

Green Fashion



ดร.วิฑูรย์ ลิ้มโชคดี
ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

แล้ว วนการ “แฟชั่น” ก็อภครแเล “Green” เข่นกัน

ทุกวันนี้ “แฟชั่น” มีผลกระทบต่อผู้คนในวงกว้างจริงๆ เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการแต่งเนื้อแต่งตัว (ที่น่าจะต้องทำให้พวกเราดูดี) จึงหมายรวมตั้งแต่เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้าและอื่นๆ อีกมากมายบนตัวผู้แต่ง

รายได้ที่เกิดจากธุรกิจอุตสาหกรรมแฟชั่นจึงมีมูลค่ามหาศาล เพราะยังรวมถึงผู้คนและธุรกิจเกี่ยวเนื่องอีกมากมายที่เป็นผลพวงของแฟชั่น อาทิ เครื่องสำอาง รวมตลอดถึงผู้คนในวงการบันเทิง ดารา นักแสดง นายแบบ-นางแบบ นิตยสารแฟชั่น กล้องถ่ายรูป กล้องถ่ายวิดีโอ ดีไซน์เนอร์ และอื่นๆ อีก

อุตสาหกรรมแฟชั่นของไทย จึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจและสังคม คือ นอกจากทำรายได้ภายในประเทศแล้ว ยังสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยในปี 2550 ธุรกิจค้าส่งแฟชั่นของไทยมีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 900,000 ล้านบาทและในปี 2551 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น 8.6% นับเป็นมูลค่ากว่า 2,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากมูลค่าการส่งออกของสินค้าแฟชั่นดังกล่าว จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมแฟชั่นเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกหลักที่นำเงินเข้าประเทศอย่างมหาศาล

แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังเป็นลักษณะของ “ผู้รับจ้างผลิต” (OEM: Original Equipment Manufacturer) ที่กินเพียงค่าแรงอย่างเดียว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวไปสู่การเป็น “ผู้ออกแบบสินค้า” (ODM: Original Design Manufacturer) และพัฒนาไปสู่ “การมีตราหือสินค้าเป็นของตนเอง” (OBM: Original Brand Manufacturer) เพื่อก้าวสู่มืออาชีพในวงการแฟชั่นระดับโลกต่อไป

ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Development) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จึงเป็นหนทางแห่งความอยู่รอดและเติบโตขยายตัวต่อไปอย่างยั่งยืน

กรีนแฟชั่น (Green Fashion) จึงเกิดขึ้นโดยอิงแนวความคิดของ “ผลิตภัณฑ์สีเขียว” (Green Product) เป็นที่ตั้ง โดยสัดส่วนการเติบโตที่ที่น่าสนใจของ Green Fashion ในประเทศสหรัฐอเมริกา มียอดขายทั้งปีประมาณ 150-200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ยอดขายดังกล่าวทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยต้องพัฒนาศักยภาพให้มากขึ้น เพื่อ

จะได้ทำการแข่งขันในตลาดโลกได้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไปสู่การผลิตสินค้าแฟชั่นที่สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) ทั้งทางด้านรูปแบบ (Design) และวิธีการผลิต (Process) ซึ่งยึดแนวความคิด (Concept) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน เน้นการใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ประหยัดพลังงาน รวมทั้งลดปริมาณการปล่อยของเสียออกสู่สิ่งแวดล้อม โดยพุ่งเป้าไปที่การพัฒนาจาก OEM ไปสู่ระดับ ODM เพื่อมุ่งไปสู่ยุคสมัยของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy)

“Green Fashion” ในที่นี้ไม่ได้หมายถึง “แฟชั่นที่มีสีเขียว” แต่หมายถึง แฟชั่นที่มุ่งเน้นตั้งแต่การออกแบบกระบวนการผลิตที่ประหยัดพลังงานและรักษาสีสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบไปด้วยการเลือกใช้วัสดุคุณภาพหรือผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ (Organic textiles) ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม (Reduced-pollution products) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่ย่อยสลายง่าย (Well-decayed fabric) รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ถูกออกแบบมาให้สามารถนำกลับมาใช้เคล็ดใหม่ได้ คือ ครอบคลุมแนวความคิดเรื่อง “Green” ตั้งแต่เริ่มต้นออกแบบจนผลิตได้สินค้าแฟชั่นถึงมือผู้ซื้อ

แนวความคิดเรื่อง “Green Fashion” ในวันนี้ ร่วมกันเสนอโดยสมาคมชาวไบเบี ร่วมกับศูนย์การค้า Platinum Fashion Mall ศูนย์การค้าประตูน้ำเซ็นเตอร์ ศูนย์การค้าไบเบีทาวเวอร์ และศูนย์การค้ารามอินทราเซ็นเตอร์ อยู่ใน “โครงการ Green on Street” ที่ต้องการให้กระทรวงอุตสาหกรรมสนับสนุน

เมื่อพิจารณาจากบทความที่เขียนมาหลายตอนแล้ว คงพอที่จะสรุปได้ว่า **กระแสสีเขียว (Green) เป็นแนวความคิดที่ยึดเอา “สิ่งแวดล้อม” เป็นที่ตั้ง คือ การอนุรักษ์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** โดยการสงวนและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนจึงเป็นแนวความคิดที่ครอบคลุมกว้างขวางตั้งแต่การออกแบบ การเลือกใช้วัสดุคุณภาพ หรือวัสดุอุปกรณ์ กระบวนการผลิต ผลผลิต วิธีการกำจัด หรือการบริหารจัดการของเสีย การประหยัดพลังงาน เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตาม จะเขียวหรือไม่ จะเขียวมากน้อยเพียงใด ก็อยู่ที่พวกเราทุกคนที่จะต้องผูกโยงแนวความคิดเรื่อง “Green” เข้ากับ “ความยั่งยืน” (Sustainability) **ครับผม!**

