



TPSO
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office

พลิกโฉมเศรษฐกิจไทย ด้วยการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ (Twin Transition)

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์





ดำเนินการภายใต้โครงการศึกษาการส่งเสริมผู้ประกอบการไทย
ในการเปลี่ยนผ่านด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลควบคู่กับการพัฒนา
ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

สารบัญ



01

บทนำ

3



02

แนวคิดและแนวทางการ
การเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

4

03

อุตสาหกรรมสำคัญ



อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย

11

สถานการณ์การค้า การผลิต และการลงทุน

11

แนวโน้มการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

15

นโยบายและมาตรการของไทยและต่างประเทศ

16

องค์กร/หน่วยงานต้นแบบทั้งในและต่างประเทศ

19

การลงทุนพื้นที่

21

SWOT Analysis

22

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานภาครัฐ

24

ข้อเสนอแนะแนวทางการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่สำหรับภาคเอกชน

28



อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

30

สถานการณ์การค้า การผลิต และการลงทุน

30

แนวโน้มการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

34

นโยบายและมาตรการของไทยและต่างประเทศ

35

องค์กร/หน่วยงานต้นแบบทั้งในและต่างประเทศ

38

การลงทุนพื้นที่

40

SWOT Analysis

41

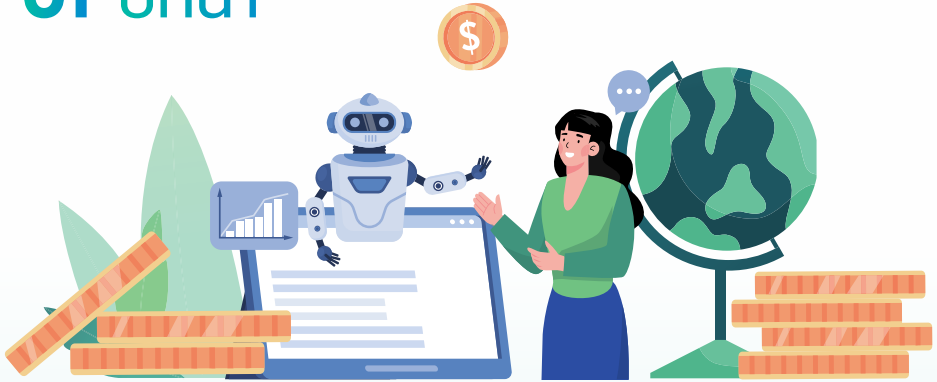
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานภาครัฐ

43

ข้อเสนอแนะแนวทางการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่สำหรับภาคเอกชน

46

01 บทนำ



ปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล และการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เป็นประเด็นที่ทุกภาคส่วนทั่วโลกให้ความสำคัญ และเป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจการค้าอย่างกว้างขวาง อาทิ โอกาสทางการตลาด รูปแบบธุรกิจใหม่ รวมถึงมาตรการทางการค้าใหม่ๆ นอกจากนี้ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลมีส่วนช่วยในการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจัดการกระบวนการผลิต การติดตาม และการกำจัดของเสีย/ขยะให้มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, Governance: ESG) ที่ช่วยเร่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการค้าให้เติบโตอย่างยั่งยืน จึงเป็นที่มาของแนวคิด การเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ (Twin Transition) หมายถึง แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transition) ควบคู่กับการพัฒนาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Transition) การเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่เป็นแนวคิดใหม่ที่ได้รับ ความสนใจมากขึ้น

ดังนั้น สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และการเติบโตทางเศรษฐกิจการค้าของไทย จึงจำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยและแนวทางขององค์กรที่สามารถเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่อย่างมีประสิทธิภาพ จัดทำแนวทางการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่สำหรับภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมที่สำคัญ ประเมินต้นทุนและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ ที่อาจขยายผลสำหรับภาคอุตสาหกรรมหรือธุรกิจบริการอื่นในอนาคต ตลอดจนจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสและความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของไทย

02 แนวคิดและแนวทาง การเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

การเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ (Twin Transition) หมายถึง การแสวงหาการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ เพื่อให้บรรลุการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน โดยมีเป้าหมายสำคัญ 2 ประการ คือ การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transition) และการเปลี่ยนผ่านสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (Green Transition) มุ่งสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลกับการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม



การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transition)

คือการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ อินเทอร์เน็ตแห่งสรรพสิ่ง (Internet of Thing: IoT) และการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เข้ากับการดำเนินธุรกิจและจัดการทรัพยากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และสร้างนวัตกรรม รวมถึงยกระดับภาคอุตสาหกรรม บริการสาธารณะ และพัฒนาทักษะดิจิทัลให้แก่ประชาชน



Digital
Transition

จุดสมดุล
ที่ดิจิทัลและ
สิ่งแวดล้อมช่วย
ส่งเสริมซึ่งกัน
และกัน

Green
Transition



การเปลี่ยนผ่านสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (Green Transition)

มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิต การดำเนินธุรกิจ และการบริโภค เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น พลังงานหมุนเวียน เศรษฐกิจหมุนเวียน การลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน



นโยบายและแนวปฏิบัติของภาครัฐ และภาคเอกชนในต่างประเทศ



นานาชาติ



ความตกลงปารีส (Paris Agreement): ข้อตกลงระหว่างประเทศว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UNFCCC) เป็นข้อตกลงฉบับล่าสุดที่มีบทบาทต่อเนื่องและเสริมจากพิธีสารเกียวโต (Kyoto Protocol) มีเป้าหมายหลักในการกำหนดมาตรการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



UN Secretary-General's Roadmap for Digital Cooperation: เป็นแผนปฏิบัติการที่กำหนดแนวทางให้ประชาคมระหว่างประเทศสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งรับมือกับความท้าทายที่อาจเกิดขึ้น



สหภาพยุโรป



European Green Deal: กรอบนโยบายสำหรับการบรรลุความเป็นกลางทางสภาพภูมิอากาศ (Climate Neutral) ในปี ค.ศ. 2050 โดยมุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน



EU Digital Compass 2030: แผนยุทธศาสตร์ด้านดิจิทัลของสหภาพยุโรป มีเป้าหมายเพื่อผลักดันการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในสหภาพยุโรป ภายในปี ค.ศ. 2030 โดยมุ่งส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างงาน และพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน



มาตรการปรับคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism CBAM): มาตรการของสหภาพยุโรป ที่กำหนดให้สินค้าที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Green House Gas: GHG) ในกระบวนการผลิต ต้องชำระราคาคาร์บอน (Carbon Price) หากต้องการนำเข้าไปยังสหภาพยุโรป โดยมีเป้าหมายเพื่อลดก๊าซเรือนกระจกให้ได้อย่างละ 55 ภายในปี ค.ศ. 2030 และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ให้เป็นศูนย์ (Carbon Neutrality) ภายในปี ค.ศ. 2050



กฎหมายสินค้าป่าและการตัดไม้ทำลายป่า (EU Deforestation Regulation: EUDR): เป็นกฎหมายที่กำหนดให้การส่งออกและนำเข้าสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodities) 7 กลุ่ม ได้แก่ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ข้าว ไม้ กาแฟ โกโก้ และถั่วเหลือง รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสินค้าเหล่านี้ (Derived products) อาทิ ยางรถยนต์ เฟอริลไมเจอร์กระดาษ และเครื่องหนังสัตว์ ต้องตรวจสอบและรายงานที่มาของสินค้า เพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดไม้ทำลายป่าหรือการทำป่าเสื่อมโทรม



สมาคมประชาชาติแห่งเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้



Framework for Circular Economy for the ASEAN Economic Community:

กรอบการดำเนินงานที่เกิดจากความต้องการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการลดลงของทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมกับการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาวที่ยั่งยืนและทั่วถึง ด้วยการปรับเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมที่ “ผลิต - ใช้ - ทิ้ง” เป็นการพัฒนาที่สอดคล้องกัน ในด้านการค้า เทคโนโลยี และการเงิน เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นเศรษฐกิจหมุนเวียน



ASEAN Digital Master Plan 2025: แผนยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมและพัฒนาการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในภูมิภาคอาเซียน ภายใต้เป้าหมายที่ต้องการเพิ่มขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในด้านต่าง ๆ เช่น การศึกษา การทำธุรกิจ และการเชื่อมโยงสังคม การบริหารภาครัฐและเศรษฐกิจของอาเซียน โดยการส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล รวมถึงการสร้างระบบการเชื่อมโยงและความร่วมมือในภูมิภาค เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในโลกดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว



จีน

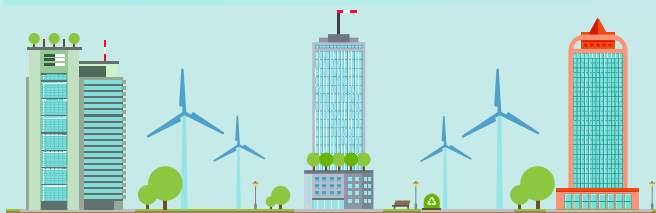


Dual Carbon Goals: เป้าหมายกติการักด้านคาร์บอน

ที่ประกาศ ในปี ค.ศ. 2020 เป็นหมุดหมายเชิงนโยบายระดับชาติในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมาย Carbon Peak ในปี ค.ศ. 2030 และ Carbon Neutrality ในปี ค.ศ. 2060



Digital China: ยุทธศาสตร์ระดับชาติของจีน ที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และภาครัฐ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างเศรษฐกิจดิจิทัลที่เข้มแข็ง ระบบบริการสาธารณะที่ทันสมัย และระบบราชการอัจฉริยะ รวมถึงการเสริมสร้างอธิปไตยทางดิจิทัลในระดับโลก โดยมีแนวทางการดำเนินการที่ครอบคลุมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิรูปอุตสาหกรรม การบริหารภาครัฐ และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน





สิงคโปร์



Green Plan 2030: หนึ่งในกลยุทธ์หลักที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างสังคมและเศรษฐกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างต่อเนื่อง ภายในปี ค.ศ. 2030 ซึ่งมีการปรับกลยุทธ์หลายด้านเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านสิ่งแวดล้อม และเพิ่มความสามารถในการพึ่งพาตนเองของประเทศในอนาคต



Smart Nation Initiative: เป็นข้อริเริ่มที่มุ่งพัฒนาและส่งเสริมการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อสร้างสังคมที่มีความเชื่อมโยง รวดเร็ว และยั่งยืน ทั้งในแง่ของคุณภาพชีวิต การบริการภาครัฐ และการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในทุกด้านของชีวิตประจำวัน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในยุคดิจิทัล



Siemens AG

เป็นบริษัทผู้นำด้านเทคโนโลยีที่มุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงด้านพลังงานและดิจิทัล เพื่อสร้างโลกที่ยั่งยืนและเชื่อมต่อกันมากขึ้น

เป้าหมายที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

- บรรลุ Net-Zero emissions ภายในปี ค.ศ. 2030
- พัฒนาโซลูชันสำหรับการผลิตพลังงานทดแทน และการลดการใช้พลังงานในภาคอุตสาหกรรมและภาคการขนส่ง
- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีอัตโนมัติ และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) สำหรับควบคุมการผลิต การขนส่ง และการใช้พลังงาน ให้มีประสิทธิภาพ



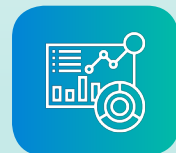
การส่งเสริมโซลูชันพลังงานทดแทน



การพัฒนาเทคโนโลยีที่สนับสนุนการจัดการพลังงาน อาทิ Smart grids และ Energy storage



การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การขนส่ง และการควบคุมการใช้พลังงาน



การใช้การศึกษาและการพัฒนาทักษะในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

นโยบายและแนวปฏิบัติของภาครัฐ และภาคเอกชนในประเทศ



แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580:

มีเป้าหมายเพื่อยกระดับศักยภาพประเทศในทุกมิติ พัฒนาคน สร้างความเสมอภาค และคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน พร้อมทั้งมีภาครัฐที่โปร่งใสและตอบสนองประชาชน ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์หลัก โดยยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ อาทิ ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่กล่าวถึงการยกระดับสังคมสีเขียวอย่างยั่งยืน



แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570):

โดยมุ่งเน้นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศผ่านการสร้างมูลค่าเพิ่มจากเทคโนโลยีและนวัตกรรม กระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้ครอบคลุมทุกกลุ่มประชาชน เสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เทคโนโลยีแก้ปัญหาสำคัญ และพัฒนาระบบการศึกษาและทักษะแรงงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานตลาดแรงงานโลกยุคใหม่ พร้อมปรับปรุงกลไกด้านกฎระเบียบ งบประมาณ และโครงสร้างพื้นฐานให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีทิศทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ ประกอบด้วย มิติที่ 1 เศรษฐกิจมูลค่าสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมิติที่ 3 วิถีชีวิตที่ยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญกับการยกระดับเศรษฐกิจด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิต ร่วมกับการคำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม



ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579):

มุ่งยกระดับภาคอุตสาหกรรมให้เป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญผ่านการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ที่ครอบคลุมโดย 3 ยุทธศาสตร์หลัก โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 เน้นเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วยดิจิทัลควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ 2 มุ่งสร้างระบบนิเวศที่เกื้อหนุนผ่านการลงทุนในงานวิจัยและพัฒนา และยุทธศาสตร์ที่ 3 เชื่อมโยงอุตสาหกรรมไทยกับเศรษฐกิจโลก โดยใช้ดิจิทัลบริหารห่วงโซ่อุปทานและการตลาด ตอบโจทย์มาตรฐานโลกและขยายสู่ห่วงโซ่มูลค่าสูงได้อย่างยั่งยืน



แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570:

มีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ลดความเหลื่อมล้ำ และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยใช้จุดแข็งด้านทรัพยากร นวัตกรรม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้ดำเนินการโดยยึดถือหลักการพื้นฐานและความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ การใช้ประโยชน์สูงสุดจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้วยการประกันการเข้าถึงของคนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม และการวางแผนจากข้อมูลความพร้อมของประเทศจากการร่วมมือของทุกภาคส่วน



แผนปฏิบัติการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2561-2565):

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มุ่งยกระดับประเทศไทยสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาคุณภาพชีวิต และยกระดับการให้บริการภาครัฐ ทั้งยังวางรากฐานโครงสร้างพื้นฐาน และทักษะดิจิทัลให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่สู่เศรษฐกิจดิจิทัลที่ยั่งยืน



แผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ระยะที่ 2 พ.ศ. 2566-2570:

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล มีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจมูลค่าสูง ลดความเหลื่อมล้ำ และเสริมศักยภาพการแข่งขันของประเทศ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ในยุคเศรษฐกิจใหม่ โดยมุ่งสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลเต็มรูปแบบ โดยเน้นการบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน พัฒนากำลังคน ยกระดับผลผลิตภาพของธุรกิจ และเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจดิจิทัล



แผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. 2558-2593:

มีเป้าหมายเพื่อวางกรอบระยะยาวในการเพิ่มขีดความสามารถของประเทศในการปรับตัว และลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผ่านการพัฒนากลไกการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ ความร่วมมือ และระบบติดตามข้อมูลทั้งในระดับชาติ และนานาชาติ



มูลนิธิไทยพัฒน์: ได้กำหนดหลักเกณฑ์การมอบรางวัลแก่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีการดำเนินงานตามแนวคิด ESG อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่บริษัทและธุรกิจอื่นที่ต้องการปรับเปลี่ยนองค์กรให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยแบ่งประเภทธุรกิจเป็น 10 สาขา ได้แก่ ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจอาหาร ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจการเงิน ธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจการก่อสร้าง ธุรกิจการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ธุรกิจการบริการ และธุรกิจเทคโนโลยี



03 อุตสาหกรรมสำคัญ

หลักเกณฑ์การคัดเลือกอุตสาหกรรมสำคัญ



1. หลักเกณฑ์ด้านสถิติ ประกอบด้วย ข้อมูลสถิติด้านเศรษฐกิจ และข้อมูลสถิติด้านสิ่งแวดล้อม
2. หลักเกณฑ์จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)
3. หลักเกณฑ์ด้านนโยบายภาครัฐหรือหน่วยงานระหว่างประเทศที่สนับสนุน
ในด้านการเปลี่ยนผ่านด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลควบคู่กับการพัฒนาที่เป็นมิตร
กับสิ่งแวดล้อม
4. หลักเกณฑ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสำคัญ



อุตสาหกรรมสิ่งทอ
และเครื่องแต่งกาย



อุตสาหกรรม
เฟอร์นิเจอร์



อุตสาหกรรม สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย

สถานการณ์การค้า การผลิต และการลงทุน



การส่งออก ปี 2567

มูลค่า 271,305.61 ล้านบาท

▲5.53% จากปี 2566



สหรัฐอเมริกา
16.50%



ญี่ปุ่น
10.89%



อินเดีย
10.03%



เวียดนาม
8.00%



จีน
7.51%

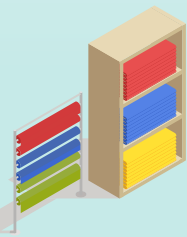
ประเทศคู่ค้าที่ไทยส่งออกสิ่งทอและเครื่องแต่งกายมากที่สุด คือ **สหรัฐอเมริกา** มีมูลค่าส่งออก 44,755.20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.50 ของการส่งออกสิ่งทอและเครื่องแต่งกายทั้งหมดของไทย รองลงมา ได้แก่ **ญี่ปุ่น** มูลค่า 29,547.78 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.89 **อินเดีย** มูลค่า 27,224.47 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.03 **เวียดนาม** มูลค่า 21,699.41 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ **จีน** มูลค่า 20,363.17 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.51 โดยการส่งออกสิ่งทอและเครื่องแต่งกายของไทยในช่วงปี 2562-2567 เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 0.84 ต่อปี แสดงถึงแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

จากการประมวลผลตามช่วงการผลิตของห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม พบว่า ในปี 2567 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย ประกอบด้วย **สินค้าต้นน้ำ** มูลค่า 50,002.37 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.43 ของการส่งออกสิ่งทอและเครื่องแต่งกายของไทย **สินค้ากลางน้ำ** มูลค่า 217,051.40 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 80.00 และ **สินค้าปลายน้ำ** มูลค่า 4,251.84 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.57 โดยการส่งออกสินค้าในทุกช่วงของห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า



มูลค่าส่งออกสินค้าในแต่ละห่วงโซ่คุณค่า ปี 2567

ต้นน้ำ (สัดส่วน 18.43%)	50,002.37 ล้านบาท ▲ 8.48%
กลางน้ำ (สัดส่วน 80.00%)	217,051.40 ล้านบาท ▲ 4.95%
ปลายน้ำ (สัดส่วน 1.57%)	4,251.84 ล้านบาท ▲ 1.66%



อุตสาหกรรม สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย



การนำเข้า ปี 2567

มูลค่า 227,528.78 ล้านบาท
▲ 4.9% จากปี 2566



จีน
43.78%



เวียดนาม
7.98%



ญี่ปุ่น
6.07%



สหรัฐอเมริกา
4.30%

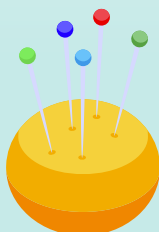


ไต้หวัน
4.29%

ประเทศคู่ค้าที่ไทยนำเข้าสิ่งทอและเครื่องแต่งกายมากที่สุด คือ **จีน** มีมูลค่านำเข้า 99,606.51 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 43.78 ของการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องแต่งกายทั้งหมดของไทย รองลงมา ได้แก่ **เวียดนาม** มูลค่า 18,162.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.98 **ญี่ปุ่น** มูลค่า 13,800.38 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ6.07 **สหรัฐอเมริกา** มูลค่า 9,779.19 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.30 และ **ไต้หวัน** มูลค่า 9,770.83 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.29 โดยการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องแต่งกายของไทย ในช่วงปี 2562-2567 เติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 3.19 ต่อปี

จากการประมวลผลตามช่วงการผลิตของห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม พบว่า ในปี 2567 มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย ประกอบด้วย **สินค้าต้นน้ำ** มูลค่า 35,654.67 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.67 ของการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องแต่งกายของไทย **สินค้ากลางน้ำ** มูลค่า 189,573.39 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 83.32 และ **สินค้าปลายน้ำ** มูลค่า 2,300.71 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.01 โดยการนำเข้าสินค้าในทุกช่วงของห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า

มูลค่านำเข้าสินค้าในแต่ละห่วงโซ่คุณค่า ปี 2567



ต้นน้ำ

(สัดส่วน 15.67%)

35,654.67 ล้านบาท

▲ 4.82%

กลางน้ำ

(สัดส่วน 83.32%)

189,573.39 ล้านบาท

▲ 4.88%

ปลายน้ำ

(สัดส่วน 1.01%)

2,300.71 ล้านบาท

▲ 7.83%



การผลิต

จากฐานข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ในปี 2567 อัตราการเติบโตการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย ลดลงร้อยละ 15 จากปีก่อนหน้า โดยสินค้าต้นน้ำมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นจากปีก่อนหน้า ซึ่งประกอบด้วย ด้ายฝ้ายบริสุทธิ์ และด้ายจากเส้นใยประดิษฐ์ มีอัตราการเติบโตการผลิต ร้อยละ 11 และร้อยละ 9 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม สินค้าอื่นในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย อาทิ ผ้าทอ (ด้าย) ผ้าทอ (ใยสังเคราะห์ โพลีเอสเตอร์) แถบยางยืดสำหรับสำหรับเครื่องแต่งกาย เครื่องแต่งกายชั้นในสตรี และเด็กหญิงทำจากผ้าทอ เครื่องแต่งกายชั้นนอกทำจากผ้าถัก และเครื่องแต่งกายชั้นในสตรีและเด็กหญิงทำจากผ้าถัก มีอัตราการเติบโตของการผลิตลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตของอุตสาหกรรมในภาพรวม

อัตราการเติบโตการผลิต เฉลี่ยรวมปี 66 - 67

▼ 15 %



ต้นน้ำ

ด้ายฝ้ายบริสุทธิ์

ด้ายจากเส้นใยประดิษฐ์

▲ 11%

▲ 9%

การจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายสินค้าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่บ่งชี้ถึงสถานการณ์ความต้องการของสินค้า โดยมูลค่าการจัดจำหน่ายสินค้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายในปี 2567 ลดลงร้อยละ 6 จากปีก่อนหน้า ซึ่งบ่งชี้ว่าความต้องการของตลาดลดลง และการหดตัวของตลาดสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย โดยหากประมวลจากฐานข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ตามรายสินค้า และกิจกรรมทางห่วงโซ่คุณค่า พบว่า ในปี 2567 มีเพียง 4 สินค้าที่มีมูลค่าการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น ได้แก่ กลุ่มสินค้าต้นน้ำ ประกอบด้วย ด้ายฝ้ายบริสุทธิ์ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 2 และด้ายจากเส้นใยประดิษฐ์ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 8 และกลุ่มสินค้ากลางน้ำ ประกอบด้วย ผ้าทอ (ด้าย) มีอัตราการเติบโตร้อยละ 2 และเครื่องแต่งกายชั้นนอกทำจากผ้าทอ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 3 ในส่วนของสินค้าอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมมีมูลค่าการจัดจำหน่ายที่ลดลงจากปี 2566

มูลค่าการจัดจำหน่ายเฉลี่ย ปี 66-67

▼ 6 %



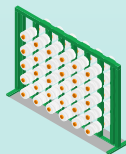
ต้นน้ำ

ด้ายฝ้ายบริสุทธิ์

ด้ายจากเส้นใยประดิษฐ์

▲ 2%

▲ 8%



กลางน้ำ

ผ้าทอ (ด้าย)

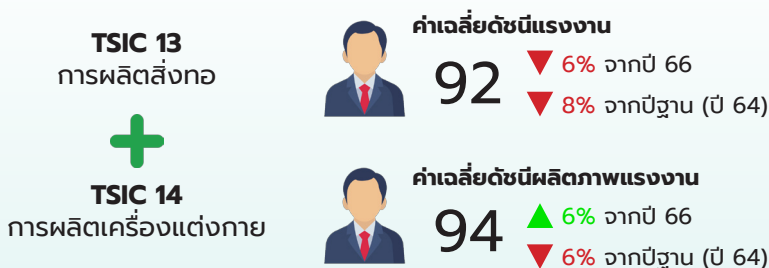
เครื่องแต่งกายชั้นนอก
ทำจากผ้าทอ

▲ 2%

▲ 3%

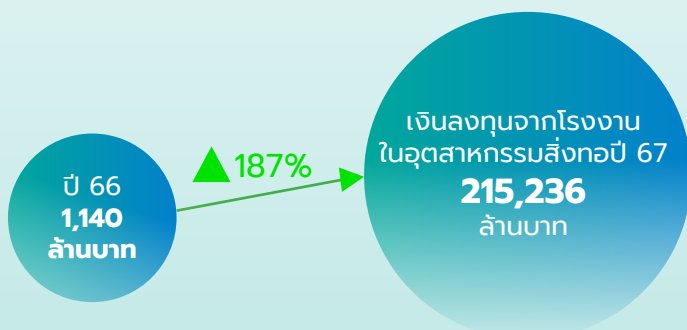
แรงงาน

ข้อมูลเกี่ยวกับแรงงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายสะท้อนถึงแนวโน้มการจ้างงานและความสามารถในการทำงานของแรงงานในอุตสาหกรรม โดยในปี 2567 ค่าเฉลี่ยดัชนีแรงงาน* ของ **TSIC13 การผลิตสิ่งทอ** และ **TSIC14 การผลิตเครื่องแต่งกาย** เท่ากับ 92 ลดลงร้อยละ 6 จากปีก่อนหน้า และลดลงร้อยละ 8 จากปีฐาน สะท้อนว่า การจ้างงานของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอและเครื่องแต่งกายมีแนวโน้มลดลง สำหรับค่าเฉลี่ยผลิตภาพแรงงาน** เท่ากับ ร้อยละ 94 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากปีก่อนหน้า แต่ลดลงร้อยละ 6 จากปีฐาน สะท้อนว่า ผลิตภาพของแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายมีแนวโน้มลดลง



การลงทุน

จากรายงานโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ได้ประมวลมูลค่าการลงทุนของโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในไทย พบว่า ในปี 2567 ประเทศไทยมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (สะสม) รวมทั้งสิ้น 2,625 โรงงาน คิดเป็นเงินลงทุนรวม 215,236.37 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 187 จากปี 2566



*ดัชนีแรงงาน หมายถึง ตัวเลขชี้วัดการเปลี่ยนแปลงของชั่วโมงการทำงานของแรงงาน โดยเทียบกับปีฐาน ณ ราคาคงที่

**ดัชนีผลิตภาพแรงงาน หมายถึง ตัวเลขชี้วัดการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนปริมาณผลผลิตต่อจำนวนการใช้แรงงานในเวลาปัจจุบัน เทียบกับปีฐาน (ดัชนีปีฐานเท่ากับ 100)

***TSIC หมายถึง การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) (Thailand Standard Industrial Classification: TSIC)

เป็นเกณฑ์การจัดประเภทกิจกรรมทางเศรษฐกิจ/อุตสาหกรรม โดยอ้างอิงจาก ISIC ที่จัดทำโดย United Nations Statistics Division (UNSD)

แนวโน้มสำคัญที่เกี่ยวข้อง และสถานการณ์ เกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

How digitization can make the fashion industry more sustainable โดย World Economic Forum ปี 2564 ได้ตระหนักถึงผลเสียด้านสิ่งแวดล้อมและมลภาวะที่เกิดจากการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย จากข้อมูลสถิติ พบว่า การผลิตกางเกงยีนส์ 1 ตัว ใช้น้ำในการผลิตทั้งสิ้น 4,000 ลิตร และน้ำจากการผลิตที่ไม่ได้ผ่านระบบรีไซเคิล (Recycle) สามารถเทียบปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิตของอุตสาหกรรมนี้มีสัดส่วนร้อยละ 10 ของการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทั่วโลก

World Economic Forum (2564)

Sustainable Retail: How Gen Z Is Leading The Pack โดยนิตยสาร **Forbes** กล่าวถึงพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่เต็มใจจ่ายเพื่อซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้น หากสินค้าชนิดนั้นเป็นสินค้าที่รัก惜โลกและให้ความสำคัญกับด้านสิ่งแวดล้อม

นิตยสาร Forbes (2563)

บทความอนาคตอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยสู่ยุค New Normal กล่าวถึงการปรับตัวของผู้บริโภคหลังจากการระบาดของไวรัสโควิด – 19 ที่ส่งผลต่อการปรับตัวของผู้ผลิต ในด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยเทคโนโลยี การเลือกใช้วัสดุรีไซเคิล และการปรับใช้นวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์มากขึ้น เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคได้มากขึ้น อาทิ เส้นใยต้านแบคทีเรีย เส้นใยกันน้ำ เส้นใยที่ป้องกันรังสีอัลตราไวโอเล็ต (Ultra Violet)

**กองนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2
สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2564)**

นโยบายและมาตรการของไทยและต่างประเทศ ภายใต้การเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ (Twin Transition)



สหภาพยุโรป

นโยบายเพื่อสิ่งทอแบบหมุนเวียน

(Strategy for Sustainable and Circular Textiles)

นโยบายที่มีเป้าหมายในการควบคุมการผลิตและการบริโภคสิ่งทอ พร้อมทั้งตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการตาม European Green Deal, Circular Economy Action Plan และยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมของสหภาพยุโรป (European Industrial Strategy) เพื่อลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการเติบโตของอุตสาหกรรม

การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องแต่งกายในสหภาพยุโรป ภายใต้ Textiles Ecosystem Transition Pathway – Co-creation and Co-Implementation Process

ส่วนหนึ่งของกลยุทธ์อุตสาหกรรมของสหภาพยุโรป (EU Industrial Strategy) ที่มุ่งส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านสู่ความยั่งยืน (Green Transition) และการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transition) รวมถึงการเพิ่มความยืดหยุ่นและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอในสหภาพยุโรป



อินเดีย

นโยบายการยกระดับเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมสิ่งทอ

(Amended Technology Upgradation Fund Scheme for Textile Industry : ATUFS)

มาตรการส่งเสริมจากภาครัฐอินเดียที่มุ่งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอปรับเปลี่ยนและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนด้านพลังงาน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ รัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายในการจ้างงานกว่า 3 ล้านตำแหน่งผ่านมาตรการสนับสนุนทุนแบบครั้งเดียว โดยให้เงินสนับสนุนร้อยละ 15 สำหรับกลุ่มสิ่งทอ เสื้อผ้า และสิ่งทอเทคนิค และร้อยละ 10 สำหรับภาคส่วนย่อยอื่นๆ

การสร้างนิคมอุตสาหกรรมสิ่งทอแบบบูรณาการ (Scheme for Integrated Textile Parks : SITP)

นโยบายที่มุ่งพัฒนาเขตอุตสาหกรรมสิ่งทอระดับโลก ด้วยโครงสร้างพื้นฐานที่ครบครัน เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย และมาตรฐานที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยมีเป้าหมายเพื่อเร่งรัดการลงทุนในพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยภาครัฐให้การสนับสนุนสูงสุดถึงร้อยละ 90 สำหรับ 2 โครงการนำร่องในบางมลรัฐ และสนับสนุนสูงสุดร้อยละ 40 ของต้นทุนโครงการในภาพรวม ปัจจุบันมีนิคมอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำนวน 22 แห่ง ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง



อินเดีย

นโยบายการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสิ่งทอเพื่อสร้างความยั่งยืนและสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดเล็ก (Sustainable and Accelerated Adoption of Efficient Textile Technologies to Help Small Industries : SAATHI)

เป็นความร่วมมือระหว่างกระทรวงพลังงานและกระทรวงสิ่งทอของอินเดีย ที่มุ่งส่งเสริมการยกระดับเทคโนโลยีการผลิตให้กับอุตสาหกรรมสิ่งทอขนาดกลางและขนาดเล็ก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตควบคู่กับการลดการใช้พลังงานและต้นทุน โดยภาครัฐจัดหาเครื่องทอพลังงานต่ำและมีประสิทธิภาพสูง โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายล่วงหน้า เบื้องต้นดำเนินการในพื้นที่นำร่องบางแห่งแล้ว เช่น อีซาลการ์นจี และสุรัต

นโยบายสิ่งทอแห่งชาติปี พ.ศ. 2567 (National Textile Policy 2024)

เป็นกรอบนโยบายระดับชาติของอินเดียที่มุ่งยกระดับอุตสาหกรรมสิ่งทอให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ผ่านการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลและอุตสาหกรรม 4.0 ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมีเป้าหมายให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการผลิตสิ่งทอเทคนิค และส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพ MSMEs ให้เข้าถึงตลาดโลกได้มากขึ้น มาตรการสนับสนุนประกอบด้วย การให้สินเชื่ออัตราพิเศษร้อยละ 5-7 เป็นเวลา 5-8 ปี พร้อมเพดานเงินสนับสนุนรายปี ร้อยละ 2-3 รวมถึงการอุดหนุนค่าไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียน ค่าจ้างแรงงาน และการฝึกอบรมสำหรับกลุ่มสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์และพึ่งพาตนเอง (Self-Help Group: SHG) เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถโดยรวมของภาคการผลิต



ไทย

Thailand Textile Tag

เป็นโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการโดยการให้สัญลักษณ์รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย ได้รับการพัฒนาคุณภาพ และผ่านการตรวจสอบตามหลักเกณฑ์มาตรฐานสากล โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีเป้าหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ให้มีคุณภาพตามหลักเกณฑ์การรับรองของ Thailand Textile Tag

เป้าหมาย

- 🎯 เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย
- 🎯 เพื่อพัฒนาสินค้ามีคุณภาพและสร้างมาตรฐานให้กับผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคภายใต้มาตรฐานสินค้าไทย
- 🎯 การใช้หลักเกณฑ์การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของเนื้อผ้า ความคงทนของสี ความปลอดภัยจากสารเคมีตกค้าง และวัตถุดิบที่ใช้และกระบวนการผลิตเกิดขึ้นในไทย

การส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภายใต้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุน ระยะ 5 ปี

เป็นการส่งเสริมการลงทุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อยกระดับเทคโนโลยี กระบวนการผลิต ชีตความสามารถ ของผู้ประกอบการ ด้วยวิสัยทัศน์ที่ต้องการส่งเสริมการลงทุน และเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไทยไปสู่เศรษฐกิจใหม่

เป้าหมาย

-  **Innovative** เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์
-  **Competitive** เป็นเศรษฐกิจที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถปรับตัวได้เร็ว และสร้างการเติบโตสูง
-  **Inclusive** เป็นเศรษฐกิจที่คำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งสร้างโอกาส และลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ

สิทธิประโยชน์

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายถูกจัดอยู่ภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในหมวดอุตสาหกรรมเบา ซึ่งอยู่ภายใต้เกณฑ์การสนับสนุนในระดับ A1 A2 A3 A4 และ B

	ยกเว้นภาษีเงินได้	ยกเว้นอากร นำเข้าเครื่องจักร	ยกเว้นอากร ของนำเข้า เพื่อวิจัย	ยกเว้นอากร วัตถุดิบผลิตเพื่อ ส่งออก	สิทธิประโยชน์ ทั่วไปภาษี
A1	✓	✓	✓	✓	✓
A2	✓	✓	✓	✓	✓
A3	✓	✓	✓	✓	✓
A4	✓	✓	✓	✓	✓
B	✗	✓	✓	✓	✓



Design
Excellence
Award

รางวัล Design Excellence Mark

เป็นรางวัลที่แสดงศักยภาพด้านการออกแบบของผู้ประกอบการและนักออกแบบไทยได้แสดงผลงานตลาดโลก ดำเนินการโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเน้นการส่งเสริมการออกแบบที่มีคุณค่า ใช้วัสดุการผลิตที่มีคุณภาพสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยอุตสาหกรรมสิ่งทอถูกจัดให้อยู่ในประเภทกลุ่มสินค้าเครื่องแต่งกาย / เครื่องประดับ และนวัตกรรมสิ่งทอ

เป้าหมาย

-  **ยกระดับสินค้าไทยสู่ระดับสากล:** สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าไทยผ่านการออกแบบที่มีคุณภาพ
-  **ส่งเสริมการพัฒนารูปแบบ:** กระตุ้นให้ผู้ประกอบการและนักออกแบบไทยพัฒนาสินค้าและบริการที่มีการออกแบบที่ดี
-  **สร้างโอกาสทางการค้า:** เปิดโอกาสให้สินค้าที่ได้รับรางวัล DEmark ได้รับการยอมรับและเข้าถึงตลาดต่างประเทศ

เกณฑ์การคัดเลือก

-  **การออกแบบ :** แนวคิดการออกแบบ กลยุทธ์การออกแบบสู่ตลาด คุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม
-  **การคิดเชิงนวัตกรรม:** ความคิดสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ ผลกระทบในอนาคต เทคโนโลยีหรือวัสดุใหม่
-  **คุณค่าต่อผู้ใช้งาน :** การใช้ประโยชน์ การออกแบบที่เป็นสากล ความสะดวกและการใช้งานที่ง่าย การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ความปลอดภัย
-  **ความยั่งยืน :** การออกแบบและการเลือกใช้วัสดุที่มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน การผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้โมเดลความยั่งยืน

องค์กร/หน่วยงานต้นแบบทั้งในและต่างประเทศ ที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ (Twin Transition)



สหรัฐอเมริกา Patagonia

Patagonia ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในห่วงโซ่อุปทานที่คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 95 ของกิจกรรมทั้งหมด จึงกำหนดเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศตามมาตรฐาน Science Based Target Initiative (SBTi) ให้สอดคล้องกับความตกลงปารีส ปี 2558 โดยในระยะสั้น (ภายในปี 2573) มุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1* และ 2** ร้อยละ 80 และ Scope 3*** ร้อยละ 55 ขณะที่เป้าหมายระยะยาว (ภายในปี 2583) คือ การลดการปล่อยทุก Scope ร้อยละ 90 และบรรลุเป้าหมาย Net-Zero ทั้งห่วงโซ่อุปทาน โดย Patagonia ได้บูรณาการเทคโนโลยีเพื่อดำเนินการตามเป้าหมายด้านความยั่งยืน เช่น การใช้ระบบตรวจสอบย้อนกลับวัสดุด้วยเทคโนโลยี Blockchain เพื่อขอรับรองมาตรฐาน Bluesign การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนานวัตกรรมการย้อมสีแบบ Solution Dyeing ที่ลดการใช้น้ำและพลังงาน และการเปลี่ยนมาใช้พลังงานหมุนเวียนในศูนย์ปฏิบัติงานทั่วโลก



สวีเดน H&M Group

H&M Group ได้เปลี่ยนแนวทางจากแฟชั่นตามกระแส (Fast Fashion) ที่เน้นการผลิตจำนวนมาก ไปสู่การผลิตเชิงหมุนเวียนควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืน โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ลงทุนในห้องทดลองและสายการผลิต เพื่อพัฒนาวิธีการผลิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนผ่านการลงทุนในบริษัทนวัตกรรมเช่น Infinited Fiber ที่ผลิตเส้นใยรีไซเคิล Infinna และร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์ในการเข้าถึงสินเชื่อสีเขียว (Green Loan) ให้กับซัพพลายเออร์ (Supplier) รวมถึงใช้พลังงานหมุนเวียนในโรงงานที่บึงกาฬเทศ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบ

*Scope 1 : การปล่อยทางตรง (Direct Emissions) จากแหล่งที่บริษัทเป็นเจ้าของหรือควบคุม

**Scope 2 : การปล่อยทางอ้อมจากพลังงานที่ซื้อ (Indirect Emissions from Energy) เช่น ไฟฟ้า ไอน้ำ ความร้อน และความเย็น

***Scope 3 : การปล่อยทางอ้อมอื่น ๆ (Other Indirect Emissions) เกิดขึ้นจากกิจกรรมของบริษัท แต่ไม่อยู่ในการควบคุมโดยตรง



ไทย

บริษัท พาลาติน เวอร์คแวร์ จำกัด

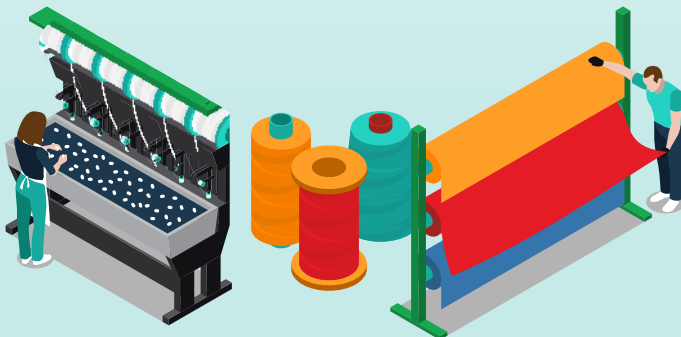
บริษัท พาลาติน เวอร์คแวร์ จำกัด มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเลือกใช้เส้นใยโพลีเอสเตอร์รีไซเคิลแทนวัสดุบริสุทธิ์ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้เศษผ้าส่วนเกินจากการบวนการผลิตและเส้นผ้าเก่า นำกลับมารีไซเคิลเป็นเส้นใยหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการใช้เคลือบพลาสติก PET มาเป็นผ้าโพลีเอสเตอร์ เพื่อลดการใช้พลังงานและทรัพยากรใหม่ ต่อยุ่แนวทางการผลิตที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

บริษัท ยูโนเด็ด เท็กซ์ไทล์ มิลล์ จำกัด

บริษัท ยูโนเด็ด เท็กซ์ไทล์ มิลล์ จำกัด ผสมผสานนวัตกรรมการผลิตกับแนวคิดด้านความยั่งยืน (ESG) ผ่านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีชีววิทยาสังเคราะห์ (Synthetic Biology) เพื่อลดการใช้สารเคมีในขั้นตอนฟอกย้อม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งเป้าในการเป็นผู้นำด้านการย้อมอย่างยั่งยืน พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล และเปิดโอกาสให้นักออกแบบต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสรรค์แฟชั่นเชิงนิเวศ

บริษัท เพอร์มา คอร์ปอเรชั่น

บริษัท เพอร์มา คอร์ปอเรชั่น พัฒนาเส้นใยนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ทั้งด้านเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม โดยนวัตกรรม เพอร์มา นาโนซิงค์ (Perma Nano Zinc) ผังอยู่ในเส้นใยแทนการเคลือบ ทำให้ลดการปนเปื้อนในแหล่งน้ำเมื่อซักล้างเสื้อผ้า นอกจากนี้ มีการพัฒนาเส้นใยรีไซเคิลและย่อยสลายได้ เช่น Perma Recycled และ Perma Biodegradable ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการขาย และการบริหารจัดการ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพทั้งองค์กรและขยายโอกาสในการเข้าถึงตลาด



การลงพื้นที่ เพอร์มา คอร์ปอเรชั่น



ผู้ผลิตและจำหน่ายสิ่งทอนวัตกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งพัฒนาเส้นใย “เพอร์มา นาโนซิงค์” (Perma Nano Zinc) ที่ใช้วัสดุรีไซเคิลร่วมกับนาโนเทคโนโลยี จนได้เส้นใยนวัตกรรมที่ยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ รวมทั้งใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการทำงานอย่างเข้มข้น อาทิ การวางแผนการผลิต การวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค การวางแผนการตลาด และการสื่อสารคุณค่าของสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ยังได้ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ที่ผลิตพลังงานสำหรับสำนักงานและกระบวนการผลิตเพื่อเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์



แนวคิดในการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

เพอร์มา คอร์ปอเรชั่น สะท้อนพลังของนวัตกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมองว่า “เทคโนโลยีไม่ใช่เพียงเครื่องมือ แต่คือโอกาสในการยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน” ความมุ่งมั่นในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย เป็นมิตรต่อโลก และตอบโจทย์อนาคต คือแรงบันดาลใจสำคัญที่สะท้อนว่า “ธุรกิจไทยก็สามารถเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงของโลกได้”



PALADIN



พาลาดิน เวิร์คแวร์

ผู้ผลิตชุดยูนิฟอร์มที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตสิ่งทอและเครื่องแต่งกายเฉพาะทาง อาทิ ชุดออกกำลังกาย และเครื่องแบบทำงาน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนควบคู่กับการปรับตัวด้านเทคโนโลยี จึงดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการเลือกใช้วัสดุรีไซเคิล อาทิ ขวด PET การนำเศษผ้ามาแปรรูป และการรีไซเคิลชุดยูนิฟอร์มที่หมดอายุการใช้งาน ซึ่งช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งยังผสานแนวคิดนี้กับวิสัยทัศน์องค์กรที่มุ่งสร้างแฟชั่นที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดในการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

พาลาดิน เวิร์คแวร์ มีวิสัยทัศน์ว่า “นวัตกรรมที่ยั่งยืนคือโอกาส ไม่ใช่ต้นทุน” โดยได้พัฒนาเส้นใยรีไซเคิลและกระดาษรีไซเคิล ซึ่งไม่เพียงตอบโจทย์สิ่งแวดล้อม แต่ยังตอกย้ำจุดยืนของแบรนด์ในฐานะผู้ผลิตชุดเครื่องแบบที่ตอบสนองโจทย์เฉพาะทาง บริษัทฯ เห็นว่าการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่คือโอกาสในการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไทยให้แข่งขันได้ในระดับโลก



SWOT Analysis

S จุดเด่น

S1 : การวิจัยและพัฒนาวัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยมีศักยภาพในการพัฒนาเส้นใยและวัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

S2 : การออกแบบที่มีความเป็นเอกลักษณ์และก้าวทันตามยุคสมัย ผู้ประกอบการไทยมีจุดแข็งด้านการออกแบบที่มีเอกลักษณ์และตอบโจทย์ตลาดเฉพาะ เช่น เสื้อผ้าสูงอายุ ชุดกีฬา และเครื่องแบบ โดยเน้นฟังก์ชันควบคู่กับการออกแบบ

S3 : การสนับสนุนผู้ประกอบการด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนผู้ประกอบการให้ปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งในด้านการผลิตและการตลาด ผ่านโครงการสนับสนุนเงินทุน การให้คำปรึกษาทางเทคนิค และการอบรมทักษะดิจิทัลและความยั่งยืน เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

W จุดด้อย

W1 : ข้อจำกัดด้านมาตรฐานและระบบการรับรอง อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายไทยขาดระบบรับรองมาตรฐานภายในประเทศที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ทำให้ต้องพึ่งพามาตรฐานต่างประเทศซึ่งมีต้นทุนสูง

W2 : ข้อจำกัดด้านเงินทุนและโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายไทยขาดความสามารถในการเข้าถึงทุนเพื่อวิจัยและพัฒนา และมาตรฐานสากล ขณะที่มาตรการของภาครัฐยังไม่เป็นระบบ และโครงสร้างการผลิตกระจุกตัวกระจาย

W3 : ข้อจำกัดด้านตลาดและการแข่งขัน อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายไทยยังเสียเปรียบด้านต้นทุนการผลิตและเทคโนโลยี และขาดมาตรการสนับสนุนการค้าและช่องทางตลาด

W4 : ข้อจำกัดด้านกำลังคนและความรู้ แรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายไทยลดลงทั้งปริมาณและคุณภาพ ขาดทักษะดิจิทัลและสิ่งแวดล้อม ขณะที่ระบบพัฒนาทักษะยังไม่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะผู้ประกอบการท้องถิ่นที่ต้องการการสนับสนุนทั้งองค์ความรู้และเครื่องมือ



0 โอกาส

O1 : การเติบโตของนวัตกรรมวัสดุและเส้นใยสิ่งทอเฉพาะทาง ไทยมีโอกาสเติบโตในตลาด Functional Textile ด้วยนวัตกรรมเส้นใยเฉพาะ ซึ่งตอบโจทย์ตลาดเฉพาะทางในอุตสาหกรรมสุขภาพและผู้สูงอายุ พร้อมต่อยอดด้วยฝีมือแรงงานและการออกแบบที่โดดเด่น

O2 : การขยายตัวของตลาดที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน กระแสที่ผู้บริโภคและภาครัฐทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญกับความยั่งยืน เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยที่ใช้วัสดุรีไซเคิลหรือผลิตภัณฑ์ BCG มากขึ้น

O3 : โอกาสจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในระบบการผลิตและการจัดการ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบการจัดการทรัพยากรองค์กร หรือปัญญาประดิษฐ์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และตอบสนองตลาดได้ดีขึ้น โดยผู้ประกอบการไทยเริ่มนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

O4 : การเปิดตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ตลาดภาครัฐเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะสินค้าที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม

T ความท้าทาย

T1 : การแข่งขันกับประเทศที่มีห่วงโซ่อุตสาหกรรมครบวงจร อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายไทยเผชิญความท้าทายด้านการแข่งขันกับประเทศที่มีระบบห่วงโซ่อุปทานครบวงจร อาทิ ประเทศจีน ที่มีห่วงโซ่อุปทานที่ครบถ้วนกว่า พร้อมกับกำลังการผลิตที่สูงกว่า จึงส่งผลให้สามารถขายสินค้าในราคาต่ำกว่า และมีสัดส่วนในตลาดที่มากกว่า

T2 : การปรับตัวต่อภาวะเบียดระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงเร็ว อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายเผชิญแรงกดดันจากภาวะเบียดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการตรวจสอบของประเทศคู่ค้า หากไทยไม่ปรับตัวเชิงนโยบาย อาจสูญเสียโอกาสในการเข้าถึงตลาดหลัก

T3 : การลดลงของประชากรและแรงงาน การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุส่งผลให้แรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายลดลง โดยเฉพาะแรงงานฝีมือ ขณะที่แรงงานรุ่นใหม่ไม่สนใจเข้าสู่อุตสาหกรรม ทำให้การถ่ายทอดความรู้และปรับตัวด้านเทคโนโลยีล่าช้า



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานภาครัฐ

การสนับสนุนการสร้างคลัสเตอร์ (Cluster) อุตสาหกรรม

มุ่งแก้ปัญหาในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรม ด้วยการส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่ และ SMEs เพื่อยกระดับสู่การผลิตที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยภาครัฐจะสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน โครงการฝึกอบรม สิทธิประโยชน์ และกลไกประสานงานในระดับคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไทยในระยะยาว

กลุ่มเป้าหมาย



ผู้ประกอบการส่งออกและเครื่องแต่งกายทุกรายในอุตสาหกรรม

การดำเนินการ



ประกาศ **Thai Textile Vision 2030** เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรม ที่ชัดเจนในระยะยาว และสร้างความต่อเนื่องในการดำเนินงาน



กำหนดสถานที่ พื้นที่ หรือจังหวัดที่เหมาะสมในการสร้างคลัสเตอร์



กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการส่งออก และเครื่องแต่งกาย ที่มีศักยภาพในการเติบโตได้ในอนาคต



สนับสนุนโครงสร้างหลัก อาทิ เครื่องจักร ระบบสาธารณูปโภค และอื่น ๆ



สนับสนุนโครงสร้าง/กิจกรรมสนับสนุนแรงงาน อาทิ ระบบโลจิสติกส์ และศูนย์ฝึกอบรมแรงงาน



จัดตั้งหน่วยงานกลางของคลัสเตอร์ที่มีหน้าที่เชื่อมโยงทุกหน่วยงานขับเคลื่อนนโยบาย และประสิทธิผล



สนับสนุนการวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ร่วมกับสถาบันวิจัย และสถานศึกษา ที่มีความเชี่ยวชาญ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา)
- กระทรวงอุตสาหกรรม (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
- กระทรวงแรงงาน (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ)
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สถาบันการศึกษาภายใต้สังกัดกระทรวงฯ และสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
- สมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

มาตรการยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย

มีเป้าหมายเพื่อแก้ไขข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี ความรู้ และต้นทุนในทุกขั้นตอนการผลิต ผ่านการสนับสนุนเงินทุนแบบจำแนกตามประเภทผู้ประกอบการและเครื่องจักร โดยเน้นการส่งเสริมการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย วัสดุยั่งยืน และระบบจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยสู่มาตรฐานสากล

กลุ่มเป้าหมาย



ผู้ประกอบการ
กลุ่มสิ่งทอ
ด้านเทคนิค



ผู้ประกอบการ
กลุ่มเส้นใย
พิเศษ



ผู้ประกอบการ
กลุ่มสิ่งทอ
แบบดั้งเดิม

การดำเนินการ



กำหนดเกณฑ์การคัดเลือก
ผู้ประกอบการ



กำหนดเกณฑ์การสนับสนุน
แต่ละประเภท

การสนับสนุน



เงินสนับสนุนสำหรับวิจัยและพัฒนา: ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าใหม่ วัสดุยั่งยืน และผลักดันการจับคู่งานวิจัยและการดำเนินการของภาคการผลิตที่มีความสอดคล้องกัน เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถต่อยอดผลงานวิจัยให้เกิดขึ้นจริง



เงินสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการผลิต (กลางน้ำ): ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่มีต้นทุนสูง เช่น ระบบการย้อมสีที่ประหยัดน้ำ และการจัดการกระบวนการผลิตแบบเรียลไทม์



เงินสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการกำจัดของเสีย (ปลายน้ำ): ส่งเสริมการลงทุนในระบบจัดการของเสีย เช่น ระบบแยกเส้นใยรีไซเคิล ระบบบำบัดน้ำเสีย และเทคโนโลยีแปรรูปขยะเป็นพลังงาน



เงินสนับสนุนในการยกระดับทักษะของแรงงาน ด้านดิจิทัลและสิ่งแวดล้อม: สนับสนุนการยกระดับทักษะแรงงานด้านดิจิทัล ทั้งในกระบวนการผลิต และระบบการจัดการอื่น ๆ พร้อมกับการสร้างความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา)
- กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
- กระทรวงแรงงาน (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ)
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล)
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ และสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย)
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
- สมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย
- ธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงิน
- สภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย

นโยบายเพื่อยกระดับสิ่งทอแบบหมุนเวียน

มุ่งส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านสู่การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้เข้าถึงมาตรฐานสากลและระบบตรวจสอบย้อนกลับด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อแก้ข้อจำกัดด้านองค์ความรู้ ต้นทุน และการเข้าถึงกฎระเบียบสิ่งแวดล้อม ทั้งในและต่างประเทศ

กลุ่มเป้าหมาย



ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายที่ต้องการเปลี่ยนผ่านด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี

การดำเนินการ



การดำเนินการด้านมาตรฐาน



การดำเนินการด้านวิจัยและพัฒนา



การดำเนินการด้านการตลาด



การดำเนินการประชาสัมพันธ์มาตรฐานสิ่งแวดล้อม



การสนับสนุนการตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องแต่งกายผ่านเครื่องมือดิจิทัล

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา)
- กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล)
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ และสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย)
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม และสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
- องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
- ธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงิน

นโยบายตลาดนำมาตรฐาน: ขับเคลื่อนสิ่งทอและเครื่องแต่งกายไทยด้วยข้อมูลคู่ค้าและกฎระเบียบสากล

มีเป้าหมายเพื่อยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องแต่งกายไทยให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลก โดยผลักดันการใช้ข้อมูลคู่ค้าและกฎระเบียบสากลเพื่อกำหนดแนวทางการผลิตและมาตรฐาน อีกทั้ง การส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล มาตรการจูงใจทางภาษี แพลตฟอร์มข้อมูลผลิตภัณฑ์ และเครือข่ายวัสดุเหลือใช้ เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเข้าสู่ตลาดโลกอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

กลุ่มเป้าหมาย



ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายทุกราย

การดำเนินการ



จัดทำศูนย์รวบรวมข้อมูล
ด้านมาตรฐานการค้าระหว่างประเทศ



พัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูล
สินค้าสิ่งทอไทย
(Thai Textile Product Database)



พิจารณาจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษา
หรือหน่วยงานในประเทศคู่ค้าสำคัญ
เพื่อประสานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ
และผู้ประกอบการในคลัสเตอร์
และวางมาตรการและนโยบาย
ในการยกระดับห่วงโซ่อุปทาน
ของอุตสาหกรรม



ปรับปรุงมาตรการจูงใจด้านภาษี
และเงินอุดหนุน



พัฒนาเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน
ของวัสดุเหลือใช้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ)
- กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- กระทรวงการคลัง (กรมสรรพากร และกรมศุลกากร)
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม)
- ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
- สมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย

ข้อเสนอแนะแนวทางการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ สำหรับภาคเอกชน



ผู้ประกอบการทั่วไป

การส่งเสริมและขับเคลื่อน นวัตกรรมและวิสาหกิจทางเลือก



เป้าหมาย: เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการควรเร่งพัฒนาวัสดุใหม่
ที่มีคุณสมบัติพิเศษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
โดยร่วมมือกับสถาบันวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า
และต่อยอดสู่ตลาดสากล

การยกระดับการผลิตด้วย เทคโนโลยีดิจิทัล



เป้าหมาย: เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
และความยืดหยุ่นในการผลิต

ผู้ประกอบการควรเริ่มต้นใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
พื้นฐาน เช่น ERP* และ CAD** เพื่อยกระดับ
การผลิตสู่ระบบอัจฉริยะที่ยืดหยุ่น แม่นยำ
และลดของเสีย

การปรับกระบวนการ ตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)



เป้าหมาย: เพื่อลดของเสีย
และเพิ่มมูลค่าห่วงโซ่คุณค่า
ของอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการควรนโยบายเศรษฐกิจหมุนเวียน
มาใช้ เพื่อลดของเสีย สร้างมูลค่าใหม่จากวัสดุเดิม
และส่งเสริมแบรนด์ที่ยั่งยืน ผ่านการจัดการ
และเทคโนโลยีดิจิทัล

การพัฒนากลยุทธ์การตลาด และแบรนด์ (Branding)



เป้าหมาย: เพิ่มช่องทางการเข้าถึง
ตลาดและมูลค่าสินค้าส่งออก
และเครื่องแต่งกายไทย

ควรสื่อสารแบรนด์ด้วยเรื่องราวความยั่งยืน
และนวัตกรรม ซึ่งช่วยสร้างความแตกต่าง
และเข้าถึงผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
ผ่านสื่อดิจิทัลและเครือข่ายธุรกิจยั่งยืน

หมายเหตุ: * Enterprise Resource Planning (ERP) ระบบการจัดการทรัพยากรองค์กร

** Computer-Aided Design (CAD) โปรแกรมช่วยในการออกแบบด้วยการประมวลผล

ข้อเสนอแนะแนวทางการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ สำหรับภาคเอกชน



ผู้ประกอบการ SMEs

การยกระดับทักษะแรงงานให้พร้อม กับเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม



เป้าหมาย: เพื่อยกระดับในด้านทักษะ
และองค์ความรู้ด้านดิจิทัล
และสิ่งแวดล้อมของแรงงาน
ในอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการ SMEs ควรเน้นการฝึกอบรม
เชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องจักร
อัตโนมัติ ระบบดิจิทัล และแนวทางการผลิต
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การปรับตัวด้วยการออกแบบ ผลิตภัณฑ์เฉพาะทาง



เป้าหมาย: เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขันของผู้ประกอบการ
ในตลาดทางเลือก

ผู้ประกอบการ SMEs ควรเน้นการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราว เช่น เสื้อผ้าผู้สูงอายุ
สิ่งทอทางการแพทย์ และเสื้อผ้าที่ผลิตด้วย
วัสดุทางเลือกที่ให้ความสบายเมื่อสวมใส่
จากการใช้วัสดุธรรมชาติและปลอดภัย

การใช้ประโยชน์จากมาตรการ สนับสนุนของภาครัฐ



เป้าหมาย: เพื่อขยายความร่วมมือ
กับหน่วยงานภาครัฐ และขยาย
ช่องทางในการลดภาระต้นทุน
ที่ SMEs ต้องแบกรับในการผลิต

ผู้ประกอบการ SMEs ควรเริ่มจากการเข้าร่วม
โครงการ หรือมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐ
เพื่อเปิดช่องทางในการพัฒนา และยกระดับ
เทคโนโลยีพร้อมกับองค์ความรู้ของพนักงาน
ในองค์กร ในการสร้างความแตกต่าง
ในด้านนวัตกรรม

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ระหว่างภาคเอกชน



เป้าหมาย: เพื่อยกระดับศักยภาพ
ของผู้ประกอบการ SMEs
ในภาพรวม

ผู้ประกอบการ SMEs ควรจัดตั้งคณะกรรมการ
และกำหนดเป้าหมายในการเปลี่ยนผ่าน
แบบควบคู่ของอุตสาหกรรมให้ชัดเจน
เพื่อเป็นแนวทางที่ตรงตามความต้องการ
ของผู้ประกอบการในเครือข่าย และเพื่อ
การพัฒนาในระยะยาว พร้อมทั้งสร้างเครือข่าย
ของภาคเอกชนในห่วงโซ่อุปทาน (Vertical)
เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและความสมบูรณ์
ของห่วงโซ่อุปทานให้ทัดเทียมกับประเทศผู้ผลิต
รายใหญ่ได้



อุตสาหกรรม เฟอร์นิเจอร์

สถานการณ์การค้า การผลิต และการลงทุน



การส่งออก ปี 2567

มูลค่า 164,954.10 ล้านบาท

▲ 9.49% จากปี 2566



จีน

30.40%



สหรัฐอเมริกา

24.20%



สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

5.67%



มาเลเซีย

4.82%



เกาหลีใต้

4.74%

ประเทศคู่ค้าที่ไทยส่งออกเฟอร์นิเจอร์มากที่สุด คือ **จีน** มีมูลค่าส่งออก 50,153.92 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.40 ของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดของไทย รองลงมา ได้แก่ **สหรัฐอเมริกา** มูลค่า 39,913.74 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.20 **สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์** มูลค่า 9,352.35 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.67 **มาเลเซีย** มูลค่า 7,950.32 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.82 และ **เกาหลีใต้** มูลค่า 7,821.89 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.74 โดยการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าเกี่ยวเนื่องของไทย ในช่วง ปี 2562-2567 เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9.56 ต่อปี แสดงถึงแนวโน้ม การขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

จากการประมวลผลตามช่วงการผลิตของห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม พบว่า ในปี 2567 มูลค่าการส่งออก เฟอร์นิเจอร์และสินค้าเกี่ยวเนื่อง ประกอบด้วย **สินค้าต้นน้ำ** มูลค่า 216.83 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 0.13 ของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าเกี่ยวเนื่องของไทย **สินค้ากลางน้ำ** มูลค่า 98,670.12 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.82 และ **สินค้าปลายน้ำ** มูลค่า 66,067.16 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 40.05 โดยการส่งออกสินค้า สินค้ากลางน้ำและปลายน้ำมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า

มูลค่าส่งออกสินค้าในแต่ละห่วงโซ่คุณค่า ปี 2567

ต้นน้ำ (สัดส่วน 0.13%)	216.83 ล้านบาท ▼ 3.02%
กลางน้ำ (สัดส่วน 59.82%)	98,670.12 ล้านบาท ▲ 7.77%
ปลายน้ำ (สัดส่วน 40.05%)	66,067.16 ล้านบาท ▲ 12.23%



อุตสาหกรรม เฟอร์นิเจอร์



การนำเข้า ปี 2567

มูลค่า 74,661.75 ล้านบาท

▲ 12.32% จากปี 2566



จีน
71.38%



เวียดนาม
3.95%



มาเลเซีย
2.84%



ญี่ปุ่น
2.54%



สหรัฐอเมริกา
2.50%

ประเทศคู่ค้าที่ไทยนำเข้าเฟอร์นิเจอร์มากที่สุด คือ **จีน** มีมูลค่านำเข้า 53,296.86 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 71.38 ของการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดของไทย รองลงมา ได้แก่ **เวียดนาม** มูลค่า 2,952.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.95 **มาเลเซีย** มูลค่า 2,123.84 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.84 **ญี่ปุ่น** มูลค่า 1,894.75 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.54 และ **สหรัฐอเมริกา** มูลค่า 1,865.50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.50 โดยการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์และสินค้าเกี่ยวเนื่องของไทยในช่วงปี 2562-2567 เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.23 ต่อปี

จากการประมวลผลตามช่วงการผลิตของห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม พบว่า ในปี 2567 มูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์และสินค้าเกี่ยวเนื่อง ประกอบด้วย **สินค้าต้นน้ำ** มูลค่า 223.56 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.30 ของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทย **สินค้ากลางน้ำ** มูลค่า 16,233.41 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21.74 และ **สินค้าปลายน้ำ** มูลค่า 58,204.78 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 77.96 โดยการนำเข้าสินค้าในทุกช่วงของห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า



มูลค่านำเข้าสินค้าในแต่ละห่วงโซ่คุณค่า ปี 2567

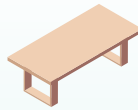
ต้นน้ำ (สัดส่วน 0.30%)	223.56 ล้านบาท ▲ 42.70%
กลางน้ำ (สัดส่วน 21.74%)	16,233.41 ล้านบาท ▲ 1156%
ปลายน้ำ (สัดส่วน 77.96%)	58,204.78 ล้านบาท ▲ 12.44%

การผลิต

จากฐานข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ในปี 2567 อัตราการเติบโตการผลิตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากปีก่อนหน้า โดยเครื่องเรือนทำด้วยไม้ มีปริมาณการผลิต 7.07 ล้านชิ้น คิดเป็นร้อยละ 87.18 ของการผลิตทั้งหมด เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากปีก่อนหน้า และเครื่องเรือนทำด้วยโลหะ มีปริมาณการผลิต 1.05 ล้านชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.82 ลดลงร้อยละ 11 จากปีก่อนหน้า ดังนั้น การผลิตเครื่องเรือนทำด้วยไม้จึงมีอิทธิพลต่อการเติบโตของการผลิตภาพรวมของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

อัตราการเติบโตการผลิต เฉลี่ยรวมปี 66 - 67

▲ 4 %



ต้นน้ำ
เครื่องเรือนทำด้วยไม้
เครื่องเรือนทำด้วยโลหะ

▲ 6 %
▼ 11 %

การจัดจำหน่าย

ข้อมูลมูลค่าการจัดจำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์เป็นอีกปัจจัยสำคัญในการบ่งบอกถึงสถานการณ์ความต้องการของตลาด โดยในปี 2567 มูลค่าในการจำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์รวมทั้งสิ้น 9.99 พันล้านบาท ซึ่งเติบโตจากปี 2566 ในอัตราร้อยละ 9 นับว่าเป็นสัญญาณที่ดีจากความต้องการของผู้บริโภคในตลาดที่มีความต้องการสินค้าเฟอร์นิเจอร์จากไทยมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งต่างจากข้อมูลมูลค่าการจัดจำหน่ายในช่วงปี 2565 - 2566 ที่มีอัตราการหดตัวของการจัดจำหน่าย

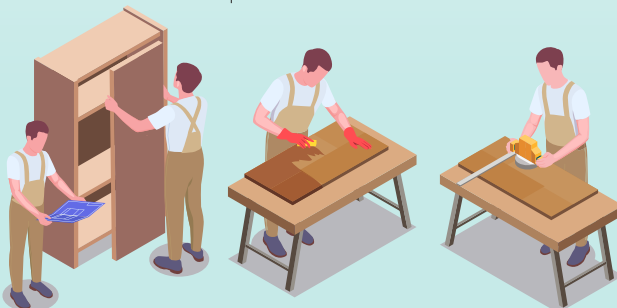
มูลค่าการจัดจำหน่ายเฉลี่ย ปี 66-67

▲ 9 %



ปลายน้ำ
เครื่องเรือนทำด้วยไม้
เครื่องเรือนทำด้วยโลหะ

▲ 8 %
▲ 12 %



แรงงาน

ข้อมูลเกี่ยวกับแรงงานของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์สะท้อนถึงแนวโน้มการจ้างงาน และความสามารถในการทำงานของแรงงานในอุตสาหกรรม โดยในปี 2567 **ค่าเฉลี่ยดัชนีแรงงาน** ของ **TSIC31** เท่ากับ 92 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 จากปีก่อนหน้า และลดลงร้อยละ 8 จากปีฐาน สำหรับ**ค่าเฉลี่ยผลิตภาพแรงงาน** เท่ากับร้อยละ 85 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 จากปีก่อนหน้า แต่ลดลงร้อยละ 15 จากปีฐาน สะท้อนว่า การจ้างงานและผลิตภาพของแรงงานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ค่อนข้างทรงตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แต่มีแนวโน้มลดลงเมื่อเทียบกับปีฐาน

TSIC 31
เฟอร์นิเจอร์



ค่าเฉลี่ยดัชนีแรงงาน

92

▲ 0.3% จากปี 66

▼ 8% จากปีฐาน (ปี 64)



ค่าเฉลี่ยดัชนีผลิตภาพแรงงาน

85

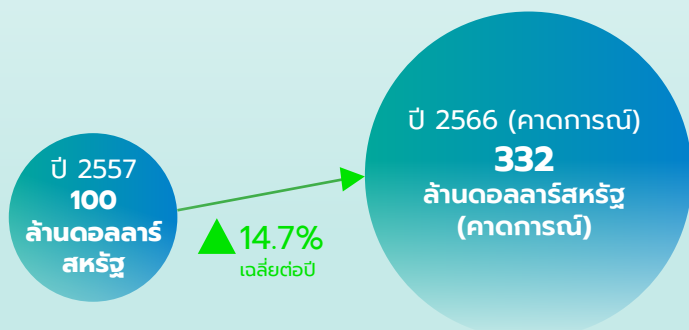
▲ 0.4% จากปี 66

▼ 15% จากปีฐาน (ปี 64)

การลงทุน

เมื่อพิจารณาข้อมูลในด้านการลงทุนที่สะท้อนในยอดคงค้างเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ จากรายงานของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ พบว่า ข้อมูลยอดคงค้างเงินลงทุนจากต่างประเทศ ระหว่างปี 2557 – 2567 มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 14.7 และคาดการณ์ว่าในไตรมาสที่ 1 ของปี 2567 จะมีอัตราการเติบโตร้อยละ 0.8 จากปีก่อนหน้า ซึ่งนับว่าเป็นสัญญาณที่ดีของการลงทุนในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

ยอดเงินคงค้างเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ
ของอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไทย



แนวโน้มสำคัญที่เกี่ยวข้อง และสถานการณ์ เกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

จากการวิจัยของแพลตฟอร์ม Zoulak ที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการคาดการณ์พฤติกรรมผู้บริโภค สะท้อนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในปี 2568



การเน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง
(Consumer-Centric Approach)



สไตล์โมเดิร์นและอุตสาหกรรม
(Modern and Industrial Styles)



สนับสนุนการใช้วัสดุที่ยั่งยืน
(Sustainable Materials)



การผสานเทคโนโลยี
(Technological Integration)



การบริการหลังการขาย
ที่มีประสิทธิภาพ
(Enhanced After-Sales Service)



การเจาะกลุ่มลูกค้า
ที่ย้ายถิ่นฐาน
(Targeting New Movers)



โมเดลธุรกิจแบบตรงถึง
ผู้บริโภค (Direct-to-Consumer: DTC Models)



การพาณิชย์ผ่านมือถือ
และการมองเห็นแบบ 3 มิติ
(Mobile Commerce & 3D Visualization)



การออกแบบที่ปรับเปลี่ยนได้
และมีหลายฟังก์ชัน (Modular & Multifunctional Designs)

นโยบายและมาตรการของไทยและต่างประเทศ ภายใต้การเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ (Twin Transition)



สหภาพยุโรป

European Union Timber Regulation (EUTR)

มุ่งป้องกันการนำเข้าไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ที่มาจาก การตัดไม้ผิดกฎหมาย โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินการตรวจสอบแหล่งที่มาอย่างรอบคอบ (Due Diligence) ให้เป็นไปตามกฎหมายของประเทศต้นทาง รวมถึงการจำกัดหรือเรียกคืนผลิตภัณฑ์จะต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม และควรสอดคล้องกับหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กฎหมายสินค้าปลอดการตัดไม้ทำลายป่า (EU Deforestation Regulation: EUDR)

EUDR เป็นกฎหมายที่ห้ามการซื้อขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการตัดไม้ทำลายป่า โดยกำหนดให้สินค้าที่นำเข้าและส่งออกจากสหภาพยุโรปซึ่งครอบคลุม 7 สินค้า ได้แก่ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ข้าว ไม้ กาแฟ โกโก้ และถั่วเหลือง รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสินค้าเหล่านี้ (Derived products) อาทิ ยางรถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ กระดาษ เครื่องหนังสัตว์ ต้องตรวจสอบและรายงานที่มาของสินค้าเพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดไม้ทำลายป่าหรือการทำให้ป่าเสื่อมโทรม

Vocational Education and Training (VET)

โครงการที่มุ่งเสริมสร้างทักษะแรงงานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ โดยเน้นการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนและดิจิทัล เพื่อยกระดับขีดความสามารถของห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบ มาตรการสำคัญประกอบด้วยโครงการ WOODIGITAL ที่พัฒนาทักษะดิจิทัลผ่านหลักสูตรฝึกอบรมแบบผสมผสาน และโครงการ QE-WOOD ที่เน้นคุณภาพการฝึกอบรมสายอาชีพ (Technical and Vocational Education and Training) พร้อมระบบรับรองมาตรฐาน เพื่อเตรียมแรงงานให้พร้อมเข้าสู่ตลาด



สิงคโปร์

แผน Furniture Industry Roadmap 2025

จัดทำโดย Singapore Furniture Industries Council (SFIC)

มุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของสิงคโปร์ให้เป็นศูนย์กลางด้านความยั่งยืนและนวัตกรรมของอาเซียน โดยเน้นการพัฒนา 3 เสาหลัก ได้แก่ ความคล่องตัวทางตลาด การออกแบบที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตในเมือง และการปรับตัวขององค์กร มาตรการสำคัญประกอบด้วย การใช้เทคโนโลยีในการออกแบบการผลิต โครงการ Design Innovation Programme ที่สนับสนุนงบประมาณ และสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการและนักออกแบบ และโครงการ Sustainability Leadership Programme ที่สนับสนุนการพัฒนาการบริหารจัดการการผลิตอย่างยั่งยืน



ไทย

มาตรฐานฉลากเขียว (Green Label)



เป็นโครงการรับรองผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ ซึ่งริเริ่มโดยองค์การธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐหลายแห่ง เพื่อส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และวัสดุก่อสร้างจากไม้

เป้าหมาย

-  เพื่อสร้างความตระหนักในการป้องกันการสร้างมลพิษ และลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตในกลุ่มผู้ประกอบการ
-  เพื่อกระตุ้นให้ผู้ผลิต หันมาใช้เทคโนโลยีสะอาด เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย
-  เพื่อกระตุ้นให้รัฐบาลและเอกชน ร่วมกันฟื้นฟูและรักษาสังแวดล้อม
-  เพื่อลดปัญหาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมารบริโภค

ข้อกำหนด

- ผลิตภัณฑ์ต้องทำจากไม้ที่มาจากแหล่งที่มีสิทธิ์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย หรือผู้ผลิตต้องได้รับการรับรองระบบมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการสวนป่าอย่างยั่งยืน
- ต้องไม่ใช้สารก่อมะเร็งในการผลิตตามที่ระบุใน Table 3.1 of Annex VI ของกฎระเบียบ Regulation (EC) No 1272/2008 ของสหภาพยุโรป
- วัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์ต้องเป็นวัสดุสำหรับพื้นผิวไม้ (wood substrate) ที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฉลากเขียว

การส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภายใต้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุน ระยะ 5 ปี

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มีการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อยกระดับเทคโนโลยี กระบวนการผลิต ชีตความสามารถของผู้ประกอบการ และเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไทย ไปสู่เศรษฐกิจใหม่

เป้าหมาย

-  **Innovative** เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์
-  **Competitive** เป็นเศรษฐกิจที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถปรับตัวได้เร็ว และสร้างการเติบโตสูง
-  **Inclusive** เป็นเศรษฐกิจที่คำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งสร้างโอกาส และลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ

สิทธิประโยชน์

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ถูกจัดอยู่ภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในหมวดอุตสาหกรรมเบา (กิจการผลิตเฟอร์นิเจอร์หรือชิ้นส่วน) ซึ่งอยู่ภายใต้เกณฑ์การสนับสนุนในระดับ B

	ยกเว้นภาษีเงินได้	ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร	ยกเว้นอากรของนำเข้าเพื่อวิจัย	ยกเว้นอากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก	สิทธิประโยชน์ที่ไม่ใช่ภาษี
B					

รางวัล Design Excellence Mark

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้ริเริ่มโครงการเพื่อมอบรางวัลที่แสดงศักยภาพด้านการออกแบบของผู้ประกอบการและนักออกแบบไทยได้แสดงผลงานสู่ตลาดโลก โดยเน้นการส่งเสริมการออกแบบที่มีคุณค่าใช้วัสดุการผลิตที่มีคุณภาพสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย

-  **ยกระดับสินค้าไทยสู่ระดับสากล:** สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าไทยผ่านการออกแบบที่มีคุณภาพ
-  **ส่งเสริมการพัฒนาการออกแบบ:** กระตุ้นให้ผู้ประกอบการและนักออกแบบไทยพัฒนาสินค้าและบริการที่มีการออกแบบที่ดี
-  **สร้างโอกาสทางการค้า:** เปิดโอกาสให้สินค้าที่ได้รับรางวัล DEmark ได้รับการยอมรับและเข้าถึงตลาดต่างประเทศ

เกณฑ์การคัดเลือก

-  **การออกแบบ :** แนวคิดการออกแบบ กลยุทธ์การออกแบบสู่ตลาด คุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม
-  **การคิดเชิงนวัตกรรม:** ความคิดสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ ผลกระทบในอนาคต เทคโนโลยีหรือวัสดุใหม่
-  **คุณค่าต่อผู้ใช้งาน :** การใช้ประโยชน์ การออกแบบที่เป็นสากล ความสะดวกและการใช้งานที่ง่าย การตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภค ความปลอดภัย
-  **ความยั่งยืน :** การออกแบบและการเลือกใช้วัสดุที่มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน การผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้โมเดลความยั่งยืน



**Design
Excellence
Award**



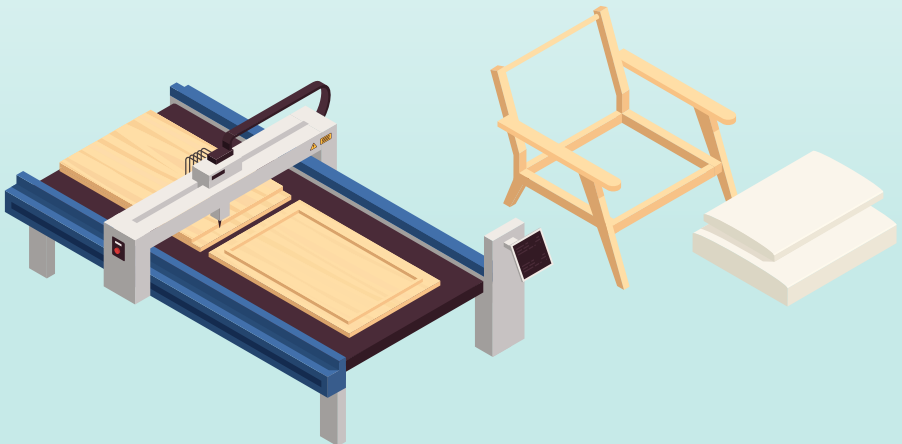
องค์กร/หน่วยงานต้นแบบทั้งในและต่างประเทศ ที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่าน แบบควบคู่ (Twin Transition)



IKEA บูรณาการเทคโนโลยีกับแนวทางความยั่งยืน เพื่อตอบสนองต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ความเหลื่อมล้ำ และความไม่แน่นอนด้านการบริโภค ภายในปี 2573 IKEA ตั้งเป้าหมายหลัก 3 ด้าน ได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพ และวิถีชีวิตที่ยั่งยืนให้เข้าถึงได้ง่ายและราคาเหมาะสม การเลิกใช้วัสดุที่ไม่หมุนเวียนและเชื้อเพลิงฟอสซิล เพื่อช่วยจำกัดภาวะโลกร้อน และการสร้างสังคมที่เป็นธรรมโดยยึดหลักสิทธิมนุษยชน



Oppein บูรณาการเทคโนโลยีและความยั่งยืนเข้ากับทุกกระบวนการในห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ความสำคัญกับการลดการใช้พลังงานและก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ผ่านการใช้เทคโนโลยีสะอาดและพลังงานแสงอาทิตย์ ส่งเสริมการผลิตสะอาด การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ การเลิกใช้วัสดุที่ผ่านการรับรองสิ่งแวดล้อม และการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มงวด อีกทั้ง พัฒนานวัตกรรมบ้านอัจฉริยะร่วมกับ Huawei เพื่อเชื่อมต่อเฟอร์นิเจอร์เข้ากับระบบดิจิทัล ตอบโจทย์การใช้ชีวิตยุคใหม่อย่างยั่งยืน





Index Living Mall

Index Living Mall ดำเนินมาตรการที่หลากหลาย เช่น การใช้พลังงานแสงอาทิตย์เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การบริหารจัดการขยะแบบ Zero Waste และการจัดการน้ำอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งส่งเสริมการออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในด้านเทคโนโลยี ได้ลงทุนในเครื่องจักรอัจฉริยะและพัฒนากระบวนการผลิตแบบยืดหยุ่น เพื่อรองรับการผลิตเฉพาะบุคคล (Customization) อย่างมีประสิทธิภาพ

ฮาร์ว (HARV)

HARV เป็นแบรนด์เฟอร์นิเจอร์รุ่นใหม่ที่เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ (Twin Transition) โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ในทุกกระบวนการ ทั้งการเลือกใช้วัสดุยั่งยืน เช่น แผ่นปาร์ติเกิลบอร์ดจากเศษไม้ยางพาราและกาวปลอดฟอร์มาลดีไฮด์ การออกแบบที่ลดเศษวัสดุให้เหลือน้อยที่สุด และการรับคืนหรือซ่อมสินค้าเพื่อยืดอายุการใช้งาน



การลงพื้นที่ เพิ่มคุณค่า

est. 1994

PKK+

CHONBURI

แบรนด์เฟอร์นิเจอร์ที่เกิดจากความตั้งใจของทายาทสวนป่าในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน โดยเน้นการใช้ไม้จากป่าปลูกที่มีการจัดการอย่างรับผิดชอบ ผสานองค์ความรู้ด้านวนเกษตรเข้ากับเทคโนโลยีการผลิต และกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล เพื่อสร้างคุณค่าให้กับทั้งผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล การออกแบบที่เรียบง่ายแต่เปี่ยมด้วยอัตลักษณ์ ทำให้แบรนด์โดดเด่นในตลาดผู้บริโภคที่ใส่ใจความยั่งยืน

แนวคิดในการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

เพิ่มคุณค่า เชื่อมั่นว่า “การพัฒนาอุตสาหกรรมสามารถเติบโตไปพร้อมกับชุมชนและสิ่งแวดล้อมได้” และมองเห็นคุณค่าของการแปรูปไม้จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ไม่ใช่เพียงเพื่อสร้างกำไร แต่เพื่อยกระดับความมั่นคงของเกษตรกรรายย่อยและระบบเศรษฐกิจฐานราก การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สะท้อนวิสัยทัศน์ใหม่ที่เชื่อมโยงความยั่งยืนกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างกลมกลืน



โลกา (Loqa)

แบรนด์ไทยที่สร้างสรรค์วัสดุก่อสร้างและเฟอร์นิเจอร์จากวัสดุเหลือทิ้งของอุตสาหกรรม เช่น เซรามิกและแก้ว โดยยึดแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและการออกแบบอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการเปลี่ยนของเสียให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ พร้อมสื่อสารคุณค่าผ่านดีไซน์ร่วมสมัยและเรื่องราวของวัสดุอย่างมีความหมาย Loqa จึงเป็นตัวอย่างของผู้ประกอบการ SMEs ที่เปลี่ยนผ่านสู่ความยั่งยืนได้อย่างสร้างสรรค์และเป็นรูปธรรม

แนวคิดในการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

โลกา ได้แสดงจุดยืนในการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่บนอัตลักษณ์ของแบรนด์ที่เชื่อว่า “การออกแบบที่ดี ต้องรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม” ด้วยการนำวัสดุเหลือทิ้ง เช่น เซรามิก เป็นหัวใจของงานสร้างสรรค์และการนำดิจิทัลมาเสริมพลังให้เรื่องราวของแบรนด์เข้าถึงผู้คนได้อย่างลึกซึ้ง โลกาจึงเป็นตัวอย่างของผู้ประกอบการที่เปลี่ยนผ่านด้วยความเชื่อมั่นในคุณค่าที่ตนเองสร้าง และสื่อสารออกสู่โลก



SWOT Analysis

S จุดเด่น

S1 : ความสามารถด้านการออกแบบที่มีเอกลักษณ์และร่วมสมัย อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยมีจุดแข็งด้านการออกแบบที่ผสมผสานเอกลักษณ์ท้องถิ่นกับแนวคิดร่วมสมัย ตอบโจทย์ผู้บริโภครุ่นใหม่และสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านความยั่งยืนและเรื่องราวของวัสดุ

S2 : การเริ่มต้นประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในกระบวนการออกแบบและการผลิต แม้อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น แต่เริ่มนำเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มออนไลน์มาใช้ในการออกแบบและการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและตอบโจทย์ผู้บริโภคได้แม่นยำยิ่งขึ้น

S3 : การสนับสนุนจากภาครัฐในด้านการออกแบบและพัฒนาเทคโนโลยี ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ผ่านการอบรม การเข้าถึงแหล่งทุน และการส่งเสริมเทคโนโลยีดิจิทัล

S4 : ความตระหนักในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์บางรายเริ่มปรับใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ด้วยการนำทรัพยากรอย่างคุ้มค่า นำเศษวัสดุกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดของเสียและตอบโจทย์ตลาดที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

W จุดด้อย

W1 : ข้อจำกัดด้านเงินทุนและการสนับสนุนเชิงระบบ ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ยังเข้าถึงแหล่งทุนและมาตรการรัฐได้จำกัด โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และมาตรการสนับสนุนการลงทุนที่ยังไม่ถูกจัดเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก

W2 : ต้นทุนการผลิตและระบบเศรษฐกิจที่ไม่สมดุล ต้นทุนการผลิตที่สูงและกำลังซื้อในประเทศที่ลดลงทำให้เฟอร์นิเจอร์ไทยเข้าถึงยากสำหรับผู้บริโภคทั่วไป

W3 : ข้อจำกัดด้านแรงงานและองค์ความรู้ แรงงานเฟอร์นิเจอร์ไทยลดลงทั้งจำนวนและคุณภาพขาดทักษะดิจิทัลและความเข้าใจสิ่งแวดล้อม ทำให้การใช้เทคโนโลยีล่าช้า

W4 : ปัญหาด้านวัตถุดิบและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง ปัญหาคุณภาพไม้และระบบรับรองที่ไม่เป็นที่ยอมรับทำให้ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไทยต้องนำเข้าไม้ต้นทุนสูง ขณะเดียวกันต้นทุนการขอมาตรฐานสูงโดยไม่มี การสนับสนุน

W5 : ข้อจำกัดด้านระบบนิเวศภาครัฐและความร่วมมือระดับภูมิภาค ระบบราชการที่ซับซ้อนและขาดการบูรณาการส่งผลให้ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ไทยเผชิญภาระสูง ขณะเดียวกันไทยยังขาดความร่วมมือระดับภูมิภาคในการยกระดับอุตสาหกรรม

W6 : ข้อจำกัดอุปทานวัสดุเหลือใช้ ผู้ประกอบการบางราย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ระดับโลก ประสบปัญหาขาดแคลนวัสดุเหลือใช้ที่เป็นวัสดุหลักในการผลิต ซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตภาพรวม



0 โอกาส

O1 : การเติบโตของตลาดวัสดุทางเลือกและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ตลาดวัสดุทางเลือกที่ยั่งยืนกำลังเติบโตทั้งในและต่างประเทศ โดยผู้บริโภครุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

O2 : การเปิดตลาดผ่านกลไกจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเป็นโอกาสใหม่สำหรับผู้ผลิตสินค้ายั่งยืน โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์จากวัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หากมีนโยบายสนับสนุนที่ชัดเจนจะช่วยสร้างแรงจูงใจและยกระดับผู้ประกอบการ

O3 : โอกาสจากการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์เริ่มปรับใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการออกแบบ การจัดการทรัพยากร และการขาย ซึ่งช่วยลดของเสียและตอบสนองตลาดอย่างยืดหยุ่นมากขึ้น

T ความท้าทาย

T1 : ความสามารถในการแข่งขันเชิงโครงสร้างที่จำกัด อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยต้องเผชิญความท้าทายในด้านอำนาจในการแข่งขัน โดยเฉพาะกับจีน ที่มีเทคโนโลยีและห่วงโซ่อุปทานครบวงจรและต้นทุนต่ำ ส่งผลให้ครองตลาดกลางถึงล่างที่เน้นราคามากกว่า

T2 : ความเข้มงวดของกฎระเบียบจากประเทศคู่ค้า กฎระเบียบใหม่จากประเทศคู่ค้า เช่น EU Deforestation Regulation (EUDR) และ Forest Stewardship Council (FSC) กำหนดให้ต้องมีการตรวจสอบแหล่งไม้ที่เข้มงวด หากไทยไม่มีแผนรับมือ อาจเสี่ยงถูกกีดกันทางการค้าและสูญเสียตลาดสำคัญ

T3 : ความเสี่ยงจากความผันผวนของวัตถุดิบนำเข้า อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ไม้ในไทยยังพึ่งพาไม้สักนำเข้าจากเมียนมา ซึ่งเสี่ยงต่อความผันผวนจากปัจจัยภายนอก และอาจกระทบต่อการผลิตและต้นทุน หากไม่มีมาตรการรองรับที่ชัดเจน



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานภาครัฐ

การสนับสนุนการสร้างคลัสเตอร์ (Cluster) อุตสาหกรรม

มีเป้าหมายเพื่อยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการไทยสู่การผลิตที่ใช้เทคโนโลยีและยั่งยืน ผ่านการสนับสนุนของภาครัฐด้วยการจัดตั้งคลัสเตอร์ในพื้นที่ศักยภาพ สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ เครื่องจักรหนัก ระบบสาธารณูปโภค การอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรม การเข้าถึงช่องทางตลาด และการสนับสนุนเงินทุน เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มผลิต พัฒนา และแข่งขันในระดับสากลอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

กลุ่มเป้าหมาย



ผู้ประกอบการเพอร์นิเจอร์ทุกราย

การดำเนินการ



ประกาศ **Thai Furniture Vision 2030** เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ชัดเจนในระยะยาว และสร้างความต่อเนื่องในการดำเนินงาน



กำหนดสถานที่ พื้นที่ หรือจังหวัดที่เหมาะสมในการสร้างคลัสเตอร์



กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการเพอร์นิเจอร์ที่มีศักยภาพในการเติบโตได้ขนาด



สนับสนุนโครงสร้างหลัก อาทิ เครื่องจักร ระบบสาธารณูปโภค และอื่น ๆ



สนับสนุนเครื่องจักรหนัก อาทิ เครื่องตัด เครื่องจักรปัดขอบ เครื่องจักรเจาะ



สนับสนุนโครงสร้าง สนับสนุนแรงงาน อาทิ ระบบโลจิสติกส์ ศูนย์ฝึกอบรมแรงงาน



สนับสนุนด้านตลาด ทั้งในและต่างประเทศ



กำหนดกรอบเงินสนับสนุน เพื่อเป็นแรงจูงใจ ประกอบด้วย เงินสนับสนุนสำหรับโครงสร้างที่สร้างใหม่ และที่ปรับปรุง/ขยาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา)
- กระทรวงอุตสาหกรรม (การนิคมอุตสาหกรรม แห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
- กระทรวงแรงงาน (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ)
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สถาบันศึกษาภายใต้สังกัด กระทรวงฯ และสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย)
- กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร และสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
- สมาคมเพอร์นิเจอร์ไทย และสมาคมธุรกิจไม้
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

โปรแกรมการเสริมสร้างศักยภาพด้านดิจิทัล และการตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมให้กับตลาดแรงงาน

มุ่งยกระดับทักษะของแรงงานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ โดยภาครัฐส่งเสริมผ่านหลักสูตรอบรม การรับรองวิชาชีพ และความร่วมมือกับภาคการศึกษาและเอกชนเพื่อเตรียมแรงงานทั้งในระบบและผู้สนใจใหม่ให้พร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

กลุ่มเป้าหมาย



กลุ่มแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ที่ต้องการยกระดับขีดความสามารถในด้านวิชาชีพ ด้านทักษะดิจิทัล และด้านความยั่งยืน



กลุ่มแรงงานที่มีความสนใจในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

การดำเนินการ



กำหนดเกณฑ์การคัดเลือก แรงงานเป้าหมาย



กำหนดการสนับสนุน ตามกลุ่มเป้าหมาย



กลุ่มแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์



ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือเฉพาะด้าน



กำหนดคุณวุฒิ หรือวิชาชีพที่สามารถรับรองแรงงาน



กำหนดหลักสูตรที่ให้ความสำคัญกับเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิต หรือการออกแบบ



กำหนดหลักสูตรที่กล่าวถึงความสำคัญของการผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม



กลุ่มแรงงานมีความสนใจในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์



การร่วมมือกับสถาบันศึกษา และภาคเอกชนในการฝึกอบรม และพัฒนาหลักสูตร



กำหนดหลักสูตรที่ให้ความสำคัญกับเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิต หรือการออกแบบ



กำหนดหลักสูตรที่กล่าวถึงความสำคัญของการผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม



การร่วมมือกับภาคเอกชนในการเพิ่มช่องทางในตลาดแรงงาน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา)
- กระทรวงศึกษาธิการ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน และสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา)
- กระทรวงแรงงาน (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ)
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ และมหาวิทยาลัยภายใต้กระทรวงฯ)
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล)
- กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- สมาคมเฟอร์นิเจอร์ไทย และสมาคมธุรกิจไม้

นโยบายตลาดนำมาตรฐาน : ขับเคลื่อนเฟอร์นิเจอร์ไทย ด้วยข้อมูลคู่ค้าและกฎระเบียบสากล

มีเป้าหมายเพื่อยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ไทยในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลก โดยผลักดันการใช้ข้อมูลคู่ค้าและกฎระเบียบสากล ในการกำหนดแนวทางการผลิตและมาตรฐาน อีกทั้ง การส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล มาตรการจูงใจทางภาษี ยกระดับมาตรการสนับสนุนและเครือข่ายวัสดุเหลือใช้ เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยเข้าสู่ตลาดโลกอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

กลุ่มเป้าหมาย



ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ทุกราย

การดำเนินการ



จัดทำศูนย์รวบรวมข้อมูล
ด้านมาตรฐานการค้าระหว่างประเทศ



ปรับปรุงมาตรการจูงใจด้านภาษี
และเงินอุดหนุน



การขยายช่องทางตลาดผลิตภัณฑ์
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ผลักดันอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์
ให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก



พัฒนาเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน
ของวัสดุเหลือใช้



การยกระดับมาตรฐานรับรอง
ด้านสิ่งแวดล้อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ)
- กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (กรมป่าไม้ และกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม)
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี)
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
- สมาคมเฟอร์นิเจอร์ไทย
- กระทรวงการคลัง (กรมสรรพากร และกรมศุลกากร)

ข้อเสนอแนะแนวทางการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ สำหรับภาคเอกชน



ผู้ประกอบการทั่วไป

การลงทุนในระบบออกแบบ และเทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิต



เป้าหมาย: เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการออกแบบและผลิตเฟอร์นิเจอร์
ให้ทันสมัยและตอบสนองความต้องการ
ตลาดโลก

ภาคเอกชนควรเริ่มต้นจากการลงทุน
ในเครื่องมือออกแบบและบริหารจัดการที่ทันสมัย
ควบคู่กับการพัฒนาทักษะของบุคลากร
ให้สามารถใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ
และควรแสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงาน
ภาครัฐ เพื่อเข้าถึงแหล่งสนับสนุนด้าน
งบประมาณหรือคำปรึกษาทางเทคนิค

การพัฒนาทักษะแรงงาน และผู้ประกอบการ ในด้านดิจิทัลและสิ่งแวดล้อม



เป้าหมาย: เพื่อเสริมทักษะแรงงาน
ด้านดิจิทัลและสิ่งแวดล้อม
ให้สอดคล้องกับทิศทางการผลิต
ที่ยั่งยืน

ภาคเอกชนควรจัดอบรมพัฒนาทักษะแรงงาน
อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพ
ของแรงงานให้สามารถปรับตัวได้กับ
ต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและแนวทาง
การผลิตที่เน้นความยั่งยืน

การพัฒนากลยุทธ์การตลาด บนฐานความยั่งยืน



เป้าหมาย: เพื่อสร้างจุดเด่น
ทางการตลาดใหม่ ให้กับสินค้า
เฟอร์นิเจอร์ไทย ผ่านเรื่องราว
ของวัสดุและกระบวนการผลิต
ที่ยั่งยืน

ภาคเอกชนควรมีกุยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์
ที่เน้นจุดแข็งด้านความยั่งยืน โดยสื่อสาร
เรื่องราวจุดเด่นของสินค้าผ่านสื่อดิจิทัล
เพื่อประชาสัมพันธ์และเปิดโอกาสในการเข้าถึง
ตลาดผู้บริโภคที่กว้างมากขึ้น

การสร้างความร่วมมือกับ สถาบันการศึกษาและภาครัฐ



เป้าหมาย: เพื่อสนับสนุนทักษะ
ของแรงงาน และเพิ่มโอกาส
ในการเชื่อมโยงตลาดแรงงาน
ระหว่างผู้ประกอบการและแรงงาน
ในตลาด

ภาคเอกชนควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร
การเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความต้องการ
ของผู้ประกอบการ การจัดโครงการฝึกงาน
ในสถานประกอบการจริง และการทำวิจัยร่วม
เพื่อแก้โจทย์เชิงเทคโนโลยีและตลาด
เพื่อลดช่องว่างของทักษะ และสร้างแรงงาน
ที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้นในตลาดแรงงาน

ข้อเสนอแนะแนวทางการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ สำหรับภาคเอกชน



ผู้ประกอบการ SMEs

การรวมกลุ่มผู้ผลิต เพื่อสร้างอำนาจต่อรองในตลาด



เป้าหมาย: เพื่อลดต้นทุน
และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดซื้อ
วัสดุ บริหารคลังสินค้า
และเจรจาการค้า

ผู้ประกอบการ SMEs ควรมีการจัดตั้งคลัสเตอร์
หรือสหกรณ์ในแต่ละภูมิภาค โดยมีหน่วยงาน
ภาครัฐหรือองค์กรสนับสนุนเป็นผู้ประสาน
เพื่อสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการที่เผชิญ
ประเด็นปัญหาคล้ายกัน และร่วมหาวิธีแก้ไข
ร่วมกัน

การเข้าถึงเงินทุนสนับสนุน



เป้าหมาย: เพื่อลดภาระด้านเงินทุน
ในการเปลี่ยนผ่านของผู้ประกอบการ
SMEs และเพื่อสร้างแรงจูงใจ
ในการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

ผู้ประกอบการ SMEs ควรส่งเสริมกลไก
ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน
ในการจัดตั้งกองทุน หรือมาตรการสนับสนุน
ทางการเงินเฉพาะสำหรับ SMEs เช่น เงินกู้
ดอกเบี้ยต่ำ เงินทุนหมุนเวียน และทุนวิจัย
และพัฒนา

การส่งเสริมการฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ด้านดิจิทัลและสิ่งแวดล้อม สำหรับผู้ประกอบการ SMEs



เป้าหมาย: เพื่อยกระดับทักษะ และองค์ความรู้ด้านดิจิทัลและสิ่งแวดล้อม
ของแรงงานในอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการ SMEs สามารถดำเนินการผ่านการจัดอบรมในระดับท้องถิ่น ร่วมกับสถาบันวิจัย
สถาบันการศึกษา หรือสมาคมวิชาชีพ โดยเน้นรูปแบบที่ยืดหยุ่นและสอดคล้องกับบริบท
ของแต่ละพื้นที่ เช่น การเรียนออนไลน์และการอบรมเชิงปฏิบัติการ







สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ

อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

www.tps.go.th