

การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจ
ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์
สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์

โดย

นายวิบูลย์ ตวงสิทธิสมบัติ
ประธานกรรมการบริหาร
กลุ่มบริษัทนันทยางเท็กซ์ไทล์

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 57
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2557-2558

บทคัดย่อ

เรื่อง การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจ ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นายวิบูลย์ ตวงสิทธิสมบัติ **หลักสูตร** วปอ. รุ่นที่ 57

อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยทั้งในด้านส่งออกและการจ้างแรงงาน ทิศทางและแนวทางที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันและเติบโตในเวทีโลกได้อย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน คือการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจสิ่งทอและการ์เมนต์ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาให้มีความเข้าใจในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์มากขึ้น 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจทั้งในด้านบวกและด้านลบ 3) กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ หลังการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยเฉพาะการส่งเสริมพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจซึ่งครอบคลุมประเทศไทย กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์เท่านั้น ในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยของไทยและต่างประเทศ ประกอบกับศึกษาแนวทางของประเทศอื่นๆที่ได้ดีในเรื่องนี้เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยพบว่า ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ของภูมิภาค ประกอบกับมีโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมกว่าประเทศเพื่อนบ้านเหมาะกับการเป็นศูนย์กลางธุรกิจ ผู้ประกอบการมีความสามารถและประสิทธิภาพทั้งในด้านการค้าและการจัดการ มีศักยภาพในการผลิตสินค้าต้นน้ำที่มีความหลากหลายและมีอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำที่สมบูรณ์ ซึ่งในภูมิภาคอาเซียนมีเพียง 2 ประเทศได้แก่ไทยและอินโดนีเซีย ส่วนจุดแข็ง ได้แก่ ด้านคุณภาพและความประณีต ความน่าเชื่อถือในการส่งมอบและศักยภาพในด้านการผลิต สิ่งที่ต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนาได้แก่ การพัฒนาบุคลากร การวิจัยพัฒนาที่สอดคล้องเชื่อมโยงไปสู่เชิงพาณิชย์ ห่วงโซ่อุปทานที่ยังขาดการเชื่อมโยงสนับสนุนซึ่งกันและกัน การออกแบบ การพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้ การทบทวนแก้ไขกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์และส่งเสริมการแข่งขันในเวทีสากล ผลการวิจัยนำมาสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 5 ข้อ ดังนี้ 1) รัฐบาลต้องเร่งเจรจาจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กับประเทศต่างๆ ให้มากที่สุด เพื่อเจรจาให้ได้สิทธิพิเศษทางภาษี และได้ใช้ประโยชน์จากกฎแหล่งกำเนิดของสินค้า เช่น Yarn forward 2) ต้องสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าและแบรนด์ของสิ่งทอและการ์เมนต์เข้ามาตั้งถิ่นฐานเพื่อ Sourcing วัตถุดิบและสินค้าในไทยด้วยนโยบายด้านภาษี (BOI) 3) สนับสนุนจัดตั้งหน่วยงานกองทุนสำหรับการวิจัย อบรมและพัฒนาทางด้านออกแบบแฟชั่น จัดงานแสดงสินค้า และเทคนิควิศวกรรมทางสิ่งทอ 4) เปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศ CLM เพื่ออำนวยความสะดวกในกรณีที่นักลงทุนจากประเทศไทยไปลงทุน 5) รัฐบาลจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมพิเศษที่บริเวณชายแดนและสร้างระบบอำนวยความสะดวกให้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านสามารถเข้ามาทำงานโดยสะดวก สามารถไปเข้ากลับเย็น และมีการจำกัดพื้นที่ให้แรงงานอยู่ภายในนิคม

คำนำ

อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เม้นท์นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญ ต่อระบบเศรษฐกิจของไทยทั้งในด้านส่งออกและการจ้างแรงงาน โดยในช่วงตลอดหลายสิบที่ผ่านมา ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ผลิตและส่งออกการ์เม้นท์รายสำคัญในภูมิภาคอาเซียนที่ผลิตและส่งออกการ์เม้นท์ไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก อาทิเช่น อเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น และอาเซียน เป็นต้น เนื่องจากมีแรงงานที่มีฝีมือ ค่าจ้างแรงงานที่ไม่แพง มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภค รวมถึงรัฐบาลให้การสนับสนุน อุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยในปัจจุบันสภาวะทางด้านเศรษฐกิจ ข้อตกลงทางการค้า และการลงทุนของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก นอกเหนือจากนั้นการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จะทำให้แนวทางการค้า การลงทุนในภูมิภาคอาเซียนเปลี่ยนแปลงไป และด้วยปัจจัยด้านต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้ผู้ผลิตต่างๆในอุตสาหกรรมต้องมีการปรับตัวอย่างมาก มีการปรับกลยุทธ์เพื่อรองรับ อาทิเช่น การย้ายฐานการผลิตไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เมียนมาร์ กัมพูชาและเวียดนาม

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นความตั้งใจของผู้วิจัยที่จะศึกษาทิศทางและแนวทางที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันและเติบโตในเวทีโลกได้อย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกสิ่งทอและการ์เม้นท์รายใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน คือการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เม้นท์ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้มีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนร่วมมือกันส่งเสริมและหาแนวทางเพื่อพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เม้นท์ของไทยให้ก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เม้นท์ของภูมิภาคอาเซียน

(นายวิบูลย์ ดวงสิทธิสมบัติ)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 57

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
คำอธิบายคำย่อ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
วิธีดำเนินการวิจัย	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	3
คำจำกัดความ	3
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
สถานการณ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย	7
ปัญหาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ของไทยในปัจจุบัน	10
นโยบายและแนวคิดที่ประเทศอื่นๆนำมาใช้	12
แนวทางและวิธีการที่ภาคเอกชนต่างๆใช้	17
แนวทางสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐที่เคยมี และที่มีอยู่ในปัจจุบัน	18
ผลงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	23
สรุปกรอบแนวคิด	41
บทที่ 3 สถานการณ์ที่ส่งเสริมต่อการเป็นศูนย์กลางการผลิตของไทย	42
สถานการณ์สิ่งทอและการ์เมนต์ใน 4 ประเทศ	42
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางการผลิตทั้งในด้านบวกและด้านลบ	48
ข้อมูลประเทศอื่นๆที่ทำได้ดี เช่นฮ่องกง สิงคโปร์และญี่ปุ่น เพื่อเปรียบเทียบ	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางการผลิต	56
ปัจจัยที่ส่งให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตทั้งในด้านบวกและด้านลบ	56
การวิเคราะห์ SWOT ในบทบาทด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	
ของไทยต่อประเทศในกลุ่ม CLM	59
บทที่ 5	
สรุปและข้อเสนอแนะ	65
สรุป	65
ข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม	70
ประวัติย่อผู้วิจัย	73

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 มูลค่าการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555	8
2-2 ตลาดส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555	8
2-3 มูลค่าการนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555	9
2-4 ตารางที่ 4 แหล่งนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555	9
2-5 ดุลการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555	10

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยทั้งในด้านส่งออกและการจ้างแรงงาน เมื่อพิจารณาในด้านการส่งออกพบว่าสามารถทำได้เข้าประเทศประมาณ 7,000-8,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในแต่ละปี ด้านการจ้างแรงงานมีการจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมกว่า 1 ล้านคน โดย 80% มาจากอุตสาหกรรมการ์เมนต์ โดยในช่วงตลอดหลายสิบที่ผ่านมานี้ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ผลิตและส่งออกการ์เมนต์รายสำคัญในภูมิภาคอาเซียนที่ผลิตและส่งออกการ์เมนต์ไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก อาทิเช่น อเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น และอาเซียน เป็นต้น เนื่องจากมีแรงงานที่มีฝีมือ ค่าจ้างแรงงานที่ไม่แพง มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภค รวมถึงรัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง

แต่ด้วยในปัจจุบันสภาวะทางด้านเศรษฐกิจ ข้อตกลงทางการค้า และการลงทุนของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก อาทิเช่น การปรับขึ้นค่าแรงในประเทศไทย 300 บาท ตั้งแต่ในช่วงต้นปี 2556 รวมถึงแรงงานที่หายากขึ้น ปัจจัยทางการเจรจาข้อตกลงทางการค้าเสรีและการให้สิทธิพิเศษทางการค้าก็เป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากไม่น้อยไปกว่าเรื่องแรงงานเพราะทำให้เกิดความได้เปรียบทางด้านภาษีนำเข้าซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญของสินค้า นอกเหนือจากนั้นการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จะทำให้แนวทางการค้า การลงทุนในภูมิภาคอาเซียนเปลี่ยนแปลงไป ด้วยปัจจัยด้านต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้ผู้ผลิตต่างๆในอุตสาหกรรมต้องมีการปรับตัวอย่างมาก มีการปรับกลยุทธ์เพื่อรองรับ อาทิเช่น การย้ายฐานการผลิตไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมาร์ กัมพูชา ลาว และเวียดนาม ที่ยังมีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าไทยมาก และมีความได้เปรียบในเรื่องของสิทธิพิเศษทางภาษีนำเข้าที่ได้รับจากประเทศผู้นำเข้า เช่น ญี่ปุ่น อเมริกา และยุโรป เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถคงความสามารถในแข่งขันด้านต้นทุนและราคาไว้ได้

ทางผู้วิจัยมองว่าทิศทางและแนวทางที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันและเติบโตในเวทีโลกได้อย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกสิ่งทอและการ์เมนต์รายใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน เช่น เวียดนามและอินโดนีเซีย คือการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต (Manufacturing Hub) ในกลุ่มประเทศ CLM ได้แก่ ประเทศกัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ โดยทำ

อย่างไรไม่ให้ประเทศไทยเป็นเพียงประเทศผู้รับจ้างผลิต (OEM) ให้ลูกค้าแบรนด์ต่างๆ ทั่วโลก โดยได้รับแต่ค่าแรงเพียงอย่างเดียว ทำอย่างไรให้ลูกค้าแบรนด์ต่างๆ มาลงออเดอร์สั่งซื้อสินค้าจากประเทศไทยโดยที่ไทยสามารถไปผลิตที่ประเทศใดๆ ก็ได้ในกลุ่มประเทศ CLM ซึ่งการจะไปถึงจุดนั้นได้ มีเรื่องที่ต้องดำเนินการและเตรียมความพร้อมเป็นจำนวนมาก อาทิเช่น ควรมีการศึกษาแนวทางที่ประเทศอื่นๆ ที่ดำเนินการอยู่ เช่น ฮองกง สิงคโปร์ เพื่อเปรียบเทียบและนำมาปรับใช้ โดยต้องมีการเตรียมความพร้อมในหลายๆ ด้าน อาทิเช่น การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการผลิต (Supply Chain) ระหว่างต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ การสร้างทีมขาย การทำการตลาด และอื่นๆ ซึ่งภาครัฐจะมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากที่จะช่วยเหลือพัฒนาภาคธุรกิจเอกชนให้เป็นไปตามแนวทางที่ผู้วิจัยตั้งเป้าหมายไว้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาให้มีความเข้าใจกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ มากขึ้นในด้านเศรษฐกิจ การค้า และการอุตสาหกรรม
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตทั้งในด้านบวกและด้านลบ
3. กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจ ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ หลังการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย

1. เน้นการศึกษาวิจัยในขอบเขตที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการส่งเสริมพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตซึ่งครอบคลุมประเทศไทยและกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ เท่านั้น
2. ศึกษาโอกาส ปัญหา อุปสรรคและสรุปผลเสนอแนะยุทธศาสตร์ในการที่จะส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจ ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีขั้นตอนการศึกษา

1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์

2. ศึกษาข้อมูลสถิติทางการค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ของไทย ไปยังกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ โดยศึกษาแนวทางของประเทศอื่นๆที่ทำได้ดีในเรื่องนี้ อาทิเช่น สิงคโปร์ และฮ่องกง หรือประเทศอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบและใช้เป็นแนวทางในวางกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาของประเทศไทย

3. สํารวจข้อมูลอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ของไทยที่มีศักยภาพ รวมทั้งโอกาสข้อจำกัดและอุปสรรคในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ โดยการศึกษข้อมูลจากแหล่งต่างๆ และ ผลงานศึกษาวิจัยที่มีผู้เคยศึกษาไว้

4. ศึกษาผลงานวิจัย เอกสาร บทความเกี่ยวกับการรวมกลุ่มทางการค้า การค้าระหว่างประเทศ และแนวทางในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ เพื่อให้ผลงานวิจัยฉบับนี้มีความชัดเจน และนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ได้แนวทางต่างๆ ที่ภาครัฐและภาคเอกชนต้องดำเนินการในการที่จะส่งเสริมและพัฒนาประเทศไทยให้เป็น Hub หรือศูนย์กลางธุรกิจ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ ตามเป้าหมายที่วางไว้

2. เพื่อเป็นฐานองค์ความรู้ที่นักธุรกิจ ผู้ประกอบการหรือผู้อื่นที่สนใจสามารถนำผลงานวิจัยที่ได้ศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและประเทศชาติต่อไป

คำจำกัดความ

ศูนย์กลางธุรกิจ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์

หมายถึง การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าและการออกแบบของอาเซียน หมายรวมความถึงการพัฒนาไทยเป็นศูนย์กลางการค้า (Trading) การจัดหา(Sourcing) การกระจายสินค้า (Distribution) และพัฒนาออกแบบสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพื่อเป็นศูนย์กลางการนำเสนอสินค้าและบริการที่ครบวงจร (One Stop Service) ซึ่งมุ่งเน้นประสิทธิภาพความหลากหลายให้ไทยเป็น Central decision making process เป็นศูนย์กลางในการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ทำให้ลูกค้ามาสั่งซื้อสินค้าจากไทยโดยที่ไทยสามารถไปสั่งผลิตที่กลุ่มประเทศ CLM ก็ได้ และไทยจะเป็นแกนหลักในการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาคอาเซียน

ในการพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของห่วงโซ่อุปทานโลก (Global Supply Chain)

เขตการค้าเสรี (Free Trade Area)

หมายถึง การรวมกลุ่มทางการค้าและบริการที่เน้นการยกเลิกอากรขาเข้าและข้อจำกัด (Restricted Issues) ทางการค้าและสินค้าระหว่างกัน ส่วนมากจะเป็นอุปสรรคข้อกีดกันทางการค้าที่ไม่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barrier: NTB) ประเทศสมาชิกจะได้/ให้สิทธิประโยชน์พิเศษตามสาระที่ได้ลงนามเป็นความตกลงจัดตั้งเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA) กันไว้ ตรงนี้จะเน้นที่การลดอากรมาที่ร้อยละ 0 มากกว่าประเด็นอื่น เช่น การยกเลิกโควตาสินค้า การอุดหนุนทางการค้าและบริการ การลงทุน ฯลฯ

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. กรอบแนวคิดในการกำหนดยุทธศาสตร์

การกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ในกลุ่มประเทศ CLM สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ครั้งนี้ จะทำการประเมินจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคามของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ (Strength Weakness Opportunity and Treat : SWOT Analysis) ในสถานการณ์การค้า การผลิตสิ่งทอของภูมิภาคอาเซียน

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการประเมินสถานะแวดล้อม (Business environment assessment) เช่น ทฤษฎี แบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) เป็นแนวคิดแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นโดย ศาสตราจารย์ ไมเคิล อี. พอร์ตเตอร์ แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ซึ่ง เป็นแบบจำลองที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในการประเมินความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของประเทศ ตามแนวคิดนี้จะจำแนกปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของประเทศออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย เงื่อนไขปัจจัยการผลิต เงื่อนไขอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน บริบทด้านกลยุทธ์และการแข่งขัน บทบาทของภาครัฐ และโอกาส โดยสาระของการพิจารณาปัจจัยต่างๆ มีดังนี้

2.1 ปัจจัยการผลิต (Factor Condition) ประกอบด้วย ปัจจัยการผลิตพื้นฐาน (Factor of Production) คือ ทรัพยากรทางธรรมชาติทางกายภาพ แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ (Economics Infrastructure) ด้านกายภาพ เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบการสื่อสารและโทรคมนาคม ระบบการขนส่ง นิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น และโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่เป็นปัจจัยเอื้ออำนวยต่อการแข่งขันในระดับมหภาค เช่น มาตรการทางการเงิน (เช่นอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย) การคลัง กฎหมาย (เช่น พรบ. ส่งเสริมการลงทุน) ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เป็นต้น

2.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Condition) เป็นการวิเคราะห์ขนาดและทิศทางของความต้องการภายในประเทศ รวมถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศและผู้บริโภคต่างประเทศว่ามีส่วนช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่อุตสาหกรรมภายในประเทศหรือไม่เพียงใด

2.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Relate & Support Industry) เป็นการวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนับสนุน และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ว่ามีส่วนช่วยส่งเสริมสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภายในประเทศได้ดีเพียงใด เช่น ก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุน ชิ้นส่วนและเครื่องมือกลที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาเทคโนโลยี การกระจายสินค้า การสร้างนวัตกรรมร่วมกัน เป็นต้น

2.4 บริบทด้านกลยุทธ์และการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) เป็นการพิจารณาถึงลักษณะของสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม เช่น มีผู้ประกอบการมากน้อยเพียงใด กลยุทธ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมและการแข่งขันเป็นอย่างไร และลักษณะการแข่งขันจะมีผลต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพในทิศทางใด

2.5 บทบาทของภาครัฐ (Role of Government) เป็นการวิเคราะห์บทบาทของภาครัฐในการกำหนดนโยบายว่ามีลักษณะที่เอื้อหนุนหรืออุดหนุนความสามารถในการแข่งขันต่ออุตสาหกรรมของประเทศหรือไม่เพียงใด

2.6 โอกาส (Chance) การเปลี่ยนแปลงด้านบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีบ่อยครั้งเปิดโอกาสให้ประเทศต่าง ๆ สามารถอาศัยการเปลี่ยนแปลงในบริบทเหล่านี้ ได้มีโอกาสในการพัฒนาและขยายตลาดอุตสาหกรรมของประเทศจนกระทั่งเกิดความเข้มแข็งและมั่นคงได้

ทฤษฎีอุปสงค์ (Theory of Demand) ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์โดยทั่วไป อุปสงค์ (demand) หมายถึง จำนวนสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภค (1) ประารถนาหรือต้องการสินค้านั้น (2) พร้อมมีความสามารถจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและ (3) เต็มใจจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ซึ่งในการศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการสินค้านั้นมากมาย เช่น ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น รสนิยมของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคหรืออำนาจซื้อ ราคาของสินค้าที่เกี่ยวข้องทั้งราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน และสินค้าที่ใช้ประกอบกัน การคาดคะเนของผู้บริโภคที่มีต่อราคาสินค้าในอนาคตและต่อระดับรายได้ และปัจจัยอื่นๆ ทั้งหมดซึ่งอาจจะมีอิทธิพลต่อปริมาณความต้องการสินค้าซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความต้องการเกือบทุกชนิด แต่ผลกระทบของปัจจัยแต่ละตัวจะแตกต่างกันออกไปตามชนิดของ

สินค้า และจากที่กล่าวมาข้างต้นเราสามารถนำมาเขียนเป็นฟังก์ชันอุปสงค์ได้ ซึ่งจะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการสินค้า ชนิดหนึ่งกับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของสินค้านั้น ถึงแม้ว่าฟังก์ชันอุปสงค์จะแสดงให้เห็นว่าปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดหนึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่างประกอบกัน แต่เนื่องจากในการอธิบายไม่สามารถที่จะแสดงให้เห็นพร้อม ๆ กันได้ว่าปัจจัยแต่ละตัวมีส่วนในการกำหนดปริมาณซื้อเล็กน้อยเพียงใด ดังนั้นในการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์จึงมักจะอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรเพียง 2 ตัว และสมมุติให้ตัวแปรอื่น ๆ คงที่ เช่น อุปสงค์ต่อราคา (price demand) อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand) และอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น หรืออุปสงค์ไขว้ (cross demand) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand) คืออัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่ผู้ซื้อต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง เพื่อตอบสนองต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอื่น ๆ ที่เป็นตัวกำหนดปริมาณซื้อ และเนื่องจากเรื่องของอุปสงค์ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นมี 3 ประการด้วยกัน ดังนั้นความยืดหยุ่นของอุปสงค์ จึงแบ่งออกเป็น 3 ประเภทด้วยกันคือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity of demand) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (income elasticity of demand) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น (cross elasticity of demand)

3. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเงินที่ไทย

ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทย มีโครงสร้างที่สามารถแบ่งตามขั้นตอนการผลิตออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ

3.1 อุตสาหกรรมสิ่งทอต้นน้ำ เป็นอุตสาหกรรมเริ่มแรกของโครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอ ใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีระดับสูง ใช้แรงงานไม่มาก การผลิตจะใช้วัตถุดิบหลัก 2 ชนิด คือ เส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ ในส่วนของเส้นใยธรรมชาติส่วนใหญ่จะเป็นใยฝ้าย ลินิน ขนสัตว์ ฯลฯ และเส้นใยสังเคราะห์ของไทยจะมี 4 ประเภทหลักคือ โพลีเอสเตอร์ ไนลอน อะคริลิก และเรยอน โดยที่เส้นใยโพลีเอสเตอร์เป็นวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยและมีกำลังการผลิตมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 79.2 ของกำลังการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ จะสามารถพัฒนาคุณภาพได้ก็โดยการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ซึ่งจำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง แต่หากอุตสาหกรรมขั้นต้นมีคุณภาพดีก็จะทำให้อุตสาหกรรมต่อเนื่องสามารถพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้ดีเช่นกัน

3.2 อุตสาหกรรมสิ่งทอกลางน้ำ อาศัยวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมต้นน้ำมาทำการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ในการผลิตขั้นนี้สามารถเลือกเทคโนโลยีระดับสูง หรือเน้นการใช้แรงงานผลผลิตที่ได้จะนำไปใช้ในการผลิตในอุตสาหกรรมขั้นปลายต่อไป ประกอบด้วย

3.2.1 อุตสาหกรรมปั่นด้าย เป็นอุตสาหกรรมขั้นกลาง โดยการนำเส้นใยมาปั่นเป็นเส้นด้าย ส่วนใหญ่จะเป็นการผสมระหว่างใยฝ้ายและใยสังเคราะห์ตามความต้องการของตลาด โดยความต้องการด้ายฝ้ายยังมีอยู่ค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากปริมาณการผลิตด้ายฝ้ายขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้น การผลิตด้ายใยสังเคราะห์จึงมีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทย แต่เนื่องจากปัจจุบันสภาพเครื่องปั่นด้ายที่ใช้ในประเทศไทย เป็นเครื่องจักรเก่าและล้าสมัย ทำให้มีประสิทธิภาพการผลิตค่อนข้างต่ำ และขนาดเส้นด้ายโดยเฉลี่ยที่ประเทศไทยสามารถผลิตได้อยู่ในช่วงเบอร์ 40-50 โดยเส้นด้ายที่มีขนาดเล็กเช่น เบอร์ 80 ยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ และอุตสาหกรรมการปั่นด้ายของไทยจะใช้วัตถุดิบในประเทศถึงร้อยละ 80 คือเส้นใยสังเคราะห์ เส้นใยฝ้าย และร้อยละ 20 เป็นการนำเข้าเส้นใยคุณภาพสูงจากต่างประเทศเช่น ญี่ปุ่น ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา เนื่องจากประเทศไทยไม่สามารถผลิตเส้นใยคุณภาพดีได้เท่าที่ควร ขณะเดียวกันเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ คือ จีน อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น ปากีสถาน และไต้หวัน ซึ่งไม่มีปัญหาเรื่องภานำเข้าวัตถุดิบมากอย่างไทย ทำให้ไทยเสียเปรียบการแข่งขันกับต่างประเทศ และประเทศเหล่านี้มีเครื่องจักรใหม่และทันสมัยกว่ามากในการผลิต

3.2.2 อุตสาหกรรมทอผ้า เป็นอุตสาหกรรมขั้นกลาง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอุตสาหกรรม ได้แก่ ผ้าทอ และผ้าถัก ซึ่งในส่วนของผ้าทอสามารถแยกออกเป็น 2 ชนิดตามวัตถุดิบที่ใช้คือ ผ้าทอจากฝ้ายและผ้าทอจากใยสังเคราะห์ ซึ่งผ้าทอจากใยสังเคราะห์มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับผ้าทอฝ้าย และในบางกรณียังมีคุณสมบัติดีกว่า คือ มีความยืดหยุ่น ทนทานและมีน้ำหนักที่เบากว่าที่สำคัญคือ มีราคาต่ำกว่าผ้าทอฝ้าย ดังนั้นจึงนิยมใช้ใยสังเคราะห์ในการทอผ้ามากกว่า ส่วนใหญ่ผ้าที่ผลิตได้จะเป็นผ้าทอ ที่เหลือจะจำหน่ายในรูปของผ้าผืน อุตสาหกรรมทอผ้า ถักผ้า ฟอก ย้อม พิมพ์และตกแต่งสำเร็จ จึงเป็นอุตสาหกรรมผลิตผ้าผืนเพื่อป้อนตลาด อุตสาหกรรมผลิตผ้าผืน แม้ว่าจะมีการใช้เครื่องจักรค่อนข้างมาก ทันสมัย และมีราคาแพง แต่โดยทั่วไปก็ยังจัดว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้แรงงาน วัตถุดิบหลักในการผลิตคือเส้นด้าย มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 35 ของต้นทุนการผลิตรวม เส้นด้ายที่ใช้ในอุตสาหกรรมนี้มีสัดส่วนระหว่างเส้นด้ายที่ผลิตในประเทศต่อเส้นด้ายที่นำเข้าคิดเป็นร้อยละ 50:50 โดยแหล่งนำเข้าหลักของไทยได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน อินโดนีเซีย และเกาหลี อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ประกอบการต้องพึ่งพาการนำเข้าเส้นด้ายจากต่างประเทศนั้น ส่งผลให้ผ้าผืนมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นด้วย

3.2.3 อุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์และแต่งสำเร็จ อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าทอผืน แม้ว่าจะจะเป็นจุดอ่อนที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยและในปัจจุบันก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาและแก้ปัญหาอย่างจริงจัง เนื่องจากการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้จะต้องใช้เงินทุนค่อนข้างมาก ทั้งนี้ ภาครัฐควรมีนโยบายที่จะจัดตั้งนิคม

อุตสาหกรรมฟอกย้อมฯ ขึ้นเพื่อประโยชน์ในการควบคุมมลภาวะและช่วยลดต้นทุนการดำเนินการ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการไม่ถึง 500 ราย มีการจ้างแรงงานต่ำ ขาดเทคนิคการทำผ้าให้มีสัมผัสที่น่าสวมใส่ และการทำผ้าให้มีความนุ่ม สาเหตุส่วนหนึ่งจากเครื่องจักรที่ใช้มีความล้าสมัย และสารเคมีที่ใช้ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งสารเคมีที่ผลิตในประเทศยังมีคุณภาพไม่ดีพอ ดังนั้นการพัฒนาผ้าฝ้ายจำเป็นต้องพัฒนาทั้งระบบ เพื่อให้ได้ผ้าฝ้ายที่มีคุณภาพดีและเป็นผลต่อเนื่องไปสู่การพัฒนาเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้ วัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมนี้คือ สีและสารเคมี ร้อยละ 48 ของต้นทุนการผลิตรวม ต้องพึ่งพิงการนำเข้าจากต่างประเทศ

3.3 อุตสาหกรรมสิ่งทอปลายน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นอุตสาหกรรมขั้นปลายที่เน้นการใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลักในการผลิต ไม่จำเป็นต้องลงทุนสูงและใช้เทคโนโลยี การผลิตไม่ซับซ้อนมากนัก สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้ค่อนข้างสูง แต่การผลิตขึ้นอยู่กับการออกแบบ คุณภาพวัตถุดิบ และคุณภาพแรงงาน ที่ผ่านมาประเทศไทยได้อาศัยความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงาน โดยผลิตตามคำสั่งซื้อจากต่างประเทศและส่งออกในชื่อของสินค้าต่างประเทศ แต่ผลจากค่าแรงที่สูงขึ้นทำให้ผู้ว่าจ้างในต่างประเทศย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่า เช่น จีนและเวียดนาม ดังนั้น ไทยจำเป็นต้องเร่งให้มีการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสินค้าที่เป็นตราสินค้า (brand name) ของไทยเอง และพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีความรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น

สถานการณ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

1. **การส่งออก** การส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีแนวโน้มลดลง โดยช่วงเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2555 มีมูลค่ารวม 5,412.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงจากช่วงเดียวกันในปี 2554 ร้อยละ 15.4 เนื่องจากเศรษฐกิจโลกในปีนี้จะชะลอตัว

ตารางที่ 2-1 มูลค่าการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ประเภท	กันยายน			มกราคม-กันยายน		
	2554	2555	%Δ(55/54)	2554	2555	%Δ(55/54)
1. เครื่องนุ่งห่ม	272.6	224.6	-17.6	2,544.3	2,246.0	-11.7
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป	233.7	192.6	-17.6	2,220.7	1,930.9	-13.1
- อื่นๆ	38.9	32.0	-17.7	323.6	315.1	-2.6
2. สิ่งทอ	234.0	197.1	-15.8	2,140.4	1,700.0	-20.6
- ผ้าผืน	140.1	127.8	-8.8	1,233.8	1,075.3	-12.8
- ด้ายและเส้นใย	93.9	69.3	-26.2	906.6	624.6	-31.1
3. สิ่งทออื่นๆ	205.9	160.5	-22.1	1,733.0	1,466.5	-15.4
รวม	712.6	582.1	-18.3	6,417.8	5,412.5	-15.7

ที่มา : กลุ่มบริหารการนำเข้า 2 สำนักบริหารการนำเข้า กรมการค้าต่างประเทศ

ตลาดส่งออก การส่งออกในช่วง 9 เดือนที่ผ่านมาการส่งออกลดลงทุกตลาด เป็นผลมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจของสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และเป็นผลสืบเนื่องให้การส่งออกไปยังตลาดอาเซียนที่เป็นฐานการผลิต ไปยังตลาดหลักสำคัญลดลงด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 2-2 ตลาดส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ตลาดส่งออก	กันยายน			มกราคม-กันยายน		
	2554	2555	%Δ(55/54)	2554	2555	%Δ(55/54)
อาเซียน	147.7	128.7	-12.9	1,170.6	1,128.9	-3.6
สหรัฐฯ	115.3	100.8	-12.6	1,109.0	911.8	-17.8
สหภาพยุโรป	105.5	70.5	-33.1	1,110.0	792.7	-28.6
ญี่ปุ่น	69.5	58.2	-16.3	552.9	506.2	-8.4
จีน	41.2	29.8	-27.6	346.3	276.3	-20.2
ฮ่องกง	15.2	11.7	-22.6	131.6	113.4	-13.8
อื่นๆ	218.3	182.4	-16.4	1,997.5	1,683.3	-15.7
รวม	712.6	582.1	-18.3	6,417.8	5,412.5	-15.7

ที่มา : กลุ่มบริหารการนำเข้า 2 สำนักบริหารการนำเข้า กรมการค้าต่างประเทศ

2. **การนำเข้า** การนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย ช่วงเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2555 มีมูลค่ารวม 3,806.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันในปี 2554 ร้อยละ 1.6 โดยการนำเข้าสินค้าประเภทสิ่งทอปรับตัวลดลง เป็นผลมาจากการนำเข้าด้ายเส้นใยปรับตัวลดลง

ตารางที่ 2-3 มูลค่าการนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ประเภท	กันยายน			มกราคม-กันยายน		
	2554	2555	%Δ (55/54)	2554	2555	%Δ((55/54))
1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	45.3	44.9	-1.0	334.8	397.7	18.8
2. สิ่งทอ	320.8	286.6	-10.6	3,158.1	3,118.3	-1.3
- ผ้าฝ้าย	157.2	131.9	-16.1	1,328.0	1,391.6	4.8
- ด้ายและเส้นใย	163.6	154.7	-5.4	1,830.1	1,726.8	-5.6
3. สิ่งทออื่นๆ	31.1	32.8	5.7	252.5	290.2	15.0
รวม	397.2	364.3	-8.3	3,745.4	3,806.2	1.6

ที่มา : กลุ่มบริหารการนำเข้า 2 สำนักบริหารการนำเข้า กรมการค้าต่างประเทศ

3. แหล่งนำเข้า

ตารางที่ 2-4 แหล่งนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

แหล่งนำเข้า	กันยายน			มกราคม-กันยายน		
	2554	2555	%Δ (55/54)	2554	2555	%Δ((55/54))
อาเซียน	37.6	35.8	-4.7	360.7	501.0	38.9
จีน	143.7	133.6	-7.0	1,157.1	1,236.3	6.8
ไต้หวัน	36.8	30.3	-17.5	297.2	298.2	0.3
สหรัฐฯ	14.2	21.3	50.1	531.2	235.1	-55.7
ญี่ปุ่น	36.3	30.9	-14.9	307.0	352.2	14.7
ออสเตรเลีย	27.7	24.4	-11.9	223.8	161.1	-28.0
อื่นๆ	100.9	87.9	-12.8	868.4	1,022.4	17.7
รวม	397.2	364.3	-8.3	3,745.4	3,806.2	1.6

ที่มา : กลุ่มบริหารการนำเข้า 2 สำนักบริหารการนำเข้า กรมการค้าต่างประเทศ

4. **ดุลการค้า** สิ่งทอไทยและเครื่องนุ่งห่มไทย ในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555 มีมูลค่า 1,606.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวลดลงร้อยละ 39.9 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2554

ตารางที่ 2-5 **ดุลการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ในช่วงเดือน ม.ค.- ก.ย. 2555**

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ประเภท	กันยายน			มกราคม-กันยายน		
	2554	2555	%Δ (55/54)	2554	2555	%Δ((55/54))
การส่งออก	712.6	582.1	-18.3	6,417.8	5,412.5	-15.7
การนำเข้า	397.2	364.3	-8.3	3,745.4	3,806.2	1.6
ดุลการค้า	315.4	217.8	-31.0	2,672.4	1,606.2	-39.9

ที่มา : กลุ่มบริหารการนำเข้า 2 สำนักบริหารการนำเข้า กรมการค้าต่างประเทศ

ปัญหาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ของไทยในปัจจุบัน

1. **ค่าเงินบาท** ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น ทำให้ราคาสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยสูงขึ้น ประเทศคู่ค้าที่บริโภคสินค้าของไทยสั่งซื้อสินค้าลดลงและหันไปบริโภคสินค้าของประเทศอื่นที่มีราคาต่ำกว่า เช่น เวียดนาม ลาว เมียนมาร์ กัมพูชา เป็นต้น

2. **ผลกระทบจากวิกฤตอุทกภัยในปี 2554** มีจำนวนโรงงานสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ได้รับผลกระทบประมาณร้อยละ 50 ของโรงงานทั้งหมด โดยส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ทำให้เครื่องจักรได้รับความเสียหายและขาดแคลนวัตถุดิบในอุตสาหกรรมการผลิตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบในลักษณะลูกโซ่ เนื่องจากผู้ประกอบการในพื้นที่ประสบอุทกภัยไม่สามารถเดินเครื่องการผลิตได้ จนต้องปิดโรงงาน ทำให้ปริมาณการผลิตของอุตสาหกรรมลดลงและไม่สามารถส่งสินค้าได้ทันตามกำหนดเวลา

3. **การส่งออก** ปัญหาทางเศรษฐกิจของสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ของไทย ในปี 2554 ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมฯ เป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศผู้นำเข้าได้ชะลอคำสั่งซื้อสินค้า และหันไปซื้อสินค้าจากคู่แข่งที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า เช่น เวียดนาม และอินโดนีเซีย จึงเป็นสัญญาณที่บ่งชี้ว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ไทยได้เสียโอกาสทางการตลาดและมีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่ต่ำลงในตลาดโลก สถานการณ์การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังตลาดยุโรป สหรัฐอเมริกา ในปี 2553-2554 มีอัตราการขยายตัวที่ลดลงเป็นอย่างมากจนกระทั่งหดตัว โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็น

ตลาดส่งออกหลัก นอกจากจะมีการย้ายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมออกจากจีนเพื่อลดต้นทุน ค่าแรงงานที่สูงแล้ว ทางสมาคมเครื่องนุ่งห่มและรองเท้าของสหรัฐฯ ได้คาดการณ์ว่าราคาสินค้าจะปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 4-6 ในช่วงปลายปี 2554 จากปัจจัยต่างๆ เช่น ราคาฝ้ายที่พุ่งสูงขึ้น ค่าจ้างแรงงานของจีน และต้นทุนการขนส่งที่ปรับตัวสูงขึ้นตลอดจนการแข่งขันค่าของเงินหยวน ทำให้ไทยได้ย้ายฐานการผลิตของ อุตสาหกรรมไปต่างประเทศในลักษณะเดียวกัน

4. การขึ้นค่าแรงพื้นฐาน นโยบายกำหนดค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาท/วัน ที่เริ่มนำร่อง วันที่ 1 เมษายน 2555 รวมทั้งการปรับเงินเดือนปริญญาตรี 15,000 ในเดือนมีนาคม 2555 จะเป็นตัวเร่ง ผลักดันให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ย้ายฐานการผลิตไปประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น โดยข้อมูลจาก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยพบว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น เช่น อุตสาหกรรม รองเท้า สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจำนวนกว่า 60 บริษัท ได้ย้ายฐานการลงทุนไปประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากมีค่าแรงต่ำกว่าไทย 4-8 เท่า โดยไทยมีค่าแรงเฉลี่ยเดือนละ 290 เหรียญสหรัฐฯ เมียนมาร์ 33.4 เหรียญสหรัฐฯ กัมพูชา 66 เหรียญสหรัฐฯ เวียดนาม 55-60 เหรียญสหรัฐฯ และลาว 80 เหรียญสหรัฐฯ ทำให้ไทยเสียเปรียบคู่แข่งสำคัญอย่างจีนและเวียดนาม ที่ผลิตเครื่องนุ่งห่มในต้นทุนที่ต่ำกว่า

5. ปัญหาแรงงานขาดแคลน ข้อมูลจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2553 พบว่ามี โรงงานสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่แจ้งยกเลิกกิจการถึง 270 โรงงาน จำนวนแรงงานถูกเลิกจ้าง 14,359 คน นอกจากนี้สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอรายงานว่ อุตสาหกรรมขาดแคลนแรงงานจำนวนมาก โดยเฉพาะแรงงานมีฝีมือ และจะทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากอุตสาหกรรมสิ่งทอมีค่าจ้างแรงงานเป็น สัดส่วนร้อยละ 20 ของต้นทุนรวม แม้จะมีการนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการผลิตก็ตาม แต่ปัจจัยการผลิตและการพัฒนาแรงงาน ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งด้านปริมาณและ คุณภาพ จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการได้ จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมทักษะ เพิ่มเติมซึ่งสร้างภาระทางการเงินและเวลาแก่ผู้ประกอบการโดยเฉพาะ SMEs ประกอบกับในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมาผู้ประกอบการหันมาจ้างแรงงานต่างด้าวมากขึ้น แต่ในปัจจุบันประเทศของแรงงานดังกล่าวกำลัง พัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้แรงงานต่างด้าวเริ่มทยอยกลับประเทศของตน จึงยิ่งส่งผลให้ขาดแคลนแรงงาน มากขึ้น

6. การจัดการศึกษาในสายอาชีพ ในระบบของกระทรวงศึกษาธิการ และอาชีวศึกษา จะเป็นเพียงความรู้ในระดับพื้นฐาน ซึ่งไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ผู้เรียนไม่สนใจ เรียนในสายอาชีพ และยิ่งไปกว่านั้นในสายอาชีพด้วยกัน สาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไม่ได้รับความสนใจ เท่าที่ควร

7. ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ได้แก่ เส้นใยฝ้ายและใยสังเคราะห์ที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่ง เกิดจากภัยธรรมชาติทำให้พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตฝ้ายลดลง การขนส่งมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับ

ความต้องการบริโภคเส้นใยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้นนี้จะทำให้ผู้ผลิตมีต้นทุนสูงขึ้นตามไปด้วย และส่งผลให้กำไรลดลงหรืออาจจะขาดทุนอย่างต่อเนื่อง

8. ความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้สีและสารเคมีค่อนข้างมากในกระบวนการผลิต มีสัดส่วนการใช้น้ำและพลังงานสูง ทำให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมาก

9. ขาดการเชื่อมโยงกันในอุตสาหกรรม ทำให้ไม่มีการตอบสนองระหว่างกันที่รวดเร็ว (Quick Response / Supply Chain) ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Distinctiveness / Variety) ขาดการนำเทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ (Technology / Machinery)

นโยบายและแนวคิดที่ประเทศอื่นๆนำมาใช้

1. นโยบายการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในต่างประเทศ

นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์และนโยบายการค้าของประเทศผู้ผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เพื่อการส่งออกที่สำคัญของโลก ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งหรืออาจเป็นพันธมิตรด้านการผลิตและการค้าที่สำคัญของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ไทยในอนาคต มีประเด็นนโยบายที่น่าสนใจในแต่ละประเทศ ดังนี้

1.1 ประเทศจีน อุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศจีน ได้ผ่านการปรับโครงสร้างขนานใหญ่ตั้งแต่ปี 2541 เมื่อรัฐบาลเริ่มปฏิรูปเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลได้สั่งปิดโรงงานที่ขาดทุนและควบรวมกิจการที่ประสบความสำเร็จของหลายโรงงานเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ State Textile Bureau ยังให้เงินช่วยเหลือ 2.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ แก่บริษัทชั้นนำ 200 บริษัท และเงินกู้ 1.7 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เพื่อใช้ในการยกระดับเทคโนโลยี ร่วมกับการจัดสรรเงินสนับสนุนและเงินกู้จำนวน 1.8 และ 1.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ให้แก่อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ทั้งระบบ นอกจากนี้ CNTIC (China National Textile Industry Council) ยังได้ดำเนินโครงการ “Fabrics China” เพื่อปรับปรุงอุตสาหกรรมสิ่งทอจีนให้มีความทันสมัย มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล และเพื่อยกระดับมูลค่าของอุตสาหกรรมผ้าฝ้ายให้เพิ่มสูงขึ้น รวมทั้ง CNTIC ยังทำหน้าที่เป็นตัวกลางเจรจาการค้าระหว่างโรงงานผ้าฝ้ายกับผู้ซื้อจากต่างประเทศ

1.2 ประเทศอินเดีย รัฐบาลอินเดียได้ดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อให้ความช่วยเหลืออุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากลทั้งในด้านราคา และคุณภาพสินค้า ดังนี้

1.2.1 ยกเลิกข้อจำกัดของสาขาเสื้อผ้าสำเร็จรูป

1.2.2 ยกเลิกข้อจำกัดสำหรับการลงทุน โดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) และการสร้างอุทยานเครื่องนุ่งห่มในเมือง Tronica รัฐ Uttar Pradesh และเมือง Ghaziabad กับ Surat รัฐ Gujarat และอีกหลายรัฐได้ยื่นข้อเสนอขอสร้างอุทยานด้วยเช่นกัน

1.2.3 จัดทำแผนพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อปรับปรุงผลผลิตและคุณภาพของการปลูกฝ้าย การลดภาษีศุลกากรสำหรับเครื่องจักรสิ่งทอนำเข้า การอนุญาตนำเข้าเครื่องจักรใช้แล้ว การเร่งกำหนดค่าเสื่อมของเครื่องจักรใหม่

1.2.4 ยกเลิกมาตรการการจำกัดปริมาณการนำเข้า (QRs) ในสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 342 รายการ การลดภาษีศุลกากรสำหรับเส้นใย สิ่งทอประดิษฐ์ และเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากร้อยละ 16 เหลือร้อยละ 12

1.2.5 จัดทำแผนพัฒนาศูนย์กลางสิ่งทอ (TCIDS) เพื่อปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับศูนย์สิ่งทอที่สำคัญๆ

1.2.6 ใช้ประโยชน์จากสถาบันเทคโนโลยีแพชชั่นแห่งชาติ เพื่อฝึกนักออกแบบแพชชั่นในท้องถิ่น

1.2.7 กำหนดโควต้าและข้อจำกัดอื่นๆ ต่อการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จากประเทศสมาชิกสมาคมความร่วมมือแห่งภูมิภาคเอเชียใต้ (SAARC) อื่นๆ

1.2.8 ออกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด ในรายการเส้นใยและเส้นด้ายต่างๆ จากหลายประเทศ เช่น เนปาล อิตาลี เกาหลีใต้ ตุรกี มาเลเซีย ใต้หวัน ไทย เยอรมนี สหราชอาณาจักร บัลแกเรีย บราซิล เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดโลกและลดอุปสรรคจากการที่อินเดียไม่ได้เป็นสมาชิกของข้อตกลงการค้าเสรีหลักๆ ในภูมิภาค

1.2.9 พัฒนาความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ กับประเทศในอาเซียน และยกเลิกข้อจำกัดการนำเข้าหลายประการในปี 2544

1.2.10 ยกเลิกมาตรการการจำกัดปริมาณการนำเข้า (QR) ภายใต้อความตกลงกับสหรัฐอเมริกาต่อการนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 342 รายการ

1.3 ประเทศเวียดนาม เวียดนามได้จัดทำ แผนแม่บท “The Speed-up Development Strategy for 2010” ซึ่งระบุวัตถุประสงค์เชิงนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ไว้ 2 ประการ คือ 1) เพื่อเพิ่มมูลค่าของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเวียดนาม โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตจาก CMT (ผู้ซื้อเป็นคนจัดหาวัตถุดิบ) เป็น FOB และ 2) เพื่อเพิ่มการใช้

วัตถุดิบในประเทศสำหรับการส่งออกเครื่องนุ่งห่ม โดยมีการลงทุนเชิงรุกในอุตสาหกรรมฝ้ายปั่นด้าย และทอผ้า โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อ ส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบและอุปกรณ์ อื่นๆ สำหรับการส่งออกอุตสาหกรรมเสื้อผ้า เพิ่มสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบภายในประเทศและ ผลตอบแทนจากการส่งออก รวมทั้งเพื่อเพิ่มอัตราการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเพิ่มปริมาณ การผลิตฝ้าย โดยแผนแม่บทที่กำหนดขึ้น ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ดังนี้

1.3.1 ยุทธศาสตร์การลงทุน เวียดนามวางเป้าหมายในการลงทุน พัฒนาสาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มและยกระดับศักยภาพการผลิต ภายในปี 2553 ซึ่งยุทธศาสตร์การ ลงทุน ประกอบด้วยโครงการลงทุนพัฒนาวัตถุดิบ การผลิตเส้นใย การทอผ้าการพัฒนาการถักผ้า การ พัฒนาการพิมพ์สี การย้อมและการตกแต่งสำเร็จ การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป การผลิตสิ่งทอ อุตสาหกรรม การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลสำหรับสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม การปกป้อง สิ่งแวดล้อมและการรับผิดชอบต่อสังคม และการผลิตเครื่องประดับ ตกแต่งเสื้อผ้า เป็นต้น

1.3.2 ยุทธศาสตร์ด้านการตลาด เวียดนามดำเนินกลยุทธ์การตลาด เชิงรุกด้วยการจัดตั้งสำนักงานผู้แทนในตลาดหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮองกง ญี่ปุ่นและสหภาพยุโรป การจัดทำศึการศึกษา การเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อเก็บเกี่ยวข้อมูลการตลาด การ เข้าถึงลูกค้า และการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เวียดนามในตลาดโลกรวมทั้งการสร้างความร่วมมือและ เชื่อมโยงกับซัพพลายเออร์ฝ้าย เส้นใย สิ่งทอ วัตถุดิบและสารกันเสีย ในกระบวนการผลิตทั้งหมด เพื่อ หลีกเลี่ยงการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศและสร้างความเข้มแข็งของการค้าภายในประเทศ

1.3.3 ยุทธศาสตร์การยกระดับกิจการสิ่งทอบริษัทสิ่งทอ ใน เวียดนามได้ทดแทนเครื่องจักรเก่า ด้วยการลงทุนเครื่องจักรทันสมัยและเทคโนโลยีขั้นสูงที่ผลิตใน สหภาพยุโรปหรือญี่ปุ่น ในขั้นตอนสำคัญ เช่น การย้อมและการตกแต่งสำเร็จ ขณะที่บริษัทผลิตเสื้อผ้า ได้ลงทุนในสายการผลิตใหม่ ด้วยเครื่องจักรที่มีคุณภาพเพื่อผลิตสินค้าคุณภาพสูงและดำเนินโครงการ บำบัดน้ำเสียจากโรงงานที่ตั้งในเขตชุมชน พัฒนา ISO 14000 และนำมามาตรฐาน SA 8000 มาใช้ สำหรับผลิตภัณฑ์ส่งออกเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประเทศคู่ค้าสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดสหรัฐฯ นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการพัฒนาตราสินค้าของบริษัทชั้นนำ เช่น Garment 10, Viet Tien, Nha Be, Thanh Cong, Viet Thang ฯลฯ และจดลิขสิทธิ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึง พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยการเชื่อมโยงสถาบันการศึกษาทั้งในและต่างประเทศเพื่อฝึกอบรมวิศวกร ช่างเทคนิค และเจ้าหน้าที่ในสายการผลิตต่างๆ เพื่อเพิ่มเติมบุคลากรที่มีอยู่แล้วในบริษัท และจัดหา แรงงานให้เขตอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เม้นท์ในประเทศอย่างเป็นระบบ ครบวงจร

1.4 ประเทศเกาหลี ในปี 2001 กระทรวงพาณิชย์ อุตสาหกรรม และพลังงาน (MOCIE) ของประเทศเกาหลี ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยเน้นการจัดโครงสร้างอุตสาหกรรมที่ชำนาญพิเศษตามที่ตั้ง และการฟื้นฟูอุตสาหกรรมแฟชั่นและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยรัฐบาลจะใช้เงินประมาณ 2 ล้านล้านวอน เพื่อพัฒนาวัตถุดิบสำหรับสิ่งทอในอุตสาหกรรมจนถึงปี 2554 ภายใต้เป้าหมายเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการผลิตเสื้อผ้าและวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรม โดย MOCIE จะให้ความช่วยเหลือในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การฝึกอบรม แรงงาน การวิจัยและพัฒนา เพื่อช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศทั้งนี้ ในปี 2553 MOCIE ได้ตั้งเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรม ด้วยการกำหนดมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นจาก 1.6 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2544 เป็น 3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2553 ซึ่งเกาหลี ได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนา เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ดังนี้

1.4.1 พัฒนาอุตสาหกรรมไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยี

สูง โดยเฉพาะสิ่งทอที่ใช้ในอุตสาหกรรมและสิ่งทอที่มีคุณสมบัติพิเศษ ด้วยการพัฒนาเส้นใยที่ใช้เทคโนโลยีสูง พร้อมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น ด้วยการจัดตั้งศูนย์กลางการวิจัยสิ่งทอเพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในประเทศ และการฝึกอบรมผู้เชี่ยวชาญในสาขาสิ่งทออุตสาหกรรม รวมทั้ง ยกกระดับอุตสาหกรรมการฟอกย้อมและการพิมพ์ ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงในการย้อมสี และการติดตั้งเครื่องจักรอัตโนมัติในโรงงานฟอกย้อม เป็นต้น

1.4.2 อบรมแรงงานให้สามารถใช้ระบบเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยช่างเครื่องและช่างเทคนิคที่มีความชำนาญจะต้องได้รับการอบรมในอัตรา 350 คนต่อปี และเพิ่มจำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรมในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้อง จาก 1,885 คน ในปี 2544 เป็น 3,500 คนต่อปี และมีบุคลากรมากกว่า 300 คนได้รับการอบรมในด้านการออกแบบแฟชั่น ขณะเดียวกันจะมีการส่งเสริมการออกแบบด้วยดิจิทัลและการลงสีผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการจัดตั้งคณะสิ่งทอและแฟชั่นในมหาวิทยาลัยพร้อมทุนการศึกษาและโอกาสในการฝึกงานทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้มีบุคลากรด้านสิ่งทอและแฟชั่นเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนฝึกอบรมบุคลากรประมาณ 300 คนต่อปี ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดต่างประเทศ การขยายนิทรรศการ/งานแสดงสินค้าต่างประเทศ และการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับตลาดส่งออก เป็นต้น

1.4.3 จัดงานแสดงผลผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมสิ่งทอในต่างประเทศ และยกระดับอุตสาหกรรมแฟชั่นของเกาหลี โดยการก่อสร้างอาคารอเนกประสงค์เพื่อจัดงานแสดงผลแฟชั่นระดับโลกเป็นประจำ ตลอดจนหา niche market สำหรับรายการสินค้าที่มีคุณภาพสูงที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็วพร้อมบริการแบบเต็มรูปแบบ

1.4.4 ประยุกต์ใช้ E-Business ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ อาทิ ระบบ

ตอบกลับรวดเร็ว (QR) ที่มีรหัสผลิตภัณฑ์มาตรฐาน การเปลี่ยนระบบการผลิตและกระจายสินค้าแบบ off-line ไปสู่ระบบ on-line ผ่านทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งเว็บไซต์ (e-Portal) ด้านสิ่งทอและแฟชั่น และเว็บไซต์สำหรับผู้ซื้อต่างประเทศในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และกิจการในประเทศเกาหลี นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการตลาดเพื่อการส่งออก

1.5 สาธารณประชาธิปไตยรัฐประชาชนลาว (สปป.ลาว) ในปี 2549

สปป.ลาว มีโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจำนวน 104 โรงงาน ซึ่งส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในเวียงจันทน์ ซึ่งเป็นเมืองหลวง จำนวน 101 โรงงาน และตั้งอยู่แขวงสะหวันนะเขตจำนวน 3 โรงงาน มีการจ้างงาน 26,600 คน โดยโรงงานขนาดใหญ่ที่มีการจ้างงานตั้งแต่ 1,000 คนขึ้นไป มีจำนวนประมาณ 6 โรงงาน ตลาดส่งออกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สำคัญของ สปป.ลาว ได้แก่ ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 84.0 และ 7.0 ตามลำดับ ขณะที่ยอดรวมมูลค่าการลงทุนสะสมจากต่างประเทศของ สปป.ลาว ในสาขาเครื่องนุ่งห่ม ระหว่างปี 2543 - กันยายน 2549 พบว่า มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.26 เมื่อพิจารณาสถานภาพและศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ของ สปป.ลาว ในภาพรวม พบว่า สปป.ลาวเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีโอกาสของการพัฒนาของอุตสาหกรรมในระดับที่ดี โดย สปป.ลาว ได้รับระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences: GSP) จาก 48 ประเทศทั่วโลก อาทิ ยุโรป เกาหลี ออสเตรเลีย แคนาดา ได้รับ MFN จากสหรัฐอเมริกา ภายใต้สถานภาพการเป็นคู่ค้าปกติ (Normal Trade Relationship) ตั้งแต่วันที่ 3 ธันวาคม 2547 ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสให้แก่ สปป.ลาว ในการส่งออกเครื่องนุ่งห่มไปยังตลาดในกลุ่มประเทศดังกล่าวได้เพิ่มขึ้น โดยอัตราภาษีนำเข้าเฉลี่ยที่สหรัฐอเมริกาเรียกเก็บจากเครื่องนุ่งห่มของ สปป.ลาว ลดลงจากเดิมร้อยละ 45 เหลือร้อยละ 12.5 นอกจากนี้รัฐบาล สปป.ลาว ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศในลำดับสูง เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับ 2 รองจากกลุ่มไฟฟ้า ประกอบกับกำลังแรงงานซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาวและมีค่าจ้างแรงงานราคาถูก (ประมาณ 30-32 เหรียญสหรัฐฯ ต่อเดือน) ยังเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้ สปป.ลาว มีความได้เปรียบประเทศต่างๆ ในภูมิภาค และจัดเป็นประเทศที่มีความน่าสนใจในการลงทุนหรือย้ายฐานการผลิต โดยในระยะที่ผ่านมาพบว่าต้นทุนของปัจจัยการผลิต ทั้งที่เป็นค่าเช่าที่ดินพลังงานไฟฟ้าและแหล่งน้ำที่มีปริมาณมากเพียงพอสำหรับภาคอุตสาหกรรม และการเป็นประเทศที่มีความเสี่ยงน้อยมากจากการถูกใช้มาตรการทางการค้ารูปแบบต่างๆ อาทิ มาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti-Dumping) และมาตรการปกป้องการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น(Safeguard) จากประเทศผู้นำเข้า เนื่องจากเป็นประเทศที่มีขนาดทางเศรษฐกิจเล็ก และยังมีระดับการพัฒนาประเทศไม่สูงนัก ได้เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างโอกาสและเอื้อประโยชน์ให้แก่ สปป.ลาว ในการที่จะพัฒนาศักยภาพด้านอุตสาหกรรม การค้าและการลงทุนในหลากหลายมิติ

อย่างไรก็ดี แม้ว่า สปป.ลาวจะมีโอกาสในหลากหลายด้านที่ช่วยเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ ตลอดจนเป็นประเทศที่มีอาณาเขตเชื่อมโยงตลาดจีน เวียดนามและไทย แต่ สปป.ลาว ยังคงเผชิญกับข้อจำกัดสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการพัฒนาประเทศ กล่าวคือกำลังแรงงานส่วนใหญ่ยังขาดทักษะและประสบการณ์ ตลอดจนความคุ้นเคยในการทำงานในภาค อุตสาหกรรมซึ่งต้องการความอดทน ความมีระเบียบวินัยสูง

1.6 ราชอาณาจักรกัมพูชา รัฐบาลกัมพูชามีนโยบายเร่งรัดการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างจริงจัง ประกอบกับการเข้าเป็นสมาชิกในกรอบความร่วมมือในระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับอนุภูมิภาค ทำให้ประเทศกัมพูชาได้รับความช่วยเหลือด้านต่างๆ ทั้งเงินให้เปล่าและเงินกู้จากหลายประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลกัมพูชาได้กำหนดนโยบายสนับสนุนและเปิดรับการลงทุนจากต่างชาติมากขึ้นเพื่อเป้าหมายในการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชน และเสริมสร้างความเข้มแข็งของการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ปัจจุบันเศรษฐกิจของราชอาณาจักรกัมพูชามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 8 ต่อปีราชอาณาจักรกัมพูชาได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าจากประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศ โดยได้รับสิทธิพิเศษเกี่ยวกับ MFN และ GSP จากสหรัฐอเมริกา แคนาดาสหภาพยุโรป ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น จีน และนิวซีแลนด์ เป็นต้น รวมทั้ง สิทธิประโยชน์จากASEAN Integration System of Preferences (AISP) 349 รายการ จาก ASEAN-6 ตลอดจนได้รับ GSP จากประเทศญี่ปุ่น 226 รายการ และสาธารณรัฐเกาหลี 78 รายการ นอกจากนี้ภายใต้ข้อตกลงการค้าเสรี ASEAN-China ในกรอบข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางการค้าสินค้า ณ กรุงเวียงจันทน์ ได้ให้สิทธิพิเศษเกี่ยวกับโควตาและภาษีสำหรับสินค้าเกษตร 418 รายการแก่ราชอาณาจักรกัมพูชาอีกด้วยจากนโยบายการเปิดประเทศเพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนในราชอาณาจักรกัมพูชามากขึ้น เพื่ออาศัยความได้เปรียบในเรื่องสิทธิพิเศษทางการค้า และปัจจัยการผลิตราคาถูก ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์สูง โดยตั้งแต่ปี 2548 ราชอาณาจักรกัมพูชามีการขยายตัวทางเศรษฐกิจกว่าร้อยละ 10 ซึ่งการส่งออกเครื่องนุ่งห่มเป็นกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงถึงร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศในปี 2549 ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 10-16 ต่อปี และ 6 เดือนแรกของปี 2550 การส่งออกเครื่องนุ่งห่มของราชอาณาจักรกัมพูชา มีการขยายตัวถึงร้อยละ 16 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งออกเสื้อผ้าชั้นใน เช่น innerwear middleware T-shirt Jean Pajama โดยมีโรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่มจำนวน 400 โรงงาน (เป็นสมาชิก GMAC 310 โรงงานและลงทุนโดยคนกัมพูชา 10 ราย) ประกอบด้วยแรงงานจำนวน 350,000 คน อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ 25 เหรียญสหรัฐฯ ต่อเดือน และมีกฎหมายแรงงานตามมาตรฐานสากลหรือ ILO เป็นกรอบปฏิบัติในการจ้างงานในปัจจุบัน แม้ว่า กัมพูชาจะได้ดำเนินการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ(Special Economic Zone) ที่ปอยเปต เกาะกง ไพลินชิตี และสีหนุวิลล์ แต่พบว่าเขตเศรษฐกิจบางแห่งยังต้องได้รับการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน

และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตกระแสไฟฟ้ายังคงมีปริมาณไม่พอเพียงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมและมีราคาสูง นอกจากนี้ ปัจจัยการผลิตด้านกำลังแรงงานที่แม้ว่าจะมีปริมาณ มากและค่าจ้างแรงงานยังอยู่ในระดับต่ำ แต่คุณภาพของกำลังแรงงานยังไม่ได้มาตรฐานจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาฝึกฝน เพื่อพัฒนาให้มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมซึ่งกำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องภาพรวมการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโลกในอนาคตยังมีการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ที่ดีและตลาดยังคงมีการกระจุกตัวอยู่ในตลาดผู้ซื้อและผู้ค้ารายใหญ่ไม่กี่ราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศจีนและอินเดีย มีการขยายตัวของมูลค่าและสัดส่วนการส่งออกสูงขึ้น ในขณะที่กระแสการแข่งขันภายใต้ข้อตกลงทางการค้าที่ให้สิทธิพิเศษกับประเทศสมาชิกจะยังคงส่งผลให้การแข่งขันทางการค้าในระดับโลกทวีความเข้มข้นขึ้น ตลอดจนการให้ความสำคัญกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ของประเทศผู้นำเข้า และการขยายตัวของปริมาณและมูลค่าการบริโภคสิ่งทอเทคนิคและสิ่งทอคุณสมบัติพิเศษ (Technical and Functional Textile) รวมถึงกระแสความต้องการของประเทศผู้นำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ให้ความสำคัญกับการให้บริการส่งมอบสินค้าแบบเบ็ดเสร็จ รวดเร็ว จะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรมซึ่งผู้ประกอบการและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรต้องคำนึงถึง เพื่อใช้ประกอบการกำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมและจัดทำแผนธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกได้อย่างเท่าทันและรวดเร็ว บนพื้นฐานของความเข้มแข็งและการเตรียมพร้อมทั้งในด้าน เทคโนโลยี การตลาดและความร่วมมือของภาคีการพัฒนา เพื่อสร้างคุณค่าและยกระดับสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มให้มีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากคู่แข่งอื่นๆ

แนวทางและวิธีการที่ภาคเอกชนต่างๆ ใช้

ตัวอย่างของกลุ่มบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการปฏิรูปธุรกิจ โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่นำไปสู่ยุทธศาสตร์ที่แตกต่าง มุ่งจัดกระบวนการทำงาน หรือการใช้บุคลากร ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีที่มีผลทำให้เกิดมีนวัตกรรมสร้างสรรค์ธุรกิจแบบใหม่ สามารถให้ผลลัพธ์ทั้งในรูปรายได้ และการบริการลูกค้าอย่างมากเมื่อเทียบกับวิธีดั้งเดิม หรืออาจเปลี่ยนรูปแบบของธุรกิจ (Business Model) เป้าประสงค์ (Objectives) และพันธกิจ (Mission) ขององค์กร พื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงมีสองเรื่องหลัก ๆ ได้แก่

1. ธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับลูกค้ารายตัว โดยไม่คำนึงว่าจะมีลูกค้าจำนวนน้อย หรือจำนวนมาก ธุรกิจต้องสามารถบริการให้ได้อย่างประทับใจเป็นรายบุคคล
2. ธุรกิจไม่ว่าจะขนาดใด จะใหญ่ หรือ เล็ก จะพบปัญหาเดียวกัน คือไม่สามารถหาทรัพยากรเพียงพอ และจำเป็นที่จะบริการลูกค้าให้ได้ประทับใจตามความในข้อที่ 1 แต่ทรัพยากรที่

ต้องการนี้มีอยู่ทั่วไป ที่เราอาจมองได้ว่าเป็นระบบนิเวศของโลก (Global Ecosystem) ธุรกิจจะต้องฝึกทักษะให้สามารถเข้าถึง หรือเข้าหาระบบนิเวศของโลกนี้ เพื่อสรรหาทรัพยากรที่จำเป็นมาสนองพันธกิจของตนเอง

ดังนั้นแนวคิดข้างต้น สามารถที่จะนำพาธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ ไปสู่การออกแบบรูปแบบธุรกิจที่ต้องอาศัยเทคโนโลยี และการเชื่อมโยงกับชุมชนทั่วโลก (Technology-Connectivity) โดยเน้นการสร้างนวัตกรรมบริการ มีตัวอย่างมากมายที่ประสบความสำเร็จจากการปฏิรูปทางธุรกิจอย่างมาก เช่น

1. Amazon.com อาศัยเทคโนโลยี การเชื่อมโยงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และพัฒนากระบวนการจำหน่ายหนังสือ และสินค้าอื่น ๆ จนเป็นที่นิยมทั่วโลก เป็นผลให้เกิดการปฏิรูปทางธุรกิจจำหน่ายหนังสือ จุดเด่นของ Amazon.com นอกจากความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าหลากหลาย การสั่งซื้อ จัดส่ง และชำระเงิน ยังใช้เทคนิค Semantic Web ช่วยแนะนำหนังสือให้แก่ลูกค้า เป็นวิธีสร้างคุณค่าของลูกค้าแบบใหม่โดยแท้จริง

2. Metro Group Department Store และ Wal-Mart Store เป็นตัวอย่างที่ใช้เทคโนโลยี เช่น RFID/NFC รวมทั้งเทคโนโลยีไอซีทีไร้สาย และกระบวนการบริการลูกค้า จนเป็นผลให้เกิดการปฏิรูปทางธุรกิจขายปลีก ทำให้ผู้บริโภคจับจ่ายซื้อสินค้าได้โดยสะดวก ไม่ต้องยืนรอชำระเงิน ลูกค้าใช้โทรศัพท์มือถือทำหน้าที่บันทึกรายการและคำนวณราคาสินค้าในขณะที่ถูกหยิบออกจากชั้นวางสินค้า เมื่อถึงเวลาชำระเงิน ลูกค้าเพียงกดคำสั่ง Check out บนเครื่องโทรศัพท์ ระบบจะตัดบัญชีจากบัญชีธนาคาร หรือทำการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ลูกค้าสามารถเดินออกจากร้านพร้อมสินค้าโดยไม่ต้องเสียเวลารอผ่านกระบวนการชำระเงิน

3. Goodyear และ Bridgestone เป็นบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ปฏิรูประบบธุรกิจจากการจำหน่ายยางรถยนต์ มาเป็นการบริการใช้ยางรถยนต์ อาศัยเทคโนโลยี RFID และ GPS รวมทั้งระบบซอฟต์แวร์ที่บันทึกน้ำหนัก และความเร็วที่รถบรรทุกสินค้าวิ่งบนถนนหลวง จากต้นทางถึงปลายทาง เพื่อใช้คำนวณค่าบริการใช้ยาง การบริการรูปแบบใหม่นี้ สร้างความประทับใจให้ลูกค้า เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการ และลูกค้าได้อย่างยั่งยืน ยากที่คู่แข่งจะแข่งขันได้

4. Li & Fung ปฏิรูประบบการบริหารห่วงโซ่อุปทาน เชื่อมโยงโรงงานกลุ่มใหญ่ของจีน กับกลุ่มลูกค้าทั่วโลก โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ความสำเร็จของ Li & Fung อยู่ที่ระบบการหาข้อมูล และแบ่งปันข้อมูลกับลูกค้า ตั้งแต่กฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศที่แตกต่าง องค์กรความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิต การออกแบบ และการจัดส่งสินค้าข้ามแดน ศักยภาพของ Li & Fung คือความสามารถเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต และผู้จำหน่ายจำนวนมาก และสร้างทักษะการบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน ที่ช่วยให้กระบวนการจัดหาสินค้า การผลิต และการขนส่ง จากโรงงานสู่ร้านค้าจำหน่าย เป็นไปอย่างราบรื่นและต่อเนื่องในต้นทุนที่ต่ำ

ตัวอย่างทั้งสี่ที่กล่าวข้างต้น เป็นเพียงส่วนย่อยของกลุ่มบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยี การสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับกระบวนการ การเชื่อมโยงกับคนกลุ่มใหญ่ ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค การบริหารจัดการข้อมูล ตลอดจนการสร้างนวัตกรรมบริการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก ธุรกิจเหล่านี้ อยู่ในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน แต่มีสิ่งที่เหมือนกัน คือ วิสัยทัศน์ที่จะสร้างความโดดเด่น และสร้างศักยภาพการแข่งขัน โดยอาศัยเทคโนโลยีและการเชื่อมโยง (Connectivity) เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ในวงกว้าง ใช้ยุทธศาสตร์การร่วมผลิตและร่วมกันสร้างคุณค่า รวมมือกัน และร่วมกันทำ เพื่อรวมเอาความรู้และทรัพยากรจากแหล่งต่าง ๆ ทำให้เกิดมูลค่าที่เป็นประโยชน์ ไม่เฉพาะตัวธุรกิจเอง แต่ให้ประโยชน์แก่ทั้งผู้บริโภค และสังคมโดยรวม และทั้งหมดนี้ ทำอยู่บนพื้นฐานขององค์ความรู้ของวิทยาการบริการ (Service Science)

แนวทางสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐที่เคยมี และที่มีอยู่ในปัจจุบัน

นโยบายภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ไทย มีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างเด่นชัด โดยวิวัฒนาการของอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบจากนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล ได้แก่ นโยบายที่คุ้มครองการผลิตของอุตสาหกรรมในประเทศ นโยบายคุ้มครองทางการค้า นโยบายส่งเสริมการลงทุน นโยบายส่งเสริมด้านภาษีอากร และนโยบายส่งเสริมด้านเงินทุน เป็นต้น โดยนโยบายการคุ้มครองอุตสาหกรรม นับเป็นนโยบายที่ส่งผลกระทบโดยตรงมากที่สุด โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. นโยบายด้านการลงทุน

พ.ศ. 2498 รัฐบาลเริ่มให้ความคุ้มครองอุตสาหกรรม โดยการออกพระราชบัญญัติควบคุมการนำเข้าเส้นด้ายฝ้าย (cotton yarn)

พ.ศ. 2500 พระราชบัญญัติควบคุมการนำเข้าเส้นใยฝ้าย (cotton fabric)

พ.ศ. 2503 รัฐบาลออกพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน ซึ่งส่งผลให้รูปแบบการลงทุนของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์มีการเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ มีการปิดกิจการโรงงานเป็นจำนวนมาก และเกิดการควบรวมกิจการของผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการชาวจีน และเกิดการร่วมลงทุนระหว่างไทยกับต่างประเทศที่ต้องการขยายฐานการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย เช่น ญี่ปุ่น ไต้หวัน และฮ่องกง เป็นต้น เพื่อใช้ประโยชน์จากการที่ประเทศไทยมีต้นทุนค่าจ้างแรงงานต่ำ และต้องการใช้ประโยชน์ทางการค้าจากโควตาการนำเข้าจากประเทศไทยในการส่งออกสินค้า

พ.ศ. 2514 รัฐบาลได้ออกมาตรการห้ามโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขยายกำลังการผลิตและตั้งโรงงานใหม่ เนื่องจากอุตสาหกรรมมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยการลดการส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อป้องกันการเกิดปัญหากำลังการผลิตส่วนเกิน

พ.ศ. 2518 รัฐบาลอนุญาตให้โรงงานทอผ้าที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออกสามารถตั้งโรงงานใหม่หรือขยายกำลังการผลิตได้เนื่องจากการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และกำหนดให้โรงงานทอผ้าอื่นที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนสามารถขยายกำลังการผลิตได้ไม่เกินร้อยละ 50 ทำให้มีการตั้งโรงงานขนาดเล็กที่ไม่ได้จดทะเบียน และเกิดการนำเข้าเครื่องจักรเก่าใช้แล้วจากไต้หวันเป็นจำนวนมาก

พ.ศ. 2521 รัฐบาลออกมาตรการจำกัดกำลังการผลิตอีกครั้ง แต่ไม่บังคับใช้กับผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนก่อนวันที่ 10 มีนาคม 2518

พ.ศ. 2524 รัฐบาลอนุญาตให้กิจการที่ติดตั้งเครื่องจักรใหม่รวมทั้งอุปกรณ์อะไหล่และชิ้นส่วนต่างๆ สามารถทำการขยายกำลังการผลิตได้

พ.ศ. 2527 รัฐบาลออกมาตรการจำกัดกำลังการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

พ.ศ. 2530 รัฐบาลทำการยกเลิกการจำกัดการผลิตเนื่องจากการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นมาก ทำให้เกิดภาวะขาดแคลนเส้นด้าย โดยอนุญาตให้มีการตั้งหรือขยายโรงงานปั่นด้ายและโรงงานทอผ้า ทำให้เกิดปัญหาเช่นเดียวกับช่วงปี 2518

พ.ศ. 2534 ภาครัฐอนุญาตให้สามารถตั้งและขยายโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้อย่างเสรี ส่งผลให้มีการนำเข้าและการติดตั้งเครื่องจักร/อุปกรณ์ ทันสมัยเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2530 – 2533 ขณะเดียวกันรัฐบาลได้กำหนดมาตรการเข้มงวดกับโรงงานที่อาจมีปัญหาล้างแวล้อมหรือมีผลกระทบต่อชุมชนตามพระราชบัญญัติโรงงานปี 2535

พ.ศ. 2538 มีการปรับลดภาษีนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปลงจากร้อยละ 60 ตามข้อตกลงการเจรจาการค้าและภาษีศุลกากรรอบอุรุกวัย ส่งผลให้การคุ้มครองอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศเริ่มลดลง

พ.ศ. 2540 สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ถูกจัดตั้งขึ้นโดยมีหน้าที่จัดทำแผนจัดตั้งศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ พัฒนาทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีและสิ่งแวล้อมสิ่งทอรวมทั้งให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ

พ.ศ. 2546 รัฐบาลได้กำหนดให้การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นวาระแห่งชาติ และได้กำหนดให้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยโดยมีอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่จะผลักดันภายใต้ โครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City: BFC) ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมในเชิงยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน โดยการจัดตั้ง

โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น มีจุดประสงค์เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเม้นท์ไทยไปสู่ อุตสาหกรรมแฟชั่นในอนาคต โดยมีวิสัยทัศน์ให้กรุงเทพฯเป็นศูนย์กลางและศูนย์ธุรกิจแฟชั่นแห่งหนึ่ง ในโลก โดยมียุทธศาสตร์ “การตลาดด้านแฟชั่น” ที่ประกอบด้วยแผนงานและโครงการต่างๆ เพื่อเป็นตัวผลักดันการพัฒนาให้อุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยขึ้นมาเป็นผู้นำได้อย่างเข้มแข็ง ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยให้การส่งออกและเศรษฐกิจของประเทศไทยเจริญก้าวหน้าต่อไป ซึ่งยุทธศาสตร์ “การตลาดด้านแฟชั่น” ประกอบด้วย 3 แผนงาน ได้แก่ (1) แผนงานสร้างบุคลากรแฟชั่น (2) แผนงานพัฒนาและเชื่อมโยงธุรกิจแฟชั่นและ (3) แผนงานสร้างกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น

พ.ศ. 2547 รัฐบาลประกาศปิดบ่อน้ำบาดาลใน 7 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพฯ ออยุธยา นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการพอกย้อมอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องการใช้น้ำในกระบวนการผลิตมาก ในขณะเดียวกันคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ออกประกาศให้การส่งเสริมการลงทุนเฉพาะผู้ประกอบการพอกย้อมและแต่งสำเร็จรายเดิมที่จะขยายงานในสถานที่ตั้งเดิมเท่านั้น โดยมีเงื่อนไขต้องได้รับใบรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 14000 ภายใน 2 ปี สำหรับกิจการพอกย้อมและแต่งสำเร็จที่จัดตั้งกิจการใหม่ จะขอส่งเสริมการลงทุนได้นั้นจะต้องตั้งในนิคมอุตสาหกรรมที่การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยกำหนด

พ.ศ. 2549 กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้ออกประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมเรื่อง กำหนดจำนวน ขนาด และประเภทหรือชนิดของโรงงานที่ไม่ให้ตั้งหรือขยายในทุกท้องที่ทั่วราชอาณาจักร พ.ศ. 2549 โดยห้ามตั้งโรงงานพอกย้อมสีตกแต่งสำเร็จแห่งใหม่ นอกเหนือจากเขตประกอบการอุตสาหกรรมหรือพื้นที่เขตนิคมอุตสาหกรรม

2. นโยบายด้านการค้า

นอกเหนือจากการดำเนินนโยบายด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเม้นท์ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาแล้ว ประเทศไทยยังได้ดำเนินการจัดทำข้อตกลงทางการค้าทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคีในหลายระดับกับหลากหลายประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยได้มีความตกลงทางการค้าเสรีที่สำคัญและมีผลกระทบค่อนข้างมาก คือ เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ตั้งแต่ 1 มกราคม 2548 โดยกลุ่มอาเซียน 6 ประเทศต้องลดภาษีสินค้านำเข้าเหลือร้อยละ 0-5 ในบัญชีลดภาษี (Inclusion List) เป็นจำนวน 80 ร้อยละ 98.98 ของบัญชีรายการสินค้าภายใต้ CEPT (Agreement on the Common Effective Preferential Tariff) ทั้งหมด ส่วนรายการสินค้าที่เหลือที่มีการเก็บอัตราภาษีเกินกว่าร้อยละ 5 นั้นเป็นสินค้าที่ถูกโอนมาจากบัญชียกเว้นภาษีชั่วคราว (Temporary Exclusion List) และบัญชีอ่อนไหว (Sensitive List) นอกจากนี้รัฐบาลยังได้จัดทำยุทธศาสตร์ทางการค้าที่เน้นการทำความตกลงทางการค้าแบบทวิภาคี (Free

Trade Agreement: FTA) กับหลายประเทศ ปัจจุบันไทยมีข้อตกลง FTA แล้ว ได้แก่ อินเดีย จีน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น และที่กำลังอยู่ระหว่างการเจรจาที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ดังนั้นจึงสรุปเห็นได้ชัดว่าภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเงินในระดับมหภาค อย่างชัดเจน โดยได้กำหนดให้สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในกลุ่มอุตสาหกรรมแพชชั่น ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (2550 – 2554) รวมทั้งรัฐบาลยังได้กำหนดนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่ครอบคลุมอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเงินที่มาโดยตลอด และมีการให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นระยะ ๆ โดยปรับเปลี่ยนไปให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเงินไทย เช่น ในปี 2547 รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับกิจการกลางน้ำ คือฟอกย้อม และแต่งสำเร็จ โดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ผ่อนผันให้ผู้ประกอบกิจการฟอกย้อมและแต่งสำเร็จรายเดิมที่จะขยายงานในที่ตั้งเดิมสามารถขอรับการส่งเสริมได้ โดยต้องมีเงื่อนไขได้รับใบรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 14000 ภายใน 2 ปี และให้สิทธิประโยชน์ครอบคลุมการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมสิ่งทอครบวงจรรวมทั้งกิจการสิ่งทอที่จัดตั้งในนิคมอุตสาหกรรม ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในขั้นต้นน้ำ กลางน้ำถึงปลายน้ำ และกิจการสิ่งทอที่โยกย้ายเข้าไปตั้งในนิคมอุตสาหกรรมสิ่งทอครบวงจรด้วย เป็นต้น

นอกจากนี้ นโยบายภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเงินไทยยังมีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างเด่นชัด โดยวิวัฒนาการของอุตสาหกรรมล้วนได้รับอิทธิพลจากนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล อาทิ นโยบายคุ้มครองการผลิตของอุตสาหกรรมในประเทศ นโยบายคุ้มครองทางการค้า นโยบายส่งเสริมการลงทุน นโยบายส่งเสริมด้านภาษีอากร และนโยบายส่งเสริมด้านเงินทุน เป็นต้น โดยพบว่านโยบายการคุ้มครองอุตสาหกรรมเป็นกรอบการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการกระบวนกรและวิวัฒนาการของการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเงินไทยมากที่สุด อาทิเช่น การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ในปี 2540 เพื่อทำหน้าที่จัดทำแผนตั้งศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ พัฒนาทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมสิ่งทอ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ และการกำหนดให้**การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นวาระแห่งชาติ ในปี 2546** โดยได้กำหนดให้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมแพชชั่นของไทย ซึ่งมีอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเงินเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่จะผลักดันภายใต้ โครงการกรุงเทพเมืองแพชชั่น (Bangkok Fashion City: BFC) ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมในเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน โดยโครงการกรุงเทพฯ เมืองแพชชั่นมีจุดประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพ มาตรฐานของอุตสาหกรรมแพชชั่นไทยในอนาคต โดยมีวิสัยทัศน์ให้กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางและศูนย์ธุรกิจแพชชั่นแห่งหนึ่งในโลก โดยมียุทธศาสตร์ “การตลาดด้านแพชชั่น” ที่ประกอบ ด้วยแผนงานและโครงการต่างๆ เพื่อเป็นตัวผลักดันการพัฒนาให้อุตสาหกรรมแพชชั่นของไทยขึ้นมาเป็น

ผู้นำได้อย่างเข้มแข็ง ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยให้การส่งออกและเศรษฐกิจของประเทศไทยเจริญก้าวหน้าต่อไป

นอกเหนือจากการดำเนินนโยบายด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาแล้ว ประเทศไทยยังได้ดำเนินการจัดทำข้อตกลงทางการค้าทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคีในหลายระดับกับหลากหลายประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยได้มีความตกลงทางการค้าเสรีที่สำคัญและมีผลกระทบค่อนข้างมาก คือ เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ตั้งแต่ 1 มกราคม 2548 เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลยังได้จัดทำยุทธศาสตร์ทางการค้าที่เน้นการทำความตกลงทางการค้าแบบทวิภาคี (Free Trade Agreement: FTA) กับหลายประเทศ ได้แก่ อินเดีย จีน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น และที่กำลังอยู่ระหว่างการเจรจาที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ซึ่งผลจากการเปิดการค้าเสรีอาเซียน ทำให้ไทยได้ประโยชน์จากการนำเข้าวัตถุดิบหรือสินค้าจากกลุ่มประเทศอาเซียนโดยเสียภาษีอัตราร้อยละ 0-5 ส่วนการเปิดเสรีทวิภาคีระหว่างไทยกับประเทศต่างๆ ก็จะได้ประโยชน์จากการลดภาษีนำเข้าในบางกลุ่มสินค้าตามที่ตกลงไว้ กรณีที่ไทยนำเข้าวัตถุดิบหรือสินค้าจากประเทศนอกเหนือจากนั้น ก็จะเสียอัตราภาษี MFN ซึ่งมีอัตราภาษีนำเข้าสินค้าเกษตร และสินค้ามิใช่เกษตรค่อนข้างสูง คือ ร้อยละ 29 และร้อยละ 14.2 ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าประเทศอื่นๆ

แม้ว่า ภาพรวมของการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ไทย จะได้รับการดูแลและตระหนักถึงความสำคัญจากภาครัฐ ซึ่งได้กำหนดนโยบายการส่งเสริม สนับสนุนอุตสาหกรรมในระดับมหภาคอย่างชัดเจน ตลอดจนมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ พัฒนารั้วยกรบุคคล และเทคโนโลยี เพื่อผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ไทยให้เติบโตและเป็นสาขาการผลิตหลักที่สามารถสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศได้อย่างอย่างยั่งยืน รวมทั้ง ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยกระจายรายได้และสร้างโอกาสในการมีงานทำให้แก่กำลังแรงงานเป็นจำนวนมากอย่างทั่วถึง อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จในการพัฒนาในระยะเวลาที่ผ่านมา พบว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ไทยยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้วยการสร้างองค์ความรู้ นวัตกรรม ผ่านการวิจัยและพัฒนาในระดับต่ำ โดยกลุ่มการเตรียมเส้นใย การปั่นเส้นใย การทอและการแต่งสำเร็จ มีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาในปี 2545-2546 คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.01 ของยอดขาย ขณะที่กลุ่มการผลิตผ้าและสิ่งของที่ได้จากการถักนิตติ้งและโครเชต์ มีสัดส่วนร้อยละ 0.02 และ 0.01 ของยอดขาย และ กลุ่มการผลิตเครื่องแต่งกาย ยกเว้นที่ทำจากขนสัตว์ มีสัดส่วนการลงทุนค่าใช้จ่ายเพื่อการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 0.03 และ 0.02 ของยอดขาย ในช่วงระยะเวลาเดียวกันตามลำดับ จึงส่งผลทำให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ไทยไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มการบริโภคในตลาดโลก ที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคสินค้า

ที่มีกระบวนการผลิตซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการให้บริการส่งมอบสินค้าที่ถูกต้อง รวดเร็ว ตลอดจนมีคุณลักษณะที่สามารถตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมเชื่อมโยงอื่นๆ ได้ดี จำเป็นที่การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ของไทยในอนาคตจะต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างกว้างขวางและเท่าทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโลกต่อไป

ผลงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (2546) ได้จัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม) (2545-2549) โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการศึกษาคือ (1) เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ในระยะเวลากว่า 10 ปีข้างหน้า (2) เพื่อกำหนดกรอบนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ให้สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ (3) เพื่อกำหนดบทบาทของกระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในด้านนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความเชื่อมโยงสอดคล้องประสานไปในทิศทางเดียวกัน (4) เพื่อทราบปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรม และ (5) เพื่อกำหนดกลยุทธ์มาตรการ และแผนปฏิบัติการในช่วงแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ซึ่งการศึกษาจะครอบคลุมตั้งแต่อุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์ อุตสาหกรรมปั่นด้าย อุตสาหกรรมทอผ้าและถักผ้า อุตสาหกรรมฟอก ย้อม พิมพ์ และตกแต่งสิ่งทอ และอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยการศึกษาจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ๆ ประกอบไปด้วย (1) การศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ (2) การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพัฒนา และการปรับตัวของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ (3) การศึกษาและประเมินผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจโลกและกติกการค้าโลก และ (4) ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม สำหรับผลการศึกษาจะแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

1. โครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

โครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยจะแบ่งออกเป็น 5 อุตสาหกรรมคือ คือ (1) อุตสาหกรรมเส้นใยเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ (2) อุตสาหกรรมปั่นด้าย (3) อุตสาหกรรมทอผ้าและถักผ้า และ (4) อุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์ และตกแต่งสำเร็จ เป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำ และ (5) อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ โดยอุตสาหกรรมเหล่านี้จะเชื่อมโยงกันทั้งระบบ และอุตสาหกรรมสิ่งทอยังเป็นแหล่งก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่า 1 ล้านคนในปี 2544 หรือร้อยละ 21.2 ของแรงงานทั้งหมดในภาคอุตสาหกรรม มีรายได้จากการส่งออกกว่าปีละ 200,000 ล้านบาท

อย่างไรก็ตามก็ยังมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทออยู่ไม่น้อยเช่นกัน ได้แก่ (1) การผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอยังเพิ่มขึ้นไม่มากนัก เนื่องจากต้นทุนการผลิตของประเทศอื่นที่ต่ำกว่าประกอบกับการจำกัดโควตาของประเทศผู้นำเข้า (2) การจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอมีแนวโน้มต่ำลง (3) การนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอของไทยเพิ่มขึ้นอย่างมากในระยะหลัง โดยเฉพาะเส้นด้าย ผ้าผืนและเครื่องนุ่งห่ม ทั้งนี้เป็นผลเนื่องจากการส่งออกที่เพิ่มขึ้นและการลดอัตราภาษีนำเข้าของประเทศคู่ค้า (4) การศึกษาของบุคลากรในอุตสาหกรรมสิ่งทอยังอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำโดยส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับ ม.6 หรือต่ำกว่า (5) ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยโดยรวมยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ (6) เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตของไทยมีการใช้งานมานานและ (7) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์สิ่งทอของไทยที่ผลิตได้ยังอยู่ในระดับปานกลางอย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยก็ยังมีจุดแข็งได้แก่ (1) หมวดของสินค้าสิ่งทอที่ประเทศไทยผลิตได้มีครบตลอดสายการผลิตตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ (2) อัตราค่าจ้างในอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ (3) ต้นทุนการผลิตเครื่องนุ่งห่มของไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำ และ (4) ราคาส่งออกสินค้าของไทยอยู่ในระดับกลางต่ำ

2. การค้าสิ่งทอโลก

การค้าสิ่งทอโลกมีมูลค่าถึง 334 พันล้านเหรียญสหรัฐต่อปี หรือร้อยละ 7.9 ของการค้าสินค้าอุตสาหกรรมในตลาดโลก ซึ่งในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา มีมูลค่าเพิ่มคิดเป็นร้อยละ 2 ต่อปี โดยประเทศในเอเชียเป็นประเทศที่มีการส่งออกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42 ของการส่งออกสิ่งทอโลก ตลอดจนประชากรในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้รวมทั้งออสเตรเลีย ยังคงเป็นแหล่งผลิตและตลาดสิ่งทอขนาดใหญ่

3. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาและปรับตัวของอุตสาหกรรม

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาและการปรับตัวของอุตสาหกรรมเพื่อสร้างความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ (1) ปัจจัยการผลิต เนื่องจากประเทศไทยยังขาดองค์ประกอบอื่นๆ เช่น ด้านการตลาด การออกแบบ ตลอดจนการวิจัยและพัฒนา ประกอบกับการผลิตเคมีภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมสิ่งทอ เช่น เส้นใยสังเคราะห์ก็ต้องใช้เงินลงทุนสูง (2) สภาพของอุปสงค์ โดยสภาพของอุปสงค์ของตลาดสิ่งทอไทย เริ่มมีความต้องการสินค้าแฟชั่นและความหลากหลายมากขึ้น แต่ปัญหาของสินค้าเครื่องนุ่งห่มไทยก็คือการที่ยังไม่มีมาตรฐานบังคับ (3) อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยยังมีน้อย โดยเฉพาะในด้านวัตถุดิบและเครื่องจักรอุปกรณ์ (4) กลยุทธ์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอควรมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า ควบคู่ไปกับการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและ (5) บทบาทของภาครัฐ ซึ่งที่ผ่านมายังขาดความต่อเนื่อง

และจริงจัง ขาดการประสานงานกันเองในหน่วยงานของรัฐ ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความสับสน โดยบทบาทที่สำคัญของรัฐควรเน้นที่การสร้างปัจจัยการผลิตให้เกิดขึ้นอย่างเข้มแข็งในประเทศ

4. อนาคตและปัญหา

สิ่งสำคัญที่จะต้องเร่งแก้ไขคือ การติดตามและการเจรจาการค้าระหว่างประเทศที่จะต้องทำมากขึ้น เนื่องจากในปี 2548 การจำกัดโควตาสินค้าสิ่งทอจะหมดไปตามข้อตกลงการค้าสิ่งทอของ WTO ทำให้ประเทศต่างๆ สามารถที่จะส่งออกสินค้าสิ่งทอได้อย่างเสรี การส่งออกจากประเทศผู้ผลิตที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำจะมีมากขึ้น สินค้าสิ่งทอของไทยที่อาศัยค่าจ้างแรงงานเป็นจุดแข่งย่อมต้องประสบปัญหา และในอนาคตนอกจากปัญหาทางด้านกฎระเบียบทางการค้าระหว่างประเทศแล้ว ยังต้องเผชิญปัญหาอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นไปอย่างรวดเร็วด้วย

5. แนวความคิดในการกำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

โดยจะเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตเนื่องจากการสื่อสาร การคมนาคมและการเปิดเสรีซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำให้ความสามารถในเทคนิคการผลิตสินค้าใหม่และความสามารถในการหา การเก็บ การเผยแพร่ และการใช้ข้อมูลสารสนเทศรวมถึงความรู้ (Knowledge) จะมีบทบาทสำคัญมากขึ้น ตลอดจนภาครัฐและภาคเอกชนยังจะต้องพัฒนาในการปรับโครงสร้างธุรกิจให้เอื้ออำนวยต่อการแข่งขันอย่างมีคุณภาพ

6. วิสัยทัศน์ นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

จากปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นภาวะเศรษฐกิจโลกและการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสิ่งทอ จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ให้ได้อย่างยั่งยืน เพื่อเป็นแหล่งสร้างงานและสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศให้กับประเทศ และจากเหตุผลดังกล่าวนำไปสู่วิสัยทัศน์คือประเทศไทยจะเป็นผู้นำธุรกิจแฟชั่นสิ่งทอ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การออกแบบ การวิจัยและพัฒนา และการค้า ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้จากวิสัยทัศน์ดังกล่าว สามารถกำหนดเป็นนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็น 2 นโยบายคือ 1) การเสริมสร้างองค์ประกอบธุรกิจของธุรกิจสิ่งทอให้ครบวงจร เช่น การออกแบบ และการค้าสิ่งทอ เป็นต้น 2) การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาบุคลากร และองค์ความรู้ในธุรกิจสิ่งทอเพื่อบรรลุถึงวิสัยทัศน์ และนโยบายทั้งสองประการดังกล่าว อุตสาหกรรมสิ่งทอจำเป็นต้องพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์หลัก 7 ประการ คือ (1) แผนพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่นสิ่งทอในภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้ (2) แผนการยกระดับผลิตภัณท์สินค้าให้สูง และหลากหลายขึ้น (3) แผนการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการบริหารจัดการ (4) แผนการจัดให้มีการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (Supply Chain) (5) แผนการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมฟอเคียม (6) แผนส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร และ(7) แผนการปรับปรุงบทบาทภาครัฐ

และเอกชนแผนยุทธศาสตร์หลักทั้ง 7 ยุทธศาสตร์ในแผนแม่บทอุตสาหกรรมสิ่งทอ จะมีโครงการรองรับทั้งสิ้น 73 โครงการ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการพัฒนาและส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ(2548) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Benchmarking) สาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ (1) เพื่อให้ทราบสภาพของอุตสาหกรรมด้านการผลิต การตลาด ตลอดจนห่วงโซ่มูลค่า รวมทั้งศักยภาพ จุดอ่อนจุดแข็ง โอกาสและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ (2) เพื่อให้มีตัวชี้วัดที่สามารถนำไปใช้เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยภาครัฐสามารถนำไปใช้กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ วางแผนนโยบายและมาตรการในการปรับโครงสร้างภาคอุตสาหกรรมสาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มให้มีความสามารถในการแข่งขัน (3) เพื่อชี้แนะเตือนภัยแก่กลุ่มผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในสาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้จัดทำตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันแบ่งเป็น 6 หมวดคือ (1) การแข่งขันในตลาดโลก (2) ความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ (3) ปัจจัยแวดล้อมด้านปัจจัยการผลิต (4) ปัจจัยแวดล้อมด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน (5) ปัจจัยแวดล้อมด้านมาตรการจากภาครัฐ และ (6) ปัจจัยแวดล้อมด้านอุปสงค์ภายในประเทศโดยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีของ Michael E. Porter ในการเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมของประเทศ โดยได้ประยุกต์ใช้ 4 ปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่ออุตสาหกรรม (Diamond Model) ในหมวดที่ 3 ถึงหมวดที่ 6 ทั้งนี้ ตัวชี้วัดแต่ละหมวดจะประกอบด้วยหัวข้อประเมินจำนวนหนึ่ง และในแต่ละหัวข้อประเมินจะมีน้ำหนักที่แตกต่างกันตามความสำคัญ โดยในการประเมินนี้จะให้ความสำคัญที่ (1) ผลกระทบจากการยกเลิกโควตาตามข้อตกลงของ WTO (2) การพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตลาด (ต้นทุน คุณภาพ การส่งมอบ ความเชื่อถือได้ ความสัมพันธ์ที่ดี) (3) ค่าจ้างแรงงาน ความชำนาญและ Productivity การมีอยู่พอเพียง การแข่งขันจาก Sector อื่นๆ (เครื่องนุ่งห่ม) หรือเทคโนโลยีการผลิต (ทอผ้าและฟอกย้อม) และ (4) การมีอยู่ คุณภาพ และความร่วมมือของอุตสาหกรรมในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ซึ่งการประเมินความสามารถในการแข่งขัน จะแยกประเมินตามอุตสาหกรรมดังนี้ (1) อุตสาหกรรมตัดเย็บเสื้อผ้า ประเมินเทียบกับประเทศจีนและเวียดนาม (2) อุตสาหกรรมทอผ้า ประเมินเทียบกับประเทศจีนและปากีสถาน (3) อุตสาหกรรมฟอกย้อม ประเมินเทียบกับประเทศจีนและอินเดีย โดยผลการประเมินสรุปได้ดังนี้

1. อุตสาหกรรมตัดเย็บเสื้อผ้า อันดับ 1 จีน อันดับ 2 ไทย อันดับ 3 เวียดนาม
2. อุตสาหกรรมทอผ้า อันดับ 1 จีน อันดับ 2 ไทย อันดับ 3 ปากีสถาน
3. อุตสาหกรรมฟอกย้อม อันดับ 1 จีน อันดับ 2 อินเดีย อันดับ 3 ไทย

สำหรับข้อเสนอแนะในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ อุตสาหกรรมสิ่งทอและอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม มีรายละเอียดดังนี้

1. อุตสาหกรรมสิ่งทอ

ยุทธศาสตร์คือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างโดยใช้นวัตกรรมมุ่งตลาด ASEAN และตลาดในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยองค์ประกอบของยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประกอบไปด้วย

1.1 Fabric Producing Hub of ASEAN ศึกษาวิจัยตลาดสิ่งทอใน ASEAN และจัด Thailand Textile Exhibition ในประเทศเป้าหมาย เช่น เวียดนาม และกัมพูชา

1.2 Material Sourcing Plan ร่วมกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม กำหนดแผนงานด้าน Material Sourcing ที่ชัดเจน

1.3 Fabric Development using Innovation พัฒนาผ้าผืน ด้วยนวัตกรรมใหม่โดยผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ

1.4 Shared Services Center -Pilot Plant สร้าง Pilot Plant เพื่อให้บริการงานวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมใหม่

1.5 พัฒนาการจัดการด้าน Compliance Issue Management Environment Protection (EU) Product Safety (JP) Labor & Human Rights (US)

1.6 Technical Textile ศึกษาวิจัยตลาด Technical Textile ในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้าและสนับสนุนอุตสาหกรรมเป้าหมาย เช่น ยานยนต์

1.7 Technology Transfer ส่งเสริมการร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการจากประเทศในเอเชียที่มีเทคโนโลยีสูง เช่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ ฮองกง

2. อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ยุทธศาสตร์คือการปรับตำแหน่งใหม่ใน Value Chain “Full Package Service Provider” โดยขยายสู่กิจกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น โดยองค์ประกอบของยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มประกอบไปด้วย

2.1 Good Enough, Large Enough, Specialized ขยาย สร้างพันธมิตร ควบรวมเพื่อความพร้อมด้านบริการและกำลังการผลิต และมุ่งในผลิตภัณฑ์ที่เชี่ยวชาญ

2.2. Basic Full Package เพิ่มกิจกรรม Material Sourcing สร้างระบบ SCM กับ Buyer และ Textile Supplier, พัฒนาด้าน QA, Logistics, IT, Supplier Assessment

2.3 Advanced Full Package พัฒนาด้าน Design & Prototyping (ตลาด EU), Product Development (US)

2.4 พัฒนาการจัดการด้าน Compliance Issue Management Environment Protection (EU) Product Safety (JP) Labor & Human Rights (US)

2.5 Human Resource Development in Supply Chain Management โดยจ้างผู้เชี่ยวชาญจากฮ่องกง

2.6 Local Brand Development สำหรับตลาดในประเทศ เพื่อสร้างประสบการณ์ก่อนพัฒนาระบบ Retail และขยายตลาดในอาเซียนและจีน

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2548) ได้ศึกษาการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยต่อการเปิดตลาดเสรีสิ่งทอปี 2548 โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ (1) เพื่อศึกษา กฎเกณฑ์ กฎระเบียบ การเปิดตลาดเสรีสิ่งทอของ WTO และมาตรการการนำเข้าสิ่งทอของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ (2) เพื่อศึกษา วิเคราะห์ สถานการณ์และแนวโน้มด้านการผลิต การตลาด และการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยและประเทศคู่แข่ง (3) เพื่อศึกษากฎเกณฑ์ กฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกและมาตรการการส่งเสริมการผลิตและการส่งออกของภาครัฐ เพื่อเอื้ออำนวยต่อการส่งออกสิ่งทอไทย (4) เพื่อวิเคราะห์สถานะความสามารถในการแข่งขัน ปัญหา อุปสรรค จุดอ่อน จุดแข็ง และผลกระทบจากการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในปัจจุบัน ตลอดจนจรรยาบรรณการค้าสิ่งทอที่สำคัญที่เปลี่ยนแปลงไปและแนวโน้มหลังการเปิดตลาดเสรีสิ่งทอ และ (5) นำเสนอวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ แนวทาง มาตรการในการแก้ไขปัญหาและโครงการพัฒนาเพื่อปรับขีดความสามารถในการผลิตและการส่งออก เพื่อเตรียมการรองรับการเปิดตลาดเสรีในปี 2548 ต่อคณะอนุกรรมการติดตามและเร่งรัดการส่งออก(อตส.) คณะกรรมการพัฒนาการส่งออก (พกอ.) และคณะรัฐมนตรี เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนพิจารณาดำเนินการต่อไป โดยผลการศึกษามีสรุปได้ดังนี้

1. กติกาการค้าสิ่งทอระหว่างประเทศภายใต้ WTO และผลกระทบจากการเปิดตลาดเสรี

ความตกลงสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มขององค์การการค้าโลก (Agreement on Textile and Clothing: ATC) ได้พัฒนามาจากความตกลงการค้าสิ่งทอระหว่างประเทศ ซึ่งเป็น

ข้อตกลงพหุภาคี เพื่อจัดระเบียบการค้าสิ่งทอของโลกให้เป็นไปอย่างมีระเบียบ และเป็นกรอบของการทำข้อตกลงสิ่งทอสองฝ่าย มีทั้งสิ้น 4 ฉบับ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2517-2537 และได้ปรับเปลี่ยนมาให้อยู่ภายใต้ความตกลงสิ่งทอ ATC ภายใต้ WTO แทน ตั้งแต่ 1 มกราคม 2538 เป็นต้นไป โดยความตกลงสิ่งทอ ATC มีวัตถุประสงค์ให้การค้าสิ่งทอโลกเป็นไปโดยเสรีภายในระยะเวลา 10 ปีตั้งแต่ 1 มกราคม 2538 ถึง 31 ธันวาคม 2547 หลังจากนั้นในปี 2548 การค้าสิ่งทอของโลกจะเป็นไปโดยเสรีซึ่งผลที่คาดว่าจะกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยคือ (1) ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น (2) ผู้ส่งออกรายเล็กที่มีศักยภาพการผลิตและการส่งออกต่ำจะสามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ยาก และ (3) ผู้ส่งออกไทยจะมีภาระต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นเนื่องจากจะต้องปรับปรุงการผลิต คุณภาพและเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถแข่งขันได้

2. อุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอของไทย

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยมีการผลิตครบวงจรตั้งแต่อุตสาหกรรมเส้นใย ปั่นด้าย ทอผ้า และถักผ้า ฟอกย้อม พิมพ์และตกแต่งสำเร็จ และเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งแต่ละอุตสาหกรรมจะมีลักษณะโครงสร้างที่แตกต่างกัน โดยร้อยละ 58.5 ของจำนวนโรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอจะเป็นโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม มีแรงงานทั้งสิ้นประมาณ 1.08 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.9 ของแรงงานในภาคอุตสาหกรรม สำหรับภาวะการผลิตสิ่งทอระหว่างปี 2538-2541 มีอัตราการขยายตัวลดลง ยกเว้นอุตสาหกรรมเส้นใยที่มีกำลังการผลิตสูง

3. การนำเข้าและการส่งออกสิ่งทอของไทยและของโลก

3.1 การนำเข้า สำหรับประเทศไทยมีการนำเข้าประมาณร้อยละ 25.3 เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออก โดยการนำเข้าส่วนใหญ่ร้อยละ 96 จะเป็นวัตถุดิบ ในส่วนของการนำเข้าสิ่งทอของโลกในปี 2541 สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศนำเข้าในลำดับที่ 1 สัดส่วนร้อยละ 20.2 รองลงมาคือเยอรมันและฮ่องกงตามลำดับ โดยสินค้านำเข้ากว่าครึ่งจะอยู่ในกลุ่มเครื่องนุ่งห่ม

3.2 การส่งออก ในปี 2538 ไทยมีการส่งออกสิ่งทอสูงสุดมูลค่า 6,486.8 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็นสินค้าส่งออกลำดับที่ 1 โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.4 ของมูลค่าการส่งออกรวมของไทย นับตั้งแต่ปี 2539 เป็นต้นมาถึงปี 2541 มูลค่าการส่งออกลดลงเป็นลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นและการแข่งขันของประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า ซึ่งสินค้าส่งออกส่วนใหญ่ร้อยละ 62 ของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอไทยจะเป็นกลุ่มเครื่องนุ่งห่ม โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญคือสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป สำหรับการส่งออกสิ่งทอของโลกในปี 2541 จีนเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการส่งออกสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมาคือฮ่องกงและอิตาลี ในสัดส่วนร้อยละ 10.6 และ 8.4 ตามลำดับ

4. อุตสาหกรรมและการส่งออกสิ่งทอของประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย

โดยจะเป็นการศึกษาถึงประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย 14 ประเทศ ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ (1) ประเทศคู่แข่งที่ผลิตสินค้าคุณภาพต่ำและปานกลางที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าไทย ได้แก่ จีน อินโดนีเซีย เวียดนาม อินเดีย ฟิลิปปินส์ เมียนมาร์ และลาว (2) ประเทศคู่แข่งที่ผลิตสินค้าคุณภาพปานกลางถึงคุณภาพสูง มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและมีค่าจ้างแรงงานสูงกว่าไทย ได้แก่ ฮองกง เกาหลีใต้ ไต้หวัน และมาเลเซีย และ (3) ประเทศคู่แข่งที่ผลิตสินค้าคุณภาพปานกลางขึ้นไป มีข้อตกลงการค้าและได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากประเทศผู้นำเข้า ได้แก่ เม็กซิโกและตุรกี

5. ระบบการค้า การตลาด และกฎระเบียบของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ

เป็นการศึกษาถึงระบบการค้า การตลาดและกฎระเบียบในการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญของไทยในแต่ละประเทศ จำนวน 15 ประเทศ โดยจะแยกตามตลาดหลัก 2 กลุ่มคือ (1) ตลาดในข้อตกลง ซึ่งเป็นตลาดหลักของไทยจำนวน 9 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และแคนาดา และ (2) ตลาดนอกข้อตกลง จำนวน 5 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สาธารณรัฐเช็ก ฮังการี และแอฟริกาใต้

6. วิเคราะห์ปัญหา จุดแข็ง จุดอ่อนของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

6.1 ปัญหาของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย จะแบ่งออกเป็น (1) ปัญหาภายในประเทศ ได้แก่ ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ ต้นทุนการผลิตและส่งออกสูง ขาดการทำตลาดเชิงรุก ปัญหาด้านการเงินและสภาพคล่อง กฎระเบียบและมาตรการของรัฐที่เป็นอุปสรรค ปัญหาด้านข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการขาดการทำวิจัยและพัฒนา และ (2) ปัญหาภายนอกประเทศ ได้แก่ การกำหนดกฎเกณฑ์ว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุน และมาตรการด้านแรงงานโดยเฉพาะมาตรฐาน SA 8000 ของสหรัฐอเมริกา

6.2 จุดแข็ง ได้แก่ มีการผลิตที่ครบวงจรตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ มีการรวมกลุ่มตั้งสมาคมเพื่อพัฒนาและแก้ปัญหาของอุตสาหกรรมสิ่งทอ สินค้าส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก มีแรงงานเพียงพอและฝึกฝนง่าย และภาครัฐมีระบบควบคุมและมีการบริหารโควตาส่งออกสิ่งทออย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

6.3 จุดอ่อน ได้แก่ ประสิทธิภาพโดยรวมต่ำกว่ามาตรฐาน การพัฒนาวัตถุดิบเพื่อรองรับแต่ละอุตสาหกรรมยังมีข้อจำกัด ขาดแคลนบุคลากรที่มีลักษณะเฉพาะประกอบกับค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ระบบสถาบันการเงินยังไม่มีประสิทธิภาพ และการลงทุนจากต่างประเทศ ยังมีน้อย เป็นต้น

7. บทบาทภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอ

บทบาทภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอประกอบไปด้วย (1) การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ทั้งระบบตั้งแต่ปี 2541-2545 โดยจัดทำแผนงานกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์และโครงการต่างๆ (2) พัฒนาบ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) (3) สนับสนุนการจัดตั้งและการดำเนินงานของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (สสท.) (4) แก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรคเพื่อลดต้นทุนการผลิต เช่น ด้านภาษี ปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงิน การปรับเปลี่ยนเครื่องจักร เป็นต้น (5) จัดทำระบบโควตาและการให้บริการขอหนังสือรับรองการส่งออกสิ่งทอที่มีประสิทธิภาพ (6) เจรจาเพื่อรักษาผลประโยชน์ทางการค้าของประเทศกรณีประสบปัญหาจากการนำเข้า (7) ส่งเสริมด้านการตลาด การสร้างภาพลักษณ์และ brand name ของคนไทย (8) ผลักดันเข้าสู่ระบบ ISO 9000 ISO 14000 และ ISO 18000 และ(9) จัดสร้างฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์และเรียกใช้งานง่าย

8. บทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

โดยจะพิจารณาถึงบทบาทในการดำเนินงาน การสนับสนุนและการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ผ่านมาของสถาบันและสมาคมต่างๆ อาทิ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ มูลนิธิพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย สหพันธ์อุตสาหกรรมสิ่งทอแห่งประเทศไทย สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย สมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย สมาคมสหพ่อค้าผ้า และศูนย์ขายส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น โดยจะขอยกตัวอย่างในกรณีของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอโดยสรุปดังนี้

8.1 วิสัยทัศน์ จะประกอบด้วย 2 แนวทางคือ

8.1.1 เป็นองค์กรนำที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยทั้งระบบให้มีศักยภาพสูงขึ้น

8.1.2 มีขีดความสามารถในการยกระดับอุตสาหกรรมสิ่งทอทั้งระบบเข้าสู่ความเป็นประเทศผู้ผลิตที่มีคุณภาพสอดคล้องกับสถานการณ์ด้านการตลาด

8.2 บทบาทและภารกิจของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

8.2.1 ศึกษาและเสนอแนะนโยบายที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศและประสานงานในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

8.2.2 สนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศให้มีศักยภาพสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมฯ SMEs ในแนวทางต่อไปนี้ (1) ด้านพัฒนาเทคโนโลยีและการจัดการ (2) ด้านพัฒนาบุคลากร (3) ด้านพัฒนาข้อมูล และ (4) ศูนย์วิเคราะห์ทดสอบ

8.3 กิจกรรมการดำเนินงานของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

8.3.1 ศึกษาและเสนอแนะนโยบายที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศและประสานงานในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

8.3.2 สนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยให้มีศักยภาพสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก เช่น (1) ดำเนินโครงการกองทุนปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและอุปกรณ์สิ่งทอเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ (2) ดำเนินการจัดทำโครงการบริหารระบบคุณภาพ (3) พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยมีแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการสิ่งทอทั้งระบบโดยเฉพาะอย่างยิ่งขนาดกลางและขนาดย่อม (4) การสร้าง benchmark ของอุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อเป็นดัชนีชี้วัดความสามารถของอุตสาหกรรมสิ่งทอสาขาต่างๆ (5) พัฒนาด้านข้อมูลโดยการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสิ่งทอและพัฒนาระบบข้อมูลอุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อเชื่อมโยงทุกขั้นตอนให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เป็นต้นและ (6) งานด้านศูนย์วิเคราะห์ทดสอบ โดยสถาบันฯได้เปิดให้บริการศูนย์วิเคราะห์ทดสอบ Eco Textile Laboratory

9. วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ มาตรการและแผนงานในการเตรียมการปรับตัวของ ไทย

9.1 วิสัยทัศน์ ให้ไทยเป็นผู้นำการค้าสิ่งทอของโลก โดยมีเป้าหมายปี 2548 เมื่อเปิดเสรีแล้วการค้าสิ่งทอของไทยจะสามารถรักษาสัดส่วนการค้าในตลาดโลกได้อย่างมั่นคง

9.2 เป้าหมายการส่งออก เมื่อถึงปี 2548 แล้ว การส่งออกสิ่งทอรวมทั้งสิ้น ประมาณ 8,182 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 46.6

9.3 กลยุทธ์ ประกอบไปด้วย 7 กลยุทธ์ คือ (1) มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีความได้เปรียบ (2) เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต (3) พัฒนาตลาดในเชิงรุก (4) สร้างความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาระบบ supply chain management (5) ขยายการค้าในเขตเอเชียและในประเทศ (6) เตรียมความพร้อมในเรื่องมาตรฐานสากล และ (7) ผลิตสิ่งทอให้มีมูลค่าเพิ่ม (value added) สูงขึ้นทั้งนี้เพื่อให้วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม จึงได้กำหนดแนวทาง มาตรการ โครงการต่างๆ จำนวน 27 โครงการ และ 15 มาตรการ ตลอดจนหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการ เพื่อรองรับแต่ละกลยุทธ์ไว้ด้วย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2546) ได้ร่วมกับสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและทีมงานของ Prof. Michael E. Porter แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ดำเนินโครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยใช้ Diamond Model เป็นกรอบในการศึกษาในห้ากลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และ

อุตสาหกรรมแฟชั่น สำหรับผลการศึกษาในส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ซึ่งจัดอยู่ในสาขาอุตสาหกรรมแฟชั่นมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์แบบจำลอง Diamond

แบบจำลอง Diamond ได้จำแนกเงื่อนไขในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมออกเป็น 6 เงื่อนไข ประกอบด้วย เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน (Related and Supporting Industries) และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Context for Firm Strategy and Rivalry) บทบาทของรัฐบาล (Government Role) มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor conditions)

1.1.1 อุตสาหกรรมต้นน้ำ

1.1.1.1 มีการพึ่งพาวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศสูง อุตสาหกรรมต้นน้ำของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประกอบด้วย เส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเส้นใยธรรมชาติ คือ ฝ้ายและขนุน มีการนำเข้าร้อยละ 83.5 ของต้นทุนการผลิต ส่วนอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์มีการนำเข้าวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 58.6 ของต้นทุนการผลิต โดยวัตถุดิบที่นำเข้าเป็นผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เช่น เอทิลีนไกลคอล กรดเทเรพทาติกบริสุทธิ์ อะครีโลไนไตรล์ คาโปรแลกแทม และ Dissolving Pulp วัตถุดิบสำคัญดังกล่าวมีเพียง 2 ประเภทที่สามารถผลิตได้ในประเทศไทย คือ กรดเทเรพทาติก และคาโปรแลกแทม

1.1.1.2 ขาดแคลนวิศวกรและช่างเทคนิค ในอุตสาหกรรมต้นน้ำมีการขาดแคลนวิศวกรและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นคนไทย โดยเฉพาะในส่วน of เส้นใยสังเคราะห์ที่ให้มีการจ้างชาวต่างชาติ เช่น อินเดีย จีน ไต้หวัน และญี่ปุ่น อย่างมาก สำหรับช่างเทคนิคส่วนใหญ่มีปริมาณเพียงพอและสามารถจะปฏิบัติงานได้ แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องการคิดค้นนวัตกรรม

1.1.2 อุตสาหกรรมกลางน้ำ ประกอบด้วย การปั่นด้าย การทอ การถัก การพอกย้อมและตกแต่ง โดยมีประเด็นสำคัญในเงื่อนไขปัจจัยการผลิต ดังต่อไปนี้

1.1.2.1 การพึ่งพาเครื่องจักรจากต่างประเทศ พิจารณาได้จากสัดส่วนการนำเข้าของอุตสาหกรรมกลางน้ำคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71 ของเครื่องจักรนำเข้าทั้งหมดของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ทั้งนี้เนื่องจากขาดการพัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักรเป็นของตนเองทำให้ต้องมีการนำเข้าเครื่องจักรจากหลายประเทศ เช่น ไต้หวัน อิตาลี และ ญี่ปุ่น นอกจากนี้ยังต้องพึ่งพาบริการดูแลรักษาพร้อมทั้งรับค่าปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญจากประเทศผู้ผลิตเครื่องจักรและ

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนซึ่งเป็นคู่แข่งของไทย พบว่าแม้จีนจะไม่มีเทคโนโลยีเป็นของตนเอง เช่นเดียวกับไทย แต่จีนสามารถผลิตเครื่องจักรสำหรับการปั่นและการย้อมได้เองภายในประเทศ

1.1.2.2 การขาดแคลนวัตถุดิบคุณภาพสูง เช่น สารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมฟอกย้อมต้องนำเข้าจากต่างประเทศเกือบทั้งหมดคิดเป็นประมาณร้อยละ 80 โดยต้นทุนสีฟอกย้อมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35 ของต้นทุนทั้งหมดในอุตสาหกรรมฟอกย้อม สาเหตุที่ต้องมีการนำเข้า เพราะสีฟอกย้อมที่ผลิตได้ในประเทศไม่มีความหลากหลายเพียงพอ และมีข้อจำกัดทางด้านคุณภาพประเทศไทยนำเข้าสีฟอกย้อมดังกล่าวมาจาก สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และจีน

1.1.2.3 ความขาดแคลนในการฝึกอบรมทางด้านการออกแบบอย่างเป็นระบบปัจจุบันการออกแบบตัวผืนผ้าและลวดลายของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรม ยังไม่นำสมัย ขาดเอกลักษณ์ และลอกเลียนแบบจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ เหตุผลหนึ่งคือคนไทยที่เป็นผู้ฝึกอบรมหรือผู้สอนการออกแบบ ยังขาดความเข้าใจในแฟชั่นระดับโลก เพราะไทยไม่ได้รวมอยู่ในกลุ่มประเทศอิทธิพลทางแฟชั่น ได้แก่ อิตาลี ฝรั่งเศส ฮังการี ในขณะที่ญี่ปุ่นเป็น ประเทศแนวหน้าที่กำหนดตัวผ้า ลายผ้า และแฟชั่น และสำหรับประเทศสหรัฐอเมริกาจัดเป็นประเทศผู้นำด้านเส้นใยและเส้นด้าย

1.1.2.4 การขาดแคลนวิศวกรที่มีทักษะ ในส่วนของอุตสาหกรรมกลางน้ำ ต้องใช้วิศวกรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านจำนวนมากโดยเฉพาะในส่วนของอุตสาหกรรมฟอกย้อมที่ต้องการ เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้าน Organic chemical, Physical chemical, Textile fiber และผู้เชี่ยวชาญทางด้านสีฟอกย้อม เพราะสีฟอกย้อมที่นำเข้านั้นมีคุณภาพแตกต่างกัน จึงต้องเข้าใจวัตถุดิบทางด้านสีที่ชัดเจน

1.1.3 อุตสาหกรรมปลายน้ำ

1.1.3.1 อัตราค่าจ้างแรงงานสูงโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำหรับการผลิตสินค้าเสื้อผ้าระดับล่างที่มีการผลิตในปริมาณมาก (Mass production) และการผลิตโดยบริษัทที่รับจ้างผลิต (Original equipment manufacturer: OEM) จะมีคู่แข่งจากประเทศที่กำลังพัฒนาเช่น จีน อินเดีย และอินโดนีเซีย ทั้งนี้ ค่าจ้างแรงงานของไทยสูงกว่าจีนและอินเดียเกือบ 2 เท่าและสูงกว่าเวียดนามประมาณ 3 เท่า ส่วนสินค้าที่อยู่ในตลาดระดับบนนั้น แม้ว่าไทยจะมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศชั้นนำ เช่น ฮังการี อิตาลีและญี่ปุ่น แต่ผลิตภัณฑ์ของไทยไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตเหล่านั้นได้ เพราะมีข้อจำกัดทางด้านการออกแบบและการตลาด

1.1.3.2 มีจำนวนแรงงานมากและมีทักษะที่ด้อย อุตสาหกรรมปลายน้ำด้านการตัดเย็บเสื้อผ้า ไม่ค่อยประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน อีกทั้งไม่มีปัญหาในเรื่องของฝีมือแรงงานเพราะมีการพัฒนาเครื่องจักรมาช่วยในการผลิต ทำให้แรงงานไม่ต้องมีทักษะในการผลิตรอบด้าน บริษัทที่รับจ้างผลิตสินค้าจำนวนมาก (Mass production) แรงงานจะมีความสามารถและทักษะเฉพาะทาง (Specialization) 3) มีนักออกแบบจำนวนน้อยที่ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ

แม้ว่าจะมีโรงเรียนและสถาบันสอนออกแบบหลายแห่งในประเทศไทย แต่ผู้ที่จบการศึกษาส่วนใหญ่จะออกแบบที่เน้นตลาดไทยมากกว่า การออกแบบแฟชั่นที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก จะมีเพียงนักออกแบบบางกลุ่มเท่านั้นที่ได้รับการยอมรับและได้เข้าร่วมงานแฟชั่นระดับโลก เช่น บริษัทFlynow ที่ได้เข้าร่วมงาน London Fashion Week ซึ่งนักออกแบบเหล่านั้นผ่านการเรียนรู้และมีประสบการณ์จากต่างประเทศยาวนาน จึงมีความเข้าใจวัฒนธรรมและแฟชั่นของต่างประเทศได้ดี

1.2 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and supporting industries) ความร่วมมือระหว่างแต่ละอุตสาหกรรมและภายในกลุ่มอุตสาหกรรมอยู่ในระดับต่ำอาจกล่าวได้ว่าในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์นี้ ความร่วมมือระหว่างแต่ละอุตสาหกรรมมีค่อนข้างจำกัด เนื่องจากแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมก็จะมีการจัดตั้งสมาคมเฉพาะขึ้น เพื่อสนองวัตถุประสงค์ของกลุ่มตน อาทิ สมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ใยสังเคราะห์ สมาคมอุตสาหกรรมทอผ้าไทย สมาคมอุตสาหกรรมฟอก ย้อม พิมพ์และตกแต่งสิ่งทอไทย สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย และสมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ดังนั้นปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ สมาคมต่างๆ เหล่านี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยรวมอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถช่วยส่งเสริมความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ก็คือ อุตสาหกรรมการขนส่ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนั้น เป็นสินค้าที่มีปริมาตรและน้ำหนักสูง ธุรกิจขนส่งที่ผู้ผลิตใช้ส่วนใหญ่เป็นของบริษัทต่างประเทศและสินค้าต้องผ่านทางประเทศสิงคโปร์ ทำให้ต้นทุนการขนส่งของประเทศไทยสูงกว่าประเทศคู่แข่ง

1.3 เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand conditions) พบว่า ความต้องการในประเทศสูง โดยปริมาณการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์จำนวนมากเกินกว่าครึ่งเป็นการบริโภคภายในประเทศ เนื่องจากไม่มีหน่วยงานใดที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศ รายงานฉบับนี้จึงใช้ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index) นำมาเปรียบเทียบ หรือใช้เป็น Proxy ในการพิจารณาว่าผู้บริโภคมีรูปแบบการบริโภคเป็นอย่างไร โดยที่หากมีการให้น้ำหนักกับสินค้าประเภทใดมาก หมายความว่า ผู้บริโภคประเทศนั้นมีการใช้จ่ายในการซื้อสินค้านั้นมาก จากข้อมูลของ International Marketing Data and Statistics (ปี พ.ศ. 2544) พบว่าดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีการให้น้ำหนักกับสินค้าเครื่องนุ่งห่มสูงถึงร้อยละ 10 ในขณะที่ของประเทศสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และเม็กซิโก น้ำหนักอยู่ที่เพียงร้อยละ 4 ส่วนมาเลเซียนั้นอยู่ที่ร้อยละ 2 เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ความต้องการในประเทศยังขาดความยืดหยุ่น ยกเว้นเสื้อผ้าที่ใช้สวมใส่ในหน้าร้อน โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะเลือกสินค้าที่ราคาเป็นสำคัญ ทำให้สินค้าระดับบนซึ่งมีความต้องการจำกัดอยู่แล้ว (อันเนื่องจากรายได้ต่อหัวของประชากรต่ำ) ขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเสื้อผ้าที่ใช้สวมใส่ในหน้าร้อนกลับเป็นสินค้าที่อาจเรียกได้ว่าคนไทยมี

ความพิถีพิถันในการเลือกซื้อค่อนข้างมาก ทำให้ประเทศไทยขึ้นชื่อว่าเป็นประเทศที่สามารถผลิตสินค้าเสื้อผ้าที่ใช้ได้ในหน้าร้อนได้ดีมีคุณภาพ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคมักจะเลือกสินค้าที่ตนสวมใส่แล้วรู้สึกสบายที่สุด ขณะที่ผู้ผลิตก็มีประสบการณ์ในการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว สำหรับความต้องการผ้าพื้นเมืองของไทยจากต่างประเทศ อาจกล่าวได้ว่าผ้าพื้นเมืองของไทย โดยเฉพาะผ้าไหมก็ได้รับความนิยมจากต่างชาติ ความนิยมนี้เป็นผลสืบเนื่องจากความต้องการที่มาจากคนในประเทศ และมีการพัฒนามาจากอดีตเป็นระยะเวลาานานมาแล้ว จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson) นับได้ว่าเป็นกรณีตัวอย่างสำหรับการสร้างตราสินค้าที่มีความเป็นจุดเด่น และเป็นที่ยอมรับของต่างชาติ นอกเหนือจากผ้าไหมแล้ว ผ้าไทยพื้นเมืองชนิดอื่น ๆ ที่เริ่มได้รับความนิยมจากต่างประเทศก็มี เช่น ผ้าแพรวา ผ้าตีนจก ผ้ามัดหมี่ เป็นต้น

1.4 บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Context for firm strategy and rivalry)

1.4.1 ไม่มีนิคมอุตสาหกรรมเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมนี้ รัฐบาลไม่ได้มีการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ทำให้ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหัวใจของอุตสาหกรรมนี้ดังที่ได้กล่าวข้างต้น กลับเป็นปัญหาสำคัญที่ไม่สามารถแก้ไขมากขึ้นไปอีก โดยจำนวนโรงงานและการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ ในนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นนิคมอุตสาหกรรมสำหรับอุตสาหกรรมทั่ว ๆ ไป จำนวนโรงงานในแต่ละนิคมอุตสาหกรรมก็มีน้อยมาก เมื่อเทียบกับจำนวนโรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์นี้ทั้งหมด ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่รัฐบาลไม่ได้ผลักดันให้มีการสร้าง Cluster ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์อย่างจริงจังสำหรับ Cluster ของอุตสาหกรรมนี้ที่เกิดขึ้นเอง ปรากฏที่จังหวัดสมุทรปราการ แต่ความร่วมมือในอุตสาหกรรมเองก็ยังมีจำกัด สาเหตุที่โรงงานมักนิยมเลือกทำเลที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยเฉพาะบริเวณปากน้ำและพระประแดง อาจเป็นเพราะที่ดินมีราคาถูกและอยู่ติดแม่น้ำ ในขณะที่ถ้าเป็นโรงงานใหม่จะไปตั้งอยู่ที่ อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมค่อนข้างมาก ส่วนในอนาคตคาดว่าโรงงานฟอกย้อมไทยจะไปอยู่ที่จังหวัดกาญจนบุรีมากขึ้น

1.4.2 การแข่งขันที่รุนแรงภายในประเทศ (เฉพาะอุตสาหกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ) การแข่งขันในอุตสาหกรรมกลางน้ำนั้นจัดได้ว่าอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เป็นเพราะโรงงานผลิตเสื้อผ้าได้กดดันให้ธุรกิจสิ่งทอซึ่งเป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำต้องป้อนวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกให้ส่วนอุตสาหกรรมฟอกย้อมนั้นพบว่าธุรกิจส่วนใหญ่เป็นผู้รับจ้างผลิต ทำให้มีการแข่งขันทางด้านราคาสูงส่วนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้น พบว่าในตลาดสินค้าระดับล่างจะมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ส่วนมากจะเป็นการแข่งขันด้านราคา และเนื่องจากค่าจ้างแรงงานไทยที่สูงขึ้นทำให้สินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศไทยต้องเผชิญการแข่งขันกับสินค้านำเข้าจากประเทศจีนขณะที่

สินค้าระดับกลางถึงบน ก็มีการแข่งขันเช่นเดียวกัน แต่อยู่ในระดับที่น้อยกว่า เนื่องจากแต่ละตราสินค้าจะมีลักษณะเฉพาะที่สนองความต้องการของลูกค้าที่มีลักษณะแตกต่างกันไป ส่วนการแข่งขันกับสินค้ากับต่างประเทศก็จะมีมากเช่นกัน เนื่องจากตราสินค้าต่างประเทศจะได้รับความนิยมมานานกว่า ซึ่งหากผู้ผลิตไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพเพื่อแข่งกับสินค้าต่างประเทศ แทนการแข่งขันทางด้านราคา จะช่วยให้อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มของไทยพัฒนาไปได้ไกล

1.5 บทบาทของรัฐบาล (Government role) แม้ว่ารัฐบาลได้ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์เป็นอย่างมากโดยได้มีการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2539 เพื่อเป็นตัวกลางในการส่งเสริมอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ แต่อย่างไรก็ดี นโยบายภาชีนำเข้าวัตถุดิบที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์อาจเป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยโครงสร้างอัตราภาษีของสินค้านำเข้าที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ พบว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราภาษีที่เก็บโดยกลุ่มประเทศอาเซียนที่เป็นประเทศคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลีใต้ ประเทศไทยมีการเก็บภาชีนำเข้าวัตถุดิบหลักที่ใช้ในกระบวนการผลิตของบางอุตสาหกรรมในอัตราที่สูงเนื่องจากตั้งที่เคยกล่าวไว้แล้วว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการคุ้มครองจากภาครัฐมาตั้งแต่ในอดีต ถึงแม้ว่า ปัจจุบันระดับการคุ้มครองจะลดลงมากแล้วก็ตาม แต่ในปัจจุบันบางอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมต้นน้ำ คือ อุตสาหกรรมปิโตรเคมีและอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์และอุตสาหกรรมกลางน้ำ คือ อุตสาหกรรมฟอกย้อม ยังได้รับการคุ้มครองในระดับที่สูงในระดับหนึ่งอยู่ โดยวัตถุดิบหลักดังกล่าวได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เส้นใยสังเคราะห์ และสารเคมี และวัตถุดิบที่จำเป็นต่อการฟอกย้อม

2. สรุปประเด็นที่สำคัญ (Critical Issues) ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ได้แก่

2.1 ทรัพยากรบุคคล อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ประสบปัญหาขาดแคลนวิศวกร และช่างเทคนิคที่เป็นชาวไทยในส่วนของอุตสาหกรรมต้นน้ำ โดยเฉพาะในโรงงานเส้นใยสังเคราะห์ ยังมีการจ้างงานวิศวกรต่างชาติอยู่จำนวนมาก ในส่วนกลางน้ำนั้น ประเทศไทยยังคงขาดบุคลากรที่เชี่ยวชาญที่มีความรู้เฉพาะทางด้าน ได้แก่ Organic Chemical, Physical Chemical, Textile Fiber, เทคนิคการฟอกย้อม เป็นต้น

2.2 ความเชื่อมโยงภายในกลุ่มอุตสาหกรรม จากการวิเคราะห์พบว่ากรณีที่ความเชื่อมโยงในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ยังคงไม่อยู่ในระดับสูงพอ จึงส่งผลให้ความร่วมมือภายในอุตสาหกรรมยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยรวม

2.3 ลักษณะการแข่งขันของธุรกิจ อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ของไทยยังมีจำนวนตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักค่อนข้างน้อย บริษัทหลายแห่งยังดำเนินธุรกิจในลักษณะรับจ้างผลิต โดยเฉพาะในตลาดระดับล่างที่แม้ว่าจะมีการแข่งขันค่อนข้างสูง แต่การแข่งขันส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันด้านราคา

3. ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้เสนอยุทธศาสตร์หลัก 4 ข้อ ในการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ดังนี้

3.1 ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถของทรัพยากรบุคคลอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ชาติแคลนวิศวกรและช่างเทคนิคโดยเฉพาะอย่างยิ่งวิศวกรที่มีทักษะ แม้ว่าในส่วนข้อเสนอการจัดตั้งองค์การอิสระ สถาบันพัฒนาแพขนั้วนั้น จะสามารถแก้ปัญหาการขาดแคลนนักออกแบบ แต่ไม่ได้ครอบคลุมถึงทรัพยากรบุคคลทางด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ในอุตสาหกรรมต้นน้ำ และกลางน้ำ ดังนั้น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือการจัดทำโครงการการศึกษาแบบทวิภาคี (University and Industry) ที่จัดโดยสถาบันการศึกษาร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม(ผ่านทางสถาบัน หรือ สมาคมเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทเอกชนในอุตสาหกรรม) เพื่อพัฒนาระบบการศึกษาให้ผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการเพื่อรองรับอุตสาหกรรมที่จะพัฒนาต่อไปในอนาคต

3.2 ยุทธศาสตร์สร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ประเด็นสำคัญที่พบในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ คือ การขาดความเชื่อมโยงระหว่างห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่กลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ ถึงปลายน้ำ ทำให้ความร่วมมือระหว่างแต่ละอุตสาหกรรมและภายในกลุ่มอุตสาหกรรมเองอยู่ในระดับต่ำ และขาดการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพของทั้งอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถแข่งขันโดยรวม ดังนั้น นอกเหนือไปจากการจัดตั้งศูนย์กลางการค้า (Trading Center) และ สถาบันพัฒนาแพขนั้วที่เป็นศูนย์ข้อมูลการผลิตสินค้าแล้ว การสร้างความเป็นหนึ่งเดียวในกลุ่มอุตสาหกรรมเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากโดยภาครัฐจะต้องมีบทบาทอย่างจริงจังในการเป็นแกนกลาง และเป็นผู้นำในขั้นต้นเพื่อให้เห็นถึงประโยชน์ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Clustering) ของกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ โดยต้องให้ความสำคัญในเรื่องของสถานที่ตั้งและกระตุ้นให้เกิดแนวคิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมที่จะก่อให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย ดังนั้น ผลที่ตามมาคือเกิดความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทานตลอดสายอุตสาหกรรมการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์เอง และเกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนอีกด้วย เนื่องจากการเพิ่มขึ้นในความต้องการใช้วัตถุดิบ สินค้าขั้นกลาง และบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องย่อมนำไปสู่การ

พัฒนาในอุตสาหกรรมเกี่ยวโยงและสนับสนุนภายในประเทศให้เข้มแข็งขึ้น ซึ่งจะสามารถลดการพึ่งพา การนำเข้าจากต่างประเทศได้ นอกเหนือจากภาครัฐแล้ว ภาคเอกชนควรมีบทบาทในการให้ความ ร่วมมือเพื่อพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจไปพร้อมกันและพัฒนาด้วยตนเองต่อไปในอนาคต โดยสถาบัน พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งเป็นสถาบันเฉพาะทางของอุตสาหกรรมนี้ ควรเน้นบทบาทในการเป็น ตัวกลางเชื่อมโยงและประสานงานให้กับทุกกลุ่มธุรกิจ ระหว่างในขณะเดียวกันสมาคมต่างๆ ควรเพิ่ม ความร่วมมือสมาคมที่เป็นตัวแทนของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม รวมทั้งอุตสาหกรรมสนับสนุนและ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอให้มากขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานตลอดทั้งอุตสาหกรรมมี ประสิทธิภาพมากขึ้น

3.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าเฉพาะ (Niche) ให้เป็นเอกลักษณ์ของ ไทย สินค้าราคาถูก คือ สินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนไทย สามารถพัฒนาให้เป็นสินค้าเอกลักษณ์ ของไทยในตลาดโลก โดยมีการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ภายในประเทศไทย เช่น ผ้าไหม ผ้าตีนจก ผ้ามัดหมี่ เป็นต้น เนื่องจากด้วยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ได้แก่ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล กระบวนการผลิตของภาคเอกชนที่ในปัจจุบันได้มีการเริ่มทำการผลิตสินค้าเหล่านี้ โดยใช้กระบวนการ ผลิตที่มีระบบมากขึ้น จนกลายเป็นอุตสาหกรรมพื้นบ้าน ที่ในการผลิตต้องใช้แรงงานไทยที่เป็นชาว พื้นเมืองที่มีความสามารถเฉพาะตัวในการผลิตสินค้าภูมิปัญญาของ ท้องถิ่นเท่านั้น บวกกับบทบาทของสถาบันแฟชั่นในการปรับปรุงการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าราคา คุ้มค่าเหล่านี้ เพื่อให้มีรูปแบบความเป็นสากลมากขึ้น ดังนั้น ประเทศไทยจึงสามารถทำการพัฒนา สินค้าราคาถูกที่เกิดจากการผลักดันโดยอุปสงค์ในประเทศ ให้ออกสู่ตลาดโลก และสามารถเป็นผู้นำ ทางด้านสินค้าเหล่านี้ ที่จะไปเพิ่มรายได้จากการส่งออก รายได้ของแรงงานพื้นบ้าน การกระจาย รายได้สู่ชนบท และการพัฒนาสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนไทย

3.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมช่วงการเปลี่ยนผ่าน แม้ว่า ยุทธศาสตร์โดยรวมคาดหวังจะให้ไทยมีอุตสาหกรรมแฟชั่นเป็นหนึ่งในภูมิภาคและสามารถหา ตำแหน่งของระดับสินค้าได้ในแฟชั่นของโลก ผู้ประกอบการไทยบางส่วนยังไม่สามารถก้าวสู่การ พัฒนาเครื่องหมายการค้าของตนเองได้ในระยะเวลาอันสั้น ผู้ประกอบการดังกล่าวและส่วนใหญ่มี ประสบการณ์ทางด้านการผลิตให้กับผู้จัดตั้งต่างประเทศมาก่อนหรือกล่าวว่าเป็นผู้รับจ้างผลิต (Original equipment manufacturer: OEM) ดังนั้นในช่วงการพัฒนาของอุตสาหกรรมไทยไปสู่ ความเป็นหนึ่งในภูมิภาคหรือในตลาดโลกไม่ได้หมายความว่าผู้ประกอบการทุกรายจะต้องพัฒนาไปสู่ จุดเดียวกัน คือการมีเครื่องหมายการค้าที่โด่งดังต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการดังกล่าวอาจจะพัฒนา เพียงแค่เป็น OEM ในระดับสูง (World Class OEM) โดยรับจ้างผลิตให้กับบริษัทที่มีเครื่องหมาย การค้าชั้นนำของโลก หลังจากนั้นบางส่วนของผู้ประกอบการก็สามารถพัฒนาเครื่องหมายการค้าของ ตนเองได้ ขณะที่บางยี่ห้อที่ดีที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มจากการเป็น World Class OEM เท่านั้น

เกรียงไกร เตชกานนท์ และ ภัททา เกิดเรือง (2549) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการเปิดเสรีการค้าและการปรับตัวในห่วงโซ่อุปทานในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทย ซึ่งการศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาเพื่อคาดการณ์แนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยภายหลังจากการยกเลิกระบบโควตา ในวันที่ 1 มกราคม 2548 โดยการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่ประเทศต่างๆ พยายามที่จะคาดการณ์แนวโน้มที่จะเกิดขึ้น โดยมีผลสรุป ดังนี้

1. การทบทวนผลการศึกษาของประเทศต่างๆ ที่สำคัญมี ดังนี้

1.1 การยกเลิกระบบโควตานี้ มีความพยายามพยากรณ์ผลกระทบของการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโดยอาศัยแบบจำลองดุลยภาพทั่วไปในการพยากรณ์ เช่นงานของDiao and Somwaru (2001), Nordas (2004) และ Whalley (2006) ซึ่งผลการคาดการณ์ออกมาคล้ายกันคือประเทศจีนและอินเดียจะเป็นผู้ที่ได้ประโยชน์จากการเปิดเสรี ในขณะที่ประเทศอื่นๆจะสูญเสียตลาดอย่างมาก

1.2 งานอีกกลุ่มที่เน้นศึกษาข้อมูลสถิติในช่วงที่การค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยังถูกจำกัดด้วยระบบโควตา (ในช่วง ATC) มาพิจารณาถึงการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกในตลาดสำคัญ ร่วมกับปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ เช่น ต้นทุนแรงงาน โครงสร้างพื้นฐานทำเลที่ตั้งบรรยากาศในการลงทุน ความพร้อมของวัตถุดิบ และนโยบายของบริษัทข้ามชาติ(โดยเฉพาะบริษัทผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ของโลกที่จัดซื้อเครื่องแต่งกายจากประเทศอื่นๆ) เช่นงานของ Gereffi (1999), Gereffi and Memedovic (2003), USITC (2004), Abernathy et. Al.(2005), OECD (2004), Tewari (2005) และ UN (2005) งานในกลุ่มนี้คาดการณ์และวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในยุคการค้าเสรี ซึ่งผลการศึกษามีส่วนต่างจากงานกลุ่มแรกเล็กน้อย กล่าวคือ ปัจจัยที่จะกำหนดความสามารถในการแข่งขันและการรักษาตลาดส่งออกนั้นไม่ได้ขึ้นกับปัจจัยด้านต้นทุนเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นกับปัจจัยด้านอื่นด้วยเช่น ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการทางเทคนิคและคุณภาพที่เพิ่มสูงขึ้นได้เป็นต้น ซึ่งโดยนัยแล้วหมายความว่าประเทศอเมริกาใต้และประเทศยุโรปตะวันออกที่อยู่ใกล้ตลาดใหญ่ทั้งสองนี้ จะยังคงมีความได้เปรียบอยู่ กระนั้นก็ตามงานทั้งสองนี้ก็มิได้ปฏิเสธถึงความสำคัญของปัจจัยความได้เปรียบด้านต้นทุน

1.3 งานวิจัยอีกจำนวนหนึ่งได้ให้มุมมองเกี่ยวกับผลกระทบของการเปิดเสรีว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ภายในห่วงโซ่อุปทานของการค้าปลีก-เครื่องนุ่งห่ม-สิ่งทอ (retail apparel-textile supply chain) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประเทศกำลังพัฒนาที่เป็นผู้ส่งออกเครื่องนุ่งห่ม เช่น งานของ Nordas (2004) Abernathy et. Al. (2005) Palpacuer et. Al.(2005) และ Risen (2005) โดยมีการกล่าวว่าการยกเลิกระบบโควตาจะเร่งให้เกิดการปรับตัวขนานใหญ่ในการค้าปลีกและห่วงโซ่อุปทาน และ จะเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมนี้ทั้งหมดเนื่องจากผู้ซื้อไม่ต้องสนใจข้อจำกัดเชิงปริมาณอีกต่อไป การจัดซื้อ และเลือกผู้ผลิตในการตัดเย็บในขั้นตอน

ต่างๆ สามารถทำได้อย่างอิสระมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการกระจายคำสั่งการผลิตไปยังสถานที่ที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนและการส่งมอบมากที่สุด สำหรับประเทศไทยซึ่งจัดเป็นผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประเทศหนึ่ง จำเป็นต้องติดตามรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปอีกระยะหนึ่ง

2. ข้อสรุปผลการศึกษาของเกรียงไกร และภัททา เกิดเรื่อง

การศึกษานี้ศึกษาถึงผลกระทบต่อประเทศไทยในช่วงที่มีการทยอยยกเลิกโควตา (ATC Integration) และภายหลังการยกเลิกโควตา โดยอาศัยข้อมูลการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยและของโลกเพื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และเพื่อคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) นอกจากนี้ จะอาศัยข้อมูลสถิติการส่งออกของประเทศไทยและส่วนแบ่งตลาดและเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ในเอเชียที่เป็นผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยวิเคราะห์ตั้งแต่เริ่มข้อตกลง ATC จนถึงปี ตลอดจนรวบรวมบทวิเคราะห์ผลกระทบของการบังคับใช้และการยกเลิกโควตาตามข้อตกลง ATC และนำเสนอถึงสภาพการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมนี้ในระดับโลก เพื่อประโยชน์ในการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเมทไทยในอนาคต

2.1 ในการวิเคราะห์ผลกระทบของการยกเลิกโควตาต่อรูปแบบการค้าของ Tewari (2548) ชี้ว่า การตัดสินใจจัดซื้อ (Sourcing Decision) ยังมีประเด็นที่ต้องพิจารณา นอกเหนือไปจากความสามารถในการแข่งขันทางด้านต้นทุน คือการตัดสินใจในการจัดซื้อและส่งสินค้า (Timeliness in apparel sourcing and supply) ขึ้นอยู่กับปัจจัยประกอบอีกหลายประการ คือ ความยืดหยุ่นของผู้ผลิต (Flexibility) ความหลากหลายของสินค้า (Product diversity) ความเสี่ยงของการเก็บกักสินค้า (Inventory risk) ตลอดจนความต้องการเติมเต็มสินค้าและการค้าปลีกแบบลิ้น (Demand for replenishment and lean retailing) ของผู้ค้าปลีกรายใหญ่

2.2 นอกจากนี้ การพิจารณารูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปภายหลังข้อตกลง ATC ลื่นสุดลง ยังต้องคำนึงถึงประเด็นที่สำคัญอื่นๆ อาทิเช่น ข้อตกลงการค้าพิเศษในภูมิภาคและระยะทางจากประเทศผู้ผลิตไปยังตลาดยังคงมีความสำคัญอยู่ การตัดสินใจในการจัดซื้อในระดับบริษัท หรือแม้กระทั่งการที่สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปนำเอามาตรการป้องกันมาใช้กับสินค้าจากจีนเป็นการชั่วคราว (Abernathy et. Al. (2005), OECD (2004), Whalley (2006) ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงไม่รุนแรงอย่างที่คาดการณ์ไว้ ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าระบบโควตาในการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจะถูกยกเลิกไป แต่การค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มระหว่างประเทศก็ยังคงเผชิญกับภาษีนำเข้า (Tariffs) หรือการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Nontariff measures) ได้

2.3 การผลิตและการค้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเมทไทย แม้ว่าประเทศไทยจะมีสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มครบวงจร แต่การผลิตในแต่ละขั้นตอนยังไม่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้ผลิตในแต่ละขั้นตอนได้ ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอที่สูงถึงร้อยละ

ละ 95.3 (92,703 ล้านบาทในปี 2547) กลุ่มที่มีมูลค่าส่งออกมากที่สุดและมีดุลการค้าเกินดุลมากที่สุดคือกลุ่มเสื้อผ้า ส่วนกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกรองลงมา ได้แก่ ผ้าผืน เส้นด้าย เส้นใยสิ่งทอที่ใช้ในบ้าน และสิ่งทออื่นๆ ในทางกลับกัน สิ่งทอที่มีมูลค่าการนำเข้ามากที่สุด คือเส้นใยและรองลงมา คือผ้าผืน สิ่งทออื่นๆ เส้นด้าย และสิ่งทอที่ใช้ในบ้านตามลำดับ แม้ว่าการผลิตเส้นใยจะเติบโตอย่างต่อเนื่องและสามารถส่งออกได้เพิ่มมากขึ้นในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา (2544-2548) แต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ ที่ยังต้องนำเข้าเพิ่มขึ้นเช่นกัน ทำให้มีดุลการค้าขาดดุล แต่ก็มีแนวโน้มขาดดุลลดลง ในขณะที่กลุ่มสิ่งทอกลุ่มอื่นๆ มีดุลการค้าเกินดุล ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการผลิตผ้าผืนในประเทศเริ่มมีการปรับตัวและตอบสนองต่อความต้องการในประเทศได้ดีขึ้นดังนั้น เราอาจกล่าวได้ว่าความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมในประเทศยังไม่แข็งแกร่งเท่าที่ควร เนื่องจากการนำเข้าเส้นใยเส้นด้าย และผ้าผืนยังคงค่อนข้างสูง ในขณะที่การส่งออกเครื่องแต่งกายมีมูลค่ามาก แสดงว่าไทยจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบเหล่านี้มาเพื่อใช้ในการผลิตเครื่องแต่งกายเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะผ้าผืนที่เราส่งออกมากในขณะเดียวกันก็นำเข้ามาด้วยทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากลักษณะการดำเนินธุรกิจในอดีตที่ผู้ผลิตในไทยส่วนใหญ่เป็นผู้รับจ้างผลิต(Original Equipment Manufacturer: OEM) โดยรับคำสั่งจากผู้ซื้อที่มักเป็นบริษัทต่างชาติ ซึ่งคำสั่งซื้อและคำสั่งผลิตนี้มักระบุว่าต้องใช้ผ้าจากแหล่งใด หรือในหลายกรณีผู้ซื้อจัดการให้ด้วย จึงทำให้ต้องนำเข้าผ้าผืนจากแหล่งดังกล่าว ลักษณะการผลิตแบบนี้เหมาะสมในสภาพการแข่งขันในอดีตที่มีโควตาเพราะเป็นปัจจัยที่ทำให้รักษาตลาดได้ แต่เมื่อมีการค้าที่เปลี่ยนเป็นการค้าเสรีเช่นในปัจจุบัน ผู้ผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจำเป็นต้องมีความเชื่อมโยงกันมากขึ้นงานของ Batra and Khan (2005) เปรียบเทียบระหว่างจีนกับอินเดีย และ OECD (2004) ใช้ RCA ในการวัดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในกลุ่ม OECD และพบว่าประเทศที่มีการใช้ทุนเข้มข้น (Capital-rich countries) มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสิ่งทอ ส่วนประเทศที่ใช้แรงงานเข้มข้น (Labour-rich Countries) มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตเครื่องนุ่งห่ม นอกจากนี้ ประเทศที่มีการลงทุนในวิจัยและการพัฒนาในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ มีแนวโน้มที่จะพัฒนาความสามารถในการแข่งขันซึ่งเห็นได้จากดัชนี RCA ที่มีค่าสูงขึ้นเป็นที่น่าสังเกตว่า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสิ่งทอไทยมีค่าค่อนข้างคงที่ในระหว่างปี 2538-2547 ในขณะที่ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของเครื่องนุ่งห่มมีค่าลดลงจาก 2.5 ในปี 2538 เหลือเพียง 1.7, 1.5 และ 1.2 ในปี 2541 2544 และ 2547 ตามลำดับ

3. ผลของการยกเลิกโควตาต่อแบบแผนการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลก

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในห่วงโซ่อุปทาน จากการศึกษาหลายงานพบว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์มีแนวโน้มพัฒนาไปในแนวทางที่ผู้ซื้อเครื่องแต่งกายจากประเทศพัฒนาแล้วมีอำนาจต่อรองมากขึ้นในห่วงโซ่อุปทานและตลาดค้าปลีกเครื่องแต่งกายมีแนวโน้มโครงสร้างตลาดมี

การกระจุกตัวมากขึ้น ในตลาดสหรัฐอเมริกา ยอดขายเครื่องแต่งกายของห้างสรรพสินค้ารายใหญ่ (Large Retailers) 5 ราย คือ Wal-Mart, Sears, Kmart, Dayton Hudson Corporation และ JC Penney ในปี 2538 สูงถึงร้อยละ 68 และหากรวมห้างค้าปลีกรายใหญ่อื่นๆ อีก 24 รายเข้าด้วยกัน จะมียอดขายรวมกันถึงร้อยละ 98 ของตลาดเครื่องแต่งกายในสหรัฐอเมริกาเลยทีเดียว (Gereffi and Memedovic, 2003: 6) สำหรับบทบาทห้างค้าปลีกในสหภาพยุโรป เช่น เยอรมนี และประเทศอังกฤษ แต่ก็มีแนวโน้มที่ตลาดมีการกระจุกตัวมากขึ้นเช่นกันนอกจาก ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ผู้ซื้อที่มีบทบาทสำคัญอีกกลุ่มคือเจ้าของตราสินค้าระดับโลก (Brand marketers) เช่น Liz Claiborne, Nike, Reebok, GAP ก็มีอิทธิพลและอำนาจต่อรองสูงในการจัดซื้อซึ่งดำเนินนโยบายจัดซื้อจากทั่วโลก (Global Sourcing) มาตั้งแต่ทศวรรษ 1970s เพราะผู้ผลิตเหล่านี้ไม่ได้มีโรงงานผลิตเครื่องแต่งกายเอง การจัดซื้อจากแหล่งผลิตในประเทศกำลังพัฒนาทำให้เกิดการยกระดับความสามารถทางเทคโนโลยีแก่ผู้ผลิตท้องถิ่นเพราะผู้ซื้อให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำทางเทคนิคเพื่อให้ผลิตได้ตามที่ต้องการ แต่เมื่อระบบโควตาสิ้นสุดลง ผู้ซื้อเหล่านี้ก็มีโอกาสเปลี่ยนแหล่งซื้อ โดยแนวโน้มจะซื้อจากจำนวนผู้ผลิตน้อยรายลงเพื่อลดต้นทุนการบริหารจัดการ (Palpacuer et. Al. 2005) แบบแผนการผลิตและการจัดซื้อสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในตลาดโลกที่เปลี่ยนไปนี้ ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัว พยายามยกระดับความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อ Abernathy et. Al. (2005) ระบุคุณสมบัติที่ผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจำเป็นต้องมีนั้นไม่ใช่เพียงแค่ต้นทุนและคุณภาพสินค้าเท่านั้น แต่จะต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการเติมสินค้า (Replenishment) และการบริการแก่ผู้สั่งซื้อรายใหญ่ ปัจจัยเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ผู้สั่งซื้อจะให้ความสนใจมากขึ้นและเป็นตัวกำหนดความอยู่รอดของผู้ผลิตในยุคใหม่ของการค้าสิ่งทอโลก อีกนัยหนึ่งเราอาจกล่าวได้ว่านับจากนี้อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อจะมีมากขึ้น เนื่องจากเลือกซื้อสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม จากแหล่งผลิตใดก็ได้ที่สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ ได้ โดยไม่ต้องกังวลกับโควตาที่เคยเป็นอุปสรรคมาก่อน United States International Trade Commission (USITC) ประเมินความสามารถในการแข่งขันของไทยว่าไทยมีจุดแข็ง คือ มีอุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยและผ้าฝ้ายในประเทศซึ่งมีศักยภาพที่จะพัฒนาความเชื่อมโยงกันมากขึ้น ตลอดจนมีแรงงานตัดเย็บที่มีทักษะและโรงงานตัดเย็บขนาดเล็กที่มีความยืดหยุ่นสูงจึงเหมาะกับการผลิตเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เน้นความประณีต เช่นเครื่องนุ่งห่มประเภทแพชั่น (USITC, 2547)

4. การสิ้นสุดลงของข้อตกลงการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (Agreement on Textiles and Clothing: ATC)

ในวันที่ 31 ธันวาคม 2547 นั้น ส่งผลต่อระบบการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโลก โดยกลุ่มประเทศที่มีประสิทธิภาพในการผลิตมากจะสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้โดยไม่ถูกจำกัด

ปริมาณ แต่กลุ่มประเทศที่ไม่มีประสิทธิภาพในการผลิตเช่นประเทศกำลังพัฒนาต่างๆ จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดเดิมที่เคยมีอยู่หากไม่มีการเตรียมพร้อมสำหรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป การค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในช่วงก่อนและหลังยกเลิกโควตาขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่ส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดนำเข้าที่สำคัญเช่นสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปลดลงเล็กน้อยนอกจากนี้ เมื่อเทียบดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและข้อมูลการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายสินค้าของไทยกับประเทศต่างๆ พบว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยลดต่ำลง โดยเฉพาะในการผลิตเครื่องแต่งกาย ดังนั้น เพื่อที่จะปรับตัวให้ทันกับรูปแบบการค้าที่เปลี่ยนไป ผู้ผลิตควรปรับปรุงการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งภาครัฐควรให้การสนับสนุนการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมภายในประเทศ และให้การช่วยเหลือผู้ประกอบการเพื่อลดต้นทุนการผลิตอย่างไรก็ตาม เนื่องจากการยกเลิกโควตาส่งผลให้การแข่งขันในตลาดสินค้าและเครื่องนุ่งห่มประเภททั่วไป (Mass Production) มีความรุนแรงขึ้น และไทยยังมีข้อจำกัดทางด้านต้นทุน และไม่ได้สิทธิพิเศษทางการค้า เช่น GSP เหมือนที่ประเทศด้อยพัฒนาบางประเทศได้รับ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรส่งเสริมการผลิตสินค้าแฟชั่นและสินค้าที่เน้นความประณีตสำหรับตลาดเฉพาะ (Niche Market) มากขึ้น ซึ่งไทยมีแรงงานฝีมือที่จะรองรับการขยายการผลิตสินค้ากลุ่มนี้อยู่แล้ว นอกจากนี้ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ควรคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ เช่นการผลิตที่มีลักษณะครบวงจร ยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น การจัดส่งสินค้าให้ตรงเวลา การเติมเต็มสินค้า และการปรับตัวให้ทันต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากขึ้น เป็นต้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานในประเทศไทย ต้องมีการปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงนี้ สิ่งที่จะเปลี่ยนแปลงอย่างมากหลังจากระบบโควตาล้มเลิกไปคือความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงการผลิต แต่ละขั้นตอนเข้าด้วยกัน ตั้งแต่การผลิตขั้นต้น คือวัตถุดิบและเส้นใย ชั้นกลางคือการทอผ้า ฟอกย้อม แต่งสำเร็จ ชั้นปลายคือการตัดเย็บ จนกระทั่งส่งมอบของผู้สั่งซื้อและถึงผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบจะเกิดขึ้นกับผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจที่สุดซึ่งก็คือผู้ค้าปลีกที่เป็นผู้ต้องการสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศหรือท้องที่ของตน ซึ่งบริษัทค้าปลีกในตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายใหญ่ของโลกจะมีบทบาทมากขึ้นในการกำหนดว่าจะจัดซื้อเครื่องนุ่งห่มจากประเทศใด จากข้อมูลสถิติที่ได้นำเสนอจะเห็นได้ว่าประเทศไทยยังมีจุดแข็งในการผลิตสินค้าที่มีความละเอียด มีขั้นตอนการผลิตมาก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะประสบการณ์ที่ยาวนาน และมีความยืดหยุ่นในการผลิตสินค้าในปริมาณไม่มาก (ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่เสียเปรียบประเทศต้นทุนแรงงานต่ำ) อย่างไรก็ตาม การผลิตสินค้าประเภท Mass นั้นก็อาจแข่งขันได้ แต่สิ่งที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวคือการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต ตั้งแต่ การใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่า (สูญเสียน้อยที่สุด) การวางแผนและการบริหารจัดการการผลิตให้มีประสิทธิภาพ และที่สำคัญคือการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องพร้อมกับ

การติดตามเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ที่สามารถนำมาเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนได้ ในส่วนนี้ ภาครัฐต้องให้ความสนใจมากขึ้นและจำเป็นต้องให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง

สรุปกรอบแนวคิด

ในการศึกษาเรื่องการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ในกลุ่มประเทศ CLM ในบริบทนี้เป็นการศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการค้าการลงทุนทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ที่มีศักยภาพของไทยในตลาดภูมิภาคอาเซียนและกลุ่มประเทศ CLM โดยการศึกษานี้จะพิจารณาข้อมูล การศึกษาโอกาส ปัญหาอุปสรรค วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตทั้งในด้านบวกและด้านลบ อาทิเช่น ปัจจัยทางการเมือง , เศรษฐกิจ , เทคโนโลยี , ความพร้อมทางการค้าปลีกหลายวัตถุประสงค์ , ระบบการขนส่ง , กฎหมาย , ภาษี และอื่นๆ รวมทั้งศึกษาแนวทางของประเทศอื่นๆที่ทำได้ดีในเรื่องนี้ อาทิเช่น สิงคโปร์ และฮ่องกงหรือประเทศอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบและใช้เป็นแนวทางในวางกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนา จากนั้นจะนำข้อมูลต่างๆมาวิเคราะห์เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การค้าการลงทุนของไทยทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ โดยพิจารณาว่า เมื่อเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้วประเทศไทยควรมียุทธศาสตร์อย่างไรเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตู (Gateway) และศูนย์กลางธุรกิจการค้าการลงทุน (Hub) ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ สำหรับภูมิภาคอาเซียนสู่กลุ่มประเทศ CLM ที่เป็นฐานการผลิต

บทที่ 3

สถานการณ์ที่ส่งเสริมต่อการเป็นศูนย์กลางการผลิตของไทย

สถานการณ์สิ่งทอและการ์เมนต์ใน 4 ประเทศ

1. อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมย่อยๆ และอุตสาหกรรมสิ่งทอถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่ารวมที่สูงมากประเภทหนึ่งของประเทศไทย และยังเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่มีบทบาทสำคัญในการนำเงินตราเข้าประเทศอย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล มีโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City Project) และศูนย์ธุรกิจแฟชั่น ในภูมิภาค เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยในอนาคต และยังมี การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (THTI) เป็นองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร โดยมีหน้าที่ให้การสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศ โดยเน้นกระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน และพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก นอกจากนี้ภาครัฐได้มีการจัดตั้งสมาคมผู้ผลิตเส้นใยสังเคราะห์ขึ้น (Thai Synthetic Fiber Manufacturers' Association) เป็นองค์กรที่ช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการสิ่งทอของไทยจัดหาแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศ ส่วนการรวมกลุ่มของภาคเอกชนที่เป็นหน่วยงานที่ผลักดันการพัฒนาการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และเชื่อมโยงกับภาครัฐ แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มหลัก ดังนี้

กลุ่มที่ 1 สมาคมอุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ (The Thai Synthetic Fiber Manufacturers' Association) เริ่มก่อตั้ง โดย 3 บริษัท คือ บริษัท เอเชียไฟเบอร์ จำกัด บริษัท เทียนโพลีเอสเตอร์ จำกัด และบริษัท โทเรไนลอนไทย จำกัด โดยแบ่งเป็น กลุ่มผู้ผลิตเส้นใยโพลีเอสเตอร์ กลุ่มผู้ผลิตเส้นใยไนลอน ผู้ผลิตใยอคริลิก และผู้ผลิตใยเรยอน

กลุ่มที่ 2 สมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย (The Thai Textile Manufacturing Association) จัดตั้งขึ้นเพื่อรวมกลุ่มช่วยเหลือ พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเป็นช่องทางในการติดต่อกับรัฐบาล โดยมีผู้ร่วมก่อตั้ง 7 บริษัท คือ The Thai Textile Co.,Ltd., The Bangkok Weaving Mills Ltd., The Thai Weaving & Knitting Factory Ltd., Tai Seng Weaving

Co.,Ltd (Thai Yazaki - Mahaguna Co.,Ltd), Thai Cotton Mills (1964) Co.,Ltd, Thai Blanket Industry Co.,Ltd., The Thai Knitting Factory Co.,Ltd.,The Phiphatanakit Textile Co.,Ltd , Sin Hua Knitting Factory Ltd.,Part. และ Ther Thonburi Textile Mills Ltd

กลุ่มที่ 3 สมาคมอุตสาหกรรมทอผ้าไทย (The Thai Weaving Industry Association) เป็นสมาคมที่ก่อตั้งมานาน มีเป้าหมายพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตและวัตถุดิบที่ใช้

กลุ่มที่ 4 สมาคมอุตสาหกรรมฟอก ย้อม พิมพ์และตกแต่งสิ่งทอไทย (The Association of Thai Textile Bleaching, Dyeing, Printing and Finishing Industries) จัดตั้งขึ้นเพื่อลดต้นทุน และเพิ่มคุณภาพของอุตสาหกรรมชนิดนี้ให้สามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้

กลุ่มที่ 5 สมาคมไหมไทย (Thai Textile Merchants Association) จัดตั้งขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ไหมไทย ส่งเสริมการขาย และเพื่อพัฒนาคุณภาพของไหมไทย

กลุ่มที่ 6 สมาคมพ่อค้าผ้าไทย (Thai Textile Merchants Association) จัดตั้งขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร และช่วยกันแก้ปัญหาของสมาชิก

1.1 การผลิตและการบริโภคสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม การผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในปี 2552 มีจำนวน 3.03 ล้านตัน ประกอบด้วยสิ่งทอ 2.56 ล้านตัน และเครื่องนุ่งห่ม 0.46 ล้านตัน ในส่วนของการบริโภคพบว่า มีความต้องการบริโภคสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 2.67 ล้านตัน โดยจำแนกเป็นบริโภคสิ่งทอ 2.35 ล้านตัน และเครื่องนุ่งห่ม 0.32 ล้านตัน โดยแบ่งเป็น

1.1.1 การผลิตและการบริโภคเส้นใย ได้แก่ ฝ้ายซึ่งเป็นใยธรรมชาติ ซึ่งพื้นที่การเพาะปลูกในปี 2552 ลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับปี 2549 ลดลงประมาณร้อยละ 76 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมดในประเทศ สอดคล้องกับการผลิตที่เหลือเพียง 3.9 พันตัน ในขณะที่ความต้องการตลาดในประเทศสูงถึง 393.3 พันตัน

1.1.2 การผลิตและบริโภคเส้นใยประดิษฐ์ ประเทศไทยมีการผลิต Polyester staple มากที่สุดในปี 2552 จำนวน 0.28 ล้านตัน โดยมีความต้องการบริโภค 0.51 ล้านตัน โดยการบริโภคเส้นใยประดิษฐ์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทุกปี

1.1.3 การผลิตและการบริโภคผ้าถัก ประเทศไทยมีปริมาณการผลิตผ้าถักใกล้เคียงกับปริมาณการบริโภคมาโดยตลอด ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแหล่งที่ปลูกและไม่ได้รับการส่งเสริมเท่าที่ควรทั้งนี้ประเทศไทยได้มีการนำเข้าเส้นใยฝ้ายจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการผลิตและการบริโภคภายในประเทศ

1.1.4 การผลิตและการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม ปี 2552 ประเทศไทยมีจำนวนจักรเย็บทั้งหมด 737,875 เครื่อง สามารถผลิตเครื่องนุ่งห่มได้ 0.47 ล้านตัน โดยส่วนใหญ่สินค้าที่ผลิตเป็นการผลิตเครื่องนุ่งห่มประเภทผ้าทอ โรงงานการผลิตแบ่งออกเป็น

1.1.4.1 ถักผ้า 724 โรงงาน คิดเป็น 38.4% สัดส่วนการผลิตประมาณร้อยละ 34 ของการผลิตผ้าทั้งหมด เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก แต่ปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนให้ใช้เครื่องจักรมากขึ้น โดยมีการจ้างงาน 62,420 คน

1.1.4.2 ทอผ้า 598 โรงงาน คิดเป็น 31.7% สัดส่วนการผลิตประมาณร้อยละ 66 ของการผลิตผ้าทั้งหมด เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก แต่ปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนให้ใช้เครื่องจักรมากขึ้น โดยมีการจ้างงาน 51,980 คน

1.1.4.3 ย้อมผ้า และพิมพ์ผ้า 398 โรงงาน คิดเป็น 21.1% เป็นอุตสาหกรรมที่ซับซ้อน ต้องใช้เงินลงทุนสูง ส่วนมากจึงร่วมทุนกับต่างชาติ มีการจ้างงาน 45,880 คน

1.1.4.4 ปั่นด้าย 150 โรงงาน คิดเป็น 7.9% อุตสาหกรรมปั่นด้ายมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนับตั้ง แต่การออกพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน จึงมีนักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนจำนวนมาก มีการจ้างงาน 60,075 คน

1.1.4.5 เส้นใยสังเคราะห์ 16 โรงงาน คิดเป็น 0.9% เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนสูง ส่วนใหญ่จึงร่วมลงทุนกับต่างประเทศเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูง แต่ใช้แรงงานน้อย มีการจ้างงาน 14,000 คน ในปี 2552 จำนวนคนงานในโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอประเภทต่างๆ มีคนงานลดลงอันเนื่องมาจากภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจจากสหรัฐอเมริกา ทำให้ยอดการสั่งซื้อจากต่างประเทศลดลง โดยสามารถจำแนกจำนวนคนงานตามสายการผลิต แรงงานในอุตสาหกรรมนี้มีจำนวนลดลงในแต่ละปี และแต่ละประเภทของโรงงาน อาจเป็นเพราะนโยบายค่าแรงงานขั้นต่ำของประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงมาตรการการห้ามนำแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงาน ทั้งนี้โรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทยขาดแรงงานฝีมือ โดยที่การใช้แรงงานต่างด้าวนั้นมีการทดแทนอย่างสมบูรณ์ (Perfect substitute) เพราะนายจ้างไทยสามารถฝึกฝนแรงงานต่างด้าวและแรงงานดังกล่าวสามารถรับค่าจ้างและมีสวัสดิการเทียบเท่ากับแรงงานไทย ฉะนั้นรัฐบาลควรส่งเสริมให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของตนเพราะประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ กัมพูชา เวียดนาม ซึ่งมีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าประเทศไทย อุตสาหกรรมประเภทนี้เป็นอุตสาหกรรมใช้แรงงานมาก (Labor Intensive) ปัจจุบันมีการจ่ายค่าแรงซึ่งเป็นต้นทุนมากกว่าค่าแรงขั้นต่ำแต่ก็ยังขาดแคลนแรงงาน และยังมีมาตรการเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำเพิ่มต้นทุนของอุตสาหกรรมนี้ย่อมสูงขึ้น จึงเกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านโดยเฉพาะประเทศเวียดนาม ทั้งนี้ประเทศไทยสามารถปรับรูปแบบการผลิตจากแรงงานมีฝีมือโดยการผลักดันสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม มากๆ หรือการผลิตสินค้าระดับบนในตลาดโลก รวมทั้ง สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีในการผลิตขั้นสูงด้วย

1.2 การนำเข้า-ส่งออกสิ่งทอของประเทศไทย การส่งออกสินค้าประเภทสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย หากเป็นสินค้าจำพวกวัตถุดิบผ้าฝ้ายหรือสิ่งทอต่างๆ (HS 50-60 และ 63) จะถูกส่งไปยังประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ เช่น จีน ญี่ปุ่นสหรัฐอเมริกา เป็นต้น แต่ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออก HS 60 คือ ผ้าถักนิต และโครเชต์ (KNITTED OR CROCHETED FABRICS) ในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา เวียดนาม และลาว รวมถึงประเทศในภูมิภาค ASEAN มากกว่าสินค้าประเภทอื่น โดยสามารถแสดงปริมาณการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสำคัญของประเทศไทยในปี 2553 ประเทศไทยมีการส่งออกเครื่องนุ่งห่ม(Clothing) ประเภทผ้าฝ้าย (Garment) มากกว่าผ้าทอ (Woven fabric) ในส่วนของสิ่งทอ (Textile) การส่งออกในปี 2553 ประเทศไทยมีการส่งออกสิ่งทอ ไปยังประเทศอเมริกา และประเทศในกลุ่มยุโรป ตามลำดับ ทั้งนี้การส่งออกในภูมิภาคอาเซียนอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 17.78 ส่งออกไปยังอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นฐานการผลิตเครื่องนุ่งห่มรายใหญ่ของโลก

1.3 สิทธิพิเศษในอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย
คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment) ของประเทศไทยซึ่งมีบทบาทในการส่งเสริมให้นักลงทุนต่างๆ สามารถดำเนินกิจการได้อย่างคล่องตัวเพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาประเทศ โดยอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม จัดอยู่ในอุตสาหกรรมเบาซึ่งได้รับการส่งเสริม เพื่อให้ให้นักลงทุนซึ่งส่วนใหญ่มีทั้งจากเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น, ฮองกง และไต้หวัน และประเทศในกลุ่มประเทศยุโรปและสหรัฐอเมริกา โดยสิทธิประโยชน์ยังไม่ได้ครอบคลุมเรื่องของการใช้แรงงานซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญในการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมนี้การประกาศหรือขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จึงส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับการผลิตซึ่งเป็นแรงดึงดูดให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนได้อีกประการหนึ่ง โดยสามารถแสดงสิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

2. อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนทึในประเทศไทยกัมพูชา

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในกัมพูชาพัฒนาอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ 2533-2543 เนื่องจากประเทศผู้นำเข้าอย่างสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศยุโรปได้มีการใช้การจำกัดโควตาการส่งออกเสื้อผ้าจากจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายใหญ่ที่สุด ตามข้อตกลงทั้ง Multi-Fibre Agreement และ greement on Textiles and Clothing ตามลำดับ ทำให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของกัมพูชาได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและประเทศนำเข้าต่างๆ การจ้างงานในอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของกัมพูชาจัดเป็นการจ้างงานที่มากที่สุด ปัจจุบันมีโรงงานสิ่งทอขนาดใหญ่ย้ายฐานการผลิตจากประเทศจีนมากกว่า 10 แห่ง โรงงานการผลิตส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในและรอบบริเวณเมืองหลวงพนมเปญ และทำเลที่ตั้งอีกแห่งหนึ่ง คือ ใกล้ท่าเรือน้ำลึกเมืองสีหนุวิลล์ โดยมีแรงงานประมาณ 350,000 คนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มใน

กว่า 300 โรงงานการผลิต แรงงานเป็นเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ตามลักษณะของอุตสาหกรรมประเภทนี้ โดยมีอายุระหว่าง 18-25 ปีร้อยละ 85-90 ของการจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมนี้ แรงงานส่วนใหญ่ย้ายมาจากพื้นที่ชนบทที่ยากจนแต่เป็นแรงงานที่มีผลิตภาพและสวัสดิภาพในการทำงานสูงกว่าแรงงานในภาคการผลิตอื่นๆ กล่าวคือตามกฎหมายแรงงานกำหนดให้โรงงานจ่ายเงินค่าแรงขั้นต่ำ 45 เหรียญสหรัฐต่อเดือนมีการทำงาน 8 ชั่วโมงต่อวัน ทำงานสัปดาห์ละไม่เกิน 6 วัน อัตราค่าล่วงเวลาร้อยละ 150 สำหรับช่วงเวลาการทำงานปกติ และร้อยละ 200 สำหรับการทำงานในช่วงวันหยุดต่างๆ แรงงานส่วนใหญ่มีการรวมตัวเป็นสหภาพแรงงานเพื่อเรียกร้องสิทธิต่างๆ ในการทำงาน การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป เส้นด้าย ผ้าพันคอ ถุงมือ ถุงเท้า ยังไม่มีโรงงานผลิตผ้าฝ้ายมากนักจึงเป็นช่องทางในการลงทุนสำหรับนักลงทุนที่ต้องการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ โดยมูลค่าการลงทุนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ปี 2553 มีจำนวน 40 โครงการ เงินลงทุนรวม 41.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จำนวนโครงการและเงินลงทุนเพิ่มร้อยละ 73.91 และร้อยละ 81.74 จากปี 2552 ที่อนุมัติ 23 โครงการ และเงินลงทุนรวม 23.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยนักลงทุนรายใหญ่ คือ ไต้หวัน จีน ฮองกง เกาหลีใต้ กัมพูชา อังกฤษ มาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา แคนาดา และไทย ซึ่งต่างเห็นถึงศักยภาพของกัมพูชาในการผลิตเสื้อผ้าและรองเท้าเพื่อส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศยุโรปในภาวะที่เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว โรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าจากไทยเข้ามาตั้งโรงงานจำนวน 2 โรง คือบริษัท Bangkok Garment และ Lim Line International ส่วนโรงงานผลิตรองเท้ามีจำนวน 2 โรง คือ Dance Supply และ Cambo Shoes การนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ใช้ในการผลิตของกัมพูชาปี 2553 มูลค่า 21.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ เป็นการนำเข้า แวตติ้ง สักหลาดและผ้าไม่ทอ ด้ายชนิดพิเศษ เชือกชนิดทไวน์ ชนิดคอร์เดจ ชนิดโรปและเคเบิล (HS 56) มากที่สุดมูลค่า 19.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 90.8 ของมูลค่าการนำเข้าสิ่ง ทอและเครื่องนุ่งห่มทั้ง หมดของประเทศ โดยมีการนำเข้าจากเยอรมัน, จีน และสหรัฐอเมริกาตามลำดับ โดยที่ผ่านมากัมพูชามีการนำเข้าสินค้าดังกล่าว สูงสุดในทุกๆ ปี รองลงมาเป็นการนำเข้า ผ้าถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ซึ่งต้องใช้เทคโนโลยีขั้น สูงในการผลิต หากพิจารณาวัตถุดิบที่มีการนำเข้าเพื่อใช้ในการผลิตพบว่า มีการนำเข้าผ้าถักจากวัสดุอื่นๆ (HS 6006) รองลงมาเป็น ผ้าถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ (HS6004) ผ้าทอทำด้วยฝ้าย ที่มีฝ้ายตั้งแต่ ร้อยละ 85 ขึ้นไป โดยน้ำหนักและหนักเกิน 200 กรัมต่อตารางเมตร (HS 5209) กัมพูชาต้องพึ่งพา การนำเข้าสิ่ง ทอเป็นส่วนใหญ่เพื่อนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมผลิตเครื่องนุ่งห่มเมื่อ เปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปีเดียวกันเพียง 3.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ สะท้อนให้เห็นถึงมูลค่า ในการผลิตที่เกิดขึ้นในประเทศกัมพูชาไม่สูงมากนักเป็นรายได้จากการรับจ้างผลิตมากกว่า

3. อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว)

อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ในประเทศลาวส่วนใหญ่เป็นโรงงานจากนักลงทุนชาวต่างชาติ จากการสำรวจโรงงาน 100 โรงงาน 54 โรงงานเป็นสมาชิกของ Lao Garment Association ในจำนวน 54 โรงงานนี้ 26 โรงงานหรือเกือบครึ่งเป็นโรงงานของชาวต่างชาติ 13 โรงงานเป็นแบบร่วมทุน และ 15 โรงงานเป็นของนักลงทุนชาวลาว ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีการลงทุนในประเทศลาวมากที่สุด (รวมตั้งแต่ ปี 2543-2553) ทั้งสิ้น 2.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาได้แก่ไทยมีการลงทุนร้อยละ 20.97 ของการลงทุนสะสมในลาวด้านการค้า สปป.ลาวมีการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยมากที่สุดสินค้านำเข้าได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป รถยนต์ เครื่องจักร และเคมีภัณฑ์ ในปี 2553 มีการนำเข้าผ้าผืนจากประเทศไทยเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบมูลค่า 65.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐการที่นักลงทุนต่างชาติสนใจเข้าไปตั้งฐานการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในลาวเนื่องจากมีอัตราค่าแรงที่ถูกรวมทั้งปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อนักลงทุน อาทิ การให้สิทธิในการเช่าที่ดินในราคาถูก การมีไฟฟ้าและแหล่งทรัพยากรน้ำมากพอที่จะรองรับอุตสาหกรรม รวมทั้งการได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ โดยมีบริษัทไทยเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์กว่า 40 บริษัท โดยมีการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าผ้าผืน ประเภทผ้าทอ จากต่างประเทศ ไปผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อส่งออก โดยนำเข้าผ้าผืนตามชนิดและคุณภาพที่กำหนดตามใบสั่งซื้อ และผลิตตามรูปแบบตามความต้องการของผู้สั่งซื้อ ผ้าผืนมีการผลิตบ้างแต่น้อยมาก ส่วนใหญ่เป็นผ้าพื้นเมืองทอด้วยฝ้าย ไหม และเส้นใยสังเคราะห์อื่นๆ ผลิตได้ในปริมาณไม่มากสถานประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคมเครื่องนุ่งห่มลาว มีการจ้างงานทั้งสิ้น 30,313 คน และมีจำนวนเครื่องจักร 21,343 เครื่อง ส่วนใหญ่คนงานและเครื่องจักรอยู่ภายใต้โรงงานการผลิตจากต่างประเทศ 21,563 คน และเครื่องจักร 14,918 เครื่อง หรือคนงานร้อยละ 71 เป็นลูกจ้างโรงงานต่างชาติ รองลงมาเป็นการร่วมทุนคนงาน 4,714 คน และโรงงานของชาวลาว 4,031 คน ในปี 2551 มีกำลังการผลิตทั้งสิ้น 71,731,134 ล้านชิ้นต่อปี ร้อยละ 67 เป็นของนักลงทุนต่างชาติระบบการผลิตเครื่องนุ่งห่มของลาวเป็นแบบ OEM หรือการรับจ้างผลิต โดยมีรูปแบบที่สำคัญ 2 รูปแบบ คือ แบบ C.M.T ระบบการผลิตที่ผู้ซื้อหรือผู้จ้างให้ผลิต จะจัดหาผ้าและวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งเสื้อผ้าให้แก่ผู้รับจ้างผลิต โดย C.M.T ย่อมาจาก Cut Make and Trim โดย Cut ทำการตัดผ้าตามรูปแบบที่กำหนด (Pattern) Make คือการเย็บ ส่วน Trim ย่อมาจาก Trimmings หมายถึง วัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งเสื้อผ้า กล่าวคือ เป็นส่วนอื่น ๆ ของเสื้อผ้าที่ไม่ใช่ผ้าหลัก ได้แก่ ซิบใน วัสดุหนุนไหล่และผ้าก้น เป็นต้น ส่วนอีกรูปแบบ คือ F.O.B. เป็นการรับจ้างผลิตโดยที่ผู้รับจ้างการผลิตจะต้องจัดหาผ้าและวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งเสื้อผ้าเอง อุตสาหกรรมของลาวมีโรงงานซึ่งรับจ้างผลิตรูปแบบ F.O.B. มากที่สุด คือ 30 โรงงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการร่วมลงทุนหรือเป็นการลงทุนจากต่างประเทศจึง

สามารถจัดหาผ้าและวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งเสื้อผ้าได้ทั้งหมด สำหรับโรงงานที่เป็นของนักลงทุนลาว จะรับจ้างผลิตแบบ CMT เกือบทั้งหมด

การนำเข้าสินค้าของ สปป.ลาวเป็นการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปี 2553 สู้ทเครื่องแต่งตัวเป็นชุดแจ็กเก็ต เสื้อเบลเซอร์กางเกงขายาวชุดหมี่ที่มีเอี๊ยมและสายโยง กางเกงขาสั้นส่วนกางเกงขาสั้น(นอกจากชุดว่ายน้ำ) ของบุรุษหรือเด็กชาย ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์(HS 6103) จากประเทศจีน, ไทยและอินโดนีเซีย เนื่องจากเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่นำเข้าจากประเทศเหล่านี้มีราคาถูกกว่าการผลิตในลาว ส่วนวัตถุดิบในการผลิตมีการนำเข้าผ้าผืนประเภท ผ้าทอทาดด้วยฝ้ายที่มีฝ้ายตั้งแต่ร้อยละ 85 ขึ้นไปโดยน้ำหนักและหนักไม่เกิน 200 กรัมต่อตารางเมตร (HS 5208) มากที่สุด รองลงมาเป็นผ้าถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ (HS 6004) โดยสินค้าทั้งสองนำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุด โดยมีการนำเข้า Knit ที่ใช้ในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป สูงกว่าปีที่ผ่านมาถึง 2.3 เท่า เนื่องจากการย้ายฐานการผลิตไปยังลาวมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4. อุตสาหกรรมสิ่งทอและการเม้นท์ในประเทศเมียนมาร์

หลังจากที่ประเทศเมียนมาร์ เริ่มมีการประกาศกฎหมายการลงทุนจากต่างประเทศ ปี 2531 (Foreign Investment Law) และแสดงถึงการเปิดประเทศเพื่อทำการค้ากับต่างประเทศและเปิดรับนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน เน้นการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากเมียนมาร์ เพิ่มขึ้นโดยตลอดตั้งแต่เริ่มเปิดประเทศเป็นต้นมาจนเมื่อปี 2548 ตัวเลขการส่งออกสินค้าชนิดนี้ซึ่งมีตลาดการส่งออกในอเมริกา และยุโรปลดลงจาก 668.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐเหลือ 257.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงกว่าร้อยละ 30 เนื่องจากการคว่ำบาตรของสหรัฐอเมริกาและยุโรปเพื่อประท้วงเหตุการณ์ที่รัฐบาลทหารเมียนมาร์ กักขังนางออง ซาน ซู จี ผู้นำพรรคเสรีนิยมของเมียนมาร์ นำไปสู่การงดการบริโภคสินค้าที่ผลิตจากประเทศเมียนมาร์ ทำให้บริษัทตราสินค้าชั้นนำ อย่าง Levi, Reebok และ British Home Store ระงับการผลิตและสั่งซื้อเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่ผลิตในเมียนมาร์ เพื่อมาติดตราสินค้าของตน ส่งผลให้โรงงานสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มต้องปิดกิจการลงถึง 150 แห่ง แรงงานในเมียนมาร์ ต้องตกงานประมาณ 70,000-80,000 คน รูปแบบการผลิตและการลงทุน ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของเมียนมาร์ เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกโดยส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างผลิต ในการตัดเย็บและบรรจุภัณฑ์ หรือ กระบวนการ CMP (Cutting, Making and Packing) โดยผู้ซื้อในต่างประเทศจะหาลูกค้าซึ่งออกแบบ และกำหนดรายละเอียดการตัดเย็บ รวมทั้งจัดหาและนำเข้าวัสดุอุปกรณ์จากต่างประเทศแก่โรงงานการผลิตที่รับภาระเฉพาะต้นทุนในการดำเนินการตัดเย็บ เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าไฟ ค่าขนส่ง รวมทั้งค่าใช้จ่ายของสำนักงานของโรงงานตามขั้นตอนกระบวนการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อจากต่างประเทศ และโรงงานในประเทศเมียนมาร์ เมื่อมีการตกลงกันของทั้งสองฝ่ายมีการจัดหาวัตถุดิบรวมทั้งการออกแบบจากผู้ซื้อจากต่างประเทศในระหว่างกระบวนการผลิตจนถึง

สินค้าขั้นสุดท้ายของประเทศผู้ซื้อเสียค่าใช้จ่ายแก่โรงงานการผลิตเพื่อใช้ในการผลิตแล้วส่งกลับสินค้ายังผู้ซื้อโดยได้รับค่าดำเนินการผลิตดังกล่าวเป็นค่าตอบแทน โรงงานหลายโรงในเมียนมาร์ มีการนำเข้าวัตถุดิบอื่นๆ นอกจากผ้าฝ้าย เช่น ซิป ตะขอ กระจก จากภายนอกประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งจีน โดยจีนและญี่ปุ่นได้มีการวางระบบการจัดซื้อ (Procurement) รวมทั้งสิทธิพิเศษทางภาษีแก่ประเทศเมียนมาร์ ทั้งนี้เมียนมาร์ มีโรงงานที่สามารถผลิตสินค้าที่เป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องได้ เช่น กล่องบรรจุภัณฑ์พลาสติก จึงเหมาะกับการรับจ้างผลิตตามกระบวนการ CMP

การตั้งโรงงานการผลิตในประเทศเริ่มต้นเมื่อต้นปี 2533 หลังจากเปิดประเทศได้ไม่นาน โดยโรงงานแรกๆ ในการผลิตเป็นของรัฐ (State owned enterprise) ภายใต้การกำกับของ Myanmar Textile Industry ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม 1 (Ministry of Industry 1) และมีความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของรัฐบาลทหารเมียนมาร์ ในขณะนั้น หรือ Union of Myanmar Economic Holdings Limited ซึ่งการผลิตและส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังประเทศญี่ปุ่น, เกาหลีใต้ และเริ่มมีกลุ่มบริษัทจากเกาหลีใต้เข้ามาร่วมทุน เช่น กลุ่ม Daewoo จากนั้นการเข้ามาลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มก็เริ่มพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง และผู้ลงทุนภายในประเทศก็เริ่มสนใจลงทุนในอุตสาหกรรมนี้เช่นกันซึ่งการลงทุนของนักลงทุนจากการสำรวจ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในปี 2548 จำนวนบริษัทที่สำรวจ 165 บริษัท พบว่า 142 บริษัท มีอัตราส่วนทุนต่อหนี้ในการบริหารโรงงานสูงถึงร้อยละ 98 หมายความว่าโรงงานส่วนใหญ่ใช้การระดมทุนส่วนตัวในการประกอบกิจการไม่ใช้การกู้ยืมใดๆ ที่ทุนในการดำเนินงานค่อนข้างสูง อาจเพราะระบบสินเชื่อและระบบการโอนเงินจากต่างประเทศในประเทศเมียนมาร์ ไม่มีความคล่องตัวส่งผลให้การดำเนินธุรกิจประเภทนี้ในประเทศเมียนมาร์ ขาดความคล่องตัวเรื่องเงินทุน เมื่อนักลงทุนในประเทศต้องแบกรับต้นทุนที่มากแม้ว่าค่าจ้างแรงงานจะต่ำทั้งนี้สิ่งที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินการอีกประการหนึ่งคือสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ค่าไฟฟ้าซึ่งมีต้นทุนที่สูงมาก ยกตัวอย่างโรงงานขนาดกลางคนงานจำนวน 415 คน ค่าจ้างแรงงานต่อเดือน 18,400 เหรียญสหรัฐ แต่ต้นทุนค่าไฟฟ้าและค่าเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า (Generator) ที่ใช้เชื้อเพลิงดีเซลซึ่งมีต้นทุนสูงมีต้นทุนค่าไฟ 690 เหรียญสหรัฐ ค่าเชื้อเพลิง 6,100 เหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 37 ของต้นทุนค่าแรงงานปี 2540 ถึง 2546 เมียนมาร์ มีโรงงานที่เจ้าของเป็นชาวเมียนมาร์ ส่วนใหญ่โดยจำนวน 50 แห่งเป็นโรงงานผลิตเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่มีการจ้างแรงงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 คน นอกนั้นเป็นโรงงานที่มีการจ้างงานระหว่าง 101 ถึง 300 คน หรือประมาณ 36 แห่ง ในปี 2547-2549 มีโรงงานจำนวน 142 แห่ง โรงงานที่ลงทุนโดยนักลงทุนต่างประเทศ 32 โรงงานทั้ง รูปแบบการร่วมทุนกับภาครัฐ ภาคเอกชน ร้อยละ 7 จะเห็นได้ว่าการร่วมทุนทำธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในเมียนมาร์ ไม่เป็นที่นิยม แต่นักลงทุนชาวเมียนมาร์ มีการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้เป็นหลักทั้งตัดเย็บหรือทอผ้าพื้นเมืองและการผลิตแบบ CMP ในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ขนาดของโรงงานส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กมี

ลูกจ้างแรงงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 คน จำนวนมากในขณะที่โรงงานขนาดใหญ่ (คนงาน 1,000 คนขึ้นไป) เพียงแค่ 6 แห่งในปี 2547 โดยโรงงานทอผ้าขนาดเล็กตั้งอยู่บริเวณเมืองใหญ่ที่อยู่นอกเขตอุตสาหกรรมในย่างกุ้งและเนย์ปีร์ดอร์ อาทิ เมืองมัณฑะเลย์ มีโรงงานทอผ้าพื้นเมืองซึ่งมีการนำเข้าฝ้ายมาจากประเทศจีนและอินเดียโดยราคาฝ้ายนำเข้าจากจีนอยู่ที่ราคาประมาณ 5 เหรียญสหรัฐต่อปอนด์ โดยเจ้าหน้าที่ชาวบ้านรวมทั้ง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แรงงานที่ผลิตผ้าทอพื้นเมืองจำเป็นต้องมีทักษะในการผลิตสูงในการออกแบบและขึ้นลายมีการฝึกทักษะจนกว่าจะชำนาญใช้เวลาเกือบ 1 ปี โดยแรงงานมีอายุตั้งแต่ 15-60 ปีและเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัวสามารถสร้างรายได้แก่คนในชุมชนในเมืองที่ห่างไกลความเจริญออกไปปัญหาเรื่องไฟฟ้ามีผลสูงมากจากโรงงานที่ทำการสำรวจในพื้นที่มัณฑะเลย์พบว่ามีปัญหาเรื่องไฟฟ้าแม้มีเครื่องปั่นไฟก็ไม่มีปริมาณไฟฟ้าเพียงพอต่อการผลิตเพราะมีการดับไฟฟ้าในช่วงการผลิตสูงถึง 4 ครั้งต่อวันนับเป็นปัญหาสำคัญของโรงงานการผลิตในพื้นที่ชนบท ขณะเดียวกันพื้นที่ตั้ง โรงงานในเขตเมืองหลวงและเมืองอุตสาหกรรมใหญ่ๆ มีค่าจ้างแรงงานสูงไม่เหมาะกับการทอผ้าพื้นเมืองที่ต้องอาศัยความชำนาญโดยโรงงานทอผ้าขนาดเล็กมีจำนวนมากในเขตจ้าวเซ แรงงานส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น จากหมู่บ้านต่างๆ สามารถรับงานไปผลิตที่บ้านของตนเพื่อนำผ้าผืนที่ผ่านการทอลายมาส่งเพื่อจำหน่ายต่อไป ราคาจำหน่ายจึงสูงเนื่องจากเป็นผ้าทอมือ นอกจากค่าจ้างแรงงานแล้วโรงทอผ้ามีการให้สิ่งของ อาทิ ข้าวสาร เครื่องอุปโภคบริโภคต่างๆ แก่แรงงานเพื่อเป็นการให้โบนัสเนื่องจากโรงทอผ้าเพิ่มขึ้นหลายแห่งการแข่งขันเรื่องแรงงานจึงมีความเข้มข้นตามมา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางการผลิตทั้งในด้านบวกและด้านลบ

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างขีดความสามารถทางการเป็นศูนย์กลางการผลิตทั้งในด้านบวกและด้านลบในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ รูปแบบการแข่งขันและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในสภาพแวดล้อมใหม่ที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการสร้างสรรค์จากทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน นวัตกรรมและเทคโนโลยี การบริหารจัดการผ่านเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจและการแข่งขันอย่างเสรีในตลาดโลก ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญในการพัฒนามิติเหล่านี้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน สรุปได้ดังนี้

1. ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนทางการผลิตและการสร้างทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน (Flexibility & Intangible) จากการผลิตที่พิจารณาในเชิงปริมาณ (Economy of Scale) เป็นหลักและการให้ความสำคัญกับสิ่งที่จับต้องได้เพียงด้านเดียว ควรมีการปรับเปลี่ยนหรือมุ่ง

พัฒนาขีดความสามารถให้มีความยืดหยุ่น (Economy of Flexibility) และให้ความสำคัญกับสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible benefits) เพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของผู้บริโภค

2. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรม (Innovation) ควรปรับเปลี่ยนจากการผลิตที่ใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลัก เน้นแต่ประสิทธิภาพด้านเดียว หรือเน้นการแข่งขันกันด้วยราคา หรือต้นทุนที่ต่ำกว่า เป็นการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม แข่งขันกันผลิตและรังสรรค์สิ่งใหม่ๆ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือเสนอสิ่งเหนือความคาดหมายของผู้บริโภค (Exceed customer expectation) เพื่อสร้างกลุ่มตลาด (Segment) หรือจุดแข่งขันใหม่ที่แตกต่าง

3. ทักษะความสามารถในการจัดการและความคิดสร้างสรรค์ (Managerial & Creative Skills) จากการใช้ความสามารถในการพัฒนาการผลิตเน้นประสิทธิภาพ เป็นการเน้นการพัฒนาทักษะความสามารถในการจัดการ การวางแผนกลยุทธ์ การพัฒนาการตลาดและการสื่อสารการพัฒนาในรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ตลอดจนการบริหารจัดการภายในห่วงโซ่อุปทานของผู้ผลิต และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

4. ผู้สร้างสรรค์ (Creator) การปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้ผลิต (Producer) เป็นผู้สร้างสรรค์ (Creator) จากเดิมที่เคยมุ่งเน้นเฉพาะการผลิตสินค้า ผู้ผลิต (Producer) จะต้องพัฒนาหรือเข้าไปมีบทบาทในด้านอื่นๆมากขึ้น อาทิ การศึกษาแนวโน้มผู้บริโภค (Consumer Trends) การคาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภค (Demand Forecasting) การออกแบบ (Design) การจัดการสินค้าคงคลัง (Warehousing) และการขนส่ง (Logistics) ซึ่งเดิมผู้ซื้อ (Buyers/Retailers) เคยมีบทบาทสำคัญในกระบวนการดังกล่าวข้างต้น เพื่อสร้างหรือคงความได้เปรียบในการแข่งขัน

5. ความสามารถในการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการผลิตและการค้า (Partnership & Networking) จากการทำธุรกิจเชิงเดี่ยว เป็นการสร้างพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจในระยะยาว ซึ่งจะช่วยให้ผู้ผลิตเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับผู้ซื้อ เพิ่มขีดความสามารถในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งเสริมให้เกิดกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ร่วมกัน (หรือที่เรียกว่า Creative Collaboration)

ซึ่งมิติที่กล่าวมาข้างต้นล้วนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งผู้ผลิตและผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาไม่ควรมองข้าม หากควรร่วมกันเร่งการพัฒนาผลักดันให้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการและการพัฒนาให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาในมิติดังกล่าวมากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน

ข้อมูลประเทศอื่นๆที่ทำได้ดี เช่น ฮองกง สิงคโปร์และญี่ปุ่น เพื่อเปรียบเทียบ

จากการศึกษาและวิเคราะห์อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ของประเทศต่างๆ ที่สำคัญของโลก ได้แก่ ญี่ปุ่นและ ฮองกง พบว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ของแต่ละประเทศนั้นแตกต่างกันไปตามปัจจัยพื้นฐานและเครือข่ายการผลิต มีปัจจัยสนับสนุนและโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ บุคลากร เครือข่ายสมาคม องค์กรความรู้ เทคโนโลยี-นวัตกรรม ความสามารถในการบริหารจัดการ กระบวนการผลิต เป็นต้น ที่เข้มแข็งแล้วจะมุ่งเน้นการวิจัยพัฒนา นวัตกรรมความรู้ การสร้างสรรค์และการบริหารจัดการเป็นหัวใจสำคัญโดยมีเครือข่ายเอกชนและสมาคมที่เข้มแข็งเป็นแกนนำหลักในการขับเคลื่อนผ่านความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมต่างๆ ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐคอยกำหนดวิสัยทัศน์ ออกนโยบายยุทธศาสตร์ กฎหมายเพื่อทั้งสนับสนุนและปกป้อง รวมถึงให้เงินทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่องแต่ละประเทศมีการวางแผนยุทธศาสตร์และผลักดันผ่านกลไกดำเนินการอย่างบูรณาการตั้งแต่ระดับนโยบาย (โดยหน่วยงานของภาครัฐ) ระดับความร่วมมือ (โดยสมาคม และสถาบันวิจัยต่างๆ) จนถึงระดับปฏิบัติการหรือเอกชน มีการให้เงินทุนสนับสนุนและสร้างองค์ความรู้ผ่านโครงการและหน่วยงานต่างๆ รวมถึงมีการออกกฎระเบียบต่างๆ เพื่อยกระดับการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ และที่สำคัญที่สุดคือปกป้องและส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในประเทศให้สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์และกลไกการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ของประเทศสำคัญๆ ต่างๆ สรุปได้ดังนี้

1. การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์เชิงสร้างสรรค์ในฮองกง

ฮองกงเป็นผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายใหญ่ของโลก ปัจจุบันฮองกงได้ยกระดับตัวเองจากการเป็นผู้รับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer: OEM) เป็นผู้ออกแบบ(Original Design Manufacturer: ODM) และผู้ประกอบการที่มีแบรนด์เป็นของตัวเอง (Original Brand Manufacturing: OBM) โดยได้ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ เช่น ประเทศในแถบอาเซียน และประเทศจีน ฮองกงหันมามุ่งเน้นให้ความสำคัญที่การออกแบบ การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดและสร้างแบรนด์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้ามากขึ้นยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์เชิงสร้างสรรค์ของฮองกง สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของฮองกงเน้นที่นวัตกรรมและเทคโนโลยี การออกแบบ และการตลาดการสร้างแบรนด์ โดยมีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ดังนี้

1.1 การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยได้จัดตั้งกองทุนนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovation and Technology Fund: ITF) ขึ้นเพื่อให้การสนับสนุนทางการเงินกับโครงการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมทั้งจัดตั้งหน่วยงานด้านการวิจัยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโดยเฉพาะคือ Hong Kong Research Institute of Textile and Apparel (HKRITA)

เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้การสนับสนุนด้านการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีร่วมกับภาคเอกชนและสถาบันวิจัยอื่นๆ ซึ่งปัจจุบัน HKRITA ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาใน 4 เรื่องคือ (1) วัสดุและผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มใหม่ๆ (2) เทคโนโลยีการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ทันสมัย (3) นวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อการออกแบบที่ทันสมัยและ (4) การพัฒนาระบบอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน

1.2 การส่งเสริมการตลาดและการสร้างแบรนด์ ฮ่องกงเน้นให้เกิดการพบกันระหว่างผู้ประกอบการของฮ่องกงกับ Buyer ต่างประเทศ ผ่านกิจกรรมต่างๆทั้งในและต่างประเทศ ซึ่ง Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) จัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ เช่น Hong Kong Fashion Week เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะผลักดันให้สินค้าและ Brand ฮ่องกงเป็นที่รู้จักแล้วยังเข้าถึงข้อมูลแนวโน้มความต้องการของตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มต่างประเทศด้วย นอกจากนี้ ฮ่องกงยังส่งเสริมแบรนด์ฮ่องกงให้การเปิดร้านในต่างประเทศ ทำให้ปัจจุบันฮ่องกงมีแบรนด์กว่า 200 รายทั้งที่เป็น Boutiques และ Ready to wear ที่ได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาดต่างประเทศ

1.3 การพัฒนาบุคลากร โดยมีหน่วยงานหลายแห่งที่มีบทบาทในการจัดทำหลักสูตรพัฒนาบุคลากร อาทิเช่น Clothing Industry Training Authority (CITA), Hong Kong Productivity Council (HKPC), Hong Kong Research Institute of Textile and Apparel (HKRITA), Hong Kong Design Institute และ Hong Kong Institute of Vocational Education (IVE) ซึ่งมีหลักสูตรในทุกระดับตั้งแต่ประกาศนียบัตรจนถึงปริญญาครอบคลุมหลากหลายสาขา

1.4 การพัฒนาการออกแบบ ฮ่องกงได้ริเริ่มโครงการ DesignSmart Initiative ภายใต้หน่วยงานใหม่ที่ชื่อว่า CreateHK ที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 2009 เพื่อผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของฮ่องกง โครงการ DesignSmart Initiative มีโครงสร้างหลักประกอบด้วย (1) Design Support Program เป็นการสนับสนุนทางการเงินให้กับโครงการด้านการออกแบบ และ (2) InnoCentre เป็นกิจกรรมการบ่มเพาะธุรกิจเกิดใหม่ด้านการออกแบบในรูปแบบ One- Stop Service คือ เป็นศูนย์ข้อมูลออกแบบ ให้เช่าพื้นที่สำหรับบริษัทออกแบบ การจัดนิทรรศการ การฝึกอบรม และการจัดกิจกรรมเครือข่ายนักออกแบบและอุตสาหกรรมกลไกการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์เชิงสร้างสรรค์ในฮ่องกง

1.5 ระดับนโยบาย (Policy Level) ได้แก่ รัฐบาลจีน ซึ่งเป็นศูนย์กลางวางแผนด้านนโยบายของอุตสาหกรรมทั้งหมดได้แก่ กรมการค้าและอุตสาหกรรม (Trade and Industry Department)

1.6 ระดับความร่วมมือ (Networking Level) อาทิ Hong Kong Designers Association (HKDA) เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนานักออกแบบและยกระดับมาตรฐานการออกแบบ Hong Kong Fashion Designers Association (HKFDA) เป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดและประสบการณ์ของนักออกแบบแฟชั่น และ Hong Kong Apparel Society (HKAS) เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมแฟชั่นและภาครัฐบาล พร้อมทั้งช่วยเหลือผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาดเพื่อการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

1.7 ระดับปฏิบัติการหรือหน่วยงานเอกชน (Implementation Level) ได้แก่ (1) Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทด้านการส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ โดยมีศูนย์ในต่างประเทศกว่า 40 แห่งทั่วโลก (2) Hong Kong Productivity Council (HKPC) เป็นหน่วยงานเพิ่มผลผลิตของอุตสาหกรรม เช่น จัดฝึกอบรมเพิ่มทักษะให้บุคลากร เป็นต้น (3) Clothing Industry Training Authority (CITA) เป็นหน่วยงานด้านการจัดฝึกอบรม และ (4) Hong Kong Research Institute of Textile and Apparel (HKRITA) เป็นหน่วยงาน One-Stop Service ด้านการวิจัยและพัฒนาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ที่ดำเนินการในเชิงพาณิชย์ โดยเน้นการร่วมลงทุนจากภาคอุตสาหกรรม และความร่วมมือจากหน่วยงานวิจัยต่างๆ

2. การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์เชิงสร้างสรรค์ในญี่ปุ่น

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้ย้ายฐานการผลิตไปยังต่างประเทศเนื่องจากต้นทุนการผลิตที่สูงและแรงงานที่มีจำกัด นอกจากนี้ จากภาวะเศรษฐกิจถดถอยยังส่งผลให้สภาพตลาดในประเทศหดตัวลง ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นหันมาเลือกบริโภคสินค้าสิ่งทอที่มีคุณภาพราคาถูกที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีนแทน สินค้าที่วางจำหน่ายมีมากเกินไปเกินกว่าความต้องการของตลาด (Oversupply) ส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูงในบรรดาผู้ผลิตและผู้ส่งออกยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์เชิงสร้างสรรค์ของญี่ปุ่นกระทรวงเศรษฐกิจการค้าและอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น (METI) ได้จัดตั้งคณะกรรมการศึกษาอุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่นในอนาคตเพื่อวางกรอบแนวคิด ทิศทางและยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรม โดยได้เผยแพร่รายงานดังกล่าวที่เรียกว่า Textile Vision โดยกำหนดวิสัยทัศน์ใน 4 ด้าน ดังนี้

2.1 มุ่งพัฒนาตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะเอเชีย (Expand International Market – Asia) เพื่อยุติการพึ่งพาความต้องการในประเทศและแสวงหาความต้องการจากต่างประเทศโดยเฉพาะตลาดเอเชียที่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าตลาดในยุโรปและอเมริกา โดยสนับสนุนการจัดตั้งฐานธุรกิจในต่างประเทศแบบถาวร สนับสนุนการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่จัด

ในเอเชีย สนับสนุนการส่งออกให้กับ SMEs และสร้างแบรนด์ผ่านการสื่อสารลงในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องแบบบูรณาการ

2.2 ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างธุรกิจ เพื่อขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ (Collaboration) ผ่านการรวมกลุ่มบริษัทและบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยสนับสนุนการปรับโครงสร้างและการควบรวมกิจการ และการรวมกลุ่มภายใต้กิจการขนาดใหญ่ การพัฒนาและขยายอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงกับวัสดุทางอุตสาหกรรม (Enhance & Expand Industrial Textile) โดยการพัฒนาเทคโนโลยีภายใต้การร่วมมือกันกับผู้บริโภค และผลักดันให้มาตรฐานและวิธีการทดสอบเส้นใยเฉพาะระดับสูง (Highly Functional Fibers) ของญี่ปุ่นเป็นมาตรฐานที่ยอมรับในระดับสากล

2.3 การผลักดันให้แฟชั่นเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สร้างจากวัฒนธรรม (Position Fashion Cultural Industry) โดยเปลี่ยนความต้องการของสังคมผ่านการสร้างคุณค่าด้านอารมณ์ความรู้สึก (Kansei Value Creation) ส่งเสริมการทำมาตรฐานของเส้นใยเฉพาะและการนำเส้นใยกลับมาใช้ใหม่ (Functional Fibers, Fiber Recycling) เตรียมระบบเพื่อรับรองการสืบข้อมูลกลับ (Traceability) ในกระบวนการผลิต ประชาสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อส่งเสริมความเข้าใจของผู้บริโภคต่อความปลอดภัย และการใช้งาน (Functionality) และทบทวนมาตรการเพื่อสนับสนุนการฝึกอบรมทรัพยากรบุคคลในธุรกิจแฟชั่นและสนับสนุนผู้มาใหม่ที่มีศักยภาพกลไกการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์เชิงสร้างสรรค์ในญี่ปุ่น

2.4 ระดับนโยบาย (Policy Level) ได้แก่ กระทรวงเศรษฐกิจการค้าและอุตสาหกรรม (Ministry of Economy, Trade and Industry, METI) ซึ่งเป็นสนับสนุนการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรม เช่น การมี Fashion Policy Office เพื่อสนับสนุนนโยบายต่างๆ ด้านแฟชั่น ทั้งการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสิ่งทอ การบริหารจัดการลูกค้า และการเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อประโยชน์ต่อการอุปโภคสินค้าในอุตสาหกรรม

2.5 ระดับความร่วมมือ (Networking Level) อาทิ สมาคมการค้า (Trade Associations) เกี่ยวกับสิ่งทอของญี่ปุ่น ได้แก่ Japan Textile Federation (JTF) เป็นต้น

2.6 ระดับปฏิบัติการหรือหน่วยงานเอกชน (Implementation Level) ได้แก่ Japan Fashion Week Organization ทำหน้าที่สร้างความเข้มแข็งให้กับภาพลักษณ์อุตสาหกรรม (Image Enhancement) โดยวางแผนการจัดงานแฟชั่นโชว์ Japan Fashion Week Tokyo การณรงศ์สร้างสถานที่ที่เป็นสัญลักษณ์ทางการค้า (Symbolic Place) สำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเป็นศูนย์กลางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มนักออกแบบ

โรงงานผู้ผลิต และผู้ค้า Japan Fashion Association เป็นองค์กรหลักในการสร้างวัฒนธรรม (Culture development) การมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อการออกแบบสินค้าแฟชั่นและการบ่มเพาะ วัฒนธรรมการบริโภคสินค้าในประเทศ พร้อมมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือระหว่างภูมิภาค และความพยายามในการเป็น Trendsetter ในอุตสาหกรรมแฟชั่น เป็นต้น

3. การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเมทในสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศเล็ก มีประชากรประมาณ 4.9 ล้านคน ที่ประกอบด้วยชนหลายเชื้อชาติ ได้แก่ ชาวจีน 77 % ชาวมุสลิม(มาเลย์) 14 % ชาวอินเดีย 7.6 % และอื่นๆ 1.4 % ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าสิ่งทอ (ผ้าฝ้ายและเครื่องนุ่งห่ม) เพื่อใช้ในประเทศ นอกจากนี้ ผู้นำเข้ามุ่งเน้นนโยบายขยายการค้าไปยังประเทศในตะวันออกกลาง เช่น ซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ อียิปต์ และสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ เนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีกำลังซื้อสูง และมีโครงการก่อสร้างที่พักอาศัยอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ผู้นำเข้าสามารถสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเพื่อส่งออกไปยังตลาดดังกล่าว

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศสิงคโปร์ ได้เปลี่ยนรูปแบบจากการผลิตสินค้าไปเป็นศูนย์แฟชั่นภูมิภาคและศูนย์กลางจัดหา/จัดซื้อและการพัฒนาสินค้า เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการผลิตและค่าจ้างแรงงานสูงมากในสิงคโปร์ ทำให้โรงงานผลิตย้ายฐานการผลิตไปอยู่นอกสิงคโปร์ เช่น อินโดนีเซีย อัฟริกาใต้ เขมร ลาว พม่า เป็นต้น

นอกจากสิงคโปร์จะนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของแบรนด์ต่างๆที่มีชื่อเสียงจากทั่วโลกแล้วยังเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าที่ไทยพึงจับตามอง เนื่องจากภาครัฐให้ความสำคัญและส่งเสริมให้สิงคโปร์เป็น Textile and Apparel Hub โดยมี Textile and Fashion Federation (Singapore) : TaFF เป็นแกนกลางในการส่งเสริมด้านต่างๆ อาทิ การออกแบบ การจัดตั้งแบรนด์ การตลาด การจัดหาวัสดุ การจัดทำเครือข่าย เป็นต้น และในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐ 3 แห่ง คือ Singapore Tourism Board (STB), International Enterprise (IE) Singapore และ SPRING Singapore มีแผนการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องให้สิงคโปร์เป็น Fashion Hub ซึ่งผู้ผลิตไทยสามารถใช้สิงคโปร์เป็นเวทีในการนำเสนอสินค้าสู่ตลาดนานาชาติได้

3.1 การสนับสนุนและผลักดันให้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางแห่งแฟชั่น

สืบเนื่องมาจากเมื่อปี 2544 ด้วยการประชาสัมพันธ์ของ Singapore Tourism Board (STB) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเชิญชวนให้ชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวสิงคโปร์เพิ่มขึ้น จึงได้จัดให้มีงานเกี่ยวกับแฟชั่นภายใต้ชื่องาน Singapore Fashion Festival พร้อมทั้งช่วยส่งเสริมงาน Singapore Fashion Week ที่จัดโดย Textile and Fashion Federation (TaFF) ด้วยวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมให้สิงคโปร์เป็นประเทศแห่งแฟชั่นและการช้อปปิ้ง รวมถึงมุ่งเน้นในการ

พัฒนาความสามารถของนักออกแบบท้องถิ่น และช่วยสร้างให้นักออกแบบมีพื้นฐานที่ดีและมั่นคงในการเข้าสู่ธุรกิจในตลาด โลกต่อไป

ต่อมาเมื่อปี 2551 STB และ Taff ได้ประกาศงดการจัดงานดังกล่าว เนื่องจากงานทั้งสองเป็นไปอย่างไร้ทิศทาง มีการขัดแย้งกันเอง ไม่ได้ได้รับความสนใจจากนักออกแบบในเอเชียและเป็นการแข่งขันกันเองภายในวงการอุตสาหกรรมแฟชั่นในประเทศเท่านั้น ไม่เกิดผลดีต่อการสร้างประเทศให้เป็นศูนย์กลางแห่งแฟชั่น ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้เกิดการรวมตัวกันขึ้นเป็น The Asian Fashion Exchange (AFX) ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยความร่วมมือกันระหว่างภาคอุตสาหกรรมท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐ 3 แห่ง ประกอบด้วย Singapore Tourism Board (STB), International Enterprise (IE) Singapore และ SPRING Singapore โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการขยายตลาดแฟชั่นเสื้อผ้าของสิงคโปร์ไปยังตลาดในภูมิภาคและระดับนานาชาติ รวมถึงให้มีการพัฒนาความสามารถของนักออกแบบสิงคโปร์ และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ให้เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเยือนสิงคโปร์ให้เพิ่มมากขึ้นด้วย การสนับสนุนดังกล่าวมีเงินกองทุนร่วมกัน เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของงานแก่ลูกค้าด้านแฟชั่นระดับนานาชาติ, นักออกแบบ และบุคคลชั้นนำต่างๆ ของวงการอุตสาหกรรมแฟชั่น ทั้งนี้ AFX ได้กำหนดการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น 4 งาน เป็นประจำทุกปีในสิงคโปร์ คือ

1. **Blueprint** ซึ่งจะมีการประสานงานร่วมกับนักออกแบบท้องถิ่นและในภูมิภาคมีอาเซียน คาดว่าจะมีผู้จัดแสดงสินค้าจำนวน 50 ราย และผู้ซื้อจากทั่วโลกมากกว่า 1,000 ราย โดยเฉพาะจากยุโรปและสหรัฐฯ โดยในงานจะจัดแสดงชุดใส่งานกลางคืน ชุดทำงาน ชุดร่วมสมัย ชุดสวมใส่สบายๆ และอัญมณีและเครื่องประดับระดับกลางถึงระดับสูง งานนี้จัดโดย Mercury Marketing and Communications และได้รับการสนับสนุนจาก Textile and Fashion Federation (TaFF) คาดว่าจะมีผู้เข้าชมประมาณ 3,000 คน (สำหรับในปี 2553 จัดระหว่างวันที่ 29 เมษายน- 1 พฤษภาคม 2553)

2. **Asia Fashion Summit** เป็นการนำมืออาชีพด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นในเอเชียมารวมกันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างเครือข่าย กำหนดการจัดการ และสร้างแนวโน้มให้ธุรกิจขยายตลาดในเอเชีย โดยผู้เข้าร่วมงานสามารถปรึกษาหารือและประชุมฝึกอบรมในหัวข้อเกี่ยวกับแฟชั่นต่างๆ ได้แก่ การสร้างแบรนด์ การคาดการณ์แนวโน้ม แฟชั่นที่สนับสนุนภาวะโลกร้อน และการค้าปลีก เป็นต้น งานนี้จัดโดย TaFF คาดว่า จะมีผู้เข้าร่วมประมาณ 200 คน (สำหรับในปี 2553 จัดระหว่างวันที่ 28-30 เมษายน 2553)

3. **Audi Fashion Festival** โดย Mercury Marketing and Communications ซึ่งจะจัดแสดงผลงานเด่นๆของนักออกแบบชั้นนำและแบรนด์ระดับนานาชาติ ผู้เข้าร่วมงานจะรวมถึงนางแบบชื่อดังและสมาชิกวงการแฟชั่นระดับสูง (สำหรับในปี 2553 จัดระหว่างวันที่ 28 เมษายน – 2 พฤษภาคม 2553)

4. **Fashion Design Competition** เป็นงานการแข่งขันการออกแบบ ซึ่งได้รับการผลักดันจาก TaFf และสนับสนุนจากภาคเอกชน เพื่อค้นหาผู้ออกแบบใหม่ที่มีความสามารถในเอเชีย และมุ่งเน้นที่จะค้นหาบุคคลที่มีพรสวรรค์ในภูมิภาคให้เข้ามาจัดตั้งสำนักงานในสิงคโปร์ ซึ่งผู้ชนะการประกวดจะได้รับรางวัลการฝึกงาน 1 ปี ในศูนย์แฟชั่นชั้นนำในเอเชีย และได้รับการแนะนำรวมถึงให้วัสดุในการออกแบบและผลิตชุดเสื้อผ้าแฟชั่นเพื่อจัดแสดงในงาน AFX ในปีต่อไป (สำหรับในปี 2553 จัดเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2553)

3.2 นโยบายสนับสนุนของภาครัฐสิงคโปร์ ในภาพรวม ดังนี้

International Enterprise Singapore (IE Singapore) เป็นหน่วยงานหลักให้การสนับสนุนในการนำคณะผู้แทนการค้าสิงคโปร์เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ โดยเป็นหัวหน้าและช่วยประสานงาน ซึ่งสมาคมการค้าต่างๆเป็นผู้รวบรวมบริษัท/คณะนักธุรกิจสิงคโปร์ผู้สนใจเข้าร่วมงานในต่างประเทศ โดยในแต่ละปี IE Singapore จัดสรรงบประมาณ 66 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ในการส่งเสริมการส่งออก (Export Promotion) เพื่อให้สิทธิประโยชน์แก่บริษัทประมาณ 5,000 ราย รวมทั้งสมาคมการค้าและหอการค้าต่างๆที่จะจัดงานแสดงสินค้านานาชาติด้วย

บทที่ 4

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางการผลิต

ปัจจัยที่ส่งให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตทั้งในด้านบวกและด้านลบ

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตทั้งในด้านบวกและด้านลบนี้ได้ประยุกต์ใช้กรอบการพิจารณาสภาพแวดล้อมภายนอกด้านต่างๆ เพื่อกำหนดประเด็นในการวิเคราะห์ จุดแข็งและโอกาส กับจุดอ่อนและอุปสรรคของแต่ละประเทศ การวิเคราะห์ประกอบด้วยปัจจัยหลักๆ 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) สภาพภูมิศาสตร์และทรัพยากร (2) โครงสร้างทางการเมืองการปกครองและสังคม (3) โครงสร้างทางเศรษฐกิจ (4) มาตรการของภาครัฐบาล และ (5) ความร่วมมือและการแข่งขันระหว่างประเทศ ดังนี้

1. **กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และพม่า** เมื่อเปรียบเทียบของทั้ง 3 ประเทศ ออกเป็น 5 ด้านตามปัจจัยข้างต้น ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

1.1 เปรียบเทียบจุดแข็งและโอกาส

1.1.1 **ด้านสภาพภูมิศาสตร์และทรัพยากร** ประเทศในกลุ่มนี้มีลักษณะทางสภาพภูมิศาสตร์และทรัพยากรที่คล้ายคลึงกัน คือ มีทรัพยากรจำนวนมากและมีราคาถูกที่สามารถนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต นอกจากนี้ประเทศเหล่านี้มีพรมแดนติดกับไทยและ สามารถเชื่อมโยงสู่ระดับภูมิภาค เช่น ราชอาณาจักรกัมพูชามีพรมแดนติดกับเวียดนาม ไทย และลาว ในขณะที่สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาวมีพรมแดนติดต่อกับเวียดนาม ไทย พม่า มณฑลยูนนานของประเทศจีน และกัมพูชา ส่วนสหภาพพม่า มีพรมแดนเชื่อมต่อกับจีน อินเดีย บังคลาเทศ ลาวและไทย ทำให้ประเทศไทยกับประเทศเหล่านี้สามารถพัฒนาเครือข่ายการ คมนาคมเชื่อมโยงระหว่างกันได้ซึ่งจะส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการไทยในอนาคต

1.1.2 ด้านโครงสร้างทางการเมือง การปกครองและสังคม

ประเทศในกลุ่มนี้ต่างมีวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ เครื่องครัดในศาสนา ส่วนใหญ่มีระบบการเมืองการปกครองที่ คล้ายคลึงกัน และมีเสถียรภาพ

1.1.3 **ด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ** ประเทศในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ส่งออกสินค้าเกษตร ค่าจ้างแรงงานต่ำ ปัจจุบันมีความต้องการ สินค้าทุนเพื่อการก่อสร้างและสินค้า

อุปโภคบริโภคจำนวนมาก เนื่องจากเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศนี้กำลังเติบโต นอกจากนี้ยังมี ปัจจัยส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามในด้าน คุณภาพแรงงานกลับพบว่าส่วนใหญ่เป็นแรงงานไร้ฝีมือ

1.1.4 มาตรการของภาครัฐบาล รัฐบาลของประเทศในกลุ่มนี้ได้ กำหนดมาตรการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ของต่างชาติ นโยบายไม่มีข้อกีดกันทางการค้าหรือโควตานำเข้า ยกเว้นสินค้าที่ผิดกฎหมาย ตลอดจนการส่งเสริมระบบคมนาคม เช่น โครงการสร้างระเบียงตะวันออก-ตะวันตกเพื่อเชื่อมต่อจาก ไทยทางจังหวัดมุกดาหารไปยังลาว เข้าสู่เวียดนาม เป็นต้น

1.1.5 ความร่วมมือและการแข่งขันระหว่างประเทศ ประเทศกลุ่มนี้มีการทำความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับต่างประเทศ เช่น การเข้า เป็นสมาชิกอาเซียน และการทำข้อตกลงการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ

1.2 เปรียบเทียบจุดอ่อนและอุปสรรค ของทั้ง 3 ประเทศ ออกเป็น 5 ด้าน ตามปัจจัยข้างต้น ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

1.2.1 ด้านสภาพภูมิ ศาสตร์และทรัพยากร ประเทศกลุ่มนี้ ยังขาดการบริหารจัดการทรัพยากรและระบบโครงสร้างพื้นฐาน และระบบ โลจิสติกส์ยังไม่ได้การพัฒนาเท่าที่ควร

1.2.2 ด้านโครงสร้างทางการเมือง การปกครองและสังคม แม้ว่าการเมืองการปกครองของประเทศในกลุ่มนี้จะมีการ เปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบประชาธิปไตย แต่พรรคการเมืองไม่มี บทบาทสำคัญในการเป็นตัวแทนของประชาชน นักลงทุนต่างชาติ ยังคงขาดความเชื่อมั่นในระบบการปกครอง ขั้นตอนทางราชการ มีจำนวนมากและล่าช้า นอกจากนี้ก็มักพущา ลาว และสหภาพพม่ายังมีแรงงานที่ไร้ฝีมือมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับเวียดนาม

1.2.3 ด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ประชากรกลุ่มนี้ ยังมีอำนาจซื้อต่ำ สถาบันการเงินมีจำนวนไม่เพียงพอ ขณะที่ระบบบัญชีเป็น ระบบเฉพาะของประเทศ มีระบบการเก็บภาษีที่ซับซ้อน และมีข้อ จำกัดในการดำเนินการทางธุรกรรม

1.2.4 มาตรการของภาครัฐบาล รัฐบาลในกลุ่มนี้มีนโยบาย กว้างๆ ไม่เอื้ออำนวยต่อการลงทุน กฎหมายยังขาดความชัดเจน รวมทั้งเปลี่ยนแปลงบ่อย มีระบบการเก็บภาษีที่ซับซ้อน นิยมใช้ มาตรการที่มีโทษกีดกันทางการค้า และยังให้สิทธิที่แตกต่างกัน มีกฎหมายคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาแต่การบังคับใช้ยังขาด ประสิทธิภาพ

1.2.5 ความร่วมมือและการแข่งขันระหว่างประเทศ ประเทศเหล่านี้ยังมีการปิดกั้นวัฒนธรรมจากต่างประเทศ ฟังพาเงินทุนจากต่าง ประเทศเป็นหลัก

ความสามารถในการแข่งขันของกัมพูชา ลาว และสหภาพพม่า ยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับเวียดนามที่ขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ความร่วมมือกับต่างประเทศในรูปแบบอื่นๆ (นอกจากการเข้าเป็นสมาชิก อาเซียน) ยังไม่ได้รับการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมเท่าที่ควร

2. สำหรับประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบเป็น 5 ด้านตามปัจจัยข้างต้น ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

2.1 เปรียบเทียบจุดแข็งและโอกาส

2.1.1 ด้านสภาพภูมิศาสตร์และทรัพยากร ประเทศกลุ่มนี้มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ประเทศไทยมีความได้เปรียบ ในด้านยุทธศาสตร์การคมนาคมอยู่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศไทยมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ซึ่งได้เปรียบการคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ จากแหล่งท่าเรือที่ตั้งในภูมิภาคอาเซียน รวมไปถึง ถึงแหล่งท่าเรือที่ตั้งในโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจใน อนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region: GMS) ซึ่งทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางในการ คมนาคมในภูมิภาคอาเซียน นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีศักยภาพ ที่จะเป็ศูนย์กลางทางการบินและคมนาคมทางบกที่จะเชื่อม ประเทศคาบสมุทรมอินโดจีนและเชื่อมโยงเอเชียเหนือโดยเฉพาะจีน กับเอเชียตะวันตกและอินเดียเข้าด้วยกัน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่การเกษตรและ ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และเมื่อ พิจารณาเรื่องปัจจัยแรงงานของประเทศไทยเปรียบเทียบกับ ประเทศในอาเซียน พบว่า ในปี พ.ศ. 2554 อัตราการว่างงานของ ประเทศไทยโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำประมาณร้อยละ 0.4 ของ ประชากรที่อยู่ในวัยแรงงาน ขณะที่ประสิทธิภาพของแรงงาน (labor productivity) ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ใน อาเซียน และมีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ ขณะเดียวกัน ราย ได้ประชากรต่อหัวของไทยที่ได้รับโดยเฉลี่ยก็อยู่ในระดับสูง

2.1.2 ด้านโครงสร้างทางการเมือง การปกครองและสังคม ประเทศไทย มีการปกครอง ระบอบประชาธิปไตย สังคมไม่แบ่งแยกเชื้อชาติและศาสนา

2.1.3 ด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ระบบเศรษฐกิจของประเทศ เป็นแบบตลาดเสรีภายใต้ความดูแลของรัฐบาล ตลาดใน ประเทศเติบโตสูง โครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทย เปลี่ยนแปลงจากภาคเกษตรกรรม มาเป็นภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการที่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 70 - 80 ส่วนภาคเกษตรมีสัดส่วนร้อยละ 20 - 30 ของผลิตภัณฑ์มวล รวมภายในประเทศ และกรณีขนาดตลาดของประเทศไทย พบว่า ประเทศไทยมี จำนวนประชากรสูงถึง 66.7 ล้านคน มากเป็นอันดับ 4 รองจาก ประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม เมื่อพิจารณา โครงสร้างอายุประชากร พบว่า มี ความคล้ายคลึงกันโดยประชากรส่วนใหญ่ในแต่ละประเทศอยู่ใน วัยหนุ่มสาว และวัยทำงาน (อายุระหว่าง 15-64 ปี) ประมาณร้อยละ 70 ของประชากรทั้งหมด

2.1.4 มาตรการของภาครัฐบาล รัฐบาลเน้นสร้างความเชื่อมั่น ของนักลงทุนในด้านเสถียรภาพของรัฐบาล ความต่อเนื่องของ นโยบาย และลดขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ ปัจจุบันอัตราภาษีเงินได้ นิติบุคคลของไทยอยู่ที่ ร้อยละ 30 ซึ่งถือว่าสูง กว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน แต่ก็จะมีการปรับลดลงเหลือร้อยละ 23 ในปี พ.ศ. 2555 และเหลือร้อยละ 20 ในปี พ.ศ. 2556 ตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่ง จะทำให้ระบบภาษีของไทยเอื้ออำนวยต่อการแข่งขัน นอกจากนี้ยังต้อง พัฒนาสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่อง เช่น รถยนต์และชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ เพื่อให้เติบโตต่อไปได้ตามการขยายตัวของสินค้าในตลาดโลก

2.1.5 ความร่วมมือและการแข่งขันระหว่างประเทศ ประเทศไทยมีความร่วมมือทางเศรษฐกิจทั้งในอาเซียนและนอกกลุ่มอาเซียน

2.2 เปรียบเทียบจุดอ่อนและอุปสรรค ของประเทศไทย ออกเป็น 5 ด้านตามปัจจัยข้างต้น ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

2.2.1 ด้านสภาพภูมิศาสตร์และทรัพยากร ประเทศไทยยังขาดการจัดการด้านทรัพยากรน้ำ ด้านพลังงานไฟฟ้ายังพึ่งพาต่างประเทศบางส่วน

2.2.2 ด้านโครงสร้างทางการเมือง การปกครองและสังคม ประเทศไทยนั้นการเมืองยังขาดเสถียรภาพ

2.2.3 ด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ประเทศไทยมีขนาดของเศรษฐกิจมีขนาดเล็ก ถ้าหากสภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัวจะมี ผลกระทบให้เศรษฐกิจภายในประเทศชะลอตัวตามไปด้วย

2.2.4 มาตรการของภาครัฐบาล รัฐบาลใช้ มาตรการที่มีใช้ภายใน การคุ้มครองภาคเกษตรกรรมภายในประเทศ สำหรับทางด้าน กฎหมายมี การคุ้มครองนักลงทุนเช่น กฎหมายคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญามีการกำหนด แต่มีปัญหาทางการบังคับใช้

2.2.5 ความร่วมมือและการแข่งขันระหว่างประเทศ ประเทศไทยกำลังเสียเปรียบในเรื่องต้นทุนแรงงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้นส่งผลให้ต้องแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ที่มีต้นทุนต่ำกว่าและ มีการจัดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นระบบมากกว่า

การวิเคราะห์ SWOT ในบทบาทด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ของไทยต่อประเทศในกลุ่ม CLM

จากข้อมูลทางสถิติการค้าการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มและข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากข่าวการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบการค้าของไทยในประเทศ CLM จะพบว่าประเทศไทยมีโอกาสและศักยภาพในด้านการค้าการลงทุนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ในประเทศ CLM อย่างมากมาย การวิเคราะห์ในเชิง SWOT จะได้ผล ดังนี้

1. ด้านจุดแข็ง (Strength)

1.1 อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย มีการผลิตครบวงจร ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ คือ การผลิตเส้นใย เส้นด้าย ผ้าผืน ฟอกย้อมและตกแต่งสำเร็จ และเครื่องนุ่งห่ม

1.2 ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม แรงงานมีฝีมือตัดเย็บที่มีความประณีต ผลิตสินค้าได้มีคุณภาพ ซึ่งได้การยอมรับให้ผลิตสินค้าจากลูกค้าแบรนด์เนมที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ

1.3 ผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ซึ่งได้รับความเชื่อมั่นในระบบการจัดการและการบริการ

1.4 ผ้าพื้นเมืองของไทยได้รับความนิยมในต่างประเทศ เช่น ผ้าไหม ผ้ามัดหมี่ เป็นต้น เนื่องจากมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และรูปแบบสวยงาม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

1.5 การยอมรับจากผู้ซื้อและความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพและการส่งมอบ ซึ่งในหมวดสินค้าที่ เน้นคุณภาพสามารถแข่งขันได้กับจีน ถึงแม้ไทยจะมีราคาสูงกว่าจีนอยู่ร้อยละ 10

1.6 ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อในต่างประเทศ โดยบางบริษัทสามารถให้บริการพิเศษ เช่น Vendor Inventory Management

1.7 ผ้าผืนและด้ายที่ทำจากฝ้ายมีคุณภาพที่ดี เนื่องจากใช้วัตถุดิบคุณภาพดีที่นำเข้ามาจาก สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีความดีกว่าฝ้ายของอินเดียและปากีสถาน

1.8 มาตรฐานด้านคุณภาพที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับอินเดีย เช่น มาตรฐานโรงงาน Knitting ในอินเดียยอมรับในผ้า Knitting 1 ตำนี ต่อ 1 กิโลกรัม เปรียบเทียบกับไทยจะยอมรับได้ที่ 1 ตำนี ต่อ 15-20 กิโลกรัม เป็นต้น

1.9 ไม่มีปัญหาที่ขัดต่อเงื่อนไขของผู้ซื้อในเรื่องมาตรฐานด้านแรงงาน และสิ่งแวดล้อม

1.10 เจ้าของกิจการซึ่งอยู่ในรุ่นที่ 2-3 มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการที่ดีและพร้อมรับ การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสภาวะการแข่งขันในตลาดโลก

1.11 แรงงานมีทักษะที่ดี สามารถใช้ทักษะในการตัดเย็บเสื้อผ้าในหมวดแฟชั่น หรือมีความซับซ้อนในการตัดเย็บได้เป็นอย่างดี

จากการให้สัมภาษณ์ของ นางสุทธินีย์ พุ่มภา ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ทำให้ทราบว่า ผลกระทบที่ไทยถูกยกเลิกสิทธิพิเศษทางการค้า GSP ทำให้ไทยเสียภาษีในอัตรา 12% หรือสูงขึ้นตามที่ยุโรปเรียกเก็บ เปรียบเทียบบางประเทศในอาเซียนที่ยังไม่ถูกตัดสิทธิ GSP ทำให้เกิดแรงแข่งขันที่สูงขึ้น แม้ไทยจะรู้ชะตากรรมของการจะถูกตัดสิทธิ GSP มาแล้ว 1 ปี ไทยยังคงเร่งการเจรจา FTA กับยุโรป และพยายามผลักดันให้เกิดการเจรจาระดับอาเซียน-สหภาพยุโรป เพื่ออำนาจการต่อรองต่อกลุ่มอาเซียนด้วยกันทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม ไทยมีจุดแข็งที่มีระบบการผลิตที่ครบวงจรตั้งแต่ระดับต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทำเลเป็นศูนย์กลางอาเซียน มีโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์พร้อม สมาคมผู้ประกอบการมีการรวมตัวกัน มีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการผลิต เช่น การสร้างสรรค์เส้นใยชนิดใหม่และการพัฒนาเทคนิคย้อมผ้า รวมถึงจุดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรม

2. ด้านจุดอ่อน (Weakness)

2.1 วัตถุดิบในการผลิตอุตสาหกรรมต้นน้ำ ยังคงพึ่งพิงการนำเข้าในอัตราที่สูง เนื่องจากไม่สามารถผลิตในประเทศได้ เช่น ฝ้าย และผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี ซึ่งไทยต้องนำเข้าจากประเทศคู่แข่ง เช่น จีน อินโดนีเซีย ส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันในด้านต้นทุนได้

2.2 ค่าจ้างแรงงานของไทยสูงกว่าคู่แข่งเช่น จีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่อาศัยแรงงานในกระบวนการผลิต มีต้นทุนในการผลิตสูงกว่าคู่แข่ง

2.3 ในการผลิตของไทย ยังคงใช้เครื่องจักรเก่า และใช้เทคโนโลยีที่ล้าสมัย ทำให้ประสิทธิภาพในการผลิตต่ำ

2.4 ขาดการวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยี ทำให้ต้องพึ่งพิงการนำเข้าเครื่องจักรและเทคโนโลยีจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก

2.5 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) เป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) ซึ่งไม่มีแบรนด์เนมของตนเอง และขาดทักษะในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์

2.6 การพัฒนาบุคลากรด้านการออกแบบยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ทำให้บุคลากรด้านการออกแบบยังไม่สามารถเข้ามาช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างเต็มที่

2.7 ขาดความเชื่อมโยงในการผลิตในอุตสาหกรรมต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทำให้ไม่สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมให้เกิดความต่อเนื่องในกระบวนการผลิต (Supply Chain)

2.8 โครงสร้างภาษียังสูงกว่าคู่แข่งชั้น ทั้งในด้านวัตถุดิบ สารเคมีและเครื่องจักร ซึ่งเป็นอุปสรรคในการแข่งขัน ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง

2.9 อุตสาหกรรมมีความน่าสนใจต่ำในมุมมองของแรงงาน เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมไฟฟ้าและ ยานยนต์ ทำให้ทุกระดับของแรงงานไม่เพียงพอ

2.10 ค่าจ้างแรงงานสูงกว่าประเทศคู่แข่งในอาเซียน เช่น เวียดนาม และในเอเชียใต้ เช่น อินเดียและปากีสถาน

2.11 กิจกรรมขนาดเล็กที่ไม่ได้ปรับตัวให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายการสั่งซื้อของผู้ซื้อที่มุ่งเน้นการสั่งซื้อปริมาณมากกับโรงงานผู้ผลิตขนาดใหญ่ จะได้รับผลกระทบสูง จนอาจถึงขั้นปิดกิจการ

2.12 ขาดการร่วมมืออย่างจริงจังระหว่างอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และอุตสาหกรรมสิ่งทอ อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากยังไม่เห็นผลประโยชน์ร่วมอย่างจริงจัง อีกทั้งอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไม่มีแผนการเพื่อปรับตัวเข้าสู่การผลิตที่เป็นผู้ Sourcing ฝ่าฝืนเอง ตามแนวโน้มใหม่ของผู้ซื้อ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในบทบาทรับจ้างตัดเย็บแบบ CMT (Cutting, Making, Trimming) อยู่

3. ด้านโอกาส (Opportunity)

3.1 มีการนำเข้าวัตถุดิบจากจีนเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากมีราคาถูก ทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลง

3.2 มีโอกาสในการเปิดตลาดสินค้าแบรนด์เนมของไทยในจีนมากขึ้น เนื่องจากจีนมีตลาดขนาดใหญ่

3.3 มีโอกาสในการเปิดตลาดสินค้าแบรนด์เนมของไทยในญี่ปุ่นและเกาหลีมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดและอาศัยแรงงานที่มีฝีมือในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ โดยมีราคาที่ถูกกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีเอง

3.4 การร่วมมือทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศในอาเซียน จะช่วยให้สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในภูมิภาค เช่น การย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า เช่น เวียดนาม หรือการทำข้อตกลงจัดซื้อวัตถุดิบในราคาถูกจากอินโดนีเซีย

3.5 การเข้าสู่ยุคโควตาเสรี ในปี 2005 เป็นต้นไป เพิ่มโอกาสการขยายตัวของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศกำลังพัฒนาในทวีปเอเชียรวมถึงประเทศไทย อันเนื่องมาจากการมี ต้นทุนค่าแรงที่ต่ำกว่า

3.6 การถูกจำกัดโควตาของจีนจากประเทศสหรัฐอเมริกาและกลุ่มสหภาพยุโรป และการลด ความเสี่ยงจากการ Sourcing จากประเทศจีนเพียงประเทศเดียว เพิ่มโอกาสให้กับไทย

3.7 การมีปัญหาด้านประวัติศาสตร์ระหว่างประเทศจีนกับประเทศญี่ปุ่น ทำให้ผู้ซื้อรายใหญ่ของประเทศญี่ปุ่นที่นำเข้าสินค้าเครื่องนุ่งห่มจากจีนมากกว่าร้อยละ 80 เริ่มพิจารณาเปลี่ยนนโยบาย การสั่งซื้อ และให้ความสนใจประเทศไทยมากขึ้น รวมถึงการจัดทำข้อตกลง FTA ระหว่างไทยกับญี่ปุ่นจะส่งผลบวกต่ออุตสาหกรรมฯ

3.8 การจัดทำข้อตกลง FTA ระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกา อันจะทำให้สินค้าจากประเทศไทยมีราคาต่ำลง มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น และที่เป็นสิ่งท้าทายสำคัญของผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมฯ คือ เงื่อนไข Yarn Forward ที่ผู้ผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่มต้องใช้วัสดุที่ผลิตในประเทศเท่านั้น ซึ่งโครงสร้างของอุตสาหกรรมมีปัจจัยสนับสนุน คือ มีอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำ แต่ยังขาดการเชื่อมโยงที่ดี จึงเป็นโอกาสสำหรับทุกฝ่ายที่จะมีเป้าหมายร่วมที่ชัดเจน และเริ่มกิจกรรมด้าน Supply Chain Management ที่เกิดผลจริงทางธุรกิจ

3.9 ประเทศไทยมีแนวโน้มจะได้รับสิทธิ์ GSP ในหมวดสิ่งทอและประมงจากกลุ่มสหภาพยุโรป ซึ่งคาดว่าจะมีผลในปี 2549

3.10 ไทยมีบทบาทเด่นในเวทีอาเซียน ทั้งระดับประเทศและในอุตสาหกรรมสิ่งทอ อีกทั้งการลดภาษีในปี 2550 เป็นต้นไป ระหว่างสมาชิกในอาเซียน ตามข้อตกลง AFTA จะทำให้ไทยมีโอกาสเป็นศูนย์กลางการผลิตผ้าฝ้ายสำหรับตลาดอาเซียน (Fabric Producing Hub of ASEAN)

3.11 แนวโน้มการเติบโตอย่างรวดเร็วของ Technical Textile ซึ่งประมาณการว่ามีการผลิตมากกว่าร้อยละ 50 ของกำลังการผลิตของสิ่งทอโดยรวมสำหรับประเทศที่พัฒนาแล้ว และโอกาสในการพัฒนา เพื่อทดแทนการนำเข้าในฐานะอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมเป้าหมายไทย เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์

3.12 ความสามารถในการให้บริการครบวงจร (One Stop Service) ซึ่งมุ่งเน้นในส่วนของการให้บริการที่มีมูลค่าสูงในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่น การออกแบบ การจัดหาวัตถุดิบ (Material Sourcing) การควบคุมคุณภาพ Logistics และการบริหารค่าปลีก

3.13 การทวีความสำคัญของผู้ค้าปลีกรายใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกาและกลุ่มสหภาพยุโรป ที่จะสามารถเลือก Source ได้อย่างเสรีทั่วโลก (Global basis)

จากการให้สัมภาษณ์ของ ดร.อรรชกา สีบุญเรือง อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เปิดเผยว่า อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยและมีบทบาทต่อการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน ถูกจัดอันดับอยู่ 1 ใน 5 ของอุตสาหกรรมแฟชั่นเอเชีย เนื่องจากมีความได้เปรียบในเรื่องของวัตถุดิบที่หลากหลาย ทักษะฝีมือแรงงานที่ประณีต และมีการออกแบบที่สร้างสรรค์ โดยจะเห็นได้ว่า ในช่วง 7 เดือนที่ผ่านมา (ม.ค.-ก.ค.) อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศได้ถึง 3.7 แสนล้านบาท (สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง และรองเท้า และอัญมณีและเครื่องประดับ) แต่หากเทียบกับผู้นำด้านแฟชั่นอย่างฮ่องกงที่สามารถ

ก้าวขึ้นเป็นผู้นำแฟชั่นแถวหน้าในภูมิภาคเอเชียที่มีตัวเลขการส่งออกสินค้าแฟชั่นสูงถึง 9.3 แสนล้านบาทนั้นจะเห็นได้ว่าสูงกว่าประเทศไทยเกือบสามเท่า โดยฮ่องกงเป็นเขตบริหารพิเศษแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นเมืองที่มีความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมแฟชั่นเป็นอย่างมาก ดังนั้น รัฐบาลจึงผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นอย่างต่อเนื่องและครบวงจร มีหน่วยงานที่ดูแลด้านแฟชั่นโดยเฉพาะ รวมทั้งมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย การออกแบบที่ได้รับการยอมรับระดับสากล อีกทั้งยังสามารถสร้างแบรนด์สินค้าเป็นของตนเองที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น จิออร์ดาโน่ (Giordano) ครอคโคไดล์ (Crocodile) จีทูเอชซี (G2000) และราเบียนโค (RABEANCO) เป็นต้น นอกจากนี้ อุตสาหกรรมแฟชั่นฮ่องกงยังเป็นตัวแปรสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ฮ่องกงซึ่งมีสูงถึงปีละ 50 ล้านคน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจุดหมายปลายทางที่ย่านการค้าแฟชั่นต่างๆ เช่น ย่านคอสเวย์เบย์ (Causeway Bay) ย่านแอดมิรัลตี ย่านมงก๊ก และย่านเซ็นทรัล ซึ่งเป็นย่านจำหน่ายสินค้าแฟชั่นระดับไฮเอนด์ เช่น หลุยส์ วิตตอง กุชชี แอร์เมส ดิออร์ และปราด้า ฯลฯ รวมทั้งเป็นที่ตั้งของห้างสรรพสินค้าระดับหรูหลายแห่ง เช่น ห้างไฮเซ็นเพลส ห้างโซโก แลนด์มาร์คค็อกเคอชานดราแลนด์มาร์คชาเตอร์จาร์ดิน เฮาส์เอ็กซ์เซนจ์สแควร์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีย่านโซโหสำหรับสินค้าสไตล์บูติกสินค้าแนวย้อนยุค และงานศิลปะ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าฮ่องกงมีย่านการค้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญซึ่งผลักดันให้ฮ่องกงเป็นเมืองแห่งแฟชั่นที่สำคัญ ทั้งนี้ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยสู่ “สวรรค์แห่งการช้อปปิ้ง” (FashionShopping Paradise) เทียบเท่าฮ่องกงได้นั้นจะต้องใช้กลยุทธ์เพื่อให้เกิดการพัฒนาในหลายด้าน อาทิ ภูมิใจให้ผู้ประกอบการต่างชาติสนใจมาซื้อสินค้าไทย ตลอดจนส่งเสริมให้แบรนด์ไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าแฟชั่นของไทยมากขึ้น โดยสร้างแหล่งช้อปปิ้งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยจำเป็นต้องกระจายแหล่งช้อปปิ้ง เช่น ชopping สตรีทชopping แอเรียและชoppingบิลดิ้ง ฯลฯ ให้มีความหลากหลาย ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมทั้งพัฒนาระบบลอจิสติก (Logistic) ที่เอื้อต่อการส่งออกสินค้าแฟชั่น นอกจากนี้ จะต้องมีการสร้างค่านิยมให้แก่ผู้บริโภคทั้งในประเทศและนักท่องเที่ยว ให้ทราบว่า นอกจากประเทศไทยจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติแล้ว ประเทศไทยยังมีย่านการค้าสินค้าแฟชั่นที่นักท่องเที่ยวทุกคนต้องมาเยือนและซื้อกลับไป อย่างไรก็ตาม หน่วยงานรัฐมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งและมีหน้าที่หลักในการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการในการนำเสนอสินค้าแฟชั่นไทยออกสู่สายตาต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ

4. ด้านภัยคุกคาม (Threat)

4.1 การแข่งขันภายในประเทศสูงขึ้น จากสินค้านำเข้าจากจีนและเวียดนาม ทำให้ผู้ประกอบการในประเทศต้องมีการปรับตัวและเร่งพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

4.2 การแข่งขันระหว่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากสินค้าจากจีน เข้ามามีบทบาทในตลาดโลกมากขึ้น ซึ่งจีนได้เปรียบในการแข่งขันด้านต้นทุนต่ำ

4.3 นักลงทุนจากญี่ปุ่นและเกาหลี ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีต้นทุนในการผลิตต่ำ เช่น จีนและเวียดนาม มากขึ้น ทำให้เงินลงทุนจากต่างประเทศของไทยลดต่ำลง

4.4 มีการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีสูงขึ้น เช่น มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย มาตรฐานสินค้า และการระบุแหล่งกำเนิดสินค้า (Rule of Origin) ซึ่งเป็นอุปสรรคในการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศต่างๆ

4.5 กำลังการผลิตของประเทศจีนที่เตรียมไว้สำหรับการเปิดเสรียกเลิกโควตาในปี 2005 เมื่อ ถูกมาตรการ Safeguard จากสหรัฐอเมริกา และการจำกัดโควตาไปกลุ่มสหภาพยุโรป ทำให้สินค้าจากจีนทะลักเข้าสู่ประเทศอาเซียน

4.6 มาตรฐานที่กำหนดโดยกลุ่มสหภาพยุโรป อาจเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกของไทย

4.7 การจัดทำ FTA หรือให้สิทธิพิเศษกับประเทศในกลุ่ม LCD หรือประเทศเพื่อนบ้านกับ สหรัฐอเมริกา หรือกลุ่มสหภาพยุโรป

จากการให้สัมภาษณ์ของ นายชาติชาย สิงหเดช ผู้อำนวยการบริหารสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย มองว่า หากเวียดนามลงนามความตกลงการค้า FTA กับยุโรปสำเร็จจะเสียอัตราภาษีเพียง 0% เท่านั้น เอกชนต้องเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควบคู่ไปกับแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 โดยกระทรวงอุตสาหกรรมที่กำหนดให้อุตสาหกรรมสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มไทยเป็น 1 ใน 8 อุตสาหกรรมนำร่องและแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมเอสเอ็มอี สาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มว่าจะสามารถนำอุตสาหกรรมนี้เผชิญกับการแข่งขันและการเปลี่ยนผ่านครั้งนี้ได้หรือไม่

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากการศึกษาข้อมูลต่างๆ พบว่า ทิศทางและแนวทางที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันและเติบโตในเวทีโลกได้อย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกสิ่งทอและการ์เมนต์รายใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน เช่น เวียดนามและอินโดนีเซีย คือการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจ ในกลุ่มประเทศ CLM และ จากการศึกษาในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ พบว่ามีแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและสูงกว่าการเติบโตโดยเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มอาเซียน มีคนในวัยทำงานจำนวนมาก มีค่าจ้างแรงงานเหมาะสมที่ยังรองรับราคาขายในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มได้ในระยะยาวแต่ยังขาดอุตสาหกรรมต้นน้ำ มีพรมแดนติดกับไทยจึงเหมาะมากที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปลงทุนหรือหาช่องทางทางธุรกิจและมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมจากประเทศไทยไม่มาก

ประเด็นสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสอย่างมากในการเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสู่กลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ คือ ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ของภูมิภาค ประกอบกับมีโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมกว่าประเทศเพื่อนบ้านเหมาะกับการเป็นศูนย์กลาง (Hub) ผู้ประกอบการมีความสามารถและประสบการณ์ทั้งในด้านการค้าและการจัดการ มีศักยภาพในการผลิตสินค้าต้นน้ำที่มีความหลากหลายและมีอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำที่สมบูรณ์ ซึ่งในภูมิภาคอาเซียนมีเพียง 2 ประเทศ ได้แก่ ไทยและอินโดนีเซีย

จากการศึกษาวิเคราะห์ ข้อมูลทุติยภูมิได้ข้อสรุปที่ตรงกันว่า จุดแข็งของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยได้แก่ ด้านคุณภาพและความประณีต ความน่าเชื่อถือในการส่งมอบ (Quality/Reliability) และศักยภาพในด้านการผลิต แต่ก็ยังมีประเด็นสำคัญที่อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนาในอีกหลายด้านได้แก่ การพัฒนาบุคลากร การวิจัยพัฒนาที่สอดคล้องเชื่อมโยงไปสู่เชิงพาณิชย์ ห่วงโซ่อุปทานที่ยังขาดการเชื่อมโยงสนับสนุนซึ่งกันและกัน การออกแบบ การพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้ การทบทวนแก้ไขกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์และส่งเสริมการแข่งขันในเวทีสากล และนอกจากที่ได้กล่าวไปข้างต้นยังต้องคำนึงถึงปัจจัยเอื้ออำนวย และปัจจัยที่เป็นอุปสรรค เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการเสนอแนะ

ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับบริบทการแข่งขันและศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเม้นท์ไทย ซึ่งสรุปปัจจัยดังกล่าวได้ ดังนี้

1. ปัจจัยเอื้ออำนวย

ทำเลที่ตั้งซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ของภูมิภาค ตลาดอาเซียนมีแนวโน้มขยายตัวดี การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปีค.ศ. 2015 มีอุตสาหกรรมต่อเนื่องขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับสิ่งทอเทคนิค (ยานยนต์ การแพทย์ เกษตร) ความหลากหลายในการผลิตสินค้าและประเภทสินค้าที่มีในทุกกลุ่มการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน นักออกแบบมีศักยภาพมีความคิดสร้างสรรค์ และมีจินตนาการสูง พื้นฐานความคิดสร้างสรรค์และรากวัฒนธรรมการมีโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมกว่าประเทศเพื่อนบ้าน

2. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

นโยบายการพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดระดับล่าง (Low-end Market) ผู้บริโภคยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับคุณภาพ ตราสินค้า (Brand) และลักษณะพิเศษของสินค้า การออกแบบยังขาดเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์ (Creative Content) และเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย แต่ยังไม่เชื่อมโยงไปต้นน้ำและกลางน้ำ ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักร ขาดการวิจัยและพัฒนาที่ต่อเนื่องและทิศทางที่ชัดเจน และการผลักดันการวิจัยพัฒนาไปสู่เชิงพาณิชย์ ห่วงโซ่อุปทานขาดความเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกัน รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการสิ่งทอไม่อาจผลิตสิ่งทอตามความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มได้ ขาดแคลนบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม ขาดผู้บริหารระดับกลางทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมาก ขาดการสร้างความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ให้แรงงานทักษะ ระบบการศึกษายังไม่สามารถสร้างแรงงานทักษะได้เพียงพอ ขาดกลไกส่งต่อองค์ความรู้ในอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน

มาตรฐานสิ่งทอยังไม่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และยังไม่มีฐานข้อมูลเชิงสถิติในลักษณะที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่ปรับเปลี่ยนไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์

วิสัยทัศน์และแนวทางเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย จากการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งทอต่างๆ และข้อจำกัดการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม จึงขอเสนอ ให้ “ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการออกแบบสิ่งทอและ

เครื่องนุ่งห่มอาเซียนที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความหลากหลายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” โดยการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าและการออกแบบอาเซียน หมายรวมความถึงการพัฒนาไทยเป็นศูนย์กลางการค้า (Trading) การจัดหา(Sourcing) การกระจายสินค้า (Distribution) และพัฒนาออกแบบสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพื่อเป็นศูนย์กลางการนำเสนอสินค้าและบริการที่ครบวงจร (One Stop Service) ซึ่งมุ่งเน้นประสิทธิภาพความหลากหลายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยไทยจะเป็นแกนหลักในการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาคอาเซียนในการพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของห่วงโซ่อุปทานโลก (Global Supply Chain)

ทั้งนี้แนวทางในการพัฒนาที่ภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมจะต้องปรับตัวร่วมกันผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรมไปสู่จุดยืนที่วางวิสัยทัศน์ไว้ โดยจะต้องเร่งสร้างความเชื่อมโยงและความร่วมมือสนับสนุนซึ่งกันและกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน มีดังนี้คือ

1.1 เสริมฐานต่อยอดกลุ่มอุตสาหกรรมดั้งเดิมด้วยการพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด อาทิ กลุ่มสิ่งทอเทคนิค (Technical Textile) และกลุ่มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยั่งยืน (Eco /Sustainable Textile and Clothing)

1.2 ใช้จุดแข็งจากกลุ่มสิ่งทอเชื่อมโยงการพัฒนาร่วมกับกลุ่มเครื่องนุ่งห่มและบริการอื่นในการสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน นำเสนอสินค้าและบริการที่ครบวงจรที่ตอบสนองหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า (Exceed Customer Expectation) ที่มีแนวโน้มในการแสวงหาการบริการแบบครบวงจรมากขึ้น

1.3 ขยับเคลื่อนไปสู่การพัฒนาในตลาดระดับบน (High-end Market) มากขึ้น แทนการผลิตหรือทำตลาดทั่วๆ ไป หลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา (Price Competition) และหันไปใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (Non-price Competition) มุ่งพัฒนาสร้างความแตกต่างในด้านอื่นๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง อาทิการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-added) ให้กับผลิตภัณฑ์จากการวิจัย การพัฒนา ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และการออกแบบบนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมากขึ้น

1.4 ในขณะเดียวกัน ก็ต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจสีเขียว (Sustainability - Green Business) ที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ควบคู่กับการพัฒนามาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

1.5 รวมถึงแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ผ่านการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจในเชิงรุกมากขึ้น • ตลอดจนสนับสนุนการขยายฐานการผลิตไปยังประเทศในภูมิภาคอาเซียนเพื่อรองรับกับโอกาสการลงทุนที่กำลังจะมาถึงจากการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.6 ลงทุนส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม อาทิ กลุ่มหัตถกรรมสิ่งทอเครื่องนุ่งห่ม-ของตกแต่งภายใน ขยายช่องทางและตลาดเพื่อกระตุ้นการเติบโตทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ

2. ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

ประเด็นสำคัญที่ประเทศไทยควรจะดำเนินการในเชิงกลยุทธ์เพื่อให้การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ในกลุ่มประเทศ CLM เป็นประตู (Gateway) และศูนย์การค้าการลงทุน (Hub) ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์รายใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน สู่กลุ่มประเทศ CLM คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ยุทธศาสตร์นี้ครอบคลุมทั้งการขยายตลาดภายใน (Domestic Market) และตลาดต่างประเทศ (Export Market) ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างศักยภาพด้านการสร้างแบรนด์ (Branding) และการออกแบบ (Design) โดยในส่วนของตลาดภายในจะมุ่งให้ความรู้กับบริโภคและสร้างวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการบริโภคสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ขณะที่ตลาดต่างประเทศจะมุ่งสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย พร้อมกับการวิจัยตลาดสินค้าใหม่เพื่อการเจาะตลาด โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.1 ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาเซียนอย่างเป็นรูปธรรม โดยพัฒนาศูนย์กลางการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาเซียน (ASEAN Textile & Clothing Trading Center) ที่ครบวงจร ในการเป็นตลาดการค้า (Market place) ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเจรจาธุรกิจ เป็นแหล่งจัดหา (Sourcing hub) ของผู้ซื้อ และเป็นแหล่งแสดงความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมฯ อาทิ งานแสดงสินค้าระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียน เพื่อขยายตลาดและสร้างการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ

2.2 กระตุ้นตลาดภายในประเทศโดยให้ความรู้กับผู้บริโภคและสร้างวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการบริโภคสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยอย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมแฟชั่นโชว์ในส่วนภูมิภาค โดยมุ่งไปที่จังหวัดซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าและท่องเที่ยวของแต่ละภูมิภาค เพื่อขยายฐานตลาดภายในประเทศให้กว้างขึ้น สร้างความภาคภูมิใจให้ผู้บริโภคไทยในการเลือกซื้อสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่สะท้อนความเป็นตัวตนและไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และยกระดับความเป็นเมืองแฟชั่นของไทย

2.3 มุ่งเน้นให้ภาครัฐเป็นตลาดรองรับสินค้าสิ่งทอเทคนิคของไทย เพื่อกระตุ้นการบริโภค สร้างการยอมรับ และเป็นตัวอย่างให้ผู้บริโภคทั่วไปหันมาใช้สิ่งทอเทคนิคไทย

2.4 ขยายช่องทางการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศผ่านการจัดงานแสดงสินค้าแบบคู่ขนานกับงานแสดงสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มระดับโลก เพื่อเปิดโอกาสให้นักออกแบบและผู้ประกอบการไทยได้มีพื้นที่ในการแสดงสินค้าในต่างประเทศ โดยใช้โอกาสช่วงการจัดงานระดับโลกเพื่อเข้าถึงผู้ซื้อ

2.5 ส่งเสริมให้มีการวิจัยตลาดสินค้าใหม่ เพื่อการเจาะตลาดและพัฒนาฐานข้อมูล เพื่อให้ภาครัฐวางนโยบายและแผนในการพัฒนาและเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าและเจาะตลาดได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2.6 ส่งเสริมการสร้างแบรนด์และการออกแบบ (Branding and Design) ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สู่การเป็น OBM เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างโอกาสในการขยายตลาด โดยมุ่งที่ตลาด ASEAN เพื่อรองรับการเป็นตลาดเดียวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ SMEs อย่างยั่งยืนทั้งนี้ ประกอบด้วยมาตรการหลักดังนี้ การจัดตั้ง ASEAN Textile & Clothing Trading Center การเสริมสร้างศักยภาพในการสร้างแบรนด์และการออกแบบ (Branding & Design Incubator) การขยายตลาดภายในและตลาดภูมิภาค (Fashion Road Show) การสร้างตลาดสิ่งทอเทคนิคภาครัฐ การขยายตลาดต่างประเทศ (Thailand Textile and Clothing Showcase) และ การวิจัยตลาดเป้าหมายสิ่งทอเทคนิคและ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยั่งยืน

3. ข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ภาครัฐช่วยเพื่อพัฒนาให้ไทยเป็น Hub หรือ ศูนย์กลางธุรกิจ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ ในระยะเร่งด่วน คือ

1. รัฐบาลต้องเร่งเจรจาจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กับประเทศต่างๆ ให้มากที่สุด เพื่อเจรจาให้ได้สิทธิพิเศษทางภาษีจากประเทศผู้นำเข้า และเพื่อให้ได้ใช้ประโยชน์จากกฎแหล่งกำเนิดของสินค้า (Rule of origin) ซึ่งประเทศผู้นำเข้าผู้ให้สิทธิทางภาษีส่วนมากจะตั้งกฎแหล่งกำเนิดสินค้าเป็น Yarn forward ซึ่งหมายถึงประเทศผู้ส่งออกที่จะได้รับสิทธิทางภาษีจากประเทศผู้นำเข้าจะต้องใช้วัตถุดิบภายในประเทศของตนเองหรือใช้วัตถุดิบของประเทศที่มีข้อตกลงทางการค้ากับประเทศผู้ให้สิทธินั้น ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตวัตถุดิบต้นน้ำเพื่อป้อนไปยังประเทศ CLM ดังนั้นไทยจะต้องใช้ FTA เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์เชิงรุก เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสร้างพันธมิตรทางการค้าแบบ Strategic Alliances ซึ่งภาครัฐและภาคเอกชน จะต้องเร่งปรับทิศทางและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ทันต่อการใช้สิทธิประโยชน์จาก FTA อย่างเต็มที่ ได้แก่ ปรับลดโครงสร้างภาษีให้สอดคล้องกับ FTAs จัดทำกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rules of Origin: ROOs) เป็นการใช้สิทธิลดอากรขาเข้าสำหรับสินค้าที่ผลิตในประเทศสมาชิกว่า ได้แหล่งกำเนิด เช่น การกำหนด Local Content 40% ของสินค้าในเขตการค้าเสรีอาเซียน ด้วยอัตราอากรขาเข้าเพียงร้อยละ 0-5 ของ FTAs ซึ่งมีรายละเอียดแตกต่างกันไป ดังนั้นไทยจึงต้องมีท่าทีในการเจรจาให้สินค้าไทยได้แหล่งกำเนิดเพื่อได้ใช้สิทธิลดอากรใน FTAs ด้วย และเจรจาลดหรือยกเลิกการกีดกันทางการค้าที่ไม่มีใช้ภาษี (NTBs)

2. รัฐบาลและสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือ บีโอไอ ต้องสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าและแบรนด์ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์เข้ามาตั้งถิ่นฐานเพื่อ Sourcing วัตถุดิบและสินค้าในไทยด้วยนโยบายด้านภาษี (BOI) และกำหนดกฎเกณฑ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการว่าการจ้างคนต่างชาติ

3. รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณสนับสนุนร้อยละ 0.5 ของมูลค่ารายได้จากการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่มีมูลค่าประมาณปีละ 240,000 ล้านบาท เพื่อจัดตั้งหน่วยงานกองทุนสำหรับการวิจัยและพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จ้างผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบแฟชั่นและเทคนิควิศวกรรมทางสิ่งทอ การอบรมพัฒนาบุคลากร และทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้า เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ โดยผ่านสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งเป็นองค์กรอิสระ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทย เป็นต้น

4. รัฐบาลไทยควรเจรจากับประเทศ CLM เพื่ออำนวยความสะดวกในกรณีที่นักลงทุนจากประเทศไทยไปลงทุนยังประเทศ CLM โดยอำนวยความสะดวกทางการลงทุน สิทธิพิเศษต่างๆ และปกป้องผลประโยชน์ของนักลงทุนชาวไทย

5. เสนอให้รัฐบาลจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมพิเศษที่บริเวณชายแดนและสร้างระบบอำนวยความสะดวกให้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านสามารถเข้ามาทำงานโดยสะดวก สามารถไปเข้ากลับเย็น และมีการจำกัดพื้นที่ให้แรงงานอยู่ในนิคม และนำนโยบายโครงสร้างอัตราค่าแรงขั้นต่ำเหมือนเช่นในอดีตที่มีอัตราค่าแรงหลายระดับมาใช้ในนิคมฯ โดยที่มีเป้าหมายที่จะทำให้นักลงทุนชาวไทยมาลงทุนแทนที่จะไปหันลงทุนยังประเทศเพื่อนบ้านซึ่งมีกฎระเบียบ เงื่อนไข และมีความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ทำให้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านไม่ไหลเข้ามาทำงานและพักอาศัยในประเทศไทยจำนวนมากเกินไปซึ่งจะส่งผลให้เป็นภาระทางสังคมของไทยอนาคต ซึ่งถ้าดำเนินการได้ตามที่กล่าวข้างต้นนี้จะส่งผลพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

บรรณานุกรม

วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย เอกสารวิจัย

เกรียงไกร เตชกานนท์ และ ภัททา เกิดเรือง . “รายงานการศึกษาผลกระทบของการเปิดเสรีการค้า และการปรับตัวในห่วงโซ่อุปทานในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทย”. กรุงเทพมหานคร, 2549.

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. “การจัดอันดับประเทศที่มีศักยภาพในการ แข่งขันของโลกประจำปี 2010/2011”. 14 เมษายน 2554.

นิพนธ์ ไทรงาม. “ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยในยุคการค้าเสรี”. ภาค นิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหบัณฑิต, เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร ศาสตร์, 2551.

พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ,สถาบัน. “รายงานโครงการพัฒนาข้อมูลอุตสาหกรรมสิ่งทอเทคนิค (Technical Textile)”. กรุงเทพมหานคร, 2552.

พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ,สถาบัน. “สถิติสิ่งทอไทย 2552/2553”. กรุงเทพมหานคร, 2553.

พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย เพื่อสนองตอบผู้ผลิตในประเทศและสมาชิก เขตการค้าเสรีอาเซียน (ระยะที่ 2),สถาบัน. “ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการพัฒนา ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ”. กรุงเทพมหานคร, 2553.

สุนา เวชโซ. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมของลูกค้าในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏ ธนบุรี, 2552.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. “รายงานการศึกษาโครงการ ศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.nesdb.go.th/national/competitiveness/data23_25and32_33.php, 29 มกราคม 2554.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. “กรอบแนวคิดของแผน พัฒนาฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://human.aru.ac.th/www/images/stories/Font_Goverment/4.pdf, 13 เมษายน 2554.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. “(ร่าง) ยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฉบับที่ 11(พ.ศ. 2555-2559)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>, 13 เมษายน 2554.

เจรจาการค้าระหว่างประเทศ,กรม. “อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ของจีน”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.thaifta.com/thaifta/Portals/0/File/ascn_yarncn.doc, 30 ธันวาคม 2553.

พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ,สถาบัน. “ถามหาไทยสไตลีนแพชั่นดีไซน์(2554)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.thaitextile.org/main/t_about_thti_t2b.php?content_id=14204&content_type=ne, 19 เมษายน 2554.

เศรษฐกิจระหว่างประเทศ,กรม. “สถานภาพความสามารถในการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศอาเซียน ปี 2553 จัดทำโดย World Economic Forum (WEF)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.mfa.go.th/business/2137.php?id=3973>, 14 เมษายน 2554.

เศรษฐกิจอุตสาหกรรม,สำนักงาน. “รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำระบบการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเครื่องหนัง ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และอัญมณีและเครื่องประดับ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.oie.go.th/project/cluster/project_cluster.asp, 8 กันยายน 2553.

เศรษฐกิจอุตสาหกรรม,สำนักงาน. “รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน(Competitive Benchmarking) สาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.oie.go.th/other.asp>, 8 กันยายน 2553.

เศรษฐกิจอุตสาหกรรม,สำนักงาน. “รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ (2550-2554)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.oie.go.th/other.asp>, 13 ตุลาคม 2553.

ส่งเสริมการส่งออก,กรม. “Fact Sheet_Garment (Feb 2011)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.depthai.go.th/TabID/264/Default.aspx?aOfficeID=236>, 10 เมษายน 2554.

ส่งเสริมการส่งออก,กรม. “Fact Sheet_Textile (Feb 2011)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
<http://www.depthai.go.th/TabID/264/Default.aspx? aOfficeID=236, 10>
เมษายน 2554.

ส่งเสริมอุตสาหกรรม,กรม. “ธุรกิจบริการผลิตเสื้อผ้าแบบสั่งตัด”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
[http://boc.dip.go.th/index.php?option=com_content&view=article
&id=332&Itemid=14](http://boc.dip.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=332&Itemid=14)

สิทธิประโยชน์ทางการค้า,สำนัก. “การใช้ประโยชน์จาก FTA ของผู้ประกอบการไทย: ใครได้...ใคร
เสีย?”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [http://www.thaitextile.org/th/beta/thti/
download/](http://www.thaitextile.org/th/beta/thti/download/), 29 มกราคม 2554.

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. “รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาทิศทางการพัฒนา
อุตสาหกรรมไทยไปสู่ระดับโลก”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [http:// www.oie.go.
th/other.asp](http://www.oie.go.th/other.asp), 17 มกราคม 2554.

ประวัติย่อผู้วิจัย

- ชื่อ นายวิบูลย์ ดวงสิทธิสมบัติ
- วันเดือนปีเกิด 26 มกราคม พ.ศ.2508
- ประวัติการศึกษา
- ปริญญาโท (ปี 2537) : สาขาบริหารธุรกิจ (MBA) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปริญญาตรี (ปี 2530) : Science , Management Indiana State University , USA
มัธยมปลาย (ปี 2529) : Bloomington High School North , Indiana , USA
- ประสบการณ์ทำงาน
- ปี 2556 ถึง ปัจจุบัน : ประธานกรรมการบริหาร กลุ่มบริษัทนันทยางเท็กซ์ไทล์ (CEO)
- ปี 2538 ถึง 2555 : กรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มบริษัทนันทยางเท็กซ์ไทล์ (President)
- ปี 2532 ถึง 2538 : กรรมการผู้จัดการ (MD) , ผู้อำนวยการฝ่ายขาย (Sales Director)
- ปี 2532 ถึง 2532 : Account Executive , Patterson & Partner Agency
- ปี 2531 ถึง 2531 : Spinning Apprentice , Lily Textile
- ตำแหน่งปัจจุบัน ประธานกรรมการบริหาร กลุ่มบริษัทนันทยางเท็กซ์ไทล์ (CEO)

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจ ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์

ผู้วิจัย นายวิบูลย์ ตวงสิทธิสมบัติ หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57

ตำแหน่ง ประธานกรรมการบริหาร กลุ่มบริษัทนันทยางเท็กซ์ไทล์

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญ ต่อระบบเศรษฐกิจของไทยทั้งในด้านส่งออกและการจ้างแรงงาน เมื่อพิจารณาในด้านการส่งออกพบว่าสามารถทำรายได้เข้าประเทศประมาณ 7,000-8,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในแต่ละปี ด้านการจ้างแรงงานมีการจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมกว่า 1 ล้านคนโดย 80% มาจากอุตสาหกรรมการ์เมนต์ โดยในช่วงตลอดหลายสิบที่ผ่านมา ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ผลิตและส่งออกการ์เมนต์รายสำคัญในภูมิภาคอาเซียนที่ผลิตและส่งออกการ์เมนต์ไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก อาทิเช่น อเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น และอาเซียน เป็นต้น เนื่องจากมีแรงงานที่มีฝีมือ ค่าจ้างแรงงานที่ไม่แพง มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภค รวมถึงรัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง

แต่ด้วยในปัจจุบันสถานะทางด้านเศรษฐกิจ ข้อตกลงทางการค้า และการลงทุนของโลก ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก อาทิเช่น การปรับขึ้นค่าแรงในประเทศไทย 300 บาท ตั้งแต่ในช่วงต้นปี 2556 รวมถึงแรงงานที่หายากขึ้น ปัจจัยทางการเจรจาข้อตกลงทางการค้าเสรีและการให้สิทธิพิเศษทางการค้าก็เป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากไม่น้อยไปกว่า เรื่องแรงงานเพราะทำให้เกิดความได้เปรียบทางด้านภาชีนำเข้าซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญของสินค้า นอกเหนือจากนั้นการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จะทำให้แนวทางการค้า การลงทุนในภูมิภาคอาเซียนเปลี่ยนแปลงไป ด้วยปัจจัยด้านต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้ผู้ผลิตต่างๆในอุตสาหกรรมต้องมีการปรับตัวอย่างมาก มีการปรับกลยุทธ์เพื่อรองรับ อาทิเช่น การย้ายฐานการผลิตไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมาร์ กัมพูชา ลาว และเวียดนาม ที่ยังมีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าไทยมาก และมีความได้เปรียบในเรื่องของสิทธิพิเศษทางภาชีนำเข้าที่ได้รับจากประเทศผู้นำเข้า เช่น ญี่ปุ่น อเมริกาและยุโรป เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถคงความสามารถในแข่งขันด้านต้นทุนและราคาไว้ได้

ทางผู้วิจัยมองว่า ทิศทางและแนวทางที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันและเติบโตในเวทีโลกได้อย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกสิ่งทอและการ์เมนต์รายใหญ่ใน

ภูมิภาคอาเซียน เช่น เวียดนามและอินโดนีเซีย คือการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ ในกลุ่มประเทศ CLM ได้แก่ ประเทศกัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ โดยทำอย่างไรไม่ให้ประเทศไทยเป็นเพียงประเทศผู้รับจ้างผลิต (OEM) ให้ลูกค้าแบรนด์ต่างๆทั่วโลก โดยได้รับแต่ค่าแรงเพียงอย่างเดียว ทำอย่างไรให้ลูกค้าแบรนด์ต่างๆ มาลงออเดอร์สั่งซื้อสินค้าจากประเทศไทยโดยที่ไทยสามารถไปผลิตที่ประเทศใดๆก็ได้ในกลุ่มประเทศ CLM ซึ่งการจะไปถึงจุดนั้นได้ มีเรื่องที่ต้องดำเนินการและเตรียมความพร้อมเป็นจำนวนมาก อาทิเช่น ควรมีการศึกษาแนวทางที่ประเทศอื่นๆที่ดำเนินการอยู่ เช่น ฮองกง สิงคโปร์ เพื่อเปรียบเทียบและนำมาปรับใช้ โดยต้องมีการเตรียมความพร้อมในหลายๆด้าน อาทิเช่น การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการผลิต (Supply Chain) ระหว่างต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ การสร้างทีมขาย การทำการตลาด และอื่นๆ ซึ่งภาครัฐจะมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากที่จะช่วยเหลือสนับสนุนพัฒนาภาคธุรกิจเอกชน ให้เป็นไปตามแนวทางที่ผู้วิจัยตั้งเป้าหมายไว้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาให้มีความเข้าใจกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ มากขึ้นในด้านเศรษฐกิจ การค้า และการอุตสาหกรรม
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตทั้งในด้านบวกและด้านลบ
3. กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจ ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ หลังการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย

1. เน้นการศึกษาวิจัยในขอบเขตที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการส่งเสริมพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตซึ่งครอบคลุมประเทศไทยและกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ เท่านั้น
2. ศึกษาโอกาส ปัญหา อุปสรรคและสรุปผลเสนอแนะยุทธศาสตร์ในการที่จะส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจ ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีขั้นตอนการศึกษา

1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์

2. ศึกษาข้อมูลสถิติทางการค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ของไทย ไปยังกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ โดยศึกษาแนวทางของประเทศอื่นๆที่ได้ดีในเรื่องนี้ อาทิเช่น สิงคโปร์ และฮ่องกง หรือประเทศอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบและใช้เป็นแนวทางในวางกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาของประเทศไทย

3. สํารวจข้อมูลอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ของไทยที่มีศักยภาพ รวมทั้งโอกาสข้อจำกัดและอุปสรรคในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ โดยการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ และ ผลงานศึกษาวิจัยที่มีผู้เคยศึกษาไว้

4. ศึกษาผลงานวิจัย เอกสาร บทความเกี่ยวกับการรวมกลุ่มทางการค้า การค้าระหว่างประเทศ และแนวทางในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ เพื่อให้ผลงานวิจัยฉบับนี้มีความชัดเจน และนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง

ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลต่างๆ พบว่า ทิศทางและแนวทางที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันและเติบโตในเวทีโลกได้อย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกสิ่งทอและการ์เมนท์รายใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน เช่น เวียดนามและอินโดนีเซีย คือการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจ ในกลุ่มประเทศ CLM และจากการศึกษากลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ พบว่ามีแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและสูงกว่าการเติบโตโดยเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มอาเซียน มีคนในวัยทำงานจำนวนมาก มีค่าจ้างแรงงานเหมาะสมที่ยังรองรับราคาขายในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มได้ในระยะยาวแต่ยังขาดอุตสาหกรรมต้นน้ำ มีพรมแดนติดกับไทยจึงเหมาะสมมากที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปลงทุนหรือหาช่องทางทางธุรกิจและมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมจากประเทศไทยไม่มาก

ประเด็นสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสอย่างมากในการเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสู่กลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ คือ ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ของภูมิภาค ประกอบกับมีโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมกว่าประเทศเพื่อนบ้านเหมาะกับการเป็นศูนย์กลาง (Hub) ผู้ประกอบการมีความสามารถและประสบการณ์ทั้งในด้านการค้าและการ

จัดการ มีศักยภาพในการผลิตสินค้าต้นน้ำที่มีความหลากหลายและมีอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำที่สมบูรณ์ ซึ่งในภูมิภาคอาเซียนมีเพียง 2 ประเทศ ได้แก่ ไทยและอินโดนีเซีย

จากการศึกษาวิเคราะห์ ข้อมูลทุติยภูมิได้ข้อสรุปที่ตรงกันว่า จุดแข็งของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยได้แก่ ด้านคุณภาพและความประณีต ความน่าเชื่อถือในการส่งมอบ (Quality/Reliability) และศักยภาพในด้านการผลิต แต่ก็ยังมีประเด็นสำคัญที่อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนาในอีกหลายด้านได้แก่ การพัฒนาบุคลากร การวิจัยพัฒนาที่สอดคล้องเชื่อมโยงไปสู่เชิงพาณิชย์ ห่วงโซ่อุปทานที่ยังขาดการเชื่อมโยงสนับสนุนซึ่งกันและกัน การออกแบบ การพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้ การทบทวนแก้ไขกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์และส่งเสริมการแข่งขันในเวทีสากล และนอกจากที่ได้กล่าวไปข้างต้นยังต้องคำนึงถึงปัจจัยเอื้ออำนวย และปัจจัยที่เป็นอุปสรรค เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการเสนอแนะ ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับบริบทการแข่งขันและศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ไทย ซึ่งสรุปปัจจัยดังกล่าวได้ ดังนี้

ปัจจัยเอื้ออำนวย 1) ท่าเลที่ตั้งซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ของภูมิภาค 2) ตลาดอาเซียนมีแนวโน้มขยายตัวดี 3) การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปีค.ศ. 2015 จะมีอุตสาหกรรมต่อเนื่องขนาดใหญ่ มีความหลากหลายในการผลิตสินค้าและประเภทสินค้าที่มีในทุกกลุ่มการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน 4) มีนักออกแบบที่มีศักยภาพมีความคิดสร้างสรรค์และมีจินตนาการสูง 5) ประชากรมีพื้นฐานความรู้สูงและมีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ทันสมัย

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค 1) นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ต่อเนื่อง 2) ผู้บริโภคยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับคุณภาพและตราสินค้า (Brand) 3) ลักษณะพิเศษของสินค้าการออกแบบยังขาดเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์ (Creative Content) 4) ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักรอย่างต่อเนื่อง 5) ขาดแคลนบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม ขาดผู้บริหารระดับกลางทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ 6) ค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมากและระบบการศึกษายังไม่สามารถสร้างแรงงานทักษะได้เพียงพอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ภาครัฐช่วยเพื่อพัฒนาให้ไทยเป็น Hub หรือศูนย์กลางธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาวและเมียนมาร์ ในระยะเร่งด่วนคือ

1. รัฐบาลต้องเร่งเจรจาจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กับประเทศต่างๆ ให้มากที่สุด เพื่อเจรจาให้ได้สิทธิพิเศษทางภาษีจากประเทศผู้นำเข้า และเพื่อให้ได้ใช้ประโยชน์จากกฎ

แหล่งกำเนิดของสินค้า (Rule of origin) ซึ่งประเทศผู้นำเข้าผู้ให้สิทธิทางภาษีส่วนมากจะตั้งกฎแหล่งกำเนิดสินค้าเป็น Yarn forward ซึ่งหมายถึงประเทศผู้ส่งออกที่จะได้รับสิทธิทางภาษีจากประเทศผู้นำเข้าจะต้องใช้วัตถุดิบภายในประเทศของตนเองหรือใช้วัตถุดิบของประเทศที่มีข้อตกลงทางการค้ากับประเทศผู้ให้สิทธินั้น ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตวัตถุดิบต้นน้ำเพื่อป้อนไปยังประเทศ CLM ดังนั้นไทยจะต้องใช้ FTA เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์เชิงรุก เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสร้างพันธมิตรทางการค้าแบบ Strategic Alliances ซึ่งภาครัฐและภาคเอกชน จะต้องเร่งปรับทิศทางและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ทันต่อการใช้สิทธิประโยชน์จาก FTA อย่างเต็มที่ ได้แก่ ปรับลดโครงสร้างภาษีให้สอดคล้องกับ FTAs จัดทำกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rules of Origin: ROOs) เป็นการใช้สิทธิลดอากรขาเข้าสำหรับสินค้าที่ผลิตในประเทศสมาชิกว่า ได้แหล่งกำเนิด เช่น การกำหนด Local Content 40% ของสินค้าในเขตการค้าเสรีอาเซียน ด้วยอัตราอากรขาเข้าเพียงร้อยละ 0-5 ของ FTAs ซึ่งมีรายละเอียดแตกต่างกันไป ดังนั้นไทยจึงต้องมีท่าทีในการเจรจาให้สินค้าไทยได้แหล่งกำเนิดเพื่อได้ใช้สิทธิลดอากรใน FTAs ด้วย และเจรจาลดหรือยกเลิกการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี (NTBs)

2. รัฐบาลและสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือ บีโอไอ ต้องสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าและแบรนด์ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์เข้ามาตั้งถิ่นฐานเพื่อ Sourcing วัตถุดิบและสินค้าในไทยด้วยนโยบายด้านภาษี (BOI) และกำหนดกฎเกณฑ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการว่าการจ้างคนต่างชาติ

3. รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณสนับสนุนร้อยละ 0.5 ของมูลค่ารายได้จากการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่มีมูลค่าประมาณปีละ 240,000 ล้านบาท เพื่อจัดตั้งหน่วยงานกองทุนสำหรับการวิจัยและพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จ้างผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบแฟชั่นและเทคนิควิศวกรรมทางสิ่งทอ การอบรมพัฒนาบุคลากร และทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้า เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนต์ โดยผ่านสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งเป็นองค์กรอิสระ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทย เป็นต้น

4. รัฐบาลไทยควรเจรจากับประเทศ CLM เพื่ออำนวยความสะดวกในกรณีที่นักลงทุนจากประเทศไทยไปลงทุนยังประเทศ CLM โดยอำนวยความสะดวกทางการลงทุน สิทธิพิเศษต่างๆ และปกป้องผลประโยชน์ของนักลงทุนชาวไทย

5. เสนอให้รัฐบาลจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมพิเศษที่บริเวณชายแดนและสร้างระบบอำนวยความสะดวกให้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านสามารถเข้ามาทำงานโดยสะดวก สามารถไปเข้ากลับเย็น และมีการจำกัดพื้นที่ให้แรงงานอยู่ในนิคม และนำนโยบายโครงสร้างอัตราค่าแรงขั้นต่ำเหมือนเช่นในอดีตที่มีอัตราค่าแรงหลายระดับมาใช้ในนิคมฯ โดยมีเป้าหมายที่จะทำให้นักลงทุนชาวไทย

มาลงทุนแทนที่จะไปหันลงทุนยังประเทศเพื่อนบ้านซึ่งมีกฎระเบียบ เงื่อนไข และมีความเสี่ยงต่างๆที่อาจเกิดขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ทำให้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านไม่ไหลเข้ามาทำงานและพักอาศัยในประเทศไทยจำนวนมากเกินไปซึ่งจะส่งผลให้เป็นภาระทางสังคมของไทยอนาคต ซึ่งถ้าดำเนินการได้ตามที่กล่าวข้างต้นนี้จะส่งผลพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอและการ์เมนท์ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้