รายงานการศึกษากลุ่ม
(Group Project)

เรื่อง โครงการไหมสร้างชาติ

จัดทำโดย กลุ่มที่ 4 รุ่นที่ 89

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.
ประจำปี 2562
ลิขสิทธิ์ของสำนักงาน ก.พ.

รายงานการศึกษากลุ่ม
(Group Project)

เรื่อง โครงการไหมสร้างชาติ

จัดทำโดย กลุ่มที่ 4 รุ่นที่ 89

1. นายยุทธนา สาโยชนกร
2. นางเพ็ชรดา นพวรรณ
3. นางสาวอภิญญา จงวัฒนธรรม
4. นายฑิฆัมพร สุทธิอุดมรัตน์
5. นายวทัญญู ฐิตานุวงศ์
6. นายกำแหง กล้าสุคนธ์
7. นางสาวนภาจรีย์ แววรัตน์
8. นายสุภชัย ไวยาวัจมัย
9. นายสมเกียรติ ราชคมน์

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.
ประจำปี 2562
สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน

(หน้าอนุมัติ)
สำนักงาน ก.พ.

เอกสารรายงานการศึกษากลุ่มนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม ของสำนักงาน ก.พ.

ลงชื่อ.....
(.....)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(.....)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(.....)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(.....)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

อุตสาหกรรมไหม มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของโลก ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีคุณภาพและมูลค่าสูง มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน บ่งบอกถึงวิถีวัฒนธรรมของชาวไทยได้เป็นอย่างดี จนได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ แต่ปัจจุบันอุตสาหกรรมไหมไทย ยังเติบโตในตลาดต่างประเทศได้ไม่มากเท่าที่ควร จากปัญหาต่าง ๆ ดังนี้ (1) ด้านการผลิต ที่กลุ่มเกษตรกรไทยยังขาดพันธุ์ไหมที่ให้ผลผลิตที่ดี ขาดองค์ความรู้ในการจัดการด้านการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม (2) ด้านการแปรรูป ซึ่งปริมาณผลผลิตรังไหมไม่เพียงพอต่อการป้อนส่งให้กับโรงงาน คุณภาพ ไม่สม่ำเสมอ ทำให้ประสิทธิภาพการผลิตค่อนข้างต่ำ (3) ด้านการตลาด ที่ยังคงพึ่งพาตลาดหลักเดิมๆ มากเกินไป แต่ไม่เสริมสร้างความแข็งแกร่ง ไม่มีการหาตลาดใหม่และขาดนักการตลาดมืออาชีพ (4) ด้านเงินทุน ผู้ประกอบการไม่สามารถขยายกิจการและเติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ได้ เนื่องจากปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำ และขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง (5) ด้านเทคโนโลยี ซึ่งต้องการนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาพัฒนาผลิตภาพให้เกิดการสร้างมูลค่าและยกระดับให้กับผลิตภัณฑ์ไหม (6) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ที่ขาดการสนับสนุนอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของตลาด กฎหมาย และเงินทุน

จากการศึกษาวิเคราะห์ คณะผู้ศึกษาพบว่า ประเทศไทยให้ความสำคัญกับไหมในอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นอันดับต้นๆ แต่ไหมยังมีคุณสมบัติที่จะนำไปใช้ผลิตเครื่องสำอาง ยา และอุปกรณ์ทางการแพทย์ ซึ่งมีมูลค่าสูง ตลาดยังขยายตัวได้ และคู่แข่งทางการตลาดไม่มาก คณะผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นว่า ควรสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการทำการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมการผลิตไหมในอุตสาหกรรมเหล่านี้ให้มากขึ้น เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีอัตลักษณ์ รวมถึงส่งเสริมให้มีการขยายตลาดเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหม ในตลาดเครื่องสำอาง ยา และอุปกรณ์ทางการแพทย์ให้เพิ่มสูงขึ้นทั้งรายเก่าและมุ่งสร้างผู้ประกอบการรายใหม่

“โครงการไหมสร้างชาติ” จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ให้บรรลุเป้าหมายตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ โดยมีกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นเจ้าภาพหลักในการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานราชการและภาคเอกชนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไหมแห่งอนาคตแบบครบวงจรและสร้างเศรษฐกิจฐานชีวภาพ การส่งเสริมการวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรมไหมแบบบูรณาการให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง การเพิ่มผลิตภาพอุตสาหกรรมไหมและบริการตลอดห่วงโซ่มูลค่าการส่งเสริมและพัฒนาตลาดดิจิทัล และมีนวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ รวมถึงการสนับสนุนให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมมีขีดความสามารถในการแข่งขันเติบโตอย่างยั่งยืน มีนวัตกรรมธุรกิจไหมสร้าง รายได้เพิ่มขึ้น นำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และยกระดับอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ไหมไปทั่วโลก โดยมุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์จากไหมของโลก” ผ่านกลยุทธ์ที่สำคัญของโครงการไหมสร้างชาติ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 : ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากไหม โดยการใช้วัตถุดิบชีวภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 2 : สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น

กลยุทธ์ที่ 3 : ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง

กลยุทธ์ที่ 4 : เพิ่มผลิตภาพของผลิตภัณฑ์ไหม เพื่อการส่งออก

กลยุทธ์ที่ 5 : ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในภาคผลิตภัณฑ์ไหม ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ให้บริการ ผู้ส่งออก และแรงงาน ให้สามารถทำงานด้านดิจิทัล ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ หุ่นยนต์ ระดับอัตโนมัติและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ

กลยุทธ์ที่ 6 : สนับสนุนและเข้าถึงแหล่งเงินทุนแบบบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ 7 : พัฒนาระบบภาษีดิจิทัล

บทเรียนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้ศึกษามีความเห็นว่า การผลักดันผลิตภัณฑ์ไหมให้มีคุณภาพ โดยการสนับสนุนให้มี “Dream Team Silk” ตามหลักการ “ประชารัฐ” หรือ “ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชน” (Public Private Partnership : PPP) เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ การส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน ตลอดจนการจัดทำแผนบูรณาการห่วงโซ่หม่อนไหมแบบครบวงจรเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยการบูรณาการความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนทั้งภาคเอกชนและหน่วยงานรัฐ ในการขับเคลื่อนแต่ละแผนงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างไรก็ตาม คณะผู้ศึกษาเชื่อว่า ศักยภาพผลิตภัณฑ์ไหมของประเทศไทยที่มีไม่น้อยกว่าประเทศใดในโลกสามารถขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ให้เกิดผลเป็นรูปธรรม นำผลิตภัณฑ์ไหมออกสู่ตลาดโลกเพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาดและผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงบวกที่ชัดเจน ปลดล็อคปัญหาของประเทศ รวมถึงสร้างประโยชน์แก่ชุมชนและสังคมในวงกว้างได้อย่างแน่นอน

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษากลุ่ม (Group Project) ฉบับนี้ จัดทำโดยคณะผู้จัดทำ กลุ่มที่ 4 เรื่อง โครงการไหมสร้างชาติ เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม (นบส.1) รุ่นที่ 89 ซึ่งรายงานการศึกษาฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความกรุณาของท่านผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้คำแนะนำและแนวคิดที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการจัดทำรายงาน คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณคณะอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ สุรเดช ทวีแสงสกุลไทย รองคณบดี วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น และดร.รัฐ ธนาดิเรก ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ เทคนิคและหลักเกณฑ์การวางแผนกลยุทธ์และการกำหนดกลยุทธ์ของโครงการไหมสร้างชาติที่สามารถนำมาปฏิบัติได้อย่างเข้าใจง่าย และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อนักบริหารระดับสูงที่จะนำความรู้เทคนิคต่างๆ ไปปรับใช้ในการบริหารงานองค์กร อีกทั้งได้ให้คำปรึกษาแนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้รายงานฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นายปิลันธน์ ธรรมมงคล ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และนายอาทร แสงโสมวงศ์ ผู้บริหารห้างหุ้นส่วนจำกัด เรือนไหม-ใบหม่อน ที่ให้ข้อมูลเรื่องการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไหมทำให้รายงานฉบับนี้มีความครอบคลุมในทุกมิติของการบริหารจัดการ คณะผู้จัดทำจึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (สำนักงาน ก.พ.) ผู้รับผิดชอบการฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม (นบส.1) รุ่นที่ 89 ทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุน ดูแล และอำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาการฝึกอบรมอย่างดียิ่ง และขอขอบคุณเพื่อนผู้เข้ารับการอบรม นบส.1 รุ่น 89 และกลุ่มที่ 4 ทุกคนที่ได้ร่วมกันศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสละเวลาในการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องทำให้รายงานฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ คณะผู้จัดทำ หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการศึกษาฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสู่ตลาดโลก ให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาศักยภาพและสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ไหม รวมถึงผู้ประกอบการมีทักษะและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน โดยมีนวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมไหมมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศได้ เพื่อยกระดับศักยภาพในหลายมิติควบคู่กับการขยายโอกาสในการสร้างรายได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ตลอดจนมีการสร้างฐานเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนต่อไป

คณะผู้จัดทำ กลุ่มที่ 4
พฤษภาคม 2562

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ช
บทที่ 1 สภาพทั่วไปของปัญหา	1
บทที่ 2 การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต	13
บทที่ 3 แนวทางแก้ปัญหา และ/หรือ การพัฒนา	17
บทที่ 4 การนำแนวทางบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ	26
บทที่ 5 สรุปในภาพรวม	34
บรรณานุกรม	36
คณะผู้จัดทำ	37

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ระดับของความต้องการและระดับการแข่งขันของผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์จากไหมแต่ละประเภท	14
ตารางที่ 2	แนวทางการบรรลุเป้าหมายของโครงการไหมสร้างชาติเพื่อนำไปสู่ภาคปฏิบัติจริง	23

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 แนวทางของโครงการไหมสร้างชาติ เพื่อสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหม สู่ตลาดโลกให้มีทักษะและขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีอัตลักษณ์ 24

ภาพที่ 2 แนวทางการขับเคลื่อนโครงการไหมสร้างชาติ 25

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

ชื่อย่อหน่วยงาน

กระทรวงอุตสาหกรรม	กสอ.	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
สำนักนายกรัฐมนตรี	สศช.	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
	สกท.	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
	สสว.	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
กระทรวงการคลัง	กค.	กระทรวงการคลัง
	สศค.	สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
	บสย.	บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม
	SFIs	สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	กทท.	กรมการท่องเที่ยว
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	กสก.	กรมส่งเสริมการเกษตร
กระทรวงพาณิชย์	ทป.	กรมทรัพย์สินทางปัญญา
	พค.	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
	สค.	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงมหาดไทย	พช.	กรมการพัฒนาชุมชน
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	วว.	สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
	สวทน.	สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ
	สวทช.	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
กระทรวงศึกษาธิการ	สกอ.	สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
กระทรวงสาธารณสุข	อย.	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
อื่นๆ	อปท.	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
	ธปท.	ธนาคารแห่งประเทศไทย

บทที่ 1
สภาพทั่วไปของปัญหา

1.1 ปัญหา ความท้าทาย ของโครงการไหมสร้างชาติ

ผลิตภัณฑ์ไหม เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ต้องการของทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจากสภาพของโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ การแข่งขันทางด้านการค้าที่เพิ่มความรุนแรงมากขึ้น ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ไหมมากขึ้น โดยจะต้องมีการพัฒนากันทั้งระบบ คือ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ เพื่อให้สามารถสร้างความแตกต่างจากผู้อื่นที่เป็นจุดแข็ง สามารถแข่งขันในทางการค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม สำหรับผลิตภัณฑ์ไหมไทย เพื่อให้สามารถรักษาชื่อเสียงและเอกลักษณ์ไหมไทยไว้ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการทำงานในลักษณะบูรณาการเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้ไหมไทย ทั้งในภูมิภาคอาเซียน สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา โดยมียุทธศาสตร์รักษาตลาดเดิม และขยายตลาดใหม่ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดสำหรับสินค้าที่ทำจากผลิตภัณฑ์ไหมในตลาดโลก เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการและเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น การเสริมสร้างศักยภาพให้แก่อุตสาหกรรมไหมไทยทั้งระบบโดยการบูรณาการร่วมกันของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมไทยแบบครบวงจร และนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดความเชื่อมโยงของขั้นตอนการผลิตแต่ละส่วน ซึ่งจะนำไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่ได้มาตรฐานคุณภาพ และเป็นสากลมากขึ้น พร้อมทั้งรักษาคุณลักษณะของความเป็นเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่มีความโดดเด่นดั่งที่ผู้คนทั่วโลกได้ยกย่องให้ไหมไทยคือ **“ราชินีแห่งเส้นใย ”**

1.1.1 สถานการณ์การผลิตหม่อนไหม[1]

ปัจจุบัน ไทยมีพื้นที่การผลิตไหมหัตถกรรมต่อรายเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับการผลิตไหมอุตสาหกรรม ซึ่งแนวโน้มของจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมนั้นมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง สาเหตุหลักมาจากการอพยพของแรงงานออกจากภาคเกษตรกรรมเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม ทั้งนี้ สืบเนื่องจากค่าแรงขั้นต่ำที่มีค่าเพิ่มขึ้นและความไม่แน่นอนของภูมิอากาศในระดับโลก ประเทศหลักๆ ที่ทำการผลิตไหมได้แก่ จีน อินเดีย อุซเบกิสถาน และ ไทย นอกจากนั้น ยังมีประเทศอื่น ๆ ที่มีส่วนร่วมในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ได้แก่ เคนยา บอตสวานา ไนจีเรีย แซมเบีย ซิมบับเว บังคลาเทศ โคลัมเบีย อียิปต์ เนปาล บัลกาเรีย ตุรกี อูกันดา มาเลเซีย โรมาเนีย โบลิเวีย และอื่น ๆ ซึ่งการผลิตหม่อนไหมกระจายอยู่กว่า 60 ประเทศในโลก ประเทศที่ทำการผลิตหม่อนไหมโดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในทวีปเอเชีย ซึ่งคิดเป็น 90 เปอร์เซ็นต์ของการผลิตหม่อนและเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์ของการผลิตไหม กระบวนการผลิตหม่อนไหมใช้แรงงานจำนวนมาก (labor Intensive) โดยประเทศจีนมีแรงงานที่ทำการผลิตไหมประมาณ 60 ล้านคน ประเทศอินเดียมีแรงงานที่ทำการผลิตไหมจำนวน 7.9 ล้านคน และประเทศไทยมีแรงงานไหมประมาณ 20,000 คน ทำให้ประเทศจีนและอินเดียจัดได้ว่าเป็นประเทศผู้ผลิตไหมที่ใหญ่ที่สุดและอันดับสองของโลก

---

[1] กรมหม่อนไหม, ร่างยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) และแผนยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2560-2564), 13)

1.1.2 สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาดหม่อนไหม[2]

(1) สถานการณ์การนำเข้าเส้นไหม ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหม ในปี 2559 มีมูลค่านำเข้ารวมทั้งสิ้น 863,918,455 บาท เมื่อเทียบกับปี 2558 การนำเข้าของเส้นไหม ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 146,935,063 บาท คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.49 โดยเส้นไหมเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.31 ผ้าไหมเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 1.93 และผลิตภัณฑ์ไหมมีการนำเข้ามากขึ้นที่ร้อยละ 18.32

(2) สถานการณ์การส่งออกเส้นไหม ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหม ในปี 2559 มีมูลค่าส่งออกรวมทั้งสิ้น 489,338,965 บาท เมื่อเทียบกับปี 2558 การส่งออกของเส้นไหม ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์มีมูลค่าลดลง 97,068,568 บาท คิดเป็นลดลงร้อยละ 16.55 โดยส่งออกผ้าไหมลดลงที่ร้อยละ 33.26 และผลิตภัณฑ์ไหมมีการส่งออกลดลงร้อยละ 15.22 ในปี 2559 ดุลการค้าหม่อนไหมเมื่อจำแนกเป็นสินค้าต้นน้ำ (รังไหมและเส้นไหม) สินค้ากลางน้ำ (ผ้าไหม) และสินค้าปลายน้ำ (ผลิตภัณฑ์ไหม) มีดุลการค้ารวมขาดดุล 374,579,490 บาท ขาดดุลมากกว่า ปี 2558 อยู่ 244,003,631 บาท

(3) สถานการณ์หม่อนไหมในต่างประเทศ ปริมาณการผลิตเส้นไหมของโลกในปี 2558 มีปริมาณ 202,073 ตัน โดยประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นประเทศที่ผลิตเส้นไหมมากที่สุดของโลก เป็นปริมาณ 170,000 ตัน คิดเป็นร้อยละ 84.13 สำหรับประเทศไทยผลิตเส้นไหมเป็นอันดับที่ 4 ของโลก ปริมาณการผลิตเท่ากับ 698 คิดเป็นร้อยละ 0.35 มีแนวโน้มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมา (ที่มา : กรมศุลกากร รวบรวมโดยกลุ่มเศรษฐกิจการตลาด สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีหม่อนไหม กรมหม่อนไหม)

สถานการณ์การผลิตไหมไทยภายหลังประกาศเขตการค้าเสรีกับกลุ่มประเทศอาเซียน พบว่าไหมไทยยังไม่สามารถเข้าไปในตลาดอาเซียนได้เท่าที่ควร เพราะนอกจากอาเซียนเปิดเขตการค้าเสรีด้วยกันเองแล้ว อาเซียนยังมีความตกลงการค้าเสรีกับประเทศจีนและอินเดีย รวมทั้ง ไหมไทยมีราคาแพงเนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่สูง ราคาสินค้าไหมไทยจึงมีราคาสูงในตลาดอาเซียน ในความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน อาเซียน-อินเดีย ประเทศอาเซียนทุกประเทศ อนุญาตให้นำเข้าสินค้าไหมจากจีนและอินเดียได้ โดยไม่มีภาษีเช่นเดียวกับสินค้าไหมจากไทย ตลาดจึงเปิดให้จีนและอินเดียเข้ามาทำการแข่งขัน ทำให้ยากต่อการเจาะตลาดอาเซียนของไหมไทย สำหรับตลาดในไทยถึงแม้สินค้าไหมจากอินเดียยังถูกไทยกำหนดให้มีภาษีอยู่ ผ้าไหมจีนและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมจากจีนสามารถนำเข้าไทยได้โดยไม่มีภาษีร้านค้านักท่องเที่ยวมักนำผ้าไหมจากจีนมาแอบอ้างขายเป็นผ้าไหมไทยเพราะจะได้กำไรมากกว่า ทำให้การนำเข้าต้องหันมาใช้วิธีลักลอบผ่านชายแดน เพื่อหลีกเลี่ยงภาษีมูลค่าเพิ่มตัวเลขนำเข้าที่ปรากฏในฐานข้อมูลจากกรมศุลกากร จึงไม่สะท้อนภาพที่เป็นจริงเท่าที่ควร โดยเฉพาะในปัจจุบัน สาธารณรัฐประชาชนจีนมีนโยบายเข้าสู่ประเทศอุตสาหกรรมโดยลดบทบาทภาคการเกษตรลง รวมทั้งสินค้าด้านหม่อนไหม ซึ่งสามารถใช้เป็นดัชนีบ่งชี้ปริมาณการผลิตเส้นไหมที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดโลก ดังนั้น หากประเทศไทยมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านหม่อนไหมอย่างเต็มที่ ลดต้นทุนการผลิต การสร้างคุณลักษณะพิเศษที่ทำให้เกิดความแตกต่าง และการคงอัตลักษณ์ในการเป็นไหมไทยโดยแท้ที่เป็นเส้นไหมไทยที่สาวด้วยมือ จะทำให้ไหมไทยสามารถเจาะตลาดอาเซียนได้

---

[2]กรมหม่อนไหม, ร่างยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) และแผนยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564), 14-19)

1.1.3 โครงสร้างโซ่อุปทานไหมไทย

โซ่อุปทานของการผลิตไหมกำหนดจากกระบวนการผลิตจะเริ่มตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ซึ่งกำหนดอยู่ในกลุ่มต้นน้ำ จากนั้นจึงเป็นกระบวนการการสาวไหมเพื่อทำเส้นไหมซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มกลางน้ำ จนกระทั่งกระบวนการออกแบบลายผ้าไหม ฟอกย้อมสีและการทอผ้าไหมซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มปลายน้ำ เพื่อนำไปจำหน่ายเป็นผ้าผืนหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เครื่องแต่งกายเคหะสิ่งทอและอุปกรณ์ใช้สอยอื่นๆ เช่น ผ้าพันคอ กระเป๋า และเนคไท เป็นต้น เพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยมีกิจกรรมการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ต้นน้ำ ผู้เลี้ยงไหมเป็นกลุ่มที่อยู่ในต้นน้ำ สามารถแบ่งผู้เลี้ยงไหมได้เป็น 2 ประเภทคือ ผู้เลี้ยงไหมสำหรับใช้งานในหัตถกรรมพื้นบ้าน (Home Handicraft) เน้นการเลี้ยงไหมเหลืองซึ่งเป็นพันธุ์ไหมพื้นบ้าน และผู้เลี้ยงไหมสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม (Industrial Use) ที่เลี้ยงเป็นไหมขาวซึ่งเป็นพันธุ์ไหมต่างประเทศ เกษตรกรจะรับไหมวัย 3 จากโรงงานอุตสาหกรรมเช่น จุลไหมไทย จิมทอม สัน และขอนแก่นสาวไหมมาเลี้ยงต่อจนกระทั่งถึงวัย 5

กลางน้ำ การทำเส้นไหมโดยผู้ที่นำเอารังไหมที่เลี้ยงไว้หรืออาจซื้อรังไหมจากผู้เลี้ยงไหมรายอื่น และนำรังไหมเหล่านั้นมาผลิตเป็นไหมดิบซึ่งคุณภาพและปริมาณของเส้นไหมขึ้นอยู่กับคุณภาพของรังไหมที่เลี้ยงและความสามารถของผู้สาวไหมการสาวไหม แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การสาวไหมด้วยมือและการสาวไหมด้วยเครื่องสาวไหมอุตสาหกรรม จากนั้นผู้ทอผ้าไหมจะทำการทอผ้าทั้งทอด้วยมือและทอด้วยเครื่อง โดยส่วนใหญ่ผู้ทอผ้าไหมจะนิยมใช้ไหมขาวสำหรับเป็นไหมยืนและใช้ไหมเหลืองเป็นไหมพุ่ง ก่อนที่จะดำเนินการทอผ้า ผู้ทอผ้าไหมจะทำการคำนวณไหมสีต่างๆ ที่ต้องการทอแล้ว จึงดำเนินการย้อมสีก่อนที่จะนำมาทอเป็นผ้าผืนตามลวดลายที่มีความเชี่ยวชาญหรือตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

ปลายน้ำ คือ ผ้าที่ทอเป็นผืนหรือนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าไหมอื่นๆ ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดหลากหลาย ทั้งในรูปแบบ คุณภาพ รวมถึงกำลังซื้อของลูกค้า โดยในกระบวนการผลิตต้องพึ่งพาแรงงาน เทคโนโลยี และเครื่องจักร สำหรับสภาพตลาดไหมแบ่งตามอุตสาหกรรมปลายน้ำ เมื่อพิจารณาถึงส่วนแบ่งการตลาดไหมของโลกตามอุตสาหกรรมปลายน้ำ พบว่า ในปี พ.ศ.2559 อุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นผู้ใช้รายใหญ่ที่สุด ซึ่งส่วนแบ่งการตลาดอยู่ถึงร้อยละ 97.3 โดยมีการใช้ไหมในอุตสาหกรรมสิ่งทออยู่ถึง 224,130 ตัน หรือคิดเป็นมูลค่า 11,324.37 ล้านดอลลาร์ ซึ่งความต้องการใช้ไหมในอุตสาหกรรมนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการคาดการณ์ว่าปริมาณความต้องการไหมสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอจะสูงถึง 304,050 ตัน หรือคิดเป็นมูลค่า 16,545.14 ล้านดอลลาร์ ในปี พ.ศ.2564 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 6.3 และ 7.9 ต่อปี ของปริมาณและมูลค่าตามลำดับ ในขณะที่อุตสาหกรรมเครื่องสำอางและทางการแพทย์มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่เพียงร้อยละ 2.7 โดยมีการใช้ไหมเพื่อเครื่องสำอางและทางการแพทย์อยู่ที่ 5,100 ตัน หรือคิดเป็นมูลค่า 309.44 ล้านดอลลาร์ ซึ่งความต้องการไหมในอุตสาหกรรมนี้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเพียงเล็กน้อย โดยมีการคาดการณ์ว่าปริมาณความต้องการไหมสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและทางการแพทย์จะอยู่ที่ 5,910 ตัน หรือคิดเป็นมูลค่า 397.06 ล้านดอลลาร์ ในปี พ.ศ.2564 ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 3 และ 5.1 ต่อปี ของปริมาณและมูลค่าตามลำดับ[3]

---

[3]ผศ.ดร.ณัฐพล พจนาประเสริฐ และคณะ,รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง แนวทางการยกระดับศักยภาพเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมอีรีในเชิงอุตสาหกรรม, กุมภาพันธ์ 2561, 27-28)

อุตสาหกรรมสิ่งทอ

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการไหมในอุตสาหกรรมสิ่งทอ พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยการใช้ไหมเพื่ออุตสาหกรรมสิ่งทอส่วนใหญ่หรือร้อยละ 97 กระจุกตัวอยู่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยในปี พ.ศ. 2559 มูลค่าไหมที่ใช้เพื่ออุตสาหกรรมสิ่งทอในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกสูงถึง 10,984.37 ล้านดอลลาร์ หรือคิดเป็นปริมาณ 218,540 ตัน ซึ่งมากกว่าการใช้ไหมในปี พ.ศ. 2557 ของอุตสาหกรรมสิ่งทอในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีมูลค่าการใช้ไหมอยู่ที่ 8,265.18 ล้านดอลลาร์ หรือ คิดเป็น 169,390 ตัน ซึ่งมีการคาดการณ์ว่า การใช้ไหมเพื่ออุตสาหกรรมสิ่งทอในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะสูงถึง 16,063.69 ล้านดอลลาร์ หรือ 296,540 ตันในปี 2564 ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 7.9 โดยการเพิ่มขึ้นของความต้องการไหมในภูมิภาคนี้เป็นผลมาจากการเติบโตของอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยเฉพาะประเทศจีน อินเดีย เวียดนาม และไทยซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกหลักสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและผ้า ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป โดยมีการคาดการณ์ว่าแนวโน้มการใช้ไหมเพื่ออุตสาหกรรมสิ่งทอจะเติบโตในทุกภูมิภาค[4]

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุปกรณ์ทางการแพทย์

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุปกรณ์ทางการแพทย์มีสัดส่วนการใช้ไหมอยู่ที่ร้อยละ 2.7 ของการใช้ไหมโลก โดยมีภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นผู้ผลิตไหมดิบและผู้ใช้ไหมเพื่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางและทางการแพทย์รายใหญ่ที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 97.38 ของมูลค่าไหมที่ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยในปี พ.ศ. 2559 มูลค่าไหมที่ใช้เพื่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุปกรณ์ทางการแพทย์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกอยู่ที่ 301.33 ล้านดอลลาร์ หรือคิดเป็นปริมาณ 4,962 ตัน ซึ่งมากกว่าการใช้ไหม ในปี พ.ศ. 2557 ของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและทางการแพทย์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีมูลค่าการใช้ไหม อยู่ที่ 238.09 ล้านดอลลาร์ หรือ คิดเป็น 4,076 ตัน ซึ่งคาดว่าการใช้ไหมเพื่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุปกรณ์ทางการแพทย์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเพิ่มขึ้นเป็น 386.58 ล้านดอลลาร์ หรือคิดเป็น 4,962 ตัน ในปี 2564 ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 5.1 และ 3 ในมิติของมูลค่าและปริมาณตามลำดับ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของความต้องการไหมสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุปกรณ์ทางการแพทย์ในภูมิภาคนี้สืบเนื่องจากความง่ายในการเข้าถึงวัตถุดิบและการเพิ่มขึ้นของอำนาจซื้อของกลุ่มชนชั้นกลาง สำหรับภูมิภาคที่มีการใช้ไหมเพื่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุปกรณ์ทางการแพทย์รองลงมา คือ ยุโรป และอเมริกาเหนือ ซึ่งมีสัดส่วนการใช้ไหมเพื่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุปกรณ์ทางการแพทย์อยู่ที่ร้อยละ 2.56 และ 0.07 ตามลำดับ โดยมีการคาดการณ์ว่าแนวโน้มการใช้ไหมเพื่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุปกรณ์ทางการแพทย์จะเติบโตในทั้งสามภูมิภาค[4]

1.1.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ประเด็นปัญหาหม่อนไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

(1) ด้านการผลิต ตั้งแต่พันธุ์ไหม การเลี้ยงไหมของกลุ่มเกษตรกรยังคงขาดพันธุ์ไหมที่ให้ผลผลิตดีและมีความเหมาะสมต่อสภาพการเลี้ยงในแต่ละฤดูกาลและในแต่ละภูมิภาค ส่งผลทำให้เกษตรกรมีความเสี่ยงสูงคือเปอร์เซ็นต์การเลี้ยงรอดต่ำ เกษตรกรจึงนิยมที่จะเลี้ยงไหมเพื่อผลิตรังพร้อม

---

[4]ผศ.ดร.ณัฐพล พจนาประเสริฐ และคณะ,รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง แนวทางการยกระดับศักยภาพเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมอีรีในเชิงอุตสาหกรรม, กุมภาพันธ์ 2561, 32)

รักษาพันธุ์ เพื่อผลิตไข่ไหมไว้ใช้เอง และพันธุ์หม่อน เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับการพัฒนาการปลูกหม่อนโดยใช้พันธุ์แนะนำส่งเสริมจากทางราชการ เพื่อให้ได้ผลผลิตสูง แต่ยังมีเกษตรกรอีกส่วนหนึ่งในหลายๆ พื้นที่ที่ยังประสบปัญหาเกี่ยวกับการจัดการแปลงหม่อน ทำให้เกิดการชะลอการเลี้ยงไหมหรือเลิกเลี้ยงไหม ทั้งนี้ เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ในการจัดการด้านการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เช่น การจัดการผลิตใบหม่อนไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงไหมในแต่ละรุ่น การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการเลี้ยงไหมไม่เหมาะสมกับแผนการเลี้ยงไหม ไม่มีการจัดการป้องกันโรคหม่อนและไหม ตลอดจนไม่มีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้องทำให้คุณภาพผลผลิตรังไหมและเส้นไหมไม่มีคุณภาพ คุณภาพของผลผลิตยังขาดมาตรฐาน ดังนั้น เพื่อการยกระดับการผลิตให้แก่กลุ่มเกษตรกร โดยเฉพาะในส่วนของเส้นไหมที่สาวด้วยมือ กลุ่มเกษตรกรควรที่จะได้รับการพัฒนาและสนับสนุนในด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์พื้นฐานที่จำเป็น เพื่อเป็นการเรียนรู้และสามารถนำไปปฏิบัติได้ด้วยตนเอง การจัดระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ไหมให้ได้มาตรฐานจึงเป็นสิ่งที่ต้องนำไปสู่การแก้ไข

(2) ด้านการแปรรูป ปริมาณรังไหมที่ได้ในแต่ละรุ่นจะต้องมีคุณภาพและปริมาณเพียงพอต่อภาคการผลิต ในแต่ละครั้ง เพื่อก่อให้เกิดความต่อเนื่องในกิจกรรมและสามารถผลิตได้ในเชิงธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันจะพบว่า ในแต่ละปีผลผลิตรังไหมไม่เพียงพอต่อการป้อนส่งให้โรงงานสาวไหม ทำให้ประสิทธิภาพการผลิตค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะในส่วนของโรงงานสาวไหมอุตสาหกรรมเส้นไหมไทยที่สาวด้วยมือเป็นเส้นไหมที่ตลาดมีความต้องการสูง แต่การผลิตไม่สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของตลาด เนื่องจากมาตรฐานของคุณภาพยังขาดความสม่ำเสมอจึงทำให้เสียโอกาสในการเข้าสู่ตลาด ซึ่งผลิตภัณฑ์ไหมจะมีทั้งส่วนที่เป็นผ้าไหมและผลิตภัณฑ์พร้อมใช้ในการผลิตระดับกลุ่มเกษตรกรยังคงประสบปัญหาในด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ไหมทั้งในด้านคุณภาพ ความคงทนของสี ความสม่ำเสมอของเนื้อผ้า การออกแบบลวดลายผ้าไหม และรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ การใช้สีสันที่เป็นไปตามกระแสความนิยม เทรนสีในแต่ละปีหรือฤดูกาล รวมทั้งปัญหาการลดจำนวนลงของเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และทอผ้า ซึ่งปัจจุบันเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ เนื่องจากเกษตรกรในวัยแรงงานหันไปประกอบอาชีพอื่น

(3) ปัญหาด้านการตลาดที่พบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมไม่สามารถเจาะตลาด หรือทำตลาดใหม่ได้ รวมถึงการขยายช่องทางการตลาด ที่หวังพึ่งเพียงตลาดหลักเดิมๆ มากเกินไป แต่ไม่ให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างความแข็งแกร่งในตลาดเดิม นอกจากนี้ยัง ขาดแคลนนักการตลาดมืออาชีพที่จะช่วยผู้ประกอบการทางด้านการตลาดด้วย

(4) ปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมขนาดเล็ก ทำให้เสียเปรียบธุรกิจขนาดใหญ่ที่ได้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (economies of scale) โดยเฉพาะในด้านการผลิตที่ต้องอาศัยการลงทุนในเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีต้นทุนสูง และการเข้าถึงตลาด ซึ่งผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมจำนวนมากยังประสบปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำเพื่อการลงทุนด้วยตนเองได้ ซึ่งข้อจำกัดในการเข้าถึงเทคโนโลยี ตลาด และเงินทุนดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากไม่สามารถขยายกิจการและเติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ได้ ผู้ประกอบการจึงต้องการความช่วยเหลือและสนับสนุนจากภาครัฐ และสถาบันการเงินต่างๆ

(5) ความต้องการนวัตกรรมใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภาพ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ไหม เป็นการส่งเสริมให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ (Moving Up the Value Chain) ตลอดจนเป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลางและมีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้ว

(6) ปัญหาขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง ทั้งในด้านข้อมูลที่ทันสมัย ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในตลาดสากล กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับของต่างประเทศ รวมถึงความรู้ในการบริหารจัดการธุรกิจและการจัดหาแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำ ผู้ประกอบการมักจะรู้สึกว่าการขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐบางครั้งค่อนข้างยุ่งยาก ซับซ้อนหลายขั้นตอน ประกอบกับโครงการของรัฐเป็นโครงการระยะสั้นขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหม

1.1.5 การศึกษาโครงการไหมสร้างชาติเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ทราบถึงองค์ความรู้ ปัญหาอุปสรรคในการผลิตและสร้างนวัตกรรม และประสบการณ์ด้านต่างๆ ในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับหม่อนไหมและผลิตภัณฑ์จากไหม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดมีความยืดหยุ่น ลักษณะของข้อคำถามมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยมุ่งเน้นการศึกษาข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากไหมและการสร้างผู้ประกอบที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมหม่อนไหม จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ นายปิลันธน์ ธรรมมงคล ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และนายอาทร แสงโสมวงศ์ ผู้บริหารห้างหุ้นส่วนจำกัด เรือนไหม-ใบหม่อน สรุปได้ดังนี้

(1) การผลิตเส้นไหมของไทยเมื่อเทียบกับคู่แข่งประเทศจีนและอินเดีย ซึ่งเป็นประเทศที่ผลิตเส้นไหมมากที่สุดของโลก เมื่อเทียบคุณภาพของเส้นไหมที่ใกล้เคียงกัน ประเทศไทยมีระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ มีช่องทางส่งออกเส้นไหมไปยังประเทศอินเดียเพื่อใช้ในการผลิตผ้าส่าหรี และปัจจุบันคุณภาพของเส้นไหมจีนต่ำลง ทำให้มีการนำเข้าเส้นไหมจากประเทศจีนลดลงไปด้วย เสนอแนะให้ผู้ประกอบการผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากไหมควรมีกระบวนการพัฒนา Mindset ในการพัฒนาการผลิตเชิงนวัตกรรมและเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการศึกษาและวิจัยด้านการผลิต Functional textile เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละภูมิภาคเพื่อเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มแบบ Niche Marketing ในการแข่งขันในตลาดโลก

(2) ไหมไทย เป็นไหมเหลือง มีชั้นคุณภาพระดับ 3A ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลางจากไหม 5 ระดับ (1A และ 2A = คุณภาพต่ำสุด, 3A = คุณภาพปานกลาง, 4A และ 5A = คุณภาพสูงสุด) โดยไหมที่ผลิตในประเทศไทย ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดในประเทศ เช่น จ.สุรินทร์ มีความต้องการใช้ไหมปีละ 100 ตัน แต่มีผลผลิตเพียง 500 กิโลกรัมต่อเดือนเท่านั้นที่การผลิตไหมไม่เพียงพอ เนื่องจากคนทั่วไปไม่เข้าใจเกี่ยวกับไหม เกษตรกรจึงไม่นิยมปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ซึ่งความต้องการไหมในตลาดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เมื่อ 2 ปีที่แล้ว ราคาไหมสูงขึ้นมากจากเดิม แต่เมื่อมีปัญหาระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกา ทำให้จีนส่งออกได้น้อยลง จีนจึงหันมาใช้อาเซียนเป็นนอมินีเพื่อส่งออกแทน โดยทุนส่วนใหญ่เป็นของจีน รายได้ก็เป็นของคนจีน สำหรับประเทศไทย ปัญหาหลัก คือ การเลี้ยงไหม

ซึ่งหากประเทศไทยสามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับปริมาณผลผลิตภายในประเทศได้ จะทำให้ผลิตผลเพิ่มมากขึ้นด้วย อีกทั้ง หน่วยงานของรัฐจะสนับสนุนกลุ่มชาวบ้านมากกว่าเนื่องจากเห็นว่ากลุ่มบริษัทเติบโตแล้ว จึงไม่ได้ให้ความสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการเท่าที่ควร

1.2 จากอดีตถึงปัจจุบัน ปัญหาหรือแนวทางการยกระดับไหมไทยสู่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไหมโลก

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของโลก มีแรงงานในอุตสาหกรรมจำนวนมาก โดยเฉพาะแรงงานในชนบท ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ได้รับการกล่าวขวัญมานานแล้วในด้านความงดงามของสีสัน และลวดลาย รวมถึงฝีมือการทอผ้าของคนไทยที่ได้รับการถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยนั้นต่างได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ ไหมไทยเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีขั้นตอนการผลิตที่ใช้แรงงานคนไทยเป็นหลัก ซึ่งเหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีแรงงานเป็นจำนวนมาก กล่าวคือ อุตสาหกรรมการผลิตไหมไทยสามารถสร้างงานให้กับชาวบ้านและเป็นการเพิ่มรายได้ให้แรงงานในชนบทด้วย ในปัจจุบันคนไทยให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาของชาวบ้านมากขึ้น หันมาบริโภคสินค้าไทยนิยมแต่งกายด้วยผ้าไทยใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอมือ โดยเฉพาะผ้าไหมไทยซึ่งเป็นผ้าทอพื้นเมืองที่ทอขึ้นมาจากเส้นไหมอันเป็นเส้นใยจากธรรมชาติ มีเทคนิคการทอลวดลายที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นต่าง ๆ มีเสน่ห์ในตัวเองเป็นการสร้างสีสันให้กับงานฝีมือของไทย

อุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยนั้นพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก โดยตลาดหลักของสิ่งทอไทยได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และประเทศในแถวยุโรป โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา การส่งออกสิ่งทอมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ตลาดไหมของไทยมีการเติบโตตาม โดยมีการคาดการณ์ว่าตลาดไหมของไทยในช่วงปี 2559 ถึง 2564 จะมีอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 8.1 และ 6.5 ของมูลค่าและปริมาณตามลำดับโดยไหมหม่อนเป็นไหมหลักที่เป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดไหมไทย[5]

การศึกษานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไหมในปัจจุบัน[6]

(1) สิ่งทอ ไหมเป็นสิ่งทอที่ล้ำค่ามากกว่าสิ่งของอื่นๆ จนได้รับสมญานามว่า “ราชินีแห่งเส้นใย” แม้ไหมจะมีข้อเสียคือ ยืดหยุ่นได้น้อย ยับง่าย และซักยาก แต่ข้อเสียเหล่านี้ก็ได้กำจัดหรือทำให้ลดน้อยลงไป โดยการใช้สารเคมีหลายชนิดในขบวนการผลิต เพื่อทำให้ผ้าไหมซักง่ายขึ้น โดยสิ่งทอมีระดับของ Demand (มูลค่าการตลาดของโลก) อยู่ที่ 199,177 ล้านดอลล่าร์ และระดับการแข่งขันของไทย (มูลค่าการส่งออกของไทย) อยู่ที่ 819 ล้านดอลล่าร์ สำหรับสิ่งทอและสินค้าที่ทำด้วยไหมมีระดับของ Demand (มูลค่าการตลาดของโลก) อยู่ที่ 1,559 ล้านดอลล่าร์ และระดับการแข่งขันของไทย (มูลค่าการส่งออกของไทย) อยู่ที่ 13 ล้านดอลล่าร์ (ดังตารางที่ 1)

---

[5]ผศ.ดร.ณัฐพล พจนาประเสริฐ และคณะ,รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง แนวทางการยกระดับศักยภาพเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมอีรี่ในเชิงอุตสาหกรรม, กุมภาพันธ์ 2561, 47)

[6]สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ(องค์การมหาชน), หนังสือส่งเสริมความรู้ (E-Book) มหัศจรรย์ผงไหม,เผยแพร่เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2556)

(2) เครื่องสำอาง โปรตีนไหมเป็นเลิศแห่งมอยซ์เจอไรเซอร์ที่สามารถใช้ความชุ่มชื่นสูงถึง 300 เท่าของน้ำหนัก มีสารช่วยป้องกันผิวแห้ง มีสารลดการเจริญเติบโตของเชื้อไวรัสและสารต้านไวรัส เป็นผงโปรตีนไหมสกัดจากเส้นไหมที่ผสานเป็นหนึ่งเดียวกับผิวหนังด้วยกระบวนการทางชีวเคมี ดุจเดียวกับธรรมชาติผิว นอกจากไหมจะครองความเป็นเลิศในเรื่องของเส้นใยแล้วยังเป็นวัสดุที่มีคุณค่าเมื่อนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาพัฒนา เนื่องจากเส้นใยไหมส่วนใหญ่ (90%) เป็นโปรตีนที่มีความใกล้เคียงกับโปรตีนที่พบในร่างกายมนุษย์ ซึ่งยากยิ่งที่สารสังเคราะห์อื่นใดจะทำได้เสมอเหมือน กรมหม่อนไหม เมื่อครั้งยังเป็นสถาบันวิจัยหม่อนไหม สังกัดกรมวิชาการเกษตรได้วิจัยร่วมกับสำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยรังสิต พบว่าผงไหมสามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีสารต้านอนุมูลอิสระช่วยรักษาแผลให้หายเร็วขึ้น สามารถกำจัดเชื้อจุลินทรีย์บางชนิดที่เป็นสาเหตุของโรคผิวหนัง ทั้งยังช่วยรักษาปริมาณน้ำในผิวหนัง กำจัดสิ่งสกปรกในเซลล์และยืดอายุเซลล์ได้อีกด้วยจึงได้คิดผลิตสบู่ไหมที่มีส่วนผสมของผงไหมจากเส้นไหมพันธุ์ไทยที่มีคุณสมบัติดีกว่าไหมพันธุ์ต่างประเทศ พร้อมทูลเกล้าฯถวายสิทธิบัตรสบู่ไหมไทย แด่สมเด็จพระนางเจ้าฯพระบรมราชินีนาถ ก่อนที่พระองค์จะพระราชทานสิทธิบัตรให้มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพนำไปผลิตเชิงพาณิชย์ต่อไป โดยเครื่องสำอางมีระดับของ Demand (มูลค่าการตลาดของโลก) อยู่ที่ 128,613 ล้านดอลล่าร์ และระดับการแข่งขันของไทย (มูลค่าการส่งออกของไทย) อยู่ที่ 2,090 ล้านดอลล่าร์ (ดังตารางที่ 1)

(3) การแพทย์ เป็นที่ทราบกันดีว่าไหมใช้เป็นเส้นด้ายในการเย็บแผลผ่าตัด นอกจากเหนียวทนต่อการเข้าทำลายของเชื้อจุลินทรีย์แล้ว ยังเข้ากับเนื้อเยื่อของมนุษย์ได้ดี คุณสมบัติของไหมเหล่านี้จึงเป็นประโยชน์ ต่อวงการแพทย์อย่างมาก ในการที่จะหลอมเส้นไหมแล้วทำให้เป็นแผ่นหรือเป็นหลอดก่อนที่จะเป็นผิวหนังเทียม ท่อต่อเส้นเลือดเทียม แผ่นเอ็นเทียม คอนแท็กเลนซ์ พลาสเตอร์สมานแผลให้สนิทเร็วขึ้น แม้ว่าอุปกรณ์เหล่านี้จะทำได้ด้วยพลาสติกหรือวัสดุอื่น แต่วัสดุบางชนิดก็ถูกต่อต้านจากร่างกายสูง อีกทั้ง ยังพบว่าไฟโบรอิน (silk fibroin) มีคุณสมบัติในการกระตุ้นการเจริญเติบโตของเซลล์เนื้อเยื่อและกระดูก คาดว่าจะมีการนำไฟโบรอินไหมมาใช้ในวิศวกรรมเนื้อเยื่อและการส่งยาได้มีความพยายามที่จะผลิตเพปไทด์จากไหม (silk peptides) ที่ใช้ทางการแพทย์จากสารละลายไฟโบรอิน เพื่อลดรอยเหี่ยวย่นและทางด้านโภชนาการ จะช่วยให้คอเรสเตอรอลและระดับน้ำตาลในเลือดต่ำ และช่วยตับทำงาน ปัจจุบันกรมหม่อนไหม ร่วมกับคณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ใช้หนอนไหมเป็นสัตว์ทดลองเพื่อทดสอบฤทธิ์ของยาและสมุนไพรเบื้องต้นทำให้ประหยัดงบประมาณได้อย่างมากเมื่อเทียบกับการใช้หนูขาว ไหมได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์มากขึ้นเรื่อยๆ จนได้รับการขนานนามอีกอย่างหนึ่งว่า “เส้นใยสุขภาพ (Health Fiber)” โดยยาและเครื่องมือแพทย์มีระดับของ Demand (มูลค่าการตลาดของโลก) อยู่ที่ 594,912 ล้านดอลล่าร์ และระดับการแข่งขันของไทย (มูลค่าการส่งออกของไทย) อยู่ที่ 548 ล้านดอลล่าร์ (ดังตารางที่ 1)

(4) วัสดุทดแทนนุ่น ปุยไหมชั้นนอกไม่สามารถจะนำไปสาวเป็นเส้นได้ เดิมจะมีการลอกปุยไหมชั้นนอกทิ้งไป ก่อนนำรังไปต้มเพื่อสาวเป็นเส้นไหมต่อไป ปัจจุบันจีนได้คิดค้นการใช้ประโยชน์จากปุยไหมเป็นเส้นใยยัดหมอน ที่นอน และผ้าห่ม เช่นเดียวกับการใช้รังไหมแฝดมาแช่น้ำด่างละลายกาวไหมออกก่อนดึงเส้นใยเป็นไส้ผ้าห่มแทนนุ่น ใครไปท่องเที่ยวประเทศจีน จะต้องได้ไปชมกระบวนการผลิตผ้าห่มไหม และซื้อกลับมาใช้เมืองไทยกันเกือบทุกคน ผลิตภัณฑ์เหล่านี้บริษัทเอกชนในประเทศไทยก็มีการผลิตออกจำหน่ายแล้ว นับว่าเศษวัสดุเหลือใช้จากรังไหมได้ถูกพัฒนานำมาใช้ประโยชน์อีกอย่างหนึ่งแล้ว

(5) สารเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร มีการทดลองเพิ่มผลผลิตข้าวด้วยโปรตีนไหม โดยสถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้ฉีดสารละลายโปรตีนไหมกับข้าวหอมปทุมธานี เปรียบเทียบกับข้าวหอมปทุมธานีที่ไม่ได้ฉีดสารละลายโปรตีนไหม ที่ อ.โพธิ์ทอง จ.อ่างทอง ปรากฏว่า ข้าวหอมปทุมธานี แปลงที่ฉีดสารละลายโปรตีนไหม ต้นข้าวจะแข็งแรง ใบเขียว ลำต้นตั้งตรงกว่าต้นข้าวที่ไม่ได้ฉีด ออกรวงและเก็บเกี่ยว ได้เร็วกว่าประมาณ 7 วัน และให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น 38.75% สารป้องกันกำจัดแมลง ในสหรัฐอเมริกาได้มีการสกัดสารจากเชื้อแบคทีเรียชื่อ Bacillus thuringiensis ที่แยกได้จากหนอนไหมนำไปใช้เป็นสารกำจัดแมลง (microbial insecticide) หรือใช้หนอนไหมเลี้ยงเชื้อราบางชนิดเพื่อผลิตเชื้อราชนิดนี้ ใช้กำจัดด้วงเจาะลำต้น นอกจากนี้ยังมีการใช้ฮอร์โมนบางชนิดจากหนอนไหม ควบคุมการเจริญเติบโตของแมลง จึงมีการใช้หนอนไหมเป็นอาหารของจุลินทรีย์หลายๆ ชนิดที่สามารถใช้กำจัดแมลงได้ การปลูกเชื้อไวรัสที่เจือจางในหนอนไหมสามารถใช้เป็นวัคซีนป้องกันโรคของสัตว์ได้ ตลอดจนมีการศึกษาการเลี้ยงเชื้อไวรัสและจุลินทรีย์ ที่สามารถนำมาผลิตเป็นยารักษาโรคและสารที่มีประโยชน์ต่างๆ ใช้หนอนไหมเป็นอาหารของไส้เดือนฝอยในการขยายพันธุ์เพื่อใช้กำจัดแมลงศัตรูพืชบางชนิด

(6) วัสดุชีวภาพในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น สบู่และเทียนไข ผงซักฟอก สารเคลือบเครื่องมืออุปกรณ์ ฟิล์มไหม ใช้เคลือบผลผลิตทางการเกษตร นอกจากนี้ยังมีการนำใยไหมมาทำเป็นแผ่นเช็ดเลนส์ แผ่นทำความสะอาดผิวหน้า ฯลฯ

(7) **ประโยชน์อื่นๆ** เช่น สิ่งประดิษฐ์จากรังไหมสามารถนำมาประดิษฐ์เป็นดอกไม้ได้หลากชนิด อาหารมนุษย์ อาหารสัตว์ เป็นต้น

1.3 ความพยายามที่ผ่านมาของรัฐบาลและภาคส่วนอื่นๆ ในการเผชิญกับปัญหาหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหม

ปี พ.ศ. 2545 หน่วยงานซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับผ้าไหมไทย เช่น กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (หน่วยงานเดิมของกรมหม่อนไหม) คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ร่วมกันจัดสัมมนาหาแนวทางแก้ไขจนได้ข้อสรุปเป็นมาตรการคุ้มครองไหมไทยและออกข้อบังคับในการผลิตผ้าไหมไทย โดยออกตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพผ้าไหมไทยไว้เป็นระดับต่างๆ และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานสัญลักษณ์นกยูงไทยให้เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยไว้ 4 ชนิด

นกยูงสีทอง (Royal Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตจากวัตถุดิบ เส้นไหม กระบวนการผลิตแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านดั้งเดิมของไทยอย่างแท้จริงและใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านเป็นทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน เส้นไหมจะต้องสาวเส้นด้วยมือผ่านพวงสาวลงภาชนะ การทอด้วยกี่ทอมือแบบพื้นบ้านชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และต้องผลิตในประเทศไทย

นกยูงสีเงิน (Classic Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตขึ้นแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านผสมผสานกับการประยุกต์ใช้เครื่องมือและกระบวนการผลิตในบางขั้นตอน ใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านหรือที่ได้รับการปรับปรุงจากพันธุ์ไทยเป็นเส้นพุ่งหรือเส้นยืน เส้นไหมต้องผ่านการสาวด้วยมือ หรืออุปกรณ์ที่ใช้มอเตอร์ขับเคลื่อนขนาดไม่เกิน 5 แรงม้า การทอต้องทอด้วยกี่ทอมือชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือหรือกี่กระตุก และต้องทำการผลิตในประเทศไทย

นกยูงสีน้ำเงิน (Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตด้วยภูมิปัญญาของไทยโดยการประยุกต์เทคโนโลยีการผลิตให้เข้ากับสมัยนิยมและทางธุรกิจ ใช้เส้นไหมแท้เป็นเส้นพุ่งและเส้นยืน ย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทอด้วยกี่แบบใดก็ได้ และต้องผลิตในประเทศไทย

นกยูงสีเขียว (Thai Silk Blend) เป็นผ้าไหมซึ่งผ่านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาไทย เช่น ลวดลาย สีสัน ใช้เส้นใยไหมแท้กับเส้นใยอื่นที่มาจากวัสดุธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์ต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน หรือตามความต้องการของผู้บริโภค เส้นไหมแท้เป็นองค์ประกอบหลักมีเส้นใยอื่นเป็นส่วนประกอบรอง สัดส่วนการใช้เส้นใยชนิดอื่นประกอบต้องระบุให้ชัดเจน ทอด้วยกี่ชนิดใดก็ได้ ย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และต้องผลิตในประเทศไทย

ตลอดจนการพัฒนาการเลี้ยงไหมของไทยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเต็มที่ โดยมีการจัดตั้งศูนย์หม่อนไหมแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (ปัจจุบันคือกรมหม่อนไหม) โดยรวมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงไหม 2 หน่วยงานเข้าด้วยกัน ได้แก่ สถาบันวิจัยหม่อนไหม และกองส่งเสริมหม่อนไหม โดยสำนักวิจัยและพัฒนาหม่อนไหม มีหน้าที่ศึกษา วิจัย และพัฒนาหม่อนไหมการอารักขา วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว การแปรรูปหม่อนไหม ผลิตภัณฑ์จากหม่อนไหม วัสดุย้อมสีผลพลอยได้ วิจัยสิ่งประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหม่อนไหม และพัฒนาวัสดุและเส้นใยให้เหมาะสมกับการผลิตผ้าไหมและผลพลอยได้ ออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด วิจัยเทคโนโลยีการผลิตและการขยายพันธุ์หม่อนไหมและวัสดุย้อมสี ศึกษา วิเคราะห์ และประเมินความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับพันธุ์หม่อนไหมและวัสดุย้อมสี เพื่อเป็นข้อมูลในการผลิตและการขยายพันธุ์ บริหารจัดการการผลิต การขยายพันธุ์ และการให้บริการพันธุ์หม่อนไหม และวัสดุย้อมสี ดำเนินการเกี่ยวกับความร่วมมือทางวิชาการด้านหม่อนไหมทั้งภาครัฐและเอกชน

ประกอบกับผลรายงานการศึกษาวิจัยอัตลักษณ์ไหมไทยและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ไหมไทยของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของไหมไทย และการบริโภคไหมไทยที่มีจำนวนลดน้อยลง เนื่องจากผู้ผลิตไหมไทยส่วนใหญ่ผลิตไหมจากทักษะความชำนาญและความเข้าใจที่สืบทอดกันมา ขาดการออกแบบเชิงสุนทรียภาพควบคู่กับการออกแบบเชิงวิศวกรรม ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมามีคุณสมบัติไม่เหมาะสมกับการใช้งาน ขาดความคงทนมีความสูญเปล่าของวัสดุและ แรงงาน ทำให้มีต้นทุนสูง ในส่วนผู้บริโภคมีความเข้าใจผิดในเรื่องคุณสมบัติของไหม การดูแลรักษา วิธีการใช้ อีกทั้งรูปแบบและลวดลายยังไม่มีความร่วมสมัย หากผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณสมบัติของไหมไทย ชนิด และประเภทของไหมไทย และผู้ผลิตไหมไทยสามารถพัฒนาการออกแบบลวดลายที่หลากหลายมากขึ้น สวมใส่ง่าย และเหมาะสมกับทุกโอกาสแล้วนั้นจะสามารถกระตุ้นการบริโภคไหมไทยในประเทศไทยและจะทำให้ไหมไทยมีชื่อเสียงในระดับประเทศได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมีศักยภาพ ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกสูงมีตลาดการส่งออกกว้างขวางเกือบทั่วโลกโดยมีส่วนแบ่งของตลาดประมาณ 1.76% ประกอบด้วย รังไหม ไหมดิบ เศษไหม ด้ายไหม ด้ายไหมจากเศษไหม ผ้าไหม และ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ผ้าไหมทอด้วยมือที่ผลิตในประเทศไทยซึ่งมีความละเอียดอ่อนประณีตสวยงาม มีความแวววาวในตัวเอง

มีลวดลายและสีสันโดดเด่นเป็นพิเศษ แตกต่างจากผ้าไหมของประเทศอื่นๆ มีคุณภาพดีและ เป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมสูงจากผู้บริโภคในต่างประเทศตลาดส่งออกที่สำคัญจึงมีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในระยะยาว

1.4 สรุปปัญหาและความพยายามในอดีตที่ผ่านมา (Chapter Summary)

แม้เศรษฐกิจไทยมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา แต่ยังไม่มากพอที่จะฉุดให้ไทยหลุดพ้นจาก “กับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)” เป็นผลจากการพึ่งพาธุรกิจขนาดใหญ่ การลงทุนจากต่างประเทศและการส่งออกบนพื้นฐานของความได้เปรียบด้านทรัพยากรธรรมชาติ และทุนด้านแรงงานที่มีความสามารถและราคาถูก เห็นได้จากการที่ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่ใช้ประสิทธิภาพเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Efficiency-Driven Economy) แสดงถึงการเป็นประเทศที่ใช้กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพและการผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพเป็นจุดแข็งในการพัฒนาประเทศ หนึ่งในทางออกที่มีความสำคัญจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้หลุดพ้นจาก “กับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)” คือ การเสริมสร้างขีดความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไหมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เพิ่มขึ้นขึ้น เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศที่ใช้นวัตกรรมเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Innovation-Driven Economy) ในที่สุด

ในอดีตผ้าไหมถือว่าเป็นสินค้าที่มีบทบาทสำคัญมากในการค้า ผ้าไหมมีเนื้อสัมผัสที่เนียนเรียบ นุ่ม ซึ่งแตกต่างจะเนื้อผ้าใยสังเคราะห์ นอกจากนี้ไหมยังมีคุณสมบัติเฉพาะตัว อีกหลายประการ เช่น เนื้อไหมมีลักษณะมันเงาย้อมสีได้ง่าย มีน้ำหนักเบา ทน นำไปตกแต่งได้ง่าย ทำให้ไหมนั้นเป็นที่ต้องการมากกว่าวัตถุดิบประเภทอื่นโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมสิ่งทอซึ่งเป็นผู้ใช้ไหมรายใหญ่ที่สุด นอกจากนี้อุตสาหกรรมสิ่งทอยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วจากการขยายตัวของอุปสงค์ของเครื่องแต่งกาย และอุตสาหกรรมที่มีการใช้ไหมเป็นวัตถุดิบอีกอุตสาหกรรมคือ อุตสาหกรรมทางการแพทย์ โดยมีงานวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ไหมสำหรับอุปกรณ์ทางการแพทย์ เช่น ไหมเย็บแผล ผ้าพันแผล และโครงกระดูก เป็นต้น การเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยเฉพาะในประเทศอินเดียและจีน ทำให้ตลาดไหมโลกมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตโดยการเพิ่มขึ้นของความต้องการใช้ไหมของประเทศอินเดียและจีนนั้นมาจากการเติบโตของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งที่ผ่านมา ภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไหมไทย โดยมุ่งเน้นส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยเฉพาะผ้าไหมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของไทยได้เป็นอย่างดี แต่ไหมไม่ได้มีคุณสมบัติเพียงเป็นผืนผ้าได้เท่านั้น แต่ยังสามารถใช้ไหมในการสร้างมูลค่าในด้านอื่น ๆ ได้อีก ไม่ว่าจะเป็นยา อาหาร เครื่องสำอาง อุปกรณ์ทางการแพทย์ ฯลฯ ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยหรือรายงานการศึกษาต่าง ๆ จะพบว่า การใช้ไหมในอุตสาหกรรมสิ่งทอมีมูลค่าสูงสุดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้ไหมเป็นวัตถุดิบหรือส่วนประกอบในการผลิต โดยเฉพาะการใช้ไหมในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ซึ่งปัจจุบันมีสัดส่วนทางการตลาดเพียงร้อยละ 2.7 เมื่อเทียบกับตลาดรวมของอุตสาหกรรมไหมโลก จะเห็นได้ว่า จากความพยายามที่ผ่านมาของรัฐบาลและภาคส่วนอื่นๆ ในการเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมและ

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมตามข้อ 1.3 ข้างต้น เป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยยังไม่สามารถก้าวขึ้นมาเป็นประเทศรายได้สูงได้ จึงเปรียบเสมือนการติดอยู่ในกับดัก ทำให้ไม่สามารถก้าวข้ามไปเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วได้

ดังนั้น หากประเทศไทยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไหมในด้านอื่น ๆ และร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหาและจุดอ่อนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมให้มีศักยภาพสามารถแข่งขันได้เวทีโลก จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ไหมไทยให้เป็นที่ยอมรับ และก้าวไกลไปสู่ตลาดโลก จนสามารถสร้างความมั่งคั่งให้แก่ประเทศ และประชาชน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำได้อย่างมหาศาล

บทที่ 2
การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากไหมของประเทศในอนาคต

2.1 ทิศทางในอนาคตของปัญหาและการดำเนินการตามโครงการไหมสร้างชาติจะมีแนวโน้มจะเป็นอย่างไร

จากการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตหม่อนไหม สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาดหม่อนไหม โครงสร้างโซ่อุปทานไหมไทย แบ่งตามอุตสาหกรรมปลายน้ำ ตลอดจนผลการวิจัยและพัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ไหม พบว่า ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไหมไทย โดยมุ่งเน้นส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม แต่ไหมยังสามารถนำไปทำเป็นยา อาหาร เครื่องสำอาง อุปกรณ์ทางการแพทย์ และความมั่นคงอื่นๆ ได้อีก ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างก็มียุทธศาสตร์หรือโครงการที่สนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมไหมไทย แต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเหล่านั้นยังขาดการบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไหมไทยทั้งระบบตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และแนวทางการพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลให้อุตสาหกรรมไหมของประเทศไทยไม่เติบโตเท่าที่ควร โดยทิศทางในอนาคตหากไม่มีการดำเนินการใด ๆ อาจทำให้อุตสาหกรรมไหมของประเทศไทยไม่พัฒนา ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านต่างๆ ลดลง ดังนี้

(1) ด้านประสิทธิภาพการผลิตต่ำ เนื่องจากขาดการทำวิจัยและพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ไหม ส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) และการสร้างนวัตกรรมหรือการต่อยอดการพัฒนามากนัก โดยเฉพาะการทำวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การพัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้าของตนเอง ตลอดจนความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพราะจะเป็นภาระค่าใช้จ่ายที่ต้องลงทุนสูง และต้องใช้เวลานาน และสาเหตุจากเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตมีอายุการใช้งานนานกว่า 10 ปี

(2) ขาดการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าหรือผู้บริโภค เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมให้มีคุณภาพและปลอดภัย ทำให้ไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากเส้นใยไหมให้สนองต่อความต้องการที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จากไหม

(3) เกษตรกร ผู้ประกอบการ ผู้ผลิต และนักออกแบบ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ไหมขาดการเรียนรู้ เข้าใจถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ และไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลวัตถุดิบ วัสดุ ความสำคัญของการออกแบบ และเทรนด์การออกแบบของต่างประเทศ ซึ่งหากเข้าใจได้ถึงแนวคิดเชิงลึก สามารถนำไปสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ไหม ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นและการยอมรับในระดับสากล

(4) ขาดการศึกษาถึงอัตลักษณ์และการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ไหม การออกแบบตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไหมในบริบทต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จะทำให้กลุ่มลูกค้าสามารถจดจำตราสินค้าที่อยู่ในใจได้ ซึ่งจะส่งอิทธิพลต่อการรับรู้และทัศนคติ ทำให้เกิดความผูกพันที่จะนำไปสู่การสร้างความเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้ตราสินค้าเดียวกัน

(5) ต้นทุนการผลิตสูง เนื่องมาจากโครงสร้างภาษีที่ไม่เหมาะสม กล่าวคือ มีอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบในอัตราสูง โดยเฉพาะอัตราภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เส้นใยสังเคราะห์ สารเคมี และวัตถุดิบในการย้อมสี แม้ว่าจะได้ทำการปรับลดอัตราภาษีลงแล้วก็ตาม แต่ก็ยังถือว่าประเทศไทยมีอัตราที่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้

2.2 Potential Demand ในอนาคต ในการแก้ปัญหาและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมไทยสู่ตลาดโลกในอนาคต ซึ่งความต้องการผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพและปลอดภัยในตลาดโลกมีระดับของความต้องการและระดับการแข่งขันของผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์จากไหมแต่ละประเภท ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับของความต้องการและระดับการแข่งขันของผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์จากไหมแต่ละประเภท

(หน่วย : ล้านดอลล่าร์)

ประเภทผลิตภัณฑ์	สิ่งทอ	สิ่งทอและสินค้าทำด้วยไหม	ผ้าทอด้วยไหม	อาหาร (แมลง)	เครื่องสำอาง	ยา และเครื่องมือแพทย์	ของแต่งบ้าน	อาวุธ
ระดับของ Demand (มูลค่าการตลาดของโลก)	199,077	1,559	750	15,311	128,613	594,912	227,724	9,757
ระดับการแข่งขันของไทย (มูลค่าการส่งออกของไทย)	819	13	4	2,660	2,090	548	1,295	15

(ที่มา : Global Trade Atlas, https://www.gtis.com)

จากข้อมูลข้างต้น คณะผู้ศึกษาเห็นว่า ประเทศไทยควรเพิ่มมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมเข้าไปในอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทางการตลาดของโลกสูง เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน ซึ่งนอกจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมแล้ว ยังจำเป็นต้องสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น เพื่อนำผลิตภัณฑ์จากไหมเข้าสู่ตลาดโลกในทุกอุตสาหกรรม (สิ่งทอ อาหารและยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ ฯลฯ) และสร้างประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์จากไหมของโลก” ในอนาคตแบบครบวงจรตลอดห่วงโซ่การผลิต ประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

(1) สนับสนุนให้มีการจัดตั้ง “Dream Team Silk” ตามหลักการ “ประชารัฐ” หรือ “ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชน” (Public Private Partnership : PPP) เพื่อทำหน้าที่วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมครบวงจร โดยเชื่อมโยงและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเข้าด้วยกัน เพื่อให้การบริหารจัดการงบประมาณมีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งความร่วมมือร่วมใจและการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชน เจ้าหน้าที่รัฐ และรัฐบาลจะก่อให้เกิดความเข้มแข็งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมทั้งระบบห่วงโซ่ ส่งผลดีต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของประชาชนทุกคนทั้งในทางตรงและทางอ้อม

(2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในการผลิตสินค้าที่มีนวัตกรรมสูงขึ้นหรือเป็นผู้สร้างนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise) โดยให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย 4 อุตสาหกรรม ได้แก่ สิ่งทอ อาหารและเครื่องสำอาง อุปกรณ์ทางการแพทย์ และยุทธภัณฑ์ กระบวนการขับเคลื่อนจะมุ่งเน้นการบริหารจัดการและนโยบายนวัตกรรม ผ่านความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชน (PPP) ตลอดจนบูรณาการความร่วมมือของหลายกระทรวง

(3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมที่มีอยู่ให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานความปลอดภัยทั้งกระบวนการผลิตเพื่อให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ไหมรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้น มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้า มีการฝึกอบรมผู้ผลิตในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีการพัฒนาเทคโนโลยีได้นำไปสู่การแข่งขันผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางธุรกิจมุ่งไปสู่การดำเนินงานในรูปแบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยมีการขยายห่วงโซ่อุปทานออกไปในระดับภูมิภาคและระดับโลก สร้างโอกาสให้เกษตรกรและผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการที่สามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานได้

(4) ด้านการสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์ผลิตภัณฑ์ไหม เพื่อสร้างความโดดเด่นของภูมิปัญญาไหมไทยให้แก่ผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดสากล จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาอัตลักษณ์เพื่อสร้าง “Brand ผลิตภัณฑ์ไหม” ของตนเองให้เป็นที่รู้จักคุ้นเคยของผู้บริโภค นักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป และลูกค้าต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติที่ดี อันเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างและนำมาซึ่งการจดจำ การตัดสินใจเลือกซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ไหม อันจะส่งผลต่อยอดจำหน่าย และก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการไทยให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

(5) ด้านส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุน จากปัญหาสำคัญที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เนื่องจากปัจจัยหลักๆ 3 ส่วน ได้แก่ 1) ปัญหาจากผู้ประกอบการ อาทิ ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันมีหลักประกันไม่เพียงพอ ระบบบัญชีไม่เป็นมาตรฐาน หรือไม่มีประวัติกับสถาบันการเงินมาก่อน 2) ปัญหาของสถาบันการเงิน เช่นข้อจำกัดด้านเงินทุน กฎระเบียบที่ขาดความยืดหยุ่น และ 3) ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมให้แหล่งเงินทุนเหล่านี้ มีบทบาทมากขึ้นในการสนับสนุนการเติบโตของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในระยะเริ่มต้นธุรกิจ

(6) ด้านเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ เป็นการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งจำเป็นต้องมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการความช่วยเหลือของผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าว เพื่อสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup) ผ่านกระบวนการอบรมเชิงลึกและบ่มเพาะ สนับสนุนให้มีการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น จัดตั้งศูนย์บริการด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ สนับสนุนการดำเนินงานของ Startup Accelerator ให้มีศักยภาพมากขึ้น ให้ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยมีการส่งออกเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าผลิตภัณฑ์ไหม เพิ่มขึ้นร้อยละ 80 ภายใน 5 ปี

2.3 สรุปการคาดการณ์ทิศทางการพัฒนาประเทศในอนาคต (Chapter Summary)

ไหมไทยถูกนำมาใช้ในการทอเป็นผ้าไหมที่มีมูลค่าและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก แต่เศษไหมที่เหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตผ้าไหมนั้นมีมากถึงปีละ 300-400 ตัน และปกติจะถูกนำไปเผาทิ้งโดยเปล่าประโยชน์และก่อให้เกิดมลภาวะในอากาศอีกด้วย นอกจากนั้นไหมไทยยังมีโปรตีนในรูปแบบกรดอะมิโนมากถึง 18 ชนิด ซึ่งมากกว่าไหมพันธุ์ต่างประเทศ ที่สำคัญไปกว่านั้น เมื่อทำการศึกษาลึกลงไป โปรตีนไหมนั้น มีฤทธิ์ฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ ที่ทำให้เกิดโรคผิวหนัง และสิว มีฤทธิ์ต้านการอักเสบ มีสารช่วยป้องกันผิวแห้ง หากนำไปเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอาง และเมื่อนำไปเป็นส่วนผสมของอาหารจะมีสารที่ช่วยควบคุม

โคเลสเตอรอลในหลอดเลือด สลายแอลกอฮอล์ในร่างกายช่วยความจำ ช่วยกระตุ้นการทำงานของหัวใจ อีกทั้งยังมีสารลดแอลกอฮอล์ในตับซึ่งมีมากกว่าถึง 3 เท่า มีสารช่วยความจำ ช่วยกระตุ้นการเต้นของหัวใจมากกว่า 2 เท่า และมีสารลดการเจริญเติบโตของเชื้อไวรัสและสารต้านไวรัส มากกว่าถึง 4 เท่า เมื่อเทียบกับไหมพันธุ์ต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่การใช้ทรัพยากรตลอดกระบวนการอย่างมีประสิทธิภาพ และแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ อีกทั้ง ยังมุ่งให้เกิดการขยายบทบาททางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต แต่ที่ผ่านมา แม้หน่วยงานต่าง ๆ จะให้ความสำคัญและกำหนดนโยบายหรือยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาไหม แต่ยังขาดการบูรณาการร่วมกัน เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้มูลค่าการเติบโตของไหมไทยในตลาดโลกไม่เติบโตต่อเนื่อง ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ไหมไทยสู่ตลาดโลกในอนาคตที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมแบบครบวงจร โดยใช้นวัตกรรมที่นำไปสู่ผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพและปลอดภัยเป็นที่รู้จักและยอมรับของตลาดโลก มุ่งสู่เป้าหมายให้ผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหม มีขีดความสามารถในการแข่งขัน เติบโตด้วยนวัตกรรมธุรกิจ สร้างรายได้เพิ่มนำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิต และยกระดับผลิตภัณฑ์ไหมไทยไปทั่วโลก โดยแนวคิดของการดำเนินงานภายใต้โครงการดังกล่าวให้ความสำคัญทั้งการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่และพัฒนาผู้ประกอบการที่มีทักษะและมีความสามารถในการแข่งขันที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน เพื่อเป็นเครื่องมือสร้างความสามารถในการแข่งขัน การเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด (Competitive Growth) และเป็นเครื่องมือการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ (Inclusive Growth) ดังนั้น ทิศทางการพัฒนาประเทศในอนาคตของโครงการนี้ จะให้ความสำคัญกับการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมให้เติบโต เข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ผ่านแนวคิดการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไหม ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างศักยภาพของเกษตรกรและผู้ประกอบการในด้านต่างๆ ที่สำคัญ อาทิ เทคโนโลยีและนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การเข้าสู่ตลาดโลก เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถก้าวขึ้นมาเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศซึ่งสอดคล้องกับแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาต่างๆ ของประเทศ

บทที่ 3
แนวทางแก้ไขปัญหาและการพัฒนา

3.1 สรุปการเชื่อมโยงผลวิเคราะห์บทที่ 1 (อดีตถึงปัจจุบัน) และบทที่ 2 (ทิศทางของปัญหา - Potential Demand และความท้าทายในอนาคต

ผลิตภัณฑ์ไหม มีคุณภาพและชื่อเสียงมากในระดับโลก โดยเฉพาะผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยที่มีเอกลักษณ์ ได้รับการยอมรับในเรื่องความสวยงาม ทั้งสีสัน ลวดลาย และฝีมือการทอผ้าของคนไทย จนได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมไหมยังมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากไหมสามารถสร้างงานให้กับชาวบ้าน สร้างรายได้ให้กับแรงงานในชนบท ซึ่งไหมไทยเติบโตมากในอุตสาหกรรมสิ่งทอและมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ แต่เมื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไหมในปัจจุบัน จะพบว่า ไหมสามารถนำไปเป็นส่วนประกอบของเครื่องสำอาง ยา อุปกรณ์ทางการแพทย์ วัสดุทดแทนนุ่น สารเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร วัสดุชีวภาพในอุตสาหกรรมต่าง ๆ อาหาร ฯลฯ โดยอุตสาหกรรมเหล่านี้ล้วนมีความต้องการในตลาดโลกที่มีมูลค่าการตลาดสูง ในขณะที่ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมในด้านต่างๆ จากหลายภาคส่วน แต่ไม่สามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดหรือก้าวขึ้นเป็นผู้นำตลาดด้านผลิตภัณฑ์ไหมในระดับโลกได้ เนื่องจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนขาดการบูรณาการการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไหมทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และขาดความต่อเนื่อง ซึ่งหากไม่มีการดำเนินการใด ๆ อาจทำให้อุตสาหกรรมไหมมีขีดความสามารถในการแข่งขันลดลงทั้งด้านประสิทธิภาพการผลิต การเข้าถึงลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ และต้นทุนการผลิต จึงเป็นโจทย์ประเด็นท้าทายต่อการพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ไหมไทยในอนาคต คือ **“ทำอย่างไรที่จะสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมให้มีขีดความสามารถแข่งขันได้บนเวทีโลก เพิ่มมูลค่าให้ไหมไทยเป็นที่ยอมรับและก้าวไกลไปสู่ตลาดโลก จนสามารถสร้างความมั่งคั่งให้แก่ประเทศ และประชาชนในทุกห่วงโซ่มูลค่า”**

นอกจากความท้าทายดังกล่าวแล้ว ยังมีประเด็นสำคัญที่เป็นเสมือนปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมครบวงจร เกี่ยวข้องกับหน่วยงานจำนวนมาก ตั้งแต่หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเป็นผู้ที่ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาในห่วงโซ่การผลิต หน่วยงานที่ทำหน้าที่หลักในห่วงโซ่การแปรรูป เช่น หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานที่รับผิดชอบการส่งเสริมในห่วงโซ่การขายหรือการตลาด เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ สำนักนายกรัฐมนตรี นอกจากนั้นยังมีหน่วยงานอื่น ๆ อีกจำนวนมากที่มีส่วนร่วมพัฒนาหม่อนไหมไทยครบวงจร อาทิ มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ นักวิชาการจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ภาคเอกชน กลุ่มวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ ตลอดจนกลุ่มพัฒนา กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มชุมชนต่าง ๆ ซึ่งประเด็นท้าทายต่อการพัฒนา คือ การทำให้หน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้บูรณาการ

การทำงานร่วมกัน ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันและต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายร่วมกันให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ไหมไทยแบบครบวงจร ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมมีขีดความสามารถในการแข่งขัน เติบโตด้วยนวัตกรรมธุรกิจสร้างรายได้เพิ่มนำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต และยกระดับผลิตภัณฑ์ไหมไทยไปทั่วโลกเพื่อให้ประเทศไทยก้าวไปสู่การเป็น **“ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์จากไหมของโลก”**

3.2 เป้าหมายหลักที่ต้องบรรลุให้ได้ภายใน 4 – 5 ปี

ผลิตภัณฑ์ไหม เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีมูลค่าสูง บ่งบอกถึงอัตลักษณ์และความเป็นไทยได้เป็นอย่างดี นอกจากไหมจะสร้างมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยแล้ว ไหมยังมีคุณสมบัติด้านอื่น ๆ อีกมากมายที่สามารถนำไปผลิตอาหาร ยา อุปกรณ์การแพทย์ และยุทธภัณฑ์ ได้อีก แต่จากการศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของตลาดพบว่าไหมที่ใช้เป็นส่วนประกอบในอุตสาหกรรมเหล่านั้นมีสัดส่วนการตลาดน้อยมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งหากมีการสนับสนุนการนำไหมไปผลิตหรือพัฒนาในอุตสาหกรรมใหม่ จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้ก้าวไกลไปสู่ตลาดโลก และเป็นการพัฒนาประเทศไปสู่วิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”

“โครงการไหมสร้างชาติ” จึงเป็นโครงการที่คณะผู้ศึกษาจัดทำขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม โดยกำหนดเป้าหมายหลักร่วมกันให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และผู้ที่เกี่ยวข้องได้ยึดถือ คือ **“ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมมีขีดความสามารถในการแข่งขันเติบโตอย่างยั่งยืน มีนวัตกรรมธุรกิจไหม สร้างรายได้เพิ่ม นำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และยกระดับอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ไหมไปทั่วโลก”** โดยมีตัวชี้วัด คือ **“มูลค่าผลิตภัณฑ์ไหมเพิ่มขึ้นร้อยละ 80 ภายใน 5 ปี”**

ภารกิจที่ต้องจัดทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลัก คือ การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น โดยดำเนินการในเชิงบูรณาการและเชื่อมโยงกับนโยบายทุกระดับ ดังนี้

1. นโยบาย Thailand 4.0 โครงการไหมสร้างชาติ มุ่งสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม ที่มีทักษะมีความสามารถในการแข่งขันที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน มีนวัตกรรมในการสร้างโมเดลโดยนำเอานวัตกรรมเข้ามาช่วยเพิ่มจุดแข็งและคุณค่าให้ธุรกิจ โดยการเติมเต็มด้วยวิทยาการความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา แล้วต่อยอดความได้เปรียบเพื่อให้กลายมาเป็น “ความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน” สำหรับกลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม 1. กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-Tech) 2.กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med) 3. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services) เป็นการสนับสนุนการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และพัฒนาผู้ประกอบการตามนโยบาย Thailand 4.0 ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมมีขีดความสามารถในการแข่งขัน

เพิ่มขึ้น สามารถสร้างความเติบโตของเศรษฐกิจให้ ประเทศไทยมีโอกาสกลายเป็นกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูงด้วยการทำน้อยแต่ได้มาก ลดการพึ่งพาต่างชาติ ลดความเหลื่อมล้ำต่างๆ สร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจและสังคม โดยอาศัยการเปลี่ยนสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้านวัตกรรมแทน

2. ยุทธศาสตร์ชาติในระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันอันจะก่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ โดยยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ชาติ 6 ด้าน ซึ่งการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม มุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างนักรบเศรษฐกิจยุคใหม่ ซึ่งเป็นการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการที่มีทักษะและมีความสามารถในการแข่งขันที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน

3. แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ โดยการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม เป็นการพัฒนาตามแผนแม่บทแห่งชาติ แผนที่ 8 คือ การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้ประกอบการไทย ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน มีความสามารถในการแข่งขันและมีนวัตกรรมในการสร้างรูปแบบธุรกิจ นวัตกรรมของสินค้าและบริการ และนวัตกรรมในกระบวนการผลิตสินค้าและการให้บริการตลอดจนมีทักษะในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และดิจิทัล และมีความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยครอบคลุมการพัฒนาผู้ประกอบการ รายใหญ่ กลาง เล็ก วิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจชุมชน หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งเกษตรกร

4. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติ เพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศในทุกด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจกระแสใหม่ และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพให้เติบโต การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ การส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ (Outward investment) ซึ่งในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ประกอบด้วย 10 ยุทธศาสตร์ สำหรับการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมจะเป็นการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่

4.1 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมทั้งใหม่และเก่าได้มีโอกาสไปสู่ตลาดไหมโลกในการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมอย่างต่อเนื่อง ให้เติบโตเข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ให้สามารถก้าวขึ้นมาเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ จะส่งผลต่อการสร้างความมั่งคั่งของประเทศ

4.2 ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าการผลิต โดยการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไหมแห่งอนาคตแบบครบวงจรและสร้างเศรษฐกิจฐานรากชีวภาพ (Bio – economy) ส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และสร้างนวัตกรรมไหมแบบบูรณาการให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง

เพิ่มผลิตภาพอุตสาหกรรมไหมและบริการตลอดห่วงโซ่มูลค่า ส่งเสริมและพัฒนาตลาดดิจิทัล และมีนวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ รวมถึงการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

5. แผนงานบูรณาการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต โดยการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม จะเป็นการสร้างอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต ได้แก่ อุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์ครบวงจร

6. ยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ.2560-2564 กระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไว้เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยโครงการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม ได้จัดทำแนวทางและกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรม ดังนี้

6.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างศักยภาพของภาคอุตสาหกรรมให้เติบโตและเข้มแข็ง การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในอนาคต โดยมุ่งเน้นงานวิจัย การต่อยอดงานวิจัยและพัฒนา การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มผลิตภาพและพัฒนามาตรฐานให้ผลิตภัณฑ์ไหมตลอดห่วงโซ่คุณค่า มีความสามารถในการแข่งขันในระดับที่สูงขึ้น

6.2 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมให้เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไหมแห่งอนาคตแบบครบวงจรและสร้างเศรษฐกิจฐานรากชีวภาพ (Bio – economy) จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ไหม โดยมุ่งเน้นการดำเนินกิจการที่เป็นมิตรกับสังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมให้เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน

3.3 เป้าหมายรองเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายหลัก

การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม มีเป้าหมายหลัก คือ “ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมมีขีดความสามารถในการแข่งขันเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยนวัตกรรมธุรกิจไหม สร้างรายได้เพิ่มนำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และยกระดับอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ไหมไปทั่วโลก” ซึ่งคณะผู้ศึกษาได้กำหนดเป้าหมายรองเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายหลักดังกล่าว โดยมุ่งเน้น

3.3.1 ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม การพัฒนาให้ผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่ ให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น โดยมีแนวคิดในการจัดตั้ง “Dream Team Silk” มีหน้าที่วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมครบวงจร เพื่อส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในทุกห่วงโซ่ ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ให้บริการ ผู้ส่งออก และแรงงาน ให้มีองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี ดิจิทัล ข้อมูลปัญญาประดิษฐ์ หุ่นยนต์อัจฉริยะ เพื่อเพิ่มผลิตภาพของผลิตภัณฑ์ไหมให้มากขึ้นอย่างมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับ สามารถส่งออกไปขายต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ GDP ของประเทศไทยสูงขึ้น เกษตรกรมีรายได้ต่อหัวเพิ่มขึ้น และมีการจ้างงานเพิ่มขึ้นด้วย

3.3.2 ด้านการสร้างมูลค่าทางการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ไหมในทุกกระบวนการผลิต ให้มีมูลค่าทางการตลาดเพิ่มขึ้น ต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไหมเข้าสู่ตลาดโลกที่มีมูลค่าสูง โดยเฉพาะ

อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องสำอาง อาหารและยา ยุทธภัณฑ์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ ซึ่งประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านไหมเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว หากผลักดันให้มีการสร้างแบรนด์ที่มีอัตลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่รู้จักเช่นเดียวกับผ้าไหมที่ใช้ตราสัญลักษณ์นกยูงไทย โดยให้นักออกแบบจากต่างประเทศเป็นผู้ออกแบบตราสินค้า ประกอบกับ การทำการตลาดโดยผู้เชี่ยวชาญระดับต้น ๆ ของโลก จะช่วยให้โครงการไหมสร้างชาติประสบความสำเร็จได้เร็วขึ้น

3.4 แนวทางการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม

จากการวิเคราะห์ปัญหาและแนวโน้มของปัญหาในอนาคตของผลิตภัณฑ์ไหม สามารถวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT analysis) ได้ดังนี้

3.4.1 จุดแข็ง (Strengths)

1) ไหมไทยเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงในเรื่องของความเป็นเอกลักษณ์ สวยงาม สะท้อนถึงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของไทย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายสัญลักษณ์นกยูงไทย ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์รับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลก

2) ผลิตภัณฑ์ไหมไทยมีการผลิตครบวงจร ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

3) มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งสมาคม เพื่อพัฒนา ให้ความช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาอุตสาหกรรมไหมของไทย อาทิเช่น การตั้งสมาคมอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์ สมาคมอุตสาหกรรมทอผ้าไทย สมาคมอุตสาหกรรม สิ่งทอไทย สมาคมอุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์ และตกแต่งสำเร็จ สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย และสมาคมไหมไทย

4) ต่างชาติเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ไหม และผู้ประกอบการไทย เพราะมีประสบการณ์ด้านอุตสาหกรรมไหมยาวนาน

5) มีความร่วมมืออันดีระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการแก้ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นทำให้การแก้ไขปัญหาเป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

6) ประเทศไทยมีที่ตั้งเหมาะสมในการเป็นศูนย์กลางภูมิภาค

3.4.2 จุดอ่อน (Weakness)

1) การจัดทำข้อมูลการขึ้นทะเบียนเกษตรกรหม่อนไหมยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ยังขาดรายละเอียดเพื่อใช้ในการจำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล

2) การจัดทำข้อมูลพื้นฐานทั้งด้านการผลิตและการตลาดยังไม่เป็นปัจจุบัน

3) โครงการ และ/หรือ ระบบงาน เครื่องมือ/อุปกรณ์ ที่พัฒนาขึ้นบางส่วนยังไม่ถูกขับเคลื่อนให้มีการดำเนินงานต่อเนื่อง และเกิดประโยชน์ต่อเกษตรกร

4) ต้นทุนการผลิตสูง เนื่องมาจากโครงสร้างภาษีที่ไม่เหมาะสม กล่าวคือ มีอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบในอัตราสูง โดยเฉพาะอัตราภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เส้นใยสังเคราะห์ สารเคมี และวัตถุดิบในการย้อมสี แม้ว่าจะได้ทำการปรับลดอัตราภาษีลงแล้วก็ตาม แต่ก็ยังถือว่าประเทศไทยมีอัตราที่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้

5) ขาดการทำตลาดเชิงรุก ส่วนใหญ่เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า และไม่มีแบรนด์เนมเป็นของตนเอง ตลอดจนขาดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

6) ขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญเรื่องไหม เนื่องจากมีบุคลากรที่จบการศึกษาทางด้านนี้มีจำนวนน้อย

7) การถ่ายทอดความรู้จากบุคลากรรุ่นเก่า ไปยังรุ่นใหม่ (Coaching) ยังไม่มีความต่อเนื่อง

3.4.3 โอกาส (Opportunity)

1) รัฐบาลมีนโยบายการพัฒนาในระดับภาคของประเทศ ซึ่งเอื้อต่อการดำเนินงานด้านไหม

2) ประเทศไทยเป็น Lead Country ใน Sericulture Working Group ในภูมิภาคอาเซียน

3) หน่วยงานของรัฐมีการเสนอแผนงานบูรณาการพัฒนาศักยภาพภาคเกษตรต่อรัฐบาล ซึ่งครอบคลุมการเกษตรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ จึงเป็นโอกาสที่ดีในการเสนอแผนงาน/โครงการและงบประมาณสนับสนุนผู้ประกอบการภายใต้แผนงานบูรณาการนี้

4) หน่วยงานของรัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในด้านการยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร ซึ่งตรงกับทิศทางของหน่วยงานในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไหม

5) มีเครือข่ายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่พร้อมร่วมดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ไหม

6) รัฐบาลมีนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ไหมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมในเชิงการท่องเที่ยว

7) ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการผลิต สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ไหมได้

8) ตลาดต่างประเทศ เป็นตลาดที่สำคัญของไทยในอนาคต มีมูลค่าทางการค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3.4.4 ภัยคุกคาม (Threat)

1) การปฏิบัติตามเงื่อนไข/กฎระเบียบสากล เช่น มาตรฐานการผลิต (ISO 9000) มาตรฐานสิ่งแวดล้อม (ISO 14000) และมาตรฐานการจ้างงาน (SA 8000) เป็นต้น

2) ขาดข้อมูลเชิงลึก ข้อมูลข่าวสารไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ และขาดการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย เช่น ข้อมูลด้านการผลิต การนำเข้าและส่งออกของประเทศคู่แข่ง เป็นต้น

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ไหมไทยยังมีจุดแข็ง และโอกาสที่พอจะแข่งขันในตลาดโลกได้ แต่ขณะเดียวกันก็มีจุดอ่อนที่สำคัญ นั่นคือขาดการพัฒนาและการสนับสนุนอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการสนับสนุนการผลิตไหมเพื่อตลาดเครื่องสำอาง ยา อุปกรณ์ทางการแพทย์ ที่มีน้อยมาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ไหมที่นอกเหนือจากอุตสาหกรรมสิ่งทอไม่เติบโตเท่าที่ควรคณะผู้ศึกษาจึงมีแนวคิด “สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการให้มีทักษะและขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีอัตลักษณ์” โดยมีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหม ดังนี้

(1) ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไหมแห่งอนาคตแบบครบวงจรและสร้างเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio – economy)

(2) ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรมไหมแบบบูรณาการให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน

(3) ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง

(4) เพิ่มผลิตภาพอุตสาหกรรมไหมและบริการตลอดห่วงโซ่มูลค่า

(5) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดดิจิทัล และมีนวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่

(6) สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ด้วยศักยภาพและคุณสมบัติเฉพาะที่เป็นข้อได้เปรียบและไม่สามารถทดแทนด้านผลิตภัณฑ์อื่นได้ นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่จะบรรลุเป้าหมายโครงการไหมสร้างชาติ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม ดังนี้

<u>ตารางที่ 2</u> แนวทางการบรรลุเป้าหมายของโครงการไหมสร้างชาติเพื่อนำไปสู่ภาคปฏิบัติจริง

แนวทางการพัฒนา	กลยุทธ์
1. ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไหมแห่งอนาคตแบบครบวงจรและสร้างเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio – economy)	ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากไหม โดยการใช้วัตถุดิบชีวภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
2. ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรมไหมแบบบูรณาการให้มีศักยภาพและ ขีดความสามารถในการแข่งขัน	สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น
3. ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง	ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง
4. เพิ่มผลิตภาพอุตสาหกรรมไหมและบริการตลอดห่วงโซ่มูลค่า	เพิ่มผลิตภาพของผลิตภัณฑ์ไหม เพื่อการส่งออก (Productivity)
5. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดดิจิทัล และมีนวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่	ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในภาคผลิตภัณฑ์ไหม ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ให้บริการ ผู้ส่งออก และแรงงาน ให้สามารถทำงานด้านดิจิทัล ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ หุ่นยนต์ ระดับอัตโนมัติและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ
6. สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	สนับสนุนและเข้าถึงแหล่งเงินแบบบูรณาการ (PPP/Seed Funding/Matching Funding)
	พัฒนาระบบภาษีดิจิทัล

3.5 สรุปภาพรวมของเป้าหมายหลัก และแนวทางบรรลุเป้าหมาย (Chapter Summary)

โครงการไหมสร้างชาติ มุ่งเน้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไหมแห่งอนาคตแบบครบวงจรและสร้างเศรษฐกิจฐานชีวภาพ การส่งเสริมการวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรมไหมแบบบูรณาการให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง การเพิ่มผลิตภาพอุตสาหกรรมไหมและบริการตลอดห่วงโซ่มูลค่า การส่งเสริมและพัฒนาตลาดดิจิทัล และมีนวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ รวมถึงการสนับสนุนให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมมีขีดความสามารถในการแข่งขันเติบโตอย่างยั่งยืน มีนวัตกรรมธุรกิจไหมสร้างรายได้เพิ่มขึ้น นำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และยกระดับอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ไหมไปทั่วโลก โดยมุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์จากไหมของโลก” จึงได้กำหนดกลยุทธ์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย ประกอบด้วย

กลยุทธ์ที่ 1 : ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากไหม โดยการใช้วัตถุดิบชีวภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 2 : สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น

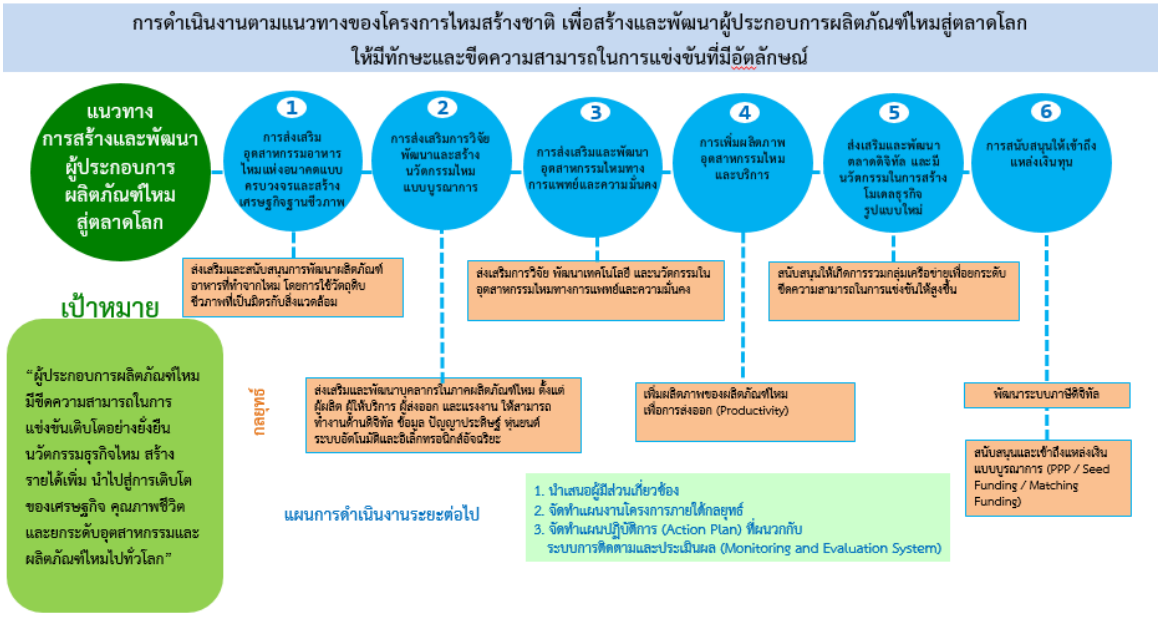
กลยุทธ์ที่ 3 : ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง

กลยุทธ์ที่ 4 : เพิ่มผลิตภาพของผลิตภัณฑ์ไหม เพื่อการส่งออก

กลยุทธ์ที่ 5 : ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในภาคผลิตภัณฑ์ไหม ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ให้บริการ ผู้ส่งออก และแรงงาน ให้สามารถทำงานด้านดิจิทัล ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ หุ่นยนต์ ระดับอัตโนมัติและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ

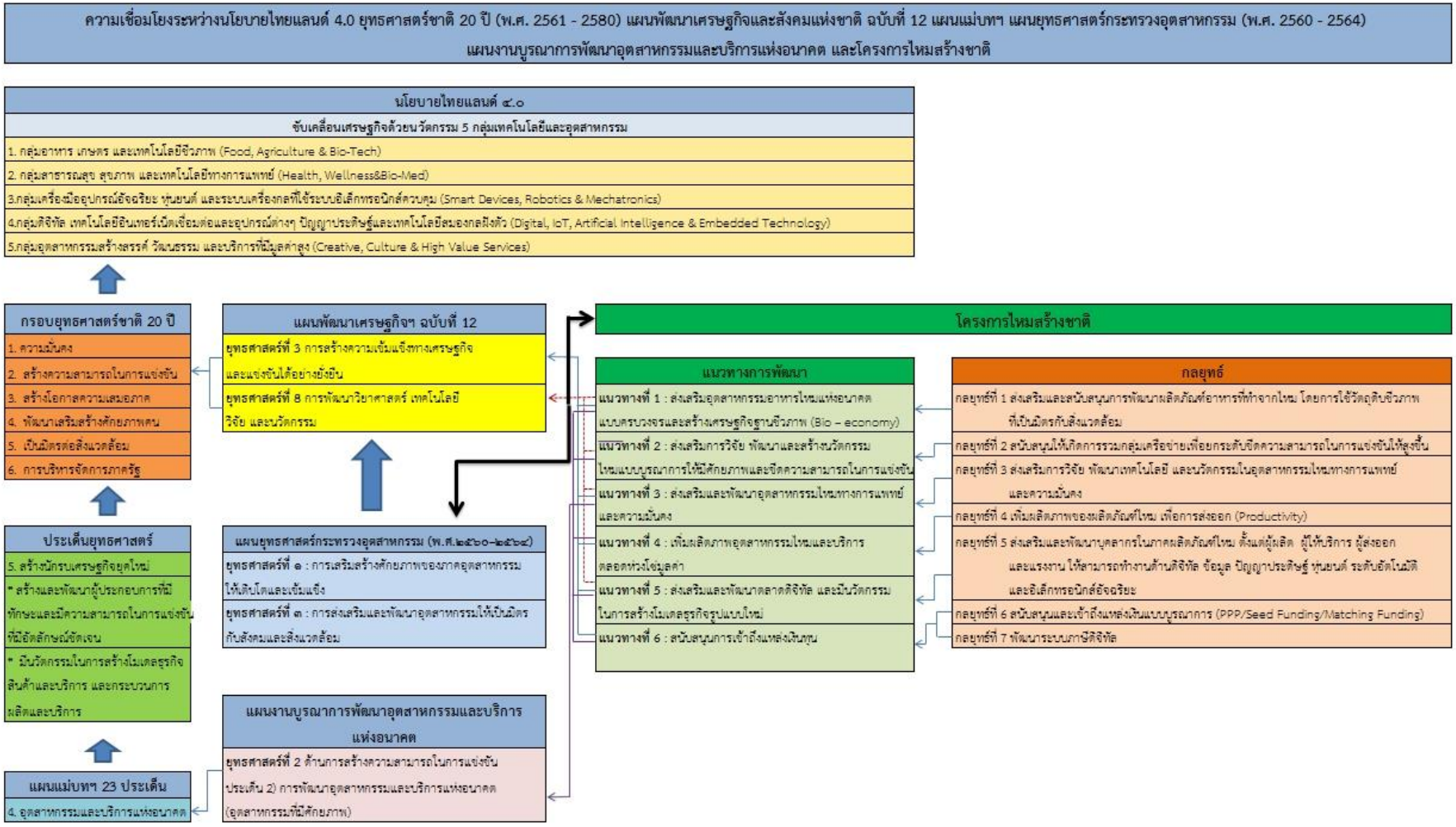
กลยุทธ์ที่ 6 : สนับสนุนและเข้าถึงแหล่งเงินแบบบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ 7 : พัฒนาระบบภาษีดิจิทัล



ภาพที่ 1 แนวทางของโครงการไหมสร้างชาติ เพื่อสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสู่ตลาดโลก ให้มีทักษะและขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีอัตลักษณ์

แนวทางการขับเคลื่อนโครงการไหมสร้างชาติ



ภาพที่ 2 แนวทางการขับเคลื่อนโครงการไหมสร้างชาติ

บทที่ 4
การนำแนวทางของโครงการไหมสร้างชาติบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ

4.1 การนำแนวทางบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ

โครงการไหมสร้างชาติ โดยกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นเจ้าภาพหลักและทุกภาคในการขับเคลื่อนโครงการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสู่ตลาดโลกมีเป้าหมายสูงสุดของโครงการอยู่ที่การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหม ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน เติบโตด้วยนวัตกรรมธุรกิจ สร้างรายได้เพิ่ม นำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิต และยกระดับผลิตภัณฑ์ไหมไทย ไปทั่วโลก ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมของไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าผลิตภัณฑ์ไหม เพิ่มขึ้นร้อยละ 80 ซึ่งเป็นเรื่องที่ท้าทายในระยะเวลา 5 ปี และจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสามารถพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมรายเดิมและสร้างผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมรายใหม่ให้สามารถสร้างนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ เพื่อการต่อยอดผลิตภัณฑ์ไหมเดิมที่กำลังจะถึงจุดอิ่มตัว ให้มีการพัฒนาต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงต้องมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมให้มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดโลก และเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจให้มากขึ้น มีการลงทุนเพิ่มขึ้น และมีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและในระดับสากลสูงขึ้น โครงการไหมสร้างชาติเพื่อสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสู่ตลาดโลก ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2562-2566) จะมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมสามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งภายใต้บริบทการแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมไทยจะต้องมีความรู้ มีทักษะในการประกอบธุรกิจ สามารถสรรค์สร้างสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีมูลค่าสูงแข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก เพื่อให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมก้าวขึ้นเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศได้อย่างแท้จริงในการที่จะบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่วางไว้ จึงกำหนดแนวทางดำเนินงาน ดังนี้

ภาพรวมแนวทางการพัฒนา กลยุทธ์ แผนงาน/โครงการไหมสร้างชาติ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม

แนวทางการพัฒนา	กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ	หน่วยงานหลัก
1. ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไหมแห่งอนาคตแบบครบวงจรและสร้างเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio – economy)	ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากไหม โดยการใช้วัตถุดิบชีวภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	▪ โครงการเตรียมความพร้อม “คน” เพื่อรองรับอาหารไหมชีวภาพ (Bio-Silk Food)	กสอ. อย กสก.
2. ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรมไหมแบบบูรณาการให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน	สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น	▪ จัดตั้ง“Dream Team Silk” ▪ โครงการสร้างพัฒนาวิสาหกิจไหม ▪ โครงการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ไหม (วิจัยและพัฒนา) ▪ โครงการพัฒนาศักยภาพและเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการไหม	ทุกภาคส่วน กสอ. กสก. สสว. สศช.

แนวทางการพัฒนา	กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ	หน่วยงานหลัก
3. ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง	ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง	▪ โครงการขยายโอกาสทางการตลาดผลิตภัณฑ์ไหม ▪ โครงการพัฒนาวิสาหกิจไหมสู่ผู้ประกอบการยุคใหม่	กสอ. อย. กทท. พค.
4. เพิ่มผลิตภาพอุตสาหกรรมไหมและบริการตลอดห่วงโซ่มูลค่า	เพิ่มผลิตภาพของผลิตภัณฑ์ไหม เพื่อการส่งออก (Productivity)	▪ โครงการ Silk Safety and Creative Economy ▪ โครงการ Smart Silk / Smart Officer	กสอ.
5. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดดิจิทัล และมีนวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่	ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในภาคผลิตภัณฑ์ไหม ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้ให้บริการ ผู้ส่งออก และแรงงาน ให้สามารถทำงานด้านดิจิทัล ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ หุ่นยนต์ระดับอัตโนมัติและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ	▪ โครงการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการยกระดับธุรกิจผลิตภัณฑ์ไหม (Silk-Digital) ▪ โครงการศูนย์การให้บริการและช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการไหมแบบครบวงจร (Silk-Center) ▪ โครงการตลาดไหมดิจิทัล	พช. สสว. กทท. อปท. สค. กสอ. วว. สวทน. สวทช.
6. สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	การสนับสนุนและเข้าถึงแหล่งเงินแบบบูรณาการ (PPP / Seed Funding / Matching Funding)	▪ โครงการ Seed Funding / Matching Funding for Silk	บสย. สศค. ธปท. SFIs
	การพัฒนาระบบภาษีดิจิทัล	▪ โครงการพัฒนาระบบภาษีและเอกสารธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	กค.

4.2 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการนำแนวทางบรรลุเป้าหมาย

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ในการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสู่ตลาดโลกตามโครงการไหมสร้างชาติ แบ่งประเด็นปัจจัยแห่งความสำเร็จตามแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมในกลุ่มเสื้อผ้า อาหารและยา ยุทธภัณฑ์ และเครื่องสำอาง ดังนี้

4.2.1 จัดตั้ง “Dream Team Silk” ที่มีลักษณะเป็นหน่วยงานอิสระ ทำหน้าที่อำนวยการให้เกิดการขับเคลื่อนงานในลักษณะหุ้นส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหม โดยบูรณาการการทำงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมด้วยความร่วมมือสานพลังของทุกภาคส่วนให้มีทิศทางที่สอดรับกัน เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไหมเข้าสู่ตลาดโลก ซึ่งแนวทางในการทำงานของคณะทำงานโครงการไหมสร้างชาติ นำหลักการของประชารัฐ และ ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชน (Public Private Partnership) หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า “PPP” มาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมในทุกห่วงโซ่ ซึ่งหากสามารถจัดตั้งคณะทำงาน เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาดังกล่าวได้สำเร็จ จะทำให้โครงการไหมสร้างชาติเป็นรูปธรรม ส่งผลให้รายได้ของประเทศสูงขึ้น มีการจ้างงานและช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น

4.2.2 การวิจัยและพัฒนา (Research & Development : R&D) เพื่อค้นหา “นวัตกรรม” (Innovation) เป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างมูลค่าเพิ่มที่แตกต่างของผลิตภัณฑ์ไหม ยิ่งในยุคที่โลกเปลี่ยนแปลงไป คู่แข่งในตลาดมีมากขึ้น และแต่ละรายมีกลยุทธ์การแข่งขันในรูปแบบที่หลากหลาย การเตรียมความพร้อมด้วยการให้ความสำคัญด้านการวิจัยและพัฒนา โดยการบูรณาการร่วมกันจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหม ตั้งแต่กระบวนการผลิตวัตถุดิบ (ต้นน้ำ) การผลิตผลิตภัณฑ์ไหม (กลางน้ำ) จนกระทั่งขายผลิตภัณฑ์ไหม (ปลายน้ำ) จึงเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นกุญแจนำไปสู่ความสำเร็จอื่นๆ ดังนี้ (1) การวิจัยและพัฒนาทำให้รู้ถึงเทรนด์ตลาด เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในกรณีที่บริษัทได้ขยายฐานการตลาดออกสู่ต่างประเทศ ที่สำคัญอีกประการคือ ผลของการวิจัยและพัฒนายังเปรียบเสมือนเป็นใบรับรองคุณภาพที่เกี่ยวข้องตามกฎระเบียบหรือข้อกำหนดของคู่ค้าระหว่างประเทศ (2) การวิจัยและพัฒนานำไปสู่การพัฒนาโปรดักส์ที่ดีมีคุณภาพ ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ซึ่งอาจทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิต ช่วยประหยัดต้นทุน (3) การวิจัยและการพัฒนานำไปสู่การบริการที่ดีของทีมงานที่พร้อมตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (4) การวิจัยและพัฒนานำไปสู่การแตกไลน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ในอนาคต ซึ่งนั่นเท่ากับว่าเป็นการขยายฐานตลาดสู่กลุ่มผู้บริโภคใหม่ (5) การวิจัยและพัฒนาทำให้สามารถลดแรงกดดันการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้กล่าวคือ ในการยื่นขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินสามารถที่จะอ้างอิงถึงผลงานการวิจัยและพัฒนาได้ (6) การวิจัยและพัฒนานำไปสู่ ความเข้มแข็งที่ยั่งยืนที่อาจนำธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กอันเป็นฐานที่สำคัญซึ่งนำไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ต่อไป

4.2.3 ความพร้อมและการบูรณาการแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหม ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจให้เอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหม เงินทุนมีผลอย่างยิ่งต่อการเติบโตและ ความอยู่รอดของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การเข้าถึงแหล่งเงินทุนถือเป็นปัญหาสำคัญสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมมาอย่างยาวนานเป็นผลจากข้อจำกัดทั้งด้านความไม่พร้อมของผู้ประกอบการหลักเกณฑ์ที่ไม่ยืดหยุ่นของสถาบันการเงิน ประเภทของเงินทุนในประเทศที่ไม่มีความหลากหลายและไม่ตอบสนองความต้องการของธุรกิจในแต่ละช่วงการเติบโต ทั้งนี้ พบว่าผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญปัญหาการเข้าถึง แหล่งเงินทุน ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะปิดกิจการ และบางกลุ่มต้องรับภาระจากต้นทุนการกู้ยืมที่สูงเกินไป ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจ ในทางตรงกันข้ามผู้ประกอบการที่เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้จะสามารถต่อยอดสร้างการเติบโตของยอดขาย ขยายธุรกิจ และจ้างแรงงานเพิ่ม ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมบางส่วนที่เข้าถึงแหล่งเงินทุนก็ยังมีข้อจำกัดในการบริหารจัดการเงินให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้น โครงการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสู่ตลาดโลก จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสามารถอยู่รอดและเติบโตได้ด้วยการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สร้างและพัฒนาปัจจัยที่เอื้อให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสามารถเข้าถึงแหล่งทุน รวมถึงสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

4.2.4 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไหม ประกอบด้วย 6 ปัจจัย คือ (1) การสร้างผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพดีเพราะจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจและไว้วางใจ จนเกิดการซื้อซ้ำ ส่งผลให้กิจการเพื่อสังคมอยู่ได้อย่างยั่งยืน (2) การกำหนดปรัชญาและเป้าหมายที่ชัดเจนขององค์กรควบคู่กับการยึดมั่นในการดำเนินงานเพื่อสังคม เพื่อให้สังคมได้รับประโยชน์มากกว่าผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร (3) การสร้าง

วัฒนธรรมในองค์กรที่เข้มแข็ง โดยสร้างวัฒนธรรมการปฏิบัติต่อพนักงานเสมือนคนในครอบครัว (4) การสร้างความเป็นหุ้นส่วน/ความร่วมมือระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับชุมชน โดยมีชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของกิจการและเติบโตไปพร้อม ๆ กัน (5) การสร้างความยั่งยืนตลอดกระบวนการผลิตและดำเนินธุรกิจโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดผลเสียในระยะยาวต่อสังคมสุขภาวะและ (6) การใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสื่อสารหลักเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ไหมได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผลิตภัณฑ์ไหม ตลอดจนสามารถสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมยุคใหม่ ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน โดยมีนวัตกรรมใน ๓ ด้าน คือ นวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจ นวัตกรรมในเชิงสินค้า และนวัตกรรมในเชิงกระบวนการผลิต พร้อมทั้งเป็นนักการค้าที่เข้มแข็งที่จะนำไปสู่การสนับสนุนการเป็นชาติการค้ามีความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ

4.2.5 การเข้าสู่ตลาดสากลของผลิตภัณฑ์ไหม ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมมีการจัดการการผลิตผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน สามารถนำผลิตภัณฑ์ไหมออกสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งพิจารณาสร้างความเชื่อมโยงผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้แก่ ด้านการตลาด ผู้ใช้ประโยชน์กลุ่มต่างๆ ทั้งในประเทศและตลาดโลก นำข้อมูลที่ได้มาบูรณาการนำไปสู่รูปแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการใหม่อย่างมีศักยภาพที่แท้จริง ด้วยการใช้แนวคิดร่วมออกแบบ (Co-design) และ Customization เข้ามาร่วมพัฒนา และพัฒนาแนวทางการใช้ระบบการผลิต เทคโนโลยี และนวัตกรรม ให้สอดคล้องกับรูปแบบการรวมกลุ่มการผลิตไหมแต่ละประเภทรวมทั้งนำเสนอต้นแบบการรวมกลุ่มการผลิตไหมที่มีศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง นำไปสู่การพัฒนาธุรกิจรูปแบบ (Model) ใหม่ที่เข้มแข็งและยั่งยืนเพื่อขับเคลื่อนต้นแบบที่มีศักยภาพที่จะต่อยอดงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากไหม ได้แก่ การแปรรูปเสื้อผ้า สิ่งทอเคหะ และอื่นๆ ที่ทำจากไหม ช่วยเพิ่มศักยภาพให้กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตไหม และผู้ประกอบการทั้งระบบได้รับการพัฒนายกระดับและนำไปสู่เชิงพาณิชย์ เพื่อขับเคลื่อน (Key Driver) ให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมของไทยมีความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จสามารถเป็น “ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์จากไหมของโลก ” เพื่อขยายการค้าและการลงทุนไปต่างประเทศได้ในอนาคตอันใกล้

4.3 ความท้าทายในการนำแนวทางบรรลุเป้าหมายไปปฏิบัติ ความเสี่ยง และแนวทางในการบริหารความเสี่ยง

การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม มีจุดมุ่งหมายเพื่อการก้าวไปสู่การเป็น “ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์จากไหมของโลก” ซึ่งประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น เงินทุน ตลาดและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิต รวมถึงแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมของรัฐบาลที่ถือเป็นพลังขับเคลื่อนให้แก่การพัฒนาอุตสาหกรรมไหมไทยให้เข้าสู่ตลาดโลก โดยหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องต้องบูรณาการร่วมกันเพื่อกำหนดมาตรการหรือแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไหมทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ให้มีผลผลิตมากขึ้นแต่ต้นทุนการผลิตต่ำลง มีการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้ในการผลิตในยุคแห่งการปฏิวัติอุตสาหกรรม 4.0 พร้อมทั้งมีนโยบายและกลไกต่างๆเพื่อสร้างพลังขับเคลื่อนและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ประกอบการ ในการเผชิญกับความท้าทายต่างๆที่ส่งผลกระทบในทางลบต่อแผนการขยายการผลิตและการส่งออกในอนาคต

การดำเนินการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมผ่านโครงการต่าง ๆ ตามแนวทางการพัฒนา และกลยุทธ์ที่ตั้งไว้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และให้ประเทศไทยกลายเป็น “ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์จากไหมของโลก” ย่อมมีความเสี่ยงที่ต้องเผชิญ ดังนี้

4.3.1 ความเสี่ยงทางการผลิต ความเสี่ยงในการผลิตได้แก่ ความเสี่ยงเรื่องของปริมาณ คุณภาพของวัตถุดิบ มาตรฐานของกระบวนการผลิต เนื่องจากประเทศไทยมีผลผลิตจากไหมซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์ไหมต่าง ๆ ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ และการผลิตไหมส่วนใหญ่ผลิตเป็นอาชีพเสริม และทำในครัวเรือน ดังนั้น การผลิตผลิตภัณฑ์ไหมจึงต้องเผชิญกับความเสี่ยงในเรื่องความเพียงพอของวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ ตลอดจนกระบวนการผลิตที่มีปัจจัยภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ฤดูกาล เพราะผลผลิตของเส้นไหมในฤดูฝนจะมีไม่มากนัก เนื่องจากเมื่อความชื้นสูงเกิน 90% เชื้อราเข้าทำอันตรายได้ง่าย ซึ่งจะทำให้ไหมอ่อนแอ

การจัดการความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจในความต่อเนื่องและคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ ต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการต้นน้ำของห่วงโซ่มูลค่า โดยหน่วยงานของรัฐ และเอกชนต้องร่วมมือกันเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรผู้เลี้ยงไหม ให้มีจำนวนเพิ่มขึ้น และมีการขยายพื้นที่เลี้ยงไหมให้มากขึ้น มีการขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้เลี้ยงไหม มีการให้ความรู้ มีการประเมินคุณภาพ การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มผลผลิต รวมถึง กำหนดมาตรฐานและราคาไหมที่น่าเชื่อถือ เพื่อให้มั่นใจถึงคุณภาพที่ดีและความต่อเนื่องของวัตถุดิบที่จัดหา

4.3.2 ความเสี่ยงจากสภาวะตลาด การส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไปต่างประเทศ เป็นเป้าหมายในการขยายการเติบโตทางธุรกิจ แต่การส่งออก ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่างๆ เช่น ความผันผวนของตลาด ข้อกำหนดทางการค้าของแต่ละประเทศ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น

การจัดการความเสี่ยง การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายมาตรฐานต่าง ๆ การรู้ทันเทรนด์ความต้องการของผู้บริโภค หรือช่องทางออนไลน์ที่จะพาสินค้าออกไปสู่ตลาดโลก เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมต้องศึกษา และหามาตรการป้องกัน รวมถึงหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องหามาตรการความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมสามารถส่งผลิตภัณฑ์ไปขายยังประเทศนั้น ๆ ได้อย่างสะดวก

4.3.3 ความเสี่ยงด้านแรงงาน อุตสาหกรรมไหมจำเป็นต้องพึ่งพาแรงงานเป็นอย่างสูง ไม่เพียงแต่เกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงแรงงานในสายการผลิตด้วย ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีการนำเอาเทคโนโลยีอัตโนมัติและหุ่นยนต์มาใช้ก็ตาม แต่ก็ยังต้องพึ่งพาแรงงานและความสามารถของมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญ

การจัดการความเสี่ยง การเพิ่มความรู้ ทักษะ ให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไหม จนเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญด้านไหม จะช่วยให้บุคลากรได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้น ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้เกิดแรงงานที่มีคุณภาพ ประกอบกับการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ผลิตไหมและผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม เพื่อสร้างงานและอาชีพในชุมชน โดยให้สิ่งจูงใจและผลประโยชน์ที่เหมาะสมแก่แรงงาน ซึ่งจะเป็นการลดการย้ายถิ่นฐานหรือแรงงานจากชนบทเข้าสู่เมืองได้

4.3.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย กรณีเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง อาจทำให้การกระจายสินค้าทำได้อย่างจำกัด ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจส่วนการตลาดอื่น ๆ เช่น การกำหนดลักษณะสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับวิธีการจัดจำหน่าย การเลือกโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย จึงเป็นปัญหาท้าทายให้ต้องปรับยุทธวิธีการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับความก้าวหน้า และเปลี่ยนแปลงไปของคนกลางประเภทต่าง ๆ เทคโนโลยี และระบบข่าวสารข้อมูลที่ถูกนำมาใช้กับการจัดการ

การจัดการความเสี่ยง การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยผ่านกลุ่มคนกลางทางการตลาด (Marketing Intermediaries) เพื่อเข้ามาทำหน้าที่ต่าง ๆ ในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือผู้ใช้ ทำให้ผู้ซื้อได้รับผลิตภัณฑ์ตามเวลาและสถานที่ที่ต้องการ ซึ่งการตั้งตัวแทนคนกลาง (Agent Middlemen) ในต่างประเทศจะช่วยการขยายตลาด ให้เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อปริมาณการส่งออก และรายได้ในอนาคต

4.3.5 ความเสี่ยงด้านการเงิน

ในการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม ผู้ประกอบจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมากและมีการแข่งขันสูง หากผู้ประกอบการมีช่องทางการระดมทุนที่มีต้นทุนสูง ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของภาษีระหว่างประเทศและภาษีภายในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดของผู้ประกอบการหรือหากมีการกู้ยืมที่มากเกินไปก็จะส่งผลต่อความมั่นคงของกิจการ และความเชื่อมั่นของสถาบันการเงินในที่สุด

การจัดการความเสี่ยง เพื่อให้การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมเป็นไปอย่างยั่งยืน จึงมีความจำเป็นต้องจัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม เพียงพอ และต่อเนื่อง โดยมีต้นทุนอยู่ในระดับที่เหมาะสม ภาครัฐและสถาบันการเงินต้องบูรณาการร่วมกันกำหนดมาตรการหรือแผนงานสนับสนุนด้านการเงินให้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว มีการให้ความรู้หรือช่วยเหลือด้านการป้องกันความเสี่ยงด้านการเงินต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการคงศักยภาพในการดำเนินงานทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องจนบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

4.3.6 ความเสี่ยงจากนโยบายของภาครัฐ

ในอดีต นโยบายของภาครัฐและเอกชนที่มุ่งส่งเสริมพืชเศรษฐกิจเชิงเดี่ยว เช่น อ้อย และยางพารา โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นแหล่งหลักของผู้ประกอบอาชีพปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ส่งผลให้เกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมมีจำนวนลดลงเป็นอย่างมาก นอกจากจะทำให้เกษตรกรเพิ่มความเสี่ยงสูงต่อภาวะความผันผวนของผลผลิตและราคาจำหน่าย ยังผลักดันให้คนรุ่นใหม่ละทิ้งภาคการเกษตรไปขายแรงงานในภาคอุตสาหกรรมและการก่อสร้างในเมืองใหญ่มากขึ้น ก่อเกิดปัญหาทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ซับซ้อน ในขณะผู้บริโภคทั่วโลกมีความตื่นตัวต้องการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไหมไทยเป็นสิ่งทอที่ผลิตโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม จึงมีกระแสความต้องการสินค้าไหมอีกมาก

การจัดการความเสี่ยง ภาครัฐจึงจำเป็นจะต้องดำเนินการพัฒนาส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ไหมไทยในทุกมิติ ทั้งด้านการ สร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจประกอบอาชีพหม่อนไหม การเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ประกอบการการพัฒนาคุณภาพสินค้า การสร้างแบรนด์และการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในคุณภาพมาตรฐานตลอดจนจัดทำฐานข้อมูลสนับสนุนให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มขีดความสามารถปรับตัวต่อได้ทันภาวะการค้าเสรีและมีโอกาสขยายความร่วมมือกับกลุ่มประเทศอาเซียน ในการขยายฐานการผลิตและการตลาดเพื่อแข่งขันในตลาดโลกได้อันจะส่งผลให้อาชีพหม่อนไหมมีความมั่นคงยั่งยืนอยู่คู่กับสังคมไทยตลอดไป

4.3.7 ความสำเร็จในการจัดตั้ง“Dream Team Silk”

เมื่อคณะทำงานของโครงการไหมสร้างชาติ จัดตั้ง “Dream Team Silk” และสามารถบริหารจัดการด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมได้ อาจต้องเผชิญกับปัญหาเรื่องของบุคลากร งบประมาณ และความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ รวมถึงนโยบายและยุทธศาสตร์ต่าง ๆ เนื่องจากหน่วยงานของรัฐ มักจะดำเนินการโดยต่างฝ่ายต่างส่งเสริม การสนับสนุนทั้งด้านนโยบายและงบประมาณ ไม่ต่อเนื่อง ทำให้การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมขาดความเป็นเอกภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ต่อเนื่อง และการเข้าสู่ตลาดไม่เติบโตเท่าที่ควร

การจัดการความเสี่ยง เพื่อให้การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหมเป็นรูปธรรม สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง จึงควรมีการนำหลักการของประชารัฐ และ ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชน (Public Private Partnership) หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า “PPP” มาเป็นแนวทางในพัฒนา โดยจัดตั้ง “Dream Team Silk” ซึ่งมีทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีความพร้อม ทั้งด้านเงินทุน เทคโนโลยี นวัตกรรม เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมครบวงจร สามารถบริหารจัดการและดำเนินงานได้อย่างเป็นอิสระ

4.4 สรุป (Chapter Summary)

ผลิตภัณฑ์ไหม ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน บ่งบอกถึงวิถีและวัฒนธรรมของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมยังกระจายอยู่ทั่วประเทศ ผลผลิตที่มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ประเทศไทยจึงเหมาะกับการเป็น “ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์จากไหมของโลก” ซึ่งผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไหม ต้องเผชิญกับความท้าทายตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ โดยเฉพาะความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต สภาวะตลาด แรงงาน ช่องทางการจัดจำหน่าย และนโยบายภาครัฐ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด ดังนั้น ความพร้อมและการบูรณาการแหล่งเงินทุน อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไหม และการเข้าสู่ตลาดสากล จึงเป็นประเด็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ

การพัฒนาขีดความสามารถให้เติบโตและเข้มแข็ง สามารถเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมีศักยภาพ สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาได้ดังนี้

1. ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไหมแห่งอนาคตแบบครบวงจรและสร้างเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio – economy)

2. ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรมไหมแบบบูรณาการให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน

3. ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไหมทางการแพทย์และความมั่นคง

4. เพิ่มผลิตภาพอุตสาหกรรมไหมและบริการตลอดห่วงโซ่มูลค่า

5. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดดิจิทัล และมีนวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่

6. สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

บทที่ 5
สรุปภาพรวม

การดำเนินการศึกษาวิจัยเพื่อจัดทำรายงานฉบับนี้ คณะผู้ศึกษาได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากผลิตภัณฑ์ไหมไทยให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ ภายใต้โจทย์ที่ว่า ทำอย่างไรประเทศไทยจะสามารถสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสู่ตลาดโลก และทำให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลางแห่งผลิตภัณฑ์จากไหมของโลกด้วยการวิจัยค้นคว้าเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์ไหมให้เป็นที่รู้จักของต่างประเทศและผลักดันผลิตภัณฑ์ไหมออกสู่ตลาดสากล เพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาดสูงสุดในกลุ่มสินค้าประเภทอาหารและยา สิ่งทอ ยุทธภัณฑ์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เนื่องจากคุณประโยชน์นานับประการของหม่อนไหม โดยคณะผู้ศึกษาได้ทุ่มเทกำลังกายกำลังใจอย่างเต็มที่ในการศึกษาสภาพทั่วไปของปัญหา การคาดการณ์ปัญหาของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต รวบรวมข้อมูลโดยการวิจัยเชิงสัมภาษณ์จากผู้ทรงวุฒิด้านหม่อนไหมและศึกษาปัญหา อุปสรรค และโอกาสของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมชั้นนำของประเทศที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่าตั้งแต่กระบวนการผลิตต้นน้ำ และนำไปสู่สินค้าแปรรูปและนวัตกรรมในหลายรูปแบบ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับเอกลักษณ์ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมการดำรงชีวิตแบบวิถีชาวไทย อันจำเป็นต้องมีการอนุรักษ์ คุ้มครอง สืบทอด และจรรโลงให้คงอยู่กับสังคมไทย รวมทั้งต้องส่งเสริมให้สังคมให้เห็นคุณค่าและหวงแหนสิ่งที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนต้องมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมและการแปรรูปจากผลผลิตเกษตรกรรมขั้นต้นไปสู่สินค้าตามความต้องการของตลาดอย่างมีมาตรฐานคุณภาพและปลอดภัย ซึ่งจะเป็นการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ไหมให้แพร่หลายทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ

โครงการไหมสร้างชาติ มุ่งเน้นการพัฒนาเส้นใยไหมโดยใช้นวัตกรรมที่นำไปสู่ผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพและปลอดภัยเป็นที่รู้จักและยอมรับของตลาดโลก ซึ่งคณะผู้ศึกษาได้เล็งเห็นคุณค่าของเส้นใยไหมไทยที่มีประโยชน์หลายด้านที่มากกว่าการผลิตสิ่งทอ ควบคู่ไปกับการสร้างผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมรายใหม่และพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมรายเดิมให้มีศักยภาพสูงสุดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไหมออกสู่ตลาดโลก ได้จัดทำขึ้นให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรมบูรณาการร่วมกับหน่วยงานราชการและภาคเอกชนทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด ๓ ประการ ได้แก่ ต่อยอดอดีต ปรับปัจจุบัน และสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการพัฒนาคนรุ่นใหม่รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก

บทเรียนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้ศึกษามีความเห็นว่า การผลักดันผลิตภัณฑ์ไหมให้มีคุณภาพและเกิดนวัตกรรมใหม่ ส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน ตลอดจนการจัดทำแผนบูรณาการห่วงโซ่หม่อนไหมแบบคบวงจร ควรมุ่งพัฒนาอย่างต่อเนื่องในระยะยาวด้วยการบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วนทั้งภาคเอกชนและหน่วยงานรัฐต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องช่วยกันขับเคลื่อนแต่ละแผนงานร่วมกันในทิศทางเดียวกัน มีความร่วมมือกันในลักษณะประชารัฐจากภาคส่วนต่าง ๆ ในรูปแบบของหุ้นส่วนการพัฒนาที่เป็นการดำเนินงานอย่างบูรณาการ เนื่องจากทุกมิติการพัฒนามีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน จึงหวังว่าโครงการไหมสร้างชาติ เพื่อสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไหมสู่ตลาดโลกของคณะผู้ศึกษาฉบับนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาประเทศไทยให้ไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วจากศักยภาพที่มหัศจรรย์ของเส้นไหม (SILK) ดังที่คณะผู้ศึกษา ได้กำหนดค่านิยมหลัก (Core Value) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมของประเทศ คือ “ **SILK** ”

S	=	Sustainability	หมายถึง มีความยั่งยืน
I	=	Innovation	หมายถึง มีนวัตกรรมในการผลิต
L	=	Leadership	หมายถึง มีความเป็นผู้นำ
K	=	Knowledge	หมายถึง มีองค์ความรู้

บรรณานุกรม

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2562 แผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2560 - 2564 (ฉบับทบทวน สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. 2563) สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2562. แหล่งที่มา : http://www.industry.go.th/psd/joomlatools-files/docman-files/แผนยุทธศาสตร์/แผนยุทธศาสตร์%20อก/ยุทธศาสตร์%20อก%2063.pdf

กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2560. ร่างยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) และแผนยุทธศาตร์กรมหม่อนไหมระยะ 5 ปี (พ.ศ.2560-2564). สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2562. แหล่งที่มา : http://122.154.22.188/newqsds/file_upload/2017-10-31-20yearsTs.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). 2560. แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 –2564). สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2562. แหล่งที่มา : https://www.sme.go.th/upload/mod_download/แผนแม่บทฯ%20ฉบับที่%204.pdf

วิโรจน์ แก้วเรือง. บทความ “ไหม”. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2562. แหล่งที่มา : https://www.qsds.go.th/qsis_nort/inside_page.php?pageid=89. กรมหม่อนไหม.

สมหญิง ชูประยูร. สำนักวิจัยและพัฒนาหม่อนไหม กรมหม่อนไหม. 2557. เอกสารวิชาการ องค์ความรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมไทย. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2562. แหล่งที่มา : http://www.qsds.go.th/newqsds/file_upload/2015-02-05-Knowledge_book.pdf

ผศ.ดร.ณัฐพล พจนาประเสริฐ และคณะ, รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง แนวทางการยกระดับศักยภาพเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมอีรี่ในเชิงอุตสาหกรรม, กุมภาพันธ์ 2561

คณะผู้จัดทำ

รหัส	ชื่อ – นามสกุล	
89006	นายยุทธนา	สาโยชนกร
89024	นางเพ็ชรดา	นพวรรณ
89025	นางสาวอภิญญา	จงวัฒนธรรม
89035	นายฑิฆัมพร	สุทธิอุดมรัตน์
89054	นายวทัญญู	ฐิตานุวงศ์
89070	นายกำแหง	กล้าสุคนธ์
89071	นางสาวนภาจรีย์	แววรัตน์
89117	นายสุภชัย	ไวยาวัจมัย
89118	นายสมเกียรติ	ราชคมน์