

สินค้าผ้าฝ้ายและเส้นด้าย

เป้าหมายการส่งออกปี 2561 : 2,198 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+2 %)

การส่งออกปี 2561

มูลค่าการส่งออกสินค้าผ้าฝ้ายและเส้นด้ายของไทยในเดือน ม.ค.-พ.ค.61 มีมูลค่า 944.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.62 เนื่องจากความต้องการวัตถุดิบของประเทศกลุ่ม CLMV โดยเฉพาะเมียนมา เวียดนาม และกัมพูชา ซึ่งเป็นตลาดส่งออกสินค้าผ้าฝ้ายและเส้นด้ายเพื่อนำไปตัดเย็บเสื้อผ้ายังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.06 21.49 และ 20.48 ตามลำดับ โดยมีเวียดนามเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่ง เนื่องจากประเทศดังกล่าวยังไม่สามารถผลิตผ้าฝ้ายที่มีคุณสมบัติพิเศษและมีความหลากหลาย และมีคุณภาพทัดเทียมเท่าไทย

การขยายช่องทางการค้าในตลาดอาเซียนและกระตุ้นคำสั่งซื้อในตลาดเก่า เช่น สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ตลอดจนการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่สำคัญในต่างประเทศยังเป็นช่องทางที่สำคัญในการเพิ่มยอดส่งออกผ้าฝ้ายและเส้นด้ายของไทย นอกจากนี้ การเพิ่มมูลค่าผ้าฝ้ายเส้นด้ายของไทยให้มีคุณสมบัติพิเศษ (Functional Textile) เป็นอีกแนวทางสำคัญที่จะสามารถกระตุ้นการรับรู้และความต้องการตลาดได้เป็นอย่างดี

คู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อินเดีย เกาหลีใต้ ไต้หวัน และอินโดนีเซีย

ตลาดหลัก: เวียดนาม เมียนมา บังกลาเทศ ญี่ปุ่น และจีน รวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.28

ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวสูง : อินเดีย ปากีสถาน อิตาลี ลาว และมาเลเซีย ส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 67.35 30.84 26.90 16.85 และ 9.53 ตามลำดับ

จุดแข็งของไทย

1. อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีการผลิตที่ครบวงจรคือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ (ปั่นด้าย/ทอผ้า ⇨ พิมพ์/ฟอกย้อม ⇨ เสื้อผ้าสำเร็จรูป)
2. สามารถเชื่อมโยงการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอในอาเซียนได้
3. สินค้าส่วนใหญ่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก และมีการออกแบบ/พัฒนาในรูปแบบสินค้า (Design) อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ความทันสมัยและตรงกับความต้องการของตลาด

ปัญหาอุปสรรค

1. การขาดแคลนจำนวนแรงงานและแรงงานฝีมือ
2. ความผันผวนของราคาฝ้าย ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรม
3. มาตรการกีดกันทางการค้า เช่น Anti-Dumping และ Safeguard สินค้าเส้นด้าย ผ้าฝ้ายและเส้นใย ส่งผลให้ตลาดส่งออกของไทยแคบลง

กลยุทธ์

1. ภาครัฐควรผลักดันให้มีการใช้วัตถุดิบผ้าฝ้ายในประเทศมากขึ้น โดยให้ผู้ผลิตที่ซื้อวัตถุดิบภายในประเทศเพื่อนำมาผลิตเพื่อการส่งออกได้รับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม
2. สร้างความเชื่อมโยงในอุตสาหกรรม (Supply Chain) โดยพยายามรวมกลุ่มเป็น Cluster ซึ่งรวมกลุ่มผู้ผลิตผ้าฝ้าย ด้าย และเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อใช้วัตถุดิบในประเทศ
3. ภาครัฐพิจารณามาตรการเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมผ้าฝ้ายในประเทศ
4. เน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายและเส้นด้ายเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมในประเทศและส่งออก เช่น โครงการความร่วมมือด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มร่วมกับประเทศญี่ปุ่น (MOC)
5. สนับสนุนและช่วยเหลือผู้ประกอบการในการทำตลาดเชิงรุกมากขึ้น
6. ร่วมมือกับกลุ่มประเทศอาเซียน (เช่น ภายใต้ AFTEX) ในการขยายตลาดสินค้าผ้าฝ้าย
7. การใช้ประโยชน์จากความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)

โครงสร้างราคา (ร้อยละ)

ในประเทศ	นอกประเทศ	Approximate Margin
30	70	8-12

จำนวนผู้ผลิต : 1,885 ราย

ขนาดเล็กร คนงานไม่เกิน 50 คน)	ขนาดกลาง (คนงาน 51-200 คน)	ขนาดใหญ่ (มากกว่า 200 คน)	จำนวนคนงาน รวมทั้งสิ้น	สมาชิก กรรมา
917 ราย	478 ราย	186 ราย	162,749 คน	470 ราย

ตลาดส่งออกสำคัญ

ประเทศ	มูลค่า : ล้าน USD		อัตราขยายตัว : ร้อยละ		สัดส่วน : ร้อยละ	
	2560	2561	2560	2561	60	
	(ม.ค.-พ.ค.)		(ม.ค.-พ.ค.)		(ม.ค.-พ.ค.)	
1. เวียดนาม	288.41	125.09	16.47	21.49	13.38	13.24
2. เมียนมา	162.20	74.44	3.83	22.06	7.52	7.88
3. บังกลาเทศ	155.44	73.20	14.11	3.45	7.21	7.75
4. ญี่ปุ่น	159.46	67.29	0.92	3.65	7.40	7.12
5. จีน	139.77	59.40	-16.47	7.91	6.48	6.29
6. กัมพูชา	102.26	52.72	6.68	20.48	4.74	5.58
7. อินโดนีเซีย	109.77	47.63	5.77	0.19	5.09	5.04
8. เกาหลีใต้	90.29	43.58	2.76	12.19	4.19	4.61
9. ฟิลิปปินส์	65.76	34.22	14.35	31.46	3.05	3.62
10. ตุรกี	57.17	27.61	-16.37	30.33	2.65	2.92
รวม 10 ประเทศ	1,330.53	605.16	4.05	13.75	61.72	64.06
อื่น ๆ	825.13	339.55	7.49	0.55	38.28	35.94
มูลค่ารวม	2,155.66	944.71	5.34	8.62	100.00	100.00

ภาวะการส่งออกสินค้าผ้าฝ้ายและเส้นด้าย

สินค้า	มูลค่า : ล้าน USD		อัตราการขยายตัว (%)		สัดส่วน (%)
	2560	2561	2560	2561	
	(ม.ค.-พ.ค.)		(ม.ค.-พ.ค.)		(ม.ค.-พ.ค.)
ผ้าฝ้ายและด้าย	2,155.66	944.71	5.34	8.62	100
- ผ้าฝ้าย	1,384.78	596.37	6.25	7.68	63.13
- ด้ายและเส้นใยประดิษฐ์	770.88	348.34	3.74	10.28	36.87
** เส้นใยประดิษฐ์ (หมวดสิ่งทอ)	800.92	415.45	16.95	32.74	(14.14)

ฉลากสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง: EU Flower (อียู) และ Carbon Footprint

แบรนด์หลักที่ส่งออก : -