

Thai Hemp

กับการสร้างโอกาสธุรกิจสิ่งทอไทย



CONTENT

4

Cover Story

Thai Hemp กับการสร้างโอกาสธุรกิจสิ่งทอไทย

6

Interview

สรุปประเด็นจากการประชุม Focus group

เรื่อง Thai Hemp กับการสร้างโอกาสธุรกิจสิ่งทอไทย

14

Situation

รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมแฟชั่น

(สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนังและรองเท้า อัญมณีและเครื่องประดับ)

32

Movement

5 ความท้าทายที่มีต่ออุตสาหกรรมแฟชั่นของสหรัฐอเมริกา ในปี 2022

34

Knowledge

การเตรียมเส้นด้ายสำหรับการทอ

38

Trend

งานแสดงสินค้าผ้าของยุโรป (European Fabric Fairs)

สำหรับฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2022/23

47

Activities

กิจกรรมสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (เมษายน-มิถุนายน 2565)

EDITORIAL

ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่ผลักดันให้กัญชงเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ที่มีศักยภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมการปลูกพืชชนิดดังกล่าว เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในเชิงพาณิชย์ โดยหากเทียบเคียงในหลายประเทศทั่วโลก พบว่า มีการปลูกและแปรรูปกัญชงเพื่อนำไปใช้ในระดับอุตสาหกรรมมากกว่า 30 ประเทศทั่วโลก และด้วยความโดดเด่นที่มีลักษณะเฉพาะของกัญชง จึงส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์จากกัญชงมากกว่า 200,000 ผลิตภัณฑ์ทั่วโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมที่สำคัญๆ อาทิ กลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง กลุ่มอุตสาหกรรมน้ำมันกัญชงและสารสกัด CBD และรวมถึงกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอเช่นกัน

ประเทศไทยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกัญชงในด้านสิ่งทอและวิถีชีวิตของชาวม้ง มาอย่างยาวนาน แต่ไม่เป็นที่แพร่หลาย เนื่องจากยังติดขัดในข้อกฎหมาย จนกระทั่งเมื่อมีการปลดล็อกทางด้านกฎหมายทั้งด้านการผลิตและจำหน่ายที่ให้กัญชงได้รับการยกเว้นจากการเป็นสารเสพติดให้โทษ ยกเว้นข้อศอกตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สนใจสามารถใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้

โดยในปี 2563 พบว่า ประเทศไทยมีพื้นที่การปลูกกัญชงประมาณ 625 ไร่ และมีแนวโน้มขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงถึงอัตราการเติบโตในห่วงโซ่อุปทานกัญชงที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกัญชงเป็นพืชที่ปลูกง่าย ใช้น้ำน้อย และถูกนำมาใช้ประโยชน์ แบ่งเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ เมล็ด, CBD และเส้นใย สำหรับการนำประโยชน์จากเส้นใยนั้น จะเป็นในส่วนของลำต้นมีเส้นใยที่มีคุณภาพสูง แข็งแรงกว่าฝ้ายถึง 2 เท่า นำไปผลิตผลิตภัณฑ์มากกว่า 5,000 รายการ เช่น เสื้อผ้า เยื่อกระดาษ เชือก กระเป๋า ฉนวนกันความร้อน วัสดุก่อสร้าง เพอร์ริเจอร์ ส่วนกากใยที่เหลือนำไปผลิตเป็นเอทานอล

สำหรับ Thai Textile and Fashion Outlook ฉบับนี้ได้สรุปเนื้อหาจากการประชุม Focus group เรื่อง “Thai Hemp กับการสร้างโอกาสธุรกิจสิ่งทอไทย” เพื่อให้เห็นถึงโอกาสของเส้นใยกัญชง สำหรับการผลิตและแปรรูปสินค้า(ทั้งสินค้าในกลุ่มสิ่งทอเครื่องนุ่งห่ม โลฟส์สไตล์ และคอมโพสิต) ให้มีศักยภาพและมีความพร้อมสู่การต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าสูง และแข่งขันได้จริงในเชิงพาณิชย์บวกกับการมุ่งตอบสนองต่อกระแสการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งถือเป็นเมกะเทรนด์ที่สำคัญของโลก ณ เวลานี้ ดังนั้น เพื่อมุ่งสู่การเป็น “อุตสาหกรรมสีเขียว คาร์บอนต่ำ และยั่งยืน” เส้นใยกัญชงจึงนับเป็นวัสดุทางเลือกที่มีความน่าสนใจและยังสามารถตอบโจทย์ของความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมรวบรวมประเด็นความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสิ่งทอแฟชั่น

คณะผู้จัดทำ

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

ศูนย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม)

สนับสนุนโดย

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.)

กระทรวงอุตสาหกรรม

จัดทำโดย

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

ศูนย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม)

ที่ปรึกษา

ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

(ดร. ชาญชัย สิริเกษมเลิศ)

ผู้เชี่ยวชาญ

วีรา ชาญสวรรค์

บรรณาธิการ

ศูนย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม)

ศิลปกรรรม

บริษัท อาร์ตแอนด์พาร์ท อีแควิต จำกัด

Tel. 092-4544755

กิจกรรมภายใต้โครงการศูนย์สารสนเทศอัจฉริยะอุตสาหกรรมแฟชั่น

(อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนังและรองเท้า อัญมณีและเครื่องประดับ) หรือ Fashion Intelligence Unit: FIU ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565

Thai Hemp

กับการสร้างโอกาสธุรกิจสิ่งทอไทย



จากนโยบายของรัฐบาลที่มีการผลักดันให้เกษตรกรเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ที่มีศักยภาพและมีการส่งเสริมการปลูกกล้วยงให้สามารถนำประโยชน์จากพืชกล้วยงมาใช้ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งที่ผ่านมาในหลายประเทศต่างได้มีการนำเส้นใยกล้วยงมาใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม เนื่องจากเป็นเส้นใยธรรมชาติที่มีสมบัติพิเศษมากมาย อาทิ มีความยืดหยุ่น ทนทาน ระบายอากาศ และสามารถป้องกันเชื้อโรคและรังสียูวีได้ดี และกระบวนการผลิตส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยมาก ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่กำลังเป็นเมกะเทรนด์สำคัญของโลกในเวลานี้

และด้วยกระแสการปกป้องสิ่งแวดล้อมดังกล่าว ส่งผลผู้บริโภคต่างมีพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน โดยต่างตระหนักถึงสุขภาพ ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และการปกป้องสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยดังกล่าวจึงกลายเป็นความต้องการพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปทั่วโลก นอกจากนี้ จากกระแสการกลับคืนสู่ธรรมชาติของเทรนด์แฟชั่น ลักษณะที่เป็นธรรมชาติเรียบและสง่างามของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายกล้วยง จึงทำให้กล้วยงมีบทบาทในวงการแฟชั่นมากขึ้นเรื่อยๆ มีการคาดการณ์ว่าสิ่งทอกล้วยงจะกลายเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของนวัตกรรมในอนาคต (ทั้งนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์) ซึ่งจะทำให้สิ่งทอกล้วยงกลายเป็น “สาขาสีเขียว” โดยพัฒนาเทคโนโลยีของวัสดุใหม่ๆ ขั้นตอนการผลิตใหม่ๆ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

สำหรับประเทศไทย กล้วยงเพื่ออุตสาหกรรมสิ่งทอยังถือเป็นเรื่องใหม่เนื่องจากในอดีต กล้วยงถือเป็นสิ่งผิดกฎหมาย แต่จากนโยบายปลดล็อกกล้วยงของรัฐบาล เมื่อต้นปี พ.ศ.2564 ที่ผ่านมา ทำให้มีงานศึกษาวิจัยเชิงพาณิชย์ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำออกมามากมาย ซึ่งรวมถึงกล้วยงเพื่ออุตสาหกรรมสิ่งทอด้วยเช่นกัน บวกกับการมุ่งส่งเสริมการปลูกกล้วยงภายในประเทศในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา เพื่อผลักดันให้เป็นพืชเศรษฐกิจของไทยอย่างเข้มแข็งตลอดห่วงโซ่การผลิต คือ ตั้งแต่ระดับต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ยิ่งส่งเสริมถึงโอกาสของประเทศไทยในการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับทั้งภาคการเกษตรและการผลิตของไทย ดังนั้น การเตรียมความพร้อมในมุมของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศเพื่อการเจาะตลาดโลกโดยใช้กล้วยงเป็นวัสดุทางเลือกเพื่อต่อยอดไปสู่การนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ด้วยต้นทุนที่แข่งขันได้ในระดับอุตสาหกรรมนั้น มีองค์ประกอบในมิติด้านตลาด 3 ส่วนสำคัญ คือ แนวโน้ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบธุรกิจ เป็นสำคัญ

และเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมและการดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรมที่เร่งผลักดันให้ภาคการผลิตในประเทศมีความสมดุล มั่นคง และยั่งยืน อีกทั้งการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ โดยการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ ก่อให้เกิดการเพิ่มผลิตภาพ มูลค่า และมาตรฐาน รวมถึงพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ในเวทีโลก และสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมพืชกล้วยงสู่เชิงพาณิชย์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) โดยมุ่งสร้างปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการดำเนินประกอบธุรกิจ และสนับสนุนการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่กล้วยงในประเทศ รวมทั้งส่งเสริมด้านการตลาด การผลิต และการแปรรูปเชิงพาณิชย์ โดยมีเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมกล้วยงในประเทศตามแผนปฏิบัติการดังกล่าว

ดังนั้น การสร้างโอกาสให้กับอุตสาหกรรมในประเทศโดยใช้กล้วยงเป็นตัวขับเคลื่อนสำหรับการยกระดับสินค้าสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มของไทย เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน และสอดคล้องกับภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG Model เพื่อส่งเสริมการส่งออกสิ่งทอที่มีมูลค่าสูงสำหรับอนาคต โดยการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพทั้งในระดับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ SMEs ตลอดจนเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อจากนี้

สรุปประเด็นจากการประชุม Focus group

เรื่อง Thai Hemp กับการสร้างโอกาสธุรกิจสิ่งทอไทย

Thai Hemp กับการสร้างโอกาส ธุรกิจสิ่งทอไทย



สถานภาพของกัญชง

กัญชงเป็นพืชที่ปลูกง่าย ใช้น้ำน้อย สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งหมด ตั้งแต่ราก ลำต้น ช่อดอก และใบ และใช้ประโยชน์ในการไปทำเป็นเมล็ด CBD และเปลือกเส้นใย ซึ่ง ณ ที่นี้ จะเน้นเปลือกเส้นใย ประโยชน์ของเส้นใยกัญชง คือ มีคุณภาพสูง มีความแข็งแรงกว่าฝ้ายสองเท่า สามารถนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ได้มากกว่า 5,000 รายการ เช่น เสื้อผ้า เยื่อกระดาษ เชือก กระเป๋า ฉนวนกันความร้อน วัสดุก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ กากใยที่เหลือสามารถนำไปผลิตเป็นเอทานอลได้ กัญชงยังมีคุณสมบัติด้านความยืดหยุ่น ความคงทน การระบายอากาศ สามารถป้องกันเชื้อโรคและรังสียูวี และกระบวนการผลิตยังส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมน้อยมาก

สำหรับประเทศไทย ตลาดอุตสาหกรรมกัญชงใช้ในเครื่องดื่มมากที่สุด ตามด้วยอาหาร ยา ส่วนเสื้อผ้าและรองเท้าเป็นอันดับ 4 โดยประมาณการว่า ในปี 2564 เสื้อผ้าและรองเท้ามีมูลค่า 30 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าในปี 2568 จะเพิ่มเป็น 820 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 129 ต่อปี



ปัจจัยดังกล่าวเป็นความต้องการพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั่วโลก รวมทั้งกระแสการกลับสู่ธรรมชาติของวงการแฟชั่น จึงทำให้กัญชงมีบทบาทในแฟชั่นทั่วโลก ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีและวัสดุใหม่ๆ ขั้นตอนการผลิตใหม่ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ทำให้สิ่งทอกัญชงเป็นสิ่งทอสีเขียวที่มีความสำคัญในอนาคต

ที่ผ่านมา กัญชงไม่ได้รับอนุญาตให้ใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์หรือในระดับอุตสาหกรรม จึงทำให้ตลาดในประเทศยังมีขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นงานหัตถกรรมพื้นฐานที่ถักทอผ้าจากใยกัญชง ในกลุ่มชาวเขา สำหรับใช้สอยในครัวเรือนและจำหน่ายเป็นอาชีพเสริม ทั้งนี้ การผลิต การแปรรูปและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากเส้นใยกัญชงตามวิถีชนเผ่าม้ง ซึ่งถือว่าเป็นพืชศักดิ์สิทธิ์ การปลูกในพื้นที่สูง ใช้น้ำน้อย มีคุณสมบัติต่อต้านแบคทีเรีย และรังสียูวี สามารถทำเป็นเส้นใยที่แข็งแรง นำไปผลิตเป็นเสื้อผ้าได้นั้น ควรทำเป็นเรื่องราวร้อยเรียง (story) ที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ได้

ในหลายประเทศได้มีการนำเส้นใยกัญชงมาใช้เพิ่มมากขึ้น และจากกระแสการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยตระหนักถึงสุขภาพ ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และการปกป้องสิ่งแวดล้อม ปัจจุบัน ประเทศต่างๆ 30 ประเทศทั่วโลก ได้แปรรูปกัญชงที่มีความโดดเด่น ครอบคลุม 100,000 ผลิตภัณฑ์ เช่น วัสดุก่อสร้าง น้ำมันกัญชง สารสกัด CBD และสิ่งทอ จีนเป็นประเทศที่ปลูกกัญชงมากที่สุดในโลก โดยปลูกกัญชงเพื่อเส้นใยและเมล็ด และใช้ประโยชน์จากเส้นใยมากที่สุด โดยใช้ประโยชน์จาก CBD เพียงร้อยละ 5 คิดเป็นร้อยละ 11 ของความต้องการโลก ส่วนเยอรมนีเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำในการผลิตกัญชงในสหภาพยุโรป มีผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกัญชงกว่า 200 ชนิด ส่วนใหญ่ใช้ในผลิตภัณฑ์อาหาร โดยตลาดกัญชงทั่วโลก ในปี 2563 มีมูลค่า 1.42 แสนล้านบาท เติบโตร้อยละ 22 นอกจากนี้ ในตลาดโลก ได้มีการพูดถึงเส้นใยที่ผลิตจากพืช (plant-based fibers) มากขึ้นเรื่อยๆ โดยมีการนำเส้นใยใหม่ๆ มาใช้ เช่น การนำเปลือกข้าวที่สีแล้วมาผสมในเส้นใย ซึ่งในตลาดโลก มีมูลค่า 4,000 กว่าล้านเหรียญฯ เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี

ดังนั้น จากความต้องการในภาคการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จึงนับเป็นโอกาสของการใช้เส้นใยกัญชงในการผลิตและแปรรูปสินค้าสำหรับกลุ่มเครื่องนุ่งห่ม โลฟส์สไตล์ และคอมโพสิตให้มีศักยภาพ และนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงและแข่งขันได้ในเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยต้องเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมสิ่งทอในการเจาะตลาดโลก โดยการใช้กัญชงเป็นวัสดุทางเลือก เพื่อต่อยอดและใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ด้วยการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มมูลค่า มาตรฐาน และพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้แข่งขันได้ในเวทีโลก

การพัฒนาภัยชงกับนโยบายของภาครัฐ

รัฐบาลมีนโยบายผลักดันัญชา กัญชง และกระท่อม ให้เป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ที่มีศักยภาพ โดยการส่งเสริมให้มีการปลูกที่สามารถใช้ได้จริงในเชิงพาณิชย์ การพัฒนาภัยชงสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมเศรษฐกิจ BCG โดยกัญชงเป็นวัชพืชธรรมชาติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยปลูกในหลายจังหวัด ทั้งจำนวน 180 วัน ซึ่งเน้นการทำเมล็ดพันธุ์ขยาย และ 90 วัน ซึ่งอุตสาหกรรมสิ่งทอสนใจ เพราะสามารถลอกเปลือกไปทำเส้นใยได้

การพัฒนาภัยชงอยู่ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพืชกัญชงสู่เชิงพาณิชย์ 2566-2570 ที่กระทรวงอุตสาหกรรม โดย สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้จัดทำและวางกรอบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมกัญชงสู่เชิงพาณิชย์ ในระยะ 5 ปี โดยมุ่งสร้างปัจจัยสนับสนุนที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ และสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา (R&D) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่กัญชงภายในประเทศ ส่งเสริมด้านการตลาด และการแปรรูปเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการแบ่งเป็น สามระยะ ดังนี้ 1) ปี 2566 เร่งสร้างปัจจัยสนับสนุน และความมั่นคงของวัตถุดิบ 2) ปี 2567-68 ยกย่องการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์กัญชง และ 3) ปี 2569-70 สนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก

ทั้งนี้ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม กำลังเสนอแผนดังกล่าวต่อคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ ก่อนเข้าที่ประชุมคณะรัฐมนตรี เพื่อพัฒนาภัยชงให้เป็นรูปธรรมต่อไป

ตั้งแต่รัฐบาลปลดล็อกกัญชง ตั้งแต่ปี 2564 มีการทำวิจัยและพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ออกมาเป็นจำนวนมาก สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) ร่วมกับ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ดำเนินโครงการสนับสนุนอุตสาหกรรมกัญชงแปรรูปสู่เชิงพาณิชย์ ด้วยการตอบสนองต่อเศรษฐกิจชีวภาพ จนเกิดต้นแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์กัญชงในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย 28 รายการ เพื่อส่งเสริมและเชื่อมโยงเทคนิคการผลิต สู่ออกทางทางการค้าเชิงพาณิชย์ในตลาดโลกที่แข่งขันได้ ด้วยต้นทุนที่เป็นไปได้ โดยการส่งเสริมการปลูก การสร้างมูลค่าเพิ่ม การยกระดับการผลิตทั้งเกษตรและอุตสาหกรรม โดยตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอและคอมโพสิตจากเส้นใยกัญชงแบบอุตสาหกรรม ที่พัฒนาโดยสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้แก่ เสื้อโปโลสำหรับตีกอล์ฟ เสื้อสูท กางเกงยีนส์ กระเป๋า และหมวกที่มีคุณสมบัติพิเศษ และผลิตภัณฑ์คอมโพสิต เช่น สเก็ตบอร์ด หรือเป็นส่วนประกอบในรถยนต์ เพื่อกันการลามไฟ โดยบริษัทรถยนต์ชั้นนำ BMW และ Mercedes Benz ได้นำไปใช้ เป็นต้น

ตัวอย่างผู้ประกอบการไทย

ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการที่ผลิตสิ่งทอจากเส้นใยกัญชงในประเทศ เช่น วิสาหกิจชุมชนผลิตหมวก กระเป๋า ผ้าถักโครเชต์ มีการย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ รวมทั้งการถักทอด้วยมือ สำหรับนักท่องเที่ยว มีโรงงานปั่นกัญชงร่วมกับเส้นด้ายฝ้าย ผลิตกางเกงยีน เสื้อโปโล หมวก กระเป๋า อีกทั้งยังมีบริษัทผลิตผ้าส่งออกต่างประเทศ เป็นต้น

กรอบแนวทางพัฒนาเส้นใยกัญชงไทยสู่เชิงพาณิชย์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

กรอบแนวทางพัฒนาเส้นใยกัญชงไทยสู่เชิงพาณิชย์ ควรเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วย 1) การพัฒนาการผลิต โดยการส่งเสริมวิธีการผลิต 2) การพัฒนาดตลาด โดยไทยมีตลาดทั้งเส้นใย เส้นด้าย ผ้า เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และผลิตภัณฑ์คอมโพสิตอยู่แล้ว แต่ควรเน้นความต้องการของตลาดและการแข่งขันด้านต้นทุนราคาด้วย และ 3) การพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตที่นำไปสู่การพัฒนาวัสดุใหม่ และการเพิ่มกำลังการผลิต



“ที่สำคัญที่สุด คือ รูปแบบธุรกิจต้องเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างชัดเจน มิฉะนั้น การผลิตเชิงพาณิชย์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้”

สำหรับประเทศไทยจัดอยู่ในช่วงต้นของการพัฒนากัญชง กฎระเบียบของภาครัฐต้องชัดเจนหลังการปลดล็อก เพื่อสนับสนุนแหล่งเพาะปลูก และเอื้อให้ผู้ประกอบการได้ใช้ประโยชน์ เพราะกัญชงมีรากเหง้าของยาเสพติด ยกตัวอย่าง เช่น จีนเองก็ยังไม่มีความมาตรฐานระดับประเทศ แต่มีการควบคุมเป็นเมืองๆ ไป จีนนั้นผลิตมากที่สุด โดยปลูกขนานใหญ่ และใช้เครื่องจักรขนาดใหญ่ ไทยก็สนใจที่จะผลิตให้ได้ขนาด แต่การเพาะปลูกของไทยยังเป็น บนเชิงเขา ในแปลงเล็กๆ ดังนั้น ในส่วนของการปลูก ต้องพิจารณาความเหมาะสมของพันธุ์ ภูมิประเทศ เมล็ดพันธุ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศนั้น มีการควบคุมอุณหภูมิ แสงแดด ในระบบปิด เส้นใยของจีนจึงต่างจากเส้นใย ของไทย สำหรับไทย ในพื้นที่ 1 ไร่ ปลูกกัญชงได้ 80,000 ต้น (ปลูกแบบ 90 วัน) ได้ต้นแห้ง 4,000 กิโลกรัม และ เส้นใยประมาณ 150 กิโลกรัม ในขณะที่ในสหรัฐฯ ในพื้นที่ 1 ไร่ ผลิตเส้นใยได้ 200 กิโลกรัม ดังนั้น จึงต้อง พิจารณาเรื่องการพัฒนาเมล็ดพันธุ์ด้วย

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์กัญชงที่ทำด้วยมือ มี texture พิเศษ ซึ่งต่างจากการปั่นจากโรงงาน และกลุ่มนักออกแบบ และผู้ผลิตไทยได้นำไปผลิตเป็นกระเป๋า รองเท้า หมวก และส่งออก มีมูลค่าเพิ่ม แต่ที่ควรพัฒนา คือ การพอกย้อม โดยใช้สีธรรมชาติ และต้องทำการตลาด โดยประชาสัมพันธ์คุณสมบัติพิเศษของกัญชง อีกทั้งการทราบเบอร์ ราคา และคุณภาพ ของเส้นด้าย จะเป็นการตอบโจทย์การลงทุน และเส้นใยยาว จะเป็นการตอบโจทย์เชิงตลาด เพราะนำไปแปรรูปได้ง่าย

การเจาะตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ปัจจุบัน กัญชงได้นำไปใช้ในสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น แบรินด์ต่างประเทศที่ใช้กัญชงเป็นจุดขายมีอยู่ มากมาย เช่น แบรินด์ Opera Campi (อิตาลี) ผลิต knitwear แบรินด์ Jo Hemp (อิตาลี) ผลิตรองเท้า แบรินด์ The Hemp Trading Company (THTC) (อังกฤษ) ผลิตสินค้า street fashion และเสื้อเชิร์ต แบรินด์ HoodLamb (เนเธอร์แลนด์) ผลิตเสื้อแจ็กเก็ต แบรินด์ Go Hemp (ญี่ปุ่น) เน้นคุณภาพตามธรรมชาติของกัญชง แบรินด์ Patagonia (สหรัฐฯ) ผลิตเสื้อผ้ากลางแจ้งที่ยั่งยืน โดยนำเข้าเส้นใยจากจีนที่ถูกต้องตามกฎหมาย และแบรินด์ Youngor (จีน) เน้นกลุ่มนักธุรกิจ สำหรับเสื้อเชิร์ต กางเกง สูท เป็นต้น

จากการที่แบรินด์ต่างประเทศหลายแบรินด์ใช้กัญชงในผลิตภัณฑ์ของตน จึงเป็นโอกาสทางการตลาดของ ผู้ประกอบการไทย อย่างไรก็ตาม ภาชีนำเข้า CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism) ซึ่งเป็นมาตรการ จัดเก็บภาษีก๊าซเรือนกระจกก่อนข้ามพรมแดนสำหรับสินค้านำเข้าของสหภาพยุโรปยังไม่ชัดเจน โดยใช้งบสินค้า 5-6 หมวด และยังไม่นวมสินค้าสิ่งทอ แต่น่าจะชัดเจนในปี 2566 และบังคับใช้ในปี 2569 ผู้ประกอบการจึงต้อง ติดตามมาตรการดังกล่าว เพราะอาจมีผลกระทบในการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอในอนาคต

ในการเจาะตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควรคำนึงถึงการพัฒนาโดยแบ่งเป็นระยะต่างๆ ในระยะสั้นเป็นการพัฒนา กัญชงเป็นหัตถกรรมเพื่อจับกลุ่มนักท่องเที่ยว ในระยะกลางหากสามารถเพาะปลูกในประเทศได้ราคาเส้นใยก็จะลดลง และในระยะยาวควรพัฒนานวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์เส้นใยที่มีความหลากหลาย ที่มีคุณสมบัติมากกว่ากัญชงปกติ

ในส่วนของการท่องเที่ยว แต่ละสถานที่การท่องเที่ยว อาจจัดเป็น package เพื่อเปิดโอกาสให้แก่ผลิตภัณฑ์ กัญชงที่มีอยู่ แต่ควรผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง ทั้งรูปแบบและคุณภาพ ผลิตภัณฑ์แปรรูป สามารถเป็น streetwear ที่มียอดขาย เช่น จตุจักร รองรับอยู่ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวตลาดบน จะใช้จ่าย 70,000-100,000 บาท ต่อหัวต่อเที่ยว จึงควรใช้การตลาดนำ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือ Wellness tourism, medical spa หรือ แม้แต่ในโรงแรม เพราะทุกกิจกรรมใช้ผ้าทั้งหมด ตั้งแต่ปลอกหมอน ผ้าห่ม ผ้าปู ชุดนวด หรือของที่ระลึก ที่อาจ ผสมกัญชงกับเส้นใยอื่นเพื่อทำให้ผ้านุ่ม และเน้นความยั่งยืนตั้งแต่หัวจรดเท้าเป็นจุดขาย ซึ่งตลาดญี่ปุ่นตอบรับดีมาก แต่ต้องปรับกฎระเบียบ และกฎหมายควบคุมต้องชัดเจน

การบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานของเส้นใยกัญชงไทย

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของเส้นใยกัญชงไทยแบบอุตสาหกรรม (Industrial Hemp) เพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ เช่น สิ่งทอ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์คอมโพสิต ที่นำไปใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ วัสดุก่อสร้าง และอื่นๆ เป็นการบริหารจัดการตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ (ผลิตเส้นใย) อุตสาหกรรมกลางน้ำ (ปั่นด้าย) และอุตสาหกรรมปลายน้ำ (ผลิตสิ่งทอ)

ในการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานกับการสร้างโอกาสธุรกิจสิ่งทอไทยมาตรฐานของเส้นด้ายกัญชงในระดับต้นน้ำ เป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้ :

1. อายุการปลูกของต้นกัญชง (90 วัน หรือ 120 วัน) ต้องระบุให้ชัด ทั้งนี้ เส้นใยกัญชงจะมีความเหมาะสม สูงสุดในช่วงการปลูกไม่เกิน 90 วัน เพราะเส้นใยกัญชงในแต่ละส่วนจะเป็นทอลำเลียงน้ำ ดังนั้น หากระยะเวลาสั้นขึ้น เส้นใยก็จะโตขึ้นและเมื่อนำมาแปรรูป จะต้องพิจารณาในส่วนโคนของต้นกัญชง เพราะจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพในการปั่น เส้นด้ายและการแปรรูปในการผลิตเป็นผ้าผืน ดังนั้น การปั่นเส้นด้าย จะต้องแยกกลุ่มการปลูกกัญชงระหว่าง 90 วัน กับ 120 วันให้ชัดเจนเพราะอายุการปลูกจะมีผลต่อขนาดของเส้นใยกัญชง

2. การลอกเปลือกของกัญชง มี 2 วิธีหลัก คือ ลอกด้วยเครื่องจักรและลอกด้วยมือ และเพื่อให้เกิดการลอกเปลือกให้ผลผลิตต่อชั่วโมงสูงสุดด้วยต้นทุนต่ำเปลือกจึงต้องมีคุณภาพด้วยเช่นกัน นั่นคือ ต้องไม่มีแกนติดเพราะจะมีผลกระทบต่อกรปั่นเส้นด้ายด้วยเช่นกัน

3. คุณภาพของผ้าและเส้นด้ายจะสัมพันธ์กับคุณภาพของเส้นใยเป็นสำคัญ ปัจจุบันไทยมีการปลูกและ ลอกเปลือกออกขาย แต่ที่ยังขาดคือโรงงานแปรรูปเส้นใยกัญชง ทั้งนี้ โรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอหลายแห่งในประเทศนั้น ไม่ต้องการซื้อเปลือกกัญชงเพื่อนำมาแปรรูปให้เป็นเส้นใยกัญชง แต่ต้องการซื้อเส้นใยกัญชงที่มีสมบัติครบถ้วนเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิต ดังนั้น โรงงานที่ผลิตเส้นใยกัญชงต้องควบคุมคุณภาพพื้นฐานเป็นสำคัญ เช่น 1) ควบคุมขนาดของเส้นใยกัญชง 2) ควบคุมค่าความแข็งแรง 3) ควบคุมข้อกำหนด (specification) ด้านอื่นที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิต

4. โรงงานแปรรูปเส้นใยกัญชงอย่างน้อย ต้องมีการยกระดับเพื่อรองรับการผลิตเส้นใยยาว หรือ wet spinning ต่อไป เพราะเส้นใยที่จะนำไปย้อม wet spinning ต้องควบคุมขนาด หรือระดับความยาวที่ 70-130 เซนติเมตร เพื่อให้เครื่อง hacking machine สามารถเดินเครื่องจักรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้เส้นใยกัญชงที่มีคุณภาพ

อุตสาหกรรมสิ่งทอนั้นมีห่วงโซ่อุปทานยาวและมีผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย เดิมไทยนำเข้าวัตถุดิบ แต่สำหรับกัญชง จะเริ่มตั้งแต่การผลิต ดังนั้น ควรพิจารณาว่า ทำอย่างไรจึงจะให้อุตสาหกรรมต้นน้ำส่งเส้นใยให้โรงงานต่างๆ แต่เนื่องจากไม่มีอุตสาหกรรมรองรับ จึงยังไม่มีผลิตภัณฑ์ขึ้นกลางดังที่ได้กล่าวแล้ว อีกทั้งยังขาดคุณภาพของเส้นใย การนำเส้นใยเข้าระบบ wet spinning จะได้คุณภาพแบบหนึ่ง ส่วนการนำเส้นใยเข้าระบบ ring spinning ผสมฝ้าย ก็จะได้คุณภาพอีกแบบหนึ่ง การที่นำเส้นใยยาวมาตัดสั้นแล้วเข้าระบบ wet spinning จึงไม่ควรดำเนินการเพราะเป็นการนำวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพมาตัดให้สั้นลง ทำให้สูญเสียวัตถุดิบและทำให้ต้นทุนสูงขึ้น

ยกตัวอย่างของประเทศจีน สำหรับจีนลอกเปลือกกัญชงด้วยต้นแห้ง โดยนำทั้งต้นเข้าเครื่องลอกเปลือก จะได้เส้นใยออกมา 3 ชั้นคุณภาพ คือ 1) เส้นใยยาวที่เหมาะสมสำหรับเข้าสู่ระบบ wet spinning 2) เส้นใยสั้นที่เหมาะสมสำหรับเข้าสู่ระบบ ring spinning ไปผสมฝ้ายหรืออื่นๆ ซึ่งราคาขายจะต่างกันทั้งสองชนิด และ 3) เศษที่เหลือจะสามารถจำหน่ายเข้าสู่อุตสาหกรรมคอมโพสิตก็จะเป็นอีกราคาหนึ่ง ในขณะที่ทางฝั่งของยุโรป มีคุณภาพเส้นใยถึง 10 ชั้นคุณภาพ

ดังนั้น เพื่อไปสู่เชิงพาณิชย์ต้องมีการจัดชั้นคุณภาพเส้นใย เพื่อให้ทราบว่าเส้นใยประเภทใดเหมาะสมกับอุตสาหกรรมใด ซึ่งคุณภาพเส้นใยเป็นสิ่งจำเป็นในการกำหนดชั้นคุณภาพที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมแต่ละประเภท เพราะจะเป็นตัวกำหนดราคาขายของเส้นใยแต่ละประเภทด้วย และอุตสาหกรรมสามารถรับซื้อวัตถุดิบตามข้อกำหนด (specification) ที่ต้องการได้ เกษตรกรคุ้นเคยกับการขายยกแปลง และเดิมขายได้เฉพาะเส้นใย และเฉพาะต้นเพื่อไปลอกเปลือก โดยกฎหมายไม่เปิดให้ขายใบ ขณะนี้กฎหมายเปิดให้ขายใบได้ร้อยละ 30 ของลำต้นสด ก็จะเป็นรายได้เพิ่มของเกษตรกร อีกทั้งปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่เข้ามามีหน้าที่ในการแยกส่วน ดังนั้น การมองห่วงโซ่อุปทาน จึงอาจมองในแง่ของการเวียนผลประโยชน์ที่แบ่งกันได้

นอกจากนี้ การประกันราคา เป็นวาระที่สำคัญ กลไกราคาจะเกิดขึ้นได้ เมื่อ 1) เกษตรกรมีรายได้ที่พอใจเทียบกับการปลูกพืชอื่นๆ และ 2) อุตสาหกรรมก็จะได้ต้นทุนวัตถุดิบที่แข่งขันได้ เพราะเกิดการซื้อและใช้ประโยชน์จากทุกส่วน เป็นการแบ่งปันค่าใช้จ่ายกันได้ แต่กลไกดังกล่าวยังไม่เกิด เพราะมีอุปทานน้อยและมีอุปสงค์มาก ซึ่งการประกันราคาจะเกิดขึ้นได้ เมื่อโรงงานทำ contract farming กับเกษตรกร ซึ่งอาจมีอีกหนึ่ง party ที่เข้ามาจัดการ ที่เพื่อทำให้เกิดราคาที่เหมาะสม

การพัฒนาเครื่องจักรสำหรับการผลิตภายในประเทศ

ไทยมีปัญหาของเครื่องจักรในการแปรรูปกัญชง ดังนี้ :

1. ไทยยังต้องนำเข้าเครื่องลอกเปลือกกัญชง (ทั้งสดและแห้ง) คือ แยกเส้นใยออกจากแกน โดยแกนนำไปผลิตเฟอร์นิเจอร์ ส่วนเปลือกนำมาทำเส้นใย เครื่องที่มีการใช้อยู่นำเข้าจากจีน เป็นเครื่องจักรกึ่งอัตโนมัติ และมีผลิตภาพไม่สูง เพราะเครื่องจักรจีนจะใช้สำหรับกัญชงของจีน ซึ่งต่างจากกัญชงของไทย ทำให้เส้นใยกัญชงในไทยราคาสูงถึง 600-700 บาท ต่อกิโลกรัม

2. การปั่นเส้นด้ายแบบวงแหวน (Ring spinning): ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตผ้าฝ้าย โดยนำเข้าเส้นใยฝ้ายระบบปั่นจึงเป็นระบบใยสั้น ซึ่งเครื่องจักรเหล่านี้มีอยู่แล้วในประเทศ แต่เมื่อจะมาแปรรูปกัญชง ซึ่งเป็นพืชเส้นใยาว จึงต้องนำเส้นใยาวของกัญชงมาตัดให้สั้น แล้วนำไปปั่นผสมฝ้าย จึงออกมาด้ายผ้าฝ้าย แต่เส้นใยาวจะมีมูลค่าสูงกว่า เช่น ไหม โดยเส้นใยกัญชงยาวกว่าฝ้ายแต่สั้นกว่าไหม ดังนั้น การปั่นใยสั้นทำให้คุณสมบัติของกัญชงเปลี่ยนไป

3. เครื่องจักรปั่นด้ายเส้นใยาว (Wet spinning): เป็นการแยกเส้นใยาว เช่น การบีบลำต้นเพื่อแยกเส้นใย แยกเศษเนื้อไม้ออกจากเส้นใย เครื่องหีเส้นใยแฟล็กซ์สมัยใหม่ เครื่องสาวใยสำหรับเส้นใยแฟล็กซ์ และเครื่องปั่นเส้นด้ายแบบเปียก ซึ่งมีราคาแพงมาก เพราะเป็นเครื่องจักรเฉพาะความต้องการของลูกค้า (tailor-made) และต้องทำด้วยสแตนเลส มิฉะนั้นจะขึ้นสนิม ทั้งนี้ wet spinning เป็นเครื่องจักรสำคัญที่ใช้ปั่นเส้นใยาวที่ไทยยังไม่มี ซึ่งนับว่าเป็นคอขวดของการพัฒนาเส้นใยกัญชงของไทยให้ได้ศักยภาพสูงสุด

นอกจากนี้ คุณภาพการแยกเส้นใยกัญชงของไทยยังไม่สม่ำเสมอ จึงอาจต้องเริ่มทดลองเครื่องจักรว่าเครื่องจักรที่จะใช้มีเบอร์เท่าใดและจะมีมูลค่าเพิ่มเท่าใด หากจะลงทุนใน wet spinning ควรมีการทำวิจัยตลาดว่ามีตลาดรองรับหรือไม่ และมีวัตถุดิบในประเทศเพียงพอหรือไม่ที่จะป้อนเครื่องจักร เพราะหลายฝ่ายมองว่าวัตถุดิบในประเทศยังไม่เพียงพอที่จะป้อน ทั้งนี้ ในต่างประเทศผู้ประกอบการจะดำเนินการร่วมกับมหาวิทยาลัยเพื่อแบ่งปันค่าใช้จ่าย

กัญชงเป็นพืชชนิดใหม่ เกษตรกรหนึ่งคนเก็บเกี่ยวได้ไม่กี่ไร่ต่อวัน จึงต้องคำนึงถึงเครื่องจักรในระดับใหญ่ (Big Scale) นอกจากเครื่องฟอกขาว และเครื่องปั่นเส้นใยาวแล้ว ควรเน้นเครื่องเก็บเกี่ยวและเครื่องลอกเส้นใยด้วย ทั้งนี้ สำหรับลำต้น แกน ใบ ผู้ประกอบการไทยมีเครื่องบดสับในอุตสาหกรรมอื่นๆ มาทดแทนได้อยู่แล้ว



สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) หรือ สวพส. มีเครื่องปลูกให้เกษตรกรใช้ พัฒนามาจากเครื่องหยอดเมล็ดข้าวและเมล็ดข้าวโพด สำหรับแปลงเล็กและปานกลาง มี 4 แถว ถ้าจะปรับปรุงให้เครื่องหยอดใหญ่ขึ้น มีแถวมากขึ้น ก็อาจมีรถไถเดินตาม ซึ่งจะสามารถประหยัดพลังงานและลดต้นทุน ส่วนเครื่องเก็บเกี่ยวหรือเครื่องตัด ยังไม่มี ต้องใช้แรงงานคนทั้งหมด กล่าวคือ ต้องใช้แรงงานคน 20 คน/วัน/ไร่ แบ่งเป็นคนตัด 5 คน และคนรีดใบ 15 คน ดังนั้น ถ้ามีการพัฒนาเครื่องเก็บเกี่ยวที่รูดใบออกได้ด้วยก็จะช่วยลดต้นทุนแรงงานและต้นทุนการผลิต เพราะต้นทุนการผลิตของเกษตรกรครึ่งหนึ่งเป็นต้นทุนการเก็บเกี่ยวและการลอกเปลือก

ในส่วนของเครื่องลอกเปลือก สวพส. มี 2 เครื่อง คือ 1) เครื่องขนาดเล็ก กำลังการผลิต 60 กิโลกรัม/ชั่วโมง จะได้เปลือกที่ค่อนข้างสะอาด แขนงเอาออกได้เกือบหมด นำไปใช้ต่อได้เลยในอุตสาหกรรมเส้นใย และ 2) เครื่องขนาดใหญ่ กำลังการผลิต 500 กิโลกรัม/ชั่วโมง พบว่า มีแกนติดต้นมาบ้าง จึงอาจต้องพัฒนาต่อไป

ทั้งนี้ เกษตรกรต้องการเครื่องจักรที่มีกำลังการผลิต 3,000 กิโลกรัม/ชั่วโมงมากที่สุด เพราะประหยัดแรงงาน และได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น จะได้เปลือกที่ดีมีคุณภาพ ที่สามารถนำไปทำเส้นใยได้ อีกกลไกที่น่าสนใจ คือ ถ้าจะทำจากเปลือกที่เกษตรกรลอกแล้ว ให้เป็นเส้นใยสีขาว เพื่อส่งเข้าโรงงานต้องมีโรงงานแปรรูปขั้นต้น ซึ่ง สวพส. พยายามจัดตั้งให้เป็นโรงงานต้นแบบ โดยนำเปลือกไปต้มในหม้อน้ำ (boiler) จะได้เป็นเส้นใยสีขาว

อีกปัญหาสำคัญ คือ การต่อเส้น เพราะในปัจจุบันการต่อเส้นจะมีเพียงเกษตรกรผู้เฒ่าผู้แก่ที่ใช้มือต่อ จึงควรพัฒนาเครื่องจักรที่สามารถต่อเส้นและปั่นเส้นที่มีคุณภาพแบบที่ชาวบ้านทำ ซึ่งจะได้เส้นใยยาว เนื่องจากเครื่องจักร wet spinning ต้องลงทุนสูง จีนเป็นประเทศที่ทำ wet spinning รายเดียวในโลก ดังนั้น ในไทยหากนำลำต้นที่ไม่สมบูรณ์ไปตัดแต่ง ก็อาจสามารถนำไปทำเส้นใยได้ ผลผลิตก็จะมากขึ้น หรือหากยังไม่มี wet spinning ก็ต้องใช้แบบ dry spinning ไปก่อนและปรับเครื่องจักรที่มีอยู่ เช่น การพัฒนาเครื่องจักรที่ต้มเปลือกแล้วเป็นเส้นใยสีขาวๆ หรือจากต้นเลยก็ได้ แล้วส่งเข้าโรงงานที่จะนำไปปั่น หรือประยุกต์ใช้เครื่องจักรที่มีอยู่แล้ว แต่อาจต้องควบคุมคุณภาพของต้นที่นำไปต้ม ทั้งนี้ ใยธรรมชาติใดๆ อย่างไรเสียก็ต้องนำมาผสมกัน เช่น สับปะรด กล้วย โดยใช้จุดเด่นของเส้นใยแต่ละชนิด ยกเว้นไหม ซึ่งไทยมีโรงปั่นอยู่แล้ว เครื่องจักรจึงอาจพัฒนาต่อยอดให้เหมาะสม เพราะการปั่นเส้นใยธรรมชาติใดๆ เครื่องจักรจะมีพื้นฐานเหมือนกัน เพื่อป้อนเข้าโรงงานเส้นใย ซึ่งอาจจะมีคามยั่งยืนมากกว่า

บทบาทหน้าที่ของภาครัฐและภาคเอกชน ในการผลักดันเส้นใยกัญชงไทยสู่เชิงพาณิชย์

ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต้องทำงานร่วมกันเป็นทีม มีเวทีของแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ รวมทั้งการบริหารจัดการความรู้ และอาจร่วมมือกับแบรนด์ไทยด้วยกัน หรือการสร้างแบรนด์ ในส่วนของภาคเอกชน ควรพัฒนาสินค้าใหม่ๆ แล้วผลักดันเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ ในอดีต เคยมีการผลักดันใยสับปะรด แต่ก็ใช้เวลาพอสมควร โดยเฉพาะการผลิตเป็นกระเป๋ เพราะราคาไม่ถูกกว่าหนัง และถึงแม้อุตสาหกรรมจะพัฒนาแล้ว แต่ต้นทุนก็ยังสูงอยู่ ดังนั้น จึงต้องร่วมมือต่อยอดดำเนินการไปด้วยกัน

สำหรับบทบาทภาครัฐ ดำเนินการส่งเสริมผู้ประกอบการ เช่น การวิจัยและพัฒนา การสนับสนุนการใช้ เป็นเสื้อผ้าชุดฝึก เป็นต้น หรือยกตัวอย่าง เช่น กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการ 1) สนับสนุนข้อมูล เป็น trend ต่างๆ ของสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ที่ตอบโจทย์ตลาดเป้าหมาย 2) สนับสนุนการพัฒนา ที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน โดยปีนี้ มีกิจกรรมการพัฒนาแฟชั่นเชิงลึก เช่น OTOP Premium Go Inter ที่สอดคล้องตาม เศรษฐกิจ BCG และ 3) ส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ ร่วมกับ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ จัดทำรายงาน 3 เล่ม คือ 1) Hemp Market Insight การตลาด ศักยภาพ และโอกาสของอุตสาหกรรมกัญชง 2) Hemp Business การผลิต การประกอบธุรกิจ การส่งออก SWOT ในการลงทุน และ 3) Hemp Design การออกแบบ

อีกทั้ง มีการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ โดยปีหน้า กระทรวงพาณิชย์จะจัด trade mission ไปกรุงโตเกียว และนครโอซากา เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นตลาดสำคัญ นอกจากนี้ สวพส. และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังส่งเสริมให้มีสหกรณ์ต้นแบบกัญชง อีกด้วย เป็นต้น

สรุป

เท่าที่ผ่านมาในการพัฒนากัญชง วัตถุประสงค์มีน้อย ต่างฝ่ายต่างดำเนินการ และนโยบายไม่ชัดเจน ในการผลักดันในเชิงพาณิชย์ ผู้ปลูกและผู้ใช้ ต้องมาพบกัน เพื่อประโยชน์ร่วมกัน รูปแบบนี้จะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อภาครัฐ จะสามารถส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทุกส่วนของต้นกัญชง เพราะหากทำได้ ต้นทุนวัตถุดิบจะถูกลด จากการแบ่งปันค่าใช้จ่ายออกไป

ประเทศไทยเน้นเส้นใยจากฝ้ายมานานมาก ทั้งๆ ที่กัญชงเป็นเส้นใย luxury อยู่ใน class เดียวกับไหมและแคชเมียร์ อิตาลีเอง ยังซื้อแคชเมียร์จากมองโกเลีย และซื้อ lotus fiber จากเมียนมา เพราะถือว่าเป็น exotic fiber ไทยมองข้ามประเด็นนี้ และอาจนำไปสู่การพัฒนาที่ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ดังนั้น สิ่งที่ต้องตระหนัก คือ ความแตกต่างที่สำคัญที่สุดนั้น คือ วัสดุ และหน่วยที่เล็กที่สุดนั้น คือ เส้นใย

ท้ายสุด ระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน - 3 ธันวาคม 2565 จะมีการจัดงาน Asia International Hemp and Cannabis Expo 2022 ขึ้นในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นอุปสงค์ โดยให้ภาครัฐนำร่อง ทั้งนี้ จะเป็นการให้ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ การสร้างการยอมรับ และการรณรงค์ให้ใช้ผลิตภัณฑ์จากกัญชง

ที่มา : การประชุม Focus group เรื่อง “Thai Hemp กับการสร้างโอกาสธุรกิจสิ่งทอไทย” วันอังคารที่ 17 พฤษภาคม 2565 ณ โรงแรมจัสมินซิตี้ (สุขุมวิท 23) กรุงเทพฯ คู่ขนานผ่านช่องทาง Zoom Application
จัดทำและเรียบเรียง : ศุภณีย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

Situation



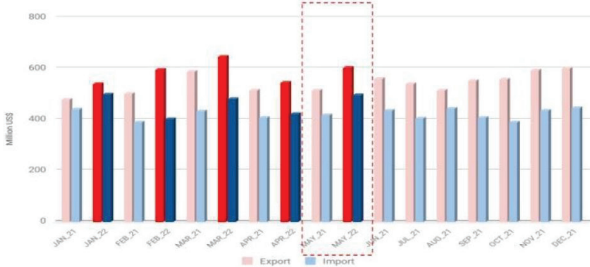
สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย
เดือนพฤษภาคม 2565
และคาดการณ์มูลค่าการส่งออกในเดือนมิถุนายน 2565

สถานการณ์อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าไทย
เดือนพฤษภาคม 2565
และคาดการณ์มูลค่าการส่งออกในเดือนมิถุนายน 2565

สถานการณ์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย
เดือนพฤษภาคม 2565

สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย เดือนพฤษภาคม 2565 และคาดการณ์มูลค่าการส่งออก ในเดือนมิถุนายน 2565

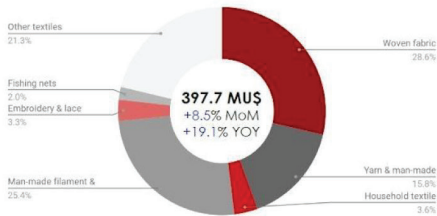
Trade Overview of Textile & Clothing Industry



	Export	%Δ YoY	Import	%Δ YoY	Balance of Trade
(May 2022)	604.4	17.6	496.3	18.5	108.1
Textile	397.7	19.1	365.3	22.5	32.4
Clothing	206.7	14.6	131.0	8.7	75.7
(Jan. - May 2022)	2,934.4	12.9	2,293.3	9.6	641.1
Textile	1,946.5	15.8	1,659.4	17.1	287.1
Clothing	987.9	7.5	633.9	-6.3	354.0

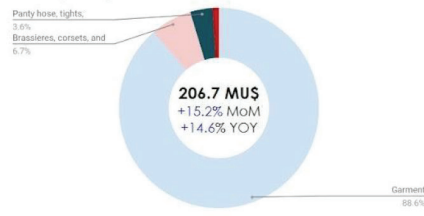
Thailand Export Statistics

Commodity : Textile - Year to Date : 05/2022



Thailand Export Statistics

Commodity : Clothing - Year to date : 05/2022



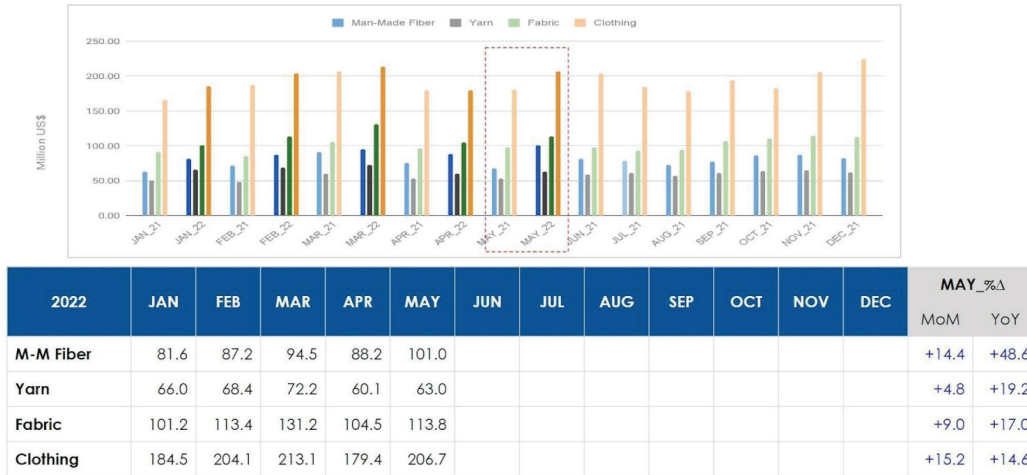
Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 1 แสดงภาพรวมการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย เดือนพฤษภาคม 2565

ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่า 604.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) แบ่งเป็น (1) การส่งออกกลุ่มสิ่งทอ มีมูลค่า 397.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.1 และ (2) การส่งออกกลุ่มเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่า 206.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.6 ขณะที่ภาพรวมการนำเข้าของอุตสาหกรรมดังกล่าว มีมูลค่า 496.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.5 แบ่งเป็น (1) การนำเข้ากลุ่มสิ่งทอ มีมูลค่า 365.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.5 และ (2) การนำเข้ากลุ่มเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่า 131.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 8.7 และส่งผลให้ภาพรวมดุลการค้าเกินดุล คิดเป็นมูลค่า 108.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

และภาพรวมการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมดังกล่าว (สะสม) 5 เดือน (เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565) พบว่า การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่า 2,934.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) แบ่งเป็น (1) การส่งออก (สะสม) กลุ่มสิ่งทอ มีมูลค่า 1,946.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.8 และ (2) การส่งออก (สะสม) กลุ่มเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่า 987.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ขณะที่ภาพรวมการนำเข้า (สะสม) 5 เดือนของอุตสาหกรรมดังกล่าว มีมูลค่า 2,293.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 แบ่งเป็น (1) การนำเข้า (สะสม) กลุ่มสิ่งทอ มีมูลค่า 1,659.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.1 และ (2) การนำเข้า (สะสม) กลุ่มเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่า 633.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 6.3 และส่งผลให้ภาพรวมดุลการค้า (สะสม) เกินดุล คิดเป็นมูลค่า 641.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

Textile and Clothing Exports : Fiber-Yarn-Fabric-Clothing



Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 2 แสดงมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มแยกตาม 4 ผลิตภัณฑ์หลัก

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกแยกตาม 4 ผลิตภัณฑ์หลัก ประกอบด้วย เส้นใยประดิษฐ์ เส้นด้าย ผ้าฝ้าย และเครื่องนุ่งห่มในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า ทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ ขยายตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับเดือนที่ผ่านมา (MoM) และช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY)

Thailand Export of Man-made Fiber

Thai Export (May 2022) :

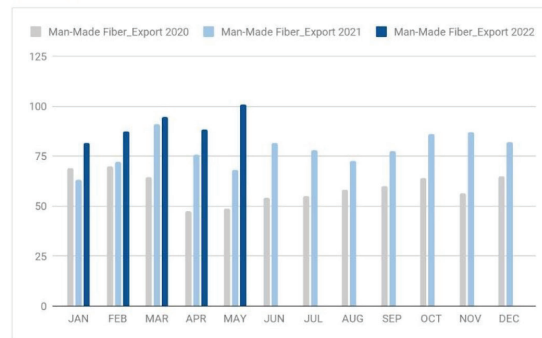


Thai Export (Jan.- May 2022) :



Thailand Export Statistics

Commodity : Textile, Fiber (Man-made fiber)
Monthly Series : May 2022
Value : Million USD



Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 3 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นใยประดิษฐ์ เดือนพฤษภาคม 2565 และ (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565

การส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นใยประดิษฐ์ ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า มีมูลค่าการส่งออก 101.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 48.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการส่งออกไปยังตลาดหลัก 3 อันดับแรก ได้แก่ อินเดีย สหรัฐอเมริกาและจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 622.4, 35.9 และ 87.6 ตามลำดับ

และการส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นใยประดิษฐ์ (สะสม) 5 เดือน พบว่า มีมูลค่าการส่งออกรวม 452.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 22.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และจีนเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 26.8 และ 34.3

Thailand Export of Yarn and man-made filament

Thai Export (May 2022) :

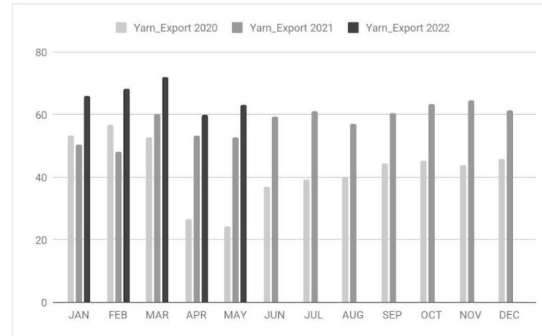


Thai Export (Jan.- May 2022) :



Thailand Export Statistics

Commodity : Textile, Yarn (Yarn and man-made filament)
Monthly Series : May 2022
Value : Million USD



Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 4 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นด้าย เดือนพฤษภาคม 2565 และ (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565

การส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นด้าย ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า มีมูลค่าการส่งออก 63.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการส่งออกไปยังตลาดหลัก 3 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน และบังกลาเทศ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.7, 39.3 และ 31.0 ตามลำดับ

และการส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นด้าย (สะสม) 5 เดือน พบว่า มีมูลค่าการส่งออกรวม 329.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 24.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการส่งออกไปยังตลาด 3 อันดับแรกที่ยขยายตัวเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกัน ได้แก่ ญี่ปุ่น บังกลาเทศ และจีน ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 20.4, 69.8 และ 16.2 ตามลำดับ

Thailand Export of Woven Fabric

Thai Export (May 2022) :



Thai Export (Jan.- May 2022) :



Thailand Export Statistics

Commodity : Textile, Fabric (Woven fabric of cotton, man-made fibre, silk or silk waste and other textile material)
Monthly Series : May 2022
Value : Million USD



Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 5 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าผืน เดือนพฤษภาคม 2565 และ (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565

การส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าผืน ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า มีมูลค่าการส่งออก 113.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการส่งออกไปยังตลาดหลัก 3 อันดับแรก ได้แก่ เวียดนาม กัมพูชา และเมียนมา ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.0, 63.7 และ 40.4 ตามลำดับ

และการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าผืน (สะสม) 5 เดือน พบว่า มีมูลค่าการส่งออกรวม 564.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 19.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการส่งออกไปยังตลาด 3 อันดับแรกเช่นเดียวกัน ได้แก่ เวียดนาม กัมพูชา และเมียนมา ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 10.6, 45.7 และ 56.4 ตามลำดับ

Thailand Export of Clothing



Thai Export (May 2022) :

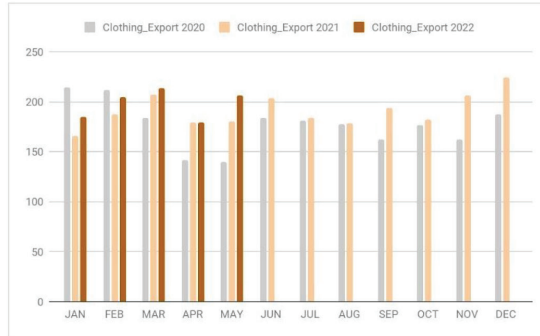


Thai Export (Jan.- May 2022) :



Thailand Export Statistics

Commodity : Clothing (Articles of apparel and clothing accessories)
Monthly Series : May 2022
Value : Million USD



Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 6 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม เดือนพฤษภาคม 2565 และ (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565

การส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า มีมูลค่าการส่งออก 206.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการส่งออกไปยังตลาดหลัก 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเบลเยียม ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.9, 3.7 และ 17.5 ตามลำดับ

และการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม (สะสม) 5 เดือน พบว่า มีมูลค่าการส่งออกรวม 987.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 7.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการส่งออกเครื่องนุ่งห่มไปยังตลาดหลักอย่าง สหรัฐอเมริกา ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 18.7 และตลาดญี่ปุ่น ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 1.0

Textile and Clothing Imports : Yarn-Fabric-Clothing



	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	MAY_%Δ		
													MoM	YoY	
Yarn*	152.7	130.4	167.3	139.0	164.5									+18.4	+31.9
Fabric	200.9	155.3	186.2	162.2	200.8									+23.8	+15.8
Clothing	85.8	78.2	86.4	82.3	85.6									+4.1	+25.9

Note : (*) Including of textile fibers
Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 7 แสดงมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มแยกตาม 3 ผลิตภัณฑ์หลัก

เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าแยกตาม 3 ผลิตภัณฑ์หลัก ประกอบด้วย เส้นด้าย ผ้าผืน และเครื่องนุ่งห่ม ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า ทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ ขยายตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับเดือนที่ผ่านมา (MoM) และช่วงเดือนกันยายนของปีก่อน (YoY)

Thailand Import of Yarn

Thai Import (May 2022) :

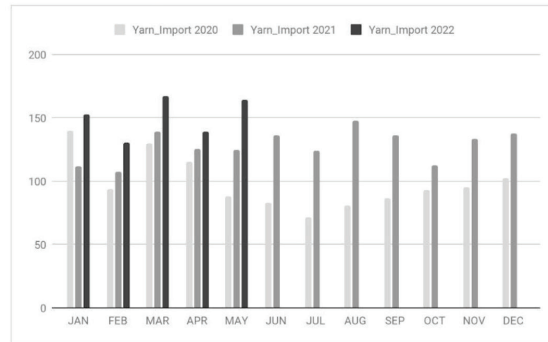


Thai Import (Jan.- May 2022) :



Thailand Import Statistics

Commodity : Textile, Yarn (Textile Fibers, Textile yarn & thread,
Other textile materials)
Monthly Series : May 2022
Value : Million USD



Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 8 แสดงมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์เส้นด้าย เดือนพฤษภาคม 2565 และ (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565

การนำเข้าผลิตภัณฑ์เส้นด้าย ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า มีมูลค่าการนำเข้า 164.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากตลาดนำเข้าใน 3 อันดับแรกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา และเวียดนาม นำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.6, 47.9 และ 55.5 ตามลำดับ

และการนำเข้าผลิตภัณฑ์เส้นด้าย (สะสม) 5 เดือน พบว่า มีมูลค่าการนำเข้ารวม 754.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 23.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นในตลาด 3 อันดับแรกเช่นเดียวกัน ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา และเวียดนาม นำเข้าเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 23.8, 31.3 และ 31.7 ตามลำดับ

Thailand Import of Fabric

Thai Import (May 2022) :

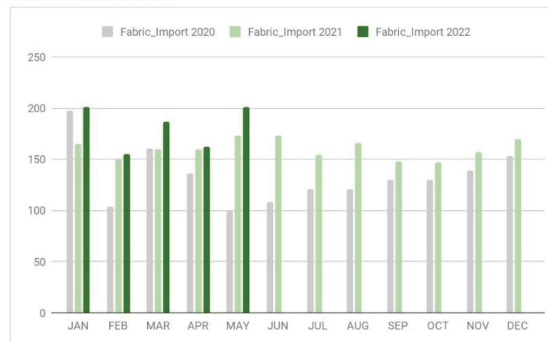


Thai Import (Jan.- May 2022) :



Thailand Import Statistics

Commodity : Textile, Fabrics (Woven fabrics of silk, animal hair,
cotton yarn, synthetic fibres & artificial fibres and Other)
Monthly Series : May 2022
Value : Million USD



Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 9 แสดงมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ผ้าผืน เดือนพฤษภาคม 2565 และ (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565

การนำเข้าผลิตภัณฑ์ผ้าผืน ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า มีมูลค่าการนำเข้า 200.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการนำเข้าผ้าผืนเพิ่มขึ้นจากตลาดจีนและไต้หวัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.5 และ 20.6

และการนำเข้าผลิตภัณฑ์ผ้าผืน (สะสม) 5 เดือน พบว่า มีมูลค่าการนำเข้ารวม 905.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 12.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นจากตลาดจีนและไต้หวัน นำเข้าเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 14.3 และ 38.6

Thailand Import of Clothing



Thai Import (May 2022) :

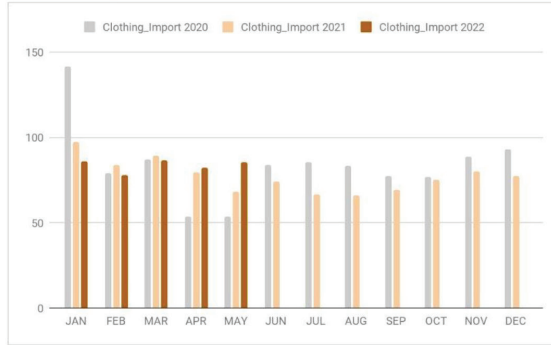


Thai Import (Jan.- May 2022) :



Thailand Import Statistics

Commodity : Clothing (Suits, Shirts/Blouses, Jackets & blazers, Plants/Skirts & Accessories, Underwear & gowns, Others)
Monthly Series : May 2022
Value : Million USD



Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 10 แสดงมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม เดือนพฤษภาคม 2565 และ (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565

การนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า มีมูลค่าการนำเข้า 85.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากตลาดนำเข้าใน 3 อันดับแรกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ จีน อิตาลี และเวียดนาม นำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.4, 121.1 และ 24.3 ตามลำดับ

และการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม (สะสม) 5 เดือน พบว่า มีมูลค่าการนำเข้ารวม 418.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยนำเข้าเพิ่มขึ้นจากตลาดอิตาลีและเวียดนาม ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 51.4 และ 1.2 ขณะที่การนำเข้าเครื่องนุ่งห่มจากตลาดจีน ปรับตัวลดลง (สะสม) ในเดือนนี้ที่ร้อยละ 4.3

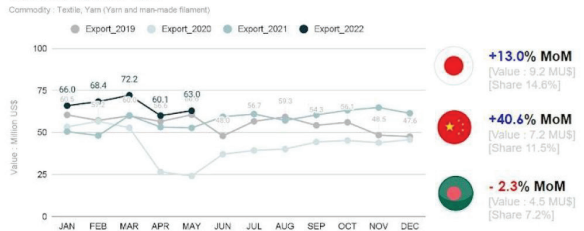
Textile and Clothing Exports : %Δ (MoM)



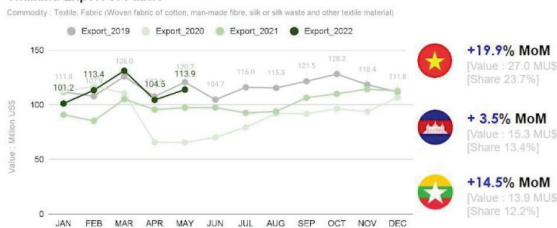
Thailand Export of Fiber



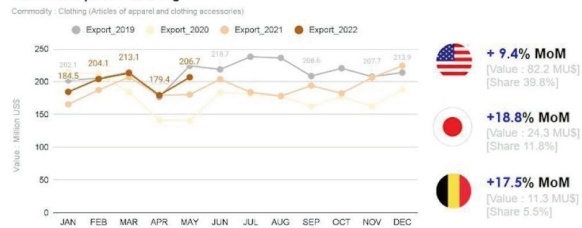
Thailand Export of Yarn



Thailand Export of Fabric



Thailand Export of Clothing



Source: Information and Communication Technology Center with Cooperation of The Customs Department
Compiled by Thailand Textile Institute

ภาพที่ 11 แสดงมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มแยกตาม 4 ผลิตภัณฑ์หลัก เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนก่อน (MoM)

ทั้งนี้ หากพิจารณามูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ใน 4 ผลิตภัณฑ์หลัก ประกอบด้วย เส้นใยประดิษฐ์ เส้นด้าย ผ้าฝ้าย และเครื่องนุ่งห่ม ในเดือนพฤษภาคม 2565 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน (MoM) จากการส่งออกไปยังตลาด 3 อันดับแรกของแต่ละผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมมูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นในทั้ง 4 รายการผลิตภัณฑ์

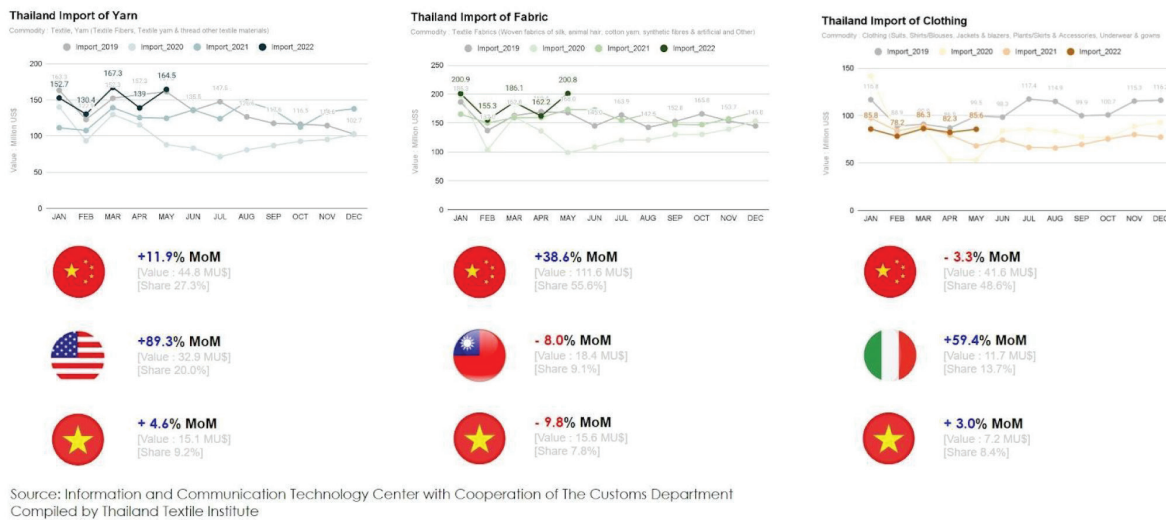
ผลิตภัณฑ์เส้นใยประดิษฐ์ พบว่า มูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.4 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน (MoM) จากการส่งออกไปยังตลาดอินเดียและอินโดนีเซียที่ในเดือนนี้ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 110.5 และ 73.9 ขณะที่การส่งออกเส้นใยประดิษฐ์ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาในเดือนนี้ ปรับตัวลดลงร้อยละ 14.6

ผลิตภัณฑ์เส้นด้าย พบว่า มูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน (MoM) จากการส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นและจีน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.0 และ 40.6 ขณะที่การส่งออกเส้นด้ายไปยังตลาดบังกลาเทศในเดือนนี้ ปรับตัวลดลงร้อยละ 2.3

ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย พบว่า มูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.0 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน (MoM) จากการส่งออกไปยังตลาดหลักใน 3 อันดับแรก ได้แก่ เวียดนาม กัมพูชา และเมียนมา ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.9, 3.5 และ 14.5 ตามลำดับ

และผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม พบว่า มูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.2 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน (MoM) จากการส่งออกไปยังตลาดหลักใน 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเบลเยียม ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.4, 18.8 และ 17.5 ตามลำดับ

Textile and Clothing Imports : %Δ (MoM)



ภาพที่ 12 แสดงมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มแยกตาม 3 ผลิตภัณฑ์หลัก เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนก่อนหน้า (MoM)

และมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ใน 3 ผลิตภัณฑ์หลัก ประกอบด้วย เส้นด้าย ผ้าฝ้าย และเครื่องนุ่งห่ม ในเดือนพฤษภาคม 2565 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน (MoM) จากการนำเข้าใน 3 อันดับแรกของแต่ละผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมมูลค่าการนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกรายการผลิตภัณฑ์ (เช่นเดียวกับกับภาคการส่งออก)

ผลิตภัณฑ์เส้นด้าย พบว่า มูลค่าการนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.4 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน (MoM) โดยนำเข้าจากตลาดจีน สหรัฐอเมริกา และเวียดนาม นำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9, 89.3 และ 4.6 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย พบว่า มูลค่าการนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.8 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน (MoM) โดยนำเข้าเพิ่มขึ้นจากตลาดจีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.6 ขณะที่การนำเข้าผ้าฝ้ายจากตลาดไต้หวันและเวียดนามในเดือนนี้ นำเข้าลดลงร้อยละ 8.0 และ 9.8

และผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม พบว่า มูลค่าการนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน (MoM) โดยนำเข้าเพิ่มขึ้นจากตลาดอิตาลีและเวียดนาม เพิ่มขึ้นร้อยละ 59.4 และ 3.0 ขณะที่การนำเข้าเครื่องนุ่งห่มจากตลาดจีนในเดือนนี้ นำเข้าลดลงร้อยละ 3.3

Total of **Export Jan.-May 2022** Value **2,934.3** MU\$, Growth **+12.9%** YoY

--- Total of **Export May 2022** Value **604.4** MU\$, Growth **+17.6%** YoY



ภาพที่ 13 สรุปภาพรวมมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยไปยังตลาดสำคัญ (5 อันดับแรก) เดือนพฤษภาคม 2565 และ (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565

สรุปภาพรวมการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ในเดือนพฤษภาคม 2565 มีมูลค่า 604.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) และเมื่อพิจารณาในภาพรวมมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยไปยังตลาดสำคัญ ใน 5 อันดับแรก จัดเรียงตามมูลค่าการส่งออกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นในเดือนดังกล่าว พบว่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เวียดนาม จีน และอินโดนีเซีย ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.2, 6.6, 8.9, 1.9 และ 24.6

ขณะที่ภาพรวมการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565 มีมูลค่าการส่งออกรวม 2,934.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 12.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยตลาดส่งออกใน 5 อันดับแรก มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในเกือบทุกตลาด ยกเว้นตลาดจีนที่ปรับตัวลดลง (สะสม) ร้อยละ 1.9 สืบเนื่องจากมาตรการ ZeroCovid ซึ่งส่งผลกระทบต่อส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยไปยังตลาดจีนปรับตัวลดลงในเดือนนี้ (พฤษภาคม 2565) ซึ่งลดลงต่อเนื่องจากเดือนก่อนหน้า

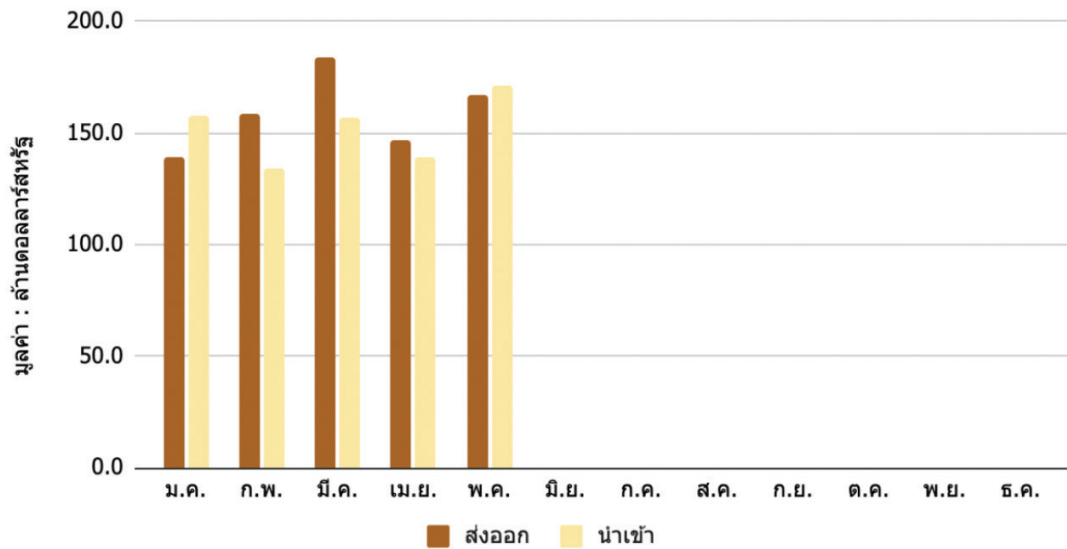
ทั้งนี้ คาดการณ์มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ในเดือนมิถุนายน 2565 ที่มีมูลค่า 610.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนก่อน (MoM) และขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากปัจจัยหลักจากการฟื้นตัวของประเทศคู่ค้าสำคัญ (สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และอาเซียน)

ที่มาข้อมูล : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

จัดทำและวิเคราะห์ : ศูนย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

สถานการณ์อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าไทย เดือนพฤษภาคม 2565 และคาดการณ์มูลค่าการส่งออก ในเดือนมิถุนายน 2565

มูลค่าการส่งออกและนำเข้าของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าไทย ปี 2565 ความถี่ (สะสม) : รายเดือน



	ส่งออก	%Δ YoY	นำเข้า	%Δ YoY	ดุลการค้า
(พฤษภาคม 2565)	166.9	27.3	171.0	-24.4	-4.1
เครื่องหนัง	112.4	42.6	120.8	-33.6	-8.4
รองเท้า	54.5	4.2	50.2	13.3	4.3
(ม.ค.-พ.ค.2565)	795.1	23.3	768.4	-9.2	26.7
เครื่องหนัง	524.0	28.1	550.3	-8.3	-26.3
รองเท้า	271.1	15.0	218.1	-11.6	53.0

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
รวบรวมโดย : ศูนย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

ภาพที่ 1 แสดงภาพรวมการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าไทย เดือนพฤษภาคม 2565

ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า การส่งออกเครื่องหนังและรองเท้า มีมูลค่า 166.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) แบ่งเป็น (1) การส่งออกกลุ่มเครื่องหนัง มีมูลค่า 112.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.6 และ (2) การส่งออกกลุ่มรองเท้า มีมูลค่า 54.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 ขณะที่ภาพรวมการนำเข้าของอุตสาหกรรมในเดือนดังกล่าว มีมูลค่า 171.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 24.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แบ่งเป็น (1) การนำเข้ากลุ่มเครื่องหนัง มีมูลค่า 120.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 33.6 และ (2) การนำเข้ากลุ่มรองเท้า มีมูลค่า 50.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.3 ส่งผลให้ภาพรวมดุลการค้าขาดดุลในเดือนนี้

ในขณะที่ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมดังกล่าว สะสม 5 เดือน (มกราคม - พฤษภาคม 2565) พบว่า การส่งออกเครื่องหนังและรองเท้า มีมูลค่า 795.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) แบ่งเป็น (1) การส่งออก (สะสม) กลุ่มเครื่องหนัง มีมูลค่า 524.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.1 และ (2) การส่งออก (สะสม) กลุ่มรองเท้า มีมูลค่า 271.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.0 ขณะที่ภาพรวมการนำเข้า (สะสม) 5 เดือนของอุตสาหกรรมดังกล่าว มีมูลค่า 768.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 9.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แบ่งเป็น (1) การนำเข้า (สะสม) กลุ่มเครื่องหนัง มีมูลค่า 550.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 8.3 และ (2) การนำเข้า (สะสม) กลุ่มรองเท้า มีมูลค่า 218.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 11.6 ส่งผลให้ภาพรวมดุลการค้าเกินดุล คิดเป็นมูลค่า 26.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ตารางที่ 1 แสดงมูลค่าการส่งออกของไทยแยกตามรายผลิตภัณฑ์ (เครื่องหนังและรองเท้า) ในเดือนพฤษภาคม 2565 และ (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565

ผลิตภัณฑ์	พฤษภาคม 2565 มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	%Δ YoY	สะสม (ม.ค.-พ.ค.65) มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	%Δ YoY
เครื่องหนังและรองเท้า	166.9	27.3	795.2	23.3
เครื่องหนัง	112.4	42.6	524.0	28.1
1. หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด	70.6	23.7	330.6	13.7
1.1 หนังโคกระบือฟอก	4.9	55.0	25.1	40.5
1.2 ของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง	0.4	51.9	2.6	10.8
1.3 ถุงมือหนัง	7.2	32.0	36.5	25.5
1.4 เครื่องแต่งกายและเข็มขัด	0.4	59.3	1.7	30.5
1.5 หนังและผลิตภัณฑ์หนังอื่นๆ	57.6	20.3	264.7	10.2
2. เครื่องใช้สำหรับเดินทาง	41.9	92.0	193.5	63.4
2.1 กระเป๋าเดินทาง	18.0	138.2	90.6	133.1
2.2 กระเป๋าถือ	7.7	90.4	26.9	15.4
2.3 กระเป๋าใส่เศษสตางค์	1.8	52.9	7.3	10.1
2.4 เครื่องเดินทางอื่นๆ	14.4	59.3	68.7	38.4

ผลิตภัณฑ์	พฤษภาคม 2565 มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	% Δ YoY	สะสม (ม.ค.-พ.ค.65) มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	% Δ YoY
รองเท้า	54.4	4.0	271.1	15.0
3. รองเท้าและชิ้นส่วน	54.4	4.0	271.1	15.0
3.1 รองเท้ากีฬา	2.9	42.7	21.9	-4.3
3.2 รองเท้าแตะ	9.2	0.9	46.5	16.5
3.3 รองเท้าหนัง	24.0	10.9	102.7	20.9
3.4 รองเท้าอื่นๆ	15.2	-9.8	82.4	8.9
3.5 ส่วนประกอบของรองเท้า	3.2	15.8	17.6	42.3

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

รวบรวมโดย : ศูนย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาพรวมการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังและรองเท้า ในเดือนพฤษภาคม 2565 มีมูลค่าการส่งออกรวม 166.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.3 หากจำแนกตามรายผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง มีมูลค่าการส่งออก 112.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการส่งออกใน 3 กลุ่ม (ย่อย) คือ หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด มีมูลค่าการส่งออก 70.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.7 จากการส่งออกไปยังตลาดหลัก 3 อันดับแรก ได้แก่ เวียดนาม จีน และสหรัฐอเมริกา ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.0, 34.0 และ 25.4 ตามลำดับ

ถัดไป คือ เครื่องใช้สำหรับเดินทาง มีมูลค่าการส่งออก 41.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 92.0 จากการส่งออกไปยังตลาดหลัก 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ และจีน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 145.1, 87.8 และ 42.7 ตามลำดับ

และรองเท้า มีมูลค่าการส่งออก 54.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 จากการส่งออกไปยังตลาดหลัก 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และเมียนมา ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.9 และ 6.0 ขณะที่การส่งออกรองเท้าไปยังตลาดจีนในเดือนนี้ ปรับตัวลดลงร้อยละ 62.4

ขณะที่การส่งออกเครื่องหนังและรองเท้า (สะสม) 5 เดือน พบว่า มีมูลค่าการส่งออกรวม 795.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 23.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการส่งออกใน 3 กลุ่ม (ย่อย) คือ หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด มีมูลค่าการส่งออกรวม 330.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 13.7 ถัดไปคือ การส่งออกเครื่องใช้สำหรับเดินทาง มีมูลค่าการส่งออกรวม 193.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 63.4 และการส่งออกรองเท้า มีมูลค่าการส่งออกรวม 271.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น (สะสม) ร้อยละ 15.0

ตารางที่ 2 แสดงมูลค่าการนำเข้าของไทยแยกตามรายผลิตภัณฑ์ (เครื่องหนังและรองเท้า) ในเดือนพฤษภาคม 2565 และ (สะสม) เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2565

ผลิตภัณฑ์	พฤษภาคม 2565 มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	% Δ YoY	สะสม (ม.ค.-พ.ค.65) มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	% Δ YoY
เครื่องหนังและรองเท้า	171.0	-24.4	768.4	-9.2
เครื่องหนัง	120.8	-33.6	550.3	-8.3
1. หนังดิบและหนังฟอก	59.7	-59.6	279.7	-29.5
2. กระเป๋า	61.1	79.5	270.6	33.2
2.1 กระเป๋าเดินทาง	9.5	40.3	37.3	13.9
2.2 กระเป๋าถือและกระเป๋าอื่นๆ	51.6	89.2	233.3	37.0
รองเท้า	50.2	7.7	218.1	-11.6
3. รองเท้า	50.2	7.7	218.1	-11.6
3.1 รองเท้ากีฬา	12.4	-5.0	56.6	-25.4
3.2 รองเท้าหนัง	7.4	31.9	32.4	6.5
3.3 รองเท้าทำด้วยยางหรือพลาสติก	14.0	44.7	58.6	16.4
3.4 รองเท้าอื่นๆ	16.4	-10.1	70.5	-21.8

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

รวบรวมโดย : ศูนย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

จากตารางที่ 2 พบว่า การนำเข้าเครื่องหนังและรองเท้า ในเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า มีมูลค่าการนำเข้า 171.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 24.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการนำเข้าสินค้าในกลุ่มเครื่องหนังที่ปรับตัวลดลงร้อยละ 33.6 หรือที่มูลค่า 120.8 ขณะที่การนำเข้าในกลุ่มรองเท้า ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.7 หรือที่มูลค่า 50.2

ขณะที่การนำเข้าเครื่องหนังและรองเท้า (สะสม) 5 เดือน พบว่า มีมูลค่าการนำเข้ารวม 768.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลง (สะสม) ร้อยละ 9.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการนำเข้าลดลงทั้งในกลุ่มเครื่องหนังและรองเท้าที่ปรับตัวลดลง (สะสม) ร้อยละ 8.3 และ 11.6 หรือมูลค่าการนำเข้ารวม 550.3 และ 218.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ทั้งนี้ คาดการณ์มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าไทย ในเดือนมิถุนายน 2565 ที่มูลค่า 170.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนก่อน (MoM) และขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากปัจจัยฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ การอ่อนค่าของเงินบาท และภาคการท่องเที่ยวเริ่มฟื้นตัวกลับคืนมา

ที่มาข้อมูล : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

จัดทำและวิเคราะห์ : ศูนย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

สถานการณ์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย เดือนพฤษภาคม 2565

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2565 เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 113.96 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 ที่มีมูลค่า 3,547.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 7,589.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.19 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้นหักออก ด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 3,289.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 46.90 อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) รายเดือน พบว่า เดือนพฤษภาคม 2565 มีการปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 19.55 เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2565

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2564 และปี 2565

รายการ	พฤษภาคม 2565		มกราคม-พฤษภาคม 2565	
	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) พ.ค. 65/เม.ย. 65	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค.-พ.ค. 65/64
ส่งออกรวมทองคำ	1,014.67	-6.76	7,589.53	113.96
ส่งออกไม่รวมทองคำ	757.48	19.55	3,289.09	46.90

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออก

สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดในรอบ 5 เดือนแรกของปีนี้ คือ

ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป โดยมีสัดส่วน ร้อยละ 56.66 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 228.73 แม้ว่าราคา ทองคำโดยเฉลี่ยในตลาดโลกจะปรับตัวลดลงจากเดือนเมษายนมาอยู่ที่ระดับ 1,848.30 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (<https://www.kitco.com>) แต่ความต้องการทองคำยังคง เพิ่มขึ้นนั้นได้รับแรงสนับสนุนจากอัตราเงินเฟ้อของสหรัฐฯ ที่ยังอยู่ในระดับสูง สร้างความกังวลต่อนักลงทุน สอดคล้องกับ การเปิดเผยข้อมูลเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ที่อ่อนแอกว่าที่คาด ทำให้ค่าเงินดอลลาร์สหรัฐอ่อนค่าลง แม้ว่าเฟดจะปรับขึ้น อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 0.50 ในช่วงต้นเดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็น การปรับขึ้นดอกเบี้ยครั้งใหญ่ที่สุดในรอบกว่า 20 ปีก็ยัง ไม่อาจดึงความเชื่อมั่นกลับมาได้ในระยะสั้น จึงยังมีเม็ดเงิน ไหลเข้าลงทุนในสินทรัพย์ปลอดภัยอย่างทองคำในปริมาณมาก

เครื่องประดับแก้ว เป็นสินค้าส่งออกในอันดับ 2 ในสัดส่วน ร้อยละ 20.70 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย สามารถเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.13 โดยสินค้าส่งออกหลัก คือ เครื่องประดับเงิน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.95 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร และอินเดีย ตลาดสำคัญในอันดับที่ 1-4 ได้สูงขึ้นร้อยละ 1.96, ร้อยละ 8.29, ร้อยละ 95.92 และร้อยละ 3,955.60 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังออสเตรเลีย ตลาดในอันดับ 5 หดตัวลงร้อยละ 17.99 การส่งออก เครื่องประดับทองมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ร้อยละ 61.79 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ฮองกง สหราชอาณาจักร

* พิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71 ว่าด้วย “ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำได้ด้วยของดังกล่าว เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็นของเทียม เหริยัญญาปณี”

สหรัฐอเมริกาบริติชและกาตาร์ ตลาดหลักทั้ง 5 อันดับแรก ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 52.34, ร้อยละ 36.77, ร้อยละ 55.86, ร้อยละ 45.60 และร้อยละ 355.35 ตามลำดับ ส่วนการส่งออก เครื่องประดับแพลทินัม ปรับตัวลดลงร้อยละ 14.82 เนื่องจากการส่งออกไปยังตลาดหลักทั้ง 5 อันดับแรก อย่างญี่ปุ่น สิงคโปร์สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และฮ่องกง ล้วนปรับตัวลงร้อยละ 3.73, ร้อยละ 26.16, ร้อยละ 24.21, ร้อยละ 37.66 และร้อยละ 18.69 ตามลำดับ

เพชร เป็นสินค้าส่งออกรายการสำคัญในอันดับ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.92 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ขยายตัวได้ร้อยละ 69.71 โดยเพชรเจียรไนเป็นสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ มีมูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 70.70 เนื่องจากการส่งออกไปยังอินเดีย สหรัฐอเมริกา และ เบลเยียม ตลาดในอันดับ 1, 3 และ 4 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 147.77, ร้อยละ 172.44 และร้อยละ 36.57 ตามลำดับ ส่วนการส่งออก ไปยังฮ่องกง และสหรัฐอเมริกาบริติช ตลาดในอันดับที่ 2 และ 5 ปรับตัวลงร้อยละ 0.21 และร้อยละ 12.68 ตามลำดับ

พลอยสี เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 4 มีสัดส่วนร้อยละ 5.94 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 80 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ เป็นพลอยเนื้อแข็งเจียรไน (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต) ซึ่ง เติบโตสูงถึงร้อยละ 91.37 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ อิตาลี และฝรั่งเศส ตลาดในอันดับ 1, 2, 4 และ 5 ได้มากขึ้นร้อยละ 241.60, ร้อยละ 307.03, ร้อยละ 73.77 และร้อยละ 12.27 ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกไปยังฮ่องกง ตลาดอันดับ 3 ลดลงร้อยละ 4.51 พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 60.80 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ฮ่องกง และสวิตเซอร์แลนด์ ตลาดในอันดับ 1-3 ได้สูงขึ้นร้อยละ 300.60, ร้อยละ 48.20 และร้อยละ 43.20 ตามลำดับ ส่วนการ สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2565 ส่งออกไปยังฝรั่งเศสและญี่ปุ่น ตลาดอันดับ 4 และ 5 ลดลงร้อยละ 26.75 และร้อยละ 0.86 ตามลำดับ

เครื่องประดับเทียม เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.78 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.81 จากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญทั้ง 5 อันดับแรก อย่างสหรัฐอเมริกา ลิกเตนสไตน์ ฮ่องกง ฝรั่งเศส และสิงคโปร์ ล้วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.54, ร้อยละ 84.62, ร้อยละ 18.04, ร้อยละ 29.30 และ ร้อยละ 45.85 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ในรอบ 5 เดือนแรกของปี 2565 นั้น มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.90 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้านั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากปัจจัยสนับสนุนของภาคการผลิตโลกยังขยายตัวสะท้อนจากดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI) ยังยืนอยู่เหนือระดับ 50 จุดต่อเนื่อง โดยมีคำสั่งซื้อสินค้าและการลงทุนเพิ่มขึ้นในหลายประเทศ อีกทั้งการเปิดเมืองของนานาประเทศช่วยกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยจากนักท่องเที่ยวให้เริ่มกลับมา รวมถึงค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลงอย่างต่อเนื่องจากปลายเดือนเมษายนกระทั่งทะลุ 36 บาทต่อ ดอลลาร์สหรัฐ ทำสถิติต่ำสุดในรอบกว่า 5 ปี (ข้อมูล ณ วันที่ 6 กรกฎาคม 2565) ช่วยสนับสนุนให้การส่งออกสามารถแข่งขันได้ดีขึ้น จึงทำให้การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยสามารถขยายตัวได้ดีโดยไทยส่งออกไปยังตลาดสำคัญทั้ง 10 อันดับแรก อย่างสหรัฐอเมริกา อินเดีย ฮ่องกง เยอรมนี สหราชอาณาจักร สวิตเซอร์แลนด์ เบลเยียม สหรัฐอเมริกาบริติชญี่ปุ่น และอิตาลีล้วนมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 53.53, ร้อยละ 158.21, ร้อยละ 7.60, ร้อยละ 16.61, ร้อยละ 73.52, ร้อยละ 123.88, ร้อยละ 35.86, ร้อยละ 17.95, ร้อยละ 10.74 และ ร้อยละ 103.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้าในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2564 และปี 2565

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-พ.ค. 64	ม.ค.-พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 64	ม.ค.-พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 65/64
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	1,308.19	4,300.44	36.88	56.66	228.73
2. เครื่องประดับแท้	1,188.91	1,570.85	33.52	20.70	32.13
2.1 เครื่องประดับเงิน	620.24	706.73	17.48	9.31	13.95
2.2 เครื่องประดับทอง	477.73	772.89	13.47	10.18	61.79
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	42.04	35.81	1.19	0.47	-14.82
2.4 อื่นๆ	48.90	55.42	1.38	0.74	13.30
3. เพชร	488.55	829.11	13.77	10.92	69.71
3.1 เพชรก้อน	3.16	2.47	0.09	0.03	-22.04
3.2 เพชรเจียรระโน	484.23	826.57	13.65	10.89	70.70
3.3 อื่นๆ	1.16	0.07	0.03	0.00	-93.93
4. พลอยสี	250.53	450.96	7.06	5.94	80.00
4.1 พลอยก้อน	19.27	27.65	0.54	0.36	43.49
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียรระโน	168.28	322.03	4.74	4.24	91.37
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรระโน	62.98	101.28	1.78	1.34	60.80
5. เครื่องประดับเทียม	100.26	135.16	2.83	1.78	34.81
6. เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า	61.97	85.70	1.75	1.13	38.28
อื่นๆ	148.84	217.31	4.19	2.87	46.01
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	3,547.25	7,589.53	100.00	100.00	113.96

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกา** ที่เติบโตได้นั้น เป็นผลมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญทุกรายการอย่าง เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน เพชรเจียรระโน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรระโน ล้วนเติบโตได้ร้อยละ 52.34, ร้อยละ 1.96, ร้อยละ 172.44, ร้อยละ 241.60 และร้อยละ 300.60 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไปยัง **อินเดีย** สามารถขยายตัวได้นั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเพชรเจียรระโน ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 76 รวมทั้งสินค้าสำคัญรองลงมาอย่างเครื่องประดับ เงิน โลหะเงิน และอัญมณีสังเคราะห์ ได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 147.77, ร้อยละ 3,955.60, ร้อยละ 29.25 และร้อยละ 852.89 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไปยัง **ฮ่องกง** ที่เติบโตเพิ่มขึ้นนั้น เป็นผลมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการอย่าง เครื่องประดับทอง พลอยเนื้ออ่อนเจียรระโน เครื่องประดับเทียม และเครื่องประดับเงิน ได้สูงขึ้นร้อยละ 36.77, ร้อยละ 48.20, ร้อยละ 18.04 และร้อยละ 11.46 ตามลำดับ ส่วนสินค้าหลัก อย่างเพชรเจียรระโนหดตัวลงร้อยละ 0.21

ขณะที่การส่งออกไปยัง **เยอรมนี** ที่มีมูลค่าสูงขึ้น เพราะการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการไม่ว่าจะเป็น เครื่องประดับเงิน เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับทอง รวมทั้งพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรระโน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.29, ร้อยละ 40.84, ร้อยละ 114.05, ร้อยละ 392.36 และ ร้อยละ 34.78 ตามลำดับ

การส่งออกไป **สหราชอาณาจักร** ที่เพิ่มสูงขึ้นนั้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญที่มีสัดส่วนรวมกันราว ร้อยละ 79 อย่างเครื่องประดับเงินและเครื่องประดับทอง รวมทั้งสินค้าลำดับถัดมาอย่างพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรระโน และ เครื่องประดับเทียม ได้สูงขึ้นร้อยละ 95.92, ร้อยละ 55.86, ร้อยละ 128.54, ร้อยละ 236.81 และร้อยละ 10.13 ตามลำดับ

สำหรับส่งออกไป **สวิตเซอร์แลนด์** ที่เพิ่มขึ้นนั้นมาจากมูลค่าการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียระไน โลหะเงิน และเครื่องประดับทองคำสูงขึ้นร้อยละ 307.03, ร้อยละ 43.20, ร้อยละ 62.86 และร้อยละ 254.92 ตามลำดับ

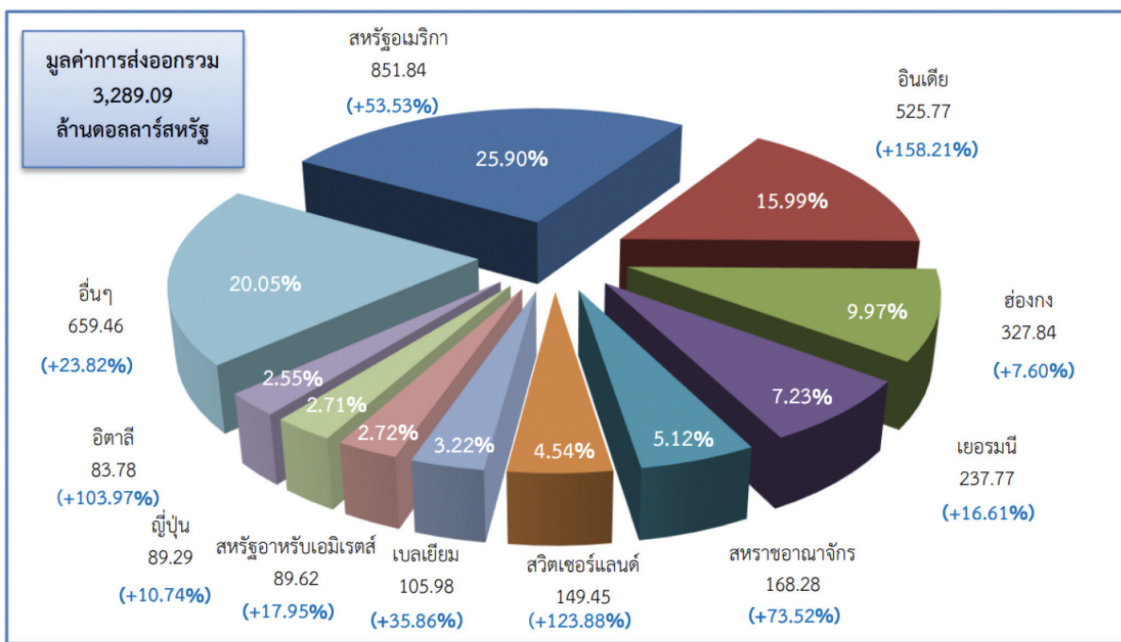
ขณะที่การส่งออกไปยัง **เบลเยียม** มีมูลค่าสูงขึ้นนั้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเพชรเจียระไน ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 85 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.57 รวมทั้งสินค้าลำดับถัดมาอย่างพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียระไนก็เติบโต ร้อยละ 7.98 และร้อยละ 20.28 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกา** ที่ปรับตัวขึ้นนั้น เนื่องจากการส่งออกเครื่องประดับทอง พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียระไน ขยายตัวได้ร้อยละ 45.60, ร้อยละ 27.74 และ ร้อยละ 186.51 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียระไนหดตัวร้อยละ 12.68

ส่วนการส่งออกไปยัง **ญี่ปุ่น** ที่เติบโตได้นั้น จากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการอย่างเครื่องประดับทอง เพชรเจียระไน และเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.65, ร้อยละ 39.53 และร้อยละ 25.39 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกไปยัง **อิตาลี** ที่ขยายตัวได้นั้น มาจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับทอง พลอยเนื้อแข็งเจียระไน เพชรเจียระไน และเครื่องประดับเงิน ปรับตัวสูงขึ้น ร้อยละ 177.12, ร้อยละ 73.77, ร้อยละ 57.70 และร้อยละ 18.30 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 1 ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2565



ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

unสรุป

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปีนี้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 113.96 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและ เครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ พบว่ามีมูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 46.90 และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออก ทองคำ และมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 43.71 มีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2564 และปี 2565

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-พ.ค. 64	ม.ค.-พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 64	ม.ค.-พ.ค. 65	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	3,547.25	7,589.53	100.00	100.00	113.96
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	1,308.18	4,300.44	36.88	56.66	228.73
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	2,239.07	3,289.09	63.12	43.34	46.90
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ	75.60	179.98	2.13	2.37	138.07
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	2,163.47	3,109.11	60.99	40.97	43.71

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงของไทย (ไม่รวมทองคำ) ในช่วง 5 เดือนแรกของปีนี้ที่เติบโตขึ้น เนื่องจากภาพรวมในตลาดโลกยังมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 มีความรุนแรงลดลง โดยมีปัจจัยบ่งชี้ทางเศรษฐกิจอย่างเช่น ภาพรวมการ บริโภคและการลงทุนในหลายประเทศเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้อุปสงค์สินค้าหลายรายการมีมากขึ้นต่อเนื่องในหลายประเทศ โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น สะท้อนถึงอุปสงค์จากประเทศคู่ค้าหลักที่ยังขยายตัว แม้จะได้รับผลกระทบความขัดแย้งรัสเซีย-ยูเครนที่ยังคงยืดเยื้อก็ตาม ทำให้ภาพรวมการส่งออกของไทยสามารถเติบโตได้ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 15 อีกทั้งค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลงต่อเนื่องจากเดือนเมษายนทะลุ 36 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งอ่อนค่ามากที่สุดในรอบกว่า 5 ปี (ข้อมูล ณ วันที่ 6 กรกฎาคม 2565) เป็นปัจจัยส่งเสริมการส่งออกของไทยให้สามารถแข่งขันได้รวมทั้งสินค้าอัญมณีและ เครื่องประดับทำให้สามารถขยายตัวได้ต่อเนื่อง สำหรับสินค้าที่มีความโดดเด่นของไทย คือ เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเทียม รวมทั้งเพชรเจียระไน พลอยเนื้อแข็ง และเนื้ออ่อนเจียระไน

ในภาพรวมเศรษฐกิจโลกยังสามารถเติบโตได้ดีจากการฟื้นตัวของภาคการผลิต การลงทุน และการบริโภคที่ล้วนเติบโตขึ้น อีกทั้งองค์การการท่องเที่ยวยุโรปแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ยังเปิดเผยข้อมูลว่า ไตรมาสแรกของปี 2022 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นถึง 182% ของช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยคาดการณ์ว่าจะฟื้นตัวกลับมาอย่างสมบูรณ์ในปี 2023 ทำให้เกิดบรรยากาศที่ดีต่อการจับจ่ายใช้สอย แต่ในขณะเดียวกัน ยังมีปัจจัยเสี่ยงอย่างอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยในสหรัฐฯ และประเทศในยุโรปที่ยังอยู่ในระดับสูง สร้างความวิตกกังวลเกี่ยวกับเศรษฐกิจสหรัฐฯและอีกหลายประเทศอาจเข้าสู่ภาวะถดถอย ขณะที่สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียกับยูเครนทำให้ราคาพลังงานและวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น รวมทั้งมาตรการคว่ำบาตรรัสเซียจากข้อพิพาทหลายรอบสร้างผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและการบริโภค อาจส่งผลต่อทิศทางการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยของที่ลดลงในอนาคต


ทั้งนี้ด้วยสถานการณ์ในรอบ 5 เดือนแรกของปีนี้ ยังคงมีอัตราเติบโตได้ดีในหลายตลาดจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ การอ่อนค่าของเงินบาท และภาคการท่องเที่ยวเริ่มฟื้นตัวกลับคืนมา แต่ขณะเดียวกันสถานการณ์ต่างๆ ยังคงมีปัจจัยเสี่ยงหลายประการที่ยังไม่คลี่คลาย ดังนั้น ไม่เพียงแต่การดำเนินธุรกิจยังคงต้องมีความระมัดระวังแล้ว การสร้างความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในการเข้าถึงตลาดที่มีกำลังซื้อ ด้วยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การพบปะในเวทีการเจรจาการค้า การใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรีที่ไทยมีกับประเทศคู่ค้าสำคัญทั่วโลก ซึ่งในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับยังมีการใช้สิทธิไม่มากนักเมื่อเทียบกับสินค้าอื่น เมื่อหลอมรวมข้อได้เปรียบที่ยังคงมีอยู่ย่อมช่วยให้การแข่งขันในตลาดโลกก้าวเดินไปได้อย่างต่อเนื่อง

จัดทำและเรียบเรียงโดย

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กรุณาอ้างอิง

“ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)”
ทุกครั้งที่เมื่อนำบทความนี้ไปเผยแพร่ต่อ

สมัครสมาชิกเพื่อติดตามข้อมูลได้ที่ infocenter.git.or.th
ทางไลน์ที่  [git_info_center](https://line.me/tv/channel/git_info_center) หรือติดตามผ่านเฟซบุ๊ก  facebook.com/GITInfoCenter



5 ความท้าทายที่มีต่ออุตสาหกรรมแฟชั่น ของสหรัฐอเมริกา ในปี 2022

รายงานประจำปีของสมาคมอุตสาหกรรมแฟชั่นของสหรัฐอเมริกา หรือ The United States Fashion Industry Association (USFIA) ได้ระบุถึงประเด็นความท้าทายที่อุตสาหกรรมแฟชั่นของสหรัฐอเมริกาต้องเผชิญในปี 2022 ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ประเด็นความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจในประเทศ ประกอบด้วย

- ต้นทุนการผลิตและการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ (sourcing) ที่เพิ่มสูงขึ้น
- อัตราเงินเฟ้อและแนวโน้มเศรษฐกิจของสหรัฐฯ
- ประเด็นด้านทรัพยากรบุคคล (โดยเฉพาะการรักษาคนเก่งไว้กับองค์กร)

ประเด็นอื่นๆ ที่มีความเชื่อมโยง

- ความล่าช้าในการขนส่งและการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน
- การจัดการความเสี่ยงของการบังคับใช้แรงงานในห่วงโซ่อุปทาน

โดยประเด็นความท้าทายเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยรวม กลยุทธ์การจัดการ และนโยบายการค้าที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การจัดการธุรกิจแฟชั่นของบริษัทต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา และคาดว่าจะนำไปสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาภายใต้ 3 ธีมหลัก ประกอบด้วย

1. อัตราเงินเฟ้อและการจัดหา (Sourcing)

ความท้าทาย : ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ

- ประเด็น (ย่อย)** :
- 1) ต้นทุนการผลิตและการจัดหา (Sourcing) ที่เพิ่มสูงขึ้น
 - 2) อัตราเงินเฟ้อและแนวโน้มเศรษฐกิจของสหรัฐฯ

2. จีน : แรงงานภาคบังคับ

ความท้าทาย : ประเด็นอื่นๆ

ประเด็น (ย่อย) : การจัดการความเสี่ยงของการบังคับใช้แรงงานในห่วงโซ่อุปทาน

3. การกระจายความหลากหลายในเรื่องของ Sourcing : โดยเฉพาะในภูมิภาค CAFTA-DR (อเมริกากลางและสาธารณรัฐโดมินิกัน)

ความท้าทาย : ประเด็นอื่นๆ

ประเด็น (ย่อย) : ความล่าช้าในการขนส่งและการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน

ซึ่งจะเห็นว่า ทั้ง 3 แนวทางหลักข้างต้นมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กัน ยกตัวอย่างเช่น ความกังวลของภาคอุตสาหกรรมแฟชั่นในสหรัฐฯ ที่มีต่อประเด็นเรื่องต้นทุนหรือการจัดหาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นนั้น และรวมถึงการบริหารจัดการเรื่องบริหารจัดการความเสี่ยงของการบังคับใช้แรงงานในห่วงโซ่อุปทาน คาดการณ์ว่าจะส่งผลให้เกิดการกระจายความหลากหลายในการจัดหาสำหรับปีนี้อย่างเห็นได้ชัด

นอกจากนี้ บริษัทแฟชั่นของสหรัฐฯ หลายแห่งยังแสดงความสนใจในการค้นหาโอกาสใหม่สำหรับการจัดหาแหล่งผลิตในกลุ่มสินค้าเครื่องแต่งกายนอกเหนือจากประเทศในแถบเอเชียด้วยเช่นกัน (ประเด็นนี้เป็นผลสืบเนื่องตามพระราชบัญญัติ (ฉบับใหม่) ที่ระบุถึงการป้องกันแรงงานบังคับชาวอุยกูร์ (UFLPA)

ขณะเดียวกัน กลุ่มประเทศในเอเชีย (ซึ่งเป็นฐานการนำเข้าที่สำคัญของสหรัฐฯ) ยังคงมีความเข้มแข็งในปี 2022 แต่เราอาจเห็นสหรัฐฯ มีการนำเข้าจากประเทศในตะวันตกเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

สรุป

ปัญหาที่ภาคอุตสาหกรรมแฟชั่นของสหรัฐฯ กำลังเผชิญอยู่ ณ เวลานี้มีด้วยกัน 2 เรื่อง คือ ต้นทุนการผลิตและการจัดหาที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ภูมิภาค CAFTA-DR (อเมริกากลางและสาธารณรัฐโดมินิกัน) จึงถือเป็นโอกาสสำคัญ ภูมิภาคแห่งนี้และคาดว่าจะเติบโตและอาจกลายเป็นแหล่งวัตถุดิบ (Sourcing) หลักสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นของสหรัฐอเมริกา จากข้อได้เปรียบในเรื่องของ speed to market และสิทธิประโยชน์จากการปลอดภาษี หรือ duty-free benefits

ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมแฟชั่นของสหรัฐฯ กำลังเผชิญกับความท้าทายจากอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้นและต้นทุนที่เพิ่มขึ้นตลอด supply chain (แรงงาน วัสดุ การขนส่ง และกฎระเบียบทางการค้า) จากผลกระทบทางเศรษฐกิจ ณ เวลานี้ นักวิเคราะห์เห็นอุตสาหกรรมแฟชั่นต่างประเมินระยะเวลาสำหรับการฟื้นตัวไว้ที่ประมาณ 5 ปี พร้อมทั้งวางแผนสำหรับการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้าด้วยเช่นกัน)

แต่ประเทศในเอเชียจะยังคงเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นของสหรัฐฯ โดย 8 ใน 10 ของแหล่งจัดหาที่มีการใช้มากที่สุดคือ เอเชีย นำโดยประเทศจีน เวียดนาม บังคลาเทศ และอินเดีย แต่ด้วยข้อได้เปรียบในเรื่องของ speed to market และ duty-free benefits คาดการณ์ในปีนี้ สหรัฐฯ น่าจะมีการนำเข้าวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายเพื่อลดความเสี่ยงที่กำลังเผชิญอยู่ในสถานการณ์ปัจจุบัน

และสุดท้าย การนำเทคโนโลยีหรือเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อให้ทราบถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ซึ่งคาดว่าจะถูกนำมาใช้เพื่อจัดการกับความเสี่ยงด้านแรงงานที่ถูกบังคับในห่วงโซ่อุปทานด้วยเช่นกัน

Source: Five key challenges facing the US fashion industry in 2022, JustStyle.com

รวบรวมและเรียบเรียง : ศูนย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ



การเตรียมเส้นด้าย สำหรับการทอ

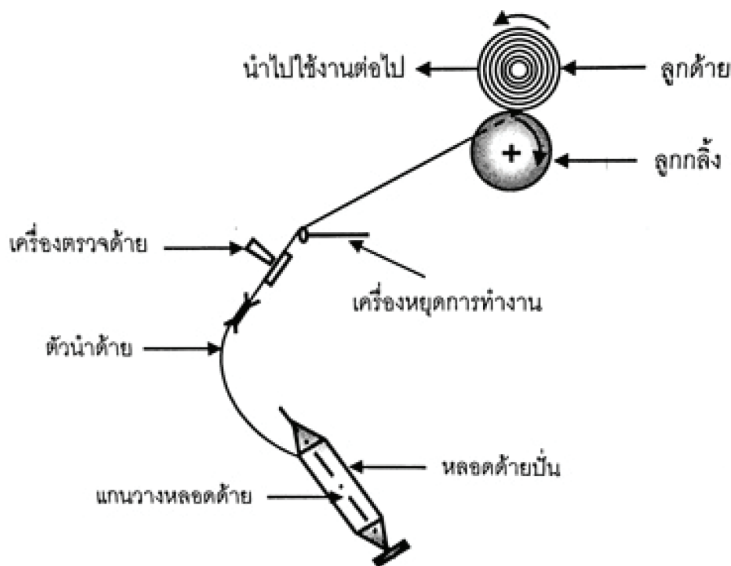
การเตรียมเส้นด้ายทั้งเส้นยืนและเส้นพุ่ง ให้อยู่ในสภาพเหมาะสมก่อนการทอนั้น มีความสำคัญต่อคุณภาพของผ้าผืนที่ทอ และประสิทธิภาพของการผลิต

1. การรูด้าย winding

การรูด้ายเป็นขั้นตอนรอยต่อระหว่างการปั่นด้ายและการทอผ้า โดยเมื่อก้าวถึงการทอผ้า จำเป็นต้องมีการเตรียมเส้นด้ายก่อนการทอเสมอ การรูด้ายเป็นขั้นตอนการเตรียมเส้นด้ายขั้นแรกสุด ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักคือ

- เพื่อนำด้ายจากหลอดด้ายปั่นมาต่อให้มีความยาวมากขึ้น เหมาะที่จะนำไปใช้งานในขั้นต่อไป
- เพื่อขจัดจุดบกพร่องหรือสิ่งแปลกปลอมต่างๆ ที่ปรากฏบนเส้นด้ายเช่น จุดไข้ปลา และกลุ่มใย
- เพื่อเคลือบหรือหล่อลื่นเส้นด้าย โดยการผ่านเส้นด้ายลงบนเทียนไข เรียกว่า “WAX”
- ผลิตลูกด้าย

เครื่องรูด้ายที่ใช้โดยทั่วไปประกอบด้วย ส่วนต่างๆ 3 ส่วนคือ 1) การคลายเส้นด้ายออกจากหลอดด้าย 2) การตรวจสอบเส้นด้าย 3) การม้วนเก็บเส้นด้ายเป็นลูกด้าย (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการรูด้าย

การคลายเส้นด้ายออกจากหลอดด้ายที่ได้จากการปั่น ทำได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะที่ 1) การคลายด้านข้างหลอดด้าย โดยหลอดด้ายต้องหมุนไปด้วยเพื่อให้เส้นด้ายคลายออก มีข้อดีคือ เส้นด้ายจะไม่ถูกหมุน ดังนั้นเกลียวด้ายจึงไม่ถูกกระทบ และมีข้อเสียคือ การหมุนของหลอดด้ายด้วยความเร็วสูงมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงแรงตึงบนเส้นด้าย โดยเฉพาะในการหมุนช่วงแรกต้องมีแรงดึงสูงมากพอที่จะทำให้ด้ายเริ่มหมุน นอกจากนั้นแล้ว ในตอนหยุดแรงเหวี่ยงจะทำให้มีเส้นด้ายจำนวนหนึ่งตกค้างอยู่ ลักษณะการคลายที่ 2) การคลายจากปลายหลอดด้าย

หลอดด้ายจะหยุดนิ่งอยู่กับที่ เป็นวิธีการที่ง่ายและเป็นที่ยอมรับ แต่มีข้อควรระวังสี่ประการเนื่องจากเส้นด้ายคลายออกจากปลายหลอดด้วยความเร็วสูงสองประการ ประการแรกคือ เกิดแรงหนีศูนย์กลางที่อาจทำให้เส้นด้ายโป่งออก (ballooning) อาจทำให้แรงตึงบนเส้นด้ายเปลี่ยนแปลงไป และประการที่สองคือ เกิดการยืดตัวอาจเปลี่ยนแปลงเนื่องจาก เส้นด้ายมีการหมุนตัวจากจุดยึดที่เครื่องตรวจด้ายกับจุดยึดด้ายถูกปล่อยออกจากหลอด การเปลี่ยนแปลงจะมีผลต่อเส้นด้ายปั่น น้อยกว่าที่มีผลต่อเส้นด้ายใยยาว

การตรวจสอบเส้นด้ายเป็นส่วนหนึ่งของการควบคุมคุณภาพของเส้นด้ายให้สม่ำเสมอเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเส้นด้ายขาดในระหว่างการผลิต อุปกรณ์ตรวจประกอบด้วย เครื่องตรวจจุดบกพร่อง เครื่องตรวจจับเส้นด้ายขาด และเครื่องวัดความตึงบนเส้นด้ายเพื่อรักษาให้เส้นด้ายมีความแรงตึงที่เหมาะสมตลอดเส้น อันจะทำให้ความหนาแน่นของลูกด้ายมีความสม่ำเสมอ

การม้วนเก็บเส้นด้ายเป็นลูกด้าย หรือเรียกว่าการกรอด้าย ลูกด้ายมีหลายแบบ มีขนาดและน้ำหนักของลูกด้ายที่ผลิตขึ้นแตกต่างกันตามลักษณะการใช้งาน โดยสามารถแยกตามการเรียงตัวของเส้นด้าย 1) ชนิดผิวเดี่ยว เรียกว่า cone มักใช้กับเส้นด้ายปั่นหรือด้ายเท็กซ์เจอร์ และ 2) ชนิดผิวขนาน เรียกว่า tube cheese หรือ spool มักใช้กับเส้นด้ายใยยาว (ภาพที่ 2) สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการกรอด้ายคือ จำนวนเกลียวบนเส้นด้ายต้องไม่เปลี่ยนแปลงในขณะกรอ และเส้นด้ายต้องสามารถคลายออกจากลูกด้ายได้ง่ายขณะใช้งาน ดังนั้นหลักการม้วนเก็บด้ายจึงหลีกเลี่ยงการม้วนเส้นด้ายลงบนหลอดด้าย แต่จะให้หลอดด้ายเป็นตัวหมุนแทน ซึ่งทำได้ด้วย 2 วิธี (ภาพที่ 3) คือ

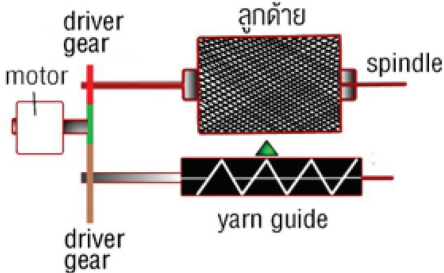


ลูกด้ายแบบ CONE

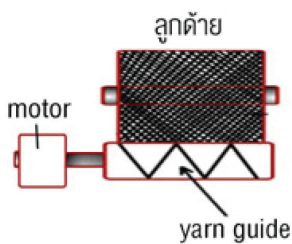


ลูกด้ายแบบ TUBE CHEESE

ภาพที่ 2 แบบของลูกด้าย



1) ม้วนด้วยแกนจับ spindle drive



2) ม้วนด้วยแรงเสียดทาน friction drive

ภาพที่ 3 วิธีการม้วนเก็บด้าย

1. ม้วนด้วยการใช้แกนจับ (spindle drive) หรือบางครั้งเรียก precision winder เหมาะสำหรับกรอเส้นด้ายใยยาว ให้ความหนาแน่นของลูกด้าย แรงตึงบนเส้นด้ายตลอดลูกด้ายมีความสม่ำเสมอ เป็นการกรอโดยใช้กลไกชุดเกียร์หมุนทั้ง yarn guide และ ลูกด้าย

2. ม้วนด้วยการใช้แรงเสียดทาน (friction drive) บางครั้งเรียก drum winder หรือ roll winder เหมาะสำหรับกรอเส้นด้ายปั่นจากใยสั้น เป็นการกรอโดยใช้ลูกกลิ้ง (drum) ทำหน้าที่เป็น yarn guide หมุนด้วยความเร็วคงที่สัมผัสกับผิวของลูกด้ายที่กรอ และจากแรงเสียดทานระหว่างผิวทั้งสองจะทำให้ลูกด้ายหมุนไปด้วยความเร็วคงที่เช่นกัน เมื่อลูกด้ายโตขึ้นจึงต้องลดความเร็วรอบของลูกด้ายเพื่อรักษาความตึงบนเส้นด้ายให้สม่ำเสมอ

2. การสับด้าย warping

ในการทอผ้า โครงสร้างผ้าจะมีลักษณะเป็นแผ่น ดังนั้นจึงต้องนำเส้นด้ายยืนมาวางเรียงกันตามกว้างอย่างเป็นระเบียบและมีจำนวนเส้นด้ายตามที่ต้องการ ทำการม้วนเก็บลงในบีม (Beam) ซึ่งการสับด้ายมี 2 แบบ คือ



ภาพที่ 4 เครื่องสับด้ายแบบตรง



ภาพที่ 5 เครื่องสับด้ายแบบเป็นแถบ

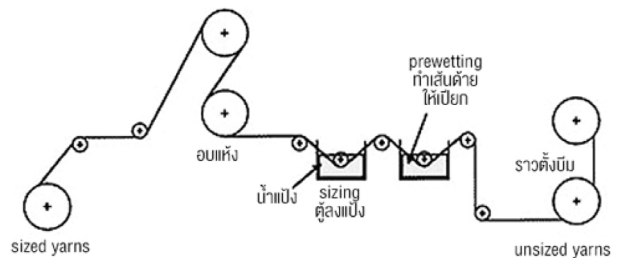
1. การสับด้ายแบบตรง Direct Beaming หรือเรียก beam warping ใช้สำหรับสับด้ายเพื่อทอผ้าชนิดผ้าฝ้ายเดี่ยวที่จะนำไปย้อม (piece dyed fabric) เส้นด้ายจะถูกสับจากราวตั้งหลอด (creel) ไปยังบีมเพื่อม้วนเส้นด้ายในแนวขนานกัน พร้อมสำหรับขั้นตอนต่อไป

2. การสับด้ายแบบเป็นแถบ Sectional Warping หรือเรียก pattern warping ใช้สำหรับสับด้ายเพื่อทอผ้าหลายสีชนิดย้อมเส้นด้าย (yarn dyed fabric) เส้นด้ายอาจผ่านการย้อมมาก่อน โดยเส้นด้ายแต่ละสีจะถูกม้วนพักไว้บนลูกกลิ้งสับด้าย (warping drum) จนได้ความยาวตามต้องการ จึงเริ่มต้นสับแถบใหม่บนบีม

การลงแปง Sizing, Slashing :

การลงแปงเส้นด้ายยืน คือการทำให้เส้นด้ายยืนขาดหรือเสียหายน้อยที่สุดในการทอ โดยการทำให้เส้นใยในโครงสร้างสามารถยึดติดกันให้แน่นขึ้นด้วยการเติมสารยึดเหนี่ยวลงบนเส้นด้าย ในบางกรณีจะเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติของเส้นใย และรวมถึงน้ำหนักของผ้าที่ทอ ความกระด้าง ความรู้สึกในการสัมผัสของผ้าที่สำเร็จออกมา

ในกรณีเส้นด้ายปั่น ความแข็งแรงของเส้นด้ายที่เกิดจากโครงสร้าง การตีเกลียวเพื่อให้เส้นใยเกาะกันนั้นยังไม่เพียงพอสำหรับการใช้เป็นเส้นด้ายยืนในระหว่างการทอ ซึ่งเส้นด้ายยืนได้รับแรงกระทำหลายทาง ทั้งแรงจากการเสียดสีกับอุปกรณ์ของเครื่องทอ เช่น ฟันหวี รูดะกอ กระสวย และแรงดึงในเส้นด้ายจากการเปิดตะกอ การกระทบฟันหวี แรงต่างๆ เหล่านี้ส่งผลต่อการขาดของเส้นด้าย ทำให้ประสิทธิภาพของการทอลดลง เพื่อป้องกันการขาดของเส้นด้าย เส้นด้ายยืนจึงต้องผ่านกระบวนการลงแปงเพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าว



ภาพที่ 6 กระบวนการลงแปง



ภาพที่ 7 กระบวนการในตุ้ลงแปง

วัตถุประสงค์หลักของการลงแปงคือ 1) เสริมให้เส้นด้ายมีความแข็งแรงมากขึ้น โดยทำให้เส้นใยยึดติดกันดีขึ้น 2) ทำให้ผิวของเส้นด้ายมีความเรียบ 3) หล่อลื่นผิวของเส้นด้ายเพื่อลดแรงเสียดสี

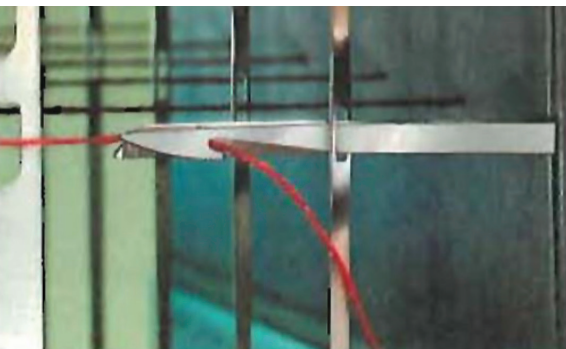
เส้นด้ายที่ต้องการลงแป้ง อาจผ่านกระบวนการทำเส้นด้ายให้เปียก (ซึ่งบางกรณีไม่ใช้กระบวนการนี้) และผ่านตุ้ลงแป้ง โดยใช้ลูกกลิ้งความดันควบคุมปริมาณแป้งที่ติดบนเส้นด้าย แล้วจึงทำให้แห้ง เพื่อนำไปแยกเส้นด้ายออกจากกันก่อนม้วนเข้าบีม เพื่อใช้ในกระบวนการต่อไป

องค์ประกอบของน้ำแป้งที่มีการใช้อย่างแพร่หลายประกอบด้วย 1) สารยึดเหนี่ยว เป็นสารประเภทกาวยที่ได้จากแป้งธรรมชาติ เช่น มันสำปะหลัง มันฝรั่ง หรือข้าวโพด หรือแป้งกึ่งสังเคราะห์ เช่น แป้งซีเอ็มซี (CMC: carboxyl methyl cellulose) หรือแป้งสังเคราะห์ เช่น อะคริลิก พีวีเอ (PVA: poly vinyl alcohol) 2) สารหล่อลื่น ประเภทน้ำมัน 3) สารเติมแต่งเพื่อสมบัติที่ต้องการ เช่น กันเชื้อรา กันไฟฟ้าสถิตย์ หรือกันการเกิดฟอง 4) ตัวทำละลาย ซึ่งโดยทั่วไปใช้น้ำ

การเลือกสารลงแป้ง ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. ราคาของสารที่ใช้
2. เป็นสารที่ไม่ทำลายเส้นด้าย
3. สามารถใช้ได้กับอุปกรณ์ที่มีอยู่
4. ล้างออกได้ง่ายในกระบวนการ desizing
5. ให้ลักษณะสวยงามกรณีที่ไม่ต้องการล้างออก
6. ไม่เป็นพิษ
7. หลุดลอกน้อย เป็นฝุ่นในระหว่างการทอน้อยที่สุด
8. ทำให้เส้นด้ายขาดน้อยที่สุด

เพื่อให้ประสิทธิภาพการทอสูงที่สุด การลงแป้งต้องทำให้สารเคลือบมีความสม่ำเสมอ ใช้ในปริมาณน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 8 เครื่องร้อยตะกออัตโนมัติ

การร้อยตะกอ Drawing-in :

เส้นด้ายยืนที่พร้อมสำหรับการทอ จะถูกร้อยผ่านไม้แยกเส้นยืนในชุดโครงตะกอ (heald eyes) และผ่านพื้นหวีหรือฟิม (reed) โดยเรียงตามลำดับให้ถูกต้อง (ดูเรื่อง ผ้าทอ > หลักการทอผ้า) ขั้นตอนนี้เดิมใช้แรงงานคน และเป็นงานที่น่าเบื่อหน่าย โรงงานทอผ้าสมัยใหม่จึงใช้เครื่องร้อยตะกอแบบอัตโนมัติ (ภาพที่ 8) กรณีที่ร้อยเส้นด้ายยืนชนิดเดิม ผู้ทำจะใช้วิธีมัดปมเพื่อต่อเส้นด้าย แต่ในกรณีที่เปลี่ยนแบบเส้นด้ายยืน จะต้องประกอบระบบใหม่ทั้งระบบ ตั้งแต่ปีม ชุดโครงตะกอ และพื้นหวี

- อ้างอิง :
1. H.Eberle, M. Hornberger, R.Kupke, A.Moll, H.Hermeling, R.Kilgus, D.Menzer, W.Ring - Clothing Technology...from fibre to fashion fifth edition : VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL, Germany
 2. วีระศักดิ์ อุดมกิจเดชา รศ.ดร. อุตสาหกรรมสิ่งทอไทย – กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544. 237 หน้า
 3. สุจิระ ขจรจิตต์เมตต์, ธนะเกียรติ รวีวงศ์ เครื่องจักรที่ใช้ในปั่นด้ายระบบวงแหวน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
 4. TEXT-TEAM: THE TEXTILE HUB, Principle of Winding Machine, textInfo.wordpress.com
 5. Himanshu Gupta, Web stitching & stitch bonding warp knit : Presentation
 6. <https://textInfo.wordpress.com/category/yarn-preparation/>
 7. <http://www.itemausa.com/winding-spinning-machines.php>
 8. บริษัท ตั้งไต้ฮั่วเฮง จำกัด การลงแป้งเส้นด้ายยืน www.tangti.com 2013

งานแสดงสินค้าผ้าของยุโรป European Fabric Fairs สำหรับฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2022/23

ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมยังคงเป็นประเด็นที่มีการหารือและการสนับสนุนอย่างกว้างขวางในงานแสดงสินค้าต่างๆ และธีมหลัก คือ ผ้าที่มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมทำจากวัสดุจากพืช ทั้งนี้ ผ้าลินินและผ้าที่ทำจากเส้นใยกล้วย สับปะรด และของเสียจากการเกษตร ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก และเป็น highlight ของทั้งผู้มาร่วมงานและผู้จัดแสดงสินค้า นอกจากนี้ ยังมีการเน้นผ้าที่ป้องกันไวรัสและแบคทีเรีย จากความต้องการวัสดุดังกล่าวที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งนี้ ผู้จัดแสดงสินค้าในงาน ต่างก็เห็นด้วยว่า ความตระหนักด้านผ้าที่ป้องกันไวรัสและแบคทีเรียเป็นผลของการระบาดของโรคดังกล่าว และผลักดันให้ผู้ผลิตต้องคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ในวงกว้าง

ผ้าสำหรับฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2022/23 มีสีสันสดใสเป็นพิเศษ เมื่อเทียบกับฤดูก่อนๆ อีกทั้งมีผ้าพิมพ์และลวดลายที่โดดเด่น ที่สำคัญคือ มีการออกแบบผ้าพิมพ์ลวดลายขนาดใหญ่ ซึ่งรวมการออกแบบที่ได้รับอิทธิพลอย่างมาก จากวัฒนธรรมยุค 1970s ที่มีรูปภาพและลวดลายสไตล์ psychedelic นอกจากนี้ ผ้าพิมพ์และลวดลายที่แปลกประหลาด ก็เป็นที่นิยมและสะท้อนให้เห็นถึงจิตวิญญาณทั่วไปของฤดูกาลนี้ที่สำคัญโดยเฉพาะสำหรับฤดูนี้ คือ ผ้าแฟนซี ซึ่งรวมผ้าทอและผ้าปัก โดยเฉพาะผ้าแฟนซีที่ตกแต่งด้วยเส้นใยและเครื่องตกแต่งโลหะ แม้แต่เสื้อผ้าสำหรับใส่ออกข้างนอกและเสื้อผ้าลำลองสไตล์กีฬา ก็ยังประดับประดาด้วยเครื่องตกแต่งต่างๆ

งานแสดงสินค้าต่างๆ

งานแสดงสินค้าผ้าของยุโรป (European Fabric Fairs) สำหรับฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2022/23 เริ่มอย่างมีชีวิตชีวา ส่วนหนึ่งเป็นเพราะเป็นงานแสดงสินค้าผ้าที่จัดแบบกายภาพเป็นครั้งแรกหลังการระบาดของ COVID-19 เมื่อต้นปี 2020 และส่วนหนึ่งเป็นเพราะการค้าเริ่มกระเตื้องขึ้น สำหรับงานแสดงสินค้าผ้าต่างๆ ของยุโรปมีดังนี้ :

Milano Unica : เป็นงานแสดงสินค้าสิ่งทอ จัดระหว่างวันที่ 6-7 กรกฎาคม 2021 ที่เมือง Milan ประเทศอิตาลี โดยเน้นการนำเสนอสิ่งทอคุณภาพสูงจากอิตาลีและประเทศอื่นๆ ในยุโรป แบ่งออกเป็นงานแสดงสินค้าย่อย 3 งาน กล่าวคือ Ideabiella, Moda In และ Shirt Avenue ซึ่งเป็นสาขาต่างๆ ของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ความจริงแล้ว ผู้เข้าร่วมงาน มาเพราะงานเน้นเสื้อผ้าบุรุษ ในงานย่อย Ideabiella และ Shirt Avenue มีผู้เข้าร่วมจัดแสดงสินค้าสิ่งทอ 270 ราย เพิ่มขึ้น 30% จาก 207 รายในปี 2020

แต่อย่างน้อยกว่า 608 รายในปี 2019 ผู้เข้าร่วมงานมาจากบริษัท 3,100 แห่ง เพิ่มขึ้น 29% จากจำนวนบริษัท 2,400 แห่งในปี 2020 แต่อย่างน้อยกว่า 6,000 แห่งในปี 2019 ในจำนวนบริษัท 3,100 แห่งนี้ 570 แห่งเป็นบริษัทต่างชาติ หรือเพิ่มขึ้น 42% เทียบกับปี 2020 โดยบริษัทจากเบลเยียมและออสเตรเลียเพิ่มขึ้น 200% สเปนเพิ่มขึ้น 164% เยอรมนีเพิ่มขึ้น 107% เนเธอร์แลนด์เพิ่มขึ้น 90% และ ฝรั่งเศสเพิ่มขึ้น 53% ส่วนบริษัทจากสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 56% วิทยากรที่ได้รับเชิญให้มาร่วมงานต่างเน้นว่า นวัตกรรมดิจิทัล ความยั่งยืน ความยืดหยุ่น และความร่วมมือตลอดห่วงโซ่อุปทาน เป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ ในงานดังกล่าว ยังมีการจัดพื้นที่ Tendenza ให้กับความยั่งยืน โดยผู้เข้าร่วมงานสามารถชมผ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและ มีความยั่งยืน รวมทั้งเส้นด้ายที่มีความยั่งยืน โดยความร่วมมือระหว่าง Milano Unica และ Filo (อีกรางแสดงสินค้า) ประกอบด้วย หัวข้อการผลิตเส้นด้าย ประเภทของเส้นใยที่ใช้ผลิตเส้นด้าย การผลิตที่ประหยัดน้ำและพลังงาน นอกจากนี้ บริษัทที่เข้าร่วมงาน 147 แห่งได้ upgrade ดิจิทัลแพลตฟอร์ม e-MilanoUnica Connect digital platform เพื่อส่งเสริมสิ่งทอคุณภาพสูงที่นำมา จัดแสดงในงาน ด้วยระบบดิจิทัล เพื่อให้บริษัทและผู้ซื้อสามารถติดตามกิจกรรมของกันและกันตลอดปี และเพื่อให้มีแพลตฟอร์ม ในการซื้อขายระหว่างกัน

Munich Fabric Start : เป็นงานแสดงสินค้าสิ่งทอและเครื่องตกแต่งนานาชาติ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 31 สิงหาคม - 2 กันยายน 2021 ที่เมือง Munich ประเทศเยอรมนี มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 13,400 คน หรือลดลง 34% จากผู้เข้าร่วมงาน 20,300 คน ในปี 2019 ผู้เข้าร่วมจัดแสดงสินค้าก็ลดลง 40% จาก 1,000 ราย เป็นประมาณ 600 ราย ในช่วงเวลาดังกล่าว โดยผู้เข้าร่วมจัดแสดงสินค้านำเสนอผลงาน 1,000 คอลเลกชัน ทั้งนี้ รูปแบบของงานในครั้งนี้ ครอบคลุม ผ้าต่างๆ ผ้าพิมพ์ ผ้าเดนิม และบริการการผลิต ทั้งนี้ งานแสดงสินค้านี้แบ่งออกเป็น 8 พื้นที่ ดังนี้ :

1. Additional เป็นพื้นที่สำหรับเทรนด์เครื่องตกแต่งล่าสุดของกระดุม ตัวเกี่ยว ป้ายแขวน ผ้าลูกไม้และผ้าซับใน
2. Bluezone เป็นพื้นที่สำหรับผ้าเดนิม โดยสนับสนุนอุตสาหกรรมเดนิมที่เน้นการปรับโครงสร้างของตลาด เดนิมให้มุ่งสู่อนาคต เช่น การบริโภคอย่างตระหนักรับรู้ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และห่วงโซ่อุปทานที่โปร่งใส
3. Design Studios เป็นพื้นที่สำหรับบริษัทเทรนด์และสตูดิโอออกแบบนานาชาติ ได้มานำเสนอไอเดียการออกแบบใหม่ๆ
4. Fabrics เป็นพื้นที่สำหรับการพัฒนาผ้าล่าสุด ที่เน้นความยั่งยืน
5. Keyhouse เป็นพื้นที่สำหรับการให้ความสำคัญต่อก่อนนวัตกรรมและความยั่งยืน และจัดการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ที่เน้นผ้าในอนาคต สิ่งทออัจฉริยะ การบุกเบิกการพัฒนาใหม่ๆ และแนวทางสำหรับอนาคต
6. Resources เป็นพื้นที่สำหรับการจัดหา (sourcing) โดยเน้นกระบวนการผลิตที่ยั่งยืนและเป็นเชิงนวัตกรรม และจัดให้มีการสัมมนาเกี่ยวกับการพัฒนาและมาตรฐานล่าสุด
7. Sourcing เป็นพื้นที่สำหรับบริษัทที่ได้รับเชิญให้มานำเสนอบริการการ sourcing เสื้อผ้า เช่น เครื่องตกแต่ง เสื้อผ้าบริษัท เสื้อผ้าบุรุษ เสื้อผ้าสตรี และเสื้อผ้าที่ตัดตามสั่ง
8. Sustainable Innovations เป็นพื้นที่สำหรับข้อมูลในการ sourcing สิ่งทอและเครื่องตกแต่งที่มีความยั่งยืน และกระบวนการผลิตเชิงนวัตกรรม รวมทั้งจัดเวทีดิจิทัลเชิงนวัตกรรม เรียกว่า Fabric.iD โดยจัดแสดง รายละเอียดต่างๆ ของผ้า เช่น สี ความแข็ง (rigidity) โครงสร้างและเนื้อผ้า (texture) โดยใช้เครื่องสแกน ที่พัฒนาโดยบริษัทซอฟต์แวร์ 2 แห่ง คือ Vizoo และ Caddon Printing & Imaging เพื่อแปลเป็นข้อมูล ดิจิทัล ซึ่งข้อมูลดิจิทัลดังกล่าวจะให้ ID เฉพาะของผ้า ซึ่งจะสามารถระบุและติดตามตัวอย่างผ้าได้อย่างจริงจัง และตัวอย่างก็จะสามารถนำไปใช้ในการออกแบบ การนำเสนอและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

Première Vision Fabrics : เป็นหนึ่งในงานแสดงสินค้า 6 งาน ที่จัดขึ้นพร้อมกัน โดยจัดในรูปแบบกายภาพ และออนไลน์ จัดระหว่างวันที่ 21-23 กันยายน 2021 ผู้เข้าร่วมจัดแสดงสินค้าในงาน Première Vision Fabrics ลดลงเหลือ 443 ราย จาก 811 รายในปี 2019 ส่วนผู้เข้าร่วมจัดแสดงสินค้าในงานทั้ง 6 งาน ลดลงเหลือ 903 ราย จาก 2,056 ราย ในปี 2019 โดยมาจาก 40 ประเทศ ผู้เดินทางมาเข้าร่วมงานทั้ง 6 งานมีประมาณ 17,100 คน ลดลงจาก 56,154 คน ในปี 2019 อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ร่วมงานออนไลน์มีจำนวน 45,768 คน ทำให้มีผู้ร่วมงานทั้งหมด 62,868 คน ทั้งนี้ 43% ของ ผู้เดินทางมาเข้าร่วมงาน 17,100 คน มาจากฝรั่งเศส โดยเพิ่มขึ้น 26% จากปี 2019

Figure 1
Colours in the Precious Warms category



Source: Textiles Intelligence

Figure 2
Colours in the Fortifying Brights category



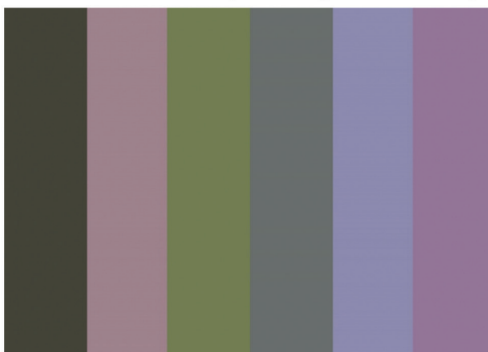
Source: Textiles Intelligence

Figure 3
Colours in the Mysterious Shadows category



Source: Textiles Intelligence

Figure 4
Colours in the Smoky and Pigmented category



Source: Textiles Intelligence

เทรนด์ของผ้า

สี : ในฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2022/23 จะมีสีที่สดใสมากขึ้น ในงาน Première Vision Fabrics มีการนำเสนอสีหลักๆ 27 สี คัดเลือกโดยผู้จัดงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม และที่ปรึกษาด้านเทรนด์ รวมทั้งเทรนด์ที่กำลังมา และข้อมูลตลาดสีที่นำมาจัดแสดง ประกอบด้วย 4 ทีม คือ:

1. Precious Warms มีสีเข้ม (rich) สีดิน (earth) สีสัมผัสไล่ ซึ่งดูกระปรี้กระเปร่าและมีชีวิตชีวา สีในกลุ่มนี้ประกอบด้วย สีทอง (Antique Gold) สีบรอนซ์ (Bronze Blend) สีจิง (Ginger Gem) สีทองแดง (Copper) สี Royal Jelly และสี Sorrel Coat รวมทั้งสีเนื้อ (flesh tones) บางเบา เพื่อให้ดูสงบลง

2. Fortifying Brights เป็นการตีความของฤดูใบไม้ร่วง สำหรับแม่สี (primary colors) ของฤดูร้อน เพื่อให้ดูมีความกระปรี้กระเปร่า ชี้เล่น กระฉับกระเฉง กล้า และเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ สีในกลุ่มนี้ประกอบด้วย สีดำ (Black Ballon) สีส้ม (Cardio Orange) สีฟ้า (Comics Blue) สีเขียว (Jackpot Green) สีแดง (Red Carpet) สีชมพู (Scandal Pink) และสีม่วง (Vim & Violet)

3. Mysterious Shadows เป็นสีที่ดูเหมือนมาจากโลกอื่น ความมหัศจรรย์ ปริศนา ได้อารมณ์สีจะออกโทนเงาที่ละเอียดอ่อน ที่ให้ความเย็นและสดชื่น รวมทั้งสีม่วงแก่เพื่อให้ดูอบอุ่น สีเหล่านี้เหมาะสำหรับใช้กับสีโทนโลหะ สีในกลุ่มนี้ประกอบด้วย สีฟ้า (Absolut Blue) สีน้ำตาล (Beyond Brown) สีม่วง (Heady Purple) สี Magic Pool สีเทา (Moon Gray) สี Nude Wool สีชมพู (Pink Glow) และสี Precious Earth

4. Smoky and Pigmented เป็นสีที่ให้ความรู้สึกสงบและอ่อนหวาน (soft) รวมทั้งความคุ้นเคยและความสบาย สีในกลุ่มนี้ประกอบด้วย สีกาเกี (Khaki Shadow) สีชมพู (Peaty Pink) สีมะกอก (Pressed Olive) สีเขียว (Skyline Green) สีฟ้า (Smoked Blue) และสีม่วง (Taupey Violet)

ผ้าพิมพ์ (Print) และผ้าที่มีลวดลาย (Pattern) : มีการเน้นผ้าพิมพ์และผ้าที่มีลวดลาย รวมทั้งการออกแบบผ้าพิมพ์ขนาดใหญ่ (large-scale print designs) ซึ่งแสดงให้เห็นเทรนด์ที่จะหันไปจากการออกแบบผ้าพิมพ์ขนาดเล็กที่บางเบา (small-scale and delicate print designs) การออกแบบผ้าพิมพ์และผ้าที่มีลวดลาย ได้รับอิทธิพลอย่างมากจากวัฒนธรรมยุค 1970s ที่เป็นยุค psychedelic ที่มีภาพและลวดลายของยุคดังกล่าว จะมีลายดอกไม้ขนาดใหญ่ที่โดดเด่นและมีสีสันสดใสแปลกตาที่ประกอบด้วยสีเข้มของฤดูใบไม้ร่วง นอกจากนี้ ยังมีลายพิมพ์ที่เป็นลายเส้นจากแปรง (brushstrokes) และลายที่วาดด้วยมือ (hand drawn motifs) นอกจากนี้ ใช้โทนสีดิน (earthy) และสีเดี่ยว (monochrome) ที่ให้อารมณ์เข้มข้น นอกจากนี้ ยังมีลายเรขาคณิตที่มีสีจุดขาด ลายหมากรุก ที่เป็นที่ยอมรับได้แก่ ลายหมากรุก Prince of Wales checks ลาย houndstooth checks และลาย tartan checks ความแปลกประหลาดของผ้าพิมพ์และผ้าลายบางแบบ จึงนับเป็นเทรนด์ของฤดูนี้

Figure 5
Print design for autumn/winter 2022/23



Source: Kate x Kasey

Figure 6
Print design for autumn/winter 2022/23



Source: Le Studio Copenhagen

Figure 7
Print design for autumn/winter 2022/23



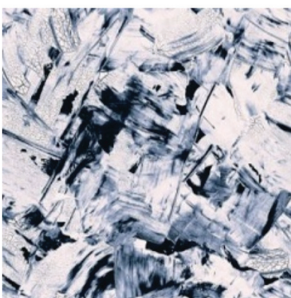
Source: Le Studio Copenhagen

Figure 8
Print design for autumn/winter 2022/23



Source: Créations Robert Vernet

Figure 9
Print design for autumn/winter 2022/23



Source: Florinda Sandri

Figure 10
Print design for autumn/winter 2022/23



Source: Antoinette et Freddy

Figure 11
Print design for autumn/winter 2022/23



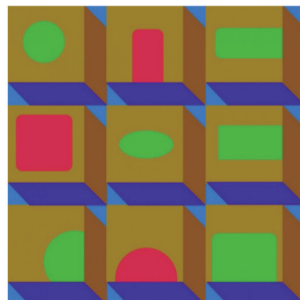
Source: Kunjut Design

Figure 12
Print design for autumn/winter 2022/23



Source: Oficina Caramelo

Figure 13
A print design for autumn/winter 2022/23



Source: Sonia Talbi

Figure 14
A print design for autumn/winter 2022/23



Source: Florinda Sandri

ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม : ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมกลายเป็นส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณของผู้ผลิตผ้า และการใช้วัสดุที่มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมก็เป็นเรื่องปกติสำหรับผู้ผลิตผ้า ในงาน European Fabric Fairs ดังกล่าว ผู้เข้าร่วมจัดแสดงสินค้า นำเสนอทั้งผลการใช้งานและมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้นของผ้าที่มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม แต่ต้องแสดงว่า ผ้ายังคงมีรูปลักษณ์ สัมผัส และการใช้งานที่เหมือนกับผ้ายดั้งเดิม ส่วนผ้าที่นำมาจัดแสดง ได้แก่ ผ้าหนังเทียม ผ้า bouclé ผ้า cloqué ผ้าเครพ เฟอร์ปปลอม ผ้า jacquard (ผ้าทอลายในตัว) ผ้าลูกไม้ ผ้าอแกนซ่า ผ้าสคูบา ผ้าไหม ผ้าทิวต์ และผ้ากำมะหยี่ และใช้สำหรับเสื้อผ้าประเภทต่างๆ เช่น เสื้อผ้าลำลองสไตล์กีฬา เสื้อผ้าใส่สบาย ชุดชั้นใน เสื้อชั้นนอก เสื้อคุณสมบัติพิเศษ เสื้อเทีต และเสื้อตามสั่งตัดของลูกค้า

ผ้ากำจากพืช : เทรนด์สำคัญของผ้าที่มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2022/23 คือ ผ้าทำจากพืช ในงาน Première Vision Fabrics Bananatex ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Zurich ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ จัดแสดงผ้าที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพและป้องกันการฉีกขาด ทำจากเส้นใยของต้นกล้วยพันธุ์หนึ่ง เรียกว่า Abacá พืชดังกล่าวเป็นพืชพื้นเมืองของฟิลิปปินส์ และเติบโตในป่าที่จัดการอย่างยั่งยืน โดยชาวนาท้องถิ่น ซึ่ง Bananatex จ่ายค่าจ้างอย่างเป็นธรรม ทำให้มีอาชีพและรายได้ ทั้งนี้ เส้นใยดังกล่าวสกัดจากลำต้นของ Abacá ซึ่งเก็บเกี่ยวทุกปี โดยจะนำไปตากแดดให้แห้ง ต้ม และอัดให้เป็นแผ่นหนา จากนั้นจึงขนส่งจากฟิลิปปินส์ไปยังโรงงานที่ไต้หวัน เพื่อไปแช่น้ำและเปลี่ยนให้เป็นกระดาษแผ่นบางมาก กระดาษจะนำไปตัดเป็นชิ้นและนำไปปั่นเป็นเส้นด้าย จากนั้น จะนำไปทอเป็นผ้าผืนต่อไป ทั้งนี้ เส้นใย Abacá มีความคงทนสูงมาก และมีความยืดหยุ่นโดยธรรมชาติ สามารถนำไปทำเป็นเชือกในเรือ และผ้าผืนที่ทำจากเส้นใยดังกล่าวจะนำไปเคลือบด้วยขี้ผึ้งหลังการทอ เพื่อให้เกิดความคงทน Bananatex ยังผลิตผ้าที่บางเบาหรือหนัก ย้อมหรือไม่ย้อม ส่วนสีที่ย้อมนั้นได้มาตรฐาน Standard 100 โดย Oeko-Tex และยังสามารถเป็นพันธมิตรกับ H&M Group และกำลังหารือกกับแบรนด์เสื้อผ้าที่สำคัญอื่นๆ ในการนำผ้าไปใช้ในเครื่องตกแต่ง เสื้อผ้า และรองเท้า

อีกบริษัทหนึ่งจัดแสดงผ้าที่ทำจากพืชในงาน Première Vision Fabrics คือ Pyratex ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่กรุง Madrid ประเทศสเปน ได้ทำการวิจัยและพัฒนาผ้าเชิงนวัตกรรมและที่มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม โดยจัดแสดงผ้าที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ประกอบด้วย 2 ผลิตภัณฑ์ คือ Element I fabric และ Element II fabric โดย Element I fabric ผลิตโดยใช้เส้นใยที่สกัดจากลำต้น Stinging nettle ที่เป็นพืชท้องถิ่นในแถบเทือกเขาหิมาลัยในเนปาล ทั้งนี้บริษัท ทำงานร่วมกับชาวนาท้องถิ่นในการเก็บเกี่ยวทุกปี ทำให้ชาวนามีงานทำและมีรายได้ประจำ ทำให้สามารถดำรงชีพได้ จากข้อมูลของ Pyratex การเก็บเกี่ยวลำต้นทุกปี จะทำให้ผลผลิตในปีต่อไปแข็งแรงขึ้นและมีปริมาณเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพมากขึ้น และเพิ่มจำนวนคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ที่จะดูดซับจากบรรยากาศ นอกจากนี้ การเก็บเกี่ยวลำต้นยังช่วยทำให้รากแข็งแรง และทำให้ดินมีความเสถียร ซึ่งมีความสำคัญเป็นพิเศษในบริเวณเทือกเขาหิมาลัย ที่มีความเสี่ยงจากแผ่นดินถล่ม สำหรับเส้นใยของต้น Nettle มีความแข็งแรงโดยธรรมชาติและสามารถหายใจได้ เสื้อผ้าที่ทำจากผ้ายดังกล่าวจึงคงทนและสวมใส่สบาย ส่วน Element II fabric ผลิตโดยใช้เส้นใยทำจากขยะจากการเกษตร จากการปลูกต้นกล้วย โดยเฉพาะเส้นใยที่สกัดเชิงกลจากลำต้นของต้นกล้วยที่ทิ้งแล้ว เส้นใยดังกล่าวมีน้ำหนักเบา แข็งแรง และดูดซับได้ดี ดังนั้น ผ้าที่ผลิตจากผ้ายดังกล่าว จึงทำให้เส้นใยหายใจได้ และสวมใส่ได้สบาย

ในงาน Milano Unica Research Design Development (RDD) Textiles ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Barcelos ประเทศโปรตุเกส ที่มีเจ้าของคือ กลุ่มสิ่งทอ Valérius ได้จัดแสดงผ้าทำจากพืชต่างๆ โดยบริษัท ได้จัดแสดงผ้าที่ทำจากเส้นใยชีวภาพเรียกว่า C-FIBER ซึ่งย่อยสลายได้ทางชีวภาพ 100% ในขณะฝังกลบ ดิน และน้ำทะเล เส้นใยดังกล่าวพัฒนาโดย Pangaia แบรนด์เสื้อผ้าที่ยั่งยืนและบริษัทวัสดุศาสตร์ ตั้งอยู่ที่กรุง London ประเทศสหราชอาณาจักร

เส้นใยดังกล่าวผลิตโดยใช้ผงสำหรับย้อม และ lyocell จากต้นยูคาลิปตัส ทั้งนี้ ต้นยูคาลิปตัสเติบโตในดินที่แล้งมาก โดยใช้เพียงน้ำฝนและไม่จำเป็นต้องใช้ยาฆ่าแมลง lyocell ผลิตโดยขั้นตอนการปั่นสารละลายในระบบปิด ซึ่งเส้นใยยูคาลิปตัสจะละลายและสารละลายและน้ำที่ใช้ในขั้นตอนดังกล่าว เกือบ 100% จะสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ผงสำหรับย้อม ก็ผ่านขั้นตอนการปั่นสารละลายในระบบปิดเช่นกัน คล้ายกับขั้นตอนการผลิต lyocell สำหรับสาหร่ายนั้น มีอยู่มากมายในธรรมชาติ และการปลูกก็ใช้ทรัพยากรเพียงเล็กน้อย อย่างไรก็ตามสาหร่ายที่ใช้ดังกล่าว ปลูกในมหาสมุทรนอกฝั่งประเทศไอซ์แลนด์ และเก็บเกี่ยวทุกปี

ผ้าฝ้ายที่ผลิตโดย C-FIBER จะตกแต่งด้วยการบำบัดที่ป้องกันเชื้อโรคและกลิ่น เรียกว่า PPRMINT ซึ่งมีประสิทธิภาพจนถึงวงจรการซัก 50 ครั้ง ทั้งนี้ การบำบัดใช้น้ำมันจากพืช mentha piperita ซึ่งเป็นพืชพื้นเมืองของภูมิภาค Pacific

Northwest ของสหรัฐฯ ทั้งนี้ ต่างจากการบำบัดดั้งเดิม PPRMINT ไม่มีส่วนประกอบของ silver ions หรือโลหะอื่นๆ ที่ใช้โดยผู้ผลิตเพื่อช่วยควบคุมกลิ่นที่ติดอยู่ในผ้า การบำบัดดั้งเดิมสามารถคงความมีประสิทธิภาพมากกว่าการซัก 50 ครั้ง อย่างไรก็ตาม มันสามารถฟอกขาวโลหะ และสารเคมีอื่นๆ ในน้ำ และอาจมีพิษต่อสัตว์ มนุษย์และสิ่งแวดล้อม

ผ้าที่โดดเด่นอื่นๆ ในงาน Milano Unica ได้แก่ FRUTFIBER ซึ่ง RDD Textiles ผลิตร่วมกับ Pangaia โดยการใช้ lyocell ที่ได้จากไม้ไผ่และเส้นใยที่ได้จากขยะของใบสับประรดและกล้วย โดยไม้ไผ่ปลูกในจีน ในขณะที่ขยะจากใบต่างๆ ได้จากฟิลิปปินส์

ในกรณีของผ้าฝ้ายที่ผลิตโดยใช้ C-FIBER นั้น FRUTFIBER ตกแต่งด้วย PPRMINT เพื่อให้มีคุณสมบัติป้องกันเชื้อโรคและกลิ่น ในการผลิตผ้าฝ้ายดังกล่าว RDD Textiles และ Pangaia ทำงานร่วมกับ Colorifix บริษัทเทคโนโลยีชีวภาพตั้งอยู่ที่เมือง Norwich ประเทศสหราชอาณาจักร ผู้ผลิตสีย้อมชีวภาพ ทั้งนี้ Colorifix ผลิตสีย้อมโดยใช้จุลินทรีย์เชิงวิศวกรรม และผลพลอยได้ทางเกษตรกรรม เช่น กากน้ำตาล

ในการผลิตจุลินทรีย์เชิงวิศวกรรม Colorifix สกัดวัสดุ DNA จากสีที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่น ในแมลง วัสดุดังกล่าวจะฉีดเข้าไปในจุลินทรีย์ และจุลินทรีย์จะผลิตสีอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถเพิ่มจำนวนทุกๆ 20 นาทีเมื่อเติบโตในสภาพที่เหมาะสม และจะเติบโตโดยใช้ขั้นตอนการหมัก โดยมีกากน้ำตาลเป็นวัตถุดิบตั้งต้น ชิ้นผ้าที่จะย้อมสี จะถูกสัมผัสกับความร้อนในเวลาสั้นๆ และทำให้จุลินทรีย์แตกตัว ซึ่งจะปล่อยสีออกมา และติดกับผ้า

ความน่าสนใจของเทคโนโลยีของ Colorifix ก็คือ สีย้อมสามารถผลิตได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ใช้พลังงานและทรัพยากรที่หมุนเวียนไม่ได้ในปริมาณมาก ในทางตรงกันข้าม ขั้นตอนการย้อมสีสิ่งทอดั้งเดิม จะมีหลายขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะต้องใช้พลังงาน นอกจากนี้ ขั้นตอนการย้อมสีสิ่งทอดั้งเดิมยังต้องใช้กรด โลหะหนักและสารทำลายอินทรีย์อีกด้วย

ลิเบีย : ลิเบียเป็นที่น่าสนใจอย่างมากในงาน European fabric fairs จากเทรนด์ผ้าที่ทำจากพืช ผู้จัดแสดงสินค้าหลายรายได้นำเสนอความหลากหลายของการใช้ผ้าลินินในงานดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้จัดแสดงสินค้าได้ใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติการควบคุมความร้อนที่มีอยู่ในเส้นใย ซึ่งจะทำให้เหมาะกับการใช้งานในฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว เช่น ผ้าซับใน เสื้อสั่งตัด และเสื้อใต้วงนอก ทั้งนี้ เส้นใยลินินจะหดตัวลงเมื่อได้รับอากาศเย็น และลดการไหลผ่านของอากาศของผ้า ทำให้เสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าดังกล่าว มีเส้นใยที่ช่วยให้ผู้สวมใส่รักษาอุณหภูมิร่างกายที่สบาย โดยรวมแล้ว ผู้จัดแสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมในงาน European fabric fairs ต่างก็เห็นพ้องต้องกันว่า ผ้าลินินไม่ใช่เป็นการใช้ในฤดูใบไม้ผลิ/ฤดูร้อนเท่านั้นอีกต่อไป

อนึ่ง จากข้อมูลของ European Confederation of Flax and Hemp (CELC) ความต้องการลินินที่ได้รับการรับรองของผู้บริโภคกำลังเพิ่มขึ้นและคาดว่าจะเพิ่มขึ้นในฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาวปี 2022/23 อีกด้วย

ในงาน Première Vision Fabrics บริษัท Klasikinė Tekstilė ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Kaunas ประเทศลิทัวเนีย ได้นำเสนอคอลเลกชันผ้าลินิน 100% โดยได้รับมาตรฐาน Standard 100 ของ Oeko-Tex และ European Flax ผ้าในคอลเลกชันดังกล่าวได้รับการออกแบบให้ใช้ในการผลิตกระโปรง กางเกง เสื้อสูทของบุรุษและสตรี และต่างจากผ้าลินินดั้งเดิม ที่มีความยับ ทั้งนี้ ผ้าลินินในคอลเลกชันดังกล่าวไม่ยับและไม่หด เมื่อรีดด้วยเครื่องจักร

ผู้จัดแสดงสินค้าหลายราย ในงาน European fabric fairs สำหรับฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2022/23 นำเสนอผ้าเดนิมทำจากผ้าลินินที่ได้รับการรับรอง หลายรายใช้ผ้าลินินที่ไม่ได้ย้อม ร่วมกับเส้นใยฝ้ายสีครามเข้ม เพื่อให้มีสีและเนื้อผ้าที่ตัดกัน

ในงาน Munich Fabric Start บริษัท Evlox ตั้งอยู่ที่กรุง Madrid ประเทศสเปน ผู้ผลิตผ้าเดนิม และจัดแสดงผ้าเดนิมต่างๆ ที่ผลิตโดยผสมระหว่างลินินและฝ้าย และ Philea ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Soultz-Haut-Rhin ประเทศฝรั่งเศส จัดแสดงผ้าเดนิมที่ผลิตโดยใช้ผ้าลินิน 100% ผ้ายืดดังกล่าว ได้รับมาตรฐาน Standard 100 โดย Oeko-Tex สอดคล้องกับกฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัยสารเคมี (REACH) ของสหภาพยุโรป และยังได้รับรางวัล the Masters of Linen mark

ผ้าทิวแพนซี (Fancy Tweeds)

และผ้าปักละเอียด (Elaborate Embroideries) : ผ้าแพนซี ซึ่งรวมผ้าทิวและผ้าปัก มีความสำคัญเป็นพิเศษสำหรับฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2022/23 โดยเฉพาะผ้าแพนซีที่ตกแต่งด้วยเส้นใยโลหะและเครื่องตกแต่งอื่นๆ

ในงาน Milano Unica บริษัท Malhia Kent จัดแสดงผ้าทิวและผ้า jacquard แพนซีที่แปลกประหลาด ที่มีทั้งผ้าที่ตัดปะ ผ้าปัก ผ้าที่มีขอบ ผสมผสานกับสีสดใส ทั้งนี้ Malhia Kent ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Neuilly-sur-Seine ประเทศฝรั่งเศส ก่อตั้งเมื่อปี 1987 และได้สร้างชื่อเสียง โดยเฉพาะในตลาดแฟชั่นชั้นสูง (haute-couture) สำหรับผ้าเชิงสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพสูง ซึ่งผ้าดังกล่าวเหมาะสำหรับเครื่องตกแต่ง เสื้อผ้าในโอกาสต่างๆ เสื้อชั้นนอก เสื้อผ้าใสในงานกลางคืน ซึ่งรวมชุดคอกเทล อีกทั้งผ้าบางชิ้นยังเหมาะสำหรับชุดเจ้าสาว

Ventures ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Kolkata ประเทศอินเดีย จัดแสดงผ้าแพนซีต่างๆ เช่น ผ้าออร์แกนซ่าแบบบาง ที่ประดับด้วยลูกบิดที่เหมือนเพชรแวววาว ผ้า jacquard สีดำนุ ประกอบด้วยการตัดเย็บที่เผยให้เห็นผ้าสีทองฟ้าสดใส และผ้าสีฉูดฉาดที่เป็นลายโปร่งหลายชั้น

ในงาน European fabric fairs นอกจากเทรนด์ความแปลกประหลาดแล้ว คอลเลกชันผ้าหลายคอลเลกชันยังนำเสนอธีมของนิทานพื้นบ้านและชนเผ่าเร่ร่อน อีกทั้งยังทำด้วยมือ หรือทำด้วยเทคนิคดั้งเดิม

ส่วนในงาน Munich Fabric Start ผู้เข้าร่วมจัดแสดงสินค้าหลายราย รวมแบบที่มีธีมของนิทานพื้นบ้านและที่ทำด้วยมือ เข้ากับสีสดใสและฉูดฉาด หนึ่งในนั้น คือ Junior By Adele Zibetti ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Cairate ประเทศอิตาลี จัดแสดงการปักผ้าขนสัตว์ที่มีสีฉูดฉาด

เช่นเดียวกัน ในงาน Premiere Vision Fabrics Jules Tournier ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Mazamet ประเทศฝรั่งเศส จัดแสดงผ้าทิวสไตล์ Chanel ที่ผลิตโดยใช้อะคริลิก ฝ้าย ลินิน โมเออร์ โพลีเอสเตอร์ และเส้นด้ายผ้าขนสัตว์ พร้อมสีสะท้อนแสงสดใส

และเช่นเดียวกับ Linton Tweeds ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Carlisle ประเทศสหราชอาณาจักร จัดแสดงผ้าทิว ที่ผลิตโดยใช้ฝ้าย โพลีเอไมด์ โพลีเอสเตอร์ และเส้นด้ายวิสโคสที่มีสีสดใสที่ตัดกัน

ส่วนผู้จัดแสดงสินค้าอื่นๆ ที่จัดแสดงเส้นใยแพนซี ในงาน Premiere Vision Fabrics ได้แก่ Lanificio Faisa ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Prato ประเทศอิตาลี ที่จัดแสดงผ้า jacquard ด้วยสีเหลือง มัสตาร์ด ซึ่งผ้าดังกล่าวมีลวดลายที่เป็นดวงๆ และพื้นผิวที่มีขน ซึ่งผลิตโดยใช้เส้นใย Alpaca ที่บาง

Outside Denim Lab ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Montemurlo ประเทศอิตาลี จัดแสดงผ้า jacquard ที่เหมือนผ้าเดนิม และเน้นความเป็นโลหะ โดยใช้ลวดลายแบบอาหรับ ทั้งนี้ เส้นใยดังกล่าวผลิตโดยใช้ผ้าฝ้ายและผ้ายัด มีสีครามเข้ม ซึ่งทำให้ดูเหมือนผ้าเดนิมจริงๆ แต่ต่างจากผ้าเดนิมดั้งเดิม ตรงที่ว่า ผ้าดังกล่าวมีคุณสมบัติที่ยืดได้

Michèle Lemaire Pour Tissus ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Walincourt-Selvigny ประเทศฝรั่งเศส จัดแสดงผ้าที่มีลายหมากรุก Prince of Wales ที่ทอ ผสมการปักลายดอกไม้

เช่นเดียวกัน Tissages Denis & Fils ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Montchal ประเทศฝรั่งเศส จัดแสดงผ้าออร์แกนซ่า ซึ่งประกอบด้วยลายหมากรุก tartan รวมกับการปักลายดอกไม้ที่เป็นโลหะ

ทั้งนี้ การผสมผสานดังกล่าว เป็นจุดเด่นที่ผู้เข้าชมหลายรายสนใจ เพราะต้องการผ้าที่มีลวดลายตัดกัน

Figure 16
Fancy tweed fabric



Source: Malhia Kent

Figure 17
Fancy tweed fabric



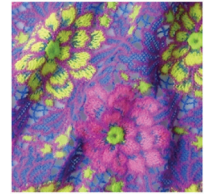
Source: Malhia Kent

Figure 18
Embroidered fabric



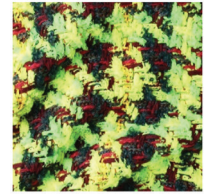
Source: Ventures

Figure 19
Embroidered fabric



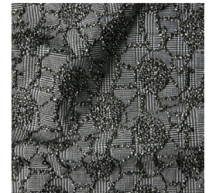
Source: Junior by Adele Zibetti

Figure 20
Fancy tweed fabric



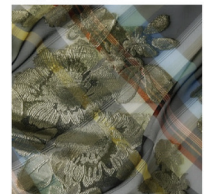
Source: Jules Tournier

Figure 21
Fancy check fabric



Source: Michèle Lemaire Pour Tissus

Figure 22
Fancy check fabric



Source: Tissages Denis & Fils

ผ้าสมรรถนะสูง (Performance fabrics) สำหรับเสื้อชั้นนอก (Outerwear)

และเสื้อลำลองสไตล์กีฬา (Athleisure apparel) : สำหรับฤดูกาลนี้ ผู้จัดแสดงสินค้าจะเน้นผ้าสมรรถนะสูงสำหรับเสื้อชั้นนอกและเสื้อลำลองสไตล์กีฬา ที่มีทั้งความสวยงามและการใช้งานที่ดี

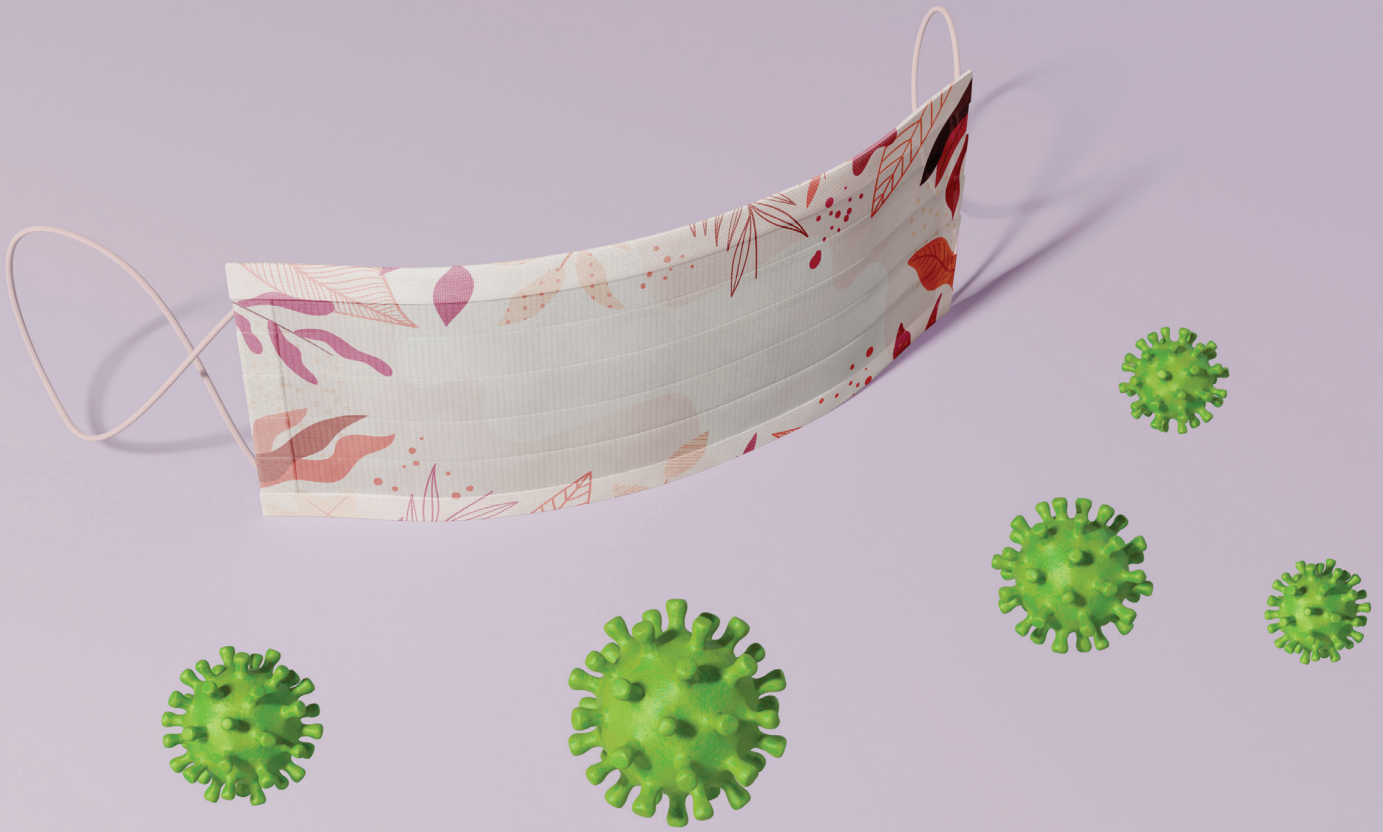
ในงาน Premiere Vision Fabrics บริษัท Tex-Luis ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Prato ประเทศอิตาลี จัดแสดงผ้า quilt หนาสำหรับเสื้อชั้นนอก Roja ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Istanbul ประเทศตุรกี จัดแสดงผ้า quilt ที่มีการประดับประดาสำหรับเสื้อชั้นนอก และมีลวดลายดอกไม้ปัก และ Gripmore ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่กรุง Taipei ประเทศไต้หวัน จัดแสดงผ้าทำจากยาง neoprene แบบหนา สำหรับเสื้อชั้นนอกและตกแต่งด้วยกระดุมจากการตัดปะผ้าที่มีสีล้นสดใส

ผู้จัดแสดงสินค้าในงาน European fabric fairs สำหรับฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2022/23 ต่างก็กระตือรือร้นที่จะนำเสนอความสบายในผ้าสมรรถนะสูงที่นำมาจัดแสดง ซึ่งเทรนด์ดังกล่าวได้รับการผลักดันโดย COVID-19 ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการเสื้อผ้าลำลองที่สวมใส่สบายตลอดวัน สำหรับโอกาสต่างๆ เช่น การออกกำลังกาย การพักผ่อน และการทำงาน

ในงาน Milano Unica บริษัท Thermore ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Milan ประเทศอิตาลี จัดแสดงผ้าสำหรับเสื้อชั้นนอกที่ผลิตโดยใช้ขนวน Ecodown Fibers Genius ซึ่งขนวนดังกล่าว ผลิตโดยใช้เส้นใย fibrefill ทำจากวัสดุที่ได้จากขวดพลาสติก ทำจาก Polyethylene terephthalate ที่รีไซเคิล (PET) ทั้งนี้ เส้นใย fibrefill ดังกล่าว จะไม่จับตัว ซึ่งต่างจากเส้นใย fibrefill ดั้งเดิม และเป็นขนวนที่สม่ำเสมอและคงทน จากข้อมูลของ Thermore การใช้งานของเส้นใย fibrefill ยังดีขึ้นเรื่อยๆ โดยเส้นใยจะหดหลังการซักหลายครั้ง ซึ่งจะยิ่งทำให้เป็นขนวนที่คงทนมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดแสดงผ้าที่ผลิตโดยใช้ Evodown ซึ่งเป็นวัสดุขนวน ที่ผลิตโดยการประกบเส้นใยประดิษฐ์ระหว่างผ้าที่มีความหนาแน่นสูงสองชั้น ทั้งนี้ ขนวน Evodown ใช้งานดีกว่าวัสดุขนวนกันความร้อนดั้งเดิม เช่น ขนุนธรรมชาติ หรือกอนขนนก โดยเฉพาะโครงสร้างของเส้นใยมีความมั่นคงและสม่ำเสมอมากกว่าขนุนธรรมชาติ หรือกอนขนนก และไม่ทำให้เกิดการเคลื่อนตัวของเส้นใย ซึ่งอาจทำให้เกิดจุดที่ร้อนซ้ำที่สุด นอกจากนี้ ขนวน Evodown ยังมีความอ่อนนุ่ม เหมือนขนุนธรรมชาติ แต่ไม่มีส่วนประกอบของสารก่อภูมิแพ้ ดังที่พบในขนุนธรรมชาติ

ในฤดูกาลนี้ ผ้าถักที่ยืด ซึ่งรวมผ้าถักที่มีลายหนู เป็นที่นิยมสำหรับเสื้อลำลองสไตล์กีฬา ซึ่งจัดแสดงในงาน Munich Fabric Start โดย TMG Textiles ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Vila Nova de Famalicão ประเทศโปรตุเกส และ Trimathas ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Guimarães ประเทศโปรตุเกส ทั้งนี้ ผ้าที่จัดแสดงโดย Trimathas มีคุณสมบัติโดดเด่นต่างๆ เช่น การยืด การป้องกันแมลง การกันน้ำ การป้องกันการเกาะติดของคราบสิ่งสกปรก

Brugnoli ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่เมือง Varese ประเทศอิตาลี จัดแสดงผ้าต่างๆ สำหรับเสื้อผ้าสมรรถนะสูง เช่น ผ้ายืด ผลิตโดยใช้เทคโนโลยีการถักพิเศษ ชื่อ Explosive Technology เสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าที่ใช้ Explosive Technology จะมีคุณสมบัติของการยืด ในขณะที่สวมใส่สบาย นอกจากนี้ ผ้ายดังกล่าวยังประกอบด้วย เส้นใย polyamide 6.6 ที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ชื่อ Ammi Soul Eco และเส้นใยที่ยืดแล้วคืนสู่สภาพเดิม ชื่อ Roica V550 สามารถย่อยสลายในดินได้ โดยไม่ปล่อยสารอันตรายออกมา ทั้งนี้ Ammi Soul Eco พัฒนาโดยบริษัท Solvay ผู้จัดหาวัสดุและสารเคมีล้ำยุค ตั้งอยู่ที่กรุง Brussels ประเทศเบลเยียม ซึ่งเสื้อผ้าทำจากเส้นใยดังกล่าว จะย่อยสลายได้เร็ว เมื่อนำไปทิ้งในขยะฝังกลบ ส่วน Roica V550 ผลิตโดย Asahi Kasei บริษัทเคมี ตั้งอยู่ที่กรุง Tokyo ประเทศญี่ปุ่น และเส้นใยดังกล่าวได้รับการรับรองมาตรฐาน Cradle to Cradle Certified standard ระดับทอง (gold level) นอกจากนี้ ยังได้รับการรับรองจากสถาบัน Hohenstein Institute สำหรับความเป็นมิตรด้านสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ สามารถย่อยสลายในดินได้ โดยไม่ปล่อยสารอันตรายออกมา



ผ้าป้องกันไวรัสและแบคทีเรีย : จากการระบาดของ COVID-19 ผู้จัดแสดงสินค้าต่างก็ตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนาผ้าที่ป้องกันไวรัสและแบคทีเรีย นอกเหนือจากการป้องกันกลิ่น

ในงาน Premiere Vision Fabrics บริษัท Birla Cellulose ผู้นำด้านการผลิตเส้นใยวิสโคสและเป็นสาขาของ Aditya Birla Group บริษัทข้ามชาติ ตั้งอยู่ที่เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย จัดแสดงผ้าวิสโคสที่ป้องกันเชื้อโรค ชื่อ Liva Antimicrobial ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองต่อความตระหนักด้านสุขอนามัยของผู้บริโภค จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ผ้ายดังกล่าวรวมเส้นใยวิสโคสของพืชที่ป้องกันจุลินทรีย์เข้าไว้ด้วยกัน โดยการผสมสารป้องกันจุลินทรีย์กับวัตถุดิบอื่นๆ ในระหว่างการผลิตเส้นใย ก่อนขั้นตอนการปั่น สารป้องกันจุลินทรีย์จะเข้าไปอยู่ในเส้นใย และยังคงความมีประสิทธิภาพ ถึงแม้ผลิตภัณฑ์ทำจากเส้นใยดังกล่าว จะผ่านการซัก 50 ครั้ง เส้นใยดังกล่าวสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และสามารถพิสูจน์ได้ด้วยเทคโนโลยี blockchain ชื่อ Green Track นอกจากนี้ ความมีประสิทธิภาพของ Liva Antimicrobial ในการป้องกันแบคทีเรียและไวรัส ได้รับการพิสูจน์และรับรองจากมาตรฐานต่างๆ เช่น AATCC TM100-2019 และ ISO 18184: 2019 ทั้งนี้ ผ้ายดังกล่าวได้รับการพิสูจน์ว่ามีประสิทธิภาพในการกำจัดแบคทีเรียและไวรัสบนพื้นผิวได้ 99%

Shinsung J & T ผู้ผลิตผ้า ตั้งอยู่ที่กรุง Seoul ประเทศเกาหลี จัดแสดงผ้าในงาน Premiere Vision Fabrics ผลิตจากกรรมวิธีการป้องกันไวรัส ชื่อ ViralOff ซึ่งพัฒนาโดยบริษัท Polygiene ตั้งอยู่ที่เมือง Malmö ประเทศสวีเดน ผู้เชี่ยวชาญด้านกรรมวิธีการป้องกันกลิ่น ทั้งนี้ ViralOff รวมสารออกฤทธิ์ที่เป็นสารที่ยับยั้งการเติบโตของแบคทีเรียจาก Titanium dioxide และ Silver chloride และผ้าที่ผ่านกรรมวิธีของ ViralOff ได้มาตรฐาน ISO 18184:2019 และพบว่ามีประสิทธิภาพในการกำจัดไวรัสได้ 99% ภายในเวลา 2 ชั่วโมง และยังผ่านการทดสอบสำหรับไวรัสที่ทำให้เกิดไข้หวัดนก โรค SARS และไวรัสที่ทำให้เกิดการอักเสบของระบบทางเดินอาหาร อีกทั้งยังพบว่า มีประสิทธิภาพในการป้องกัน SARS-CoV-2 ซึ่งเป็นไวรัสที่ทำให้เกิดโรค COVID-19

Source : Textile Outlook International, No 211

รวบรวมและเรียบเรียง : ศูนย์ข้อมูลฯ (แผนกข้อมูลอุตสาหกรรม) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

Activities

กิจกรรมสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
(เมษายน-มิถุนายน 2565)

สศอ.และ THTI จัด Focus Group Online

ระดมความเห็นต่อโอกาสของธุรกิจสิ่งทอในประเทศด้วยเส้นใยกัญชง



เมื่อวันอังคารที่ 17 พฤษภาคม 2565 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) ร่วมกับ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Thailand Textile Institute: THTI) จัด Focus group online เรื่อง Thai Hemp กับการสร้างโอกาสธุรกิจสิ่งทอไทย ภายใต้ โครงการศูนย์สารสนเทศอัจฉริยะอุตสาหกรรมแฟชั่น (อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนังและรองเท้า) ประจำปีงบประมาณ 2565 ณ โรงแรมจัสมินซิตี (สุขุมวิท 23) กรุงเทพฯ และผ่านระบบออนไลน์ ZOOM MEETING โดยได้รับเกียรติจากคุณศิริเพ็ญ เกียรติเฟื่องฟู รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เป็นประธานเปิดการประชุมฯ ผ่าน ZOOM MEETING พร้อมด้วยคุณภารดา จันทร์สุวรรณ ผู้อำนวยการกองนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2

โดยมีผู้แทนจากภาครัฐและภาคเอกชน ให้เกียรติเข้าร่วม focus group ที่โรงแรมจัสมินซิตี (สุขุมวิท 23) กรุงเทพฯ ประกอบด้วย คุณอภิชัย แตรกังวานกุล ที่งานที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม, คุณมานะ พุทธิโชติ นายช่างเทคนิคอาวุโส กองพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม, คุณจำนงค์ นวสมิตวงศ์ ประธานสหพันธ์อุตสาหกรรมสิ่งทอแห่งประเทศไทย, คุณปิลันธน์ ธรรมมงคล กรรมการผู้จัดการห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ธนไพศาล และ บริษัท บ้านสิ่งทอ จำกัด, คุณเสริมศักดิ์ วงศ์ชัย กรรมการผู้จัดการบริษัท กลัฟเท็กซ์ จำกัด, คุณคมสวรรค์ วิจิตร์วิกรม ที่ปรึกษาศูนย์ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศและที่ปรึกษาคณะกรรมการขับเคลื่อนเส้นทางท่องเที่ยวสมุนไพร กัญชง กัญชา เพื่อเศรษฐกิจสุขภาพ เขตสุขภาพที่ 8, ดร.ช่อทิพย์ วิเศษพงษ์พันธ์ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาสมรรถนะธุรกิจ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ดร.เนาวรัตน์ ทรงสวัสดิ์ชัย รองประธานกรรมการบริหาร และรองผู้อำนวยการใหญ่สายงานบริหารและการเงินบริษัท โอเรียลตอล การ์เมนท์ จำกัด และดำเนินรายการโดย ผศ.ดร.ปวีรินทร์ ตันตริยานนท์ หัวหน้าภาควิชาวิทยาการสิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พร้อมนี้ได้รับเกียรติจากคุณนิศาบุษย์ วีระบุตร ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ กลุ่มงานสินค้าแฟชั่น สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, คุณณัฐไชยนะวีโรจน์ นายกษมาคมไทยคอมโพสิต, คุณประจักษ์ แอกทอง ที่ปรึกษาฝ่ายบริหารระบบคุณภาพบริษัท เอรಾವัณสิ่งทอ จำกัด, ดร.รัตญา ยานะพันธ์ ผู้แทนจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) หรือ สวพส. และคุณสุพจน์ ชัยวิไล รองกรรมการผู้จัดการบริษัท ไทยแท็กซี่ต้า จำกัด ให้เกียรติแสดงความคิดเห็นมุมมองถึงโอกาสเส้นใยกัญชงไทย ผ่าน ZOOM MEETING



สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (THTI) เล็งเห็นถึงโอกาสของเส้นใยกัญชงสำหรับการผลิตและแปรรูปสินค้า (ทั้งสินค้าในกลุ่มสิ่งทอเครื่องนุ่งห่ม ไลฟ์สไตล์ และคอมโพสิต) ให้มีศักยภาพและมีความพร้อมสู่การต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าสูงและแข่งขันได้จริงในเชิงพาณิชย์ บวกกับการมุ่งตอบสนองต่อกระแสการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งถือเป็นเมกะเทรนด์ที่สำคัญของโลก ณ เวลานี้ ดังนั้น เพื่อมุ่งสู่การเป็น “อุตสาหกรรมสีเขียว คาร์บอนต่ำ และยั่งยืน” เส้นใยกัญชงจึงนับเป็นวัสดุทางเลือกที่มีความน่าสนใจและยังสามารถตอบโจทย์ของความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



รับชมย้อนหลังได้ที่ <https://fb.watch/d5LjLjqKSF/>

พร้อมร่วมแชร์ข้อคิดเห็นต่อประเด็นข้อคำถามจากการประชุม Focus group (5 ประเด็น) ได้ที่ link: <https://forms.gle/cZP8O2qeUo1HSCep6>

ที่มา : <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.3030.4.0.html>

ดร.ชาญชัย สิริเกษมเลิศ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เข้าร่วมงาน FIT EXPO2022



เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2565 ดร.ชาญชัย สิริเกษมเลิศ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เข้าร่วมงาน FIT EXPO 2022 : SHAPING FUTURE INDUSTRIES for Strong Thailand ฉากใหม่ อุตสาหกรรมไทย สู่ออนาคตเพื่อประเทศไทยที่แข็งแกร่งกว่าเดิม โดยงานดังกล่าวจัดขึ้นระหว่างวันที่ 29 มิถุนายน - 3 กรกฎาคม 2565 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่



ทั้งนี้ งานดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อนำเสนอฉากทัศน์ใหม่ อุตสาหกรรมไทยสู่ออนาคต การขานรับนโยบายเปิดประเทศ ด้วยความร่วมมือจากองค์กรชั้นนำของประเทศ ภาครัฐ และสมาชิกสภาอุตสาหกรรมครอบคลุม 11 คลัสเตอร์อุตสาหกรรม 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ รวมทั้งและผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่ภาคเหนือรวมกว่า 400 ราย ร่วมจัดแสดงสินค้า การประชุมสัมมนา การเจรจาธุรกิจ พร้อมนำเสนอความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อเรียกความเชื่อมั่นภาคเศรษฐกิจและภาคประชาชนให้ประเทศขับเคลื่อนไปได้อย่างเข้มแข็ง

โดยในส่วนของสมาคมและกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ ก็ได้มีการร่วมจัดแสดงผลภัณฑ์เช่นกัน โดยมีคุณอัมรินทร์ ศรีสุภรณ์วานิชย์ ประธานสหพันธ์อุตสาหกรรมสิ่งทอแห่งประเทศไทย และ คุณสมศักดิ์ ศรีสุภรณ์วานิชย์ นายกิตติมศักดิ์สมาคมอุตสาหกรรมทอผ้าไทย และกลุ่มผู้ประกอบการสิ่งทอเข้าร่วมอย่างคึกคัก

ที่มา : <https://www.thaitextile.org/th/activities/detail.3097.1.0.html>

สศอ.ร่วมกับ สถาบันฯ สิ่งทอ และ หจก.กิมจ้วนจิ้น ส่งมอบต้นแบบผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์



เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2565 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมกับ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และ หจก.กิมจ้วนจิ้น ส่งมอบต้นแบบผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ แก่ โรงพยาบาลกลาง สำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร โดยมีแพทย์หญิงศุภรติพร เจียมศรีพงษ์ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลกลาง เป็นผู้รับมอบ

โดยมีผู้แทนสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และ คุณสมศักดิ์ ศรีสุภรณ์วานิชย์ นายกิตติมศักดิ์ สมาคมอุตสาหกรรมทอผ้าไทย และ ผู้บริหาร กิมจ้วนจิ้น ร่วมส่งมอบ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบดังกล่าว เป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการพัฒนาต้นแบบวัสดุเชิงเทคนิค เพื่อการรองรับอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร (New S-Curve) ประจำปีงบประมาณ 2565 ประกอบไปด้วย ผ้าคลุมผ่าตัด และผ้าห่อเครื่องมือแพทย์ จำนวนอย่างละ 10 ผืน คุณสมบัติพิเศษของเนื้อผ้าคือ มีความแข็งแรงทนทานสูง ไม่ขึ้นขนง่าย และอายุการใช้งานยาวนาน เป็นการพัฒนาโดยใช้เส้นใยภายในประเทศทดแทนการนำเข้าเส้นใยจากต่างประเทศ มีคุณสมบัติพิเศษสามารถยับยั้งเชื้อแบคทีเรียได้ และผ่านมาตรฐานการทดสอบตามมาตรฐานสากล (ISO) โดยศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ส่งมอบเพื่อนำไปทดลองใช้งานจริงและเตรียมต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ต่อไปในอนาคต

ที่มา : <https://www.thaitextile.org/th/activities/detail.3098.1.0.html>

