

บทที่ 5

ผลกระทบต่อการนำเข้ากระเป๋ากายใต้ความตกลงการค้าเสรี ASEAN-China FTA

ในบทนี้จะทำการวิเคราะห์ถึงผลกระทบที่มีต่อการนำเข้ากระเป๋ากายใต้ความตกลง ACFTA ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมกระเป๋ากายในประเทศไทยโดยรวม และการปรับตัวของผู้ประกอบการ ด้วยวิธีการต่างๆ ทั้งในด้านของการวางแผนเชิงนโยบายและเป้าหมายในการผลิตของผู้ประกอบการในระดับ SMEs และผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งจะมีการปรับตัวที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละขนาดขององค์กร

5.1 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกระเป๋ากายในประเทศไทย

การวิเคราะห์ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกระเป๋ากายในประเทศไทย เป็นการนำข้อมูลสถิติจากกรมการค้าต่างประเทศและกรมศุลกากร ในการวิเคราะห์ถึงการใช้สิทธิประโยชน์ของผู้ประกอบการไทยภายใต้ความตกลง ACFTA โดยการขอใช้แบบฟอร์มเพื่อนำเข้ากระเป๋ากายจากจีนมาไทย และผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกระเป๋ากายของไทยโดยรวมว่ามีการเปลี่ยนแปลงในด้านใดบ้างจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและสมาคมภาคเอกชน

5.1.1 การใช้ประโยชน์ของผู้ประกอบการไทยจากความตกลง ACFTA

ข้อมูลจากการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีตามความตกลง ACFTA ภายใต้แบบฟอร์มที่เรียกว่า “ฟอร์ม อี” ซึ่งมีทั้งในด้านการส่งออกและการนำเข้า นับตั้งแต่มีความตกลง ACFTA ตั้งแต่ ปี 2005-2008 การขอใช้สิทธิมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะผู้ที่ทำการส่งออก ถึงแม้จะมีสัดส่วนการขอใช้แบบฟอร์มที่น้อยมากในปีแรกของการเปิดเสรีทางการค้า ภายใต้ความตกลง ACFTA คิดเป็นร้อยละ 6.7 ของมูลค่าสินค้าที่ส่งออกไปจีนในปี 2005 เนื่องจากผู้ที่ทำการส่งออกสินค้าของไทยยังไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความตกลง ACFTA อย่างเพียงพอ และการเปิดเสรีในปี 2005 มีระยะเวลาในการเปิดเสรีเพียง 6 เดือนเท่านั้น (1 กรกฎาคม 2005 ถึง 31 ธันวาคม 2005) ในปี 2008 สัดส่วนการขอใช้แบบฟอร์มอีมีมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 10.44 ของมูลค่าสินค้าที่ส่งออกไปจีน

ส่วนการนำเข้าสินค้าจากจีน ในการขอใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ภายใต้ความตกลง ACFTA ในการขอใช้ฟอร์มอี ยังมีสัดส่วนน้อยเช่นเดียวกับการส่งออกเมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากจีนทั้งหมด แต่ก็มีสัดส่วนในการขอใช้สิทธิเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2005 สัดส่วนการขอใช้

ฟอร์มอี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.20 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากจีน จนในปี 2008 การขอสิทธิเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.23 (ตารางที่ 5.1)

จากข้อมูล ที่ได้กล่าวมาจะสังเกต ได้ว่า การนำเข้าสินค้าจากจีนมีมูลค่านำเข้ามากกว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าไปจีน แต่การขอใช้ แบบฟอร์มอี ทางด้านการส่งออกสินค้าไปจีนกลับมีสัดส่วนการขอใช้สิทธิมากกว่าการนำเข้า

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบว่ารัฐบาลมีการส่งเสริมให้ส่งออกสินค้าไปยังจีนโดยการขอใช้แบบฟอร์มอีผ่านกรมการค้าต่างประเทศ โดยสนับสนุนสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบเชิง แข่งขัน ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยางชนิดต่างๆ แป้งมันสำปะหลัง และโพลีคาร์บอนเนตพารา -ไซลีน เป็นต้น และการขอใช้แบบฟอร์มอีในการนำเข้าผ่านกรมศุลกากร ซึ่งขั้นตอนในการขอใช้แบบฟอร์มอีมีขั้นตอนที่เหมือนกัน แต่ เนื่องจากการนำเข้าสินค้าจากจีนจะทำให้ไทยขาดดุลทางการค้ากับจีน และรัฐบาลคาดการณ์ว่าจะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ จึงมี ความเข้มงวดในการนำเข้าสินค้าจากจีน ในตรวจการสอบสินค้าและ การจัดเก็บภาษีตามความตกลง ACFTA ต้องใช้เวลานาน จึงทำให้ผู้ประกอบการ ที่นำเข้าวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปจากจีนมีการขอใช้สิทธิผ่านฟอร์มอีน้อยกว่าที่ควรจะเป็น

ตารางที่ 5.1

ข้อมูลการส่งออกและนำเข้าของไทยที่มีการขอใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้ความตกลง ACFTA
โดยการขอใช้แบบฟอร์มอี

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ

รายการ	2005		2006		2007		2008	
	ส่งออก	นำเข้า	ส่งออก	นำเข้า	ส่งออก	นำเข้า	ส่งออก	นำเข้า
มูลค่าการส่งออกนำเข้ารวม ทุกสินค้า	9,167.55	11,147.58	11,727.95	13,642.11	14,836.49	16,225.61	16,190.84	20,055.86
มูลค่าการส่งออกนำเข้ารวม ภายใต้ Form E	613.68	22.52	1,450.35	88.34	1,769.37	512.39	1,690.56	848.70
ร้อยละของมูลค่าการส่งออก นำเข้า ภายใต้ Form E	6.69	0.20	12.37	0.65	11.93	3.16	10.44	4.23

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ และกรมศุลกากร

สำหรับในอุตสาหกรรมกระเป๋ ผู้ประกอบการที่ทำการส่งออกกระเป๋ไปยังจีนมีจำนวนการใช้สิทธิในแต่ละปีน้อยมากเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกกระเป๋ในหมวด HS4202 นับจากปี 2005 ที่มีการเริ่มใช้ความตกลง ACFTA ไม่มีผู้ประกอบการรายใดใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ความตกลง ACFTA นี้ จนในปี 2007-2008 มีผู้ขอใช้สิทธิภายใต้ฟอร์มอีเพื่อการส่งออก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.33 และ 2.94 ของมูลค่าการส่งออกกระเป๋ไปจีนในหมวด HS4202 ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากการส่งออกกระเป๋ของไทยไปจีนมีมูลค่าการส่งออกที่น้อยมากเมื่อเทียบกับ การนำเข้ากระเป๋จากจีนมาไทย เนื่องจากจีนมีความสามารถในการผลิตกระเป๋ประเภทต่างๆ ได้เองภายในประเทศ (จากการวิเคราะห์ค่า RCA ของจีน)

ในส่วนของการนำเข้ากระเป๋ในหมวด HS4202 พบว่า การขอใช้ แบบฟอร์มอี มีตั้งแต่การเริ่มมีความตกลง ACFTA โดยในปี 2005 มีสัดส่วนการขอใช้ แบบฟอร์มอีคิดเป็นร้อยละ 0.30 ของมูลค่าการนำเข้ากระเป๋จากจีน จนกระทั่งในปี 2008 สัดส่วนการขอใช้ แบบฟอร์มอีเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.66 ของมูลค่าการนำเข้ากระเป๋จากจีน โดยสินค้าที่มีการขอใช้ แบบฟอร์มอีมากที่สุดคือกระเป๋เดินทางที่ทำจากพลาสติกหรือวัตถุทอ (HS420212) มีมูลค่าการนำเข้า 11.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ กระเป๋ใส่สติกที่ทำจากพลาสติกหรือวัตถุทอ (HS420232) มีมูลค่าการนำเข้า 4.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2008 (ตารางที่ 5.2)

จากข้อมูลการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ภายใต้ความตกลง ACFTA ทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการมีการขอใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ภายใต้ความ ตกลง ACFTA โดยสินค้าทั้งหมดที่ส่งออกไปจีนจะมีการขอใช้แบบฟอร์มอีในสัดส่วนที่มากกว่าการนำเข้า เนื่องจากการสนับสนุนของภาครัฐบาลที่ส่งเสริมให้สินค้าไทยส่งออกไปยัง จีนในสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบ ส่วนกระเป๋ในรหัส HS4202 ในด้านการส่งออกสินค้ามีการขอใช้สิทธิที่น้อยมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมูลค่าการส่งออก กระเป๋ ไปยังจีน ที่มีมูลค่าน้อยมาก ในด้านการ นำเข้า กระเป๋ โดยขอใช้แบบ ฟอร์มอี มีสัดส่วนการขอใช้ เฉลี่ยร้อยละ 5 ของมูลค่า นำเข้าในปี 2006-2008 การที่ผู้ประกอบการมีการนำเข้าสินค้ากระเป๋จากจีน และไม่ได้ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจากความตกลง ACFTA อาจมีสาเหตุจากการที่ไม่ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อตกลงนี้ เพราะรัฐบาลไม่ได้สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการนำเข้าสินค้าที่มีการผลิตเองในประเทศ ทศอย่างเช่นกระเป๋ ซึ่งเป็นการป้องกันอุตสาหกรรมภายในประเทศ หรือผู้ประกอบการที่ทราบแต่ไม่ขอใช้สิทธิการนำเข้าจากแบบฟอร์มอี เพราะ มีขั้นตอนในการตรวจสอบสินค้าที่ใช้เวลานานและกระเป๋ที่นำเข้าอาจเป็นสินค้าไม่มีลิขสิทธิ์ เป็นสินค้าลอกเลียนแบบตราสินค้าระดับโลก

ตารางที่ 5.2

ข้อมูลการใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้ความตกลง ACFTA โดยการขอใช้แบบฟอร์มที่

ของผู้ประกอบการไทย: กรณีสินค้ากระเป๋

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ

พิกัด	รายการ	2005		2006		2007		2008	
		ส่งออก	นำเข้า	ส่งออก	นำเข้า	ส่งออก	นำเข้า	ส่งออก	นำเข้า
HS4202	มูลค่าการส่งออก-นำเข้ารวม	0.71	31.99	0.82	41.97	1.79	57.07	3.26	78.89
HS4202	มูลค่าการส่งออก-นำเข้ารวม ภายใต้ Form E	N/A	0.10	N/A	2.36	0.02	16.47	0.10	24.99
420211	กระเป๋าเดินทาง-แผ่นหนังพอกหรือหนังอัด	N/A	0.00	N/A	0.09	N/A	0.18	N/A	0.35
420212	กระเป๋าเดินทาง-แผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	N/A	0.07	N/A	1.21	N/A	5.95	0.10	11.93
420219	กระเป๋านักเรียน-วัลแคนไนท์ไฟเบอร์	N/A	N/A	N/A	0.00	N/A	0.30	N/A	0.23
420221	กระเป๋าถือ-แผ่นหนังพอกหรือหนังอัด	N/A	N/A	N/A	0.06	N/A	1.25	N/A	0.16
420222	กระเป๋าถือประเภทด้านนอกเป็นแผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	N/A	0.02	N/A	0.25	N/A	1.98	N/A	1.92
420229	ของที่พกติดกระเป๋าเครื่องแต่งกายหรือกระเป๋าถือ-แผ่นหนังพอกหรือหนังอัด	N/A	0.01	N/A	0.25	N/A	1.51	N/A	1.92
420231	กระเป๋าใส่สติก-แผ่นหนังพอกหรือหนังอัด	N/A	N/A	N/A	0.00	N/A	0.20	N/A	0.11
420232	กระเป๋าใส่สติก-แผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	N/A	N/A	N/A	0.01	0.02	2.91	N/A	4.47
420239	กระเป๋าใส่สติก-ทำจากวัสดุอื่นๆ	N/A	N/A	N/A	0.03	N/A	0.12	N/A	0.65
420291	กระเป๋าเครื่องกีฬา-แผ่นหนังพอกหรือหนังอัด	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.84	N/A	0.86
420292	กล่องใส่เครื่องประดับ-แผ่นพลาสติกหรือวัตถุทอ	N/A	0.00	N/A	0.46	N/A	1.07	N/A	2.00
420299	กล่องใส่เครื่องประดับวัลแคนไนท์ไฟเบอร์	N/A	N/A	N/A	0.00	N/A	0.16	N/A	0.40
สัดส่วนร้อยละของมูลค่าการส่งออก-นำเข้า		N/A	0.30	N/A	5.63	1.33	5.10	2.94	5.66

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ และกรมศุลกากร

ดังนั้นจากข้อมูลสถิติของกรมการค้าต่างประเทศและกรมศุลกากรในการที่ผู้ประกอบการขอใช้แบบฟอร์มอื่นนำเข้ากระเป๋ากิจจากจีนภายใต้ความตกลง ACFTA ไม่ได้มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋าของไทย เพราะจะมีหรือไม่มี ความตกลง ACFTA หรือไม่นั้นก็ยังมีการนำเข้ากระเป๋ากิจจากจีนเพิ่มขึ้นอยู่ดี เนื่องจากจีนมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) ในอุตสาหกรรมกระเป๋า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่มาก ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ และปัจจัยสนับสนุน เกี่ยวกับเรื่องในอุตสาหกรรม ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ได้แก่ หนึ่งสัตว์ หนึ่งเทียม ผ้า ด้าย สายเป้ ซิป และอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับตกแต่ง จึงทำให้จีนมีต้นทุนเฉลี่ยในการผลิตกระเป๋าและ การผลิตแบบ Mass of Product ก็ยังทำให้จีนมีการประหยัดจากขนาดด้วยเช่นกัน (Economy of Scale)

5.1.2 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโดยรวม

การที่ไทยมีนำเข้าสินค้ากระเป๋า (HS4202) มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากจีน นับจากปี 2005 มีมูลค่าการนำเข้า 32.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 78.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2008 คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 147 เนื่องมาจากการมีปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการนำเข้ากระเป๋า ซึ่งได้แก่ ต้นทุนการผลิตสินค้าของจีนต่ำกว่าไทย ความหลากหลายในประเภทของกระเป๋าที่นำเข้าจากจีน และความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง รายได้ปานกลาง และรายได้ต่ำ มีความต้องการในการบริโภคสินค้ากระเป๋าที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูงถึงปานกลาง มีความต้องการในการเลือกใช้กระเป๋าที่มีราคาสูง หรือมีตราสินค้าระดับโลก ส่วนผู้ที่มีรายได้ปานกลางถึงต่ำส่วนใหญ่มีความต้องการในการเลือกใช้กระเป๋าที่มีลักษณะเป็นแฟชั่น มีราคาไม่สูงมากนัก ไม่คำนึงถึงคุณภาพสินค้า ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้มีจำนวนมาก จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องหาวิธีการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอยู่ภายในประเทศให้ได้อย่างรวดเร็วที่สุด

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบว่า การนำเข้ากระเป๋าจากจีนเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจค้าปลีก (ห้างไฮเปอร์มาเก็ต ตลาดค้าส่งต่างๆ เช่น ตลาดสำเพ็ง ศูนย์ค้าส่งย่านประตูน้ำ) ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋าของไทย ต้องเผชิญกับยอดขายในประเทศที่ลดลงจากการนำเข้ากระเป๋าจากจีน มาจำหน่ายภายในประเทศ โดยผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก

นอกจากนี้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋า มีการนำเข้าวัตถุดิบที่จำเป็นในการผลิตและไม่มีแหล่งวัตถุดิบในประเทศหรือมีไม่เพียงพอ ได้แก่ วัตถุดิบหนังแท้ หนังเทียม หรือวัสดุ

ตกแต่่งต่างๆ และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋าส่งเอง ยังมีการนำเข้าสินค้ากระเป๋าส่งสำเร็จรูป บางประเภท ได้แก่ กระเป๋าส่งเดินทางที่ทำจากผ้าและพลาสติก (กระเป๋าส่งที่มีล้อลาก) กระเป๋าส่งเป้เดินทาง ป่า และกระเป๋าส่งเอกสาร เพราะมีต้นทุนที่ต่ำกว่าผลิตเองภายในประเทศ

อย่างไรก็ตามการนำเข้ากระเป๋าส่งจากจีนไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ใน อุตสาหกรรมกระเป๋าส่งหรือ จาก ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ส่งผลทำให้ยอดขายในประเทศของ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋าส่ง ลดลง และส่งผลกระทบต่อปริมาณการผลิตกระเป๋าส่ง ภายในประเทศ เนื่องจากการนำเข้ากระเป๋าส่งเพื่อมาจำหน่ายภายในประเทศมีปริมาณมากสามารถ ตอบสนองผู้บริโภคในระดับกลางถึงต่ำอย่างเพียงพอ ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม กระเป๋าส่ง ต้องปรับลดกำลังการผลิตลงเพื่อให้สอดคล้องกับ ความต้องการของลูกค้าและยอดขายที่ลดลง ทั้งนี้ยังส่งผลกระทบต่อจ้างงานในอุตสาหกรรมที่ลดลง ซึ่งสืบเนื่องมาจากการลดกำลังการผลิต ของผู้ประกอบการนั่นเอง

จากรายงานสรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทยปี 2008 และแนวโน้มปี 2009 ใน อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง(สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม2009) ในปี 2008 สถานการณ์ การผลิตในอุตสาหกรรมกระเป๋าส่งเมื่อเทียบกับปี 2007 ลดลง โดยดัชนีผลผลิตกระเป๋าส่งและเครื่องใช้ สำหรับเดินทางในปี 2007 เท่ากับ 57.85 ลดลงเหลือ 12.25 ในปี 2008 ลดลงร้อยละ 78.82 เนื่องมาจากการนำเข้ากระเป๋าส่งซึ่งเป็นสินค้าราคาถูกจากจีน ทำให้ดัชนีการส่งสินค้าลดลงด้วยจาก 71.32 ในปี 2007 ลดลงเหลือ 18.98 ในปี 2008 ลดลงร้อยละ 73.39 ส่วนดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคง คลังก็ปรับระดับลดลงมาเป็นอย่างมากเนื่องจากดัชนีผลผลิตที่ลดลงนั่นเอง(ตารางที่ 5.3)

ตารางที่ 5.3

ดัชนีอุตสาหกรรมกระเป๋าส่งและเครื่องใช้สำหรับเดินทาง ระหว่างปี 2005-2008

ปี รายการ	2005	2006	2007	2008	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
ผลผลิต	63.53	52.18	57.85	12.25	-78.82
การส่งสินค้า	60.32	49.7	71.32	18.98	-73.39
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	110.33	268.79	297.33	67.16	-77.41

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ฐาน เฉลี่ยปี 2543 และเป็นดัชนีที่ยังไม่ได้ปรับผลกระทบของฤดูกาล

ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ ผลสะท้อนต่อภาวะการจ้างงาน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2009) ซึ่งพบว่า การว่างงานมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและอัตราการใช้กำลังการผลิตในภาคอุตสาหกรรม โดยคาดว่าอัตราการใช้กำลังการผลิตในภาคอุตสาหกรรมอาจมีระดับประมาณร้อยละ 55.0-56.8 ในปี 2009 ซึ่งมีการใช้กำลังการผลิตที่ลดลงจากร้อยละ 69.3 ในปี 2008 และในกลุ่มอุตสาหกรรม สิ่งทอ รองเท้าและเครื่องหนัง ที่ใช้แรงงานฝีมือในการตัดเย็บ ชิ้นงานเป็นส่วนใหญ่ จะมีแนวโน้มการว่างงานประมาณ 115,000-153,600 คน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเข้ากระเป๋าจากจีนจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกระเป๋าโดยรวม ในเรื่องยอดขายภายในประเทศที่ลดลงของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋า เนื่องจากมีคำสั่งซื้อหรือสั่งผลิตที่ลดลง จึงส่งผลให้ต้องลดอัตราการใช้กำลังการผลิต กระเป๋า ด้วยการปรับลดจำนวนชั่วโมงการทำงานและลดจำนวนแรงงานในการผลิต

5.2 การปรับตัวของผู้ประกอบการภายในประเทศ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋าสานขนาดใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายกระเป๋าสานภายในประเทศเพียงอย่างเดียว จะมีการส่งออก บ้างบางราย แต่ก็มีใช้การส่งออกกระเป๋าสานที่เป็นตราสินค้าของตนเอง เป็นการส่งออกกระเป๋าสานตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ทั้งที่มีตราสินค้าของลูกค้าและไม่มีตราสินค้า โดยจะแบ่งผู้ประกอบการ ที่ทำการสัมภาษณ์ออกเป็น 3 กลุ่ม ตามขนาดธุรกิจ ดังนี้

- 1) ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ (มีกำลังการผลิตใช้จักรตั้งแต่ 100 คันขึ้นไป) เรียกว่า ผู้ประกอบการกลุ่ม A
- 2) ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจขนาดกลาง (มีกำลังการผลิตใช้จักรตั้งแต่ 30 คันขึ้นไปแต่ไม่เกิน 100 คัน) เรียกว่า ผู้ประกอบการกลุ่ม B
- 3) ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจขนาดเล็ก (มีกำลังการผลิตใช้จักรไม่เกิน 30 คัน) เรียกว่า ผู้ประกอบการกลุ่ม C

ผู้ประกอบการกลุ่ม A

โดยผู้ประกอบการกลุ่ม A ที่มีกำลังการผลิตที่ใช้จักรในการเย็บกระเป๋าสานตั้งแต่ 100 คันขึ้นไป มีประสบการณ์ในธุรกิจกระเป๋าสานมากกว่า 20 ปี เนื่องจากเป็นโรงงานผลิตขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตมาก จึงจำเป็นต้องหาคำสั่งซื้อให้เพียงพอต่อกำลังการผลิตที่มีอยู่ โครงสร้างของบริษัทจึงแบ่งเป็นฝ่ายตามหน้าที่ความรับผิดชอบ

ผู้ประกอบการกลุ่ม A มีการผลิตสินค้ากระเป๋าสานเพื่อจำหน่ายทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ โดยที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง และรับจ้างผลิตตราสินค้าของลูกค้า แต่ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการกลุ่ม A จะเน้นเรื่องการส่งออก และการผลิตตามคำสั่งซื้อ จึงไม่ได้ทำการตลาดภายในประเทศ มีเพียงเว็บไซต์ที่ใช้แนะนำบริษัทและประเภทสินค้าที่ผลิตในช่วงที่ จีนเปิดประเทศ และเข้าร่วมเป็นสมาชิก WTO ในปี 2001 ผู้ประกอบการกลุ่ม A ได้รับผลกระทบในด้านการส่งออกสินค้ากระเป๋าสาน เพราะจีนเริ่มเข้ามามีส่วนแบ่งตลาดมากยิ่งขึ้นจนทำให้ลูกค้าต่างประเทศระงับการสั่งซื้อสินค้าจากไทย เนื่องจากสินค้าจากจีนมี ต้นทุนเฉลี่ยต่ำกว่า อีกทั้งการเกิดวิกฤตอุตสาหกรรมสิ่งทอภายในประเทศต้องปิดตัวลง ซึ่งผ้าเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต กระเป๋า จึงต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนสินค้าเพิ่ม สูงขึ้นอีก นอกเหนือจากค่าแรงที่สูงอยู่แล้ว เป็นสาเหตุให้มีการนำเข้ากระเป๋าสานจากจีนเข้ามาจำหน่ายในประเทศมากขึ้น แต่มีใช้ นำเข้าโดยผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิต แต่จากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก

ด้วยสาเหตุเหล่านี้จึงทำให้ ในช่วงปี 2002-2004 กลุ่มผู้ประกอบการ A ประสบกับปัญหากำลังการผลิตเหลือ ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงาน จึงต้องคิดหาวิธีที่จะไม่ให้กำลังการผลิตที่มีอยู่ต้องว่างลง ผู้ประกอบการในกลุ่ม A จึงเริ่มที่จะนำตราสินค้าที่ตนผลิตเพื่อการส่งออกมาผลิตและจำหน่ายในประเทศ โดยจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (ห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต) กระเป๋าที่ทำการผลิตส่วนใหญ่เป็นกระเป๋าที่ผลิตจากผ้า และหนังเทียม ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้ส่วนใหญ่นำเข้าจากจีน เนื่องจากวัตถุดิบในประเทศมีราคาสูงและขาดความหลากหลาย ทำให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนสินค้าได้อีกทางหนึ่งด้วย รูปแบบกระเป๋าที่ทำการผลิต ได้แก่ กระเป๋าเดินทาง ที่เป็นแบบมีล้อลากและแบบสะพายไหล่ กระเป๋าใส่เอกสาร กระเป๋าเป้กีฬา กระเป๋าเป้เดินป่า กระเป๋าใส่อุปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการในกลุ่ม A ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง และก็ยังคงรับผลิตสินค้าในตราสินค้าของลูกค้า ซึ่งเป็นตราสินค้าระดับโลกได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต ในด้านของการออกแบบ เทคนิคการเย็บ ตลอดจนการควบคุมคุณภาพของสินค้า ตัวอย่างเช่น บริษัททรียโซติ ลักเกจ กรุป ซึ่งรับผลิตกระเป๋าให้กับ Nike Puma Diadora เป็นต้น

ต่อมาในปี 2005-2006 ผู้ประกอบการกลุ่ม A พบว่า ตลาดภายในประเทศมีการนำเข้าสินค้าจากจีนเพิ่มสูงขึ้นมาก โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศได้มีการสั่งซื้อสินค้ากระเป๋าจากจีนในรูปแบบต่างๆ ที่เหมือนกับที่ผู้ประกอบการกลุ่ม A ผลิต จึงทำให้คำสั่งซื้อสินค้าที่เป็นตราสินค้าของผู้ประกอบการกลุ่ม A ลดลง จึงประสบปัญหากำลังการผลิตเหลืออีกครั้ง จึงทำการศึกษาหาสาเหตุและวิธีการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะรักษาสถานะตลาดภายในประเทศ สามารถสรุปถึงวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่ม A ได้ดังนี้

1) ทำการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐาน โดยนำความรู้ที่ได้จากการถ่ายทอดในการผลิตตราสินค้าระดับโลกมาใช้ในการพัฒนาแบบกระเป๋า เพื่อสร้างความแตกต่างให้ลูกค้ารับรู้ในเรื่องของคุณภาพสินค้านี้ระหว่างสินค้าไทยกับสินค้าจีน

2) มีการรับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มสินค้าพรีเมียม เช่น รับผลิตกระเป๋าคอมพิวเตอร์เพื่อให้ลูกค้าแถมไปกับเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

3) เพิ่มสายผลิตภัณฑ์จากเดิมที่เคยผลิตแต่กระเป๋าที่ทำจากผ้าและหนังเทียม เป็นการผลิตกระเป๋าที่ทำจากโฟมอัดขึ้น และไฟเบอร์ ทั้งนี้จะเป็นในกลุ่มของกระเป๋าเดินทางและกระเป๋าเป้กีฬา โดยมีการสั่งชิ้นส่วนประกอบที่ขึ้นรูปเป็นชิ้นๆ จากประเทศจีน และนำมาประกอบ

ในโรงงานไทย บางส่วนก็มีการนำเข้าเป็นสินค้า กระเป๋าสำเร็จรูปเข้ามา เนื่องจากมีราคาต้นทุนที่ถูกกว่าผลิตในโรงงานเอง

4) มีการเปลี่ยนมาใช้เครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยมากขึ้น ได้แก่ จักรไฟฟ้า จักรคอม เครื่องตอกหมุด ตอกกระดูกม เครื่องอัดขึ้นรูปกระเป๋า เครื่องพิมพ์ลายผ้าคอมพิวเตอร์ และที่สำคัญ คือ การใช้กราฟฟิคดีไซน์ในการออกแบบสินค้า ทำให้รูปทรงของกระเป๋าได้สัดส่วนมากยิ่งขึ้น

5) มีการถ่ายทอดความรู้และฝึกอบรมช่างเย็บภายในโรงงานเป็นระยะๆ และทำการทดสอบฝีมือแรงงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเลื่อนตำแหน่งหรือให้แรงจูงใจด้านรายได้ให้กับช่างเย็บ ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นที่ดีทางหนึ่งในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและลดความสูญเสียที่เกิดจากการผลิต

6) มีการเข้าร่วมงานแสดงสินค้ามากยิ่งขึ้น เพื่อเปิดช่องทางในการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากลูกค้าบางส่วนที่เคยสั่งผลิตกระเป๋าจากจีนประสบปัญหาด้านคุณภาพของสินค้า จึงหันกลับมาสั่งผลิตกระเป๋าจากโรงงานในไทยมากยิ่งขึ้นและมีแนวโน้มที่จะได้รับคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต

7) มีการขยายการบริหารงานแบบแตกย่อยออกเป็นบริษัทในเครือ เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน เช่น บริษัทแม่เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารฝ่ายการตลาด และบัญชี มีการแตกแยกบริษัทย่อยออกเป็น บริษัทรับจ้างผลิต บริษัทจัดหาสินค้าและวัตถุดิบ เป็นต้น

ผู้ประกอบการกลุ่ม B

ผู้ประกอบการกลุ่ม B มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศ และมีการส่งออกสินค้ากระเป๋าไปต่างประเทศบ้างตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ผู้ประกอบการในกลุ่ม B เป็นผู้ประกอบในธุรกิจขนาดกลาง ซึ่งมีกำลังการผลิตโดยใช้จักรตั้งแต่ 30 คันขึ้นไปในการผลิต โครงสร้างการบริหารงานมีทั้งแบบที่เป็นเจ้าของคนเดียว และที่เป็นในรูปแบบการบริหารงานแบบบริษัท

ผู้ประกอบการในกลุ่ม B ส่วนใหญ่แล้วก็มีตราสินค้าเป็นของตนเองแต่รู้จักกัน ในหมู่ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ บริษัทหิ้วเคอแซค จำหน่ายกระเป๋ายี่ห้อ Carry-All และ Staff บริษัทพรพิมล เลเธอร์ จำหน่ายกระเป๋ายี่ห้อ Fino และ Cover บริษัท เคทีเอส สเพลดิค แบ็ค จำหน่ายกระเป๋ายี่ห้อ Swiss Gear เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายยังลงทุนซื้อ ลิขสิทธิ์ ตราสินค้าระดับโลกเพื่อนำมาผลิตและวางจำหน่ายในประเทศควบคู่กับตราสินค้าของตนเองอีกด้วย ได้แก่ บริษัทหิ้วเคอแซค ซื้อลิขสิทธิ์ ลายการ์ตูนเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าที่เป็นเด็ก ในการผลิต กระเป๋านักเรียน โดยมีช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

ใหญ่ ตลาดค้าส่งภายในประเทศ การออกงานแสดงสินค้าภายในประเทศ และการจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์ ทั้งนี้ผู้ประกอบการในกลุ่ม B ก็ได้รับผลกระทบใกล้เคียงกับผู้ประกอบการในกลุ่ม A มีเพียงบางรายที่รับมือกับผลกระทบที่เกิดขึ้นไม่ทันก็ต้องเผชิญกับภาระต้นทุนที่ต้องแบกรับไว้ในช่วงที่ไม่มีคำสั่งซื้อ ส่วนผู้ประกอบการกลุ่ม B ที่อยู่รอดในธุรกิจนี้ มีการปรับตัวตามสถานการณ์ดังกล่าว ได้ดังนี้

1) ผู้ประกอบการในกลุ่ม B มีการปรับลดชั่วโมงการทำงานและลดจำนวนแรงงานในฝ่ายผลิต ในช่วงที่ไม่มีคำสั่งซื้อ (Low Season)

2) มีการพัฒนาแบบสินค้า โดยการเสาะแสวงหาวัตถุดิบใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่าง โดยแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ ได้แก่ จีน ไต้หวัน และญี่ปุ่น

3) ประเภทของสินค้าที่ทำการผลิตก็มีการเปลี่ยนแปลง โดยผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น คือ จากเดิมที่เคยผลิต กระเป๋าถือ กระเป๋าเป้ กระเป๋าใส่สตั๊ด ก็มีการพัฒนามาผลิตเป็น กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์ กระเป๋าใส่มือถือและกล่องดิจิตอล ซึ่งต้องใช้เทคนิคในการเย็บมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

4) ในเรื่องการพัฒนา เทคโนโลยีการผลิตยังมีไม่มากนัก แต่จะเน้นเรื่องการบำรุงรักษาเครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิตให้มีความพร้อมในการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ

5) การปรับลดขนาดการสั่งซื้อในปริมาณที่น้อยลง เพื่อสามารถรับคำสั่งซื้อได้เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงความคุ้มทุน

6) การรวมตัวกันเป็นกลุ่มการค้าย่อยๆ เช่น กลุ่ม ASEAN Connect ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรองเท้า เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประดับ และกระเป๋า เพื่อขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ พม่า ลาว เวียดนาม กัมพูชา เนื่องจากทราบว่าประเทศเหล่านี้ยังมีกำลังซื้อสูง รสนิยมในการใช้สินค้าเปลี่ยน ต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ และเป็นแฟชั่นมากขึ้น

7) ผู้ประกอบการในกลุ่ม B นอกจากจะนำเข้าวัตถุดิบในการผลิต จากจีนแล้ว ยังนำเข้าสินค้ากระเป๋าสำเร็จรูปจากจีน แต่จะแตกต่างจากผู้ประกอบการกลุ่ม A คือ จะนำเข้ากระเป๋าที่ทำจากผ้า และหนังเทียม ได้แก่ กระเป๋าเป้เดินป่า กระเป๋าเบเกอรี่ กระเป๋าเอกสาร กระเป๋าถือ ของมือถือ เป็นต้น เนื่องจากเมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิตในประเทศแล้วกระเป๋าที่นำเข้าจากจีนมีราคาที่ถูกกว่าผลิตเองในประเทศ อีกทั้งรูปแบบของกระเป๋ายังอิงกระแสแฟชั่น บางแบบเป็นสินค้าลอกเลียนแบบตราสินค้าชั้นนำ อีกทั้งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยังมีความใกล้เคียงกันอีกด้วย เพียงแต่ฝีมือการตัดเย็บยังไม่ปรณีตเท่าที่ควร

8) การให้ความสำคัญกับตราสินค้าของตนที่มีอยู่ โดยมีการปรับปรุงรูปแบบของสินค้าเน้นการสร้างแบรนด์ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่องทางที่มีสินค้าของตนวางจำหน่าย อีกทั้งยังร่วมออกงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

9) มีการส่งเสริมพัฒนาให้บุคลากรในองค์กรได้รับการฝึกอบรมเรื่องการออกแบบและเทรนแพชั่น ผู้ประกอบการบางรายมีการส่งเสริมให้บุตรหลานเลือกเรียนในสาขาแฟชั่นดีไซน์ เพื่อให้ได้น่ากลับมาใช้ในธุรกิจของครอบครัว ส่วนผู้ประกอบการบางรายก็ให้บุตรหลานเรียนภาษาจีนเพิ่มเติมโดยให้เหตุผลว่า ในอนาคตภาษาจีนอาจเป็นภาษาที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการติดต่อการค้า

10) ผู้ประกอบการมีการวางแผนที่จะเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจในการผลิตสินค้าอื่นจำหน่ายนอกเหนือจากกระเป๋า โดยสินค้านั้นจะต้องใช้จักรในการผลิตหรือลงทุนเครื่องจักรอื่นเพิ่ม โดยที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนมากนัก เพื่อรองรับกับสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ในอนาคต

ผู้ประกอบการกลุ่ม C

ผู้ประกอบการในกลุ่ม C เป็นผู้ประกอบการรายย่อย มีจำนวนจักรที่ใช้ในการผลิตไม่เกิน 30 คัน อีกทั้งรูปแบบการดำเนินธุรกิจยังเป็นแบบเจ้าของคนเดียว และธุรกิจครอบครัว มีการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเท่านั้น ไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ไม่มีการส่งออกไปยังต่างประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการกลุ่ม C จะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดภายในประเทศเท่านั้น ซึ่งผลกระทบที่ได้รับนี้ก็จะรุนแรงกว่าผู้ประกอบการในกลุ่ม A และ B เนื่องจากการขาดองค์ความรู้ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การทำการตลาด การดำเนินนโยบายธุรกิจ จึงทำให้ผู้ประกอบการกลุ่ม C ส่วนใหญ่ต้องปิดกิจการลง แต่มีบางรายที่อยู่รอดจากการปรับตัวดังนี้

1) ผู้ประกอบการมีการเลิกจ้างพนักงานชั่วคราว แต่เมื่อมีคำสั่งซื้อกลับเข้ามาก็รับพนักงานเพิ่มในช่วงนั้นๆ

2) มีการติดต่อกับผู้ประกอบการในกลุ่ม A และ B ในการรับคำสั่งซื้อจากทั้ง 2 กลุ่มนี้ ในกรณีที่กำลังการผลิตของทั้ง 2 กลุ่มนี้ไม่พอ หรือในกรณีที่ต้องการความเร่งด่วนในการส่งมอบให้ลูกค้า

3) มีการเพิ่มแผนกออกแบบและขึ้นตัวอย่าง เพื่อความรวดเร็วและสามารถสนองตอบกับความต้องการของลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าต้องการผลิตสินค้าเฉพาะแบบที่ตนต้องการ

4) เริ่มมีการสร้างตราสินค้าเป็นของตนเอง โดยทดลองจำหน่ายผ่านช่องทางคำสั่งภายในประเทศ

5) มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริษัท และเพื่อใช้ติดต่อลูกค้า

ตารางที่ 5.4

การเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่ม A B และ C

วิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการ	ผู้ประกอบการ		
	กลุ่ม A	กลุ่ม B	กลุ่ม C
1. ผลิตรสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐาน เพื่อสร้างความแตกต่างให้ลูกค้ารับรู้ในเรื่องของคุณภาพสินค้านี้ระหว่างสินค้าไทยกับสินค้าจีน โดยการใช้วัตถุดิบที่แตกต่าง	✓	✓	
2. เพิ่มสายผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มของกระเป๋าเดินทางและกระเป๋าเบ็กกีฬา โดยใช้วัสดุไฟเบอร์ และการเพิ่มมูลค่าสินค้าในการออกแบบกระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์ และกล้อง	✓	✓	
3. มีการรับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มสินค้าพรีเมียม	✓	✓	
4. ใช้เครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยมากขึ้น ได้แก่ จักรไฟฟ้า จักรคอม เครื่องตอกมุด ตอกกระดุม เครื่องอัดขึ้นรูปกระเป๋า เครื่องพิมพ์ลายผ้าคอมพิวเตอร์ และการใช้กราฟฟิคดีไซน์ในการออกแบบสินค้า	✓	✓	
5. เข้าร่วมงานแสดงสินค้ามากยิ่งขึ้น เพื่อเปิดช่องทางในการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ	✓	✓	
6. การขยายฐานลูกค้าในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยการรวมตัวกันเป็นกลุ่มการค้าย่อยๆ เช่น กลุ่ม ASEAN Connect	✓	✓	
7. การนำเข้ากระเป๋าสำเร็จรูปจากจีน โดยคำนึงถึงต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าผลิตเอง และมีปริมาณที่มาก	✓	✓	
8. มีการถ่ายทอดความรู้และฝึกอบรมช่างเย็บภายในโรงงานเป็นระยะๆ และทำการทดสอบฝีมือแรงงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	✓	.	
9. การขยายการบริหารงานแบบแตกย่อยออกเป็นบริษัทในเครือ เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน	✓		
10. การจัดทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริษัท และเพื่อใช้ติดต่อลูกค้า	✓	✓	✓
11. การปรับลดชั่วโมงการทำงานและลดจำนวนแรงงานในฝ่ายผลิต ในช่วงที่ไม่มีคำสั่งซื้อ (Low Season)		✓	✓

วิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการ	ผู้ประกอบการ		
	กลุ่ม A	กลุ่ม B	กลุ่ม C
12. การให้ความสำคัญกับตราสินค้าของตนที่มีอยู่ โดยมีการปรับปรุงรูปแบบของสินค้าเน้นการสร้างแบรนด์ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ		✓	✓
13. การปรับลดขนาดการสั่งซื้อในปริมาณที่น้อยลง เพื่อสามารถรับคำสั่งซื้อได้เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงความคุ้มทุน		✓	
14. ผู้ประกอบการมีการวางแผนที่จะเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจในการผลิตสินค้าอื่นจำหน่ายนอกเหนือจากกระเป๋า		✓	
15. มีการติดต่อกับผู้ประกอบการในกลุ่ม A และ B ในการรับคำสั่งซื้อจากทั้ง 2 กลุ่มนี้ ในกรณีที่กำลังการผลิตของทั้ง 2 กลุ่มนี้ไม่พอ หรือในกรณีที่ต้องการความเร่งด่วนในการส่งมอบให้ลูกค้า			✓
16. การเพิ่มแผนกออกแบบและขึ้นตัวอย่าง เพื่อความรวดเร็วและสามารถสนองตอบกับความต้องการของลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าต้องการผลิตสินค้าเฉพาะแบบที่ตนต้องการ			✓

ที่มา: จากการสรุปของผู้วิจัย

ดังนั้นจากผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋า ดังกล่าว สามารถแบ่งเป็นประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

5.2.1 ด้านการผลิตสินค้า

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบที่นำเข้ามาจากประเทศจีน เนื่องจากวัตถุดิบที่มีความหลากหลาย ผู้ประกอบการจึงพยายามที่จะหาวัตถุดิบใหม่ๆ เพื่อนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ และใช้ผลิตสินค้าสร้างความแตกต่างให้ กับสินค้าของตน มีเพียงส่วนน้อยที่ใช้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศ และมีการนำ เทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ผู้ประกอบการรายใหญ่จะได้เปรียบ เนื่องจากมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต โดยได้รับการถ่ายทอดจากผู้ว่าจ้างให้ผลิตตราสินค้าระดับโลก ได้แก่ จักรคอม พิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ลายผ้าอัตโนมัติ เครื่องอัดขึ้นรูปกระเป๋าทั้งที่เป็นโฟมอัดนูน และไฟเบอร์ นอกจากนี้ยังเป็นเทคนิคการเย็บใหม่ๆ ที่ทำให้ประหยัดเวลาในการเย็บขึ้นรูปกระเป๋าอีกด้วย ทั้งนี้ผู้ประกอบการรายใหญ่มักมีการฝึกอบรมและทดสอบฝีมือแรงงาน

เพื่อวัดระดับความสามารถในการทำงานเพื่อเลื่อนตำแหน่งหรือปรับเงินเดือน ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ดีในการทำงาน

การพัฒนาฝีมือแรงงานโดยเฉพาะ แรงงานที่ทำการออกแบบและขึ้นตัวอย่างกระเป๋ เนื่องจากสมัยก่อนผู้ประกอบการไม่ได้ให้ความสำคัญ เพราะกลัวนักออกแบบเหล่านี้แยกตัวไปเปิดกิจการขึ้นมาแข่ง กับตน แต่เมื่อต้องปรับตัวให้ทันกับสินค้าที่นำเข้าจากจีน ผู้ประกอบการจึงพยายามส่งแรงงานเข้าไปรับการฝึกอบรมเรื่องเทคนิคการออกแบบจากหน่วยงานของภาครัฐมากยิ่งขึ้น และบางรายส่งเสริมให้ทายาททางธุรกิจเข้า เรียนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยตรงจากต่างประเทศ เพราะทราบดีว่าในไทยยังขาดแรงงานฝีมือทางด้านนี้อยู่

ส่วนด้านการนำเข้า กระเป๋า สำเร็จรูป จากจีน มีทั้งผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรม กระเป๋าและผู้ประกอบในธุรกิจค้าปลีกที่มีการ นำเข้ากระเป๋าสำเร็จ รูปที่มีตราสินค้าระดับโลก และไม่มีตราสินค้า ส่วนใหญ่เป็นกระเป๋าที่ทำจากหนังเทียมและผ้า ซึ่งจีนมีต้นทุนเฉลี่ยในการผลิตต่ำกว่าของไทย ได้แก่ กระเป๋าเดินทางที่ทำจากโฟมอัดหนุนและไฟเบอร์ กระเป๋าเป้เดินป่าขนาดใหญ่ กระเป๋าเอกสาร เป็นต้น ในการนำเข้ากระเป๋าสำเร็จรูปจากจีน ผู้นำเข้าต้องประสบปัญหาคุณภาพของสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้เกิดการสูญเสียและหยุด ส่งสินค้าสำเร็จรูปดังกล่าวเข้ามาจำหน่าย แล้วหันมาเน้นผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงที่ผลิตในประเทศ และผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีการซื้อลิขสิทธิ์ ตราสินค้าระดับโลกมาจำหน่ายในประเทศ โดยเป็น ผลิตและจำหน่ายเองในประเทศ

การปรับลดจำนวนการรับคำสั่งซื้อหรือสั่งผลิต ต จากที่เคยกำหนดจำนวนการผลิตขั้นต่ำในปริมาณที่มากต่อ หนึ่งคำสั่งซื้อ ผู้ประกอบการได้ปรับลดจำนวนการผลิตขั้นต่ำลงเพื่อที่จะสามารถรับคำสั่งซื้อได้มากขึ้น แต่ในการผลิตนั้นจะต้องพิจารณาว่ากระเป๋าที่ผลิตในจำนวนน้อย นั้นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้หรือไม่ เช่น การรับผลิตกระเป๋าเอกสารขึ้นต่ำ 1,000 ใบ ราคาใบละ 200 บาท แต่ถ้ามีคำสั่งซื้อเป็นกระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์ที่มีรูปทรงคล้ายกระเป๋าเอกสาร มีจำนวนการสั่งซื้อเพียงแค่ 500 ใบ แต่ราคาใบละ 600 บาท ผู้ประกอบการที่มีการปรับตัวก็ยินดีรับคำสั่งซื้อดังกล่าว

ผู้ประกอบการซึ่งเป็นรายย่อยมีการ ปรับลดจำนวนแรงงานในฝ่ายผลิตลงเนื่องจาก คำสั่งซื้อที่ลดลง และมีการสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการรายใหญ่ในการที่จะรับช่วงการผลิต ต่อจากผู้ประกอบการรายใหญ่ ในกรณีที่ผู้ประกอบการรายใหญ่มีคำสั่งซื้อที่เร่งด่วนและเกินกำลังการผลิตที่มีอยู่ เพื่อที่จะสามารถรักษาระดับกำลังการผลิตที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงการปลดแรงงานในฝ่ายผลิต

5.2.2 ด้านการตลาด

ในการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการที่มีปัญหาเกี่ยวกับคำสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าที่ลดลง จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวในด้านการตลาด เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อได้มาซึ่งยอดขายและคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อให้มีงานป้อนเข้าสู่โรงงานผลิตกระเป๋าของ ตน โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1) มีการขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ พม่า ลาว เวียดนาม กัมพูชา เนื่องจากทราบว่าประเทศเหล่านี้ยังมีกำลังซื้อที่สูง รสนิยมในการใช้สินค้าเปลี่ยน ต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ และเป็นแฟชั่นมากขึ้น โดยการ รวมตัวกันเป็นกลุ่มการค้า ย่อยๆ คือ กลุ่ม ASEAN Connect ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรองเท้า เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประดับ และกระเป๋า

2) มีการขยายสายผลิตภัณฑ์ โดย ปรับรูปแบบของกระเป๋าให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น จากที่เคยทำกระเป๋าง่ายๆ ไม่มีเทคนิคยุ่งยากซับซ้อนในการผลิต มาผลิตกระเป๋าที่เป็นเชิงเทคนิคมากขึ้น ได้แก่ กระเป๋าคอมพิวเตอร์ กระเป๋าใส่กล้องดิจิทัล กระเป๋าใส่เลนส์กล้อง กระเป๋าขาค้างกล้อง กระเป๋าใส่ BB Guns กระเป๋ากีฬาที่เจาะจงชนิดของกีฬาที่เล่น โดยที่สำคั ญคือการอิงกับแฟชั่น ในเรื่องของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และสีของเทรนที่น่าสมัย

3) ผู้ประกอบการที่เคยรับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเพียงอย่างเดียว ก็สร้างตราสินค้าเป็นของตนเอง เพื่อรองรับกำลังการผลิตที่มีเหลืออยู่และต้องการพัฒนาตราสินค้าจนสามารถเป็นที่นิยม รับของตลาดภายในประเทศ ได้แก่ Carry-All Staff G-nail Bendola RomaPolo Swiss Gear Fino เป็นต้น นอกจากนี้มีการซื้อ License ตราสินค้าระดับโลก เพื่อทำการผลิตและเป็นตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศ พร้อมทั้งได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากเจ้าของ License ในเรื่องของเทคนิคการผลิตสินค้าอีกด้วย คือ บริษัททรีโซติล็กเกจกรุ๊ป ผู้ผลิตกระเป๋าตรา Nike Puma Diadora เป็นต้น

4) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ ทั้งในและนอกประเทศ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัท ขยายฐานลูกค้าและเป็นการพบปะพูดคุยกับลูกค้าโดยตรง โดยจะเน้นถึงการแสดงภาพลักษณ์ของสินค้าในการจัดโชว์และเป็นการทดสอบผลิตภัณฑ์ก่อนวางจำหน่ายจริงอีกด้วย

5) มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริษัทและติดต่อกับลูกค้า ซึ่งเว็บไซต์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย ลูกค้าสามารถหาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทและผลิตภัณฑ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้ากับผู้ประกอบการ

6) การวางแผนในอนาคตของผู้ประกอบการที่จะขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่สามารถใช้เครื่องจักรที่มีอยู่ในการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่กระเป๋า (ไม่สามารถบอกชื่อผลิตภัณฑ์ให้ทราบได้เนื่องจากเป็นความลับทางการค้าของผู้ประกอบการ) เพื่อรองรับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกระเป๋าของไทยซึ่งด้อยกว่าจีน

นอกจากนี้ผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายเล็ก มีการปรับโครงสร้างขององค์กร ให้เป็นสากลมากขึ้น กล่าวคือ จากที่มีการบริหารงานโดยเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียว เป็นการจัดการโครงสร้างองค์กรแบบสากล โดยแบ่งออกเป็นแผนกและฝ่ายต่างๆ ใน การบริหารงาน มีหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละส่วนงาน โดยเฉพาะฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด เช่น บริษัททิวเดอแซค ได้มีการขยายส่วนงานเพิ่มจากเดิมที่มีการบริหารงานโดยเจ้าของกิจการ เป็นการแบ่งส่วนงาน ออกเป็นฝ่ายขายและการตลาด ฝ่ายผลิต ฝ่ายบัญชี ฝ่ายออกแบบและขึ้นตัวอย่างผลิตภัณฑ์ และในแต่ละฝ่ายจะมีผู้จัดการฝ่ายคอยดูแลรับผิดชอบในส่วนงานของตนให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs เริ่มให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

5.2.3 การสนับสนุนของภาครัฐ

ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ ทางภาครัฐพยายามที่จะให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ แก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน แม้กระทั่งกรมการค้าภายใน ในการ ให้ข้อมูลข่าวสารทางการค้า การจัดอบรมสัมมนาเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ควบคู่กับเทรนแพชั่น การให้คำปรึกษาเป็นรายธุรกิจและเปิดอบรมฝีมือแรงงาน ซึ่งเหล่านี้ทางภาครัฐไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังได้รับสิทธิประโยชน์จากการเป็นสมาชิกของหน่วยงานภาครัฐในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นการแนะนำประชาสัมพันธ์ธุรกิจให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศในผู้ประกอบการที่จะสร้างตราสินค้าเป็นของตนเอง

นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายยังมีการรวมกลุ่มเข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคมภาคเอกชนต่างๆ ได้แก่ สมาคมเครื่องหนังไทย และสมาคมของชาวจีน ของชาวไทย และของต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นตัวแทนในการเจรจาและขอการสนับสนุนจากภาครัฐ และสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านทางสมาคมได้เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการต่อไป

สรุป

การนำเข้าสินค้ากระเป๋ามาจากประเทศจีน ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋าของไทย ด้านยอดขายกระเป๋าในประเทศที่ลดลง การปรับลดกำลังการผลิต และการปรับลดการจ้างงาน ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระเป๋าของไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ โดยเน้นด้านการผลิต ได้แก่ คุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ซึ่งไทยมีความได้เปรียบในเรื่องนี้ การฝึกอบรมและพัฒนาฝีมือแรงงาน การใช้เทคโนโลยีในการออกแบบสินค้า

ส่วนด้านการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการสร้างตราสินค้าของตนเองมากขึ้น เน้นกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มีรายได้สูง มีการขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศเพื่อบ้าน ขยายสายผลิตภัณฑ์โดยการผลิตกระเป๋าประเภทต่างๆ ที่ใช้เทคนิคในการเย็บมากยิ่งขึ้น มีการออกงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ยังมีการซื้อลิขสิทธิ์ ตราสินค้าระดับโลก เพื่อที่จะได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายได้ อีกทั้งในส่วนของการปรับโครงสร้างองค์กร เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารงานมากยิ่งขึ้น