

บทคัดย่อ

โครงการศึกษาสถานภาพการตลาดสินค้าไหมในประเทศอาเซียน

นางสาวศิริพร บุญชู

กรมหม่อนไหม

Email: siripornboonchoo@gmail.com

การวิจัยโครงการศึกษาสถานภาพการตลาดสินค้าไหมในประเทศอาเซียน เป็นการศึกษาเชิงลึกในโครงสร้างการตลาดและการผลิตไหมในประเทศอาเซียน อีกทั้งศึกษาค่านิยมและพฤติกรรมการซื้อผ้าไหม เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ผ้าไหมไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการเจาะตลาดสินค้าไหมในประเทศอาเซียนที่สำคัญและมีศักยภาพ รวมถึงเพื่อยกระดับองค์ความรู้ด้านการตรวจสอบมาตรฐานและกฎระเบียบด้านสินค้าไหมไทยเพื่อเป็นต้นแบบในการยกระดับมาตรฐานและกฎระเบียบด้านสินค้าไหมในกลุ่มประเทศอาเซียน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาโดยเริ่มจากศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั้งทางด้านสภาพสังคมและเศรษฐกิจการค้า และศึกษาสถานการณ์ผลิตและการตลาดของสินค้าไหมในประเทศไทย และประเทศอาเซียนที่มีศักยภาพในการเป็นตลาดส่งออกสินค้าไหมของไทย อันได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย และสหพันธรัฐสังคมนิยมเวียดนาม หลังจากการศึกษาข้อมูลทุกขุมที่ สำคัญ คณะวิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงลึกในประเทศอาเซียนที่เลือกในการศึกษา เพื่อรวบรวมข้อมูลค่านิยม และพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าไหมของประชากรในประเทศดังกล่าว โดยนำข้อมูลที่ศึกษาได้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT) ของประเทศที่ศึกษาเมื่อเทียบกับประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์และกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ (TOWS) ของสินค้าไหมไทยในประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย และสหพันธรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสินค้าไหมของไทยมีความได้เปรียบในเชิงนวัตกรรม และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีโอกาสด้านการพัฒนาความร่วมมือกับประเทศอาเซียน เพื่อสร้างเครือข่ายคลัสเตอร์ไหมอาเซียนเพื่อแข่งขันในตลาดโลกต่อไป อย่างไรก็ตามประเทศอาเซียนแต่ละประเทศมีความแตกต่างทั้งด้านจุดแข็งและจุดอ่อนของการพัฒนาหม่อนไหม ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจึงต้องใช้กลยุทธ์ในการเจาะตลาดและสร้างความร่วมมือที่แตกต่างกัน สำหรับประเทศอินโดนีเซียมีอุตสาหกรรมสินค้าไหมในระดับปลายน้ำที่ค่อนข้างแข็งแกร่ง แต่มีความอ่อนแอในระดับต้นน้ำ ผู้ประกอบการ

สินค้าไหมไทยควรเน้นการสนับสนุนวัตถุดิบที่มีความแตกต่างให้ผู้ประกอบการปลายน้ำในประเทศอินโดนีเซีย นอกจากนี้การส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยควรเน้นการส่งออกสินค้าไหมแปรรูป เช่น เวชสำอาง หรือสมุนไพรบำรุงสุขภาพ ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังมีการพัฒนาที่น้อยภายในประเทศอินโดนีเซีย สำหรับประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมการบริโภคและความนิยมสินค้าไหมที่ชัดเจน ผู้ประกอบการจึงต้องมีความเข้าใจ ค่านิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยผลิตสินค้าไหมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคไหมในประเทศมาเลเซีย โดยผู้ใช้ผ้าไหมในประเทศมาเลเซียนิยมใช้ผ้าไหมเพื่อการแต่งกายที่มีความสวยงามปราณีต ประดับด้วยด้ายเงินและด้ายทอง โดยมีลักษณะที่พลิ้วบางและอ่อนนุ่ม สำหรับประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมการผลิตไหมที่แข็งแกร่งในระดับต้นน้ำ ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์ทางด้านต้นทุนวัตถุดิบไหมอุตสาหกรรมจากเวียดนามทดแทนการนำเข้าไหมอุตสาหกรรมจากประเทศจีน นอกจากนี้การส่งออกผ้าผืนไหมไปยังเวียดนามจำเป็นต้องผลิตให้ตรงตามขนาดของวัตถุประสงค์การใช้งานซึ่งมีความแตกต่างกันในการนำไปผลิตสินค้า ทั้งนี้การดำเนินงานของผู้ประกอบการ ควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน ให้มีความสามารถในการผลิตสินค้าไหมที่มีคุณภาพและหลากหลาย ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาดอาเซียน

Abstract

Study on Present Status of Silk Products Markets in Asian Countries

Ms.Siriporn Boonchoo

The Queen Sirikit Department of Sericulture

Email: siripornboonchoo@gmail.com

"Study on Present Status of Silk Products Markets in Asian Countries" is a depth study of the market structure and silk production in ASEAN countries. The study also focus on values and purchasing habits on silk of customers in selected countries in order to adopt strategies for small and medium enterprises (SMEs) on silk in Thailand including related organizations. Moreover, the study aims to penetrate the market in potential markets as well as to enhance knowledge of standards and regulations for Thai silk and use it as a model for ASEAN members. The study was carried out by the start of the study in both the social and economic trade including the production and marketing of silk products in Thailand and potential exporting market namely, Indonesia, Malaysia, and Vietnam. After reviewing secondary data, the study was carried out through in-depth research in selected countries to gather information on consumer behavior and values. This SWOT analysis which is based on empirical field observation and on secondary sources was carried out in the study for Thailand, Indonesia, Malaysia, and Vietnam in order to analyze and determine the strategy and tactics (TOWS) of Thai silk in potential selected countries.

The study indicated that small business owners of Thai silk have an advantage in terms of innovation and a variety of silk products. There are also opportunities to develop cooperation with the ASEAN countries to establish an ASEAN silk cluster that in order to compete in the global market. However, each country has different strengths, weaknesses, and areas of development in sericulture. Therefore, small business owners need different strategies to penetrate the market and establish in selected ASEAN countries. For Indonesia, its silk industry in the downstream is relatively strong. However, there is a weakness in the upstream. Thai entrepreneurs should focus on supporting different upstream inputs to downstream operators in Indonesia. In

addition, exporting silk products from Thailand should focus on processed silk products such as cosmetics and medicines which being least developed in Indonesia. For Malaysia, the country with clear demand for cultural consumption, entrepreneurs need to understand the consumer behavior and offer products that meet the needs of consumers in the country. Malaysian people mostly used silk dress that is beautiful, adorned with silver, soft and delicate Texture. For Vietnam, the country with very strong industrial silk production in the upstream, entrepreneurs can take advantage of low cost of Vietnamese raw materials, substituting silk importing from China. Exporting Thai silk fabric to Vietnam need to produce on the scale of the intended use, which is different in each propose. The operation of enterprises should be encouraged and supported by government agencies involved throughout the supply chain regarding to the ability to provide quality and variety silk products which meet consumer demand in the Asian markets.

Keyword Thai Silk, Asian countries, Silk Production, Silk Market

บทคัดย่อ

โครงการศึกษาสถานภาพการตลาดสินค้าไหมในประเทศอาเซียน

นางสาวศิริพร บุญชู

กรมหม่อนไหม

Email: siripornboonchoo@gmail.com

การวิจัยโครงการศึกษาสถานภาพการตลาดสินค้าไหมในประเทศอาเซียน เป็นการศึกษาเชิงลึกในโครงสร้างการตลาดและการผลิตไหมในประเทศอาเซียน อีกทั้งศึกษาค่านิยมและพฤติกรรมการซื้อผ้าไหม เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ผ้าไหมไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการเจาะตลาดสินค้าไหมในประเทศอาเซียนที่สำคัญและมีศักยภาพ รวมถึงเพื่อยกระดับองค์ความรู้ด้านการตรวจสอบมาตรฐานและกฎระเบียบด้านสินค้าไหมไทยเพื่อเป็นต้นแบบในการยกระดับมาตรฐานและกฎระเบียบด้านสินค้าไหมในกลุ่มประเทศอาเซียน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาโดยเริ่มจากศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั้งทางด้านสภาพสังคมและเศรษฐกิจการค้า และศึกษาสถานการณ์ผลิตและการตลาดของสินค้าไหมในประเทศไทย และประเทศอาเซียนที่มีศักยภาพในการเป็นตลาดส่งออกสินค้าไหมของไทย อันได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย และสหพันธรัฐสังคมนิยมเวียดนาม หลังจากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิที่สำคัญ คณะวิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงลึกในประเทศอาเซียนที่เลือกในการศึกษา เพื่อรวบรวมข้อมูลค่านิยมและพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าไหมของประชากรในประเทศดังกล่าว โดยนำข้อมูลที่ศึกษาได้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาวិเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT) ของประเทศที่ศึกษาเมื่อเทียบกับประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์และกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ (TOWS) ของสินค้าไหมไทยในประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย และสหพันธรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสินค้าไหมของไทยมีความได้เปรียบในเชิงนวัตกรรม และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีโอกาสนในการพัฒนาความร่วมมือกับประเทศอาเซียนเพื่อสร้างเครือข่ายคลัสเตอร์ไหมอาเซียนเพื่อแข่งขันในตลาดโลกต่อไป อย่างไรก็ตามประเทศอาเซียนแต่ละประเทศมีความแตกต่างทั้งด้านจุดแข็งและจุดอ่อนของการพัฒนาหม่อนไหม ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจึงต้องใช้กลยุทธ์ในการเจาะตลาดและสร้างความร่วมมือที่แตกต่างกัน สำหรับประเทศอินโดนีเซียมีอุตสาหกรรมสินค้าไหมในระดับปลายน้ำที่ค่อนข้างแข็งแกร่ง แต่มีความอ่อนแอในระดับต้นน้ำ ผู้ประกอบการสินค้าไหมไทยควรเน้นการสนับสนุนวัตถุดิบที่มีความแตกต่างให้ผู้ประกอบการปลายน้ำในประเทศอินโดนีเซีย นอกจากนี้การส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยควรเน้นการส่งออก

สินค้าไหมแปรรูป เช่น เวชสำอาง หรือสมุนไพรบำรุงสุขภาพ ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังมีการพัฒนาที่น้อยภายในประเทศอินโดนีเซีย สำหรับประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมการบริโภคและความนิยมสินค้าไหมที่ชัดเจน ผู้ประกอบการจึงต้องมีความเข้าใจค่านิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยผลิตสินค้าไหมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคใหม่ในประเทศมาเลเซีย โดยผู้ค้าไหมในประเทศมาเลเซียนิยมใช้ผ้าไหมเพื่อการแต่งกายที่มีความสวยงามปราณีต ประดับด้วยดิ้นเงินและดิ้นทอง โดยมีลักษณะที่พลิ้วบางและอ่อนนุ่ม สำหรับประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมการผลิตไหมที่แข็งแกร่งในระดับต้นน้ำ ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์ทางด้านต้นทุนวัตถุดิบไหมอุตสาหกรรมจากเวียดนามทดแทนการนำเข้าไหมอุตสาหกรรมจากประเทศจีน นอกจากนี้การส่งออกผ้าผืนไหมไปยังเวียดนามจำเป็นต้องผลิตให้ตรงตามขนาดของวัตถุประสงค์การใช้งานซึ่งมีความแตกต่างกันในการนำไปผลิตสินค้า ทั้งนี้การดำเนินงานของผู้ประกอบการ ควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน ให้มีความสามารถในการผลิตสินค้าไหมที่มีคุณภาพและหลากหลาย ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาดอาเซียน

Abstract

Study on Present Status of Silk Products Markets in Asian Countries

Ms.Siriporn Boonchoo

The Queen Sirikit Department of Sericulture

Email: siripornboonchoo@gmail.com

"Study on Present Status of Silk Products Markets in Asian Countries" is a depth study of the market structure and silk production in ASEAN countries. The study also focus on values and purchasing habits on silk of customers in selected countries in order to adopt strategies for small and medium enterprises (SMEs) on silk in Thailand including related organizations. Moreover, the study aims to penetrate the market in potential markets as well as to enhance knowledge of standards and regulations for Thai silk and use it as a model for ASEAN members. The study was carried out by the start of the study in both the social and economic trade including the production and marketing of silk products in Thailand and potential exporting market namely, Indonesia, Malaysia, and Vietnam. After reviewing secondary data, the study was carried out through in-depth research in selected countries to gather information on consumer behavior and values. This SWOT analysis which is based on empirical field observation and on secondary sources was carried out in the study for Thailand, Indonesia, Malaysia, and Vietnam in order to analyze and determine the strategy and tactics (TOWS) of Thai silk in potential selected countries.

The study indicated that small business owners of Thai silk have an advantage in terms of innovation and a variety of silk products. There are also opportunities to develop cooperation with the ASEAN countries to establish an ASEAN silk cluster that in order to compete in the global market. However, each country has different strengths, weaknesses, and areas of development in sericulture. Therefore, small business owners need different strategies to penetrate the market and establish in selected ASEAN countries. For Indonesia, its silk industry in the downstream is relatively strong. However, there is a weakness in the upstream. Thai entrepreneurs should focus on supporting different upstream inputs to downstream operators in Indonesia. In addition, exporting silk products from Thailand should focus on processed silk products such as cosmetics and medicines which being least developed in Indonesia. For Malaysia, the country with clear demand for cultural consumption, entrepreneurs need to understand the

consumer behavior and offer products that meet the needs of consumers in the country. Malaysian people mostly used silk dress that is beautiful, adorned with silver, soft and delicate Texture. For Vietnam, the country with very strong industrial silk production in the upstream, entrepreneurs can take advantage of low cost of Vietnamese raw materials, substituting silk importing from China. Exporting Thai silk fabric to Vietnam need to produce on the scale of the intended use, which is different in each propose. The operation of enterprises should be encouraged and supported by government agencies involved throughout the supply chain regarding to the ability to provide quality and variety silk products which meet consumer demand in the Asian markets.