



ฉลาก EU Flower ยังคงมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยและเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไทยในตลาดสหภาพยุโรป อย่างไรก็ตามในยุคปัจจุบันการได้รับฉลาก EU Flower นั้นยังไม่เพียงพอกล่าวคือ ผู้ประกอบการไทยต้องสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าผ่านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมการผลิตควบคู่กันไปกับการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษามาตรฐานและสามารถแข่งขันกับสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากประเทศอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ABSTRACT

The implementation of Eco-Label in the EU market: The effects and new challenges of Thai textiles and clothing

Thapiporn Suporn

Regarding the global awareness of environmental issues and the popularity of environmentally friendly consumer behavior, European Commission launched the Eco-Label with the aim of providing new environmental standards which are more environmentally friendly to products and services in the European Union market. Textiles and clothing are included in the Eco-friendly lists; therefore, Thai and foreign manufacturers have to improve and develop their products quality in order to reach the European criteria. Although the Eco-Label is familiar to the Non-Tariff Barriers or NTBs, it has no impact on Thai textiles and clothing. Furthermore, in the long run, the Eco-Label has still significant effects on Thai textiles and clothing competitiveness in the European Union market.

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบ และความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

ทวิพร สุพร

บทนำ

“การต่อสู้เพื่อรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมของโลกนั้นยากกว่า
การต่อกรและกำราบฮิตเลอร์เสียอีก เพราะในสงครามครั้งนี้
เราอยู่ในสถานะที่ต้องต่อสู้กับตัวเอง เราอยู่ในสถานะที่เป็นศัตรู
ไปพร้อมๆกับการเป็นพันธมิตร¹”

อัลกอร์ (Al gore)

คำกล่าวข้างต้นของอัลกอร์ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของปัญหา
สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงหรือภาวะ
โลกร้อน ซึ่งเป็นปัญหาในระดับสากลที่ชาติต่างๆล้วนเป็นทั้ง “ผู้ก่อปัญหา”
และ “ผู้แก้ไขปัญหา” ทั้งนี้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่หลายชาติรวมทั้ง

¹ Peter, Anthony St., Peter, The Greatest Quotations of All-Time. London: Xlibris Corporation, 2010. p.213 “The struggle to save the global environment is in one way much more difficult than the struggle to vanquish Hitler, for this time the war is with ourselves. We are the enemy, just as we have only ourselves as allies” อัลกอร์ หรือ อัลเบิร์ต อาร์โนลด์ อัลกอร์ จูเนียร์ เป็นอดีตผู้สมัครชิงตำแหน่งประธานาธิบดีสังกัดพรรคเดโมแครต ซึ่งแพ้ในการเลือกตั้งให้กับ จอร์จ ดับเบิลยู บุช ในปี 2543 ผลงานที่สำคัญของเขาคือภาพยนตร์สารคดีเรื่อง An inconvenient truth ซึ่งถือเป็นหลักหมุดสำคัญในการสร้างกระแสตื่นตัวต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม พิจารณาได้จากผลสำรวจของ The Nielsen Company และมหาวิทยาลัย Oxford ซึ่งชี้ว่า ผู้ชมภาพยนตร์สารคดีเรื่อง An inconvenient truth ของอัลกอร์ ถึงร้อยละ 89 ตระหนักถึง “ความจริงอันไม่โศกนาฏิก” ที่พวกเขาอาจไม่เคยได้รับรู้มาก่อน ดูเพิ่มเติมที่ The Nielsen Company. Global Consumers Vote Al Gore, Oprah Winfrey and Kofi Annan Most Influential to Champion Global Warming Cause: Nielsen Survey.[Online]. Accessed 20 November 2011. http://nz.nielsen.com/news/GlobalWarming_Jul07.shtml

สหภาพยุโรปกำหนดให้เป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขโดยเร่งด่วน² สหภาพยุโรปในฐานะตัวแสดงหลักในเวทีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ มีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม³ ผ่านการสร้างฉันทามติร่วมกันระหว่างรัฐบาล พลเมือง และภาคธุรกิจในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งทวีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อประเทศต่างๆ มิใช่เพียงแต่บรรดารัฐสมาชิกในสหภาพยุโรปเท่านั้น⁴ นอกจากนี้สหภาพยุโรปยังสนับสนุนและผลักดันให้เกิดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมผ่านโครงการฉลากสิ่งแวดล้อม (Eco-label Scheme) โดยกำหนดตราสัญลักษณ์รูปดอกไม้สีเขียวยุโรป (EU Flower)⁵ เพื่อรับรองคุณภาพของสินค้าให้ผู้ผลิต เช่นเดียวกับเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยในปัจจุบันฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปครอบคลุมสินค้าและบริการหลายประเภท อาทิ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เครื่องใช้ภายในบ้าน ผลิตภัณฑ์กระดาษ และ สิ่งทอ⁶

บทความชิ้นนี้ต้องการศึกษาถึงผลกระทบของ EU Flower ต่อผู้ผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากประเทศไทย ตลอดจนศึกษาว่าฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปมีลักษณะของการกีดกันทางการค้าที่มิใช่ภาษี (Non-Tariff Barriers : NTBs) ด้วยหรือไม่ กล่าวโดยทั่วไปมาตรการกีดกันทางการค้าที่มิใช่ภาษีนี้สามารถกระทำผ่านการยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้า การเพิ่มความเข้มงวด

² European Commission. The foreign policy of the European Union. Brussels: European Commission Directorate-General for Communication Publications, 2007.p.17

³ Ibid., p.3

⁴ Ibid., p.17

⁵ European Commission Environment .What is the Eco label ?.[Online]. Accessed 20 November 2011. http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/what_is_ecolabel_en.htm

⁶ European Commission Environment .What is the Eco label ?.[Online]. Accessed 20 November 2011. http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/what_is_ecolabel_en.htm

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

ในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน มาตรฐานสุขอนามัย และมาตรฐานทางสิ่งแวดล้อมโดยมาตรการต่างๆ เหล่านี้ทำให้รัฐสามารถปกป้องตลาดภายในมิให้สินค้าจากต่างประเทศซึ่งมีราคาถูกกว่าเข้ามาตีตลาดในประเทศแทนที่ การใช้มาตรการกีดกันทางการค้าทางภาษีศุลกากร (Tariff Barriers) ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถยอมรับได้ในปัจจุบันตามข้อตกลงขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO)⁷

ในเบื้องต้นจะกล่าวถึงลักษณะโดยทั่วไปของนโยบายด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการค้าของสหภาพยุโรป (European Trade Policy) ซึ่งมีเป้าหมายที่สำคัญ คือการเปิดตลาดสินค้าตลอดจน และการกำหนดกรอบกฎเกณฑ์ ข้อปฏิบัติทางการค้า โดยเป้าหมายทั้งสองประการนี้ สหภาพยุโรปมองว่าจะเอื้ออำนวยให้เกิดการค้าเสรีตลอดจนเกิดประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิกและประเทศนอกกลุ่ม อย่างไรก็ตามแต่แม้สหภาพยุโรปจะผลักดันและสนับสนุนให้เปิดตลาดสินค้าอย่างเสรีตามแนวทางของสำนักเสรีนิยมใหม่ (Neoliberalism)⁸ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่านโยบายการค้าของสหภาพ

⁷ ขจิต จิตต์เสวี. องค์การระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : วิทยุชน, 2552. หน้า 198

⁸ แนวคิดหลักของกลุ่มเสรีนิยมใหม่ ประกอบด้วย การแปรรูปบริการของรัฐเป็นเอกชน (privatization) การเปิดเสรีทางการค้าและการเงิน (trade and financial liberalization) และการผ่อนคลายและลดกฎระเบียบ (deregulation) ทั้งนี้หลักการของเสรีนิยมใหม่อยู่บนฐานความเชื่อที่ว่าเงื่อนไขที่จำเป็นของการอยู่ดีมีสุขของมนุษย์นั้น คือเสรีภาพของปัจเจกบุคคล ในการประกอบการ ดังนั้น โครงสร้างเชิงสถาบันที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวทางเสรีนิยมใหม่คือ การคุ้มครองกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลอย่างเข้มงวดและระบบตลาดแข่งขันเสรี ดูเพิ่มเติมใน เกรียงศักดิ์ ธีระโกวิทขจร.เสรีนิยมใหม่ พัฒนาการและอิทธิพล:บทนำ. [Online]. Accessed 20 November 2011.http://kriangsakt.blogspot.com/2008/07/blog-post_04.html; Brown, Chris and Ainley, Kirsten, Understanding International Relations. 3rd edn. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009 และ โคริน เฟื่องเกษม. แนวคิดและทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548. หน้า 31

ยุโรปเองมีวาระซ่อนเร้น (hidden agenda) แฝงอยู่ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้สามารถพิจารณาได้จากการที่สหภาพยุโรปกระตุ้นให้บรรดาประเทศต่างๆ เปิดตลาดสินค้าอุตสาหกรรมซึ่งเป็นตลาดที่ตนเองมีความพร้อมและได้เปรียบในการผลิต แต่กลับบ้ายเบี่ยงในการเปิดตลาดสินค้าเกษตรซึ่งเป็นตลาดสำคัญของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา เพราะสินค้าเกษตรที่ผลิตในสหภาพยุโรปนั้นมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า สามารถผลิตได้น้อย ขาดความหลากหลายและที่สำคัญที่สุด กลุ่มเกษตรกรของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป อาทิ ฝรั่งเศส และสเปนซึ่งล้วนมีอำนาจต่อรองกับรัฐบาลสูง⁹

รูปแบบการค้าเสรีในเวทีการค้าระหว่างประเทศเมื่อผนวกเข้ากับกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้การค้าระหว่างประเทศมีการแข่งขันสูง หากพิจารณาในเชิงเปรียบเทียบ สหภาพยุโรปต้องเผชิญหน้ากับทวีปเอเชียซึ่งได้เปรียบในฐานะที่เป็นทั้งแหล่งวัตถุดิบในและมีค่าแรงที่ถูกกว่าสหภาพยุโรปหลายเท่าตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งครองตำแหน่ง “โรงงานของโลก”¹⁰ โดยจีนเป็นประเทศที่มีค่าแรงต่ำ¹¹ และมีตลาดขนาดใหญ่ภายในประเทศ ส่งผลให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจหรือผงาดขึ้นมาของจีน (the rise of China) ถูกจับตามองว่ากำลังก้าวขึ้นมาท้าทายมหาอำนาจในโลกตะวันตก¹² อย่างไรก็ตามแต่สินค้าจากสหภาพยุโรปก็มีจุดเด่นที่สำคัญ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์และ

⁹ ดูเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประท้วงของเกษตรกรฝรั่งเศสซึ่งผลักดันให้รัฐบาลใช้มาตรการปกป้องตลาด (protectionist measures) ได้ที่ <http://www.euronews.net/2011/08/18/french-farmers-protest-over-cheap-imports/>

¹⁰ วริษฐ์ ลิ้มทองกุล. จีนกับวิกฤติการสูญเสียสถานะ. “โรงงานของโลก”. ผู้จัดการรายเดือน (ต.ค.2551). หน้า 96-97

¹¹ The Economist. The rising power of the Chinese worker. [Online]. Accessed 6 November 2011. <http://www.economist.com/node/16693333>.

¹² Ikenberry, G. John. The Rise of China and the Future of the West; Can the Liberal System Survive?. Foreign Affairs. New York: Jan/Feb 2008. Vol. 87, Iss.1.p.23

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

นวัตกรรมทางการผลิตที่ทันสมัย ตลอดจนสามารถสร้างแบรนด์สินค้าที่ได้รับ
ความนิยมในตลาดต่างประเทศทั่วโลก¹³

สินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าเป็นตลาดที่สำคัญซึ่งทำรายได้มากที่สุดอย่างหนึ่ง
ในการค้าระหว่างประเทศ สหภาพยุโรปเองก็เป็นกลุ่มประเทศที่ส่งออกสินค้า
ด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอันดับสองของโลก โดยเป็นรองแค่ประเทศจีน
เท่านั้นโดยพิจารณาจากข้อมูลในการส่งออกเมื่อปี 2010 ของสหภาพยุโรปมีมูลค่า
33.8 พันล้านปอนด์ (ประมาณ 1656.2 ล้านบาท)¹⁴ มีมูลค่านำเข้า 83.7
พันล้านปอนด์ (ประมาณ 4101.3 พันล้านบาท)¹⁵ นอกจากนี้สหภาพยุโรปยัง
ครองส่วนแบ่งการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 3.6 เปอร์เซ็นต์ของโลก¹⁶ สำหรับ
ตลาดใหญ่ที่สุดในด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสหภาพยุโรปคือ สวิตเซอร์แลนด์
รัสเซีย ตุรกี และสหรัฐอเมริกา โดยส่วนใหญ่แล้วสินค้าในกลุ่มนี้ของสหภาพยุโรป
จะครองตลาดในกลุ่มสินค้าตลาดบน (up-market) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง
อย่างไรก็ตามนอกจากสหภาพยุโรปจะมีค่าแรงสูงกว่าประเทศในทวีปเอเชีย ข้อ
ตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (Agreement on Textiles and Clothing
: ATC)¹⁷ ยังส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งทอของสหภาพยุโรปเสียเปรียบชาติอื่น
มากยิ่งขึ้น โดยข้อตกลง ATC นี้ยังผลให้สหภาพยุโรปยกเลิกมาตรการที่จำกัด
ปริมาณการนำเข้าและกำหนดโควต้าสิ่งทอของประเทศกำลังพัฒนา¹⁸ ยิ่งไปกว่า

¹³ Rankingthebrands. Top 50 Europe's Brand Corporations. [Online].
Accessed 5 November 2011. <http://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?>

¹⁴ European Commission. Overview of the Textiles and clothing industry.
[Online]. Accessed 12 June 2011. <http://ec.europa.eu/trade/trade/creating-opportunities/economic-sectors/industrial-goods/textiles-and-footwear/>

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Nordås, Hildegunn Kyvik. DISCUSSION PAPER NO 5 The Global Textile
and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing. Geneva:
WTO Publications, 2004

¹⁸ กระทรวงพาณิชย์ กรมเจรจาการค้าต่างประเทศ. การเตรียมความพร้อมของ

นั้น ผลกระทบที่ตามมาอีกประการหนึ่งคือ การเพิ่มปริมาณของสิ่งทอจากจีนในตลาดสหภาพยุโรปและเอื้อประโยชน์ให้จีนก้าวขึ้นมาเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งในตลาดสินค้าประเทศสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอันดับหนึ่งในโลก สหภาพยุโรปจึงทำข้อตกลงกับจีนเพื่อควบคุมปริมาณการนำเข้าสิ่งทอโดยกำหนดปริมาณนำเข้าของสิ่งทอ 10 ประเภท ระหว่างปี 2003-2007 ไม่ให้เติบโตเกิน 12.5% ต่อปี¹⁹ ด้วยข้อเสียเปรียบของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม สหภาพยุโรปเล็งเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องปกป้องตลาดและผู้ผลิตของตนจึงผลักดันให้เกิดการยกระดับแนวนโยบายทางการค้าเพื่อให้สามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้โดยในเบื้องต้นคือ การย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีค่าแรงสูง เช่นในเยอรมนีหรืออังกฤษเข้าสู่กลุ่มประเทศสมาชิกใหม่ของสหภาพยุโรปซึ่งมีค่าแรงต่ำกว่า เช่น โรมาเนียและบัลแกเรีย²⁰ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเพียงไม่กี่แห่งของสหภาพยุโรปที่สามารถแข่งขันกับสินค้าจากตลาดเอเชียได้

ระเบียบการติดฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรป: ที่มาและความสำคัญ

ระเบียบการติดฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปเป็นมาตรการที่ออกโดยคณะกรรมการธิการยุโรป (European Commission) ในปีค.ศ.1992 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการสร้างสินค้าที่มีมาตรฐานทางด้านสิ่งแวดล้อมที่สูงกว่ามาตรฐานสิ่งแวดล้อมทั่วไปซึ่งเคยใช้เป็นเกณฑ์ในสหภาพยุโรป²¹ ฉลากในรูปแบบนี้มีชื่อเรียกหลายหลายกันไปตามแต่ละประเทศ ประเทศไทยใช้คำว่า “ฉลากเขียว” ในเยอรมันใช้คำว่า Blue Angel สหรัฐอเมริกาใช้คำว่า Green

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในปี 2548. ม.ป.ท., 2548.

¹⁹ Ibid.

²⁰ European Commission. Overview of the Textiles and clothing industry. [Online]. Accessed 12 June 2011. http://ec.europa.eu/enterprise/textile/index_en.htm

²¹ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. รายงานฉบับสมบูรณ์ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม.(ม.ป.ป.)

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

Seal ส่วนในสวีเดนใช้คำว่า Nordic Swan²² โดยสัญลักษณ์ Eco-Label เป็นดอกไม้สี่เขี้ยวล้อมรอบด้วยดาว 12 ดวง (ดูภาพที่1) จึงทำให้ Eco-Label มีชื่อเรียกอีกอย่างคือ “EU Flower” หรือฉลากรูปดอกไม้ของสหภาพยุโรป

ภาพที่ 1 : ฉลากสิ่งแวดล้อมแห่งสหภาพยุโรป



ที่มา www.ecolabel.eu

อาจกล่าวได้ว่า EU Flower เป็นฉลากรับรองว่าสินค้าปิดฉลากดังกล่าว มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้และสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการออกแบบการผลิต การตลาด และการใช้ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในสหภาพยุโรปให้มีผลกระทบต่อ สุขอนามัยของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด²³ซึ่งเท่ากับเป็นการช่วย เพิ่มมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าของตน สำหรับอุตสาหกรรมการผลิต สินค้าชนิดต่างๆ 26 กลุ่มสินค้า อาทิ อุปกรณ์หรือผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าในสินค้า อุปกรณ์ในครัวเรือน กระดาษ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และรวมถึงสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มด้วยที่เข้าเกณฑ์อยู่ในสินค้าที่สามารถใช้ฉลาก Eco-Label ได้²⁴

²² สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. Eco Textiles. กรุงเทพฯ, 2552

²³ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. ฉลาก EU Flower : สร้าง โอกาสแก่ผู้ส่งออกสิ่งทอไทยในการเจาะตลาด EU. หมวด 4 ทิศทางการค้ากับสหภาพยุโรป เล่ม 12. กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์ หน้า 200 -201

²⁴ Ibid.

EU Flower เป็นมาตรการที่วางอยู่บนหลักความสมัครใจ(voluntary basis) โดยการขอรับฉลาก EU Flower สหภาพยุโรปอนุญาตให้ประเทศที่ไม่ได้เป็นสมาชิกขอรับเครื่องหมายนี้ได้เช่นกัน ในกรณีที่สินค้าของตนมีกลุ่มลูกค้าเป็นชาวยุโรปและต้องการที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าว่าสินค้าของตนมีมาตรฐานสิ่งแวดล้อมสูง²⁵ โดยผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมาย Eco-Label จะสามารถติดเครื่องหมายดังกล่าวบนผลิตภัณฑ์ของตนได้ตราใบใดที่เงื่อนไขของสินค้าตนยังไม่มีการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือคณะกรรมการยุโรปมักจะมีการทบทวนเงื่อนไขสินค้าทุกๆ 3 – 5 ปี²⁶ และเมื่อใดที่เงื่อนไขสินค้าเปลี่ยนไปจากเงื่อนไขที่ผลิตภัณฑ์เข้ารับการตรวจสอบ บริษัทจะต้องส่งสินค้าเข้าผ่านการทดสอบใหม่อีกครั้ง มิฉะนั้นก็จะมีสิทธิติดฉลาก Eco-Label ต่อไป

สิ่งทอที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อมสามารถรับประกันต่อผู้บริโภคว่ามีกระบวนการผลิตซึ่งปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม มีการควบคุมสารเคมีที่ใช้งานตั้งแต่กระบวนการปั่นเส้นใย ควบคุมสารกำจัดแมลงระหว่างการจัดเก็บ รวมถึงสีและสารเคมีที่ใช้ในกระบวนการเตรียมผ้า การฟอก-ย้อมสี ฯลฯ นอกจากนี้คุณภาพสิ่งทอที่ได้รับฉลากสิ่งแวดล้อมยังมีคุณสมบัติเด่นคือความคงทนของสีต่อการซักและไม่ความคงทนต่อสภาวะอื่นๆ เช่น การขัดถู แสงและเหงื่อ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้สวมใส่มากขึ้น²⁷

²⁵ ในการสมัครเพื่อขอใช้ฉลากสิ่งแวดล้อม สหภาพยุโรปกำหนดอัตราค่าธรรมเนียม ดังนี้ 1) ค่าสมัครอยู่ระหว่าง 300 – 1,300 ยูโร (ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ตรวจสอบสินค้า) 2) ค่าใช้จ่ายรายปีคิดเป็นจำนวน 0.15 % ของยอดขายสินค้าดังกล่าวในสหภาพยุโรป 3) ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบของผู้ตรวจสอบสินค้า (competent body) ทั้งนี้ผู้สมัครจากประเทศกำลังพัฒนาสามารถขอรับส่วนลดในข้อ 1 และ ข้อ 2 ได้จำนวน 25% ดูเพิ่มเติมที่ กรองยุโรปเพื่อไทย.เครื่องหมาย EU Flower โอกาสสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจไทย.[Online]. Accessed 12 June 2011 <http://news.thaieurope.net/content/view/2696/212/>

²⁶ European Union Law. Eco label.[Online]. Accessed 16 June 2011.

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:197:0070:0086:EN:PDF>.

²⁷ พิชัย อุตมาภินันท์.ฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรป (EU – Eco Label)

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

EU Flower: ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย

ในส่วนนี้จะเริ่มต้นด้วยการศึกษาถึงความนิยมและผลกระทบจากการใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมแห่งสหภาพยุโรปต่อสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยโดยอาศัยข้อมูลทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ถึงผลกระทบของมาตรฐานสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปต่อสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ผู้เขียนเลือกวิเคราะห์ผลกระทบของ EU Flower ต่อสินค้าไทยในช่วงเวลาดังกล่าว โดยเล็งเห็นว่าเป็นช่วงเวลาที่ยุทธศาสตร์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยทั้ง 4 แห่ง²⁸ ได้รับฉลาก EU Flower เป็น 4 บริษัทแรกของไทยและของเอเชีย จึงต้องการศึกษาถึงการปรับใช้มาตรา EU Flower ต่อสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากไทยว่าส่งผลกระทบหรือมีนัยสำคัญต่อผู้ประกอบการไทยมากน้อยเพียงใด ตลอดจนศึกษาแนวโน้มของสิ่งทอไทยภายหลังจากมาตรฐานสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปซึ่งเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในปัจจุบัน ทั้งนี้ปฏิเสธมิได้ว่าสมมุติฐานเบื้องต้นของผู้เขียน คือ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยจะได้รับผลกระทบในเชิงลบจากการถูกกีดกันทางการค้าและมีอัตราการส่งออกที่ลดลง

ฉลาก EU Flower เป็นที่ยอมรับเป็นอย่างมากในหมู่ผู้ผลิตสังเกตได้จากจำนวนสินค้าที่สมัครขอใช้ฉลากนี้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในปีนี้โดยพิจารณาจากแผนภูมิแท่งซึ่งประมาณการว่าจำนวนสินค้าที่ได้รับฉลาก EU Flower จากปี 1996 ซึ่งมีเพียง 6 ชิ้น เพิ่มขึ้นเป็น 839 ชิ้นในปี 2009²⁹ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (ดูกราฟที่ 1) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าตลาดในสหภาพยุโรปให้

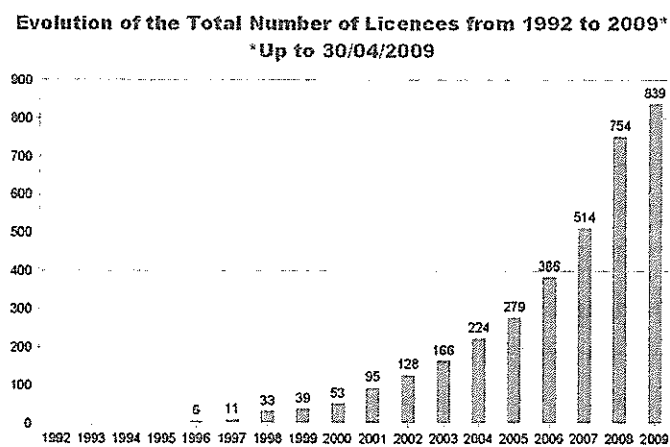
กับอุตสาหกรรมสิ่งทอ.วารสารสิ่งแวดล้อม ปีที่ 13 เล่มที่ 3 กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 27

²⁸ ได้แก่ บริษัท อุตสาหกรรมราม่า เท็กซ์ไทล์ (1988) จำกัด, บริษัท ทองไทยการทอ จำกัด, บริษัท เอเชียไฟเบอร์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท กรีนวิลล์ เทรดดิ้ง จำกัด

²⁹ European Commission. Analytical report the Flash Eurobarometer Europeans' attitudes towards the issue of sustainable consumption and production, Hungary: The Gallup Organization 2009.

ความสำคัญกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและผลักดันให้บรรดาผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่เป็นคู่ค้ากับสหภาพยุโรปต้องปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามระเบียบข้อบังคับของสหภาพยุโรป ยิ่งไปกว่านั้นมูลค่าตลาดของสินค้าปิณฑลัก EU Flower ใน EU เพิ่มขึ้น ประมาณ 25% ต่อปี³⁰ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสื้อผ้าเด็ก ชุดชั้นใน และเคหะสิ่งทอ (Household Textile)

กราฟที่1: พัฒนาการความนิยมของฉลาก EU Flower ระหว่างปี 1992-2009



ที่มา : European Commission

³⁰ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. ฉลาก EU Flower : สร้างโอกาสแก่ผู้ส่งออกสิ่งทอไทยในการเจาะตลาด EU. หมวด 4 ทิศทางการค้ากับสหภาพยุโรป เล่ม 12. กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์ หน้า 202

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

หากพิจารณาถึงผลกระทบของฉลาก EU Flower ต่ออุตสาหกรรมและเครื่องนุ่งห่มไทยจะเห็นได้ว่าฉลาก EU Flower จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าไทยในตลาดยุโรปรวมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคอีกประการหนึ่งด้วย นอกจากนี้ฉลาก EU Flower ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการเจาะตลาดสิ่งทอในสหภาพยุโรป³¹ เนื่องจากสินค้าไทยในตลาดต่างประเทศนั้นได้รับการตอบรับด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิตของสินค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มซึ่งแม้จะมีต้นทุนการผลิตและค่าแรงสูงกว่าประเทศอื่นๆ เช่น จีน อินเดีย หรือบังกลาเทศ³² แต่ด้วยคุณภาพในอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยผนวกกับฉลาก EU Flower บนผลิตภัณฑ์แล้วจะเป็นการช่วยส่งเสริมสินค้าไทยให้ได้รับการตอบรับจากตลาดในยุโรปมากยิ่งขึ้น แม้ไทยจะสูญเสียความสามารถทางการแข่งขันด้านราคา แต่เมื่อพิจารณาถึงคุณภาพของสินค้าไทยและการปรับตัวของผู้ประกอบการ สิ่งทอของไทยควรมุ่งเน้นไปที่การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้า ตลอดจนการออกแบบสินค้าให้ทันสมัยและเป็นที่ต้องการของตลาด ตลอดจนให้ความสำคัญให้ในตลาดบนมากกว่าตลาดล่าง ซึ่งมีต้นทุนการผลิตและค่าแรงที่ต่ำกว่าไทย

จากข้อมูลของคณะกรรมการยุโรปด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งทำการสำรวจความเห็นประชากรยุโรปที่มีอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 26,500 คน จากประเทศสมาชิก 27 ประเทศ รวมทั้งประเทศโครเอเชียด้วย โดยนัยหนึ่งเป็นการศึกษาว่า EU Flower มีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคหรือไม่ ผลของการสำรวจในยุโรปชี้ว่า 83%³³ เห็นว่าผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า โดยชาวกรีกให้ความสำคัญกับเรื่อง

³¹ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. ฉลาก EU Flower : สร้างโอกาสแก่ผู้ส่งออกสิ่งทอไทยในการเจาะตลาด EU. หมวด 4 ทิศทางการค้ากับสหภาพยุโรป เล่ม 12. กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์, 2552, หน้า 200

³² Ibid., p.201

³³ European Commission. EU Ecolabel [Online]. Accessed 18 July 2011. <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

ดังกล่าวมากที่สุด (92%)³⁴ ในขณะที่ชาวเช็กเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวน้อยที่สุด (62%)³⁵ สำหรับการสถิติจำนวนประเภทสินค้าที่ขอรับฉลาก EU Flower สินค้าประเภทสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนี้อยู่ในลำดับสาม โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 82 ชนิด (ดูกราฟที่ 2)

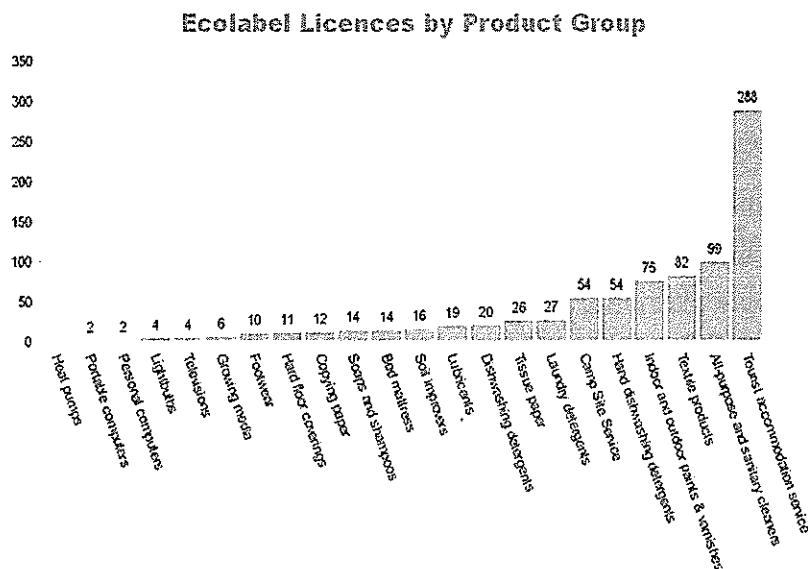
ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องพัฒนาสินค้าของตนให้ได้มาตรฐานดังกล่าวเพราะการได้รับฉลากนี้มีผลต่อความมั่นใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคนปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าฉลากสิ่งแวดล้อมเป็นตัวผลักดันให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายต้องปรับปรุงมาตรฐานการผลิตและคุณภาพของสินค้าให้ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเป็นมิตรต่อผู้ใช้ตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรป และคงไม่ไกลเกินไปนักหากจะสรุปว่าการยกระดับมาตรฐานการผลิตและสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยให้ได้มาตรฐานยุโรปจะมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการไทยในระยะยาว เช่นเดียวกันกับการรักษาส่วนแบ่งการตลาดและความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมสิ่งทอต่อไปได้

³⁴ Ibid.,

³⁵ Ibid.,

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

กราฟที่ 2 ฉลากสิ่งแวดล้อมยุโรปจำแนกตามประเภทของสินค้า



ที่มา : European Commission

อย่างไรก็ตามแต่การผลักดันให้ชาติต่างๆ EU Flower เองก็มีโอกาสที่จะกระทบต่อสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยด้วยเช่นกัน โดยแม้ว่าสหภาพยุโรปจะผลักดันให้ผู้ผลิตติดฉลากสิ่งแวดล้อมโดยมีเจตนาเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมและต้องการให้ประเทศต่างๆมีมาตรฐานด้านการผลิตสินค้าและตัวสินค้า ที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นก็ตาม แต่มาตรฐานดังกล่าวนี้ก็มีลักษณะของการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barriers : NTBs) ซึ่งถือเป็นอุปสรรคทางการค้าต่อประเทศซึ่งมิได้เป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป

แม้จะเป็นที่แน่นอนว่าการขอรับฉลากดังกล่าวนี้วางอยู่บนความสมัครใจ และเปิดโอกาสให้ประเทศสมาชิกที่อยู่ในนอกกลุ่มสหภาพยุโรปสามารถ

ลงทะเบียนเพื่อใช้ฉลาก EU Flower ได้³⁶ แต่ข้อจำกัดที่สำคัญประการหนึ่ง คือ มาตรฐานในการผลิตที่ตั้งไว้สูงจึงส่งผลให้บริษัทที่ต้องการติดฉลาก EU Flower อาจจำเป็นต้องแบกรับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น เพราะสินค้าปิดฉลาก EU Flower มักมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปประมาณ 10-20%³⁷ ซึ่งเท่ากับเพิ่มความเสียเปรียบด้านราคาในการแข่งขันกับสินค้าจากประเทศที่มีค่าแรงและต้นทุนในประเทศต่ำมากยิ่งขึ้นไปอีก

ในปัจจุบันแนวโน้มของสินค้าที่ปิดฉลาก EU Flower มีสูงมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศในสหภาพยุโรปอย่างอิตาลีและฝรั่งเศสซึ่งมีสินค้าที่ได้รับฉลาก EU Flower ถึง 265 และ 153 ชิ้นตามลำดับ³⁸ ต่างกับประเทศไทยซึ่งในปี ค.ศ. 2007 มีบริษัทที่ได้รับตรา EU Flower เพียง 4 บริษัทเท่านั้น แต่ทั้ง 4 บริษัทดังกล่าวเป็นผู้ประกอบการสิ่งทอกลุ่มแรกในเอเชียที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม EU Flower³⁹ แม้ปัจจุบันฉลากสิ่งแวดล้อมนี้จะยังไม่เป็นประเด็นที่สำคัญหรือเป็นฉลากที่ทุกผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องรับไปติดในสินค้าของตน แต่ในอนาคตอันใกล้ฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปน่าจะมีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในระยะยาว เมื่อพิจารณาจากกระแสโลกในปัจจุบัน ซึ่งสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยจำเป็น

³⁶ Thailand Textile Institute, Eco Label. [Online]. Accessed 4 November 2011 <http://www.texeastile.eu/greentools/eco-label-0>

³⁷ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. ฉลาก EU Flower : สร้างโอกาสแก่ผู้ส่งออกสิ่งทอไทยในการเจาะตลาด EU. หมวด 4 ทิศทางการค้ากับสหภาพยุโรป เล่ม 12. กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์ หน้า 202

³⁸ European Commission. EU Ecolabel [Online]. Accessed 18 July 2011. <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

³⁹ ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ. โครงการการพัฒนาขีดความสามารถของสถาบันและอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยด้านมาตรฐานและฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปเพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุน ระหว่างประเทศไทยและประเทศในสหภาพยุโรป. [Online]. Accessed 16 September 2011. http://www.2mtec.or.th/th/special/fcecolca/EU_Textile.html

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

ที่จะต้องรักษาระดับของมาตรฐานสินค้าเอาไว้ต่อไปโดยหากสินค้าไม่ได้มาตรฐานแล้วผู้ผลิตจะต้องส่งสินค้าเพื่อเข้ารับการตรวจสอบมาตรฐานอีกครั้ง หากไม่ผ่านก็ไม่สามารถใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมแห่งสหภาพยุโรปต่อไปได้⁴⁰

การปรับใช้ EU Flower ต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย

คงไม่เป็นการกล่าวเกินไปหากจะกล่าวว่า แท้จริงแล้วฉลาก EU Flower ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในการส่งสินค้าไปขายยังตลาดสหภาพยุโรปในปริมาณมากนัก โดยพิจารณาจากมูลค่าส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยโดยรวมภายในช่วงเดือนมกราคม-ตุลาคม พ.ศ.2551 สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีมูลค่าส่งออกรวมทั้งสิ้น 6,086.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.4⁴¹ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2550 โดยสิ่งทอมีมูลค่าส่งออกรวมทั้งสิ้น 3,194 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.3⁴² ด้านเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่าส่งออกรวมทั้งสิ้น 2,892.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4⁴³ โดยตลาดที่มีมูลค่าส่งออกมากที่สุดตลาดสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าถึง 1,605.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 2.6⁴⁴

สำหรับสิ่งทอไทยในสหภาพยุโรปนั้น มีมูลค่าส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรวมทั้งสิ้น 1,143.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5⁴⁵ โดยแบ่งเป็นสิ่งทอ มีมูลค่าการส่งออกยังตลาดยุโรปเท่ากับ

⁴⁰ European Union law. Eco label.[Online].Accessed 16 June 2011. <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:197:0070:0086:EN:PDF>.

⁴¹ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. รายงานสภาวะอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มฉบับที่ 4 2551.ม.ป.ท.,2551

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ibid.

274.4 ล้านเหรียญสหรัฐหรือมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 11.9⁴⁶ สิ่งทอที่มีมูลค่าในการส่งออกมากที่สุดได้แก่ ผ้าผืน มีมูลค่าส่งออก 125.4 ล้านเหรียญสหรัฐ⁴⁷ มีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 8.5 เครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่าการส่งออก 869.5 ล้านเหรียญสหรัฐหรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.5⁴⁸ เครื่องนุ่งห่มที่มีมูลค่าส่งออกมากที่สุด ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูปมีมูลค่า 763 ล้านเหรียญสหรัฐมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 15⁴⁹

กล่าวโดยสรุปแล้ว สิ่งทอจากไทยมีอัตราการขยายตัวลดลง แต่ในขณะที่เครื่องนุ่งห่มจากไทยนั้นอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่ามาตรฐานสิ่งแวดล้อมในเรื่องของฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปนั้นไม่ได้ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย โดยภาพรวมของการส่งออกของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยไปยังตลาดยุโรปยังคงมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 5.5⁵⁰ ดังนั้นการพิจารณาว่าอัตราการขยายตัวลดลงของอุตสาหกรรม เฉพาะด้านสิ่งทอของไทยมีผลมาจากฉลากสิ่งแวดล้อมนั้นคงจะเป็นการมองที่ไม่รอบด้าน เพราะการที่อุตสาหกรรมสิ่งทอนั้นมีการขยายตัวที่ลดลงในปี 2551 ไม่ได้มีสาเหตุมาจากมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปเพียงอย่างเดียว หากพิจารณาถึงภาวะเศรษฐกิจโลกซึ่งอยู่ในช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอยโดยเริ่มตั้งแต่ ในปี 2550 อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมลดลงจาก 5.4% ในปี 2549 มาอยู่ที่ 5.2%⁵¹ เรื่อยมาจนถึงปี 2551 ซึ่งเป็นปีที่มีอุปสรรคต่อเศรษฐกิจไทยหลายประการอาทิ ปัญหาเสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทต่อดอลลาร์ที่แข็งค่าขึ้นต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้นรวมถึงวิกฤตซับไพรม์ (subprime crisis) ใน

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.

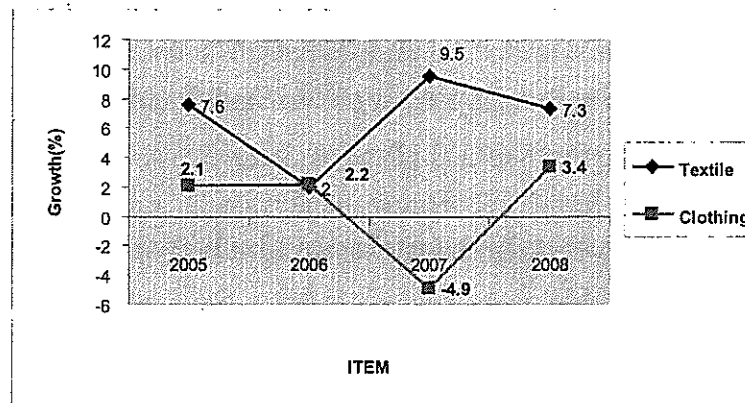
การปรับใช้ผลลากสิ่งแวดลอมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

สหรัฐ⁵² ซึ่งเริ่มที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ

อย่างไรก็ตามแต่ หากพิจารณาจากกราฟที่ 3 ซึ่งแสดงการฟื้นตัวของสิ่งทอไทยในช่วงปี 2551- 2552 กราฟมีลักษณะเป็นรูปตัว V (V-Shape) ฐานไม่กว้างซึ่งสามารถพิจารณาได้ว่าการส่งออกของไทยในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มฟื้นตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว แม้ว่าการออกมาตราฐานด้านสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปต่อประเทศผู้ดำเนินกิจการทางการค้าในตลาดยุโรปนั้นจะมีลักษณะเข้าข่ายมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ภาษี แต่เมื่อพิจารณาจากการปรับใช้ EU Flower ต่อสินค้าไทยจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการไทยแทบจะไม่ได้รับผลกระทบหรือได้รับผลกระทบในปริมาณที่น้อยมาก และเมื่อพิจารณาถึงอัตราการขยายตัวและมูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มไทยจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเสียอีก

⁵²วิกฤตซับไพรม์เกิดขึ้นเมื่อสถาบันการเงินทำการตกลงกับกองทุนเก็งกำไร (hedge funds) ปลอมสินเชื่อให้กับลูกค้าที่มีเครดิตต่ำกว่าเกณฑ์ที่จะกู้ได้หรือสินเชื่อแบบซับไพรม์ และเมื่อธนาคารเหล่านี้และสถาบันการเงินต่างๆปล่อยกู้ให้กับลูกค้าด้วยคุณภาพก็จะไม่เก็บหนี้เหล่านี้ไว้ เพราะมีความเสี่ยงแม้จะมีดอกเบี้ยสูงมากก็ตามแต่จะเอามาจัดเป็นกองๆ (packages) โดยจะนำลูกหนี้คุณภาพดี ปานกลาง และต่ำผสมเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีบริษัทจัดอันดับความน่าเชื่อถืออาทิ Moody and Investment, Standard and Poor และ Fitch เป็นผู้จัดอันดับประเมินราคา ซึ่งเท่ากับเป็นการทำให้ลูกหนี้ด้วยคุณภาพสามารถขายผสมไปกับลูกหนี้ที่ดีได้ ในช่วงที่เศรษฐกิจดี ทรัพย์สินที่นำมาจัดเป็นกองๆ ก็ได้รับความนิยม และเมื่อราคาอสังหาริมทรัพย์สูงขึ้น สถาบันการเงินก็ให้สินเชื่อเพิ่ม กองทุนการเงินก็ผสมหนี้คุณภาพต่างๆรวมกับหนี้ด้วยคุณภาพแล้วนำออกขาย โดยกองทุนผสมที่จัดเป็นกองๆนี้เรียกว่า CDO หรือ Collateralized Debt Obligation ซึ่งเป็นที่นิยมทั้งให้สหรัฐอเมริกา ยุโรปและเอเชีย อย่างไรก็ตามแต่เมื่อเกิดหนี้เสียจากลูกค้าที่มีเครดิตขึ้นรองเพิ่มมากขึ้น ก็ทำให้ราคาของ CDO ลดลงทำให้สินทรัพย์ที่ดีพลอยมีมูลค่าลดลงไปด้วย ดูเพิ่มเติมใน วีรพงษ์ งามกร.ชำแหละ “แฮมเบอร์เกอร์”. กรุงเทพฯ:มติชน.2552

กราฟที่ 3 : การฟื้นตัวของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในปี 2551



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2551 คือตั้งแต่เดือน มกราคม - มีนาคม 2551 อัตราการขยายตัวโดยรวมของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 9.8⁵³ เมื่อเทียบกับเดือนมกราคมของปี 2550 สำหรับสิ่งทอมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.4 และเครื่องนุ่งห่มมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 ยิ่งไปกว่านั้นนอกจากนี้หากพิจารณาจากสถิติซึ่งเปรียบเทียบยอดการส่งออกของสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังตลาดต่างๆทั่วโลกจะเห็นว่า มูลค่าการส่งออกของสินค้าไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรปช่วงเดือนมกราคม - ตุลาคม ในปี 2551 นั้นเพิ่มมากขึ้นจากเดือนมกราคม - ตุลาคม ปี 2550⁵⁴ ขณะที่ตลาดสำคัญอย่างสหรัฐกลับมีมูลค่าการส่งออกที่ลดลงและหากเปรียบเทียบกันระหว่าง มูลค่าของการส่งออกของไทยกับมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากสหภาพยุโรปในเดือน มกราคม-ตุลาคม

⁵³ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. รายงานสภาวะอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มฉบับที่ 4 2551.ม.ป.ท.,2551

⁵⁴ Ibid.

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

ของปี 2551 จะเห็นได้ว่า มูลค่าส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยที่ส่งไปยังตลาดสหภาพยุโรปรวมมูลค่าทั้งสิ้น 1,143.9 ล้านบาท⁵⁵ ขณะที่มูลค่านำเข้าของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากสหภาพยุโรปมีเพียง 259.8 ล้านบาทสหรัฐ⁵⁶ แสดงให้เห็นว่าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยยังได้เปรียบสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากสหภาพยุโรป

ทิศทางของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในตลาดสหภาพยุโรป ปี พ.ศ. 2554-2555

“..เหตุการณ์ในปัจจุบัน แทนที่จะขึ้นราคาสินค้าตัวเดิม ก็เพิ่มความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาสินค้าตัวใหม่ที่ขายได้ราคาดีกว่าเดิม ผมว่าวิกฤติดังนี้เป็นตัวกระตุ้นทำให้คนเกิดความคิดสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ออกมาและเร็วด้วย ปัจจุบันการพัฒนาสินค้าต้องมีเรื่อง green เข้ามา จากที่บริษัทเราเคยได้ EU Flower สิ่งที่มีนัยช่วยคือ ทำให้เรามีจุดยืนเรื่องสิ่งแวดล้อมชัดเจน แล้วคนที่มีความคิดเดียวกันก็มาหาเรา คุยกันง่าย เพราะเขาเห็นความตั้งใจ มีความเชื่อใจไปแล้วกว่าครึ่ง”⁵⁷

คุณปิณัฏ ธรรมมงคล
ประธานสหพันธ์อุตสาหกรรมสิ่งทอแห่งประเทศไทย

หากพิจารณาจากคำกล่าวข้างต้นของคุณปิณัฏ ธรรมมงคล ยุทธศาสตร์หลักของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในระยะยาวคือการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าผ่านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมการผลิต

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Thaitextilesdigest. สิ่งทอไทยปี 54 สดใส. [Online]. Accessed 21 November 2011. <http://www.ttistextiledigest.com/articles/textile-insighttrend/item/3135-สิ่งทอไทยปี-54-สดใส.html>

ควบคู่กันไปกับการรักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้าให้ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดสหภาพยุโรป ทั้งนี้ ตลาด EU Flower ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความมั่นใจและการันตีคุณภาพสินค้าให้กับสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของผู้ประกอบการไทย

ในปี 2554 ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอคาดการณ์ว่า สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยจะมีมูลค่าส่งออกขยายตัวร้อยละ 12 เมื่อเทียบกับ ปี 2553 โดยมีมูลค่าส่งออกประมาณ 8,592.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ⁵⁸ หากจำแนกประเภทระหว่าง 2 กลุ่ม กลุ่มสิ่งทอมีมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 5,235.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ⁵⁹ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.1 และกลุ่มเครื่องนุ่งห่มมีมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 3,357.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ⁶⁰ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7⁶¹ (ดูกราฟที่ 4) โดยสหภาพยุโรปเป็นตลาดส่งออกสำคัญของสินค้าไทย รองจากตลาดสหรัฐอเมริกา⁶² โดยสินค้าที่ส่งไปยังตลาดของสหภาพยุโรปจะให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการไม่ใช้สารเคมีต้องห้าม⁶³

⁵⁸ Textile Forecast.สถานการณ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยปี 2554. ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. ฉบับที่ 8 ตุลาคม-ธันวาคม 2554. หน้า 1

⁵⁹ Ibid.,1

⁶⁰ Ibid.,1

⁶¹ Ibid.,4

⁶² ณ สถานการณ์ปัจจุบันทั้งสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปต่างเผชิญกับปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจซึ่งส่งผลให้มูลค่าการส่งออกของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยไปยังตลาดสหรัฐฯและสหภาพยุโรปลดลง Ibid.,5

⁶³ Ibid.,4

การปรับใช้ตลาดสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

กราฟที่ 4 : ประมาณการมูลค่าส่งออกของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในปี 2554



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

มูลค่าส่งออกของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยเฉพาะในตลาดสหภาพยุโรประหว่างเดือนมกราคม-กันยายนปี 2554 มีมูลค่าส่งออกขยายตัวร้อยละ 3.84 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2553 โดยมีมูลค่าส่งออก 780 ล้านเหรียญสหรัฐ⁶⁴ ทั้งนี้หากพิจารณาอัตราการขยายตัวของ การส่งออกในเชิงเปรียบเทียบ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยกำลังเผชิญหน้ากับการแข่งขันจากประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน อาทิ พม่า ลาว เวียดนาม กัมพูชา⁶⁵ ซึ่งล้วนเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบด้านราคาในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้แรงงานในการผลิตอย่างเข้มข้น (labor

⁶⁴ สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย.สรุปสถานะส่งออกเครื่องนุ่งห่มไทยในเดือน มกราคม-กันยายน ปี 2554. บ[Online].Accessed 24 November 2011. <http://www.thaigarment.org/Report/Statistic%20IMPORT-Export%20September2011.pdf>

⁶⁵ ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก.สถานการณ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ปี 2554.[Online]. Accessed 24 November 2011. http://www.thaitextile.org/ju/Status_index.php

intensive) เมื่อผนวกกับนโยบายการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำวันละ 300 บาท⁶⁶ของรัฐบาลนายกรัฐมนตรี ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร จึงทำให้ต้นทุนการผลิตของสินค้าไทยสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าจากประเทศเพื่อนบ้าน อย่างไรก็ตามแต่ด้วยความยืดหยุ่นของตลาดแรงงานภายในประเทศประกอบกับการไหลทะลักของแรงงานต่างด้าว⁶⁷จะส่งผลดีต่อการควบคุมต้นทุนการผลิตไม่ทำให้เพิ่มสูงขึ้นมากนัก แม้จะมีการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำและเงินเดือนข้าราชการก็ตาม⁶⁸

นอกจากนี้สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยยังจะต้องเผชิญกับภาวะเงินบาทแข็งค่า⁶⁹ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคา

⁶⁶นโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำวันละ 300 บาทของพรรคเพื่อไทยจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 เม.ย. 2555 แทนวันที่ 1 ม.ค. 2555 ทั้งนี้เพราะสถานการณ์น้ำท่วมซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อโรงงานและผู้ประกอบการ โดยในเบื้องต้นจะมีการปรับค่าแรงใน 7 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรสาคร นครปฐม สมุทรปราการ และภูเก็ต โดยพิจารณาจากข้อมูลจากคณะกรรมการค่าจ้างจังหวัด และข้อเสนอของคณะกรรมการวิชาการและกลั่นกรองในคณะกรรมการค่าจ้าง กระทรวงแรงงาน. ยุติค่าจ้างขั้นต่ำ 300 บ. แล้วที่มติเห็นพ้องจากสามฝ่ายคกก.ค่าจ้าง.[Online]. Accessed 22 November 2011. <http://www.mol.go.th/anonymouse/content/ยุติค่าจ้างขั้นต่ำ-300-บ-แล้วที่มติเห็นพ้องจากสามฝ่ายคกกค่าจ้าง>

⁶⁷ในอุตสาหกรรมประเภท labour intensive แรงงานต่างด้าว/แรงงานพลัดถิ่น (Labor Diaspora) มีผลอย่างยิ่งต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในระดับมหภาพ เพราะเป็นแรงงานที่พร้อมทำงานหนักและมีค่าแรงต่ำ อย่างไรก็ตามแต่การใช้แรงงานพลัดถิ่นอาจส่งผลกระทบต่อแรงงานไร้ฝีมือในประเทศได้ (unskilled locals) ดูเพิ่มเติมใน The world economy. The magic of diasporas. the Economist. Nov 19th, 2011.pp.14-17

⁶⁸Pongsudhirak, Thitinan. (November 25, 2011). How much more can Thailand take?. Bangkok Post. p.9

⁶⁹ดูเพิ่มเติมที่ Bloomberg Businessweek. Thai Baht, Bonds Rise as Overseas Investors Buy Nation's Assets.[Online]. Accessed 22 November 2011. <http://www.businessweek.com/news/2011-10-12/thai-baht-bonds-rise-as-overseas-investors-buy-nation-s-assets.html>

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

และการส่งออกของสินค้าไทย⁷⁰ เช่นเดียวกับปัญหาราคาฝ้าย ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรมสิ่งทอปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบและต้นทุนของสินค้าขยับสูงขึ้นตามไปด้วย⁷¹ นอกจากนี้ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศสหภาพยุโรป (Eurozone) โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิกฤตหนี้กรีซ (Greek debt crisis) ซึ่งส่งผลกระทบต่ออนาคตของสกุลเงินยูโร⁷² และสถานะเศรษฐกิจโลกก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยซึ่งส่งผลกระทบต่อสินค้าไทย นอกจากนี้ปัญหาค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มคือเสถียรภาพทางการเมือง (political stability) เพราะนักลงทุนยังขาดความเชื่อมั่นต่อเสถียรภาพทางการเมืองของประเทศไทยในระยะยาวเมื่อเปรียบเทียบกับเสถียรภาพทางการเมืองของชาติอื่นในอาเซียน⁷³ ยิ่งไปกว่านั้นข้อมูลจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ยังชี้ว่าอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในปี 2554 จะอยู่ที่ 1.8%⁷⁴ ซึ่งต่ำกว่าที่มีการประมาณการไว้ว่าจะโต

⁷⁰ Thaitextilesdigest. สิ่งทอไทยปี 54 สดส. [Online]. Accessed 21 November 2011. <http://www.ttistextiledigest.com/articles/textile-insighttrend/item/3135-สิ่งทอไทยปี-54-สดส.html>

⁷¹ ปัญหาอุทกภัยในปากีสถานส่งผลกระทบอย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการไทยที่ต้องนำเข้าฝ้ายจากปากีสถาน ต้องแบกรับต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดูเพิ่มเติมที่ ประชาชาติธุรกิจ. สิ่งทอไทยศึกษา ราคา 'ฝ้าย' พุ่ง ช้ำรายค่าเงินบาทแข็ง. ปีที่ 34 ฉบับที่ 4248

⁷² นางอังกิลา แมร์เคิล นายกรัฐมนตรีเยอรมนีชี้ว่าสหภาพยุโรปกำลังเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากที่สุดนับตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่สอง ในสถานะเช่นนี้ ความรับผิดชอบของสมาชิกสหภาพยุโรปมีความรับผิดชอบแค่เพียงเส้นแคตแดน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเงินยูโรล่มสลายจะส่งผลกระทบโดยตรงต่ออนาคตของสหภาพยุโรป the Euro crisis. The German problem. the Economist. Nov 19th, 2011. pp.24-26

⁷³ ASEAN Affairs. Investors unsure of Thai political stability [Online]. Accessed 24 November 2011. http://www.aseanaffairs.com/thailand_news/investment/investors_unsure_of_thai_political_stability

⁷⁴ Chudasri, Darana, (November 22, 2011). Drastically reduced growth forecast of 1.8 % seen for 2011. Bangkok Post. p.1

ถึง 4.7% ทั้งนี้สาเหตุจากวิกฤตน้ำท่วมซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อโรงงานกว่า 10,000 โรง⁷⁵ ในนิคมอุตสาหกรรม 7 แห่ง โดยในจังหวัดปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี และนครสวรรค์ซึ่งเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มต่างก็ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วม ด้วยเช่นกัน⁷⁶ ทั้งนี้หากไม่มีมาตรการแก้ไขรับมือกับสถานการณ์น้ำท่วมซึ่งอาจเกิดขึ้นในอนาคตจะส่งผลโดยตรงกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนต่างชาติ และความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย (economic competitiveness) ในระยะยาว⁷⁷

แม้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรค และปัญหาอุทกภัยในปี 2554 แต่สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในอนาคตยังมีโอกาสเติบโตได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)⁷⁸ ในปี 2558 ซึ่งจะเอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการไทยในการนำเข้าวัตถุดิบราคาถูกจากประเทศสมาชิกอาเซียน เช่นเดียวกันกับการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้อาเซียนยังริเริ่มโครงการ SAFSA หรือ Source ASEAN Full Service Alliance ซึ่งมี

⁷⁵ Ibid.,1

⁷⁶ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ.สรุปจำนวนโรงงานที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม. [Online].Accessed 22 November 2011.http://www.thaitextile.org/ru/link_content/flood.pdf

⁷⁷ Pongsudhirak, Thitinan. (November 25, 2011). How much more can Thailand take?. Bangkok Post. p.9

⁷⁸ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นหนึ่งในเสาหลักของประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ตาม Bali Concord II ซึ่งประกอบด้วย 3 เสาหลักได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคง ประชาคมเศรษฐกิจ และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ทั้งนี้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิก และผลักดันให้เกิดตลาดร่วม ซึ่งจะส่งผลให้การไหลเวียนของเงินทุน แรงงานและปัจจัยการผลิตระหว่างกันได้อย่างเสรี ประกัสร์ เทพชาตรี.ประชาคมอาเซียน.กรุงเทพฯ: เสมาธรรม, 2554 หน้า 55-56

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

เป้าหมายหลักคือ ต้องการผลักดันให้ภูมิภาคอาเซียนเป็นศูนย์กลางการค้าและบริการด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลกโดยคาดว่าจะเกิดความร่วมมือในลักษณะคู่พันธมิตรเพิ่มมากขึ้น สามารถสร้างมูลค่าทางธุรกิจรวมกันไม่ต่ำกว่า 120 ล้านบาท⁷⁹ ทั้งนี้การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนถือเป็นความท้าทายสำหรับอุตสาหกรรมไทยซึ่งจะต้องกำหนดมาตรการเชิงรุกโดยให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันผ่านการสร้างนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม พัฒนาและแปรรูปสินค้าและบริการให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นจากคู่แข่งประเทศอื่น⁸⁰ ตัวอย่างที่น่าสนใจของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า ได้แก่ความสำเร็จในการใช้ผ้าผืนของบริษัทประชาอาภรณ์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลาก EU Flower ผสมเข้ากับการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบสินค้าที่ทันสมัยเพื่อใช้กับสินค้าประเภทเคหะสิ่งทอและประดับยนต์⁸¹ โดยสินค้าที่ผ่านการเพิ่มมูลค่าแล้วมียอดขายเป็นที่น่าพอใจมากกว่าการส่งออกวัตถุดิบซึ่งได้รับฉลาก EU Flower ไปขายโดยตรงจากตลาดในสหภาพยุโรปซึ่งไม่นิยมซื้อสินค้าไปตัดเย็บเองเพราะมีต้นทุนการผลิตสูง⁸²

⁷⁹Thailandindustry.ส่งออก มั่นใจ SAFSA หนุนอาเซียนเป็นศูนย์กลางสิ่งทอโลก. [Online].Accessed 22 November 2011 <http://www.thailandindustry.com/news/view.php?id=15259§ion=3>

⁸⁰กรกฎ ผดุงจิตต์.(22 พฤศจิกายน 2554).Next Station AEC 2015.กรุงเทพธุรกิจ หน้า 1

⁸¹Thailandindustry.ส่งออก มั่นใจ SAFSA หนุนอาเซียนเป็นศูนย์กลางสิ่งทอโลก. [Online].Accessed 22 November 2011 <http://www.thailandindustry.com/news/view.php?id=15259§ion=3>

⁸²ibid.

บทสรุป

ฉลาก EU Flower เป็นการรับรองถึงความปลอดภัยของสินค้าตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรป ซึ่งภายใต้กระแสการตื่นตัวต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับโลกประกอบกับแนวโน้มและพฤติกรรมผู้บริโภคที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้นต่างล้วนเป็นตัวแปรสำคัญที่ผลักดันให้สหภาพยุโรปออกฉลาก EU Flower อย่างไรก็ตามแต่การแข่งขันในอุตสาหกรรมสิ่งทอในตลาดโลกสำหรับสหภาพยุโรป ยังมีข้อเสียเปรียบที่สำคัญคือ ข้อเสียเปรียบด้านราคาคือ ตลาดในเอเชียโดยเฉพาะอย่างยิ่งจีนมีค่าแรงต่ำกว่าผู้ผลิตในสหภาพยุโรป ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการแข่งขันของสหภาพยุโรปในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนอกเหนือจากเหตุผลทางสิ่งแวดล้อมแล้ว สหภาพยุโรปต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขันทั้งคุณภาพและราคาของสินค้าจากเอเชียโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งมีแหล่งวัตถุดิบและค่าแรงที่ถูกกว่า ดังนั้นสหภาพยุโรปจึงเสี่ยงไม่ได้ที่จะต้องปกป้องตลาดภายในและผู้ประกอบการของตนผ่านการยกระดับมาตรฐานสินค้าซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ภาษีซึ่งในกรณีนี้คือระเบียบการติดฉลาก EU Flower อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงการปรับใช้ EU Flower จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการไทยแทบจะไม่ได้รับผลกระทบหรือได้รับผลกระทบในปริมาณที่น้อยมากเมื่อพิจารณาถึงอัตราการขยายตัวและมูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มไทยในไตรมาสแรกของปี 2551 คือตั้งแต่เดือน มกราคม - มีนาคม 2551 ซึ่งเป็นช่วงเวลาของบริษัทสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย 4 แห่งได้รับฉลาก EU Flower เป็น 4 บริษัทแรกของเอเชีย ในทางตรงกันข้ามฉลาก EU Flower จะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและทำให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดและความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ต่อไปได้

กล่าวโดยสรุปแล้วการขอรับฉลาก EU Flower มิได้เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรป โดยฉลาก EU Flower ยังคงมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยและ

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

เป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไทยในตลาดสหภาพยุโรป อย่างไรก็ตาม ในยุคปัจจุบันการได้รับฉลาก EU Flower นั้นยังไม่เพียงพอ กล่าวคือ ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าผ่านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมการผลิตควบคู่กันไปกับการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษามาตรฐานและสามารถแข่งขันกับสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากประเทศอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้สถานะของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในปัจจุบันยังคงเป็นสินค้าประเภทใช้แรงงานในการผลิตอย่างเข้มข้น (labor intensive) จึงต้องเผชิญกับความเสียเปรียบด้านราคาให้กับประเทศที่มีค่าแรงต่ำกว่าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นก้าวสำคัญต่อไปของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยคือการยกระดับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มให้เป็นสินค้าที่ใช้ทุนในการผลิตอย่างเข้มข้น (capital intensive) มากขึ้น คำถามสำคัญที่ตามมาสำหรับอนาคตของอุตสาหกรรมนี้คือผู้ประกอบการและรัฐบาลไทยจะมีศักยภาพเพียงพอในการผลักดันให้สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นสินค้าประเภท “capital intensive” ได้หรือไม่ ?

บรรณานุกรม

- กรกฎ ผดุงจิตต์. (22 พฤศจิกายน 2554). Next Station AEC 2015. กรุงเทพฯธุรกิจ
กรองยุโรปเพื่อไทย.เครื่องหมาย EU Flower โอกาสสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจไทย.
[Online]. Accessed 12 June 2011[http://news.thaieurope.net/
content/view/2696/212/](http://news.thaieurope.net/content/view/2696/212/)
- กระทรวงพาณิชย์ กรมเจรจาการค้าต่างประเทศ.การเตรียมความพร้อมของ
อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในปี 2548.ม.ป.ท.,2548.
- กระทรวงแรงงาน.ยุดีค่าจ้างขั้นต่ำ 300 บ. แล้วที่มติเห็นพ้องจากสามฝ่ายคกก.ค่าจ้าง.
[Online]. Accessed 22 November 2011. [http://www.mol.go.th/
anonymouse/content/ยุดีค่าจ้างขั้นต่ำ-300-บ-แล้วที่มติเห็นพ้องจากสาม
ฝ่ายคกกค่าจ้าง](http://www.mol.go.th/anonymouse/content/ยุดีค่าจ้างขั้นต่ำ-300-บ-แล้วที่มติเห็นพ้องจากสามฝ่ายคกกค่าจ้าง)
- เกรียงศักดิ์ ชีระโกวิทขจร.เสรีนิยมใหม่ พัฒนาการและอิทธิพล:บทนำ.[Online].
Accessed 20 November 2011.[http://kriangsakt.blogspot.
com/2008/07/blog-post_04.html](http://kriangsakt.blogspot.com/2008/07/blog-post_04.html)
- ขจิต จิตตเสวี. องค์การระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : วิทยุชน, 2552.
- โคริน เฟื่องเกษม. แนวคิดและทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548. หน้า 31
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. ฉลาก EU Flower : สร้างโอกาส
แก่ผู้ส่งออกสิ่งทอไทยในการเจาะตลาด EU.หมวด 4 ทิศทางการค้ากับสหภาพ
ยุโรป เล่ม 12.กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์, 2552.
- ประภัสสร เทพชาตรี.ประชาคมอาเซียน.กรุงเทพฯ: เสมาธรรม, 2554 หน้า 55-56
- พิชัย อุดมภินันท์.ฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรป (EU – Eco Label) กับ
อุตสาหกรรมสิ่งทอ. วารสารสิ่งแวดล้อม ปีที่ 13 เล่มที่ 3. กรุงเทพฯ:
สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลิ้มทองกุล. จีนกับวิกฤติการสูญเสียสถานะ. “โรงงานของโลก”. ผู้จัดการรายเดือน
(ต.ค.2551).

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

วีรพงษ์ รามางกูร. ข้าแทะละ “แฮมเบอร์เกอร์”. กรุงเทพฯ:มติชน.2552

ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก.สถานการณ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ปี 2554. [Online]. Accessed 24 November 2011.http://www.thaitextile.org/iau/Status_index.php

ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ. โครงการการพัฒนาขีดความสามารถของสถาบันและอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยด้านมาตรฐานและฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปเพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยและประเทศในสหภาพยุโรป.[Online]. Accessed 16 September 2011. http://www2.mtec.or.th/th/special/fcecolca/EU_Textile.html.

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. รายงานสภาวะอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มฉบับที่ 4 2551. ม.ป.ท., 2551

_____. Eco Textiles.กรุงเทพฯ,2552

_____. รายงานฉบับสมบูรณ์ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม.(ม.ป.ป.)

_____. สรุปจำนวนโรงงานที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม. [Online]. Accessed 22 November 2011.http://www.thaitextile.org/iau/link_content/flood.pdf

สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย.สรุปสภาวะส่งออกเครื่องนุ่งห่มไทยในเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2554. [Online].Accessed 24 November 2011. <http://www.thaigarment.org/Report/Statistic%20IMPORT-Export%20September2011.pdf>

ASEAN Affairs. Investors unsure of Thai political stability [Online].Accessed 24 November 2011. http://www.aseanaffairs.com/thailand_news/investment/investors_unsure_of_thai_political_stability

Bloomberg Businessweek. Thai Baht, Bonds Rise as Overseas Investors Buy Nation's Assets.[Online].Accessed 22 November 2011. <http://www.businessweek.com/news/2011-10-12/thai-baht-bonds-rise-as-overseas-investors-buy-nation-s-assets.html>

- Brown, Chris, and Ainley, Kirsten. Understanding International Relations. 3rd edn. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009..
- Chudasri, Darana.(November 22, 2011).Drastically reduced growth forecast of 1.8% seen for 2011.Bangkok Post.
- European Commission Environment.What is the Eco label ?.[Online]. Accessed 20 November 2011.http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/what_is_ecolabel_en.htm
- European Commission. Analytical report the Flash Eurobarometer Europeans' attitudes towards the issue of sustainable consumption and production, Hungary: The Gallup Organization, 2009.
- _____. EU Ecolabel [Online]. Accessed 18 July 2011. <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>
- _____. The foreign policy of the European Union. Brussels: European Commission Brussels: European Commission Directorate-General for Communication Publications, 2007.
- _____. Overview of the Textiles and clothing industry. [Online]. Accessed 12 June 2011. <http://ec.europa.eu/trade/creating-opportunities/economic-sectors/industrial-goods/textiles-and-footwear/>
- European Union law. Eco label.[Online].Accessed 16 June 2011.<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:197:0070:0086:EN:PDF>.
- Ikenberry, G. John. The Rise of China and the Future of the West; Can the Liberal System Survive?. Foreign Affairs. New York: Jan/Feb 2008. Vol. 87, Iss.1
- Nordås, Hildegunn Kyvik. DISCUSSION PAPER NO 5 The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing. Geneva: WTO Publications, 2004.

การปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมในตลาดสหภาพยุโรป: ผลกระทบและความท้าทายใหม่ของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

Peter, Anthony St., The Greatest Quotations of All-Time. London: Xlibris Corporation, 2010.

Pongsudhirak, Thitinan.(November 25, 2011). How much more can Thailand take?. Bangkok Post

Rankingthebrands. Top 50 Europe's Brand Corporations. [Online]. Accessed 5 November 2011. <http://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?>

Textile Forecast.สถานการณ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยปี 2554. ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. ฉบับที่ 8 ตุลาคม-ธันวาคม 2554.หน้า 1

Thailand Textile Institute. Eco Label. [Online]. Accessed 4November 2011 <http://www.texeastile.eu/greentools/eco-label-0>

Thailandindustry.ส่งออก มั่นใจ SAFSA หนุนอาเซียนเป็นศูนย์กลางสิ่งทอโลก. [Online].Accessed 22 November 2011. <http://www.thailandindustry.com/news/view.php?id=15259§ion=3>

Thaitextiledigest. สิ่งทอไทยปี 54 สดใส. [Online]. Accessed 21 November 2011.<http://www.ttistextiledigest.com/articles/textile-in-sight-trend/item/3135-สิ่งทอไทยปี-54-สดใส.html>

The Economist. The rising power of the Chinese worker. [Online].Accessed 6 November 2011. <http://www.economist.com/node/16693333>.

The Euro crisis. The German problem. the Economist. Nov 19th, 2011.

The Nielsen Company .Global Consumers Vote Al Gore, Oprah Winfrey and Kofi Annan Most Influential to Champion Global Warming Cause: Nielsen Survey.[Online] Accessed 20 November 2011. http://nz.nielsen.com/news/GlobalWarming_Jul07.shtml

The world economy. The magic of diasporas. the Economist. Nov 19th, 2011.

