

ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของไทยได้พัฒนารูปแบบต่าง ๆ ตามประโยชน์ใช้สอยและความต้องการของตลาด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความจำเป็น รสนิยมและรายได้ของผู้ซื้อที่จะเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานให้เหมาะสมกับแต่ละคน ตลาดเครื่องจักสานจำแนกอย่างกว้าง ๆ ได้เป็นตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ

ภาวะตลาดภายในประเทศ

แต่เดิมชาวชนบทผลิตเครื่องจักสานเพื่อใช้สอยและจำหน่ายในท้องถิ่น โดยทั่วไปคนไทยนิยมซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่-หวาย เพื่อประโยชน์ใช้สอย เช่น ถาด ตะกร้า กระบุง ผาชี กระซอน เป็นต้น แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนารูปแบบเครื่องจักสานโดยนำไปเป็นเครื่องประดับบ้านของข้าราชการ จึงจะเห็นได้จากแนวความคิดในการตกแต่งบ้านเรือน ร้านค้า และห้องอาหารซึ่งนิยมใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่มากขึ้น แต่ความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเหล่านี้มีไม่มากเท่าที่ควร เพราะคนไทยนิยมผลิตภัณฑ์ประเภทพลาสติก เช่น ผาชี ตะกร้า ซึ่งมีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่-หวาย

ภาวะตลาดต่างประเทศ

สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องจักสาน เป็นสินค้าออกที่สำคัญประเภทหนึ่งที่ตลาดต่างประเทศให้ความสนใจมาก หากพิจารณาจากปริมาณและมูลค่าที่ส่งออกเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 4.2) ทั้งนี้เนื่องจากตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะตลาดรวมยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกานิยมสินค้าที่ประดิษฐ์ด้วยมือ นอกจากนี้ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ และยังสามารถนำไปตกแต่งอาคารบ้านเรือนได้สวยงามไม่แพง เมื่อเปรียบเทียบกับฝีมือและระยะเวลาการผลิต แต่ก็มีปัญหาการแข่งขันในด้านราคาและปริมาณการจำหน่ายจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ฟิลิปปินส์ ฯลฯ ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ประเทศสหรัฐอเมริกาและตลาดรวมยุโรป เป็นตลาดที่ประเทศไทยส่งสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องจักสานไม้ไผ่-หวาย ไปจำหน่ายมากกว่าประเทศอื่น ๆ แนวโน้มการขจัดสินค้าประเภทนี้ของไทยเพิ่มขึ้นและมีวัตถุประสงค์การผลิตเพื่อการ

ส่งออกจำหน่ายต่างประเทศมากกว่าการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ โดยนำวัตถุดิบที่มีในประเทศมาใช้ได้เป็นประโยชน์

ถึงได้กล่าวมาแล้วว่าประเทศที่เป็นผู้ส่งสินค้าหัตถกรรมเครื่องจักสานจากประเทศไทยที่สำคัญได้แก่ตลาดรวมยุโรป และประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้นจะกล่าวถึงความต้องการสินค้าหัตถกรรมเครื่องจักสานในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศตลาดรวมยุโรป เท่านั้น

1. ความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของตลาดสหรัฐอเมริกา

พจนานุกรมอเมริกันนิยามในเรื่องการตกแต่งบ้านเรือนให้มาอยู่อาศัย ไม่ว่าจะเป็สถานที่ประเภทหอพักเมณฑหรือบ้านก็ตาม เครื่องตกแต่งที่นิยมทั้งเครื่องเรือนประเภทต่าง ๆ ภาพเขียน ต้นไม้ประดับบ้าน ตลอดจนของใช้แบบแปลก ๆ เช่น กระบุง ตะกร้า พัดใบลาน ไ้กวาด และอื่น ๆ เป็นต้น

สำหรับเครื่องจักสานประเภทกระบุง ตะกร้าได้รับความนิยมมาก เพราะสามารถใช้เป็นเครื่องประดับ เป็นของใช้หรือสำหรับเป็นที่รองรับกระถางต้นไม้ จะทำให้ห้องที่ได้รับการตกแต่งนี้ดูสวยงามเรียบร้อย ความธรรมชาติ ปัจจุบันนี้อาจกล่าวได้ว่าผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานนำมาใช้เมื่อเครื่องประดับสำหรับทุกห้องในบ้าน ไม่ว่าจะเป็นห้องรับแขก ห้องรับประทานอาหาร ห้องครัว และห้องนอน แนวโน้มเช่นนี้ยังคงมีติดต่อกันไปอีกนาน ทั้งนี้จากความคิดของนักตกแต่งบ้านที่ขยายความคิดออกมาในรูปของการจัดห้อง เพื่อเผยแพร่ตามนิตยสารการตกแต่งบ้านฉบับต่าง ๆ ซึ่งได้จัดทั้งเครื่องเรือนหวายและเครื่องจักสานให้เป็นที่พบปะในการตกแต่งบ้านอยู่มาก

ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานลักษณะใดที่ชาวอเมริกันชอบซื้อในขณะนี้หลายความเห็นผู้จำหน่ายปลื้มก็มีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่เป็นไปตามธรรมชาติ ไม่ทาสีเลย กำลังเป็นที่นิยมโดยให้เหตุผลว่าใช้เป็นที่ประดับบ้านได้ดีกว่า แต่ผู้ส่งสินค้าหัตถกรรมเครื่องจักสานเข้าประเทศสหรัฐอเมริกามีความเห็นว่าการจักสานที่ทาสีกำลังเป็นที่นิยมมากกว่า ส่วนอีกความเห็นหนึ่งได้แก่เครื่องจักสานที่ออกแบบสวยงามและเด่น (Unique, high style) ซึ่งจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมเครื่องจักสานที่มีการพันสีหรือแลกลวด โดยให้เหตุผลเพิ่มเติมว่าลูกค้าที่มาซื้อสินค้าประเภทนี้จะมาหาซื้อสินค้าหัตถกรรมที่มีแบบแปลก ๆ และเด่นเพื่อนำไปใช้ประดับตามความเหมาะสม

แม้ว่าจะมีความขัดแย้งกันอยู่บ้างในเรื่องรูปแบบลักษณะก็ตาม ทั้งผู้ส่งเข้าและผู้ขายปลื้มก็ความเห็น เช่นเดียวกันว่าผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่ใช้ประดับผาผนัง (Wall decor) ขณะนี้จำหน่ายได้มากที่สุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจำหน่ายได้มากในขณะนี้เป็นอย่างยิ่ง ๆ มีอัตรารายได้

ไม่แน่นอน ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานประเภทที่สามารถนำมาใช้ประดับผาผนังที่จำหน่ายได้คือ ไม้ไผ่ แก้ว กระจกใส ขนบั้ง ฯลฯ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์ประเภทที่โรงงานบนโต๊ะซึ่งภายหลังนำมาใช้ประดับผาผนังได้ขาย ก็สามารถจำหน่ายได้ดียิ่งขึ้น เช่นกระจกใส ไม้ ผา ขี้ ฯลฯ เป็นต้น และสินค้าที่กำลังเป็นที่สนใจของผู้ซื้อตามร้านค้ายอดคือที่ใส่กระถางต้นไม้ (Planter) และของใช้ในห้องน้ำ (bath accessories)

จากที่กล่าวมานั้นพอจะสรุปได้ว่าตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากรสนิยม อาชีพและอายุที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ที่ส่งสินค้าไปจำหน่ายตลาดสหรัฐอเมริกาจะต้องศึกษาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อเจาะตลาดของผู้ซื้อ

1.1 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน ที่ตลาดสหรัฐอเมริกาต้องการได้แก่

- 1.1.1 เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในสมัยนิยม
- 1.1.2 ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องใช้ประโยชน์ได้
- 1.1.3 ราคาพอสมควร ไม่สูงหรือต่ำจนเกินไป
- 1.1.4 ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องคิดค้ำหรือเคลื่อนย้ายได้สะดวก
- 1.1.5 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยมือ
- 1.1.6 ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีปริมาณการผลิตที่แน่นอนเพียงพอกับความต้องการ

ของตลาดและใช้วัตถุดิบธรรมชาติที่มีแหล่งผลิตที่แน่นอน

1.2 กลุ่มผู้ซื้อแบ่งตามอายุได้แก่

1.2.1 กลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 16 - 22 ปี นิยมผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ๆ ที่มีรูปแบบสวยงาม และราคาไม่แพงนัก แม้ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานระยะสั้นก็ตาม ผู้ซื้อในวัยนี้นิยมในด้านรูปแบบ สีสันสวยงามมากกว่าด้านคุณภาพ

1.2.2 กลุ่มผู้ซื้ออายุระหว่าง 22 - 30 ปี กลุ่มนี้รสนิยมเป็นผู้ใหญ่ที่ต้องการความมั่นคงในแก่ชีวิต จึงต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานได้นานและมีราคาและคุณภาพที่เหมาะสมและไม่แพงจนเกินไป

1.2.3 กลุ่มผู้ซื้ออายุ 30 ปีขึ้นไป ต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี มีรสนิยมสูง การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จะต้องทราบแหล่งผลิตและบริษัทผู้ผลิตเพื่อความมั่นใจในคุณภาพและอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ จึงไม่คำนึงว่าจะมีราคาสูง

ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องจักสานที่ประเทศสหรัฐอเมริกาสั่งเข้าจากประเทศต่าง ๆ หลายประเทศ ซึ่งเป็นเครื่องจักสานที่ผลิตจากวัตถุดิบหลายประเภท เช่น ไม้ไผ่-หวาย ปาล์ม และต้นหญ้าต่าง ๆ ถึงตารางสั่งเข้าประเทศสหรัฐอเมริกา¹

ตารางที่ 4.1

Basket and Bags

หน่วย/คอลลา

	1978	1979	1980(September)
China of People Republic	10,327,748	13,679,000	14,394,000
Philippines	10,713,769	14,045,000	13,163,000
Mexico	4,575,966	5,805,000	5,159,000
China (Taiwan)	4,449,581	4,604,000	4,639,000
Hongkong	2,460,637	3,318,000	2,944,000
Portugal	2,079,095	2,635,000	2,973,000
Haiti	2,905,994	4,045,000	2,002,000
India	145,558	229,000	208,000
Thailand	245,895	725,000	673,000
Yugoslavia	2,105,037	2,133,000	1,422,000
Rumania	284,949	586,000	423,000
Poland	1,273,095	1,187,000	966,000
Spain	231,000	249,000	157,000
Italy	1,017,385	879,000	540,000

¹ รำนานู มะสิสุวรวม "ตลาดเครื่องจักสาน" (Market Survey & Analysis sheet)
ศูนย์พาณิชย์กรรม ลอสแอนเจลิส, 2525 หน้า 1 - 2

	1978	1979	1980(September)
Korea Republic	231,208	229,000	261,000
Sri Lanka	264,715	300,000	193,000
Japan	119,251	65,000	109,000
Kenya	63,230	-	65,000
Canada	-	94,000	92,000
Peru	-	79,000	88,000
Bangladesh	-	75,000	78,000
Indonesia	-	68,000	79,000
United Kingdom	-	-	50,000
Hungary	-	-	125,000
Republic South Africa	-	-	117,000
Other	2,003,967	2,267,000	891,000
	45,515,000	57,297,000	51,028,000

จากตารางส่งสินค้าหักกรรมเครื่องจักรส่วนเข้าประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศต่าง ๆ เพิ่มขึ้นทุกปี คือปี 1978 มีมูลค่ามากกว่า 45 ล้านดอลลาร์ในปี 1979 เพิ่มขึ้นมีมูลค่ามากกว่า 57 ล้านดอลลาร์ และปี 1980 เพียงระยะ 9 เดือนแรกของปี (ม.ค. - ก.ย.) มีมูลค่ามากกว่า 51 ล้านดอลลาร์ ประมาณว่าสิ้นปีจะเพิ่มขึ้นกว่า 60 ล้านดอลลาร์

ผู้ส่งออกรายใหญ่สินค้าประเภทนี้ไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐอเมริกาคือประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศฟิลิปปินส์ตามลำดับ สำหรับประเทศฟิลิปปินส์นั้นเคยเป็นประเทศที่ส่งสินค้าเครื่องจักรส่วนเข้าประเทศสหรัฐอเมริกาที่ใหญ่ที่สุดมาก่อน(1978 - 1979) และได้เสียตำแหน่งผู้ส่งเข้าไปจำหน่ายรายใหญ่ที่สุดให้กับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในปี 1980 เพียงระยะเวลา 9 เดือนแรก ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนสามารถส่งผลิตภัณฑ์เครื่องจักรไปจำหน่าย

ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ 14,394,000 ดอลลาร์ และประเทศฟิลิปปินส์ส่งเครื่องจักรสามไป
จำหน่ายประเทศสหรัฐอเมริกาได้ 13,163,000 ดอลลาร์

ผู้ส่งเข้าไปจำหน่ายรายสำคัญรองลงไปคือ ประเทศเม็กซิโก ไต้หวัน ฮองกง
ปอร์ตุเกส อิตาลี เป็นต้น ซึ่งมีมูลค่าส่งเข้าไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมาจาก
ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและฟิลิปปินส์ ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสามที่ส่งมาจากประเทศในทวีปยุโรปนั้นมีราคาสูงมาก ดังนั้นจึงมีส่วน
แบ่งตลาด (Market Share) ไม่มากนักในตลาดสหรัฐอเมริกาสำหรับประเทศรุ่มาเนี่ยน
แม้ว่าจะมีฝีมือที่สวยงามก็ตามแต่ราคาที่สูงส่งเข้าประเทศสหรัฐอเมริกาเคยซื้ออยู่มีราคาสูงขึ้นมา
จึงทำให้ผู้ส่งเข้าประเทศสหรัฐอเมริกาออกจากประเทศอื่น คือประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
ประเทศฟิลิปปินส์ รวมทั้งประเทศไทยด้วย

ผู้ส่งออกรายใหม่ คือ ประเทศอิตาลี สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ (1978 - 1979)
ประเทศสหรัฐอเมริกาไม่ได้ส่งสินค้าทดแทนเครื่องจักรสามจากประเทศทั้งสอง แต่ปี 1980
ได้ส่งเข้ามีมูลค่า 125,000 ดอลลาร์ และ 117,000 ดอลลาร์ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากสินค้า
จากประเทศดังกล่าวมีรูปแบบสวยงามและใจวัสดุที่แตกต่างจากประเทศในเอเชีย นอกจากนี้มี
ราคาถูกลงอีกด้วย

สำหรับประเทศไทยนั้น ส่งทะกร้าไม้ไผ่-หวาย ไปจำหน่ายให้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกา
เพิ่มมากขึ้นทุกปี คือปี 1978 มีมูลค่า 245,895 ดอลลาร์เพิ่มขึ้นเป็น 725,000 ดอลลาร์ในปี
1979 และช่วงระยะเวลา 9 เดือนแรก (เดือน ม.ค. - ก.ย.) ของปี 1980 ส่งไปจำหน่าย
มีมูลค่า 673,000 ดอลลาร์ เมื่อสิ้นปี 1980 (ม.ค. - ธ.ค.) มีมูลค่าถึง 1,208,052
ดอลลาร์ จะเห็นได้ว่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบเปอร์เซ็นต์แล้วยังมีอัตราต่ำ
อยู่มาก คือประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในปี 1980 เพียง 1.3
เปอร์เซ็นต์เท่านั้น

2. ความต้องการผลิตภัณฑ์ทดแทนเครื่องจักรสามของประเทศในกลุ่มตลาดร่วมยุโรป

ตลาดต่าง ๆ ในทวีปยุโรป มีความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ แตกต่างกันไป แม้จะ
มีระยะทางไม่ไกลจากกันมากนักก็ตาม ทั้งนี้เนื่องมาจากประชาชนมีขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
และอาชีพที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ที่ส่งสินค้าไปจำหน่ายตลาดร่วมยุโรปจะต้องระมัดระวังและศึกษาสิ่ง
ที่แตกต่างดังกล่าวของแต่ละประเทศในตลาดร่วมยุโรป โดยพิจารณา ดังนี้

2.1 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน ที่ตลาดร่วมยุโรปต้องการ ได้แก่

- 2.1.1 เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความนิยม
- 2.1.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไซไซประโยชน์ได้
- 2.1.3 ราคาพอสมควร เหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์
- 2.1.4 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ติดคั้งหรือเคลื่อนย้ายได้สะดวก
- 2.1.5 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยมือ ทั้งนี้เพราะว่าประเทศในตลาดร่วมยุโรปมีค่าจ้างแรงงานสูง จึงมีการผลิตด้วยมือไม่มาก
- 2.1.6 ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีปริมาณการผลิตที่แน่นอน มีการเก็บไว้อย่างเพียงพอกับความต้องการของตลาด ใช้วัตถุดิบธรรมชาติและมีแหล่งผลิตที่แน่นอน

2.2 กลุ่มผู้ซื้อ แบ่งตามอายุ ได้แก่

- 2.2.1 กลุ่มวัยรุ่น อายุระหว่าง 16 - 22 ปี นิยมผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ๆ ที่มีรูปแบบสวยงาม ราคาไม่แพงนัก แม้ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานระยะสั้นก็ตาม ผู้ซื้อในวัยนี้นิยมในด้านรูปแบบและสีสรรที่สวยงามมากกว่าด้านคุณภาพ
- 2.2.2 กลุ่มผู้ใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 22 - 30 ปี กลุ่มนี้เป็นผู้ใหญ่ขึ้น ต้องการความมั่นคงให้แก่ชีวิต จึงต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานไ้ยาวนาน มีราคาและคุณภาพที่เหมาะสมและไม่แพงจนเกินไป
- 2.2.3 กลุ่มผู้ช้ออายุ 30 ปีขึ้นไป ต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี มีรสนิยมสูง การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จะต้องทราบแหล่งผลิตและบริษัทผู้ผลิตเพื่อความมั่นใจในคุณภาพและอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ จึงไม่สนใจราคาว่าจะสูง

ประเทศคู่แข่งของไทย

ประเทศที่ส่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักรสานไปจำหน่ายต่างประเทศที่สำคัญได้แก่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน ประเทศลาตินอเมริกา อิตาลี สเปน ญี่ปุ่น

1. ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและไต้หวัน

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและไต้หวันได้รับความนิยมมากในตลาดร่วมยุโรป ในร้านค้าปลีก ศูนย์การค้าใหญ่ ๆ ในเมืองสำคัญ จะต้องมีการจัดแสดงสินค้าหัตถกรรมเครื่องจักรสานจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและจากไต้หวัน เนื่อง

จากผลิตภัณฑ์มีราคาถูก ฝีมือปราณีต แบบเรียบ มีสีสันวรรณะชาติ มีหลายประเทศที่พยายามเลียนแบบ แต่ก็ไม่สามารถแข่งขันในด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์จากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและไต้หวัน ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก คือ เครื่องจักรสาน กระเป๋าสานทำจากหวาย เครื่องเรือนไม้ไผ่และหวาย

ดังนั้นคู่แข่งที่สำคัญของไทยคือประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งสามารถเพิ่มการจำหน่ายได้เป็นอันกำหนึ่ง ส่วนหนึ่งของความสำเร็จนอกจากกำลังการผลิตที่มีมากและค่าจ้างแรงงานถูกจึงทำให้สินค้ามีราคาถูกแล้วยังขึ้นอยู่กับข้อตกลงทางการค้าซึ่งได้กระทำเมื่อปี 1980 ภาย และปัจจุบันประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนได้มีการปรับปรุงการขนส่งสินค้าประเภทนี้ โดยสามารถส่งได้ทันกำหนดระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ ทำให้ผู้ซื้อไว้วางใจ ตั้งแต่เดิมนั้นผู้นำเข้าชาวสหรัฐอเมริกาต่างก็ประสบปัญหาในการรับมอบสินค้าจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจากการที่ร้านค้าต่าง ๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา สามารถขยายตลาดเครื่องจักรสานที่ผลิตจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน แสดงว่าปัญหาดังกล่าวได้ถูกแก้ไขให้ลุล่วงไปแล้วนั่นเอง

จากการที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีค่าจ้างแรงงานถูก ทำให้สินค้าประเภทนี้มีราคาถูกกว่าสินค้าจากประเภทอื่น ๆ แม้จะไม่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากประเทศสหรัฐอเมริกาก็ตาม ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนก็ยังเป็นผู้ส่งสินค้าประเภทนี้เข้าประเทศสหรัฐอเมริกาขายในที่สุด แต่ในปัจจุบันนี้ได้มีข้อตกลงให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่ผู้ส่งสินค้าประเภทนี้จากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเข้ามาในประเทศสหรัฐอเมริกาอีกด้วย ดังนั้นประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจึงเป็นคู่แข่งที่สำคัญ

2. ประเทศฟิลิปปินส์

ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เพราะผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจากประเทศฟิลิปปินส์ มีรูปแบบสวยงาม ฝีมือละเอียดปราณีต และมีราคาถูก จึงทำให้สินค้าเครื่องจักรสานจากประเทศฟิลิปปินส์ส่งไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศทั้งตลาดรวมยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศในทวีปเอเชีย

3. ประเทศลาตินอเมริกา

ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจากประเทศเหล่านี้มีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในตลาดรวมยุโรปไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากคุณภาพของสินค้ายังไม่ดีพอ ปริมาณการผลิตไม่แน่นอน และระยะเวลาการส่งสินค้าไม่สม่ำเสมอ จึงไม่สามารถแข่งขันกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

และประเทศฟิลิปปินส์

4. ประเทศอิตาลีและสเปน

ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจากประเทศทั้งสองมีราคาสูงขึ้นมา ทำให้ผู้สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นในประเทศสหรัฐอเมริกาไม่สามารถซื้อได้ เนื่องจากมีราคาสูงแม้ว่าจะมีรูปแบบที่สวยงามก็ตาม

5. ประเทศญี่ปุ่น

ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจากประเทศญี่ปุ่น มีแบบเรียบ สวยงาม คุณภาพดี ชาวญี่ปุ่นมีความสามารถศึกษาตลาดต่างประเทศได้เป็นอย่างดีและรวดเร็ว จึงสามารถค้นพบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานที่นำไปจำหน่ายต่อและส่งออก

ลักษณะของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานที่นำไปจำหน่ายต่อและส่งออกจำนวนมาก ได้แก่

1. เครื่องจักรสานชนิดคุณภาพไม่ดีมาก หรือราคาถูก สำหรับนำไปประดับบ้านเรือน เช่น หมวก ฝาชี ตะกร้า พัด ไช่ สุ่ม ของขำรวยและอื่น ๆ
2. เครื่องจักรสานชนิดคุณภาพดี ซึ่งนำไปใช้สวย ได้แก่ ตะกร้า กระถาง กระถัง กระฉาก ถาด จำหน่ายเป็นชุด ชุดละ 3 - 5 ใบซ้อนกัน
3. เครื่องจักรสานพื้นเพื่อใช้ตกแต่ง และเครื่องจักรสานที่ใช้สานถ้วยห้วยเส้น เป็นต้น เครื่องจักรสานชิ้นส่วนใหญ่ผลิตถ้วยห้วยและทอด้วยเครื่องจักร การส่งออกมีปริมาณน้อย เนื่องจากการทอด้วยเครื่องจักรต้องลงทุนมาก

สำหรับภาวะการค้าเครื่องจักรสานที่นำไปจำหน่ายต่อในปัจจุบัน จากการสำรวจผู้ส่งออกเครื่องจักรสานนั้น ในช่วงปลายปี 2523 และต้นปี 2524 มีภาวะตลาดซบเซา เนื่องจากได้รับการสั่งซื้อจากประเทศในแถบทวีปยุโรปน้อยลง โดยเฉพาะประเภทเครื่องจักรสานที่ผลิตด้วยมือ แต่ในขณะเดียวกันคำสั่งซื้อจากประเทศสหรัฐอเมริกากลับเพิ่มขึ้น ผู้ส่งออกให้ความเห็นถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจะมีราคาไม่สูงมากนัก แต่ต้องแข่งขันกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน ซึ่งสามารถจำหน่ายได้ในราคาถูกกว่าของประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันผู้ผลิตเครื่องจักรสานประสบกับปัญหาต้นทุนการผลิตสูง สาเหตุมาจากราคาวัตถุดิบสูงขึ้น เช่น ไม้ไผ่ หวาย และผิวหวายที่ใช้ผูกขอบเครื่องจักรสานมีราคาสูงขึ้น จึงเป็นเหตุใหญ่ซื้อในยุโรปสั่งซื้อผลิตภัณฑ์

ภัยพิบัติจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น และไต้หวัน นอกจากนี้การส่งออกยังประสบปัญหาการกีดกันการนำเข้า โดยผู้ส่งออกไม่สามารถปรับราคาให้สูงขึ้น ถ้าไม่ยินยอมนำเข้าจะหันไปซื้อจากประเทศอื่น ดังนั้นในปี 2524 สถิติการส่งออกสินค้าเกษตรกรรม เครื่องจักรสานจึงลดลง ดังตาราง

ตารางที่ 4.2

สถิติการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทเครื่องจักสานระหว่างปี 2520 - 2524

ปี	มูลค่าส่งออก (บาท)	ราคาเพิ่มขึ้นและลดลง
2520	31,728,600	-
2521	42,381,564	+ 33.57 %
2522	72,582,125	+ 71.26 %
2523	111,687,949	+ 52.88 %
2524	78,424,912	- 29.78 %

ที่มา : สถิติกรมศุลกากร

จากตาราง สถิติการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสานมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็นลำดับตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2520 - 2523 คือปี 2520 ส่งออกจำนวน 31,728,600 บาท ในปี 2521 เพิ่มขึ้นเป็น 42,381,564 บาท มีอัตราการเพิ่มขึ้น 33.57 เปอร์เซ็นต์ ปี 2522 มูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นเป็น 72,582,125 บาท มีอัตราการเพิ่มขึ้น 71.26 เปอร์เซ็นต์ และในปี 2523 มูลค่าการส่งออกเพิ่มเป็น 111,687,949 บาท ความสำคัญ ถ้าเปรียบเทียบการส่งออกระหว่างปี 2520 กับปี 2523 อัตราการเพิ่มขึ้นถึง 252.01 เปอร์เซ็นต์

แต่อย่างไรก็ตามปรากฏว่าในปี 2524 (ม.ก. - ต.ย.) มูลค่าการส่งออกลดลงเป็น 78,424,912 บาท มีอัตราการลดลงเป็น 29.78 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับปี 2523 ตลอดปี ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณการส่งออกไปยังประเทศทางแถบยุโรปและสหรัฐอเมริกาลดลง

ทั้งที่ปริมาณการสั่งเข้าเพิ่มขึ้น สาเหตุที่สำคัญที่ทำให้ปริมาณการส่งออกในปี 2524 ลดลง เนื่องจากปีนี้การเกษตรไทยผลิตได้ ทำให้ผู้ผลิตซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพหลักทางการเกษตรกรรม ผลิตเครื่องจักรสานน้อยลง จึงทำให้ปริมาณการส่งออกลดลงเพราะไม่สามารถผลิตให้เพียงพอ กับความต้องการสั่งซื้อปริมาณมากได้ทันกำหนดระยะเวลาที่ตกลงกันได้

ดังที่กล่าวมาแล้วว่าประเทศที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานที่สำคัญคือประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศตลาดรวมยุโรป ซึ่งมีมูลค่าการสั่งเข้าเพิ่มขึ้นทุกปี ดังตารางสถิติที่แสดง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3

สถิติการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานของไทยไปต่างประเทศ

(หน่วย : บาท)

ประเทศ	ปี 2520	ปี 2521	ปี 2522	ปี 2523	ปี 2524 (ม.ค.-ก.ย.)
สหรัฐอเมริกา	8,370,614	13,846,929	28,435,333	41,717,660	27,937,341
เยอรมัน	5,532,491	6,431,794	9,636,940	9,065,933	15,202,695
เกาหลีใต้	1,732	716,033	2,625,403	19,744,955	8,049,168
ฝรั่งเศส	1,488,947	2,424,782	9,283,059	11,967,731	8,731,115
อิตาลี	5,567,626	4,235,600	4,095,457	7,689,978	2,390,162
สวีเดน	760,020	904,891	506,327	158,119	2,377,983
นอร์เวย์	244,690	440,902	316,668	2,000,909	1,809,752
เนเธอร์แลนด์	3,429,990	4,226,295	3,310,160	1,625,106	1,612,126
แคนาดา	350,911	435,541	1,963,925	2,612,725	1,579,403
สหราชอาณาจักร	1,002,255	1,085,295	4,156,084	1,965,769	1,305,159
ญี่ปุ่น	1,043,992	2,521,327	1,270,371	2,673,562	1,075,495
ออสเตรเลีย	682,776	1,205,272	1,852,470	2,088,271	719,436
เดนมาร์ก	531,575	743,656	957,824	1,361,123	673,958
ประเทศอื่น ๆ	2,720,974	3,163,247	4,172,104	5,596,708	4,961,119
รวม	31,728,600	42,381,564	72,582,125	111,687,949	78,424,912

ที่มา : สถิติกรมศุลกากร

จากตาราง ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญที่สุดคือ สหรัฐอเมริกา รองลงมาคือเยอรมัน ตะวันตก เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส และอิตาลี โดยนำเข้ารวมกันถึง 80.75 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2523 และ 79.45 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2524 (ม.ค. - ก.ย.) ซึ่งนำเข้าทั้งเครื่องจักร ฐานทั่วไป และเครื่องจักรฐานที่ใช้เป็นภาระบรรจุนวมทั้งเครื่องจักรฐานเดินที่ไปคผาผนัง ตลอดจนนำเข้ารองลงมาได้แก่ประเทศ สวีเดน นอร์เวย์ เนเธอร์แลนด์ แคนาดา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เดนมาร์ก ซึ่งนำเข้ารวมกัน 14.24 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2523 และ 14.22 เปอร์เซ็นต์ในปี 2524 (ม.ค. - ก.ย.) โดยนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องจักรฐานประเภททั่วไป ทั้งที่นำไปใช้สอยและประดับตกแต่งบ้านเรือน

ราคา

เครื่องจักรฐานที่จำหน่ายปลีกมีราคาแตกต่างกันในหลายระดับราคา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ รูปแบบ ขนาดและคุณภาพ หรือฝีมือ, ถานิยม วัตถุประสงค์ ของสินค้าเป็นหลัก โดยทั่วไป ราคาเครื่องจักรฐานที่ส่งออกมีราคาตั้งแต่ 15 - 500 บาท โดยแยกได้ดังนี้

- ตะกร้า ราคาจำหน่าย 15 - 230 บาท แต่ราคาจำหน่ายได้มากที่สุดคือ 20 - 55 บาท
- ถาด ราคาจำหน่าย 3.50 - 30 บาท
- ที่ใส่ของจดหมาย หรือแจกันติดข้างฝา ราคาจำหน่าย 25 - 60 บาท
- กระจกต้นไม้ มีราคา 110 - 220 บาท
- หีบผ้า ราคาตั้งแต่ 100 - 160 บาท
- กระจเป่ามือ ราคาจำหน่าย 300 - 1,200 บาท
- สิ่งของสำหรับประดับบ้านชั้นเล็ก ราคาจำหน่าย 10 - 30 บาท
- ของชำร่วย ราคาจำหน่าย 1 - 10 บาท

ในราคาส่งออกนิยมคิดราคา F.O.B. โดยคิดเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

วิธีการชำระเงินและการสั่งซื้อ

ในการติดต่อซื้อขาย จะกำหนดวิธีการชำระเงินและการสั่งซื้อขั้นต่ำรวมทั้งระยะเวลาการส่งมอบ ซึ่งการส่งออกเครื่องจักรฐานในตลาดต่างประเทศนิยมชำระเงินโดยวิธีเปิด Letter of Credit at Sight โดยทั่วไปจะกำหนดการสั่งซื้อขั้นต่ำประมาณ 2000

เหรียญ เพราะถ้าสั่งซื้อต่ำกว่านี้จะไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง ระยะเวลาส่งมอบ 30 - 60 วัน ส่วนการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อขั้นสูงโดยทั่วไปจะไม่กำหนด

การบรรจุหีบห่อและการส่ง

เครื่องจักรสานเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักเบา แต่เสียด้านที่จำนวนมาก ดังนั้น จึงนิยมใช้การขนส่งทางเรือ ทั้งนี้จะนำเครื่องจักรสานบรรจุลงใน container โดยไม่จำเป็นต้องนำมาใส่กล่องกระดาษยกเว้นเครื่องจักรสานชิ้นเล็ก พร้อมทั้งจะทำการอบน้ำยาเครื่องจักรสานในตู้ container เพื่อป้องกันการเกิดมอดและตัวแมลง หรือบางครั้งอาจทำการอบน้ำยาก่อนแล้วจึงบรรจุเข้า container ก็ได้

การวางสินค้า

วิธีการที่ร้านค้าปลีกวางผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน คือการนำผลิตภัณฑ์มาวางไว้มาก ๆ เมื่อมองดูเดิน ๆ แล้วเหมือนกับเกะกะ ไม่เป็นระเบียบ แต่เป็นการจูงใจให้เป็นเช่นนั้น เพราะการจัดวางสินค้าแบบนี้ทำให้สามารถวางผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ได้หลายประเภทที่แตกต่างกัน และผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้โดยง่าย

ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักรสานทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ปรากฏผลดังนี้ ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นชาวนา ดังนั้นจึงไม่ได้จำหน่ายด้วยตนเอง แต่ผ่านพ่อค้าคนกลาง คือ

1. ร้านค้าประจำท้องถิ่น
ร้านค้าประจำท้องถิ่นจะรับซื้อจากผู้ผลิต จากนั้นกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังร้านค้าปลีกจักรสานทั่วประเทศไทย แม้มีปริมาณไม่มากนัก นอกจากร้านค้าผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานในกรุงเทพมหานครและชลบุรี ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายที่มีปริมาณสูง ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นชาวไทย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อเป็นจำนวนน้อยเพราะขนส่งลำบาก และจำหน่ายให้แก่ผู้ส่งออกเพื่อทำการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

2. ผู้ส่งออก

ผู้ส่งออกรับซื้อมาจากร้านค้าประจำท้องถิ่น แล้วจำหน่ายให้แก่ผู้สั่งซื้อของ

แต่ละประเทศเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ให้กับร้านค้าปลีก ประเภทร้านสรรพสินค้า และร้านขายของชำ เพื่อจำหน่ายต่อไป

ในการติดต่อซื้อขายผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน ส่วนใหญ่ลูกค้าชาวต่างประเทศจะมาติดต่อโดยตนเอง ซึ่งเป็นการสะดวกต่อการเลือกชมและสั่งซื้อ และมีการใช้แคตตาล็อกรูปภาพ ตัวอย่างและใบแสดงสินค้าส่งไปให้ลูกค้าต่างประเทศได้เลือกแบบและประเภทผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นแนวทางส่งเสริมการจำหน่ายทางหนึ่ง

แนวโน้มการขยายตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานในต่างประเทศ

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามธุรกิจผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนร้อยละ ของแนวโน้มการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน

แนวโน้มการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรสาน	จำนวน	ร้อยละ
สูงขึ้น	35	63.64
ลดลง	15	27.27
เท่าเดิม	5	9.09
รวม	55	100.00

จากตารางแนวโน้มการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานสูงขึ้น จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมาคือมีแนวโน้มลดลง จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.27 และแนวโน้มเท่าเดิม 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.09 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 55 ราย

การขยายตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทนี้ในตลาดต่างประเทศในอนาคตคาดว่าจะเพิ่มขึ้น เพราะประเภทผลิตภัณฑ์ที่ส่งไปจำหน่ายขณะนี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากขณะนี้คือผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องจักรสานทุกชนิด เฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่หวาย เครื่องตกแต่งภายในที่ผลิตจากไม้ไผ่และหวาย เป็นต้น

ประเทศไทยและประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ได้รับเชิญเข้าเป็นสมาชิก Federation for the Promotion of utility Handicraft ซึ่งมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศผู้ผลิตและประเทศผู้ซื้อให้สามารถตกลงซื้อขายกันได้โดยตรงไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง
2. ส่งเสริมการค้าและผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ โดยจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตลาดต้องการอย่างแท้จริง
3. สามารถแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ปริมาณมาก และมีความต้องการที่จะหาตลาดในประเทศผู้ซื้อ โดยนำไปเผยแพร่ให้ผู้ซื้อในตลาดยุโรปทราบ เพื่อให้การซื้อหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมมีความคล่องตัวมากขึ้น

จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในองค์การดังกล่าว จะสามารถทำให้ประเทศไทยขยายตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไปยังตลาดยุโรปเพิ่มขึ้น

การขยายตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานในประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับในอนาคตคาดว่าจะมีปริมาณเพิ่มขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากประเทศไทยนั้น ผู้ประกอบธุรกิจประเภทนี้ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปราณีต สวยงาม และมีราคาค่อนข้างแพง เพราะเป็นการผลิตด้วยมือโดยตลอด ขณะเดียวกันความสามารถในการผลิตก็มีปริมาณจำกัด ไม่สามารถขยายการผลิตได้ทันทีเมื่อมีการสั่งซื้อจำนวนมาก จึงทำให้การขยายตลาดผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในตลาดสหรัฐอเมริกามีไม่มากเท่าที่ควร ดังนั้นหากสามารถแก้ไขปัญหการผลิตและต้นทุนการผลิตให้ลดลงได้ เชื่อว่าจะสามารถขยายตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่น ๆ ได้เพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน

การให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรกับสินค้าประเภทหัตถกรรม

ปัจจุบันประเทศที่มีการพัฒนาแล้วหลายประเทศได้ให้ความช่วยเหลือด้วยการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (G.S.P. = Generalized System of Preferences) แก่สินค้าประเภทหัตถกรรม (Handicraft products) ที่ผลิตและส่งไปยังประเทศที่พัฒนาแล้ว การลดหย่อนหรือยกเว้นอากรขาเข้ามีทั้งที่จำกัดการนำเข้าและไม่จำกัดการนำเข้า สินค้าหัตถกรรมอาจผ่านขั้นตอนการผลิตที่ใช้เครื่องจักรอาจจะเป็นส่วนใหญ่หรือส่วนน้อย แต่มี

บางประเทศที่กำหนดระเบียบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่สินค้าตัดกรมเป็นการเฉพาะ
 ด้วยการยกเว้นอากรขาเข้าและปลอดโควตา โดยกำหนดวิธีการผลิตเข้มงวดมาก เน้นหนักใน
 การการประดิษฐ์ การใช้ฝีมือ และการใช้แรงงานคน จึงนับว่าเป็นโอกาสอันดียิ่งที่จะส่งเสริม
 เสริมและสนับสนุนการผลิตสินค้าตัดกรมที่ผลิตในครอบครัวด้วยฝีมือที่เป็นของคนไทย และนับ
 ว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้ส่งออกของไทย รวมทั้งประเทศที่ส่งสินค้าประเภทตัดกรมเข้าประเทศ
 ภาย

ในปัจจุบันสินค้าประเภทนี้กำลังเป็นที่กำลังเป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศ ได้รับ
 การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานราชการและเอกชนหลายฝ่าย แนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น
 ทุกปี โดยเฉพาะประเทศที่ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป มีแนวโน้มการส่งสิน
 ค้าประเภทนี้เข้าประเทศในเกณฑ์สูง ประเทศที่ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแต่ละประเทศได้
 กำหนดระเบียบเกี่ยวกับเงื่อนไขการผลิตและคำนิยามเกี่ยวกับสินค้าตัดกรมไว้อย่างชัดเจน
 ถ้าสินค้าตัดกรมที่ส่งออกผลิตได้ถูกต้องตามระเบียบหรือคำนิยามที่กำหนดไว้ จึงจัดได้ว่าเป็น
 สินค้าประเภทตัดกรม

ระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไปถือกำเนิดจากการประชุม
 เรื่องการค้าและการพัฒนาของสหประชาชาติ (United Nation Conference on
 Trade and Development) ที่ย่อว่า (UNCTAD) ซึ่งจัดขึ้นครั้งแรก ณ นครเจนีวา ปี
 2507 และครั้งที่ 2 ปี 2511 ที่กรุงเคลลี สำหรับระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร
 เริ่มถือกำเนิดจากการประชุมดังกล่าว ตั้งแต่ปี 2514 โดยกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปเป็น
 กลุ่มแรกที่ได้ใช้ระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่ประเทศที่กำลังพัฒนา ประเทศญี่ปุ่น
 เป็นประเทศที่สองที่ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่ประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ได้แก่
 ออสเตรเลีย ฟินแลนด์ นอร์เวย์ สวีเดน สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรีย นิวซีแลนด์
 แคนาดา และสหรัฐอเมริกา

การให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่สินค้าประเภทนี้ของแต่ละประเทศได้กำหนด
 รายการสินค้าและระเบียบที่แตกต่างกัน สินค้าชนิดเดียวกันอาจจะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี
 ศุลกากรจากประเทศหนึ่ง แต่อาจจะไม่ได้รับสิทธิพิเศษจากอีกประเทศหนึ่ง ปัญหาการส่ง
 ออกเกี่ยวกับการขอรับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจึงเกิดขึ้นหลายประการ ส่วนใหญ่จะเกี่ยว

กับการขอรับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจึงเกิดขึ้นหลายประการ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับเงื่อนไขการผลิตและประเภทของสินค้า เพราะยังมีสินค้าที่ลดกรรมอีกหลายประเภทที่ไม่ได้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร การแก้ไขปัญหาก็เกิดขึ้นจึงอยู่ที่การเจรจาเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่สินค้าที่ลดกรรมของประเทศต่าง ๆ และศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการผลิต การส่งออกของสินค้าที่ลดกรรมไทยจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะนอกจากจะใช้ประกอบการเจรจาขอเรียกร่องแล้ว ยังใช้เป็นข้อมูลในการส่งเสริมสินค้าประเภทนี้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศด้วย

สินค้าประเภทที่ลดกรรมกำลังได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศอย่างแพร่หลาย ดังนั้นผู้ผลิตส่วนใหญ่จึงใช้เครื่องจักร เครื่องทุ่นแรงและความรู้ทางเทคนิคสมัยใหม่ เข้าช่วยเพื่อเร่งปริมาณการผลิต (Mass Production) ให้ทันกับความต้องการของตลาด ทำให้ความหมายของสินค้าที่ลดกรรมเปลี่ยนไปจากความเข้าใจเดิมมาก เพราะสินค้าประเภทที่ลดกรรมบางประเภทในสมัยนี้ได้มีการประดิษฐ์และการใช้ช่างฝีมือน้อย ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการผลิตด้วยเครื่องจักร จนเกือบจะไม่มีศิลปะเหลืออยู่เลย ทำให้หลายประเทศจัดสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าประเภทอุตสาหกรรม และจำกัดการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรด้วยการกำหนดโควตาการนำเข้าด้วย

สำหรับบางประเทศนอกจากจะให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรกับสินค้าประเภทที่มีขบวนการผลิตบางขั้นตอนด้วย เครื่องจักรดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังได้กำหนดระเบียบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่สินค้าประเภทที่ลดกรรมเป็นการเฉพาะต่างหากจากระเบียบข้างต้นอีกด้วย ได้แก่ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ออสเตรเลีย แคนาดา ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ โดยการให้แบบยกเว้นอากรนำเข้าและไม่จำกัดปริมาณหรือโควตาการนำเข้าสินค้าที่จะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีอากรนี้จะต้องผลิตให้ถูกต้องตามเงื่อนไขและระเบียบการนำเข้าของประเทศผู้ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรซึ่งแต่ละประเทศต่างก็ได้กำหนดระเบียบปฏิบัติเงื่อนไขการผลิตและได้ให้คำนิยามตลอดจนวิธีการผลิตที่เข้มงวดมาก จึงเป็นเรื่องที่ผู้ประสงค์จะได้รับประโยชน์จะต้องศึกษาทำความเข้าใจและปฏิบัติตามอย่างถูกต้อง

ผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกสินค้าศิลปะที่ลดกรรมที่ต้องการรับสิทธิพิเศษทางการค้าจะต้องยื่นขอหนังสือรับรองว่าเป็นสินค้าศิลปะที่ลดกรรมเพื่อขอรับสิทธิพิเศษทางการค้า ตามระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการขอให้รับรองว่าเป็นสินค้าศิลปะที่ลดกรรมดังนี้

1. การแจ้งความจำนง โดย

- ผู้ประสงค์จะขอรับหนังสือรับรองติดขอรับแบบแจ้งความจำนง
ขอหนังสือรับรองตามแบบที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดก็ได้ที่ฝ่ายสิทธิประโยชน์ทางการค้า กอง
ส่งเสริมสินค้าออก กรมการค้าต่างประเทศ

2. วิธีกรอก

- กรอกแบบแจ้งความจำนงเป็นภาษาไทยให้ถูกต้องครบถ้วนพร้อม
กับเซ็นชื่อประทับตรา (ถ้ามี) ให้เรียบร้อย

กรอกแบบฟอร์มหนังสือรับรอง เป็นภาษาอังกฤษให้ชัดเจนถูกต้อง
ตามเอกสารที่แนบทุกประการ โดยระวังไม่ให้มีรอยลบหรือยับ

3. การยื่นแบบแจ้งความจำนง และแบบฟอร์มหนังสือรับรอง

ผู้ประสงค์จะส่งสินค้าออกต้องยื่นแบบแจ้งความจำนง พร้อมสำเนา
อินวอยซ์และแบบฟอร์มหนังสือรับรองที่กรอกเรียบร้อยแล้วต่อเจ้าหน้าที่ก่อนส่งสินค้าไปต่างประเทศ
ไม่น้อยกว่า 3 วัน

4. เอกสารประกอบการยื่นขอหนังสือรับรองประกอบด้วยสำเนาอินวอยซ์

- สำเนาคำขออนุญาตส่งสินค้าไปนอกราชอาณาจักร (สำหรับสินค้าที่ควบคุม)
 - หนังสือรับรองเงื่อนไขการผลิต
 - เอกสารอื่น ๆ ที่จำเป็นเกี่ยวกับการผลิตและวัตถุดิบที่ใช้
- กรณีผู้ประสงค์จะขอรับหนังสือไม่สามารถยื่นอินวอยซ์ได้ก่อนโลมิให้ใช้

เอกสารอื่นแทนกันได้ เช่น Pro-Forma Invoice หรือ Letter of Credit หรือ
สำเนาโทรเลขสั่งซื้อตามแต่จะสะดวก

5. การรับหนังสือรับรอง

เมื่อได้ดำเนินการส่งสินค้าไปต่างประเทศเรียบร้อยแล้วให้ผู้ส่ง
ออกนำหลักฐานการส่งออกไปยื่นต่อเจ้าหน้าที่เพื่อขอรับหนังสือรับรองได้

6. การขอแก้ไข ยกเลิก หรือขอใหม่แทนที่หาย ให้ทำเป็นหนังสือ

แจ้งความจำนงพร้อมเหตุผล

7. การส่งมอบ ถ้ามิใช่การส่งตรงไปประเทศที่นำเข้า คือส่งผ่านประเทศอื่น ให้ระบุใน Bill of Lading ด้วย

8. ผู้ที่ได้รับมอบอำนาจให้คัดค้ายื่นแบบแจ้งความจำนง และขอรับหนังสือ ควร มีความรู้ที่จะเขียนจดหมายชี้แจงอย่างง่าย ๆ

ปัญหาการใช้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรของสินค้าประเภทหัตถกรรมไทย

ปัญหาเกิดขึ้นกับการใช้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรของสินค้าหัตถกรรมไทยพอสรุปเป็น ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ปัญหาเรื่องการผลิตสินค้าประเภทหัตถกรรม

ขบวนการผลิตสินค้าหัตถกรรมหลายประเภทที่ผลิตจากประเทศไทย เพื่อส่ง ไปยังประเทศที่ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรไม่เข้าชายที่จะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร เป็นเพราะว่าขบวนการผลิตยังไม่ถูกต้องตามเงื่อนไขที่ประเทศเหล่านั้นกำหนดไว้ สินค้าหัตถ- กรรมที่ควรจะได้รับยกเว้นอากรนำเข้าจะต้องเป็นสินค้าที่ผลิตด้วยมือหรือผลิตถูกต้องตาม ระเบียบว่าด้วยหัตถกรรมของแต่ละประเทศ การพิจารณาการใช้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร แก่สินค้าแต่ละครั้งประเทศที่นำเข้าต้องตรวจสอบขั้นตอนการผลิตอย่างละเอียด หากสินค้าใด มีขั้นตอนการผลิตไม่ครบถ้วน หรือไม่ปฏิบัติตามระเบียบ จะไม่ได้รับการยกเว้นอากรนำเข้า

2. ปัญหาเรื่องการจัดชนิดของสินค้าเป็นสินค้าประเภทหัตถกรรม

มีสินค้าหลายชนิดที่ผลิตด้วยมือ และบางประเทศผู้ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุล- การกรยังไม่ได้จัดเข้าไว้ในบัญชีสินค้าประเภทหัตถกรรม เช่น เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจัก- สานที่ส่งไปยังประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เนื่องจากประเทศผู้ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรไม่ ทราบถึงวิธีการประดิษฐ์ที่แท้จริง ทำให้ผู้ส่งออกสินค้าประเภทนี้เสียประโยชน์ โดยเฉพาะ กรณีสินค้าหัตถกรรมซึ่งได้รับการยกเว้นอากรนำเข้ามิใช่เป็นการลดหย่อนอากรเมื่อไม่ได้รับ สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ทำให้ต้องเสียอากรนำเข้าในอัตราปกติ

3. ปัญหาเรื่องโควตานำเข้าที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร

ทุก ๆ ปีประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศ โดยเฉพาะประชาคมเศรษฐกิจ ยุโรปจะกำหนดโควตาการนำเข้าประเทศสมาชิกสำหรับสินค้าหัตถกรรมที่ได้รับสิทธิพิเศษทาง ภาษีศุลกากรโดยยกเว้นอากรนำเข้าเมื่อใดที่มีการนำเข้าเต็มตามโควตา ก็จะเรียกเก็บอากร นำเข้าตามอัตราปกติทันที

การแก้ไข้ปัญหา

1. ศึกษาและวิจัยสินค้าประเภทหัตถกรรมแต่ละชนิดที่ส่งออก โดยเน้นหนักในสินค้าที่ได้รับสิทธิประโยชน์ และศึกษาถึงระเบียบเงื่อนไขของการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่สินค้าหัตถกรรมของแต่ละประเทศ

2. เผยแพร่ระเบียบของผู้ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ข่าวสารความเคลื่อนไหวและคำแนะนำแก่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกให้ทราบถึงเงื่อนไขการผลิต เพื่อนำไปปรับปรุงการผลิตให้เป็นไปตามเงื่อนไข ในกรณีที่ผู้ผลิตไม่สามารถปรับปรุงแก้ไข้ปัญหาการผลิตให้เข้าตามเงื่อนไขขอกำหนดทางราชการช่วยเจรจากับประเทศที่นำเข้านั้น ๆ เพื่อพิจารณาหาทางแก้ไข้ตามความเหมาะสมต่อไป

ประโยชน์ที่ประเทศไทยได้รับจากการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร

สินค้าหัตถกรรมไทยเป็นสินค้าออกที่มีความสำคัญประเภทหนึ่งที่ตลาดต่างประเทศให้ความสนใจมาก หากพิจารณาจากการส่งออกจะเห็นว่าเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกาและตลาดรวมยุโรป นิยมสินค้าที่ประดิษฐ์ด้วยมือ ประกอบกับแนวโน้มการผลิตสินค้าประเภทนี้ของไทยเพิ่มขึ้นเพราะส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในประเทศ ประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศที่ให้ความสนใจในสินค้าประเภทนี้ และได้ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่ผู้ผลิต ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ผลิตและผู้ส่งออกเพราะจะช่วยลดต้นทุนทางการตลาด ทำให้มีราคาถูกลง และสามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ จากสิ่งนี้ที่เอื้ออำนวยทั้งทางการผลิตและการส่งออก ถ้าได้มีการส่งเสริมกันอย่างจริงจัง สินค้าประเภทนี้จะมีอนาคตที่แจ่มใสในการส่งออก