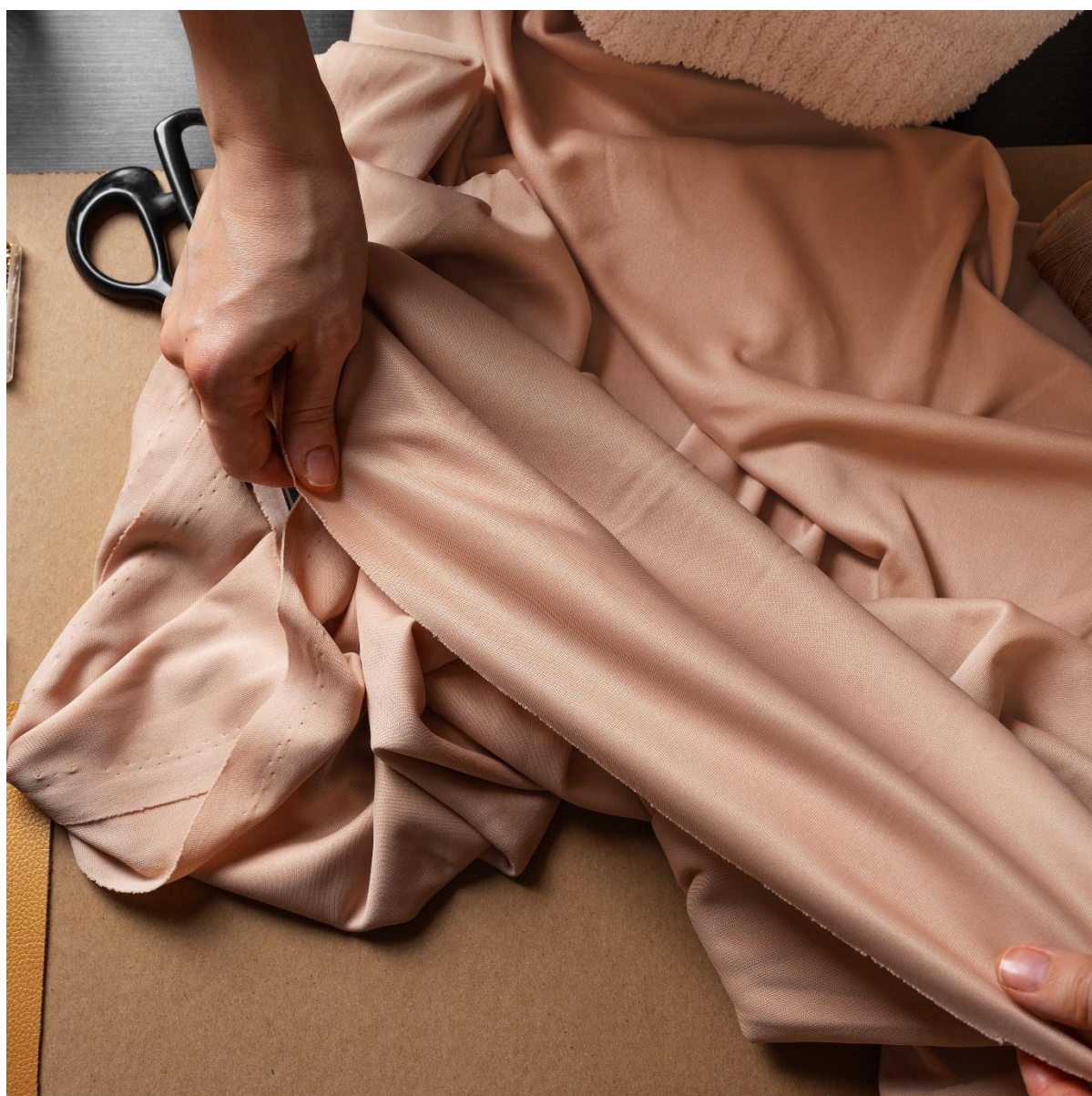


สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย

Apparel And Clothing



ผู้เขียนหลัก ชันยบูรณ์ ตีสมสุข
ผู้เขียนร่วม พร้อมพรรณ แจ้งการดี

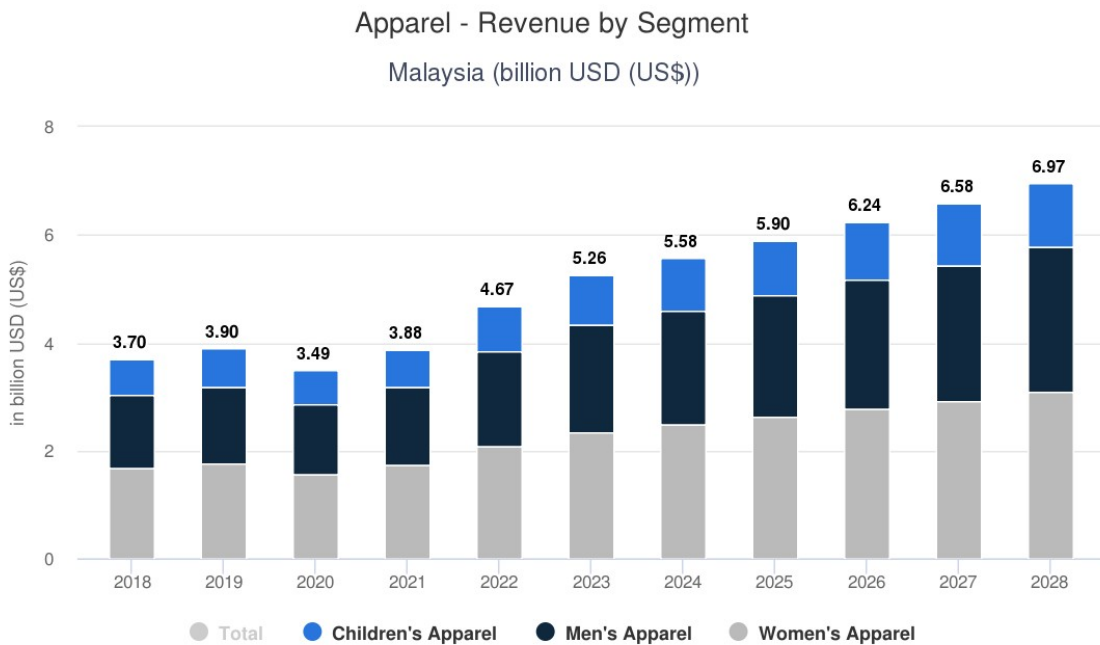
โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

ขนาดตลาด และแนวโน้มตลาด

มาเลเซียมีมูลค่าการนำเข้าเสื้อผ้าและสิ่งทอจากประเทศไทยมูลค่า 1.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.22 (ข้อมูล ณ วันที่ 21 สิงหาคม 2023) นับเป็นคู่ค้าอันดับที่ 8 ในส่วนของขนาดตลาดในปี 2022 อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและสิ่งทอมีรายได้รวมจากตลาดเสื้อผ้าผู้ชาย ผู้หญิง และเด็กมูลค่า 4.67 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มเติบโตถึง 6.97 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2028 ดังแสดงในแผนภาพที่ 1 เมื่อพิจารณาถึงปริมาณการบริโภค ดังเห็นจากแผนภาพที่ 2 เสื้อผ้าเด็กและเสื้อผ้าผู้หญิงมีปริมาณการบริโภคมากกว่าเสื้อผ้าผู้ชาย ในด้านของราคาเฉลี่ยของเสื้อผ้าแต่ละประเภทในแผนภาพที่ 3 จะเห็นได้ว่ากลุ่มเสื้อผ้าผู้ชายมีราคาสูงกว่าเสื้อผ้าผู้หญิงและเสื้อผ้าเด็ก

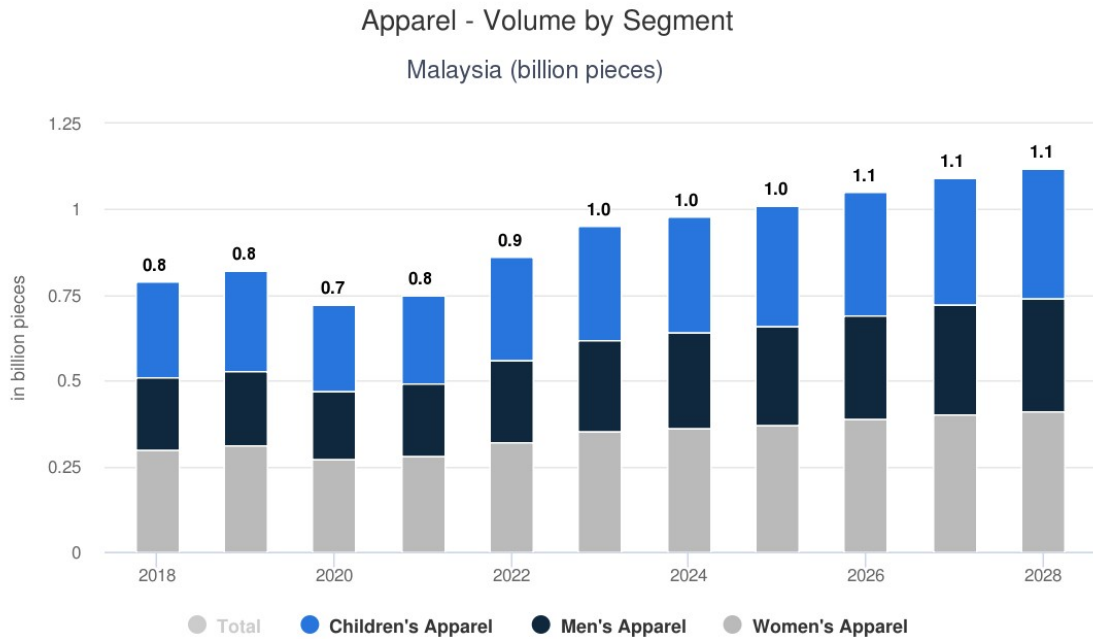
การเลือกบริโภคเสื้อผ้าของชาวมาเลเซียนิยมเลือกใช้เสื้อผ้าทั่วไปโดยมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 90 ดังแสดงในแผนภาพที่ 4 และแผนภาพที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคร้อยละ 83 ยังไม่มีแบรนด์เสื้อผ้าในใจ รองลงมาได้แก่ Uniqlo ที่มีสัดส่วนร้อยละ 5

แผนภาพที่ 1 รายได้ของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าแยกตามประเภทของเสื้อผ้า



Source: Statista Market Insights

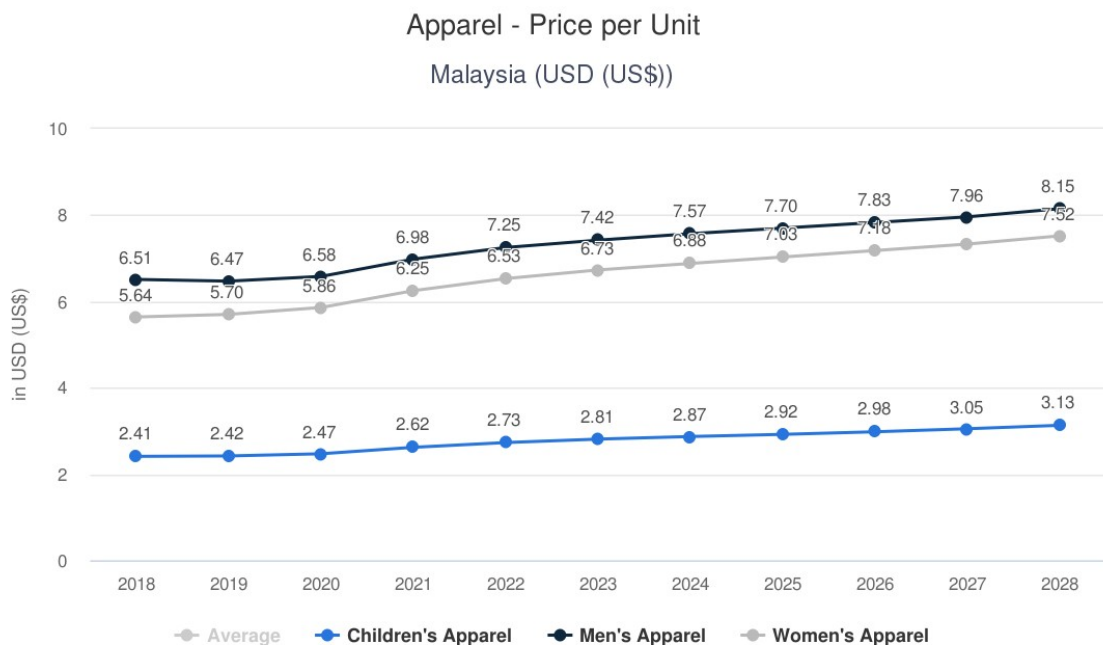
แผนภาพที่ 2 ปริมาณการบริโภคเสื้อผ้าแยกตามประเภทของเสื้อผ้า



Source: Statista Market Insights

ที่มา: Statista

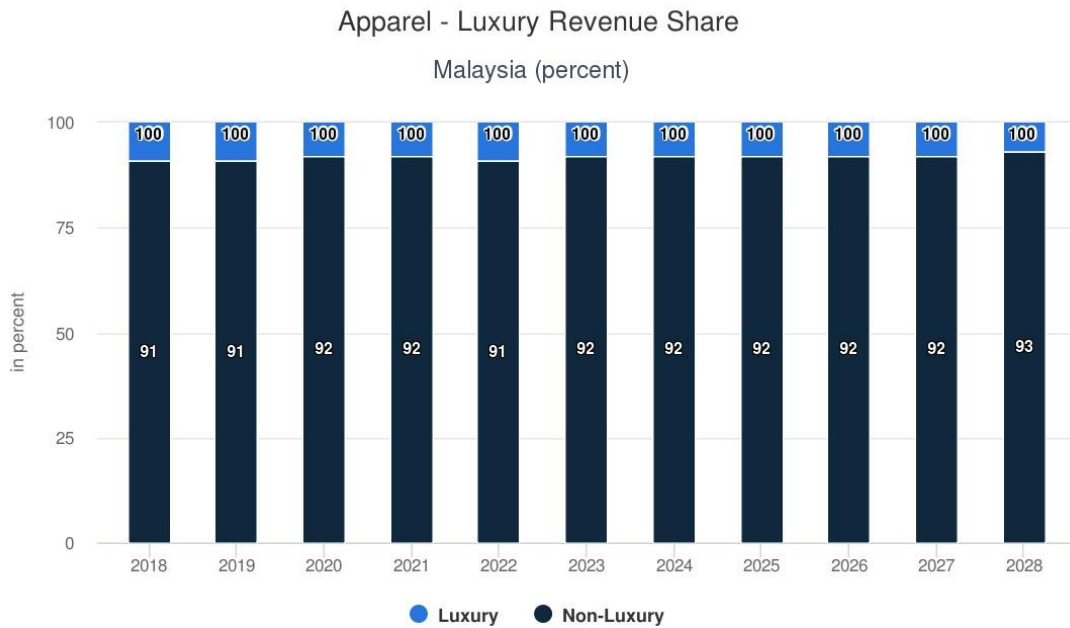
แผนภาพที่ 3 ปริมาณการบริโภคเสื้อผ้าแยกตามประเภทของเสื้อผ้า



Source: Statista Market Insights

ที่มา: Statista

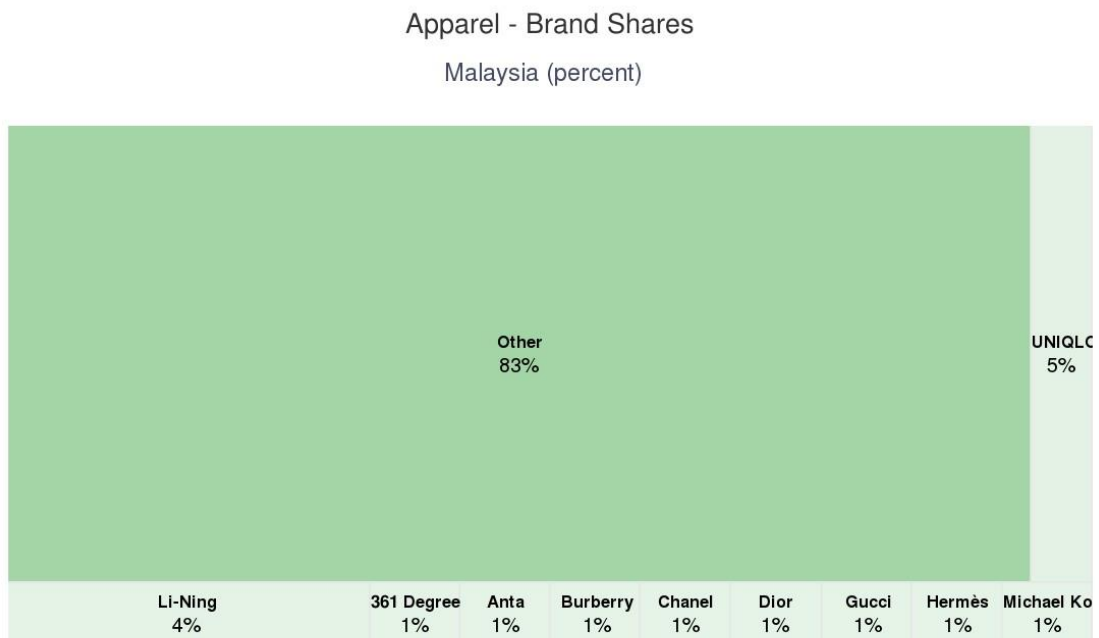
แผนภาพที่ 4 สัดส่วนการเลือกบริโภคแบรนด์เสื้อผ้า



Source: Statista Market Insights

ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 5 ส่วนแบ่งการตลาดแบรนด์เสื้อผ้าในมาเลเซีย

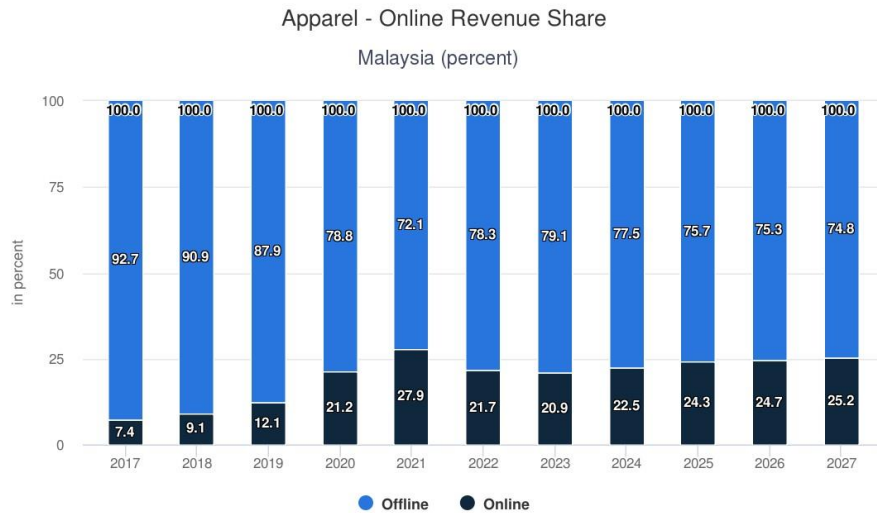


Source: Statista Market Insights

ที่มา: Statista

ผู้บริโภคชาวมาเลเซียเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าผ่านร้านค้าออนไลน์ หลังจากเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และเมื่อสถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าและสิ่งทอเกือบร้อยละ 25 ยังคงซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ ดังแสดงในแผนภาพที่ 6 อย่างไรก็ตามผู้บริโภคซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์มีอัตราการขอคืนสินค้าสูงถึงร้อยละ 10.8 ในปี 2022 แต่คาดว่าจะมีอัตราการลดลงเหลือร้อยละ 8.3 ในปี 2027 ดังแสดงในแผนภาพที่ 7

แผนภาพที่ 6 สัดส่วนช่องทางการซื้อเสื้อผ้าในมาเลเซีย

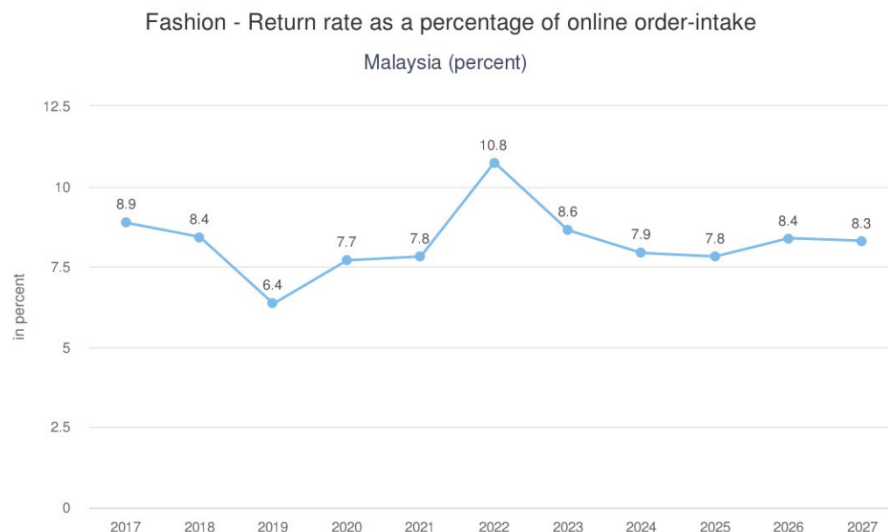


Source: Statista Market Insights



ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 7 อัตราการคืนสินค้าจากการซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์



Source: Statista Market Insights



ที่มา: Statista

การนำเข้าและส่งออก

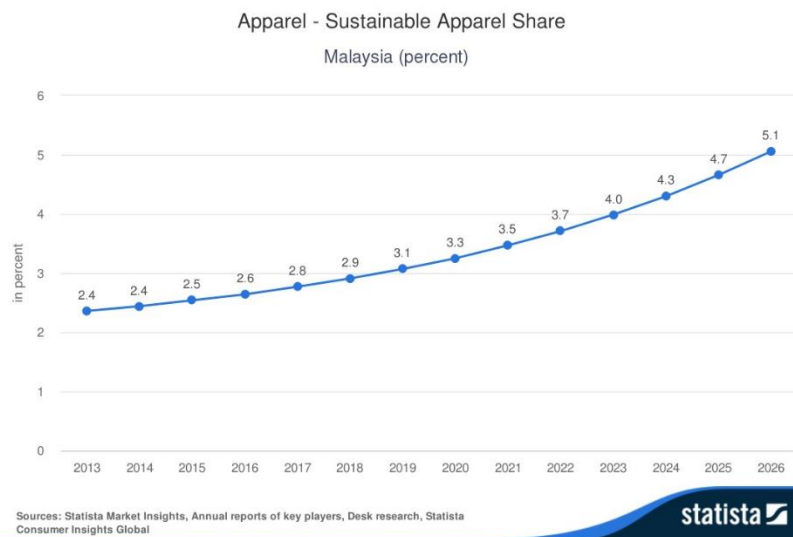
OEC (2021) แสดงให้เห็นถึงการนำเข้าผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและสิ่งทอของมาเลเซียในปี 2021 มีมูลค่า 6.62 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศที่มาเลเซียนำเข้ามากที่สุด ได้แก่ จีน (4.43 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ, ร้อยละ 66.9) รองลงมา ได้แก่ สิงคโปร์ (212 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, ร้อยละ 3.21) และเวียดนาม (209 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, ร้อยละ 3.16) โดยการนำเข้าจากประเทศ คิดเป็นมูลค่า 122 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 1.85)

ในขณะเดียวกัน มาเลเซียก็มีการส่งออกผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและสิ่งทอ ในปี 2021 มีการส่งออกมูลค่า 3.32 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศที่มาเลเซียส่งออกมากที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (368 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, ร้อยละ 11.1) รองลงมา ได้แก่ ญี่ปุ่น (300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, ร้อยละ 9.03) และตุรกี (296 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, ร้อยละ 8.92)

พฤติกรรมผู้บริโภค

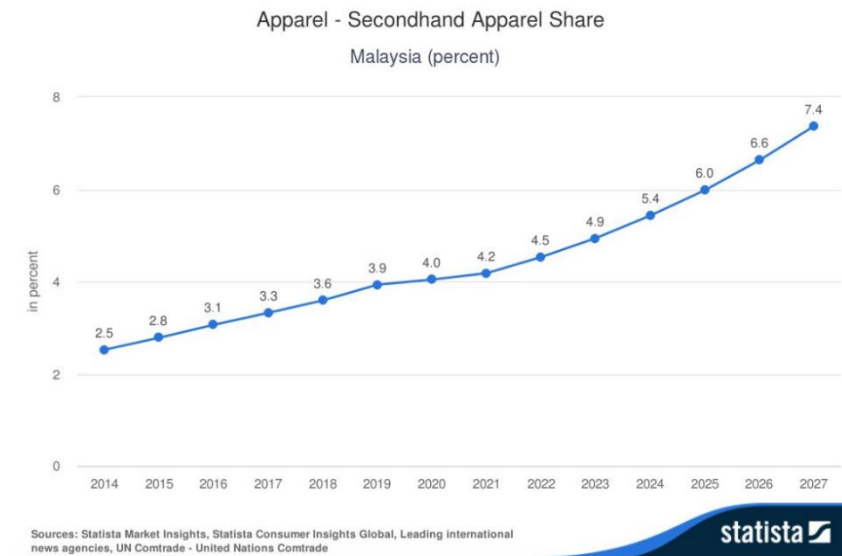
ผู้บริโภคเริ่มมีความสนใจการบริโภคอย่างยั่งยืนมากขึ้น ในปี 2022 มีผู้บริโภคร้อยละ 3.5 ที่มีความเห็นจะใส่ใจต่อการบริโภคที่ยั่งยืน และมีแนวโน้มมากขึ้นถึงร้อยละ 5.1 ในปี 2028 ดังแสดงในแผนภาพที่ 8 จากการพัฒนาขึ้นของการบริโภคที่ยั่งยืน ทำให้ตลาดเสื้อผ้ามือสองเติบโตขึ้นในทิศทางเดียวกันโดยในปี 2022 มีสัดส่วนร้อยละ 4.5 ของผู้บริโภคสนใจบริโภคเสื้อผ้ามือสอง และเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 7.4 ในปี 2027 ดังแสดงในแผนภาพ 9

แผนภาพที่ 8 ความสนใจด้านการบริโภคสินค้าอย่างยั่งยืน



ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 9 ความสนใจในเสื้อผ้ามือสอง



ที่มา: Statista

ซึ่งการบริโภคเสื้อผ้ามือสองเป็นหนึ่งในวิธีการบริโภคอย่างยั่งยืนตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน การลดมลภาวะทางอากาศ น้ำ เพื่อพัฒนาไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ สอดคล้องกับนโยบายพัฒนาประเทศ นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่าย โดย OEC ระบุในปี 2021 มีการนำเข้าเสื้อผ้ามือสองมูลค่า 160 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากประเทศเกาหลีใต้ (94.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, ร้อยละ 59.3) และญี่ปุ่น (36.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, ร้อยละ 23.1)

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ร้านขายเสื้อผ้ามือ 2 ของมาเลเซีย เช่น

- 2nd Street ร้านเสื้อผ้ามือสองเปิดให้บริการในปี 1996 รับเสื้อผ้ามือสองมาจากญี่ปุ่น
- Refash ร้านเสื้อผ้ามือสองจากสิงคโปร์ ที่มีสาขาทั้งในประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย เปิดให้บริการ 4 สาขาในประเทศมาเลเซีย
- Helaian.co ร้านขายเสื้อผ้ามือสองบนแพลตฟอร์มออนไลน์

บทวิเคราะห์โอกาสของผู้ประกอบการ SME ไทย

ไม่มีทางที่จะแข่งขันเสื้อผ้าราคาถูกจากประเทศจีนได้ ผู้ประกอบการ SME ควรมองหาโอกาสจากตลาดเฉพาะส่วน (Fragment) จากพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่เริ่มหันมาสนใจสิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนสังคมไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ เน้นการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน และการนำทรัพยากรเก่ามาใช้ ประโยชน์ เป็นโอกาสของผู้ประกอบการ SME ที่จะนำเสนอเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายทั้งมือหนึ่งและมือสอง ในแนว ECO ที่เลือกใช้วัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทำความสะอาดง่าย ลดการใช้พลังงานในการรีด ที่สำคัญคือ สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ หรือแปรสภาพไปใช้งานอย่างอื่นได้อย่างอรรถประโยชน์

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

- การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักผ่านนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่มาเยือนประเทศไทย ทั้งการซื้อใส่เอง และซื้อเป็นของฝาก
- นำเสนอเรื่องราวตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ เรื่องราวของเส้นใยสิ่งทอที่ผ่านกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กระบวนการออกแบบการใช้ที่ลดปริมาณน้ำในการซัก ทำความสะอาดง่ายด้วยน้ำยาซักผ้าแบบออแกนิกส์ และไม่จำเป็นต้องใช้พลังงานในการรีด สามารถสวมใส่ได้ในทุกโอกาสในรูปแบบ mix and match
- นำเสนอผ่านช่องทางแบบ Omni-channel ทั้งผ่านกิจกรรมแฟชั่นโชว์หรือนำเสนอผ่าน Influencer หรือดารานักแสดงที่มีบุคลิกสะท้อนความหมายของแบรนด์ และการประชาสัมพันธ์ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านช่องทาง Digital Platform และสื่อสังคมเครือข่าย
- ช่องทางการจำหน่าย สามารถดำเนินงานคู่ขนาน ทั้งการจำหน่ายผ่านร้านตัวแทนจำหน่ายแบบ Window Shopping หรือ Dropship ร่วมกับการจำหน่ายผ่าน Online Platform

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ



The Thrift Festival

งานรวบรวมข้อเสนอสินค้าและสินค้าราคาประหยัด
รวมรวมผู้ประกอบการร้านค้าสำหรับเสื้อผ้ามือสอง
ทำให้เกิดการพบปะ พูดคุย และเป็นโอกาสในการ
สร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

International Greentech & Eco Products Exhibition & Conference Malaysia (IGEM)

เป็นงานจัดประชุมและแสดงสินค้าและเทคโนโลยี
รักษ์โลก จัดขึ้นที่ Kuala Lumpur Convention
Centre ปีละ 1 ครั้ง มีผู้ประกอบการเข้าร่วม
3,700 ร้านค้า และผู้เข้าเยี่ยมชมกว่า 515,000
คน จาก 79 ประเทศ



ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME

E-STOXX LTD CO.
SYKT SRI MURUGAN TRADING AGENCY S/B
MAZUTEX SDN. BHD.
TAI WAH GARMENTS INDISTRY SDN. BHD.
DENIM CODE SDN. BHD.
KUAN HAI SDN. BHD.
OF TEXTILE FINISHING AGENTS
MPI POLYESTER INDUSTRIES SDN. BHD.
SENG HUAT HANG SDN. BHD.

WEBSITE

<https://www.stoxx.com>
<https://www.srimurugantrading.com>
<https://www.mazutex.com>
<https://www.taiwahgarmentsindustry.com>
<https://www.denimcode.net>
<http://kuanhoi.com.my>
<https://www.textilegence.com>
<http://www.mpindustries.com.my>
<https://www.senghuat.com.my>

IMPORTER NAME	WEBSITE
RBI MAJU TRADING	http://www.maju.com.my
RECRON (MALAYSIA) SDN. BHD.	http://www.recronmalaysia.com
HAVEN LIFESTYLE(M)SDN. BHD.	http://havengroup.com.my
GLOBAL MANDIRI SDN. BHD.	http://mandiri.com.my
UPRISE WINTech STAR SDN. BHD.	https://www.wintech.my
AVENUE WOVEN SDN. BHD.	https://www.aavenue.com.my

ที่มา : Trade Atlas

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

การเลือกช่องทางขนส่ง

การเลือกช่องทางขนส่งสำหรับส่งสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายมือสองสามารถใช้ระบบขนส่งผ่านผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุสำหรับการจำหน่ายแบบ Window Shopping หรือ Dropship ผ่านเส้นทางถนนเข้าสู่ประเทศมาเลเซียได้ทั้ง 9 ด่าน เมื่อข้ามไปถึงฝั่งมาเลเซียแล้วจะต้องพักสินค้าที่พักสินค้าที่ท่ารถบรรทุกหรือท่าเรือ และส่งเข้าประเทศมาเลเซียโดยใช้รถขนส่งของมาเลเซียเพื่อนำสินค้าไปส่งปลายทาง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการสามารถใช้การค้าชายแดนด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์หรือการใช้บริการผู้ให้บริการขนส่งในรูปแบบ Door to Door

ระเบียบและข้อกำหนดทางภาษีและสิทธิพิเศษทางภาษี

สินค้าในหมวด HS 6309 ไม่มีการเก็บภาษีศุลกากรตามการใช้สิทธิประโยชน์จาก AFTA แต่ยังคงมีภาษีอื่น ๆ ได้แก่ ภาษีขาย (Sales Tax) จัดเก็บอัตราร้อยละ 10 สำหรับสินค้าทั่วไป และภาษีนิติบุคคล (Corporate Tax) จัดเก็บอัตราร้อยละ 15-24

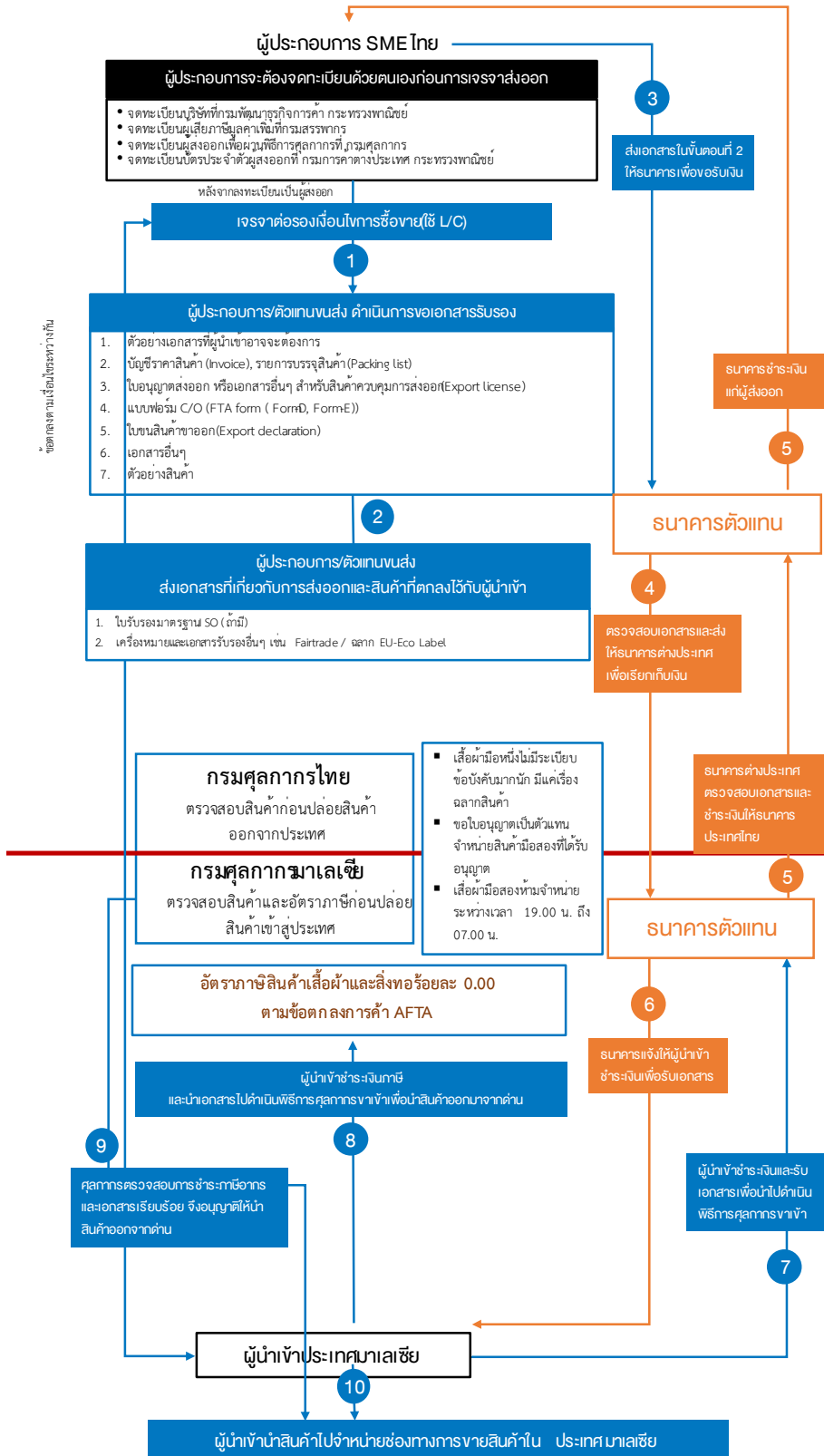
ระเบียบและข้อกำหนดที่ไม่ใช่ภาษี

ผู้ครอบครองสินค้ามือสองทุกชนิดจำนวนมาก จะต้องสามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นผู้จำหน่ายสินค้ามือสอง โดยแต่ละรัฐให้อำนาจตำรวจที่มีศรัทธาไม่ต่ำกว่าสารวัตรเป็นผู้ออกใบอนุญาต โดยใช้ดุลยพินิจในการออกใบอนุญาต โดยผู้ที่ขออนุญาตจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมตามกฎหมายกำหนด โดยใบอนุญาตจะระบุบุคคลและสถานที่ประกอบการซึ่งผู้ประกอบการควรพกใบอนุญาตไว้ติดตัว เนื่องจากเจ้าหน้าที่ตำรวจสามารถร้องขอเพื่อตรวจสอบใบอนุญาตได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ ผู้แทนจำหน่ายที่ได้รับใบอนุญาตจะต้องแสดงใบอนุญาตไว้ส่วนที่สามารถเห็นได้ชัดในสถานประกอบการ โดยใบอนุญาตจะพิมพ์ด้วยภาษาราชการของมาเลเซีย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนและภาษาทมิฬ โดยระบุไว้ว่า "ตัวแทนจำหน่ายสินค้ามือสองที่ได้รับอนุญาต" ผู้ประกอบการที่ไม่ปฏิบัติตามจะถูกระวางโทษปรับไม่เกิน 200 ริงกิตมาเลเซีย

นอกจากนี้ ยังห้ามไม่ให้ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตซื้อ ขาย ส่งมอบสินค้าระหว่างเวลา 19.00 น. ถึง 07.00 น. หากฝ่าฝืนความผิดครั้งแรกต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 1,000 ริงกิตมาเลเซียหรือจำคุกไม่เกิน 3 เดือน หรือทั้งจำทั้งปรับ และสำหรับความผิดครั้งถัดไปต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 5,000 ริงกิตมาเลเซีย จำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ กรณีการซื้อขายสินค้าที่ประกอบด้วยชิ้นส่วนยานยนต์ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 20,000 ริงกิตมาเลเซีย จำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 10 ขั้นตอนการส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอยังมาเลเซีย



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

