

ครอบคลุมหมวด HS50-60 ในขณะที่สินค้าเครื่องนุ่งห่มจะครอบคลุมหมวด HS61-63 โดยข้อมูล การค้าใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูล UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade) ทั้งนี้ การใช้ข้อมูลตามระบบฮาร์โมไนซ์มีจุดประสงค์เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าประเภทเดียวกันของประเทศไทยและของประเทศอื่น เช่น จีน อินเดีย บังคลาเทศ เกาหลีใต้ เวียดนาม เป็นต้น¹³ และการเปลี่ยนแปลงของค่า RCA อาจบอกเรา ได้ว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลกเปลี่ยนแปลง อย่างไร ซึ่งเราอาจตั้งสมมุติฐานว่า ถ้าผู้ประกอบการไทยมีการปรับตัวและได้รับประโยชน์จากทยอย ยกเลิกโควตาในแต่ละช่วงอย่างเต็มที่ ค่า RCA ควรจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และถ้าค่า RCA เพิ่มขึ้น จริงในช่วงเวลาดังกล่าว ก็แสดงว่า ไทยมีความพร้อมที่จะแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ภายใต้ รูปแบบการค้าที่ไม่มีระบบโควตาอีกต่อไป

ผลการคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเครื่องนุ่งห่ม ทั้งหมดของไทยในช่วงเวลา 10 ปี ภายใต้กรอบข้อตกลง ATC พบว่ามีค่ามากกว่า 1 แต่มีแนวโน้ม ลดลงอย่างต่อเนื่องค่าดัชนีมีค่าลดลงจาก 1.79 ในปี 2538 เหลือ 1.24 ในปี 2547 (ดูตารางที่ 7) แสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มตลอด 10 ปีที่ ผ่านมา แต่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้มีแนวโน้มลดลง และเมื่อพิจารณาแยกกลุ่มผลิตภัณฑ์ สิ่งทอและผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม จะเห็นได้ว่า ทั้งสองกลุ่มมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการ ส่งออกเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าส่งออกทั้งหมดของไทย อย่างไรก็ตามก็ดี เป็นที่น่าสังเกตว่า ดัชนีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสิ่งทอมีค่าค่อนข้างคงที่ในระหว่างปี 2538 - 2547 ในขณะที่ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเครื่องนุ่งห่มมีค่าลดลง จาก 2.5 ในปี 2538 เหลือเพียง 1.7 1.5 และ 1.2 ในปี 2541 2544 และ 2547 ตามลำดับ (ดูรูปที่ 2)

การที่ค่า RCA ของเครื่องนุ่งห่มลดลงอย่างต่อเนื่อง (ยกเว้นปี 2547 ที่ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย) แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่มีความสามารถในการ แข่งขันมากขึ้น ทำให้สามารถส่งออกได้มากกว่าไทยโดยเปรียบเทียบ และอาจเกิดจากปัจจัยอื่น เช่นการที่ผลิตภัณฑ์ส่งออกของไทยมีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้สัดส่วนของการส่งออก เครื่องนุ่งห่มของไทยเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ส่งออกอื่นๆ มีค่าน้อยลง

13

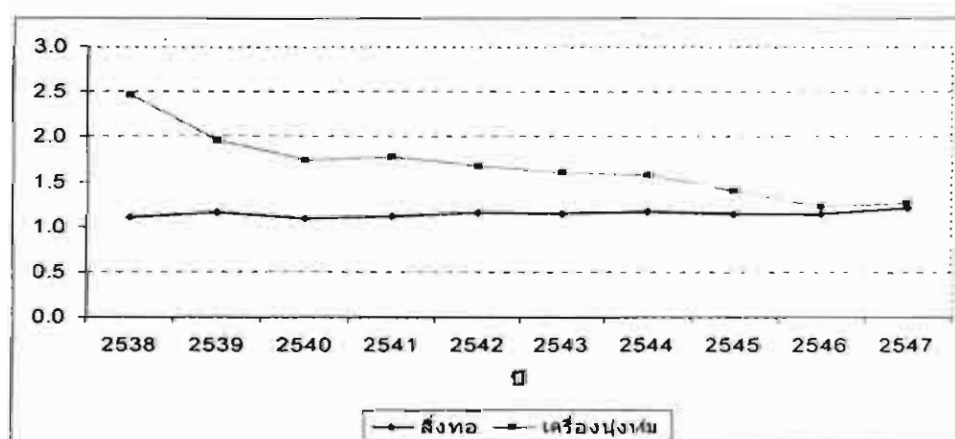
การคำนวณค่า RCA นั้นขึ้นอยู่กับความครบถ้วนของข้อมูล ในบางประเทศไม่สามารถหาข้อมูลได้ครบถ้วนก็ไม่สามารถนำมา เปรียบเทียบได้ ดังนั้นจะใช้ข้อมูลสถิติการค้ามาพิจารณาส่วนแบ่งตลาดแทน หรือ อาจใช้ข้อมูลจากงานวิจัยอื่นมาประกอบการวิเคราะห์ใน ส่วนนี้

ตารางที่ 7 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายสินค้า

ผลิตภัณฑ์		RCA									
รายการสินค้า	HS	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ไหม	50	0.765	1.053	0.923	0.989	1.178	1.110	1.052	0.944	0.771	0.808
สิ่งทอทำจากขนสัตว์	51	0.412	0.489	0.505	0.473	0.464	0.445	0.386	0.548	0.563	0.518
ฝ้าย	52	1.035	1.065	1.265	1.259	1.170	1.116	1.052	0.997	0.940	0.950
เส้นใย สิ่งทอทำจากพืช	53	0.598	0.445	0.237	0.171	0.184	0.120	0.169	0.171	0.153	0.211
เส้นใยยาวสังเคราะห์	54	1.058	1.130	1.122	1.052	1.152	1.196	1.229	1.152	1.153	1.230
เส้นใยสั้นสังเคราะห์	55	2.499	2.558	2.293	2.563	2.708	2.627	2.678	2.708	2.748	3.070
ผ้าบุเน็ม ผ้าสักหลาด เชือก แห	56	1.048	1.078	0.906	0.845	1.029	0.948	1.181	1.216	1.292	1.401
พรมและสิ่งทอสำหรับปูพื้น	57	0.362	0.469	0.388	0.396	0.491	0.614	0.600	0.575	0.646	0.818
ผ้าปักหรือทอพิเศษ ผ้าลูกไม้	58	0.973	1.086	0.932	1.102	1.142	1.165	1.321	1.137	1.201	1.041
ผ้าเคลือบ	59	0.557	0.664	0.566	0.560	0.610	0.639	0.747	0.735	0.741	0.669
ผ้าดัด	60	0.262	0.372	0.304	0.305	0.363	0.381	0.475	0.522	0.531	0.604
เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มประเภทถัก	61	2.605	2.334	2.045	2.295	2.109	2.003	1.933	1.723	1.469	1.467
เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มประเภททอ	62	2.585	1.828	1.589	1.498	1.423	1.400	1.375	1.226	1.119	1.180
สิ่งทออื่นๆ เสื้อผ้าที่ใช้นิ้ว	63	1.145	1.052	1.076	1.030	0.994	0.987	1.028	0.955	0.737	0.791
รวมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด		1.785	1.568	1.424	1.470	1.437	1.399	1.397	1.291	1.189	1.239

ที่มา: โดยผู้เขียน คำนวณจากฐานข้อมูล UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

รูปที่ 2 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากไทยไปยังตลาดโลก

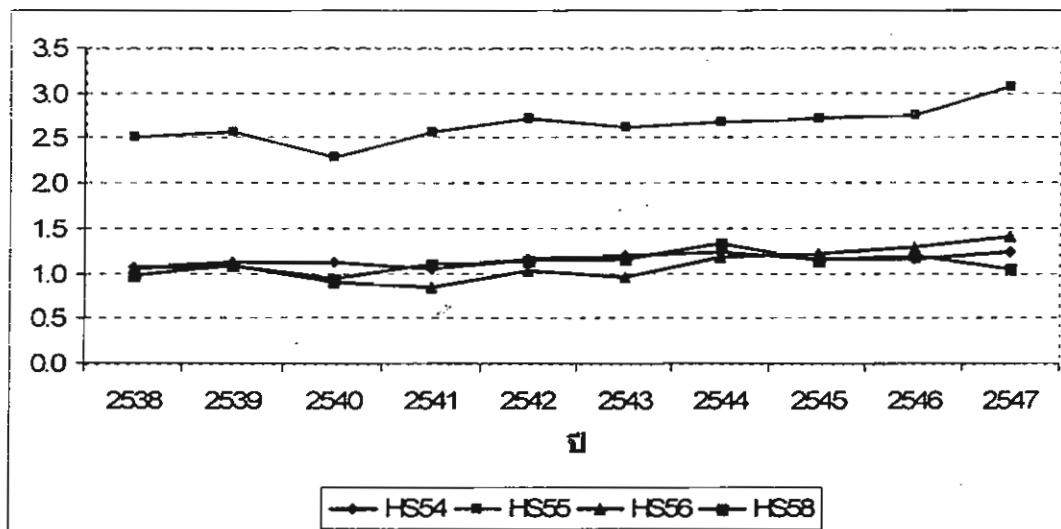


ที่มา: โดยผู้เขียน คำนวณจากฐานข้อมูล UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

แม้ว่าในปี 2547 ค่าดัชนี RCA ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้งหมดของไทยมีค่ามากกว่า 1 ($RCA = 1.24$) แสดงว่าประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในตลาดโลก แต่เมื่อพิจารณารายสินค้าตามระบบฮาร์โมนไนซ์ พบว่า มีเพียงสินค้าในรหัส HS54 (เส้นใยยาวสังเคราะห์) HS55 (เส้นใยสั้นสังเคราะห์) HS56 (ผ้าบุ้นนิ่ม ผ้าสักหลาด) HS58 (ผ้าปักหรือทอพิเศษ ผ้าลูกไม้) HS61 (เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มประเภทดัก) และ HS62 (เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มประเภททอ) ที่มีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 (ดูตารางที่ 7) โดยสินค้าในกลุ่มสิ่งทอมีเพียง HS54 HS55 HS56 ที่ค่า RCA เพิ่มขึ้นในปี 2544-2547 ในขณะที่ค่า RCA ของ HS58 ลดลงในช่วงดังกล่าว (ดูรูปที่ 3) นอกจากนี้ สินค้า HS52 (สินค้าที่ทำด้วยฝ้าย) ซึ่งเคยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี 2538 – 2543 กลับมีค่า RCA ลดลงจนเหลือน้อยกว่า 1 ในปี 2545-2547 (ดูตารางที่ 7) ส่วนในกลุ่มของเครื่องนุ่งห่ม ค่า RCA ของสินค้าทุกกลุ่มมีค่าลดลงในช่วงปี 2538 – 2547 โดยเฉพาะ HS63 ที่มีค่าน้อยกว่า 1 ในปี 2545 – 2547 (ดูรูปที่ 4)

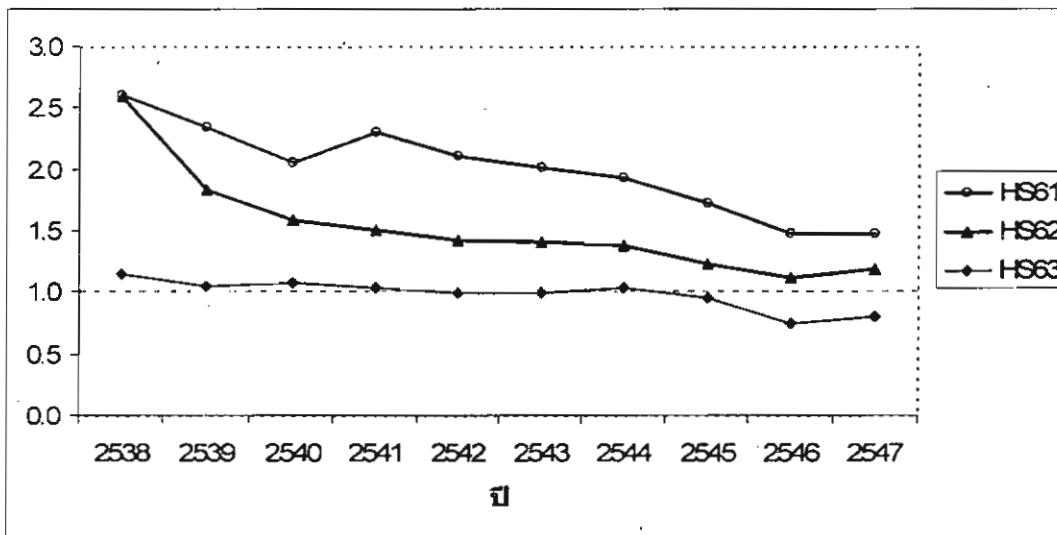
ผลการคำนวณดัชนี RCA ของสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยรายสินค้าในช่วงปี 2538-2547 แสดงให้เห็นว่า มีเพียงเส้นใยสังเคราะห์ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า การที่ค่าดัชนี RCA ของเส้นใยสังเคราะห์เพิ่มขึ้นแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของผู้ผลิตของไทย ในขณะที่กลุ่มเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าดัก (HS61) และเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าทอ (HS62) ยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอยู่แต่มีแนวโน้มลดลงในช่วงกระบวนการทยอยยกเลิกโควตา

รูปที่ 3 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสิ่งทอจากไทยไปยังตลาดโลก



ที่มา: สร้างจากข้อมูลในตารางที่ 7

รูปที่ 4 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเครื่องนุ่งห่มจากไทยไปยังตลาดโลก

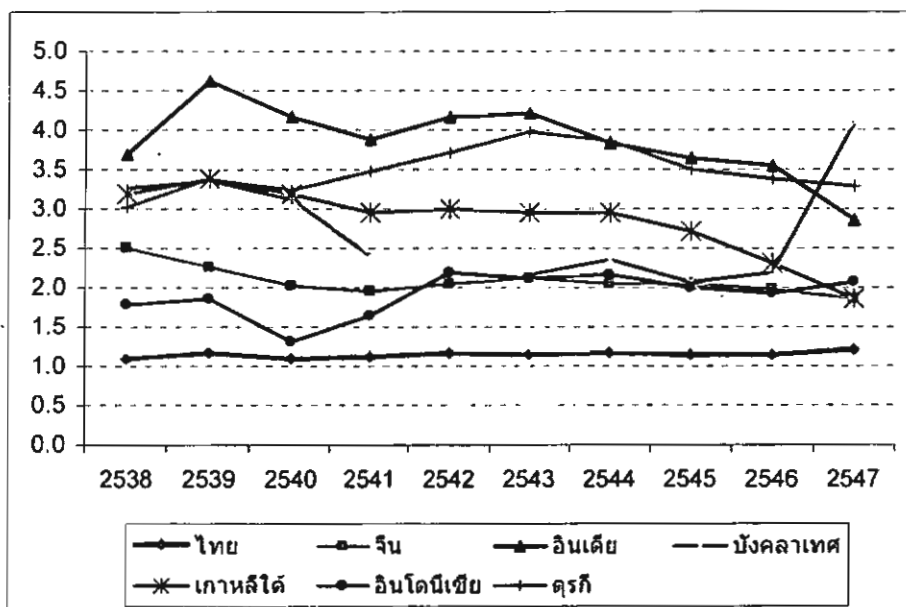


ที่มา: สร้างจากข้อมูลในตารางที่ 7

เมื่อเปรียบเทียบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงค่าดัชนี RCA ในหมวดสิ่งทอของประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน ในช่วงปี 2540 – 2547 พบว่าบังกลาเทศมีค่าดัชนี RCA สูงที่สุด ($RCA = 4.09$) รองลงมาคือตุรกี ($RCA = 3.29$) อันดับสามคืออินเดีย ($RCA = 2.84$) ในขณะที่ค่า RCA ของจีน อินโดนีเซีย และ เกาหลีใต้มีค่าใกล้เคียงกัน และค่าดัชนี RCA ของสิ่งทอไทยต่ำที่สุดในกลุ่มนี้ และมีค่าค่อนข้างคงที่คล้ายกับดัชนี RCA ของสิ่งทอของจีน ส่วนดัชนี RCA ของสิ่งทอจากอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2540 – 2542 แต่เริ่มลดลงในปี 2544-2546 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ดัชนี RCA ของสิ่งทอจากบังกลาเทศเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ส่วนดัชนี RCA ของสิ่งทอจากอินเดียกลับมีค่าลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2538 – 2547 (รูปที่ 5)

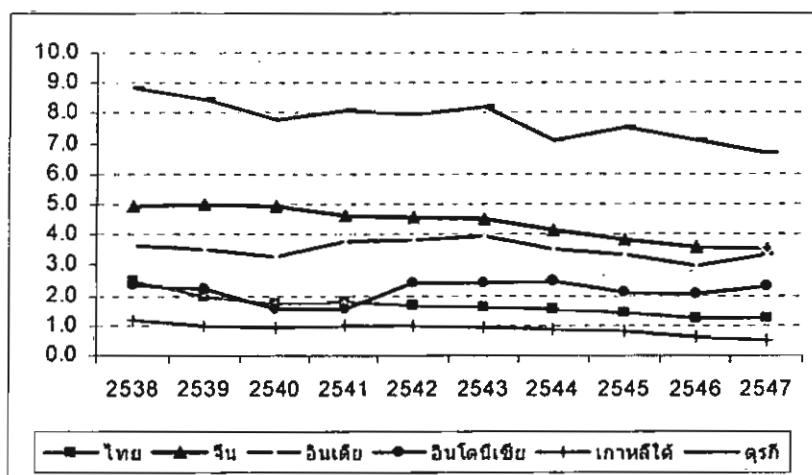
สำหรับดัชนี RCA ของเครื่องนุ่งห่มจากประเทศต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก และมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยในช่วงปี 2538 – 2547 โดยประเทศที่มีค่า RCA ของเครื่องนุ่งห่มที่น่าจับตามอง ได้แก่ ตุรกีซึ่งมีค่า RCA สูงกว่าประเทศอื่น แต่ก็มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเครื่องนุ่งห่มเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญสำหรับตุรกี และตุรกีมีข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้กับตลาดสำคัญคือสหภาพยุโรป เมื่อพิจารณากลุ่มประเทศแถบเอเชียจะพบว่าจีนและอินเดียมีค่า RCA สูงที่สุด (ประมาณ 3.3-3.5) อินโดนีเซียก็มีค่า RCA สูงกว่าไทยและมีแนวโน้มที่ดีขึ้นด้วย แสดงว่าอินโดนีเซียอาจจะมีศักยภาพในการผลิตเครื่องนุ่งห่มมากกว่าไทย อย่างไรก็ตาม เกาหลีใต้ที่เคยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงต้นของ ATC กลายมามีค่าต่ำกว่า 1 ในปี 2546 และ 2547 (รูปที่ 6) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เกาหลีใต้ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องนุ่งห่มอีกต่อไป

รูปที่ 5 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกสิ่งทอจากประเทศต่างๆไปยังตลาดโลก



ที่มา: โดยผู้เขียน คำนวณจากฐานข้อมูล UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

รูปที่ 6 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเครื่องนุ่งห่มจากประเทศต่างๆไปยังตลาดโลก



ที่มา: โดยผู้เขียน คำนวณจากฐานข้อมูล UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

อย่างไรก็ดี การใช้ดัชนี RCA ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันนั้นยังมีข้อจำกัดอย่างน้อยสี่ประการ ประการแรก ดัชนี RCA เป็นการคำนวณโดยใช้มูลค่าการส่งออกแต่เพียงอย่าง

เดียว ซึ่งการที่มูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นอาจเป็นเพราะมูลค่าของสินค้าเพิ่มขึ้นในขณะที่ปริมาณสินค้ามีเท่าเดิม **ประการที่สอง** การคำนวณข้างต้นเป็นการมองในภาพรวม และไม่สามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ไทยส่งออกได้เพิ่มขึ้นอาจไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่ตลาดต้องการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ดัชนี RCA ในที่นี้เป็นการคำนวณโดยใช้มูลค่าการส่งออกไปยังตลาดโลก จึงไม่สามารถบอกได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเปลี่ยนแปลงเนื่องจากการส่งออกไปยังตลาดภายใต้ข้อตกลง ATC หรือตลาดอื่นมีการเปลี่ยนแปลง **ประการที่สาม** การแบ่งประเภทตามรหัสฮาร์โมไนซ์ (2 digits) เป็นการแบ่งประเภทสินค้าที่ไม่สามารถสะท้อนการใช้โควตาของแต่ละประเทศ ทั้งนี้ การกำหนดโควตาตามข้อตกลง ATC แบ่งประเภทสินค้าเป็นประเภท (Category) จำที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนดเอง¹⁴ **ประการสุดท้าย** การเปรียบเทียบดัชนี RCA ในการส่งออกสินค้าประเภทเดียวกันของประเทศต่างๆ ไม่สามารถบอกได้ว่าใครมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าเพราะโครงสร้างการผลิตและส่งออกของแต่ละประเทศมีลักษณะไม่เหมือนกัน ดังนั้นการพิจารณาการปรับตัวของผู้ส่งออกและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยอาจจะต้องพิจารณาจากสถิติอื่นเพิ่มเติม เช่น การเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาดในตลาดที่สำคัญในช่วงข้อตกลง ATC และ ช่วงหลังจากการเปิดเสรีการค้าแล้วในปี 2548

ข้อมูลการส่งออกที่ได้กล่าวถึงแล้วก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่าตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยคือตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป¹⁵ ดังแสดงในตารางที่ 6 การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากไทยไปยังสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบระหว่างปี 2538 ซึ่งเป็นปีแรกของข้อตกลง ATC ที่มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 1,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ ในปี 2547 มีมูลค่าประมาณ 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งโครงสร้างการส่งออกของไทยที่ส่งไปสหรัฐอเมริกาส่งส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องนุ่งห่มและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่การส่งออกสิ่งทอค่อนข้างคงที่ การที่ผู้ประกอบการของไทยสามารถขยายการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาได้ตลอดข้อตกลง ATC มีเพียงในช่วงที่สามเท่านั้นคือในปี 2545 และ 2546 ที่ยอดการส่งออกลดลง แต่ก็กลับมาเพิ่มขึ้นในปี 2547 ซึ่งมูลค่าส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 11.48 (สถิติสิ่งทอไทย 2548) แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยสามารถปรับตัวได้ดีพอสมควรกับการทยอยยกเลิกโควตานำเข้าของสหรัฐอเมริกา (ดูรูปที่ 7)

มูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยเมื่อพิจารณาเฉพาะปีแรกและปีสุดท้ายของข้อตกลง ATC คือมีมูลค่าประมาณ 1,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โครงสร้างการส่งออกก็คล้ายกับการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาคือการส่งออกส่วนใหญ่เป็นเครื่องนุ่งห่ม เมื่อ

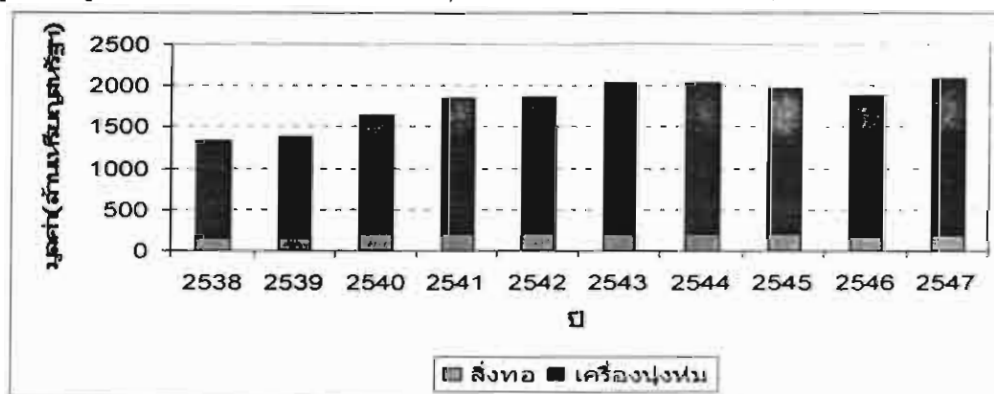
¹⁴ รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดสรรโควตาของไทยอยู่ในเอกสารวิจัย "การเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยต่อการเปิดตลาดเสรีสิ่งทอในปี 2548" โดย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และ จากข้อมูล Textile and Apparel Agreements ของ OTEXA สำหรับโควตาของสหรัฐอเมริกา และจาก Official Journal of the European Union สำหรับโควตาของสหภาพยุโรป

¹⁵ อันดับสามคือญี่ปุ่น แต่เนื่องจากญี่ปุ่นไม่ได้มีโควตานำเข้าเช่นตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ดังนั้นในส่วนนี้จะเน้นเฉพาะสองตลาดที่เคยมีโควตาเพื่อการค้าเปลี่ยนแปลง

พิจารณาในแต่ละช่วงเวลาของข้อตกลง ATC พบว่ามูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังสหภาพยุโรปซึ่งมีมูลค่าลดลงในช่วงปี 2541 – 2544 ซึ่งเป็นช่วงที่สองและปีแรกของช่วงที่สามของข้อตกลง ATC และค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นในปี 2546 และ 2547 โดยการส่งออกกลับมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10.73 และ 17.53 ตามลำดับ (สถิติสิ่งทอไทย 2548) (ดูรูปที่ 8) ดังนั้นเมื่อเทียบกับตลาดสหรัฐอเมริกาแล้ว ประเทศไทยจะเผชิญกับอุปสรรคจากการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอในสหภาพยุโรปมากกว่า แต่ในที่สุดแล้วก็สามารถขยายการส่งออกได้ในที่สุดท้าย

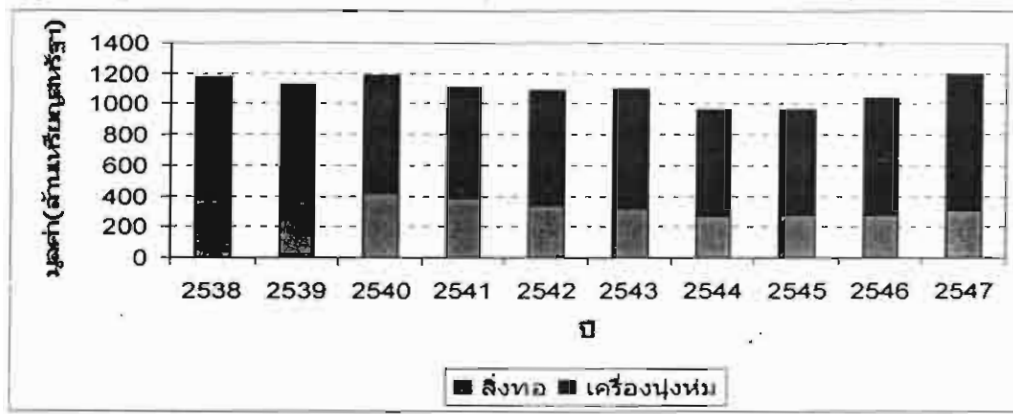
อย่างไรก็ดี การที่ไทยสามารถส่งออกไปยังตลาดทั้งสองนี้ได้เพิ่มขึ้น อาจเกิดจากสาเหตุอื่น เช่น การขยายตัวของตลาดนำเข้า หรือ การเปลี่ยนแปลงประเภทสินค้าที่ส่งออก ซึ่งมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปต่างก็มีการขยายตัว โดย มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสหรัฐอเมริกาในปี 2547 เพิ่มขึ้นจากมูลค่าในปี 2546 ร้อยละ 8.45 และร้อยละ 5.9 ตามลำดับ (Whalley, 2006: 15-22) ส่วนมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นจาก 66.7 ล้านยูโรในปี 2546 เป็น 69.9 ล้านยูโรในปี 2547 หรือเติบโตร้อยละ 4.8 (Whalley, 2006: 27) ดังนั้น เมื่อตลาดมีการขยายตัว ย่อมทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นด้วย แต่ในด้านหนึ่ง สังเกตได้ว่าการเติบโตของการส่งออกไปยังตลาดทั้งสองสูงกว่าการขยายตัวของตลาด ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการไทยสามารถปรับตัวเข้ากับกระบวนการเปิดเสรีได้ดีในระดับหนึ่ง

รูปที่ 7 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ปี 2538-2547



ที่มา: โดยผู้เขียน ใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูล UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

รูปที่ 8 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรป ปี 2538-2547



ที่มา: โดยผู้เขียน ใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูล UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)

เนื่องจากประเทศไทยไม่ได้เป็นประเทศเดียวที่ผลิตสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ดังนั้นเราจำเป็นต้องเปรียบเทียบกับประเทศอื่นด้วย เมื่อพิจารณาข้อมูลส่วนแบ่งตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยกับประเทศต่างๆ ที่ส่งออกไปยังในตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดสหภาพยุโรป (ข้อมูลจากองค์การการค้าโลก) พบว่า ส่วนแบ่งตลาดของไทยในทั้งสองตลาดลดลง โดยส่วนแบ่งตลาดของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในสหรัฐอเมริกาลดลงจากร้อยละ 2.2 และร้อยละ 3.2 ตามลำดับ ในปี 2542 เป็นร้อยละ 1.8 และร้อยละ 3.1 ตามลำดับ ในปี 2547 ในทำนองเดียวกัน ส่วนแบ่งตลาดของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในสหภาพยุโรปลดลงจากร้อยละ 0.6 และร้อยละ 1.3 ในปี 2542 เหลือเพียงร้อยละ 0.5 และร้อยละ 1.1 ตามลำดับ ในปี 2547 ในขณะที่จีน อินเดีย และปากีสถานมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจีนมีส่วนแบ่งตลาดสิ่งทอในสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นประมาณสองเท่าของส่วนแบ่งตลาดเดิม ข้อมูลแสดงส่วนแบ่งตลาดนำเข้าชี้ให้เห็นว่า การที่มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยเพิ่มขึ้นในช่วงการทยอยยกเลิกโควตา อาจมีประเทศอื่นที่สามารถปรับตัวได้ดีกว่า ดังนั้นโดยเปรียบเทียบแล้ว ความสามารถในการแข่งขันของไทยอาจจะน้อยลงก็เป็นได้ เมื่อพิจารณาข้อมูลส่วนแบ่งตลาดประกอบแล้วจะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับค่าดัชนี RCA ที่นำเสนอในส่วนก่อนหน้านี้

3.3. ผลของการยกเลิกโควตาต่อแบบแผนการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลก

หลังจากที่มีการยกเลิกระบบโควตาส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้งหมดมาเป็นเวลานานกว่าหนึ่งปี ทำให้มีข้อมูลการค้าที่ชัดเจนมากขึ้นและเพียงพอสำหรับศึกษาผลกระทบในระยะสั้นของการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอ จึงสามารถนำมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่พยายามทำนายผลกระทบเมื่อยกเลิกโควตาแล้วต่อประเทศต่างๆ ได้ ดังนั้น ในส่วนนี้จะรวบรวมทวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกในตลาดนำเข้าที่สำคัญ และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของ

สินค้าส่งออกจากไทย โดยอาศัยข้อมูลสถิติการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มปี 2548 (ค.ศ.2005) ซึ่งเป็นหนึ่งปีหลังจากข้อตกลง ATC ได้สิ้นสุดลง ส่วนผลวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลกที่มีผลกระทบต่อผู้ผลิตในประเทศไทยจะนำเสนอในส่วนที่ 4 ต่อไป

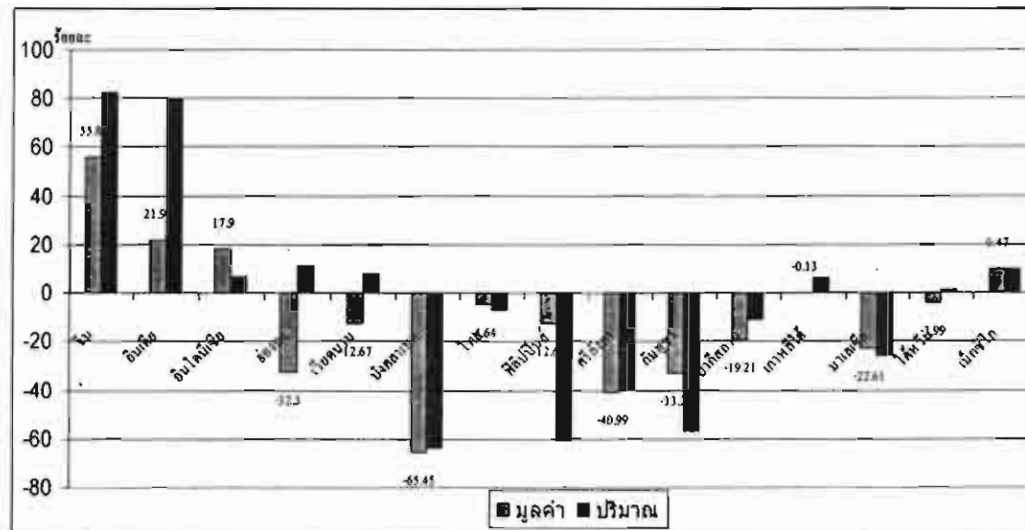
3.3.1 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกต่าง ๆ ในตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป

งานวิจัยที่รวบรวมสถิติการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ภายหลังจากสิ้นสุดข้อตกลง ATC ที่ค่อนข้างสมบูรณ์และครอบคลุมประเทศส่งออกหลายประเทศซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย คือ งานของ Whalley (2006) ซึ่งศึกษาสถานะของประเทศกำลังพัฒนาในยุคหลัง MFA และแสดงข้อมูลการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากประเทศต่างๆของสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปในปี 2548 เปรียบเทียบกับข้อมูลการนำเข้าในช่วงที่สามของ ATC แต่เนื่องจากในส่วนนี้ต้องการพิจารณาผลการเปลี่ยนแปลงหลังการยกเลิกโควตาจึงจะพิจารณาเทียบกับปี 2548 กับ 2547

สำหรับตลาดสิ่งทอของสหรัฐอเมริกา ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2548 กับ ปี 2547 ได้แก่ จีน อินเดีย อินโดนีเซีย และเม็กซิโก ในขณะที่ประเทศในเอเชีย เช่น เวียดนาม ไทย ฟิลิปปินส์มีมูลค่าการส่งออกลดลง (ดูรูปที่ 9) ส่วนในตลาดเครื่องนุ่งห่ม ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ได้แก่ จีน อินเดีย อินโดนีเซีย เวียดนาม บังกลาเทศ ไทย ฟิลิปปินส์ ศรีลังกา กัมพูชา และ ปากีสถาน ส่วนประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกลดลง ได้แก่ เม็กซิโก ฮองกง เกาหลีใต้ ไต้หวัน และ มาเลเซีย (ดูรูปที่ 10) ในขณะที่บังกลาเทศและกัมพูชาสามารถเพิ่มการส่งออกในตลาดสหรัฐอเมริกาได้ภายหลังจากการยกเลิกโควตาค่อนข้างมาก ซึ่งอาจเป็นเพราะฐานการส่งออกเดิมมีค่าไม่สูงนัก Tewari (2005) ให้เหตุผลเพิ่มเติมว่าอาจเป็นเพราะภาษีการค้า (Tariffs) และข้อตกลงพิเศษทางการค้า (Preferential Trade Agreements) ยังคงมีความสำคัญอยู่ ส่วนเม็กซิโกยังคงสามารถส่งออกสิ่งทอได้มากขึ้น เนื่องจากสหรัฐอเมริกายกเว้นภาษีการค้าให้กับประเทศเม็กซิโก ประเทศในแถบแคริบเบียน รวมถึงกลุ่มประเทศอื่นๆ ที่สหรัฐอเมริกามีข้อตกลงพิเศษทางการค้าด้วย (Abernathy et. al., 2005)¹⁶

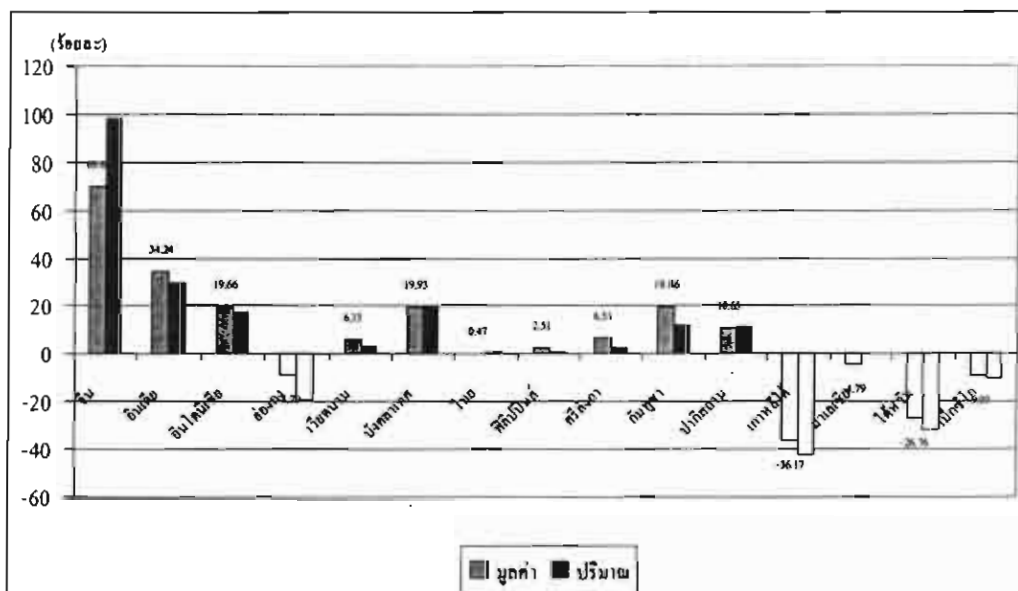
¹⁶ อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาในด้านมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรวมกัน Whalley (2006) พบว่าผู้ส่งออกในทวีปอื่นที่ไม่ใช่เอเชียไม่มีรายใดที่มีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นเลย แม้แต่เม็กซิโก และ ประเทศกลุ่ม CAFTA รวมถึงตุรกีด้วย แสดงให้เห็นว่าในช่วงปีแรกของการเปิดเสรีนั้น ปัจจัยด้านแรงงานและความพร้อมของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในภาพรวมเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจส่งออก ในขณะที่ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่ใกล้ตลาดกลับเป็นปัจจัยรอง

รูปที่ 9 อัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าและปริมาณการนำเข้าสิ่งทอของสหรัฐอเมริกาจากประเทศต่างๆ
ในช่วงปี 2547-2548



ที่มา: โดยผู้เขียน ข้อมูลจาก Whalley (2006), pp. 19-22

รูปที่ 10 อัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าและปริมาณการนำเข้าเครื่องนุ่งห่มของสหรัฐอเมริกาจาก
ประเทศต่างๆในช่วงปี 2547-2548



ที่มา: โดยผู้เขียน ข้อมูลจาก Whalley (2006), pp. 15-18

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่า กลุ่มประเทศในเอเชีย (ในภาพรวม) มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในตลาดสหรัฐอเมริกา (เพิ่มจากร้อยละ 53.76 ในปี 2547 เป็นร้อยละ 59.65 ในปี 2548) และสหภาพยุโรป (เพิ่มจากร้อยละ 53.8 ในปี 2547 เป็นร้อยละ 57.9 ในปี 2548) แต่เมื่อดู

ในรายละเอียดจะพบว่ามีเพียงจีนและอินเดียเท่านั้นที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ส่วนประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดลดลง รวมถึงประเทศไทยด้วยที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลงในทั้งสองตลาด ข้อมูลในส่วนนี้สอดคล้องกับการคาดการณ์ที่ว่าจีนและอินเดียจะได้ประโยชน์ จากการสูญเสียส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกอื่น อย่างไรก็ตาม Whalley พบว่ากลุ่มประเทศแถบเอเชียจะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้แก่จีนและอินเดียน้อยกว่าประเทศในทวีปอื่น อย่างไรก็ตาม ข้อมูลการค้าของจีนในช่วงนี้จึงมีความผันผวนพอสมควร ดังจะเห็นได้ว่ามูลค่าการส่งออกของจีนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทันทีที่ข้อตกลง ATC สิ้นสุดลง ทำให้สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปอาจนำมาตรการอื่นๆ ในการจำกัดการนำเข้ามาใช้กับสินค้าจากจีน เช่น กรณีที่สหรัฐอเมริกาใช้มาตรการปกป้อง (Safeguard measures) กับจีนเป็นต้น จึงแสดงให้เห็นว่านโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่างๆ ยังคงมีความสำคัญต่อการกำหนดรูปแบบในการผลิตและการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลก (Whalley, 2006)

ตารางที่ 8 มูลค่าการนำเข้าและส่วนแบ่งตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปจากประเทศต่างๆ (ปี 2545 – 2548)

	สหรัฐอเมริกา (ล้านเหรียญสหรัฐ)				สหภาพยุโรป (พันล้านยูโร)			
	2545	2546	2547	2548	2543	2546	2547	2548
มูลค่าการนำเข้า	63,761.5	67,879.7	72,053.4	76,147.9	69.5	66.7	69.9	74.2
ส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออก (ร้อยละ)								
ประเทศในเอเชีย	49.48	52.05	53.76	59.65	53.40	52.20	53.80	57.90
จีน	9.42	11.38	13.19	21.06	17.50	21.40	23.00	30.70
อินเดีย	3.19	3.15	3.28	4.15	7.10	6.80	6.80	7.50
บังกลาเทศ	2.96	2.73	2.75	3.12	4.20	4.90	5.60	5.00
ปากีสถาน	2.05	2.11	2.29	2.19	3.10	3.40	3.60	3.00
ฮ่องกง	6.26	5.54	5.41	4.66	5.10	3.30	3.00	2.20
อินโดนีเซีย	3.39	3.35	3.52	3.95	3.90	2.80	2.60	2.20
เกาหลีใต้	4.29	3.58	3.43	2.39	3.10	2.20	1.90	1.40
ไทย	2.95	2.71	2.68	2.54	2.20	1.90	1.90	1.60
ศรีลังกา	2.27	2.15	2.17	2.18	1.40	1.20	1.30	1.10
ไต้หวัน	3.22	3.00	2.75	2.03	2.00	1.30	1.10	0.80
เวียดนาม	1.41	3.52	3.58	3.60	1.30	0.90	1.10	1.10
กัมพูชา	1.64	1.83	1.99	2.25	0.40	0.60	0.70	0.60
มาเลเซีย	1.80	1.89	2.00	1.57	1.00	0.70	0.60	0.40
ฟิลิปปินส์	2.93	2.83	2.56	2.42	0.60	0.50	0.50	0.30
เนปาล	0.17	0.19	0.13	0.08	0.20	0.10	0.10	0.10
ประเทศนอกเอเชีย	38.33	36.62	35.88	31.98	25.10	31.60	30.80	28.70

ที่มา: โดยผู้เขียน อาศัยข้อมูลสหรัฐอเมริกาจาก US Department of Commerce, OTEXA Office ใน Whalley (2006) และ ข้อมูลสหภาพยุโรปจาก (Whalley, 2006: 27)

3.3.2 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากไทยในสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป

มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ในปี 2548 สามารถรวบรวมได้จากกระทรวงพาณิชย์ เมื่อนำมาเทียบย้อนหลังกลับไป 5 ปี คือ ในช่วงกลางของข้อตกลง ATC ซึ่งสินค้ากลุ่มใดที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตของการส่งออกอาจบ่งชี้ได้ว่าผู้ผลิตประเภทนั้นของไทยสามารถปรับตัวได้ จากข้อมูลในตารางที่ 9 และ ตารางที่ 10 จะเห็นได้ว่า ในภาพรวม การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 1 ในทั้งสองตลาด เป็นที่น่าสังเกตว่าการส่งออกส่วนใหญ่เป็นเครื่องนุ่งห่มซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเติบโตขึ้น แต่มูลค่าส่งออกสิ่งทอมีการเติบโตลดลงในทั้งสองตลาด

การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปสหรัฐอเมริกาภายหลังการยกเลิกโควตามีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย คือ มีอัตราเติบโตในปี 2548 เทียบกับปี 2547 เพียงร้อยละ 1.41 เท่านั้น โดยเครื่องนุ่งห่มทุกประเภทยกเว้นถุงมือผ้ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ในส่วนของสิ่งทอ (ผ้าผืนและด้าย) การส่งออกผ้าผืนและด้ายมีมูลค่าลดลงร้อยละ 2.05 ในปี 2548 แต่สามารถส่งออกด้ายและเส้นใยประดิษฐ์ได้เพิ่มขึ้น

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกของกลุ่มตัวอย่างสินค้าที่เคยถูกจำกัดปริมาณในช่วงที่สามของข้อตกลง ATC ประกอบด้วย ผ้าทอใยสังเคราะห์ (Category 611 = HS 54, 55) เสื้อผ้าบุรุษและสตรีที่ทำด้วยผ้า (Category 338/339) และ เสื้อผ้าบุรุษและสตรีที่ทำด้วยใยสังเคราะห์ (Category 638/639) โดยเปรียบเทียบประเภทสินค้า (Category) กับรหัสสินค้าตามระบบฮาร์โมนไนซ์ (HS Code) ในปี 2548 จะพบว่า ในกลุ่มผ้าทอใยสังเคราะห์ ผ้าทอที่ทำด้วยด้ายใยยาวสังเคราะห์มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ในขณะที่ผ้าทอที่ทำด้วยเส้นใยสั้นสังเคราะห์มีมูลค่าการส่งออกลดลง สำหรับเสื้อผ้าบุรุษและสตรี การส่งออกของเครื่องแต่งตัวเป็นชุดทำด้วยผ้า กางเกงทุกประเภท สวมทำด้วยใยสังเคราะห์ และเสื้อกระโปรงชุดทำด้วยใยสังเคราะห์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ในขณะที่แจ็กเก็ต เสื้อเบลเซอร์ และเครื่องแต่งตัวเป็นชุดทำด้วยใยสังเคราะห์มีมูลค่าลดลง ข้อมูลเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า ภายหลังจากที่ระบบโควตาสิ้นสุดลง ไทยมีแนวโน้มที่จะส่งออกสินค้าในกลุ่มที่ต้องใช้ฝีมือในการผลิต และสินค้ากลุ่มแฟชั่นได้มากขึ้น และในขณะเดียวกันก็อาจสูญเสียตลาดในกลุ่ม mass production เช่น แจ็กเก็ต ได้เช่นกัน

สำหรับการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากไทยไปยังสหภาพยุโรป ข้อมูลการค้าจากกระทรวงพาณิชย์ พบว่าไทยมีมูลค่าการส่งออกทั้งหมดเพิ่มขึ้นจากมูลค่าการส่งออกทั้งหมดในปี 2547 ร้อยละ 1.25 โดยกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ได้แก่ ชุดชั้นใน เคหะสิ่งทอ เส้นใยประดิษฐ์ ผ้าปักและผ้าลูกไม้ ตาข่ายจับปลา และผ้าแบบสำหรับตัดเสื้อและผ้าที่จัดทำแล้ว ในขณะที่สินค้าในกลุ่มถุงเท้า ถุงน่อง ถุงมือผ้า ผ้าผืน ผ้าคลุมไหล่และผ้าพันคอมีมูลค่าการส่งออกลดลง (ดูตารางที่ 10) เป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มสินค้าจำนวนหนึ่งที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นในสหภาพยุโรป

ในปี 2548 ได้แก่ เส้นใยประดิษฐ์ ตาข่ายจับปลา และผ้าแบบสำหรับตัดเสื้อและผ้าที่จัดทำแล้ว นอก
ไปจากนั้น จากข้อมูลการส่งออกของกลุ่มตัวอย่างสินค้าที่เคยถูกจำกัดปริมาณการนำเข้าในตลาด
สหภาพยุโรป พบว่า การส่งออกเส้นด้ายฝ้าย และทางเกงผ้าทอที่ทำด้วยด้ายฝ้ายมีมูลค่าการส่งออก
ลดลง ในขณะที่ผ้าทอที่ทำด้วยฝ้าย เสื้อผ้าบุรุษและสตรี และเสื้อกันหนาวมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น
ตารางที่ 9 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังสหรัฐอเมริกา (พ.ศ. 2543 - 2548)

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	สหรัฐอเมริกา (ล้านบาท)						อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)				
		2543	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548
301000000	สิ่งทอทั้งหมด	83,697.80	90,069.00	83,896.20	77,731.90	83,759.70	84,942.30	7.61	-6.85	-7.35	7.75	1.41
301010000	เครื่องนุ่งห่ม	71,458.50	76,731.60	70,710.20	66,605.50	70,789.60	72,297.30	7.38	-7.85	-5.80	6.28	2.13
301010100	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	67,713.60	72,082.40	65,740.80	62,698.90	65,671.30	67,069.10	6.45	-8.80	-4.63	4.74	2.13
301010200	เครื่องนุ่งห่ม วัสดุธรรมชาติและส่วนประกอบ	3,076.40	4,096.00	4,382.40	3,413.00	4,631.60	4,736.60	33.14	6.99	-22.12	35.70	2.27
301010300	ถุงเท้า ถุงน่อง	404.4	306	417.9	313.6	344.2	394.9	-24.33	36.57	-24.48	9.06	14.73
301010400	ถุงมือผ้า	264.1	247.1	169.1	178.1	142.5	96.7	-6.44	-31.37	5.32	-19.99	-32.14
301020000	ผ้าผืนและผ้า	7,294.30	6,796.50	6,531.10	4,858.40	4,881.60	4,781.40	-6.82	-3.90	-25.61	0.48	-2.03
301020100	ผ้าผืน	5,477.80	4,936.30	4,717.70	3,298.80	3,074.80	2,807.50	-9.89	-4.43	-30.08	-6.79	-8.69
301020200	ผ้าผืนเส้นใยประดิษฐ์	1,816.50	1,860.20	1,813.40	1,559.70	1,806.80	1,973.90	2.41	-2.52	-13.99	15.84	9.25
301030000	กระดาษกรอง	2,592.00	3,314.50	3,347.40	3,564.50	4,273.50	4,321.70	27.87	0.99	6.49	19.89	1.13
301040000	เส้นใยประดิษฐ์	272.5	730.5	823.9	730.2	1,260.50	1,197.90	168.07	12.79	-11.37	72.62	-4.97
301050000	ผ้าปักและผ้าลูกไม้	331.6	304.6	384.7	348.2	258.2	287.4	-8.14	26.30	-9.49	-25.85	11.31
301060000	กางเกงขาสั้น	53.6	76.7	57.8	68.2	71.5	68.2	43.10	-24.64	17.99	4.84	-4.62
301070000	ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ	32.4	25.1	20.8	22.4	46.3	98	-22.53	-17.13	7.69	106.70	111.66
301080000	ผ้าแบบสำหรับตัดเสื้อและผ้าที่จัดทำแล้ว	354	490.4	469.5	462.9	1,069.10	687.8	38.53	4.24	-1.41	130.96	-35.67
301090000	สิ่งทออื่นๆ	1,308.90	1,599.00	1,550.70	1,071.60	1,109.20	1,202.60	22.14	-3.12	-10.90	3.51	8.42

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 10 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังสหภาพยุโรป 15 ประเทศ (พ.ศ. 2543 - 2548)

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	สหภาพยุโรป 15 ประเทศ (ล้านบาท)						อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)				
		2543	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548
301000000	สิ่งทอทั้งหมด	43,228.20	42,132.00	39,406.40	42,215.60	47,945.20	48,543.10	-2.54	-6.47	7.13	13.57	1.25
301010000	เครื่องนุ่งห่ม	30,001.20	29,913.80	27,841.00	30,114.20	34,595.60	35,068.40	-0.29	-6.93	8.16	14.88	1.37
301010100	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	27,592.40	27,113.50	24,942.80	26,600.80	30,667.00	30,421.70	-1.74	-8.01	6.65	15.29	-0.80
301010200	เครื่องนุ่งห่ม วัสดุธรรมชาติและส่วนประกอบ	1,775.20	2,043.70	2,128.00	2,671.20	2,919.10	3,677.40	15.13	4.12	25.53	9.28	25.98
301010300	ถุงเท้า ถุงน่อง	446.3	541.2	636.2	712.4	890.8	869.7	21.26	17.55	11.98	25.04	-2.37
301010400	ถุงมือผ้า	187.4	215.4	134.1	130	118.7	99.6	14.94	-37.74	-3.06	-8.69	-16.09
301020000	ผ้าผืนและผ้า	10,251.70	9,488.00	8,976.10	9,195.50	9,744.70	9,487.40	-7.45	-5.40	2.44	5.97	-2.64
301020100	ผ้าผืน	8,168.50	7,460.30	6,907.20	6,450.50	6,945.20	6,860.70	-8.67	-7.41	-6.61	7.67	-1.22
301020200	ผ้าผืนเส้นใยประดิษฐ์	2,083.30	2,027.80	2,068.90	2,745.00	2,799.50	2,626.70	-2.66	2.03	32.68	1.99	-6.17
301030000	กระดาษกรอง	627.9	495.4	433.1	559.8	656.4	744	-21.10	-12.58	29.25	17.26	13.35
301040000	เส้นใยประดิษฐ์	124.7	53.9	58.8	122.9	62	92.5	-36.78	9.09	109.01	-49.55	49.19
301050000	ผ้าปักและผ้าลูกไม้	307.4	329.2	375.6	311.7	287.9	461.6	7.09	14.09	-17.01	-7.64	60.33
301060000	กางเกงขาสั้น	265	300.2	266.5	252.6	243.4	310.9	13.28	-11.23	-5.22	-3.64	27.73
301070000	ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ	40.3	59.8	83.9	159.1	174	104.2	48.39	40.30	89.63	9.37	-40.11
301080000	ผ้าแบบสำหรับตัดเสื้อและผ้าที่จัดทำแล้ว	331.8	402.7	346.5	401.2	282	337.1	21.37	-13.96	15.79	-29.71	19.54
301090000	สิ่งทออื่นๆ	1,278.30	1,089.10	1,024.90	1,098.50	1,899.20	1,936.90	-14.60	-5.89	7.18	72.89	1.99

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

ข้อมูลดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นว่า ภายหลังการยกเลิกโควตา รูปแบบการค้าจะเปลี่ยนแปลงไปตามกลไกตลาดและหลักความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากขึ้น อาทิเช่น การส่งออกเส้นด้ายฝ้ายหรือผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยฝ้ายของไทยมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากไทยต้องนำเข้าฝ้ายจากต่างประเทศ ในขณะเดียวกัน สินค้าที่ต้องอาศัยทักษะและฝีมือในการตัดเย็บ เช่น เครื่องแต่งกายเป็นชุด สูท กางเกง เสื้อกันหนาว และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยไหม จะกลายเป็นสินค้าที่ไทยสามารถส่งออกได้มากขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะไทยมีจุดแข็งทางด้านแรงงานที่มีฝีมือและค่าจ้างแรงงานไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับค่าจ้างแรงงานในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว

ถึงแม้ว่าระบบโควตาเพิ่งจะสิ้นสุดลงในเวลาไม่นานมานี้ แต่จากข้อมูลการส่งออกหนึ่งปี ภายหลังการยกเลิกโควตา อาจกล่าวได้ว่า แนวโน้มการผลิตและการส่งออกของไทยจะเปลี่ยนแปลงไป โดยไทยอาจเสียเปรียบประเทศจีนและอินเดียในการส่งออกสินค้าประเภทที่เน้นการผลิตจำนวนมาก (Mass production) เช่น เสื้อเชิ้ต และเสื้อแจ็กเก็ต แต่ไทยก็สามารถส่งออกสินค้าในกลุ่มที่ต้องอาศัยความประณีตในการผลิตได้มากขึ้น เช่น เสื้อผ้าสตรี เสื้อผ้าเด็ก เป็นต้น ทั้งนี้ สถานะการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรในระยะยาว ยังขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวของผู้ผลิตและนโยบายของภาครัฐอีกด้วย

4. ผลกระทบของการเปิดเสรีการค้าต่อความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

4.1 ความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานเครื่องนุ่งห่มระดับโลกและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง

การค้าเครื่องแต่งกายในตลาดโลกนั้นพัฒนามาจากรูปแบบการค้าที่มีการกีดกันเชิงปริมาณมาเป็นเวลานาน (ดังที่ได้กล่าวถึงแล้วในส่วนที่สอง) ดังนั้นการวิเคราะห์ถึงผลกระทบของการเปิดเสรีการค้าต่ออุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยนั้นเราจำเป็นต้องเข้าใจถึงผู้เล่นที่มีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่อุปทานของ การค้าปลีก - เครื่องแต่งกาย - สิ่งทอ (retail-apparel-textile supply chain) หรือ อาจเรียกว่า ห่วงโซ่แห่งมูลค่าของการผลิตเครื่องแต่งกาย (Apparel value chain) ก็ได้¹⁷ ลักษณะสำคัญประการหนึ่งในการค้าเครื่องแต่งกายในตลาดโลกคือ การที่ผู้ซื้อรายใหญ่ (Large buyers) เป็นผู้มีบทบาทสำคัญและมีอิทธิพลสูงในกระบวนการเลือกซื้อหรือสั่งผลิตจากเครือข่ายการผลิตและเครือข่ายการจัดซื้อทั่วโลก ผู้ซื้อเสื้อผ้ารายใหญ่ของโลกมีอยู่สองกลุ่มใหญ่ๆ กลุ่มแรกคือบริษัทเจ้าของตราสินค้า ซึ่งแบ่งเป็นสองประเภทย่อยๆ คือประเภทที่ดำเนินการผลิตบางขั้นตอนด้วย เช่น ตัดเย็บหรือทอผ้า (Brand manufacturers) เช่น Sara Lee Corporation, Levi Strauss and Co., และ Phillips-Van Heusen กับประเภทที่ไม่ได้ทำการผลิตแต่จะทำเพียงการออกแบบ

¹⁷ ในการศึกษานี้จะใช้สองคำนี้ในความหมายเดียวกัน

เลือกซื้อ และ จัดจำหน่ายเท่านั้น (Brand marketers) เช่น Liz Claiborne, Nike, Reebok, GAP และ กลุ่มที่สองคือผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ (Large retailers) เช่น Wal-Mart, Kmart, JC Penney, Metro/Kaufhof และ Tesco เป็นต้น ผู้ซื้อเหล่านี้ได้กระจายคำสั่งซื้อไปยังประเทศต่างๆ ตามปริมาณโควตาการส่งออกที่ได้รับ การผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้กระจายตัวและเกิดการย้ายฐานการผลิตและส่งออกไปยังหลายประเทศ กระแสการจัดซื้อจากทั่วโลกนับเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติของอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย

ผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในแต่ละประเทศเกือบทั้งหมดจะอยู่ในห่วงโซ่มูลค่าระดับโลก (Global Value Chain) ของอุตสาหกรรม ห่วงโซ่อุปทานหรือห่วงโซ่มูลค่านี้หมายถึงเครือข่ายของแรงงานและการผลิตที่ครอบคลุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มต้น คือ การออกแบบเสื้อผ้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดซื้อวัตถุดิบ เช่น ผ้า (fabric) และ อุปกรณ์ (trims) การคัดเลือกผู้ผลิต การสั่งซื้อ การตรวจสอบคุณภาพ พิธีการศุลกากรนำเข้าและส่งออก การขนส่งไปยังศูนย์กระจายสินค้า จนกระทั่งสินค้าถูกกระจายถึงมือผู้บริโภคผ่านช่องทางการตลาดและค้าปลีก (Tewari 2005, ITC 2005) การศึกษาหลายชิ้นได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับประเด็นนี้ เช่น งานของ Abernathy et. al. (1999), Gereffi (1999), Gereffi and Memedovic (2003) และ OECD (2004) ข้อค้นพบที่สำคัญคือผู้ซื้อเครื่องแต่งกายจากประเทศพัฒนาแล้วมีอำนาจต่อรองมากขึ้น และ จะมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อหรือสั่งผลิตจากประเทศผู้ผลิตต่างๆ โดยอาศัยความสัมพันธ์แบบเครือข่ายที่ได้พัฒนามาตั้งแต่การคำสั่งซื้อและเครื่องแต่งกายยังถูกควบคุมด้วยระบบโควตาอยู่

Abernathy et. al. (1999) และ Lowson et. al. (1999) ได้อธิบายถึงประวัติวงการค้าปลีกของสหรัฐอเมริกาว่าเหตุใดผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่จึงพัฒนามาเป็นผู้มีอิทธิพลในห่วงโซ่อุปทานเครื่องแต่งกาย¹⁸ เหตุผลสำคัญคือการที่ผู้ค้าปลีกเป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับผู้บริโภคที่นับวันจะมีข่าวสารสมบูรณ์ขึ้น และ ผู้บริโภคแต่ละภูมิภาค (ในประเทศเดียวกันหรือต่างประเทศ) มีแบบแผนการบริโภค (รสนิยม ความถี่ในการซื้อ และ ปริมาณการซื้อต่อครั้ง) ที่แตกต่างกัน ผู้ค้าปลีกมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคโดยตรงจึงเป็นด่านแรกที่รับทราบความเห็นและสังเกตพฤติกรรมของผู้ซื้อได้ดีที่สุด แต่อำนาจการต่อรองนั้นเกิดขึ้นได้เพราะการพัฒนาทางเทคโนโลยีในช่วงทศวรรษ 1980 เทคโนโลยีพื้นฐานที่สำคัญคือ ระบบ bar codes และ ระบบคอมพิวเตอร์แลกเปลี่ยนข้อมูล (Electronic Data Interchange: EDI) และ ระบบฐานข้อมูลที่สามารถวิเคราะห์การขาย ณ จุดขายได้ (Point of Sale: PoS) ทำให้ผู้ค้าปลีกสามารถจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ เมื่อมีข้อมูลที่ค่อนข้างสมบูรณ์ ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่เหล่านี้จึงสามารถกำหนดปริมาณสินค้าที่ต้องการสั่ง และระบุ supplier ที่จะสั่งซื้อได้ นอกจากนี้ผู้ซื้อเหล่านี้จะควบคุมด้านการตลาดแล้ว ยังเน้นกิจกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงเช่นการออกแบบ การคัดเลือก

¹⁸ งานวิจัยสองชิ้นข้างต้นได้วิเคราะห์อำนาจต่อรองของผู้ค้าปลีกในอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายด้วย และ นำเสนอประเด็นท้าทายผู้ผลิตเสื้อผ้าในแต่ละประเทศว่าจำเป็นต้องปรับปรุงตัวเองในด้านใดหากต้องการรักษาคำสั่งซื้อเอาไว้ รายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาศึกษาเพิ่มเติมจาก Abernathy et. al. (1999) และ Lowson et. al. (1999)

ผ้า และ การจัดหาผ้า (ที่มีคุณสมบัติตามแบบที่พัฒนาใหม่ ดังนั้นมักจะเป็นผ้าที่มีคุณภาพสูง) อีกด้วยการที่ผู้ค้าปลีกรับรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคและเป็นผู้คุมเรื่องการออกแบบทำให้เขาสามารถจัดหาผู้รับจ้างผลิตซึ่งทำหน้าที่เย็บประกอบเครื่องแต่งกายที่กระจายอยู่ในประเทศต่างๆ เพื่อผลิตและส่งกลับมายังสถานที่จัดจำหน่ายของบริษัทซึ่งกระจายอยู่ในหลายประเทศทั่วโลก ด้วยเหตุนี้ อำนาจการต่อรองทางธุรกิจจึงถูกถ่ายโอนจากผู้ผลิตสินค้า (ทั้งที่เป็นเจ้าของตราสินค้าและผู้รับคำสั่งผลิต) มาสู่ผู้ค้าปลีก

ในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา โครงสร้างตลาดค้าปลีกเครื่องแต่งกายในประเทศสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปมีแนวโน้มกระจุกตัวเพิ่มขึ้น ดังที่ Gereffi and Memedovic (2003: 6) รายงานไว้ในตลาดสหรัฐอเมริกา ยอดขายเครื่องแต่งกายของห้างค้าปลีกรายใหญ่ (Large retailers) 5 รายคือ Wal-Mart, Sears, Kmart, Dayton Hudson Corporation และ JC Penney ในปี 1995 สูงถึงร้อยละ 68 และ หากรวมห้างค้าปลีกรายใหญ่อื่นๆ อีก 24 รายเข้าด้วยกันจะมียอดขายรวมกันถึงร้อยละ 98 ของตลาดเครื่องแต่งกายในสหรัฐอเมริกาเลยทีเดียว สำหรับบทบาทห้างค้าปลีกในสหภาพยุโรป เช่น เยอรมนี และ อังกฤษ แม้มีอัตราการกระจุกตัวต่ำกว่าสหรัฐอเมริกา แต่ก็มีแนวโน้มที่จะกระจุกตัวมากขึ้นเช่นกัน ส่วนแบ่งตลาดของห้างค้าปลีก 5 รายที่ใหญ่ที่สุดในอังกฤษและเยอรมนีคิดเป็นประมาณร้อยละ 25 เท่านั้น

นอกจากห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ผู้ซื้อที่มีบทบาทสำคัญอีกกลุ่มคือเจ้าของตราสินค้า (ทั้ง Brand manufacturers และ Brand marketers) ก็มีอำนาจต่อรองสูงในการจัดซื้อเช่นกัน เพราะได้ดำเนินแนวนโยบายจัดซื้อจากทั่วโลก (Global sourcing) มาตั้งแต่ทศวรรษ 1970s ทำให้มีประสบการณ์และข้อมูลที่สามารถจัดซื้อได้จากแหล่งใด ซึ่งในช่วงที่มีโควตาอยู่นั้นการสั่งซื้อจึงกระจายไปในหลายประเทศ แต่เมื่อระบบโควตาสิ้นสุดลง ผู้ซื้อเหล่านี้ก็มีโอกาสเปลี่ยนแหล่งซื้อ โดยแนวโน้มจะซื้อจากผู้ผลิตจำนวนน้อยรายลงเพื่อลดต้นทุนการบริหารจัดการ ประเด็นนี้ได้รับการยืนยันจากการศึกษาของ Palpacuer et. al. (2005) ที่เปรียบเทียบนโยบายการจัดซื้อของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่และเจ้าของตราสินคารายใหญ่ในประเทศอังกฤษ ฝรั่งเศสและประเทศสแกนดิเนเวีย ที่พบว่าผู้ซื้อในประเทศเหล่านี้จัดซื้อจากผู้ผลิตเครื่องแต่งกายรายหลักประมาณ 20 ราย แต่มีสัดส่วนมูลค่าการซื้อถึงร้อยละ 60 ของยอดซื้อทั้งหมด เมื่อผู้ค้าปลีกเหล่านี้ต้องการสั่งซื้อเครื่องนุ่งห่มในปริมาณมากขึ้น อำนาจต่อรองของผู้ซื้อรายใหญ่เหล่านี้จึงยิ่งเพิ่มสูงขึ้น และ สามารถเรียกร้องการบริการต่างๆ จากโรงงานตัดเย็บมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ห่วงโซ่แห่งมูลค่าในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจึงมีลักษณะแบบ Buyer-driven หรือ ผู้ซื้อที่มีอิทธิพลและมีอำนาจต่อรองมาก (Gereffi, 1999; Gereffi and Memedovic, 2003)¹⁹

¹⁹ Gereffi and Memedovic (2003) ได้อธิบายความแตกต่างระหว่าง GVC แบบที่ผู้ผลิตมีอิทธิพล (Producer-driven) เช่นการผลิตรถยนต์อากาศยาน หรือ เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้เทคโนโลยีสูง ซึ่งอุตสาหกรรมเหล่านี้จะมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดสูง กับอีกแบบคือ การที่ผู้ซื้อมีอิทธิพล (Buyer-driven) ซึ่งอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นตัวอย่างที่อุตสาหกรรมหนึ่ง เนื่องจากผู้ผลิตเครื่องแต่งกายสามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย

การจัดหาผู้รับจ้างผลิตซึ่งทำหน้าที่เย็บประกอบเครื่องแต่งกายที่กระจายอยู่ในประเทศต่างๆ เพื่อผลิตและส่งกลับมายังสถานที่จัดจำหน่ายของบริษัทซึ่งกระจายอยู่ในหลายประเทศทั่วโลก โดย ผู้ซื้อเหล่านี้ต้องการทำธุรกิจกับผู้ผลิตเครื่องแต่งกายที่สามารถตอบสนองความต้องการในประเด็นต่างๆ ดังนี้ 1) สามารถจัดหาผ้าเพื่อการตัดเย็บได้เองทั้งหมด 2) สามารถให้บริการด้านการออกแบบหรือสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบตามที่ถูกค่าต้องการได้ และ 3) ความสามารถในการจัดการสินค้าคงคลังของ suppliers ได้ และ 4) มีกระบวนการผลิตที่ยืดหยุ่นได้ (Palpacuer et. al., 2005) ดังนั้นการจัดซื้อของผู้ซื้อรายใหญ่เหล่านี้จึงมุ่งมายังทิศทางที่ผู้ซื้อรายใหญ่ต้องการเลือกซื้อหรือสั่งผลิตจากแหล่งที่สามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและสามารถให้บริการที่ครบวงจร (Full package provider) (Abemathy et. al. 2005) การแข่งขันจึงมีแนวโน้มทวีความรุนแรงขึ้น และ ผู้ผลิตจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรักษาสถานภาพหรือพัฒนาตัวเองขึ้นไปในห่วงโซ่อุปทานระดับโลกนี้

ภายใต้กฎกติกาการค้าเครื่องนุ่งห่มในตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไปและการที่ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ของโลก (ซึ่งก็คือผู้ซื้อเสื้อผ้าที่สำคัญของอุตสาหกรรมนี้) ได้พัฒนามาเป็นผู้ค้าปลีกที่มีความยืดหยุ่นและดำเนินธุรกิจแบบลีน (lean retailing) Abemathy et. al. (2005) ระบุว่าคุณสมบัติที่ผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ผู้ซื้อรายใหญ่ต้องการทำธุรกิจด้วยนั้น ไม่ใช่เพียงแค่สามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนต่ำและคุณภาพสินค้าดีเลิศเท่านั้น แต่ต้องมีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการด้านอื่นด้วย เช่น ความสามารถในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ความยืดหยุ่นในการผลิต และ ความสามารถในการเติมสินค้า (Replenishment) เพราะผู้ซื้อจะมีการสั่งผลิตในปริมาณมากขึ้น แต่ระยะเวลาการส่งมอบที่จะสั้นลง ความถี่ของการสั่งซื้อและการเติมเต็มสินค้าจะเพิ่มสูงขึ้น ความสามารถตอบสนองต่อสิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ผู้สั่งซื้อให้ความสนใจมากขึ้นและจะเป็นตัวกำหนดความอยู่รอดของผู้ผลิตในยุคใหม่ของการค้าสิ่งทอโลก

สำหรับลักษณะและความเชื่อมโยงในห่วงโซ่อุปทานระดับโลกนั้น Abemathy et. al. (1999), Gereffi (1999), Gereffi and Memedovic (2003) และ ITC (2005) ได้อธิบายให้เห็นว่า ห่วงโซ่อุปทานเครื่องนุ่งห่มระดับโลกนั้นได้พัฒนาเป็นการรวมกลุ่มของเครือข่ายการผลิตต่างๆ ทั้งจากผู้ผลิตในประเทศผู้นำเข้า (สหรัฐอเมริกา และ ประเทศในสหภาพยุโรป) ผู้ผลิตในประเทศที่อยู่ในภูมิภาคใกล้เคียง (เช่น ประเทศในอเมริกาใต้หรือแถบทะเลแคริบเบียน ประเทศในยุโรปตะวันออก) รวมถึงผู้ผลิตในเอเชียด้วย เพราะกลุ่มประเทศในเอเชียได้กลายมาเป็นผู้ผลิตสำคัญในตลาดเครื่องแต่งกายของโลก โดยเฉพาะจีน ฮองกง ไต้หวัน อินเดีย เกาหลีใต้ ไทย เวียดนาม และ กัมพูชา (ดังข้อมูลในส่วนที่สาม) ภายใต้ห่วงโซ่อุปทานนี้ประกอบไปด้วยเครือข่ายมากมายและความสัมพันธ์ค่อนข้างซับซ้อน โดยเครือข่ายที่สำคัญคือ เครือข่ายผู้ผลิตวัตถุดิบต้นน้ำ (เช่นเส้นใยธรรมชาติ) เครือข่าย

และ มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตในประเทศต่างๆ ในขณะที่ผู้ซื้อดำเนินกิจกรรมที่มีความสำคัญและมูลค่าเพิ่มสูง เช่น การออกแบบ และการตลาด เป็นต้น

ผู้ผลิตชั้นกลาง (เช่นเส้นด้าย และ ผ้าผืน รวมถึงอุปกรณ์ประกอบต่างๆ) เครื่องช่วยการผลิต (การตัดเย็บ) เครื่องช่วยการส่งออก และ เครื่องช่วยการตลาด (ดูรูปที่ 11 ประกอบ)

อย่างไรก็ดี ห่วงโซ่อุปทานในรูปที่ 11 นั้น เป็นการนำเสนอการไหลของวัตถุดิบจากต้นน้ำไปสู่ปลายน้ำ แต่แท้จริงแล้วกระบวนการผลิตนั้นไม่ได้เป็นไปตามลำดับจากซ้ายไปขวาเช่นนี้ หากแต่มีความซับซ้อนและจำเป็นต้องมีการส่งผ่านข้อมูลกลับไปกลับมาระหว่างผู้สั่งซื้อและผู้ทำการผลิต โดยกระบวนการทั้งหมดจะแบ่งออกเป็นสามขั้นตอนหลักคือ

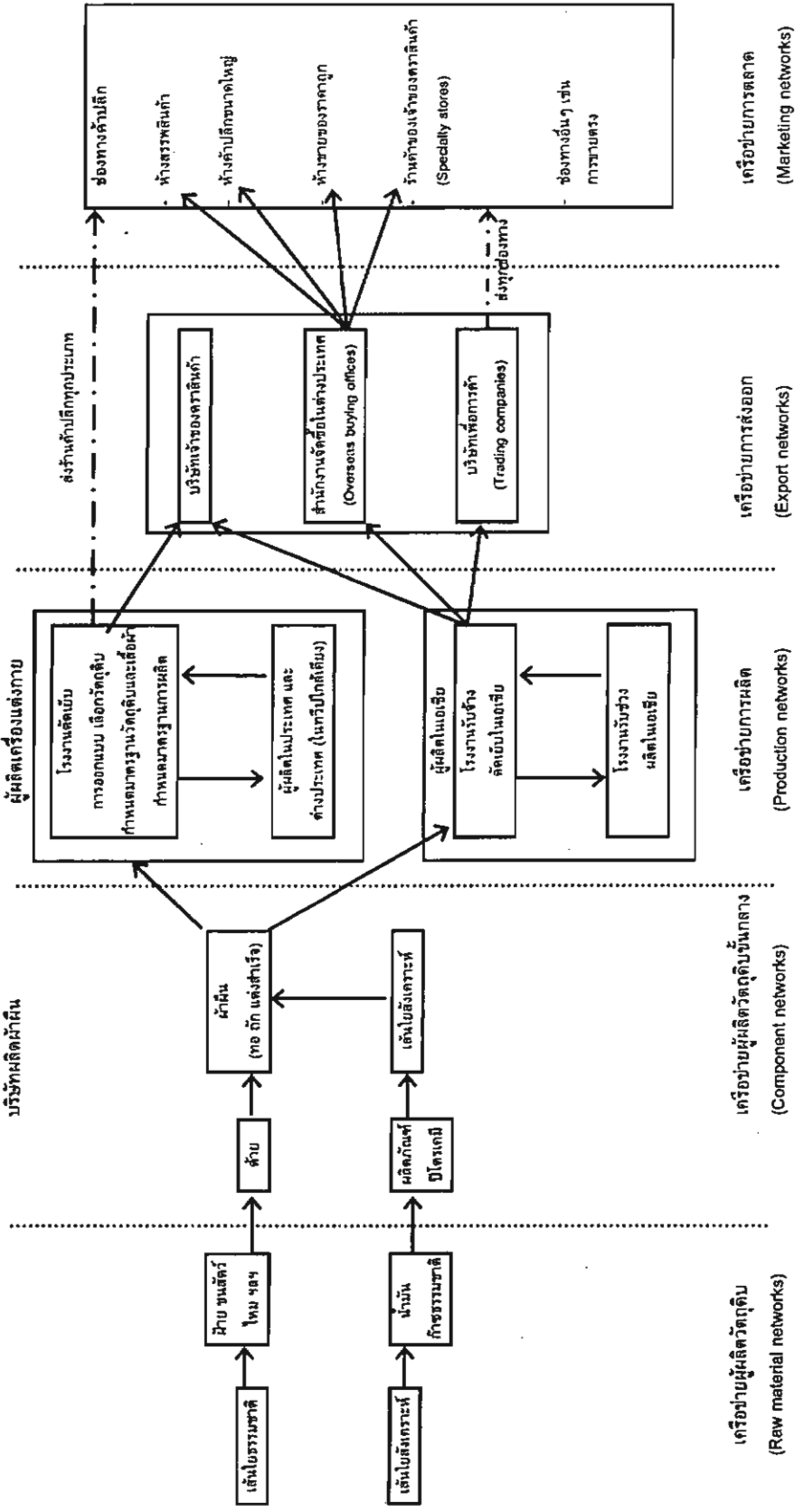
ขั้นที่หนึ่ง ช่วงก่อนการผลิต (pre-production) คือกิจกรรมตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้ซื้อเป็นผู้ริเริ่ม ในขั้นตอนนี้ นักออกแบบของแต่ละตราสินค้าจะเลือกผ้าและส่วนประกอบที่ต้องการใช้ จากนั้นก็จะกำหนดมาตรฐานของผ้า ส่วนประกอบ สี รวมถึงการเตรียมแบบ (pattern) ของชุดที่ออกแบบมา และ เตรียมมาตรฐานของเสื้อผ้า ในขั้นนี้จึงเกี่ยวกับการออกแบบและกำหนดมาตรฐานเป็นสำคัญและเป็นกิจกรรมที่ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดหรือเป็นผู้ที่ตัดสินใจขั้นสุดท้าย

ขั้นที่สอง ช่วงของการผลิต ซึ่งเป็นความรับผิดชอบของโรงงานตัดเย็บ โดยโรงงานตัดเย็บจะรับข้อมูลเกี่ยวกับแบบและมาตรฐานต่างๆ แล้วนำมาวางแผนการทำงานต่อไป เช่น การจัดหาผ้า หาอุปกรณ์ประกอบ (trims) ตามที่ลูกค้าต้องการ (แต่หากลูกค้าจัดเตรียมให้ก็ไม่ต้องทำ) ซึ่งผ้าและอุปกรณ์ประกอบเช่นชิป กระดุม เหล่านี้จำเป็นต้องผ่านการตรวจสอบและรับรองคุณภาพจากผู้ซื้อก่อน ในขณะเดียวกันผู้ผลิตต้องเตรียมข้อมูลการผลิต วัตถุดิบ ต้นทุน และ ผลิตเสื้อผ้าตัวอย่างเพื่อให้ลูกค้าตรวจรับ ซึ่งถ้าลูกค้ายืนยันก็จะดำเนินการจัดซื้อผ้าและอุปกรณ์ และ ดำเนินการผลิตตามแบบและจำนวนที่สั่งผลิต ตรวจสอบคุณภาพ บรรจุหีบห่อ และ ส่งมอบให้ลูกค้าตามเวลาที่ระบุ²⁰

ขั้นที่สาม ขั้นตอนการส่งออกและนำเข้า โดยสินค้าที่ผลิตจะผ่านพิธีการศุลกากรและขนส่งไปยังปลายทางที่ลูกค้าระบุ โดยของจะถูกส่งไปยังศูนย์กระจายสินค้าเพื่อเข้าสู่ช่องทางการขายปลีกต่อไป จากกระบวนการคร่าวๆ ของการดำเนินการผลิตนี้ จะเห็นได้ว่าข้อมูลจะถูกส่งกลับไปมาระหว่างผู้ซื้อและผู้ผลิตตลอดเวลา ผู้สั่งซื้อและผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ลักษณะความสัมพันธ์ข้างต้นยังยืนยันได้ว่าผู้ซื้อคือผู้ที่คุมกิจกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงในช่วงต้นและปลายของห่วงโซ่แห่งมูลค่านี้คือการออกแบบ และ การจัดจำหน่าย ในขณะที่ผู้ผลิตเสื้อผ้านั้นจะอยู่ในช่วงตรงกลางซึ่งผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้จากผู้ที่ยื่นข้อเสนอที่ดีที่สุดในด้าน ราคา คุณภาพ และ บริการด้านอื่นโดยรวม ดังนั้นการแข่งขันระหว่างประเทศผู้ส่งออกจึงทวีความรุนแรงขึ้นอย่างแน่นอน ผู้ผลิตจำเป็นต้องปรับตัวอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้หากยังต้องการดำเนินธุรกิจนี้ต่อไป

²⁰ ขั้นตอนการตัดเย็บนี้อาจมีการกระจายการผลิตไปหลายโรงงาน ทั้งโรงงานในประเทศเดียวกันหรือในประเทศใกล้เคียงก็ได้ แต่เมื่องานเสร็จแล้ว ผู้รับคำสั่งผลิตจะเป็นคนควบคุมและจัดการเรื่องการส่งมอบสินค้าแก่ผู้ซื้อต่อไป

รูปที่ 11 ห่วงโซ่คุณค่าระดับโลกในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องแต่งกาย
บริษัทผลิตผ้าฝ้าย



ที่มา: โดยผู้เขียน (ปรับปรุงจาก Gereffi and Memedovic 2003, Figure 1, p. 5)

4.2 การแข่งขันหลังเปิดเสรีและการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย

แม้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายได้กลับเข้าสู่กรอบการค้าเสรีแล้วก็ตาม แต่ยังคงต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งจึงจะเห็นผลชัดเจนว่าจะส่งผลอย่างไรต่อประเทศผู้ส่งออกของไทย ในช่วงสองถึงสามปีหลังการเปิดเสรีนี้ นักวิชาการจำนวนหนึ่งเชื่อว่าปัจจัยด้านต้นทุนและความพร้อมของอุตสาหกรรมในประเทศ (เช่นความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบสำคัญ หรือ ความรวดเร็วของขั้นตอนการส่งออก) น่าจะเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการตัดสินใจส่งออก เพราะปัจจัยด้านอื่นๆ ยังไม่เปลี่ยนไปมากนัก ดังนั้นข้อค้นพบในส่วนก่อนหน้า (ส่วนที่ 3) ที่อธิบายว่าไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงในตลาดสำคัญโดยสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับจีนและอินเดีย จึงนำไปสู่คำถามว่า ทำไมผู้ซื้อส่วนใหญ่จึงเพิ่มการสั่งซื้อจากสองประเทศนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มการนำเข้าจากประเทศจีน

การส่งออกของไทยเติบโตน้อยกว่าจีนและอินเดียนั้นเป็นผลจากปัจจัยพื้นฐานสองประการ ประการแรกคือปัจจัยด้านต้นทุนแรงงานเนื่องจากการผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่มยังจำเป็นต้องใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตหลัก ซึ่งจีนและอินเดียมีค่าจ้างแรงงานถูกกว่าไทย เช่นในปี 2545 แรงงานในจีนและอินเดียได้รับค่าจ้างต่อชั่วโมง 0.88 และ 0.38 เหรียญสหรัฐ ตามลำดับ ในขณะที่แรงงานไทยมีค่าจ้าง 0.91 เหรียญสหรัฐ (Abemathy, 2005: 30) ประการที่สอง การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญภายในประเทศก็เป็นปัจจัยที่ทำให้จีนและอินเดียมีความได้เปรียบกว่าไทยด้วยเพราะมีวัตถุดิบภายในประเทศที่หลากหลายกว่า (USITC, 2004) ดังนั้นผู้ผลิตไทยจำเป็นต้องพัฒนาตนเองเพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

งานของ Abemathy et. al. (2005) ได้นำเสนอสถิติการส่งออกสินค้าสองประเภทที่เคยมีการจำกัดโควตาของสหรัฐอเมริกาทำให้มีการนำเข้าสินค้าตัวเดียวกันจากหลายประเทศ คือ เสื้อเชิ้ต เสื้อกั๊กที่ทำด้วยผ้าฝ้ายประเภทกัก (HS 610910) และ ชุดสตรีที่ทำด้วยผ้าฝ้ายประเภททอ (HS 620442) สินค้าสองกลุ่มนี้มีลักษณะการผลิตต่างกัน คือ เสื้อเชิ้ตจัดเป็นสินค้าในกลุ่มสินค้าทั่วไปที่มีกระบวนการผลิตไม่ยุ่งยาก เน้นการผลิตจำนวนมาก ราคาไม่แพงและต้องมีการเติมเต็มสินค้าบ่อย ในขณะที่ชุดผู้หญิงจัดอยู่ในกลุ่มประเภทแฟชั่น (high fashion) ที่มีราคาสูง ปริมาณสั่งซื้อไม่สูง ขั้นตอนการตัดเย็บซับซ้อนและต้องการความประณีตสูง ทำให้มีความเสี่ยงในการจัดการสูงกว่า ในรายงานระบุว่า ในปี 2548 ราคาโดยเฉลี่ยของเสื้อเชิ้ต เสื้อกั๊กที่ทำด้วยผ้าฝ้ายประเภทกักที่ส่งออกจากไทยอยู่ที่ 22 เหรียญสหรัฐต่อโหล ซึ่งราคาต่อหน่วยของสินค้าจากไทยได้ปรับเพิ่มขึ้นจากราคาในปี 2546 ในขณะที่สินค้าชนิดเดียวกันที่ส่งออกจากจีน ปากีสถาน และบังกลาเทศซึ่งมีราคาลดลง โดยในปี 2548 มีราคาอยู่ที่ 18 21 และ 13 เหรียญสหรัฐต่อโหล ตามลำดับ ในทำนองเดียวกัน ราคาของชุดสตรีที่ทำด้วยผ้าฝ้ายประเภททอที่ส่งออกจากไทยในปี 2548 มีราคาอยู่ที่ 53 เหรียญสหรัฐต่อโหลซึ่งเท่ากับราคาในปี 2546 ในขณะที่ราคาต่อหน่วยของสินค้าประเภทนี้จากจีน

ลดลงจาก 135 เหรียญสหรัฐต่อโหลในปี 2546 เหลือเพียง 88 เหรียญสหรัฐต่อโหลในปี 2548²¹ ตัวอย่างของราคาต่อหน่วยของสินค้าทั้งสองประเภทนี้แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวทางด้านต้นทุนซึ่งไทยแทบจะไม่ได้มีการปรับตัวเลย และ เป็นที่น่าสังเกตว่าจีนส่งออกสินค้าที่มีราคาเฉลี่ยต่อหน่วยสูงกว่าไทย แสดงว่าจีนผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงกว่า และ นอกจากนี้จีนยังสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ราคาสินค้าของจีนต่ำลง การปรับตัวที่รวดเร็วในช่วงที่ผ่านมาแสดงให้เห็นศักยภาพของจีนที่จะสามารถผลิตสินค้าได้ในราคาที่ต่ำลงไปอีกได้

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าไทยอาจจะแข่งขันกับจีนและอินเดียในการส่งออกสินค้าที่เน้นการผลิตจำนวนมากและต้นทุนต่ำได้ยากเนื่องจากประเทศทั้งสองมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า และ ที่สำคัญคือทั้งสองประเทศนี้มีอุตสาหกรรมต้นน้ำที่ครบถ้วน ทำให้สามารถหาวัตถุดิบในประเทศได้ง่าย ปัจจุบันนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ซื้อเลือกที่จะซื้อจากประเทศจีนและอินเดียเพิ่มขึ้น (ITC 2005) แต่อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยยังมีความได้เปรียบในการผลิตเสื้อผ้าในกลุ่มที่มีมูลค่าสูง โดย United States International Trade Commission (USITC) ประเมินความสามารถในการแข่งขันของไทยไว้ว่าไทยมีจุดแข็ง คือ มีอุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยและผ้าผืนภายในประเทศซึ่งมีศักยภาพที่จะพัฒนาความเชื่อมโยงกันมากขึ้น ตลอดจนมีแรงงานตัดเย็บที่มีทักษะและโรงงานตัดเย็บขนาดเล็กที่มีความยืดหยุ่นสูงจึงเหมาะกับการผลิตเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เน้นความประณีต เช่น เครื่องนุ่งห่มประเภทแฟชั่น (USITC, 2004)

การประเมินความสามารถในการแข่งขันและการปรับตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยข้างต้นเป็นการวิเคราะห์จากการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในช่วงที่ผ่านมาประกอบกับปัจจัยทางด้านต้นทุนเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามความสามารถในการแข่งขันของประเทศผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านต้นทุนเพียงอย่างเดียว หากแต่รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวกำหนดความพร้อมและคุณภาพในการผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค อาทิเช่น การตัดสินใจในการจัดซื้อ กระบวนการผลิตและการนำส่งที่ต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การผลิตที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้น รอบการผลิตของสินค้าที่สั้นลงและการเติมเต็มสินค้าในระยะเวลาอันสั้น ตลอดจนการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีด้วย (OECD, 2004; Tewari, 2005)

การศึกษาของ International Trade Centre (UNCTAD/WTO) ในปี 2005 (ITC 2005) ได้นำเสนอการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย รายงานฉบับนี้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการจัดซื้อของผู้ซื้อรายใหญ่ซึ่งเปลี่ยนจากการจัดซื้อแบบมาตรฐาน (Standard garment sourcing model: SGSM) ซึ่งเป็นระบบที่ใช้กันมาหลายสิบปีแล้วกับระบบใหม่ที่ผู้ผลิตต่างๆ เริ่มหันมาใช้มากขึ้นคือระบบการจัดซื้อแบบพิจารณามูลค่าทั้งหมด (Full

²¹ ข้อมูลจาก Abernathy et. al. 2005, Table 5a-5c และ Table 6a-6c

value sourcing model: FVSM) การจัดซื้อประเภทหลังนี้มีความซับซ้อนมากกว่าเพราะจะพิจารณาต้นทุนของทุกขั้นตอนในห่วงโซ่มูลค่า (ดังที่อธิบายในส่วนก่อนหน้านี้) และผู้ซื้อรายใหญ่ของโลกเริ่มจะนำแนวคิดนี้ไปใช้ในการจัดซื้อเสื้อผ้ามากขึ้น²² ผลที่ตามมาคือ ผู้ซื้อจะพยายามลดจำนวนผู้ผลิตในเครือข่ายลงแต่จะมีความสัมพันธ์แนบแน่นขึ้น โดยผู้ผลิตจะต้องมีความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ เช่น ความสามารถในการออกแบบเพื่อเสนอทางเลือกให้แก่ลูกค้า จัดหาผ้าและอุปกรณ์ประกอบได้ ตรวจสอบคุณภาพและประกันคุณภาพทุกขั้นตอน และสามารถตอบสนองต่อคำสั่งซื้อได้อย่างรวดเร็ว (quick response) การศึกษานี้คาดว่า ในยุคหลังโควิดนี้ บริษัท (หรือกลุ่มบริษัท) ผู้ผลิตเสื้อผ้าขนาดใหญ่ที่เป็นบริษัทข้ามชาติ (Transnational suppliers) ประมาณ 50 บริษัท จะเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าถึงร้อยละ 70 ของการส่งออกเสื้อผ้าของโลก บริษัทเหล่านี้เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการปฏิบัติการค้าปลีกเครื่องแต่งกายในอนาคต โดยบริษัทข้ามชาติเหล่านี้จะมีการลงทุนในหลายประเทศ เพื่อหาความได้เปรียบจากแหล่งผลิตที่มีค่าแรงต่ำ มีปัจจัยการผลิตที่จำเป็นครบ (มีการผลิตทุกขั้นตอนในห่วงโซ่อุปทาน) และ จะดำเนินการกระจายการผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายไปยังแหล่งผลิตที่ต้นทุนต่ำที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็จะเชื่อมโยงกับผู้ซื้อ (ผู้ค้าปลีกรายใหญ่หรือเจ้าของตราสินค้า) ในการออกแบบ นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และ จะได้กำไรเพิ่มขึ้นจากการเสนอบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นในห่วงโซ่อุปทานนี้

ในการสำรวจผลกระทบจากการเปิดเสรีและการเปลี่ยนแปลงในห่วงโซ่อุปทานเครื่องนุ่งห่มต่อผู้ผลิตไทยนั้น ผู้วิจัยอาศัยการสำรวจภาคสนามระหว่างปี 2548 จนถึงเดือนมีนาคม 2550 โดยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 12 ราย ทั้งหมดเป็นบริษัทคนไทย ประกอบด้วย ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมทอผ้าเป็นหลัก 4 ราย ผู้ผลิตที่ทำเฉพาะการตัดเย็บเสื้อผ้า 7 ราย และ ผู้ผลิตที่ทำทั้งขั้นตอนการทอผ้าและตัดเย็บเสื้อผ้าอีก 1 ราย (ดูตารางที่ 11) การสำรวจภาคสนามทำโดยการสัมภาษณ์ และ บางบริษัทได้ให้เข้าชมการผลิตในโรงงาน บางบริษัทผู้วิจัยเข้าสัมภาษณ์มากกว่าหนึ่งครั้ง แต่ก็มีบางบริษัทไม่ได้สัมภาษณ์แต่ยินดีที่จะตอบแบบสอบถาม²³ โดยคำถามส่วนใหญ่เป็นคำถามเกี่ยวกับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงในห่วงโซ่อุปทานหลังเปิดเสรีการค้าสิ่งทอ การปรับตัวที่ได้ทำในช่วงที่ยังไม่เปิดเสรีและหลังเปิดเสรี แม้บริษัทที่ได้เข้าพบจะมีจำนวนไม่มาก แต่ก็มี การกระจายตัวตามตามห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ นอกจากนี้ ผู้ผลิตเครื่องแต่งกายที่ศึกษาก็มีขนาดต่างกัน คือ รายหนึ่งเป็นผู้ส่งออกขนาดใหญ่ที่รับคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อรายใหญ่ใน

²² สำหรับผู้ที่สนใจประเด็นนี้ กรุณาดู ITC (2005) ซึ่งจะมีรายละเอียดทางเทคนิคเกี่ยวกับการจัดหารูปแบบ FVSM นี้โดยละเอียด

²³ ในปี 2549 ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังผู้ผลิตเครื่องแต่งกายประมาณ 200 บริษัท ซึ่งสุ่มจากรายชื่อสมาชิกสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย และ ได้นำแบบสอบถามไปแจกในการสัมมนาของสมาคมฯ และ สถาบันพัฒนาสิ่งทออีกสองครั้ง รวมทั้งสิ้นมีการแจกแบบสอบถามประมาณ 400 ชุด แต่มีผู้ผลิตเพียงสี่รายเท่านั้นที่ตอบกลับมาคือบริษัทที่ 7, 10, 11 และ 12 เนื่องจากการวิจัยนี้มีข้อจำกัดด้านงบประมาณและเวลาในการวิจัย จึงไม่สามารถติดตามเพิ่มเติมเพื่อนำมาเขียนรายงานได้ แบบแผนการวิจัยจึงเน้นที่การเยี่ยมชมโรงงานและการสัมภาษณ์มากกว่า ดังจะสังเกตได้ว่าผู้วิจัยยังเข้าสัมภาษณ์ผู้ผลิตจำนวนหนึ่งในช่วงต้นปี 2550 นี้

ต่างประเทศ อีกรายหนึ่งเป็นผู้ผลิตขนาดเล็กที่รับคำสั่งผลิตจากผู้ผลิตเครื่องแต่งกายในประเทศในลักษณะการจ้างช่วงผลิต (Subcontract) นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของสถาบันพัฒนาสิ่งทอและเจ้าหน้าที่ของสมาคมต่างๆ หลายครั้งเพื่อรับฟังความเห็นในประเด็นเหล่านี้ ดังนั้นผลการสำรวจนี้จึงให้ภาพการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานได้ในระดับหนึ่ง

ตารางที่ 11 รายละเอียดของบริษัทที่ทำการศึกษา

บริษัท	ผลิตภัณฑ์หลัก	กิจกรรมการผลิต	ประเภท กิจกรรม	ร้อยละการส่งออก ต่อยอดขาย	ขนาดกำลังงาน
1	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	รับจ้างผลิตจากบริษัทเครื่องแต่งกายในประเทศ	G	0	S
2	ชุดนักเรียน	ตัดเย็บชุดนักเรียนเพื่อจำหน่ายในประเทศ	G	0	S
3	ปักผ้าลูกไม้	ปักผ้าและแต่งสำเร็จ	T	20	M
4	ชุดกีฬา ชุดสาลอม	ตัดเย็บเสื้อผ้าตามคำสั่งลูกค้าต่างประเทศ	G	99	XL
5	ผ้าโพลีเอสเตอร์	ทอผ้าโพลีเอสเตอร์	T	ไม่มีข้อมูล	L
6	ผ้าโพลีเอสเตอร์	ทอผ้าโพลีเอสเตอร์และ technical textile	T	ไม่มีข้อมูล	L
7	ชุดชั้นในบุรุษ สตรี	ปักผ้า ย้อมผ้า แต่งสำเร็จ และ ตัดเย็บ	T+G	100	L
8	เสื้อผ้าบุรุษ	ตัดเย็บเสื้อผ้าบุรุษ	G	99	M
9	ผ้าผืน (ผ้าและโพลีเอสเตอร์)	ทอผ้า ฟอก ย้อม และ แต่งสำเร็จ	T	ไม่มีข้อมูล	L
10	เสื้อผ้าเด็ก	ปักผ้า และ ตัดเย็บผ้า	G	40	M
11	ชุดชั้นในสตรี	ตัดเย็บชุดชั้นในสตรี	G	50	XL
12	เสื้อผ้าเด็ก และ สตรี	ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป	G	99	M

ที่มา: จากการสำรวจภาคสนามระหว่างปีพ.ศ. 2548 - 2550

หมายเหตุ: 1. ขนาดกำลังงาน S = จำนวนน้อยกว่า 200 คน, M = ระหว่าง 201-750 คน,

L = ระหว่าง 751-1,500 คน, XL = มากกว่า 1,500 คน

2. T = ทอผ้าเป็นหลัก, G = ตัดเย็บเสื้อผ้าเป็นหลัก, T+G = ทอ/ปักผ้าสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้า

เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงในห่วงโซ่อุปทานระดับโลกนี้จะส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับผู้ผลิตเสื้อผ้าของไทย ดังนั้นผลการศึกษาในส่วนนี้จึงเน้นที่ผู้ผลิตเสื้อผ้า (G) เป็นหลัก ผลการสำรวจแสดงในตารางที่ 12 ซึ่งพบว่าผู้ผลิตส่วนใหญ่เห็นว่าการเปิดเสรีทำให้ผลการดำเนินการแย่งลงเป็นการพิจารณาจากยอดขาย ราคาต่อหน่วย และ การส่งออก²⁴ โดยบริษัทผลิตเสื้อผ้าส่งออกในกลุ่มตัวอย่างนี้มีการส่งออกไปยังตลาดที่เคยถูกควบคุมด้วยโควตามาก่อนทั้งสิ้น (ยกเว้นบริษัทที่ 8) เมื่อเปิดเสรีแล้วยอดการส่งออกลดลง แต่มีสามบริษัทที่ให้ความเห็นว่าผลการดำเนินการดีขึ้นแม้จะเปิดเสรีแล้ว คือ บริษัทที่ 4 บริษัทที่ 8 และ บริษัทที่ 11 ทั้งสามบริษัทนี้มียอดขายในปี 2548 เพิ่มขึ้น แม้ว่าทั้งสามบริษัทนี้จะผลิตสินค้าแตกต่างกัน แต่สิ่งที่ทั้งสามบริษัทนี้มีเหมือนกันคือได้ปรับตัวทั้งในด้านเครื่องจักร และ พัฒนาบุคลากร มีการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น การปรับปรุงกระบวนการผลิตเป็นแบบ modular และ lean production system (บริษัทที่ 4) ขยายโรงงานเพิ่มเติม และลงทุนด้านการออกแบบ (บริษัทที่ 4 และ 11) และ พยายามหันไปผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

²⁴ แม้แต่บริษัทที่ไม่ส่งออกเช่นบริษัทที่ 1 และ 2 ก็ประสบกับปัญหาการแข่งขันจากสินค้านำเข้าราคาถูก เช่น จากจีน แต่ปัญหาที่สำคัญของบริษัททั้งสองนี้คือเรื่องการบริหารพนักงาน และการหาแรงงานฝีมือมาทำการตัดเย็บได้ อย่างไรก็ดี ในปี 2549 นั้นมีปัญหาค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นอย่างมาก ปัจจัยนี้อาจมีส่วนทำให้ผู้ประกอบการเห็นว่าได้รับผลกระทบทางลบจากการเปิดเสรีได้เช่นกัน

เช่น บริษัทที่ 8 ที่ทำการตัดเย็บเสื้อเชิ้ตบุรุษได้เน้นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความประณีตสูง จึงสามารถขยายตลาดได้ และ ยังคงได้ประโยชน์จากการเปิดเสรี

ตารางที่ 12 ผลกระทบจากการเปิดเสรีและการปรับตัวของผู้ประกอบการ

บริษัท	ผลิตภัณฑ์หลัก	ผลกระทบ	การปรับตัวในช่วงปี 2540-2549
1	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	-	ไม่ได้ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ แต่พยายามเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และ พัฒนาเป็น subcontractor ให้กับผู้ผลิตเสื้อผ้าในประเทศไทยเป็นหลัก
2	ชุดนักเรียน	-	ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น plotter, digitizer, software เพื่อการผลิตและการจัดการ พร้อมกับพยายามหาผ้าจากนอกประเทศมากขึ้น
3	ถักผ้าลูกไม้	ก.ล.	ลงทุนใน ๒๖ ทดสอบมาตรฐานดี เป็นสิ่งที่ลูกค้าเรียกร้องให้ทำ
4	ชุดกีฬา ชุดลำลอง	+	ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ พร้อมปรับปรุงวิธีการผลิต ใช้ระบบ modular และ lean production กับสายการผลิต และ หาความร่วมมือกับผู้ผลิตผ้าในประเทศเพื่อพัฒนาผ้าเพื่อเสนอแก่ลูกค้า พร้อมทั้งลงทุนเพิ่มในต่างประเทศ
5	ผ้าโสร่งเคราท์	ก.ล.	ลงทุนทำ R&D และ พยายามส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียงที่ผลิตเสื้อผ้าส่งออกมากขึ้น
6	ผ้าโสร่งเคราท์	ก.ล.	ลูกค้าขอให้เชื่อมโยงกับผู้ผลิตเส้นด้ายมากขึ้น และขอให้ลงทุนใน ๒๖ ทดสอบคุณภาพผ้า และให้ลงทุนทำ R&D เพื่อพัฒนาผ้าใหม่ๆ (technical textile) เพิ่มเติม
7	ชุดชั้นในบุรุษ สตรี	-	ลงทุนในเครื่องจักรอัตโนมัติ (เช่น เครื่องปูผ้า เครื่องตัดผ้าอัตโนมัติ) และ software การผลิตใหม่ๆ และ พยายามหาผ้าจากต่างประเทศมากขึ้น
8	เสื้อผ้าบุรุษ	+	ลงทุนด้านการออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ และ R&D เพื่อผลิตเสื้อผ้าตัวอย่างแก่ลูกค้า และคิดค้นวิธีการเย็บใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และ ปรับตัวเป็น sourcing agent และ OEM เพื่อนำเสนอผ้าแก่ลูกค้า
9	ผ้าผืน (ผ้ายและโสร่งเคราท์)	ก.ล.	ลงทุนในเครื่องจักรใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และ เน้นการพัฒนาสายผ้าเพื่อสร้างความแตกต่าง
10	เสื้อผ้าเด็ก	-	ลงทุนในเครื่องจักรใหม่เพื่อทดแทนของเก่าและลดการใช้คนงาน
11	ชุดชั้นในสตรี	+	ขยายโรงงาน และ เพิ่มการลงทุนด้านการออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ และ R&D เพื่อออกแบบและผลิตเสื้อผ้าตัวอย่างพร้อมทั้งนำเสนอผ้าลายใหม่แก่ลูกค้า ปรับวิธีการจัดการภายใน
12	เสื้อผ้าเด็ก และ สตรี	-	ลงทุนในเครื่องจักรใหม่เพื่อทดแทนของเก่า และ ลงทุนด้าน IT เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการ

ที่มา: จากการสำรวจจากสนามระหว่างปีพ.ศ. 2548 - 2550

หมายเหตุ: + หมายถึง ผลการดำเนินการโดยรวมดีขึ้น, - หมายถึง ผลการดำเนินการโดยรวมแย่ลง, ก.ล. หมายถึงไม่มีข้อมูล

สำหรับประเด็นที่การศึกษาของ ITC (2005) ได้คาดการณ์ไว้ว่าผู้ซื้อจะพยายามลดจำนวนผู้ผลิตในเครือข่ายลงแต่จะมีความสัมพันธ์กันใกล้ชิดมากขึ้น โดยผู้ผลิตเสื้อผ้าจะต้องสามารถนำเสนอบริการด้านต่างๆ แก่ลูกค้ามากขึ้น เช่น การออกแบบเพื่อเสนอทางเลือกให้แก่ลูกค้า การจัดหาผ้าและอุปกรณ์ประกอบ และ ความสามารถในการผลิตแบบยืดหยุ่นและรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อคำสั่งซื้อได้อย่างรวดเร็ว (quick response) การศึกษานี้พบว่าในช่วงสามปีที่ผ่านมา บริษัทผลิตเสื้อผ้าทั้งหมดตอบว่ามีจำนวนลูกค้าลดลงแต่สัดส่วนต่อลูกค้าเหล่านี้เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นไปตามแนวโน้มที่ ITC (2005) ได้คาดการณ์ไว้ ข้อค้นพบที่น่าสนใจคือบริษัทที่มีผลการดำเนินการโดยรวมดีขึ้นนั้นจะเป็นบริษัทที่เน้นกิจกรรมด้านการตลาดมากขึ้น หรือ พยายามเสนอบริการให้ลูกค้าอย่างครบวงจรมากขึ้น และพยายามขยายตลาดให้กว้างขึ้น เช่น บริษัทที่ 8 ที่แต่เดิมขายเฉพาะตลาดญี่ปุ่น ได้ขยายไปตลาดยุโรปและอาเซียนมากขึ้น โดยในปี 2549 มีสัดส่วนเท่ากัน เหตุผลของการขยายตลาดคือเพื่อกระจายความเสี่ยง

นอกจากนี้ ผลการสัมภาษณ์ยังยืนยันถึงลักษณะความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมนี้ว่าเป็นแบบ Buyer-driven GVC จากความเห็นของบริษัทที่ 4 ซึ่งเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้ายี่ห้อ

ส่งออกขนาดใหญ่²⁵ พบว่า บริษัทนี้ดำเนินการผลิตตามคำสั่งของลูกค้าในลักษณะ OEM ตามข้อระบุของลูกค้าทุกอย่าง ตั้งแต่แบบเสื้อผ้า วิธีการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ จนถึงแหล่งซื้อผ้า แต่ผู้บริหารของบริษัทนี้ได้รับรู้ว่าลูกค้ามีแนวโน้มต้องการให้บริษัทสามารถให้บริการครบวงจรมากขึ้น โดยเริ่มมีสัญญาณมาตั้งแต่ปี 2545 แล้ว กล่าวคือลูกค้ารายใหญ่เหล่านี้ต้องการให้บริษัทนี้จัดหาและคัดเลือกผ้าเพื่อเสนอแก่ลูกค้าสำหรับเครื่องแต่งกายแบบใหม่ๆ ซึ่งบริษัทก็ได้ปรับตัวโดยหาพันธมิตรที่เป็นผู้ผลิตผ้าสำหรับชุดกีฬาจากในประเทศได้ (โดยต้องส่งให้ผู้ซื้อรับรองก่อน) จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่าแท้จริงแล้วการเปลี่ยนแปลงในห่วงโซ่อุปทานได้เริ่มดำเนินการมาแล้วสองถึงสามปีก่อนที่ข้อตกลง ATC จะสิ้นสุดลง โดยลูกค้าได้เพิ่มระดับความเข้มงวดในการผลิต คุณภาพ และเงื่อนไขการส่งมอบมากขึ้น บริษัทจำเป็นต้องหาผู้ผลิตผ้าที่สามารถพัฒนาผ้าตามข้อระบุของลูกค้าให้ได้ เพราะลูกค้าต้องการลดขั้นตอนการบริหารและการนำสินค้าสู่ตลาด ซึ่งกระบวนการพัฒนานี้ใช้เวลาประมาณ 40 วัน หลังจากการรับรองโดยลูกค้า ระยะเวลาการส่งผลิต (ในครั้งแรกที่มีการรับรองวัตถุดิบโดยผู้ซื้อแล้ว) จนถึงการส่งมอบใช้เวลาประมาณ 90 วัน และ เมื่อเริ่มดำเนินการผลิตแล้วจำเป็นต้องผลิตเพื่อเติมเต็มสินค้าที่ลูกค้าได้จำหน่ายไปแล้วภายใน 21-30 วัน²⁶

ในอุตสาหกรรมต้นน้ำ ผลการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตผ้าใยสังเคราะห์ (ซึ่งเป็นผู้ผลิตผ้าใยสังเคราะห์รายหนึ่งที่ส่งมอบผ้าให้แก่บริษัทที่กล่าวถึงข้างต้น) ได้สะท้อนมุมมองในตนเองเดียวกันว่าจำเป็นต้องเชื่อมโยงกับผู้ผลิตเครื่องแต่งกายในเครือข่ายของผู้ซื้อต่างชาติให้ได้ นอกจากนี้ผู้ซื้อต่างชาติยังมีข้อกำหนดทางเทคนิคเพิ่มขึ้นทั้งในด้านคุณภาพของสินค้า ทำให้ต้องลงทุนเพิ่มในด้านห้องทดสอบคุณภาพของผ้า อย่างไรก็ดี ทางลูกค้าเองก็มีส่วนสนับสนุนด้านข้อมูลเทคนิคในการสร้างห้องทดสอบ เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ซื้อต่างชาติมีการให้คำแนะนำและการติดตามตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทไทยจะสามารถควบคุมคุณภาพของผ้าได้ตามมาตรฐานของตน อันนำมาซึ่งการพัฒนาความสามารถทางการผลิตของผู้ผลิตไทย การที่ผู้ตัดเย็บเสื้อผ้าของไทยและผู้ผลิตผ้าใยสังเคราะห์จำเป็นต้องปรับการดำเนินธุรกิจตามคำขอของผู้ซื้อเครื่องแต่งกายต่างชาติแสดงให้เห็นชัดเจนถึง “อำนาจต่อรอง” ของผู้ซื้อในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมนี้

ทิศทางการเปลี่ยนแปลงนี้บังคับให้ผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัว โดยจำเป็นต้องลงทุนด้านเทคโนโลยีการผลิต การบริหารจัดการ และ เครื่องจักรอัตโนมัติเพิ่มขึ้น สำหรับบริษัทขนาดใหญ่เรื่องเหล่านี้อาจไม่ใช่ปัญหาเนื่องจากมีเงินทุน แต่กิจการขนาดเล็กจะประสบปัญหามาก ดังในกรณีบริษัทที่

²⁵ บริษัทนี้มีการจ้างงานรวมทั้งหมดมากกว่า 8,000 คน มีโรงงานสามแห่งในประเทศ และได้ขยายการลงทุนไปยังประเทศจีนด้วยเมื่อต้นปี 2548 บริษัทนี้มีลักษณะการผลิตแบบ OEM คือผลิตตามคำสั่งซื้อของ Global brands เช่น Nike, Adidas และ ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในต่างประเทศจึงสามารถให้ยืนยันการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ค่อนข้างชัดเจน

²⁶ ผลจากการสำรวจพบว่าลูกค้ามีแนวโน้มที่จะลดเวลานำ (lead time) การส่งมอบลงเรื่อยๆ ในช่วงห้าปีที่ผ่านมา เนื่องจากสินค้าที่ผลิตมีความแตกต่างกัน การใช้เวลาผลิตจึงไม่เหมือนกัน ดังนั้นในเนื้อหาข้างบนจึงนำเสนอกรณีของบริษัทที่ 4 เพื่อเป็นตัวอย่างสนับสนุนข้อค้นพบนี้

1 ซึ่งเป็นโรงงานเย็บผ้าขนาดเล็ก (มีคนงานประมาณ 70 คน) กล่าวว่า การดำเนินกิจการมีความลำบากมากขึ้น และได้ปรับการดำเนินธุรกิจมารับช่วงผลิตจากผู้ผลิตเครื่องแต่งกายรายใหญ่ของไทย เช่น พินาเฮาส์ เป็นต้น ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของ Abemathy et. al. (2005) และ Palpacuer et. al. (2005) ที่ว่า ในอนาคต การปรับตัวในห่วงโซ่อุปทานจะมุ่งไปในทิศทางที่ผู้ผลิตเครื่องแต่งกายของไทยต้องสามารถบริหารจัดการเรื่องการจัดหาวัตถุดิบมากขึ้น ในด้านหนึ่งต้องเน้นด้านการพัฒนาหรือจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพเพื่อเสนอลูกค้า และ ในอีกด้านหนึ่งก็จำเป็นต้องมีการร่วมมือกับโรงงานเย็บผ้าขนาดเล็กที่มีจำนวนมากเพื่อกระจายขั้นตอนการผลิตบางส่วนให้ ก่อนที่จะนำมาเย็บประกอบขั้นสุดท้าย ดังนั้นการรวมกลุ่มพันธมิตรในขั้นตอนการผลิตต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการรักษาความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตไทย

ผลการศึกษาข้างต้นสอดคล้องกับรายงานในฐานะเศรษฐกิจ (17-19 กันยายน 2549) ที่ระบุว่าสองปีหลังเปิดเสรี ผู้ผลิตในประเทศเริ่มมีการรวมกลุ่มพันธมิตรธุรกิจเพื่อรับคำสั่งซื้อขนาดใหญ่ ซึ่งเปรียบเสมือนการปรับตัวในห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศให้เชื่อมโยงกันมากขึ้น²⁷ เพราะลูกค้าจะมอบคำสั่งซื้อผู้ผลิตรายใหญ่ที่สามารถผลิตได้ตามคุณภาพและมาตรฐานที่ต้องการ การรวมกลุ่มนี้จะเห็นได้ว่าเป็นความพยายามเชื่อมโยงผู้ผลิตเสื้อผ้าและสิ่งทอเข้าด้วยกัน และ นำเสนอบริการก่อนข้างครบวงจรแก่ผู้ซื้อ การดำเนินธุรกิจแบบนี้จะทำให้มีอำนาจต่อรองกับลูกค้าเพิ่มขึ้น และ เมื่อได้คำสั่งซื้อขนาดใหญ่ก็อาจจะทำให้ลดต้นทุนการผลิตได้เพราะมีการประหยัดจากขนาด (Economies of scale) ในขณะที่ผู้ประกอบการบางรายมีการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์เพื่อไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา หรือ เวียดนาม²⁸ การย้ายฐานการลงทุนไปยังประเทศที่มีค่าแรงต่ำหรือ ยังมีสิทธิประโยชน์ทางภาษีและการค้ากับประเทศนำเข้าที่สำคัญก็เป็นทางออกหนึ่งของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย แต่ความพยายามรวมกลุ่มและเชื่อมโยงผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทานในประเทศนั้นยังถือได้ว่ามีความสำคัญและยังเป็นทางออกหนึ่งสำหรับผู้ผลิตในประเทศไทยเพราะยังมีผู้ผลิตรายเล็ก ๆ อีกจำนวนมากที่ไม่สามารถย้ายฐานการผลิตได้ โรงงานเล็ก ๆ เหล่านี้ควรปรับตัวเองเป็นผู้รับช่วงผลิตบางขั้นตอนแล้วส่งมอบให้กับบริษัทขนาดใหญ่อีกต่อหนึ่ง ซึ่งการปรับตัวนี้ถือเป็นการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด แต่บทบาทสำคัญคือบริษัทรายใหญ่ที่ทำการส่งออกควรจะมองหาแนวทางพัฒนาความเชื่อมโยงในประเทศให้เข้มแข็งขึ้นควบคู่ไปกับการย้ายฐานการผลิต

²⁷ ตัวอย่างเช่นกลุ่มบริษัทไทยเทคไคฟ์เป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มบริษัททองไทยการทอ และ หจก. องค์การทอในการตั้งบริษัทขึ้นมาใหม่ภายใต้ชื่อ "ไททัน สปอร์ตแวร์" เพื่อผลิตเสื้อผ้าส่งออกเป็นต้น (ฐานเศรษฐกิจ, 17-19 กันยายน 2549)

²⁸ ตัวอย่างเช่น ลิเบอร์ตี้กรุ๊ป อีเกิ้ลสปีดกรุ๊ป ยูนิเวอร์แซลกรุ๊ป และบริษัท ทองเลียง ได้ร่วมทุนกันตั้งบริษัท อัลลายแอนซ์ วัน จำกัดเพื่อลงทุนอุตสาหกรรมสิ่งทอครบวงจรในประเทศเวียดนาม (ฐานเศรษฐกิจ, 17-19 กันยายน 2549)

5. สรุป

การสิ้นสุดลงของข้อตกลง ATC ในวันที่ 31 ธันวาคม 2547 นั้น ทำให้รูปแบบการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลกเปลี่ยนแปลงไป และส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศ โดยกลุ่มประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านทุนและมีกำลังผลิตมากจะสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้โดยไม่ถูกจำกัดปริมาณ แต่ในกลุ่มประเทศที่ไม่มีประสิทธิภาพในการผลิตหรือไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอย่างแท้จริง จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดเดิมที่เคยมีอยู่หากไม่มีการเตรียมพร้อมสำหรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป แม้มูลค่าการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในช่วงก่อนและหลังการยกเลิกโควตาขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดนำเข้าที่สำคัญเช่นสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปลดลง นอกจากนี้ เมื่อเทียบดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและข้อมูลการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายสินค้าของไทยกับประเทศต่างๆ พบว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยลดต่ำลง โดยเฉพาะในการผลิตเครื่องแต่งกาย ดังนั้น เพื่อที่จะปรับตัวให้ทันกับรูปแบบการค้าที่เปลี่ยนไป ผู้ผลิตควรปรับปรุงการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งภาครัฐควรให้การสนับสนุนการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมภายในประเทศ และให้การช่วยเหลือผู้ประกอบการเพื่อลดต้นทุนการผลิต

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการยกเลิกโควตาส่งผลให้การแข่งขันในตลาดสินค้าและเครื่องนุ่งห่มประเภททั่วไป (Mass production) มีความรุนแรงขึ้น และไทยยังมีข้อจำกัดทางด้านต้นทุน และไม่ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า เช่น GSP เหมือนที่ประเทศด้อยพัฒนาบางประเทศได้รับ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรส่งเสริมการผลิตสินค้าแฟชั่นและสินค้าที่เน้นความประณีตสำหรับตลาดเฉพาะ (Niche market) มากขึ้น ซึ่งไทยมีแรงงานฝีมือที่จะรองรับการขยายการผลิตสินค้ากลุ่มนี้อยู่แล้ว นอกจากนี้ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มควรคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น การผลิตที่มีลักษณะครบวงจร ยืดหยุ่น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น การจัดส่งสินค้าให้ตรงเวลา การเติมเต็มสินค้า และการปรับตัวให้ทันกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากขึ้นเป็นต้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานในประเทศไทยต้องมีการปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงนี้ สิ่งที่จะเปลี่ยนแปลงอย่างมากหลังจากระบบโควตาล้มเลิกไปคือความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงการผลิตแต่ละขั้นตอนเข้าด้วยกัน ตั้งแต่การผลิตขั้นต้น คือ วัตถุดิบและเส้นใย ชั้นกลางคือการทอผ้า ฟอกย้อม แต่งสำเร็จ ชั้นปลายคือการตัดเย็บ จนกระทั่งส่งมอบแก่ผู้สั่งซื้อและถึงผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบจะเกิดขึ้นกับผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจที่สุดซึ่งก็คือผู้ค้าปลีกที่เป็นผู้ต้องการสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศหรือท้องที่ของตน ซึ่งบริษัทค้าปลีกในตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายใหญ่ของโลกจะมีบทบาทมากขึ้นในการกำหนดว่าจะจัดซื้อเครื่องนุ่งห่มจากประเทศใด ในขณะที่ภาครัฐก็กำลังพยายามรวมกลุ่มเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกันเพื่อเพิ่มความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และ ปลายน้ำเข้าด้วยกัน ทางภาครัฐควรให้ความสนใจและพยายามส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงประสานของห่วงโซ่อุปทานในประเทศให้มีความ

เข้มแข็งขึ้น หากสามารถทำได้ก็จะช่วยให้ผู้ผลิตไทยสามารถหาช่องว่างทางการตลาดเพื่อได้รับคำสั่งซื้อในอนาคตต่อไป อย่างไรก็ตาม ภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นนี้ สิ่งที่มีผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วนคือการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต ตั้งแต่ การใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่า (สูญเสียให้น้อยที่สุด) การวางแผนและบริหารจัดการการผลิตให้มีประสิทธิภาพ และ ที่สำคัญคือการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการติดตามเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ที่สามารถนำมาเพิ่มประสิทธิภาพหรือลดต้นทุนได้ ในส่วนนี้ภาครัฐต้องให้ความสนใจมากขึ้นและจำเป็นต้องให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง

บรรณานุกรม

เอกสารภาษาอังกฤษ

- Abernathy, F.H., A. Volpe, and D. Weil, 2005. "The Future of the Apparel and Textile Industries: Prospects and Choices for Public and Private Actors." Cambridge: Harvard Center for Textile and Apparel Research. Download from <http://www.hctar.org/pdfs/GS10.pdf>.
- Abernathy, F.H., J.T. Dunlop, J.H. Hammond and D. Weil, 1999. *A Stitch in Time: Lean Retailing and the Transformation of Manufacturing – Lessons from the Apparel and Textile Industries*. New York: Oxford University Press.
- Balasubramanyam, V.N. and Wei, Y., 2005. "Textiles and Clothing Exports from India and China: A Comparative Analysis." *Journal of Chinese Economics and Business Studies*, Vol.3, No.1, 23-37.
- Batra, A. and Khan Z., 2005. "Revealed Comparative Advantage: An Analysis for India and China." ICIER Working Paper, No.168. New Delhi: Indian Council for Research on International Economic Relations.
- Diao, X., and A. Somwaru, 2001. "Impact of MFA Phase-Out on the World Economy: An Intertemporal, Global General Equilibrium Analysis." TMD Discussion Paper No. 79. Washington, D.C.: International Food Policy Research Institute.
- Fouquin, M., P. Morand, R. Avisse, G. Minvielle, and P. Dumont, 2002. "Mondialisation et Régionalisation : Le Cas des Industries du Textile et de l'Habillement." Working Paper 2002-08. Paris: Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales.
- Francois, J.F., and D. Spinanger, 2002. "Greater China's Accession to the WTO: Implications for International Trade/Production and for Hong Kong." Paper presented at the Fifth Annual Conference on Global Economic Analysis. Taipei, Taiwan.

- Gereffi, G. and O. Memedovic, 2003 "The Global Apparel Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries?" United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Sectoral Studies Series, available for downloading at <<http://www.unido.org/doc/12218>>.
- Gereffi, G., 1999. "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain." *Journal of International Economics* Vol. 48, pp. 37-70.
- Gereffi, G., J. Humphrey, and T. Sturgeon, 2005. "The Governance of Global Value Chains." *Review of International Political Economy* Vol. 12, No. 1, pp. 78-104.
- Giuliani, E., C. Pietrobelli, and R. Rabellotti, 2005. "Upgrading in Global Value Chains: Lessons from Latin American Clusters." *World Development* Vol. 33, No. 4, pp. 549-573.
- Ianchovichina, E., W. Martin, and E. Fukase, 2000. "Assessing the Implications of Merchandise Trade Liberalization in China's Accession to WTO." Paper presented to the Roundtable on China's Accession to the WTO sponsored by the Chinese Economic Society and the World Bank. Pudong/Shanghai.
- International Labour Organization, 2005. "Promoting Fair Globalization in Textiles and Clothing in a Post-MFA Environment." Geneva: ILO.
- International Trade Centre UNCTAD/WTO, 2005. *Source-it: Global Material Sourcing for the Clothing Industry*. Geneva: International Trade Centre UNCTAD/WTO
- Lowson, B., R. King and A. Hunter, 1999. *Quick Response: Managing the Supply Chain to meet Customer Demand* New York: John Wiley&Sons.
- Mayer, J., 2004. "Not Totally Naked: Textiles and Clothing Trade in a Quota Free Environment." UNCTAD Discussion Paper, No.176. Geneva, UNCTAD.
- Nordas, H.K., 2004. "The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing." WTO Discussion Paper No.5. Geneva: World Trade Organization. Download from http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/discussion_papers5_e.pdf.
- OECD, 2003. "Liberalising Trade in Textiles and Clothing: A Survey on Quantitative Studies." OECD Paper, Download from <http://129.3.20.41/eps/it/papers/0401/0401007.pdf> (accessed in October 2005).
- OECD, 2004. *A New World Map in Textiles and Clothing: Adjusting to Change*. Paris: Organization for Economic Co-operation and Development.
- Palpacuer, F., P. Gibbon, and L. Thomsen. (2005) "New Challenges for Developing Country Suppliers in Global Clothing Chains: A Comparative European Perspective." *World Development* Vol. 33, No. 3, pp. 409-430.

- Risen, C., 2005. "Elimination of Global Textile Quotas Will Accelerate Retail Shake Out." *World Trade* Vol. 18, Issue 1, pp. 25-30.
- Spinanger, D., 1998. "Textiles beyond the MFA Phase-Out." CSDR Working Paper No. 13/98.
- Suphachalasai, S., 1989. *The effects of Government Intervention and the Multi-Fibre Arrangement on the Thai Clothing and Textiles Industry*. Ph.D. Dissertation, Australian National University.
- Tewari, M., 2005. "The Role of Price and Cost Competitiveness in Apparel Exports, Post MFA: A Review." ICIER Working Paper, No.173. New Delhi: Indian Council for International Economic Relations.
- Thongpakde, Nattapong and Wisam Pupphavesa, 1999. "Returning Textiles and Clothing to GATT Disciplines." • World Bank, July 1999, from <http://www1.worldbank.org/wbiep/trade/manila/textiles.pdf>
- United Nations Conference on Trade and Development, 2005. *TNCs and the Removal of Textiles and Clothing Quotas*. Geneva: UNCTAD.
- United States International Trade Commission, 2004. "Textiles and Apparel: Assessment of the Competitiveness of Certain Foreign Suppliers to the US Market." (Publication 3671). Washington, DC: USITC.
- Whalley, J., 2006. "The Post-MFA Performance of Developing Asia." NBER Working Paper, No.12178. Cambridge: NBER.
- WTO, 2001. "Comprehensive Report of the Textiles Monitoring Body to the Council for Trade in Goods on the Implementation of the Agreement on Textiles and Clothing during the Second Stage of the Integration Process." Document G/L/459, 31 July. Geneva: World Trade Organization.

เอกสารภาษาไทย

- ภัททา เกิดเรือง, 2548. อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มหลังปี 2547 ใน อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม: การปรับตัวยุคการค้าเสรี โดย รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (บรรณาธิการ) เอกสารวิชาการหมายเลข 8 โครงการ WTO Watch (ฉบับกระแสดวงการค้าโลก)
- ภัทรจิต ชุมวรฐายี, 2538. "ผลการจำกัดการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปประเทศในข้อตกลง MFA : ศึกษาในกรณีสหรัฐอเมริกา และประชาคมยุโรป". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คันสนีย์ ลิ้มพงษ์, 2547. Multi-Fibre Arrangement กับการจัดระเบียบการค้าสิ่งทอระหว่างประเทศ รายงานวิจัยเสนอโครงการฉบับกระแสดวงการค้าโลก

- ศิริพร บุญสิน, 2542. "ผลกระทบของข้อตกลงรอบอุรุกวัยที่มีต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอไทย : ศึกษากรณีการยกเลิกโควต้าภายใต้ข้อตกลง MFA ของสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภิช ศุภิชลาศัย, 2539. ผลกระทบข้อตกลงรอบอุรุกวัยต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอไทย. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สถาบันพัฒนาสิ่งทอ, 2546. โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (เสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- สมบูรณ์ ศิริประชัย, 2530. "MFA ฉบับใหม่กับความรุ่งเรืองของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย" รายงานวิจัยเสนอต่อคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2540. นโยบายและมาตรการการปรับความทันสมัยอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.