

## คู่แข่งไทยในตลาดสิ่งทอ - เครื่องนุ่งห่ม

สุดดี วงศ์เกียรติขจร

นักวิจัย

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

[www.itd.or.th](http://www.itd.or.th)

ตีพิมพ์ : หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ Section : ธุรกิจ-ตลาด/ประชาคมอาเซียน

ปีที่ 12 ฉบับที่ 4362 วันศุกร์ที่ 16 มกราคม 2558

หน้า B16 (ซ้าย) คอลัมน์ “เซียนอาเซียน”

**อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม** ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันมาเป็นเวลานาน อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมา ไทยเริ่มเผชิญกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตเริ่มย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศใกล้เคียงในภูมิภาคอาเซียน อันส่งผลให้ประเทศเหล่านี้กลายเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย ทั้งนี้ ประเทศที่กำลังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นอย่างชัดเจน ได้แก่ **เวียดนาม และอินโดนีเซีย**

**“เวียดนาม”** เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมการผลิตมากขึ้น ด้วยตลาดแรงงานขนาดใหญ่ และมีต้นทุนค่าจ้างที่ไม่สูงมาก ทำให้นักลงทุนต่างชาติจำนวนมากเริ่มเข้าไปสร้างฐานการผลิตในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในเวียดนามในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เวียดนามส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในปี 2555 เท่ากับ 19,387 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี อยู่ที่ร้อยละ 17.63 ในช่วงระหว่างปี 2550 - 2555

สินค้าที่เวียดนามส่งออกเป็นหลัก ได้แก่ สินค้าประเภท HS6204 : สูท เครื่องแต่งตัวเป็นชุด แจ็กเก็ต เสื้อเบลเซอร์ เสื้อกระโปรงชุด กระโปรง และกางเกง (นอกจากชุดว่ายน้ำ) ของสตรีหรือเด็กหญิง HS6203 : สูท เครื่องแต่งตัวเป็นชุด แจ็กเก็ต เสื้อเบลเซอร์ กางเกง (นอกจากชุดว่ายน้ำ) ของบุรุษและเด็กชาย และ HS6110 : เจอร์ซี พูลโอเวอร์ เสื้อชนิดคาร์ดิแกน เสื้อกั๊กและเสื้อที่คล้ายกัน ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ตลาดส่งออกหลักของเวียดนามในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน และเยอรมนี

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของเวียดนาม ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลของประเทศเป็นอย่างดี โดยเมื่อเดือนพฤษภาคม 2557 รัฐบาลเวียดนามได้จัดทำ**แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ปี 2563 และวิสัยทัศน์สำหรับปี 2573** ขึ้น เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าในเวียดนามให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยรัฐบาลเวียดนามได้ตั้งเป้าหมายให้กับแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้า นอกจากนี้ แผน

ดังกล่าวยังกำหนดให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าที่ใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor-Intensive) ย้ายฐานการผลิตไปในพื้นที่ชนบท และให้อุตสาหกรรมแฟชั่นย้ายกิจการเข้ามาในเขตเมือง

ส่วน “อินโดนีเซีย” เป็นประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ภาคการส่งออกของอินโดนีเซียมีการขยายตัวต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยระหว่างปี 2550 - 2555 มูลค่าการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของอินโดนีเซียเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.36 ในปี 2555 อินโดนีเซียมีการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นมูลค่า 12,789 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

โดยสินค้าประเภท HS6204 : สูท เครื่องแต่งตัวเป็นชุด แจ็กเก็ต เสื้อเบลเซอร์ เสื้อกระโปรงชุดกระโปรง และกางเกง (นอกจากชุดว่ายน้ำ) ของสตรีหรือเด็กหญิง HS5509 : ด้าย (นอกจากด้ายเย็บ) ทำด้วยเส้นใยสังเคราะห์ที่ไม่ได้จัดทำขึ้นเพื่อการขายปลีก และ HS6110 : เจอร์ซี พูลโอเวอร์ เสื้อชนิดคาร์ดิแกน เสื้อกั๊กและเสื้อที่คล้ายกัน ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ เป็นสินค้าส่งออกสำคัญของอินโดนีเซียในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งถูกส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี ตุรกี และเกาหลีใต้ เป็นหลัก

อินโดนีเซียมีแผนสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญ คือ **แผนแม่บทการเร่งรัดและการเติบโตของพัฒนาการเศรษฐกิจอินโดนีเซีย ปี 2554 - 2568** ซึ่งแผนดังกล่าวได้กำหนดให้พื้นที่แถบชวาเป็นพื้นที่สำคัญของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าในอินโดนีเซีย รวมถึงกำหนดนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ เช่น การจัดสรรปริมาณไฟฟ้าให้เพียงพอต่อความต้องการ การยกระดับประสิทธิภาพในการทำงานของท่าเรือที่สำคัญต่าง ๆ และการส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในการผลิต ขณะเดียวกันอินโดนีเซียยังมีนโยบายส่งเสริมให้กิจการต่าง ๆ ลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เพื่อทดแทนเครื่องจักรและอุปกรณ์เก่าที่มีประสิทธิภาพต่ำและใช้พลังงานสูง โดยสามารถรับเงินคืนจากการลงทุนได้เป็นบางส่วน โดยหากเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ดังกล่าวผลิตในประเทศ กิจการนั้นสามารถรับเงินคืนได้มากถึงสูงสุดร้อยละ 25

ดังนั้น ถึงเวลาแล้วที่ประเทศไทยจะต้องกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าวในระยะยาว เพื่อเตรียมความพร้อมรับการแข่งขันที่มีแนวโน้มจะรุนแรงขึ้นในอนาคตภายหลังจากการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบหลังปี 2558