



ธุรกิจสิ่งทอของไทย กับการเปิด AEC

การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 เป็นทั้งโอกาสและความท้าทายในเวลาเดียวกัน ขณะที่ไทยอาจต้องเผชิญกับการแข่งขันมากขึ้นจากการเคลื่อนย้ายเสรีสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุนและแรงงาน อย่างไรก็ตาม **อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม**ก็จะได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของตลาดส่งออกสินค้าที่มีตลาดภายในใหญ่ขึ้นจาก 60 ล้านคน เป็น 600 ล้านคน อีกทั้งจะมีต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าชั้นกลางจากประเทศเพื่อนบ้านที่เป็นปัจจัยการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมฯ มีราคาต่ำลง

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในปี 2556 ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าธุรกิจประเภทนี้จะยังคงเผชิญความท้าทายในการประคองความสามารถในการแข่งขันและการก้าวผ่านแรงกดดันด้านต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น และยังคงคาดว่ามูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในปี 2556 น่าจะอยู่ระหว่าง -5.0% ถึง 0.0% โดยแรงขับเคลื่อนหลักยังมาจากอาเซียนและญี่ปุ่น เพราะฉะนั้น สิ่งที่คุณประกอบการทั้งหลายพึงกระทำ คือ การวางกลยุทธ์และการปรับตัวในระยะข้างหน้า ควรเทน้ำหนักไปที่สายการผลิตที่มีศักยภาพ

ในการแข่งขัน เร่งพัฒนาคุณภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ พร้อมกับพิจารณาแนวทางขยายสายการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่มีต้นทุนการผลิตต่ำเพื่อรับการแข่งขัน และปรับตัวรับกับการเปิดเสรีของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอีก 2 ปีข้างหน้า

อย่างไรก็ดี ประเด็นสำคัญของธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มปี 2556 ที่น่าสนใจมีดังนี้ คาดว่ามูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในปี 2556 น่าจะอยู่ที่ ระดับ 6,700-7,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรืออยู่ระหว่างอัตราการหดตัวร้อยละ 5.0 ถึงทรงตัวในระดับใกล้เคียงกับปี 2555 โดยตลาดที่ยังมีแนวโน้มหดตัวอย่างต่อเนื่องยังคงเป็นตลาดคู่ค้าหลักในสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา เพราะผู้บริโภคยังคงต้องรัดเข็มขัด ในขณะที่ราคาสินค้าของไทยอยู่ในระดับสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จึงทำให้ลูกค้าสั่งซื้อจากตลาดกลุ่มนี้อาจจะหดตัวไปอีกสักระยะ

สำหรับทิศทางการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในอีก 3-5 ปีข้างหน้า ทางสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารของสถาบันฯ และนำเสนอไปยังกระทรวง

อุตสาหกรรมแล้วโดยตั้งเป้าหมายในอีก 4 ปีข้างหน้า (ปี 2559) จะผลักดันการส่งออกให้ได้ถึง 10,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ มียุทธศาสตร์ที่สำคัญใน 3 กลุ่มสินค้า กลุ่มแรก คือ สิ่งทอและเทคนิคัลเท็กซ์ไทล์ที่มีคุณสมบัติพิเศษซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีโวลุ่มขนาดใหญ่ในตลาดและมีอัตราการขยายตัวที่ดีโดยจะสนับสนุนการเพิ่มการออกแบบดีไซน์และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น

ส่วนตลาดในเอเชียอย่างอาเซียนและญี่ปุ่นพบว่ายังคงเติบโตเป็นบวกและตลาดสองกลุ่มนี้น่าจะเป็นแรงขับเคลื่อนการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในระยะต่อไป โดยตลาดอาเซียนยังเติบโตอีกขณะที่ตลาดญี่ปุ่นได้รับอานิสงส์จากการที่ญี่ปุ่นลดการพึ่งพาการนำเข้าจากจีน จึงหันมานำเข้าสินค้าจากไทยเพิ่มมากขึ้นคาดว่ามูลค่าการส่งออกน่าจะกลับมาพลิกฟื้นในช่วงครึ่งหลังปี 2556 ได้

หากโลกีสประเทศคู่แข่งทางการค้า โดยเฉพาะจากประเทศในภูมิภาคเดียวกันอย่างกลุ่ม CLMV (กัมพูชา ลาว พม่าและเวียดนาม) ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำและยังคงได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าอยู่ ผู้ประกอบการไทยจะได้รับแรงกดดันทางด้านต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งราคาสาธารณูปโภคและพลังงาน ตลอดจนการขาดแคลนแรงงาน พิจารณแล้วผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มจะได้รับผลกระทบแตกต่างกันไป ส่วนใหญ่แล้วจะกระทบอย่างมากต่อ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็ก หรือ SMEs (มีจำนวนมากกว่าร้อยละ 85 ของผู้ประกอบการทั้งหมดในอุตสาหกรรม) ที่มีขีดความสามารถในการปรับตัวต่ำกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยกลุ่มที่คาดว่าจะสามารถอยู่รอดต่อไปได้ ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีทางออกไปตั้งโรงงานในต่างประเทศเพื่อลดต้นทุน การขยายช่องทางจำหน่ายในต่างประเทศ ขณะที่กลุ่มที่ต้องยอมรับว่าอยู่รอดได้ยากและจำเป็นต้องเร่งปรับตัวอย่างเร่งด่วน คือ กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ที่ยังรับจ้างผลิตสินค้าที่ต้องแข่งขันด้านราคา ไม่มีศักยภาพในการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศและมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการปิดกิจการและจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน

อย่างไรก็ดี การเข้าไปลงทุนในต่างประเทศสำหรับผู้ประกอบการ SMEs อาจไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะมีต้นทุนการดำเนินงานที่สูงและมีกฎระเบียบที่ยู่ยากซับซ้อน ดังนั้น การรวมกลุ่มกัน (Cluster) เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีสายป่านยาว หรือ



การสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการค้า ทั้งการเป็นพาร์ทเนอร์หรือการร่วมทุนกับนักธุรกิจที่เป็นคนท้องถิ่น น่าจะช่วยเพิ่มโอกาสในการหาตลาดรองรับได้ นอกจากนี้ โอกาสในการเจาะตลาดเพื่อนบ้านผ่านการค้าชายแดน ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้ประกอบการควรเร่งขยายการส่งออกให้เพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยความได้เปรียบด้านคุณภาพและระยะทางการขนส่งที่ใกล้

ปัญหาของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย อาจต้องแข่งขันกับคู่แข่งในอาเซียน เช่น อินโดนีเซียมีจุดเด่นเรื่องคุณภาพในการตัดเย็บเวียดนามและกัมพูชา ซึ่งมีแรงงานที่ถูก แต่สินค้าไทยยังคงมีความได้เปรียบในด้านคุณภาพฝีมือการตัดเย็บและและการดีไซน์ จึงควรเร่งพัฒนาและแก้ไขปัญหาคูเปอร์กริดในเบื้องต้น ดังนี้

1. สร้างบุคลากรที่มีความรู้ในด้านสิ่งทอ รวมถึงพัฒนาทักษะแรงงานที่มีฝีมือ ซึ่งขาดแคลนในปัจจุบัน
2. พัฒนาระบบซัพพลายเชน (Supply Chain) และสร้างห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเข้าสู่การแข่งขันได้อย่างแท้จริง
3. สนับสนุนการสร้างนวัตกรรม การวิจัย/พัฒนาและงบประมาณ โดยกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบและสนับสนุนอย่างจริงจัง
4. พัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการและการลดต้นทุนของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs
5. พัฒนาตัวสินค้าให้มีความหลากหลายตามมาตรฐานสากล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับต่างๆ โดยเปลี่ยนจากการรับจ้างการผลิต เป็นการออกแบบและสร้างแบรนด์ของตนเอง

ดังนั้น โอกาส หรือหนทางรอดของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย โดยเฉพาะกลุ่ม SMEs จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับตัวและเตรียมความพร้อมในทุกๆ ด้าน เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพของตนเองให้สามารถแข่งขันและเป็นที่ยอมรับในภูมิภาคอาเซียนและตลาดโลก

ที่มา <http://www.thai-aec.com/>

