

สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย

Apparel and Clothing



ผู้เขียนหลัก อัญชลี ห่วงทอง

ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ่มราษฎร์, ศิริลักษณ์ จิตริศิลป์

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมสำคัญของไทยที่ผลิตเพื่อใช้อุปโภคภายในประเทศได้อย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำ (การผลิตเส้นใย) กลางน้ำ (การปั่นด้าย ทอผ้า ถักผ้า ฟอกย้อม และพิมพ์ตกแต่ง) และปลายน้ำ (การผลิตเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูป) และสามารถส่งออกสินค้าในหลายรายการไปยังประเทศสำคัญต่าง ๆ ทั่วโลก ครอบคลุมประเทศในทวีปอเมริกา เอเชีย ยุโรป และตะวันออกกลาง นอกจากนี้ ยังเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย ซึ่งในปี 2020 ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่มาจากสาขาการผลิตสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายรวมทั้งสิ้น 174,534 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการผลิตโดย SMEs ในสาขาการผลิตสิ่งทอจำนวน 46,973 ล้านบาท และมูลค่าการผลิตโดย SMEs ในสาขาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย จำนวน 63,728 ล้านบาท

ขนาดตลาด

จากสถิติ และการคาดการณ์ปริมาณการบริโภคสินค้าประเภทเสื้อยืดในแอฟริกาใต้ พบว่า ตลาดการซื้อ-ขายเสื้อผ้าในแอฟริกาใต้มีแนวโน้มสูงขึ้นหลังจากมีจำนวนลดลงในช่วงวิกฤติโควิด-19 โดยในปี 2027 มีปริมาณการซื้อเสื้อยืดสูงถึง 1 ล้านชิ้น

แผนภาพที่ 1 ปริมาณการบริโภคสินค้าประเภทเสื้อยืดในแอฟริกาใต้

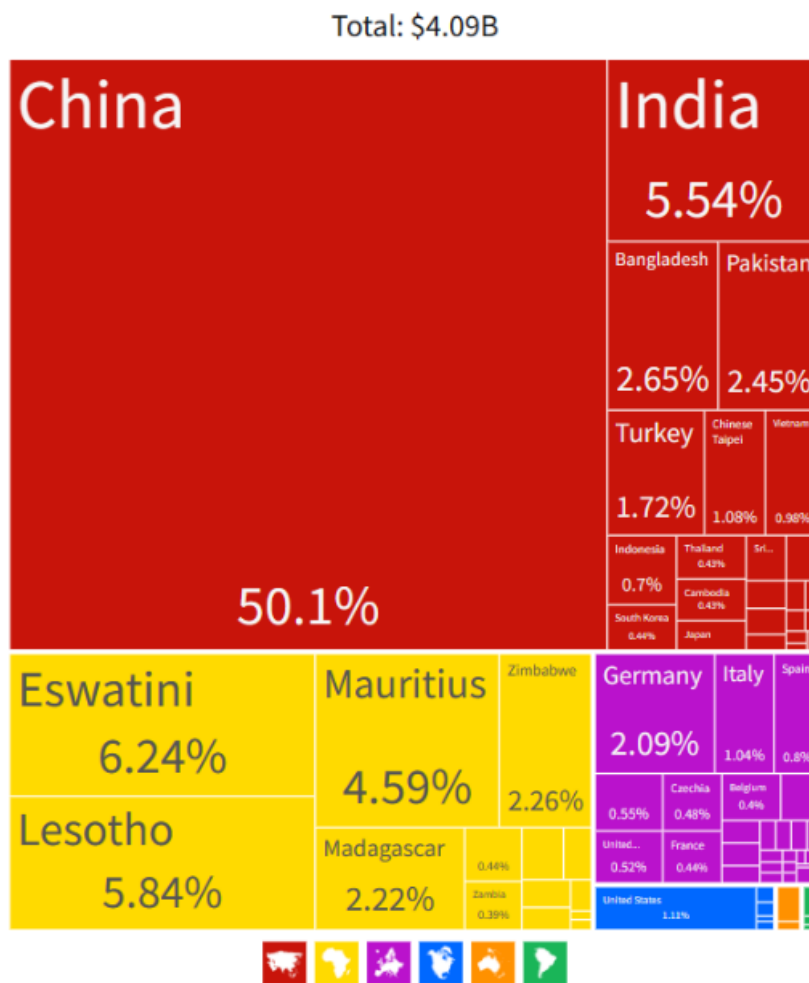


ที่มา: Statista

คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

ในปี 2021 แอฟริกาใต้นำเข้าสิ่งทอมูลค่า 4.09 พันล้านดอลลาร์สหรัฐกลายเป็นผู้นำนำเข้าสิ่งทอรายใหญ่ อันดับ 47 ของโลก ในปีเดียวกัน สิ่งทอเป็นสินค้านำเข้ามากที่สุดเป็นอันดับ 7 ในแอฟริกาใต้ แอฟริกาใต้นำเข้าสิ่งทอเป็นหลักจาก: จีน (2.05 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ), Eswatini (255 ล้านดอลลาร์สหรัฐ), Lesotho (239 ล้านดอลลาร์สหรัฐ), อินเดีย (227 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และมอริเชียส (188 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยประเทศไทยมีมูลค่าเพียง 17.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

แผนภาพที่ 2 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอของแอฟริกาใต้



ที่มา: OEC

พฤติกรรมผู้บริโภค

ประชากรแอฟริกาใต้นิยมสวมใส่เสื้อผ้าลำลอง ง่ายๆ สบายตัว ดังนั้นกางเกงยีนส์และรองเท้า (แบบใช้งานสมบุกสมบัน) จึงพบเห็นได้ตามท้องถนนทั่วไป ซึ่งสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กวัยรุ่น วัยแรงงานยังนิยมเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยเฉพาะเสื้อและกางเกงยีนส์ที่สวมใส่ได้ง่ายและคล่องตัว สำหรับใช้สวมใส่เป็นชุดลำลองในวันหยุด

ชาวแอฟริกาใต้มักใช้สีสดใสและลวดลายสะดุดตาในการตกแต่งเสื้อผ้า เพื่อแสดงความสดใสและความเป็นเอกลักษณ์ เช่น ลายการ์ตูนสีสดใสหรือลายที่มีลักษณะเฉพาะ เครื่องนุ่งห่ม ผ้าทอ และผ้าลูกไม้ รวมถึงนิยมใช้ลวดลายผ้าแสดงถึงความเป็นพวกพ้องและแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ลวดลายและสีสรรที่ปรากฏบนผืนผ้า มักแสดงออกถึงสวยงามและมีคุณค่าในแต่ละท้องถิ่นที่ผู้ผลิตนำผ้าเข้าไปขาย ผ้าที่เห็นในแอฟริกาตอนใต้และตะวันออกมักเป็นรูปสัตว์ป่าในทุ่งหญ้าสะวันนา เช่น กวาง Impala สิงโต หรือยีราฟ ภาพข้าวโพดและมะม่วงหิมพานต์ สื่อถึงอาหารและสินค้าเกษตรที่สำคัญ ลายผ้าพิมพ์แอฟริกัน รวมทั้งผ้า Capulana ของโมซัมบิก สะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนแอฟริกา ไม่ว่าจะเป็นลายรูปกล่อง สะท้อนดนตรี ลายรูปข้าวโพด มะม่วง และมะม่วงหิมพานต์ สะท้อนข้าวปลาอาหาร ส่วนลายผ้าอีกแบบที่คนนิยม เห็นจะเป็นลายกราฟิกผสมรูปทรงเรขาคณิตกับสีสดจัดจ้านที่ตัดกัน

โรงพิมพ์ผ้าของไทยยังได้รับออเดอร์จากประเทศทางแอฟริกาสั่งพิมพ์ลายผ้าส่งออกไปขายแต่ก็อาจยังเป็นสัดส่วนที่น้อย หากไทยรู้จักและเข้าใจแอฟริมากมากขึ้นอาจเป็นหนึ่งในผู้เล่นที่สามารถอยู่ในตลาดได้ เนื่องจาก เสื้อผ้าตัดสำเร็จของไทยถือเป็นสินค้าคุณภาพดีในแอฟริกาทั้งตะวันตกและตะวันออก

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market entry strategy)

แนวทางการขยายตลาด

การส่งออกสินค้าสิ่งทอของไทย ปี 2021 • ปี 2021 ไทยมีการส่งออกสินค้าสิ่งทอไปโลก (พิกัดฯ 50 – 60-61 และ 63) มูลค่า 4,241.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยสินค้าสิ่งทอ (พิกัดฯ 4 หลัก) ที่ไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ประกอบด้วย

1) เส้นใยสั้นสังเคราะห์ที่ไม่ได้สาน หวี หรือผ่านกรรมวิธีอย่างอื่นสำหรับการปั่นด้าย (พิกัด 5503) มูลค่า 538.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.18 จากปี 2020

2) ด้ายใยยาวสังเคราะห์ (นอกจากด้ายเย็บ) ไม่ได้จัดทำขึ้นเพื่อการขายปลีก รวมถึงใยยาวเดี่ยวสังเคราะห์ที่มีขนาดน้อยกว่า 67 เดซิเทกซ์ (พิกัด 5402) มูลค่า 393.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.06 จากปี 2020

3) ผ้าไม่ทอ จะอาบซึม เคลือบ หุ้ม หรืออัดเป็นชั้นหรือไม่ก็ตาม (พิกัด 5603) มูลค่า 283.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.05 จากปี 2020

4) ผ้าอื่นๆ ถักแบนนิตหรือแบบโครเชต์ (พิกัด 6006) มูลค่า 263.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.35 จากปี 2020

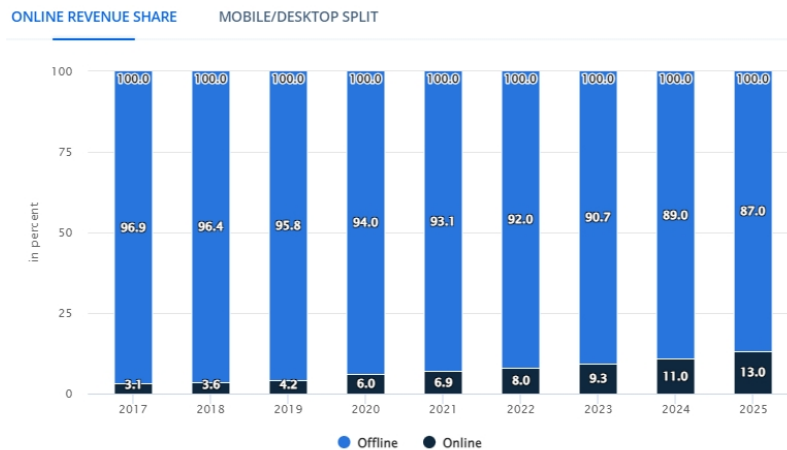
5) ผ้าทอทำด้วยด้ายใยยาวสังเคราะห์รวมถึงผ้าทอที่ได้จากวัตถุดิบตามประเภท 5404 (พิกัด 5407) มูลค่า 238.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.75 จากปี 2020 ปี 2022

ในช่วงเดือนมกราคม – กรกฎาคม ไทยมีการส่งออกสินค้าสิ่งทอไปโลก ภายใต้พิกัด 50 – 60 และ 63 มูลค่า 2,712,954,883 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.48 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2021 ที่มีมูลค่าการส่งออก 2,390.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

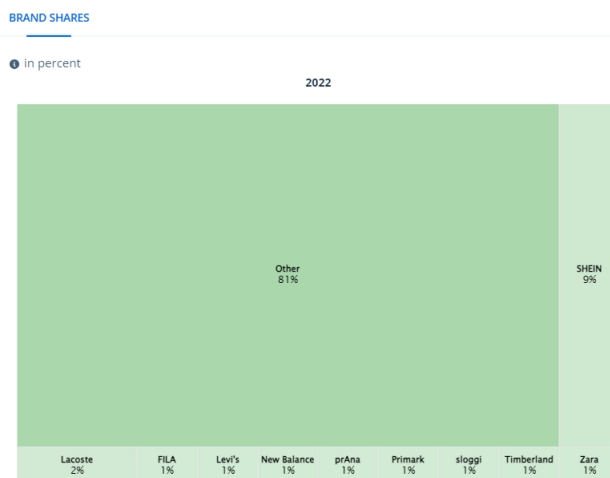
เมื่อพิจารณาช่องทางการซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าของชาวแอฟริกาใต้ พบว่า ในปัจจุบันและการคาดการณ์อนาคตจนถึงปี 2025 กว่าร้อยละ 80 ยังเป็นการซื้อในช่องทางออฟไลน์ เช่นการซื้อสินค้าจากร้านค้าในห้างสรรพสินค้า Sandton City, Mall of Africa, V&A Waterfront และอื่น ๆ ตลาดปลีก เช่น Rosebank Sunday Market หรือ Greenmarket Square ในเคปทาวน์นั้นเป็นที่รู้จักในการขายเสื้อผ้าและของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ อันเนื่องมาจากสินค้าประเภทเสื้อผ้าเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการเห็น ตลอดจนได้สัมผัสเนื้อผ้าจริงก่อนการซื้อ แต่แนวโน้มการสั่งซื้อออนไลน์ก็มีปริมาณสูงขึ้นจากพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป จากการมีการใช้งานอินเทอร์เน็ต และแอปพลิเคชันออนไลน์ที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแบรนด์ในตลาดที่ SHEIN ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์เริ่มมีส่วนแบ่งที่สูงขึ้นในตลาด เว็บไซต์ขายของออนไลน์หลายเว็บที่ให้บริการในประเทศแอฟริกาใต้ เช่น Takealot, Superbalist, Zando

แผนภาพที่ 3 ช่องทางการบริโภคสินค้าประเภทเสื้อผ้าในแอฟริกาใต้



ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 4 ส่วนแบ่งตลาดสินค้าประเภทเสื้อผ้าในแอฟริกาใต้



ที่มา: Statista

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

allfashion sourcing Cape Town International Leading in Textile, Apparel and Footwear Show โดยงาน Allfashion sourcing Cape Town เป็นงานแสดงสินค้าที่มีชื่อเสียงสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอ, เสื้อผ้า, และรองเท้าในแอฟริกาใต้ มักจะรวมผู้ผลิต, ผู้จัดจำหน่าย, และแบรนด์จากทั่วโลกเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์, นวัตกรรม, และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมเป็นโอกาสสำหรับการเครือข่าย, การเรียนรู้, และการค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

แผนภาพที่ 5 งาน Exhibitions ที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น อุตสาหกรรมเส้นใย



ที่มา: hk.messefrankfurt

South African Fashion Week (SAFW) เป็นอีเวนต์แฟชั่นที่มีชื่อเสียงและสำคัญที่สุดของแอฟริกาใต้ SAFW ถูกจัดขึ้นทุกปีและเป็นแพลตฟอร์มสำหรับนักออกแบบในประเทศแอฟริกาใต้และบางครั้งจะรวมถึงนักออกแบบจากต่างประเทศเพื่อนำเสนอคอลเล็กชั่นของพวกเขาในซีซั่นใหม่ เป็นโอกาสในการนำเสนอและโปรโมทผลิตภัณฑ์ของนักออกแบบ เครือข่าย ผู้ผลิต, ผู้จัดจำหน่าย, นักสื่อสาร, และผู้ซื้อ มารวมกัน มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนวัฒนธรรมแฟชั่นในแอฟริกาใต้ และมันยังเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการประกวดแฟชั่นในโลกล

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME	WEBSITE
SAITEX INTERNATIONAL (HK)LTD.	https://www.sai-tex.com
NAMYANG INTERNATIONAL CO.LTD	http://www.namyang-intl.com
WOOLWORTHS PTY LTD.	https://www.woolworths.co.za
THE HADDAD APPAREL GROUP,LTD.	https://www.haddad.com
NEW CLICKS SOUTH AFRICA PTY LTD.	https://www.clicksgroup.co.za
TRUWORTHS LTD.	https://www.truworthsinternational.com
BULL CLOTHING PTY LTD.	https://www.ragingbull.co.uk
WOOL WORTHS (PROPRIETARY)LTD.	https://www.woolworthsholdings.co.za
IMAGEMAKERS PTY LTD.	https://www.imagemakers.co.za
UNIQUE TEES PTY LTD.	https://www.mytees.com.au
ACKERMANS	https://www.ackermans.co.za
LONGBEACH SWIMWEAR T/A BRITE REEF	https://www.britereef.co.za
AL KARAM INVESTMENTS C.C	https://www.alkaramstudio.com
LEVIS STRAUSS S.A. PTY LTD.	https://www.levistrauss.com
Gelvenor Textiles (Pty) Ltd.	http://gelvenor.com/

ที่มา : Trade Atlas (2023)

ทั้งนี้ การเลือกผู้นำเข้าควรคัดเลือกตามความเหมาะสมของสินค้า และควรมีการพูดคุยให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน โดยนอกจากเว็บไซต์แล้วสามารถหาผู้นำเข้าจากงานแสดงสินค้า หรืองานเจรจาจับคู่สินค้า เป็นต้น

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ในการเข้าสู่ตลาดแอฟริกาใต้มีปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างถูกต้องคือ การเลือกช่องทางขนส่ง และการศึกษาเกี่ยวกับระเบียบ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง กับสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย ดังนี้

การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องแต่งกายสำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ควรเลือกการส่งทางเรือ เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าจำนวนมาก และท่าเรือแอฟริกาใต้เป็นจุดแวะพักของเรือขนส่งสินค้าที่เดินทางมาจากทวีปอเมริกา เอเชีย ออสเตรเลีย และชายฝั่งทั้งสองด้านของทวีปแอฟริกา อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าว่าจะเลือกรูปแบบการขนส่งรูปแบบใด และสัญญาซื้อขายสินค้าระหว่างกัน ในขณะที่การเลือกท่าเรือปลายทางนั้น ผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามที่คุณนำเข้าต้องการ

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

ขั้นตอนส่งออกที่สำคัญคือการเตรียมเอกสารให้พร้อมสำหรับการส่งออกสินค้า โดยเอกสารที่ต้องเตรียมจะเป็นเอกสารขั้นพื้นฐานในการส่งออกไปจนถึงเอกสารเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่เป็นเอกสารที่ต้องเตรียมเพื่อให้สามารถขายสินค้าหรือส่งสินค้าไปยังประเทศปลายทางได้ นอกจากนี้อาจเป็นเอกสารที่ผู้นำเข้าต้องการขอเพิ่มเติม เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าโดยใช้หน่วยงานทางการรับรองโดยอิสระและเอกสารที่ผู้ประกอบการควรศึกษามีดังนี้

1. มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับสินค้าสิ่งทอของประเทศไทย

ผู้ประกอบการที่ส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ทำจากพืชไปประเทศแอฟริกาใต้ จะต้องขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary certificate : PC) ที่กรมวิชาการเกษตรซึ่งมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่บริการตรวจพืชเพื่อรับรองการปลอดศัตรูพืช ให้ได้ตามมาตรฐานทางด้านสุขอนามัยพืชที่สอดคล้องกับความตกลงว่าด้วยการใช้มาตรการสุขอนามัย และสุขอนามัยพืชภายใต้องค์การการค้าโลก และออกใบรับรองปลอดศัตรูพืชให้กับพืชหรือผลิตผลพืช เพื่อส่งออกไปต่างประเทศ ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า โดยดำเนินการตรวจพืช ศัตรูพืช และควบคุมให้มีการกำจัดศัตรูพืชทางกักกันพืชที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ

2. มาตรการทางการค้าทางภาษีและที่มิใช่ภาษี

ภายใต้กรอบความตกลงองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) การส่งสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย มีอัตราภาษีร้อยละ 30

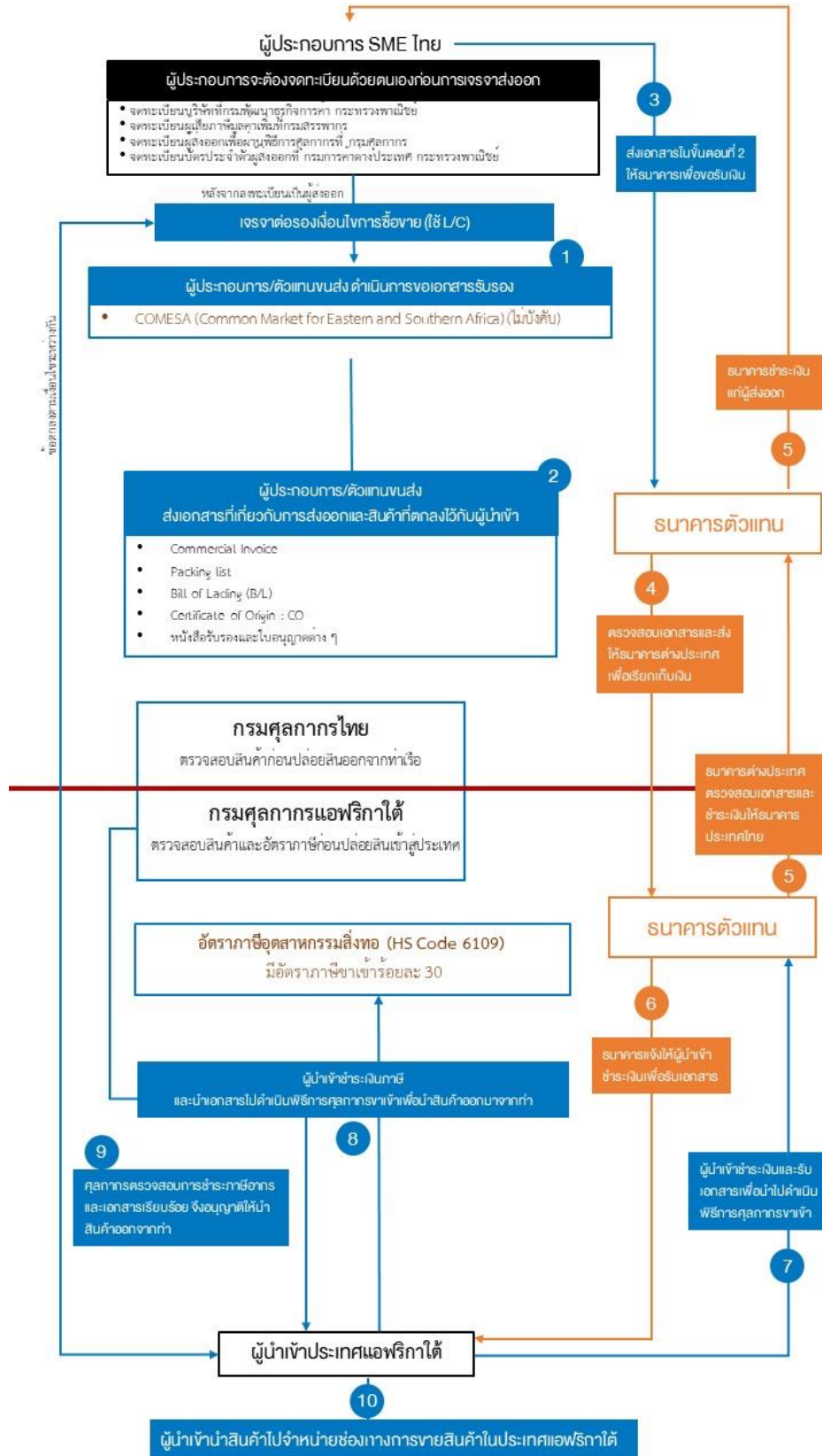
พิกัดศุลกากร	รายการ	สิทธิพิเศษ	อัตราภาษี
6109	ที่เชิ้ต เสื้อชั้นในชนิดซิงเกิลและเสื้อชั้นในอย่างอื่น ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์	WTO	ร้อยละ 30
610990	ที่เชิ้ต เสื้อชั้นในชนิดซิงเกิลและเสื้อชั้นในอย่างอื่น ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ - ทำด้วยวัสดุทออื่น ๆ		
610910	ที่เชิ้ต เสื้อชั้นในชนิดซิงเกิลและเสื้อชั้นในอย่างอื่น ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ - ทำด้วยฝ้าย		

มาตรการนำของแอฟริกาใต้

แอฟริกาใต้ไม่มีมาตรฐานการนำเข้าสิ่งทอร่วมที่ถูกต้องที่สามารถใช้กับทุกประเทศ แต่มีบางองค์กรระหว่างประเทศที่สามารถช่วยในการกำหนดมาตรฐานสากลสำหรับการนำเข้าสิ่งทอ เช่น COMESA (Common Market for Eastern and Southern Africa): COMESA เป็นองค์กรระหว่างประเทศที่มีสมาชิกจากหลายประเทศในแอฟริกาใต้ พวกเขาอาจมีมาตรฐานร่วมสำหรับการนำเข้าและผลิตสิ่งทอที่สมาชิกประเทศต้องปฏิบัติตาม. เป็นต้น

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 6 ขั้นตอนการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

