

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกระเป๋

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกระเป๋ของไทย เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่สำคัญในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกระเป๋ของไทยกับจีน ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ โดยพี จารณาจากดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และวิเคราะห์ในเชิง คุณภาพจากทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน อีกทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่ออุตสาหกรรมกระเป๋ โดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับจีน

4.1 ผลการวิเคราะห์โดยดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของอุตสาหกรรมกระเป๋ จะใช้มูลค่าของการส่งออกกระเป๋ทั้งหมดในหมวดเครื่องใช้สำหรับเดินทาง (HS4202) ซึ่งประกอบไปด้วยรหัสฮาร์โมนไนซ์ทั้งหมด 12 รหัส โดยจะทำการเปรียบเทียบกับคู่แข่งคือประเทศจีน ในช่วงปี 2001-2004 ก่อนมีความตกลง ACFTA และในช่วงปี 2005-2008 หลังรัฐบาลมีการปรับลดอัตราภาษีตามความตกลง ACFTA

จากตารางที่ 4.3 ค่าดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกกระเป๋ที่คำนวณได้ของไทยและจีน ในช่วงปี 2001-2008 แยกตามรหัส HS4202 รวมทั้งหมด 12 รหัส แบ่งตามประเภทของสินค้า สามารถวิเคราะห์ได้ว่า

ค่า RCA ของไทย ในช่วงปี 2001-2008 ในการส่งออกกระเป๋โดยรวม (HS4202) มีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่ลดลง ในปี 2001-2003 ค่า RCA ของไทยมีค่ามากกว่า 1 และจากปี 2004-2008 ค่า RCA ของไทยมีค่าน้อยกว่า 1 โดยสินค้า 2 ประเภท ที่มีค่า RCA ลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน คือ กระเป๋ถือที่ทำจากแผ่นพลาสติกและวัตถุทอ (HS420212) ซึ่งเคยมีค่า RCA 7.61 ในปี 2001 และลดลงอย่างต่อเนื่องเหลือเพียง 0.37 ในปี 2008 อีกประเภทหนึ่งคือ กระเป๋ใส่สตางค์ที่ทำจากหนังเทียมหรือหนังอัด (HS420231) มีค่า RCA 9.95 ในปี 2001 ลดลงเหลือ 0.76 ในปี 2008

ส่วนประเภทสินค้าที่มีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี 2008 ได้แก่ ของพกดัดกระเป๋เครื่องแต่งกายหรือกระเป๋ถือที่ทำจากหนังเทียมหรือหนังอัด (HS420229) และ กล่องใส่เครื่องประดับที่ทำจากพลาสติกไนซ์ไฟเบอร์ (HS420299) มีค่า RCA 1.48 และ 4.09 ตามลำดับ ซึ่งทั้งสอง ประเภท

สินค้านี้ คือ ของที่พกดัดกระเป๋เครื่องแต่งกายหรือกระเป๋ถือที่ทำจากหนังเทียมหรือหนังอัด (HS420229) และ กล่องใส่เครื่องประดับที่ทำ จากวัลแคนไนท์ไฟเบอร์ (HS420299) ไทยยังมีค่า RCA ที่มากกว่าจีนอีกด้วย

ทั้งนี้เนื่องจากของสินค้าทั้งสองประเภทนี้ต้องใช้วัตถุดิบในการผลิตที่มีคุณภาพ และต้องอาศัยความชำนาญ ความปราณีตในการผลิต ของที่พกดัดกระเป๋เครื่องแต่งกาย (HS420229) ได้แก่ ของใส่นามบัตร ของแว่น ของโทรศัพท์มือถือ ถึง แม้ว่าจะใช้หนังเทียมหรือหนังอัดแต่ก็ต้องเป็นหนังที่มีคุณภาพ ต้องใช้ฝีมือในการตัดเย็บและใช้ระยะเวลาการผลิตนานเพราะเป็นชิ้นงานที่ละเอียด

ส่วนกล่องใส่เครื่องประดับที่ทำจากวัลแคนไนท์ไฟเบอร์ (HS420299) วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหลักคือไฟเบอร์ มีคุณสมบัติที่คงรูป ป้องกันสิ่งของที่อยู่ในกล่องไม่ได้รับความกระทบกระเทือนเพราะเป็นสิ่งของที่มีค่า เน้นถึงการ ออกแบบให้สะดวกกับการใช้งาน ซึ่ง แรงงานไทยก็มีความชำนาญและทักษะที่ดีกับสินค้าทั้งสองประเภทนี้ ส่วนจีนถึงแม้จะมีกำลังการผลิตที่สามารถผลิตสินค้าทั้งสองประเภทนี้ได้ แต่ก็ยังขาดความชำนาญในด้านการผลิตสินค้าออกมาให้ได้คุณภาพ จึงทำให้ไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้าทั้งสองประเภทนี้

โดยภาพรวมแล้วค่า RCA ของจีนมีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี 2001-2008 ในการส่งออกกระเป๋โดยรวม (HS4202) แสดงว่าจีนมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกกระเป๋ไปยังตลาดโลก มีเพียงสินค้าประเภทเดียว ของจีนในหมวดสินค้ากระเป๋ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 คือ ของพกดัดกระเป๋เครื่องแต่งกายหรือกระเป๋ถือที่ทำจากหนังเทียมหรือหนังอัด (HS420229) โดยในปี 2008 มีค่า RCA 0.70 เนื่องจากสินค้าประเภทนี้ต้องอาศัยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีฝีมือการตัดเย็บที่ดี และใช้เวลานานใน แต่ละชิ้นงาน ซึ่งจีนเองถึงแม้จะมีแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายและจำนวนแรงงานมาก แต่ยังขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และ แรงงานที่มีทักษะฝีมือในการผลิตสินค้าประเภทนี้

ตารางที่ 4.1

มูลค่าการส่งออกรวมทุกสินค้าของโลก ระหว่างปี 2001-1008

ปี	มูลค่าการส่งออกรวมทุกสินค้าของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)			
	ไทย	จีน	อื่นๆ	รวม
2001	64,919	266,098	5,536,279	5,867,297
2002	68,108	325,596	6,502,508	6,896,212
2003	80,323	438,228	6,454,155	6,972,706
2004	96,248	593,326	7,825,342	8,514,916
2005	110,110	761,953	8,820,077	9,692,140
2006	130,580	968,936	10,270,027	11,369,542
2007	153,571	1,217,776	10,187,495	11,558,841
2008	175,908	1,430,693	11,336,885	12,943,486

ที่มา: <http://comtrade.un.org> (สืบค้น, 29 ตุลาคม 2552)

ตารางที่ 4.2

มูลค่าการส่งออกกระเป๋และเครื่องใช้สำหรับเดินทางของไทยและจีน ในตลาดโลก ระหว่างปี 2001-2008

พิกัด	รายการ	มูลค่าการส่งออกกระเป๋และเครื่องใช้สำหรับเดินทาง (ล้านเหรียญสหรัฐ)															
		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008	
		ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน
4202	กระเป๋และเครื่องใช้สำหรับเดินทาง	440	3,876	304	4,357	222	5,058	226	6,238	208	7,311	203	8,703	230	10,816	227	14,086
420211	กระเป๋เดินทาง-แผ่นหนังฟอกหรือหนังอัด	6	234	9	255	4	271	6	309	6	280	8	322	10	370	10	414
420212	กระเป๋เดินทาง-แผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	308	2,179	179	2,483	104	2,888	99	3,448	73	3,787	65	4,475	60	5,443	42	6,860
420219	กระเป๋นักเรียน-วัลแคนไนซ์ไฟเบอร์	1	71	1	50	1	47	1	38	2	49	1	47	3	58	3	57
420221	กระเป๋ถือ-แผ่นหนังฟอกหรือหนังอัด	19	131	19	143	19	165	20	243	20	382	21	520	20	633	20	1,165
420222	กระเป๋ถือประเภทด้านนอกเป็นแผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	25	536	18	621	14	735	14	978	13	1,317	12	1,554	22	1,979	26	2,706
420229	ของที่พกติดกระเป๋เครื่องแต่งกายหรือกระเป๋ถือ-แผ่นหนังฟอกหรือหนังอัด	4	35	4	36	7	36	5	24	6	25	6	31	5	28	6	24
420231	กระเป๋ใส่สติก-แผ่นหนังฟอกหรือหนังอัด	17	200	19	216	18	209	19	240	23	285	23	369	32	448	26	443
420232	กระเป๋ใส่สติก-แผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	8	169	4	186	3	191	3	252	3	316	2	380	3	499	3	700
420239	กระเป๋ใส่สติก-ทำจากวัสดุอื่นๆ	1	13	1	11	1	12	1	16	1	18	1	20	1	22	1	26
420291	กระเป๋เครื่องกีฬา-แผ่นหนังฟอกหรือหนังอัด	3	23	4	29	5	43	5	49	11	55	13	60	5	80	9	102
420292	กล่องใส่เครื่องประดับ-แผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	23	265	20	290	19	388	20	506	24	616	23	710	27	963	38	1,277
420299	กล่องใส่เครื่องประดับ-วัลแคนไนซ์ไฟเบอร์	25	20	26	37	27	75	32	133	27	181	26	215	41	295	42	313

ที่มา: <http://comtrade.un.org> (สืบค้น, 29 ตุลาคม 2552)

ตารางที่ 4.3

ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกกระเป๋าสตางค์และเครื่องใช้สำหรับเดินทางของไทยและจีน ระหว่างปี 2001-2008

พิกัด	รายการ	การคำนวณค่า RCA															
		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008	
		ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน
4202	กระเป๋าและเครื่องใช้สำหรับเดินทาง	2.73	5.87	2.07	6.19	1.13	4.71	0.96	4.31	0.78	3.99	0.67	3.88	0.58	3.42	0.48	3.66
420211	กระเป๋าเดินทาง-แผ่นหนังฟอกหรือหนังอัด	0.92	8.69	1.67	9.49	0.52	6.70	0.69	6.21	0.68	4.71	0.83	4.36	0.88	3.98	0.78	3.87
420212	กระเป๋าเดินทาง-แผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	7.61	13.15	5.26	15.22	2.36	11.94	1.90	10.67	1.27	9.61	0.99	9.11	0.66	7.59	0.37	7.42
420219	กระเป๋านักเรียน-วัลแคนไนซ์ไฟเบอร์	0.31	6.71	0.72	6.77	0.36	4.65	0.39	2.91	0.55	2.55	0.39	2.54	0.99	2.44	0.99	2.28
420221	กระเป๋าถือ-แผ่นหนังฟอกหรือหนังอัด	0.79	1.33	1.00	1.60	0.68	1.07	0.56	1.09	0.46	1.29	0.40	1.34	0.29	1.14	0.22	1.60
420222	กระเป๋าถือประเภทด้านนอกเป็นแผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	0.96	5.04	0.77	5.66	0.44	4.25	0.36	3.97	0.27	3.90	0.22	3.78	0.29	3.30	0.27	3.38
420229	ของที่พกติดกระเป๋าเครื่องแต่งกายหรือกระเป๋าถือ-แผ่นหนังฟอกหรือหนังอัด	1.50	3.09	1.87	3.80	2.56	2.56	1.56	1.18	1.53	0.86	1.47	0.96	1.15	0.79	1.48	0.70
420231	กระเป๋าใส่สตางค์-แผ่นหนังฟอกหรือหนังอัด	9.95	28.50	1.53	3.58	1.01	2.15	0.86	1.76	0.92	1.64	0.82	1.75	0.85	1.49	0.76	1.58
420232	กระเป๋าใส่สตางค์-แผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	1.04	5.51	0.54	5.82	0.36	4.17	0.28	4.22	0.24	3.98	0.17	3.99	0.15	3.42	0.11	3.51
420239	กระเป๋าใส่สตางค์-ทำจากวัสดุอื่นๆ	0.94	3.28	0.81	2.36	0.93	1.96	0.58	2.35	0.50	1.81	0.63	1.63	0.56	1.36	0.79	2.06
420291	กระเป๋าเครื่องกีฬา-แผ่นหนังฟอกหรือหนังอัด	0.44	0.76	0.55	0.80	0.48	0.80	0.56	0.82	1.31	0.98	1.49	0.90	0.51	1.10	0.88	1.16
420292	กล่องใส่เครื่องประดับ-แผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	0.60	1.72	0.65	2.00	0.49	1.85	0.47	1.90	0.52	1.89	0.45	1.86	0.41	1.83	0.54	2.25
420299	กล่องใส่เครื่องประดับ-วัลแคนไนซ์ไฟเบอร์	7.42	1.45	6.20	1.82	5.39	2.71	4.91	3.29	3.64	3.58	3.03	3.40	4.29	3.87	4.09	3.73

ที่มา: คำนวณจากตารางที่ 4.1 และตารางที่ 4.2

4.2 ผลการวิเคราะห์โดยทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

เพื่อเป็นการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีผลทำให้อุตสาหกรรมกระเป๋าทองไทยมีความได้เปรียบ หรือเสียเปรียบ แข่งขันกับจีน และทำให้ทราบถึงศักยภาพของจีนในการมีปัจจัยต่างๆ ที่เอื้ออำนวยให้จีนสามารถมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกสินค้ากระเป๋าทอง ซึ่งจีนถือว่าเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมกระเป๋าทอง และมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน อุตสาหกรรมกระเป๋าทองของไทย โดย Diamond Model ของ Porter

โดยข้อมูลที่ใช้ทำการวิเคราะห์นี้ได้มาจากการสัมภาษณ์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมกระเป๋าทองของไทย และรายงานการศึกษาของสำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งมีส่วนที่ทำการศึกษามีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกระเป๋าทองของไทย

1) ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions)

(+) แรงงานมีทักษะ และ ความชำนาญ ในการเย็บกระเป๋าทอง มีความปราณีต สวยงาม โดยอาศัยการอบรมจากผู้ที่มีความชำนาญหรืออาวุโสภายในองค์กร

(-) ค่าแรงของแรงงานฝีมือมีราคาสูง ค่าแรงงานภายในประเทศปรับตัวสูงขึ้น

(-) การขาดแคลนแรงงานในส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี และโครงสร้างการผลิตของผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านและไม่สามารถออกแบบได้ตรงตามที่ต้องการ

(-) วัตถุดิบส่วนใหญ่นิยมนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ วัสดุทอง หนังเทียม และวัตถุดิบที่ใช้เป็นชิ้นส่วนประกอบและตกแต่งกระเป๋าทอง เช่น สายเบ้ ห่วง กระดุม ซิป เป็นต้น ที่มีจำหน่ายในประเทศไทย ยังขาดความหลากหลายมีให้เลือกใช้ไม่มากนัก จึงจำเป็นต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากจีน และได้หวัน ซึ่งผู้ผลิตบางรายเดินทางไปเลือกซื้อวัตถุดิบเอง แต่บางรายซื้อผ่าน Trader หรือร้านค้าย่านเจริญรัตน์ และเสื่อป่า

(-) ผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีในการผลิต ขาดความรู้ในการบริหารจัดการองค์กร และแผนการดำเนินธุรกิจ

(-) ผู้ประกอบการที่เป็นรายใหญ่มีจำนวนน้อย ส่วนมากเป็นผู้ประกอบการระดับ SMEs ซึ่งไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน เนื่องจากกลัวแรงงานของตนจะผันมาเป็นผู้ประกอบการ

2) อุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Conditions)

(+) ผู้บริโภคบางส่วนยังต้องการ ใช้กระเป๋ามีคุณภาพ จึงจำเป็นต้อง เป็นค่าที่มีตราสินค้าระดับโลก

(-) ความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศส่วนใหญ่ยังต้องการบริโภคสินค้าประเภทแฟชั่นที่มีมูลค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากความนิยมในการบริโภคสินค้าลอกเลียนแบบตราสินค้าชั้นนำระดับโลก ผู้ประกอบการจึงต้องผลิตสินค้าแฟชั่นนี้ออกมาให้ได้อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีตามกระแสนิยม ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถสร้างตราสินค้าของตนเองได้

(-) จากการที่ผู้บริโภคในประเทศส่วนใหญ่นิยมใช้แบบกระเป๋าทตามแฟชั่น ไม่เป็นผู้นำแฟชั่น จึงขาดการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการพัฒนาแบบสินค้าใหม่ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ

3) กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมกระเป๋าสานในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

(+) รูปแบบการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนไป จากเดิมที่เคยรับจ้างผลิตตามแบบของลูกค้า (Original Equipment Manufacturing: OEM) มาเป็นการออกแบบสินค้าและมีตราสินค้าเป็นของตนเอง เนื่องจากการลดลงของความสามารถในการแข่งขันของไทยเมื่อเทียบกับจีนที่มีค่าแรงต่ำกว่า ผลิตได้จำนวนมาก และส่งมอบสินค้าเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจโดยการสร้างตราสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ ควบคู่ไปกับสินค้าที่รับจ้างผลิต เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

(+) ในส่วนของการวิจัยและพัฒนาเริ่มมีมากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาลดรายจ่ายการออกแบบ การพัฒนารูปทรงของกระเป๋าสานให้มีความทันสมัยตรงกับความต้องการใช้งานของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และต้องอิงกับกระแสแฟชั่นให้ มากที่สุด ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ร่วมกับสมาคมเครื่องหนังจัดให้ความรู้พัฒนาทักษะการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ มีการจัดสัมมนาผู้ประกอบการเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการ

(-) อุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานที่เป็นกลยุทธ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า คือ การขาดบุคลากรที่ทำหน้าที่ด้านการออกแบบ และนักออกแบบขาด

ความรู้ความเข้าใจ ในโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ สาเหตุมาจากการขาดแรงจูงใจในการประกอบอาชีพผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์

4) อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Supporting and Related Industries)

(-) อุตสาหกรรมสิ่งทอ ที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นสินค้ากระเป๋าสานและเครื่องใช้สำหรับเดินทาง ซึ่งมีสิ่งทอเพียงไม่กี่ประเภทที่สามารถนำมาผลิตเป็นกระเป๋าได้ ได้แก่ ผ้าไนลอน ผ้าโพลีเอสเตอร์ ผ้าคอตตอน เป็นต้น จึง ไม่สามารถพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างลักษณะเด่นของสินค้า หรือสร้างความแตกต่างให้กับตัวสินค้าได้ ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋าจำเป็นต้องนำเข้าสิ่ง ทอบางชนิดจากต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ ผ้าไมโครไฟเบอร์ ผ้าโพลีเอสเตอร์ หรือสิ่งทอผ้าชนิดพิเศษกับโรงงานทอผ้าในประเทศเพื่อใช้เฉพาะ ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้นด้วย จึงเป็นข้อเสียเปรียบในการแข่งขันกับผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในต่างประเทศ

(-) อุตสาหกรรมหนังฟอกและหนังดิบ ที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตกระเป๋าส่วนใหญ่ ที่ผลิตได้ในประเทศไทยจะถูกส่งออกไปต่างประเทศ ทำให้ วัตถุดิบภายในประเทศมีไม่เพียงพอ และวัตถุดิบที่เหลืออยู่ในประเทศมี คุณภาพไม่ ตรง ตามที่ ผู้บริโภคต้องการ ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋าต้อง นำเข้าหนังฟอก กหรือหนังดิบจากต่างประเทศ ส่งผลให้ ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้นด้วย

5) รัฐบาล (Government)

(+) บทบาทของภาครัฐ โดยกรมส่งเสริมการค้าส่งออกได้ส่งเสริมการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยนำนักออกแบบที่มีชื่อเสียงและผู้เชี่ยวชาญจากอิตาลีมาแนะนำวิธีการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการและแนวโน้มของแฟชั่นฤดูกาลถัดไป อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่อาศัยประสบการณ์และการเรียนรู้ด้วยตนเองมากกว่าการส่งบุคลากรเข้ารับการอบรมอย่างจริงจัง

6) เหตุสุดวิสัย (Chance)

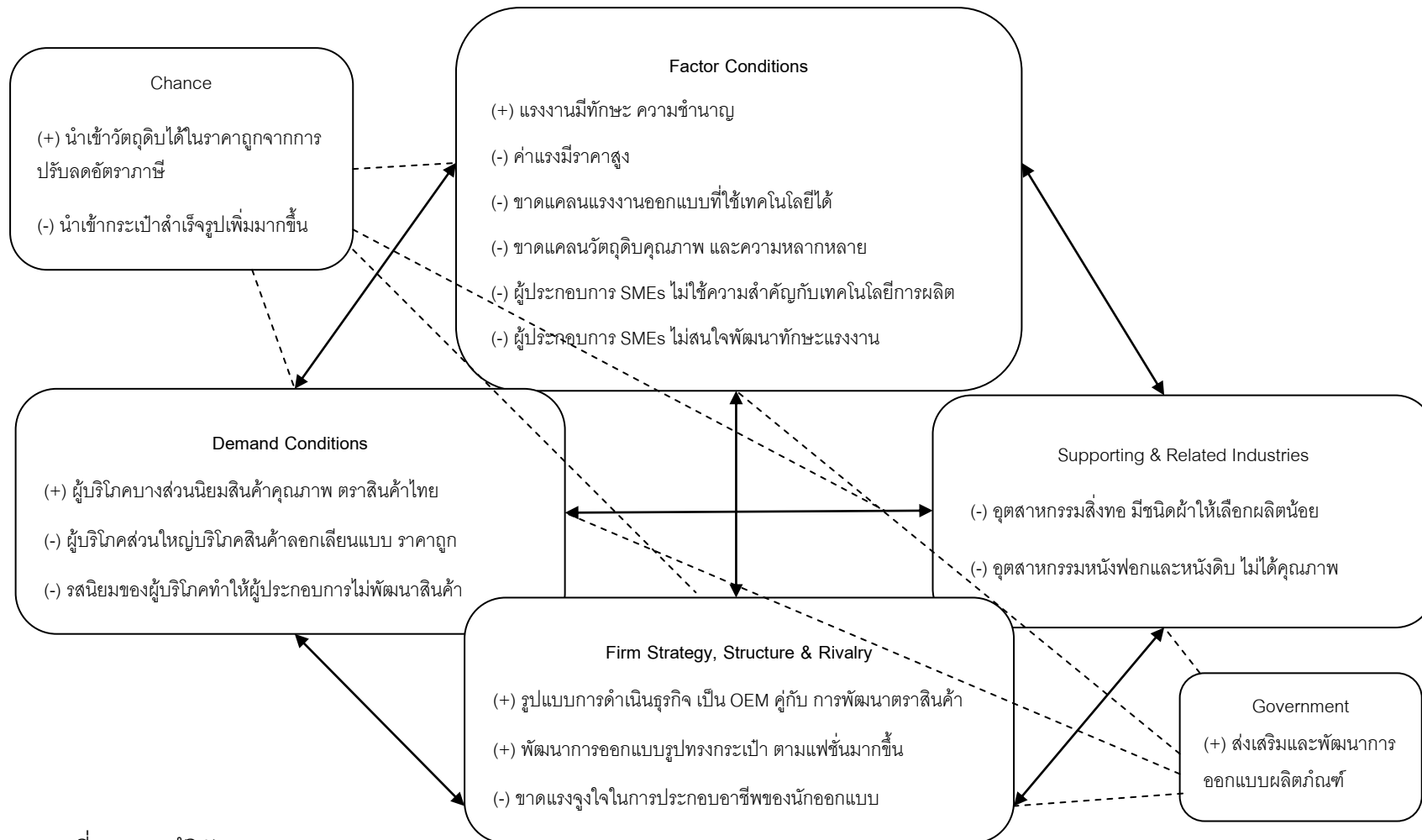
(+) เนื่องจากนโยบายการค้าระหว่างประเทศ ได้มีความตกลง ACFTA ในการปรับลดอัตราภาษี นำเข้า ส่งผลทำให้การนำเข้าวัตถุดิบของไทยมีราคาที่ถูกลง และมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลง แต่ต้องคำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบด้วย จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาการออกแบบสินค้าเพื่อที่จะสามารถแข่งขันต่อไปได้

(-) การนำเข้า สินค้ากระเป๋าสำเร็จรูปจาก จีนเข้ามา จำหน่ายภายในประเทศ เนื่องจากจีนมีวัตถุดิบที่มีราคาถูก มีความหลากหลาย ค่าจ้างแรงงานต่ำ ตลอดจน มีกำลังการผลิต

มาก มีความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้นำเข้า (ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่และ
คนกลาง) สินค้ากระป๋อง จากจีน มาจำหน่ายในประเทศมากยิ่งขึ้น ส่งผล ต่อปริมาณการผลิต
กระป๋องเพื่อจำหน่ายภายในประเทศลดลง

ภาพที่ 4.1

Diamond Model วิเคราะห์อุตสาหกรรมกระเป๋าของไทย



ที่มา: จากผู้วิจัย

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันอุตสาหกรรมกระเป๋าของจีน โดย Diamond Model ของ Porter

เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณ ในการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน อุตสาหกรรมกระเป๋าของจีน ผู้วิจัยจึงใช้ ข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์ โดยได้ รวบรวมข้อมูล จาก รายงานการศึกษา บทความ การสืบค้นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่มีการนำเข้ากระเป๋าจากจีน เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันอุตสาหกรรมกระเป๋า ของจีน

1) ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions)

(+) มีทรัพยากร แรงงาน มาก จึงทำให้การผลิตสินค้ามีความรวดเร็ว สามารถ ตอบสนองลูกค้าได้ทันตามความต้องการ

(+) จีนเป็นแหล่งวัตถุดิบ สังเคราะห์ที่ มีความหลากหลาย ได้แก่ ผ้าหนังเทียม สายเป้ กระดุม ซิป และอะไหล่อื่นๆ ทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายตอบสนองลูกค้า ได้หลายกลุ่ม

(+) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน และเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ ด้วยการยอมรับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลของจีน (<http://www.thaifta.com/thaifta/Portals>)

(-) แรงงานขาดทักษะความชำนาญ ความปรารถนาในการผลิต จึงทำให้สินค้าที่ ผลิตออกมาไม่ได้คุณภาพ และไม่มีมาตรฐาน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า โรงงานผลิตกระเป๋าในจีน ขาดการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ส่งออก

(-) วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขาดคุณภาพ และความคงทน ทำให้สินค้าที่ผลิตไม่มี ความคงทน เช่น สีสันตก ซิปแตก ด้ายเปื่อย เป็นต้น

2) อุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Conditions)

(+) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ภายในประเทศมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้รสนิยมในการ บริโภคสินค้าเปลี่ยนไป กล่าวคือ เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นก็ต้องการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย ต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ และสินค้าแบรนด์เนมเพิ่มมากขึ้น

3) กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมกระเป๋า ในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

(+) มีการเข้ามาจ้างทำ OEM จากตราสินค้าระดับโลกมากยิ่งขึ้น จึงทำให้เกิดการ พัฒนาในอุตสาหกรรมและมีมาตรฐานใหม่ในการกำหนดคุณภาพของ กระเป๋า (จากการ ที่ ผู้ประกอบการรับจ้างผลิตให้กับตราสินค้าระดับโลกเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาใน อุตสาหกรรม และมีการกำหนดมาตรฐานใหม่สำหรับคุณภาพกระเป๋า)

(-) อุตสาหกรรมกระเป๋าส่งออกของจีนมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ใช้ในการผลิต เพื่อทำให้มีศักยภาพในการผลิตได้คุณภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น

4) อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Supporting and Related Industries)

(+) มีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตกระเป๋าตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมเครื่องหนัง โรงงานปั่นด้าย โรงงานอะไหล่ต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการผลิตกระเป๋า เช่น ห่วงเหล็ก ห่วงพลาสติก กระดุม หนังเทียม ซิป สายเบ็ก โซ่ กุ๊นผ้า กุ๊นหวาย หูกระเป๋าสำเร็จรูป เป็นต้น (<http://www.thaifta.com/thaifta/Portals>)

5) รัฐบาล (Government)

(-) รัฐบาลจีนไม่ได้ให้การสนับสนุนในส่วนของอุตสาหกรรมกระเป๋ามากนัก แต่ทั้งหมดเป็นเพราะสถานการณ์การผลิตในจีนที่ทำการผลิตจำนวนมาก และปัจจัยการผลิตที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมกระเป๋าส่งออกของจีน

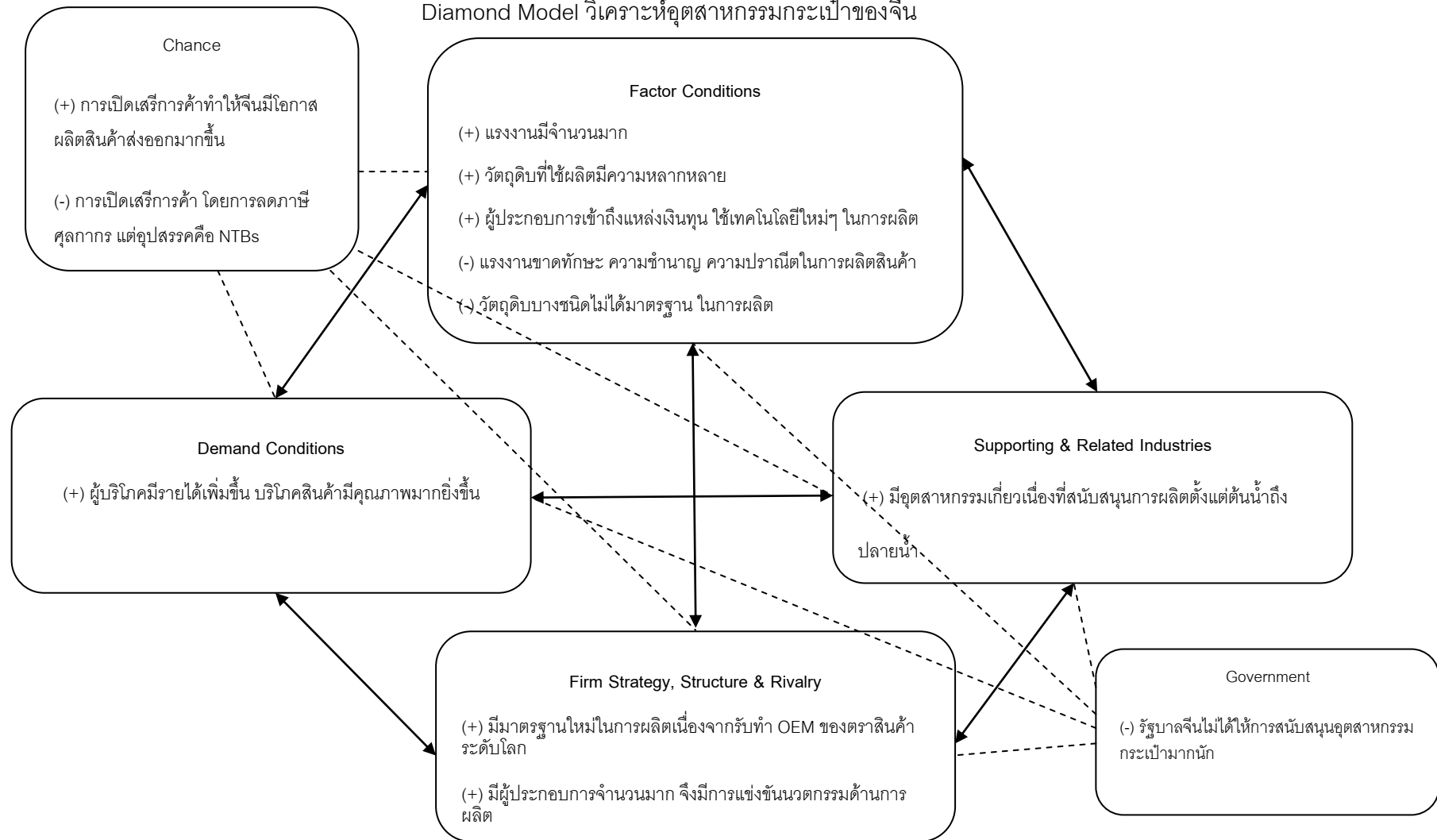
6) เหตุสุดวิสัย (Chance)

(+) การเปิดเสรีการค้าโลก เป็นโอกาสให้จีนมีการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกมากขึ้น

(-) การเปิดเสรีการค้าโลก ดังกล่าว โดยทั่วไปคือ การลดภาษีศุลกากร แต่ยังมีอุปสรรคทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (NTBs) เช่น การจำกัดปริมาณนำเข้า สินค้าต้องมีลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการส่งออกของจีน

ภาพที่ 4.2

Diamond Model วิเคราะห์อุตสาหกรรมกระเป๋าของจีน



ที่มา: จากผู้วิจัย

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมกระเป๋ โดย Diamond Model จะเห็นว่าจีนมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าไทยในเกือบทุกด้าน ด้านปัจจัยการผลิต ยกตัวอย่างเช่น แรงงานที่มีอยู่จำนวนมาก การเลือกใช้วัตถุดิบที่หลากหลายในการผลิต ประชากรในประเทศมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ผู้ผลิตภายในประเทศจึงต้องปรับตัวผลิตสินค้าให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคภายในจีนเอง ส่วนในด้านของอุตสาหกรรมสนับสนุน จีนมีความได้เปรียบเนื่องจากเป็นแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลาย ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ ซึ่งได้แก่ สิ่งทอ หนังสัตว์ หนังเทียม ที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต ส่วนอุตสาหกรรมกลางน้ำ ซึ่งได้แก่ ชิป กระจก เส้นด้าย ของประดับตกแต่งกระเป๋าต่างๆ จีนเองก็เป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญอีกเช่นเดียวกัน จึงทำให้การผลิตกระเป๋าในจีนมีความหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั่วโลก เนื่องจากกระเป๋าเป็นสินค้าแฟชั่น ผู้บริโภคใช้ด้วยความชอบ ไม่สนใจคุณภาพ อุตสาหกรรมกระเป๋าจึงเอื้อกับสิ่งที่จีนสามารถทำได้ อย่างไรก็ตาม การเปิดการค้าเสรีจะช่วยให้สินค้าจีนมีการส่งออกมากยิ่งขึ้นด้วยสิทธิประโยชน์การลดภาษีศุลกากร แต่ก็มีอุปสรรคทางการค้าที่สำคัญจากมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี คือ การจำกัดปริมาณการนำเข้าสินค้าบางประเภทด้วยเช่นกัน

ส่วนการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของไทย พบว่า ไทยมีข้อจำกัดทางด้านปัจจัยการผลิตอยู่มาก ได้แก่ การขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากจีน และได้หัววัน อัตราค่าจ้างแรงงานที่สูง ขาดนักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ แต่ในด้านของทักษะฝีมือและความชำนาญของแรงงานไทยมีความได้เปรียบจีน ผู้ประกอบการมีการปรับตัวในการผลิต คือผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น มีการศึกษาแนวโน้มของแฟชั่นก่อนการออกแบบ เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้าของตนเองควบคู่ไปกับการรับจ้างผลิตสินค้าที่เป็นตราของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อป้องกันความเสี่ยง จากการไม่มีคำสั่งซื้อของลูกค้า และสามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของตนเองได้เช่นกัน ทางภาครัฐบาลของไทยก็มีส่วนผลักดันให้มีการพัฒนานักออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยการประสานงานกับสมาคมต่างๆ จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแนวโน้มแฟชั่นแต่ละฤดูกาล เพื่อเป็นแรงจูงใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดผู้บริโภค

ดังนั้น จีนจึงสามารถทำการส่งออกในอุตสาหกรรมกระเป๋าเป็นอันดับหนึ่งของโลก (จากตารางที่ 3.1) และไทยเองก็มีตัวเลขทางการค้าที่ยืนยันได้ว่า ไทยมีการนำเข้าสินค้ากระเป๋าจากจีนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี และเมื่อการเปิดเสรีทางการค้าตามความตกลง ACFTA เปิดเสรีอย่างสมบูรณ์ในกลุ่มสินค้าปกติ ปี 2010 ทั้งอัตราภาษีส่งออกและนำเข้า จะลดลงเท่ากับ 0 แนวโน้มการนำเข้าสินค้าจากจีนเข้ามาจำหน่ายในประเทศ ก็ยิ่งเพิ่มสูงขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการ ของ

ผู้บริโภค ซึ่งผู้ผลิตภายในประเทศไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคระดับปานกลางถึงต่ำนี้ได้

4.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในอุตสาหกรรมกระเป๋าสาน (SWOT Analysis)

เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ละปัจจัยจะช่วยให้เข้าใจได้ว่า มีอิทธิพลใดบ้างที่มีผลต่อการดำเนินงานธุรกิจ การใช้จุดแข็งและการมีโอกาสดังกล่าวของแต่ละประเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาในอุตสาหกรรมกระเป๋าสาน ส่วนในด้านของจุดอ่อนและอุปสรรคเป็นการวิเคราะห์เพื่อทำการแก้ไขหรือหลีกเลี่ยงปัจจัยต่างๆ ที่เป็นผลเชิงลบในการดำเนินธุรกิจต่อไป

4.3.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของไทย

จุดแข็ง

1. แรงงานในประเทศไทยมีค่าแรงค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศในแถบยุโรป และสหรัฐอเมริกา แต่ถ้าเทียบกับประเทศจีน อินเดีย เวียดนาม ประเทศไทยแม้จะมีค่าแรงแพงกว่า แต่คุณภาพแรงงานของไทยได้เปรียบประเทศในกลุ่มนี้ เนื่องจากแรงงานของไทยมีฝีมือ และทักษะที่ดีกว่าแรงงานของประเทศจีน อินเดีย และเวียดนาม
2. ลักษณะการผลิตของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างผลิตให้กับบริษัทต่างชาติ ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตกระเป๋าสานของไทย ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีและความรู้ (Know-How) จากต่างประเทศ ซึ่งมีส่วนในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้น
3. สินค้าของไทยคุณภาพดี และมีมาตรฐานการส่งออก เมื่อเทียบกับจีนและเวียดนาม จึงเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก
4. การรับคำสั่งซื้อ ของลูกค้า ไทยสามารถผลิตได้ในปริมาณที่น้อย ขณะที่จีนรับคำสั่งซื้อคราวละมากๆ ซึ่งเกินความต้องการของลูกค้า เนื่องจากลูกค้าต้องการสินค้าคุณภาพดีในจำนวนที่ไม่มากนัก และไทยสามารถรองรับความต้องการนี้ได้

จุดอ่อน

1. การขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต เช่น หนังสติ๊ก หนังฟอก หนังเทียม วัสดุทอ เคมีภัณฑ์ รวมทั้งวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ได้แก่ ตาไก่ ขี้บ กระดุม ห่วง หมุดยั่ว และหูหิ้ว เพื่อใช้ในการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ มีผล ต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการขึ้นตัวอย่างสินค้า ล่าช้าในการหาวัตถุดิบที่ต้องการมาผลิตสินค้า

2. การขาดแคลนนักพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ และช่างฝีมือในการผลิต จึงทำให้อุตสาหกรรมกระเป๋ของไทยไม่ทันสมัย และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

3. วัตถุดิบนำเข้าที่มีคุณภาพดีและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า มีต้นทุนในการนำเข้าสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงตามด้วย

4. แรงงานไทยเรียนรู้ช้า ขาดระเบียบวินัยในการทำงาน

5. ไม่มีการพัฒนาประสิทธิภาพบุคลากรภายในสถานประกอบการอย่างเหมาะสม ซึ่งอาจมีสาเหตุจากทั้งตัวผู้ประกอบการเองที่ขาดความรู้ ความสามารถในการพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากร และสาเหตุจากตัวบุคลากรที่ไม่ขวนขวายความรู้ ไม่มีความต้องการเป็นผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญในงานที่ทำ

โอกาส

1. ไทยสามารถย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน หรือประเทศใกล้เคียงที่มีความตกลงทางการค้า ซึ่งได้แก่ ความตกลง ACFTA GMS BIMS-EC เป็นต้น

2. การที่รัฐบาลไทยทำ FTA กับหลายประเทศ ทำให้การนำเข้าวัตถุดิบบางชนิดมีราคาถูกลงจากการปรับลดอัตราภาษี ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตกระเป๋าลดลง ผู้ประกอบการสามารถทำกำไรได้เพิ่มขึ้นหรือสามารถผลิตสินค้าเพื่อแข่งขันได้

อุปสรรค

1. ปัจจุบันผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำเนินทางและกระเป๋านั่งที่ไทยทำการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศและเพื่อการส่งออก ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีคุณภาพปานกลางถึงต่ำ ต้องเผชิญกับภาวะแข่งขันอย่างรุนแรงกับประเทศคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ จีน เวียดนาม อินเดีย และอินโดนีเซีย เป็นต้น โดยประเทศเหล่านี้เป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญและมีค่าจ้างแรงงานต่ำ ขณะที่เกาหลีใต้และไต้หวันใช้ประเทศเหล่านี้เป็นฐานการผลิตสินค้าดังกล่าว เพื่อการส่งออกและสามารถผลิตสินค้า คุณภาพได้ดีอีกด้วย

2. การเปิดเสรีการค้า มาพร้อมกับมาตรการกีดกันทางการค้า (NTBs) จากประเทศผู้นำเข้า จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อสินค้าส่งออก เช่น สินค้าจะต้องมีการจดลิขสิทธิ์ หรือสิทธิบัตร

4.3.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของจีน

จุดแข็ง

1. จีนมีต้นทุนการผลิต กระเป๋าสาน เย็บ โดยทั่วไปค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับหลายๆ ประเทศ
2. จีนมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่แข็งแกร่งมาก ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันสูง เนื่องจากจีนสามารถผลิตวัตถุดิบทุกตัวได้เองเกือบทั้งหมด โดยเฉพาะการผลิตหนังเทียม และสิ่งทอ ซึ่งเหมาะกับตลาดที่เป็นของถูก โดยจีนมีกำลังการผลิตกระเป๋าเดินทางที่ไม่ใช่หนังแท้สูงมาก ซึ่งมีสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลัก
3. จีนสามารถตั้งโรงงานที่มีขนาดใหญ่มาก เนื่องจากลักษณะการผลิตของจีนเป็นแบบ Mass of Product ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) สินค้าจึงมีราคาถูก ทั้งจากปัจจัยทางด้านต้นทุนวัตถุดิบและกำลังการผลิตขนาดใหญ่ที่ทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่ำ
4. จีนรับจ้างผลิตสินค้าทุกระดับ โดยมีศักยภาพสูงมากในการผลิตสินค้าในระดับล่าง แต่ในตลาดระดับบน จีนยังไม่ได้รับการยอมรับนัก
5. แรงงานจีนมีการเรียนรู้ที่รวดเร็วทั้งเทคนิคการผลิตและฝีมือ การผลิต นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาขึ้นมากทั้งในด้านภาษา ประกอบกับมีปัจจัยเสริมต่างๆ เช่น การสนับสนุนจากรัฐบาล ภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น
6. ปัจจุบันจีนเริ่มผลิตหนังที่ทำจากหนังสัตว์แท้ประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากหนังโคได้แล้ว ได้แก่ หนังจระเข้ หนังแกะ เป็นต้น มีการพัฒนาการผลิตหนังให้ได้คุณภาพดียิ่งขึ้น ทำให้จีนลดการนำเข้าหนังคุณภาพจากต่างประเทศ ต้นทุนในการกระเป๋าสานที่ทำจากหนังสัตว์แท้มีคุณภาพที่ดีขึ้นและมีราคาต่ำอีกด้วย
7. จีนตอบสนองคำสั่งซื้อของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วในการผลิต เนื่องจากจำนวนแรงงานที่มีอยู่มาก

จุดอ่อน

1. สินค้าที่ผลิตจากจีนไม่ค่อยได้มาตรฐาน ไม่สามารถทำให้รูปแบบและคุณภาพเป็นที่ยอมรับได้
2. ขาดการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ สินค้าของจีนไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง สินค้าจึงจัดอยู่ในตลาดระดับล่าง
3. ภาพลักษณ์สินค้าจีนที่เป็นสินค้าราคาถูก โดยสินค้าภายใต้ตราชื่อของจีนจะถูกมองว่าเป็นสินค้าระดับล่างเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งภาพพจน์ของสินค้าจีน ในสายตาผู้บริโภค คือ มีคุณภาพต่ำ อายุการใช้งานสั้น ไม่คงทน

โอกาส

1. บรรยากาศการค้าโลกที่เอื้อประโยชน์ทางการค้า (FTA) จึงเป็นโอกาสที่ทำให้จีนสามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศต่างๆ ได้เพิ่มขึ้น

อุปสรรค

1. มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (NTBs) ของสหรัฐอเมริกา และกลุ่มสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นตลาดนำเข้าที่สำคัญของจีน มีการกำหนดมาตรการที่มีใช่ภาษีในการนำเข้าสินค้า กระเป๋าสตางค์ ซึ่งได้แก่ การจำกัดปริมาณการนำเข้า เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศของประเทศผู้นำเข้า เนื่องจากการที่มีสินค้าจากจีนเข้าไปจำหน่ายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

จากการวิเคราะห์ SWOT ข้างต้นของทั้งสองประเทศ ถึงแม้ว่าในอุตสาหกรรมกระเป๋าของไทยจะมีจุดแข็งน้อยกว่า อุตสาหกรรมกระเป๋าของ จีน แต่การผลิตกระเป๋าของไทย ก็มีความปรารถนาในการตัดเย็บ จึงทำให้การผลิตกระเป๋าของไทย มีความได้เปรียบจีนในด้านของคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจจากลูกค้า อย่างไรก็ตามจีนก็ยังคงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วกว่า สามารถผลิตได้จำนวนมากและส่งมอบเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการได้มากกว่าไทย การที่ทั้งสองประเทศได้เปิดเสรีทางการค้า และมีความตกลงการค้าเสรีต่างๆ จะช่วยให้ทั้งไทยและจีนทำการขยายฐานลูกค้าโดยการส่งออกกระเป๋าไปยังประเทศที่มีความตกลงทางการค้าและได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี แต่ในขณะเดียวกันประเทศผู้นำเข้าก็มีมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (NTBs) ออกมาปกป้องอุตสาหกรรมกระเป๋าภายในประเทศ ได้แก่ การจำกัดปริมาณการนำเข้า และสินค้าที่นำเข้าต้องมีการจดลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตรให้ถูกต้อง จึงทำให้ทั้งไทยและจีนต้องเผชิญอุปสรรคทางด้าน NTBs นี้เหมือนกัน

สรุป

ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกระเป๋าของไทยและจีน พบว่า ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) จากค่า RCA ที่คำนวณได้ จีนมีค่า RCA ที่มากกว่า 1 ทุกสินค้า ยกเว้นของที่ทำติดกระเป๋าเครื่องแต่งกายหรือกระเป๋าถือทำจากหนังเทียมหรือหนังอัด (HS420229) เนื่องจากต้องใช้เวลาและความประณีตในการตัดเย็บมาก ซึ่งจีนจะมีความถนัดในการผลิตสินค้า ที่ใช้เวลาไม่มากนัก ไม่ค่อยมีความประณีต ส่วนไทยมีเพียงของทำติดกระเป๋าเครื่องแต่งกายหรือกระเป๋าถือที่ทำจากหนังเทียมหรือหนังอัด (HS420229) และ กล่องใส่เครื่องประดับที่ทำจากวัสดุพลาสติก (HS420299) ที่มีค่า RCA มากกว่า 1 อย่างไรก็ตามจีนยังคงมีความได้เปรียบในการส่งออกกระเป๋า

ส่วนการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Diamond Model) ของไทยและจีน ทำให้ทราบว่า ปัจจัยการผลิตภายในประเทศของไทยมีเพียงฝีมือและทักษะแรงงานเท่านั้นที่มีความ

ได้เปรียบจีน เพราะจีนมีความพร้อมในด้านจำนวนแรงงานและเป็นแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต จีนมีปัจจัยที่เป็นบวกมากกว่าของไทย ประกอบกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis) ในอุตสาหกรรมกระเป๋าทองไทยและจีน ซึ่งพบว่าจีนมี จุดแข็งอยู่ที่การ มีปัจจัยการผลิตที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมกระเป๋าทอง และมีจุดอ่อนคือ ภาพลักษณ์สินค้าจีนที่ถูกมองว่า เป็น สินค้าระดับล่าง และไม่มีคุณภาพ ส่วนไทยมีจุดแข็งอยู่ที่สินค้ามีคุณภาพดี มีมาตรฐานการส่งออก รับคำสั่งซื้อในปริมาณน้อยได้ ซึ่งไทยมีจุดอ่อนอยู่ที่แรงงานเรียนรู้ช้าและการขาดแคลนปัจจัยการผลิตด้านวัตถุดิบ โดยรวมในด้านของโอกาสและอุปสรรคของไทยและจีนจะเหมือนกันต รงที่มี ความตกลงเสรีการค้ากับหลายประเทศจึงทำให้สามารถขยายฐานการตลาดไปยังประเทศเหล่านั้น ได้ แต่ก็ยังมีปัญหาในเรื่องของ NTBs ของประเทศเหล่านั้นที่ต้องการคุ้มครองอุตสาหกรรม ภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกระเป๋าทอง จีนมีความ ได้เปรียบ จากปัจจัยการผลิตที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม กระเป๋าทอง และสามารถมีส่วนครองตลาดในการส่งออกกระเป๋าทองเป็นอันดับหนึ่งของโลกอีกด้วย