

A STUDY OF COMPARATIVE ADVANTAGE OF THAI LEATHER INDUSTRY'S EXPORT WITH CHINA AND ITALY

Phisek Posit^{1*}, Kampanat Pensupar², Jessada Punyasorn¹, Kawkiat Wiriyakitpattana¹,
Sa-nguansak Phesat sa-nguan¹, Kodchaporn Noramart¹

¹Graduate School of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

²Faculty of Economics Kasetsart University, Bangkok 10900, Thailand

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the Comparative Advantage of the exporting of Thai leather to the world and to compare with major competitors such China and Italy and to analyze the position of Thai Leather export and its competitiveness. The BCG matrix and RCA index were used as the analytical tools. Furthermore, in-depth interview was also used.

The study results revealed that during 2002 - 2006, the highest RCA index were Italy follow by Thailand and China respectively. During 2003 to 2006, the BCG matrix showed that the position of Thailand leather export changed from Star to cash cow. This presented the decreasing position of Thai leather export in the world market, showed that Thailand had more advantages on some factors conditions such more experiences and neat products including better infrastructure. On the other hands, China and Italy had more advantages on raw material factor conditions, innovations and applied new technology. To Strengthening Thai leather export is not only improving competitiveness by private sector but also the facilities from government sector.

Keywords: Comparative advantage, exporting, leather industry

*Corresponding author: E-mail address: pisckmoo@hotmail.com

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมฟอกหนัง ของประเทศไทย กับประเทศจีน และประเทศอิตาลี

ภิเชก โฟพิศ¹, กัมปนาท เพ็ญสุภา², เจษฎา ปัญญาคร¹, ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา¹,
สงวนศักดิ์ เกษัชสงวน¹, กขพร นรมาศย์¹

¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

²คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ 10900, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมฟอกหนังของประเทศไทยไปยังตลาดโลกและเปรียบเทียบความได้เปรียบของประเทศไทยกับ ประเทศจีนและประเทศอิตาลี นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาตำแหน่งของอุตสาหกรรมฟอกหนังประเทศไทยโดยประยุกต์แบบจำลอง BCG และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และแนวคิด SWOT โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ประกอบการฟอกหนัง ประกอบกับข้อมูลทุติยภูมิที่ทำการรวบรวมได้

ผลการวิจัยความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมฟอกหนัง ระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2549 ในตลาดโลก พบว่าประเทศอิตาลีมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงสุด รองลงมาได้แก่ประเทศไทย และประเทศจีนตามลำดับ ในปี พ.ศ. 2546 และปี พ.ศ. 2549 ตำแหน่งอุตสาหกรรมฟอกหนังประเทศไทยเคลื่อนจาก Star มาเป็น Cash cow การวิเคราะห์ในครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม ฟอกหนังประเทศไทยได้แก่ ปัจจัยการผลิต, ประสิทธิภาพ, ความปรารถนาและระบบสาธารณูปโภค ที่มีศักยภาพ ในทางกลับกันประเทศไทยมีความเสียเปรียบเชิงแข่งขันกับ ประเทศจีนและประเทศอิตาลี ในด้าน ปัจจัยการผลิตในส่วนวัตถุดิบและนวัตกรรม เทคโนโลยี ที่ไม่พอเพียงและล่าสมัย อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ไม่มีการเชื่อมโยงกัน ภาคธุรกิจแต่เพียงฝ่ายเดียวไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ รัฐบาลควรเข้ามามีส่วนร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อสนับสนุน การผลิตในภาอุตสาหกรรมฟอกหนังแข่งขันในตลาดโลกได้

คำสำคัญ: ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ, การส่งออก, อุตสาหกรรมฟอกหนัง

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม และเป็นประเทศที่อยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ที่มีรายได้เข้าประเทศส่วนใหญ่มาจากการส่งออกสินค้าที่ส่งออกมีภาคเกษตรกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจ โดยมีการส่งออกข้าวติดอันดับหนึ่งในห้าผู้ส่งออกข้าวสูงสุด แม้ว่าประเทศไทยพยายามที่จะแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร เพื่อให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น โดยการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และผลิตสินค้าอุตสาหกรรมหนักเพิ่มขึ้น

อุตสาหกรรมฟอกหนังถือเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมผลิตเนื้อโค กระบือ แกะและแพะ ผลพลอยได้จากการฆ่าสัตว์เพื่อมาบริโภคจะได้ กระดูกสัตว์ และหนังสัตว์ กระดูกได้ถูกนำไปทำเป็นเจลาติน หนังสัตว์ได้ถูกนำมาผลิตเป็นเครื่องหนังซึ่งรวมถึง เฟอร์นิเจอร์หนัง รองเท้าหนังกระเป๋าหนัง และเสื้อหนัง เครื่องหนังเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้ามูลค่าเพิ่มที่ประเทศไทยได้ผลิตออกขายไปยังต่างประเทศ อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าได้มีมูลค่าการส่งออก เป็นจำนวนมหาศาล (Food and agriculture

organization of the United Nations, 2006)

อุตสาหกรรมฟอกหนังจัดเป็นอุตสาหกรรมคั้นน้ำ และกลางน้ำต่ออุตสาหกรรมต่อเนื่อง ทั้งรองเท้าหนัง, เครื่องใช้กระเป๋าเดินทางหนังและเครื่องใช้เข็มขัดหนัง ซึ่งมีการใช้วัตถุดิบที่เป็นหนังโค กระบือสดทั้งจากภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ แล้วนำมาผลิตเป็นหนังฟอกและตกแต่งสี โดยการนำหนังหลังตกแต่งสีแบบและชนิดต่าง ๆ แล้วนำมาผลิตเป็นเครื่องหนังหลากหลายประเภท เช่น กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าถือ กระเป๋าใส่ธนบัตร รองเท้า เข็มขัด ถุงมือหนัง เครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น โดยหนังสัตว์ที่นำมาเป็นวัตถุดิบนี้ ประมาณร้อยละ 90 เป็นหนังโคและกระบือ แต่หนังคืบและหนังฟอกที่ใช้เป็นวัตถุดิบประมาณร้อยละ 80 ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะโคและกระบือภายในประเทศเป็นโคและกระบือพันธุ์พื้นเมืองเขตร้อนที่มีขนาดเล็กหนังบาง และเป็นการเลี้ยงแบบปล่อยตามธรรมชาติและการเลี้ยงเพื่อใช้งานในไร่นา ไม่ได้เลี้ยงเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าทำให้หนังมีรอยตำหนิจากการเป็นโรคแมลงกัดและรอยขีดข่วนจากสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งการชำแหละที่ไม่ถูกวิธีและกระบวนการเก็บรักษาหนังเค็มไม่ดีตามมาตรฐานจึงต้องนำเข้าหนังคืบและหนังฟอกจากต่างประเทศด้วยเหมือนกัน

มูลค่าการส่งออกเครื่องหนังในตลาดโลกนั้นในปี ค.ศ. 2004 มูลค่าตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังสำหรับเดินทางและกระเป๋าหนัง และรองเท้าหนัง โดยประเทศจีนเป็นผู้นำการส่งออกมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมากที่สุด ในทุกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังเป็นเวลาหลายปี (Export (&1,000) 115,393,969 (ส่วนแบ่งตลาด 21.68%) อิตาลี (Export (&1,000) 93,321,541 (ส่วนแบ่งตลาด 17.53%) สหรัฐอเมริกา (Export (&1,000) 24,732,806 (ส่วนแบ่งตลาด 4.65%) สเปน (Export (&1,000) 21,294,142 (ส่วนแบ่งตลาด 4%) บราซิล (Export (&1,000) 17,852,078 (ส่วนแบ่งตลาด 3.35%) (www.intracen.org/tradstat cited in Shafaei & Shahriari, 2009) ส่วนประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดส่งออกเครื่องหนังสำหรับเดินทางและกระเป๋าหนัง และรองเท้าหนังโลกร้อยละ 0.8 และ 1.7 ตามลำดับ (International Trade Centre, 2006) ซึ่งในปี พ.ศ. 2552

มูลค่าการส่งออก 15.15 ร้อยล้านบาท ปี 2551 18.21 ร้อยล้านบาทและ ปี 2005 58.61 ร้อยล้านบาท แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องหนังที่ลดลง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553) ทั้งนี้หากประเทศจีนชะลอตัวลง น่าจะเป็นโอกาสให้ประเทศคู่แข่งรวมทั้งประเทศไทยสามารถทำตลาดส่งออกได้มากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์เครื่องหนังส่งออกที่สำคัญและมีมูลค่าการส่งออกมากของทั้งประเทศจีนและประเทศไทย ได้แก่ รองเท้าหนัง และเครื่องหนังสำหรับการเดินทางและกระเป๋าหนัง ส่งออกตลาดหลักประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และประเทศญี่ปุ่น กลุ่มเดียวกับตลาดประเทศไทย ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังสองประเภทนี้มีมูลค่าการส่งออก และมีความต้องการในตลาดโลกมากกว่าผลิตภัณฑ์เครื่องหนังประเภทอื่น ๆ

การเข้าสู่การแข่งขันของอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทยไปสู่ตลาดโลกนั้น ต้องทำการศึกษาว่าสถานการณ์แนวโน้มของโลกว่าเป็นไปในทิศทางใด พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่ออุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทย ว่า อุตสาหกรรมฟอกหนัง ตกอยู่ในภาวะที่ถูกบีบจากประเทศที่มีต้นทุนแรงงานราคาถูก และประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีที่เหนือกว่า รวมทั้ง คิดอยู่ในกับดักที่ต้องการเติบโตแต่ได้กำไรน้อยลงจนเกือบไม่มีกำไร ซึ่งตรงกับรายงานสัมมนาวิชาการประจำปี พ.ศ. 2545 ของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เรื่องทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากล เพื่อเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์ว่า ต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่า (More for less) เป็นการลงทุนที่ได้มูลค่าตอบแทนเพิ่มมากกว่า (More for more value) ภายใต้อาณัติความร่วมมือในทุกระดับ

จากที่กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ กล่าวคือ ข้อมูลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ สามารถนำมาวางแผนพัฒนาเสริมสมรรถนะในการแข่งขันของอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทยให้สามารถประกอบแข่งขันกับคู่แข่งต่างประเทศได้ และสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาเพื่อเปิดเสรีทางการค้า เสริมสร้างความสามารถ

ในการตลาดและภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทยได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่ค้าที่ประเทศไทยได้เปิดเสรีการค้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

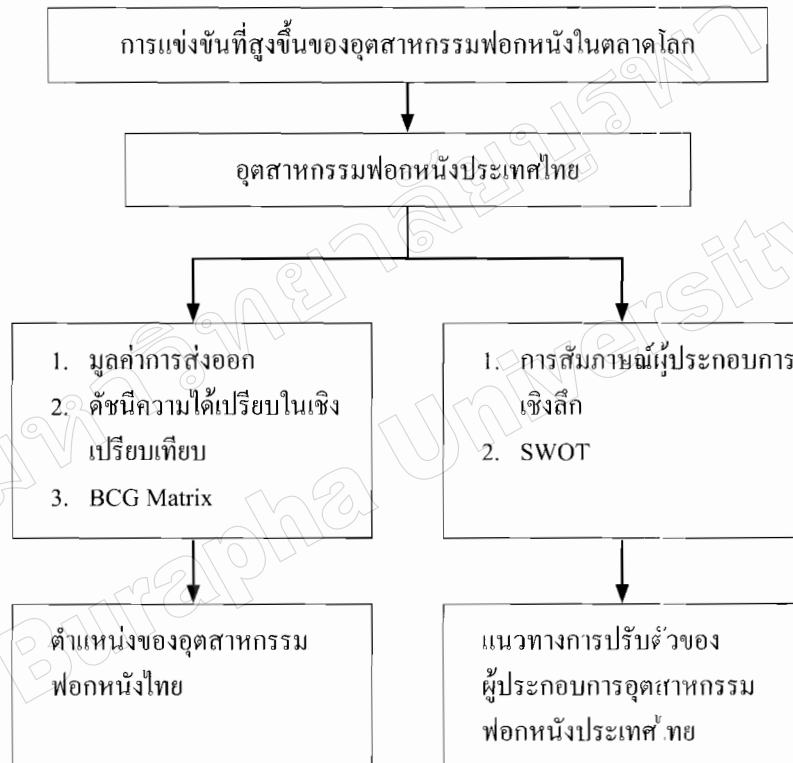
1. เพื่อศึกษา สถานการณ์ของอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทย และมูลค่าการส่งออกหนังสำเร็จรูปของอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการส่งออกของอุตสาหกรรมฟอกหนังประเทศไทย โดยเปรียบเทียบกับประเทศจีน และประเทศอิตาลี

3. เพื่อศึกษาดำเนินการที่ตั้งของสินค้าหนังสำเร็จรูปอุตสาหกรรมฟอกหนังประเทศไทย

4. เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมฟอกหนังประเทศไทยในตลาดโลก

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



การสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

อุตสาหกรรมที่มีต้นทุนคงที่สูง นอกจากความชำนาญแล้ว ความประหยัดจากขนาด (Economy of scale) หรือการขายผลผลิต ยิ่งผลิตมากต้นทุนยิ่งต่ำลง หรือการขายการผลิต ยิ่งผลิตมากต้นทุนยิ่งต่ำลง ผลกระทบจากการเรียนรู้ Learning effect ต้นทุนที่ต่ำลงเกิดจากการชำนาญจากการทำบ่อย ๆ ครั้ง แต่มากไปกว่านั้น จากทฤษฎีความได้เปรียบระดับชาติ โดย Porter (1992) กล่าวว่า ปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบระดับชาติ ขึ้นอยู่กับ 4 ปัจจัย

หลัก (Diamond theory)

1. ปัจจัยการผลิตที่มีในประเทศนั้น ๆ (Factor endowment) ความได้เปรียบในการผลดั่งที่ แสกเกอร์ และ โอลิน

2. ความต้องการซื้อที่มีอยู่ในประเทศนั้น ๆ สภาพแวดล้อมที่สร้างเงื่อนไขในด้านความต้องการหรือการสร้างความต้องการให้เกิดขึ้นในประเทศ (Demand conditions) จึงทำให้มีการพัฒนาสินค้าให้มีมาตรฐานสูงกว่าปกติ จึงเกิดความได้เปรียบ

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related and supporting industries)

4. สภาพโครงสร้างองค์กรและคู่แข่ง และกลยุทธ์ขององค์กรนั้น

จิตติยา สุขสมบุรณ์ (2545) ได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของเทคโนโลยีเพื่อการผลิตในอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยพบว่า ที่ผ่านมามีการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยที่ผ่านมามีส่วนใหญ่มากจากปัจจัยทุนและแรงงาน มากกว่าปัจจัยทางเทคโนโลยี ปัญหาที่การพัฒนาไม่ได้มาจากด้านเทคโนโลยีเพราะ หน่วยธุรกิจไม่สามารถจัดงบประมาณได้มากพอ ค่าใช้จ่ายในการนำเทคโนโลยีเพื่อการผลิตสูงมาก ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงโดยเฉพาะด้านเครื่องจักรใหม่ที่มีนวัตกรรมใหม่มีราคาแพง ประกอบกับค่าบำรุงรักษาสูง เครื่องจักรที่มีอยู่ล้าสมัย ทำให้ไม่สามารถเพิ่มความประหยัดต่อหน่วยได้ หน่วยธุรกิจมีความเห็นว่า หน่วยธุรกิจเป็นผู้แก้ไขปัญหาเพียงผู้เดียว รัฐบาลควรเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคเหล่านี้ ควบคู่กับการร่วมมือพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการผลิตในภาคอุตสาหกรรมส่งออกเพื่อให้มีมาตรฐาน และสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้

Shafaei (2009, cited in Shafaei & Shahriari, 2009) ได้ทำการศึกษาแนวคิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันโดยประยุกต์แนวคิดของ Porter (2002) และมีการเพิ่มเติมนิยามการพิจารณาถึงด้านรัฐบาลเป็นปัจจัยภายนอกด้วย แต่อย่างไรก็ดี ปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาคือ ความต้องการของลูกค้า Jason et al. (2006) ได้ศึกษาทัศนคติของลูกค้าต่อธุรกิจร้านขายของชำในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ธุรกิจจะดำเนินการได้อย่างมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันนั้น ความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในการแข่งขันด้านราคาและการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง สอดคล้องกับ Huber et al. (2001) ที่ระบุว่า ความสามารถเชิงการแข่งขันขึ้นอยู่กับคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือการบริการในสายตาของลูกค้า โดยเป็นความสัมพันธ์ระหว่างกำไร ต้นทุน ที่เกิดจากการรับรู้ของลูกค้า การบริโภค และความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่ง Knight (1999) ได้ทำการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้าที่ผลิตในประเทศและต่างประเทศ

ผลการศึกษา พบว่า ประเทศผู้ผลิต และ ปัจจัยด้านตัวสินค้าที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ อย่างไรก็ดี งานวิจัยของ Knight (1999) ยังค้นพบอีกว่า ลูกค้าจะนิยมสินค้าที่ผลิตในประเทศของตนมากกว่าสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ แต่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าต่างประเทศก็ต่อเมื่อสินค้านั้นมีคุณภาพและมาตรฐานสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศ

ในการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของสินค้าที่ผลิตและส่งออกในแต่ละประเทศนั้น ดัชนีความได้เปรียบโดยการเปรียบเทียบ (Revealed Competitive Advantage หรือ RCA) เป็นตัววัดที่ได้รับความนิยม (Ferto & Hubbard, 2001; Havrila & Gunawardana, 2003; Shafacddin, 2004; Valibeig, 2003)

$$RCA_{ij} = (x_{ij} / x_{it}) / (x_{wj} / x_{wt})$$

RCA = Revealed Competitive Advantage index of Industry j of country i

x_{ij} = The exports of Industry j of country i

x_{it} = The total export value of country i

x_{wj} = The global world exports of industry j

x_{wt} = The total world exports

จากสูตร คือ การนำตัวเลขการส่งออกของผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งหารด้วย ตัวเลขการส่งออกของประเทศนั้น ๆ เปรียบเทียบกับตัวเลขการส่งออกของโลกสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งหารด้วยตัวเลขของการส่งออกทั้งหมดในการคำนวณค่า RCA เกิน 1 แสดงว่าประเทศนั้น ๆ มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน แต่ถ้า ค่า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้น ๆ ไม่มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Valibeig, 2003)

วิธีดำเนินการวิจัย

เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) มาจากเอกสาร ข้อมูลทางสถิติและงานวิจัยต่างๆ ซึ่งได้จัดทำและรวบรวมไว้โดยหน่วยงานราชการต่าง ๆ และหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง

1. ลักษณะโครงสร้างของอุตสาหกรรมและ

ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมฟอกหนัง ได้ทำการรวบรวม จาก กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กรมศุลกากร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมปศุสัตว์ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงาน ประกันสังคม องค์การอาหารโลก (FAO)

2. ข้อมูลการนำเข้าและส่งออกของประเทศไทย, จีน และอิตาลี จาก องค์การการค้าโลก อินเทอร์เน็ต อินเตอร์เนชันแนลเทรดเซ็นเตอร์ (International trade centre)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของมูลค่าสินค้าส่งออกหนังสำเร็จรูป HS 4104 - 4109 ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2549 ระหว่าง 3 ประเทศ ดังต่อไปนี้ ประเทศไทย, ประเทศจีน และประเทศอิตาลี และพบว่า ประเทศอิตาลีมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) มูลค่าสินค้าหนังสำเร็จรูปสูงที่สุด ประเทศไทยได้รองลงมา และประเทศจีนมีค่าดัชนี RCA ต่ำสุด มีค่า 5.23 - 5.41, 1.35 - 1.53 และ 0.96 - 1.12 ตามลำดับ ประเทศอิตาลีและประเทศไทยมีแนวโน้มที่ส่วนแบ่งการตลาดลดลงส่วนประเทศจีนมีแนวโน้มที่ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น แม้ว่าประเทศอิตาลีจะมีสัดส่วนร้อยละส่วนแบ่งการตลาด ลดลงแต่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น เป็นการชี้ให้เห็นว่า ประเทศอิตาลี ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและราคาขายสูง ไม่เหมือนประเทศไทยที่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและราคาขายไม่สูง เพราะมูลค่าสัดส่วนร้อยละส่วนแบ่งการตลาด ลดลงและมีมูลค่าการส่งออก ลดลงไปในทิศทางเดียวกัน โดยประเทศจีนมีค่าสัดส่วนร้อยละส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นพร้อมกับมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มตามไปด้วย จึงไม่สามารถบอกได้ชัดเจนว่าประเทศจีนผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและราคาขายไม่สูง ในตลาดที่เปิดเสรี ประเทศใดที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่สูงกว่าจะทำให้ประเทศนั้น มีความได้เปรียบไม่ว่า มาจากปัจจัยใดก็ตามจาก โคมอนดิมเดล หากส่งสินค้าที่มีความได้เปรียบไปขายในตลาดโลก

หากนำค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในมูลค่าการส่งออกสินค้าหนังสำเร็จรูปของประเทศ ทั้งสามประเทศออกสู่ตลาดโลก, อัตราการเติบโตของมูลค่า

การส่งออก หนังสำเร็จรูป HS 4104 - 4109 และ มูลค่าการส่งออกหนังสำเร็จรูป HS 4104 - 4109 ของประเทศนั้น ๆ มาสร้างเป็น BCG เมทริกซ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2549 และ ปี พ.ศ. 2546 พบว่า ตำแหน่งความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย เคลื่อนลงจากดาว (Star) ตกมาอยู่ในส่วนของวัวนม (Cash cow) สามารถบอกได้ว่าอัตราการเติบโตของมูลค่าส่งออกหนังสำเร็จรูปของประเทศไทยได้ลดลงอย่างรุนแรงและ ดัชนี RCA มีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ แต่ประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้าหนังสำเร็จรูปอยู่ ดังนั้น ประเทศไทยควรปรับตัวไม่ว่าวิธีใดก็ตาม เพื่อให้อุตสาหกรรมฟอกหนังของประเทศไทยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการผลิตสินค้าหนังสำเร็จรูปในการแข่งขันให้สูงขึ้น มิฉะนั้น ตำแหน่งความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย อาจเคลื่อนจาก วัวนมไปเป็นสุนัข (Dog) ได้ตำแหน่งความสามารถในการแข่งขันของประเทศอิตาลี ยังคงรักษาอยู่ในส่วนของวัวนม (Cash cow) เช่นเดิม สามารถอธิบายได้ว่า ประเทศอิตาลี ยังคงรักษา ตำแหน่งความสามารถในการแข่งขันของประเทศอิตาลีไว้ได้โดยอาจมีจุดแข็งบางประการที่ทำให้ประเทศอิตาลียังคงรักษา ค่าดัชนี RCA ให้ เปลี่ยนแปลงจากเดิมเพียงเล็กน้อย ตำแหน่งความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ยังคงอยู่ในส่วนของดาวแต่อัตราการเติบโตลดลง และเห็นได้ว่าประเทศบราซิล, ประเทศอูรุกวัยและประเทศเวียดนามได้ มีอัตราการเติบโตของยอดขายสินค้าหนังสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นมาอย่างมากถึงอย่างรุนแรง มาแทนที่ ดูเหมือนว่าประเทศจีนประสบปัญหาด้านความสามารถในการแข่งขันลดลงหรือเหมือนกับประเทศอื่น ๆ แล้วเพราะค่าดัชนี RCA เท่ากับ 1 ซึ่งจากการรายงานข่าวที่ออกมาจากประเทศจีนว่า ปัจจุบันธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมฟอกหนัง ที่ใช้แรงงานราคาถูกไม่เป็นที่ต้องการของทางรัฐบาลประเทศจีน เพราะก่อให้เกิดมลภาวะทางน้ำและกลิ่น เพราะระบบบำบัดน้ำเสียไม่มีหรือที่มีคุณภาพไม่พอเพียงที่จะบำบัดน้ำเสียที่ผู้ประกอบการฟอกหนังปล่อยออกมา มูลค่าผลผลิตที่แรงงานผลิตออกมาจากธุรกิจอื่นสูงกว่า ที่ตอบแทนจากอุตสาหกรรมฟอกหนัง ซึ่งรวมถึงพลังงานไฟฟ้าและสาธารณสุขโรคอื่น ๆ ควรนำไปใช้กับธุรกิจอื่นมากกว่า ดังเห็นได้จาก

การออกกฎหมายบังคับเรื่องสวัสดิการแรงงานที่ต้องนำส่งสูงมากขึ้น, ลดการสนับสนุนด้านมาตรการด้านภาษีและ การควบคุมคุณภาพของน้ำเสียที่ผู้ประกอบการฟอกหนังปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม ที่ต้องผ่านมาตรฐานคุณภาพที่สูงมาก

กลุ่มผู้ประกอบการฟอกหนังควรจะรวมตัวเพื่อเป็นในลักษณะ ของคลัสเตอร์ เช่นเดียวกับรายงานการวิจัยของฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงเทพ (2547) ได้กล่าวถึง โครงการคลัสเตอร์ว่ามีความสัมพันธ์ที่กว้างขวาง และเชื่อมโยงซึ่งกันและกันมากกว่า การเป็นเพียงพันธมิตรทางอุตสาหกรรมภาครัฐบาลจึงพยายามที่จะนำกรอบความคิดการรวมตัวในลักษณะของคลัสเตอร์มาประยุกต์เพื่อยกระดับความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย โดยคาดหวังว่าจะมีผู้ประกอบการ สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา ตลอดจนภาครัฐบาลจะร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ตลอดจนหาทางลดต้นทุนการผลิต เพิ่มช่องทางการตลาด การวิจัยและพัฒนา ฯลฯ โดยมีข้อได้เปรียบของการรวมตัวเป็นคลัสเตอร์ ดังนี้

1. ทำให้ต้นทุนด้านการผลิตธุรกิจต่ำกว่าบริษัทที่อยู่นอกคลัสเตอร์ เนื่องจากซัพพลายเออร์ สามารถผลิตสินค้าและบริการได้จำนวนมาก ซึ่งทำให้ขนาดของการผลิตมีแนวโน้มขยายใหญ่ขึ้น

2. สะดวกในการเข้าถึงบุคลากรและซัพพลายเออร์ เมื่อในพื้นที่มีชื่อเสียง ในเรื่องใดก็จะเป็นการดึงดูดผู้เชี่ยวชาญและบริษัทให้อยู่ในพื้นที่นั้นโดยอัตโนมัติ จึงทำให้บริษัทในคลัสเตอร์เองได้ประโยชน์จากการหาบุคลากรได้ง่ายขึ้น

3. ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลและสถาบันการศึกษาที่อยู่ในคลัสเตอร์ เมื่อคลัสเตอร์เมื่อเริ่มมีชื่อเสียงแล้ว ก็เป็นการง่ายสำหรับภาครัฐบาลหรือสถาบันใดที่จะกำหนดนโยบายสนับสนุนในพื้นที่นั้นอย่างจริงจัง เนื่องจากการควบคุมหรือสนับสนุนในกลุ่มพื้นที่นั้นอย่างจริงจัง เนื่องจากการควบคุมหรือสนับสนุนในกลุ่มพื้นที่นั้นทำได้ง่ายรวดเร็วกว่า โดยเฉพาะ อย่างยิ่งสถาบันการศึกษาภายในคลัสเตอร์เองก็จะสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ ได้ดีกว่า

4. การส่งเสริมซึ่งกันและกันข้อได้เปรียบประการนี้มาจากโครงสร้างของคลัสเตอร์ที่เป็นระบบครอบคลุม

ทุกด้านและทุกขั้นตอน ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบการผลิต เป็นการเชื่อมโยงตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ ภายในห่วงโซ่ของการเพิ่มมูลค่า

5. มีการพัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรม เพราะความใกล้ชิดระหว่างผู้ประกอบการตลอดจนสายการผลิตกับลูกค้า ทำให้สามารถทราบถึงความต้องการของลูกค้า และแนวโน้มของตลาดได้เป็นอย่างดี

6. การแข่งขันเพื่อความเป็นหนึ่ง เมื่อคลัสเตอร์กลายเป็นจุดรวมสินค้าบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่เหมือนกัน ย่อมก่อให้เกิดการแข่งขันด้านพัฒนา และคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา เนื่องจากแนวความคิดของการรวมตัวแบบคลัสเตอร์คือ มีการร่วมมือกันประสานงานในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะการหาทางออกแก้ไขปัญหา ร่วมกัน แต่ขณะเดียวกันผู้ประกอบการแต่ละรายยังมีความอิสระ ในการแข่งขันซึ่งกันและกัน

ดังนั้นอุตสาหกรรมฟอกหนังของประเทศไทยควรมีการรวมตัวเป็นคลัสเตอร์ โดยเริ่มจากสมาคมฟอกหนังทั้ง กิโลเมตรที่ 30 และ กิโลเมตรที่ 34 เพื่อเป็นจุดเริ่มต้น และเป็นการง่ายเพื่อขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานทางภาครัฐ

ผลจากการวิเคราะห์ จุดอ่อน, จุดแข็ง, วิฤต และโอกาส ของประเทศไทยเทียบกับประเทศจีนและประเทศอิตาลี แล้วพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบประเทศจีน จากเรื่องลักษณะนิสัยและวัฒนธรรมที่บริการลูกค้า, การที่สามารถรับคำสั่งซื้อปริมาณไม่มาก ส่งสินค้าหนึ่งสำเร็จเร็ว มีความละเอียดประณีตมากกว่าประเทศจีน แม้ว่าราคาขายสินค้าสูงกว่าประเทศจีน ประเทศไทยมีความได้เปรียบประเทศอิตาลีอยู่บ้างคือ ระยะทางใกล้ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องหนังมากกว่าประเทศอิตาลี และราคาของสินค้าหนึ่งสำเร็จรูปไปแข่งขันคล้ายของจากประเทศอิตาลี แต่มีราคาถูกกว่า มีความสะดวกต่อลูกค้าเพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลายเพราะ ผู้ประกอบการฟอกหนังอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม และหากต้องการซื้อสินค้าอื่นๆประกอบผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง ก็อยู่ในระยะทางที่ไม่ไกลและสะดวก จุดอ่อนของประเทศไทยคือไม่มีเทคโนโลยีของตัวเอง นำเข้าทั้งเคมีและเครื่องจักรจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาแพง ทำให้ต้นทุนการผลิตมีมูลค่าสูง ประกอบกับปัญหาการ

ขาดแคลนแรงงาน คนงานไทยไม่ประสงค์มาทำงาน ในโรงฟอกหนังที่มีกลิ่นเหม็นและสกปรก แม้ว่าค่าแรงที่ผู้ประกอบการฟอกหนังจ่ายให้จะสูงกว่าค่าแรงขั้นต่ำที่ได้รับจากโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป

ผู้ประกอบการฟอกหนังในประเทศไทย ประสบปัญหาเรื่องการเงิน และประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบหนังในประเทศ ซึ่งมีราคาถูกกว่าวัตถุดิบหนังจากต่างประเทศ ไม่พอเพียงกับความต้องการและคุณภาพของวัตถุดิบไม่สามารถนำไปผลิตเป็นสินค้าหนังสำเร็จรูปคุณภาพเกรดสูงได้ แรงงานฝีมือ มีความรู้มีจำนวนไม่เพียงพอต่ออุตสาหกรรมฟอกหนัง เครื่องจักรและเทคโนโลยีไม่ ทันสมัย หากปรับปรุงต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก ผู้ประกอบการขนาดกลางและรายย่อยไม่สามารถทำได้ การนำเข้าวัตถุดิบหนังคุณภาพเกรดดีจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาต้นทุนสูง เพราะโรงฆ่าสัตว์เป็นคนกำหนดราคาขายเพราะ โรงฆ่าสัตว์ ฆ่าโคและกระบือเพื่อเอาเนื้อมารับประทาน และหนังถือเป็นผลพลอยได้ ที่มีมูลค่าหากไม่ขายก็ทิ้ง หากเป็นผู้ประกอบการฟอกหนังและคนกลางขายหนังเค็ม ไม่มีวัตถุดิบหนังเค็มก็ปิดโรงงานในปัจจุบันแม้ว่าธุรกิจสินค้าหนังสำเร็จรูป ทั่วโลกและความต้องการหนังสำเร็จรูปไม่ดี ผู้ประกอบการฟอกหนังและคนกลางขายหนังเค็มยังคงออกมาแย่งซื้อหนังเค็มกันเอง ข้อมูลจากงานสัมมนาที่เช่นในเรื่อง วัตถุดิบหนังเค็มในตลาดโลกและสถานภาพของอุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศไทยจีน อิตาลีและบราซิล โดย วารสารหนังนานาชาติ (Leather international) กล่าวว่าอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์หากไม่ดีเงินที่มาจากการขายหนังก็จะมีมูลค่าขึ้นมาในทันทีหนังที่เก็บไว้ต้องขายเพราะทำให้การรักษาสุขอนามัยมีปัญหา เอาเงินเข้ามาก่อน และนี่คือ โอกาสของผู้ประกอบการฟอกหนังขนาดใหญ่มากหรือกลุ่มผู้ประกอบการฟอกหนังขนาดใหญ่มากในตลาดโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่บราซิล, อาเจนตินา และอุรุกวัย ที่มีอำนาจในการซื้อและต่อรอง จะเข้ามาต่อรองราคาให้ได้ราคาที่ถูกลงกว่าที่จะทำได้โดยเอาปริมาณหนังที่โรงฆ่าสัตว์มีในมือเป็นจำนวนมากมาต่อรอง ว่าเอาในทันทีทั้งหมด และแน่นอนว่าเหตุการณ์ลักษณะนี้ คนที่อยู่ด้านนอกจะไม่ทราบเพราะ คนวงในจะเก็บเงียบไว้ภายในเท่านั้น จึงเป็นไปตามกลไกทาง

เศรษฐกิจที่ว่า ทำให้ใหญ่จนประหยัดต้นทุนต่อหน่วยต่ำที่สุด (Economical of scale) ทำให้เกิดความแตกต่างมากขึ้นระหว่างผู้ประกอบการฟอกหนังที่มีขนาดใหญ่และมีเงินทุนมาก ที่มีกำลังในการผลิตหนังเขี้ยวมากกว่า 10 ล้านตารางฟุต ต่อเดือน เทียบกับผู้ประกอบการฟอกหนังที่มีขนาดกลางและเล็ก ซึ่งมีเงินทุนจำกัด การนำเข้าวัตถุดิบหนังคุณภาพเกรดดี จากต่างประเทศจึงมีราคาต้นทุนสูงกว่านั้น และกอปด้วยเครื่องจักรที่มีอยู่ไม่ทันสมัย จึงเพิ่มมูลค่าให้กับหนังสำเร็จรูปได้ ม่มากนัก อีกทั้งสินค้าหนังสำเร็จรูปส่งออกภายใต้ไทยแบรนด์ (Made in Thailand) ไม่สามารถเพิ่มมูลค่าราคาขายหนังสำเร็จรูปได้คุ้มต่อการนำเข้าวัตถุดิบหนังเกรดดีเข้ามาผลิตได้ ซึ่งรวมถึงผู้ประกอบการเครื่องหนังในประเทศไทยด้วย ที่ไม่ยอมจ่ายในราคาที่เหมาะสมต่อหนังนอกที่นำเข้าผลิต ซึ่งหากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง ใช้สินค้าหนังสำเร็จรูปจากผู้ประกอบการฟอกหนังในประเทศได้จะทำให้ประเทศไทยสามารถลดการนำเข้าหนังสำเร็จรูปจากต่างประเทศที่นำเข้ามาผลิตสินค้าส่งขายต่างประเทศได้เป็นจำนวนเงินที่สูงมาก พร้อมเป็นการช่วยเหลืออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องภายในประเทศได้ ซึ่งควรที่จะมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมเลี้ยงสัตว์ต่อไป ดังที่ จิตรกรคควนิช (2547) ได้ระบุว่า สภาพและปัญหาการส่งออกในอุตสาหกรรมกระเป๋านหนัง ที่เป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องของอุตสาหกรรมฟอกหนังนั้น สถานประกอบการขนาดเล็กที่เปิดดำเนินการมาประมาณ 10 - 20 ปี ส่วนใหญ่มีคนไทยเป็นเจ้าของ พบว่ามีปัญหาด้านการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งต่างประเทศมากที่สุด, ราคาวัตถุดิบมีปัญหามากที่สุด, เครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตมีปัญหามากที่สุด, ทักษะในการทำงานของแรงงานและกำลังการผลิตเป็นปัญหามากที่สุด และกฎระเบียบของรัฐที่เกี่ยวกับวัตถุดิบเป็นปัญหามากที่สุดด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาอุตสาหกรรมฟอกหนัง ต้องร่วมมือกันพัฒนาทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเอง และมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนและต่อเนื่อง ตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขารองเท้าและเครื่องหนัง) เพื่อพัฒนา

ขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะหน่วยงานจากภาครัฐที่เป็นองค์กรที่พัฒนาและวิจัยทั้งเรื่องหนึ่ง, เครื่องจักร และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพราะหากรัฐให้การสนับสนุนในด้านอื่นนอกเหนือจาก เรื่องการวิจัยและพัฒนาแล้วจะขัดต่อกฎขององค์การการค้าโลก (WTO) ควรจัดตั้งให้มีองค์กรเพื่อการค้าขายนำเข้าและส่งออกคล้ายกับของประเทศญี่ปุ่น MITI และเกาหลี Kontra ที่ทำหน้าที่แทนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทั้งหมด และกำหนดราคาขายและต่อรองในการซื้อสินค้าด้วย

ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการฟอกหนังต้องปรับตัว ให้มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น ควรมีแนวทางการปรับเปลี่ยน ดังนี้

1. ศึกษาสถานการณ์การผลิตหนังสำเร็จรูปของไทย เพื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งตลอดเวลา รวมถึงการสร้างตราสินค้า (Brand name) เป็นของตัวเอง หรือสร้างแบรนด์มาตรฐานประเทศไทย (Made in Thailand)
2. จัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการผลิต ซึ่งมีต้นทุนทางการเงินต่ำมากที่สุด
3. การควบคุมต้นทุนในการผลิตไม่ว่าการหาแหล่งวัตถุดิบหนังสด หนังเขียวหรือหนังคริสต์ ที่มีเกรดของหนังสวยและดี ราคาถูกหรือเหมาะสม ซึ่งถือเป็นต้นทุนหลักของผู้ประกอบการฟอกหนังคิดเป็นร้อยละ 60 - 65
4. การจัดหาเคมีที่ใช้ในขบวนการฟอกหนัง โดยเลือกใช้เคมีจากบริษัทที่ผลิตเคมีที่มีคุณภาพและให้ความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน ไม่ว่าจะการจัดหาเคมีเตรียมให้เพียงพอและทันเวลา เพราะผู้ประกอบการไม่สามารถหยุดการผลิตเพื่อรอเคมีที่จะใช้ได้ คุณภาพของเคมีมีมาตรฐาน สามารถช่วยทำตัวอย่างหนังร่วมกับผู้ประกอบการ ให้ความรู้และบริการด้านนวัตกรรมใหม่แก่ผู้ประกอบการฟอกหนังสม่ำเสมอ
5. โดยลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในการผลิต ให้เหลือหนังสำเร็จที่ตกเกรดค้างในโรงงานน้อยที่สุด ไม่ว่าจะจากการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถและใส่ใจในการดูแลการผลิต รวมถึงการใช้เครื่องจักรใหม่ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต รวมถึงการศึกษาและ

พัฒนามาตรฐานสากล สิ่งแวดล้อมและสวัสดิการโรงงาน เพื่อให้สามารถแข่งขันในระบบสากลได้

6. ดูแลและบริการลูกค้าให้ดี เช่น หากลูกค้าต้องการตัวอย่างใหม่ โรงงานฟอกหนังก็สามารถออกตัวอย่างใหม่ได้เหมือนหรือใกล้เคียงตามที่ถูกค้าต้องการได้และรวดเร็ว สร้างการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมฟอกหนังและ อุตสาหกรรมต่อเนื่องไม่ว่า จะเป็นการผลิตเนื้อและนม หรืออุตสาหกรรมเครื่องหนัง เป็นต้น

7. ลูกค้าต้องมีความคิดไปในทิศทางเดียวกัน ไม่คิดเอาแต่กำไรตัวเองอย่างเดียวไม่คำนึงถึงลูกค้า

8. กระจายประเภทของลูกค้ำและหนังสำเร็จที่ผลิต เพื่อลดอัตราเสี่ยงหากธุรกิจกับลูกค้ำรายนั้นมีปัญหาอธิบายได้ว่า มีลูกค้ำหลายเซกเมนต์ และในแต่ละเซกเมนต์มีลูกค้ำอีกหลายคนและหลายทวีป

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐบาล

ภาครัฐบาลประเทศไทยควรมีการปรับตัว ดังนี้

1. สร้างอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น ฟาร์มเลี้ยงโคเพื่อผลิตเนื้อและนม ส่งออกและส่งเสริมให้ประชาชนทานเนื้อนมและเนย มากขึ้น ฟาร์มกระบือ เพื่อให้เกษตรกรหันมาใช้กระบือในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ลดการใช้รถไถที่ต้องใช้น้ำมันที่มีราคาสูงมาก ทำให้ต้นทุนในการประกอบอาชีพสูงมาก และกรมปศุสัตว์และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจะมีมือในการพัฒนาสายพันธุ์ที่ให้โคที่มีคุณสมบัติดังที่ต้องการไม่ว่า โคเนื้อต้องมีอัตราการเปลี่ยนอาหารเป็นเนื้อที่สูง ไม่มีโหนกอย่างโคพันธุ์รามัน ที่แม้ว่าโคพันธุ์รามันจะให้เนื้อมากและพื้นที่หนังมากแต่การใช้งานหนังสำเร็จได้ไม่มากดังต้องการ ซึ่งปัจจุบันมหาวิทยาลัยเกษตรกำแพงแสนได้ร่วมพัฒนาสายพันธุ์โคพันธุ์ขุนแผนขึ้นมา ที่ไม่มีโหนก และมีอัตราการเปลี่ยนอาหารเป็นเนื้อที่ดี แต่ยังมีปัญหาเรื่องรอยันที่คอดึกมากหากโคอายุมาก ซึ่งควรได้รับการปรับปรุงและต่อยอดไปอีก เพื่อให้ได้พันธุ์โคที่เหมาะสมกับประเทศไทยที่มีลักษณะคล้ายวัวเนื้อ แองกัส ของอเมริกา และมีการให้ความรู้และสนับสนุนการเลี้ยงที่ทำเป็นฟาร์ม มีการดูแลที่ดี ไม่เกษตรกรกระทบตราสัญลักษณ์โคที่กินหรือหลังเพราะ พื้นที่บริเวณหลังและก้นโค เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการฟอกหนังมากที่สุด ไม่กันรั้ว

ด้วยลวดหนาม เป็นต้น

2. สร้างอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ไม่ว่าจะ โรงฆ่าสัตว์ เพื่อผลิตเนื้อที่ได้มาตรฐาน โรงงานผลิตเนย โรงงานเจลาติน โรงงานกำจัดของเสียเช่น เศษหนังฟอกเขียว ว่าควรนำไปกำจัดหรือทำอะไรได้

3. สร้างบุคลากร แรงงานเพื่อรองรับแก่ผู้ประกอบการฟอกหนังตั้งที่ทำอยู่และต้องมีความต่อเนื่อง และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะในส่วนของการอบรมและสัมมนาเชิญวิทยากรผู้มีความรู้จากต่างประเทศเพื่อพัฒนาและรับทราบถึงนวัตกรรมใหม่ๆที่เกิดขึ้น ว่าตลาดได้เดินทางไปทิศทางใด

4. ลดภาษีนำเข้าเคมีและเครื่องจักรเพื่อเพิ่มความสามารถในการผลิต หากผู้ประกอบการปรับปรุง ขบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้นเพื่อให้ได้ (Economical of scale) ซึ่งเป็นการทำให้ภาครัฐลดเงินที่ใช้ในการกำจัดของเสียและน้ำเสียที่ต้องกำจัด (Proactive action) จัดการระบบสาธารณสุขโลก เพื่อการอุตสาหกรรม

5. เชื่อมโยงอุตสาหกรรมกลางน้ำกับอุตสาหกรรมปลายน้ำส่วนของเสื้อผ้ากระเป๋า และรองเท้า แฟชั่น และดูแลโดยการกำหนดสถาบันขึ้นมาหรือเพิ่มแผนกขึ้นมาที่รับผิดชอบเกี่ยวกับหนังสำเร็จ กำหนดมาตรฐานให้ต่างประเทศยอมรับในมาตรฐานสินค้าหนังสำเร็จรูป และดูแลเรื่องความเป็นธรรม ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการฟอกหนังได้รับการถูกเอาเปรียบบ้างในเรื่องของราคาหนังสำเร็จรูปที่อุตสาหกรรมปลายน้ำกำหนดราคาต่ำกว่าหนังสำเร็จรูป

ที่นำเข้าจากต่างประเทศมาก แม้ว่าหนังสำเร็จรูปที่ผลิตโดยผู้ประกอบการฟอกหนังในเมืองไทยมีคุณภาพใกล้เคียงกับหนังสำเร็จที่ได้นำเข้า มีหน่วยงานกลางที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมหนังและอุตสาหกรรมรองเท้า เช่นที่ประเทศนิวซีแลนด์ Leather and shoe research association of New Zealand

6. สนับสนุนให้ทุนแก่นักวิจัยเพื่อมาปรับปรุง สิ่งประกอบในการฟอกหนัง เพื่อลดการนำเข้า และให้หนังมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น การเชื่อมโยงงานวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยกับอุตสาหกรรมฟอกหนัง Agricultural research service

7. เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและผลักดันด้าน แฟชั่นอย่างต่อเนื่องระหว่างต่างประเทศและในประเทศ สร้างแบรนด์ Made in Thailand ให้เป็นที่ยอมรับในด้าน เครื่องหนังและสินค้าหนังสำเร็จรูป

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยต่อเนื่องว่า หลังปี พ.ศ. 2551 แล้ว อุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศจีน ปรึบความสามารถในการแข่งขันอย่างไรเพราะค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอาจมีค่าต่ำกว่า 1

2. การวิจัยความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ อุตสาหกรรมฟอกหนังในประเทศเวียดนาม และประเทศไทยที่ถือเป็นคู่แข่งของประเทศไทย ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ สูงขึ้นและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ เครื่องหนังที่ได้รับผลกระทบจากการลดค่าเงิน

บรรณานุกรม

- จิตติยา สุขสมบูรณ์. (2545). *ปัญหาและอุปสรรคของเทคโนโลยีเพื่อการผลิตในภาคอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิตรกร คอวนิช. (2547). *การศึกษาสภาพและปัญหาการส่งออกในธุรกิจอุตสาหกรรมกระเป๋านักวิ่ง*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรบัณฑิตมหาบัณฑิต, สาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2553). *ดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรมจำแนกมาตรฐานการส่งออก*. วันที่ค้นข้อมูล 20 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=105&language=th>
- ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงเทพ จำกัด. (2547). *คลัสเตอร์อุตสาหกรรมสิ่งทอ หนึ่งในคลัสเตอร์หลักที่รัฐให้การสนับสนุน*. วันที่ค้นข้อมูล 15 กุมภาพันธ์ 2551, เข้าถึงได้จาก http://www.justonecity.com/blsme/003_information/mag/M002/203.pdf
- Ferto, L. & Hubbard, L.J. (2001). *Regional competitive advantage and competitiveness in Hungarian agri-food sectors* (77th ed.). EAAE Seminar/NJF Seminar No.325, Helsinki, pp.56-69.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2006). *FAO Statistic year book 2005-2006 vol.1/1*. Retrieved April 22, 2008, from www.fao.org/statistics/yearbook/vol_1_1/xls.:B02.xls
- Havrila, I. & Gunawardana, P. (2003). Analysing competitive advantage and competitiveness: an application to Australis's textile and clothing industries. *Australian Economic Papers*, 42(1), pp. 103-117.
- Huber, F., Hermann, A., & Morgan, R. E. (2001). Gaining competitive advantage through customer value oriented management. *Journal of Consumer Marketing*, 18(1), pp. 41-53.
- International Trade Centre. (2006). *Trade Performance*. Retrieved April 20, 2008, from [http://www.intracen.org/appli1/TradeCom/TP_EP_CI_HS4.aspx?IN=41&RP=381&YR=2006&IL=41%20%20Raw%20hides%20and%20skins%20\(other%20than%20furskins\)%20and%20leather&TY=E](http://www.intracen.org/appli1/TradeCom/TP_EP_CI_HS4.aspx?IN=41&RP=381&YR=2006&IL=41%20%20Raw%20hides%20and%20skins%20(other%20than%20furskins)%20and%20leather&TY=E)
- Jason, M., Carpenter, M., & Moore, M. (2006). Consumer demographics, store attributes, and retail format choice in the US grocery market. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34(6), pp. 434-452.
- Knight, G.A. (1999). Consumer preferences for foreign and domestic products. *Journal of Consumer Marketing*, 16(2), pp. 151-162.
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press, A Division of Simon & Schuster Inc.
- _____. (2002). Australian competitiveness, paper presented at Leading Minds Conference IIR, Sydney.
- Shafaeddin, S. M. (2004). Is China's accession to WTO threatening exports of developing countries. *China Economic Review*, 15, pp. 109-144.
- Shafaei, R. & Shahriari, H. (2009). Investigation for leather industry competitiveness in Iran. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 13(3), pp. 343-357.
- Valibeig, H. (2003). *Comparative Advantage and Target Markets for Iran's Auto Parts*. Tehran: Institute for Trade Studies and Research.