



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาภาวะการผลิตและการตลาดกระเป๋าหนังของประเทศไทย

A Study on Production and Marketing of Thai Leather Bag

ของ

นางสาวสุชาดา สุธรรมวัต

ได้รับการตรวจสอบอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2537

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

12, 80, 2537

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

กรรมการปัญหาพิเศษ

14, 80, 2537

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรยา เครือวิริยะพันธ์)

อ.ศิริจรยา

หัวหน้าภาควิชาฯ

14, 80, 37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

14583

9 ส.ค. 2541

ฉ.พ.

ศ.ว. ๒๗๕๙๓

2537

ACC. NO.....

Date Received 27 ส.ค. 2538

Call No.....



4
เรื่อง

การศึกษาภาวะการผลิตและการตลาดกระเป๋าหนังของประเทศไทย
A Study on Production and Marketing of Thai Leather Bag



T097264

โดย

นางสาวสุชาดา สุธรรมวัต

ปพ.
ศ 759 ก
2537

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 27264

วัน เดือน ปี..... 5 5 1977

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2537



บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาภาวะการผลิตและการตลาดกระเป๋านึ่งของประเทศไทย

โดย : นางสาวสุชาดา สุธรรมวัต

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ :

12, 50, 8537

(อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

อุตสาหกรรมกระเป๋านึ่งนับเป็นอุตสาหกรรมเกษตรที่สำคัญมากประเภทหนึ่ง ซึ่งมีส่วนสนับสนุนอาชีพการเลี้ยงสัตว์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า อุตสาหกรรมกระเป๋านึ่งของไทยได้วิวัฒนาการมาเป็นลำดับจากที่ผลิตโดยใช้แรงงานฝีมืออย่างเดียว มาเป็นใช้เครื่องจักรประกอบในการผลิต ซึ่งทำให้สามารถผลิตกระเป๋านึ่งชนิดต่าง ๆ ได้ปริมาณมากเพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ และยังสามารถส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศนารายได้มาสู่ประเทศปีละหลายร้อยล้านบาท นอกจากนี้การผลิตกระเป๋านึ่งได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วตามการขยายตัวของความต้องการในตลาดต่างประเทศ แต่ในปัจจุบันไทยต้องประสบปัญหาการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นจากประเทศคู่แข่งที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าไทย โดยเฉพาะประเทศในแถบอินโดจีน จึงจำเป็นต้องทำการศึกษาดังภาวะการผลิตและการตลาดกระเป๋านึ่งของไทย เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจวางแผนการผลิตและการตลาดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ศึกษาถึงโครงสร้างการผลิต สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต ศึกษาภาวะการตลาดทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ ระหว่าง พ.ศ. 2531-2536 ตลอดจนการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมกระเป๋านึ่งของไทย จากการศึกษาพบว่าสภาพการผลิตของอุตสาหกรรมกระเป๋านึ่งมี 3 ลักษณะ คือ ผู้ผลิตรายย่อยผลิตโดยใช้เครื่องมือการค้ำของตนเอง ผู้ผลิตขนาดย่อมซึ่งอาจใช้เครื่องมือการค้ำของตนเอง หรือมีผู้ว่าจ้างการผลิตก็ได้ และผู้ผลิตขนาดกลางและใหญ่ผลิตภายใต้เครื่องมือการค้ำที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ หรือภายใต้ใบอนุญาต สำหรับการศึกษาภาวะการตลาดนำเข้าและตลาด

ส่งออกของกระเป๋าทองของไทย พบว่าในการนำเข้ากระเป๋าทองนั้น ไทยนำเข้าจากประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรปมากที่สุดซึ่งได้แก่ อิตาลี ฝรั่งเศส ประเภทกระเป๋าทองนำเข้ามากที่สุด ได้แก่ กระเป๋าถือ ส่วนตลาดส่งออกที่ไทยควรจะทำให้ความสนใจและหาช่องทางในการส่งออกเพิ่มมากขึ้น คือ ตลาดประชาคมยุโรป โดยเฉพาะเยอรมันมีมูลค่าการนำเข้าจากไทยมากที่สุดรองลงมา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อังกฤษ สิงคโปร์ ซาอุดีอาระเบีย ตามลำดับ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ จีน อินเดีย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ รวมทั้งประเทศในแถบอินโดจีนด้วย

จากการศึกษามีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ผลิตต้องมีการพัฒนาสินค้าในด้านวัตถุดิบหนังฟอก ควรส่งเสริมให้มีการทำปศุสัตว์อย่างถูกวิธี เพื่อให้ได้หนังดิบที่มีคุณภาพดี ทางด้านแรงงาน หน่วยงานของทางราชการที่รับผิดชอบในการพัฒนาแรงงาน ควรเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาแรงงานประเภทนี้ ด้านเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการคิดค้นและประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากรัฐบาลสามารถพิจารณาขกวันภาษีนำเข้าหนังฟอกแล้ว ก็จะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตได้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด ผู้ผลิตต้องพัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบ และมีมือการตัดเย็บที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้ากระเป๋าทองไปยังประเทศต่าง ๆ ตลอดจนมีการจัดงานแสดงสินค้า เพื่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมต่อไป

คำนิยาม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยลงได้ ก็ด้วยความกรุณาในการให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากผศ.อภิสิทธิ์ แก้วฉา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ ซึ่งเป็นกรรมการปัญหาพิเศษ ที่ช่วยกรุณาตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพิ่มเติม ตลอดจนให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์สำหรับการเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณจงจิตต์ ศรัณท์ศิริ ผู้จัดการทั่วไปบริษัทโกลด์สอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด คุณสุนันทา วุฒิสกุล ผู้จัดการบริษัทดี.ซี เครื่องหนัง จำกัด และคุณสมเกียรติ อนุรักษ์ศุภพร เจ้าของบริษัทชาญศิริมาร์เก็ตติ้ง จำกัด ที่กรุณาให้สัมภาษณ์และข้อมูลประกอบการค้นคว้าเพิ่มเติมตลอดจนขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ น้อง และเพื่อนทุกคน ที่เป็นกำลังใจและให้คำปรึกษาในระหว่างการดำเนินงาน

สุดท้ายนี้ หากปัญหาพิเศษฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนต้องขอภัยมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าปัญหาพิเศษฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างไม่มากนักขอ

สุชาดา สุธรรมวัต

ธันวาคม 2537

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตการศึกษา	6
นิยามศัพท์	6
การตรวจเอกสาร	7
วิธีการศึกษา	9
บทที่ 2 สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมการผลิตกระเป๋านั่งของไทย	11
โครงสร้างของอุตสาหกรรมกระเป๋านั่ง	11
ลักษณะของผลิตภัณฑ์กระเป๋านั่ง	12
แหล่งที่มาของวัตถุดิบและการใช้วัตถุดิบ	14
กรรมวิธีการผลิตกระเป๋านั่ง	15
ต้นทุนการผลิต	19
สถานการณ์การผลิตและกำลังการผลิต	20
สถานการณ์การผลิต	20
กำลังการผลิต	21
ปัญหาด้านการผลิต	22
ปัญหาด้านวัตถุดิบ	22
ปัญหาเทคโนโลยีการผลิต	30
ปัญหาด้านช่างฝีมือและแรงงาน	30
ปัญหาด้านความช่วยเหลือจากรัฐบาล	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 สภาวะการตลาดกระเป๋าน้ำแข็ง	32
สภาวะการตลาดภายในประเทศ	32
วิธีการจำหน่าย	34
การส่งเสริมการจำหน่าย	34
ราคาจำหน่าย	37
สภาวะการตลาดต่างประเทศ	37
การนำเข้า	37
การส่งออก	43
สภาพการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ	56
ปัญหาด้านการตลาด	58
ปัญหาตลาดภายในประเทศ	58
ปัญหาตลาดต่างประเทศ	59
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	62
สรุป	62
ข้อเสนอแนะ	64
เอกสารอ้างอิง	69

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทย พ.ศ. 2531-2534	3
2	มูลค่าการส่งออกกระเป๋านหนังไทยไปยังตลาดต่างประเทศ พ.ศ. 2531-2533	4
3	องค์ประกอบของต้นทุนการผลิตกระเป๋านหนัง	20
4	บริษัทผลิตกระเป๋านหนังที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน	23
5	รายชื่อผู้ผลิตกระเป๋านหนังที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม	25
6	ราคาจำหน่ายโดยเฉลี่ยของกระเป๋านหนัง	38
7	มูลค่าการนำเข้ากระเป๋านหนังของไทย แยกตามประเภทสินค้า พ.ศ. 2531-2536	40
8	มูลค่าการนำเข้ากระเป๋านหนังของไทย แยกตามรายประเทศ พ.ศ. 2531-2536	42
9	มูลค่าการส่งออกกระเป๋านหนังของไทย แยกตามประเภทสินค้า พ.ศ. 2531-2536	46
10	มูลค่าการส่งออกกระเป๋านหนังของไทย แยกตามรายประเทศ พ.ศ. 2531-2536	49

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรรมวิธีการผลิตหนัง	16
2	กรรมวิธีการผลิตกระเป๋าหนัง	18
3	ช่องทางการจำหน่ายกระเป๋าหนังให้แก่ผู้บริโภคภายในประเทศ	35
4	ช่องทางการจำหน่ายกระเป๋าหนังให้แก่ผู้บริโภคในต่างประเทศ	36

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

"เครื่องหนัง" จัดว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของไทยชนิดหนึ่ง สินค้าที่ผลิตจากหนังมีความสำคัญกับชีวิตประจำวันอยู่ไม่น้อย ไม่ว่าจะเป็นรองเท้า กระเป๋าถือ กระเป๋าเดินทาง โดยเฉพาะตลาดกระเป๋าหนังกำลังขยายตัวและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคใน ปริมาณที่ค่อนข้างสูงมาก / เนื่องจากในสมัยนี้การแต่งกายของสตรีไทยกำลังนำสมัยไม่แพ้ประเทศ ที่เจริญแล้วในแถบยุโรปหรืออเมริกา ^{ด้วยเหตุ} กระเป๋าหนังจึงมีบทบาทและมีความสำคัญมากขึ้น เปรียบ เสมือนเครื่องประดับตกแต่งที่จำเป็นสำหรับสตรี นอกจากใช้เพื่อเก็บของจุกจิกแล้ว ยังเป็นเครื่อง แสดงความมีรสนิยมและฐานะของบุคคลผู้เป็นเจ้าของ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพของผู้ใช้ให้ดู งดงามในทุก ๆ โอกาสที่ปรากฏตัวต่อหน้าสาธารณชน แม้แต่สุภาพบุรุษเองก็นิยมใช้กระเป๋ากัน มากขึ้นโดยเฉพาะกระเป๋าใส่เอกสาร | อุตสาหกรรมการผลิตกระเป๋าหนังของไทยได้วิวัฒนาการ มาเป็นลำดับ จากที่ผลิตโดยใช้แรงงานฝีมือเพียงอย่างเดียวมาเป็นใช้เครื่องจักรในการผลิต ทำให้สามารถผลิตกระเป๋าชนิดต่าง ๆ ได้ปริมาณมากเพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ และสามารถส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้ด้วย

ในอดีตการผลิตกระเป๋าหนังเป็นเพียงอุตสาหกรรมการเกษตร ที่ทำรายได้ให้ ประเทศเป็นมูลค่าหลายสิบล้านบาท ตลอดจนก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องคือ การเลี้ยงสัตว์ และการว่าจ้างแรงงานในประเทศ การผลิตกระเป๋าหนังเริ่มมีบทบาทในระบบเศรษฐกิจของ ไทยนานแล้ว โดยระยะเริ่มแรกเป็นการผลิตเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการภายในประเทศ เท่านั้น ซึ่งใช้แรงงานในการผลิตเป็นสำคัญ ต่อมาได้มีการส่งเสริมการผลิตกระเป๋าหนังขึ้นมีการ พัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่องคือ มีการจัดตั้งโรงงานขนาดใหญ่มีการนำเอาเครื่องจักรกลเข้ามา ช่วยในการทำงานมากขึ้นจนลักษณะการผลิตที่เน้นงานฝีมือได้ลดลง

ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง เป็นสินค้าที่มีความสำคัญและมีบทบาทมากขึ้น ทั้งในตลาดต่างประเทศและตลาดภายในประเทศ ในตลาดภายในประเทศนั้นมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงมาก โดยพิจารณามูลค่าการนำเข้าหนังสัตว์และผลิตภัณฑ์จากหนังสัตว์ในช่วงพ.ศ. 2532-2533 พบว่าในพ.ศ. 2533 มีมูลค่าการนำเข้าหนังสัตว์และผลิตภัณฑ์จากหนังสัตว์รวมทั้งสิ้น 2,688,531 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2532 ถึง 1,171,055 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 77.17 ซึ่งเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงมาก (นิรนาม , 2534)

ส่วนตลาดต่างประเทศก็มีการขยายตัวเช่นกัน โดยพิจารณาจากมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทยพ.ศ. 2531-2534 มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ส่วนผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่ส่งออกมากที่สุด ได้แก่ เครื่องใช้เดินทางประเภทกระเป๋าหนัง รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์หนังฟอกหนังอัดและรองเท้า ตามลำดับ (ในส่วนของผลิตภัณฑ์กระเป๋าหนังที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด ได้แก่ กระเป๋าเดินทาง รองลงมาคือ กระเป๋าถือ เครื่องเดินทางอื่น ๆ และ กระเป๋าใส่สตางค์ตามลำดับ (ตารางที่ 1) | รวมทั้งมูลค่าส่งออกกระเป๋าหนังของไทยก็มีแนวโน้มที่สูงขึ้นทุกปี

ในพ.ศ. 2531 มีมูลค่าการส่งออกกระเป๋าหนังรวมทั้งสิ้น 10,546.80 ล้านบาท พ.ศ. 2532 เพิ่มขึ้นเป็น 11,275.60 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากพ.ศ. 2531 ประมาณร้อยละ 6.91 และในพ.ศ. 2533 มีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 5,985.62 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากพ.ศ. 2532 ประมาณร้อยละ 23.37 ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยได้แก่ เยอรมันตะวันตก สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น อังกฤษ และสิงคโปร์ เป็นต้น (ตารางที่ 2)

จากมูลค่าการนำเข้าหนังสัตว์และผลิตภัณฑ์จากหนังสัตว์ รวมถึงการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังโดยเฉพาะกระเป๋าหนังของไทย พบว่าสภาพการตลาดทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ดังนั้นจึงสมควรที่จะส่งเสริมการผลิตกระเป๋าหนังให้เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนการนำเข้าหนังและผลิตภัณฑ์หนัง เพื่อเป็นการขยายตลาดภายในประเทศของกระเป๋าหนังให้กว้างขึ้น ส่วนตลาดต่างประเทศมีความต้องการสั่งซื้อกระเป๋าหนังจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างมาก เนื่องจากผู้ผลิตของไทยได้มีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพรูปแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ประกอบกับคู่แข่งหลายประเทศประสบกับปัญหา จึงทำให้ไทยได้เปรียบทางด้าน การส่งออก ดังนั้นอุตสาหกรรมกระเป๋าหนังจึงเป็นอุตสาหกรรมที่น่าลงทุน อย่างไรก็ตามปัญหา

ตารางที่ 1 มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทย พ.ศ. 2531-2534

(หน่วย : ล้านบาท)

สินค้า\พ.ศ.	2531	2532	2533	2534
1. เครื่องใช้สำหรับเดินทาง	3,541.39	4,851.54	5,985.62	6,816.37
กระเป๋าเดินทาง	1,202.74	1,916.00	2,442.39	2,698.13
กระเป๋าถือ	969.30	1,173.40	1,427.65	1,980.24
กระเป๋าใส่สติก	407.35	615.64	712.80	841.93
เครื่องเดินทางอื่นๆ	962.00	1,146.50	1,402.78	1,296.07
2. ผลิตภัณฑ์หนังฟอกและ				
หนังอัด	2,424.19	3,091.51	3,638.59	3,529.61
ของเล่นสำหรับสัตว์				
หู				
เลี้ยง	1,095.46	1,632.41	1,955.51	1,927.99
ถุงมือหนัง	562.71	681.70	754.30	800.81
ผลิตภัณฑ์หนังอื่นๆ	766.02	777.40	928.78	800.81
3. รองเท้าหนัง	229.04	137.14	236.00	482.68
รวม	6,194.62	8,082.19	9,860.21	10,841.27

ที่มา : (กันตา , 2535)

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกกระเป๋านึ่งไทยไปยังตลาดต่างประเทศ พ.ศ. 2531-2533

(หน่วย : ล้านบาท)

ตลาดส่งออก\พ.ศ.	2531	2532	อัตราเพิ่ม 32/31	2533	อัตราเพิ่ม 33/32
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	570.69	690.61	(21.01)	803.02	(16.27)
สหรัฐอเมริกา	1,306.84	1,915.59	(46.58)	2,171.78	(13.37)
ญี่ปุ่น	158.89	291.90	(83.71)	466.33	(59.75)
ออสเตรเลีย	206.73	267.25	(29.27)	229.11	(-14.27)
สหราชอาณาจักร	173.65	249.63	(43.75)	440.74	(76.55)
สิงคโปร์	145.56	156.33	(7.39)	185.62	(18.73)
ไนจีเรีย	3.28	16.12	(391.46)	77.77	(384.44)
ฝรั่งเศส	118.09	192.34	(62.87)	283.20	(47.23)
ฮ่องกง	73.51	87.08	(18.46)	113.45	(30.28)
สวีตเซอร์แลนด์	184.28	195.89	(6.30)	267.90	(36.76)
เนเธอร์แลนด์	31.56	41.08	(30.16)	85.30	(107.64)
แคนาดา	52.42	120.42	(129.72)	152.49	(26.63)
ซาอุดีอาระเบีย	85.25	108.97	(27.82)	110.27	(1.19)
นอร์เวย์	20.71	25.46	(22.93)	27.71	(8.83)
สวีเดน	34.80	40.71	(16.98)	55.59	(36.55)
ไต้หวัน	27.19	20.88	(-23.21)	28.27	(35.39)
สหรัฐอเมริกาบริติช	47.86	52.09	(8.83)	50.14	(-3.74)
อิตาลี	35.68	63.34	(77.52)	81.09	(28.02)
อื่นๆ	264.40	315.85	(19.45)	355.84	(12.66)
รวม	3,541.39	4,851.54	(36.99)	5,985.62	(23.37)

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2534)

และอุปสรรคก็มีอยู่มาก คือ ผู้ทำกิจการโรงฟอกย้อมไม่สามารถผลิตหนังที่มีคุณภาพสูงป้อนให้ผู้ผลิตหนังได้ ทำให้ผู้ประกอบการต้องสั่งหนังจากต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น ปัญหาด้านแรงงานก็เป็นปัญหาที่สำคัญ เนื่องจากขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถในการออกแบบ และมีความรู้ความชำนาญในด้านเคมีภัณฑ์ รวมถึงการขาดแคลนหนังดิบมีไม่เพียงพอที่จะป้อนให้กับโรงงานฟอกหนัง (นิรนาม , 2534)

จากปัญหาในการผลิตกระเป๋าหนังควรจะได้มีการพัฒนาด้านการผลิต และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนหาช่องทางการตลาดส่งออก โดยอาศัยความร่วมมือของภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อประโยชน์ในการขยายตัวของอุตสาหกรรมกระเป๋าหนัง มีการส่งเสริมการผลิตกระเป๋าหนังให้มีคุณภาพทัดเทียมกับต่างประเทศ ดังนั้นจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกระเป๋าหนังของไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการผลิตและการตลาดกระเป๋าหนังของไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงสภาพทั่วไปของการผลิตกระเป๋าหนังของไทย
2. เพื่อศึกษาถึงภาวะการตลาดของกระเป๋าหนังของไทย
3. เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคของการผลิต และการตลาดกระเป๋าหนังของไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการผลิตกระเป๋าหนังของไทย
2. ทำให้ทราบถึงภาวะการตลาดของกระเป๋าหนังของไทย
3. เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการผลิต และการตลาดกระเป๋าหนังของไทย

4. เพื่อให้ผู้ประกอบการนำผลที่ได้จากการศึกษามาพัฒนาเทคนิคการผลิต รูปแบบของกระเป๋าน้ำดื่มให้มีคุณภาพ และเป็นแนวทางในการขยายการส่งออกตลาดกระเป๋าน้ำดื่มในประเทศไทยสู่ตลาดต่างประเทศให้กว้างยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าการส่งออกกระเป๋าน้ำดื่มของไทย

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับภาวะการผลิตและการตลาดกระเป๋าน้ำดื่มของไทยระหว่าง พ.ศ. 2531-2536 ซึ่งเป็นช่วงปีที่ใกล้เคียงกับสภาวะปัจจุบันเหมาะสำหรับการศึกษาหาข้อมูล โดยศึกษาถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ลักษณะการผลิต กรรมวิธีการผลิต รวมถึงสภาวะของตลาดผลิตภัณฑ์กระเป๋าน้ำดื่ม สรุปแนวทางการขยายตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะแนวโน้มการส่งออกกระเป๋าน้ำดื่มไปยังตลาดโลก ตลอดจนการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการผลิตและการตลาดกระเป๋าน้ำดื่มของไทย

นิยามศัพท์

หนังสือ หมายถึง หนังสือที่ได้จากโรงงานฆ่าสัตว์ ผ่านกรรมวิธีตากแห้งอบน้ำยาหรือหมักเกลือ แล้วจึงนำออกขายแก่โรงงานฟอกหนัง เพื่อนำไปผ่านกรรมวิธีฟอกอีกชั้นหนึ่ง

หนังฟอก หมายถึง หนังดิบที่ผ่านกรรมวิธีฟอกของโรงงานฟอกหนังแล้วมีการแต่งสีพิมพ์เม็ด อัดลาย และข้อมสี เพื่อนำออกขายให้แก่ผู้ผลิตสินค้าเครื่องหนังอีกต่อหนึ่ง

กระเป๋าน้ำดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์กระเป๋าน้ำดื่มที่ทำจากหนังสัตว์ ซึ่งได้แก่ หนังโค กระบือ แกะ จระเข้ และสัตว์ป่าอื่น ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิต โดยผ่านกรรมวิธีการฟอกหนัง ตกแต่งทาสี แล้วนำมาออกแบบเพื่อผลิตเป็นกระเป๋าน้ำดื่มต่อไป ประเภทของกระเป๋าน้ำดื่มประกอบด้วย กระเป๋าน้ำดื่มสุภาพบุรุษ สตรี กระเป๋าน้ำดื่มชนิดบรรจุขวด/สแตงคัม รวมถึงเครื่องใช้ในการเดินทาง | ซึ่งได้แก่ กระเป๋าน้ำดื่มเดินทาง กระเป๋าน้ำดื่มใส่เอกสาร กระเป๋าน้ำดื่มถือ

การตรวจเอกสาร

กรุงเทพฯธุรกิจ (2531) ได้ศึกษาพบว่า การส่งออกกระเป๋านึ่งของไทยขยายตัวอย่างมากในระหว่าง พ.ศ. 2528-2530 แต่ผลประโยชน์จากการส่งออกดังกล่าวไม่ได้ตกอยู่กับผู้ผลิตรายเล็ก ๆ ซึ่งเป็นของคนไทยเท่าที่ควร เนื่องจากไม่สามารถรับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศได้เอง เพียงแต่รับผลิตตามที่คุณผลิตรายใหญ่ซึ่งรับคำสั่งซื้อไว้จนกำลังการผลิตไม่เพียงพอ และผู้ผลิตรายใหญ่เหล่านั้นส่วนใหญ่อีกเป็นของนักลงทุนชาวไต้หวันที่ได้เข้ามาลงทุนในไทย ทางสมาคมกระเป๋านึ่งไทยจึงได้รวบรวมสมาชิกจำนวนหนึ่งร่วมกันจัดตั้งบริษัทกลางขึ้นมาบริษัทหนึ่งใช้ชื่อ "บริษัทบริการส่งออกเครื่องนึ่ง จำกัด" เพื่อเป็นบริษัทรับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ แล้วมากระจายคำสั่งซื้อนั้นให้กับผู้ผลิตรายเล็ก เพื่อทำการผลิตสินค้าต่อไป ในพ.ศ. 2530 ไทยสามารถส่งออกกระเป๋านึ่งไปยังตลาดต่างประเทศได้ถึง 929.6 ล้านบาท จากพ.ศ. 2529 ที่มีการส่งออกได้เพียง 464.2 ล้านบาท และในพ.ศ. 2532 คาดว่าจะส่งออกได้ถึง 1,000 ล้านบาท โดยในพ.ศ. 2530 ประเทศเยอรมันตะวันตกเป็นประเทศที่ไทยส่งออกกระเป๋านึ่งเข้าไปมากที่สุดถึง 479.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 51.6 ของมูลค่าส่งออกของไทยทั้งหมด ตลาดรองลงมาคือสหรัฐอเมริกา ซึ่งไทยส่งกระเป๋านึ่งเข้าไปเป็นมูลค่า 102.4 ล้านบาท นับว่าเป็นตลาดที่สำคัญมากในอนาคต แม้ว่าไทยจะมีส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาเพียงร้อยละ 0.02 เท่านั้น เมื่อเทียบกับประเทศเกาหลีใต้ซึ่งมีส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกถึงร้อยละ 24

ธนาคารกสิกรไทย (2531) ได้ศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์กระเป๋านึ่งมีลักษณะการผลิตที่ต้องพึ่งแรงงานและช่างฝีมือเป็นหลัก ผู้ผลิตรายใหญ่จึงดำเนินการผลิตในรูปแบบของอุตสาหกรรมครัวเรือนที่ผลิตสินค้าขึ้นเพื่อจำหน่ายในประเทศ ส่วนผู้ผลิตเพื่อการส่งออกนั้นมักเป็นอุตสาหกรรมการผลิตขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่ใช้เครื่องมือและเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต และส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล ปัจจุบันมีโรงงานผลิตกระเป๋านึ่งนับตั้งแต่ กระเป๋าสตรี กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าใส่หนังสือ กระเป๋าใส่เอกสาร จนกระทั่งถึงกระเป๋าใส่ธนบัตร รวมทั้งสิ้นประมาณ 2.5 ล้านใบ เป็นโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจำนวน 3 ราย มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 351,000 ใบ การจำหน่ายกระเป๋านึ่งในประเทศอยู่ในภาวะค่อนข้างทรงตัว เนื่องจากตลาดค่อนข้างจำกัดจึงทำให้ภาวะการแข่งขันมีสูง

นอกจากจะมีการแข่งขันกันเองในระหว่างการผลิตกระดาษเป่าหนึ่งตราต่าง ๆ แล้ว ยังต้องแข่งขันกับกระดาษเป่าหนึ่งที่ทำจากวัสดุทดแทนอื่น ๆ เช่น หนึ่งเทียมและพลาสติก เป็นต้น รวมทั้งกระดาษเป่าหนึ่งที่นำเข้ามาจากต่างประเทศอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากความต้องการกระดาษเป่าหนึ่งส่วนใหญ่นั้นอยู่กับรูปแบบตามสมัยนิยม ตลอดจนรสนิยมผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีรายได้สูงยังคงนิยมสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ แม้ว่าในปัจจุบันมีผู้ผลิตสินค้ากระดาษเป่าหนึ่งหลายรายที่ซื้อลิขสิทธิ์การผลิตจากผู้ผลิตสินค้ากระดาษเป่าหนึ่งชั้นนำจากต่างประเทศ เพื่อทำการผลิตในประเทศแล้วก็ตาม แต่การนำเข้าผลิตภัณฑ์กระดาษเป่าหนึ่งจากต่างประเทศก็ยังคงมีอยู่ เนื่องจากกระดาษเป่าหนึ่งที่ผลิตจากต่างประเทศใช้หนึ่งที่มีคุณภาพดีกว่า และมีโอกาสตัดเย็บประณีตยิ่งขึ้นทั้งรูปแบบที่ทันสมัยกว่า การนำเข้ากระดาษเป่าหนึ่งส่วนใหญ่นำเข้ามาจากประเทศอิตาลี ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น ส่วนการส่งออกกระดาษเป่าหนึ่งของไทยนั้นอยู่ในภาวะแฉ่งใส มูลค่าการส่งออกกระดาษเป่าหนึ่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ในพ.ศ. 2527 ส่งออกกระดาษเป่าหนึ่งได้ทั้งสิ้น 236.7 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นเป็น 303.2 ล้านบาท และ 464.2 ล้านบาท ในพ.ศ. 2528 และพ.ศ. 2529 ตามลำดับ สำหรับในช่วงระยะเวลา 9 เดือนแรกของพ.ศ. 2530 สามารถส่งออกกระดาษเป่าหนึ่งได้เป็นมูลค่าสูงถึง 664.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 108.7 | ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากการที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทยได้พัฒนาปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบของกระดาษเป่าให้ตรงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ ประกอบกับมีความได้เปรียบในด้านค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ มีโอกาสตัดเย็บของไทยมีความประณีต เรียบร้อย มีคุณภาพดี และราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกระดาษเป่าหนึ่งที่มีชื่อเสียงของยุโรปซึ่งมีราคาแพงมาก จึงทำให้กระดาษเป่าหนึ่งของไทยเป็นที่นิยมและยอมรับของลูกค้านักค้าทั้งรายเล็กและรายใหญ่ในตลาดต่างประเทศเป็นอย่างมาก ประเทศผู้นำเข้ากระดาษเป่าหนึ่งที่สำคัญของไทย คือเยอรมันตะวันตก ซึ่งนำเข้ากระดาษเป่าหนึ่งจากประเทศไทยเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 54.7 ของมูลค่าการส่งออกกระดาษเป่าหนึ่งทั้งหมดของไทย ส่วนตลาดอื่น ๆ ซึ่งมีมูลค่านำเข้ากระดาษเป่าหนึ่งจากไทยรองลงมา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อังกฤษ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และฮ่องกง เป็นต้น

ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครซิดนีย์ (2534) ได้ศึกษาพบว่า ลู่ทางในการจำหน่ายกระดาษเป่าหนึ่งไปยังออสเตรเลียของไชน่าจะมีโอกาสดีมาก เมื่อคำนึงถึงการแข่งขันกับกระดาษเป่าหนึ่งที่ผลิตในประเทศออสเตรเลีย ทั้งนี้เพราะประเทศไทยมีค่าฝีมือแรงงานที่ถูกกว่ามีวัตถุดิบส่วนใหญ่

ที่ใช้ในการผลิต ส่วนการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ นั้น สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาด้วยกันแล้ว สินค้าไทยจัดว่ามีมือดีกว่าจีน และสามารถแข่งขันได้ดีกว่าประเทศในเอเชียอื่น ๆ แต่กับสินค้าที่มีตราหรือมีคุณภาพสูงผลิตจากยุโรปนั้น ประเทศไทยยังต้องปรับปรุงทางด้านรูปแบบและคุณภาพของหนัง โดยเฉพาะอาจมีความจำเป็นที่จะต้องนำเข้าหนังที่พอกจากอิตาลีเข้ามาผลิต โดยมีระบบคืนภาษีให้กับวัตถุดิบนำเข้ามาผลิตเพื่อส่งออกต่ออย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตและคุณภาพของสินค้าอยู่ในระดับที่แข่งขันได้ ในด้านกลยุทธ์การนำเข้าออสเตรเลียนั้น หลักสำคัญคือต้องทำการติดต่อ ทำความรู้จักกับผู้นำเข้าและควรวหาโอกาสไปเยี่ยมชมตลาดออสเตรเลีย เพื่อศึกษารูปแบบ ราคาและรสนิยมของผู้บริโภค นอกจากนี้การที่กรมส่งเสริมการส่งออกจัดให้มีการแสดงสินค้าเครื่องหนัง ให้เป็นงานระดับชาติและศูนย์พาณิชย์กรมศุลกากรชนิดนี้ น่าจะน่าจะมีผู้เข้าชมงานทุกปี ก็เป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงสินค้าไทย และกระตุ้นให้ผู้ผลิตส่งออกมีความตื่นตัวในการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบมากยิ่งขึ้น ผู้ส่งออกควรได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบในการส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา ตลอดจนการรักษาคุณภาพให้สม่ำเสมอ สินค้าเครื่องหนังของไทยจะสามารถขยายเข้าตลาดออสเตรเลียได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกระเป๋าขนาดเล็กไทยน่าจะพยายามช่วงชิงตลาดนี้กลับคืนมาเป็นอันดับหนึ่งจากจีนเหมือนเมื่อพ.ศ. 2533 ได้

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ จากแหล่งเอกสารและบุคคลต่าง ๆ มารวบรวมไว้เพื่อใช้ในการวิเคราะห์

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่สอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการผลิตกระเป๋าหนัง โดยใช้การสัมภาษณ์ในเรื่องลักษณะทั่วไปทางด้านการผลิตและสภาวะการตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการผลิตกระเป๋าหนังได้รับอยู่ในปัจจุบัน โดยสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตกระเป๋าหนังจำนวน 3 บริษัท ได้แก่ โจทหลุยส์อินเตอร์เนชั่นแนล ชาญศิริมาร์เกตติ้ง และ ดี.ซี. เครื่องหนัง มีหลักเกณฑ์การเลือก

ผู้ประกอบการผลิต คือ ต้องเป็นผู้ผลิตกระเป๋านั่งประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือหลายประเภทรวมกัน โดยจำแนกประเภทของกระเป๋านั่งเป็น กระเป๋าถือ กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าใส่เอกสาร กระเป๋าใส่ขนมปัง

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลรายปี ระหว่าง พ.ศ. 2529-2535 ซึ่งเป็นข้อมูลที่ค้นคว้ารวบรวมจาก เอกสาร วารสารต่าง ๆ เช่น วารสารผู้ส่งออก วารสารธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น รายงานการวิจัย รายงานสรุปต่าง ๆ และบทความที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กระเป๋านั่ง ตลอดจนข้อมูลทางด้านสถิติที่ทางราชการ และหน่วยงานเอกชนได้ทำการศึกษารวบรวมไว้เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กรมส่งเสริมการส่งออก เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาภาวะการผลิตและการตลาดกระเป๋านั่งของประเทศไทย จะนำข้อมูลทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมได้มาสรุปและวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์แบบเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นำเสนอในรูปแบบข้อความและแผนภาพประกอบคำบรรยายการศึกษา

นอกจากนี้ยังใช้วิธีการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (Quantity Analysis) ใช้วิธีสถิติแบบง่าย โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางเป็นอัตราส่วนหรือร้อยละเพื่อช่วยในการอธิบาย ในที่นี้จะพิจารณาในเรื่องของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ลักษณะการผลิต และกรรมวิธีการผลิตกระเป๋านั่งของประเทศไทย

สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมการผลิตกระดาษของไทย

สำหรับการศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมการผลิตกระดาษของไทย ซึ่งแบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ส่วน คือ โครงสร้างของการผลิตกระดาษ ได้แก่ ลักษณะของผลิตภัณฑ์กระดาษ แหล่งที่มาของวัตถุดิบและการใช้วัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิต และต้นทุนการผลิต และอีกส่วนหนึ่ง คือ สถานการณ์การผลิตและกำลังการผลิต

โครงสร้างของอุตสาหกรรมกระดาษ

ผลิตภัณฑ์กระดาษมีการผลิตขึ้นในไทยมานานแล้ว โดยการนำเอาหนังสือพิมพ์ เช่น หนังสือ กระดาษ และอื่น ๆ มาตัดเย็บขึ้น แบบกระดาษที่ผลิตเป็นแบบง่าย ๆ ใช้ความชำนาญของแรงงานฝีมือ จำนวนสินค้าที่ผลิตมีปริมาณไม่มากนัก โดยผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศ เท่านั้น ต่อมาผลิตภัณฑ์กระดาษได้ผลิตขึ้นจากวัสดุหลายชนิด ได้แก่ ไม้ หนังกะดาษ พลาสติก เครื่องจักรสาน และวัสดุอื่น ๆ ด้วย เมื่อกระดาษเริ่มจำหน่ายในต่างประเทศได้แล้ว ทำให้แนวโน้มการผลิตกระดาษและวัสดุอื่น ๆ ต้องเริ่มนำเครื่องจักรเข้ามาช่วย เพื่อให้ผลิตได้เร็วขึ้นและรูปแบบของกระดาษมีมากขึ้น

ในปัจจุบันโรงงานผลิตกระดาษมีการขยายตัวปรับปรุงการผลิตให้ดีขึ้น บางแห่งผลิตในโรงงานทั้งหมดเพื่อจะได้ควบคุมการผลิตได้เต็มที่ บางแห่งแยกงานไปทำตามบ้าน บางรายก็ผลิตและจำหน่ายอยู่ในบริเวณบ้านพักอาศัย อย่างไรก็ตามแหล่งผลิตกระดาษจะอยู่ในกรุงเทพมหานครและบริเวณใกล้เคียง เนื่องจากบริเวณดังกล่าวสะดวกในการหาวัตถุดิบที่จะมาทำการผลิต รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการจำหน่ายกระดาษด้วย การผลิตกระดาษจัดเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่กำลังขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลาง มีการผลิตร่วมกับสินค้าเครื่องหนังอื่น ๆ เช่น รองเท้า ถุงมือหนัง ของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง ฯลฯ กระดาษแบ่งเป็นหลายประเภท ได้แก่ กระดาษเอกสาร กระดาษเดินทาง กระดาษถือ กระดาษใส่ซองต่าง ๆ ฯลฯ

ในการผลิตมีการใช้แรงงานฝีมือ (Labour Intensive) เป็นส่วนมาก โดยมีเครื่องจักรประกอบเป็นส่วนน้อย

ลักษณะของผลิตภัณฑ์กระเป๋า

กระเป๋าถือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สุภาพสตรีและสุภาพบุรุษใช้กันโดยทั่วไป กระเป๋าถือที่นิยมใช้กันมากจะเป็นกระเป๋าหนังแท้ รูปทรงของกระเป๋ามีลักษณะรูปทรงต่าง ๆ คือ

1. รูปทรงแข็งมีหลายชั้นภายในเป็นกระเป๋าทรงเหลี่ยม มีเครื่องประดับตกแต่งสวยงามมักตัดเย็บจากหนังชั้นดี และมีราคาสูง
2. กระเป๋าทรงนุ่มหรือทรงท่อมักจะตัดเย็บจากวัสดุที่นุ่มเวลาถือจะห่อตัวลง นิยมใช้สำหรับสุภาพสตรีวัยรุ่น
3. กระเป๋ารูปทรงธรรมดา มีทรงสี่เหลี่ยม ทรงกลม มน เป็นต้น มีชั้นภายในน้อยประมาณ 2-3 ชั้น อาจมีฝาปิด-เปิด หรือติดซิปปุ กระเป๋ามีทั้งแบบสะพายไหล่และแบบคล้องแขน
4. กระเป๋าหนัง ไม่นิยมติดหูกระเป๋า มักตัดเย็บเป็นทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าแบน ๆ มีชั้นภายในน้อยประมาณ 1-2 ชั้น
5. กระเป๋าสะพายไหล่รูปทรงสี่เหลี่ยมมีความสูงมากกว่าความกว้าง

นอกจากที่กล่าวมาแล้วลักษณะกระเป๋ายังมีรูปแบบอีกมาก แล้วแต่ความนิยมของผู้ใช้และความเหมาะสมของโอกาสที่จะใช้งานด้วย

กระเป๋าเอกสาร เป็นกระเป๋าใช้สำหรับบรรจุเอกสารต่าง ๆ หรือเก็บรวบรวมสิ่งของเกี่ยวกับเครื่องเขียน เพื่อความสะดวกในการเดินทางหรือไปทำงานนิยมใช้ในกลุ่มสุภาพบุรุษ นักธุรกิจ กระเป๋าเอกสารมีหลายลักษณะด้วยกันตามความเหมาะสมในการใช้และความจุของกระเป๋าที่จะใส่เอกสาร แบ่งลักษณะกระเป๋าเอกสารได้ดังนี้

1. Attach Case เป็นกระเป๋าชุดมีโครงมีฝาปิด-เปิดได้ มีช่องภายในสำหรับเสียบปากกา ไม้บรรทัดและบัตรเล็ก ๆ ของกระจุกกระจิกอื่น ๆ ภายในบุด้วยผ้าหรือกำมะหยี่ภายในอกหุ้มด้วยหนังแท้ ระหว่างฝาและตัวกระเป๋ามีที่ล็อคปิด-เปิด มีหูหิ้วด้านขอบกระเป๋าตอนบน

ระหว่างล็อกปิด-เปิด

2. Pilot Bag เป็นกระเป๋าเอกสารขนาดใหญ่มีหลายช่องเป็นกระเป๋ามาแบบตั้งได้มีฝาปิด-เปิดอยู่ด้านบน กระเป๋าชนิดนี้จะทำจากหนังแท้ มีโครงกระดาษอยู่ภายในหรือเป็นหนังแข็ง ไม่มีโครงกระดาษ ฝาที่ปิด-เปิดจะเป็นหนังต่อขึ้นมาแล้วปิดลงมาด้านหน้าของกระเป๋า มีล็อกปิด-เปิด อยู่ด้านหน้าและหัวอยู่ด้านบน ขนาดของกระเป๋าชนิดนี้ มีขนาดยาวประมาณ 18 นิ้ว สูงประมาณ 14 นิ้ว กว้างประมาณ 6 นิ้ว ถึง 8 นิ้ว ช่องภายในกระเป๋ามี 3-7 ช่อง

3. Brief Case เป็นกระเป๋าเอกสารแบบหนีบหรือหัว มักทำด้วยหนังแท้และหนังเทียม กระเป๋าหนีบมีซิปติด 3 ด้าน ทางออกได้คล้ายแฟ้ม มีช่องภายในติดกับตัวกระเป๋า สำหรับใส่สมุด ปากกา และของอื่น ๆ กระเป๋าชนิดนี้จะจุของได้น้อยกว่าชนิดอื่น ขนาดกว้างประมาณ 6 ถึง 8 นิ้ว ยาวประมาณ 8 ถึง 10 นิ้ว หนาประมาณ 1 ถึง 2 นิ้ว

กระเป๋ากันน้ำที่ต่างประเทศสั่งซื้อมาก ได้แก่ กระเป๋าชนิด Attach case และ Pilot bag ที่ทำจากหนังแท้

กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าเดินทางที่ทำจากหนังแท้ มักเป็นกระเป๋าที่ผลิตตามการสั่งซื้อ เป็นกระเป๋ารูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีฝาปิด-เปิดได้ หนังภายนอกหุ้มโครงไม้ มีผ้าบุภายในอีกชั้นหนึ่ง ด้านฝากระเป๋าภายในมีช่องสำหรับใส่ของได้ ด้านตัวกระเป๋ามีสายรัดเส้นผ้าทำด้วยยางยืด ระหว่างฝาและตัวกระเป๋ามีที่ล็อกกุญแจ 2 ซ้าง และอีกแบบหนึ่งเป็นแบบที่ไม่มีโครงไม้อยู่ภายใน มีหลายรูปทรง ส่วนมากจะมีขนาดเล็ก มีหัวด้านบน ที่กันกระเป๋ามีกระดาษรองภายใน เพื่อให้ตั้งได้อาจมีลูกล้อติดอยู่ด้วยตรงกันกระเป๋า

กระเป๋าใส่สมุด จะเป็นกระเป๋ามีรูปแบบเรียบง่าย มีช่องใส่สมุด และมีช่องใส่เศษสตางค์ อาจจะมีช่องใส่บัตรเครดิตจำนวนมากน้อยตามแต่ผู้ผลิตจะออกแบบในการจำหน่าย

แหล่งที่มาของวัตถุดิบและการใช้วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ผลิตกระเป๋านั้นมีทั้งวัตถุดิบที่ใช้ภายในประเทศและวัตถุดิบที่สั่งซื้อมาจากต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยวัตถุดิบสำหรับทำตัวกระเป๋ากับส่วนประกอบที่เป็นที่ปิดเปิดกระเป๋ และเครื่องประดับตกแต่งดังนี้

1. วัตถุดิบหลัก คือหนังสัตว์ที่ฟอกสำเร็จแล้ว ซึ่งเป็นหนังสัตว์ต่าง ๆ เช่น โค กระบือ แพะ ฯลฯ ในปัจจุบันพบว่าโรงงานผลิตภัณฑ์กระเป๋านั้นจะใช้หนังฟอกที่ผลิตได้ภายในประเทศประมาณร้อยละ 90 ของปริมาณความต้องการทั้งหมด และผลผลิตหนังฟอกเกือบทั้งหมดมาจากโรงงานฟอกหนังในจังหวัดสมุทรปราการ สำหรับหนังฟอกที่นำเข้ามาจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 10 ของปริมาณความต้องการ ส่วนใหญ่เป็นหนังฟอกที่มีคุณภาพดีเป็นพิเศษ ซึ่งยังไม่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ โดยหนังฟอกที่นำเข้ามาส่วนใหญ่มาจากไต้หวัน ฮองกง ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย

2. วัสดุที่ใช้ในการประกอบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋านั้นที่สำคัญได้แก่ กาว ด้าย ตะปู หนีบ ผ้าซับใน ผ้าฝ้าย กระดาด เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันวัตถุดิบเหล่านี้สามารถผลิตได้ภายในประเทศทั้งหมด แต่ก็ยังคงมีการนำเข้ามาจากต่างประเทศโดยผู้ผลิตกระเป๋านั้นที่ผลิตสินค้าคุณภาพดี และจำหน่ายกระเป๋ายในราคาสูง

3. วัสดุประกอบและตกแต่งอื่น ๆ เช่น กระดุม หมุด ห่วง ล็อค ฯลฯ เนื่องจากสินค้ากระเป๋านั้นมีความเปลี่ยนแปลงในด้านรูปแบบและแฟชั่นต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา ซึ่งรูปแบบที่เปลี่ยนแปลง ส่วนมากมักจะต้องใช้วัสดุประกอบหรือวัสดุตกแต่งที่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่ผลิตตามแบบของผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ จะต้องใช้วัสดุตกแต่งที่มีรูปแบบและคุณภาพตามที่ต้องการมากกว่าของที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ ส่วนใหญ่จะสั่งซื้อจากไต้หวัน และฮ่องกง เนื่องจากสีของวัสดุตกแต่งภายในประเทศคุณภาพไม่สม่ำเสมอ คือ เมื่อเก็บไว้นานสีจะลอกและเป็นสนิม

หนังดิบเป็นวัตถุดิบหลัก เพื่อแปรสภาพเป็นหนังฟอกซึ่งเป็นวัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิตกระเป๋านั้นต่อไป สำหรับกรรมวิธีการผลิตหนังมีดังนี้

1. การผลิตหนังดิบ หนังดิบที่จำหน่ายอยู่ในตลาดแบ่งเป็น 6 ชนิด คือ หนังสด

หนังแช่น้ำเกลือ หนังหมักเกลือ หนังหมักเกลือตากแห้ง หนังตากแห้ง หนังอบน้ำยา แต่หนังดิบที่โรงงานนิคมผลิต คือหนังหมักเกลือ ดังนั้นในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะกรรมวิธีการผลิตหนังหมักเกลือเท่านั้น ซึ่งมีขั้นตอนคือ นำหนังดิบที่ได้จากโรงฆ่าสัตว์มาล้างให้สะอาดแล้วหมักเกลือ ซึ่งในการหมักเกลือแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ระยะแรกหมักในราว 2-3 วัน ระยะที่สองนำหนังที่หมักในครั้งแรกมาคลุกเกลืออีกครั้งหนึ่งแล้วหมักทิ้งไว้ประมาณ 3 วัน นำออกขายในรูปหนังหมักเกลือ

2. การผลิตหนังฟอก หนังดิบที่นำมาฟอก แบ่งเป็น 3 อย่าง คือ หนังตากแห้ง หนังหมักเกลือ และหนังอบน้ำยา การผลิตหนังฟอก มีขั้นตอนที่สำคัญอยู่ 3 ขั้นตอน คือ

2.1 การเตรียมการฟอก

2.2 การฟอก ซึ่งกรรมวิธีการในการฟอกหนังแบ่งเป็น 5 วิธีใหญ่ ๆ คือ ฟอกโครม ฟอกฟาด ฟอกด้วยสารส้ม ฟอกด้วยน้ำมัน และฟอกด้วยฟอร์มาลิน สำหรับการฟอกที่ใช้กันทั่ว ๆ ไปของอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศ คือการฟอกโครม และการฟอกฟาด ในที่นี้จะเน้นเฉพาะ 2 วิธีนี้เท่านั้น

2.3 การตกแต่งและขัดผิว สามารถแสดงกรรมวิธีการผลิตได้ดังนี้ (ภาพที่ 1)

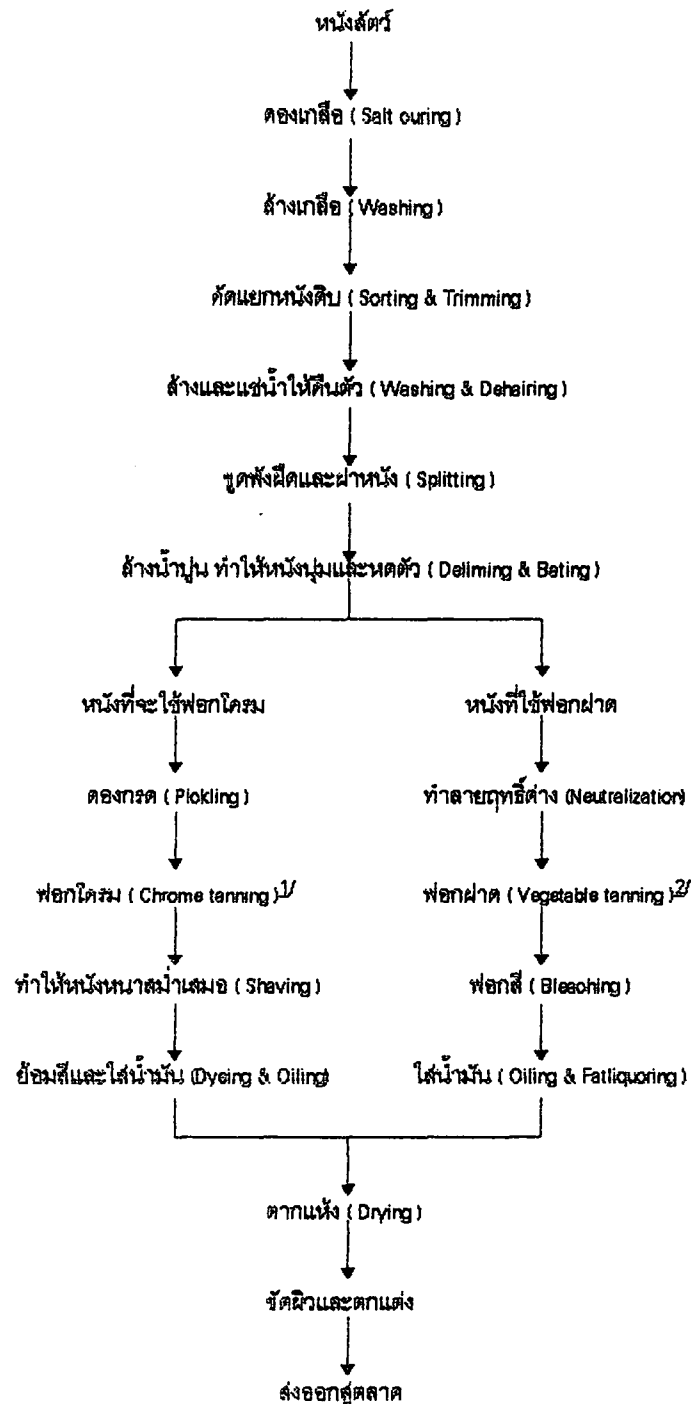
กรรมวิธีการผลิตกระเป๋าหนัง

ในขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องหนังแต่ละประเภท มีรายละเอียดแตกต่างกันออกไปตามชนิดของผลิตภัณฑ์ แต่อาจสรุปเป็นขั้นตอนการผลิตใหญ่ ๆ ร่วมกันได้ 3 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นเตรียมงาน ได้แก่ ลอกแบบ ถ่ายแบบ เ็บหนัง เป็นต้น หรือเรียกว่าแผนกหนังหน้า คนงานในแผนกนี้เรียกว่า ช่างหนังหน้า จะทำการตัดหนังตามแบบที่จะนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เมื่อตัดแล้วก็เ็บให้เรียบร้อย เพื่อเตรียมนำไปผลิตในขั้นตอนต่อไป

2. ขั้นประกอบชิ้นส่วนต่าง ๆ หลังจากผ่านขั้นตอนขั้นแรกแล้ว ขั้นตอนต่อไปนำหนังที่ตัดเ็บเรียบร้อยแล้วมาประกอบกันเข้ากับอุปกรณ์หรือวัสดุอื่น ๆ ให้เป็นรูปร่างหรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ตามต้องการ

3. ขั้นตรวจสอบและตกแต่ง ขั้นนี้เป็นกรนำส่วนประกอบที่สำเร็จแล้วจากขั้นที่สองมาตรวจสอบความเรียบร้อย และตกแต่งให้สวยงามตามแบบที่ต้องการหรือตามที่ได้กำหนดไว้



ภาพที่ 1 กระบวนการฟอกหนัง

หมายเหตุ 1/ หมายถึงการฟอกโดยใช้สารเคมีพวกโครมเติมลงไป การฟอกชนิดนี้ใช้กับหนังที่นำไปใช้งานเบา ๆ เช่น หมู่มเบาะเก้าอี้ กระเป๋าถือ ฯลฯ

2/ หมายถึงการฟอกฝาด โดยใช้สารเคมีพวกแทนนินลงไป การฟอกชนิดนี้ใช้สำหรับหนังที่นำไปใช้งานหนัก เช่น ทำพื้นรองเท้า เข็มขัด ฯลฯ

ที่มา : บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย , 2524

สำหรับกรรมวิธีการผลิตของโรงงานขนาดใหญ่ ซึ่งทำการผลิตจำนวนมาก ๆ ยังมี การใช้เครื่องจักรต่าง ๆ ในการผลิตด้วย เช่น เครื่องหล่อ เครื่องอัดหนังให้เป็นชั้นเดียวกัน เครื่องเย็บ เครื่องตอกหนัง เป็นต้น ส่วนโรงงานรายย่อย ๆ การผลิตจะใช้แรงงานคนเป็นหลัก อาจมีการนำเครื่องจักรมาใช้บ้างก็เฉพาะเท่าที่จำเป็นเท่านั้น สำหรับขั้นตอนการผลิตกระดาษหนึ่ง มีดังนี้ (ภาพที่ 2)

1. การจัดเตรียมวัตถุดิบต่าง ๆ เช่น หนังที่จะใช้ในการผลิตดิบ ชีป ผ้าซับใน อุปกรณ์ที่จะประกอบกระดาษ

2. การตรวจสอบและคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบ ควรมีการตรวจสอบสีและคุณภาพของ หนังให้ตรงตามความต้องการของการผลิต โดยทำการคัดแยกคุณภาพเพื่อให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ที่ต้องการผลิต เช่น ถ้าหากหนังเป็นแผลมากก็ใช้ทำกระดาษใบเล็ก ๆ กระดาษใส่ธนบัตร เพื่อที่จะเลี่ยงการสูญเสียของหนังชั้นนั้น ๆ

3. การออกแบบและการลอกแบบเมื่อออกแบบกระดาษเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็นำ แบบที่เป็นชิ้นส่วนประกอบต่าง ๆ ของกระดาษซึ่งทำด้วยกระดาษแข็ง มาลอกแบบลงบนแผ่นหนัง และผ้าซับในที่เตรียมไว้ สำหรับการผลิตที่มีปริมาณการผลิตแบบละเป็นจำนวนมาก ๆ จะไม่ใช้ วิธีการลอกแบบจากแม่แบบที่เป็นกระดาษแข็ง แต่จะใช้พิมพ์ใบมีดที่ทำให้มีรูปร่างตามแบบของ ส่วนประกอบกระดาษแต่ละชิ้น โดยพิมพ์ใบมีดจะมีขนาดใหญ่กว่าแบบจริง ๆ เล็กน้อย เพื่อประโยชน์ในการตัดหนังและผ้าซับในให้มีเนื้อที่เผื่อไว้สำหรับเวลานำมาประกอบกันเป็นรูปทรงตาม แบบที่กำหนด

4. การตัดหนังและผ้าซับใน นำหนังและผ้าซับในที่ลอกแบบไว้แล้วมาตัด ถ้าแบบที่ ลอกนั้นได้เผื่อเนื้อที่ไว้สำหรับการประกอบรูปทรงแล้ว ก็ให้ตัดเท่าแบบ แต่ถ้ายังไม่ได้เผื่อเนื้อที่ไว้ ก็ให้ตัดใหญ่กว่าแบบที่ลอก ในกรณีที่มีการผลิตเป็นจำนวนมาก ๆ ก็ใช้พิมพ์ใบมีดมาตัดหนังโดยวิธี การป้อนหนังแทน การตัดหนังหรือพิมพ์หนัง ต้องตัดทีละแผ่นเช่นเดียวกับการผลิตรองเท้า ทั้งนี้ก็ เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงไม่ให้ตัดถูกหนังที่ขาดหรือเป็นตำหนิ สำหรับการตัดผ้าซับในสามารถตัดได้ทีละ หลาย ๆ แผ่น การตัดชิ้นส่วนตามแบบที่เราต้องการ จะต้องคำนึงถึงการประหยัดและคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ

5. การตกแต่งหนัง เมื่อตัดหนังเป็นชิ้นส่วนประกอบต่าง ๆ ตามแบบแล้ว จะ ต้องนำหนังมาปก ผาน หรือเจียน รินขอบที่ต้องนำไปเย็บประกบกัน เพื่อเป็นการลดความหนา

ของหนังตามความเหมาะสมเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตามต้องการ ซึ่งหากไม่ผ่านหนังส่วนนั้นออก เวลา
นำไปเย็บประกอบกันจะดูหนาเทอะทะไม่สวยงาม นอกจากนี้หนังส่วนที่ต้องมีการพับหรืออโค้ง
ก็จะต้องผ่านออกเช่นเดียวกัน เพื่อให้ส่วนที่เราต้องการพบนั่นอยู่ตัว สำหรับริมหนังที่ไม่ต้องนำไป
เย็บประกบ จะต้องนำมาขัดริมให้มันและดูสวยงาม

6. การเย็บประกอบเป็นรูปทรง นำชิ้นส่วนต่าง ๆ ของกระเป๋าที่ผ่านการตกแต่ง
ในขั้นที่ 5 แล้ว มาเย็บส่วนปลีกล้อหรือเย็บเข้ากับวัสดุอื่น ๆ ให้เรียบร้อย จากนั้นจึงนำมา
ประกอบเป็นรูปทรงโดยใช้กาว ปิด สีดให้ได้ตามแบบ เมื่อชิ้นส่วนประกอบต่าง ๆ ถูกยึดเข้ารูป
ดีแล้ว จึงทำการเย็บประกอบกันเข้าเป็นรูปทรงตามแบบที่กำหนด

7. การตรวจสอบคุณภาพและตกแต่ง กระเป๋าที่ประกอบเป็นรูปทรงแล้ว จะต้องนำ
มาตรวจดูความเรียบร้อยและทำการตกแต่ง โดยตัดเศษผ้าชิ้น หนึ่ง ผ่าซับในที่เกินออก จากนั้นจึง
เช็ดกาวที่เปื้อนอยู่ แต่งสีและขัดมัน เพื่อให้เป็นกระเป๋าสำเร็จรูป ถ้าหากว่ากระเป๋ายังไม่ตรง
ตามความต้องการหรือตามแบบที่กำหนด ก็ทำการแก้ไขจนกว่าจะถูกต้องทั้งคุณภาพและแบบที่กำหนด

ต้นทุนการผลิต

เนื่องจากกระเป๋าหนังแต่ละชนิดมีอยู่มากมายหลายรูปแบบ และคุณภาพก็แตกต่างกัน
ไปตามประเภทของวัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิต กล่าวคือหากเป็นผลิตภัณฑ์ระดับปานกลาง การผลิตจะใช้
วัตถุดิบคุณภาพปานกลาง ซึ่งสามารถผลิตได้ภายในประเทศเกือบทั้งหมด จึงมีต้นทุนการผลิตไม่สูง
นัก เมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตกระเป๋าชั้นดีซึ่งผู้ผลิตจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง และ
วัตถุดิบเหล่านี้ยังผลิตได้น้อยภายในประเทศ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบคุณภาพสูงจาก
ต่างประเทศ โดยเฉพาะวัตถุดิบประเภทอุปกรณ์ตกแต่งหรืออะไหล่ต่าง ๆ ที่นำมาใช้เพิ่มคุณค่า
ของกระเป๋าหนัง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้โครงสร้างของต้นทุนการผลิตเปลี่ยนแปลงไป สำหรับ
ต้นทุนการผลิตกระเป๋าหนังจะเป็นต้นทุนของวัตถุดิบประมาณร้อยละ 60-65 ค่าแรงงานประมาณ
ร้อยละ 20 ค่าอุปกรณ์ตกแต่งอีกประมาณร้อยละ 10 ส่วนที่เหลือจะเป็นค่าวัสดุประกอบใน
การผลิต เช่น กาว ด้าย ผ่าซับใน เป็นต้น (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 องค์ประกอบของต้นทุนการผลิตกระดาษหนึ่ง

ประเภทของต้นทุน	ร้อยละของต้นทุนโดยเฉลี่ย
วัตถุดิบหนึ่งฟอก	60-65
ค่าแรงงาน	20
อุปกรณ์ตกแต่ง	10
กาวย ด้าย ผ้าซับใน ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	5
รวม	100

ที่มา : (สมาคมกระดาษไทย , 2536)

สถานการณ์การผลิตและกำลังการผลิต

สถานการณ์การผลิต

ภาวะการผลิตกระดาษหนึ่งในไทย ปัจจุบันเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มทางตลาดต่างประเทศยังดีพอสมควร > และผู้ผลิตกระดาษหนึ่งในไทยสามารถผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือของตลาดต่างประเทศมากขึ้น ผู้ผลิตกระดาษหนึ่งส่วนใหญ่มักจะผลิตกระดาษประเภทและหลายคุณภาพ เนื่องจากความต้องการสินค้ากระดาษหนึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดต่างประเทศ สำหรับกระดาษหนึ่งที่ผลิตในไทยมีหลายชนิดได้แก่ กระดาษเดินทาง กระดาษถือสตรี กระดาษใส่หนังสือ กระดาษใส่เอกสาร กระดาษใส่ธนบัตร เป็นต้น ในระยะแรกของการผลิตใช้แรงงานเพียงอย่างเดียว แต่ในระยะหลังเทคโนโลยีก้าวหน้ามาก จึงมีการนำเครื่องมือเครื่องจักรเข้ามาใช้ในการผลิตและขยายกำลังการผลิตออกไป จนกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมการผลิต

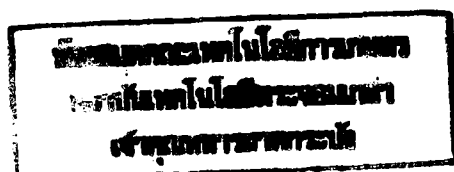
กระเป๋าได้เริ่มพัฒนาและส่งออกได้เพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่พ.ศ. 2516 เป็นต้นมา ✓

จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่า อุตสาหกรรมกระเป๋าหนังได้มีการพัฒนาการผลิตจากอุตสาหกรรมในครัวเรือนมาเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ จึงมีผู้ผลิตกระเป๋าหนังจำนวนมาก และส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายเล็ก (รวมถึงผู้ผลิตรายย่อยและขนาดย่อม) ที่ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพปานกลาง ราคาไม่แพง ส่วนผู้ผลิตรายใหญ่ยังมีจำนวนไม่มาก มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิตบางขั้นตอน และเร่งขยายกำลังการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์กระเป๋าหนังที่มีคุณภาพสูง สำหรับผู้ผลิตเพื่อส่งออกรายใหญ่ซึ่งผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองและได้รับความนิยมในต่างประเทศมีเพียงไม่กี่ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตที่ร่วมลงทุนกับชาวต่างประเทศผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงและรู้จักทั่วโลก เช่น Guy Laroche Yves St.Laurent และ Pierre Cardin เป็นต้น เราสามารถแบ่งผู้ผลิตตามลักษณะการประกอบการได้ดังนี้ (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม , 2536)

1. กลุ่มผู้ผลิตรายย่อย ซึ่งมีคนงานไม่เกิน 15 คน จะผลิตกระเป๋าหนัง โดยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง หรือบางรายใช้เครื่องหมายการค้าที่ใกล้เคียงกับเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ
2. กลุ่มผู้ผลิตขนาดย่อมมีคนงาน 50-60 คน จะผลิตตามคำสั่งซื้อจากลูกค้า ซึ่งอาจจะใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ว่าจ้างผลิตหรืออาจใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ผลิต ส่วนใหญ่จะเป็นกระเป๋าที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ
3. กลุ่มผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดใหญ่ ซึ่งมีคนงานหลายร้อยคน จะทำการผลิตผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ หรือภายใต้ลิขสิทธิ์ (License) ต่างประเทศ ซึ่งจะผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ และมีการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยในการผลิต ทำให้ได้สินค้าคุณภาพดีและได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ

กำลังการผลิต

เนื่องจากโรงงานผลิตกระเป๋าหนังส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กที่มีลักษณะการผลิต



แบบครอบครัว ตั้งอยู่กระจัดกระจายในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตจังหวัดใกล้เคียง โดย
มีจำนวนนับพันโรงงาน อีกทั้งขนาดกำลังการผลิตของโรงงานส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงาน
เป็นสำคัญ ดังนั้นจึงยากแก่การหาตัวเลขที่แน่นอนเกี่ยวกับกำลังการผลิตของอุตสาหกรรม
กระเป๋านึ่ง แต่อย่างไรก็ตามยังมีโรงงานที่ได้รับอนุมัติการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงาน
คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งปรากฏว่าสิ้นพ.ศ. 2533 มีโรงงานผลิตประมาณ 42 ราย
โดยได้รับการส่งเสริมการลงทุน 14 ราย มีกำลังการผลิตรวมประมาณปีละ 3 ล้านใบ
(ตารางที่ 4) ส่วนโรงงานขนาดย่อมถึงขนาดกลางที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม
โดยมีการสำรวจจากฝ่ายทะเบียนและสถิติโรงงาน กองควบคุมโรงงาน กรมโรงงานอุตสาหกรรม
ในหมวดของโรงงานลำดับ 32 เกี่ยวกับหนังสือขึ้นสัต์ มีจำนวนทั้งสิ้น 275 โรงงานเป็น
โรงงานที่ผลิตกระเป๋านึ่งประมาณ 120 โรงงาน ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนโรงงานตามพระราชบัญญัติ
2512 (ตารางที่ 5)

✓ บริษัทผู้ผลิตกระเป๋านึ่งมีความยืดหยุ่นสูง ในการเปลี่ยนแปลงการผลิตกระเป๋านึ่ง
ต่าง ๆ ตามความต้องการของตลาดได้ ดังนั้นจำนวนผู้ผลิตกระเป๋านึ่งแต่ละชนิดจึงไม่แน่นอน โดย
ผู้ผลิตบางรายอาจทำการผลิตกระเป๋านึ่งมากกว่า 1 ชนิด

ปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาด้านวัตถุดิบ

อุตสาหกรรมกระเป๋านึ่งประสบปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบหลายประการพอจะสรุปได้ดังนี้

1. คุณภาพของวัตถุดิบ คุณภาพหนังสือโดยเฉพาะโคและกระป๋องของไทยมีคุณภาพ
ค่อนข้างต่ำ มักมีรอยตำหนิและหยาบกร้านไม่เหมาะสมต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี หรือ
ทำให้เกิดความสูญเสียเศษหนึ่งมากกว่าที่ควร ทั้งนี้สาเหตุมาจาก

1.1 การเลี้ยงสัตว์ของไทยปล่อยให้สัตว์หากินตามยถากรรม สัตว์ที่เลี้ยง
ถูกหนามเกี่ยวทำให้หนังที่ได้เป็นรอย เมื่อนำไปฟอกแล้วจะสูญเสียเศษหนึ่งมาก

ตารางที่ 4 บริษัทผลิตกระดาษหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริม
การลงทุน (BOI)

ชื่อบริษัท	ประเภทสินค้า	กำลังการผลิต (ตันขึ้น/ปี)	เงินลงทุน (ล้านบาท)
1. เวสโก้ เลเซอร์ คราฟท์ จำกัด	กระดาษถู	200	9.0
	กระดาษต่างค์	200	
	กระดาษเอกสาร	50	
2. แชนโซม จำกัด	กระดาษถู	1,200	7.6
	กระดาษเดินทาง	2,500	
	กระดาษเอกสาร	300	
3. คุณสุจิน แสงดีรสินชน	กระดาษ	250	25.0
4. คุณมีศรีชากิ	กระดาษถู	275	30.0
5. บีกส์ตีว จำกัด	กระดาษถู	1,000	107.0
6. แมนวู ประเทศไทย จำกัด	กระดาษถู	200	65.0
	กระดาษเดินทาง	100	
7. โฟกัส เมท จำกัด	กระดาษถู	550	60.0
	กระดาษเดินทาง	1,340	
8. Mr.Leung Ping Chiu	กระดาษถู	2,000	10.8
	(หนังแท้/เทียม)		
9. คุณดี ชูย เขียง	กระดาษถู	200	21.0
	(หนังแท้/เทียม)		
10. Mr.Huang Hai-Ing	กระดาษถู	1,080	95.0
	กระดาษเดินทาง	600	
	กระดาษเอกสาร	480	

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ชื่อบริษัท	ประเภทสินค้า	กำลังการผลิต (ตันขึ้น/ปี)	เงินลงทุน (ล้านบาท)
11. ยูนิแพคท์ จำกัด	กระเป๋าเดินทาง	217.8	20.0
12. แพนเอเซียกลัฟ คอเปอร์เรชั่น จก.	กระเป๋า (หนังแท้/เทียม)	600	16.0
13. อัลฟา แบคส์ แอนด์ จำกัด	กระเป๋า (หนังแท้/เทียม)	52	40.0
	กระเป๋าเดินทาง (หนังแท้/เทียม)	5,000	
14. รองเท้า S.C.S. จำกัด	กระเป๋าเดินทาง	900	11.0

ที่มา : (นิรนาม , 2537)

ตารางที่ 5 รายชื่อผู้ผลิตกระเป๋านึ่งที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม

ชื่อบริษัท ^{1/}	จำนวนคนงาน	กำลังการผลิต (พื่นชั้น/ปี)
คินเนอริ จำกัด	67	3.5
แอคมี แฟชั่น เลเซอร์ จำกัด	11	12.0
มิลาโน อิมพอร์ต เอกซ์พอร์ต จำกัด	75	6.0
ไมเคิล แอนเจโล จำกัด	23	6.0
นายสุวัฒน์ เอติรัตน์	23	2.0
นางอัมพร วงษ์เจริญสิน	10	6.0
หจก. บางกอกบิ๊กกิ้ง	17	11.0
สยามเครื่องหนังอุตสาหกรรม อิมพอร์ต จำกัด	35	10.0
ออกคิดแบกส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	93	36.0
จินโต้ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	20	6.0
เจริญกิจ	12	5.0
หจก. ที-ออฟเรนโบว์	12	14.4
ควาบาลา คอร์ปอเรชั่น จำกัด	78	42.0
โกลเดนค็อก อิมพอร์ต เอกซ์พอร์ต จำกัด	39	9.0

หมายเหตุ 1/ เป็นรายชื่อผู้ผลิตเพียงบางส่วนจากจำนวนโรงงานผลิตกระเป๋านึ่ง 120 ราย
ที่มา : (กรมโรงงานอุตสาหกรรม , 2535)

1.2 การเลี้ยงโคและกระบือมุ่งเน้นการใช้งานด้านเกษตรกรรมเป็นหลัก และจะส่งเข้าโรงฆ่าเมื่อหมดอายุการใช้งาน ฉะนั้นหนังสัตว์ที่ได้จึงมีคุณภาพต่ำ

1.3 การเลี้ยงสัตว์ของไทย ไม่ได้ทำเป็นฟาร์มเหมือนในต่างประเทศ โคนและกระบือจึงไม่ได้รับอาหารถูกต้องตามหลักวิชาการ การขาดโภชนาการที่ดีมีผลทำให้หนังสัตว์ที่ได้มีคุณภาพต่ำ

1.4 การฆ่าและหนังไม่ถูกวิธีและการลักลอบฆ่าโคและกระบือตามชนบท ทำให้หนังที่ได้มีตำหนิ เช่น รอยมีดกรีดบนหนัง หรือเป็นรู เป็นต้น

1.5 การเก็บรักษาหนังดิบโดยการหมักเกลือยังไม่ถูกวิธี กล่าวคือใช้น้ำเกลือไม่ได้สัดส่วน หรือบางครั้งเกลือที่นำมาใช้ไม่สะอาดทำให้เกิดแบคทีเรีย หนังจึงเน่าเสียเร็ว นอกจากนี้ผู้ขายบางรายฉีดน้ำเข้าไปในหนังเพื่อให้มีน้ำหนักมาก ซึ่งทำให้หนังเน่าเสียหาผลให้กระเป๋าน้ำหนักมีคุณภาพไม่ดีขึ้นไปด้วย

สำหรับคุณภาพของวัตถุดิบประเภทชิ้นส่วนประกอบของกระเป๋าน้ำหนัก เช่น กุญแจ บานพับ โช้ หมุด ล็อค ฯลฯ ที่ผลิตได้ภายในประเทศคุณภาพไม่สม่ำเสมอ การชุปสีไม่ทนทานลอกได้ง่าย มีความแข็งแรงน้อย แตกหรืองอได้ง่าย

2. วัตถุดิบในประเทศขาดการพัฒนาในด้านของเทคนิคการผลิต เพื่อให้ได้คุณภาพและมาตรฐานที่สม่ำเสมอตามความต้องการของตลาด รวมทั้งการพัฒนาในด้านของรูปแบบตามแฟชั่น ทั้งนี้เพราะค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง และมีผลที่เกี่วข้องราคาสูงอันเนื่องมาจากอัตราภาษีนำเข้าเคมีภัณฑ์ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตต้องลงทุนสูง ประกอบกับในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ตลาดค้าหนังฟอกอยู่ในมือของผู้ขายมาโดยตลอด ขาดการแข่งขันโดยเสรี การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงดูเป็นการลงทุนที่เกินความจำเป็น ซึ่งขัดแย้งกับความต้องการของตลาด

โรงฟอกหนังขนาดกลางและขนาดใหญ่ส่วนมากทำการผลิตหนังเพื่อส่งออกเป็นหนังทำเฟอร์นิเจอร์ หรือเป็นหนังทำรองเท้าส่งให้โรงงานผลิตรองเท้าในประเทศและต่างประเทศ ส่วนที่เหลือจะผลิตหนังให้แก่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หนังในประเทศเป็นวัตถุดิบขึ้น ๆ เช่น หนังวัวฟอกนึ่ง ซึ่งมีการผลิตในตลาดจำนวนมาก หนังชนิดอื่น ๆ ที่ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ผู้ผลิตได้ยากมากหรือถ้าผลิตได้ก็จะถูกกว้านซื้อเพื่อทำการส่งออกให้ประเทศคู่แข่ง เช่น จีนแดง ซึ่งผลิตผลิตภัณฑ์

แข่งกับผู้ผลิตในไทย และโดยส่วนใหญ่แล้วราคาที่ขายส่งออกจะต่ำกว่าราคาวัตถุดิบชนิดเดียวกันในประเทศ ส่งผลให้คู่แข่งสามารถนำวัตถุดิบเหล่านั้นไปเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์และส่งออกได้ในราคาที่ถูกลงกว่าไทย

3. การขาดแคลนวัตถุดิบหนังดิบและหนังฟอกที่มีคุณภาพดี มีสาเหตุจากปริมาณโคและกระบือที่เลี้ยงภายในประเทศมุ่งใช้งานด้านการเกษตรเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงลดน้อยลงเพราะมีการนำเครื่องจักรกลการเกษตรเข้าไปแทนที่โคและกระบือ ประกอบกับการเลี้ยงแบบเป็นฟาร์ม เช่น โคเนื้อและโคนมก็ยังมีไม่มากนัก ด้วยเหตุนี้ปริมาณหนังที่ได้จากภายในประเทศจึงมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ

เนื่องจากอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยอัตราการขยายตัวของผู้ผลิตหนังฟอกไม่ทันกับความต้องการ ประกอบกับตลาดหนังฟอกในต่างประเทศขยายตัว (รวมทั้งประเทศคู่แข่งของไทย) ทำให้หนังฟอกภายในประเทศถูกส่งออกไปขายยังต่างประเทศเป็นจำนวนมาก และการยกเว้นภาษีนำเข้าหนังดิบส่งผลให้ผู้ผลิตหนังฟอกหนึ่งสามารถส่งออกหนึ่งได้มากขึ้น โดยหนังที่มีคุณภาพดีจะถูกคัดส่งออกไปก่อน ส่วนวัตถุดิบที่เหลือจากการส่งออกจะเป็นของผู้ซื้อในประเทศอย่างไม่มีทางเลือก และไม่มีอำนาจต่อรอง เพราะไม่สามารถหาแหล่งวัตถุดิบอื่นมาทดแทนได้โดยเฉพาะในฤดูที่วัตถุดิบขาดแคลน เช่น ฤดูฝน นอกจากนี้ยังเกิดการผูกขาดทั้งในตลาดหนังดิบและหนังฟอก ทำให้ราคาหนังดิบและหนังฟอกภายในประเทศสูงกว่าที่ควรจะเป็น โดยพ่อค้าที่รวบรวมหนังจะเปรียบเทียบกับราคาของหนังดิบและหนังฟอกระหว่างราคาภายในประเทศและราคาภายนอกประเทศ ถ้าราคาต่างประเทศสูงกว่าก็จะส่งออก ก่อให้เกิดภาวะการขาดแคลนหนังดิบและหนังฟอกขึ้นภายในประเทศเป็นระยะ ๆ ทำให้ต้องนำเข้าวัตถุดิบมาจากต่างประเทศมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตกระเป๋าน้ำเพิ่มสูงขึ้นได้

4. วัตถุดิบนำเข้ามีอัตราภาษีร้อยละ 10 เนื่องจากปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนและขาดการพัฒนา ทำให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องสรรหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยหลักอีก 2 ประการ ที่ทำให้ผู้ผลิตต้องพึ่งวัตถุดิบนำเข้า ประการแรก คือ สภาพการแข่งขันในตลาดโลก มีการผลิตกระเป๋าน้ำในทุกประเทศทั่วโลก เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศและส่งออกขายไปยังต่างประเทศ และบางประเทศก็ส่งออกเป็นอุตสาหกรรมหลักด้วย ดังนั้นภาวะการแข่งขันจึงมี

ค่อนข้างสูงทั้งในด้านรูปแบบและราคา ทำให้ผู้ผลิตต้องพยายามลดต้นทุนการผลิต เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้โดยการลดต้นทุนวัตถุดิบ เพราะโดยส่วนใหญ่แล้วมูลค่าวัตถุดิบจะสูงถึงร้อยละ 60-65 ของราคาขาย ฉะนั้นราคาต้นทุนวัตถุดิบจึงเป็นตัวแปรสำคัญต่อราคาสินค้า ผู้ผลิตจึงต้องหาวัตถุดิบที่มีราคาถูกและเป็นที่ยอมรับของตลาดเพื่อให้แข่งขันกับคู่แข่งได้ ประการที่สอง คือ ภาวะค่าแรงงานสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาอัตราค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายทุกด้านสูงขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ราคากระเป๋าน้ำดื่มในไทยมีการปรับตัวสูงขึ้น ลูกค้าไม่ยอมรับราคากระเป๋าน้ำดื่มที่เพิ่มขึ้นโดยไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด จึงเปลี่ยนไปซื้อจากประเทศอื่นแทน ส่งผลให้ผู้ผลิตไทยไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตในต่างประเทศได้ ค่าแรงงานในการผลิตมีผลค่อนข้างมากต่อราคาสินค้าในตลาดล่าง (Low to Medium Quality Product) ผู้ผลิตสามารถตั้งราคาสินค้าสูงได้โดยปรับคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในตลาดบน (Medium to High Quality Product) วัตถุดิบที่ทันสมัย คุณภาพดี นำมาออกแบบและตัดเย็บด้วยฝีมือประณีต

ดังนั้นการนำเข้าวัตถุดิบจึงกลายเป็นความจำเป็นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่อัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 10 ทำให้ราคาต้นทุนของสินค้าสูงกว่าประเทศคู่แข่ง เนื่องจากหนึ่งฟองเป็นวัตถุดิบหลักและมีมูลค่าสูงถึงร้อยละ 60-65 ของต้นทุนจึงมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะอนุญาตให้มีการขอคืนภาษีตามมาตรา 19 ทวิ สำหรับผู้นำเข้าวัตถุดิบเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออก แต่ในทางปฏิบัติมีการขอคืนภาษีน้อยมาก เนื่องจากผู้ขอคืนต้องจ่ายค่าภาษีเป็นเงินสดหรือไม่ก็ต้องทำหนังสือค้ำประกันธนาคาร ในวงเงินเท่ากับมูลค่าภาษีนำเข้าที่จ่ายไป การดำเนินการดังกล่าวเป็นอุปสรรคแก่ผู้ผลิตรายย่อยไม่สามารถหาหลักทรัพ์มาค้ำประกันได้ อีกทั้งกระเป๋าน้ำดื่มเป็นสินค้าแฟชั่น มีการเปลี่ยนชนิดของวัตถุดิบและรูปแบบผลิตภัณฑ์ปีละ 2 ครั้ง ทำให้ผู้ผลิตต้องหาวัตถุดิบใหม่ ๆ มาออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การยื่นขออนุมัติสูตรมีรายละเอียดและขั้นตอนที่ยุ่งยาก กว่าสูตรจะอนุมัติผู้ผลิตก็ต้องเริ่มต้นสูตรใหม่ต่อไปเมื่อแบบต่างจากที่เคยยื่นเสนอ การติดตามจึงยุ่งยากและต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการขอคืนอากรจริง ๆ จึงจะทำได้ ในการขอคืนอากรดังกล่าวทำให้เสียเวลาและเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายให้กับผู้ขอคืนพอ ๆ กับการไม่ขอคืน

จากเหตุผลข้างต้นทำให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่จำเป็นต้องผลักราคากระป๋องดังกล่าวไปเป็นต้นทุนการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าของผู้ผลิตกระป๋องหนึ่งสูงกว่าประเทศคู่แข่งเช่น จีน อินเดีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ซึ่งมีอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 0 นอกจากนี้ประเทศเหล่านี้ยังได้รับสิทธิประโยชน์เขตเศรษฐกิจจากการส่งออกในอัตราที่สูงมากด้วย ส่งผลให้โอกาสในการแข่งขันของไทยลดน้อยลง เพราะหากลูกค้าสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันได้จากประเทศคู่แข่งในราคาที่ถูกลงกว่า ลูกค้าก็จะทำการซื้อจากประเทศคู่แข่งดังกล่าวอย่างแน่นอน

5. ขั้นตอนการนำเข้าวัตถุดิบฮุงฮาก ในการประเมินรับราคานำเข้าเพื่อการชำระภาษี กฎหมายให้สิทธิในการที่รับราคาหรือไม่รับราคาก็ได้ โดยมีการกำหนดราคามาตรฐานของสินค้าแต่ละประเภท ไม่คำนึงถึงพื้นฐานและความเป็นจริงของวัตถุดิบแต่ละประเภท ตัวแปรที่สำคัญต่อราคาวัตถุดิบหนึ่งฟอกคือ

- 5.1 เทคนิคการฟอกหนึ่ง ทำให้ราคาหนึ่งฟอกแตกต่างกันมาก
- 5.2 ชนิดของวัตถุดิบ เช่น วัว, ควาย, แพะ, แกะ และแหล่งที่มาของหนึ่ง
- 5.3 เกรดของหนึ่งที่เลือกซื้อ เช่น A, B, C, D ขึ้นอยู่กับการยอมรับของตลาด
- 5.4 ปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้ง

ปัจจัยทั้ง 4 มีผลต่อราคาหนึ่งฟอกมาก ซึ่งผู้ผลิตจะต้องเลือกซื้อให้เหมาะกับความสามารถในการผลิต และความต้องการของตลาดของสินค้า แต่เจ้าหน้าที่ทำการประเมินราคาด้วยสายตาและกำหนดราคาตามความเชื่อของตน โดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องหรือผิดของการประเมิน ซึ่งส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จะไม่รับราคาสินค้าที่มีการนำเข้ามา แม้ว่าจะเป็นราคาที่ซื้อมาจริงก็ตาม หากผู้ผลิตมีความสามารถและโอกาสในการซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่ถูกลง ก็จะต้องเสียภาษีในอัตราที่เจ้าหน้าที่เชื่อว่าควรจะเป็น มีผลให้ต้นทุนของวัตถุดิบที่นำเข้ามาสูงเกินกว่าความเป็นจริงทุกครั้งไป หากผู้ประกอบการจะร้องเรียนเพื่อให้รับราคา ก็จะทำให้ขั้นตอนการนำเข้าใช้เวลาเสียอย่างมากไม่คุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป เนื่องจากสายการผลิตไม่สามารถรอขั้นตอนดังกล่าวได้ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

จากปัญหาวัตถุดิบดังกล่าวข้างต้น ถ้าหากปัญหาวัตถุดิบหนึ่งฟอกไม่ได้รับการแก้ไขอย่างทันเวลาที่แล้ว จะส่งผลกระทบต่อ

1. สูญเสียตลาดผลิตภัณฑ์กระเป๋าน้ำร้อนให้แก่ประเทศคู่แข่ง ทำให้ประเทศขาดรายได้จากปริมาณการส่งออกที่ลดลง

2. ทำให้อัตราการว่างงานสูงขึ้น จะเห็นได้ว่าปัญหาวัตถุดิบเป็นปัญหาที่ยังไม่มีทางออกสำหรับผู้ผลิตกระเป๋าน้ำร้อน โดยเฉพาะผู้ผลิตเพื่อการส่งออก ทั้ง ๆ ที่อนาคตทางด้านการตลาดจะสดใส และเมื่ออำนาจต่อการผลิตในประเทศไทยเป็นอย่างมาก หากปัญหาดังกล่าวไม่ได้รับการแก้ไขก็จะเป็นการปิดโอกาสของประเทศไทยไปอย่างน่าเสียดาย เพราะการผลิตกระเป๋าน้ำร้อนของไทยได้พัฒนาขึ้นมาจนถึงระดับหนึ่งแล้ว หากเพียงการปรับปรุงอีกเล็กน้อยก็จะถึงเป้าหมาย ถ้าปัญหาไม่ได้รับการแก้ไขคู่แข่งซึ่งได้แก่ อินเดีย จีนแดง มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ก็จะสามารถแบ่งส่วนตลาดของไทยไปอย่างง่ายดาย

ปัญหาเทคโนโลยีการผลิต

อุตสาหกรรมกระเป๋าน้ำร้อนของไทยส่วนใหญ่เป็นแบบครัวเรือนนิยมใช้แรงงานมากกว่าเครื่องจักร ทำให้การใช้เทคโนโลยียังล่าช้าไม่ทันที่เทียบกับต่างประเทศ นอกจากนั้นได้มีการใช้การผลิตแบบครบวงจร ส่งผลทำให้ไม่เกิดความชำนาญเฉพาะด้าน ซึ่งต่างจากไต้หวันและเกาหลีใต้ที่แต่ละประเทศใช้เทคนิคสมัยใหม่และใช้เครื่องจักรมาก โดยผลิตสินค้าเครื่องหนึ่งเพียงไม่กี่ประเภท ทำให้เกิดความชำนาญและมีการพัฒนาอยู่เสมอ

ปัญหาด้านช่างฝีมือและแรงงาน

ปัจจุบันไทยยังขาดแคลนช่างฝีมือประเภทช่างเย็บ และออกแบบตกแต่งหนัง หรือผู้เชี่ยวชาญในงานด้านนี้ การผลิตส่วนใหญ่จึงลอกเลียนแบบจากแคตตาล็อกต่างประเทศ ทำให้ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง อีกทั้งยังขาดสถาบันที่จะฝึกอบรมช่างฝีมือเพื่ออุตสาหกรรมการผลิตเครื่องหนังเนื่องจากการฝึกอบรมต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายสูง ซึ่งอุตสาหกรรมประเภทนี้จำเป็นต้องใช้แรงงานในสัดส่วนที่สูง เพราะการเย็บหนังและออกแบบตกแต่งต้องใช้ฝีมือและความชำนาญเป็นพิเศษ ในด้านผู้ประกอบการต้องรับภาระด้านต้นทุนการฝึกฝนคนงานจนกว่าจะชำนาญงานมาโดยตลอด โดยที่ภาครัฐบาลมิได้ให้ความช่วยเหลือแต่อย่างใด และจากสภาพ

ดังกล่าว ทำให้การพัฒนาทางด้านรูปแบบและฝีมือการผลิตของกระเป๋านึ่งไทยที่ผลิตได้ไม่ทันสมัย มีมาตรฐานและคุณภาพไม่แน่นอนไม่ตรงกับความต้องการของตลาดสำหรับสินค้าคุณภาพสูง ทำให้กระเป๋านึ่งของไทยยังจัดอยู่ในตลาดระดับปานกลางถึงต่ำเท่านั้น ในด้านของแรงงานนั้น แรงงานมีการเคลื่อนย้ายบ่อยครั้ง ทำให้ผู้ผลิตต้องฝึกคนงานใหม่อยู่เสมอ

ปัญหาด้านความช่วยเหลือจากรัฐบาล

ด้านความช่วยเหลือในการผลิตของรัฐบาลในการส่งเสริมการลงทุน รัฐบาลพยายามช่วยเหลือผู้ประกอบการต่าง ๆ แต่อย่างไรเงื่อนไขที่กำหนดในการส่งเสริมการลงทุน คือ ผู้ผลิตกระเป๋านึ่งต้องมีเงินลงทุนไม่น้อยกว่า 5 ล้านบาท ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน แต่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกรายย่อยซึ่งส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ มีทุนดำเนินการที่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท ไม่อยู่ในเกณฑ์ตามเงื่อนไขของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน จึงทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้รับประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาล เงื่อนไขที่สำคัญอีกประการก็คือ จะต้องผลิตเพื่อการส่งออกไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่ายอดขายทั้งสิ้น กรณีนี้ก็เช่นกันที่ผู้ส่งออกรายใหม่ไม่สามารถได้ใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน เนื่องจากเพิ่งเริ่มเข้าสู่ธุรกิจยังส่งออกได้ไม่มากตามที่กำหนด ส่งผลให้การพัฒนาตลาดทำได้ยาก

สภาวะการตลาดกระเป๋านึ่ง

อุตสาหกรรมกระเป๋านึ่งไทย ในอดีตเป็นการผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศเท่านั้น เนื่องจากสภาพการดำเนินชีวิตของคนไทยในสมัยก่อนยังไม่นิยมใช้กระเป๋านึ่งกันมากนัก เพราะราคาของกระเป๋านึ่งที่มีราคาแพง จึงทำให้ตลาดของกระเป๋านึ่งไม่กว้างเท่าที่ควร ผู้ที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จึงมักเป็นผู้ที่มีฐานะดี แต่เมื่อการค้าระหว่างประเทศได้มีการพัฒนาและขยายตัวมากขึ้น สภาพการดำรงชีวิตของคนไทยได้เปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่ได้รับจากชาวต่างประเทศ ทำให้ความต้องการใช้กระเป๋านึ่งเพิ่มขึ้น ประกอบกับชาวต่างประเทศมีความต้องการกระเป๋านึ่งเพิ่มสูงขึ้น จึงดึงดูดให้ผู้ผลิตกระเป๋านึ่งในประเทศไทย พยายามปรับปรุงเทคนิคการผลิตให้ดีขึ้น เพื่อให้สินค้าที่ตนผลิตได้มาตรฐานและมีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้เริ่มกันอย่างจริงจัง ประมาณพ.ศ. 2516

สภาวะการตลาดภายในประเทศ

เนื่องจากภายในอุตสาหกรรมกระเป๋านึ่ง ประกอบด้วยจำนวนโรงงานและร้านค้าจำหน่ายมากมาย อีกทั้งสินค้ากระเป๋านึ่งก็มีคุณภาพและรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามความนิยมของกลุ่มผู้บริโภคแต่ละระดับ ลักษณะการจำหน่ายจึงเป็นการแข่งขันกันในอัตราสูง เพราะผู้ผลิตทั้งหลาย จะต้องพยายามแข่งขันกัน ทั้งด้านราคา คุณภาพ และรูปแบบตามสมัยนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบัน ทำให้อำนาจซื้อของผู้บริโภคลดลง จึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้อัตราการแข่งขัน ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด การให้ของแถมของแถม การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้นผู้ผลิตที่จะสามารถดำเนินกิจการประสบความสำเร็จอยู่ได้ในลักษณะแบบนี้ จำเป็นที่จะต้องเข้าใจรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนต้องติดตามความเคลื่อนไหวของแฟชั่นเครื่องแต่งกายต่าง ๆ ซึ่งใช้ประกอบกัน สำหรับความต้องการของกระเป๋านึ่งแต่ละประเภทจะแตกต่างกันไปแล้วแต่ความนิยม สามารถแยกได้ดังนี้

1. กระเป๋ากถือ สินค้ากระเป๋ากถือมีความต้องการอยู่ในหมู่สุขภาพสตรีและสุขภาพบุรุษ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับรูปแบบและลักษณะกระเป๋าก แต่เดิมมีสุขภาพสตรีเท่านั้นที่นิยมใช้กระเป๋ากถือ แต่ในปัจจุบันสุขภาพบุรุษก็นิยมใช้มากขึ้นและถือ เป็นแฟชั่นด้วย จึงทำให้ความต้องการมีเพิ่มขึ้นจากเดิมมาก ความต้องการของกระเป๋ากถือแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ ได้ดังนี้

1.1 ในกลุ่มผู้มีฐานะดี ต้องการกระเป๋ากถือมีคุณภาพดีราคาสูง เช่น กระเป๋ากหนึ่งกั กระเป๋าก่านลิเพา และกระเป๋ากที่ก้าจากวัสดุอื่น ๆ บางคนต้องการสินค้าที่ไม่ซ้ำแบบใคร และมีราคาสูงมาก อาจสั่งซื้อจากต่างประเทศ เช่น อิตาลี ฝรั่งเศส เป็นต้น

1.2 กลุ่มผู้มีฐานะปานกลางและผู้มีรายได้น้อย ต้องการกระเป๋ากราคาถูกกว่า และมีคุณภาพดี แต่ก่อนอาจซื้อกระเป๋ากหนึ่งกัที่ใช้หนึ่งกัเกรดต่ำตัดเย็บซึ่งมีราคาต่ำได้ ต่อมาภาวะเศรษฐกิจบีบรัดตัวขึ้น จึงต้องใช้กระเป๋ากที่ก้าจาก หนึ่งเทียม กระเป๋ากสาน กระเป๋ากผ้า และสิ่งทออื่น ๆ รวมทั้งพลาสติกมากขึ้น เพราะราคาต่ำกว่า

อย่างไรก็ตามความต้องการกระเป๋ากถือยังขึ้นอยู่กับแฟชั่นด้วย เช่น รูปแบบ สี และการประดับเครื่องประดับตกแต่งตลอดจนวัสดุที่ใช้ผลิต บางปีนิยมกระเป๋ากผ้า ความต้องการกระเป๋ากผ้าก็จะมีมาก ต่อมานิยมเครื่องจักสานความต้องการของกระเป๋ากชนิดอื่นก็จะลดลงไป ความต้องการสินค้ากระเป๋ากถือภายในประเทศจะมีความต้องการไม่สม่ำเสมอเป็นช่วง ๆ เช่น มีความต้องการสูงในช่วงเทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน เนื่องจากผู้ซื้อมีกำลังซื้อสูง ส่วนใหญ่ช่วงอื่น ๆ ก็มีความต้องการลดลงบ้าง

2. กระเป๋ากเอกสาร ความต้องการใช้กระเป๋ากเอกสารภายในประเทศมีอยู่ในกลุ่มนักธุรกิจ สุขภาพบุรุษทั่วไป ใช้ใส่เอกสารต่าง ๆ ปริมาณความต้องการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก เนื่องจากกระเป๋ากเอกสารมีอายุการใช้งานนานประมาณ 8-10 ปี ขึ้นอยู่กับคุณภาพของวัสดุผิวและความประณีตในการใช้ ถ้าผู้ใช้ไม่ต้องการเปลี่ยนใหม่ก็สามารถใช้ต่อไปได้ทำให้ความต้องการที่มีอยู่ไม่เพิ่มขึ้นรวดเร็ว ผู้ผลิตจึงต้องพยายามที่จะผลิตแบบใหม่ ๆ ตามแฟชั่นออกมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการขึ้น ในปัจจุบันกระเป๋ากเอกสารที่ทำด้วยหนังแท้มีราคาสูง ผู้ใช้บางกลุ่มจะเปลี่ยนไปใช้กระเป๋ากเอกสารหนึ่งเทียมเพิ่มขึ้น ส่วนกระเป๋ากเอกสารทำด้วยพลาสติกเริ่มมีการขยายตัวมากขึ้นเพราะเป็นแฟชั่นใหม่

3. ระเบียบำเดินทาง เป็นระเบียบำสำหรับใช้เวลาดำเดินทางท่ำ ๆ ไป ถ้าเป็นการเดินทางระยะสั้นจะใช้ระเบียบำเดินทางขนาดเล็กที่เห็นโดยท่ำไป และถ้าเป็นการเดินทางระยะไกลก็จะใช้ระเบียบำเดินทางขนาดใหญ่ โดยปกติระเบียบำเดินทางจะมีปริมาณการจำหน่ายได้น้อย จะจำหน่ายได้มากในช่วงเทศกาลที่มีการเดินทางหรือท่องเที่ยว

วิถีการจำหน่าย

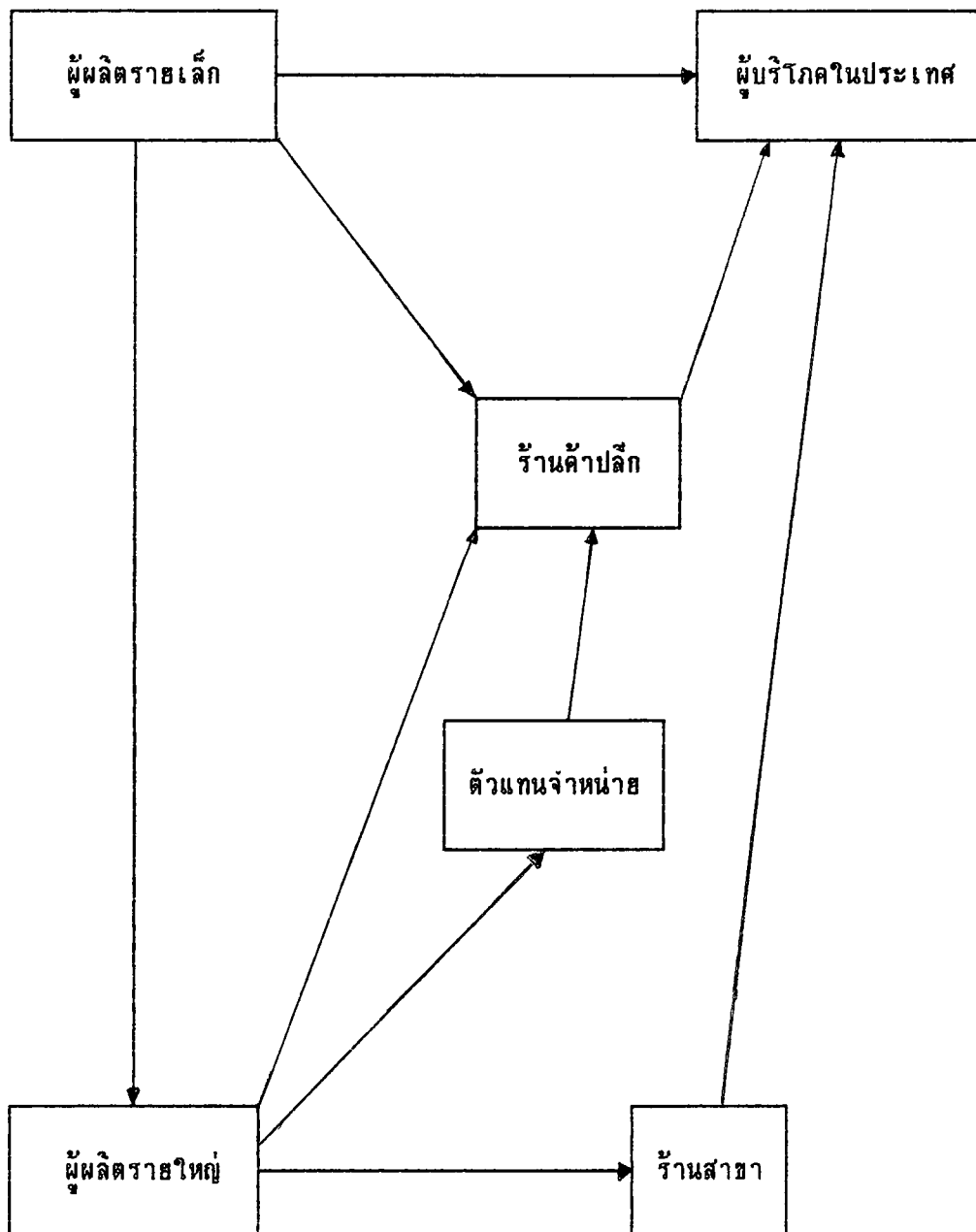
การจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคภายในประเทศ การผลิตระเบียบำหนึ่งนั้น หากเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ ผู้ผลิตรายเล็ก (รวมถึงผู้ผลิตรายย่อยและราย่อม) จะผลิตเพื่อจำหน่ายเองส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งจะเป็นการรับจ้างผลิตให้กับผู้ผลิตรายใหญ่หรือผลิตให้กับร้านค้าปลีก ซึ่งร้านค้าปลีกก็จะนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคอีกต่อหนึ่ง ส่วนผู้ผลิตรายใหญ่ (รวมถึงผู้ผลิตขนาดกลาง) ก็จะรวบรวมสินค้าจากผู้ผลิตรายเล็ก รวมทั้งระเบียบำที่ตนเองผลิต นำออกจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าปลีก หรือร้านสาขาของตน (ภาพที่ 3)

การจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในต่างประเทศ ผู้ผลิตรายใหญ่ (รวมถึงผู้ผลิตขนาดกลาง) จะรับคำสั่งซื้อระเบียบำจากผู้นำเข้าซึ่งไม่ใช่ผู้บริโภคโดยตรง ถ้าหากปริมาณการสั่งซื้อนั้นมีมากเกินกำลังการผลิตของผู้ผลิตรายใหญ่ ผู้ผลิตรายใหญ่ก็จะว่าจ้างผู้ผลิตรายเล็ก (รวมถึงผู้ผลิตรายย่อยและราย่อม) รับผิดชอบอีกทอดหนึ่ง เมื่อผลิตระเบียบำได้ครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว ผู้ผลิตรายใหญ่ก็จะรวบรวมระเบียบำจัดส่งไปให้แก่ผู้นำเข้า เพื่อที่จะนำไปให้ผู้บริโภคต่อไป

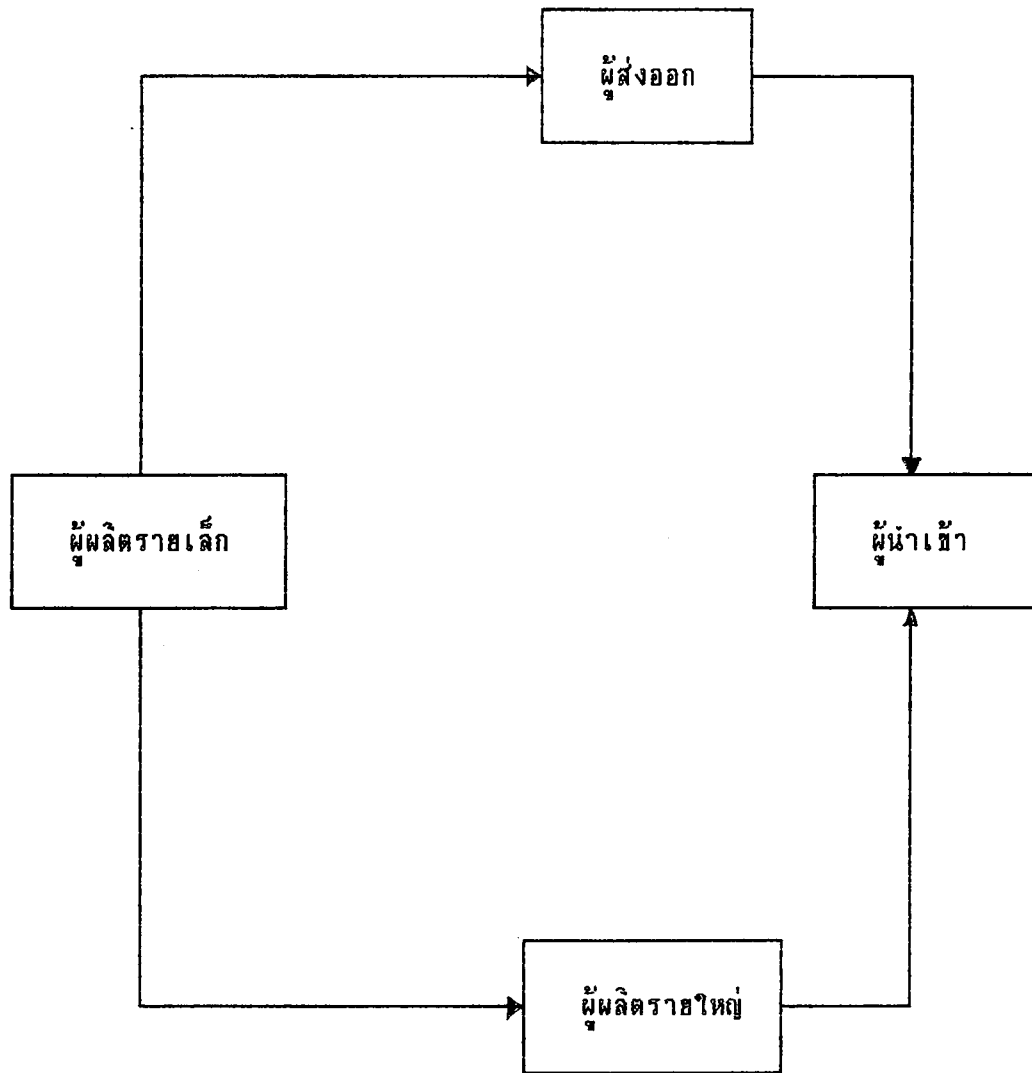
การส่งระเบียบำหนึ่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ผู้ผลิตรายใหญ่จะส่งออกจำหน่ายเองโดยตรงให้กับผู้นำเข้า ส่วนผู้ผลิตรายเล็กจะส่งออกโดยผ่านผู้ส่งออก และผู้ส่งออกก็จะจัดส่งไปให้แก่ผู้นำเข้า และผู้บริโภคตามลำดับ (ภาพที่ 4)

การส่งเสริมการจำหน่าย

การส่งเสริมการขายสินค้าระเบียบำหนึ่งคือ การโฆษณา เช่น โรงงานใหญ่ ๆ จะ



ภาพที่ 3 ช่องทางการจำหน่ายของกระเป๋าน้ำให้แก่ผู้บริโภคนภายในประเทศ
ที่มา : (ศรีบูรพา , 2528)



ภาพที่ 4 ช่องทางการจำหน่ายของกระเป๋าน้ำหนักให้แก่ผู้บริโภคในประเทศ

ที่มา : (ศรีบูรพา , 2528)

ผลิตกระเป๋ามีเครื่องหมายการค้าติดไว้ที่กระเป๋าน้ำหนัก มีการลงโฆษณาในหนังสือรายสัปดาห์ หนังสือแฟชั่น วารสารธุรกิจ เป็นต้น โดยเน้นเครื่องหมายการค้า นอกจากนี้ยังมีการจัดทำรายการสินค้าออกแจกจ่ายเผยแพร่ การร่วมงานแสดงสินค้ากับทางราชการและเอกชนต่าง ๆ แต่การส่งเสริมการขายดังกล่าวยังไม่ทั่วถึงนัก มีเพียงผู้ผลิตรายใหญ่เท่านั้นที่สามารถทำได้

ราคาจำหน่าย

เนื่องจากกระเป๋านึ่งที่นิยมใช้กันทั่วไปมีหลายประเภทและหลายคุณภาพ ประกอบกับสภาพตลาดที่มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตจำนวนมากมา ดังนั้นราคาจำหน่ายในท้องตลาดจึงมีหลายราคาขึ้นอยู่กับคุณภาพและรูปแบบตามสมัยนิยม เป็นสำคัญ ผู้ผลิตแต่ละรายจะกำหนดราคาในการจำหน่ายแตกต่างกัน ในที่นี้ขอแสดงราคาจำหน่ายของกระเป๋านึ่งไทยในรูปของราคาเฉลี่ยจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตกระเป๋านึ่ง 3 ราย (ตารางที่ 6)

สภาวะการตลาดต่างประเทศ

การนำเข้า

ปัจจุบันกระเป๋านึ่งที่ผลิตได้ภายในประเทศ สามารถสนองความต้องการในประเทศได้อย่างเพียงพอ แต่เนื่องจากความต้องการกระเป๋านึ่งส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับรูปแบบตามสมัยนิยมและรสนิยมของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ระดับรายได้สูงยังคงนิยมใช้สินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ หรือสินค้าที่ผลิตภายในประเทศแต่ใช้รูปแบบและเครื่องหมายการค้าของต่างประเทศ ในปัจจุบันมีผู้ผลิตหลายรายที่ซื้อลิขสิทธิ์การผลิตจากผู้ผลิตสินค้ากระเป๋านึ่งชั้นนำต่างประเทศ เพื่อมาทำการผลิตเอง แต่อย่างไรก็ตามกระเป๋านึ่งบางชนิดจากต่างประเทศมีคุณภาพดีและมีมือประณีตกว่ากระเป๋านึ่งที่ผลิตในประเทศตลอดจนรูปแบบที่ทันสมัยกว่า แม้ว่าจะมีราคาค่อนข้างสูงมากก็ตาม ดังนั้นยังคงมีการนำเข้ากระเป๋านึ่งจากต่างประเทศอยู่บ้าง แต่มีปริมาณและมูลค่าการนำเข้าไม่สูงนัก

จากการศึกษาแนวโน้มการนำเข้ากระเป๋านึ่งของประเทศไทย โดยพิจารณาประเภทสินค้า ตามพิกัดภาษีศุลกากรพิจารณาที่สินค้านี้

1. รหัส 4202.110-102 คือสินค้าประเภทหีบเดินทางขนาดใหญ่ กระเป๋าใส่เสื้อผ้า กระเป๋าใส่ของจุกจิก กระเป๋านักบริหาร กระเป๋าเอกสาร กระเป๋านักเรียน และภาชนะที่คล้ายกัน โดยด้านนอกเป็นหนังฟอก หนังอัด หรือหนังฟอกชนิดเพแทนต์

ตารางที่ 6 ราคาจำหน่ายโดยเฉลี่ยของกระเป๋านึ่ง

(หน่วย : บาท)

ชนิดของผลิตภัณฑ์	ราคาจำหน่ายโดยเฉลี่ย/ใบ	
	สินค้าระดับกลาง	สินค้าระดับสูง
กระเป๋าดูเดินทาง	3,500	8,000
กระเป๋าดูเอกสาร	2,500	4,500
กระเป๋าดูถือ	1,800	4,000
กระเป๋าดูต่างค์	300	850

2. รหัส 4212.110-904 คือสินค้าประเภทเดียวกับข้อ 1. ทำด้วยหนังอัด

3. รหัส 4202.210-104 คือสินค้าประเภทกระเป๋าดูถือ จะมีสายสะพายด้วยหรือไม่ก็ตาม รวมถึงกระเป๋าดูถือที่ไม่มีหู ด้านนอกเป็นหนังฟอก หนังอัด หรือหนังฟอกชนิดเพแทนต์

4. รหัส 4202.210-901 คือสินค้าประเภทเดียวกับข้อ 3. ทำด้วยหนังอัด

5. รหัส 4202.310-106 คือ สินค้าประเภทกระเป๋าดูต่างค์ด้านนอกเป็นหนังฟอกหนังอัด หรือหนังฟอกชนิดเพแทนต์

พบว่ามูลค่าการนำเข้ากระเป๋านึ่งของไทยเพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันในแต่ละปี โดยในพ.ศ. 2531 มีมูลค่าการนำเข้ากระเป๋านึ่งรวมทั้งสิ้น 26.22 ล้านบาท พ.ศ. 2532 เพิ่มขึ้นเป็น 37.94 ล้านบาท หรือเพิ่มจากพ.ศ. 2531 ประมาณร้อยละ 44.69 และในพ.ศ. 2533 มีมูลค่าการนำเข้ารวมทั้งสิ้น 59.49 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ.2532 ประมาณร้อยละ 56.80 ส่วนในพ.ศ. 2534 มีมูลค่าการนำเข้ากระเป๋านึ่ง 43.91 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากพ.ศ. 2533 ประมาณร้อยละ 26.18 และมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 56.58 ล้านบาทในพ.ศ.2535 ในพ.ศ. 2536 มีมูลค่าการนำเข้า 48.28 ล้านบาท หรือลดลงจากพ.ศ. 2535 ประมาณร้อยละ

14.66 จากการศึกษาการนำเข้ากระเป๋าทันในระหว่างพ.ศ. 2531-2533 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น รวมทั้งลดลง และเพิ่มขึ้นในพ.ศ. 2534-2536 เนื่องจากในช่วงแรกนั้นความต้องการกระเป๋ามีรูปแบบแปลกใหม่จากต่างประเทศมีมาก ซึ่งไทยยังไม่สามารถผลิตได้ และเมื่อไทยสามารถผลิตกระเป๋าทันที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับต่างประเทศ ทำให้คนไทยเปลี่ยนมาซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศมากขึ้น ส่งผลให้มูลค่าการนำเข้าลดลง นอกจากนี้สาเหตุที่มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันในแต่ละปี อาจมีสาเหตุมาจาก ผู้บริโภคที่มีฐานะดียังนิยมบริโภคสินค้าที่มีราคาแพงและมีตราของต่างประเทศอยู่ ซึ่งทำให้ต้องมีการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นในบางปี ประเภทของกระเป๋าทันนำเข้ามากที่สุด ได้แก่ กระเป๋าทัน กระเป๋าเดินทาง และกระเป๋าต่างค์ ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

กระเป๋าทัน เป็นกระเป๋าทันที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงสุดของไทยยกเว้นในพ.ศ. 2531 มีมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าทัน 7.45 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28.41 ของมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าทันทั้งหมด เป็นอันดับสองรองจากกระเป๋าเดินทาง การนำเข้ากระเป๋าทันในปีอื่น ๆ นั้น มีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นและลดลงสลับกันเช่นเดียวกับมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าทันทั้งหมด ในพ.ศ. 2532 มีมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าทัน 27.77 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 73.19 ของมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าทันทั้งหมด และเพิ่มขึ้นเป็น 47.77 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 80.29 ของมูลค่าการนำเข้าในพ.ศ. 2533 และในทุกปีตั้งแต่พ.ศ. 2534-2536 กระเป๋าทันมีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยร้อยละ 80 ของมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าทันทั้งหมด (ตารางที่ 7)

กระเป๋าเดินทาง มีมูลค่าการนำเข้าเป็นอันดับสองรองจากกระเป๋าทันตั้งแต่พ.ศ. 2532-2536 ในพ.ศ. 2532 มีมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าเดินทางรวมทั้งสิ้น 9.48 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.98 ของมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าทันทั้งหมด และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 10.02 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.84 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดในพ.ศ. 2533 ในทุกปีตั้งแต่พ.ศ. 2534-2536 กระเป๋าเดินทางมีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยร้อยละ 12 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด แนวโน้มและมูลค่าการนำเข้าของกระเป๋าเดินทางในแต่ละปีเพิ่มขึ้นและลดลงเช่นเดียวกับมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าทันทั้งหมด (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 มูลค่าการนำเข้ากระเป๋าน้ำหนักรวมของไทย แยกตามประเภทสินค้า พ.ศ. 2531-2536

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภทกระเป๋าพ.ศ.	2531	2532	2533	2534	2535	2536
กระเป๋าเดินทาง	17.66 (67.35)	9.48 (24.98) ^{1/}	10.02 (16.84)	5.76 (13.11)	7.43 (13.13)	4.42 (9.15)
	-	-46.31 ^{2/}	+5.69	-42.51	+28.99	-40.51
กระเป๋าถือ	7.45 (28.41)	27.77 (73.19)	47.77 (80.29)	34.65 (78.91)	43.85 (77.50)	39.67 (82.16)
	-	+272.75	+72.02	-27.46	+26.55	-9.53
กระเป๋าต่างค์	1.11 (4.23)	0.69 (1.81)	1.70 (2.85)	3.50 (7.97)	5.30 (9.36)	4.19 (8.67)
	-	-37.83	+146.37	+105.88	+51.42	-20.94
รวม	26.22 (100.00)	37.94 (100.00)	59.49 (100.00)	43.91 (100.00)	56.58 (100.00)	48.28 (100.00)
	-	+44.69	+56.80	-26.18	+28.85	-14.66

หมายเหตุ 1/ ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงค่าร้อยละของการนำเข้ากระเป๋าหนังทั้งหมด

2/ เครื่องหมาย +,- แสดงร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2536)

กระเป๋าต่างค์ มีมูลค่าการนำเข้าเป็นอันดับสุดท้าย ในพ.ศ. 2531 มีมูลค่าการนำเข้าทั้งสิ้น 1.11 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.23 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ลดลง 0.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.81 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ซึ่งมีส่วนเปลี่ยนแปลงของ

มูลค่าการส่งออกคิดลบเป็น 37.83 อาจเนื่องจากผู้บริโภครายในประเทศยังไม่ให้ความสำคัญกับ กระเป๋าต่างค์มากนัก เห็นว่ามีความจำเป็นน้อยกว่ากระเป๋าถือและกระเป๋าเดินทาง จึงทำให้ มูลค่าการนำเข้าลดลง กระเป๋าต่างค์มีส่วนเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าในพ.ศ. 2533 2534 และ 2535 มีค่าเท่ากับ 146.37 105.88 และ 51.42 ตามลำดับ จะเห็นว่ามี การเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้น คือ มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง แสดงว่าความต้องการภายใน ประเทศเพิ่มมากขึ้น และในพ.ศ. 2536 มีส่วนเปลี่ยนแปลงคิดลบเท่ากับ 20.94 มีแนวโน้ม นำเข้าลดลงเช่นเดียวกับมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าหนังของไทย ตั้งแต่พ.ศ. 2534-2536 กระเป๋าต่างค์มีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยร้อยละ 8 ของมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าหนังทั้งหมด (ตารางที่ 7)

เมื่อพิจารณาการนำเข้ากระเป๋าหนังของไทยแยกตามรายประเทศ พบว่าในพ.ศ. 2531 ไทยมีมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าจากสหรัฐอเมริกามากที่สุด มีมูลค่า 11.55 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ อิตาลี และฝรั่งเศส ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้า 7.55 และ 3.76 ล้านบาทตามลำดับ ต่อมาในพ.ศ. 2532-2534 ไทยมีมูลค่าการนำเข้าจากอิตาลีเป็นอันดับหนึ่งโดยมีมูลค่าการนำเข้า กระเป๋าหนัง 12.40 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32.68 ของมูลค่าการนำเข้าในพ.ศ. 2532 และ เพิ่มขึ้นเป็น 23.26 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.09 ของมูลค่าการนำเข้าในพ.ศ. 2533 และในพ.ศ. 2534 ลดลงเป็น 21.44 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.82 ของมูลค่าการนำเข้า ส่วนประเทศที่ไทยมีการนำเข้าเป็นอันดับสอง ได้แก่ ฝรั่งเศส มีมูลค่าการนำเข้า 10.98 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28.94 ของมูลค่าการนำเข้าในพ.ศ. 2532 และเพิ่มขึ้นเป็น 20.81 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.98 ของมูลค่าการนำเข้าในพ.ศ. 2533 และในพ.ศ. 2534 มี มูลค่าการนำเข้าลดลงเป็น 14.52 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.06 ของมูลค่าการนำเข้า ทั้งหมด (ตารางที่ 8)

ในพ.ศ. 2535-2536 ไทยมีแนวโน้มการนำเข้ากระเป๋าหนังจากฝรั่งเศสเป็นอันดับ หนึ่ง โดยนำเข้าจากอิตาลีเป็นอันดับสอง ในพ.ศ. 2535 มีมูลค่าการนำเข้ากระเป๋าหนังจาก ฝรั่งเศส 20.57 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.35 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด และเพิ่มเป็น 23.20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.05 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดในพ.ศ. 2536 ส่วนการ

ตารางที่ 8 มูลค่าการนำเข้ากระเป๋าน้ำหนักรวมของไทย แยกตามรายประเทศ พ.ศ. 2531-2536

(หน่วย : ล้านบาท)

ตลาดนำเข้า\พ.ศ.	2531	2532	2533	2534	2535	2536
เยอรมัน	0.69 (2.63)	2.25 (5.93)	2.46 (4.31)	1.28 (2.91)	0.73 (1.29)	1.31 (2.71)
ฝรั่งเศส	3.76 (14.34)	10.98 (28.94)	20.81 (34.98)	14.52 (33.06)	20.57 (36.35)	23.20 (48.05)
ฮ่องกง	0.13 (0.49)	6.47 (17.05)	2.28 (7.73)	1.15 (2.61)	0.75 (1.32)	0.13 (0.26)
อิตาลี	7.55 (28.79)	12.40 (32.68)	23.26 (39.09)	21.44 (48.82)	19.22 (33.96)	18.07 (37.42)
ญี่ปุ่น	0.56 (2.13)	0.52 (1.37)	4.29 (7.21)	2.40 (5.46)	0.60 (1.06)	0.37 (0.76)
สวีเดน	0.01 (0.03)	-	0.12 (0.20)	0.01 (0.02)	0.03 (0.05)	0.009 (0.018)
สิงคโปร์	0.05 (0.19)	0.37 (0.97)	0.29 (0.48)	0.04 (0.09)	0.05 (0.08)	0.03 (0.06)
สหรัฐอเมริกา	11.55 (44.05)	0.95 (2.50)	0.07 (0.11)	0.01 (0.02)	1.30 (2.29)	0.47 (0.97)
สวิตเซอร์แลนด์	0.35 (1.33)	0.22 (0.57)	1.25 (2.10)	0.33 (0.75)	0.30 (0.53)	2.06 (4.26)
อินโดนีเซีย	0.09 (0.34)	-	0.05 (0.08)	0.04 (0.09)	0.07 (0.12)	0.16 (0.33)
จีน	-	1.36 (3.58)	0.04 (0.06)	0.11 (0.25)	0.43 (0.75)	1.20 (2.48)

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(หน่วย : ล้านบาท)

ตลาดนำเข้าพ.ศ.	2531	2532	2533	2534	2535	2536
อังกฤษ	0.20 (0.76)	1.99 (5.24)	0.81 (1.36)	1.13 (2.57)	0.77 (1.36)	0.70 (1.44)
อื่น ๆ	1.28 (4.88)	0.43 (1.13)	3.76 (0.06)	1.45 (3.30)	11.76 (20.78)	0.57 (1.18)
รวม	26.22 (100.00)	37.94 (100.00)	59.49 (100.00)	43.91 (100.00)	56.58 (100.00)	48.28 (100.00)

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงค่าร้อยละของการนำเข้ากระเป๋าน้ำหนักทั้งหมด
ที่มา : (กรมศุลกากร , 2536)

นำเข้าจากอิตาลี มีมูลค่าการนำเข้าทั้งสิ้น 19.22 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.96 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดในพ.ศ. 2535 และในพ.ศ. 2536 มีมูลค่าลดลงเป็น 18.07 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.42 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีตลาดนำเข้าที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ เยอรมัน ฮองกง ญี่ปุ่น อังกฤษ จีน และสิงคโปร์ เป็นต้น (ตารางที่ 8)

การส่งออก

→ อุตสาหกรรมการผลิตกระเป๋าน้ำหนักของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ทั้งนี้ด้วยแรงเกื้อหนุนจากปัจจัยสำคัญหลายประการ โดยเฉพาะความได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งรายสำคัญในภูมิภาคเอเชีย คือ ไต้หวัน และเกาหลีใต้ การได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากตลาดนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

รายใหญ่ การสนับสนุนจากภาครัฐบาลโดยการยกเลิกภาษีนำเข้าเข้าหนึ่งดิมและลดภาษีนำเข้าเข้าหนึ่งพอก ในขณะที่ไต้หวันและเกาหลีใต้ต้องประสบปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และการกีดกันทางการค้า โดยถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดนำเข้าหลักของเครื่องนึ่งรายใหญ่ ทำให้ผู้ผลิตเครื่องนึ่งรายใหญ่หลายรายจากไต้หวัน และเกาหลีใต้ย้ายฐานการผลิตมายังไทย ส่งผลให้ตลาดส่งออกกระเป๋านึ่งของไทยขยายตัวกว้างขึ้นสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์กระเป๋านึ่งเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว | ในการส่งออกกระเป๋านึ่งนั้นไทยควรจะคำนึงถึงรูปแบบของสินค้าที่นิยมในตลาดต่างประเทศ เพื่อสามารถผลิตกระเป๋านึ่งให้ได้ตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ สำหรับรูปแบบของสินค้าที่นิยมในตลาดต่างประเทศสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. รูปแบบคลาสสิก มีลักษณะเป็นแบบเรียบ รูปแบบไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และต้องมีฝีมือประณีต สามารถใช้ได้หลากหลายโอกาส สำหรับสีที่นิยมใช้ได้แก่ สีน้ำตาล ดำ น้ำเงิน และเทา
2. รูปแบบทันสมัยตามแฟชั่นเสื้อผ้า มีหลากหลายรูปแบบและเน้นศิลปะด้วยสีสันท่าง ๆ และต้องสัมพันธ์กับแฟชั่นเสื้อผ้า
3. รูปแบบที่น่าสัมผัส รูปแบบจะเปลี่ยนแปลงรวดเร็วมาก จะต้องมีรูปแบบแปลกใหม่ อยู่เสมอ ราคาไม่แพง สำหรับวัยรุ่นหนุ่มสาวที่นิยมของใหม่ ๆ

กระเป๋านึ่งนำเข้าจำหน่ายยังต่างประเทศ มีการแบ่งคุณภาพสินค้าออกเป็น 3 ระดับคือ

1. สินค้าที่มีคุณภาพสูง ได้แก่ สินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก โดยนำเข้าจากอิตาลี ฝรั่งเศส และสวีตเซอร์แลนด์
2. สินค้าที่มีคุณภาพปานกลาง ส่วนใหญ่นำเข้าจากสเปน อาร์เจนตินา ไต้หวัน อินเดีย ไทย เกาหลีใต้ และประเทศในยุโรปตะวันออก
3. สินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ส่วนใหญ่นำเข้าจากไต้หวัน สาธารณรัฐประชาชนจีน เกาหลีใต้ และไทย

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกของกระเป๋านึ่งไทยไปยังตลาดต่างประเทศ พบว่าในพ.ศ. 2531 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 1,162.15 ล้านบาท พ.ศ. 2531 เพิ่มขึ้นเป็น 1,456.67 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นจากพ.ศ. 2531 ประมาณร้อยละ 25.34 ในพ.ศ. 2533 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 2,035.54 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากพ.ศ. 2532 ประมาณร้อยละ

39.73 ตั้งแต่พ.ศ. 2534 เป็นต้นมา มูลค่าการส่งออกกระเป๋าน้ำร้อนของไทยมีการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง โดยมีมูลค่าการส่งออกเป็น 2,160.99 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากพ.ศ. 2533 ประมาณร้อยละ 6.16 ซึ่งเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง พ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 2,295.53 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากพ.ศ. 2534 ประมาณร้อยละ 6.22 และในพ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 2,296.47 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากพ.ศ. 2535 ประมาณร้อยละ 0.04 เท่านั้น ทั้งนี้เป็นผลมาจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากประเทศผู้ผลิตที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าคือ จีน และ อินโดนีเซีย ซึ่งมีความพร้อมด้านวัตถุดิบและค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าของไทยหลายเท่าตัว ประกอบกับการขยายการลงทุนจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น อิตาลี เกาหลีใต้ และไต้หวัน ซึ่งนำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเข้าไปใช้ในการผลิต เป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตและขยายตลาดในต่างประเทศไปได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดเครื่องหนังของไทยในตลาดนำเข้าสำคัญ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาที่เป็นตลาดหลักสำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์กระเป๋าน้ำร้อนของไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศด้วยราคาที่ไม่สูงนัก ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกกระเป๋าน้ำร้อนของไทยโดยรวมชะลอการขยายตัวลงอย่างชัดเจนในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา | อย่างไรก็ตามมูลค่าการส่งออกกระเป๋าน้ำร้อนของไทยก็ยังสูงขึ้นอยู่ ดังนั้นไทยสามารถปรับปรุงพัฒนากระเป๋าน้ำร้อนให้ไปสู่ตลาดต่างประเทศได้อีก ประเภทของกระเป๋าน้ำร้อนที่มูลค่าการส่งออกสูงที่สุดได้แก่ กระเป๋าน้ำร้อน กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าสะตางค์ ตามลำดับ (ตารางที่ 9)

กระเป๋าน้ำร้อน เป็นกระเป๋าน้ำร้อนที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดของไทย ตั้งแต่พ.ศ. 2531-2534 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในพ.ศ. 2531 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 556.03 ล้านบาท พ.ศ. 2532 เพิ่มขึ้นเป็น 640.28 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากพ.ศ. 2531 ประมาณร้อยละ 15.15 คิดเป็นร้อยละ 43.95 ของมูลค่าการส่งออก พ.ศ. 2533 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 882.15 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2532 ประมาณร้อยละ 37.77 คิดเป็นร้อยละ 43.33 ของมูลค่าการส่งออก และในพ.ศ. 2534 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 1,090.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากพ.ศ. 2533 ในอัตราที่ลดลงประมาณร้อยละ 23.60 คิดเป็นร้อยละ 50.45 ของมูลค่าการส่งออก ในพ.ศ. 2535 มีส่วนเปลี่ยนแปลงของมูลค่าส่งออกลดลงร้อยละ 5.06 โดย

ตารางที่ 9 มูลค่าการส่งออกกระเป๋าทองของไทย แยกตามประเภทสินค้า พ.ศ. 2531-2536

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภทกระเป๋า\พ.ศ.	2531	2532	2533	2534	2535	2536
กระเป๋าเดินทาง	283.83 (24.42)	379.85 (26.07) ^{±/}	670.23 (32.92)	539.74 (24.97)	639.07 (27.83)	507.77 (22.11)
	-	+33.83 ^{±/}	+76.44	-19.46	+18.40	-20.54
กระเป๋าถือ	556.03 (47.84)	640.28 (43.95)	882.15 (43.33)	1090.38 (50.45)	1035.12 (45.09)	1098.64 (47.84)
	-	+15.15	+37.77	+23.60	-5.06	+ 6.13
กระเป๋าต่างค์	322.29 (27.73)	436.54 (29.96)	483.16 (23.73)	530.87 (24.56)	621.34 (27.06)	690.06 (30.04)
	-	+35.44	+10.67	+9.87	+17.04	+11.05
รวม	1162.15 (100.00)	1456.67 (100.00)	2035.54 (100.00)	2160.99 (100.00)	2295.53 (100.00)	2296.47 (100.00)
	-	+25.34	+39.73	+6.16	+6.22	+0.04

หมายเหตุ 1/ ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงค่าร้อยละของการส่งออกกระเป๋าหนังทั้งหมด

2/ เครื่องหมาย +, - แสดงถึงร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2536)

มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 1,035.12 ล้านบาท และในพ.ศ. 2536 มีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.13 แสดงให้เห็นว่า การส่งออกกระเป๋าถือยังมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 9)

ประเทศต่าง ๆ ได้ จะพบว่าแต่สภาพตลาดในต่างประเทศนั้นมึลู่ทางการส่งออกที่ดี โดยเฉพาะตลาดยุโรปและสหรัฐอเมริกา ซึ่งเน้นกระเป๋าทรงที่ทำจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง ราคาแพง อีกทั้งญี่ปุ่น ซึ่งเดิมซื้อกระเป๋าทรงคุณภาพสตรีจากเกาหลีใต้ แต่เนื่องจากเกาหลีใต้ประสบปัญหาทางด้านการเมือง จึงทำให้ญี่ปุ่นหันมาซื้อจากไทยมากขึ้น ดังนั้นตลาดส่งออกที่น่าสนใจในการขยายตลาดอีกตลาดหนึ่งก็คือ ญี่ปุ่น ซึ่งผู้ผลิตจะต้องศึกษาถึงรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ เพื่อพัฒนาปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบให้ตรงกับความต้องการ

✓ จากการวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกกระเป๋าทรงไปยังตลาดที่สำคัญ จะเห็นว่ามีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นทุกปี อาจจะมีบางปีที่มูลค่าการส่งออกลดลงแต่ก็มีปริมาณไม่มากนัก ไม่ว่าจะเป็นในกลุ่มประชาคมยุโรป ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่ สหรัฐอเมริกา และตลาดอื่น ๆ

ตลาดประชาคมยุโรป ตลาดที่สำคัญได้แก่ เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส เดนมาร์ค เนเธอร์แลนด์ อิตาลี เบลเยียม และสเปน เป็นต้น ซึ่งเป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์กระเป๋าทรงเป็นอันดับหนึ่งของไทย โดยเฉพาะเยอรมันมีมูลค่าการนำเข้ามากที่สุด ในพ.ศ. 2531 และ 2532 มีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 408.99 และ 473.57 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 35.19 และ 32.51 ของมูลค่าการส่งออกกระเป๋าทรงไทยทั้งหมดในแต่ละปี ในพ.ศ. 2533 มูลค่าการส่งออกยังคงเพิ่มขึ้นเป็น 654.78 ล้านบาท พ.ศ. 2534 มีมูลค่าการส่งออก 750.69 ล้านบาท และลดลงเป็น 635.66 ล้านบาทในพ.ศ. 2535 คิดเป็นร้อยละ 27.69 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และในพ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 707.36 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.80 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด (ตารางที่ 10)

✓ แนวโน้มการส่งออกกระเป๋าทรงไทยไปเยอรมันยังมีลู่ทางการขยายตัวอีกมาก ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะลดลงในช่วงพ.ศ. 2535 ทั้งนี้เนื่องจากเยอรมันให้การยอมรับกระเป๋าทรงจากไทยเป็นอันมาก โดยเฉพาะกระเป๋าทรงเพราะมีคุณภาพดี ราคาต่ำ ดังนั้นถ้ามีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตให้ดีขึ้น รวมทั้งมีการพัฒนารูปแบบให้ทันสมัยตรงกับรสนิยมของชาวเยอรมันแล้ว คาดว่าจะสามารถขยายตลาดส่งออกไปยังเยอรมันได้สูงขึ้นอีกในอนาคต นอกจากนี้เยอรมันรวมทั้งเนเธอร์แลนด์ และเบลเยียม ได้ลดการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องหนังภายในประเทศและ

ตารางที่ 10 มูลค่าการส่งออกกระเป๋าน้ำหนักรวมของไทย แยกตามรายประเทศ พ.ศ. 2531-2536

(หน่วย : ล้านบาท)

ตลาดส่งออก\พ.ศ.	2531	2532	2533	2534	2535	2536
สหรัฐอเมริกา	17.88 (1.54)	13.64 (0.93)	5.75 (0.28)	12.27 (0.56)	9.56 (0.41)	12.17 (0.52)
ออสเตรเลีย	124.50 (10.71)	172.54 (11.84)	123.81 (6.08)	63.93 (2.95)	56.93 (2.48)	39.46 (1.71)
แคนาดา	16.97 (1.46)	62.23 (4.27)	52.40 (2.57)	65.69 (3.03)	53.53 (2.33)	54.90 (2.39)
เยอรมัน	408.99 (35.19)	473.57 (32.51)	654.78 (32.16)	750.69 (34.73)	635.66 (27.69)	707.36 (30.80)
ฝรั่งเศส	37.63 (3.24)	48.90 (3.35)	65.75 (3.23)	40.91 (1.89)	61.93 (2.69)	58.31 (2.53)
อังกฤษ	73.08 (6.28)	91.99 (6.31)	108.10 (5.31)	94.32 (4.36)	86.23 (3.75)	93.74 (4.08)
ญี่ปุ่น	61.63 (5.30)	129.99 (8.92)	262.64 (12.00)	402.98 (18.64)	534.60 (23.28)	504.38 (21.96)
ซาอุดีอาระเบีย	15.35 (1.32)	10.16 (0.69)	8.65 (0.42)	18.37 (0.85)	17.12 (0.74)	34.52 (1.50)
สิงคโปร์	51.57 (4.43)	55.08 (3.78)	67.85 (3.33)	72.60 (3.35)	96.48 (4.20)	92.30 (4.01)
ไต้หวัน	7.76 (0.67)	8.79 (0.60)	12.64 (0.62)	16.19 (0.74)	18.47 (0.80)	50.74 (2.20)
สหรัฐอเมริกา	163.43 (14.06)	217.79 (14.95)	439.90 (21.61)	388.52 (17.97)	491.77 (21.42)	401.21 (17.47)

ตารางที่ 10 (ต่อ)

(หน่วย : ล้านบาท)

ตลาดส่งออก\พ.ศ.	2531	2532	2533	2534	2535	2536
ฮ่องกง	32.21 (2.77)	27.77 (1.90)	33.97 (1.66)	46.73 (2.16)	24.06 (1.04)	34.66 (1.50)
เนเธอร์แลนด์	7.11 (0.61)	7.72 (0.53)	34.73 (1.70)	19.76 (0.91)	32.62 (1.42)	35.41 (1.54)
อิตาลี	6.09 (0.52)	13.76 (0.94)	9.54 (0.46)	24.39 (1.12)	31.10 (1.35)	17.52 (0.76)
อื่น ๆ	137.95 (11.87)	122.74 (8.42)	155.03 (7.61)	143.64 (6.64)	145.47 (6.33)	159.79 (6.95)
รวม	1162.15 (100.00)	1456.67 (100.00)	2035.54 (100.00)	2160.99 (100.00)	2295.53 (100.00)	2296.47 (100.00)

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงค่าร้อยละของการส่งออกกระเป๋านึ่งทั้งหมด

ที่มา : (กรมศุลกากร , 2536)

เปลี่ยนนำเข้าเพิ่มขึ้นซึ่งมีราคาต่ำกว่า เพื่อใช้บริโภคภายในประเทศและส่งออกต่อไปยังประเทศใกล้เคียง และจากการเปิดทำการค้าโดยเสรีของตลาดยุโรปตะวันออกส่งผลให้นักธุรกิจหรือผู้นำเข้าของประชาคมยุโรปทำการขยายกิจการเปิดสาขาร้านค้าลูกโม่ และห้างสรรพสินค้าตามเมืองต่าง ๆ ในยุโรปตะวันออก จึงมีความต้องการนำเข้าสินค้าเป็นจำนวนมากตลอดจนการรวมเป็นประเทศเดียวกันของเยอรมันทำให้จำนวนประชากรเพิ่มขึ้นทันที 16.7 ล้านคน ความต้องการบริโภคย่อมจะเพิ่มขึ้น แม้ว่าปัจจุบันผู้บริโภคในเยอรมันจะมีอำนาจซื้อต่ำก็ตามแต่คาดว่าอีก 2-3 ปี ข้างหน้า หลังจากรัฐบาลเยอรมันได้นำเงินมาพัฒนากระจายรายได้ในประเทศมากขึ้น

ประชาชนก็จะมีรายได้และความเป็นอยู่ใกล้เคียงกัน ตลอดจนพฤติกรรมกาบริการและอำนาจซื้อ จะเหมือนกันทั่วทั้งประเทศ จึงเป็นโอกาสของผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทยที่จะขยายการส่งออก กระเป๋าหนังไปยังตลาดดังกล่าวให้เพิ่มสูงขึ้นได้ สำหรับความนิยมของผู้บริโภคในตลาดประชาคม ยุโรปจะนิยมผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่มีคุณภาพดี มีมือตัดเย็บประณีต ใช้หนังแท้ที่มีคุณภาพพิเศษ ไม่มี รอยขีดข่วน สีที่ลอกย้อมเรียบเท่ากันตลอด นิยมสีดำ สีกรมท่า น้ำตาลเข้ม และสีแดงเลือดหมู มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงรู้จักทั่วโลก สำหรับวัยรุ่นนิยมจะเปลี่ยนไปตามแฟชั่นเสื้อผ้าของแต่ละ ฤดูกาล คือ ช่วงฤดูใบไม้ผลิ/ฤดูร้อน และฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว ใช้สีสดใสสัมพันธ์กับเสื้อผ้า สำหรับรสนิยมของผู้บริโภคในเยอรมันโดยทั่ว ๆ ไปสามารถสรุปได้ดังนี้

1. สินค้า แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่

1.1 กลุ่มสินค้าที่ไม่ขึ้นอยู่กัอิทธิพลของแฟชั่น คือสินค้าที่มีรูปแบบเรียบไม่ เปลี่ยนบ่อย ได้แก่ กระเป๋าเสื้อผ้า กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าเอกสาร และเครื่องหนังขนาดเล็ก เช่น สายนาฬิกาและกระเป๋าต่างค์

1.2 กลุ่มสินค้าที่ขึ้นอยู่กัอิทธิพลของแฟชั่น คือสินค้าที่ต้องเปลี่ยนไปตามแฟชั่น เสื้อผ้าของแต่ละฤดูกาล คือช่วงฤดูใบไม้ผลิ/ฤดูร้อน และฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว และมีรูปแบบ แตกต่างกันได้แก่ กระเป๋าสตรี เข็มขัด และเครื่องประดับ

2. วัตถุดิบ ส่วนใหญ่ใช้หนังโค กระบือ และแกะที่มีคุณภาพพิเศษไม่มีรอยขีดข่วน สีที่ ลอกย้อม เรียบเท่ากันตลอด สำหรับวัสดุอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น กระดุม แม่เหล็ก ผ้าซับใน โคร่งและ ซิปในลอนต้องคุณภาพดี ไม่นิยมซิปโลหะ

3. ลักษณะรูปแบบ ที่นิยมคือ

3.1 กระเป๋าถือสตรี ควรมีฝาปิดเปิดได้ข้างในประกอบหลายช่อง ผ้าซับในควร ใช้หนังอ่อนหรือผ้ากำมะหยี่หรือผ้าไหม สีเดียวกับหนังที่ทากกระเป๋า ใช้ซิปในลอน มีสายสะพายปรับ สั้นยาวได้ ขนาดพอเหมาะกับกระเป๋าและแข็งแรง กระดุมแม่เหล็กที่มีคุณภาพดี การเย็บต้องเป็น เส้นตรง ค้ายสีเดียวกับหนัง มีทั้งขนาดเล็กและใหญ่ ส่วนวัยรุ่นนิยมขนาดเล็กมากกว่า

3.2 กระเป๋าเสื้อผ้าและกระเป๋าเอกสาร ควรมีสองชั้นและใช้ที่ล็อคยึดติดกัน อย่างแข็งแรงและมีคุณภาพ ผ้าซับในไม่ควรหนากว่าหนังที่ใช้ทากกระเป๋า

3.3 กระเป๋าถือบุรุษ ควรมีสายคล้องข้อมือที่แข็งแรงและเหมาะสม

3.4 กระเป๋าเดินทาง ควรมีทั้งหัวและสายสะพายควบคู่กัน

3.5 กระเป๋าต่างค์ ในแต่ละตลาดนิยมแตกต่างกัน สำหรับเนเธอร์แลนด์นิยม กระเป๋าต่างค์ที่มีหลายช่องสำหรับใส่ธนบัตร บัตรเครดิตต่าง ๆ และช่องสำหรับใส่เงินเหรียญ ตรงมุมกระเป๋าต้องจับมุด และมีขนาดใหญ่บรรจุเงินเหรียญได้จำนวนมาก เนื่องจากชาวต่างชาตินิยม ใช้เงินเหรียญ ส่วนตลาดสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันนิยมกระเป๋าต่างค์ที่มีลักษณะบาง มีช่อง สำหรับใส่เงินธนบัตรและเงินเหรียญก็เพียงพอ ส่วนช่องสำหรับใส่บัตรเครดิตไม่จำเป็นเพราะ ชาวเยอรมันไม่นิยมใช้บัตรเครดิต และตรงมุมของช่องสำหรับใส่เงินเหรียญจะเย็บตรงหรือจับมุด

4. สี สีที่นิยมใช้ได้แก่ สีดำ กรมท่า น้ำตาลอ่อน น้ำตาลเข้ม และสีแดงเลือดหมู (Burgundy) เป็นหลักและอาจตกแต่งด้วยสีฟ้า แดง ชมพู เขียว ม่วง เหลือง

ในส่วนของแนวโน้มแฟชั่นกระเป๋าถือในเยอรมัน มีประเภทกระเป๋าที่เรียกว่า Sixties เป็นกระเป๋าที่มีรูปทรงแบบเรขาคณิต หูสั้น ใช้หนังเรียบ หรือหนังมัน (แก้ว) บางแบบ อาจมีเครื่องประดับตกแต่งให้แลดูอ่อนหวาน โดยมากนิยมใช้หนังวัวชนิดดี หนังมัน หรือใช้วัสดุที่เป็นยาง ผ้า หรือไนลอน สีที่นิยมได้แก่ สีขาว ดำ ครีมน้ำตาล หรือสีสดใส อีกแบบหนึ่งคือแบบ Basics เป็นแบบเรียบ ๆ ใช้หนังวัว หนังกลับ หรือหนังอัดลายรูปทรงเรขาคณิต หนังสีธรรมชาติ หรือหนัง ย่อมสี สามารถใช้ได้หลายโอกาสเป็นที่นิยมทุกฤดูกาล นอกจากนี้ยังมีกระเป๋าทรงเรขาคณิตที่มีรูปทรง หูหยาบ นิยมทำด้วยหนังคุณภาพดีหรือหนังมัน หรือหนังวัวผสมหนังสัตว์เลื้อยคลาน วัสดุอุปกรณ์ ต้องเป็นโลหะคุณภาพดี สำหรับกระเป๋าเดินทาง มีรูปแบบทั้งทรงนุ่ม และชนิดมีรูปทรง ทำด้วยผ้า ไนลอน หรือหนังแท้ ส่วนของกระเป๋าธนบัตร ต้องมีรูปทรงและสีสันทัดกับกระเป๋าถือ

ตลาดสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดที่นำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องหนังใหญ่ที่สุดในโลก และเป็น ตลาดใหญ่อันดับหนึ่งของไทยในการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง โดยเฉพาะเครื่องใช้เดินทาง ในพ.ศ. 2531-2534 ไทยส่งกระเป๋าหนังไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับที่สองรองจาก เยอรมัน ในพ.ศ. 2531 มีมูลค่าการส่งออกกระเป๋าหนังรวมทั้งสิ้น 163.43 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 14.06 ของมูลค่าการส่งออกกระเป๋าหนังทั้งหมด พ.ศ.2532 เพิ่มขึ้นเป็น 217.79 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.95 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และในพ.ศ. 2533 ยังคง เพิ่มขึ้นเป็น 439.90 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21.61 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด แต่ใน พ.ศ. 2534 มีมูลค่าการส่งออกลดลงเป็น 388.52 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.97 ของมูลค่า

ตลาดญี่ปุ่น เป็นตลาดใหญ่และตลาดหลักสำหรับการส่งออกกระเป๋าน้ำของไทย เป็นตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสูงพอสมควร ในระยะหลังมีการนำเข้ากระเป๋าน้ำจากไทยมากขึ้น เนื่องจากเกาหลีใต้ซึ่งเป็นแหล่งนำเข้าเดิมประสบปัญหาค่าเงินเพิ่มสูงขึ้นและมีปัญหาด้านการเมือง การขยายตัวของกระเป๋าน้ำของไทยในญี่ปุ่นจึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในพ.ศ. 2535-2536 ไทยส่งออกไปยังญี่ปุ่นเป็นอันดับสองรองจากเยอรมัน มีมูลค่าการส่งออก 534.60 และ 504.38 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23.88 และ 21.96 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด (ตารางที่ 10)

โอกาสขยายตลาดกระเป๋าน้ำของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่นสูงมาก โดยเฉพาะกระเป๋าสตางค์ เนื่องจากชาวญี่ปุ่นเริ่มเปลี่ยนมาสั่งซื้อสินค้าจากไทยมากขึ้น มีสาเหตุจากการผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นตัวทำให้ธุรกิจการค้าในญี่ปุ่นเคลื่อนไหวไปในทางดีขึ้น จึงส่งผลต่อผู้บริโภคในตลาดญี่ปุ่นมีอำนาจซื้อสูงและสามารถสนองตอบความต้องการได้เพิ่มขึ้นอีก ทั้งกระเป๋าน้ำที่ผลิตจากประเทศไทยมีความละเอียดอ่อนและมีมือประดิษฐ์ตรงกับความต้องการและเป็นที่ยอมรับของชาวญี่ปุ่น ชาวญี่ปุ่นมีนิสัยเป็นนักชานินิยมที่รุนแรงนิยมซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี และมีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงทั่วโลก คือจะซื้อสินค้าที่ผลิตภายในประเทศของตนเป็นอันดับแรก และถ้าเป็นสินค้าต่างประเทศต้องเป็นสินค้าที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงทั่วโลก สำหรับกระเป๋าน้ำก็ต้องมีรูปแบบแปลกใหม่อยู่เสมอ จะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลแฟชั่น และสภาวะการแข่งขันของผู้บริโภคและเป็นที่น่าสนใจก็คือ ผู้ชายญี่ปุ่นมีนิสัยชอบถือกระเป๋ามากกว่าชาติอื่น ๆ

ตลาดกลุ่มประเทศอาเซียน ไทยส่งไปยังประเทศสิงคโปร์เพียงประเทศเดียว ส่วนการส่งออกไปยังประเทศ มาเลเซีย บรูไน ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียมีเพียงเล็กน้อย สำหรับไทยได้ส่งกระเป๋าน้ำที่ทำด้วยหนัง เช่น กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าใส่เอกสาร เข้าไปจำหน่ายในสิงคโปร์ แต่ละปีมูลค่ายังมีเพียงเล็กน้อย ตั้งแต่พ.ศ. 2531 เป็นต้นมามีมูลค่าการส่งออกกระเป๋าน้ำไปยังสิงคโปร์มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยพ.ศ. 2531 มีมูลค่า 51.57 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.43 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ในพ.ศ. 2532 มีมูลค่า 55.08 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.78 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และในพ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 96.48 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.20 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และในพ.ศ. 2536 มีมูลค่าลดลงเพียงเล็กน้อยเท่ากับ 92.30 ล้านบาท (ตารางที่ 10) แสดง

ให้เห็นว่าไทยยังมีคู่แข่งในตลาดในสิงคโปร์ โดยไทยจะต้องพัฒนากระเป๋าทันตามแฟชั่นของ ประเทศตะวันตกและญี่ปุ่นในด้านรูปแบบ และการคิดเครื่องประดับตกแต่งตลอดจนวัสดุที่ใช้ผลิต ต้องตามสมัยแฟชั่นให้ทัน ไม่ควรผลิตกระเป๋าเลียนแบบกระเป๋าที่มีตราสินค้าเป็นที่นิยมแพร่หลาย ทั่วโลก เพราะร้านค้าใหญ่ ๆ ในสิงคโปร์ไม่กล้าเสี่ยงต่อการขายกระเป๋าเลียนแบบ ดังนั้นไทย ควรพัฒนารูปแบบกระเป๋าของตนเองให้มีเอกลักษณ์ของตนเอง และให้ทันตามสมัยนิยม การตัดเย็บ ต้องประณีต ซึ่งไทยจะสามารถทำได้โดยการจ้างนักออกแบบผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศดังเช่น โรงงานในสิงคโปร์บางรายได้จ้างนักออกแบบจากอิตาลีและเยอรมัน เพื่อพัฒนารูปแบบกระเป๋า ของสิงคโปร์เอง นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความต้องการในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันคริสต์มาส วันขึ้นปีใหม่ วันตรุษจีน เป็นต้น ซึ่งเป็นหนทางในขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศสิงคโปร์

การรวมตัวทางการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ส่งผลให้ภาชนะการนำเข้าระหว่าง ประเทศสมาชิกลดลงและหากไม่มีการกำหนดแหล่งกำเนิดสินค้า (Source of Origin) ที่แท้จริงแล้ว การลดอัตรานำเข้าระหว่างกันดังกล่าวอาจจะเป็นช่องทางที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง ต่าง ๆ รวมทั้งกระเป๋าหนังราคาสูงจากประเทศทั่วโลกเข้าสู่ไทยโดยผ่านทางสิงคโปร์มากขึ้น

ตลาดตะวันออกกลาง

ประเทศที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย และบาร์เรน เป็น ตลาดที่มีอำนาจซื้อสูงซึ่งแต่ละประเทศมีการผลิตเพียงเล็กน้อย จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะการ ส่งออกกระเป๋าหนังไทยไปยังสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แม้ว่าจะมีมูลค่าการส่งออกไม่มากนัก แต่ก็มี แนวโน้มที่ดีในอนาคต โดยในพ.ศ. 2534 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 12.27 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 0.56 ของมูลค่าการส่งออกกระเป๋าหนังทั้งหมด จากนั้นลดลงเป็น 9.56 ล้านบาท ในพ.ศ. 2535 คิดเป็นร้อยละ 0.41 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และเพิ่มขึ้นเป็น 12.17 ล้านบาทในพ.ศ. 2536 คิดเป็นร้อยละ 0.52 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด สาเหตุสำคัญที่ ทำให้การส่งออกชะลอตัวในช่วงพ.ศ. 2535 เนื่องจากวิกฤตการณ์ในตะวันออกกลาง ที่ส่งผลให้ ราคาน้ำมันในตลาดโลกพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ไม่สามารถส่งออกได้มากนัก

ซาอุดีอาระเบียถือเป็นประเทศหนึ่งที่สำคัญในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ที่นำเข้า กระเป๋าหนังจากไทย โดยเฉพาะในพ.ศ.2536 มีมูลค่าการนำเข้า 34.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จากพ.ศ. 2535 ซึ่งมีมูลค่าเพียง 17.12 ล้านบาท (ตารางที่ 10) ทั้งนี้เนื่องจากกระเป๋าหนัง ไทยมีคุณภาพและรูปแบบเป็นที่ยอมรับของชาวซาอุดีอาระเบีย ประกอบกับราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งชั้น จึงทำให้ซาอุดีอาระเบียเปลี่ยนมาสั่งซื้อกระเป๋าหนังจากไทยมากขึ้น ดังนั้นถ้ามีการศึกษาถึงรสนิยม ของชาวซาอุดีอาระเบีย และผลิตกระเป๋าหนังให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าคาดว่าไทยจะ สามารถส่งออกกระเป๋าหนังไปยังตลาดซาอุดีอาระเบียได้เพิ่มสูงขึ้น โดยทั่วไปผู้บริโภคชาว ซาอุดีอาระเบียที่มีฐานะดี จะนิยมกระเป๋าที่ทำด้วยหนังสัตว์ เลือดคลาน หรือหนังปลา ซึ่งเป็น สินค้าที่มีราคาสูง รูปแบบการตัดเย็บประณีต และมีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงทั่วโลก ตลอดจนความ มีชื่อเสียงของประเทศผู้ผลิตจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้วย สำหรับผู้บริโภคชาว สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์นิยมสินค้าที่มีคุณภาพดี

โอกาสขยายตลาดส่งออกกระเป๋าหนังไทยไปยังตลาดตะวันออกกลาง จึงมีความเป็น ไปได้สูง เพราะสินค้าของไทยมีคุณภาพและรูปแบบเป็นที่ยอมรับและรู้จักของตลาดมากขึ้น ประกอบ กับราคาถูกกว่าสินค้าของประเทศคู่แข่ง และตรงกับรสนิยมของผู้บริโภค

สภาพการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

ปัจจุบันสภาพการแข่งขันในตลาดต่างประเทศพบว่า ประเทศไทยยังเสียเปรียบใน ด้านของต้นทุนการผลิตสูง โดยเฉพาะคู่แข่งอย่าง ฮองกงซึ่งใช้ฐานการผลิตในจีน อินโดนีเซีย อินเดีเซีย และในอนาคตประเทศในแถบอินโดจีนอย่าง เวียดนามจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยประเทศ หนึ่ง ซึ่งประเทศเหล่านี้มีต้นทุนการผลิตต่ำ และมีความพร้อมในด้านวัตถุดิบ ในทันทีที่สามารถ เปรียบเทียบสภาพของต้นทุนการผลิตเครื่องหนังเพื่อการส่งออก ระหว่างไทยและประเทศ คู่แข่งสำคัญ คือ ฮองกง ซึ่งมีฐานการผลิตในประเทศจีน ได้ดังนี้

1. วัตถุดิบหนัง สำหรับไทยมีอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 10 กับภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7 ซึ่งแม้จะเรียกคืนได้ในภายหลังแต่จะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นประมาณร้อยละ 10 ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายใน ขบวนการนำเข้าประมาณร้อยละ 8 และเป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประมาณร้อยละ 2 ในส่วนของ

ฮ่องกงไม่เสียภาษีนำเข้าวัตถุดิบไม่มีขั้นตอนการนำเข้าที่ยุ่งยาก ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

2. วัสดุชั้นใน ไทยมีวัสดุชั้นในไม่หลากหลาย ทำให้ขาดความคล่องตัวในการเปลี่ยนวัสดุตามสมัยนิยม โอกาสในการพัฒนาสินค้าเป็นไปได้ยาก จึงมีการนำเข้าวัสดุชั้นในจากต่างประเทศ โดยเสียภาษีนำเข้าร้อยละ 40-60 ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดวัสดุ ฮ่องกงสามารถนำเข้าวัสดุชั้นในโดยไม่ต้องเสียภาษี ขั้นตอนการนำเข้าไม่ยุ่งยากและมีค่าใช้จ่ายต่ำ วัสดุประเภทผ้าส่วนใหญ่นำเข้าจาก ไต้หวัน เกาหลี ญี่ปุ่น ซึ่งอยู่ใกล้ฮ่องกงมากกว่าไทย ทำให้ได้วัสดุราคาค่อนข้างถูก ดังนั้นจึงมีโอกาสนำเข้าวัสดุที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดได้มากกว่า

3. วัสดุอุปกรณ์ วัสดุอุปกรณ์ที่ผลิตได้ในประเทศเป็นของที่มีคุณภาพปานกลาง - ต่ำ เป็นส่วนใหญ่ ส่วนวัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพสูงจะมีแหล่งผลิตจำกัดและราคาสูง ทำให้ต้องใช้เงินลงทุนสูง นอกจากนี้รูปแบบของอุปกรณ์ในประเทศยังไม่ได้รับการพัฒนา ดังนั้นจึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ฮ่องกง ญี่ปุ่น ยุโรป ฯลฯ โดยมีอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 40-60 ขึ้นอยู่กับชนิดของวัสดุ ประกอบกับสินค้าประเภทนี้เป็นของที่มีน้ำหนัก ค่าขนส่งจึงมีผลอย่างมากต่อต้นทุนของสินค้า ในการนำเข้าวัสดุอุปกรณ์จากต่างประเทศแต่ละครั้ง ต้องใช้ระยะเวลาานานมาก นอกจากนี้ยังมีปัญหาในการต่อรองกับเจ้าหน้าที่ เพราะเป็นอุปกรณ์ยากแก่การพิจารณาเนื่องจากรูปแบบไม่ค่อยซ้ำกัน ในการสั่งซื้ออุปกรณ์จากทางยุโรปผ่านทางฮ่องกงต้องใช้เวลาเกือบ 2 เดือน หากรวมเวลาจากฮ่องกงถึงกรุงเทพฯ ผ่านทางกรมศุลกากรอาจต้องใช้เวลาอีกประมาณ 1 เดือน รวมระยะเวลาในการสั่งซื้ออุปกรณ์ทั้งหมด 4 เดือน จากปัญหาดังกล่าวทำให้ขาดความคล่องตัวในการผลิต เนื่องจากอุปกรณ์เข้าไม่ทันการใช้งาน ส่วนฮ่องกงมีแหล่งผลิตวัสดุอุปกรณ์มากมายโดยมีฐานการผลิตในจีน ทำให้ต้นทุนวัสดุอุปกรณ์ค่อนข้างถูก และฮ่องกงสามารถผลิตส่งออกอุปกรณ์แก่ประเทศใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก ทำให้ฮ่องกงมีการพัฒนา รูปแบบตามสมัยนิยมอยู่ตลอดเวลา อุปกรณ์ที่สั่งเข้าจากญี่ปุ่นและยุโรปมาเป็นตัวกลางขายที่ฮ่องกงมีมากมายให้เลือก โดยไม่เสียภาษีนำเข้า จึงทำให้ผู้ผลิตในฮ่องกงสามารถเลือกอุปกรณ์ที่ทันสมัย รวดเร็วและได้ราคาไม่สูงนัก

4. ค่าแรงงานในการผลิต ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาอัตราค่าแรงงานของไทยมีอัตราสูงจนถึงร้อยละ 15-20 ต่อปีโดยเฉลี่ย ส่งผลให้ราคากระเป๋าส่งขึ้น อัตราค่าแรงในฮ่องกงแม้จะสูง แต่เนื่องจากวัตถุดิบที่นำเข้าเกือบทั้งหมดถูกส่งเข้าไปผลิตในประเทศจีน ซึ่งมีฐานค่าแรงงานที่ต่ำมาก การผลิตดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตต่ำเพียงพอที่จะตั้งราคาสินค้าได้ไม่สูงนัก ทำให้ผู้ซื้อสนใจซื้อสินค้าของฮ่องกงมากกว่า

5. การพัฒนาวัตถุดิบ การพัฒนาวัตถุดิบของผู้ผลิตในไทยช้ามาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วัตถุดิบหนึ่งแทบจะไม่มีการพัฒนาเลย ภาวะตลาดเอื้ออำนวยให้ผู้ขายสามารถดำเนินกิจการ อยู่ได้โดยไม่ต้องมีการพัฒนาเพราะอุตสาหกรรมฟอกหนังมีกำแพงภาษีนำเข้าปกป้องอยู่ ในส่วนของ ช่องทางการพัฒนาด้านวัตถุดิบอย่างรวดเร็ว เนื่องจากข้อมูลข่าวสารและองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น การจัดงานแสดงนิทรรศการหนึ่งเอเชีย จะมีผู้มาเสนอขายวัตถุดิบจากทั่วโลกเป็นการเปิด โอกาสทางการค้า ผู้ค้าหนึ่งจากทั่วโลกไปเปิดสำนักงานและโกดังพักสินค้าเพื่อขายให้แก่ลูกค้า ในฮ่องกงและประเทศไต้หวัน เนื่องจากช่องกั้นปลอดภาษีและภาวะการค้าคล่องตัว

6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในไทยเป็นไปอย่างเชื่องช้า เนื่องจากปัญหาวัตถุดิบและวัสดุ อุปกรณ์ที่ไม่พัฒนา ประกอบกับการขาดแคลนบุคลากรทางด้าน การออกแบบและขาดข้อมูลข่าวสาร ที่ทันสมัย ช่องกั้นมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วมาก เนื่องจากการสรรหาวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ใหม่ ๆ เอื้ออำนวยทำให้ผู้ซื้อประทับใจและพึงพอใจกับการพัฒนา และการเสนอรูปแบบสินค้ามากกว่าไทย นอกจากนี้ยังเป็นการดึงดูดให้นักออกแบบจากต่างประเทศเข้าไปเสนอตัวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ กับฮ่องกงเป็นอันมากอีกด้วย

จากบทวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า สถานภาพต้นทุนการผลิตของไทยยังเป็นรองประเทศคู่แข่งอย่างเห็นได้ชัดในทุก ๆ ด้าน หากภาครัฐบาลเข้าไปแก้ไขปัญหาดังกล่าว อย่างรวดเร็วแล้ว อุตสาหกรรมกระเป๋าหนังซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเครื่องหนังจะไม่มีโอกาส ก้าวขึ้นมาเป็นอุตสาหกรรมที่เด่นและนำเงินตราเข้าประเทศ ทั้ง ๆ ที่ในอดีตที่ผ่านมามีโอกาส ความเป็นไปได้สูงมาก

ปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาตลาดภายในประเทศ

เนื่องจากความต้องการกระเป๋าหนังของตลาดมีอย่างจำกัด ส่งผลให้ไม่สามารถ ขยายการผลิตเพิ่มขึ้นได้ ถ้าทำการผลิตเป็นจำนวนมากจะไม่สามารถจำหน่ายได้หมด ดังนั้นผู้ผลิต ในประเทศส่วนใหญ่จะผลิตตามคำสั่งซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ โดย

ไม่มีตราของตนเอง ซึ่งทำให้ขาดอำนาจในการต่อรองเรื่องราคา ในส่วนของปัญหาการแข่งขันมีอยู่ค่อนข้างมาก สืบเนื่องจากการตัดราคากันเองของพ่อค้าภายในประเทศ ผู้ผลิตบางรายมุ่งขายสินค้าในปริมาณมากโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ ทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อถือ และความมั่นใจในเรื่องมาตรฐานสินค้าไทย ทั้งยังมีการแข่งขันจากผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นที่สามารถทดแทนหนึ่งแท่งได้ เช่น พลาสติก หนึ่งแท่ง และผ้าเป็นต้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าสามารถจำหน่ายในราคาต่ำกว่ากระเป๋าทองแท่ง

จากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ทำให้ระดับรายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภคส่วนใหญ่ลดต่ำลง ดังนั้นในการเลือกใช้สินค้าของผู้บริโภคจึงต้องคำนึงถึงระดับราคาของสินค้า และความเหมาะสมหรือประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคสินค้ามากขึ้น ประกอบกับผู้บริโภคภายในประเทศ ส่วนใหญ่มีฐานะปานกลาง และยิ่งเห็นว่าสินค้ากระเป๋าทองเป็นสินค้าน่าเชื่อถือเมื่อเทียบกับกระเป๋าทองที่ผลิตจากหนึ่งแท่งและผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ ที่สามารถใช้ทดแทนผลิตภัณฑ์หนึ่งแท่งได้คือ ผลิตภัณฑ์จากผ้าและยาง ซึ่งสามารถเข้ามาแบ่งส่วนตลาดได้มากขึ้น ทั้งนี้เพราะว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถดัดแปลงให้เหมาะสมกับการใช้งาน และมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ทำให้ราคาจำหน่ายของสินค้าทดแทนเหล่านี้ต่ำกว่ากระเป๋าทองที่ทำจากหนึ่งแท่ง เป็นผลให้มีการบริโภคผลิตภัณฑ์หนึ่งแท่งและผลิตภัณฑ์ทดแทนอื่น ๆ แทนการบริโภคผลิตภัณฑ์หนึ่งแท่งมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้การบริโภคสินค้ากระเป๋าทองขึ้นอยู่กับรูปแบบแฟชั่น และรสนิยมของผู้บริโภคซึ่งมักจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นแม้ว่าปัจจุบันกระเป๋าทองยังผลิตได้ตามความต้องการภายในประเทศได้อย่างเพียงพอแล้วก็ตาม แต่รูปแบบของกระเป๋าทองยังผลิตได้ไม่ตรงความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ดังนั้นจึงยังคงมีผู้บริโภคบางส่วนนิยมใช้ผลิตภัณฑ์กระเป๋าทองจากต่างประเทศอยู่ ทำให้ความต้องการกระเป๋าทองที่ผลิตภายในลดลง

ปัญหาตลาดต่างประเทศ

ปัญหาด้านแฟชั่นของสินค้า กระเป๋าทองประสบกับปัญหานี้มาก โดยเฉพาะส่วนที่ส่งไปจำหน่ายในตลาดยุโรปและอเมริกา ยังมีรูปแบบที่ค่อนข้างล้าสมัย ตามแฟชั่นของต่างประเทศ

ไม่ทัน จึงยังไม่เป็นที่นิยมของตลาดดังกล่าวมากนัก แต่อย่างไรก็ดี กระเป๋านึ่งที่ทำจากหนังของ สัตว์เลี้ยงคลานชนิดต่าง ๆ เช่น หนังจระเข้ หนังงู เป็นต้น ยังเป็นที่ต้องการของตลาดใน ต่างประเทศอยู่มากแต่ยังคงประสบปัญหาด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ คือหนังสัตว์เลี้ยงคลานฟอก ซึ่งหายากและมีราคาสูงมาก

ปัญหาด้านการแข่งขันกับต่างประเทศ ประเทศคู่แข่งชั้นได้มีการพัฒนาการผลิต

หนังฟอกและกระเป๋านึ่ง โดยได้รับการร่วมมือจากต่างประเทศในการเข้าไปลงทุนในประเทศ คู่แข่ง เช่น ญี่ปุ่นและอิตาลีเข้าไปพัฒนาในอินเดีย ฮ็องกงเข้าไปในจีน และไต้หวันเข้าไปใน อินโดนีเซีย เป็นต้น ประเทศเหล่านี้ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าไปใช้ ส่งผลให้หนังและ กระเป๋านึ่งมีคุณภาพดีขึ้นตามลำดับ ซึ่งเมื่อผนวกกับที่ประเทศคู่แข่งมีหนังสัตว์มากและราคาต่ำ ทำให้หนังสัตว์และกระเป๋านึ่งของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น ทั้งในตลาดที่ สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกาและยุโรป ไทยต้องเผชิญกับคู่แข่งที่สำคัญคือ จีน อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮ็องกง และอินเดีย โดยเฉพาะจีนมีต้นทุนการผลิตต่ำ ซึ่งมีต้นทุนค่าแรงงาน ขึ้นต่ำ 30-35 บาทต่อวัน ในขณะที่ไทยมีต้นทุนค่าแรงงานขึ้นต่ำถึง 125 บาทต่อวัน นอกจากนี้ยังมี ความพร้อมในด้านวัตถุดิบ ซึ่งขณะนี้ฮ็องกงได้ใช้เงินเป็นฐานการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก และสามารถผลิตได้สินค้าที่มีคุณภาพดีอีกด้วย

จากผลกระทบจากการค้าเสรีในอเมริกาเหนือ (NAFTA) ทำให้ผู้ส่งออก

เครื่องหนังไทยเสียเปรียบ เพราะประเทศเม็กซิโกซึ่งเป็นหนึ่งในสมาชิกนาฟต้า เป็นผู้ผลิต เครื่องหนังที่สำคัญ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมกระเป๋านึ่งเพื่อการส่งออก ผลจากนาฟต้าทำให้ ตลาดอเมริกานำเข้าเครื่องหนังจากเม็กซิโกแทนการนำเข้าจากไทย ซึ่งจะสร้างปัญหาให้กับ ตลาดส่งออกของไทย แต่ผลของข้อตกลงนี้จะไม่กระทบกับไทยในช่วงระยะสั้น แต่จะส่งผลให้ใน ระยะยาว

ปัญหาด้านการส่งออก กระเป๋านึ่งของไทยยังไม่เป็นที่นิยมของตลาดมากนัก

เนื่องจากยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ และในต่างประเทศเองก็มีการผลิตกระเป๋านึ่ง อยู่มาก อย่างไรก็ตามมีผู้สนใจส่งออกกันมาก มีผู้ผลิตบางรายอยู่ในระหว่างการเริ่มนโยบายการ

ส่งออกยังไม่มีความสามารถในการจำหน่ายกระเป๋าคู่ได้เอง ดังนั้นจึงต้องส่งออกผ่านผู้ทำการค้าระหว่างประเทศ / ทำให้เกิดปัญหาการกดราคาสินค้า นอกจากนี้มีปัญหาผู้ส่งออกตัดราคากันเอง ประกอบกับผู้สั่งซื้อต้องการสินค้านำราคาถูก ทำให้ต้องลดต้นทุนการผลิตลงโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าสินค้านำกระเป๋าคู่หนึ่งจึงไม่มีมาตรฐานในระยะยาว ลูกค้านำเชื่อถือสินค้าของไทยอาจทำให้เสียตลาดในอนาคตได้

นอกจากนี้ในการติดต่อสั่งซื้อมักจะมีปัญหาทางด้านราคาสินค้าของไทย สูงกว่าคู่แข่งอื่น เช่น ใต้หวัน สิงคโปร์หรือประเทศอื่น ทำให้ผู้ซื้อไม่ซื้อกระเป๋าคู่หนึ่งของไทย แม้ว่าคุณภาพสินค้าของไทยจะดีก็ตาม รวมทั้งมีการขนส่งล่าช้าและเสียค่าใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับมูลค่าสินค้าที่ส่งออก เนื่องจากมูลค่าการส่งออกมีมูลค่าไม่สูงมากเพราะผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของผู้ซื้อเท่านั้น

4 ปัญหาการกีดกันทางการค้า เป็นผลมาจากเศรษฐกิจซบเซาทั่วโลก รวมทั้งประเทศผู้นำเข้าเครื่องหนัง คือตลาดสหรัฐอเมริกาประสบปัญหาการขาดดุลการค้าติดต่อกันเป็นเวลานาน ทำให้สหรัฐอเมริกาเริ่มกีดกันการค้า | ส่วนประเทศในแถบประชาคมยุโรปเริ่มรวมตัวกันเป็นตลาดเดียว จึงส่งผลให้มีการกีดกันการค้าจากประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจากประเทศสมาชิกประชาคมยุโรป จึงมีการกีดกันการค้าประเทศไทยด้วยเช่นกัน ส่งผลให้การนำเข้าสินค้าของทั้งสองตลาดชะลอตัวลง

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

กระเป๋านึ่งเป็นสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการสูง ประกอบกับตลาดขยายฐานการผลิตจากยุโรปเข้ามาสู่เอเชีย ทำให้ไทยได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากผู้ซื้อทั้งในยุโรป อเมริกา และเอเชีย เพราะผู้ซื้อสามารถซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋านึ่งที่มีคุณภาพปานกลางได้ในราคาค่อนข้างต่ำ แต่อย่างไรก็ตามการผลิตและการตลาดกระเป๋านึ่งยังประสบปัญหาในด้านต่าง ๆ อีกหลายประการ เช่น ปัญหาวัตถุดิบหนังฟอกไม่เพียงพอกับความต้องการ ส่วนใหญ่จึงต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศจึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ปัญหาแรงงานขาดคุณภาพในการผลิต เป็นต้น ทำให้การผลิตและการตลาดกระเป๋านึ่งของไทยไม่สามารถขยายตัวได้เท่าที่ควร

X จากผลการศึกษาถึงโครงสร้างและสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมการผลิตกระเป๋านึ่งของไทยพบว่า การผลิตมีทั้งผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศหรือเพื่อส่งออกเพียงอย่างเดียว และผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ผลิตรายเล็ก (รวมถึงผู้ผลิตรายย่อยและราย่อม) ทำการผลิตเพื่อขายปลีก นอกจากนี้ยังผลิตให้กับผู้ผลิตรายใหญ่ (รวมถึงผู้ผลิตขนาดกลาง) ผู้ส่งออก แล้วส่งให้ผู้นำเข้าของแต่ละประเทศ โดยสามารถแบ่งผู้ผลิตตามลักษณะผู้ประกอบการ 3 ประเภท คือ 1. ประเภทแรกเป็นผู้ผลิตรายย่อยผลิตโดยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง ประเภทที่สองเป็นผู้ผลิตขนาดย่อมอาจใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง หรือผู้ว่าจ้างผลิตก็ได้ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ และประเภทที่สามเป็นผู้ผลิตขนาดกลางและใหญ่ผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ หรือภายใต้ใบอนุญาต ผลิตเพื่อส่งออกเป็นส่วนใหญ่ โรงงานที่ผลิตกระเป๋านึ่งมีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก โรงงานขนาดใหญ่ที่มีเงินลงทุนจำนวนมากจะได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ส่วนโรงงานขนาดเล็กจะขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงาน นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตรายย่อยที่ผลิตเป็น

อุตสาหกรรมในครอบครัวตามบ้านเรือน ในด้านกำลังการผลิตจะมีปริมาณไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดในแต่ละปี

ผลการศึกษาภาวะการตลาดกระเป๋าทองของไทย พบว่าตลาดภายในประเทศผู้ผลิตกระเป๋าทองสามารถผลิตเพื่อสนองความต้องการในประเทศได้อย่างเพียงพอ แต่ความต้องการผลิตภัณฑืกระเป๋าทอง โดยเฉพาะของกลุ่มที่มีระดับรายได้สูง มักจะนิยมใช้สินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ หรือสินค้าที่ผลิตในประเทศแต่ผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าต่างประเทศที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก ดังนั้นจึงมีการนำเข้ากระเป๋าทองจากต่างประเทศ ไทยมีการนำเข้าจากตลาดประชาคมยุโรปมากที่สุด โดยนำเข้ากระเป๋าทองจากอิตาลี ฝรั่งเศส เป็นต้น ส่วนตลาดเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง ส่วนการนำเข้าจากตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีบ้างไม่มากนัก สำหรับประเภทกระเป๋าทองที่นำเข้ามากที่สุด ได้แก่ กระเป๋าทู กระเป๋าดินทาง และกระเป๋าสตางค์ตามลำดับ ด้านภาวะการตลาดต่างประเทศนั้น ผู้ผลิตและส่งออกได้มีการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยยิ่งขึ้น ทำให้สามารถผลิตสินค้ามีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการและตรงกันรสนิยมของผู้บริโภคในต่างประเทศ ประกอบกับคู่แข่งชั้นสำคัญของไทย ได้แก่ ไต้หวัน และเกาหลีใต้ ต้องประสบปัญหาต้นทุนการผลิตสูงและการกีดกันทางการค้า โดยถูกตัดสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) จากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดนำเข้าผลิตภัณฑืเครื่องหนังที่ใหญ่ที่สุดในโลกทำให้นักลงทุนจากประเทศคู่แข่งชั้นดังกล่าวย้ายฐานการผลิตเข้ามายังไทย ทำให้มีการขยายการผลิตในการส่งออกมากขึ้น สำหรับตลาดส่งออกกระเป๋าทองที่สำคัญของไทย คือ ตลาดประชาคมยุโรป ซึ่งได้แก่ เยอรมัน ออสเตรเลีย รองลงมา คือ ตลาดสหรัฐอเมริกา ส่วนประเทศที่มีแนวโน้มในการส่งออกกระเป๋าทองในอนาคต ได้แก่ ญี่ปุ่น อังกฤษ สิงคโปร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีตลาดในแถบตะวันออกกลางคือ ซาอุดีอาระเบีย ประเภทของกระเป๋าทองที่ส่งออกมากที่สุด ได้แก่ กระเป๋าทู กระเป๋าดินทาง กระเป๋าสตางค์ ตามลำดับ

ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและการตลาดกระเป๋าทองของไทย ได้แก่ ปัญหาวัตถุดิบหนึ่งฟอกที่มีไม่เพียงพอกับความต้องการ การนำเข้ามีอัตราภาษีที่สูงและขั้นตอนการนำเข้าที่ยุ่งยาก ทำให้วัตถุดิบภายในประเทศไม่มีความจำเป็นต้องพัฒนา ประกอบกับการส่งออกวัตถุดิบหนึ่งฟอกโดยได้รับการชดเชยในอัตราที่ค่อนข้างสูงจากรัฐบาล ทำให้อุตสาหกรรมการผลิต

กระเป๋านึ่งประสบกับปัญหาในการขยายตลาดในช่วงภาวะที่เหมาะสม ผู้ผลิตไม่สามารถสนองความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศในด้านราคาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด ประกอบกับการแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีนแดง อินเดีย อินโดนีเซีย และในอนาคตเวียดนามจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญ เนื่องจากมีอัตราค่าแรงที่ต่ำกว่าไทยมาก

ข้อเสนอแนะ

ด้านวัตถุดิบ

จากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมกระเป๋านึ่งสูญเสียโอกาสทางการตลาด ดังนั้นควรมีการเร่งแก้ไขเพื่อประโยชน์ในการส่งออกในอนาคตดังนี้

1. ในการแก้ไขปัญหาคาขาดแคลนหนึ่งดิบและหนึ่งฟอกนั้น รัฐบาลควรมีการกำหนดมาตรการที่เหมาะสมและชัดเจนทั้งมาตรการระยะสั้น ได้แก่ การพิจารณาลดหรือห้ามการส่งหนึ่งดิบออกนอกประเทศ รวมทั้งมีมาตรการเข้มงวดต่อการส่งออกหนึ่งฟอกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ป้องกันมิให้ผู้ค้าหนึ่งสัตว์ทำการส่งออกในช่วงที่มีการขาดแคลน เช่น อาจมีการจำกัดโควตาการส่งออก หรือใช้มาตรการทางด้านภาษี เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อรองรับความต้องการของผู้ผลิตกระเป๋านึ่งเพื่อการส่งออกซึ่งยังมีอยู่ในระดับสูง การแก้ไขปัญหาคาขาดแคลนหนึ่งดิบตลอดจนการพิจารณาลดหรือยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับหนึ่งฟอกที่ไม่สามารถผลิตได้ภายในประเทศและส่วนที่นำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง โดยเฉพาะการผลิตเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศในการที่รัฐบาลลดอัตราภาษีการนำเข้าวัตถุดิบลง เพื่อที่จะแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบและต้นทุนสูง ซึ่งจะมีผลทำให้ราคาส่งออกของกระเป๋านึ่งไทยตกต่ำลง สามารถแข่งขันได้กับประเทศคู่แข่งในตลาดโลก อันจะมีผลให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้นในที่สุด

สำหรับมาตรการระยะยาว ควรมีการเร่งรัดพัฒนาการผลิตหนึ่งสัตว์ให้มีปริมาณมากเพียงพอและมีคุณภาพดียิ่งขึ้น โดยการร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและเอกชนในการส่งเสริมให้มีการเลี้ยงสัตว์อย่างถูกหลักวิชาการ ซึ่งอาจจะเลี้ยงในรูปแบบของฟาร์มเลี้ยงสัตว์ไว้เพื่อใช้หนึ่งทำกระเป๋านึ่งเป็นหลัก ส่วนที่เหลือก็เป็นผลพลอยได้ การส่งเสริมและสนับสนุนการเลี้ยงปศุสัตว์ใน

ประเทศให้มากยิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนั้น นอกจากจะสามารถแก้ไขปัญหาการขาดแคลนหนังสือพิมพ์ในภาคใต้แล้ว ยังทำให้ปริมาณหนังสือตัวมีเพียงพอที่จะสนองความต้องการของประชากรที่เพิ่มขึ้น และยังอาจส่งหนังสือตัวออกไปจำหน่ายต่างประเทศทำรายได้ให้แก่ประเทศได้อีกทางหนึ่ง อีกทั้งสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศของไทยเหมาะสมต่อการเลี้ยงสัตว์อยู่แล้ว นอกจากนี้ควรมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาการฆ่าและชำแหละสัตว์อย่างถูกวิธี เพื่อจะทำให้ได้หนังสือตัวที่มีคุณภาพไม่มีตำหนิ ในการชำแหละควรทำจากโรงงานฆ่าสัตว์ มีการตรวจสอบอุณหภูมิ ปกปิดหนังให้ดี อ้อให้แห้งเกินไป การตรวจดูสีเส้นควรอยู่ในห้องที่มีแสงสว่างพอเพียง ไม่ควรดูใต้แสงแดดควรมีสุนัขควบคุมคุณภาพการฟอกหนังให้มีคุณภาพเหมาะสมตรงกับความต้องการตลาด นอกจากนี้รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการผลิตหนังสือตัวที่มีคุณภาพดีขึ้นในไทยโดยให้ความรู้และคำแนะนำให้ผู้ผลิตทราบถึงความสำคัญ และขั้นตอนที่ถูกต้องในการผลิต เพื่อจะทำให้หนังสือตัวที่ผลิตมีคุณภาพสูงขึ้น และช่วยลดต้นทุนการผลิตกระเป๋าน้ำอย่างได้ผล

2. ปัจจุบันความต้องการเครื่องหนังที่ทำจากหนังสือตัวชนิดอื่น ๆ เช่น หนังสุกร และหนังสือตัวเลื่อยคลานต่าง ๆ ยังมีอีกมากและแนวโน้มยังจะเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคต แต่วัตถุดิบไม่เพียงพอ โดยเฉพาะหนังสือตัวเลื่อยคลานค่อนข้างจะหายากและมีราคาสูง รัฐบาลจึงควรให้การส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ประเภทเหล่านี้ รวมทั้งควรสนับสนุนให้มีอุตสาหกรรมฟอกหนังเหล่านี้ให้มากยิ่งขึ้นในอนาคต

3. ในส่วนเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการฟอกหนังและวัสดุที่ใช้ประกอบ ตกแต่งกระเป๋าน้ำ ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ และเสียภาษีนำเข้าในอัตราสูงคือ เฉลี่ยร้อยละ 40-60 ในปัจจุบันนั้น รัฐบาลควรพิจารณาลดอัตราภาษีนำเข้าเพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านภาษี ซึ่งเป็น การลดต้นทุนการผลิต

ด้านการผลิต

1. สำหรับผู้ผลิตเองควรมหาทางลดค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น เพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งรวมไปถึงการตั้งโรงงานในต่างจังหวัดที่เป็นแหล่งที่มีความพร้อมด้านแรงงาน และมีค่าจ้างแรงงานไม่สูงนัก และหาทางขยายฐานการผลิตออกสู่ต่างประเทศโดยเฉพาะในแถบอินโดจีน เป็นต้น

2. ควรมีการพัฒนาด้านรูปแบบและคุณภาพของสินค้า ผู้ผลิตกระเป๋าหนังส่วนใหญ่ของไทยมักรับจ้างผลิตตามคำสั่งของผู้ซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ จึงไม่มีแรงจูงใจในการพัฒนาด้านรูปแบบและคุณภาพของกระเป๋าหนัง เพื่อสร้างฐานด้านการตลาดภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองขึ้น ดังนั้นภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรร่วมมือกันส่งเสริมให้ผู้ผลิตพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตน ทั้งในด้านรูปแบบและการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิต ส่งเสริมให้มีการคิดค้นเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทำให้ช่วยลดต้นทุนการผลิตลงอีกทั้งคุณภาพของกระเป๋าหนังจะดีขึ้น รวมทั้งระดับมาตรฐานสินค้า เพื่อให้สามารถขยายการส่งออกไปยังตลาดระดับที่สูงขึ้น ซึ่งเน้นคุณภาพของสินค้าทำให้สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงกว่าการผลิตตามคำสั่งของลูกค้า และหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดระดับล่างที่ใช้ราคาต่ำดึงดูดผู้ซื้อ |

3. ผู้ผลิตควรมีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการผลิตกระเป๋าหนังแต่ละขั้นตอนไม่ว่าจะเป็น การออกแบบ การเลือกใช้วัสดุ การตกแต่ง ฯลฯ เพื่อที่จะสามารถผลิตสินค้าให้มีคุณภาพตรงความต้องการของผู้บริโภค

ด้านแรงงาน

เนื่องจากการผลิตกระเป๋าหนังใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่ และแรงงานที่ใช้เป็นประเภทช่างฝีมือที่ต้องมีความชำนาญเป็นพิเศษ ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการ ยังต้องรับภาระในการฝึกฝนคนงานเป็นระยะเวลานานพอสมควรจึงจะเกิดความชำนาญ และนับวันแรงงานประเภทนี้ก็จะขาดแคลนมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญอีกอันหนึ่งที่รัฐจะเข้าไปช่วยเหลือ โดยอาจมอบให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านนี้ เช่น สภาพัฒนาฝีมือและแรงงานของกรมแรงงานทำการฝึกอบรมฝีมือแรงงานให้มีทักษะความสามารถในการผลิตกระเป๋าหนังให้ดียิ่งขึ้น โดยทำการผลิตแรงงานด้านนี้ให้เพียงพอ ตลอดจนควรจัดฝึกอบรมทางด้านเทคนิคการผลิตกระเป๋าหนังและการออกแบบต่าง ๆ ซึ่งนอกจากจะเป็นการช่วยพัฒนาคุณภาพของช่างฝีมือเหล่านี้แล้ว ยังส่งผลให้กระเป๋าหนังของไทยมี คุณภาพดี ฝีมือประณีต และถ้ามีการพัฒนาทางด้านรูปแบบให้ทันสมัยอยู่เสมอก็จะทำให้กระเป๋าหนังของไทยเป็นที่ต้องการของลูกค้ามากขึ้น

นอกจากนี้ ควรส่งเสริมในด้านการเรียนการสอนวิชาชีพเกี่ยวกับงานฝีมือการผลิต กระเป๋าทรงเอาไว้ในตำราเรียนเป็นรายสาขาวิชา เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาในอนาคตเกี่ยวกับการขาดแคลนช่างออกแบบ และบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญทางด้านเคมีภัณฑ์ หรืออาจมีการอบรมและฝึกคนงานรวมทั้งประชาชนทั่วไปที่สนใจให้มีความรู้ความชำนาญ เป็นช่างฝีมือให้กระจาย อยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ เพื่อจะได้กระจายอุตสาหกรรมกระเป๋าทรงไปตามแหล่งต่าง ๆ ที่มี วัตถุดิบอยู่พร้อมแล้ว ซึ่งนอกจากจะช่วยให้เกิดแนวความคิดในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แล้ว ยังก่อให้เกิดการจ้างงานกระจายไปตามภูมิภาคต่าง ๆ อันเป็นการช่วยลดปัญหาการว่างงาน และ ปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชนบทเข้าสู่เมืองหลวงได้ส่วนหนึ่งด้วย

ด้านการส่งออก

1. รัฐบาลควรให้ความสนับสนุนด้านเทคนิคการผลิต โดยส่งเสริมการลงทุนร่วม ระหว่างไทยและต่างประเทศ ควบคู่ไปกับจัดโครงการผู้เชี่ยวชาญเพื่อแนะนำเทคนิคการผลิต กระเป๋าทรงด้วย มีการแก้ไขปรับปรุงการศุลกากรกับผู้ส่งออก ซึ่งในปัจจุบันต้องใช้เวลานานให้มี ระยะเวลาที่สั้นลง เพื่อผู้ส่งออกจะได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง อีกทั้งให้ความช่วยเหลือในด้านการ เจริญต่อรองกับสายการบินขอลดอัตราค่าขนส่งต่ำกว่าปกติ (Government Order Rate) เพื่อช่วยลดต้นทุนด้านการส่งออกและเป็นการส่งเสริมการส่งออกสินค้ากระเป๋าทรง นอกจากนี้ควร มีการปรับปรุงเงื่อนไขการส่งเสริมการลงทุนที่เป็นอุปสรรค เช่น ผู้ผลิตต้องมีทุนดำเนินงานไม่ ต่ำกว่า 5 ล้านบาท หรือการกำหนดให้ผู้ส่งออกร้อยละ 80 ของมูลค่าส่งออก ซึ่งผู้ส่งออก รายใหม่ไม่สามารถส่งออกได้ตามที่กำหนด เนื่องจากยังขาดความชำนาญในการทำธุรกิจ

2. จัดให้มีการร่วมมือกันระหว่างผู้ผลิตและผู้ส่งออกในประเทศให้มากยิ่งขึ้น เพื่อ ป้องกันการตัดราคาตนเองไม่ให้เกิดขึ้นมากกว่าที่เป็นอยู่ เพราะมีผลทำให้ผู้ผลิตต่างพากันลด คุณภาพวัตถุดิบลง ทำให้มาตรฐานของกระเป๋าทรงของไทยจะไม่เป็นที่เชื่อถือของผู้ซื้อต่อไปใน อนาคตอาจทำให้สูญเสียตลาดไปในที่สุด ควรจะมีการก่อตั้งสมาคมที่เกิดจากความร่วมมือระหว่าง ผู้ผลิตและผู้ส่งออก จัดให้มีการสังสรรค์ มีการสัมมนาและอบรมแรงงานให้มีความชำนาญในการ ผลิต รวมทั้งจัดฝึกอบรมผู้ผลิตและผู้ส่งออกในการติดต่อกับลูกค้าในต่างประเทศ นอกจากนี้ควรให้

ผู้ผลิตและผู้ส่งออกรักษาคุณภาพของสินค้าและการส่งมอบให้ตรงต่อเวลา จะช่วยให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้สั่งซื้อ และช่วยให้รักษาส่วนแบ่งของตลาดเดิมไว้ได้ รวมทั้งสามารถขยายตลาดไปได้อีก

3. ในกรณีประเทศที่เริ่มมีการติดต่อสั่งซื้อเข้ามาใหม่ รัฐบาลควรให้ความสนใจเผยแพร่สินค้าไทยให้เข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ ได้ โดยการโฆษณาหรือจัดให้ผู้นำเข้าในต่างประเทศได้เข้ามาพบปะผู้ผลิตผู้ส่งออกในประเทศไทย เพื่อจะได้ดูการผลิตและการคัดเลือกสินค้าที่ต้องการได้ อาจเป็นในรูปแบบคณะผู้แทนการค้าไปเสนอขายในตลาดต่างประเทศ (Selling Mission) หรือเชิญชวนผู้ซื้อในต่างประเทศเข้ามาซื้อสินค้าในประเทศไทย (Buying Mission) ในงานแสดงสินค้าเครื่องหนึ่ง โดยรัฐบาลช่วยเหลือค่าใช้จ่ายบางส่วนพอสมควร เป็นต้น

4. ด้านข้อมูลและข่าวสาร เนื่องจากความนิยมของกระเป๋าหนังขึ้นอยู่กับแบบแฟชั่นตามสมัยนิยมอยู่มาก และรูปแบบแฟชั่นมักจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศ ดังนั้นข้อมูลและข่าวสารที่เกี่ยวกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ จึงมีความสำคัญมากต่อการวางแผนการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมนี้ เพราะเท่าที่ผ่านมากระเป๋านางหนังของไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ แม้ว่าจะมีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือแล้วก็ตาม แต่ยังมีปัญหาเรื่องรูปแบบซึ่งยังไม่ทันกับแฟชั่นในต่างประเทศ ทำให้การส่งออกไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น สำนักงานทูตพาณิชย์ของไทยในต่างประเทศ ควรให้บริการด้านข้อมูล และข่าวสารเหล่านี้ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ด้วย จึงจะสามารถทำการผลิตเพื่อส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยสมบูรณ์ รัฐบาลควรช่วยจัดหาข่าวสารเกี่ยวกับความต้องการของตลาด และการฝึกหัดให้ความรู้ในด้านเทคนิควิชาการแก่ผู้ผลิตและผู้ส่งออก เพื่อจะได้ผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาดต่างประเทศสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้

5. ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์กระเป๋าหนัง ต้องพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดในต่างประเทศที่สำคัญไว้ ได้แก่ เยอรมัน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และญี่ปุ่น ขณะเดียวกันควรหาทางขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ ๆ โดยศึกษาความต้องการและรสนิยมของลูกค้าแต่ละตลาด เพื่อจะได้พัฒนารูปแบบและสีสันทัน โดยเฉพาะตลาดแถบตะวันออกกลาง ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และซาอุดีอาระเบีย เนื่องจากกระเป๋านางหนังของไทยเริ่มเป็นที่นิยมทั้งในด้านคุณภาพ รูปแบบ ราคา ซึ่งตรงกับรสนิยมของผู้บริโภคในตลาดนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมพาณิชย์สัมพันธ์ . 2534 . รายงานการสำรวจผลิตภัณฑ์กระเป๋ากือ กระเป๋าทรง กระเป๋าเดินทาง . (โรเนียว) .

กรมโรงงานอุตสาหกรรม . 2535 . โรงงานลำดับ 32 เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ . (โรเนียว) .

กรมศุลกากร . 2536 . สถิติการค้าระหว่างประเทศ . (โรเนียว) .

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2534 . สถานการณ์สินค้าอุตสาหกรรมปี 2533 และแนวโน้มปี 2534 . (โรเนียว) .

กรุงเทพฯธุรกิจ . 2531 . กรุงเทพมหานคร : 17-22 ตุลาคม 2531 . น.7 .

กันตา จิตตั้งสมบูรณ์ . 2535 . "โอกาสทองส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย" . ผู้ส่งออก . 5(116) : น.23-27 .

ธนาคารกสิกรไทย . 2531 . "ผลิตภัณฑ์หนัง : โอกาสอันเฝ้าอันวสาหากช่วยกันพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ" . สรุปข่าวธุรกิจ . 19(2) : น.10-24 .

นิตรนาม . 2534 . "เครื่องหนังไทยก้าวไกลแค่ไหน หากยังมีมกคนอื่นหาใจ" . Industry Magazine . 3(28) : น.32-38 .

_____ . 2537 . "เครื่องหนังไทย : ความชยตลาดอาเซียน" . ทิศทางการอุตสาหกรรม . 3(6) . น.16-24 .

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย . 2524 . อุตสาหกรรมหนึ่งและเครื่องหนึ่ง .
(โรเนียว) .

_____ . 2535 . ภาวะอุตสาหกรรมปี 35 และแนวโน้มอนาคต . (อัดสำเนา) .

_____ . 2536 . ภาวะอุตสาหกรรมปี 36 และแนวโน้มอนาคต . (อัดสำเนา) .

ประณม จันทิม . 2531 . "ผลิตกระเป๋ากี้อสตรี" . แนะนำ . มิถุนายน-กรกฎาคม 2531 .
น.67-70 .

วีรศักดิ์ ศักดิ์ประเสริฐ . 2528 . ผลการศึกษาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องหนึ่ง . กองเศรษฐกิจ
อุตสาหกรรม สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงอุตสาหกรรม .

ศรัษฐา ทฤษฎาวดี . 2528 . การศึกษาการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องหนึ่ง
ในประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยนพนธ์ปริญญาโท , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครซิดนีย์ . 2534 . "ตลาดกระเป๋านออสเตรเลียนไทยแข่งขันได้ในระดับ
เอเชีย" . ผู้ส่งออก . 5(105) : น.32-36 .

สมาคมกระเป๋ไทย . 2536 . รายงานสรุปภาวะธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องหนึ่ง . (โรเนียว) .

