

ศักยภาพการส่งออกสินค้าโอท็อปไทย:
กรณีศึกษาสินค้าผ้าไหมไทย



นายอัศวิน นิตสิงห์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และการเงินระหว่างประเทศ
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2548
ISBN 974-14-3876-1
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

EXPORT POTENTIAL OF OTOP PRODUCTS:
CASE STUDY OF THAI SILK PRODUCTS

Mr. Akkawuth Nitising

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in International Economics and Finance


Faculty of Economics
Chulalongkorn University

Academic Year 2005


ISBN 974-14-3876-1

Thesis Title EXPORT POTENTIAL OF OTOP PRODUCTS: CASE STUDY OF
THAI SILK PRODUCTS
By Akkawuth Nitising
Field of Study International Economics and Finance
Thesis Advisor Associate Professor Buddhagarn Rutchatorn, Ph.D.


Accepted by the Faculty of Economics, Chulalongkorn University in Partial
Fulfillment of the Requirements for the Master's Degree



..... Dean of Faculty of Economics
(Associate Professor Sothitorn Mallikamas, Ph.D.)

THESIS COMMITTEE


..... Chairman
(Associate Professor Salinee Worabantoon)


..... Thesis Advisor
(Associate Professor Buddhagarn Rutchatorn, Ph.D.)


..... Member
(Associate Professor Sriwongse Sumitra)


..... Member
(Assistant Professor June Charoenseang, Ph.D.)

อัครวุฒิ นิตินิษฐ์ : ศักยภาพการส่งออกสินค้าโอท็อปไทย: กรณีศึกษาสินค้าผ้าไหมไทย. (EXPORT POTENTIAL OF OTOP PRODUCTS: CASE STUDY OF THAI SILK PRODUCTS) อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. พุทธกาล รัชชร, จำนวนหน้า 84 หน้า. ISBN 974-14-3876-1.

สินค้าที่ผลิตตามท้องถิ่นต่าง ๆ ของประเทศไทย มีปัญหาหลักในการเจาะตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะนำเสนอแนวทางแก้ปัญหา โดยการนำแนวความคิดที่ว่า การส่งเสริมจาก ลูกค้า หรือ Demand Side ผสานกับแรงผลักดันจากผู้ผลิต จะก่อให้เกิด การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ สามารถส่งออกได้ในตลาดต่างประเทศ โดยใช้กรอบความคิดจาก สินค้าโอท็อป เป็นเหมือนสื่อกลางในการเชื่อมโยง หมู่บ้านที่ใช้เป็นตัวอย่างในการพิสูจน์แนวความคิดนี้คือ หมู่บ้าน โนนจิก จ.สุรินทร์

รูปแบบสมมติฐานหลักของวิทยานิพนธ์ คือการเชื่อมโยงของ Supply Side และ Demand Side โดยผ่านทางกรอบความคิดของ สินค้าโอท็อป

ผลการวิเคราะห์จากหมู่บ้านตัวอย่างยืนยันการมีอยู่ของการเชื่อมโยงดังกล่าว และความถูกต้องของรูปแบบสมมติฐานหลัก การวิเคราะห์ Cluster performance และ Diamond Model ได้เตรียมข้อมูลด้าน Strengths factor นำไปวิเคราะห์ร่วมกับ Opportunity factor เพื่อประกอบขึ้นเป็นการวิเคราะห์ SWOT Analysis ซึ่งผลการวิเคราะห์นั้นจะนำไปใช้ สร้าง Goal และ Strategy ในที่สุด โดย Strategy ที่เกิดขึ้นนั้นสามารถเปรียบเทียบกับกรอบความคิดจากสินค้าโอท็อประดับชาติ

ผลสรุปที่ได้จากวิทยานิพนธ์นี้คือ แม้ว่ากรอบความคิดสินค้าโอท็อประดับชาติจะเป็นคำตอบและเป้าหมายให้ผู้ผลิตสินค้าจากท้องถิ่นที่ต้องการส่งออกสู่ตลาดโลก ตัวผู้ผลิตเองต้องพัฒนาคุณภาพสินค้า และรูปแบบ เพื่อที่จะแข่งขันในตลาดโลกได้ รวมทั้งฝ่ายรัฐบาลต้องสนับสนุน โครงการ โอท็อปอย่างต่อเนื่องทั้งด้านการสนับสนุนด้านการตลาดและการช่วยเหลือด้านเงินทุนให้แก่ผู้ผลิต

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์และการเงินระหว่างประเทศ ลายมือชื่อนิตินิษฐ์.....
ปีการศึกษา.....2548..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

458 59595 29 : MAJOR INTERNATIONAL ECONOMICS AND FINANCE

KEYWORD: OTOP PRODUCTS / EXPORT POTENTIAL / COMPETITIVE ADVANTAGE /
DIAMOND MODEL / SWOT ANALYSIS

AKKAWUTH NITISING : EXPORT POTENTIAL OF OTOP PRODUCTS: CASE
STUDY OF THAI SILK PRODUCTS. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF.
BHUDDHAGARN RUTCHATHORN, Ph.D., 84 pp. ISBN 974-14-3876-1.

Local products in Thailand have major problems about how to effectively penetrate the domestic and global markets.

This thesis try to conceptualize the idea that "Demand Side" force from customers is the compliment to "Supply Side" from producers to make a good product for selling in global markets, by using OTOP products framework as a mediating factor. The model village, Noanjig village in Surin province is the case study to prove this concept.

The research's critical point is that there is linkage between the Supply Side, the Demand Side and the OTOP products framework proposing by the hypothesis model.

The analysis results in the model village confirm the linkage exists and prove the hypothesis model. Cluster performance analysis and Diamond Model provides strengths factor to combine with opportunity to complete SWOT Analysis. Next, these results are deployed in the process of Goal Formulation to further formulate the strategy, Differentiation Strategy, which is finally compatible with the National OTOP framework.

The conclusion of this thesis also points out the important facts that although The National OTOP framework is the answer for local products to become exportable, the producers should develop their product quality and design to compete in global levels and government has to continue to support marketing sections and financial assistant.

Field of Study International Economics and Finance Student's signature *Akkawuth Nitising*
Academic year.....2005..... Advisor's signature *Dr. B.*

Acknowledgements

I am deeply indebted to my chairperson, Assoc. Prof. Salinee Worabantoon and my thesis advisor, Assoc. Prof. Dr. Buddhagarn Rutchatorn, for their great effort, advice, encouragement and consistent feedback to me for along and all the time. I also extend my grateful appreciation to my committee members, Assoc. Prof. Sriwongse Sumitra and Asst. Prof. Dr. June Charoenseang and also Assoc. Prof. Somchai Ratanakomut, who inspires me for many ideas in this thesis, for their invaluable advice when I encountered the difficulties.

I wish to thank to Ms. Wanwadee Wongmongkol for a lot of help in contact and administrative process. I wish to express my gratitude to my cousin, Mr. Siripan Boonajsevee and my uncle, Dr. Bhoomipan Boonajsevee, who are always concerned about, encourage and help me to finish this work. Finally, I dedicated this work to my mother, Mrs. Permsook Nitising and my brother, Dr. Akkapong Nitising, M.D., who inspire me to achieve this work, and to all of my friends who I hope will be proud of this accomplishment.

Contents

	Page
Abstract Thai.....	iv
Abstract English.....	v
Acknowledgements.....	vi
Contents.....	vii
List of Tables.....	x
List of Figures.....	xi
Chapter I	
Introduction.....	1
1.1 Background of Study	1
1.2 Objective.....	1
1.3 Scope.....	1
1.4 Definitions of Terms.....	2
1.5 Hypothesis Model.....	5
1.6 Methodology.....	6
1.7 Benefit.....	7
1.8 Limitations.....	7
1.9 Background and Structure of Silk Weaving in Thailand and North Eastern Region.....	7
1.10 Background and Structure of Silk Weaving in the Model Village in Surin Province.....	8
1.11 Background and Problems in Domestic and International Markets.....	9
1.12 Thailand Export Stat: Silk Shawls and Scarves (2001-2005).....	11
1.13 From Village Market to Global Market: the Road to OTOP Products.....	15
Chapter II	
Literature Review.....	17
2.1 Related Literature.....	17
2.1.1 The Study about Silk Weaving Industry/Textile Industry... ..	17
2.1.2 The Study about Competitive Advantage of Nations.....	18
2.2 Supporting Theory.....	19

	2.2.1 Clustering of Competitive Industries.....	19
	2.2.2 National Competitive Advantage: Porter's Diamond.....	21
	2.2.3 SWOT Analysis.....	35
	2.2.4 Generic Competitive Strategies.....	38
	2.2.5 The Necessity of Using 2 Main Models.....	42
	2.2.5 The National OTOP Product Champion Selection Framework.....	42
Chapter III	The Factor Analysis and Comparison in Silk Weaving System in the Model Village.....	44
	3.1 The Operational Processes in Noanjig Village: Cluster Analysis.....	44
	3.1.1 The Information of Noanjig Weaving Group.....	44
	3.1.2 The Operational Processes: Information and Background of Cluster.....	49
	3.2 The Analysis and Comparison of Factors in Silk Weaving Industry in Noanjig Village.....	50
Chapter IV	The Analysis of Competitive Advantage of Silk Weaving System in the Model Village.....	55
	4.1 Cluster Performance Analysis in the Model Village.....	55
	4.2 The Analysis of Competitive Advantage in Silk Cloth Production in Noanjig Village.....	57
	4.2.1 Factor Conditions.....	58
	4.2.2 Related and Supporting Industries.....	60
	4.2.3 Demand Conditions.....	61
	4.2.4 Firm Strategy, Structure and Rivalry.....	62
	4.2.5 Role of Government.....	63
	4.3 SWOT Analysis.....	63
	4.3.1 Internal Environment/Factors.....	64
	4.3.2 External Environment/Factors.....	66
	4.4 Relationships among the determinants.....	67

	4.4.1 Influences on Factor Creation.....	67
	4.4.2 Influences on Demand Composition and Size.....	67
	4.5 Linkage of Diamond Theory and SWOT Analysis to Criteria of OTOP Products.....	68
	4.6 The Analysis Result of Hypothesis Model.....	69
Chapter V	Conclusions and Suggestions for Further Study.....	75
	5.1 Conclusions of Competitive Advantage in Silk Cloth Production in the Model Village.....	75
	5.2 Discussions of findings.....	77
	5.3 Implications of the findings.....	78
	5.4 Limitations of Study and Suggestions for Further Study.....	79
	5.5 Summary.....	79
	References.....	81
	Biography.....	84

List of Tables

Table	Page
1. Total Amounts of Thailand Export Stat Silk Shawls and Scarves (2001-2005).....	11
2. Export Statistics and Analysis: ITALY.....	12
3. Export Statistics and Analysis: SPAIN.....	13
4. Export Statistics and Analysis: JAPAN.....	13
5. Export Statistics and Analysis: USA.....	14
6. Export Statistics and Analysis: FRANCE.....	15
7. No. of Silk Weavers in Noanjig: Divided by Fields of Expertise.....	50
8. The Price Comparison of Silk Products in Noanjig Village.....	51
9. The Production Capacity and Performance Report of Silk Production in Noanjig Village: Before and After OTOP Project.....	51
10. The Production Cost of Traditional Silk Shawl in Noanjig Village.....	52
11. The Production Cost of Applied Silk Shawl in Noanjig Villag.....	53
12. Check list of Cluster Performance in Silk weaving Process/Related Activities in the Model Village.....	56

List of Figures

Figure	Page
1. The Hypothesis Model.....	6
2. Thai Silk Products in Global Markets.....	11
3. The Determinants of National Advantage.....	22
4. The Complete System of Diamond's Model.....	29
5. Influences on Factor Creation.....	30
6. Influences on Home Demand Conditions.....	31
7. Influences on the Development of Related and Supporting Industries.....	32
8. Influences on Domestic Rivalry.....	33
9. The Silk Weaving Processes.....	46
10. The raw material used in silk production system is acquired from local area (Strengths).....	68
11. Weavers are now able to develop their skills in every aspect in silk production to improve production capability (Strengths).....	69
12. Foreign Customers who have a chance to see silk products are interested to buy new, applied and better quality products (Strengths). Gathering information from customers for improving Products (Opportunity factors, O).....	69