาสูง แต่ในการผลิต คุณภาพของวัตถุดิบ และฝีมือในการทอที่แตกต่างกัน จึงทำให้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของแต่ละประเทศแตกต่างกัน ซึ่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างประเทศจีนนั้นมีราคาที่ถูกลงกว่าของไทย และยังมีการแข่งขันที่สำคัญอีกประการคือ เรื่องของเทคโนโลยีในการผลิตผ้าไหม และการทอที่ทันสมัย อย่างเช่นในจีนก็ได้มีการพัฒนาเรื่องนี้มาจริงจังกมากขึ้น

2. การกำหนดราคา และการเปลี่ยนแปลงราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย เมื่อทำการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น เป็นปัญหาเนื่องจากการกำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิต ดังนั้นการกำหนดราคาและการเปลี่ยนแปลงราคาจึงขึ้นกับ

ต้นทุนและการเปลี่ยนต้นทุนการผลิต การเปลี่ยนแปลงด้านราคาทำให้เสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการส่งออกมากขึ้นโดยไม่จำเป็น

3. ขาดการศึกษาด้านการตลาด ผู้ส่งออกไทยขาดความกระตือรือร้นในการศึกษาตลาด และส่งเสริมการขายในตลาดต่างประเทศ เป็นหลักใหญ่ โดยไม่สามารถวางแผนได้ล่วงหน้าว่าตลาดลูกคามีแนวโน้ม จะซื้อสินค้ามากขึ้นหรือลดลงอย่างไร ทำให้ปริมาณและมูลค่าในการจำหน่ายผ้าไหมไม่แน่นอน เพื่อจะครองส่วนแบ่งตลาดสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีเพิ่มมากขึ้น ทั้งยังสามารถขยายตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยได้อีก

4. ขาดเครื่องมือที่ใช้ติดต่อธุรกิจและไม่ทันสมัย ซึ่งในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ส่งออกของไทยกับลูกค้าในประเทศญี่ปุ่น มีความสะดวก รวดเร็ว และให้ทันกับการแข่งขันมากยิ่งขึ้น โดยการติดต่อส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์และโทรสาร เป็นส่วนใหญ่ทำให้ต้องมีการลงทุนในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกทางการสื่อสาร เพื่อให้ทันใจลูกค้าและการแข่งขันที่ทันสมัยของประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกติดต่อสื่อสารที่สำคัญรูปแบบใหม่นั้นคือ การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตหรือทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ซึ่งปัจจุบันนี้มีประโยชน์ในการติดต่อทำการค้าเป็นอย่างมาก แต่ประเทศไทยยังขาดแคลนบุคลากรดูแลในเรื่องนี้อยู่มาก

5. ขาดการพัฒนา รูปแบบและคุณภาพของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของให้ตรงกับความต้องการ หรือตรงกับรสนิยมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น ในเรื่องนี้จำเป็นที่ผู้ส่งออกของไทยจะต้องเร่งศึกษาหาความรู้ในด้านแนวโน้ม และสีของแฟชั่น รูปแบบที่มักจะเปลี่ยนแปลงตามสมัยและฤดูกาล โดยเฉพาะในประเทศญี่ปุ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงตัวสินค้าใหม่อย่างรวดเร็ว ซึ่งผ้าไหมไทยยังมีการพัฒนาและคิดค้น ดัดแปลงไปประจักษ์เป็นสินค้าสำเร็จรูปน้อยมาก โดยเฉพาะในตลาดแฟชั่นของประเทศญี่ปุ่น ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเป็นประเทศที่ถือได้ว่าเป็นประเทศผู้นำแฟชั่น ประเทศไทยจึงต้องคำนึงถึงจุดนี้ ถ้ามีการพัฒนาชุดผ้าไหมอย่างจริงจังแล้ว จะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าการจำหน่ายในรูปผ้าผืน และยังสามารถที่จะครองตลาดในญี่ปุ่นไว้ได้

บทบาทของภาครัฐในตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษาถึงการบริโภคสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชาวญี่ปุ่นพบว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ยกเว้นเสื้อสำเร็จรูป ได้มีการวางจำหน่ายในกลุ่มเดียวกับผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้านที่

ทำจากสิ่งทออื่นๆ (household textile) ดังนั้น กรมส่งเสริมการส่งออกจึงได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกรวมไว้ในกลุ่มสินค้าประเภทเคหะสิ่งทอ ซึ่งเมื่อปี พ.ศ. 2533 กรมส่งเสริมการส่งออกได้ให้ความสำคัญกับสินค้าไหมไทย โดยได้แยกกลุ่มเฉพาะไหมไทยเพื่อจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการส่งออก ในขณะที่เดียวกันไหมไทยก็สามารถเข้าร่วมกิจกรรมในกลุ่มเคหะสิ่งทอ และกลุ่ม home & craft อีกด้วย

การขยายตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในต่างประเทศ โดยทำการเพิ่มสัดส่วนการตลาดเดิม คือ ญี่ปุ่น โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า World Fashion Fair ในญี่ปุ่น นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการส่งออกยังได้รวบรวมข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบไหมไทยจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งคาดว่าจะการดำเนินการส่งเสริมการส่งออกอย่างต่อเนื่องในตลาดญี่ปุ่นนั้น จะช่วยให้มีการขยายการส่งออกเพิ่มมากขึ้น

แต่ในช่วงนี้ที่ไทยเราได้มีการส่งเสริมการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยประเภทเคหะสิ่งทอที่มีแนวโน้มที่สดใส ผู้ส่งออกก็จะต้องรักษาตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป และเครื่องแต่งกายไว้ให้ได้ดั้งเดิม และสร้างโอกาสขยายตลาดในผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยประเภทนี้ให้ได้มากขึ้น

นอกจากนี้ทางกรมส่งเสริมการส่งออกได้พยายามสร้างภาพพจน์ของการผลิตผ้าไหมไทย เพื่อสร้างความรู้จักในกลุ่มประเทศดังกล่าว กรมส่งเสริมการส่งออกยังได้เชิญคณะผู้แทนการค้าเดินทางเข้ามาประเทศไทย เพื่อได้ทำความรู้จักกับสินค้าไหมไทย โดยเฉพาะเสื้อผ้าไหมไทย ในงานแสดงสินค้า Bangkok Ready To Wear การจัดทำเอกสารเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ร่วมกับอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ทางภาครัฐบาลและเอกชนควรจะร่วมมือกันอย่างจริงจังในอันที่จะเผยแพร่ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดการส่งออกที่สำคัญของไทย โดยการจัดแสดงสินค้าในลักษณะที่สะอาดตา และเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงขบวนการผลิตซับซ้อนกว่าจะได้สินค้าไหม ทั้งนี้เพื่อให้ชาวญี่ปุ่นเกิดความประทับใจและเห็นคุณค่า อยากจะหาไว้เป็นของที่ระลึกแม้ว่าผ้าไหมไทยจะมีราคาสูงกว่าผ้าไหมชนิดอื่นๆ ก็ตาม

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างจากผ้าไหมจากแหล่งอื่นๆ ฝีมือประณีต คุณภาพพอใช้ได้ ซึ่งเป็นที่ยอมรับและนิยมของชาวญี่ปุ่น โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะเป็นแบบที่เรียบง่าย ใส่ได้ทุกโอกาสมีสีเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นมาก ทำให้การส่งออกสินค้าไหมของไทยไปญี่ปุ่นได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก ปัจจุบันญี่ปุ่นเป็นตลาดที่น่าสนใจยิ่งที่ประเทศไทยจะสามารถเพิ่มการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้สูงขึ้น เนื่องจากเป็นตลาดใหญ่มีการขยายตัวสูงมีอำนาจการซื้อที่มั่นคง ประกอบกับผู้บริโภคมีรสนิยมและความต้องการแบบมาตรฐานสากล ซึ่งสอดคล้องกับการผลิตของไทย

จากการศึกษาการส่งออกผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนลดลงอย่างมาก ซึ่งเริ่มมีปริมาณการส่งออกผ้าไหมไทยลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 ปริมาณการส่งออกมีเพียง 32.68 ตันซึ่งเป็นมูลค่า 43.93 ล้านบาท และได้ลดลงเรื่อยมาจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2542 มีปริมาณการส่งออกเพียง 6.44 ตัน มูลค่าการส่งออก 14.18 ล้านบาท เนื่องด้วยในช่วงปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมาเศรษฐกิจโลกกำลังอยู่ในช่วงกำลังถดถอย และในปี พ.ศ. 2539 เศรษฐกิจโลกอยู่ในช่วงตกต่ำ ดังนั้นการบริโภคผ้าไหมของไทยที่มีการบริโภคลดลง ซึ่งการบริโภคผ้าไหมไทยของชาวญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2539 ได้อยู่ในช่วงกำลังถดถอยอย่างต่อเนื่องเป็นไปตามสภาพเศรษฐกิจโลกด้วย แต่ในปี พ.ศ. 2543 มูลค่าการส่งออกผ้าไหมไทยไปประเทศญี่ปุ่นมีมากขึ้นถึง 29.77 ล้านบาท นับได้ว่า การส่งออกผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นกำลังมีโอกาที่จะมีการส่งออกที่มากขึ้นผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยที่ได้นำมาทำการศึกษาคือ เสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรี เสื้อสูท ผ้าเช็ดหน้า เนคไท หูกระต่ายสุภาพบุรุษ ผ้าพันคอแบบต่าง ๆ เป็นต้น ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2542 มีการเพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันไปอย่างต่อเนื่อง แต่เป็นการลดลงที่ไม่มากนักซึ่งถือได้ว่าประเทศไทยมีโอกาสในการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ถ้าได้มีการพัฒนาในด้านต่าง ซึ่งลดลงอย่างมาก ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยกลับมีการส่งออกที่เพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันซึ่งถือได้ว่าเป็นที่น่าพอใจ เมื่อเปรียบเทียบกับภาวะของเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น จึงนับได้ว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นกำลังมีโอกาที่จะมีการส่งออกที่มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้ลดลงจากร้อยละ 7.78 เป็นร้อยละ 1.13 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมของจีนไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 28.40 เป็นร้อยละ 50.62 พบว่าในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนได้เสียเปรียบจากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดเช่นกัน และประเทศไทยแต่ประเทศไทยเสียประโยชน์น้อยกว่าจีน แต่เมื่อพิจารณาความได้เปรียบที่เกิดจากการแข่งขันประเทศไทยเสียประโยชน์ แต่จีนกลับได้ประโยชน์จากการแข่งขัน ดังนั้นนโยบายที่นำมาใช้คือ นโยบายด้านราคา ทั้งนี้เนื่องจากผ้าไหมของไทยมีราคาค่อนข้างสูง แต่จีนมีราคาผ้าไหมที่ต่ำกว่าไทยมาก และปริมาณการผลิตผ้าไหมของจีนมีมากกว่าของไทย จึงทำให้จีนได้รับประโยชน์จากการแข่งขันมากกว่าประเทศไทย โดยมีการช่วยส่งเสริมด้านวัตถุดิบให้มีเพียงพอ เพื่อให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง ซึ่งจะให้มีตลาดรองรับผ้าไหมซึ่งจะช่วยให้ประเทศไทยครองส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่เดิมได้และเป็นการสร้างโอกาสที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดที่เดิมเป็นของประเทศไทยกลับคืนมาได้ ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดญี่ปุ่นได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.52 เป็นร้อยละ 24.58 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจีนไปประเทศญี่ปุ่นก็ได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 37.61 เป็นร้อยละ 39.91 พบว่าในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนได้เสียเปรียบจากผลของการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดและได้ประโยชน์จากการแข่งขันเช่นเดียวกัน และประเทศไทยเสียประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงขนาดของตลาดน้อยกว่าจีน แต่เมื่อพิจารณาความได้เปรียบที่เกิดจากการแข่งขันประเทศไทยได้ประโยชน์ ดังนั้นนโยบายที่ควรนำมาใช้เพื่อดำเนินการและขยายตลาด คือ นโยบายผลักดันการส่งออกอย่างต่อเนื่องและนโยบายการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย และมีโครงการที่ช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์ โดยส่งเสริมขยายตลาดภายใต้ชื่อทางการค้าของสินค้าไทย และยังสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยว่าเป็นคู่ค้าที่ดีในตลาดญี่ปุ่น

ผู้ส่งออกไทยขาดความกระตือรือร้นในการศึกษาตลาดและส่งเสริมการขายในตลาดญี่ปุ่น โดยไม่สามารถวางแผนได้ล่วงหน้าว่าตลาดลูกคามีแนวโน้ม วิธีค้าสินค้าผ้าไหมของไทยยังขึ้นกับการสั่งซื้อของผู้ซื้อ ทำให้ปริมาณและมูลค่าในการจำหน่ายผ้าไหมไม่แน่นอน เพื่อจะครองส่วนแบ่งตลาดสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีเพิ่มมากขึ้น การติดต่อสื่อสารของผู้ส่งออกไทยกับคู่ค้าในประเทศญี่ปุ่นมีความล่าช้าไม่ทันต่อการแข่งขัน และยังได้มีการติดต่อสื่อสารรูปแบบใหม่นั้นคือ การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต (e-mail) และขาดการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย การพัฒนาชุดผ้าไหมอย่างจริงจังแล้ว จะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าการจำหน่ายในรูปผ้าผืน และยังสามารถที่จะครองตลาดในญี่ปุ่นไว้ได้ นอกจากนี้ปัญหาข้างต้นแล้วยังมีเรื่องของการกำหนดราคา และการเปลี่ยนแปลงราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย เมื่อทำการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น เป็นปัญหาเนื่องจากการกำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าไหมของไทยต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิต ดังนั้นการกำหนดราคาและการเปลี่ยนแปลงราคาจึงขึ้นกับต้นทุนและการเปลี่ยนแปลงต้นทุนการผลิต การเปลี่ยนแปลงด้านราคาทำให้เสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการส่งออกมากขึ้นโดยไม่จำเป็น

หากได้มีการร่วมมือประสานงานกันอย่างจริงจังทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับทุกขั้นตอนของการผลิต โดยมุ่งประโยชน์ส่วนร่วมเป็นที่ตั้งในอันที่จะปรับปรุงคุณภาพของผลผลิต และลดต้นทุนการผลิต ตลอดจนได้มีการแก้ไขระเบียบข้อบังคับของทางราชการซึ่งเป็นอุปสรรคในการส่งออกให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน พร้อมทั้งมีการส่งเสริมด้านการตลาดในวงที่กว้างขึ้นและรูปแบบที่เหมาะสมกับสินค้าแล้ว ก็เชื่อว่าผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจะมีู่ทางการส่งออกที่สดใสต่อไปในอนาคต ซึ่งนอกจากจะนำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากแล้วยังส่งผลดีต่อสภาพความเป็นอยู่ของเกษตรกรชาวชนบทที่มีอาชีพในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และสาวไหมจำนวนกว่าสี่แสนคนให้ได้มีงานทำ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ในครั้งนี้ มุ่งที่จะนำผลการศึกษาที่ได้เพื่อให้ผู้ประกอบการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทางด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในดีขึ้น และใช้เป็นแนวทางในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เพื่อในการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยสามารถที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่ในประเทศญี่ปุ่นไว้ได้ และยังสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดในผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทต่าง ๆ ออกไปได้อีกในอนาคต

1. หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องดำเนินการขยายตลาด มีการผลักดันการส่งออกอย่างต่อเนื่องและการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย และควรมีการจัดให้มีโครงการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย เช่น จัดกิจกรรมต่าง ๆ นิทรรศการให้ความรู้ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศญี่ปุ่น การโฆษณาตามหนังสือนิตยสารต่าง ๆ ของประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนจัดพิมพ์เอกสารเพื่อเผยแพร่ ได้แก่ แผ่นพับ โบปลิว โดยส่งเสริมขยายตลาดภายใต้ชื่อทางการค้าของสินค้าไทย และยังสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยว่าเป็นคู่ค้าที่ดีในตลาดญี่ปุ่น
2. หน่วยงานของรัฐควรให้บริการข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะข้อมูลด้านตลาดและข้อมูลข่าวสารด้านแฟชั่นของประเทศญี่ปุ่น ในการออกแบบสินค้าในแต่ละครั้ง จำเป็นต้องทราบเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวโน้มความต้องการในแต่ละฤดูกาล รสนิยมของชาวญี่ปุ่น เพื่อการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากกว่าการจำหน่ายผ้าไหมผืน

3. หน่วยงานภาครัฐควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตวัตถุดิบให้มีใช้ในการผลิตผ้าไหมให้พอเพียง และมีมาตรการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของเส้นไหมควบคู่ไปด้วย เพื่อให้ต้นทุนการผลิตลดลง ทำให้ราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยลดลง และเป็น การยกระดับผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดญี่ปุ่นถึงเรื่องคุณภาพของสินค้า เพื่อจะครองส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่เดิมได้และสร้างโอกาสที่จะครองส่วนแบ่งตลาดที่เดิมเป็นของประเทศไทยกลับคืนมาได้

4. การศึกษาการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ในครั้งนี้ มีการศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต โครงสร้างตลาด และการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศจีน ซึ่งน่าจะมีการศึกษา มาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและมาตรการเพื่อการส่งออก และการวิเคราะห์ ส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญอื่น ๆ เช่น ประเทศอินเดีย จึงจะทำให้ การศึกษาการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปประเทศญี่ปุ่นสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2532. แนวโน้มการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม. กรุงเทพมหานคร.
(อัครา)

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2535. ขี้ผ้าไหมไทยอนาคตแจ่มใสทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ.
กรุงเทพมหานคร. (อัครา)

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2543. นโยบายสนับสนุนสิ่งทอของไทย. กรุงเทพมหานคร. (อัครา)

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2533. ไหมและผลิตภัณฑ์. กองวิจัยสินค้าและการตลาด.
กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. กรุงเทพมหานคร. (อัครา)

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2543. ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
ของไทย ในปี พ.ศ. 2535-2543. กระทรวงพาณิชย์. (อัครา)

กระทรวงการคลัง. 2542. สถิติปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
ของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2535-2542. กรมศุลกากร. กระทรวงการคลัง.
กรุงเทพมหานคร. (อัครา)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543. กำหนดมาตรฐานคุณภาพผ้าไหมไทย. กรุงเทพมหานคร.
(อัครา)

ชาวลุทท ไชยบุรี. 2540. ขี้แนวทางพัฒนาคุณภาพไหมไทยเพื่อการส่งออกสู่จีน-เวียดนาม.
กรมส่งเสริมการเกษตร.

สมาคมไหมนานาชาติ. 2540. ผ้าไหมไทย.. กรุงเทพมหานคร. (อัครา)

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2540. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผ้าไหม.

กรุงเทพมหานคร: (อัครา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์การการค้าโลก. 2542. ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผ้าไหมของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี
พ.ศ. 2535-2542. กรุงเทพมหานคร. (อัสตานา)

Gramer, G.L. and G.L. Ochsner. 1976. "An Economic Analysis of the Export Market
for Montana Wheat". **Montana Agricultural Experiment Station Bulletin.**
(March 1996). P.17.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการผลิตผ้าไหม

การปลูกหม่อน

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

พันธุ์หม่อน พันธุ์มีทั้งพันธุ์พื้นเมือง เช่น หม่อนมี หม่อนใบโพธิ์ หม่อนสา เป็นต้น และพันธุ์ต่างประเทศ เช่น หม่อนน้อย หม่อนตาดำ และหม่อนทองกั้น เป็นต้น แต่หม่อนที่ทางราชการส่งเสริมมีอยู่ 2 พันธุ์ คือหม่อนน้อย และหม่อนตาดำ เพราะเป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงและมีอาหารธาตุสูงกว่าหม่อนชนิดอื่น

โรคและศัตรูของหม่อน โรคและศัตรูของหม่อนที่สำคัญ คือ

2.1 ดั้วหนวดยาว หรือหนอนเจาะลำต้น ทำอันตรายหม่อนโดยการแทะเปลือกของลำต้นและวางไข่ เมื่อไข่ฟักออกมาเป็นตัวหนอนก็จะเจาะเข้าไปในลำต้น กัดกินแกนกลางของต้นหม่อนเป็นอาหาร ทำให้ต้นหม่อนตาย การกำจัดต้องทำในระยะเป็นไข่จึงจะได้ผลโดยใช้ยาซิลดริน 0.05 เปอร์เซ็นต์ ป้ายตามรอยแผลที่ด้วงวางไข่ทุกวันครบ 7 วัน ไข่ก็จะฟ่อและแห้งไป

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

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

การผลิตไข่ไหม

การผลิตไข่ไหมพันธุ์ไทยคัดและพันธุ์ลูกผสม เป็นเรื่องยุ่งยากและต้องใช้ทุนการผลิตสูง ทั้งนี้เพราะระยะเวลาเลี้ยงไหมสั้น ผู้เลี้ยงต้องเอาใจใส่เป็นอย่างดีรวมทั้งต้องคอยควบคุมอุณหภูมิและสิ่งแวดล้อมตลอดระยะเวลาที่ทำการเลี้ยงไหม การผลิตไข่ไหมจึงจะได้ผล คือมีเปอร์เซ็นต์การฟักไข่สูง

ดังนั้น ทางราชการกองการไหม กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงรับหน้าที่ผลิตไข่ไหม พันธุ์ไทยคัดและพันธุ์ลูกผสม ดังกล่าว สำหรับแจกจ่ายให้เกษตรกรนำไปเลี้ยง โดยมีสถานผลิตไข่พันธุ์ไทยคัด 8 แห่ง ดังนี้ สถานีทดลองไหมบุรีรัมย์ สถานีทดลองไหมพุทไธสง สถานีทดลองไหมสุรินทร์ สถานีทดลองไหมหนองคาย สถานีทดลองไหมสกลนคร สถานีทดลองไหมร้อยเอ็ด สถานีทดลองไหมศรีสะเกษ และสถานีทดลองไหมชัยภูมิ

การผลิตรังไหม

การเลี้ยงไหมเพื่อเอาเส้นใยจะสิ้นสุดลงที่การทำรังของตัวหนอนไหม โดยปกติเมื่อการชักใยสิ้นสุดลง ผู้เลี้ยงไหมจะนำรังไหมไปฆ่าตัวดักแด้ก่อน เพื่อให้ไหมเจาะรังออกมา มิฉะนั้นจะเจาะรังเป็นช่วงๆ โดยปกติเส้นใยจะมีความยาวประมาณ 300-900 หลังจากนั้นจะนำไปสาว

รังไหมโดยทั่วไปจะประกอบด้วยส่วนที่เป็นตัวดักแด้ประมาณร้อยละ 80 และส่วนที่เป็นชั้นใยไปไหมประมาณร้อยละ 20 ส่วนที่เป็นชั้นใยแบ่งได้เป็น 3 ชั้น คือ

1. ชั้นนอกเป็นปุย (floss) ที่หุ้มส่วนเป็นรังไหมโดยรอบ มีลักษณะเป็นเส้นใยพุ่มลีเลียงหรือขาวตามแต่พันธุ์ของไหม
2. ชั้นที่ 2 คือ ส่วนที่เป็นเปลือกรังไหม (cocoon layer หรือ shell of cocoon) หรือส่วนที่ซึ่งมีใยไหมแท้ เรียงตัวเกาะกันแน่น หุ้มตัวดักแด้อยู่ภายในกับส่วนที่เป็นเยื่อบางถัดจากชั้นเปลือกนอกซึ่งห่อหุ้มตัวดักแด้อยู่
3. ชั้นในสุด เป็นตัวดักแด้ที่ฟักตัวรอเวลาสำหรับกลายเป็นตัวผีเสื้อ

ตารางภาคผนวกที่ 1 เปรียบเทียบลักษณะของรังไหมพันธุ์ต่างๆ

รังไหม	สี	ลักษณะภายนอก	ร้อยละของปุ๋ย	ร้อยละของเส้นใยไหมในเปลือกกรัง	ความยาวของเส้นใยโดยเฉลี่ย
พันธุ์พื้นเมือง	เหลืองอมแดง	รูปไข่รียาวปลายค่อนข้างแหลม	10-15	8-13	180-400 เมตร
พันธุ์ผสม	ขาว	รูปไข่ป้อมปลายปาน	2-3	13-17	600-800 เมตร
พันธุ์ต่างประเทศ	ขาว	รูปไข่ป้อมปลายปาน	1-2	17-22	800-1200 เมตร

ที่มา: (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2532)

การผลิตเส้นไหม

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

1. เส้นไหมพุ่มหรือเส้นไหมพื้นเมือง (weft) เป็นเส้นไหมที่นอนขวางไปตามด้านกว้างของผืนผ้า เป็นการสาวด้วยมือและใช้เครื่องมือแบบดั้งเดิม โดยนำรังไหมพื้นเมือง (รังสีเหลือง) มาต้มแล้วสาวเส้นไหมออกมา เส้นไหมที่ได้จะเป็นเส้นไหมสีเหลืองต้องใช้เวลาในการสาวมาก ซึ่งต่อมาทางราชการได้พัฒนาเครื่องสาวไหมพุ่มเพื่อให้สาวได้เร็วขึ้น และได้เส้นไหมที่มีคุณภาพดี คือ เรียบและสม่ำเสมอขึ้น การสาวไหมพื้นเมืองนี้มีวิธีการสาว 2 แบบ คือ การสาวแบบ 2 ครั้ง และการสาวครั้งเดียว

1.1 การสาว 2 ครั้ง เป็นการสาวโดยแยกเส้นใยชั้นในกับเส้นใยชั้นนอกโดยการสาวครั้งแรกเป็นการสาวเส้นใยที่เป็นปุ๋ยรอบนอก มีอยู่ประมาณร้อยละ 20-30 ของปริมาณเส้นใยทั้งรัง เส้นเส้นที่ได้จะมีเส้นใหญ่ หยาบและมีปมมาก ขนาดของเส้นไหมไม่สม่ำเสมอ ชาวบ้านเรียกว่า ไหมลึบ หรือไหมสาม การสาวครั้งที่ 2 เป็นการสาวเส้นใยส่วนในของรังซึ่งเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใยไหมแท้ๆ เส้นไหมที่ได้จะมีเส้นเล็กละเอียดและเรียบ ขนาดของเส้นไหมสม่ำเสมอ จัดเป็นเส้นไหมคุณภาพชั้นหนึ่งสามารถใช้ทำเป็นเส้นไหมอื่นได้ เรียกว่า ไหมน้อยหรือไหมยอด โดยทั่วไปเรียกว่า ไหมหนึ่ง

1.2 การสาวครั้งเดียว เป็นการสาวควบทั้งเส้นใยรอบนอกและเส้นใยชั้นในของตัวไหมไปพร้อมกัน เส้นไหมที่ได้มีขนาดใกล้เคียงกับไหมหนึ่งแต่มีลักษณะหยาบและมีปุ่มปมคุณภาพจัดอยู่อันดับรองจากไหมหนึ่ง เรียกว่า ไหมสาวเลย หรือไหมสอง เส้นไหมที่สาวได้นี้เป็นไหมดิบซึ่งต้องนำไปฟอกแช่น้ำด่างแล้วนำไปด้อมเพื่อเอาขาวไหมออก เส้นไหมที่ได้จะมีสีขาวนวลจากนั้นจึงนำไปย้อมสีและกรอเข้าหลอดเพื่อเตรียมทอผ้าต่อไป

ปัจจุบันนี้มีเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมเพื่อสาวเป็นเส้นไหมพุ่มอยู่ประมาณ 400,000 ครัวเรือน แต่ทำในลักษณะอาชีพรองเพื่อไว้ทอผ้าไว้ใช้เองในครอบครัว หรือทอขาย ส่วนเส้นไหมที่เหลือใช้ก็จะขายให้โรงงานทอผ้า จึงทำกันในปริมาณไม่มากนักประกอบกับเป็นการสาวด้วยมือซึ่งขึ้นกับฝีมือการสาวของแต่ละคน ผลผลิตเส้นไหมพุ่มที่ได้จึงมีลักษณะไม่แน่นอน คุณภาพเส้นไหมไม่สม่ำเสมอผู้ทอผ้าบางรายจึงนิยมใช้เส้นไหมของต่างประเทศ สำหรับเส้นไหมพุ่มที่นำเข้ามาในปัจจุบันมี 2 ชนิด คือ ไหมคูเปียน (doupion silk) และไหมเนทีฟ (native silk)

ไหมคูเปียน เป็นเส้นไหมที่สาวจากรังชนิดแผ่หรือรังไม่ปกติ ซึ่งไม่สามารถนำไปสาวเป็นเส้นอื่นได้ เส้นไหมชนิดนี้มีลักษณะหยาบ มีปุ่มปม และเส้นใหญ่คล้ายไหมพื้นเมืองชนิดไหมหนึ่งและไหมสอง

ไหมเนทีฟ เป็นเส้นไหมที่มีลักษณะเรียบ มีขนาดสม่ำเสมอ ไม่ค่อยมีปุ่มปม เทียบได้กับเส้นไหมหนึ่ง ผู้ทอนิยมใช้เพราะมีคุณภาพแน่นอน สะดวกในการทอ

2. เส้นไหมอื่น (warp) เป็นเส้นไหมที่นอนไปตามความยาวของผืนผ้ามีลักษณะเป็นเส้นเล็กละเอียด เรียบสม่ำเสมอ และเหนียวกว่าเส้นไหมพุ่ม การผลิตเส้นไหมอื่นนี้ เป็นการสาวด้วยเครื่องจักร ซึ่งต้องใช้ต้นทุนสูงจะทำในรูปโรงงาน มีการควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนรังไหมที่ใช้ในการสาวเส้นไหมอื่นนี้จะต้องเป็นรังไหมที่มีคุณภาพ คือ

2.1 เป็นรังที่สาวเส้นใยออกได้ง่าย ไม่ขาดบ่อย มีเศษไหมน้อยและให้ปริมาณเส้นใยสูง

2.2 ความหนา-บางของรังไหม สม่ำเสมอตลอดกันทั้งรัง

2.3 เป็นเส้นซึ่งให้เส้นไหมที่มีคุณภาพดี คือ มีความเรียบเนียน การยึดตัวและขนาดของเส้นไหมที่สาวได้ต้องสม่ำเสมอ

ในการผลิตเส้นไหมอื่นต้องใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์หลายชนิด เช่น เครื่องอบแห้ง หม้อต้มรังไหม เครื่องสาวไหม เครื่องกรอเส้นไหม เครื่องเข้าหลอด เครื่องตีเกลียวรวมทั้งเครื่องตรวจเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สอบคุณภาพเส้นไหม สำหรับเครื่องจักรสาวไหมนั้นสามารถแยกตามระบบทำงานได้เป็น 3 แบบ คือ common relling machine, multi-ends relling machine, และ automatic relling machine

ส่วนที่นิยมใช้กันคือการสาวแบบ multi-ends และแบบ automatic สำหรับแบบ multi-ends นั้นใช้คนคุมคอยป้องกันรังไหม ซึ่งแบบนี้เหมาะกับรังไหมคุณภาพไม่ค่อยดี ส่วนแบบ automatic นั้น เครื่องจักรจะหารังไหมเข้าป้อนเอง ถึงแม้ว่าจะใช้เครื่องจักรในการผลิต แต่แรงงานที่มีความชำนาญก็ยังจำเป็นในการคุมการทำงานของเครื่องในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพและในปริมาณมาก

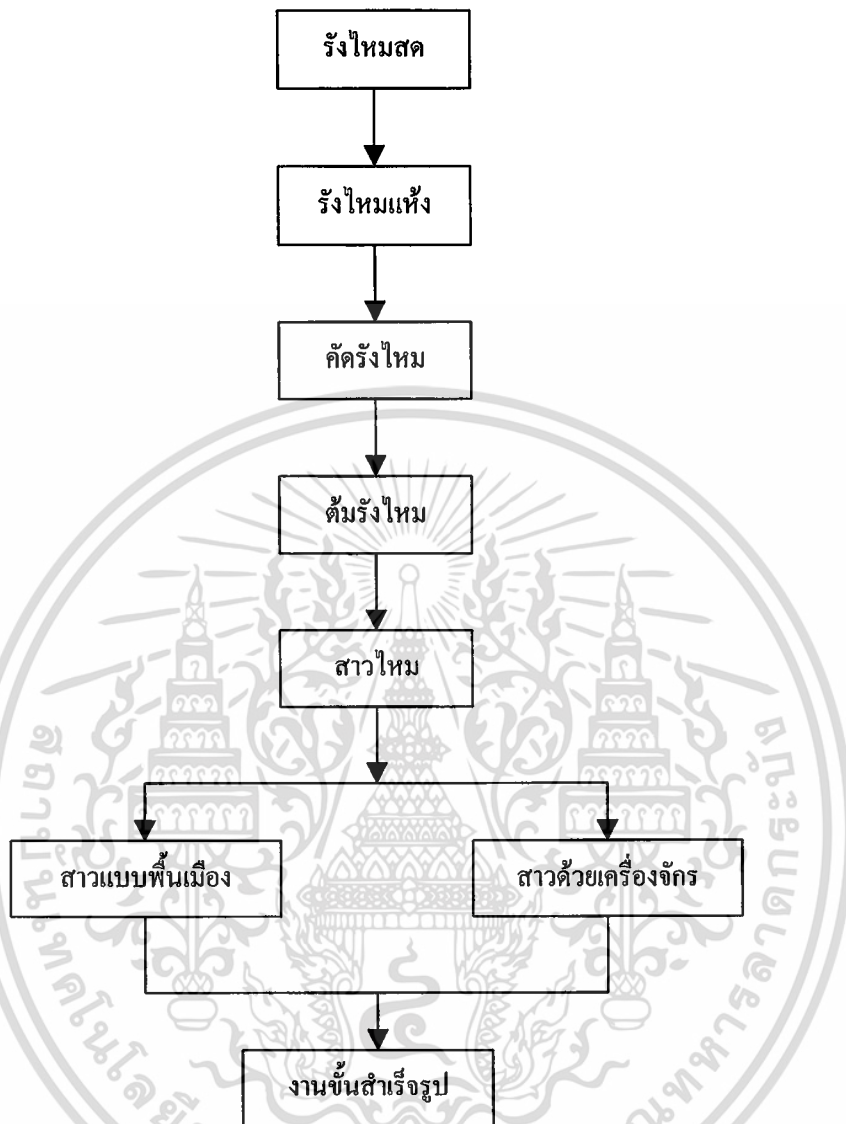
การสาวไหมด้วยเครื่องจักรนี้ ต้องระมัดระวังในเรื่องคุณภาพของรังไหมมาก เพื่อไม่ให้ติดขัดในระหว่างสาวซึ่งจะทำให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพต่ำ เส้นไหมที่สาวได้นี้เป็นเส้นไหมดิบซึ่งต้องนำไปควบ โดยนำเส้นไหมตั้งแต่สองเส้นขึ้นไปมารวมกันตามขนาดที่ต้องการและนำไปตีเกลียว เพื่อให้เส้นไหมรัดกันแน่นเป็นเส้นกลมเรียบและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เรียกว่า เส้นไหมสำเร็จรูป ซึ่งต้องนำไปฟอกและย้อมสีเพื่อนำไปทอผ้าต่อไป (ภาพภาคผนวกที่ 1)

เส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ในประเทศมีต้นทุนการผลิตสูง นอกจากนี้เส้นไหมที่ผลิตได้ยังมีปริมาณน้อยและมีปัญหาด้านคุณภาพผู้ผลิตจึงนิยมใช้เส้นไหมยี่ห้อจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาต่ำกว่าและมีคุณภาพดีกว่าเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตในประเทศ ทำให้ผู้ผลิตเส้นไหมยี่ห้อในประเทศต้องประสบปัญหาขายสินค้าไม่ได้และถูกกดราคารับซื้อ จึงทำเรื่องร้องเรียนมายังหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องทางกระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าต่างประเทศ และกระทรวงอุตสาหกรรมโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้พิจารณาเห็นควรที่จะให้ความคุ้มครองและความช่วยเหลือแก่อุตสาหกรรมเส้นไหมยี่ห้อในประเทศ โดยใช้มาตรการควบคุมการนำเข้าเส้นไหมและมาตรการประกันราคาเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ในประเทศ

อัตราส่วนการซื้อเส้นไหมขดเชยและราคาเส้นไหมยี่ห้อในประเทศนี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นลำดับ เพื่อให้เหมาะสมกับภาวะการค้าผ้าไหมและภาวะการผลิตเส้นไหม โดยคณะกรรมการจัดซื้อและขายเส้นไหมยี่ห้อ ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมแต่งตั้งขึ้นมาเป็นผู้พิจารณาอัตราส่วนที่ใช้ อยู่ที่ ร้อยละ 20

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

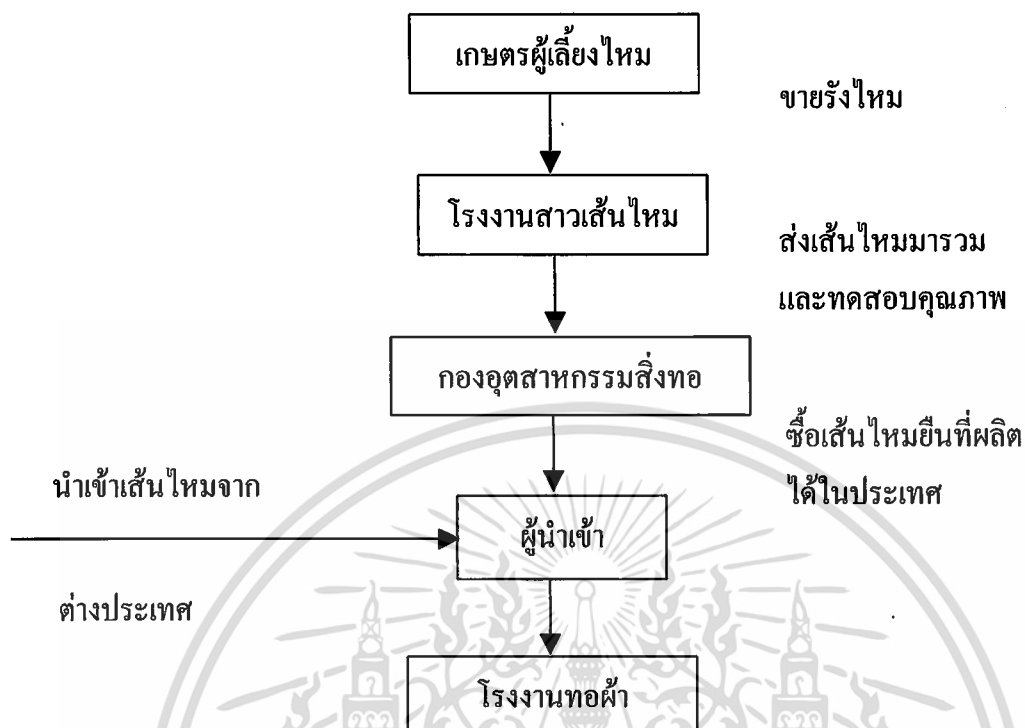
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพภาคผนวกที่ 1 ขั้นตอนการผลิตเส้นไหม

ที่มา:(คณะกรรมการส่งเสริมไหมไทย, 2529: 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพภาคผนวกที่ 3 ขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมยี่ห้อ
ที่มา:(คณะกรรมการส่งเสริมไหมไทย, 2529: 25)

แม้ว่าจะมีการผลิตเส้นไหมในประเทศ ทั้งเส้นไหมพุ่งและเส้นไหมยี่ห้อแต่เส้นไหมที่ผลิตได้ยังมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และมีปริมาณไม่เพียงพอที่จะสนองความต้องการของผู้ทอผ้าไหมในประเทศ โดยเฉพาะเส้นไหมยี่ห้อที่ต้องซื้อในราคาประกันที่สูงกว่าราคาเส้นไหมที่นำเข้าจากต่างประเทศมาก จึงยังมีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศสนับสนุนอีกทาง โดยนำเข้าในรูปแบบเส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูป สำหรับทำเส้นไหมพุ่งและเส้นไหมยี่ห้อ ปริมาณการนำเข้าเส้นไหมในแต่ละปีนั้นไม่แน่นอน ขึ้นกับราคาเส้นไหมในต่างประเทศและภาวะการค้าของผ้าไหม

เส้นไหมยี่ห้อที่จำหน่ายในท้องตลาดจึงมีทั้งที่ผลิตในประเทศ และที่นำเข้าจากต่างประเทศ แต่เนื่องจากเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ในประเทศไทยยังมีคุณภาพไม่ทัดเทียมของต่างประเทศทำให้มีปัญหาในการทอ และยังมีราคาสูงกว่าเส้นไหมจากต่างประเทศมาก จึงไม่ค่อยได้รับความนิยมจากผู้ผลิตผ้าไหมเท่าที่ควร ผู้นำเข้าเส้นไหมจึงต้องลดราคาเส้นไหมในประเทศลงมา และชดเชยส่วนที่ขาดทุนโดยเพิ่มราคาขายสำหรับไหมในต่างประเทศ ทำให้ผู้ผลิตผ้าไหมต้องรับภาระโดยซื้อเส้นไหมต่างประเทศในราคาที่สูงกว่าปกติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทอผ้าไหม

การทอผ้าของไทยโดยทั่วไปยังคงดำเนินการอยู่ในรูปแบบหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งทำกันในครัวเรือนเป็นอาชีพรองจากการเพาะปลูกโดยเกษตรกร จะทำการผลิตเองในทุกขั้นตอน นับแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และการสาวไหม เกษตรมักเก็บเส้นไหมส่วนใหญ่ที่สาวได้ คือ ประมาณร้อยละ 60 ไว้สำหรับทอผ้าเอง ส่วนที่เหลือจำหน่ายแก่โรงงานทอผ้า การทอผ้าในลักษณะนี้ทำกันในแทบแคว้นเรือนแห่งละไม่เกิน 4 กี่ สำหรับที่ทอเป็นอุตสาหกรรมในโรงงานนั้น มักอยู่ในรูปโรงงานขนาดย่อม ซึ่งมีกี่ทอผ้าเฉลี่ยประมาณ 30 กี่ ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และกระจัดกระจายอยู่ในท้องถิ่นที่มีการเลี้ยงไหม เช่น ที่นครราชสีมา ขอนแก่น ชัยภูมิ และสุรินทร์ เป็นต้น ส่วนโรงงานทอผ้าไหมขนาดใหญ่ที่มีไม่กี่แห่ง ที่ใหญ่ที่สุด และมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพเป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศมานานแล้ว คือ บริษัท อุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด หรือเรียกว่า จิมทอมป์สัน ซึ่งได้พัฒนาระบบการผลิตไปในลักษณะโรงงานอุตสาหกรรมมีการจัดขบวนการผลิตเป็นขั้นตอนเพื่อควบคุมคุณภาพการผลิต และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ประโยชน์ในการประหยัดต้นทุนและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

แม้ว่าจะมีการนำเทคนิคการผลิตที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในบางขั้นตอน แต่การผลิตผ้าไหมของไทยก็ยังคงต้องใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในขั้นตอนของการทอผ้าด้วยมือ และขึ้นอยู่กับฝีมือของผู้ทอที่จะทำให้ผ้าที่ทอได้มีเนื้อแน่นสม่ำเสมอ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการทอนั้นเดิมเป็นที่ทอผ้าแบบพื้นเมือง (พุ่งกระสวยด้วยมือ) ซึ่งทอได้ช้า ต่อมาได้พัฒนามาใช้กี่กระตุก ซึ่งสามารถทอได้เร็วกว่า และมีประสิทธิภาพสูงกว่า จากการใช้เส้นไหมพุ่งที่สาวด้วยมือนี้เองทำให้ผ้าไหมไทยมีลักษณะสวยงามเป็นพิเศษ ต่างจากผ้าไหมของต่างประเทศที่ทอด้วยเครื่องจักร และเป็นข้อได้เปรียบในการขยายแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

การทอเป็นวิธีการผลิตผ้าไหม โดยใช้เส้นไหมตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไปนำมาขัดกันเป็นมุมฉาก เส้นไหมที่ขึงในเครื่องทอตามแนวยืนเรียกว่า ไหมยืน เส้นไหมที่ตั้งฉากกับด้านยืนเรียกว่า ไหมพุ่ง การทอคือการนำไหมพุ่งไปขัดกับไหมยืน เรียกกันว่า การทอลายขัดหรือการทอกรรมคา

การทอผ้าไหมอาจทอได้หลายวิธี เช่นเดียวกับ การทอผ้ามาตรฐานทั่วไปได้แก่ การทอลายขัด หรือการทอแบบธรรมดา (plain weave) การทอลายสอง (twill weave) การทอต่วน (satin weave) นอกจากนี้ยังมีการทอแบบตกแต่ง หรือทอให้เป็นลวดลาย ได้แก่ การทอแบบยกดอกเล็กๆ หรือ Dobby Weave การทอแบบยกดอกใหญ่ หรือ Jacquard design

วิธีการทอผ้าไหมที่นิยมในปัจจุบัน คือ การทอแบบธรรมดา หรือการทอลายขัดเป็นการทอที่ง่ายที่สุด ผ้าที่ทอแบบลายขัดมีลักษณะเรียบเหมือนกันทั้ง 2 ด้าน ความเรียบเสมอกันของผ้าทอแบบเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลายจัดทำให้เหมาะที่จะใช้เป็นผ้าพิมพ์ ดังจะเห็นได้จากผ้าไหมพิมพ์ที่เป็นที่นิยมและการจำหน่ายกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

คุณสมบัติของผ้าไหมในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผ้าไหมที่ทอแบบลายขัดเกือบร้อยละ 99 จะมีคุณสมบัติแตกต่างกันก็เฉพาะ โครงสร้างของผ้าไหมเท่านั้น

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผ้าไหม

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผ้าไหมให้ปฏิบัติตามสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีข้อปฏิบัติดังนี้

ขอบข่าย

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ครอบคลุมเฉพาะผ้าไหมที่ทอด้วยไหมแท้ส่วนที่ฟอกแล้ว ทั้งที่ทอด้วยเครื่องทอมือ และทอด้วยเครื่องจักร

บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

- 1 ผ้าไหม หมายถึง ผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ส่วนทั้งที่ย้อมสีและพิมพ์ลาย อาจใช้ดินตกแต่งเพื่อความสวยงาม
- 2 ไหมแท้ หมายถึง เส้นใยโปรตีนที่ได้จากตัวหนอนไหม
- 3 ไหมเพิ่มน้ำหนัก (weighted silk) หมายถึง ไหมแท้ที่เพิ่มน้ำหนักโดยผสมสารละลายดีบุกในน้ำสีย้อมในปริมาณไม่เกินร้อยละ 15

ชนิด

1. ผ้าไหม แบ่งตามน้ำหนักผ้าออกเป็น 4 ชนิด คือ
 - 1.1 ชนิดบางมาก มีน้ำหนักต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ไม่เกิน 90 กรัมต่อตารางเมตร
 - 1.2 ชนิดบาง มีน้ำหนักต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ตั้งแต่ 91 กรัมต่อตารางเมตร ถึง 120 กรัมต่อตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ชนิดหนา มีน้ำหนักต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ตั้งแต่ 121 กรัมต่อตารางเมตร ถึง 160 กรัมต่อตารางเมตร

1.4 ชนิดหนามาก มีน้ำหนักต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่เกิน 160 กรัมต่อตารางเมตร

ขนาด

จำนวนเส้นด้าย น้ำหนักและเกณฑ์ความคลาดเคลื่อน

1. ขนาด

1.1 ความกว้าง ต้องเป็นไปตามที่ระบุไว้ที่ฉลาก โดยมีเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนได้ +/- ร้อยละ 3 การทดสอบให้ปฏิบัติตาม มอก.121 เล่ม 10

1.2 ความยาว ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก การทดสอบให้ปฏิบัติตาม มอก.121 เล่ม 11

2. จำนวนเส้นด้ายต่อ 25.4 มิลลิเมตร ต้องเป็นไปตามที่ระบุไว้ที่ฉลาก โดยมีเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนได้ +/- ร้อยละ 2 การทดสอบให้ปฏิบัติตาม มอก.121 เล่ม 13

3. น้ำหนักต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ ต้องเป็นไปตามที่ระบุไว้ที่ฉลาก โดยมีเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนได้ +/- ร้อยละ 4 และต้องเป็นไปตามข้อ 3.1 ด้วย การทดสอบให้ปฏิบัติตาม มอก.121 เล่ม 12

คุณลักษณะที่ต้องการ

1. ลักษณะทั่วไป ผ้าไหมต้องสะอาดปราศจากข้อบกพร่อง เช่น ด้ายแยก เป็นรู ต่าง สี และลวดลายไม่สม่ำเสมอ การทดสอบให้ทำโดยการพินิจ

2. ความเป็นไหมแท้ ผ้าไหมต้องมีลักษณะเป็นไปตามที่กำหนดต่อไปนี้ไม่น้อยกว่า 2 ข้อ

2.1 เมื่อทดสอบด้วยกล้องจุลทรรศน์

2.1.1 ลักษณะตามยาวของเส้นใย ถ้าเป็นไหมฟอก (degummed silk) จะเห็นเป็นเส้นใยเส้นเดี่ยว ผิวเรียบใสไม่มีโครงสร้างใด ๆ ถ้าเป็นไหมดิบ จะเห็นเป็นเส้นใยเส้นเดี่ยว มีเส้นสีเข้มอยู่ตรงกลาง บางตอนจะขาดหายไป

2.1.2 ลักษณะตามขวางของเส้นใย ถ้าเป็นไหมฟอก จะเห็นเป็นรูปสามเหลี่ยม มุมมนกลมหรือรูปไข่ถ้าเป็นไหมดิบ จะเห็นเส้นใยเป็นรูปสามเหลี่ยมสองเส้นมุมมน หุ้มด้วย เยื่อบาง ๆ ติดกัน เยื่อหุ้ม อาจหลุดหายไปเป็นช่วง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 เมื่อทดสอบโดยการเผาไหม้ ถ้าเป็นไหมแท้ เส้นใยจะติดไฟและไหม้เร็ว ยกเว้นผ้าไหมสีเข้มหรือสีดำ เมื่อนำออกจากเปลวไฟ ไฟจะดับ กลิ่นเหมือนผมหรือขนนกไหม้ไฟ ลักษณะถ้าจะรวมเป็นก้อนสีดำเปราะ ถ้าเป็นไหมเพิ่มน้ำหนัก ถ้าจะคงรูปเดิมเหมือนกับก่อนเผา เพียงแต่หดตัวมีขนาดเล็กลง

2.3 เมื่อทดสอบโดยการข้อมสีแล้ว สีของชิ้นทดสอบจะเป็นสีน้ำตาล

3. ความคงทนของสีต่อแสง (แสงซินอนอาร์ก) ต้องไม่น้อยกว่าลูสเกลระดับ 5 การทดสอบ ให้ปฏิบัติตาม มอก.121 เล่ม 2

4. ความคงทนของสีต่อการซักแห้ง ต้องไม่น้อยกว่าเกรย์สเกลระดับ 4 ทั้งการเปลี่ยนสี และการเปื้อนสี การทดสอบให้ปฏิบัติตาม ISO 105-D01

5. ความคงทนของสีต่อเหงื่อ (สภาพกรดและสภาพด่าง) ต้องไม่น้อยกว่าเกรย์สเกลระดับ 4 ทั้งการเปลี่ยนสีและการเปื้อนสี การทดสอบให้ปฏิบัติตาม มอก.121 เล่ม 4

การบรรจุ

ให้หุ้มห่อผ้าไหมทุกพับหรือม้วนให้เรียบร้อยด้วยวัสดุที่เหมาะสมและสะอาด

เครื่องหมายและฉลาก

1. ที่ผ้าไหมทุกพับหรือม้วน อย่างน้อยต้องมีเลข อักษรหรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้อย่างชัดเจน

1.1 ชนิด

1.2 น้ำหนัก เป็นกรัมต่อตารางเมตร

2. ที่วัสดุหุ้มห่อผ้าไหมทุกพับหรือม้วน อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้อย่างชัดเจน

2.1 ชื่อผลิตภัณฑ์

2.2 คำว่า "ทอมือ" หรือ "ทอเครื่องจักร" แล้วแต่กรณี

2.3 ชนิด

2.4 ความกว้าง x ความยาว เป็นเซนติเมตร x เมตร

2.5 จำนวนเส้นด้ายในแต่ละแนว

2.6 น้ำหนัก เป็นกรัมต่อตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.7 ข้อเสนอแนะในการชัก
 - 2.8 ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ทำ หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน
 - 2.9 ประเทศที่ทำ
3. ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

การทดสอบ

1. ภาวะทดสอบ หากมิได้กำหนดไว้เป็นอย่างอื่น ให้เก็บตัวอย่างหรือชิ้นทดสอบไว้ที่อุณหภูมิ 25 องศาเซลเซียส +/- 2 องศาเซลเซียส และความชื้นสัมพัทธ์ ร้อยละ 65 +/- ร้อยละ 2 เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และทดสอบในภาวะดังกล่าว

2 การทดสอบความเป็นไหม้

2.1 วิธีทดสอบด้วยกล้องจุลทรรศน์

2.1.1 เครื่องมือและอุปกรณ์ กล้องจุลทรรศน์ กำลังขยาย 100 ถึง 500 เท่า แผ่นกระจก (slide) และกระจกทับ (cover slid) ไมโครโทม (microtome) สำหรับใช้ตัดเส้นใย แผ่นเหล็กกล้าไร้สนิมขนาด 25 มิลลิเมตร x 75 มิลลิเมตร x 1 มิลลิเมตร ตรงกลางมีรูขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 2 มิลลิเมตร เจ็มสำหรับเจียเส้นใย ไบมีดโกน ด้ายไนลอน

2.1.2 สารเคมี น้ำมันแร่ หรือของเหลวชนิดอื่น ที่ใช้กับกล้องจุลทรรศน์, พาราฟิน

2.1.3 วิธีทดสอบ

ลักษณะตามยาวของเส้นใย ตัดเส้นใยตัวอย่างเป็นเส้นใยทดสอบยาวประมาณ 3 มิลลิเมตร วางบนแผ่นกระจก ใช้เข็มแยกเส้นใยออกจากกัน หยคน้ำมันแร่หรือของเหลวชนิดอื่นลงบนเส้นใย แล้วปิดด้วยกระจกทับระวางอย่างให้มีฟองอากาศ นำไปส่องกล้องจุลทรรศน์ดูลักษณะตามยาวของเส้นใย

ลักษณะตามขวางของเส้นใย การตัดภาคตัดขวางของเส้นใยมีหลายวิธี จะใช้พาราฟินหุ้มเส้นใยตัวอย่างแล้วใช้ไมโครโทมตัด หรือใช้เส้นใยตัวอย่างผ่านจุกก๊อก แล้วตัดด้วยไบมีดก็ได้ แต่วิธีที่สะดวกและให้ผลดีที่สุด คือ ใช้ด้ายไนลอนยาวประมาณ 200 มิลลิเมตร สอดปลายทั้งสองของด้ายลงในรูกลางแผ่นเหล็กกล้าไร้สนิม ดึงจนเกิดห่วงข้างบน แล้วใช้เส้นใยเซลลูโลสแอซีเทตพันมือประมาณ 10 รอบ รวบเข้าหากัน รวมใส่ในห่วงไนลอน ดึงด้ายไนลอนจนเส้นใยเซลลูโลสแอซีเทตผ่านลงไปเล็กน้อย และให้เส้นใยเซลลูโลสแอซีเทตมีความแน่นพอดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำเส้นใยทดสอบใส่ตรงกลางเส้นใยเซลลูโลสเอซีเทต คึงด้ายในลอนต่อไปจนเส้นใยเซลลูโลสเอซีเทตผ่านลงครึ่งหนึ่ง แล้วใช้ใบมีดโกนตัดด้านที่มีด้ายในลอนก่อนแล้วตัดเส้นใยอีกด้านหนึ่ง โดยให้ใบมีดโกนทำมุมกับแผ่นเหล็กกล้าไร้สนิม 45 องศาทั้ง 2 ด้าน และตัดให้ขาดครึ่งเดียว นำแผ่นเหล็กกล้าไร้สนิมวางบนแผ่น กระจกหยดน้ำมันแร่หรือของเหลวชนิดอื่นลงบนเส้นใย ปิดด้วยกระจกทับ ระวังอย่าให้มีฟองอากาศ นำไปส่องกล้องจุลทรรศน์โดยปรับกำลังขยายน้อยที่สุดก่อนจนภาพเห็นชัดแล้วจึงขยายให้มากขึ้นเป็น 250 เท่า และ 500 เท่า

2.2 วิธีทดสอบโดยการเผาไหม้

2.2.1 เครื่องมือ ตะเกียงแอลกอฮอล์ ปากกิบ

2.2.2 วิธีทดสอบ

ถ้าขึ้นทดสอบมีลักษณะเป็นผืนผ้าให้แยกเส้นด้ายยืนหรือเส้นด้ายพุ่งทดสอบทีละแนว โดยใช้ปากกิบจับเส้นใยมากระจุกหนึ่ง นำไปจ่อในเปลวตะเกียงแอลกอฮอล์ แล้วสังเกตว่าเส้นใยหลอมหรือหดตัวจากเปลวไฟหรือไม่ เลื่อนเส้นใยตัวอย่างเข้าไปในเปลวไฟ สังเกตดูเส้นใยไหม้ไฟหรือไม่ เมื่อเส้นใย ตัวอย่างติดไฟดีแล้ว ค่อยๆ นำออกมาจากเปลวไฟ แล้วสังเกตดูว่าเส้นใยยังคงไหม้ไฟต่อไปอีกหรือไม่ ถ้าเส้นใยยังไหม้ไฟอยู่ให้เป่าไฟให้ดับ ดมกลิ่นควัน แล้วตรวจดูสีและลักษณะ ของเถ้าที่เหลือ

2.3 วิธีทดสอบโดยการละลาย

2.3.1 เครื่องมือ กระจกนาฬิกา หลอดแก้วทดลอง ปีกเกอร์ ขนาด 50 ลูกบาศก์เซนติเมตร

2.3.2 ตัวทำละลาย

สารละลายโซเดียมไฮโปคลอไรต์ ที่สามารถให้อะวาระเปิดคลอรีน (available chlorine) ร้อยละ 5 โดยน้ำหนัก

สารละลายกรดซัลฟิวริก ร้อยละ 59.5 โดยน้ำหนัก เตรียมโดยเทกรดซัลฟิวริกเข้มข้น ความหนาแน่นสัมพัทธ์ 1.84 ปริมาตร 61 ลูกบาศก์เซนติเมตร ลงในน้ำกลั่น 39 ลูกบาศก์เซนติเมตร ขณะที่เตรียมจะเกิดความร้อนขึ้นมาก ดังนั้นก่อนเติมกรดควรแช่ภาชนะที่ใส่น้ำกลั่นไว้ในอ่างน้ำเย็น เมื่อสารละลายเย็นลงถึง 20 +/- 2 องศาเซลเซียส แล้ววัดและปรับค่าความหนาแน่นให้ได้ 1.4929 +/- 0.0027 กรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร

2.3.3 วิธีทดสอบ ใส่ขึ้นทดสอบลงบนกระจกนาฬิกาหรือในหลอดแก้วทดลองหรือปีกเกอร์ แล้วใส่ตัวทำละลาย 1 ลูกบาศก์เซนติเมตรต่อขึ้นทดสอบ 10 มิลลิกรัม การทดสอบให้เป็นไปตามตารางภาคผนวกที่ 2 และทดสอบกับตัวทำละลายทั้งสอง

ตารางภาคผนวกที่ 2 การทดสอบความเป็นใหม่แท้โดยการละลาย

ตัวทำละลาย	อุณหภูมิ องศาเซลเซียส	เวลา นาที	สมบัติการละลาย
สารละลายโซเดียมไฮโปคลอไรต์	20+/-2	20	ละลาย
สารละลายกรดซัลฟิวริก	20+/-2	20	ละลาย

2.4 วิธีทดสอบโดยการย้อมสี

2.4.1 เครื่องมือ แผ่นกระจกและกระจกทาบ กล้องจุลทรรศน์ บีกเกอร์

2.4.2 สารเคมี เซอร์ลัสเทน เอ (shirlastain A) ซิงค์คลอไรด์ไอโอไดด์
(zinc chloride iodide)

2.4.3 วิธีทดสอบ ให้ปฏิบัติตามข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

วางชิ้นทดสอบจำนวนเล็กน้อยลงบนแผ่นกระจก หยดซิงค์คลอไรด์ไอโอไดด์ลงบนเส้นใย ปิดด้วยกระจกทาบโดยระวังอย่าให้มีฟองอากาศ แล้วส่องดูด้วยกล้องจุลทรรศน์ สังเกตสีของชิ้นทดสอบ

ใช้ชิ้นทดสอบจำนวนมากใส่ในบีกเกอร์ แล้วรินเซอร์ลัสเทน เอ พอท่วมชิ้นทดสอบ แช่ไว้ 2 ถึง 3 นาที นำมาล้างน้ำให้สะอาด ผึ่งให้แห้ง แล้วนำมาเทียบกับแผ่นสีตัวอย่างซึ่งมีสีของเส้นใยแต่ละชนิดไม่เหมือนกัน

องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น

JETRO Japan External Trade Organization หมายถึง องค์กรส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น เป็นองค์กรที่ไม่หวังผลกำไรของรัฐบาลญี่ปุ่น สำนักงาน JETRO กรุงเทพฯ ก่อตั้งในญี่ปุ่นปี พ.ศ. 2502 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยและญี่ปุ่น และเผยแพร่บรรยากาศที่ดีของการลงทุน ในประเทศไทย

J-EXIM Japan Export and Import Bank หมายถึง ธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศญี่ปุ่น

JICA Japan International Cooperation Agency หมายถึง องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น เป็นหน่วยงานของรัฐบาลญี่ปุ่น ตั้งขึ้นในปี 2517 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่นในด้านต่าง ๆ โดยการให้ความช่วยเหลือแก่ต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความช่วยเหลือด้านการพัฒนาบุคลากร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้