

ห้ามยืมออก

รายงานคำขอให้ประเมินบุคคล
เพื่อพิจารณาให้ดำรงตำแหน่งในสายงาน
นักวิชาการพาณิชย์ 6ว. ตำแหน่งประเภททั่วไป
ตำแหน่งเลขที่ 321

เรื่อง

การสร้างความสามารถในเชิงการแข่งขันทางการค้าของ
อุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

โดย

นางสาวมาลินวิษา ศักดิ์ดิยากร
กรมส่งเสริมการค้าส่งออก
กระทรวงพาณิชย์

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1: บทนำ	5-8
1.1 หลักการและเหตุผล	5-6
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ขอบเขตการศึกษา	6
1.4 ขั้นตอนการศึกษาวิเคราะห์	6-7
1.5 ลักษณะพิเศษที่แสดงความยุ่งยากของงาน	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2: ภาวะการผลิตและการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย	8-19
2.1 คำจำกัดความและประเภทของสิ่งทอ	8
2.2 ภาวะการผลิตและการบริโภคของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย	9-12
2.3 ภาวะการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย	13-19
2.3.1 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย	13-16
▪ มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย	14-15
▪ มูลค่าการนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย	15-16
2.3.2 ตลาดการค้าที่สำคัญของไทยในอุตสาหกรรมสิ่งทอ	16-19
▪ ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยที่สำคัญ	17-18
▪ ตลาดนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่สำคัญของไทย	18-19
บทที่ 3: ภาวะอุตสาหกรรมสิ่งทอในเวทีการค้าโลก	20-26
3.1 ภาวะสิ่งทอในเวทีการค้าโลก	20-23
3.1.1 การส่งออกสิ่งทอในเวทีการค้าโลก	20-22
3.1.2 การนำเข้าสิ่งทอในเวทีการค้าโลก	22-23
3.2 ภาวะอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในเวทีการค้าโลก	23-26
3.2.1 การส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในเวทีการค้าโลก	24-25
3.2.2 การนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในเวทีการค้าโลก	25-26

หน้า

บทที่ 4: บทวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ในตลาดโลก	27-33
4.1 การแข่งขันกันระหว่างธุรกิจในปัจจุบันที่รุนแรงขึ้น (The intensity of rivalry among existing competitors)	27-30
4.2 อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาด (Threat of new entrants)	30-31
4.3 อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of buyers)	31-32
4.4 อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Bargaining power of suppliers)	32-33
4.5 แรงผลักดันซึ่งเกิดจากสินค้า/บริการที่สามารถทดแทนได้ (Threat of Substitute Products or Services)	33
บทที่ 5: บทสรุปและข้อเสนอแนะ	34-39
5.1 การนำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) มาใช้ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน	35-37
5.1.1 โครงการพัฒนาผ้าฝ้ายไทยสู่ตลาดโลก	35-36
5.1.2 โครงการส่งเสริมการตลาดตราสินค้าผ้าฝ้ายไทย (กลุ่ม Thai Tex Trend: T ³)	36
5.1.3 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นแบรนด์ไทย	36-37
5.2 การนำกลยุทธ์โฟกัส (Focus Strategy) มาใช้ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน	37-39
5.2.1 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกผ้าไหมไทย	37-38
5.2.2 การสร้างเครือข่ายทางการค้าที่แข็งแกร่งในระดับภูมิภาค	38-39

แผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1: แผนภูมิโครงสร้างการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย	9
แผนภูมิที่ 2: ระดับของการใช้แรงงาน และ จำนวนโรงงาน ในโครงสร้างการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งทอ ปี 2546	12
แผนภูมิที่ 3: มูลค่าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ปี 2542-2546	13
แผนภูมิที่ 4-5: สัดส่วนการส่งออก / นำเข้า ของผลิตภัณฑ์สิ่งทอสองประเภทหลัก	14
แผนภูมิที่ 6: สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอของไทยไปยังตลาดหลัก ปี 2546	17
แผนภูมิที่ 7: สัดส่วนการนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากตลาดหลักมายังไทย ปี 2546	19
แผนภูมิที่ 8-9: สัดส่วนการส่งออกสิ่งทอโลก ปี 2538-2546	21
แผนภูมิที่ 10: ผู้นำด้านการส่งออกสิ่งทอรายประเทศ ปี 2546	22
แผนภูมิที่ 11-12: สัดส่วนการนำเข้าสิ่งทอโลก ปี 2538-2546	22
แผนภูมิที่ 13: ผู้นำด้านการนำเข้าสิ่งทอโลก ปี 2546	23
แผนภูมิที่ 14-15: สัดส่วนการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มโลก ปี 2538-2546	24
แผนภูมิที่ 16: ผู้นำด้านการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มโลก ปี 2546	25
แผนภูมิที่ 17-18: สัดส่วนการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มโลก ปี 2538-2546	26
แผนภูมิที่ 19: ผู้นำด้านการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มโลก ปี 2546	26
แผนภูมิที่ 20: Five Forces Model	28

ตาราง

ตารางที่ 1: ตารางเปรียบเทียบจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ปี 2543-2546	10
ตารางที่ 2: ตารางเปรียบเทียบการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ปี 2543-2546	11
ตารางที่ 3: การผลิตและการบริโภค ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในไทย	12
ตารางที่ 4: สถิติการส่งออกสิ่งทอ 2546-2547	14
ตารางที่ 5: เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกสิ่งทอไทยปี 2542-2546	15
ตารางที่ 6: สถิติการนำเข้าสิ่งทอ 2546-2547	15
ตารางที่ 7: เปรียบเทียบมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอไทยปี 2542-2546	16
ตารางที่ 8: ตลาดหลักที่มีบทบาทสำคัญทางการค้ากับประเทศไทยในอุตสาหกรรมสิ่งทอ	17
ตารางที่ 9: คู่แข่งรายใหม่ของไทยด้านเสื้อผ้า	31

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ (1) การสร้างรายได้ให้แก่ผู้ใช้แรงงานกว่า 1 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 20 ของแรงงานในทั้งภาคอุตสาหกรรม และ (2) การสร้างรายได้ให้แก่ประเทศถึงปีละกว่า 6 พันล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้ หากมองเฉพาะทางด้านของการค้าระหว่างประเทศ จะเห็นได้ว่าในช่วงห้าปีที่ผ่านมา ประเทศไทยส่งออกสิ่งทอในมูลค่าที่สูงกว่าการนำเข้าถึงกว่าหนึ่งเท่าตัว นำรายได้เข้าสู่ประเทศได้กว่า 5 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 8 ของมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศ

อย่างไรก็ตาม เมื่อมองจากภาพรวมการค้าสิ่งทอโลก จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยนั้น นับวันต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทั้งจากคู่แข่งรายเก่าและรายใหม่ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า และ จากคู่แข่งที่มีปัจจัยความได้เปรียบด้านอื่นๆ อาทิ มีความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีความแปลกแหวกแนว มีช่องทางจัดจำหน่าย และ กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างไปจากผู้อื่น และ/หรือ มีสินค้าแบรนด์เนมของตนเองที่เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก นอกจากนี้แล้ว ก็ยังต้องเผชิญกับผู้ซื้อ (ผู้นำเข้า) ที่มีอำนาจในการต่อรองเพิ่มขึ้น และกับภาวะการณ์ของการเป็นผู้ขายที่มีอำนาจในการต่อรองลดลง

การแก้ไขปัญหาลักษณะและอุปสรรคต่างๆ เหล่านี้ นับเป็นสิ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย จะต้องเร่งดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของตนเอง โดยเฉพาะเมื่อการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอได้เริ่มต้นแล้ว ทั้งนี้ การกำหนดตำแหน่งและทิศทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอครั้งใหม่ (repositioning) โดยพิจารณานำเอารูปแบบของกลยุทธ์ในการแข่งขันที่เหมาะสมมาใช้ ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ

สำหรับรายงานฉบับนี้ จะขอเน้นถึงกลยุทธ์การแข่งขันสองรูปแบบ คือ กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง และ กลยุทธ์โฟกัส ซึ่งน่าจะเหมาะสมกับประเทศไทยที่กำลังก้าวออกจากการเป็นผู้ นำทางด้านต้นทุน โดยกลยุทธ์ทั้งสองนี้ได้ถูกยกขึ้นเพื่อเป็นเพียงแนวทางเลือกหนึ่งที่หน่วยงาน ภาครัฐอย่างกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงพาณิชย์จะสามารถนำไปใช้ประกอบการพิจารณา เพื่อกำหนดตำแหน่งและทิศทางของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย รวมทั้งจัดทำนโยบาย/โครงการ/

กิจกรรมที่สอดคล้องกันต่อไป นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางที่ผู้ผลิต ผู้ส่งออกสิ่งทอไทยจะสามารถนำไปปรับใช้กับกิจการของตนเองอีกด้วยเช่นกัน

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในตลาดโลก โดยนำเอาโมเดล Five Forces ของศาสตราจารย์ไมเคิล อี พอร์เตอร์ มาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมสิ่งทอไทย กำหนดทิศทางและตำแหน่งการแข่งขันของตนเองต่อไปได้ในอนาคต

1.3 ขอบเขตการศึกษา

- 1.3.1 ศึกษาภาวะการผลิตและการส่งออกสิ่งทอไทยในภาพรวม
- 1.3.2 ศึกษาภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในเวทีการค้าโลก
- 1.3.3 วิเคราะห์เกี่ยวกับความสามารถในเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในเวทีโลก รวมทั้งเสนอแนะกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่จะช่วยในการเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในเวทีการค้าโลก
- 1.3.4 ประมวลกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการมาแล้ว/น่าจะดำเนินการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

1.4 ขั้นตอนการศึกษาวิเคราะห์

- 1.4.1 ศึกษาภาวะการผลิตและส่งออกสิ่งทอ รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลของภาครัฐและเอกชน วารสารที่เกี่ยวข้อง สถิติการค้า ข้อมูลในอินเทอร์เน็ต
- 1.4.2 ศึกษาวิธีการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยประมวลจากตำราการบริหารจัดการ
- 1.4.3 ศึกษากลยุทธ์ด้านต่างๆ ทั้งในด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการเน้นกลุ่มเป้าหมาย โดยประมวลจากตำราการบริหารจัดการด้านการค้าระหว่างประเทศ
- 1.4.4 รวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบาย/โครงการ/กิจกรรม ต่างๆ ที่ดำเนินการโดยกรมส่งเสริมการส่งออก และ ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย
- 1.4.5 ประมวลข้อมูลที่ได้มาข้างต้น นำมาศึกษา วิเคราะห์ และเรียบเรียงให้เกิดความสมบูรณ์ในเนื้อหา

1.4.6 สรุปผลการศึกษาทั้งหมดและจัดทำเป็นรายงานพร้อมความเห็นและข้อเสนอแนะ

1.5 ลักษณะพิเศษที่แสดงความยุ่งยากของงาน

- 1.5.1 แม้ว่าข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งทอจะมีอยู่มากมาย แต่เป็นข้อมูลที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายตามแหล่งต่างๆ และไม่ค่อยทันสมัยมาก จึงทำให้ผู้ศึกษาต้องใช้เวลาในการสืบค้นและติดต่อเพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการ
- 1.5.2 การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นเรื่องที่ครอบคลุมหลายด้านทั้งในด้านการผลิต การตลาด การลงทุน กฎระเบียบ ฯลฯ ซึ่งต่างเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ทำให้การวิเคราะห์เรื่องดังกล่าวเป็นไปด้วยความยุ่งยากและอาจจะไม่ครอบคลุมเนื้อหาทุกด้าน
- 1.5.3 การศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการนำเอา Five Forces Model มาใช้ มีจุดอ่อนตรงที่โมเดลดังกล่าวเน้นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของอุตสาหกรรมที่กำลังศึกษาอยู่เท่านั้น โดยไม่ค่อยได้คำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ภายในอุตสาหกรรม หรือ ในองค์กรที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้น

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 ทำให้ทราบภาวะการผลิตและการส่งออกสิ่งทอไทยในปัจจุบัน
- 1.6.2 ทำให้ผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอ รวมทั้งผู้ผลิต ผู้ส่งออกไทย ได้เข้าใจถึงภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย และ ปัญหาที่แท้จริง โดยสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา/ปรับปรุง ให้อุตสาหกรรม/กิจการของตน มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันเพิ่มขึ้น

บทที่ 2

ภาวะการผลิตและการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

2.1 คำจำกัดความและประเภทของสิ่งทอ

สิ่งทอ มีคำจำกัดความตรงกับภาษาอังกฤษว่า Textile ซึ่งหมายถึง การจำแนกวัสดุที่สามารถนำมาทำเป็นผืนผ้าไว้อย่างกว้าง ๆ ได้แก่ เส้นใย เส้นด้าย รวมถึงผ้าทอ ผ้าถัก ผ้าตาข่าย และสินค้าจากลูกไม้และโครเชต์ (Fairchild's Dictionary of Textiles)

รศ. นवलแข ปาลิวนิช ได้ให้คำจำกัดความของสิ่งทอว่า หมายถึงรวมถึงสิ่งทอหรือผลิตภัณฑ์สิ่งทอทุกชนิดที่ผลิตจากเส้นใยทั้งด้วยวิธีการทอและไม่ทอ (2542: 10)

หากมองจากอีกแง่มุม สามารถจำแนกสิ่งทอออกได้เป็นสามกลุ่มใหญ่ ๆ ตามลักษณะการนำไปใช้งาน คือ (1) สิ่งทอที่ใช้เพื่อผลิตเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม (2) สิ่งทอที่ใช้เป็นผ้าที่ใช้ในบ้านหรือเคหะสิ่งทอ และผ้าที่ใช้ตกแต่งบ้าน (3) สิ่งทอที่ใช้ในงานอุตสาหกรรม หากแต่สิ่งทอที่มีปริมาณการผลิตและการนำไปใช้มากที่สุด คือ สิ่งทอประเภทแรก หรือ ผ้าที่ใช้เป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม

สำหรับทางด้านการศุลกากรของไทยแล้ว ได้มีการรวมรายการต่าง ๆ ไว้ภายใต้หมวดสิ่งทอ (พิกัดศุลกากร รหัส 301000000) ดังนี้

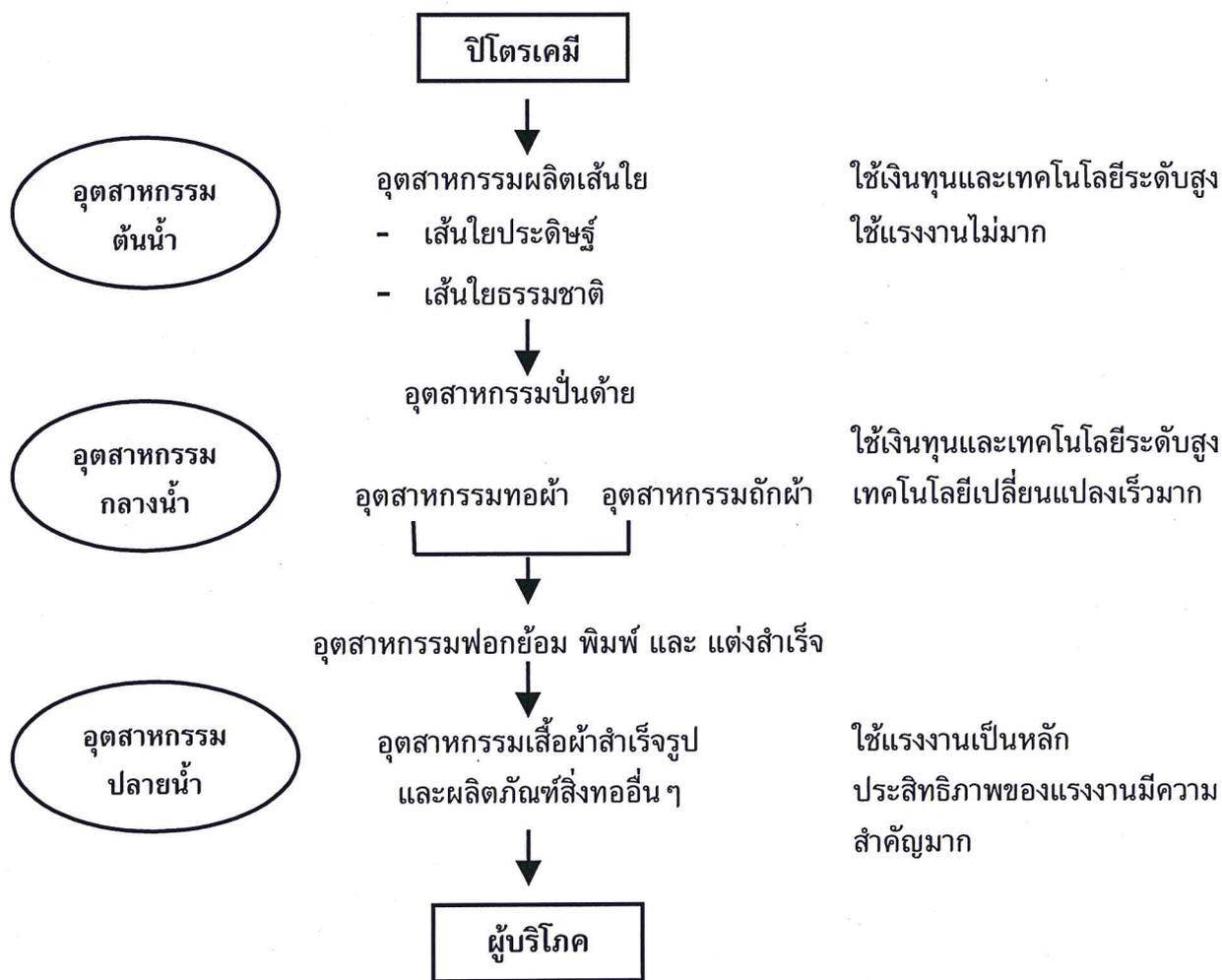
- 2.1.1 เครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป (เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากฝ้าย เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากเส้นใยประดิษฐ์ เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากไหม เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากขนสัตว์ เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากวัสดุทออื่น ๆ เสื้อผ้าเด็กอ่อน)
- 2.1.2 เครื่องยกทรง รัดทรงและส่วนประกอบ ถุงเท้าและถุงน่อง ถุงมือผ้า
- 2.1.3 ผ้าผืนและด้าย ได้แก่ ผ้าผืนทำจากฝ้าย ผ้าผืนทำจากเส้นใยประดิษฐ์ ผ้าผืนทำจากไหม ผ้าผืนทำจากวัสดุทออื่น ๆ ด้ายฝ้าย ด้ายเส้นใยประดิษฐ์
- 2.1.4 เคหะสิ่งทอ
- 2.1.5 เส้นใยประดิษฐ์
- 2.1.6 ผ้าปักและผ้าลูกไม้
- 2.1.7 ตาข่ายจับปลา
- 2.1.8 ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ
- 2.1.9 ผ้าแบบสำหรับตัดเสื้อและผ้าที่จัดทำแล้ว
- 2.1.10 สิ่งทออื่น ๆ

2.2 ภาวะการผลิตและการบริโภคของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีมานานแล้ว โดยได้วิวัฒนาการมาจาก อุตสาหกรรมขนาดเล็กที่ทำกันภายในครัวเรือนเพื่อใช้บริโภคกันเอง มาเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและใหญ่ที่ทำเพื่อประกอบธุรกิจขายในประเทศและนอกประเทศ

หากดูจากโครงสร้างการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย สามารถจำแนกอุตสาหกรรมออกได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) อุตสาหกรรมกลางน้ำ (Midstream) อุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream)(แผนภูมิที่ 1)

แผนภูมิที่ 1: แผนภูมิโครงสร้างการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย



จากการสำรวจพบว่าในปี 2003 มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมผลิตเส้นใยประดิษฐ์ หรือโรงงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมต้นน้ำ จำนวนทั้งสิ้น 18 โรง มีโรงงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกลางน้ำ จำนวนทั้งสิ้น 1,916 โรง แบ่งเป็น โรงงานปั่นด้าย จำนวน 154 โรง โรงงานทอผ้า จำนวน 673 โรง โรงงานถักผ้า จำนวน 675 โรง และโรงงานฟอกย้อม พิมพ์ และแต่งเสร็จ จำนวน 414 โรง ในขณะเดียวกัน ยังมีโรงงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมปลายน้ำ หรือ โรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำนวนทั้งสิ้น 2,658 โรง หากคิดรวมกันแล้ว พบว่าในประเทศไทยมีโรงงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำนวนทั้งสิ้น 4,592 โรง เพิ่มขึ้นจากในปี 2545 จำนวน 22 โรง หรือ ร้อยละ 0.5 และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอในช่วงระยะ 5 ปี ย้อนหลัง จะสังเกตได้ว่าจำนวนของโรงงานมีการเพิ่มขึ้น/ลดลงไม่มาก เฉลี่ยแล้วในระหว่างปี 2542-2546 มีโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำนวน 4,563.4 โรง (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1: ตารางเปรียบเทียบจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ปี 2543-2546

โรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอ	ปี				
	2542	2543	2544	2545	2546
1. โรงงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมต้นน้ำ - โรงงานผลิตเส้นใยประดิษฐ์	18	17	17	18	18
2. โรงงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกลางน้ำ - โรงงานปั่นด้าย - โรงงานทอผ้า - โรงงานถักผ้า - โรงงานฟอกย้อม พิมพ์ และแต่งเสร็จ	150 685 625 410	148 677 631 412	149 675 657 405	150 681 664 409	154 673 675 414
3. โรงงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมปลายน้ำ - โรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป	2,666	2,672	2,641	2,648	2,658
รวม	4,554	4,557 (0.1)	4,544 (-0.3)	4,570 (0.6)	4,592 (0.5)

ที่มา: ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ในด้านของการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ พบว่าในปี 2003 มีการจ้างงานในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตเส้นใยประดิษฐ์ หรือในอุตสาหกรรมต้นน้ำ จำนวนทั้งสิ้น 15,500 คน มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมกลางน้ำ จำนวนทั้งสิ้น 227,110 คน แบ่งเป็น การจ้างงานในโรงงานปั่นด้าย จำนวน 61,750 คน ในโรงงานทอผ้า จำนวน 57,880 คน ในโรงงานถักผ้า จำนวน 60,280 คน

และในโรงงานฟอกย้อม พิมพ์ และแต่งเสร็จ จำนวน 47,200 คน ในขณะเดียวกัน ยังมีการจ้างงานในอุตสาหกรรมปลายน้ำ หรือ ในโรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำนวนทั้งสิ้น 841,520 คน หากคิดรวมกันแล้ว พบว่าในประเทศไทยมีการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำนวนทั้งสิ้น 1,084,130 คน หรือประมาณร้อยละ 21.31 ของการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรม (ตารางที่ 2)

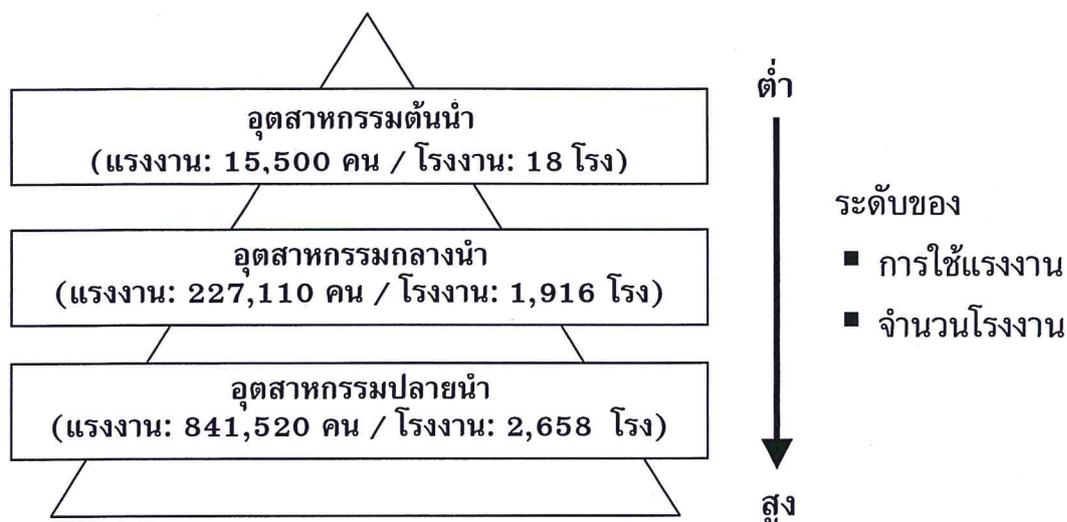
ตารางที่ 2: ตารางเปรียบเทียบการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ปี 2543-2546

โรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอ	ปี				
	2542	2543	2544	2545	2546
1. การจ้างงานในอุตสาหกรรมต้นน้ำ - ในโรงงานผลิตเส้นใยประดิษฐ์	15,900	15,400	15,340	15,600	15,500
2. การจ้างงานในอุตสาหกรรมกลางน้ำ - ในโรงงานปั่นด้าย	61,800	60,310	60,470	60,580	61,750
- ในโรงงานทอผ้า	59,540	58,870	58,730	58,980	57,880
- ในโรงงานถักผ้า	58,480	58,740	59,790	59,930	60,280
- ในโรงงานฟอกย้อม พิมพ์ และแต่งเสร็จ	47,050	47,180	46,750	46,930	47,200
3. การจ้างงานในอุตสาหกรรมปลายน้ำ - ในโรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป	843,030	843,200	840,460	840,850	841,520
รวม	1,085,800	1,083,700 (-0.2)	1,081,540 (-0.2)	1,082,870 (0.1)	1,084,130 (0.1)

ที่มา: ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

สถิติเกี่ยวกับจำนวนโรงงานและการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอตั้งที่กล่าวมาข้างต้น สอดคล้องกับข้อสังเกตการณ์ของศุภชัย ศุภชลาศัย (2537) ที่ว่า หากดูจากลักษณะของโครงสร้างการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอแล้ว จะพบว่าระดับของการใช้แรงงานในการผลิต และ จำนวนของโรงงานอุตสาหกรรมในการผลิต (รวมทั้งมูลค่าที่ได้จากการส่งออก) จะเพิ่มขึ้นตามลำดับ จากอุตสาหกรรมต้นน้ำ สู่อุตสาหกรรมกลางน้ำ และ ปลายน้ำ (แผนภูมิที่ 2)

แผนภูมิที่ 2: ระดับของการใช้แรงงาน และ จำนวนโรงงาน ในโครงสร้างการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งทอ ปี 2546



หากดูจากสถิติเกี่ยวกับปริมาณการผลิตและบริโภคผลิตภัณฑ์สิ่งทอในไทย พบว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2542-2546) มีการบริโภคเส้นใยประดิษฐ์ภายในประเทศในระดับที่สูงกว่าการผลิต ในขณะที่ในส่วนของการผลิตภัณฑ์เส้นด้าย ผ้าฝืน และ เสื้อผ้าสำเร็จรูป นั้น มีปริมาณการผลิตอยู่ในระดับที่สูงกว่าปริมาณการบริโภคภายในประเทศ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3: การผลิตและการบริโภค ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในไทย

การผลิต / การบริโภค ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในไทย	ปี				
	2542	2543	2544	2545	2546
1. เส้นใย (1,000 ตัน)					
- การผลิต	708.0	747.6	754.4	826.3	816.8
- การบริโภค	717.9	795.0	843.6	910.7	921.4
2. เส้นด้าย (1,000 ตัน)					
- การผลิต	762.8	838.8	888.2	976.4	977.9
- การบริโภค	598.3	712.1	726.0	773.4	753.9
3. ผ้าฝืน (1,000 ตัน)					
- การผลิต	592.4	705.0	718.8	765.7	746.3
- การบริโภค	538.2	659.5	679.6	720.2	687.0
3. เสื้อผ้าสำเร็จรูป (1,000 ตัน)					
- การผลิต	387.9	441.4	446.6	457.8	455.2
- การบริโภค	222.2	262.0	260.7	282.2	284.0

ที่มา: ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

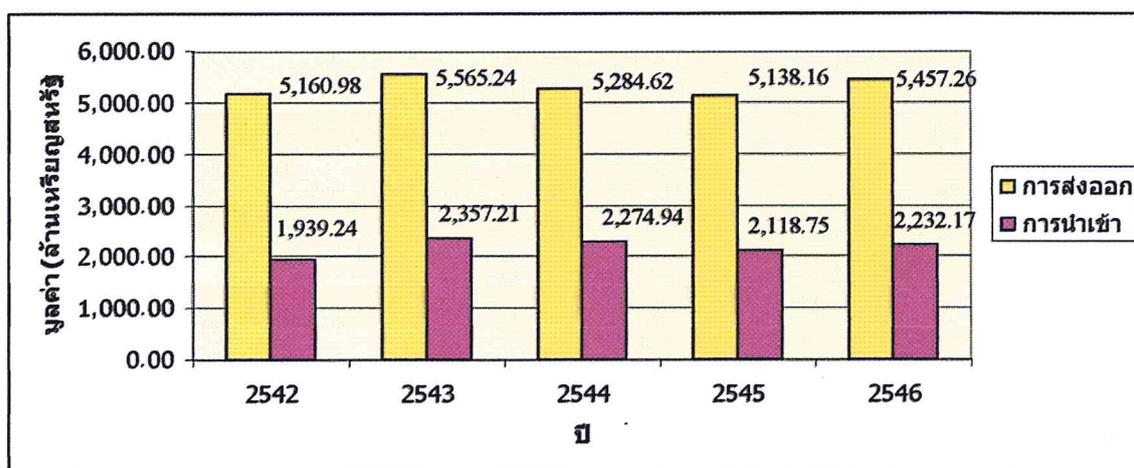
2.3 ภาวะการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

ในอดีตนั้น อุตสาหกรรมสิ่งทอเคยเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งติดต่อกันเป็นเวลากว่าหนึ่งทศวรรษนับตั้งแต่ปี 2528 จนถึงปี 2539 แต่ด้วยภาวะการแข่งขันในเวทีการค้าโลกที่ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปัจจัยภายในประเทศ อาทิ ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในปัจจุบันลดบทบาทลง ทั้งนี้ หากดูจากสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคอุตสาหกรรม ณ ราคาปัจจุบัน จะพบว่าในปี 2546 นั้น อุตสาหกรรมสิ่งทอสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 6,544.5 ล้านบาทหรือร้อยละ 14.69 ของรายได้จากภาคอุตสาหกรรม ถือเป็นอุตสาหกรรมอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มซึ่งสร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้ถึง 8,326.9 ล้านบาทหรือร้อยละ 18.70

2.3.1 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

หากมองในภาพรวม จะเห็นได้ว่าในช่วงห้าปีที่ผ่านมา การส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยนั้นมีมูลค่าสูงกว่ามูลค่าการนำเข้ากว่าสองเท่า (แผนภูมิที่ 3)

แผนภูมิที่ 3: มูลค่าการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ปี 2542-2546
(ล้านบาทหรือร้อยละ)

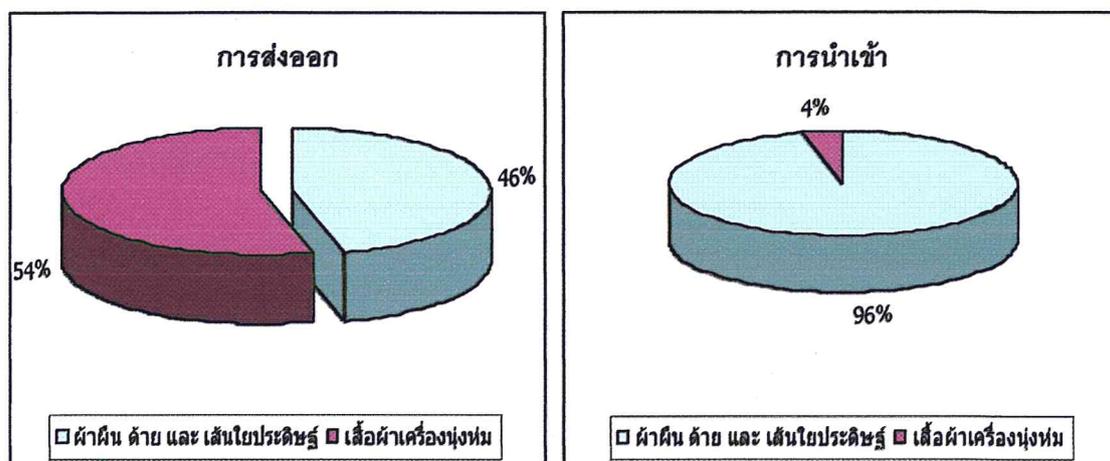


ที่มา: กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาทางด้านของการส่งออก สังเกตเห็นได้ว่าการส่งออกผ้าฝ้าย ด้าย และ เส้นใยประดิษฐ์ มีสัดส่วนใกล้เคียงกับการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม หรือประมาณ

ครั้งต่อครั้ง ในขณะที่ทางด้านการนำเข้า พบว่ามีการนำเข้าผ้าฝ้าย ด้าย และ เส้นใยประดิษฐ์ มากกว่าร้อยละ 90 ของสัดส่วนการนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอ

แผนภูมิที่ 4-5: สัดส่วนการส่งออก / นำเข้า ของผลิตภัณฑ์สิ่งทอสองประเภทหลัก



ที่มา: กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

ในด้านการส่งออกนั้น จะเห็นได้ว่าในระหว่างเดือนมกราคม-ตุลาคม 2547 ประเทศไทยทำการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอได้ 5,281.2 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นจากในช่วงเดียวกันของปีก่อน 777.2 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ ร้อยละ 17.26 และ ได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าตลอดปี 2547 จะส่งออกได้ถึง 5,800 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 328 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ ร้อยละ 6 (ตาราง 4)

ตารางที่ 4: สถิติการส่งออกสิ่งทอ 2546-2547

รายการ	ล้านเหรียญสหรัฐ			
	2546 (ม.ค. - ต.ค.)	2547 (ม.ค. - ต.ค.)	2546	2547 (เป้าหมาย)
การส่งออกสิ่งทอ	4,504.0	5,281.2	5,472	5,800

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก

หากดูย้อนหลัง จะพบว่าในปี 2546 นั้น ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอคิดเป็นมูลค่ารวม 5,457.26 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 6.8 ของยอดการส่งออกรวมของประเทศ สามารถแยกออกได้เป็นการส่งออกผ้าฝ้าย ด้ายและเส้นใยประดิษฐ์ 2,507.1 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 45.9 ของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอ และ การส่งออกเสื้อผ้า

สำเร็จรูป เป็นเงิน 2,950.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 54.1 ของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง (2542-2546) จะสังเกตเห็นได้ว่าสัดส่วนของผลิตภัณฑ์สิ่งทอต่อการส่งออกรวมนั้น มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 8.8 ในปี 2542 เป็นร้อยละ 8.1 ในปี 2543 และ 2544 เป็นร้อยละ 7.5 ในปี 2545 และ 6.8 ในปี 2546 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5: เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกสิ่งทอไทยปี 2542-2546

รายการ	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)				
	2542	2543	2544	2545	2546
การส่งออกรวม	58,516.09	68,925.92	64,853.93	68,652.72	80,277.61
การส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	5,160.98	5,565.24	5,284.62	5,138.16	5,457.26
อัตราการขยายตัว (%)	-7.6	14.4	5.2	-6.0	2.6
สัดส่วนต่อการส่งออกรวม (%)	8.8	8.1	8.1	7.5	6.8
การส่งออกผ้าฝ้าย ด้ายและเส้นใยประดิษฐ์	2,133.32	2,315.2	2,207.21	2,240.32	2,507.1
อัตราการขยายตัว (%)	-4.3	15.2	5.6	-1.9	8.1
สัดส่วนต่อการส่งออกสิ่งทอ (%)	41.3	41.6	41.8	43.6	45.9
การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป	3,027.66	3,250.04	3,077.41	2,897.84	2,950.16
อัตราการขยายตัว (%)	-9.8	13.9	4.9	-9.0	-1.7
สัดส่วนต่อการส่งออกสิ่งทอ (%)	58.7	58.4	58.2	56.4	54.1

ที่มา: กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

มูลค่าการนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

ในด้านการนำเข้านั้น จะเห็นได้ว่าในระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน 2547 ประเทศไทยนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอเข้ามาในประเทศประมาณ 1,992.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากในช่วงเดียวกันของปีก่อน 232.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ ร้อยละ 13.22 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6: สถิติการนำเข้าสิ่งทอ 2546-2547

รายการ	ล้านเหรียญสหรัฐ		
	2546 (ม.ค. - มิ.ย.)	2547 (ม.ค. - มิ.ย.)	2546 (ม.ค. - ธ.ค.)
การนำเข้าสิ่งทอ	1,759.4	1,992.1	2,232.17

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก

หากดูย้อนหลัง จะพบว่าในปี 2546 นั้น ประเทศไทยนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอคิดเป็นมูลค่ารวม 2,232.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 3.0 ของยอดการนำเข้ารวมของประเทศ สามารถแยกออกได้เป็นการนำเข้าผ้าฝ้าย ด้ายและเส้นใยประดิษฐ์ 2,126.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 95.3 ของมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอ และ การนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นเงิน 105.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ ร้อยละ 4.7 ของมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง (2542-2546) จะสังเกตเห็นได้ว่าสัดส่วนของผลิตภัณฑ์สิ่งทอต่อการนำเข้ารวมนั้น มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 3.8 ในปี 2542 และ 2543 เป็นร้อยละ 3.7 ในปี 2544 ร้อยละ 3.3 ในปี 2545 และ 3.0 ในปี 2546 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7: เปรียบเทียบมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอไทยปี 2542-2546

รายการ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)				
	2542	2543	2544	2545	2546
การนำเข้ารวม	50,406.74	62,104.91	61,944.87	64,528.92	75,562.12
การนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	1,939.24	2,357.21	2,274.94	2,118.75	2,232.17
อัตราการขยายตัว (%)	-0.7	29.0	6.9	-10.0	1.7
สัดส่วนต่อการนำเข้ารวม (%)	3.8	3.8	3.7	3.3	3.0
การนำเข้าผ้าฝ้าย ด้ายและเส้นใยประดิษฐ์	1,877.03	2,275.59	2,186.83	2,026.09	2,126.93
อัตราการขยายตัว (%)	-1.2	28.5	6.6	-10.4	1.4
สัดส่วนต่อการนำเข้าสิ่งทอ (%)	96.8	96.4	96.1	95.6	95.3
การนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป	62.21	84.62	88.11	92.66	105.24
อัตราการขยายตัว (%)	19.0	44.4	15.3	1.7	9.7
สัดส่วนต่อการนำเข้าสิ่งทอ (%)	3.2	3.6	3.9	4.4	4.7

ที่มา: กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

2.3.2 ตลาดการค้าที่สำคัญของไทยในอุตสาหกรรมสิ่งทอ

ตลาดหลักที่มีบทบาทสำคัญทางการค้ากับประเทศไทยในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน และ ญี่ปุ่น โดยไทยส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอไปสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับหนึ่ง ในขณะที่นำเข้าจากจีนเป็นอันดับหนึ่ง เมื่อมองจากภาพย่อย จะเห็นได้ว่าตลาดส่งออกเส้นใยประดิษฐ์ ที่ใหญ่ที่สุดของไทย คือ จีน ในขณะที่ตลาดส่งออกเส้นด้ายที่ใหญ่ที่สุดของไทย คือ ญี่ปุ่น และตลาดส่งออกผ้าฝ้าย กับ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ที่ใหญ่ที่สุด คือ

สหรัฐอเมริกา ในทางกลับกันไทยนำเข้าเส้นใยประดิษฐ์จากสหรัฐอเมริกามากที่สุด ในขณะที่นำเข้าเส้นด้าย ผ้าฝืน และ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มจากจีนมากที่สุด (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8: ตลาดหลักที่มีบทบาทสำคัญทางการค้ากับประเทศไทยในอุตสาหกรรมสิ่งทอ

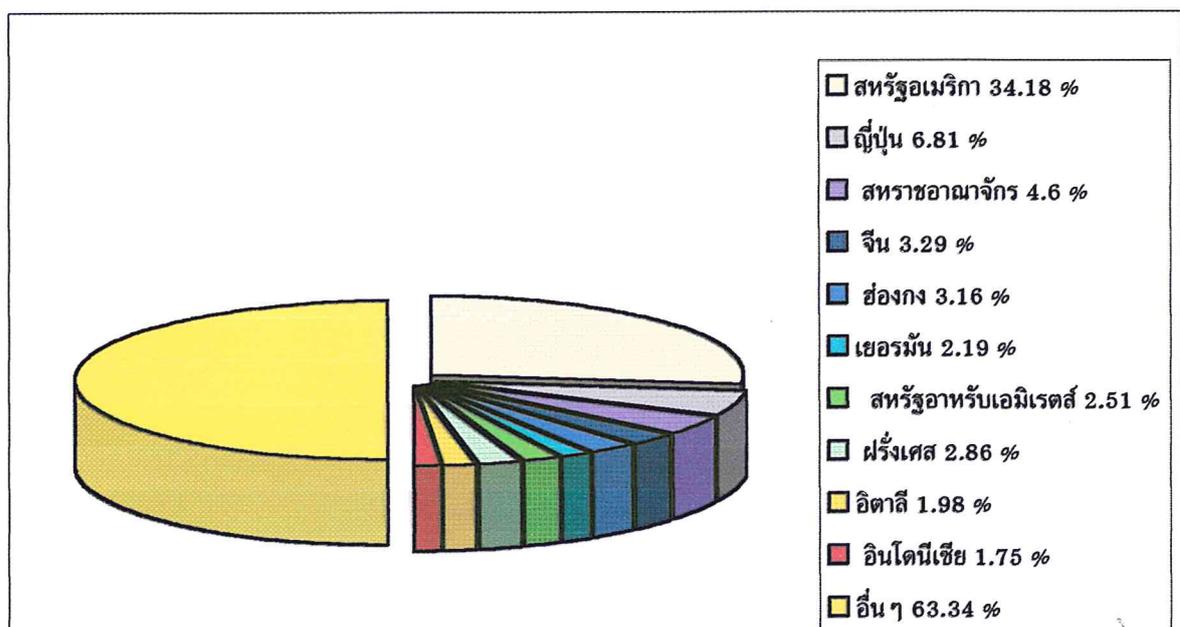
ตลาดส่งออกสิ่งทอของไทยที่ใหญ่ที่สุด		ตลาดนำเข้าสิ่งทอมายังไทยที่ใหญ่ที่สุด	
รายการ	ตลาด	รายการ	ตลาด
ผลิตภัณฑ์สิ่งทอรวม	สหรัฐอเมริกา	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอรวม	จีน
เส้นใยประดิษฐ์	จีน	เส้นใยประดิษฐ์	สหรัฐอเมริกา
เส้นด้าย	ญี่ปุ่น	เส้นด้าย	จีน
ผ้าฝืน	สหรัฐอเมริกา	ผ้าฝืน	จีน
เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม	สหรัฐอเมริกา	เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม	จีน

ที่มา: ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยที่สำคัญ

ตลาดส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรกของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในปี 2546 ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร จีน ฮองกง เยอรมัน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ฝรั่งเศส อิตาลี และ อินโดนีเซีย (สถิติมูลค่าการส่งออกในภาคผนวก)

แผนภูมิที่ 6: สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอของไทยไปยังตลาดหลัก ปี 2546



ที่มา: WTO, 2004

ทั้งนี้ หากมองจากมุมมอง สามารถแบ่งตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอออกได้เป็นส่วนหลัก ๆ คือ ตลาดส่งออกเส้นใยประดิษฐ์ ตลาดส่งออกเส้นด้าย ตลาดส่งออกผ้าผืนและตลาดส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม

สำหรับตลาดส่งออกเส้นใยประดิษฐ์ที่สำคัญของไทยในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (2543-2546) ได้แก่ จีน อินโดนีเซีย ฮองกง ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อินเดีย อิหร่าน ฟิลิปปินส์ โดยในช่วงปี 2545-2546 ไทยส่งออกเส้นใยประดิษฐ์ไปยังจีนเป็นอันดับหนึ่งแทนที่อินโดนีเซียซึ่งเคยครองตลาด (สถิติตลาดส่งออกเส้นใยประดิษฐ์ที่สำคัญของไทยตามภาคผนวก)

ทางด้านของตลาดส่งออกเส้นด้ายที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน สหรัฐอเมริกา อิตาลี มาเลเซีย ตุรกี และ ฮองกง โดยในปี 2546 ไทยส่งออกเส้นด้ายไปยังญี่ปุ่นเป็นอันดับหนึ่งแทนที่เกาหลีใต้ซึ่งเคยครองตลาด (สถิติตลาดส่งออกเส้นด้ายที่สำคัญของไทยตามภาคผนวก)

ในขณะเดียวกัน ตลาดส่งออกผ้าผืนที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จีน ฮองกง เนเธอร์แลนด์ บังกลาเทศ ลาว อิตาลี และ เยอรมัน โดยไทยส่งออกผ้าผืนไปยังสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับหนึ่งมาโดยตลอด (สถิติตลาดส่งออกผ้าผืนที่สำคัญของไทยตามภาคผนวก)

ตลาดส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น เยอรมัน ฝรั่งเศส เบลเยียม แคนาดา และ เนเธอร์แลนด์ โดยไทยส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับหนึ่ง หรือประมาณร้อยละ 55 ของการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด (สถิติตลาดเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของไทยตามภาคผนวก)

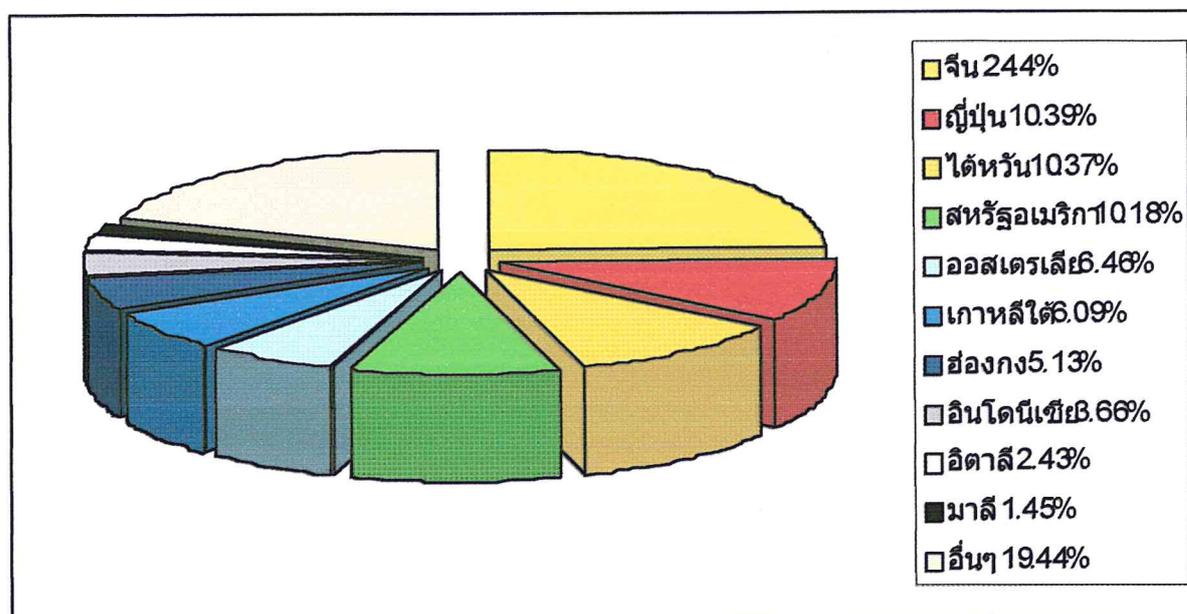
ตลาดนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่สำคัญของไทย

ตลาดนำเข้าที่สำคัญ 10 อันดับแรกของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในปี 2546 ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ ฮองกง อินโดนีเซีย อิตาลี และ มาลี (สถิติมูลค่าการส่งออกในภาคผนวก)

หากมองจากภาพย่อย จะเห็นได้ว่าตลาดนำเข้าเส้นใยประดิษฐ์ที่สำคัญของไทยในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (2543-2546) ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย จีน ญี่ปุ่น มาลี เบนิน ซิมบับเว โดยในปี 2546 นั้น ไทยนำเข้าเส้นใยประดิษฐ์จากสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับหนึ่ง

แทนที่ออสเตรเลียซึ่งเคยครองตลาด (สถิติตลาดนำเข้าเส้นใยประดิษฐ์ที่สำคัญของไทยตามภาคผนวก)

แผนภูมิที่ 7: สัดส่วนการนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากตลาดหลักมายังไทย ปี 2546



ที่มา: WTO, 2004

ทางด้านของเส้นด้ายนั้น ตลาดนำเข้าที่สำคัญของไทย ได้แก่ จีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ฮ่องกง เกาหลีใต้ และ สหรัฐอเมริกา โดยไทยนำเข้าเส้นด้ายจากประเทศจีนเป็นอันดับหนึ่งมาโดยตลอด (สถิติตลาดนำเข้าเส้นด้ายที่สำคัญของไทยตามภาคผนวก)

ในขณะเดียวกัน ตลาดนำเข้าผ้าผืนที่สำคัญของไทย ได้แก่ จีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฮ่องกง อินโดนีเซีย และ อิตาลี โดยในปี 2545-2546 ไทยนำเข้าเส้นใยประดิษฐ์จากจีนเป็นอันดับหนึ่งแทนที่ไต้หวันซึ่งเคยครองตลาด (สถิติตลาดนำเข้าผ้าผืนที่สำคัญของไทยตามภาคผนวก)

สำหรับรายการเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มแล้ว ตลาดนำเข้าที่สำคัญของไทย ได้แก่ จีน ฮ่องกง อิตาลี ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส มาเลเซีย และ อินโดนีเซีย โดยไทยนำเข้าจากประเทศจีนประมาณร้อยละ 65 ของการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด (สถิติตลาดนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของไทยตามภาคผนวก)

บทที่ 3

ภาวะอุตสาหกรรมสิ่งทอในเวทีการค้าโลก

หากไม่กล่าวรวมถึงอุตสาหกรรมสิ่งทอบางประเภท อาทิ อุตสาหกรรมไหม อุตสาหกรรม non-woven (ซึ่งผลิตผ้าอ้อมเด็ก ชุดผ่าตัดของแพทย์ ผลิตภัณฑ์ไว้ใช้ในโรงพยาบาล) อุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อการเคหะ แล้วนั้น สามารถแบ่งอุตสาหกรรมสิ่งทอออกได้เป็นสองประเภทหลักๆ คือ (1) ผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำ ได้แก่ เส้นใยประดิษฐ์ ด้าย และผ้าผืน และ (2) ผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากอุตสาหกรรมปลายน้ำ หรือ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม

สำหรับในบทนี้ จะขอกล่าวถึงเฉพาะภาวะอุตสาหกรรมสิ่งทอสองประเภทหลัก คือ ภาวะสิ่งทอ ซึ่งประกอบไปด้วยผ้าผืน เส้นด้าย และ เส้นใยประดิษฐ์ และ ภาวะอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม

3.1 ภาวะสิ่งทอในเวทีการค้าโลก

เมื่อมองจากภาพรวม จะเห็นได้ว่ากลุ่มประเทศกำลังพัฒนา นับเป็นกลุ่มประเทศที่มีการส่งออก (ร้อยละ 56) และนำเข้า (ร้อยละ 51) สิ่งทอมากที่สุด ตามด้วยกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว และ กลุ่มประเทศที่กำลังเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองมาเป็นแบบทุนนิยม

เมื่อมองเป็นรายทวีป พบว่าทวีปอเมริกาเหนือ ลาตินอเมริกา และ แอฟริกากับตะวันออกกลาง เป็นกลุ่มประเทศที่มีสัดส่วนการนำเข้าสิ่งทอสูงกว่าการส่งออก ในขณะที่ เอเชีย และยุโรป ตะวันตกส่งออกสิ่งทอในสัดส่วนที่มากกว่าการนำเข้า

สำหรับผู้ส่งออกสิ่งทอรายใหญ่ที่สุดของโลกนั้น ได้แก่ จีน สหภาพยุโรป และ สหรัฐอเมริกา ในขณะที่ผู้นำเข้าสิ่งทอรายใหญ่ของโลกยังคงมีสามประเทศดังกล่าวครองตำแหน่ง โดยมีสหภาพยุโรปเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุด ตามด้วยสหรัฐอเมริกา และ จีน

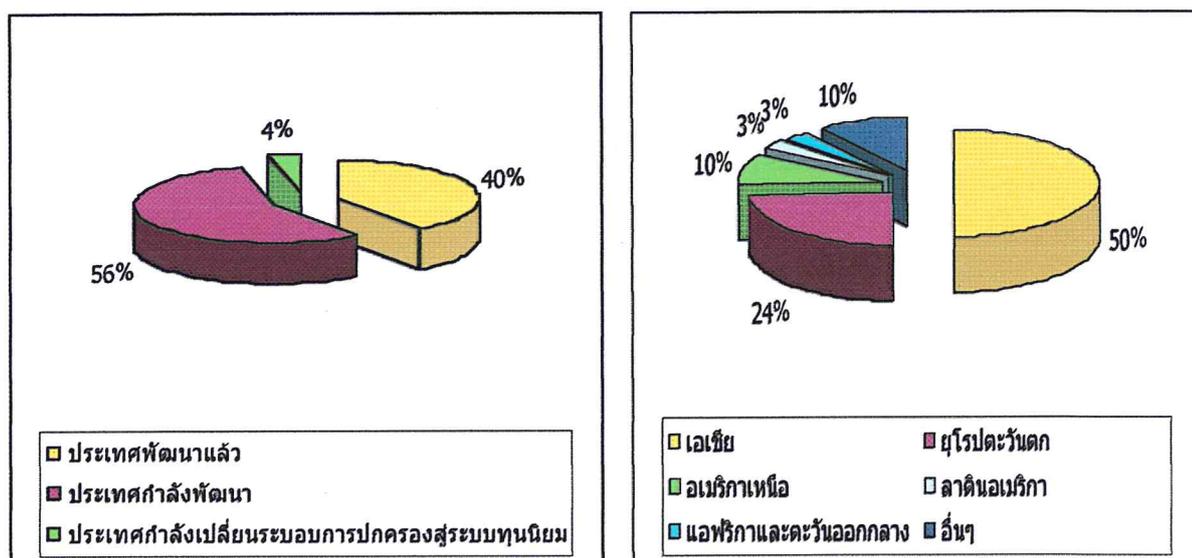
3.1.1 การส่งออกสิ่งทอในเวทีการค้าโลก

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกสิ่งทอทั่วโลกมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 112.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2538 เป็น 136.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2546 โดยที่เฉลี่ยแล้ว ร้อยละ 40 เป็นการส่งออกจากกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว (developed economies) ในขณะที่ร้อยละ 56 เป็นการส่งออกจากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา (developing economies) และ

ร้อยละ 4 เป็นการส่งออกจากกลุ่มประเทศที่อยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองเป็นแบบทุนนิยม (transitional economies)

ทั้งนี้ เมื่อมองเป็นรายภูมิภาค จะเห็นได้ว่าเอเชียเป็นทวีปที่ส่งออกสิ่งทอมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 50 ตามด้วยกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ซึ่งครองสัดส่วนการส่งออกสิ่งทอร้อยละ 24 ในขณะที่ทวีปอเมริกาเหนือ ครองสัดส่วนการส่งออกอยู่ที่ร้อยละ 10

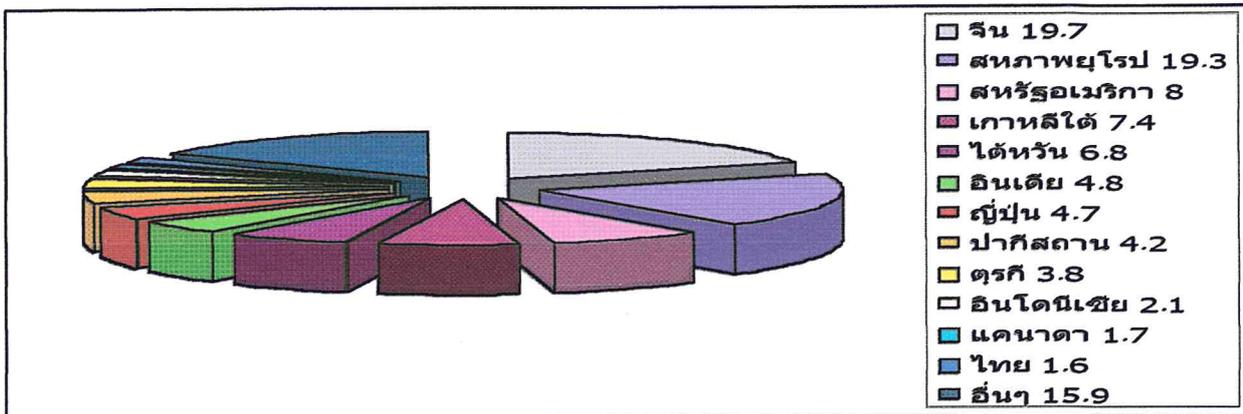
แผนภูมิที่ 8-9: สัดส่วนการส่งออกสิ่งทอโลก ปี 2538-2546



ที่มา: WTO, 2004

หากมองเป็นรายประเทศ (ไม่นับรวมประเทศฮ่องกง) สามารถจัดอันดับผู้นำทางด้าน การส่งออกสิ่งทอในปี 2546 ได้ดังนี้ (1) จีนถือเป็นประเทศที่ส่งออกสิ่งทอมากที่สุดของโลก ทำการส่งออกสิ่งทอถึงร้อยละ 19.7 หรือ 26.90 พันล้านเหรียญสหรัฐ (2) สหภาพยุโรป ส่งออกสิ่งทอเป็นอันดับสองของโลก ด้วยสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 19.3 หรือ 26.37 พันล้านเหรียญสหรัฐ (3) สหรัฐอเมริกา ส่งออกสิ่งทอเป็นอันดับสามของโลก ด้วยสัดส่วนร้อยละ 8.0 หรือ 10.92 พันล้านเหรียญสหรัฐ สำหรับประเทศไทยแล้ว ถือเป็นผู้นำส่งออกสิ่งทออันดับที่ 12 ครองสัดส่วนการส่งออกสิ่งทอ ร้อยละ 1.6 หรือ 2.16 พันล้านเหรียญสหรัฐ (ตารางที่ 10)

แผนภูมิที่ 10: ผู้นำด้านการส่งออกสิ่งทอรายประเทศ ปี 2546



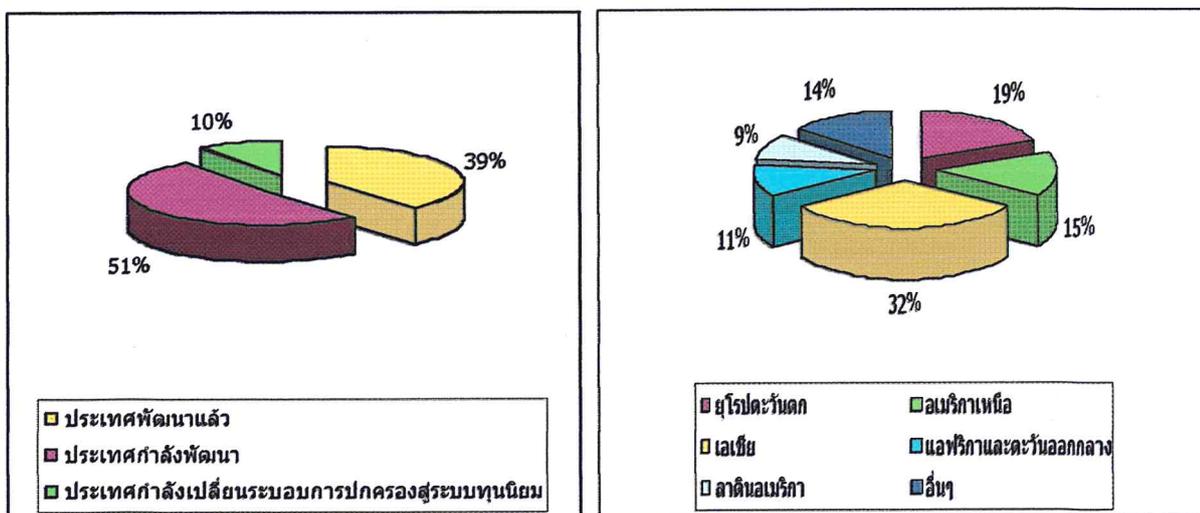
ที่มา: WTO, 2004

3.1.2 การนำเข้าสิ่งทอในเวทีการค้าโลก

สำหรับการนำเข้าสิ่งทอนั้น ปรากฏว่าร้อยละ 51 เป็นการนำเข้าจากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ในขณะที่ร้อยละ 39 เป็นการนำเข้าจากกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว และ ร้อยละ 10 เป็นการนำเข้าจากกลุ่มประเทศที่อยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองเป็นแบบทุนนิยม

เมื่อมองเป็นรายภูมิภาค ปรากฏว่ากลุ่มประเทศเอเชียนำเข้าสิ่งทอจากทั่วโลกเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 32 ตามด้วยกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกซึ่งนำเข้าสิ่งทอ ร้อยละ 19 ในขณะที่อเมริกาเหนือนำเข้าสิ่งทอ ร้อยละ 15 แอฟริกาและตะวันออกกลาง ร้อยละ 11 และลาตินอเมริกา ร้อยละ 9

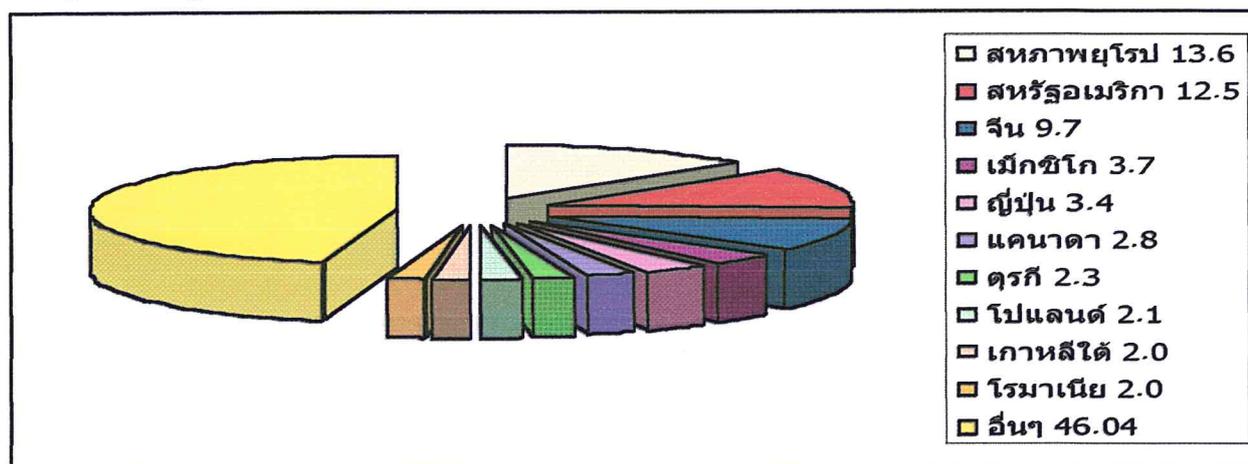
แผนภูมิที่ 11-12: สัดส่วนการนำเข้าสิ่งทอโลก ปี 2538-2546



ที่มา: WTO, 2004

หากมองเป็นรายประเทศ (ไม่นับรวมประเทศฮ่องกง) สามารถจัดอันดับผู้นำทางด้าน การนำเข้าสิ่งทอในปี 2546 ได้ดังนี้ (1) สหภาพยุโรปถือเป็นผู้นำนำเข้าสิ่งทอรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยนำเข้าสิ่งทอถึงร้อยละ 13.6 หรือ 19.97 พันล้านเหรียญสหรัฐ (2) สหรัฐอเมริกา นำเข้าสิ่งทอเป็นอันดับสองของโลก ด้วยสัดส่วนการนำเข้าร้อยละ 12.5 หรือ 18.29 พันล้านเหรียญสหรัฐ (3) จีน นำเข้าสิ่งทอเป็นอันดับสามของโลก ด้วยสัดส่วนร้อยละ 9.7 หรือ 14.22 พันล้านเหรียญสหรัฐ

แผนภูมิที่ 13: ผู้นำด้านการนำเข้าสิ่งทอรายประเทศ ปี 2546



ที่มา: WTO, 2004

3.2 ภาวะอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในเวทีการค้าโลก

เมื่อมองจากภาพรวม จะเห็นได้ว่ากลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ครองตลาดส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มมากที่สุด หรือ ประมาณร้อยละ 70 ของการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด โดยในทางกลับกัน ประมาณร้อยละ 80 ของการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มทั้งหมดเป็นการนำเข้าจากกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว

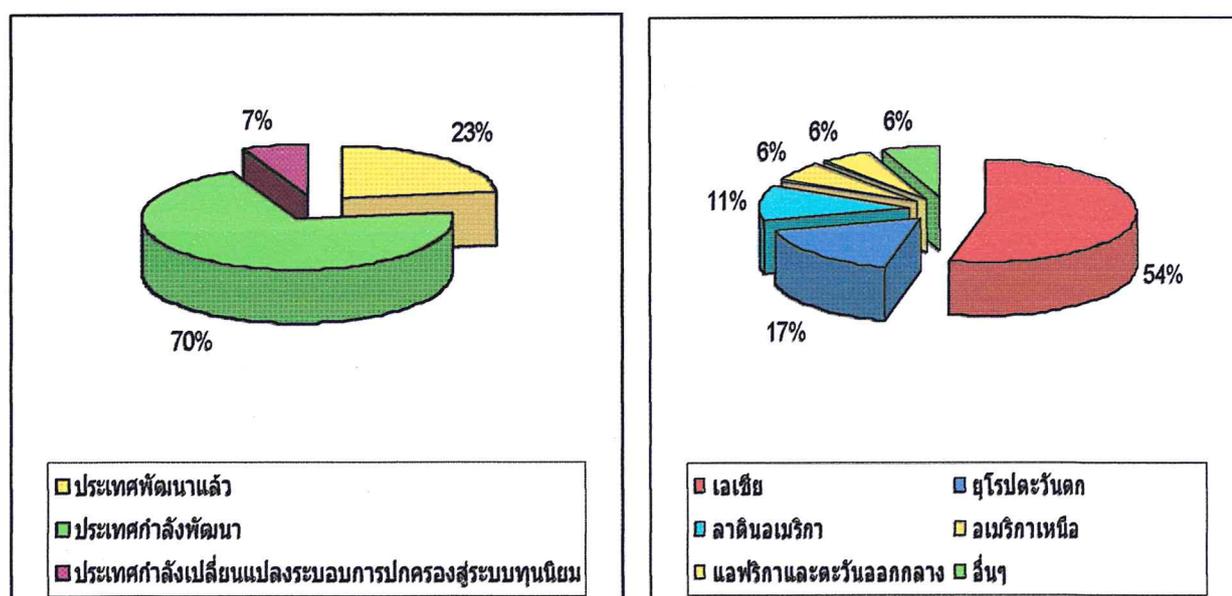
เมื่อมองเป็นรายทวีป สังเกตเห็นได้ว่ากลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ได้แก่ ประเทศในอเมริกาเหนือ และ ยุโรปตะวันตก มีสัดส่วนการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มสูงกว่าการส่งออก ในขณะที่กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ได้แก่ เอเชีย ลาตินอเมริกา และ แอฟริกากับตะวันออกกลาง มีสัดส่วนการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ในสัดส่วนที่มากกว่าการนำเข้า

3.2.1 การส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในเวทีการค้าโลก

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มทั่วโลกมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 124.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2538 เป็น 164.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2543 ก่อนที่จะชะลอลงเหลือ 161.8 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2544 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งเป็น 185.0 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2546 ทั้งนี้ โดยเฉลี่ยแล้วพบว่า ร้อยละ 70 เป็นการส่งออกจากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา (developing economies) ในขณะที่ร้อยละ 23 เป็นการส่งออกจากกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว (developed economies) และ ร้อยละ 7 เป็นการส่งออกจากกลุ่มประเทศที่อยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองเป็นแบบทุนนิยม (transitional economies)

เมื่อมองเป็นรายภูมิภาค จะเห็นได้ว่าเอเชียเป็นทวีปที่ส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 54 ตามด้วยกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ซึ่งครองสัดส่วนการส่งออกสิ่งทอร้อยละ 17 ในขณะที่กลุ่มประเทศลาตินอเมริกา ครองสัดส่วนการส่งออกอยู่ที่ร้อยละ 11 อเมริกาเหนือ ร้อยละ 6 และแอฟริกากับตะวันออกกลาง ร้อยละ 6

แผนภูมิที่ 14-15: สัดส่วนการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มโลก ปี 2538-2546

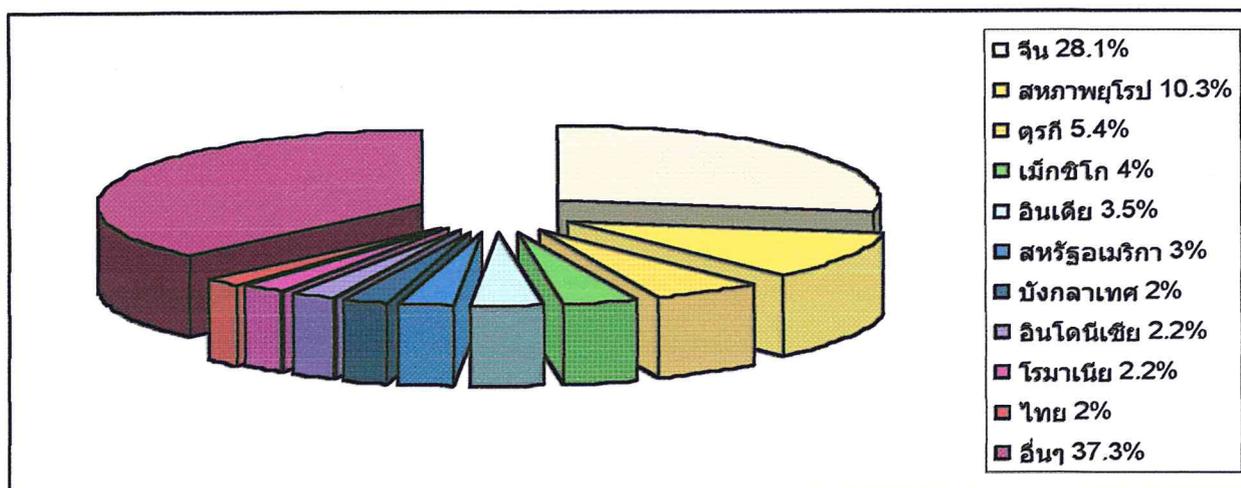


ที่มา: WTO, 2004

หากมองเป็นรายประเทศ (ไม่นับรวมประเทศฮ่องกง) สามารถจัดอันดับผู้นำทางด้านการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในปี 2546 ได้ดังนี้ (1) จีนถือเป็นประเทศที่ส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มมากที่สุดของโลก โดยทำการส่งออกสิ่งทอถึงร้อยละ 28.1 หรือ 52.06 พันล้านเหรียญสหรัฐ (2) สหภาพยุโรปส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็นอันดับสองของโลก ด้วยสัดส่วนการส่งออก

ร้อยละ 10.3 หรือ 19.04 พันล้านเหรียญสหรัฐ (3) ตุรกีส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็นอันดับสามของโลก ด้วยสัดส่วนร้อยละ 5.4 หรือ 9.94 พันล้านเหรียญสหรัฐ สำหรับประเทศไทยแล้ว ถือเป็นผู้ส่งออกสิ่งทออันดับที่ 10 ครองสัดส่วนการส่งออกสิ่งทอ ร้อยละ 2.0 หรือ 3.62 พันล้านเหรียญสหรัฐ (ตารางที่ 15)

แผนภูมิที่ 16: ผู้นำด้านการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มรายประเทศ ปี 2546



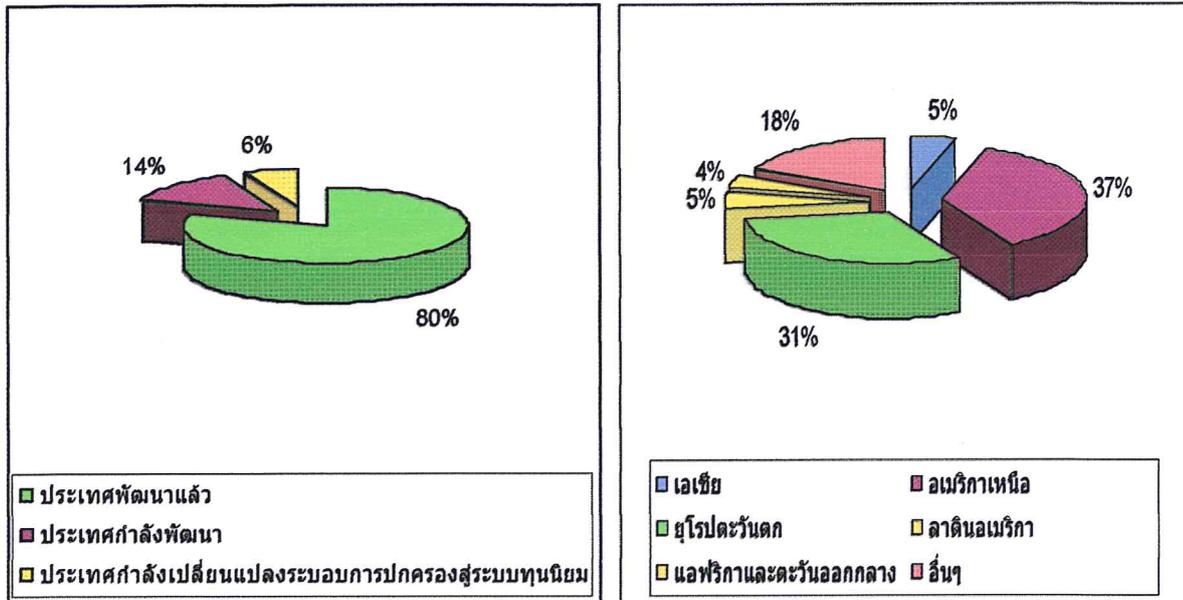
ที่มา: WTO, 2004

3.2.2 การนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในเวทีการค้าโลก

สำหรับการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มนั้น ปรากฏว่าร้อยละ 80 เป็นการนำเข้าจากกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ในขณะที่ร้อยละ 14 เป็นการนำเข้าจากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา และ ร้อยละ 6 เป็นการนำเข้าจากกลุ่มประเทศที่อยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองเป็นแบบทุนนิยม

เมื่อมองเป็นรายภูมิภาค ปรากฏว่าอเมริกาเหนือนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มจากทั่วโลกเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 37 ตามด้วยกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกซึ่งนำเข้าร้อยละ 31 ในขณะที่เอเชียนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ร้อยละ 5 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 5 และ แอฟริกากับตะวันออกกลาง ร้อยละ 4

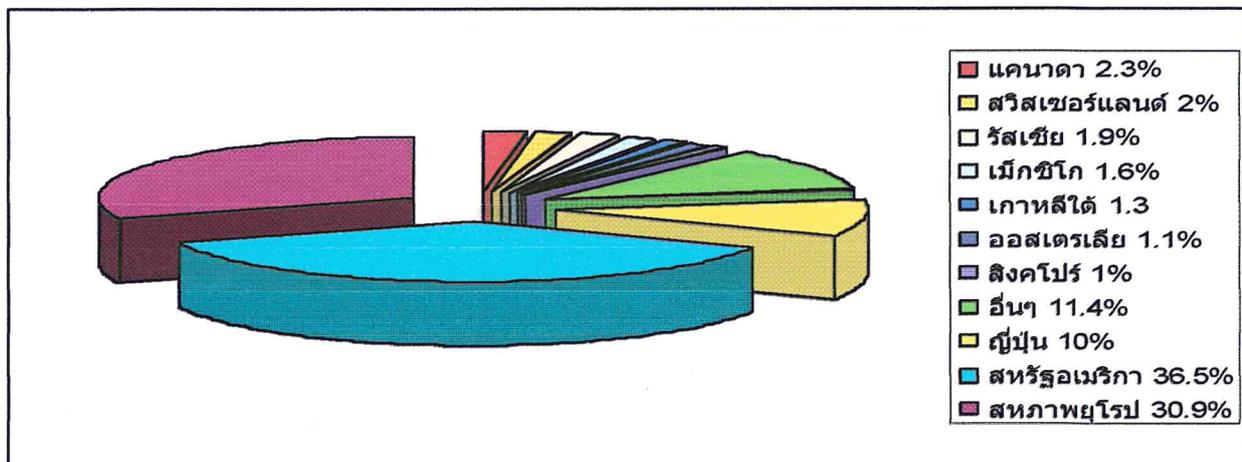
แผนภูมิที่ 17-18: สัดส่วนการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มโลก ปี 2538-2546



ที่มา: WTO, 2004

หากมองเป็นรายประเทศ (ไม่นับรวมประเทศฮ่องกง) สามารถจัดอันดับผู้นำทางด้าน การนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในปี 2546 ได้ดังนี้ (1) สหรัฐอเมริกาถือเป็นผู้นำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยนำเข้าถึงร้อยละ 36.5 หรือ 71.28 พันล้านเหรียญสหรัฐ (2) สหภาพยุโรป นำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็นอันดับสองของโลก ด้วยสัดส่วนการนำเข้าร้อยละ 30.9 หรือ 60.39 พันล้านเหรียญสหรัฐ (3) ญี่ปุ่น นำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็นอันดับสามของโลก ด้วยสัดส่วนร้อยละ 10.0 หรือ 19.49 พันล้านเหรียญสหรัฐ

แผนภูมิที่ 19: ผู้นำด้านการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มรายประเทศ ปี 2546



ที่มา: WTO, 2004

บทที่ 4

บทวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในตลาดโลก

การแข่งขันทางด้านของการส่งออกที่ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ นับเป็นปัจจัยสำคัญที่จะชะลอการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่หน่วยงานทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องร่วมมือกันในการเพิ่มศักยภาพ และความสามารถในเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมดังกล่าว

สำหรับในบทนี้ จะได้มีการนำโมเดล ที่เรียกว่า Five Forces Model ของศาสตราจารย์ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ มาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความสามารถในเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย โดยที่โมเดลดังกล่าวจะเน้นถึงแรงผลึกของการแข่งขัน 5 ประการ ได้แก่

- การแข่งขันกันระหว่างธุรกิจในปัจจุบันที่รุนแรงขึ้น (The intensity of rivalry among existing competitors)
- อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาด (The threat of new competitors entering the industry)
- อุปสรรคของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถทดแทนได้ (The threat of substitute products or services)
- อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (The bargaining power of buyers)
- อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (The bargaining power of suppliers)

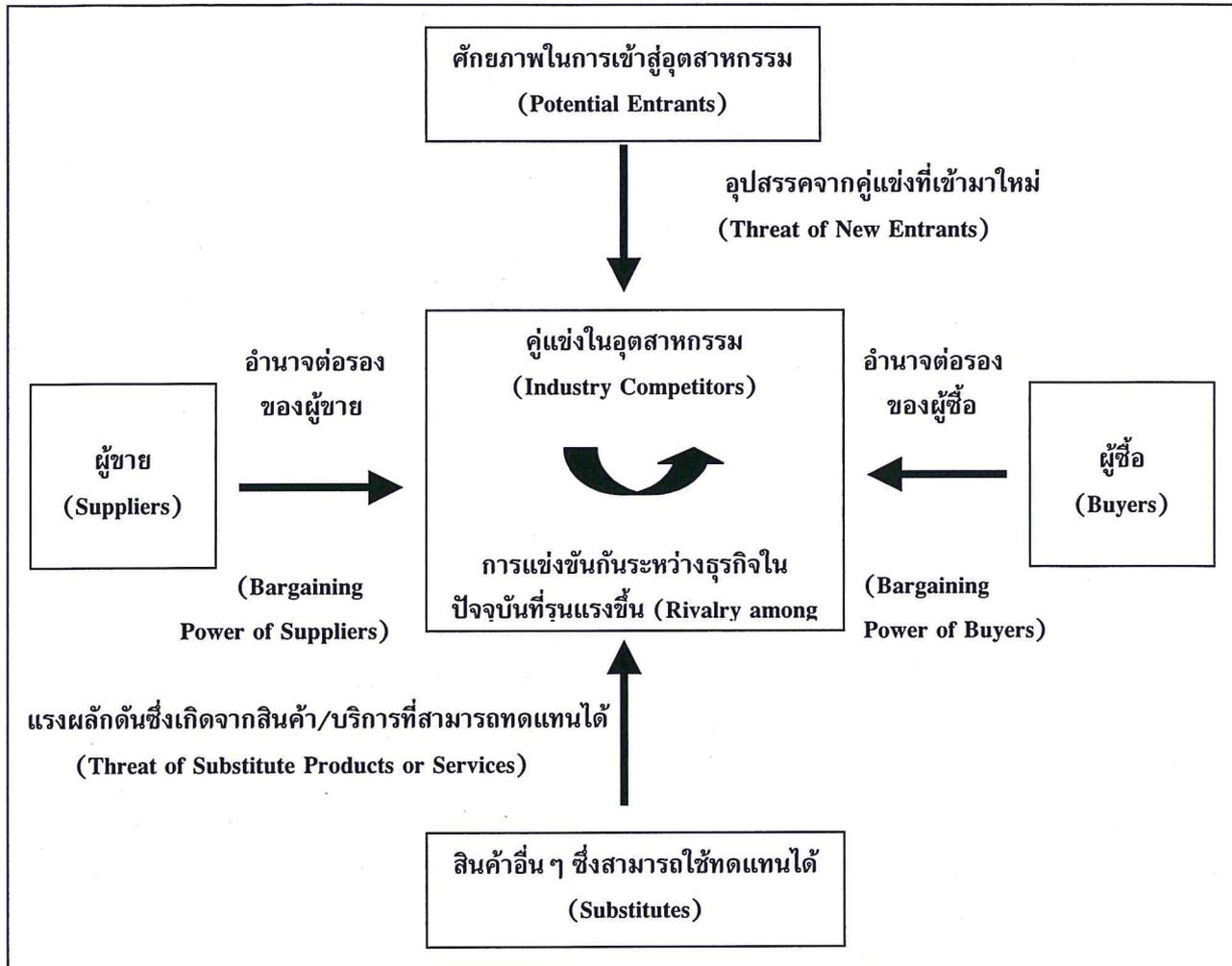
ซึ่งถือเป็นตัว กำหนดสถานะของการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นๆ การวิเคราะห์เกี่ยวกับแรงผลึกทั้ง 5 ประการในอุตสาหกรรมสิ่งทอจะเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายบริหารในการที่จะนำข้อมูลและบทวิเคราะห์ดังกล่าวไปกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในอันที่จะเพิ่มความสามารถในเชิงการแข่งขันต่อไป (Five Forces Model ตามแผนภูมิที่ 19)

4.1 การแข่งขันกันระหว่างธุรกิจในปัจจุบันที่รุนแรงขึ้น (The intensity of rivalry among existing competitors)

ชินินทร์ ชุณหพันธรัักษ์ (2544) กล่าวไว้ว่า ความรุนแรงของการแข่งขันขึ้นอยู่กับกิจการต่างๆ มองเห็นโอกาสต่างๆ และทำการปรับปรุงตำแหน่งการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ทั้งในด้านของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การทำสงครามด้านโฆษณา การออกสินค้าใหม่ การเพิ่มบริการ เป็นต้น

แผนภูมิที่ 20: Five Forces Model



ที่มา: <http://www.geocities.com/cyberdol007/Fiveforces.htm>

สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอนั้น คู่แข่งขันที่สำคัญของไทย ได้แก่ จีน อินเดีย อินโดนีเซีย ปากีสถาน บังกลาเทศ ฮองกง ไต้หวัน เกาหลีใต้ เม็กซิโก ตุรกี ซึ่งต่างก็มีข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันที่แตกต่างกันออกไป

กรมการค้าต่างประเทศ (2544) ได้จำแนกคู่แข่งในอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยออกเป็น 3 ประเภท ตามจุดแข็งที่ทำให้ประเทศเหล่านี้สามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าโลก ดังนี้

- **กลุ่มประเทศคู่แข่งที่ผลิตสินค้าคุณภาพต่ำและปานกลาง มีค่าจ้างแรงงานต่ำ** ได้แก่ จีน อินโดนีเซีย อินเดีย (ในที่นี่ เห็นควรรวมประเทศปากีสถานและบังกลาเทศไว้ด้วย)

ปัจจัยที่ทำให้ประเทศกลุ่มนี้ได้เปรียบคู่แข่งรายอื่น คือ ต้นทุนการผลิต (ค่าแรง วัตถุดิบ ค่าสาธารณูปโภค ฯลฯ) ที่ต่ำ โดยจะสังเกตเห็นได้ว่ามีนักลงทุนจากต่างชาติจำนวนมากหลั่งไหลเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศเหล่านี้เพื่อลดต้นทุนการผลิตสินค้าส่งออกและเสื้อผ้าสำเร็จรูปก่อนที่จะทำการส่งออกไปยังที่อื่น

อย่างไรก็ตาม หากมองในระยะยาวแล้ว ค่าแรงและวัตถุดิบจะไม่ใช้ปัจจัยที่แท้จริงที่จะทำให้ประเทศเหล่านี้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ดังจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลของประเทศเหล่านี้ต่างให้ความสำคัญมากขึ้นเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และ แรงงานฝีมือ รวมทั้ง งานวิจัยค้นคว้าที่จะเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มคุณภาพและความหลากหลายของสินค้าที่ตนเองผลิต

- **กลุ่มประเทศคู่แข่งที่ผลิตสินค้าปานกลางขึ้นไป มีข้อตกลงการค้า และได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากประเทศผู้นำเข้า** ได้แก่ เม็กซิโก ตุรกี

แม้ว่าประเทศตุรกีและเม็กซิโกจะจัดอยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา เช่นเดียวกับประเทศในกลุ่มแรกแล้วนั้น แต่ปัจจัยที่ทำให้ประเทศกลุ่มนี้ได้เปรียบคู่แข่งรายอื่น คือการมีภูมิประเทศที่อยู่ติดกับผู้นำเข้าสิ่งทอรายใหญ่ของโลก อย่างสหรัฐอเมริกา และ สหภาพยุโรป

ดังนั้น ในขณะที่เม็กซิโกซึ่งถือเป็นสมาชิกของ NAFTA มีข้อตกลงทางการค้าและได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากสหรัฐอเมริกา อาทิ สามารถนำเข้าผ้าฝ้ายที่ผลิตในสหรัฐอเมริกาไปตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปแล้วส่งกลับไปจำหน่ายในสหรัฐอเมริกาโดยไม่เสียภาษีนำเข้าและยกเว้นการเสียภาษีมูลค่าเพิ่มตามอัตราที่กำหนดแล้วนั้น ตุรกี ซึ่งเป็นสมาชิกสหภาพ ศุลกากรกับสหภาพยุโรป ก็สามารถนำเข้าสิ่งทอไปยังสหภาพยุโรปโดยไม่มีการจำกัด

ปริมาณการนำเข้าและยังได้รับสิทธิพิเศษลดหย่อนทางด้านภาษีจากสหภาพยุโรปอีกเช่นกัน

นอกจากนี้แล้ว ทั้งสองประเทศ ยังได้เปรียบในด้านการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้งาน โดยส่วนหนึ่งเป็นการถ่ายทอดวิทยาการมาจากนักลงทุนต่างชาติ อาทิ สหรัฐอเมริกา เยอรมัน อิตาลี สวิสเซอร์แลนด์

- **กลุ่มประเทศคู่แข่งที่ผลิตสินค้าคุณภาพปานกลางถึงคุณภาพสูง มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและมีค่าจ้างแรงงานสูงกว่าไทย ได้แก่ ฮองกง ไต้หวัน เกาหลีใต้**

ด้วยปัจจัยทางด้านเงินทุนที่สูง จึงทำให้ประเทศกลุ่มนี้ได้เปรียบคู่แข่งรายอื่นในด้านของการนำเทคโนโลยีและเครื่องจักรใหม่ๆ และ ทักษะแรงงานชั้นสูง มาใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพดี รวมทั้งมีความหลากหลาย

นอกจากนี้แล้ว ประเทศเหล่านี้ ยังให้ความสำคัญกับการออกแบบสินค้า การสร้างมูลค่าเพิ่มหรือแบรนด์เนมให้แก่สินค้า รวมถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเจาะตลาดคู่ค้าของตน อาทิ การเชื่อมโยงเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย โดยนำระบบ quick response และ EDI มาใช้ในการซื้อขายกับลูกค้าในต่างประเทศให้รวดเร็วขึ้น หรือ การจัดตั้ง retail outlets สำหรับสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบรนด์เนมของตนเองในเมืองศูนย์การค้าที่สำคัญของโลก ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลายในตลาดโลก

4.2 อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาด (Threat of new entrants)

การเปิดตลาดเสรีสิ่งทอที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 นับเป็นข้อตกลงสำคัญที่จะพลิกโฉมการแข่งขันทางการค้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอโลก ดังที่กรมการค้าต่างประเทศ (2544) ได้เคยกล่าวไว้ว่า “การค้าสิ่งทอของโลกอาจจะต้องประสบภาวะการณ์ คือ การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น” โดยจะเห็นได้จากการที่ความได้เปรียบของประเทศพัฒนาแล้วในเรื่องต้นทุนด้านบริหารโคเวตาจะลดลง ในขณะที่ประเทศที่ทำการส่งออกสิ่งทออยู่แต่เดิมอย่างไทยก็จะขาดการคุ้มครองจากระบบโคเวตาและขาดการประกันในเรื่องตลาดและปริมาณการนำเข้าที่แน่นอน

สำหรับคู่แข่งรายใหม่ๆ ของไทยด้านการส่งออกเส้นใย เส้นด้าย และ ผ้าฝ้าย ที่น่าจะมีบทบาทสำคัญในอนาคต คือ ประเทศสาธารณรัฐเช็ก ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกสิ่งทอเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี โดยในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 1,649 ล้านดอลลาร์ ในขณะที่ไทยส่งออกอยู่ที่ 2,162 ล้านดอลลาร์ นอกจากนี้ต้นทุนการผลิตที่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำแล้ว สิ่งที่สำคัญที่สาธารณรัฐเช็กยังคงได้เปรียบกว่าไทย คือ การที่ได้เข้าไปเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรปเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2547 ซึ่งน่าจะทำให้ได้รับสิทธิพิเศษด้านต่างๆ คล้ายคลึงกับตุรกี

ทางด้านของการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มนั้น คู่แข่งรายใหม่ๆ ของไทยที่น่าจับตามอง ได้แก่ เวียดนาม โมร็อกโก ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ และ ศรีลังกา โดยจะเห็นได้ว่า ตารางที่ 9: คู่แข่งรายใหม่ของไทยด้านเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่น่าจับตามอง

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกปี 2546 (ล้านเหรียญสหรัฐ)
ไทย	3,615
เวียดนาม	3,555
โมร็อกโก	2,834
ปากีสถาน	2,710
ฟิลิปปินส์	2,695
ศรีลังกา	2,683

ที่มา: WTO, 2004

ในปี 2546 เวียดนามนั้นทำการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในมูลค่าที่สูงเกือบเท่าไทย ในขณะที่เดียวกัน โมร็อกโกก็เป็นผู้ส่งออกเสื้อผ้าที่มีอนาคตดี เนื่องจากอยู่ใกล้ชิดกับประเทศที่มีความชำนาญทั้งทางด้านการผลิต การออกแบบ และตัดเย็บ อย่าง อิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมัน และ สวิสเซอร์แลนด์ และ สำหรับปากีสถาน ศรีลังกา กับ ฟิลิปปินส์ นั้น สิ่งที่จะทำให้สามประเทศนี้ได้เปรียบอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยหากไทยไม่เร่งพัฒนาทางด้านการผลิตคุณภาพ

การเพิ่มมูลค่าของสินค้า หรือแม้แต่การทำข้อตกลงทางการค้ากับประเทศอื่น ก็คือการทำทั้งสามสามารถผลิตสินค้าด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าไทย

4.3 อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of buyers)

มีนักวิชาการหลายท่านได้คาดคะเนเอาไว้ว่าความรุนแรงทางด้านการแข่งขันที่เกิดจากการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอนั้น จะทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองมากขึ้น และส่งผลให้ราคาสินค้ามีแนวโน้มต่ำลง (กรมการค้าต่างประเทศ, 2544) ซึ่งอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเองในฐานะผู้ขายก็น่าจะเป็นหนึ่งในผู้ที่ได้รับผลกระทบเช่นกัน เนื่องจากขาดระบบโควตาคุ่มครองแล้ว จึงทำให้ผู้ซื้อสามารถหันไปเลือกซื้อสินค้าที่ถูกกว่าจากประเทศอื่นได้

นอกจากนี้แล้ว ประเทศที่ส่งออกสิ่งทอยังจะต้องเผชิญกับการที่ผู้ซื้อ (โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว) จะหันไปใช้มาตรการปกป้องตลาดต่างๆ แทนระบบโควตา เช่น มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (AD) การอุดหนุน การพิทักษ์สิ่งแวดลอม มาตรฐานแรงงาน และการตั้งเงื่อนไขทางการค้าต่างๆ

และที่น่าเป็นห่วงที่สุด คือ การที่หลายๆ ประเทศได้หันมารวมกลุ่มกันในลักษณะของความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค อาทิ NAFTA และ EU ส่งผลให้ประเทศเหล่านี้เอื้อประโยชน์ต่อกันในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการค้า ดังนั้น ภายหลังจากที่มีการเปิดเสรีสิ่งทอ แนวโน้มที่อาจจะเกิดขึ้นคือการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการค้าสิ่งทอระหว่างกันภายในกลุ่ม (intra-regional trade) เพราะผู้ซื้อไม่ต้องถูกจำกัดโดยข้อบังคับด้านโควตาอีกต่อไปแล้ว และสามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีทั้งปริมาณ คุณภาพ ราคา ตามที่ตนเองต้องการจากประเทศผู้ผลิตภายในกลุ่มความร่วมมือของตน หรือจากประเทศผู้ผลิต ผู้ส่งออกสิ่งทอ ที่มีภูมิประเทศอยู่ใกล้กับตน

เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว สิ่งที่ประเทศส่งออกสิ่งทออย่างไทยจะทำได้ก็คือการสร้างเครือข่ายทางการค้าที่แน่นแฟ้นขึ้นกับผู้นำเข้า/ผู้ซื้อจากประเทศต่างๆ โดยเฉพาะญี่ปุ่น ฮองกง ไต้หวัน เกาหลีใต้ ซึ่งอยู่ใกล้กับไทย และ กับผู้ซื้อในกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจของตน อย่าง ASEAN

4.4 อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Bargaining power of suppliers)

ชนิทร์ ชุณหพันธ์รักษ์ (2544) กล่าวไว้ว่า อำนาจการต่อรองของผู้ขายจะเพิ่มขึ้นหากว่า

- (1) ผู้ขายมีน้อยราย และ มีอำนาจในการกำหนดและควบคุมในเรื่องของราคา คุณภาพ และ เงื่อนไขในการขายได้อย่างเต็มที่
- (2) ไม่มีสินค้าชนิดอื่นมาทดแทนได้ และ ผู้ซื้อไม่มีทางเลือกอื่น ๆ ในการจัดซื้อ
- (3) ถ้าผู้ซื้อในอุตสาหกรรมไม่ใช่ลูกค้ารายสำคัญ
- (4) ถ้าสินค้าของผู้ขายมีลักษณะแตกต่างไปจากผู้ขายรายอื่นๆ
- (5) ถ้าผู้ขายมีความสามารถในการขยายงานไปข้างหน้า มีช่องทางในการจัดจำหน่ายเป็นของตนเอง

หากพิจารณาจากเงื่อนไขข้างต้นแล้ว อาจสรุปได้ว่าอำนาจในการต่อรองของผู้ผลิต/ผู้ส่งออกในอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย โดยเฉพาะรายที่มีขนาดเล็กนั้นมีไม่มากนัก เพราะนอกจากคู่แข่งทั้งในและนอกประเทศจะเยอะแล้ว ผู้ซื้อเองก็ยังมีช่องทางและทางเลือกในการซื้อสินค้ามาก รวมทั้ง ลูกค้ำที่เป็นลูกค้ำรายสำคัญของไทย (สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น ฯลฯ) ก็เป็นลูกค้ำรายใหญ่ที่ผู้ขายจากประเทศอื่นๆ ต่างก็หมายปอง

สำหรับแนวทางที่สำคัญในการเพิ่มอำนาจการต่อรองของผู้ผลิต ผู้ส่งออกสิ่งทอไทยนั้น อาจพิจารณานำเอาเงื่อนไขข้อ 4 และ ข้อ 5 มาปรับใช้ โดยการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าของตน และ การให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเหล่านั้น

4.5 แรงผลักดันซึ่งเกิดจากสินค้า/บริการที่สามารถทดแทนได้ (Threat of Substitute Products or Services)

ในปัจจุบันนี้ อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันจากประเทศอื่นๆ ที่สามารถผลิตสินค้าทดแทนของไทยได้ ส่งผลให้ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสิ่งทอไทยลดลงเมื่อเทียบกับในอดีต

หากมองในภาพย่อย อาจกล่าวได้ว่าผลิตภัณฑ์สิ่งทอระดับล่าง/ปานกลาง ของไทยต้องเผชิญกับคู่แข่งอย่าง จีน อินเดีย ปากีสถาน บังกลาเทศ เวียดนามที่สามารถผลิตสินค้าคล้ายคลึงกันแต่มีระดับราคาต่ำกว่า ในขณะที่สินค้าระดับบนของไทยต้องเผชิญกับคู่แข่งอย่าง ฮองกง ไต้หวัน เกาหลีใต้ ตุรกี หรือแม้แต่ อิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมัน สหรัฐอเมริกา และ ญี่ปุ่น ที่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพกว่า มีลักษณะแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร ตรงตามความนิยมของสมัย และมีแบรนด์เนมที่คนยึดติด (brand loyalty)

เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว สิ่งที่ผู้ประกอบการไทยจะต้องเร่งดำเนินการเพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันของตน คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตนให้มีคุณภาพมากขึ้น และมีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่ง การสร้างแบรนด์เนมให้กับสินค้าของไทย รวมทั้งเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักและนิยมในหมู่ผู้บริโภคจากทั่วโลก ก็จะเป็นการช่วยลดภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนได้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ (1) การสร้างรายได้ให้แก่ผู้ใช้แรงงานกว่า 1 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 20 ของแรงงานในทั้งภาคอุตสาหกรรม และ (2) การสร้างรายได้ให้แก่ประเทศถึงปีละกว่า 6 พันล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้ หากมองเฉพาะทางด้านของการค้าระหว่างประเทศ จะเห็นได้ว่าในช่วงห้าปีที่ผ่านมา ประเทศไทยส่งออกสิ่งทอในมูลค่าที่สูงกว่าการนำเข้าถึงกว่าหนึ่งเท่าตัว นำรายได้เข้าสู่ประเทศได้กว่า 5 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 8 ของมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศ

อย่างไรก็ตาม เมื่อนำข้อมูลด้านการค้าสิ่งทอมาเปรียบเทียบกับระหว่างคู่แข่งรายสำคัญในตลาดโลก จะเห็นได้ว่าศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยนั้นมีแนวโน้มถดถอยลง โดยไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันทั้งจากคู่แข่งรายเก่าและรายใหม่ๆ เผชิญกับผู้ซื้อ (ผู้นำเข้า) ที่มีอำนาจในการต่อรองเพิ่มขึ้น เผชิญกับสถานการณ์ของการเป็นผู้ขายที่มีอำนาจในการต่อรองลดลง รวมทั้ง กับการที่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากประเทศอื่น ๆ เข้ามาตีตลาดแทนที่สินค้าของไทย

ทั้งนี้ ศาสตราจารย์ ไมเคิล อี.พอร์เตอร์ (กรุงเทพธุรกิจ, 2546) ที่ปรึกษาโครงการศึกษาพัฒนาขีดความสามารถด้านการแข่งขันของประเทศไทย ได้เคยชี้ว่า ปัจจัยสำคัญที่กีดขวางความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไทย คือ การพึ่งพาแรงงานขั้นต่ำมากเกินไป การขาดการพัฒนาห่วงโซ่ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม (value chain) และ การมุ่งเน้นที่จะลดค่าใช้จ่ายจนทำให้การลงทุนเพื่อสร้างสินทรัพย์ระยะยาวอยู่ในระดับต่ำ

เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว สิ่งทีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนควรจะต้องเร่งดำเนินการอย่างจริงจังก็คือ การกำหนดตำแหน่งและทิศทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอครั้งใหม่ (repositioning) โดยพิจารณานำเอารูปแบบของกลยุทธ์ในการแข่งขันที่เหมาะสมมาใช้¹

¹ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ ได้เสนอกกลยุทธ์ในการแข่งขันไว้ 3 แบบ คือ (1) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy), (2) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) และ (3) กลยุทธ์โฟกัส (Focus Strategy)

ในเมื่อประเทศไทยกำลังก้าวออกจากการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน คงเป็นการดีกว่าที่ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกในอุตสาหกรรมสิ่งทอจะมุ่งเน้นไปที่การนำเอากลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง และ กลยุทธ์โฟกัส มาใช้พัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของตนเอง ซึ่งกระทรวงพาณิชย์อาจเข้ามา มีบทบาทดังนี้

5.1 การนำกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง (Differentiation Strategy) มาใช้ในการพัฒนา ศักยภาพการแข่งขัน

กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างเป็นการสร้าง ความแตกต่างให้เกิดขึ้นในตัวสินค้าและ การบริการที่เหนือคู่แข่ง โดยเน้นที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีรูปแบบที่เป็นไปตามแนว ความต้องการของตลาด และ ให้มีคุณภาพและกลไกในการควบคุมคุณภาพที่สม่ำเสมอและเป็นไป ตามมาตรฐานสากล (ฉานนิยา วงศ์กิจจาเลิศ, 2545)

ทั้งนี้ กรมส่งเสริมการค้าส่งออกได้ดำเนินการจัดทำโครงการสำคัญๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ สิ่งทอไทย ดังนี้

5.1.1 โครงการพัฒนาผ้าผืนไทยสู่ตลาดโลก

โครงการพัฒนาผ้าผืนไทยสู่ตลาดโลก (2544-2548) เป็นโครงการนำร่องที่ จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของผู้ผลิต/ผู้ส่งออกผ้าผืนของ ไทย เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างครบวงจร โดยรวมการพัฒนาเทคนิคด้านการผลิต การออกแบบและการตลาดเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความหลากหลาย และมีมูลค่า สินค้าเพิ่ม ซึ่งจะวัดประเมินผลได้ชัดเจนและเป็นต้นแบบให้แก่ บริษัทอื่นๆ นำไปเป็นแนวทางการพัฒนาตนเองได้เพื่อขยายผลในวงกว้างต่อไป

ทั้งนี้ กิจกรรมภายในโครงการประกอบด้วย (1) การรับฟังคำปรึกษาแนะนำ จากทีมผู้เชี่ยวชาญอิตาลี (2) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ และ ใน ต่างประเทศ อาทิ งาน Bangkok International Fashion Fair (กรุงเทพฯ) งาน Texworld (กรุงปารีส) งาน Intertextile Shanghai (เมืองเซี่ยงไฮ้) งาน Interstoff Asia Spring (เมืองฮอังกง) เป็นต้น (3) การสัมมนา เรื่อง แนวโน้มแฟชั่นและเทคนิค การผลิต โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้เข้าร่วมโครงการ (4) การจัดทำ Trend Forum แสดงตัวอย่างสินค้าในงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งทอ

สำหรับผลที่คาดว่าจะได้รับ คือ การยกระดับและพัฒนาคุณภาพสินค้าและรูปแบบได้ตรงกับความต้องการของตลาดโลก การพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตไทยด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้าให้มีความเข้มแข็งขึ้น และ การสร้างตราสินค้าผ้าฝ้ายของไทยให้เป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้ซื้อในตลาดโลก (นิธิมา ศิริโกคากิจ, 2547)

5.1.2 โครงการส่งเสริมการตลาดตราสินค้าผ้าฝ้ายไทย (กลุ่ม Thai Tex Trend: T³)

จากการดำเนินโครงการพัฒนาผ้าฝ้ายไทยสู่ตลาดโลก ทำให้ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกผ้าฝ้ายของไทยที่เข้าร่วมโครงการสามารถผลิตสินค้าเป็นคอลเลคชั่นตามฤดูกาลต่างๆ และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดได้ด้วยตนเอง จึงได้มีการรวมกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการดังกล่าวเป็น กลุ่ม Thai Tex Trend (T³) เพื่อพัฒนา Thai Trend ตามแนวทางที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ไว้

ด้วยเล็งเห็นถึงลักษณะของการทำธุรกิจเสื้อผ้าในปัจจุบันที่มีลักษณะ quick fashion กลุ่ม T³ ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการ 3 ปี (2547-2549) จึงนับเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผ้าฝ้ายที่ทดลองปรับกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว โดยในแต่ละเดือนจะรับข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดเพื่อผลิตสินค้าให้ทันกับความต้องการของผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในต่างประเทศ (นิธิมา ศิริโกคากิจ, 2547)

5.1.3 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นแบรนด์ไทย

โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นแบรนด์ไทย (2546-2548) มีวัตถุประสงค์ในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมผ้าฝ้ายกับเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยเน้นเพิ่มความรู้ความชำนาญในการสร้างแบรนด์ในต่างประเทศและในระดับมาตรฐานสากลให้แก่ผู้ผลิตผู้ส่งออกสิ่งทอไทย

ทั้งนี้ กรมฯ ได้เล็งเห็นแล้วว่า ผ้าฝ้ายของไทยมีความพร้อมที่จะนำมาเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อการส่งออกได้ หากผู้ผลิตทำการพัฒนาการผลิตผ้าที่มีความหลากหลายทันสมัยและสามารถสนองตอบความต้องการของผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศได้

สำหรับการดำเนินการของโครงการจะเริ่มตั้งแต่การคาดการณ์แนวโน้มแฟชั่นล่วงหน้า การวางแผนวัตถุดิบ การสร้างคอลเลคชั่นเสื้อผ้า รูปแบบของสินค้า และเมื่อ

ผลิตผ้าได้แล้วจึงนำผ้ามาใช้ตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปและทำการตลาดที่สอดคล้องกันทั้งสองส่วนคือ เสื้อผ้าแบรนด์ของไทยที่ใช้ผ้าจากประเทศไทย

ผลที่ได้รับคือ จะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในประเทศในทุกช่วงของการผลิต (Value Chain) และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมในประเทศ (Supply Chain) พัฒนาบุคลากรทั้งระบบ (กลางน้ำ-ปลายน้ำ) สร้างภาพลักษณ์ของประเทศทั้งด้านการเป็นผู้ผลิตผ้าและเสื้อผ้าที่มีแบรนด์ของตนเอง (นิธิมา ศิริโกคากิจ, 2547)

5.2 การนำกลยุทธ์แบบเน้นกลุ่มเป้าหมาย (Focus Strategy) มาใช้ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน

มานิยา วงศ์กิจจาเลิศ (2545) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์แบบเน้นกลุ่มเป้าหมายน่าจะเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่เหมาะจะนำมาใช้กับผู้ผลิต ผู้ส่งออกสิ่งทอไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเล็กที่ไม่ได้มีเงินทุนมากมาย และ ไม่ได้เป็นผู้นำทางด้านแฟชั่นในตลาดโลก จึงทำให้การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มีอยู่อย่างจำกัดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้นำทางด้านสิ่งทอ เช่น ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา อิตาลี ญี่ปุ่น

การนำเอากลยุทธ์แบบเน้นกลุ่มเป้าหมายนี้ จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการมุ่งเน้นไปที่การผลิตสินค้าที่คุ้มค่าและได้เปรียบที่สุด รวมทั้งตอบสนองลูกค้ากลุ่มเฉพาะ (niche market) สำหรับผลลัพธ์ที่จะตามมาก็คือ (1) การที่ผู้ประกอบการสามารถกำหนดรูปแบบสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มของลูกค้าได้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาดโลก (2) สามารถสร้างกำไรจากการตั้งราคาขายให้สูงและมีผลกำไรอย่างต่อเนื่อง และ (3) สามารถแตกผลสำเร็จที่ได้จากกลุ่มย่อย แล้วขยายผลไปยังกลุ่มย่อยอื่นๆ ได้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้เราสามารถขยับขึ้นเป็นผู้มีศักยภาพมากขึ้นในธุรกิจต่อไป

ทั้งนี้ นอกจากโครงการทั้ง 3 โครงการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ซึ่งผู้ผลิตสามารถนำมาปรับใช้กับกลยุทธ์แบบเน้นกลุ่มเป้าหมายได้เช่นกันนั้น ยังมีกิจกรรมในรูปแบบอื่นที่กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินการ/น่าจะพิจารณาดำเนินการเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์แบบนี้ นั่นคือ

5.2.1 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกผ้าไหมไทย

แม้ว่าประเทศไทยจะไม่ได้เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกผ้าไหมรายใหญ่ที่สุดของโลก แต่ผ้าไหมของไทยก็นับว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงในหมู่มัผู้บริโภคจากทั่วโลก

ทั้งนี้ ประเทศไทยมีโรงงานผลิตผ้าไหมจำนวนมาก และ ในแต่ละปีก็มีการส่งออกผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมเป็นมูลค่ากว่าพันล้านบาท

ด้วยเล็งเห็นถึงช่องทางที่ผู้ประกอบการไทยจะสามารถสร้างความได้เปรียบในเชิง การแข่งขันจากผ้าไหม กรมส่งเสริมการส่งออกจึงได้จัดทำโครงการพัฒนาและส่งเสริมการ ส่งออกผ้าไหมไทย ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่อง 3 ปี (2546-2548) โดยจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญ ด้านเทคนิคการผลิต การออกแบบ และการตลาดจากประเทศอิตาลีมาให้คำปรึกษา/ แนะนำแก่ผู้เข้าร่วมโครงการฯ

5.2.2 การสร้างเครือข่ายทางการค้าที่แข็งแกร่งในระดับภูมิภาค

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ข้อสังเกตถึงแนวโน้มที่การค้าสิ่งทอจะกระจุกตัวเพิ่มขึ้น ในกลุ่มประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน หรือ กลุ่มประเทศที่มีความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ เพราะโครงสร้างเศรษฐกิจและข้อตกลงทางการค้า มีส่วนสนับสนุนให้มีการค้าขายและ การลงทุนระหว่างกัน

ทั้งนี้ Abernathy et al. (2004) ได้กล่าวไว้ว่า ภายหลังจากที่มีการเปิดเสรีสิ่งทอ ปรากฏการณ์ที่จะมองเห็นได้ชัดเจนขึ้น คือ การที่ตลาดสิ่งทอของโลกจะถูกแบ่งออกเป็น สามตลาดหลัก โดยมี สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และ ญี่ปุ่น เป็นแกนนำ เมื่อเป็นเช่นนี้ กระบวนการต่างๆ ตั้งแต่กระบวนการผลิตสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม จนถึงช่องทางการ กระจายสินค้า และสั่งซื้อสินค้า จะกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มประเทศที่อยู่ใกล้กับประเทศแกนนำ เหล่านั้นมากขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการค้าจะมีความเป็น regionalization มากกว่า globalization

อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์ดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะก่อตัวขึ้นในกลุ่มประเทศยุโรปที่มี สหภาพยุโรปเป็นองค์กรเชื่อม และในกลุ่มประเทศในทวีปอเมริกา ที่มี NAFTA เป็น องค์กรเชื่อม มากกว่าในกลุ่มประเทศ ASEAN และเอเชียตะวันออกเฉียง

เมื่อเป็นเช่นนี้ สิ่งที่กระทรวงพาณิชย์อาจจะพิจารณาดำเนินการ คือ การมุ่งเน้นมาที่ การส่งเสริมการค้าสิ่งทอในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มประเทศ ASEAN และ กลุ่ม ประเทศเอเชียตะวันออกเฉียง อย่าง ไต้หวัน เกาหลีใต้ ฮองกง และ ญี่ปุ่น ตั้งแต่ในระดับของ การเจรจาการค้าและการทำข้อตกลงในระดับทวิภาคี หรือ พหุภาคี การสนับสนุนให้ภาค

เอกชนร่วมลงทุนในด้านการผลิตร่วมกัน ลงมาถึงการจัดกิจกรรม/โครงการ ที่จะช่วยส่งเสริมการกระจายสินค้า/ซื้อ-ขายระหว่างกัน

จากที่กล่าวมาในข้างต้นทั้งหมด อาจสรุปได้ว่า แม้ว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยในปัจจุบันจะต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะภายหลังจากที่มีการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอแล้วนั้น แต่อุตสาหกรรมดังกล่าวก็ยังมีช่องทางและโอกาสอยู่อีกมาก หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ร่วมมือกันในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ทั้งนี้กลยุทธ์ที่ได้กล่าวไว้ในบทนี้ เป็นเพียงแนวทางที่ผู้ผลิต ผู้ส่งออกสิ่งทอไทยจะสามารถนำไปปรับใช้กับกิจการของตนเอง และในขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางที่หน่วยงานภาครัฐอย่างกระทรวงพาณิชย์จะสามารถนำไปใช้ประกอบการพิจารณาเพื่อวางตำแหน่งและทิศทางของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยรวมทั้งจัดทำนโยบาย/โครงการ/กิจกรรมที่สอดคล้องกันต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, การเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยต่อการเปิดตลาดเสรีสิ่งทอในปี 2548. พฤษภาคม 2544.
- กรมประชาสัมพันธ์, มุมมองเศรษฐกิจไทยในสายตา ไมเคิล พอร์เตอร์, 21 พฤษภาคม 2546, [<http://www.thaisnews.com>]
- กรุงเทพธุรกิจ, 'พอร์เตอร์' เปิดโมเดลใหม่ ชูไทย "ไอร์แลนด์" แห่งเอเชีย, 5 พฤษภาคม 2546, [<http://www.bangkokbiznews.com>]
- ฉานนิยา วงศ์กิจจาเลิศ, กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย, กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, 2545.
- นवलแข ปาลีวนิช, ความรู้เรื่องผ้าและเส้นใย (ฉบับปรับปรุงใหม่), บริษัทซีเอ็ด ยูเคชั่น, กรุงเทพฯ, 2542.
- นิธิตา ศิริโกคากิจ, โครงการส่งเสริมส่งออกสำหรับสินค้าสิ่งทอประจำปีงบประมาณ 2547, สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, 3 กุมภาพันธ์ 2547, [<http://www.depthai.go.th>]
- ผู้จัดการออนไลน์, คาดจีนค้าตปท.ปีนี้ได้ดุลหมื่นล้าน จับตาอุตสาหกรรมสิ่งทอหลังยกเลิกโควตา [<http://www.manager.co.th>]
- ผู้จัดการออนไลน์, ยุติโควตาส่งทอ-ใครได้ใครเสีย?, 19 ตุลาคม 2547, [<http://www.manager.co.th>]
- วีระศักดิ์ อุดมกิจเดชา และคณะ, อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยกับกลยุทธ์ของการวิจัยและพัฒนา, สถาบันวิจัยโลหะและวัสดุ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, สถิติสิ่งทอไทย 2546.
- สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม. 2545.
- ศุภิช ศุภิชลาศัย, โครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรายสาขา ปี 2536, สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2537.
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, ไทยเร่งพัฒนาสิ่งทอนำร่องกลุ่ม Technical Textiles เลือกต่อยอด 5 สาขาทำเงิน, ฉบับ 1951, 24-27 ตุลาคม 2547

ภาษาอังกฤษ

Abernathy, F. et al. The Apparel and Textile Industries after 2005: Prospects and Choices.

Harvard Center for Textile and Apparel Research. 23 December 2004.

Carver, B. et al. India's Textile Industry: What will Happen When the Quotas are Lifted? 2

June 2004. [[http://depts.washington.edu/gttl/StudentPapersAbstracts/2004/](http://depts.washington.edu/gttl/StudentPapersAbstracts/2004/IndiaTextileIndustry.pdf)

IndiaTextileIndustry.pdf].

World Trade Organization. Background Statistical Information with Respect to Trade in

Textiles and Clothing. 20 September 2004.

ภาคผนวก

ตลาดส่งออกสิงคโปร์ของไทย

รายการ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ					อัตราการขยายตัว : ร้อยละ					สัดส่วน : ร้อยละ						
	2544	2545	2546	2546 (ม.ค.-พ.ย.)	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2544	2545	2546	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2544	2545	2546	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2544	2545	2546	2547 (ม.ค.-พ.ย.)
	1. สหรัฐอเมริกา	2,031.1	1,959.7	1,868.6	1,709.5	1,885.0	-3.69	-3.52	-4.65	10.27	38.58	38.11	34.18	34.40	32.48	32.48	32.48
2. ญี่ปุ่น	334.1	309.1	372.6	343.2	393.2	-9.34	-7.48	20.54	14.57	6.35	6.01	6.82	6.91	6.78	6.78	6.78	6.78
3. สหราชอาณาจักร	239.0	251.5	251.2	226.2	262.7	-4.44	5.23	-1.12	16.14	4.54	4.89	4.60	4.55	4.53	4.53	4.53	4.53
4. จีน	96.2	119.3	180.0	159.4	240.8	-13.95	24.01	50.88	51.07	1.83	2.32	3.29	3.21	4.15	4.15	4.15	4.15
5.ฮ่องกง	156.3	154.1	172.9	157.7	175.1	-17.65	-1.41	12.20	11.03	2.97	3.00	3.16	3.17	3.02	3.02	3.02	3.02
6. ฝรั่งเศส	108.9	102.8	119.9	107.3	162.8	-20.16	-5.60	16.63	51.72	2.07	2.00	2.19	2.16	2.81	2.81	2.81	2.81
7. เยอรมนี	149.0	134.4	156.3	140.9	146.8	-15.87	-9.80	16.29	4.19	2.83	2.61	2.86	2.84	2.53	2.53	2.53	2.53
8. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	139.3	132.3	137.3	124.4	144.9	-10.71	-5.03	3.78	16.48	2.65	2.57	2.51	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50
9. อิตาลี	89.5	86.4	108.4	96.9	119.6	-21.56	-3.46	25.46	23.43	1.70	1.68	1.98	1.95	2.06	2.06	2.06	2.06
10. อินโดนีเซีย	78.8	85.7	95.4	87.4	117.7	-7.40	8.76	11.32	34.67	1.50	1.67	1.75	1.76	2.03	2.03	2.03	2.03
รวม 10 รายการ	3,422.2	3,335.2	3,462.7	3,153.0	3,648.6	-7.45	-2.54	3.82	15.72	65.00	64.85	63.34	63.45	62.87	62.87	62.87	62.87
อื่นๆ	1,842.5	1,807.3	2,004.2	1,815.9	2,154.7	-2.42	-1.90	10.88	18.66	35.00	35.15	36.66	36.55	37.13	37.13	37.13	37.13
มูลค่ารวม	5,264.6	5,142.6	5,466.8	4,968.9	5,803.3	-5.75	-2.32	6.30	16.79	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : 2547(ม.ค.-พ.ย.) เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตลาดส่งออกค้าและเส้นใยประดิษฐ์ ของไทย

รายการ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ				อัตราการขยายตัว : ร้อยละ				สัดส่วน : ร้อยละ				
	2544	2545	2546	2546 (ม.ค.-พ.ย.)	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2544	2545	2546	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2544	2545	2546	2547 (ม.ค.-พ.ย.)
1. จีน	30.6	37.4	46.6	41.1	54.9	-14.04	22.22	24.60	33.58	6.98	8.04	8.63	8.44
2. ญี่ปุ่น	28.2	32.0	50.2	45.6	47.7	-6.93	13.48	56.88	4.61	6.43	6.88	9.30	9.37
3. สหรัฐอเมริกา	42.1	42.2	37.5	34.2	42.3	-7.68	.24	-11.14	23.68	9.60	9.08	6.95	7.03
4. ตุรกี	7.2	15.9	26.9	24.4	41.6	28.57	120.83	69.18	70.49	1.64	3.42	4.98	5.01
5. เกาหลีใต้	47.9	50.8	49.4	45.5	40.4	14.05	6.05	-2.76	-11.21	10.92	10.93	9.15	9.35
6.ฮ่องกง	28.3	25.3	29.3	26.3	34.6	-23.51	-10.60	15.81	31.56	6.45	5.44	5.43	5.40
7. มาเลเซีย	19.5	18.4	29.4	26.4	31.2	-24.42	-5.64	59.78	18.18	4.45	3.96	5.45	5.42
8. บังกลาเทศ	14.6	8.1	16.2	15.1	28.5	50.52	-44.52	100.00	88.74	3.33	1.74	3.00	3.10
9. ปากีสถาน	9.4	15.6	18.3	15.8	27.7	184.85	65.96	17.31	75.32	2.14	3.36	3.39	3.25
10. ฟิลิปปินส์	20.8	19.8	20.8	19.4	24.1	18.86	-4.81	5.05	24.23	4.74	4.26	3.85	3.99
รวม 10 รายการ	248.5	265.5	324.5	293.6	372.9	-1.62	6.84	22.22	27.01	56.66	57.11	60.11	60.31
อื่นๆ	190.1	199.4	215.3	193.1	254.0	-.63	4.89	7.97	31.47	43.34	42.89	39.89	39.69
มูลค่ารวม	438.6	464.9	539.8	486.8	626.9	-1.19	6.00	16.11	28.78	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : 2547(ม.ค.-พ.ย.) เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตลาดส่งออกผ้าผืน ของไทย

รายการ	มูลค่า : ล้านบาท				อัตราการขยายตัว : ร้อยละ				สัดส่วน : ร้อยละ			
	2544	2545	2546	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2544	2545	2546	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2544	2545	2546	2547 (ม.ค.-พ.ย.)
1. สหรัฐอเมริกา	2,707.9	2,644.7	2,700.7	2,429.1	2,979.6	-10.42	-2.33	2.12	2544	2545	2546	2547 (ม.ค.-พ.ย.)
2. จีน	929.9	899.7	2,000.0	1,720.9	2,855.0	.05	-3.25	122.30	7.35	7.67	7.43	7.34
3. สหรัฐอเมริกา	4,936.3	4,717.7	3,298.8	3,022.4	2,803.8	-9.89	-4.43	-30.08	2.52	2.61	5.51	5.20
4. ออสเตรเลีย	2,050.8	2,040.6	1,953.3	1,784.9	2,407.7	-11.33	-5.0	-4.28	13.40	13.67	9.08	9.14
5. อังกฤษ	1,114.2	1,628.2	1,734.3	1,604.0	1,766.5	-6.01	46.13	6.52	5.57	4.72	4.77	4.85
6. เนเธอร์แลนด์	1,490.4	1,527.5	1,575.0	1,411.7	1,704.2	4.07	2.49	3.11	3.02	4.72	4.77	4.85
7. อิตาลี	1,292.4	1,320.2	1,611.0	1,496.0	1,595.6	42.02	2.15	22.03	4.04	4.43	4.34	4.27
8. เยอรมนี	1,478.6	1,232.1	1,314.7	1,207.5	1,406.5	-12.95	-16.67	6.70	3.83	3.57	3.62	3.65
9. ญี่ปุ่น	522.0	585.4	809.3	710.3	1,210.2	98.78	12.15	38.25	4.01	3.57	3.62	3.65
10. เยอรมนี	1,180.0	1,183.3	1,278.6	1,160.9	1,178.9	-7.09	.28	8.05	1.42	1.70	2.23	2.15
รวม 10 รายการ	17,702.5	17,779.3	18,275.7	16,547.6	19,908.1	-4.32	.43	2.79	3.20	3.43	3.52	3.51
อื่นๆ	19,143.5	16,719.8	18,053.4	16,537.4	17,523.2	1.75	-12.66	7.98	48.04	51.54	50.31	50.02
มูลค่ารวม	36,846.0	34,499.2	36,329.1	33,085.1	37,431.3	-1.26	-6.37	5.30	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
 หมายเลข : 2547(ม.ค.-พ.ย.) เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตลาดส่งออกเครื่องนุ่งห่ม ของไทย

รายการ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ						อัตราการขยายตัว : ร้อยละ						สัดส่วน : ร้อยละ					
	2544	2545	2546	2546 (ม.ค.-พ.ย.)	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2544	2545	2546	2546 (ม.ค.-พ.ย.)	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2544	2545	2546	2546 (ม.ค.-พ.ย.)	2547 (ม.ค.-พ.ย.)	2547 (ม.ค.-พ.ย.)
	1. สหรัฐอเมริกา	1,730.1	1,652.3	1,601.0	1,464.4	1,594.6	1,594.6	-3.92	-4.50	-3.10	8.89	8.89	8.89	54.75	55.46	53.03	53.24	51.88
2. สหราชอาณาจักร	180.5	198.3	206.2	185.1	220.5	220.5	.50	9.86	3.98	19.12	19.12	19.12	5.71	6.66	6.83	6.73	7.17	7.17
3. ญี่ปุ่น	219.7	186.4	199.3	185.5	205.1	205.1	-9.21	-15.16	6.92	10.57	10.57	10.57	6.95	6.26	6.60	6.74	6.67	6.67
4. ฝรั่งเศส	97.2	94.8	112.5	100.5	155.3	155.3	-17.77	-2.47	18.67	54.53	54.53	54.53	3.08	3.18	3.73	3.65	5.05	5.05
5. เยอรมนี	113.9	98.8	115.9	104.5	110.3	110.3	-15.63	-13.26	17.31	5.55	5.55	5.55	3.60	3.32	3.84	3.80	3.59	3.59
6. แคนาดา	91.2	89.5	80.6	73.4	70.2	70.2	-2.67	-1.86	-9.94	-4.36	-4.36	-4.36	2.89	3.00	2.67	2.67	2.28	2.28
7. เนเธอร์แลนด์	70.3	58.0	59.4	51.6	67.0	67.0	-8.46	-17.50	2.41	29.84	29.84	29.84	2.22	1.95	1.97	1.88	2.18	2.18
8. เบลเยียม	84.5	72.4	88.6	80.0	57.8	57.8	-14.73	-14.32	22.38	-27.75	-27.75	-27.75	2.67	2.43	2.93	2.91	1.88	1.88
9. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	56.2	48.2	48.5	44.9	46.7	46.7	-2.94	-14.23	.62	4.01	4.01	4.01	1.78	1.62	1.61	1.63	1.52	1.52
10. อิตาลี	29.1	28.0	36.1	31.5	43.1	43.1	-15.65	-3.78	28.93	36.83	36.83	36.83	.92	.94	1.20	1.15	1.40	1.40
รวม 10 รายการ	2,672.8	2,526.7	2,548.2	2,321.2	2,570.7	2,570.7	-5.80	-5.47	.85	10.75	10.75	10.75	84.58	84.81	84.40	84.39	83.63	83.63
อื่นๆ	487.5	452.5	470.9	429.4	503.2	503.2	-8.35	-7.18	4.09	17.19	17.19	17.19	15.42	15.19	15.60	15.61	16.37	16.37
มูลค่ารวม	3,160.2	2,979.1	3,019.1	2,750.6	3,073.9	3,073.9	-6.21	-5.73	1.34	11.75	11.75	11.75	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : 2547(ม.ค.-พ.ย.) เป็นตัวเลขเบื้องต้น

3.10 Textile and Clothing Exports Classified by Countries

Country	Value (Million Baht)				Share (%)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
1. USA	84,281.0	90,643.4	84,564.1	78,247.4	37.71	38.56	38.27	34.52
2. Japan	14,823.1	14,995.5	13,523.2	15,640.3	6.63	6.38	6.12	6.90
3. United Kingdom	10,080.6	10,622.7	10,815.6	10,471.2	4.51	4.52	4.89	4.62
4. China	4,436.5	4,257.6	5,112.6	7,348.0	1.98	1.81	2.31	3.24
5. Hong Kong	7,530.8	6,916.2	6,487.3	6,941.8	3.37	2.94	2.94	3.06
6. Germany	7,076.9	6,619.7	5,794.4	6,518.9	3.17	2.82	2.62	2.88
7. United Arab Emirates	6,173.2	6,158.0	5,588.3	5,645.7	2.76	2.62	2.53	2.49
8. France	5,424.2	4,834.2	4,410.0	4,977.8	2.43	2.06	2.00	2.20
9. Belgium	5,329.9	4,813.7	4,162.6	4,545.4	2.38	2.05	1.88	2.01
10. Italy	4,531.6	3,957.6	3,711.2	4,502.2	2.03	1.68	1.68	1.99
11. Canada	4,653.3	4,993.5	4,940.3	4,494.1	2.08	2.12	2.24	1.98
12. Netherland	4,710.8	4,855.9	4,240.4	4,347.3	2.11	2.07	1.92	1.92
13. Indonesia	3,370.6	3,488.6	3,500.3	3,855.8	1.51	1.48	1.58	1.70
14. Singapore	3,514.5	4,345.5	3,262.1	3,688.4	1.57	1.85	1.48	1.63
15. Malaysia	2,909.3	3,040.5	2,709.1	3,515.8	1.30	1.29	1.23	1.55
16. South Korea	2,303.0	2,960.4	3,300.8	3,454.3	1.03	1.26	1.49	1.52
17. Philippines	2,857.2	3,130.7	3,260.9	3,262.5	1.28	1.33	1.48	1.44
18. India	2,436.0	2,517.8	2,410.8	3,027.1	1.09	1.07	1.09	1.34
19. Bangladesh	2,168.9	2,237.0	2,320.0	2,853.0	0.97	0.95	1.05	1.26
20. Australia	2,700.0	2,464.7	2,569.0	2,627.1	1.21	1.05	1.16	1.16
Others	42,200.5	47,190.8	44,278.9	46,677.6	18.88	20.08	20.04	20.60
TOTAL	223,511.9	235,044.0	220,961.9	226,641.7	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Information and Communication Technology Center with
Cooperation of The Customs Department

Textile Economics Study & Research Group
Textile Industry Division
BISD, DIP

3.14 Fiber Exports Classified by Countries

Country	Value (Million Baht)				Share (%)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
1. China	1,796.9	1,448.1	1,938.0	2,441.6	17.19	13.67	16.23	17.81
2. Indonesia	1,741.5	1,819.2	1,565.8	1,888.4	16.66	17.17	13.12	13.78
3. Hong Kong	1,822.7	1,581.3	1,490.4	1,636.0	17.44	14.93	12.48	11.93
4. Japan	430.3	393.6	754.5	816.0	4.12	3.72	6.32	5.95
5. USA	273.0	732.3	826.6	732.6	2.61	6.91	6.92	5.34
6. India	486.6	583.9	626.9	621.6	4.66	5.51	5.25	4.53
7. Iran	222.8	222.0	392.4	593.5	2.13	2.10	3.29	4.33
8. Philippines	508.6	484.7	603.9	552.5	4.87	4.58	5.06	4.03
9. Egypt	21.1	0.3	26.5	499.5	0.20	0.003	0.22	3.64
10. Nepal	483.3	415.3	269.8	475.2	4.62	3.92	2.26	3.47
11. Malaysia	288.2	343.3	424.8	434.9	2.76	3.24	3.56	3.17
12. Turkey	614.5	504.6	722.3	407.7	5.88	4.76	6.05	2.97
13. Bangladesh	302.2	246.5	297.2	363.5	2.89	2.33	2.49	2.65
14. Sri Lanka	24.9	143.0	305.5	286.2	0.24	1.35	2.56	2.09
15. Pakistan	442.9	449.9	448.6	285.9	4.24	4.25	3.76	2.09
16. Vietnam	83.9	35.7	49.8	260.8	0.80	0.34	0.42	1.90
17. South Korea	45.1	41.7	121.9	239.8	0.43	0.39	1.02	1.75
18. Israel	23.3	24.5	60.9	193.6	0.22	0.23	0.51	1.41
19. Taiwan	90.6	17.7	85.0	183.4	0.87	0.17	0.71	1.34
20. Canada	87.3	114.9	84.8	96.4	0.84	1.08	0.71	0.70
Others	662.4	989.7	842.2	699.1	6.34	9.34	7.05	5.10
TOTAL	10,452.1	10,592.2	11,937.8	13,708.2	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Information and Communication Technology Center with
Cooperation of The Customs Department

Textile Economics Study & Research Group
Textile Industry Division
BISD, DIP

3.13 Yarn Exports Classified by Countries

Country	Value (Million Baht)				Share (%)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
1. Japan	1,691.4	1,831.9	1,794.4	2,574.7	8.46	8.56	8.08	10.48
2. South Korea	1,911.6	2,190.0	2,239.4	2,116.5	9.56	10.23	10.09	8.61
3. China	1,436.9	1,418.0	1,660.8	1,966.9	7.19	6.62	7.48	8.00
4. USA	1,834.5	1,866.3	1,815.3	1,568.8	9.17	8.72	8.18	6.38
5. Italy	1,307.3	1,004.0	1,028.1	1,331.2	6.54	4.69	4.63	5.42
6. Malaysia	1,047.4	883.1	810.9	1,281.8	5.24	4.13	3.65	5.22
7. Turkey	227.2	333.7	753.2	1,254.1	1.14	1.56	3.39	5.10
8. Hong Kong	1,557.0	1,298.0	1,135.7	1,236.2	7.79	6.06	5.12	5.03
9. Philippines	703.4	919.1	859.7	890.0	3.52	4.29	3.87	3.62
10. Pakistan	140.6	432.2	703.0	810.2	0.70	2.02	3.17	3.30
11. India	769.7	853.1	682.9	735.4	3.85	3.99	3.08	2.99
12. Iran	315.8	679.3	387.9	682.1	1.58	3.17	1.75	2.78
13. Bangladesh	381.7	641.8	347.4	675.1	1.91	3.00	1.56	2.75
14. Taiwan	657.8	568.6	699.0	555.9	3.29	2.66	3.15	2.26
15. Spain	234.3	294.3	412.2	501.8	1.17	1.37	1.86	2.04
16. United Kingdom	664.8	519.1	413.0	423.9	3.32	2.43	1.86	1.73
17. North Korea	460.1	818.0	1,359.5	419.6	2.30	3.82	6.12	1.71
18. Canada	280.4	184.2	400.7	416.4	1.40	0.86	1.80	1.69
19. Greece	118.5	254.0	241.4	404.1	0.59	1.19	1.09	1.64
20. Vietnam	555.9	401.6	413.4	398.3	2.78	1.88	1.86	1.62
Others	3,699.4	4,015.6	4,043.2	4,329.1	18.50	18.76	18.21	17.62
TOTAL	19,995.7	21,405.9	22,201.1	24,572.1	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Information and Communication Technology Center with
Cooperation of The Customs Department

Textile Economics Study & Research Group
Textile Industry Division
BISD, DIP

3.12 Fabric Exports Classified by Countries

Country	Value (Million Baht)				Share (%)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
1. USA	5,454.9	4,933.3	4,486.1	3,141.6	14.76	13.51	13.92	9.50
2. United Arab Emirates	3,023.2	2,707.2	2,553.4	2,631.0	8.18	7.41	7.92	7.96
3. China	925.9	926.9	868.4	1,872.2	2.50	2.54	2.70	5.66
4. Hong Kong	2,294.5	1,980.3	1,868.6	1,595.1	6.21	5.42	5.80	4.82
5. Netherlands	1,431.9	1,489.6	1,526.7	1,574.1	3.87	4.08	4.74	4.76
6. Bangladesh	1,179.0	1,107.5	1,491.4	1,545.6	3.19	3.03	4.63	4.67
7. Laos	886.4	1,291.4	1,065.7	1,317.3	2.40	3.54	3.31	3.98
8. Italy	1,706.7	1,483.4	1,230.7	1,299.9	4.62	4.06	3.82	3.93
9. Germany	1,267.1	1,178.6	1,174.9	1,277.3	3.43	3.23	3.65	3.86
10. Singapore	1,294.4	1,788.3	825.2	1,084.8	3.50	4.90	2.56	3.28
11. Japan	692.9	658.7	654.1	993.6	1.87	1.80	2.03	3.00
12. United Kingdom	1,663.1	1,481.4	1,301.8	906.5	4.50	4.06	4.04	2.74
13. Myanmar	744.1	627.2	503.8	895.8	2.01	1.72	1.56	2.71
14. Vietnam	977.5	1,010.1	774.6	875.8	2.64	2.77	2.40	2.65
15. Sri Lanka	615.8	697.4	1,044.5	867.2	1.67	1.91	3.24	2.62
16. Philippines	538.0	707.6	769.8	767.8	1.46	1.94	2.39	2.32
17. Saudi Arabia	831.9	656.5	713.0	766.5	2.25	1.80	2.21	2.32
18. Algeria	271.4	614.3	498.4	636.8	0.73	1.68	1.55	1.93
19. Belgium	829.0	645.9	638.1	558.5	2.24	1.77	1.98	1.69
20. Indonesia	871.7	639.0	638.9	531.0	2.36	1.75	1.98	1.61
Others	9,463.8	9,894.6	7,591.6	7,934.5	25.60	27.09	23.56	23.99
TOTAL	36,963.2	36,519.2	32,219.7	33,072.9	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Information and Communication Technology Center with
Cooperation of The Customs Department

Textile Economics Study & Research Group
Textile Industry Division
BISD, DIP

3.11 Clothing Exports Classified by Countries

Country	Value (Million Baht)				Share (%)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
1. USA	70,787.4	76,172.6	70,076.6	66,175.6	54.23	55.65	56.23	54.01
2. United Kingdom	6,812.3	7,521.0	7,921.6	7,927.2	5.22	5.49	6.36	6.47
3. Japan	8,172.8	8,295.8	6,836.9	7,017.7	6.26	6.06	5.49	5.73
4. Germany	5,185.0	4,882.8	4,168.2	4,743.3	3.97	3.57	3.34	3.87
5. France	4,658.6	4,257.0	4,015.4	4,621.8	3.57	3.11	3.22	3.77
6. Belgium	3,916.4	3,736.2	3,107.6	3,672.5	3.00	2.73	2.49	3.00
7. Canada	3,660.2	3,988.3	3,733.1	3,249.0	2.80	2.91	3.00	2.65
8. Netherlands	3,048.2	3,106.1	2,477.7	2,444.7	2.34	2.27	1.99	2.00
9. United Arab Emirates	2,269.0	2,425.1	2,018.6	1,993.4	1.74	1.77	1.62	1.63
10. Spain	1,514.7	1,379.4	1,338.7	1,519.7	1.16	1.01	1.07	1.24
11. Italy	1,342.8	1,266.3	1,184.9	1,478.6	1.03	0.93	0.95	1.21
12. Singapore	1,094.4	1,282.1	1,127.5	1,341.2	0.84	0.94	0.90	1.09
13. Saudi Arabia	2,276.9	1,837.1	1,605.6	1,074.1	1.74	1.34	1.29	0.88
14. Sweden	1,033.3	1,120.5	942.8	894.6	0.79	0.82	0.76	0.73
15. Australia	664.2	597.5	647.7	773.4	0.51	0.44	0.52	0.63
16. Austria	776.5	781.2	736.5	769.7	0.59	0.57	0.59	0.63
17. Hong Kong	979.0	773.6	646.1	661.8	0.75	0.57	0.52	0.54
18. Denmark	488.6	586.2	596.1	643.1	0.37	0.43	0.48	0.52
19. Taiwan	427.4	616.5	499.2	507.9	0.33	0.45	0.40	0.41
20. South Korea	158.1	254.4	396.6	468.0	0.12	0.19	0.32	0.38
Others	11,262.6	11,994.2	10,541.6	10,543.9	8.63	8.76	8.46	8.61
TOTAL	130,528.4	136,873.9	124,619.0	122,521.2	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Information and Communication Technology Center with
Cooperation of The Customs Department

Textile Economics Study & Research Group
Textile Industry Division
BISD, DIP

3.17 Fabric Imports Classified by Countries

Country	Value (Million Baht)				Share (%)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
1. China	9,087.4	9,365.1	8,417.7	9,289.4	24.96	25.12	28.26	32.52
2. Taiwan	10,139.2	10,354.5	6,926.7	5,230.6	27.85	27.77	23.26	18.31
3. Japan	3,609.9	3,206.7	3,237.4	3,133.8	9.91	8.60	10.87	10.97
4. South Korea	4,103.5	4,776.3	3,429.2	2,903.6	11.27	12.81	11.51	10.16
5. Hong Kong	1,998.4	2,035.9	1,656.9	1,709.9	5.49	5.46	5.56	5.99
6. Indonesia	1,391.6	1,331.7	1,185.3	1,488.9	3.82	3.57	3.98	5.21
7. Italy	1,307.5	1,547.9	1,557.3	1,476.7	3.59	4.15	5.23	5.17
8. United Kingdom	566.3	658.7	631.4	446.7	1.56	1.77	2.12	1.56
9. USA	897.7	852.1	493.4	384.6	2.47	2.29	1.66	1.35
10. Malaysia	273.8	397.3	402.8	360.4	0.75	1.07	1.35	1.26
11. India	578.1	361.6	205.4	292.9	1.59	0.97	0.69	1.03
12. France	208.3	355.5	199.2	271.4	0.57	0.95	0.67	0.95
13. Turkey	385.4	255.1	127.4	206.5	1.06	0.68	0.43	0.72
14. Spain	159.3	164.7	81.1	170.6	0.44	0.44	0.27	0.60
15. Germany	319.7	355.1	133.1	161.7	0.88	0.95	0.45	0.57
16. Ireland	219.9	296.7	139.8	129.9	0.60	0.80	0.47	0.45
17. Vietnam	12.3	16.8	131	103.2	0.03	0.05	0.44	0.36
18. Austria	65.8	76.2	98.7	87.1	0.18	0.20	0.33	0.30
19. Portugal	142.7	28.7	20.5	80.7	0.39	0.08	0.07	0.28
20. Switzerland	92.3	98.9	66.7	60.7	0.25	0.27	0.22	0.21
Others	852.7	750.0	644.3	576.4	2.34	2.01	2.16	2.02
TOTAL	36,411.8	37,285.5	29,785.3	28,565.7	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Information and Communication Technology Center with
Cooperation of The Customs Department

Textile Economics Study & Research Group
Textile Industry Division
BISD, DIP

3.16 Textile and Clothing Imports Classified by Countries

Country	Value (Million Baht)				Share (%)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
1. China	19,165.1	20,677.7	18,985.7	22,623.0	20.24	20.44	20.84	24.40
2. Japan	9,237.4	8,919.5	9,419.3	9,631.5	9.76	8.82	10.34	10.39
3. Taiwan	16,142.5	15,767.9	12,123.1	9,611.3	17.05	15.58	13.31	10.37
4. USA	5,808.3	7,374.6	8,626.8	9,438.6	6.14	7.29	9.47	10.18
5. Australia	7,554.1	9,276.1	7,584.9	5,985.5	7.98	9.17	8.32	6.46
6. South Korea	6,875.0	7,806.5	6,399.1	5,644.9	7.26	7.72	7.02	6.09
7. Hong Kong	4,538.6	4,264.1	4,304.0	4,752.1	4.79	4.21	4.72	5.13
8. Indonesia	3,759.3	3,825.6	3,526.1	3,397.5	3.97	3.78	3.87	3.66
9. Italy	1,899.2	2,394.8	2,185.0	2,257.0	2.01	2.37	2.40	2.43
10. Mali	1,641.3	1,414.3	1,120.0	1,344.8	1.73	1.40	1.23	1.45
11. United Kingdom	1,444.1	1,443.3	1,363.1	1,291.0	1.53	1.43	1.50	1.39
12. Germany	1,048.7	1,134.7	1,007.9	1,106.0	1.11	1.12	1.11	1.19
13. Malaysia	721.1	848.1	1,075.6	1,041.8	0.76	0.84	1.18	1.12
14. India	1,674.0	1,321.6	899.3	994.5	1.77	1.31	0.99	1.07
15. Benin	444.6	585.3	680.7	917.8	0.47	0.58	0.75	0.99
16. Burkina Faso	242.0	200.6	352.6	880.3	0.26	0.20	0.39	0.95
17. France	609.5	760.3	709.8	839.7	0.64	0.75	0.78	0.91
18. Zimbabwe	1,693.0	2,108.3	1,075.4	731.6	1.79	2.08	1.18	0.79
19. Sudan	344.4	248.9	429.4	731.1	0.36	0.25	0.47	0.79
20. Singapore	617.5	593.0	619.9	672.2	0.65	0.59	0.68	0.73
Others	9,210.7	10,217.5	8,627.4	8,810.4	9.73	10.10	9.47	9.50
TOTAL	94,670.4	101,182.7	91,115.1	92,702.6	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Information and Communication Technology Center with
Cooperation of The Customs Department

Textile Economics Study & Research Group
Textile Industry Division
BISD, DIP

3.18 Fiber Imports Classified by Countries

Country	Value (Million Baht)				Share (%)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
1. USA	3,299.1	4,807.8	6,512.7	7,308.7	13.38	17.56	25.02	25.81
2. Australia	7,231.1	8,967.7	7,293.7	5,724.2	29.32	32.75	28.03	20.22
3. China	1,471.4	198.1	744.7	2,888.1	5.97	0.72	2.86	10.20
4. Japan	1,798.4	1,819.5	1,829.9	1,502.6	7.29	6.64	7.03	5.31
5. Mali	1,640.7	1,412.8	1,119.4	1,343.6	6.65	5.16	4.30	4.75
6. Benin	444.6	585.3	680.7	917.8	1.80	2.14	2.62	3.24
7. Burkina*Faso	241.9	200.4	352.5	880.1	0.98	0.73	1.35	3.11
8. Zimbabwe	1,693.0	2,108.3	1,075.4	731.6	6.86	7.70	4.13	2.58
9. Sudan	343.9	248.9	429.4	731.0	1.39	0.91	1.65	2.58
10. Ivory Coast	523.7	571.5	574.8	620.8	2.12	2.09	2.21	2.19
11. Cameroon	635.9	880.4	452.9	506.1	2.58	3.21	1.74	1.79
12. Taiwan	468.8	394.1	378.7	427.4	1.90	1.44	1.46	1.51
13. Egypt	454.6	345.9	352.4	413.7	1.84	1.26	1.35	1.46
14. Spain	99.5	130.2	229.3	367.8	0.40	0.48	0.88	1.30
15. South Korea	199.4	149.6	157.5	325.4	0.81	0.55	0.61	1.15
16. Syria	578.2	507.7	1,084.0	308.7	2.34	1.85	4.17	1.09
17. Pakistan	629.6	568.8	360.5	286.0	2.55	2.08	1.39	1.01
18. Bangladesh	412.9	381.2	0.1	286.0	1.67	1.39	0.00	1.01
19. Brazil	11.1	455.3	258.2	281.1	0.05	1.66	0.99	0.99
20. United Kingdom	193.2	205.7	241.3	264.0	0.78	0.75	0.93	0.93
Others	2,291.6	2,446.7	1,897.4	2,199.9	9.29	8.93	7.29	7.77
TOTAL	24,662.6	27,385.9	26,025.5	28,314.6	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Information and Communication Technology Center with
Cooperation of The Customs Department

Textile Economics Study & Research Group
Textile Industry Division
BISD, DIP

3.19 Yarn Imports Classified by Countries

Country	Value (Million Baht)				Share (%)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
1. China	3,820.3	4,757.8	3,933.3	3,964.9	26.05	30.76	26.68	28.15
2. Taiwan	2,133.2	1,849.6	2,183.6	1,884.8	14.55	11.96	14.81	13.38
3. Japan	1,369.3	1,345.1	1,460.8	1,759.1	9.34	8.70	9.91	12.49
4. Indonesia	1,953.6	2,064.9	1,872.1	1,360.9	13.32	13.35	12.70	9.66
5. Hong Kong	715.2	619.8	767.7	890.0	4.88	4.01	5.21	6.32
6. South Korea	982.7	1,269.5	1,269.3	886.4	6.70	8.21	8.61	6.29
7. USA	558.8	537.5	492.5	565.1	3.81	3.48	3.34	4.01
8. Singapore	315.4	365.0	422.6	413.6	2.15	2.36	2.87	2.94
9. India	726.4	510.9	382.5	364.7	4.95	3.30	2.59	2.59
10. Germany	218.2	183.7	231.5	262.2	1.49	1.19	1.57	1.86
11. Italy	193.5	371.8	202.0	244.5	1.32	2.40	1.37	1.74
12. United Kingdom	362.6	229.4	224.9	214.8	2.47	1.48	1.53	1.53
13. Switzerland	71.8	146.8	191.3	211.5	0.49	0.95	1.30	1.50
14. Pakistan	491.2	500.4	299.8	181.6	3.35	3.24	2.03	1.29
15. Malaysia	195.2	164.5	208.4	178.1	1.33	1.06	1.41	1.26
16. Vietnam	142.7	138.5	145.7	143.2	0.97	0.90	0.99	1.02
17. France	77.9	65.9	109.4	138.9	0.53	0.43	0.74	0.99
18. Canada	36.5	43.5	68.9	68.0	0.25	0.28	0.47	0.48
19. New Zealand	45.2	73.1	63.1	62.2	0.31	0.47	0.43	0.44
20. Netherlands	56.9	48.1	45.6	57.0	0.39	0.31	0.31	0.40
Others	198.6	180.2	168.6	232.6	1.35	1.17	1.14	1.65
TOTAL	14,665.2	15,466.0	14,743.6	14,084.1	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Information and Communication Technology Center with
Cooperation of The Customs Department

Textile Economics Study & Research Group
Textile Industry Division
BISD, DIP

3.20 Clothing Imports Classified by Countries

Country	Value (Million Baht)				Share (%)			
	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003
1. China	2,246.5	2,714.3	2,465.2	2,668.7	66.10	69.26	61.86	61.06
2. Hong Kong	508.6	421.8	501.9	491.6	14.97	10.76	12.60	11.25
3. Italy	123.2	114.8	139.6	205.8	3.63	2.93	3.50	4.71
4. Japan	23.8	36.2	166.0	189.4	0.70	0.92	4.17	4.33
5. France	41.0	66.7	92.9	105.1	1.21	1.70	2.33	2.40
6. Malaysia	43.1	52.4	47.8	85.2	1.27	1.34	1.20	1.95
7. Indonesia	38.3	55.4	89.3	81.3	1.13	1.41	2.24	1.86
8. Singapore	85.1	65.2	45.1	55.7	2.50	1.66	1.13	1.27
9. USA	76.3	57.0	32.8	55.3	2.25	1.45	0.82	1.27
10. India	13.5	19.5	31.5	35.8	0.40	0.50	0.79	0.82
11. United Kingdom	62.9	77.3	29.9	30.6	1.85	1.97	0.75	0.70
12. Morocco	0.4	6.4	19.2	28.7	0.01	0.16	0.48	0.66
13. Australia	7.9	7.1	13.7	26.6	0.23	0.18	0.34	0.61
14. South Korea	8.5	22.5	7.2	26.6	0.25	0.57	0.18	0.61
15. Philippines	13.3	8.3	20.6	24.0	0.39	0.21	0.52	0.55
Others	106.0	194.1	282.2	260.2	3.12	4.95	7.08	5.95
TOTAL	3,398.4	3,919.0	3,984.9	4,370.6	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Information and Communication Technology Center with
Cooperation of The Customs Department

Textile Economics Study & Research Group
Textile Industry Division
BISD, DIP

Table 1: Area distribution of world textile trade, 1995-2003

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	Exports								
World (billion dollars)	112.1	114.1	119.4	112.2	112.3	123.1	117.4	122.9	136.9
	(percentage shares)								
World	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Developed countries	39	40	40	42	41	39	41	40	40
Western Europe	25	25	24	26	24	22	24	24	25
North America	8	8	9	10	10	11	11	10	10
Other developed	7	7	6	6	6	6	6	5	5
Developing economies	57	56	57	54	55	57	55	56	55
Asia	51	50	50	48	49	51	49	50	50
Latin America	3	3	4	4	4	4	3	3	3
Africa and the Middle East	3	3	3	3	3	2	3	3	3
Economies in transition	4	4	4	4	4	4	4	4	5
	Imports								
World	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Developed countries	38	38	39	41	40	39	39	39	39
Western Europe	20	19	19	20	19	18	18	18	18
North America	12	12	14	15	16	16	16	16	15
Other developed	7	7	6	5	6	5	5	5	5
Developing economies	53	53	52	49	51	52	51	50	50
Asia	36	36	34	30	31	32	31	30	30
Africa and the Middle East	11	11	11	11	11	11	11	11	12
Latin America	6	6	7	8	8	9	9	9	8
Economies in transition	8	8	8	9	8	8	9	10	11

Note: The figures exclude EU (15) intra-trade and Hong Kong, China re-exports.

Source: WTO Secretariat.

Table 2: Exports of textiles of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value													Share in economy's total merchandise exports 2003 a	
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003						
Albania	0	2	1	1	2	1	4	2	1	0.2					
Algeria	24	32	1	1	0	0	3	0.0					
Antigua and Barbuda	1	2.6					
Argentina	292	258	269	266	237	257	222	190	...	0.7					
Armenia	1	...	1	1	...	7	8	1.2					
Australia	383	444	465	371	389	347	292	282	309	0.4					
Azerbaijan	6	4	3	3	4	8	0.3					
Bahamas	1	...	0	1	1	0.2					
Bahrain	17	22	76	75	82	77	1.2					
Bangladesh b	432	445	465	433	413	373	469	490	505	7.3					
Barbados	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1.0					
Belarus	...	322	424	428	345	410	397	381	448	4.5					
Benin	6	5	4	4	11	...	2.5					
Bolivia	2	3	5	6	14	16	11	4	7	0.4					
Botswana	31	16	0.7					
Brazil	999	1007	1022	892	822	900	855	844	1109	1.5					
Brunei Darussalam	1	1	24	...	0.6					
Bulgaria b	173	174	171	151	119	120	117	125	243	3.2					
Burkina Faso	1	1	1	1	2	5	7	9	...	3.8					
Cameroon	10	9	7	8	...	4	4	3	3	0.1					
Canada	1377	1663	1854	1919	2032	2205	2163	2183	2265	0.8					
Chile	85	114	139	114	98	116	116	83	87	0.4					
China c	13918	12112	13828	12817	13043	16135	16826	20563	26901	6.1					
Colombia	278	279	294	267	238	268	264	205	228	1.8					
Costa Rica c	28	29	41	45	59	40	29	27	35	0.6					
Côte d'Ivoire	59	76	77	75	55	52	...	53	40	0.7					
Croatia	124	110	91	89	82	87	85	82	111	1.8					
Cuba	3	2	2	0.1					
Cyprus	67	55	39	37	26	33	30	26	21	2.3					
Czech Republic c	1323	981	981	1117	1098	1217	1325	1368	1649	3.4					

Table 2: Exports of textiles of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value											Share in economy's total merchandise exports 2003 a		
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003					
Dominican Republic b, c	89	37	39	0.8
Ecuador	35	38	43	35	37	40	45	39	42	0.7
Egypt	570	426	533	441	355	412	290	251	278	4.5
El Salvador c	65	67	84	91	81	79	72	70	72	2.3
Eritrea	0	0	3	5.8
Estonia	105	142	159	163	134	167	180	187	220	3.9
Ethiopia	1	...	4	2	2	2	3	4	0.8
European Union (15)	21978	22787	22867	22748	21448	21673	22140	23143	26371	2.4
Faeroe Islands	...	1	...	1	1	0.2
Fiji	18	10	6	6	1.0
FYR Macedonia	71	71	60	59	40	37	37	36	42	3.1
Gabon	1	0	0.0
Gambia	4	1	1	1	0	0	4.8
Georgia	...	2	2	1	0	0	0.5
Ghana	...	3	16	2	5	14	8	0.5
Guatemala	40	50	46	73	47	53	34	31	53	2.0
Guyana	0	0	0	1	1	0.2
Haiti	1	2	2	0.9
Honduras b	4	8	5	7	5	10	17	12	13	1.0
Hong Kong, China	13815	14146	14602	13040	12271	13442	12214	12374	13084	5.7
re-exports	12001	12376	12968	11650	11048	12266	11164	11398	12327	5.9
domestic exports	1814	1770	1634	1390	1223	1176	1050	976	757	3.9
Hungary c	286	321	296	342	366	371	408	456	545	1.3
Iceland	10	10	10	11	10	16	12	13	15	0.6
India b	4358	4936	5243	4558	5086	5998	5375	6028	6510	11.6
Indonesia	2713	2835	2255	2359	3019	3505	3202	2896	2923	4.8
Iran, Islamic Rep. of b	610	547	747	640	781	766	674	726	800	2.2
Israel	399	397	446	473	477	490	534	538	606	1.9
Jamaica	1	1	1	0	0	1	...	0	0.1
Japan	7178	6927	6750	5971	6598	7023	6198	6030	6431	1.4
Jordan	44	...	31	33	45	43	45	39	34	1.1
Kazakhstan b	32	29	15	9	5	5	5	6	8	0.1

Table 2: Exports of textiles of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value												Share in economy's total merchandise exports 2003 a
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003				
Kenya b	33	35	36	43	31	26	...	35	29	1.2			
Korea, Republic of b	12313	12718	13337	11279	11618	12710	10941	10713	10122	5.2			
Kuwait	8	9	12	9	8	0.1			
Kyrgyz Republic	26	22	...	12	7	6	10	1.7			
Latvia	119	130	122	138	107	105	118	131	156	5.4			
Lebanon	13	15	12	8	15	17	20	1.3			
Lithuania	163	215	255	258	221	212	207	230	288	4.0			
Macao, China	169	155	148	175	228	272	278	326	303	11.7			
Madagascar c	18	19	51	43	68	21	18	13	8	1.2			
Malawi	11	13	3	2	0.4			
Malaysia c	1129	1302	1292	1094	1120	1270	1056	994	1018	1.0			
Malta	23	22	22	22	23	23	25	1.3			
Mauritius	77	88	80	79	81	81	95	68	76	3.9			
Mexico c	1283	1548	1910	2030	2302	2571	2091	2212	2102	1.3			
Moldova	11	14	15	10	7	7	12	10	11	1.4			
Mongolia	...	1	2	3	1	2	...	0.4			
Morocco b, c	177	158	135	128	133	123	143	139	158	1.8			
Mozambique	1	2	0	...	4	0.6			
Namibia	3	2	0.2			
Nepal	166	158	176	152	175	182	165	22.4			
New Zealand	160	164	162	148	155	142	132	156	218	1.3			
Nicaragua	3	3	3	2	3	3	2	2	1	0.2			
Niger	18	24	28	27	31	41	1	12	12	3.5			
Nigeria	...	37	21	11	14	14	0.1			
Norway	186	197	188	179	190	173	171	183	185	0.3			
Oman	8	16	25	44	21	27	56	97	91	0.8			
Pakistan	4256	4919	4608	4302	4258	4532	4525	4790	5811	48.7			
Panama	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0.1			
Paraguay	28	31	27	19	11	17	10	9	13	1.0			
Peru	172	159	196	164	115	128	115	103	120	1.3			
Philippines b, c	280	312	337	287	262	297	255	249	273	0.7			
Poland b	512	562	664	753	727	816	796	908	1140	2.1			

Table 2: Exports of textiles of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value											Share in economy's total merchandise exports 2003 a
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003			
Qatar	2	2	0	2	2	6	0	2	...	2	0.0	
Romania	178	167	188	191	165	196	241	310	444	310	2.5	
Russian Federation b	374	532	477	420	385	486	470	525	539	525	0.4	
Rwanda	...	0	0	1	0	...	1	1	1	1	1.7	
Saint Lucia	1	1	3	2	1	0	0	1	1	1	2.5	
Saudi Arabia	59	94	...	132	118	114	126	150	185	150	0.2	
Senegal	3	5	2	4	4	4	4	5	...	5	0.5	
Serbia and Montenegro	...	46	93	111	33	41	56	41	...	41	1.8	
Singapore	1496	1347	1242	860	853	907	730	738	703	738	0.5	
re-exports	1233	1098	992	657	604	614	480	425	378	425	0.6	
domestic exports	263	249	250	203	249	293	250	313	325	313	0.4	
Slovak Republic	375	303	342	350	297	319	341	388	470	388	2.1	
Slovenia	322	325	305	324	286	286	330	355	390	355	3.1	
South Africa	238	255	273	230	235	240	233	248	292	248	0.8	
Sri Lanka b	164	166	206	244	202	171	206	171	4.0	
Sudan	1	14	5	8	4	4	1	0	...	0	1.3	
Swaziland	21	13	16	...	16	1.7	
Switzerland	2267	2010	1795	1811	1641	1533	1443	1421	1480	1421	1.5	
Syrian Arab Republic	137	78	103	60	76	158	...	168	...	168	2.7	
Taipei, Chinese	11882	12048	12772	11159	10906	11896	9904	9532	9321	9532	6.2	
Tajikistan	18	2.3	
Tanzania	9	9	5	11	14	14	20	14	1.6	
Thailand b	1937	1891	2020	1760	1818	1960	1888	1929	2162	1929	2.7	
Togo	10	13	9	7	7	3	3	3	...	3	0.7	
Trinidad and Tobago b	7	9	11	11	10	10	12	23	27	23	0.6	
Tunisia	165	151	127	126	129	154	199	227	...	227	3.3	
Turkey	2527	2722	3352	3549	3478	3672	3943	4244	5244	4244	11.3	
Turkmenistan	98	103	52	1.9	
Uganda	2	3	5	1	1	1	1	2	0	2	0.5	

Table 2: Exports of textiles of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value											Share in economy's total merchandise exports 2003 a	
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003				
Ukraine b	...	88	135	96	108	127	111	158	182				0.8
United States	7372	8009	9193	9216	9510	10961	10491	10698	10917				1.5
Uruguay	90	85	92	85	59	65	54	41	53				2.4
Venezuela	62	62	69	57	31	32	31	23	15				0.1
Yemen	1				0.1
Zambia	35	19	28	35	32	25	...				2.7
Zimbabwe	63	48	52	...	36	32	3	59	...				5.3

a Or nearest year.

b Includes Secretariat estimates.

c Includes significant shipments through processing zones.

Note: This table includes all countries and territories for which data are currently available or could reasonably be estimated.

Table 3: Imports of textiles of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value											Share in economy's total merchandise imports 2003 a
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003			
retained imports e	4858	4139	3237	1834	1514	1451	1013	621	602			2.5
Hungary d	888	992	1020	1169	1146	1078	1073	1125	1253			2.6
Iceland	46	54	51	54	47	42	36	36	44			1.6
India	345	339	392	445	499	575	691	896	...			1.5
Indonesia	1308	1266	1152	1021	866	1251	1088	878	663			2.0
Iran, Islamic Rep. of	320	302	264	298	316	239	317			1.2
Israel	820	759	771	769	758	759	680	642	659			1.8
Jamaica	74	70	66	65	60	57	...	46	...			1.3
Japan	5985	6075	5807	4357	4547	4939	4756	4536	5035			1.3
Jordan	128	130	111	127	113	172	304	381	471			8.3
Kazakhstan c	47	50	42	39	32	43	43	30	96			1.2
Kenya	42	40	49	56	54	47	...	58	61			1.6
Kiribati b	1	2	1	1	1			2.4
Korea, Republic of c	3959	3838	3560	2218	3001	3359	3067	3205	2937			1.6
Kuwait c	262	251	263	245	206	220	230			2.9
Kyrgyz Republic	10	9	...	25	20	16	22			3.1
Latvia	62	93	107	125	111	132	147	158	214			4.1
Lebanon	257	237	187	178	240	189	181			2.5
Lithuania	189	245	317	365	361	363	384	430	515			5.2
Macao, China	698	769	840	842	803	902	841	801	770			27.9
Madagascar d	9	11	16	13	12	15	11	8	30			2.5
Malawi	26	43	46	40	31	28	32			5.7
Malaysia d	1535	1363	1225	924	1015	1115	936	928	850			1.0
Maldives	14	14	21	...	29	32	27	33	36			7.6
Mali	...	23	19			2.6
Malta	124	125	116	115	108	93	94			3.4
Martinique	19			1.0
Mauritius	442	458	448	468	417	411	368	348	354			14.9
Mexico b, d	1768	2221	2869	3434	4838	5824	5385	5573	5460.9			3.2
Moldova	28	38	42	47	51	63	79	87	102			7.3
Mongolia	...	14	24	27	38	62	49			7.8
Montserrat	0	0	0	0	0			0

Table 3: Imports of textiles of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value											Share in economy's total merchandise imports 2003 a
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2003	2003 a	
Morocco c, d	399	399	389	1441	1400	1364	1403	1483	1659.4	11.7		
Mozambique	12	14	13	1.2		
Namibia	23	22	1.4		
Nepal	70	99	90	67	120	138	78	5.3		
Netherlands Antilles	3	0.1		
New Caledonia	11	11	11	12	13	0.8		
New Zealand	480	474	452	340	400	370	343	376	422	2.3		
Nicaragua	13	13	20	18	28	18	15	21	20	1.1		
Niger	20	19	17	19	17	16	7	20	21	3.8		
Nigeria	...	29	48	57	47	55	0.6		
Norway	616	636	614	611	546	509	495	535	591	1.5		
Oman	162	173	175	202	142	156	175	179	158	2.4		
Pakistan	122	111	85	92	113	130	154	191	255	2.0		
Panama	75	76	78	84	69	62	55	51	47	1.5		
Papua New Guinea b	17	...	16	20	1.5		
Paraguay	65	49	56	44	34	42	35	20	...	1.2		
Peru	148	151	154	157	139	165	176	198	208	2.5		
Philippines c, d	1245	1256	1322	1195	1238	1250	1152	1302	1300	3.3		
Poland c	2165	2353	2417	2747	2544	2478	2615	2730	3041	4.5		
Qatar	92	103	...	96	95	122	114	110	...	2.3		
Reunion	28	1.0		
Romania	933	1050	1250	1470	1575	1715	2012	2370	2871	12.0		
Russian Federation c	691	1681	1770	1225	1014	1248	1435	1482	1929	2.6		
Rwanda	...	5	12	4	3	...	3	6	4	1.7		
Saint Kitts and Nevis	2	2	2	...	2	2	2	1.1		
Saint Lucia	7	7	8	7	10	8	5	6	8	2.4		
Saint Vincent and the Grenadines	3	...	3	3	3	2	2	2	3	1.5		
Saudi Arabia c	1229	1164	1088	1075	996	986	947	1002	1113	3.1		
Senegal	36	41	31	30	43	34	39	40	...	2.0		
Serbia and Montenegro	...	233	400	485	215	99	127	167	...	2.6		
Seychelles	5	5	2	1	...	0.2		
Singapore	2109	1916	1721	1049	1119	1275	1019	1026	1003	0.8		

Table 3: Imports of textiles of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value											Share in economy's total merchandise imports 2003 a
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2003	2003 a	
retained imports e	876	818	729	392	515	661	539	601	625	1.0		
Slovak Republic b	214	303	411	559	499	536	643	683	837	3.7		
Slovenia	335	322	326	384	353	346	365	365	388	2.8		
Solomon Islands	...	4	2.6		
South Africa b	736	675	679	597	562	570	510	534	623	1.5		
Sri Lanka c	1144	1153	1368	1379	1331	1483	1362	1317	1003	15.0		
Sudan	38	32	78	71	23	55	88	90	...	3.6		
Suriname	18	6	11	8	7	9	1.7		
Swaziland	38	32	76	...	7.7		
Switzerland	1884	1717	1522	1569	1467	1354	1291	1289	1447	1.5		
Syrian Arab Republic	327	419	362	345	330	399	416	252	...	5.9		
Taipei, Chinese	1790	1776	1863	1575	1477	1454	1034	1165	1182	0.9		
Tajikistan	5	0.7		
Tanzania	21	28	26	39	30	31	44	43	50	2.3		
Thailand c	1534	1412	1249	1159	1345	1630	1535	1497	1630	2.2		
Togo	27	35	38	33	30	21	13	14	...	2.4		
Tonga	1		
Trinidad and Tobago c	32	53	60	64	61	57	56	54	54	1.5		
Tunisia	1289	1296	1245	1441	1332	1207	1440	1425	...	15.0		
Turkey	1811	1933	2324	2317	1907	2124	1921	2839	3422	4.9		
Turkmenistan	19	13	28	40	2.2		
Uganda	42	28	26	23	23	18	25	27	37	3.0		
Ukraine c	...	365	363	382	342	462	493	518	607	2.6		
United Arab Emirates c	2017	1993	2070	1979	1854	2055	1907	2070	...	6.4		
United States	10441	10702	12463	13462	14305	16008	15429	17002	18289	1.4		
Uruguay	93	103	125	117	88	88	74	41	56	2.6		
Vanuatu	2	2.2		

Table 3: Imports of textiles of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value											Share in economy's total merchandise imports 2003 a
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2003	2003	
Venezuela b	273	202	254	238	250	286	294	185	138			1.5
Vietnam c	711	902	1075	1379	1291	2071	2795			11.2
Yemen	44	49	37	38	35	33			1.4
Zambia	7	16	17	19	20	18	...			1.4
Zimbabwe	116	122	152	...	90	...	35	101	...			4.1

a Or nearest year.

b Imports are valued f.o.b.

c Includes Secretariat estimates.

d Includes significant shipments through processing zones.

e Retained imports are defined as imports less re-exports.

Note: This table includes all countries and territories for which data are currently available or could reasonably be estimated.

Table 4: Leading exporters and importers of textiles, 2003
(Billion dollars and percentage)

	Value	Share in world exports/imports		Annual percentage change								
	2003	1995	2003	1995-2003	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Exporters												
China a	26.90	12.4	19.7	9	-13	14	-7	2	24	4	22	31
European Union (15)	26.37	19.6	19.3	2	4	0	-1	-6	1	2	5	14
Hong Kong, China	13.08	-	-	-1	2	3	-11	-6	10	-9	1	6
domestic exports	0.76	1.6	0.6	-10	-2	-8	-15	-12	-4	-11	-7	-22
re-exports	12.33	-	-	0	3	5	-10	-5	11	-9	2	8
United States	10.92	6.6	8.0	5	9	15	0	3	15	-4	2	2
Korea, Republic of b	10.12	11.0	7.4	-2	3	5	-15	3	9	-14	-2	-6
Taipei, Chinese	9.32	10.6	6.8	-3	1	6	-13	-2	9	-17	-4	-2
India b	6.51	3.9	4.8	5	13	6	-13	12	18	-10	12	9
Japan	6.43	6.4	4.7	-1	-3	-3	-12	11	6	-12	-3	7
Pakistan	5.81	3.8	4.2	4	16	-6	-7	-1	6	0	6	21
Turkey	5.24	2.3	3.8	10	8	23	6	-2	6	7	8	24
Indonesia	2.92	2.4	2.1	1	4	-20	5	28	16	-9	-10	1
Canada	2.27	1.2	1.7	6	21	11	4	6	9	-2	1	4
Thailand	2.16	1.7	1.6	1	-2	7	-13	3	8	-4	2	12
Mexico a	2.10	1.1	1.5	6	21	23	6	13	12	-19	6	-5
Czech Republic a	1.65	1.2	1.2	3	-26	0	14	-2	11	9	3	21
Importers												
European Union (15)	19.97	14.6	13.6	2	-1	5	5	-7	2	-2	1	16
United States	18.29	9.0	12.5	7	2	16	8	6	12	-4	10	8
China a	14.22	9.4	9.7	3	10	2	-10	0	16	-2	4	9
Hong Kong, China	12.93	-	-	-3	-2	-2	-17	-7	9	-11	-1	8
retained imports	0.60	4.2	0.4	-23	-15	-22	-43	-17	-4	-30	-39	-3
Mexico a, c	5.46	1.5	3.7	15	26	29	20	41	20	-8	3	-2
Japan	5.04	5.1	3.4	-2	2	-4	-25	4	9	-4	-5	11
Canada c	3.86	2.8	2.6	2	3	17	4	-1	3	-8	0	1
Turkey	3.42	1.6	2.3	8	7	20	0	-18	11	-10	48	21
Poland	3.04	1.9	2.1	4	9	3	14	-7	-3	6	4	11
Korea, Republic of b	2.94	3.4	2.0	-4	-3	-7	-38	35	12	-9	4	-8
Romania	2.87	0.8	2.0	15	13	19	18	7	9	17	18	21
Vietnam b	2.79	...	1.9	27	19	28	-6	60	35
United Arab Emirates b, d	2.07	1.7	1.6	0	-1	4	-4	-6	11	-7	9	...
Russian Federation b	1.93	0.6	1.3	-	-	5	-31	-17	23	15	3	30
Australia c	1.67	1.5	1.1	-1	2	-3	-8	2	-2	-20	13	13

a Includes significant shipments through processing zones.

b Includes Secretariat estimates.

c Imports are valued f.o.b.

d 2002 instead of 2003.

Table 5: Trade in textiles of selected regional integration arrangements, 2003
(Million dollars and percentage)

	Value	Share in total exports/imports			Annual percentage change			
	2003	1990	2002	2003	1990-03	2002	2003	
APEC (21)								
Total exports	77523	100.0	100.0	100.0	6	4	9	
Intra-exports	51437	67.3	67.6	66.4	6	4	7	
Extra-exports	26086	32.7	32.4	33.6	6	5	13	
Total imports	66047	100.0	100.0	100.0	5	3	5	
Intra-imports	47563	76.0	72.7	72.0	5	2	4	
Extra-imports	18484	24.0	27.3	28.0	6	8	8	
EU (15)								
Total exports	58938	100.0	I	100.0	100.0	1	3	11
Intra-exports	32567	70.2	I	56.3	55.3	-1	1	9
Extra-exports	26371	29.8		43.7	44.7	4	5	14
Total imports	52534	100.0	I	100.0	100.0	0	1	12
Intra-imports	32567	71.7	I	63.3	62.0	-1	1	9
Extra-imports	19967	28.3		36.7	38.0	3	1	16
NAFTA (3)								
Total exports	15389	100.0		100.0	100.0	7	2	2
Intra-exports	9616	42.3		64.4	62.5	10	0	-1
Extra-exports	5773	57.7		35.6	37.5	3	7	7
Total imports	27576	100.0		100.0	100.0	8	7	5
Intra-imports	10122	26.4		39.4	36.7	11	1	-3
Extra-imports	17454	73.6		60.6	63.3	7	11	9
ASEAN (10)								
Total exports	7648	100.0		100.0	100.0	6	-3	5
Intra-exports	1529	28.2		20.1	20.0	3	-3	5
Extra-exports	6119	71.8		79.9	80.0	7	-4	6
Total imports	7552	100.0		100.0	100.0	2	-4	2
Intra-imports	964	13.6		13.2	12.8	2	-11	-1
Extra-imports	6589	86.4		86.8	87.2	2	-3	2
CEFTA (8) a								
Total exports	4993	100.0		100.0	100.0	-	10	25
Intra-exports	724	20.7		15.1	14.5	-	11	20
Extra-exports	4269	79.3		84.9	85.5	-	10	25
Total imports	11412	100.0		100.0	100.0	-	10	17
Intra-imports	677	10.2		5.9	5.9	-	6	18
Extra-imports	10734	89.8		94.1	94.1	-	10	16
MERCOSUR (4)								
Total exports	1392	100.0		100.0	100.0	2	-5	28
Intra-exports	436	14.4		21.7	31.4	9	-48	85
Extra-exports	956	85.6		78.3	68.6	1	23	13
Total imports	977	100.0		100.0	100.0	8	-33	-10
Intra-imports	189	28.9		21.1	19.4	5	-48	-17
Extra-imports	788	71.1		78.9	80.6	9	-27	-8
ANDEAN (5)								
Total exports	412	100.0		100.0	100.0	0	-20	10
Intra-exports	176	9.2		44.9	42.7	13	-28	5
Extra-exports	236	90.8		55.1	57.3	-3	-12	15
Total imports	1062	100.0		100.0	100.0	12	-11	-2
Intra-imports	168	5.4		15.3	15.8	22	-24	1
Extra-imports	894	94.6		84.7	84.2	11	-8	-3

a 1993 shares instead of 1990. Growth rates are not calculated due to frequent break in series.

Note: The figures are not fully adjusted for differences in the way members of the arrangements in this table record their merchandise trade.

Table 12: Area distribution of world clothing trade, 1995-2003

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
	Exports								
World (billion dollars)	124.8	129.8	142.7	149.0	149.0	164.7	161.8	167.0	185.0
	(percentage shares)								
World	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Developed countries	26	27	25	25	23	21	21	21	22
Western Europe	19	19	17	17	16	14	15	16	17
North America	6	7	7	7	7	7	6	5	4
Other developed	1	1	1	0	1	1	0	0	0
Developing economies	69	67	69	69	71	73	72	72	71
Asia	56	53	54	52	53	55	53	54	54
Latin America	7	8	9	11	12	13	13	12	11
Africa and the Middle East	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Economies in transition	6	6	6	6	6	6	7	7	7
	Imports								
World	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Developed countries	80	81	78	79	80	81	81	79	79
North America	32	32	34	37	38	40	40	39	37
Western Europe	33	33	31	31	31	29	29	30	31
Other developed	15	15	12	11	11	12	12	11	11
Developing economies	15	14	15	15	15	15	14	14	13
Asia	6	5	6	5	5	5	5	5	5
Africa and the Middle East	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Latin America	5	5	6	6	6	6	5	5	4
Economies in transition	4	4	5	5	4	4	5	5	7

Note: The figures exclude EU (15) intra-trade and Hong Kong, China re-exports.

Source: WTO Secretariat.

Table 13: Exports of clothing of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value														Share in economy's total merchandise exports 2003 a
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2003	2002	2001	2000	1999	
Albania	0	52	32	66	136	97	110	120	153	110	120	110	97	136	33.8
Algeria	5	11	0	4	0	0	0	0	0	0.0
Argentina	189	157	139	92	57	57	77	58	...	77	58	...	57	...	0.2
Armenia	8	...	13	12	...	20	23	...	20	...	12	...	3.4
Australia	224	265	279	229	215	196	192	173	215	192	173	192	196	215	0.3
Azerbaijan	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.2
Bahamas	0	...	0	0	0	0	0
Bahrain	90	91	261	346	375	205	346	375	205	261	...	3.2
Bangladesh b	1969	2218	2688	3786	3348	4170	4261	4005	4326	4261	4005	4326	4170	3348	62.3
Barbados	3	4	4	4	3	3	2	1	1	2	1	1	3	...	0.5
Belarus	...	235	309	316	246	262	282	259	297	282	259	297	262	...	3.0
Belize	15	18	19	20	20	20	20	...	11.8
Bolivia	18	29	27	27	26	30	28	26	43	28	26	43	30	...	2.7
Botswana	56	55	55	56	...	2.2
Brazil	298	248	211	185	173	282	281	221	296	281	221	296	282	...	0.4
Brunei Darussalam	54	101	222	222	5.8
Bulgaria b	236	281	354	454	564	696	880	1066	1500	880	1066	1500	696	...	19.9
Burkina Faso	0	1	0	0	1	0	0	0	...	0	0	...	0	...	0.4
Cambodia b	654	985	1143	1218	1600	1143	1218	1600	985	...	75.5
Canada	1016	1241	1492	1706	1881	2077	1943	1988	1966	1943	1988	1966	2077	...	0.7
Cape Verde	3	2	2	4	5	5	4	...	50.0
Chile	66	61	59	48	41	38	45	32	33	45	32	33	38	...	0.2
China c	24049	25034	31803	30048	30078	36071	36650	41302	52061	36650	41302	52061	36071	...	11.9
Colombia	552	476	445	433	427	520	572	523	637	572	523	637	520	...	5.0
Costa Rica c	50	32	436	403	386	385	376	397	302	376	397	302	385	...	5.0
Côte d'Ivoire	8	9	14	11	10	8	...	6	9	...	6	9	8	...	0.2
Croatia	673	633	633	556	524	469	490	510	595	490	510	595	469	...	9.7
Cuba	3	2	2	2	2	...	0.1
Cyprus	109	88	67	65	50	43	38	34	27	38	34	27	43	...	2.9
Czech Republic c	515	641	595	632	671	633	651	645	724	651	645	724	633	...	1.5

Table 13: Exports of clothing of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value													Share in economy's total merchandise exports 2003 a
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2003	2003	2003	2003	
Japan	530	498	472	408	456	534	470	471	511					0.1
Jordan	29	...	16	47	58	115	296	520	683					22.2
Kazakhstan b	12	11	6	5	5	4	2	5	2					0.0
Kenya b	10	10	12	10	12	9	...	12	7					0.3
Korea, Republic of b	4957	4221	4192	4651	4871	5027	4306	3915	3605					1.9
Kuwait	7	9	10	12	14					0.1
Kyrgyz Republic	8	8	...	3	2	6	15					2.6
Latvia	73	127	153	171	177	175	185	190	243					8.4
Lebanon	62	53	39	29	26	37	43					2.8
Lithuania	205	300	373	425	454	482	523	569	661					9.1
Macao, China	1377	1547	1805	1642	1630	1849	1663	1648	1834					71.1
Madagascar c	5	3	2	2	2	1	2	1	2					0.3
Malawi	13	18	13	32					7.1
Malaysia c	2266	2376	2337	2302	2253	2257	2071	2003	2058					2.1
Maldives	13	10	15	18	25	35	32	35	36					31.9
Malta	162	163	164	152	167	143	142					7.3
Martinique	1					0.4
Mauritius	808	919	892	970	920	948	860	949	967					49.9
Mexico c	2731	3753	5636	6603	7772	8631	8012	7751	7342.7					4.4
Moldova	23	37	41	51	57	76	93	98	119					15.0
Mongolia	...	27	33	36	53	106	103	102	...					22.7
Morocco b, c	797	779	724	2542	2496	2401	2342	2437	2834					32.5
Mozambique	2	2	6	...	14					2.0
Namibia	4	7					0.6
Nepal	111	105	109	97	138	209	154					20.9
Netherlands Antilles	1					0.1
New Caledonia	0	0	1	1	1					0.1
New Zealand	141	124	121	99	116	109	122	99	170					1.0
Nicaragua	0	0	0	0	0	0	0	2	1					0.2
Niger	1	1	1	1	2	2	0	0	0					0.7

Table 13: Exports of clothing of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value													Share in economy's total merchandise exports 2003 a		
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003							
Nigeria	...	2	0	0	0	0	0.0
Norway	105	85	95	96	89	59	66	76	78	0.1						
Oman	89	91	105	109	97	115	90	73	113	1.0						
Pakistan	1611	1872	1810	1840	1846	2144	2136	2228	2710	22.7						
Panama	26	24	28	28	23	21	18	14	11	1.3						
Paraguay	6	12	12	12	11	21	21	11	14	1.1						
Peru	202	257	326	336	414	504	506	530	653	7.3						
Philippines b, c	2420	2389	2319	2324	2243	2536	2384	2611	2695	7.4						
Poland b	2304	2374	2241	2387	2201	1919	1949	1915	2074	3.9						
Qatar	49	58	...	97	113	142	136	110	...	1.0						
Reunion	2	1.0						
Romania	1360	1559	1753	1979	2044	2328	2780	3251	4069	23.1						
Russian Federation b	240	300	272	279	351	249	256	260	338	0.3						
Saint Kitts and Nevis	0	1	0	...	0	1	0	3.0						
Saint Lucia	17	7	4	3	3	3	4	2	2	5.0						
Saint Vincent and the Grenadines	3	1	1	1	1	0	...	0	0	2.0						
Saudi Arabia b	13	13	...	14	13	9	19	20	23	0.0						
Serbia and Montenegro	...	57	79	233	108	130	177	158	...	6.9						
Singapore	1464	1398	1491	1427	1603	1825	1632	1653	1790	1.2						
re-exports	877	903	1051	997	1132	1321	1237	1267	1404	2.2						
domestic exports	587	495	440	430	471	504	395	386	386	0.5						
Slovak Republic	257	271	512	540	527	517	573	633	702	3.2						
Slovenia	659	593	550	538	461	390	377	327	344	2.7						
South Africa	157	164	169	151	179	218	238	256	303	0.8						
Sri Lanka b	1758	1805	2158	2335	2287	2812	2441	2350	2683	52.4						
Swaziland	124	79	173	...	18.5						
Switzerland	715	698	670	693	673	619	664	763	1098	1.1						
Syrian Arab Republic	352	228	174	112	124	129	...	138	...	2.2						
Taipei, Chinese	3251	3207	3409	3189	2862	3022	2484	2187	2113	1.4						

Table 13: Exports of clothing of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value													Share in economy's total merchandise exports 2003 a	
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003						
Tajikistan	5	0.6
Tanzania	8	6	8	3	2	4	5	0.4
Thailand b	5008	3729	3686	3540	3453	3757	3575	3369	3615	4.5
Togo	3	4	4	1	1	0	0	0	0.3
Trinidad and Tobago b	11	11	13	13	12	11	11	10	12	0.3
Tunisia	2322	2396	2299	2474	2375	2227	2601	2696	39.2
Turkey	6119	6067	6697	7058	6516	6533	6661	8057	9937	21.3
Turkmenistan	16	39	98	3.6
Uganda	0	0	0	0	1	0.2
Ukraine b	...	434	314	479	346	417	498	503	712	3.1
United States	6651	7511	8672	8793	8269	8629	7012	6032	5537	0.8
Uruguay	131	141	153	145	106	103	80	50	60	2.7
Venezuela	4	4	5	4	5	4	3	7	6	0.0
Vietnam	1384	1302	1622	1821	1867	2633	3555	17.6
Yemen	1	0.1
Zambia	2	0	31	0	0	4.7
Zimbabwe	61	50	47	...	42	45	1	37	3.3

a Or nearest year.

b Includes Secretariat estimates.

c Includes significant shipments through processing zones.

Note: This table includes all countries and territories for which data are currently available or could reasonably be estimated.

Table 14: Imports of clothing of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value											Share in economy's total merchandise imports
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2003 a		
Albania	31	36	28	50	61	68	80	98	126	6.8		
Algeria c	26	55	53	66	59	38	52	0.4		
Antigua and Barbuda	6	1.4		
Argentina	229	232	256	300	300	316	294	57	...	0.6		
Armenia	4	...	9	5	...	9	15	1.2		
Australia b	1262	1411	1519	1519	1659	1858	1638	1819	2190	2.5		
Azerbaijan	4	9	8	13	11	17	0.6		
Bahamas	42	...	37	47	46	2.6		
Bahrain	69	58	49	50	55	57	1.1		
Bangladesh	102	155	36	64	187	...	111	1.2		
Barbados	14	13	16	19	19	21	22	19	20	1.8		
Belarus	...	35	44	46	45	51	51	54	58	0.5		
Belize	11	12	12	12	13	15	3	3	...	0.5		
Benin	11	8	6	7	10	...	1.5		
Bermuda	43	...	44		
Bhutan	1	1		
Bolivia	7	7	7	11	14	27	20	16	14	0.9		
Botswana	95	75	4.1		
Brazil	372	371	451	369	206	185	200	153	145	0.3		
Brunei Darussalam	30	24	32	...	2.0		
Bulgaria c	61	69	97	136	161	178	231	285	455	4.2		
Burkina Faso	3	3	4	4	4	2	2	3	...	0.4		
Burundi	1	...	1	1	1	1	1	1	...	0.8		
Cameroon	3	3	3	4	5	4	6	6	11	0.5		
Canada b	2688	2546	3017	3269	3282	3690	3926	4008	4502	1.8		
Cape Verde	1	2	2	2	2	0.9		
Chad	2		
Chile	290	416	441	468	419	501	511	488	502	2.6		
China d	969	1044	1117	1072	1102	1192	1274	1356	1422	0.3		

Table 14: Imports of clothing of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value													Share in economy's total merchandise imports
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2003 a				
Malta	60	62	58	58	62	62	56	2.1			
Martinique	63	3.2			
Mauritius	20	20	22	19	19	19	19	25	28	28	1.2			
Mexico b, d	1912	2394	3355	3750	3627	3602	3501	3342	3034.1	3034.1	1.8			
Moldova	7	8	9	10	11	8	9	10	12	12	0.9			
Mongolia	...	1	1	2	6	15	11	1.7			
Morocco c, d	10	10	15	193	239	232	252	257	266	266	1.9			
Mozambique	2	3	5	0.5			
Namibia	52	46	3.0			
Nepal	9	10	12	2	14	8	0.5			
Netherlands Antilles	31	1.5			
New Caledonia	26	25	24	27	32	32	2.0			
New Zealand	305	350	407	352	401	401	390	429	510	510	2.7			
Nicaragua	11	9	10	21	26	28	25	27	28	28	1.5			
Niger	2	2	1	3	2	3	2	4	3	3	0.5			
Nigeria	...	4	6	15	20	11	0.1			
Norway	1419	1381	1394	1429	1380	1287	1234	1361	1524	1524	3.9			
Oman	31	37	40	60	41	41	42	53	65	65	1.0			
Pakistan	2	2	3	4	4	5	5	8	13	13	0.1			
Panama	75	81	94	109	116	97	87	97	87	87	2.9			
Papua New Guinea b	15	...	9	11	11	0.8			
Paraguay	28	25	31	18	13	30	28	17	1.0			
Peru	36	43	65	61	51	59	72	90	109	109	1.3			
Philippines c, d	66	95	86	71	68	75	72	51	52	52	0.1			
Poland c	318	453	519	599	621	544	639	810	854	854	1.3			
Qatar	41	42	...	45	45	54	61	66	1.4			
Reunion	98	3.6			
Romania	170	189	219	272	292	322	392	462	581	581	2.4			
Russian Federation c	678	2870	3659	3026	2178	2689	3030	3860	3710	3710	5.0			

Table 14: Imports of clothing of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value											Share in economy's total merchandise imports
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2003 a		
Rwanda	...	1	1	1	1	...	2	2	3	3	1.3	
Saint Kitts and Nevis	2	3	3	...	3	4	4	2.1	
Saint Lucia	8	10	9	8	8	6	4	6	7	7	2.1	
Saint Vincent and the Grenadines	4	...	3	3	3	3	3	3	4	4	2.0	
Sao Tome and Principe	0	2	0	0	0	0	6.7	
Saudi Arabia c	880	846	829	922	782	813	861	909	227	227	0.6	
Senegal	7	7	5	8	7	6	8	8	0.4	
Serbia and Montenegro	...	75	81	81	32	46	74	97	1.5	
Seychelles	4	3	1	1	0.2	
Singapore	1644	1730	1805	1410	1650	1881	1696	1808	1935	1935	1.5	
retained imports e	767	827	754	413	518	560	459	541	531	531	0.8	
Slovak Republic b	86	106	151	174	154	148	185	229	289	289	1.3	
Slovenia	262	481	446	448	398	354	351	350	397	397	2.9	
Solomon Islands	...	2	1.3	
South Africa b	140	192	199	190	197	223	202	207	339	339	0.8	
Sri Lanka c	74	...	116	103	109	109	1.6	
Sudan	4	3	17	15	8	22	51	48	1.9	
Suriname	8	9	11	8	8	10	1.9	
Swaziland	31	24	24	2.4	
Switzerland	3821	3731	3405	3528	3410	3223	3229	3449	3926	3926	4.1	
Syrian Arab Republic	2	2	4	...	1	1	...	0	0.0	
Taipei, Chinese	884	926	1000	918	857	983	924	832	823	823	0.6	
Tajikistan	1	0.1	
Tanzania	6	7	12	21	23	13	15	17	17	17	0.8	
Thailand c	84	103	136	90	97	131	143	147	156	156	0.2	
Togo	5	6	6	6	7	5	6	8	1.4	
Tonga	1	1.4	
Trinidad and Tobago c	6	8	10	12	12	12	15	16	16	16	0.4	

Table 14: Imports of clothing of selected economies, 1995-03
(Million dollars and percentage)

	Value											Share in economy's total merchandise imports 2003 a
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2003	2003 a	
Tunisia	435	475	493	517	476	438	501	541	5.7
Turkey	49	152	233	243	208	264	239	283	420	0.6
Turkmenistan	12	8	8	11	0.6
Uganda	17	14	11	17	17	13	14	14	18	1.4
Ukraine c	...	128	127	136	122	147	82	94	99	0.4
United Arab Emirates c	1323	1123	1224	1153	1214	1422	1550	1780	5.5
United States	41367	43317	50297	55720	58785	67115	66391	66731	71277	5.5
Uruguay	46	47	58	60	55	57	64	33	28	1.3
Vanuatu	2	2.2
Venezuela b	275	147	209	233	344	390	431	247	125	1.3
Yemen	26	23	20	26	18	20	0.9
Zambia	6	9	10	11	12	11	0.9
Zimbabwe	6	6	12	...	5	...	4	25	0.0

a Or nearest year.

b Imports are valued f.o.b.

c Includes Secretariat estimates.

d Includes significant shipments through processing zones.

e Retained imports are defined as imports less re-exports.

Note: This table includes all countries and territories for which data are currently available or could reasonably be estimated.

Table 15: Leading exporters and importers of clothing, 2003

(Billion dollars and percentage)

	Value	Share in world exports/imports		Annual percentage change								
	2003	1995	2003	1995-2003	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Exporters												
China a	52.06	19.3	28.1	10	4	27	-6	0	20	2	13	26
Hong Kong, China	23.15	-	-	1	3	5	-4	1	8	-3	-5	4
domestic exports	8.20	7.6	4.4	-2	-6	4	4	-1	4	-7	-10	-1
re-exports	14.95	-	-	3	11	6	-9	2	12	-1	-1	7
European Union (15)	19.04	12.0	10.3	3	10	-4	1	-8	0	7	5	15
Turkey	9.94	4.9	5.4	6	-1	10	5	-8	0	2	21	23
Mexico a	7.34	2.2	4.0	13	37	50	17	18	11	-7	-3	-5
India b	6.46	3.3	3.5	6	3	3	10	8	20	-11	10	7
United States	5.54	5.3	3.0	-2	13	15	1	-6	4	-19	-14	-8
Bangladesh b	4.36	1.6	2.0	10	13	21	41	-12	25	2	-6	8
Indonesia	4.11	2.7	2.2	2	6	-19	-9	47	23	-4	-13	4
Romania	4.07	1.1	2.2	15	15	12	13	3	14	19	17	25
Thailand	3.62	4.0	2.0	-4	-26	-1	-4	-2	9	-5	-6	7
Korea, Republic of b	3.61	4.0	1.9	-4	-15	-1	11	5	3	-14	-9	-8
Vietnam b	3.56	...	1.9	-6	25	12	3	41	35
Morocco a, b	2.83	0.6	1.5	-	-2	-7	-	-2	-4	-2	4	16
Pakistan	2.71	1.3	1.5	7	16	-3	2	0	16	0	4	22
Importers												
United States	71.28	32.0	36.5	7	5	16	11	6	14	-1	1	7
European Union (15)	60.39	31.4	30.9	5	5	3	4	1	2	2	6	18
Japan	19.49	14.5	10.0	0	5	-15	-12	11	20	-3	-8	11
Hong Kong, China	15.95	-	-	3	8	10	-5	3	8	1	-3	2
retained imports	0.99	0.7	0.5	1	-29	96	45	9	-12	11	-16	-38
Canada c	4.50	2.1	2.3	7	-5	18	8	0	12	6	2	12
Switzerland	3.93	3.0	2.0	0	-2	-9	4	-3	-5	0	7	14
Russian Federation b	3.71	0.5	1.9	-	-	27	-17	-28	23	13	27	-4
Mexico a, c	3.03	1.5	1.6	6	25	40	12	-3	-1	-3	-5	-9
Korea, Republic of b	2.50	0.8	1.3	11	40	-7	-64	51	71	25	38	11
Australia c	2.19	1.0	1.1	7	12	8	0	9	12	-12	11	20
Singapore	1.94	1.3	1.0	2	5	4	-22	17	14	-10	7	7
retained imports	0.53	0.6	0.3	-4	8	-9	-45	25	8	-18	18	-2
United Arab Emirates b, d	1.78	1.0	1.0	4	-15	9	-6	5	17	9	15	...
Norway	1.52	1.1	0.8	1	-3	1	3	-3	-7	-4	10	12
China a	1.42	0.7	0.7	5	8	7	-4	3	8	7	6	5
Saudi Arabia	1.03	0.7	0.5	2	-4	-2	11	-15	4	6	6	13

a Includes significant shipments through processing zones.

b Includes Secretariat estimates.

c Imports are valued f.o.b.

d 2002 instead of 2003.

Table 16: Trade in clothing of selected regional integration arrangements, 2003
(Million dollars and percentage)

	Value	Share in total exports/imports			Annual percentage change		
		1990	2002	2003	1990-03	2002	2003
APEC (21)							
Total exports	99950	100.0	100.0	100.0	6	1	13
Intra-exports	74195	68.1	75.5	74.2	7	1	11
Extra-exports	25755	31.9	24.5	25.8	5	1	19
Total imports	117321	100.0	100.0	100.0	8	0	6
Intra-imports	83989	77.6	70.4	71.6	7	-1	8
Extra-imports	33331	22.4	29.6	28.4	10	3	2
EU (15)							
Total exports	59947	100.0	I	100.0	3	7	15
Intra-exports	40903	72.2	I	68.0	3	8	16
Extra-exports	19044	27.8		32.0	4	5	15
Total imports	101294	100.0	I	100.0	5	7	17
Intra-imports	40903	50.2	I	40.9	3	8	16
Extra-imports	60391	49.8		59.1	6	6	18
NAFTA (3)							
Total exports	14351	100.0		100.0	12	-7	-9
Intra-exports	10763	42.7		75.2	16	-4	-9
Extra-exports	3588	57.3		24.8	5	-16	-8
Total imports	78909	100.0		100.0	8	0	7
Intra-imports	11898	5.2		17.0	17	-6	-6
Extra-imports	67011	94.8		83.0	7	2	9
ASEAN (10)							
Total exports	19209	100.0		100.0	6	-8	14
Intra-exports	567	3.7		2.9	4	6	16
Extra-exports	18642	96.3		97.1	6	-8	14
Total imports	2655	100.0		100.0	7	8	6
Intra-imports a	1072	61.0		46.8	4	2	-9
Extra-imports	1583	39.0		53.2	11	14	18
CEFTA (8) b							
Total exports	11447	100.0		100.0	-	7	18
Intra-exports	618	3.0		4.9	-	12	31
Extra-exports	10828	97.0		95.1	-	6	18
Total imports	4388	100.0		100.0	-	19	20
Intra-imports	623	9.0		13.2	-	26	29
Extra-imports	3765	91.0		86.8	-	18	18
MERCOSUR (4)							
Total exports	404	100.0		100.0	-2	-27	25
Intra-exports	50	10.1		12.1	0	-77	29
Extra-exports	354	89.9		87.9	-2	3	25
Total imports	264	100.0		100.0	9	-56	2
Intra-imports	43	52.1		15.0	0	-77	10
Extra-imports	221	47.9		85.0	14	-47	0
ANDEAN (5)							
Total exports	1368	100.0		100.0	6	-2	23
Intra-exports	131	4.4		16.0	12	-25	-26
Extra-exports	1237	95.6		84.0	5	4	33
Total imports	402	100.0		100.0	9	-23	-19
Intra-imports	88	8.8		26.5	17	-24	-33
Extra-imports	314	91.2		73.5	8	-23	-13

a Includes Singapore's significant imports for re-exports.

b 1993 shares instead of 1990. Growth rates are not calculated due to frequent break in series.

Note: The figures are not fully adjusted for differences in the way members of the arrangements in this table record their merchandise trade.