



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๑๑๔ สุขุมวิท ๒๓ แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐ โทรศัพท์ ๐-๒๖๔๙-๕๐๐๐
ภายใน ๑-๕๖๖๖ โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๒๕๘-๐๓๑๑

ข่าวจากหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับประจำวันที ๑๖-๑๘ เดือนมีนาคม พ.ศ.๒๕๕๘ หน้า ๒๐ มูลค่าข่าว ๑๕๓,๖๖๙.-

ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

กสอ. ทุ่มงบฯ 30 ล้าน สกัดจุดด้อย 130 SMEs กลุ่มแฟชั่น

โครงการ DSpace ที่คัดผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ มาเข้าอบรม จนส่งออกได้ในตลาดเออีซี

นางนวลจิตต์ เรืองศรีใส ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา ส่วนพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องหนัง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กล่าวว่า ที่ผ่านมาในอุตสาหกรรมแฟชั่นหลัก ๆ ทั้ง 3 กลุ่ม คือ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนังและรองเท้า และเครื่องประดับและอัญมณี แต่ละกลุ่มแตกต่างกันไปตามปัญหา

อย่างเช่นสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่มีบุคลากรในด้านการออกแบบเยอะที่สุด แต่ปัญหาคือ ต้นน้ำที่ยังผลิตผ้าไม่ตอบโจทย์ตลาด ไม่อินกับแฟชั่น ซึ่งหากโรงงานมาเอง หรือเป็นกลางนำ ปลายน้ำอย่างนักออกแบบและผู้ขายเข้าใจเทรนด์ก็จะสามารถเรียกจูงไปยังต้นน้ำได้ การพัฒนาแฟชั่นก็จะเป็นแบบครบวงจร โดยผู้ประกอบการทั้งหมดจะถูกส่งไปพัฒนาใน SMED 50 ราย เพื่อสร้างความเข้มแข็งต่อไป

เครื่องหนังนั้นจะมีผู้ประกอบการเข้าร่วม 50 ราย ปัญหาของอุตสาหกรรมเครื่องหนังเป็นเรื่องของต้นทุนหนังที่มี

แต่จะสูงขึ้น ทำให้ราคาลิ้นค้าก็พุ่งขึ้นตามแนวทางจึงเป็นการลดการสูญเสีย และนำวัสดุอื่นมาร่วม โดยใช้หนังน้อยลง แต่มูลค่าไม่ลดลงไปด้วย ที่เล็งไว้จะเป็นการนำวัสดุธรรมชาติ/โลหะมาผสมผสาน หรือหากสามารถลดต้นทุนได้มากก็จะเป็นเครื่องหนังที่เจาะตลาดกลางในราคาที่คนทั่วไปเอื้อมถึงได้ ซึ่งก็เป็นตลาดใหญ่ในกลุ่มนี้จะส่งกับ idesign ซึ่งเป็นสถาบันสอนทักษะการออกแบบ ให้คำปรึกษา

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง มีผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ 30 ราย อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่ได้เปรียบในเรื่องของคามนิ่งของวัตถุดิบไม่ต้องหาวัตถุดิบใหม่ ๆ ดังนั้นจึงเน้นเรื่องการออกแบบที่ทันสมัย เพราะเครื่องประดับเป็นแฟชั่นที่แข่งขันกันในด้านดีไซน์เท่านั้น

เพื่อพร้อมพรีเซนตีในตลาดช่วงเดือนกรกฎาคม ซึ่งมีงาน HONGKONG FASHION WEEK 2015

สำหรับกิจกรรม "ดี สเปซ" (D Space) อยู่ภายใต้ 2 กิจกรรมสำคัญ ได้แก่ "กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดตราสินค้าสู่อาเซียน" และ "กิจกรรมเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในอุตสาหกรรมแฟชั่น" เน้นพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขยายโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ด้วยงบประมาณ 30 ล้านบาท ตั้งเป้าสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 16% หรือไม่ต่ำกว่า 3 ล้านบาท/ผู้ประกอบการหนึ่งราย



โดยมีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นผู้รับผิดชอบ ในการอบรมครั้งนี้

สำหรับผู้ประกอบการทั้ง 130 ราย จาก 3 กลุ่ม ใช้เวลาในการอบรมตั้งแต่เดือนมีนาคม-พฤษภาคม-มิถุนายนจะเป็นการพัฒนาแบรนด์ สร้างแบรนด์ โปรไฟล์

