

ศักยภาพการปรับตัวเข้าสู่ตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

THE POTENTIAL FOR ADAPING TO THE GLOBAL MARKET OF THE THAI TEXTILE AND GARMENT INDUSTRIES

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงษ์ อินฟ้าแสง

Assistant Professor Dr.Anupong Infahaeng

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

anupong_in@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย 2) เพื่อศึกษาศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย 3) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดและศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ ประเภทการจดทะเบียน ระยะเวลาในการจัดตั้ง และรูปแบบการดำเนินงานของกิจการ และ 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดที่มีต่อศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสถานประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย จำนวน 192 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการประกอบด้วย ขนาดของสถานประกอบการ ประเภทการจดทะเบียน ระยะเวลาในการจัดตั้ง และรูปแบบการดำเนินงานของกิจการ จากกลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยทั้งหมด 192 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่ จำนวน 101 แห่ง (ร้อยละ 52.60) สถานประกอบการส่วนใหญ่จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด จำนวน 155 แห่ง (ร้อยละ 80.73) ระยะเวลาในการจัดตั้ง 16 ปีขึ้นไป จำนวน 127 แห่ง (ร้อยละ 66.15) และมีรูปแบบการดำเนินงานของกิจการในลักษณะผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศและส่งออก จำนวน 149 แห่ง (ร้อยละ 77.60)

การรับรู้แนวโน้มทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยพบว่าในภาพรวมสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดอยู่ในระดับมากและสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ การรับรู้สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย การรับรู้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน และการรับรู้ศักยภาพความสามารถในการแข่งขันตามลำดับ

ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยพบว่าในภาพรวมสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกอยู่ในระดับมาก และสามารถเรียงลำดับศักยภาพในการปรับตัวจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การปรับตัวต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ การปรับตัวต่ออำนาจในการต่อรอง และการปรับตัวต่อผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจตามลำดับ

คำสำคัญ: อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย, ศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก

Abstracts

The objectives of this research are as following. 1) To study the perception of market trends that affect the changing Thai textiles and apparel industries. 2) To study the potential for adaptation to the world market competition in the Thai textile and garment industries. 3) To compare the perception of market trends and the potential for adaptation to the world market competition in the Thai textile and garment industries. Classified by size of establishment. Registration type Duration of establishment and business operation model. And 4) To study the influence of marketing perception on the adaptability potential of the Thai textile and garment industries. The sample populations of this study were composed of 192 members of the Thai Textile and Clothing Industry Association. The tools used in the research were questionnaires. Statistics used in data analysis are arithmetic mean percentage. And standard deviation

The results of the study showed that all samples were composed of Size of establishment Registration type Duration of establishment And Business operation model. Out of the sample of 192 Thai textile and garment enterprises. There are 101 large enterprises (52.60%).The majority of establishments are 155 limited companies (80.73%). The duration of establishment of 16 years or over is 127 (66.15%). There are 149 domestic operations (77.60%) operating in the domestic and export sectors.

Perception of Market Trends Affecting Changes in Thai Textile and Apparel Industries. Their were found that in the overall Thai textile and apparel industries, there were at high level of market awareness. And can be sequenced in ascending order as follows. Perception of Thai Textile and Apparel Industry Situation. Perception of Factors Affecting Competitive Development and Perception of potential competitiveness in chronological order.

The potential for adaptation to the global market competition in the Thai apparel and apparel industries. It the overview of Thai textile and garment industries. Were found that the potential for adaptation to global competition was very high .The potential for adaptation was as follows. Adaptation to the driving force in business competition. Adaptation to bargaining power and Adaptation to the impact on business competition, respectively.

Keywords: Thai Textile and Garment Industry, Competitive power in the global market

บทนำ

จากบทสรุปของผู้บริหารสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ให้ความเห็นตรงกันว่า อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีความสำคัญต่อการกระตุ้นพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นสาขาที่สร้างรายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศอยู่ที่อันดับ 4 ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศ(สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ,2552) เมื่อมีการศึกษาย้อนหลังพบว่ามูลค่าการนำเข้าและส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ไทยในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2550-พ.ศ. 2554 ประเทศไทยมีมูลค่าทางการค้าเกินสมดุลอย่างต่อเนื่องทุกปี(สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย,2012) การส่งออกสิ่งทอไทยทุกประเภทมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับที่ 12 ของโลก (WTO, Compiled by Thailand Textile institute.)ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมากที่สุดได้แก่สิ่งทอประเภทผ้าฝ้าย เส้นด้ายและเส้นใย ต่อมาภายหลังมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีอัตราเฉลี่ยลดลง เนื่องจากประเทศในยุโรป อเมริกาหันไปนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และ เวียดนามเพิ่มมากขึ้น(ศูนย์วิจัยกิจการไทย,2555) จากการวิเคราะห์ชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประกอบด้วย

- ปัจจัยและแนวโน้มของตลาดที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย การผลิตไร้พรมแดนและการย้ายฐานการผลิต การปรับเปลี่ยนจาก Supply Chain เป็น Cluster Chain การเข้าสู่การแข่งขันในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภาวะประชากรสูงอายุมากขึ้น

- สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกตาม SWOT Analysis วิเคราะห์การแข่งขันอุตสาหกรรมด้วย Five Force Model

- ชัดความสามารถในการแข่งขัน ศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ในห่วงโซ่มูลค่า ศักยภาพด้านการจัดการวัตถุดิบ ศักยภาพด้านเทคโนโลยีและการผลิต ศักยภาพด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด ศักยภาพด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศักยภาพด้านฐานข้อมูลอุตสาหกรรมและการวิจัยพัฒนา ศักยภาพของการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานสาธารณะ ศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจ

- ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย การเปลี่ยนแปลงปัจจัยภายนอกที่ส่งผลทางลบต่อปัจจัยภายในและขีดความสามารถในการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงปัจจัยภายนอกที่ส่งผลทางบวก

- ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของตลาดโลก การวิจัยพัฒนาวัตถุดิบ การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและพัฒนาเทคโนโลยี การโอนถ่ายองค์ความรู้ผู้ที่เกี่ยวข้อง

เมื่อนำความคิดเห็นมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในภาพรวมเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลก อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเริ่มขยายตัวอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตภายในประเทศ ภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องจึงต้องหามาตรการปรับปรุงเพื่อให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยอยู่รอดพร้อมเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกต่อไปแบบยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย
2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย
3. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดและศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ ประเภทการจดทะเบียน ระยะเวลาในการจัดตั้ง และรูปแบบการดำเนินงานของกิจการ
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดที่มีต่อศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

- ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยประกอบด้วย ประเภทการจดทะเบียนของอุตสาหกรรม จำนวนปีที่จัดตั้งของสถานประกอบการ ขนาดของสถานประกอบการ และพื้นที่ตั้งของสถานประกอบการ
- การรับรู้จากผลการวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย รับรู้สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย รับรู้ศักยภาพความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย และการรับรู้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

ตัวแปรตาม

- ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกอุตสาหกรรมด้วย SWOT Analysis (Kotler . P, 1994) เพื่อทำความเข้าใจอุตสาหกรรมและปัจจัยแวดล้อมด้วยการสรุป การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2555-2559) พบว่าประเทศไทยยังมีโอกาสการเติบโตที่ดีทั้งตลาดในประเทศ ตลาดอาเซียน และตลาดโลก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วย PESTLE (Francis J. Aguilar ,1967) พบว่า ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยได้แก่ นโยบายภาครัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์การสนับสนุนด้านการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่มีเป้าหมายและทิศทางเดียวกันแต่ยังขาดการบูรณาการ เศรษฐกิจในประเทศการบริโภคภายในประเทศเท่ากับร้อยละ 60 ของกำลังการผลิตหดตัวลง เศรษฐกิจโลกเกิดวิกฤตทางการเงินในสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ส่งผลต่อการนำเข้าสินค้าไทย และส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งทอปัจจัยทางสังคมขาดแคลนทักษะขั้นสูง โดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับตัวในการพัฒนากระบวนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีผลต่อการรับรองมาตรฐานสินค้า

การวิเคราะห์ ด้วยกรอบโมเดล Five-Force (Porter, M. E, 1980) พบว่าอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย มีจุดแข็งในด้านการผลิตโดยเฉพาะเรื่องของคุณภาพสินค้าและต้นทุนการดำเนินงานที่ ส่งผลให้ประเทศไทย ควรกำหนดแนวทางพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเด็น ขาดการวิจัย และพัฒนาเทคนิคการผลิตสิ่งทอแบบใหม่ๆ แรงผลักดันด้านการแข่งขัน ผู้ประกอบการทำธุรกิจทั้งในและนอกระบบ ทำให้มีปัญหาในด้านคุณภาพของสินค้าที่ไม่มีความหลากหลาย

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ผู้บริหารสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ที่เป็นสมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้บริหารสถานประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

1. กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane จากสูตรของ Taro Yamane (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เท่ากับ 192 คน

2. ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจากผู้บริหารสถานประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเป็นข้อคำถามลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (checklist)

ตอนที่ 2 การรับรู้จากผลการวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale)

ตอนที่ 3 ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (open-ended)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหาร ธุรกิจอุตสาหกรรมที่เป็นสมาชิกกับสมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยจำนวน 192 สถานประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย โดยใช้ค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ การรับรู้จากผลการวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

สมมติฐานการวิจัย

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่มีขนาดของสถานประกอบการ ประเภทการจดทะเบียน ระยะเวลาในการจัดตั้ง และรูปแบบการดำเนินงานของกิจการต่างกัน มีการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดและศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อนำผลการค้นพบเป็นแนวทางการปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยได้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก

2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการผู้บริหารอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในการวางแผน จัดโครงสร้าง การตัดสินใจ เพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลก

ค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม

ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้แนวโน้มทางการตลาด เท่ากับ 0.910 และค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคำถามเกี่ยวกับศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลก เท่ากับ 0.966 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงสูง สามารถนำไปใช้ได้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงต่อไปได้

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการ จากกลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยทั้งหมด 192 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่ จำนวน 101 แห่ง (ร้อยละ 52.60) สถานประกอบการส่วนใหญ่จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด จำนวน 155 แห่ง (ร้อยละ 80.73) ระยะเวลาในการจัดตั้ง 16 ปีขึ้นไป จำนวน 127 แห่ง (ร้อยละ 66.15) และมีรูปแบบการดำเนินงานของกิจการในลักษณะผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศและส่งออก จำนวน 149 แห่ง (ร้อยละ 77.60)

ตอนที่ 2. การรับรู้แนวโน้มทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย พบว่าในภาพรวมสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, $SD = 0.58$) และสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ การรับรู้สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.62$) การรับรู้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.71$, $SD = 0.68$) และการรับรู้ศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.66$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย พบว่าในภาพรวมสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.65$) และสามารถเรียงลำดับศักยภาพในการปรับตัวจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ การปรับตัวต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ ($\bar{X} = 3.83$, $SD = 0.71$) การปรับตัวต่ออำนาจในการต่อรอง ($\bar{X} = 3.74$, $SD = 0.72$) และการปรับตัวต่อผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจ ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.68$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย จำแนกตามรูปแบบการดำเนินงานของกิจการ พบว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่มีรูปแบบการดำเนินงานของกิจการต่างกันมีศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกทั้ง 3 ด้าน คือ การปรับตัวต่อผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจ การปรับตัวต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ และการปรับตัวต่ออำนาจในการต่อรอง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 5 อิทธิพลของการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดที่มีต่อศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดและศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลก

ตัวแปรในการวิจัย	ADAPT	SITUATION	POTENTIAL	FACTOR
ADAPT	1.000			
SITUATION	0.599**	1.000		
POTENTIAL	0.600**	0.772**	1.000	
FACTOR	0.407**	0.596**	0.667**	1.000
Mean	3.73	3.76	3.69	3.71
SD	0.65	0.62	0.66	0.68

หมายเหตุ ** $p < 0.01$

อภิปรายผล

สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยทั้งหมด 192 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่จำนวน 101 แห่ง ขนาดกลาง จำนวน 90 แห่ง และขนาดเล็กเพียง 1 แห่ง สถานประกอบการส่วนใหญ่จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด จำนวน 155 แห่ง ระยะเวลาในการจัดตั้ง 16 ปีขึ้นไป จำนวน 127 แห่ง และมีรูปแบบการดำเนินงานของกิจการในลักษณะผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศและส่งออก จำนวน 149 แห่ง

1. การรับรู้แนวโน้มทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีรายละเอียดดังนี้

1.1 การรับรู้สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายการที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงที่สุดคือ อำนาจในการต่อรองด้านความต้องการของผู้บริโภค รองลงมาคือ จุดอ่อน จุดแข็ง ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม แรงผลักดันด้านการแข่งขัน บทบาทของภาครัฐที่ส่งผลต่อการแข่งขันในตลาดโลก และอำนาจในการต่อรองด้านวิจัยและการผลิตในตลาดระดับโลก สอดคล้องกับบทความ(ฉัตรณัฏฐก จันทระ, 2555) กล่าวว่า “ปัจจุบันอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยต้องก้าวกระโดดย้ายออกไปต่างประเทศ เพื่อปรับตัวรองรับข้อตกลงใหม่ๆของกลุ่มประเทศต่างๆ จากเดิมรับงานมามากเท่าใดก็จะทำได้กำไรมากเท่านั้น แต่ปัจจุบันผลิตเท่าใดหากำไรไม่เจอดีจึงต้องเน้นคุณภาพกับบริการ”ยังรวมถึงสอดคล้องกับ (อรรธรณ ศิริรัตน์ชัยกุล, 2548) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการจัดการสารสนเทศในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอในยุคโลกาภิวัตน์ การสื่อสารข้อมูลที่รวดเร็วและข้อมูลที่เพียงพอเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจทางธุรกิจโดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ต้องรองรับกับความต้องการสั่งจองของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเนื่องจากแฟชั่นที่เปลี่ยนไปตามสมัยนิยม จากปัญหาส่วนใหญ่ที่พบในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้คือ การส่งสินค้าล่าช้าเพราะว่า การวางแผนการผลิตที่คลาดเคลื่อนกับสภาพความเป็นจริง ซึ่งส่งผลกระทบต่อการวางแผนการจัดซื้อและการผลิตจริง แสดงว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยรับรู้สถานการณ์ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอยู่ในระดับมาก

1.2 การรับรู้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเชิงลบในการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า การรับรู้การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกในการแข่งขันตามลำดับสอดคล้องกับ (พัชรินทร์ นภาดลกิจ , 2557) ได้ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยสู่ตลาดสหภาพยุโรป ผลการศึกษาพบว่า การส่งออกสินค้าประเภทสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีการแข่งขันลดน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด สาเหตุมาจากขนาดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่จำกัดของไทยเมื่อเทียบกับขีดความสามารถในการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยสู่ตลาดสหภาพยุโรปกับประเทศคู่แข่งกันต่างๆพบว่า จีน อินเดีย และตุรกี มีขีดความสามารถสูงกว่า เนื่องจากมีกำลังในการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสูงกว่าของประเทศไทย รวมถึงสอดคล้องกับ (สมคิด พุทธศรี, 2552) บทสรุปในเอกสารหมายเลขที่ 22 อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มหลังความตกลง ATC กล่าวว่า แม้การค้ายังไม่เสรีตามความมุ่งหมายที่ตั้งใจไว้ แต่ประเทศที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาทิ จีน อินเดีย และกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาและพัฒนาน้อยที่สุดบางประเทศก็ทะยานขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายสำคัญในสังคมเศรษฐกิจโลก ในขณะที่ผู้ผลิตหลายประเทศต้องสูญเสียตลาดของตนไปและในบางรายมีผลทำให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศแทบจะล่มสลาย แสดงว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยรับรู้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันเป็นอย่างดี

1.3 การรับรู้ศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงสุดคือ ศักยภาพเทคโนโลยีเพื่อการผลิตและศักยภาพด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันในตลาดโลก ศักยภาพด้านการ

จัดการวัตถุดิบเพื่อการแข่งขัน ศักยภาพการจัดระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและการวิจัย และศักยภาพการจัดการธุรกิจเพื่อการแข่งขันในตลาดโลก สอดคล้องกับ (พินิตา รักษมณี, 2548) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเว็บเบสเพื่อใช้ในการติดตามงาน สำหรับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมทอผ้า โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบเทคโนโลยีต่างๆรวมถึงข้อเสนอแนะในการเลือก กระบวนการในการดำเนินงาน โครงสร้างใหม่ขององค์การ การวางแผนในการดำเนินงานรวมถึงการวิเคราะห์ในเรื่องของต้นทุนในการพัฒนาและการดำเนินงาน ติดตามงานโดยใช้เทคโนโลยีเว็บเบส ประกอบด้วย ระบบข้อมูลงานขาย การประเมินเครดิต ระบบข้อมูลการสั่งทำสุตรสี ระบบข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบ ระบบข้อมูลการวางแผนการทอ ระบบข้อมูลการวางแผนการย้อม ระบบข้อมูลผลการผลิต ระบบข้อมูลผลการย้อม ระบบข้อมูลการส่งสินค้า และระบบข้อมูลใบแจ้งหนี้ การออกแบบระบบดังกล่าวเป็นการออกแบบตามกระบวนการธุรกิจของโรงงานอุตสาหกรรมทอผ้า การนำเทคโนโลยีเว็บเบส มาใช้ในการติดตามงานในโรงงานอุตสาหกรรมทอผ้า เทคโนโลยีเว็บเบสดังกล่าวได้รวบรวมข้อมูลข่าวสารตามหลักการของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน แม้ว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารสามารถทำได้หลากหลายวิธีก็ตาม เทคโนโลยีเว็บเบสก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สามารถทำให้การรวบรวมและการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อพัฒนาโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของ(สุพรรณพร ภูริวัฒนกุล และ ดวงพรรณ กริชชาชูชัย, 2548) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อการวัดประเมินความสามารถในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ผลจากการศึกษาพบว่าองค์การที่ขาดการประเมินความสามารถก็ยากที่จะสะท้อนถึงความสามารถของแต่ละแผนก แต่ละกระบวนการทำงาน หรือบุคลากรแต่ละคนได้ การนำดัชนีชี้วัดเข้ามาช่วยในการวัดประเมินความสามารถในแต่ละกระบวนการทำงาน ด้วยการพัฒนาฐานข้อมูลของดัชนีชี้วัดและโปรแกรมที่ใช้ในการแสดงการประเมินความสามารถของอุตสาหกรรมสิ่งทอโดยใช้แบบจำลอง Supply-Chain Operations Reference ในการกำหนดดัชนีชี้วัดและ Balance Scorecard ในการจัดกลุ่มของดัชนีชี้วัด ด้วยการพัฒนาฐานข้อมูลโดยใช้ Microsoft Access และพัฒนาโปรแกรมโดยใช้ Visual Basic 6.0 จากการศึกษาดังกล่าวแสดงว่าผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม มีการรับรู้ศักยภาพความสามารถในการในการแข่งขันเป็นอย่างดี

2. ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายละเอียดดังนี้

2.1 ศักยภาพในการปรับตัวต่อผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ การปรับตัวเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รองลงมาคือ การปรับตัวเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิต และการปรับตัวเพื่อพัฒนาวัตถุดิบต้นน้ำที่ขาดแคลนตามลำดับ ส่วนข้อรายการที่มีค่าเฉลี่ยศักยภาพในการปรับตัวต่ำที่สุด 3 อันดับสุดท้าย คือ การปรับตัวเพื่อการจัด Road Show ผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับโลก รองลงมาคือ การปรับตัวเพื่อพัฒนาข้อมูลการตลาดในระดับโลก และการปรับตัวเพื่อพัฒนาการสื่อสารกับผู้ให้การสนับสนุนในการแข่งขันระดับโลกตามลำดับ สอดคล้องกับ(พิริวแพร ชุมรม, 2544)ได้ศึกษา เรื่องผลกระทบขององค์การค้าโลกที่มีต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย ภายใต้การเปิดการค้าเสรีทั่วโลกได้แพร่หลายไปอย่างกว้างขวางโดยยิ่งทวีบทบาทสำคัญมากขึ้นภายหลังการก่อตั้ง General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) และ World Trade Organization (WTO) อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยจะมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆขึ้นอยู่กับหลากหลายปัจจัยซึ่งมีมิติต้นกำเนิดจากปัจจัยภายในประเทศเท่านั้น หากแต่มีปัจจัยภายนอกอีกมากมาย ผลการสำรวจจากข้อมูลและแบบสอบถามที่ได้รับความร่วมมือจากบริษัทที่ทำธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม แสดงผลบ่งชี้ชัดเจนว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยได้รับผลประโยชน์จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การค้าโลกมากกว่าผลเสียซึ่งมีปรากฏอยู่บ้างเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น แสดงว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยรับรู้ศักยภาพในการปรับตัวต่อผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจ

2.2 ศักยภาพในการปรับตัวต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายงานที่มีค่าเฉลี่ยศักยภาพในการปรับตัวสูงที่สุดคือ การปรับตัวเพื่อพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพการผลิต รองลงมาคือ การปรับตัวเพื่อคงอยู่ของฐานการผลิต การเสริมสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ การปรับตัวเพื่อผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง และการปรับตัวเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางตามลำดับ ผลการศึกษาเป็นไปตามแนวคิดตามทฤษฎีของ (Porter, M.E, 1998) ที่กล่าวว่ายุทธศาสตร์ในการแข่งขันคือการแสวงหาตำแหน่งการแข่งขันที่ได้เปรียบในวงการอุตสาหกรรมที่เป็นคู่แข่งกันในที่นี้หมายถึง การพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพการผลิต ยังสอดคล้องกับ (สุรวัจน์ น้ำหอม, 2546) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารห่วงโซ่อุปทานโดยใช้เว็บเซอร์วิส กรณีศึกษาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ปัจจุบันอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยกำลังเผชิญกับสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงมากทั้งการค้าในประเทศและระหว่างประเทศ อันเป็นผลจากการเปิดเสรีสิ่งทอในปี 2005 จากการสำรวจประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าไทยพบว่า ดัชนีวัดด้านการส่งสินค้าให้ตรงต่อเวลาของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าไทยเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ ๆ ของไทยแถบเอเชียยังเป็นปัญหาและตามหลังประเทศสิงคโปร์และอินโดนีเซียอยู่ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน จะเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะผลักดันให้ธุรกิจสิ่งทอไทยรับมือกับกระแสการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นได้

2.3 ศักยภาพในการปรับตัวต่ออำนาจในการต่อรอง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อรายการที่มีค่าเฉลี่ยศักยภาพในการปรับตัวสูงที่สุดคือ การปรับตัวเพื่อเพิ่มกำไรจากผู้บริโภค รองลงมาคือ การปรับตัวเพื่อการขยายตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาด การปรับตัวเพื่อความพร้อมของแหล่งเงินทุน การปรับตัวเพื่อการตรวจสอบกระบวนการผลิต การปรับตัวเพื่อพัฒนาบุคลากรให้ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ กติกา ข้อบังคับทางการค้าระหว่างประเทศและการปรับตัวเพื่อเชื่อมโยงกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องตามลำดับ สอดคล้องกับ การวิเคราะห์ Five Force model ใน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) เอกสารแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม พบว่าแรงกดดันด้านปัจจัยการผลิตมีน้อย ขาดแคลนนักวิทยาศาสตร์ และนักออกแบบ ขาดการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมภายในประเทศทำให้การบริโภคภายในประเทศลดลง ขาดการวิจัยและพัฒนาเทคนิคการผลิตแบบใหม่ๆ แรงกดดันด้านการแข่งขันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำธุรกิจทั้งในระบบและนอกระบบเกิดปัญหาเรื่องควบคุมคุณภาพ ขาดการสร้างแบรนด์ ไม่คำนึงถึงมาตรฐาน อำนาจต่อรองด้านอุปสงค์ อำนาจต่อรองต่ำ ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกมากกว่า แสดงว่าผู้บริหารของสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยตระหนักในเรื่องการปรับตัวต่ออำนาจในการต่อรองในระดับมาก

สมมติฐานการวิจัย อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่มีขนาดของสถานประกอบการ ประเภทการจดทะเบียน ระยะเวลาในการจัดตั้ง และรูปแบบการดำเนินงานของกิจการต่างกัน มีการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดและศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการพบว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่มีขนาดต่างกันมีการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดทั้ง 3 ด้าน คือ การรับรู้สถานการณ์ในการแข่งขัน การรับรู้ศักยภาพในการแข่งขัน และการรับรู้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่มีขนาดใหญ่มีการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดทั้ง 3 ด้าน สูงกว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่มีขนาดเล็กและขนาดกลาง

ผลการเปรียบเทียบศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการพบว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่มีประเภทการจดทะเบียนต่างกันมีการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดทั้ง 3 ด้าน คือ การรับรู้สถานการณ์ในการแข่งขัน การรับรู้ศักยภาพในการแข่งขัน และการรับรู้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน	ภูมิภาคของสถานประกอบการ			
	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทการจดทะเบียน	ระยะเวลาในการจัดตั้ง	รูปแบบการดำเนินงานของกิจการ
การรับรู้แนวโน้มทางการตลาด - การรับรู้สถานการณ์ในการแข่งขัน - การรับรู้ศักยภาพในการแข่งขัน - การรับรู้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม	*	*	*	-
ศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลก - การปรับตัวต่อผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจ - การปรับตัวต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ - การปรับตัวต่ออำนาจในการต่อรอง	*	*	*	-

หมายเหตุ * หมายถึง พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- หมายถึง พบความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอยู่ในระดับมาก แสดงว่าผู้บริหารสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 1) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการส่งเสริม พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ) และ 2) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ซึ่งเป็นหน่วยงานชำนาญ เป็นแกนนำองค์กรเครือข่ายปฏิบัติพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้ง 2 องค์กร ควรส่งเสริม สนับสนุนข้อมูลเชิงลึกที่สถานประกอบการต้องการประกอบด้วย

- ข้อมูลเชิงลึกของสถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ส่งผลโดยตรงต่อการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ของสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

- ข้อมูลเชิงลึกในการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก ข้อกฎหมาย ที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

- ข้อมูลสำหรับการพัฒนาหรือที่ปรึกษาในการเสริมสร้างศักยภาพความสามารถในการแข่งขันให้เกิดขึ้นกับสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยอย่างต่อเนื่อง

2. สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกอยู่ในระดับมาก เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย กระทรวงอุตสาหกรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุน กระบวนการจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยตั้งแต่ อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำ ดังนี้

- ส่งเสริมสนับสนุนการแก้ปัญหา อุปสรรค ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยอำนาจต่อรองที่เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

- ส่งเสริมสนับสนุนในการพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิต แหล่งทุนเพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อความพร้อมเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

- ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาวัตถุดิบต้นน้ำที่ขาดแคลนเพื่อเป็นปัจจัยในการสร้างอำนาจในการต่อรองของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยแบบยั่งยืน

สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีการรับรู้แนวโน้มทางการตลาดและการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกอยู่ในระดับมาก แสดงว่าสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีความพร้อมในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกถ้าได้รับการสนับสนุน ส่งเสริม เป็นรูปธรรมโดยมีการกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน ของหน่วยงานที่แจ้งแล้วข้างต้น รวมถึงการนำไปสู่การปฏิบัติงานในสถานประกอบการได้โดยตรง

เอกสารอ้างอิง

พนิดา รักษ์มณี. (2548). การศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเว็บเบส เพื่อใช้ในการติดตามงาน สำหรับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมทอผ้า. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. วิทยาศาสตร์ (เทคโนโลยีการจัดการระบบสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยมหิดล. บัณฑิตวิทยาลัย.

พัชรินทร์ นภาดลกิจ. (2557). ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยสู่ตลาดสหภาพยุโรป. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ. 4(3).

พริ้วแพร ชุมรัมย์. (2544). การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 39 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กระทรวงศึกษาธิการ. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม; ทบวงมหาวิทยาลัย.

ธศกรณัณณก จันทระ. (2555). วารสารอนาคตอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย.

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). มองเศรษฐกิจฉบับที่ 3257. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2559. จาก, <https://www.kasikomresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=28476>

ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2538). ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

สุรวัจน์ น้าหอม. (2546). การบริหารห่วงโซ่อุปทานโดยใช้เว็บเซอร์วิส กรณีศึกษาในอุตสาหกรรมสิ่งทอ วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. วิทยาศาสตร์ (เทคโนโลยีการจัดการระบบสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยมหิดล. บัณฑิตวิทยาลัย.

สมคิด พุทธศรี. (2552). บทสรุปในเอกสารหมายเลขที่ 22 อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มหลังความตกลง ATC ทูน่าวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุพรรณพร ภูริวัฒนกุล; และ ดวงพรรณ กริชชาญชัย. (2548). การพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อการวัดประเมินความสามารถในอุตสาหกรรมสิ่งทอ.

- สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2552). *รายงานผลผลิตภาพและผลประกอบการอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555-2559) แผนแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 กระทรวงอุตสาหกรรม.*
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2555). *อนาคตอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย กระทรวงอุตสาหกรรม.*
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงอุตสาหกรรม.*
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2555). *สถิติสิ่งทอไทย 2554-2555 กระทรวงอุตสาหกรรม.*
- อรรณพ ศิริรัตน์ชัยกุล. (2548). *การพัฒนากระบวนทัศน์สนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการจัดการสารสนเทศในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอในยุคโลกาภิวัตน์* วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์(เทคโนโลยีจัดการระบบสารสนเทศ) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Francis J. Aguilar (1967) Is the originator of many of the earliest tools and techniques for “Scanning the Business Environment.” PEST Analysis and its augmented variations such as PESTLE Analysis are also attributed to the strategic planning and general management genius of this Harvard professor.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management analysis, planning, implementation, and control*. 8th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance: with a new introduction*. New York: Free Press. Quaddus, M.