

ความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย Readiness to Respond to Changes in the Global Market Context of the Thai Textile and Garment Industry.

พนัส อุนหับันติต¹, เกยูร ไยบัวกลิ่น²

Panut Aunhabundit¹, Kayoon Yaibuakin²

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี¹, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี²

Faculty of Business Administration Thonburi University¹,

Faculty of Business Administration Thonburi University²

Panus_aunhabunbit@gmail.com¹, kayoon50@hotmail.com²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทำการศึกษาแนวโน้มตอบรับการแข่งขันภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก 2) เพื่อทำการศึกษาเปรียบเทียบบริบทความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก ประชากร ที่ใช่เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจสิ่งทอที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวม 192 แห่ง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจสิ่งทอขนาดใหญ่ มีลักษณะการจดทะเบียนบริษัทจำกัด มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 16 ปีขึ้นไป และ มีการทำธุรกิจเพื่อจำหน่ายในประเทศและจำหน่ายต่างประเทศ การตอบรับบริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจไทยพบว่า ภาพรวมธุรกิจสิ่งทอไทยมีการตอบรับจากการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก ความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทย พบว่า ภาพรวมมีความพร้อมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ธุรกิจสิ่งทอไทย, ตลาดโลก, การเปลี่ยนแปลง, ความพร้อม

Abstract

The objectives of this research were 1) to study trends in responding to competition under the changing context of Thai textile business in the global market. 2) To study and compare the context of readiness to respond to changes in competition of Thai textile business in the world market. The right population was a sample group, i.e. those working in textile businesses located in Bangkok and its vicinity, totaling 192 places. The tools were used. It is a questionnaire for research purposes. This research used statistics used to analyze data consisting of percentage, arithmetic mean and standard deviation. The study found that most of the respondents Performing duties in a large textile business having the characteristics of registering a limited company Has been operating for 16 years or more and has a business to sell domestically and internationally. Responding to the change in the Thai business context, it was found that the overall Thai textile business has responded to the change at a high

level. Readiness to respond to changes in competition in the global market of Thai textile businesses, it was found that the overall readiness in all aspects was at a high level.

Keywords: Thai textile business, the global market, change, readiness

บทนำ

จากการศึกษาข้อมูลการผลิตสิ่งทอของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทยเป็นหนึ่งในของภาคการผลิตซึ่งมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาความสำคัญทางเศรษฐกิจลดลงจากความสามารถในการแข่งขันด้านการผลิตและการตลาด ที่ลดลงเมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาค ข้อจำกัดในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของผู้ผลิตขนาดกลางถึงขนาดเล็ก (Siribenjapruet Sirada, 2022) ความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทานในประเทศ ตลอดจนแนวโน้มการบริโภคและการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการส่วนหนึ่งสามารถปรับตัวและต่อยอดการเติบโตได้ภายใต้ภาวะวิกฤติ ด้วยโครงสร้างและพัฒนาการของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ความท้าทายที่อุตสาหกรรมกำลังเผชิญ และกระแสการเปลี่ยนแปลงที่จะมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอในอนาคตข้างหน้า นำไปสู่แนวทางการดำเนินนโยบายที่แก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม ถ้าวิเคราะห์ข้อมูลย้อนหลังการนำเข้าและส่งออกของธุรกิจสิ่งทอของไทยมีการผลิตอำนาจในการต่อรองมากกว่าความสมดุลสืบเนื่องมาโดยตลอด (Thai Textile Industry Development Institute, 2012) ด้วยการดำเนินธุรกิจในตลาดต่างประเทศของธุรกิจสิ่งทอไทยมีความหลากหลาย การผลิตเพื่อส่งออกต่างประเทศอยู่ในลำดับต้นๆของโลก ผลผลิตที่นิยมในตลาดต่างประเทศเป็นอันดับแรกอาทิเส้นด้าย เส้นใย และ ผ้าผืนสำเร็จรูป โดยเป็นสินค้าประเภทผ้าผืนสำเร็จรูปที่มีการส่งออกเป็นอันดับที่มากที่สุด ภายหลังจากจำนวนผลิตภัณฑ์สิ่งทอส่งออกจากประเทศไทยมีอัตราเฉลี่ยลดลงด้วยประเทศในอเมริกา และ ยุโรป เริ่มนิยมนำเข้าผลิตภัณฑ์ประเภทสิ่งทอจากกลุ่มประเทศ เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว และ กัมพูชา เพิ่มมากขึ้น (Kasikom Research Center, 2012) ได้มีการวิเคราะห์รูปแบบการเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขันของสิ่งทอโลก ด้วยการระดมความคิดเห็นในโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา (Office of Small and Medium Enterprises Promotion , Ministry of Industry, 2016) ประกอบด้วย

หัวข้อที่ 1 ปัจจัยการตลาดรวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในกลุ่มประเทศการค้าของไทยมีผลกระทบจากแนวโน้มความแตกต่างของผลิตภัณฑ์สิ่งทออย่างไร

หัวข้อที่ 2 ผลวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการปรับเปลี่ยนของรูปแบบความต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งทออย่างไร

หัวข้อที่ 3 ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในตลาดโลก มีการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่คุณค่าอย่างไร

หัวข้อที่ 4 การพัฒนาธุรกิจสิ่งทอไทย มีการตั้งรับต่อแนวโน้มรูปแบบการปรับเปลี่ยนอย่างไร

จากหัวข้อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงได้ส่งผลกระทบต่อการค้าการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย ซึ่งจะต้องเตรียมความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทย

ผลการวิเคราะห์แนวปฏิบัติในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ธุรกิจสิ่งทอไทยจึงต้องเตรียมความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “ความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทย” เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตของธุรกิจสิ่งทอไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการแข่งขันในตลาดโลกแยกตาม ขนาดของธุรกิจรูปแบบการจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ และการทำธุรกิจเพื่อจำหน่ายในประเทศและจำหน่ายต่างประเทศ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อทำการศึกษาแนวโน้มตอบรับการแข่งขันภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก
2. เพื่อศึกษาความพร้อมเปรียบเทียบตอบรับบริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก

คำถามวิจัย

ธุรกิจสิ่งทอไทยมีความพร้อมตอบรับเพื่อการแข่งขันจากการเปลี่ยนแปลงบริบทของตลาดโลกประเด็นใดบ้าง

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้พิจารณาประชากรเพื่อการวิจัย จากผู้ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจสิ่งทอในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 370 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 192 คน

1. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาโดยสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ผลการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (Wiratchai Nongluck, 1999) ได้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการแจกแบบสอบถามเท่ากับ 192 คน

2. ทำการแจกแบบสอบถามโดยสุ่มจากกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจสิ่งทอในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือสำหรับการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสิ่งทอ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจสิ่งทอไทยเป็นข้อคำถามลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (checklist) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทยมีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ความพร้อมตอบรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยมีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (open-ended)

การรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจสิ่งทอในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 192 แห่ง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ทบทวนวรรณกรรม)

ประเด็นที่ 1 จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์สิ่งทอเกี่ยวกับผลกระทบต่อบริบทการแข่งขันของผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย ด้วยการผลิตไร้พรมแดนและการย้ายฐานการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยการตลาดรวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศทางการค้าของไทย มีการปรับเปลี่ยนบทบาทของธุรกิจการผลิตและลูกค้า มีการการปรับรูปแบบจาก Supply Chain เป็น Cluster Chain เพื่อเข้าสู่ระบบการแข่งขันทางสร้างสรรค์ในช่วงที่มีผู้สูงอายุจำนวนมากขึ้น

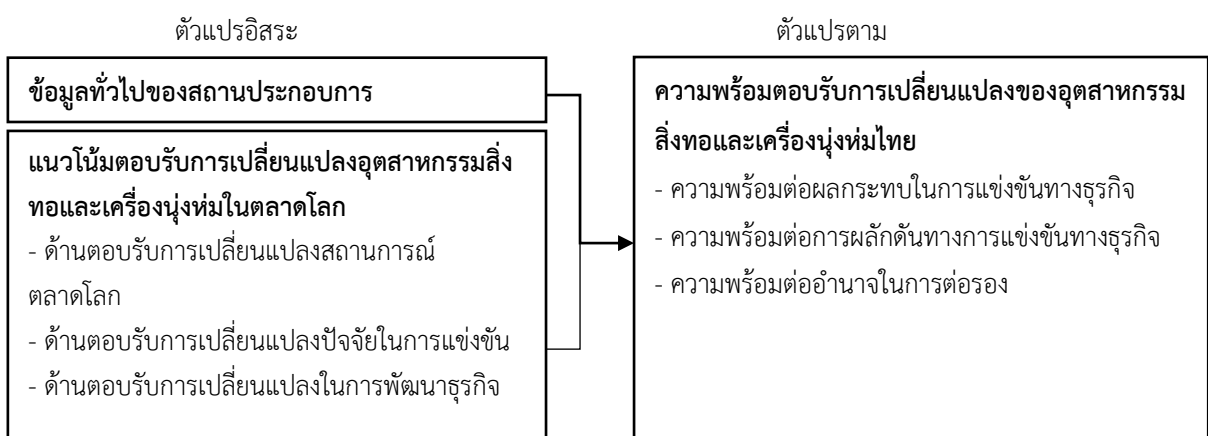
ประเด็นที่ 2 บทสรุปวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วย SWOT Analysis เกิดแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ พร้อมกับบทสรุปรูปแบบการแข่งขันผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยด้วย Five Force Model

ประเด็นที่ 3 ภาครัฐมีการส่งเสริมร่วมกับหน่วยงานทางสาธารณะ ด้านบริหารจัดการธุรกิจ มีการจัดการตอบรับการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่คุณค่า ด้านการจัดการข้อมูลธุรกิจสิ่งทอ ด้านบริหารวัตถุดิบ ด้านนวัตกรรมการผลิตการวิจัยพัฒนา ด้านการบริหารและการตลาด รวมถึงด้านการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของการจัดการทางธุรกิจ

ประเด็นที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลการเปลี่ยนแปลงภายนอกที่ส่งผลต่อคุณค่าธุรกิจทางลบ ที่ส่งผลต่อปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการปรับเปลี่ยนปัจจัยภายนอกที่ส่งผลทางบวก ทำให้เกิดแนวโน้มการปรับเปลี่ยนต่อการพัฒนาของธุรกิจผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย

เพื่อทำความเข้าใจในผลิตภัณฑ์พร้อมปัจจัยแวดล้อมโดยการสรุปทวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรคของธุรกิจผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย ผลสรุปปัจจัยภายในและภายนอกอุตสาหกรรมด้วย SWOT Analysis (Kotler, P. 1994) ผลการวิเคราะห์ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยสามารถมีความเจริญเติบโตได้ ทั้งจำหน่ายภายในประเทศ และการจัดจำหน่ายในกลุ่มอาเซียน รวมถึงกลุ่มอื่นๆ ในตลาดโลก ด้วยบทสรุปวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วย PESTLE (Francis J. Aguilar, 1967) อันส่งผลต่อปัจจัยหลายด้านที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากประเทศไทยประกอบด้วย นโยบายของภาครัฐซึ่งถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ ส่งเสริมสนับสนุนเพื่อการขับเคลื่อน ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ด้วยการกำหนดทิศทางดำเนินการในทิศทางเดียวกัน เพื่อบรรลุตามเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าธุรกิจสิ่งทอไทยยังไม่มีมีการบูรณาการที่เหมาะสม ภาพรวมในระบบเศรษฐกิจพบว่า การบริโภคในประเทศมีมูลค่าร้อยละ 60 ของกำลังการผลิตที่เริ่มมีการลดจำนวนลง หลังจากสหรัฐอเมริกา และ สหภาพยุโรป เริ่มเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทางการเงิน การนำเข้าผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยเริ่มมีผลกระทบ พร้อมทั้งยังส่งผลต่อผลิตภัณฑ์สิ่งทอด้วยการขาดแคลน ผู้มีทักษะในการปฏิบัติงานที่ชำนาญงานที่เห็นได้ชัดคือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ผู้บริหารธุรกิจจึงต้องเตรียมพร้อมในการพัฒนาระบบการผลิตที่ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากสรุปผลด้วยการวิเคราะห์โมเดล Five-Force (Porter, M. E, 1980) พบว่าผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยมีจุดแข็ง เกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์รวมถึงต้นทุนในการผลิตที่ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถกำหนดแนวทางการวางแผนการพัฒนาความพร้อมเพื่อการแข่งขันของธุรกิจในการวิจัยให้เป็นรูปธรรม และ รูปแบบการเสริมสร้างนวัตกรรม ให้มีการผลิตสิ่งทอรูปแบบใหม่ๆ ตอบสนองแรงผลักดันในการแข่งขันของผู้บริหารธุรกิจในระบบ และนอกระบบที่มีปัญหาเกี่ยวกับลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย ผู้บริหารธุรกิจจึงต้องมีความพร้อมต่อการรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: Office of Small and Medium Enterprises Promotion (Ministry of Industry, 2016)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า ธุรกิจสิ่งทอไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 192 แห่ง ส่วนใหญ่ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจสิ่งทอขนาดใหญ่ จำนวน 105 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 54.68) มีการจดทะเบียนบริษัทจำกัด จำนวน 155 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 80.73) มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 123 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 65.10) และดำเนินการธุรกิจเพื่อจำหน่ายทั้งภายในประเทศและจำหน่ายนอกประเทศ จำนวน 145 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 75.52)

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตอบรับบริบทการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก

1. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตอบรับบริบทการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก ในภาพรวมพบว่า ธุรกิจของไทยมีการตอบรับการแข่งขันภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, $SD = 0.58$) และเรียงตามลำดับดังนี้คือ มีการตอบรับสถานการณ์ในการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์สิ่งทอในตลาดโลก ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.62$) มีการตอบรับปัจจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจสิ่งทอไทย ($\bar{X} = 3.71$, $SD = 0.68$) และมีการตอบรับคุณภาพการผลิตเพื่อการแข่งขันในตลาดโลก ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.66$) ตามลำดับ

2. ความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทย ภาพรวมพบว่าธุรกิจสิ่งทอไทย มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.65$) สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ มีความพร้อมที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันทางธุรกิจการ ($\bar{X} = 3.83$, $SD = 0.71$) มีความพร้อมในอำนาจต่อรองทางธุรกิจ ($\bar{X} = 3.74$, $SD = 0.72$) และมีความพร้อมต่อการผลักดันเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.68$) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบระดับความพร้อมการเปลี่ยนแปลงตอบรับบริบทการแข่งขันในตลาดโลก แยกตามขนาดรูปแบบการจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินการ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจสิ่งทอไทย

ธุรกิจสิ่งทอไทยที่มีขนาดของธุรกิจรูปแบบการจดทะเบียน ระยะเวลาการดำเนินการ และการดำเนินงานของกิจการ มีแนวโน้มตอบรับความพร้อมการเปลี่ยนแปลงบริบทการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอแตกต่างกัน

1. ขนาดของธุรกิจสิ่งทอที่ต่างกันมีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันผลิตภัณฑ์สิ่งทอในตลาดโลกทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านตอบรับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันของตลาดโลก ด้านตอบรับเกี่ยวกับปัจจัยในการแข่งขัน และด้านตอบรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ธุรกิจสิ่งทอไทยที่มีรูปแบบการจดทะเบียนต่างกันมีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์สิ่งทอโลกทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนของตลาดโลก ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนปัจจัยในการแข่งขัน และด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนในการพัฒนาธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ธุรกิจสิ่งทอไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่างกันมีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์สิ่งทอในตลาดโลกทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนของตลาดโลก ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนปัจจัยในการแข่งขัน และด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนในการพัฒนาธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ธุรกิจสิ่งทอไทยที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจต่างกันมีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจสิ่งทอในตลาดโลกทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนของตลาดโลก ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนปัจจัยในการแข่งขัน และด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนในการพัฒนาธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามสมมติฐาน 6 ข้อ

สมมติฐาน	รายการ	ผลการทดสอบ
Ho:1	สมมติฐานที่ 1 มีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยด้านตอบรับการเปลี่ยนแปลง	ยอมรับ (Accepted)
Ho:2	สมมติฐานที่ 2 มีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยด้านตอบรับปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจ	ยอมรับ (Accepted)
Ho:3	สมมติฐานที่ 3 มีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยด้านตอบรับความสามารถในการแข่งขัน	ยอมรับ (Accepted)
Ho:4	สมมติฐานที่ 4 สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจ	ยอมรับ (Accepted)
Ho:5	สมมติฐานที่ 5 สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านต่ออำนาจในการต่อรอง	ยอมรับ (Accepted)
Ho:6	สมมติฐานที่ 6 สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีความพร้อมต่อเปลี่ยนแปลง การผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ	ยอมรับ (Accepted)

อภิปรายผล

ธุรกิจสิ่งทอไทยทั้งหมด 192 แห่ง เป็นธุรกิจสิ่งทอไทยที่มีขนาดใหญ่ รูปแบบการจดทะเบียนบริษัทจำกัด ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16 ปีขึ้นไป และมีการทำธุรกิจเพื่อจำหน่ายในประเทศและจำหน่ายต่างประเทศ

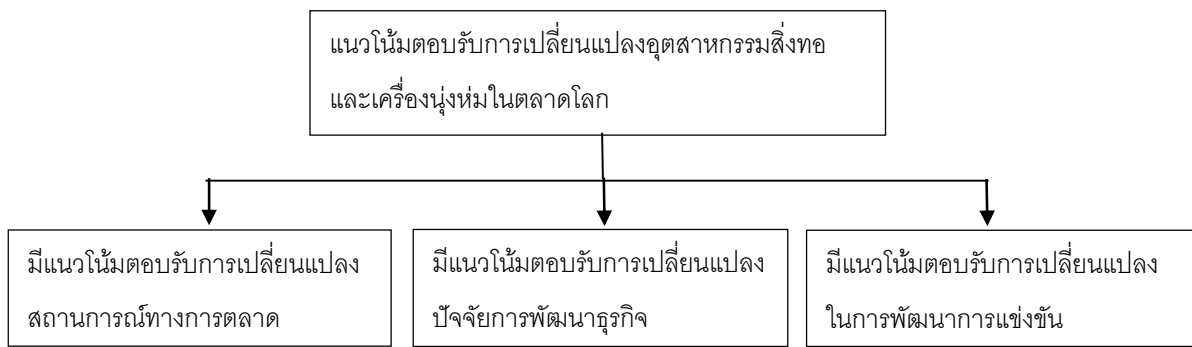
1. แนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจสิ่งทอในตลาดโลก ภาพรวมพบว่าธุรกิจสิ่งทอไทย มีการตอบรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกอยู่ในระดับมาก และเรียงตามลำดับดังนี้คือ มีการตอบรับการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ มีการตอบรับปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจสิ่งทอ และมีการตอบรับการปรับธุรกิจเพื่อการแข่งขัน

1.1 มีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงตอบรับสถานการณ์ของธุรกิจสิ่งทอไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยตอบรับสูงที่สุดคือ อำนาจต่อรองทางการค้า ด้านความต้องการของผู้บริโภค รองลงมาได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง ของธุรกิจ แรงผลักดันทางการแข่งขัน ด้วยการแข่งขันของตลาดโลกภาครัฐได้มีบทบาทส่งผลต่ออำนาจในการต่อรองทางธุรกิจ เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการผลิตเพื่อตอบรับการแข่งขัน สอดคล้องกับบทความในวารสาร Ministry of Commerce (2012) ได้สรุปไว้ว่า “การก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในปัจจุบันเพื่อขยายธุรกิจไปสู่ในต่างประเทศ เป็นการเตรียมความพร้อมกับการปรับตัวรองรับข้อตกลงใหม่ๆในกลุ่มประเทศที่ทำการค้า จากในอดีตแตกต่างจากปัจจุบันซึ่งรับงานมากมายทำได้ก็สามารถทำกำไรได้นั้น แต่ในปัจจุบันพบว่าผลการผลิตเท่าใดหากำไรไม่เจอดีจึงต้องเน้นคุณภาพกับการบริการที่สร้างความพอใจ” ปัญหาที่พบในกลุ่มผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ การจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคล่าช้าไม่เป็นไปตามข้อตกลงเนื่องด้วย มีระบบการวางแผนด้านการผลิตที่ไม่เป็นความจริงไม่สามารถตอบรับกับสถานการณ์ปัจจุบันได้ ส่งผลกระทบต่อการวางแผนด้านการจัดซื้อ พร้อมทั้งการผลิตจากความเป็นจริง แสดงว่าผู้บริหารธุรกิจสิ่งทอไทยมีการตอบรับให้ความสำคัญต่อสถานการณ์ของผลิตภัณฑ์สิ่งทออยู่ในมาก

1.2 มีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจสิ่งทอไทย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย แนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอกมีผลกระทบในเชิงบวกทางการแข่งขัน สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทย (Solaphakul Phonkit, et al., 2021) แนวทางพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการ และบริหารต้นทุนของกิจการ ปรับเปลี่ยนจากการเป็นผู้

รับจ้างการผลิตในรูปแบบตามที่ลูกค้ากำหนดไว้ เปลี่ยนเป็นการพัฒนานวัตกรรมการผลิตที่เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการ ออกแบบให้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากเดิม เสนอแนวคิดให้กับกลุ่มเป้าหมายหรือปรับเปลี่ยนคิดค้นการผลิต ภายใต้ตราสินค้าของตัวเองด้วยการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) เพื่อสร้างนวัตกรรม และการ รวมกลุ่มเป็น Cluster ตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน การสร้างตราสินค้า การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การใช้นวัตกรรมเพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่ม การพัฒนาบุคลากรเพียงพอับความต้องการโดยเน้นคุณภาพเป็นสำคัญเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจสิ่งทอไทย

1.3 มีแนวโน้มตอบรับความสามารถในการเปลี่ยนแปลงบริบทแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทย ในภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย รายการที่มีค่าเฉลี่ยการตอบรับสูงที่สุดคือ นวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อการผลิต และความสามารถการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันในตลาดโลก คุณภาพการจัดการวัตถุดิบเพื่อการแข่งขัน ความสามารถ ในนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศการวิจัยนำมาใช้ในการจัดการเพื่อแข่งขันในตลาดโลก สอดคล้องกับ (Infahsaeng, Anupong, 2017) ทำการศึกษา ศักยภาพการปรับตัวเข้าสู่ตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย พบว่าธุรกิจสิ่งทอไทยมี ความสามารถในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกอยู่ในระดับมาก โดยมีการปรับตัวดังนี้ มีการปรับตัวต่อ แรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ มีการปรับตัวต่ออำนาจในการต่อรอง และ การปรับตัวต่อผลกระทบในการแข่งขันทาง ธุรกิจ การศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเว็บไซต์เพื่อใช้ในการติดตามงาน สำหรับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน



ภาพที่ 2 แนวโน้มตอบรับการแข่งขันภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก

ที่มา: พันธุ์ อุณหบัณฑิต และเกตุร โยบัวกลิ่น (ผลสรุปการวิจัย 2565)

2. ความพร้อมตอบรับการแนวโน้มการแข่งขันภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยใน ตลาดโลก ความพร้อมของธุรกิจสิ่งทอไทยมีความพร้อมต่อการสถานการณ์เปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก สามารถ เรียงลำดับความพร้อมตอบรับแนวโน้มบริบทการเปลี่ยนแปลงดังนี้ คือ ความพร้อมต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทาง ธุรกิจ ความพร้อมต่อผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจ และความพร้อมต่ออำนาจในการต่อรอง ตามลำดับโดยมี รายละเอียดดังนี้

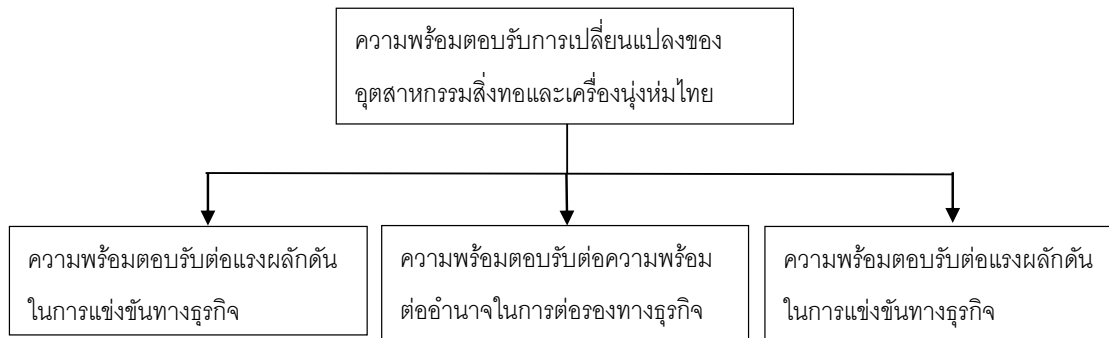
2.1 ความพร้อมตอบรับต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ ความพร้อมอยู่ในระดับมาก เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อรายการที่มีค่าเฉลี่ยความพร้อมต่อแรงผลักดันสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความพร้อม เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รองลงมาคือ ความพร้อมเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิต และความพร้อม เพื่อพัฒนาวัตถุดิบต้นน้ำที่ขาดแคลนตามลำดับ ส่วนข้อรายการที่มีค่าเฉลี่ยความพร้อมต่ำที่สุด 3 อันดับสุดท้าย คือ ความพร้อมเพื่อการจัด Road Show ผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับโลก รองลงมาคือ ความพร้อมเพื่อพัฒนาข้อมูล การตลาดในระดับโลก และความพร้อมเพื่อพัฒนาการสื่อสารกับผู้ให้การสนับสนุนในการแข่งขันระดับโลกตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ Auekarn Choocheep, et. al (2014) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนา

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเพื่อการแข่งขันระดับโลกเรื่องผลกระทบขององค์การค้าโลกที่มีต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย คือ องค์ประกอบในการส่งเสริมเพื่อการพัฒนาด้วยการกำหนดนโยบายแต่ละด้านตาม อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเพื่อการแข่งขันระดับโลก ทั้ง 6 องค์ประกอบ ดังนี้คือ (1) ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้วยการส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมพร้อมด้วยพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอห่วงโซ่มูลค่า (2) ด้านการสร้างนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์คุณภาพผลิตภัณฑ์ การสร้างตราผลิตภัณฑ์สัญชาติไทย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (3) ด้านการพัฒนาการตลาดเชิงรุกด้วยสารสนเทศการตลาดและการมอบหมาย ด้วยจัดให้มีหน่วยงานเพื่อเป็นศูนย์กลางรับผิดชอบเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ พร้อมทั้งการปรับรูปแบบการจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร (4) เพื่อพัฒนาคุณภาพ บุคลากรด้านแรงงาน ด้วยการฝึกทักษะแรงงานเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งทอ รวมทั้งการพัฒนาการบริหารแรงงานจากภายนอกประเทศให้เป็นระบบ (5) มีการกำหนดรูปแบบนโยบายระหว่างประเทศเพื่อเป็นฐานข้อมูลเกิดประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมในธุรกิจสิ่งทอไทย ศึกษานโยบายกฎหมายระหว่างประเทศ และ (6) ส่งเสริมสนับสนุนด้านปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการตอบสนองการแข่งขันระดับสากล และเปิดเสรีเพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจสิ่งทอไทย

2.2 ความพร้อมตอบรับต่ออำนาจในการต่อรองทางธุรกิจ มีความพร้อมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อรายการที่มีค่าเฉลี่ยความพร้อมสูงที่สุดคือ ความพร้อมเพื่อพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพการผลิต รองลงมาคือ ความพร้อมคงสภาพของฐานการผลิต การเสริมสร้างการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง และ ความพร้อมในการส่งออกผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องอาศัยพ่อค้าคนกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ Phudet Pongthep, (2017) ทำการศึกษาเรื่อง ตัวแบบการพัฒนาผู้จัดการวัตถุดิบในอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย ปัจจัยด้านการพัฒนาผู้จัดการวัตถุดิบ โดยส่งผ่านปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน บทสรุปในการจัดสนทนาระดับกลุ่ม โดยใช้กลยุทธ์ที่นำเสนอแบ่งเป็นสองส่วนประกอบด้วย 1. สร้างความร่วมมือด้วยการพัฒนาผู้จัดการด้านวัตถุดิบ มีระบบการควบคุมวัตถุดิบที่เข้มงวด มีคุณภาพ และวัตถุดิบให้สามารถแข่งขันต้องควบคุมต้นทุนได้อย่างมีคุณภาพ 2. ผู้จัดการกับผู้ซื้อจะต้องบูรณาการความร่วมมือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าร่วมกัน จะเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะผลักดันให้ธุรกิจสิ่งทอไทยรับมือกับกระแสการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นได้

2.3 ความพร้อมตอบรับต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ ความพร้อมอยู่ในระดับมาก หัวข้อที่มีความพร้อมสูงที่สุดคือ ความพร้อมตอบรับในการเสริมสร้างกำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ความพร้อมในการขยายช่องทางในการจัดจำหน่าย ความพร้อมการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ความพร้อมในการหาแหล่งเงินทุน ความพร้อมในการสร้างระบบตรวจสอบระบบการผลิต ความพร้อมออก ตามกฎ ระเบียบ กติกา เพื่อพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับข้อบังคับทางการค้าระหว่างประเทศ และความพร้อมเพื่อเชื่อมโยงกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องตามลำดับสอดคล้องกับการศึกษาของ Saepoo Parichat, (2016) ทำการศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย กรณีศึกษาอุตสาหกรรมพิมพ์ผ้า ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นอย่างมากโดยเฉพาะอุตสาหกรรมกลางน้ำ ที่ต้องอาศัยเงินลงทุนมาก และอาศัยเทคโนโลยีการผลิตระดับปานกลางถึงระดับสูง ซึ่งยังไม่สามารถผลิตเครื่องจักรเหล่านี้เองได้จึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนั้นแล้ววัตถุดิบต่างๆ เช่น ฝ้ายด้ายดิบ สารเคมี สารฟอกย้อมพิมพ์ต่างๆ ประเทศไทยก็ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเช่นกัน เพื่อนำมาใช้สอยในประเทศ รวมทั้งนำมาพัฒนา ปรับเปลี่ยน สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าส่งออกต่อไป นอกจากนั้นแล้วไทยยังพยายามพัฒนาทั้งคุณภาพสินค้า

คุณภาพแรงงานให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันในตลาดโลกที่มีคู่แข่งจำนวนมาก แสดงว่าธุรกิจสิ่งทอไทยตระหนักในเรื่องเตรียมความพร้อมเพื่อตอบสนองอำนาจในการต่อรองในตลาดโลกเพื่อคงไว้ของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 3 ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

ที่มา: พันธ อุนท์บัณฑิต และเกยูร ไยบัวกลิ่น (ผลสรุปการวิจัย 2565)

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

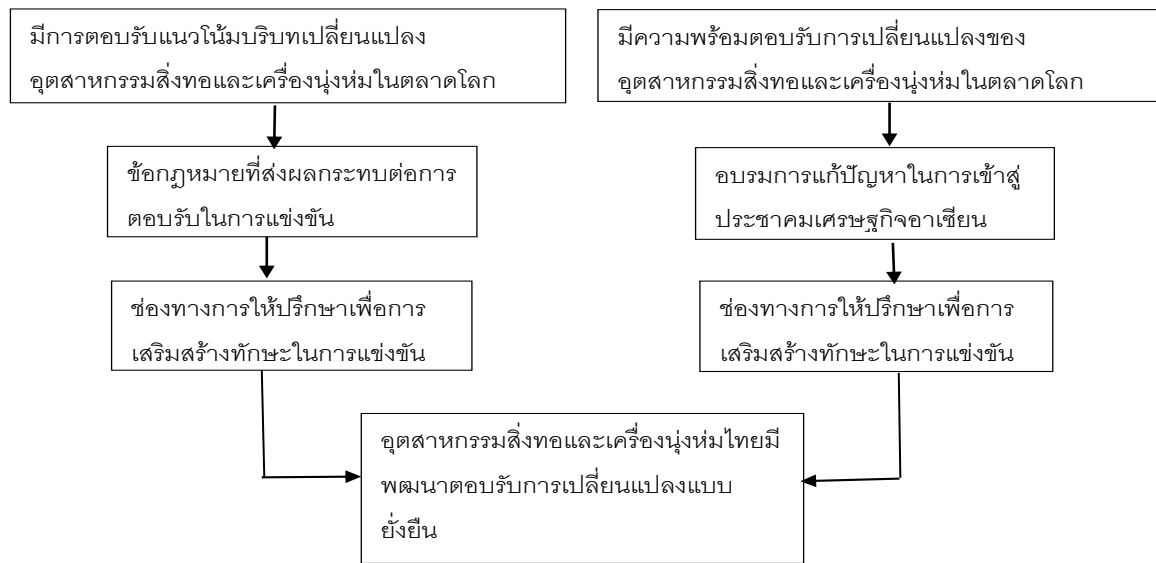
1. สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีการแนวโน้มยอมรับปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในตลาดโลกอยู่ในระดับมาก กระทรวงอุตสาหกรรมควรสนับสนุนสถานประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยให้ตรงกับความพร้อมของสถานประกอบการเพื่อเป็นแนวทางในการนำเสนอข้อมูลตรงกับความพร้อมของธุรกิจสิ่งทอไทย ประกอบด้วย

- ออกกฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับในการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทย
- ช่องทางการให้ปรึกษาเพื่อการเสริมสร้างทักษะในการแข่งขันให้เกิดขึ้นกับธุรกิจสิ่งทอไทยอย่างต่อเนื่อง

2. ธุรกิจสิ่งทอไทยมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอในตลาดโลกอยู่ในระดับมาก หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรมีการนำเสนอข้อมูลสำหรับวางแผนอบรมพัฒนาผู้บริหารธุรกิจสิ่งทอไทย ดังนี้

- จัดการอบรมการแก้ปัญหา อุปสรรค ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยอำนาจต่อรองที่เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจสิ่งทอไทย

- จัดการอบรมพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิต แหล่งทุนเพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อความพร้อมเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทย



ภาพที่ 4 แนวทางการดำเนินการตอบรับความพร้อมบริบทการเปลี่ยนของธุรกิจสิ่งทอไทย

ที่มา: พันัส อุดมบัณฑิต และเกยูร ไยบัวกลิ่น (ผลสรุปการวิจัย 2565)

สอดคล้องกับความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทยเพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุง พัฒนาความพร้อมกับการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทยในการแข่งขันในตลาดโลกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2552). *อนาคตอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- ชูชีพ เอื้อกาญจน์ และคณะ. (2557) แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเพื่อการแข่งขันระดับโลก. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 8(1): 35-50.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *การวิเคราะห์ทอภิมาน*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์. มหาวิทยาลัย.
- ปาริฉัตร แซ่มู. (2559). *อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย กรณีศึกษาอุตสาหกรรมการพิมพ์ผ้า*. กรุงเทพฯ: คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พงษ์เทพ ภูเดช. (2560). *ตัวแบบการพัฒนาผู้นำวัสดุดิบในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พลกฤต โสลาพากุล และคณะ. (2564). แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(3): 143-162.
- ศิรดา ศิริเบญจพุกฤษ. (2565). สิ่งทอไทยไปต่ออย่างไรให้ยั่งยืน. *FOCUSED AND QUICK (FAQ) Issue 195*, 195(12): 1-10.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). *มองเศรษฐกิจ ฉบับที่ 3257*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2559, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=28476>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม

อนุพงษ์ อินฟ้าแสง. (2560). ศักยภาพการปรับตัวเข้าสู่ตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 11(26): 104-115.

Francis, J. Aguilar. (1967). *Scanning the Business Environment*. New York: Macmillan.

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.

Translated Thai References

Auekarn, C., et. Al. (2014). The guidelines for thai textile industrial promotion and development for global competition. *Graduate Studies Journal Valaya Alongkorn Rajabhat University under royal patronage*, 8(1): 35-50. (in Thai)

Infahsaeng, A. (2017). The Potential for adapting to the global market of The Thai Textile and Garment Industries. *Journal of Thonburi University*, 11(26): 104-115. (in Thai)

Kasikom Research Center. (2012). *Looking at the economy No. 3257*. Retrieved November 30, 2016, from <https://www.kasikomresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=28476>. (in Thai)

Ministry of Industry. (2012). *The Future of the Thai*. Bangkok: Textile Industry Bureau of Industrial Economic, Ministry of Industry. (in Thai)

Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2016). *Report on the situation of small and medium enterprises*. Bangkok: Ministry of Industry. (in Thai)

Phudet, P. (2017). *Model of material suppliers development for textile and garment industry of thailand*. Bangkok: College of logistics and supply chain Sripatum University. (in Thai)

Saepoo, P. (2016). *Thai textile and garment industry Case study of fabric printing industry*. Faculty of Arts. Bangkok: Silpakorn University. (in Thai)

Siribenjapruet, S. (2022). How can Thai textiles continue to be sustainable. *FOCUSED AND QUICK (FAQ) Issue 195*, 195(12): 1-10. (in Thai)

Solaphakul, P., et al. (2021). Management Guidelines to Increase Competitiveness Of Thai Garment Industry. *Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science)*, 11(3): 143-162. (in Thai)

Wiratchai, N. (1999). *Meta-analysis*. Bangkok: Faculty of Education, Chulalongkorn University. (in Thai)