

|                           |   |
|---------------------------|---|
| ชื่อเรื่องสารนิพนธ์       | คู่มือการส่งออกสินค้าหัตถกรรมเครื่องประดับตกแต่งบ้านไปรัสเซีย<br>: กรณีศึกษาประทีปโคมไฟ |
| ชื่อผู้เขียน              | นางสาวมาลินี นามละคร  |
| แผนกวิชา/คณะ              | รัสเซียศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  |
| อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ | อาจารย์พงศ์พันธ์ จันทร์สุกรี  |
| ปีการศึกษา                | 2551  |

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “คู่มือการส่งออกสินค้าหัตถกรรมเครื่องประดับตกแต่งบ้านไปรัสเซีย : กรณีศึกษาโคมไฟประดับตกแต่งบ้าน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงภาพรวมของสินค้าหัตถกรรมของตกแต่งบ้านของไทย และโอกาสที่จะส่งออกสินค้าเครื่องประดับตกแต่งบ้านไปยังตลาดรัสเซีย อีกทั้งยังศึกษาถึงคู่มือและปัญหาในการส่งออกสินค้าหัตถกรรมประเภทของตกแต่งบ้านไปยังตลาดรัสเซีย

ในส่วนของวิธีการศึกษานั้น ผู้ศึกษามีวิธีการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารข้อมูลการส่งออกสินค้าหัตถกรรมเครื่องประดับตกแต่งบ้าน และข้อมูลสถิติจากสำนักงานสถิติ รวมทั้งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทส่งออกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าเครื่องประดับตกแต่งบ้าน โดยวิธีการสัมภาษณ์จะใช้คำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยจะเน้นบริษัทที่ทำการส่งออกโคมไฟไปยังตลาดต่างประเทศ

ผลจากการศึกษาพบว่า งานหัตถกรรมเป็นสาขาหนึ่งของอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศ ในอดีตเราสร้างผลงานหัตถกรรมเพื่อใช้สอยในครัวเรือน และใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามา ทำให้ผลงานหัตถกรรมมีความสวยงามและไม่เพียงแต่นำมาใช้ในครัวเรือนเท่านั้น แต่สามารถนำมาเป็นสินค้าเครื่องประดับตกแต่งได้อีกด้วย จากการส่งเสริมของภาครัฐทำให้มีการจัดตั้ง OTOP ทำให้สินค้าหัตถกรรมมีแบรนด์ เป็นที่น่าเชื่อถือ และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหัตถกรรม นอกจากจะเป็นสินค้าที่สวยงามแล้ว ยังเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์ตรงกับรสนิยมของผู้บริโภคในหลายประเทศ ที่นิยมสินค้าที่มาจากธรรมชาติ และเป็นสินค้าที่มีสไตล์ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้สินค้าเครื่องประดับตกแต่งบ้านของไทยเป็นที่นิยมออกสู่ตลาดต่างประเทศ

ประเทศไทยทำการส่งออกสินค้าเครื่องประดับตกแต่งบ้านไปยังประเทศต่างๆ ตลาดหลักของไทยคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ซึ่งในภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาเช่นนี้ ทำให้มูลค่าการส่งออกไปยังประเทศดังกล่าวลดลง แต่ในตลาดใหม่กลับมีแนวโน้มการส่งออกที่

สวนทางกันกลับตลาดหลัก โดยเฉพาะตลาดตะวันออกกลาง และตลาดรัสเซีย สำหรับตลาด รัสเซียในปี 2551 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 28.2 ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ดี แต่ก็ไม่ ควรที่จะประมาทคู่แข่งทางการค้าอย่างจีน ที่ได้เปรียบไทยทางด้านต้นทุนจึงทำให้สามารถผลิต สินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่าไทย ดังนั้นไทยเองควรจะหากกลยุทธ์ทางการค้าใหม่ๆ มาเพื่อต่อแข่งขัน กับประเทศคู่แข่ง ทั้งทางด้านการผลิต การตลาด ให้ได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดให้ มากที่สุด นอกจากนี้จะต้องขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้นกว่าเดิม เพราะในภาวะที่ เศรษฐกิจย่ำแย่ การแข่งขันก็สูงขึ้นต่างฝ่ายต่างก็อยากที่จะขยายตลาดการส่งออกให้มีช่องทางการ จำหน่ายที่เพิ่มขึ้น การศึกษาธรรมเนียมทั่วไปในการให้ของขวัญและการใช้เครื่องใช้ในครัวเรือน และของตกแต่งบ้านของแต่ละประเทศ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ไทยสามารถตีตลาดของแต่ละ ประเทศ และเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดี การจัดงานแสดงสินค้าก็เป็นอีก ทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ผู้ส่งออกไทยได้พบปะเจรจากับผู้ประกอบการรัสเซียโดยตรง งานแสดง สินค้าที่สำคัญคือ งาน World of Gifts และงาน Ambiente Rossija ทางภาครัฐของไทยเองก็ ส่งเสริมและสนับสนุนให้จัดงานจัดแสดงสินค้าเหล่านี้อยู่บ่อยๆ เช่นงาน Thailand Exhibition 2006 ที่จัดขึ้นที่เมืองมอสโก

ผลการเจริญเติบโตทางด้านอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทย ทำให้การก่อสร้าง การตกแต่ง อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งมีปริมาณการสั่งซื้อที่มากขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะสินค้า เครื่องประดับตกแต่งบ้าน รัสเซียมีการนำเข้าสินค้าเครื่องประดับตกแต่งบ้านจาก อิตาลี จีน โปแลนด์ เยอรมนี ยูเครน รวมทั้งไทย ในอัตราที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะสินค้าประเภทประทีป โคมไฟที่มีแนวโน้มการส่งออกไปในทิศทางที่ดี ถึงแม้จะเป็นการผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาจากสินค้า หัตถกรรม แต่การศึกษาถึงสถานการณ์การส่งออกเครื่องประดับตกแต่งบ้านก็เพื่อเป็นช่องทางในการ ผลักดันสินค้าหัตถกรรมให้ออกสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น หากได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน จากภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการส่งออก และจากรสนิยมของผู้บริโภคที่นิยมสินค้า HAND MADE มากขึ้นจึงทำให้สินค้าหัตถกรรมของตกแต่งบ้านมีแนวโน้มในการส่งออกที่เพิ่ม ประมาณมากขึ้น ประกอบกับการรณรงค์ลดโลกร้อนทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจสินค้าที่มาจาก ธรรมชาติเพิ่มขึ้น แต่การทำการค้าระหว่างไทยและรัสเซียก็มีอุปสรรค เช่น อุปสรรคทางการ การสื่อสาร ทำให้การติดต่อธุรกิจเป็นไปอย่างลำบาก จึงควรที่จะเร่งเสริมสร้างบุคลากรให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญทางด้านภาษารัสเซียให้มากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่งออกสินค้า เครื่องประดับตกแต่งบ้านหลายรายที่ยังไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการทำการค้ากับประเทศรัสเซีย ทาง รัฐบาลจึงควรมีนโยบายในเรื่องการให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการ ให้มีความรู้ความ เข้าใจในการทำธุรกิจกับรัสเซีย เพราะรัสเซียมีลักษณะการทำธุรกิจที่แตกต่างไปจากประเทศอื่นๆ ดังนั้นก่อนที่จะทำการค้าการลงทุนด้วยควรที่จะศึกษาข้อมูลให้ถ่องแท้เสียก่อน

## Abstract

A study of “Opportunity to export home decorative handicrafts to Russia market : Case Study lamp products” have purposes to study the overall marketing of Thai home decorative handicrafts and opportunity to export them to Russia market; in addition study of problems to export too.

The first phase of study are finding information and document about home decorative handicrafts, information from National Statistic office, and all of documents that involved in this research; moreover information from interviewing the home decorative handicrafts exporters by using opening questions. Interviewees, who export lamp products can show their ideas.

Extracts from findings : a handicraft is a part of manufacture industry that can make a lot of money to our country. In the past, we use it as material in household and it also made from raw material. Up to now, we use technology to make it more beautiful and not only use in household but can use it to decorate home too. Supporting of government, OTOP had organized to make handicraft products to have a brand and add value to these product. Not only beautiful, but also have quality and identity products. Customers in many countries who like the raw material would buy these products more and more because they have style. All of this reason, Thai home decorative handicrafts are popular to export to abroad market

Thailand export home decorative handicrafts to many countries, main market are USA, Japan, and EU. The present of economics' situation, value of export decrease but in the new market is opposed to each other, especially Middle East and Russia market. In 2551, Russia market has increasing rate 28.2 percentage, that is a good rate but China is the important competitor. China can produce products by using low capital more than Thailand, so Thai exporter would find a new strategy : producing and marketing to compete competitor. In addition, would find a new opportunity to sell these products more and more. A study of traditional and culture in each other country is very important because it is one of factor that make Thai exporter can put on the market and understand

demand of customers. Exhibition is the way which Thai exporter and Russia entrepreneur can negotiate about business face to face. World of Gifts, Ambiente Rossija and Thailand Exhibition 2006 are exhibition that showed in Russia, Moscow.

Increasing value of building, decoration, equipment of building and decoration because of growing of Russia immovable property business especially, home decoration. Russia import these product in increasing rate from Italy, China, Poland, Germany, Ukraine including Thailand. Lamp product have a good export tendency; although the product is not a handicraft product. So studying of export home decoration situation for opportunity to push on handicraft products to abroad market. Government and private company should promote and support these products. Hand made product is very popular because it is the product from nature and it can save the world, so the customer increase interesting in these products. However, Thai and Russia have problems in business for example, the problems of communication. Thai entrepreneurs that export home decorative handicrafts to Russia have not enough information, so government should have a policy about Russia business to exporter.