

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การผลิตและการส่งออกรองเท้าของไทย
Production and Exporting of Thai Footwears

โดย

นางสาวสกุลศรี นุระอมร

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2537

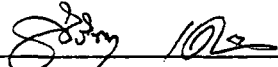
บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การผลิตและการส่งออกทรงเท้าของไทย

โดย : นางสาวสกุลศรี บุระอมร

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  , .../.../...

(ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์)

อุตสาหกรรมรองเท้า เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงอุตสาหกรรมหนึ่ง ซึ่งนอกจากจะช่วยทำให้ได้รับรายได้จากการส่งออกแล้ว ยังก่อให้เกิดการจ้างแรงงานและการกระจายรายได้อีกด้วย อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาประเทศเพื่อให้เกิดการลงทุน และกระตุ้นให้เกิดการปรับตัวไปสู่ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในอนาคต แต่ในปัจจุบันประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งชั้นรายอื่น ๆ ในตลาดโลก โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน จึงจำเป็นต้องหาการศึกษาถึงภาวะการผลิตและการส่งออกทรงเท้าของไทย เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจและวางแผนการผลิตและส่งออกต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ศึกษาถึงโครงสร้างการผลิตและสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต และศึกษาถึงภาวะการตลาดส่งออกทรงเท้าของไทย ระหว่าง พ.ศ. 2533-2535 รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมรองเท้าของไทย จากการศึกษาพบว่าสภาพการผลิตของอุตสาหกรรมรองเท้าในปัจจุบันมี 3 ลักษณะ คือ ผลิตตามตามาแบบผูกคอกของบริษัทแม่ในต่างประเทศโดยใช้เครื่องหมายการค้าของต่างประเทศ ผลิตตามคำสั่งที่ได้รับจากผู้ผลิตต่างประเทศ โดยใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ว่าจ้าง และผลิตโดยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง สำหรับการศึกษาถึงภาวะการตลาดส่งออกทรงเท้าของไทย พบว่า รองเท้ากีฬาและผ้าใบมีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ รองเท้ายางและพลาสติก รองเท้าหนัง และรองเท้าแตะ ตามลำดับ ซึ่งตลาดที่ไทยควรให้ความสนใจและหาช่องทางในการส่งออกเพิ่มมากขึ้น คือตลาดยุโรป เนื่องจากมีมูลค่าการนำเข้าสินค้ารองเท้าในตลาดโลกสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ตลาดอเมริกา และตลาดเอเชีย ตามลำดับ และประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญได้แก่ อิตาลี จีน เกาหลีใต้ และไต้หวัน ตามลำดับ

จากการศึกษาเรื่องนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ส่งออกควรที่จะเร่งพัฒนาอุตสาหกรรม
รองเท่าทันในด้านการผลิตและการส่งออกไปพร้อม ๆ กัน โดยขอความร่วมมือจากภาครัฐบาลใน
การส่งเสริมให้การผลิตมีประสิทธิภาพและพร้อมที่จะขยายกำลังการผลิตได้ตลอดเวลา โดยจัดให้มี
การฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคและวิทยาการใหม่ ๆ อยู่เสมอ รวมทั้งจัดให้มีแหล่งข่าวสารข้อมูลที่
ทันสมัย และมีการทราวจึ้ยเกี่ยวกับตัวของสินค้ารองเท่าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพและ
รูปแบบตรงตามี่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้การส่งมอบสินค้า ควรมีการส่งมอบที่ตรงต่อเวลาตาม
ที่ได้นัดหมายไว้ ฉะนั้น กรมศุลกากรจึงควรลดเว้นระเบียบในการนำเข้าวัตถุดิบที่จะใช้ในการ
ผลิตและสินค้ารองเท่าที่ความต้องการส่งออกไปจำหน่ายให้ลดน้อยลง เพื่อเป็นการประหยัดเวลาควรมี
การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้ารองเท่าไปยังประเทศต่าง ๆ ตลอดจนจัดให้มีงานแสดงสินค้า
ทั้งในและต่างประเทศ

คำนิยม

บัณฑิตพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยลงได้ ก็ด้วยความกรุณาในการให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากอาจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาบัณฑิตพิเศษ ผู้เขียนขอกราบขอบคุณาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์บรรเลง ศรีทัศนีย์ ซึ่งเป็นกรรมการบัณฑิตพิเศษ ที่ช่วยกรุณาตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพิ่มเติม ตลอดจนให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์สำหรับการเรียบเรียงบัณฑิตพิเศษฉบับนี้ ให้ความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณชาตรี จิตต์ภักดิ์ เจ้าของบริษัทมิตรนิยม (แมนวูด) จำกัด และคุณไพศาล คำจวง รองเลขาธิการและผู้จัดการสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย ที่กรุณาให้สัมภาษณ์และข้อมูลประกอบการค้นคว้าเพิ่มเติม ตลอดจนขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ น้อง และเพื่อน ที่เป็นกำลังใจและให้คำปรึกษา ขอขอบคุณ คุณฉัตติ อัครปรีดี ที่คอยเป็นห่วงและให้กำลังใจข้าพเจ้ามาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ หากบัณฑิตพิเศษฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนต้องขออภัยมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบัณฑิตพิเศษฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้บ้างเล็กน้อย

สกุลศรี บุรณะอมร

มกราคม 2537

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการศึกษา	6
ตรวจสอบเอกสาร	7
วิธีการศึกษา	9
บทที่ 2 โครงสร้างการผลิตและสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตอุตสาหกรรมรองเท้าไทย	11
โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมรองเท้าไทย	11
รองเท้ากีฬาและผ้าใบ	11
รองเท้ายางและพลาสติก	14
รองเท้าหนัง	16
รองเท้าแตะ	19
สถานการณ์การผลิตและกำลังการผลิต	20
บทที่ 3 การวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกรองเท้าของไทย	24
โครงสร้างและแนวโน้มการนำเข้าและการส่งออกรองเท้าในตลาดโลก	24
ตลาดนำเข้าและประเทศนำเข้ารองเท้าที่สำคัญ	24
ตลาดส่งออกและประเทศส่งออกรองเท้าที่สำคัญ	32
โครงสร้างและการเปลี่ยนแปลงการส่งออกรองเท้าของไทย	39
มูลค่าและแนวโน้มการส่งออกรองเท้าประเภทต่าง ๆ ของไทยในตลาด	42
ต่างประเทศ	
รองเท้ากีฬาและผ้าใบ	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
รอง เค้าช่างและหลาสติก	45
รอง เค้าหนัง	48
รอง เค้าตะ	51
บทที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในอุตสาหกรรมรอง เค้าของประเทศไทย	55
ปัญหาทางด้านวัตถุดิบ	55
ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ	55
ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบภายในประเทศ	56
ปัญหาแรงงาน	59
ปัญหาความล่าช้าของระบบราชการ	62
ปัญหาในเรื่องของการขอใช้สิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการ	62
ส่งเสริมการลงทุน	
ปัญหาการขอรับคืนอากรขาเข้าตามมาตรา 19 ทวิ	65
ปัญหาการกีดกันทางการค้า	68
บทที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการผลิตและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	70
ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรอง เค้าไทย	70
ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสถานประกอบการผลิตรอง เค้า	74
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	79
สรุป	79
ข้อเสนอแนะ	81
เอกสารอ้างอิง	84

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกสินค้าสำคัญ 10 อันดับแรกของไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2532-2535	2
2	เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกทั้งหมดกับมูลค่าการส่งออกครองเท้าของไทย ระหว่าง พ.ศ. 2529-2535	3
3	ผู้ผลิตและส่งออกครองเท้าภายใต้เครื่องหมายการค้าต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2533	22
4	ผู้ผลิตและส่งออกครองเท้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของไทย ปี พ.ศ. 2533	23
5	มูลค่าการนำเข้าครองเท้าในตลาดโลกและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2529-2534	27
6	มูลค่าเป็นร้อยละของการนำเข้าครองเท้าในตลาดโลกและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2529-2534	29
7	อัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีของการนำเข้าครองเท้าในตลาดโลก ระหว่าง พ.ศ. 2529-2534	31
8	มูลค่าการส่งออกครองเท้าในตลาดโลกและประเทศส่งออกที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2529-2534	34
9	มูลค่าเป็นร้อยละของการส่งออกครองเท้าในตลาดโลกและประเทศส่งออกที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2529-2534	36
10	อัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีของการส่งออกครองเท้าในตลาดโลก ระหว่าง พ.ศ. 2529-2534	38
11	มูลค่าการส่งออกครองเท้าและชิ้นส่วนครองเท้าของไทย ระหว่าง พ.ศ. 2533-2535	41
12	มูลค่าการส่งออกครองเท้ากีฬาและผ้าใบของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2533-2535	43
13	มูลค่าเป็นร้อยละของการส่งออกครองเท้ากีฬาและผ้าใบของไทยและประเทศ นำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2533-2535	44
14	มูลค่าการส่งออกครองเท้ายางและพลาสติกของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2533-2535	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
15	มูลค่าเป็นร้อยละของการส่งออกกรอง เท้ายางและพลาสติกของไทยและประเทศ นำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ.2533-2535	47
16	มูลค่าการส่งออกกรอง เท้าหนังของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2533-2535	49
17	มูลค่าเป็นร้อยละของการส่งออกกรอง เท้าหนังของไทยและประเทศนำเข้า ที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ.2533-2535	50
18	มูลค่าการส่งออกกรอง เท้าแตะของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2533-2535	53
19	มูลค่าเป็นร้อยละของการส่งออกกรอง เท้าแตะของไทยและประเทศนำเข้า ที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ.2533-2535	54
20	เปอร์เซ็นต์การผลิตหนังตามประเภท	57
21	ความต้องการแรงงานในอุตสาหกรรมรองเท้าตามแห่งและหน้าที่ต่าง ๆ	60

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรรมวิธีการผลิตรองเท้านักกีฬาและผ้าใบ	13
2	กรรมวิธีการผลิตรองเท้ายางและพลาสติก	15
3	กรรมวิธีการผลิตรองเท้าหนัง	18
4	กรรมวิธีการผลิตรองเท้าแตะ	21
5	ขั้นตอนการนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน	64
6	ขั้นตอนการขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ	67

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของไทยและได้ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน จะเห็นว่าสินค้าที่ส่งออกจะมีทั้งสินค้าเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม ได้เข้ามามีบทบาทต่อประเทศมากขึ้น สินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออกของไทยส่วนใหญ่ ได้เปรียบในด้านวัตถุดิบและค่าแรงงาน ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ จนสามารถเปลี่ยนโครงสร้างการส่งออกของประเทศจากที่เคยขึ้นอยู่กับสินค้าเกษตรกรรมมาเป็นสินค้าอุตสาหกรรมมากขึ้น แต่การขยายด้านการส่งออกจะเป็นไปเค็่มากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ในตลาดต่างประเทศและอุปทานการผลิตภายในประเทศ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับโครงสร้างตลาดส่งออก มาตรการการส่งเสริมการส่งออกและนโยบายของภาครัฐบาล ที่จะต้องกำหนดไว้อย่างชัดเจน เพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการส่งออก

ในแต่ละปีสินค้าอุตสาหกรรม นับได้ว่าเป็นสินค้าที่ขายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากและมีสินค้าใหม่ ๆ หลายชนิดที่ผลิตและส่งออกในตลาดต่างประเทศ ซึ่งสินค้าเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตต่อไปในอนาคต เนื่องจากมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี จากมูลค่าการส่งออก 13,524.8 ล้านบาท ใน พ.ศ.2532 เพิ่มขึ้นเป็น 20,213.3, 23,795.2 และ 25,576.2 ล้านบาท ใน พ.ศ.2533, พ.ศ.2534 และ พ.ศ.2535 ตามลำดับ (ตารางที่ 1) ทั้งนี้สินค้านองเท็กเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่ภาครัฐบาลได้ให้ความสนใจ และมีการอนุมัติให้ได้รับการส่งเสริมด้านการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ พ.ศ.2521 โดยบริษัททามาจากประเทศไทยได้รับการส่งเสริมการลงทุนเป็นรายแรก หลังจากนั้นก็มีผู้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนเพิ่มขึ้นเรื่อยมา (แวนดา , 2530) ส่วนสถิติของจำนวนโรงงานนองเท็กก็หาที่ขอรับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Office of the Board of Investment ; B.O.I.) เมื่อสิ้น พ.ศ.2535 มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 84 ราย มีมูลค่าการส่งออกในระดับ 2.6 หมื่นล้านบาท ส่วนใน พ.ศ.2536 กระทรวงพาณิชย์ได้ประกาศการว่าจะสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น 2.9 หมื่นล้านบาท โดยนองเท็กก็หาจะเป็นสินค้าที่ได้รับความสนใจมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ รองเท็กยางและพลาสติก (นิรนาม , 2536ค)

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าสำคัญ 10 อันดับแรกของไทย ตั้งแต่ พ.ศ.2532-2535

(หน่วย : ล้านบาท)

สินค้า	พ.ศ.			
	2532	2533	2534	2535
1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	57,892.4	65,804.2	86,622.0	86,697.8
2. เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	26,835.1	38,694.5	46,440.5	55,409.2
3. อัญมณีและ เครื่องประดับ	28,421.9	34,891.8	35,962.6	36,681.8
4. แผงวงจรไฟฟ้า	18,426.2	21,580.5	25,774.3	28,622.3
5. ข้าว	45,462.3	27,769.5	30,516.3	36,213.8
6. รองเท้าและชิ้นส่วน	13,524.8	20,213.3	23,795.2	25,576.2
7. กุ้งสดแช่เย็น	16,055.6	20,253.7	26,680.9	31,708.6
8. ยางพารา	26,431.7	23,357.3	24,953.5	28,924.7
9. ผลิตภัณฑ์ขึ้นสำปะหลัง	25,052.3	24,465.2	24,883.9	29,613.3
10. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	6,620.4	7,988.4	10,668.7	14,140.5
รวม	264,722.7	285,018.4	336,297.9	373,588.2

ที่มา : (กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ , 2535)

ด้านการส่งออกรองเท้า เมื่อคิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด พบว่ามีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้น นั่นคือเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.39 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดในปี พ.ศ.2529 เป็นร้อยละ 1.98, 2.40, 2.63 และ 3.44 ใน พ.ศ.2530, พ.ศ.2531, พ.ศ.2532 และ พ.ศ.2533 ตามลำดับ ส่วนใน พ.ศ.2534 และ พ.ศ.2535 นั้นมีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออก รองเท้า เมื่อเทียบกับการส่งออกทั้งหมดลดลงเหลือร้อยละ 3.29 และ 3.12 ตามลำดับ (ตารางที่ 2) เนื่องจากใน พ.ศ.2534-2535 แม้จะมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นแต่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง จึงทำให้สัดส่วนของมูลค่าการส่งออก รองเท้า เมื่อเทียบกับการส่งออกทั้งหมดลดลงด้วย

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกทั้งหมดกับมูลค่าการส่งออก รองเท้าของไทย ระหว่าง พ.ศ.2529-2535

พ.ศ.	มูลค่าการส่ง ออกสินค้าทั้ง หมด (ล้านบาท)	มูลค่าการส่ง ออก รองเท้า (ล้านบาท)	สัดส่วนการ ส่งออก รอง เท้าเมื่อเทียบ กับการส่งออก (ร้อยละ)	อัตรา การเพิ่มของ การส่งออก ทั้งหมด (ร้อยละ)	อัตรา การเพิ่มของ การส่งออก รองเท้า (ร้อยละ)
2529	229,937.1	3,184.8	1.39	-	-
2530	299,090.5	5,915.1	1.98	30.08	85.73
2531	402,319.7	9,658.1	2.40	34.51	63.28
2532	514,729.5	13,524.8	2.63	27.84	40.04
2533	588,157.4	20,213.3	3.44	14.27	49.45
2534	723,111.9	23,795.2	3.29	22.95	17.72
2535	823,301.1	25,576.2	3.12	13.86	7.49

ที่มา : (Customs Department , 1986-1992)

อุตสาหกรรมรอง ให้ความในปัจจุบันมักจะประสบปัญหาและอุปสรรค ซึ่งแยกพิจารณา ออก เป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก กล่าวคือในส่วน ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น ปัญหาวัตถุดิบซึ่งอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อส่งออกจำเป็นต้องพึ่งพาวัตถุดิบ จากต่างประเทศในอัตราที่สูงมาก ผู้ผลิตต้องประสบกับปัญหาด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ความสามารถในการ แข่งขันในตลาดโลกจึงไม่ดีเท่าที่ควร ปัญหาด้านแรงงานเป็นอีกปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นในการผลิต ของอุตสาหกรรมรอง ให้ความ เนื่องจากขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม รวมถึง การฝึกอบรมเพื่อสร้างแรงงานที่มีคุณภาพ ก็ยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของ โรงงาน นอกจากนี้อุตสาหกรรมรอง ให้ความยังประสบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตและการออก แบบรอง ให้ความ การขาดเทคโนโลยีในการผลิตทำให้ประสิทธิภาพในการผลิตไม่สม่ำเสมอและปริมาณ การผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด อีกทั้งการขาดแคลนนักออกแบบรอง ให้ความ เป็นผลให้ รูปแบบรอง ให้ความของไทยไม่ทันสมัยและตรงกับรสนิยมของตลาดในต่างประเทศเท่าที่ควร โดย เฉพาะตลาดที่ต้องการสินค้าคุณภาพสูง (นิรนาม , 2536ข)

ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกนั้น เป็น เรื่องของการแข่งขันกับตลาด ต่างประเทศและการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ ด้านการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศจะ เห็นว่า เป็นสาเหตุหนึ่งที่สำคัญ ส่งผลให้การส่งออกรอง ให้ความของไทยไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากมีหลายประเทศทางแถบเอเชียเป็นแหล่งผลิตรอง ให้ความที่มีการใช้เทคโนโลยีสูงกว่า เช่น ประเทศไต้หวัน เกาหลีใต้ เป็นต้น และบางประเทศที่มีต้นทุนการผลิต ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า ประเทศไทย เช่น จีน อินโดนีเซีย เป็นต้น ทำให้ประเทศไทยต้องประสบกับการแข่งขันในตลาด ต่างประเทศ ด้านการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศซึ่งประเทศไทยได้ส่งรอง ให้ความไปยังตลาด สหรัฐอเมริกามากที่สุดและสหรัฐฯ มีการกีดกันทางการค้าเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะการผ่านร่างบัญญัติ กฎหมายการค้ามาตรา 301 ซึ่งเป็นกฎหมายที่สหรัฐฯ สามารถตอบโต้ทางการค้าได้ด้วยตัวเอง ต่อประเทศคู่ค้าที่สหรัฐฯ เห็นว่ามีการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมกับสหรัฐฯ ประเทศไทยก็เป็น หนึ่งในที่อยู่ในช่วงของการตอบโต้ตามมาตรา 301 ของสหรัฐฯ ด้วย (นิรนาม , 2536ก)

จากปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ สมควรที่จะมีการศึกษาว่าในสภาพปัจจุบัน ได้มีการพัฒนา ด้านการผลิตและแก้ไขปัญหาทางการส่งออกไปแล้วอย่างไรบ้าง ทั้งในภาครัฐบาลและเอกชน ตลอดจนหาช่องทางตลาดส่งออกใหม่ ๆ และดูการแข่งขันในตลาดโลก ดังนั้นจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการส่งออกของ ฟ้าของไทย โดยศึกษาถึงโครงสร้างการผลิต สภาพปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่มีผลต่อการผลิตและการส่งออกของ ฟ้าของไทย รวมทั้งแนวโน้มการส่งออกของ ฟ้าไทยในตลาดต่างประเทศ เพื่อ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการส่งออกของ ฟ้าไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างการผลิตและสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรม ฟ้าของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาถึงภาวะการตลาดส่งออก ฟ้าของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคจากการผลิตและการส่งออกที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อได้ศึกษาถึงอุตสาหกรรมการผลิตและการส่งออก ฟ้า จะทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโครงสร้างการผลิต สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต และการส่งออก เพื่อนำมาวิเคราะห์สภาพการตลาดส่งออกที่แท้จริงของประเทศไทย นอกจากนี้ยังจะได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งจากการผลิตและการส่งออกของอุตสาหกรรม ฟ้า รวมทั้งทราบถึงแนวโน้มการส่งออก ฟ้าของประเทศไทยไปยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งผลการศึกษาสามารถนำมาใช้เป็นแนวทาง ในการประกอบการพิจารณาและวางแผนให้แก่ผู้ลงทุนในธุรกิจการส่งออก ฟ้า รวมถึงการตัดสินใจแก้ไขปัญหาการตลาดส่งออกที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางให้แก่ผู้สนใจและต้องการศึกษาค้นคว้าต่อไป ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาการส่งออกของอุตสาหกรรม ฟ้าของประเทศไทย และ เกิดผลดีต่อ เศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศไทย

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาคั้งนี้มุ่งเน้นในสภาพการผลิตและการส่งออก โดยจะเป็นการศึกษา การส่งออกของประเทศไทยไปยังตลาดโลก ซึ่งตลาดที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา ระหว่าง พ.ศ. 2529-2535 รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาในการส่งออกและแนวทางในการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน นโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลไทย สินค้าส่งออกของประเทศไทยที่ส่งไปขายต่างประเทศจะเป็น ข้อมูลที่กรมศุลกากรได้รวบรวมไว้ในหนังสือ Foreign Trade Statistics of Thailand โดยมีการแยกผลิตภัณฑ์ส่งออกเป็น รองเท้ายางและพลาสติก รองเท้าหนัง รองเท้ากีฬาและ ผ้าใบ รองเท้าแตะ รองเท้าอื่น ๆ และชิ้นส่วนรองเท้า ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้มุ่งพิจารณาผลิตภัณฑ์ รองเท้ายางและพลาสติก รองเท้าหนัง รองเท้ากีฬาและผ้าใบ รองเท้าแตะ โดยจะศึกษาถึง ลักษณะของผลิตภัณฑ์/วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ลักษณะการผลิต กรรมวิธีการผลิตและสถานการณ์การ ผลิตและศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทยในเรื่องของประวัติ ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งสมาคมขึ้น รวมไปถึงสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกของสมาคม จะได้รับ และศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการรายสำคัญของรองเท้าในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การส่งออก นโยบายด้านการค้า / ตลอดจนกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อส่งเสริมการส่งออก รองเท้า เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบเสียเปรียบของอุตสาหกรรมรองเท้า รวมถึงแนวโน้มการ ส่งออกรองเท้าไปยังตลาดโลกและตลาดนำเข้าที่สำคัญ เพื่อช่วยให้สามารถระบุได้ว่าตลาดใดที่ ประเทศไทยควรให้ความสนใจมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ยังศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคทางด้านการ ผลิตและการส่งออก โดยพิจารณาถึงปัญหาวัตถุดิบ ปัญหาแรงงาน ปัญหาด้านเทคโนโลยีการ ผลิตและการออกรูปแบบของรองเท้า ปัญหาการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศในส่วนของ กฎหมายการค้ามาตรา 301 ของสหรัฐฯ และปัญหาการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศ เพื่อเสนอแนะ แนวทางและมาตรการต่าง ๆ ในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาการผลิตและการส่งออกของรองเท้า อัน จะเป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออก และการขยายตลาดการส่งออกของอุตสาหกรรมรองเท้า ของไทยต่อไปในอนาคต

การตรวจเอกสาร

นิรนาม (2529) ได้ศึกษาการผลิตรองเท้า พบว่าอุตสาหกรรมการผลิตรองเท้าของไทยได้เริ่มผลิตมาเป็นเวลานานแล้ว การผลิตรองเท้าในประเทศไทยแต่เดิมนั้นประกอบด้วยผู้ผลิตรายย่อยจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่ผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศเป็นหลัก และผลิตเพื่อป้อนแก่ผู้ผลิตรายใหญ่อีกทอดหนึ่ง แต่ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2523-2527 การผลิตได้มีการขยายตัวและพัฒนามากขึ้นจนกลายมาเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศได้ปีละไม่ต่ำกว่าพันล้านบาท นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานมากด้วย สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้ามีมากมายหลายชนิด ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งาน ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้วัตถุดิบที่ผลิตได้ภายในประเทศประมาณร้อยละ 65 ของวัตถุดิบที่ใช้ทั้งหมด ส่วนที่เหลือต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์รองเท้าที่ส่งออก สามารถแยกตามลักษณะการใช้งานออกเป็น 5 ประเภท คือ รองเท้าแตะ รองเท้ากีฬาและรองเท้าผ้าใบ รองเท้าสำหรับสวมใส่ออกนอกบ้าน รองเท้าที่ใช้ในอุตสาหกรรม และรองเท้าอื่น ๆ

แววตา คิษฐศรี (2530) ศึกษาการผลิตรองเท้าของไทยพบว่า อุตสาหกรรมรองเท้าของไทยได้มีมานานแล้ว ในระยะเริ่มแรกเป็นการผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศเป็นสำคัญ ต่อมาการผลิตได้พัฒนาและขยายตัวมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ความต้องการผลิตภัณฑ์ยังขึ้นอยู่กับรูปแบบตามสมัยนิยมอยู่มาก นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับรสนิยมและค่านิยมของผู้ใช้ บางส่วนที่นิยมสินค้าจากต่างประเทศ หรือแม้แต่จะใช้เครื่องหมายการค้าจากต่างประเทศ แต่ผลิตภายในประเทศไทย ทางด้านการส่งออกของไทยพบว่า ประเทศไทยได้ส่งออกรองเท้าไปจำหน่ายต่างประเทศทั้งในรูปแบบสินค้าสำเร็จรูปและที่เป็นส่วนประกอบ ในระหว่าง พ.ศ. 2525-2529 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งนี้เนื่องจากรองเท้าของไทยมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ

ธนาคารกสิกรไทย (2533) ได้ศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมรองเท้าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีอัตราการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์สูง ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2530-2532 เพราะนอกจากความต้องการภายในประเทศ ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่เอื้ออำนวย ประกอบกับแนวโน้มมีผู้เริ่มให้ความสนใจเล่นกีฬาและออกกำลังกายกันมากขึ้นแล้ว ความต้องการของตลาด

ต่างประเทศยังขยายตัวอย่างรวดเร็วด้วย ซึ่งพิจารณาได้จากมูลค่าการส่งออกในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2528-2532 มีอัตราการเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 48 ต่อปี ทั้งนี้เนื่องจากการที่ผู้ผลิตรองเท้ารายสำคัญในตลาดโลก คือ ไต้หวันและเกาหลีใต้ ได้ขยายฐานการผลิตมายังประเทศไทย โดยอาศัยความได้เปรียบในด้านต้นทุนแรงงานและอัตราการแลกเปลี่ยนที่เอื้ออำนวยต่อการส่งออก ตลอดจนสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรที่ประเทศไทยยังได้รับจากประเทศคู่ค้าสำคัญ ทำให้การส่งออกรองเท้าจากไทยที่ผ่านมาขยายตัวอย่างรวดเร็ว และเมื่อประกอบกับการพัฒนาฐานการผลิต ทำให้รองเท้าไทยมีคุณภาพได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางจากตลาดต่างประเทศ โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญคือสหรัฐอเมริกา กลุ่มประชาคมยุโรป ฮองกงและสหรัฐอเมริกาบราซิล นอกจากนี้การที่รัฐบาลได้ให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตรองเท้าอย่างจริงจัง โดยมีการลดอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบประเภทหนัง ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตรองเท้า จากปัจจัยดังกล่าวนี้ล้วนเกื้อหนุนให้การผลิตและการส่งออกรองเท้าของไทยขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด

บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2534) ได้พบว่าอุตสาหกรรมรองเท้าและชิ้นส่วนในปี พ.ศ. 2533 ที่ผ่านมาถึงแม้การขยายตัวจะยังคงอยู่ในเกณฑ์สูงแต่ก็มีแนวโน้มเริ่มชะลอลงแล้ว โดยเฉพาะการส่งออกซึ่งมีอัตราที่ลดลงจากอัตราเฉลี่ย ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2530-2533 ซึ่งขยายตัวเฉลี่ยถึงร้อยละ 50 ต่อปี เหลือเพียงประมาณร้อยละ 23 ในช่วง 7 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2534 ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาด้านต้นทุนการผลิตทั้งค่าจ้างแรงงานและราคาวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ ประกอบกับมีประเทศคู่แข่งสำคัญเข้ามาคือ จีนและอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นฐานการผลิตใหม่ของไต้หวันและเกาหลีใต้ ในปัจจุบันผู้ผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออกยังคงได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาลอยู่โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของรองเท้ากีฬา ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะได้รับสิทธิพิเศษจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ทำให้ต้นทุนของผู้ผลิตเหล่านี้ลดลงไปส่วนหนึ่ง ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกจึงมีสูงขึ้น

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2535) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการผลิตรองเท้าในประเทศไทยพบว่า อุตสาหกรรมรองเท้าได้มีการพัฒนาการผลิตจากเดิมมาลักษณะการผลิตแบบอุตสาหกรรมมาคร้ว เรือ่นที่ใช้แรงงานเป็นหลัก มุ่งจำหน่ายภายในประเทศมาเป็นอุตสาหกรรมผลิตในโรงงานขนาดใหญ่ โดยร่วมทุนกับนักลงทุนต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่

ได้หัน เกาหลีใต้ ฮังการี และสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้นำเครื่องจักรและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการผลิต ปรับปรุงพัฒนารูปแบบและคุณภาพสินค้าจนเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศมากขึ้น ปัจจุบันโรงงานผลิตรองเท้า เพื่อส่งออกทั้งขนาดเล็กและใหญ่มีประมาณ 2,000 ราย มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้นประมาณ 300 ล้านคู่ต่อปี มีการจ้างงานประมาณ 70,000 คน และจำนวนนี้มี 185 รายที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน แหล่งผลิตที่สำคัญแยกออกเป็นสองส่วนคือส่วนที่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนและส่วนที่เป็นโรงงานผลิตรองเท้าขนาดใหญ่

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปแบบข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ จากแหล่งเอกสารและบุคคลต่าง ๆ มาประมวลไว้เพื่อใช้ในการวิเคราะห์โดยแยกออกได้เป็นดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่สอบถามถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการผลิตรองเท้า ศึกษารายการสัมภาษณ์ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทั่วไปทางด้านการผลิตและการส่งออก ข้อมูลที่สอบถามทางด้านการผลิต เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการผลิต ปัญหาเกี่ยวกับการผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ส่วนข้อมูลที่สอบถามทางด้านการส่งออก เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการหาลูกค้าในต่างประเทศ การกำหนดราคาสินค้า ปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวสินค้าตลาดที่ส่งออก ปัญหาด้านการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศ และปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการผลิตและส่งออกรองเท้าได้รับอยู่ในปัจจุบัน

วิธีการเลือกตัวอย่าง สำหรับตัวอย่างที่เลือกเพื่อหาการศึกษาครั้งนี้ นำมาจากกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ โดยมีหลักเกณฑ์การเลือกผู้ประกอบการผลิตและส่งออก ดังนี้คือ จะต้องเป็นผู้ผลิตและส่งออกรองเท้าประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือหลายประเภทรวมกัน โดยจำแนกประเภทของรองเท้าออกเป็น รองเท้ากีฬาและผ้าใบ รองเท้าหนัง รองเท้ายางและพลาสติก และรองเท้าแตะ

ข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบอนุกรมเวลา ระหว่าง พ.ศ.2529-2535 ที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าการส่งออก โดยมีการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รายงานการศึกษา บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนสถิติจากส่วนราชการและเอกชนที่ทำการรวบรวมไว้ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์, กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง, กรมส่งเสริมการส่งออก, บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงอุตสาหกรรม รวมทั้งวารสารต่าง ๆ เช่น วารสารผู้ส่งออก วารสารธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น พร้อมทั้งจากรายงานการวิจัยและรายงานสรุปต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำข้อมูลทุติยภูมิ ที่เก็บรวบรวมมาได้จากอดีตจนถึงปัจจุบัน มาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และในเชิงปริมาณที่แสดงในรูปตารางและคำร้อยละ เพื่อช่วยในการอธิบาย โดยจะพิจารณาในเรื่องของประเภทผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีการผลิต ต้นทุนการผลิตและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต กำลังการผลิต และสถานการณ์การผลิต เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบเสียเปรียบของอุตสาหกรรมรองเท้าของไทย

บทที่ 2

โครงสร้างการผลิตและสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตอุตสาหกรรมรองเท้าไทย

การศึกษาถึงโครงสร้างการผลิต และสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมรองเท้าไทย ซึ่งแบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 คือโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมรองเท้าไทย ได้แก่ ลักษณะของผลิตภัณฑ์รองเท้า กรรมวิธีการผลิต และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ส่วนที่ 2 ได้แก่ สถานการณ์การผลิตและกำลังการผลิต

โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมรองเท้าไทย

ในการศึกษาได้แบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์รองเท้าออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ คือ รองเท้ากีฬาและผ้าใบ รองเท้าชายและพลาสติก รองเท้าหนัง และรองเท้าแตะ โดยพิจารณาถึงลักษณะของรองเท้า กรรมวิธีการผลิต และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตตามประเภทผลิตภัณฑ์ของรองเท้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

รองเท้ายกกีฬาและผ้าใบ

อุตสาหกรรมรองเท้ายกกีฬาและผ้าใบของประเทศไทย ในปัจจุบันยังไม่สามารถเข้ามแข่งขันในตลาดต่างประเทศโดยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเองได้ ส่วนใหญ่จะรับจ้างผู้ผลิตในต่างประเทศ ผลิตตามเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วในประเทศนั้น ๆ ประกอบกับการศึกษาถึงโครงสร้างของรองเท้ายกกีฬาและผ้าใบแต่ละประเภทยังมีผู้น้อยราย จึงจำเป็นต้องใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุนร่วมกับบริษัทต่างประเทศ เพื่อพัฒนารองเท้าในประเทศให้รุกหน้าต่อไป

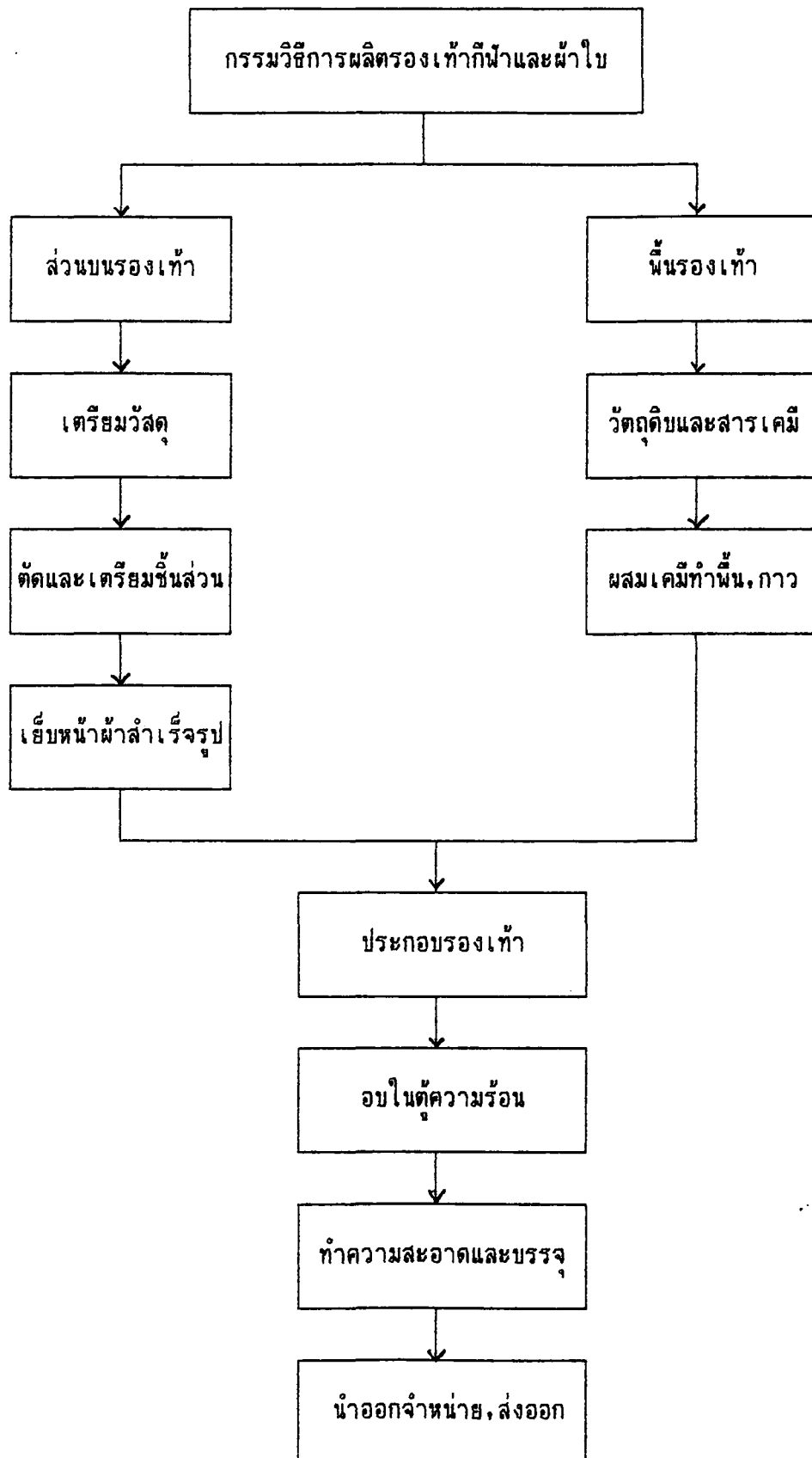
ลักษณะของรองเท้ายกกีฬาและผ้าใบ รองเท้าผ้าใบในสมัยก่อนเป็นรองเท้าที่ส่วนบนทำด้วยผ้าใบ ผ้าฝ้าย หรือยีนส์ และส่วนพื้นทำด้วยยาง ต่อมาได้มีการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบเพื่อสนองความต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ โดยมีการปรับปรุงทั้งในด้านรูปทรงและการใช้วัสดุ เช่น โพลียูรีเทน หนังแท้ และหนังเทียม พร้อมทั้งมีการนำเอาเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตด้วย รองเท้าผ้าใบสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ รองเท้ายกกีฬา และรองเท้ายกผ้าใบธรรมดา

รองเท้ากีฬา เป็นรองเท้าที่ออกแบบขึ้นเพื่อการกีฬาโดยเฉพาะที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น การเกาะพื้น น้ำหนักเบา รับแรงกระแทกได้ดี เป็นต้น รองเท้ากีฬาส่วนใหญ่ที่ผลิตภายในประเทศมักได้รับความช่วยเหลือในด้านารออกแบบและทดสอบจากต่างประเทศ โดยเฉพาะผู้ผลิตภายใต้ใบอนุญาตจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ หรือภายใต้ชื่อของผู้ว่าจ้าง ซึ่งมักจะเป็นผู้ออกแบบและกำหนดวัตถุประสงค์ที่จะใช้มาให้

รองเท้าผ้าใบธรรมดา เช่น รองเท้านักเรียน รองเท้าแฟชั่นและกึ่งแฟชั่น สำหรับรองเท้านักเรียนมักจะเป็นแบบเรียบ ๆ สีดำ น้ำตาลหรือสีขาว ส่วนรองเท้าแฟชั่นหรือกึ่งแฟชั่น ส่วนบนมักทำด้วยผ้าใบ ผ้าร่มหรือหนังกลับ และมีรูปร่างตามความนิยม พื้นรองเท้าโดยปกติมักจะเป็นส่วนผสมของยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์และเคมีภัณฑ์บางชนิด

กรรมวิธีการผลิตรองเท้ากีฬาและผ้าใบ กรรมวิธีการผลิตรองเท้ากีฬาและผ้าใบใช้ระบบร้อน (Hot Vulcanization System) บางที่เรียกว่าระบบเปียก (Wet Process) ระบบดังกล่าวนำผ้ามาติดกับพื้นรองเท้าที่ขึ้นและกาวยังไม่สุกหรือเซ็ดตัว ต้องนำรองเท้าไปเข้าตู้อบความร้อนที่ประมาณ 120-150 องศาเซลเซียส ใช้เวลาประมาณ 45 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จึงจะได้รองเท้าที่สำเร็จรูป วิธีการผลิตแบบนี้ใช้กำลังคนมาก สำหรับขั้นตอนการผลิตรองเท้ากีฬาและผ้าใบมีขั้นตอนดังนี้ (ภาพที่ 1)

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้ากีฬาและผ้าใบ จะมีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศบางส่วน ได้แก่ ผ้าใบ ยางพารา ชิป หนังแท้ หนังเทียม ประมาณร้อยละ 35 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ พื้นรองเท้า เคมีภัณฑ์ ผ้าใบ ตาข่าย ยางสังเคราะห์ นำเข้าประมาณร้อยละ 65 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด ทยอยนำเข้าจากญี่ปุ่น ไต้หวัน ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบภายในประเทศมีปริมาณไม่เพียงพอ คุณภาพต่ำ และมีราคาสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ



ภาพที่ 1 กรรมวิธีการผลิตรองเท้ากีฬาและผ้าใบ

ที่มา : (นิรนาม , 2526)

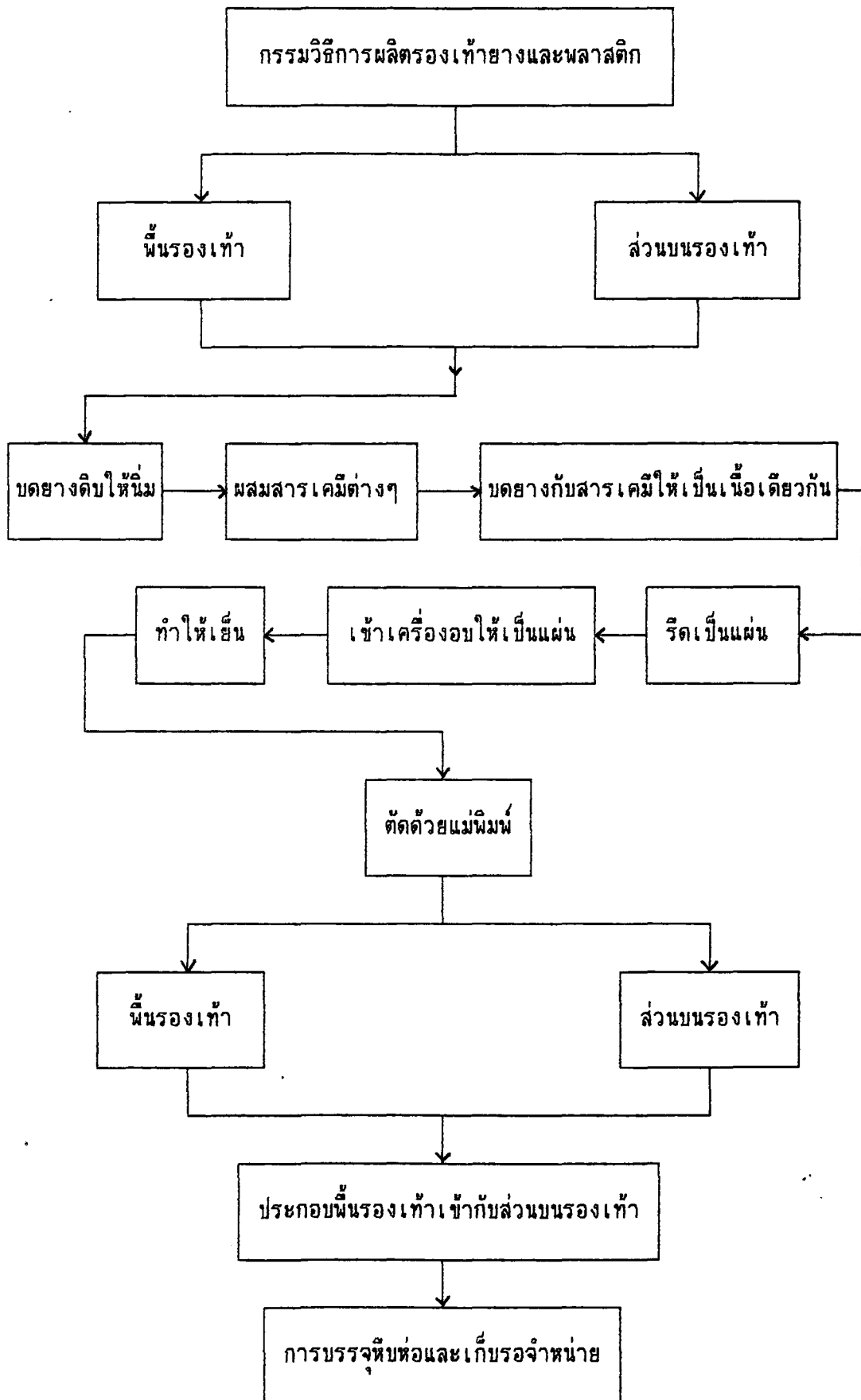
รองเท้ายางและพลาสติก

รองเท้ายางและพลาสติก คือรองเท้าอีกประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมทั้งจากตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ลักษณะของรองเท้ายางและพลาสติก รองเท้ายาง เป็นอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากยางพาราซึ่งใช้ยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิต รองเท้ายาง เป็นสินค้าที่จำเป็นต้องใช้ในการชีวิตประจำวันและเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เนื่องจากรองเท้ายางมีราคาถูก มีความคงทนใช้งานได้นาน มีหลากชนิดหลายแบบ ขนาด สีสันให้เลือกใช้ได้กับทุกสภาพอากาศ

รองเท้าพลาสติก ได้รับความนิยมทั้งจากตลาดภายในประเทศและตลาดภายนอกประเทศ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้าพลาสติกคือ PVC (Poly Vinyl Chloric) ผสมสีออกมาเป็นสีของตัวรองเท้าเป็นหลัก จากนั้นก็ทำการตกแต่งโดยใช้ผ้าหรือพลาสติกพิมพ์ลายมาปิดทับอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งวิธีการนี้ทำให้สามารถผลิตรองเท้าพลาสติกที่มีสีและลวดลายแตกต่างกันออกไปได้มาก โดยใช้แม่พิมพ์ในการฉีด PVC ชุดเดียวกัน เนื่องจากการผลิตรองเท้าพลาสติกนั้น มีขั้นตอนการผลิตไม่ยุ่งยาก จึงมีผู้ผลิตรายย่อยเป็นจำนวนมากผลิตเพื่อขายภายในประเทศ สำหรับการผลิตรายย่อยเพื่อการส่งออกมักเป็นโรงงานขนาดกลางหรือใหญ่ ซึ่งจำเป็นต้องติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดภายนอกอยู่เสมอ เนื่องจากรองเท้าพลาสติกจัดเป็นรองเท้าแฟชั่นชนิดหนึ่ง ความนิยมในลักษณะและสีลวดลายของรองเท้าในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันไป และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมออีกด้วย

กรรมวิธีการผลิตรองเท้ายางและพลาสติก กรรมวิธีการผลิตรองเท้ายางและพลาสติกใช้ระบบฉีด (Injection System) ซึ่งเป็นวิธีการผลิตรองเท้าโดยเอาหน้าผ้ารองเท้ามาเข้าหุ่น หลังจากนั้นนำวัสดุที่เป็นส่วนของพื้นติดเข้ากับหน้าผ้า ทั้งนี้วัสดุที่ใช้ทำพื้นมักเป็น PVC, ยางเทียม หรือ PU (Polyurethane) วิธีผลิตแบบนี้ใช้กำลังคนน้อย สำหรับขั้นตอนการผลิตรองเท้ายางและพลาสติกมีขั้นตอนดังนี้ (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 กรรมวิธีการผลิตรองเท้ายางและพลาสติก

ที่มา : (อรุณี ประเสริฐศิลป์ และจิตรา สว่างศรี , 2528)

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้ายางและพลาสติกนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 80 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด ได้แก่ EVA (Ethylene Vinyl Acetate), PVC, PU, โนล่อนและหนังเทียมประเภทต่างๆ รดยนำเข้าจากประเทศไต้หวัน เกาหลี และญี่ปุ่น ปัจจุบันแม้จะมีโรงงานผลิตเม็ด PVC ได้ภายในประเทศแต่จำเป็นต้องนำเข้าเป็นส่วนใหญ่เพราะภายในประเทศแม้จะมีการผลิต แต่มีให้เลือกน้อยชนิด ไม่สมบูรณ์ตามที่ตลาดต้องการและราคาสูง การสั่งซื้อก็ต้องสั่ง เป็นจำนวนมากตามกำหนดของผู้ชาย

รองเท้าหนัง

รองเท้าหนัง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นได้ในประเทศไทยเป็นเวลานานแล้ว แต่ยังไม่ได้รับการพัฒนาด้านรูปแบบและคุณภาพมากนัก ในปัจจุบันอุตสาหกรรมรองเท้าหนังมีความก้าวหน้าในการปรับปรุงคุณภาพและมีการนำวัสดุที่มีคุณภาพดีขึ้นด้วย มีการปรับปรุงด้านกระบวนการผลิต รวมทั้งมีการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต ทำให้รองเท้าหนังของไทยได้รับการยก ระดับคุณภาพขึ้น ทั้งยังสามารถผลิตได้รวดเร็ว เป็นที่นิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ลักษณะของรองเท้าหนัง รองเท้าหนังเป็นรองเท้าที่ตัดเย็บจากหนังที่ลอกแล้ว เช่น หนังโค หนังงู เป็นต้น มีทั้งชนิดหุ้มส้นและเปิดส้น ส่วนบนทำด้วยหนัง พื้นทำด้วยหนัง, หนังอัดหรือยางวัสดุสังเคราะห์อื่น ๆ รองเท้าหนังที่ผลิตอยู่ในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. แบบมาตรฐาน เป็นแบบที่เข้าค้ำนานไม่ค่อยล้าสมัย มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบน้อย แบบเรียบ ไม่มีการตกแต่งส่วนบนมากนัก มักจะมีสีน้ำตาล หรือสีน้ำตาลอ่อน รองเท้าสำหรับบุรุษ ส้นจะไม่สูงจนเกินไปนัก และสำหรับสตรีก็เช่นเดียวกัน มีแบบเรียบ ๆ ส้นไม่สูงจนเกินไป มีการประดับตกแต่งส่วนบนเล็กน้อย หรือไม่ตกแต่งเลย

2. แบบแฟชั่น หมายถึงรองเท้าที่มีการดัดแปลงในด้านรูปร่าง สีล้น การประดับส่วนบนและริมของรองเท้าให้ผิดแปลกไปจากแบบมาตรฐานตามความนิยมในขณะนั้น เช่น หัวของรองเท้าอาจเรียวแหลม หรือบ้าน ส้นอาจจะเสีกลงหรือใหญ่ขึ้นกว่าปกติ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการตกแต่งส่วนบนด้วยวัตถุดิบต่าง ๆ เช่น พลาสติก หนังเทียม รสละ ผ้า กระดุม ฯลฯ

รองเท้าที่นิยมส่งออกสำหรับสุภาพบุรุษ มักจะเป็นแบบมาตรฐาน เรียบ สีดำ หรือสีน้ำตาล ไม้ผูก เข็มอก ส่วนที่ติดข้อเท้าสูง เล็กน้อย มีทั้งชนิดหุ้มส้นและเปิดส้น พื้นหาคด้วยหนัง นิยมในยุโรป ส่วนพื้นหาคด้วยยางนิยมนำมาตัดวันออกกลาง ส่วนรองเท้าสุภาพสตรี มักนิยมรองเท้าแพชชั่น เป็นส่วนใหญ่ แบบมาตรฐานมีการส่งออกบ้าง เล็กน้อย

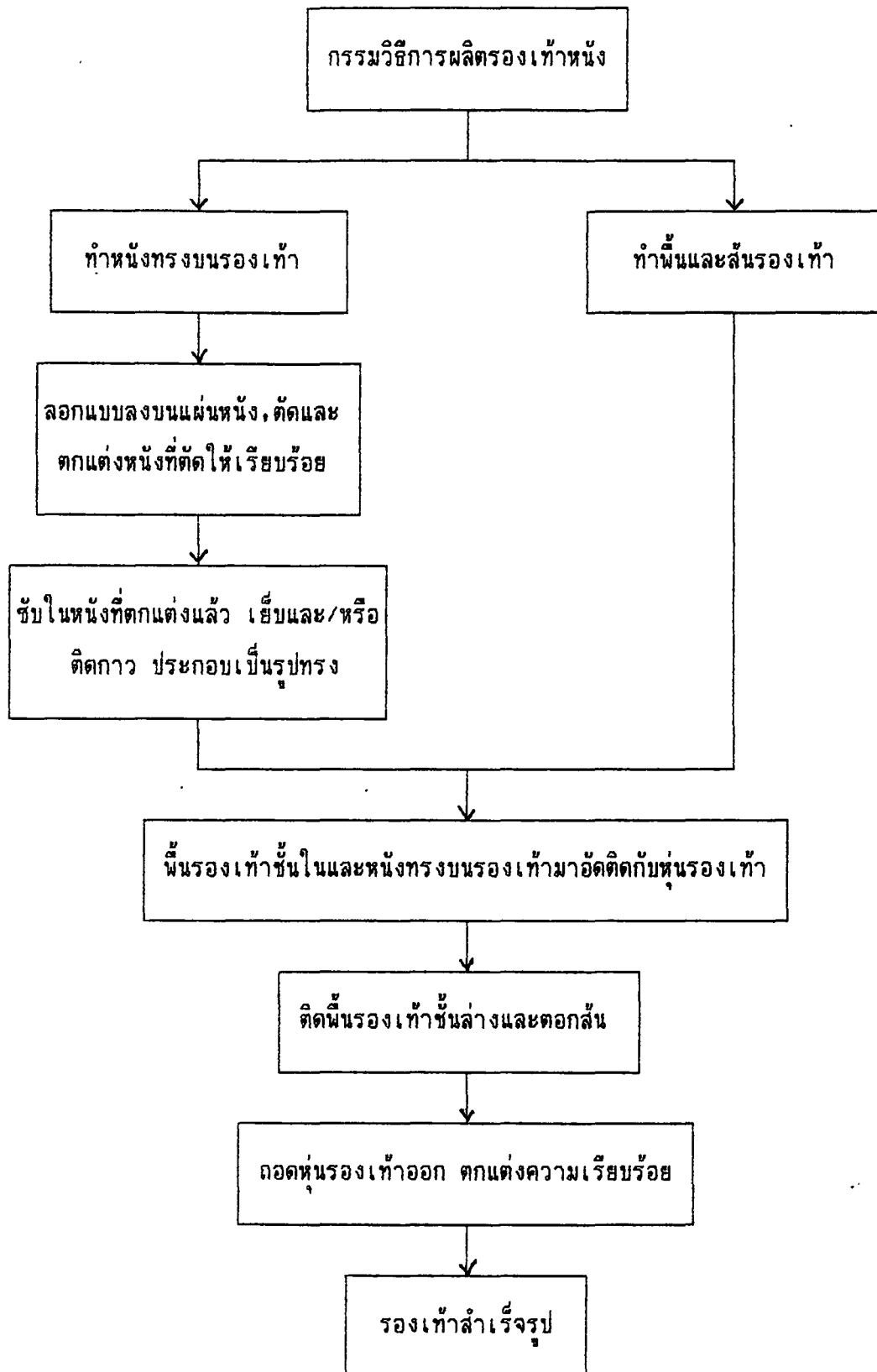
กรรมวิธีการผลิตรองเท้าหนัง กรรมวิธีการผลิตรองเท้าหนังใช้ระบบเย็น (Cold Cemented System) หรือระบบแห้ง (Dry Process) ระบบดังกล่าวเป็นระบบที่ติดส่วนหน้าผ้าของรองเท้า เข้ากับพื้นรองเท้าที่ทากาวเตรียมไว้ แล้วนำมาอัดเข้าเครื่องจักรอีกครั้งหนึ่ง วิธีการผลิตแบบนี้ใช้กำลังคนในการผลิตมาก สำหรับขั้นตอนการผลิตมีขั้นตอนดังนี้ (ภาพที่ 3)

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้าหนังนั้น มีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศประมาณร้อยละ 75 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด ได้แก่ หนังแท้ กาว ด้มาย ใยลอน และส่วนประกอบของพื้นรองเท้า ส้น พื้นรองใน เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้สามารถจัดหาได้ในประเทศ แต่ในบางกรณีต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 25 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด เช่น กาว หนังพอก ทั้งนี้เพราะคุณภาพดีกว่าภายในประเทศ และจำเป็นต้องนำเข้า เนื่องจากความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างประเทศ

รองเท้าแตะ

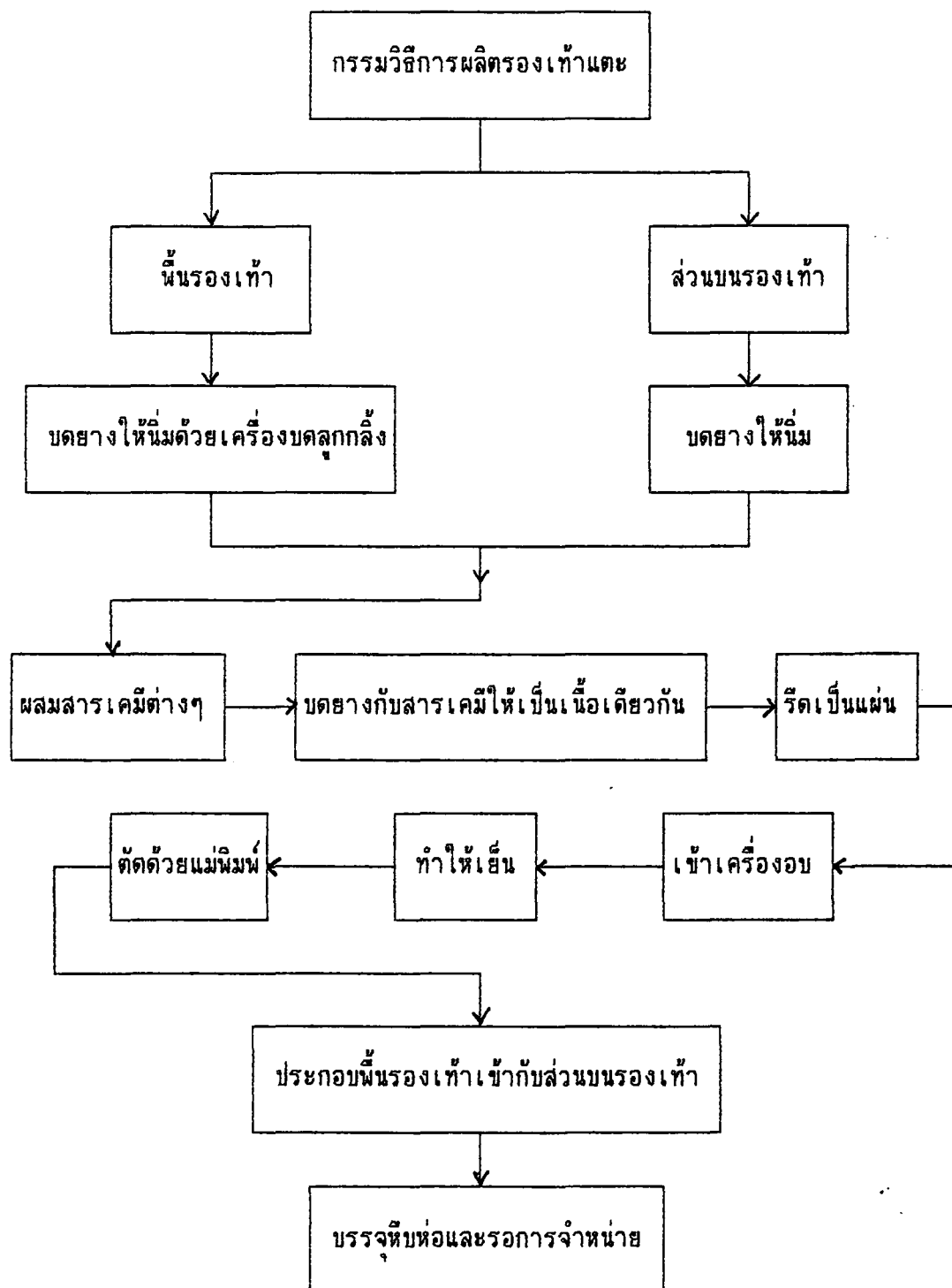
อุตสาหกรรมการผลิตรองเท้าแตะประเภทต่าง ๆ ในประเทศไทย ได้มีการพัฒนาขึ้นตามลำดับทั้งในด้านเทคนิคการผลิตและการตลาด รองเท้าแตะนับได้ว่าเป็นสินค้าที่มีการส่งออกมาก ในปัจจุบันมีโรงงานผลิตรองเท้าแตะเพิ่มขึ้น มีการขยายตัวทั้งด้านการผลิต และได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมากขึ้น จึงเป็นผลให้รองเท้าแตะเป็นสินค้าที่มีลู่ทางและโอกาสในการส่งออกที่ดีมากอีกประเภทหนึ่ง

ลักษณะของรองเท้าแตะ รองเท้าแตะสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 แบบใหญ่ ๆ ตามลักษณะการใช้งานคือ



ภาพที่ 3 กรรมวิธีการผลิตรองเท้านั่ง

ที่มา : (นิรนาม , 2535)



ภาพที่ 4 กรรมวิธีการผลิตรองเท้าแตะ

ที่มา : (นิรนาม , 2525)

ในลอนและทัง ทัชหม โจษนำเข้าจากประเทศไต้หวัน เกาหลีและญี่ปุ่น ปัจจุบันแม้จะมีโรงงานผลิตเม็ด PVC ได้ภายในประเทศแต่นำมาใช้ในการผลิตประมาณร้อยละ 20-30 เท่านั้น สาเหตุสำคัญที่ต้องนำเข้าวัตถุดิบเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากวัตถุดิบภายในประเทศมีให้เลือกน้อยชนิด ไม่สมบูรณ์ตามที่ต้องการและราคาสูง การสั่งซื้อจะต้องสั่งเป็นจำนวนมากตามกำหนดของผู้ขาย

สถานการณ์การผลิตและกำลังการผลิต

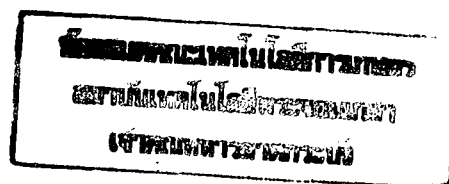
สถานการณ์การผลิตรองเท้าของไทยนั้น พบว่าการผลิตรองเท้าเพื่อส่งออกในขณะนี้ โรงงานต่าง ๆ ได้ผลิตใน 3 ลักษณะ คือ

1. ผลิตตามใบอนุญาตของบริษัทแม่ในต่างประเทศ (License) ใช้เครื่องหมายการค้าของต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อส่งออก มีส่วนน้อยที่จำหน่ายในประเทศ ซึ่งผู้ผลิตในประเทศมีสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่าย การผลิตตามใบอนุญาตนี้จะต้องมีการทำสัญญาซึ่งสัญญาจะมีอายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป (ตารางที่ 3)

2. ผลิตตามคำสั่งที่ได้รับจากผู้ผลิตต่างประเทศ โดยรับจ้างทำการผลิตให้แก่ผู้ผลิตชาวต่างประเทศ ใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ว่าจ้าง โดยผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ออกแบบ ขนาด และกำหนดวัตถุดิบในการผลิตรองเท้า ในกรณีนี้ส่วนใหญ่เป็นรองเท้ากีฬาและผ้าใบ โดยผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศผู้ว่าจ้างทั้งหมด ผู้ผลิตไม่มีสิทธิเป็นผู้จำหน่าย

3. ผลิตโดยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง ผู้ผลิตเป็นผู้ออกแบบเอง ส่วนใหญ่จะจำหน่ายภายในประเทศ ในกรณีนี้ส่วนใหญ่จะเป็นรองเท้าหนัง รองเท้าแตะและรองเท้าตามสมัยนิยม (ตารางที่ 4)

ในการผลิตของอุตสาหกรรมรองเท้าของไทย เป็นการผลิตทั้งเพื่อใช้ภายในประเทศ และเพื่อส่งออก โดยในปี พ.ศ. 2535 มีกำลังการผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศประมาณ 40% (140-180 ล้านคู่) และกำลังการผลิตเพื่อส่งออกประมาณ 60% (200-240 ล้านคู่)



ตารางที่ 3 ผู้ผลิตและส่งออก รองเท้ากีฬาที่เครื่องหมายการค้าของต่างประเทศปี พ.ศ. 2533

ชื่อบริษัท	ประเภทสินค้า	กำลังการผลิต (ล้านคู่/ปี)	ยี่ห้อ
1. ปิยะวัฒน์อุตสาหกรรมยาง จำกัด	รองเท้ายกกีฬา	6.4	NIKE
2. บางกอกรับเบอร์ จำกัด	รองเท้ายกกีฬา รองเท้าผ้าใบ	5.0	NIKE, REEBOK
3. แพนเอเซียฟุตแวร์ จำกัด	รองเท้ายกกีฬา รองเท้าผ้าใบ	3.0	NIKE
4. ยูเนียนฟุตแวร์ จำกัด	รองเท้ายกกีฬา	2.7	NIKE
5. รังสิตฟุตแวร์ จำกัด	รองเท้ายกกีฬา	1.2	NIKE
6. ชัมมิตสปอร์ตแวร์ จำกัด	รองเท้ายกกีฬา รองเท้าหนังสตรี	NA ^{1/} NA	NIKE BASS
7. กุศลภุมุท จำกัด	รองเท้าหนังบุรุษ	NA	TAURUS SPEEDY FOX
8. มิตรนิยม (แมนวูด) จำกัด	รองเท้าหนัง	NA	ACCO

หมายเหตุ 1/ หมายถึงไม่มีข้อมูล

ที่มา : (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ , 2536)

ตารางที่ 4 ผู้ผลิตและส่งออก รองเท้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของไทยที่สำคัญปี พ.ศ. 2533

ชื่อบริษัท	ประเภทสินค้า	กำลังการผลิต (ล้านคู่/ปี)	ยี่ห้อ
1. รองเท้าบาจา (ประเทศไทย) จำกัด	รองเท้าทุกชนิด	6.6	BATA
2. เมืองทองมหาชัย จำกัด	รองเท้าผ้าใบ รองเท้าหนัง	2.0	GOLD CITY
3. ไทย เอส เอล จำกัด	รองเท้ากีฬา	1.5	STAR LIGHT
4. ลีอก เลย์อุตสาหกรรม จำกัด	รองเท้ากีฬา	1.0	ACTIVE
5. บดินทรอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	รองเท้าแตะ	0.36	KARATE

ที่มา : (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ , 2536)

การวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกธัญพืชของไทย

โครงสร้างและแนวโน้มของการนำเข้าและการส่งออกธัญพืชในตลาดโลก

การวิเคราะห์ในบทนี้ เป็นการพิจารณาถึงโครงสร้างและแนวโน้มของการนำเข้าและการส่งออกธัญพืชในตลาดโลก ประเทศนำเข้าและส่งออกที่สำคัญ โดยจะพิจารณาถึงการกระจายและอัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยของสินค้าธัญพืชในตลาดโลก ได้แก่ ตลาดอเมริกา ตลาดลาตินอเมริกา ตลาดแอฟริกา ตลาดเอเชียและตลาดยุโรป เพื่อช่วยให้สามารถระบุได้ว่าตลาดใดที่ประเทศไทยควรให้ความสนใจมากขึ้นเพียงใด และชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มด้านการแข่งขันของตลาดและประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ นอกจากนี้ยังได้พิจารณาถึงศักยภาพการส่งออกธัญพืชของไทย โดยจะหาการศึกษาถึงโครงสร้าง และแนวโน้มการส่งออกธัญพืชตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ในตลาดแอฟริกา ตลาดอเมริกา ตลาดยุโรป และตลาดเอเชีย

ตลาดนำเข้าและประเทศนำเข้าธัญพืชที่สำคัญ

จากการศึกษาแนวโน้มการนำเข้าธัญพืชของตลาดโลกที่สำคัญ พบว่ามูลค่าการนำเข้าธัญพืชเพิ่มขึ้นทุกปี โดยใน พ.ศ.2529 มีมูลค่าการนำเข้า 9,958.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเป็น 11,228.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 12.75 ใน พ.ศ.2531 และใน พ.ศ.2534 มีมูลค่าการนำเข้าเป็น 14,490.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 29.06 สำหรับอัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีของการนำเข้าในช่วงระหว่าง พ.ศ.2529-2531 คิดเป็นร้อยละ 4.29 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9.12 ในช่วงระหว่าง พ.ศ.2532-2534 แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มการนำเข้าธัญพืชในตลาดโลกมีอัตราการเพิ่มที่เพิ่มขึ้น (ตารางที่ 5,7)

ตลาดยุโรป เป็นตลาดนำเข้าธัญพืชที่ใหญ่ที่สุด โดยใน พ.ศ.2529 มีมูลค่าการนำเข้า 6,727.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 67.56 มูลค่าการนำเข้าธัญพืชทั้งหมดจากตลาดโลกและมีการนำเข้าเพิ่มเป็น 10,340.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 71.36 ของมูลค่าการนำเข้าธัญพืชทั้งหมดจากตลาดโลกใน พ.ศ.2534 แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มการนำเข้าจากตลาดยุโรปมีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากรองเท้าของประเทศผู้ส่งออกนอกตลาด

มีคุณภาพได้มาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาดยุโรป และมีราคาต่ำกว่าของประเทศผู้ส่งออกภายในตลาดยุโรปเอง

ประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ เยอรมันตะวันตก มีมูลค่าการนำเข้า 3,459.00 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 23.87 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดจากตลาดโลก ใน พ.ศ.2534 ซึ่งนับได้ว่าเป็นประเทศผู้นำเข้าที่ประเทศสหราชอาณาจักรเป็นอย่างยิ่ง และประเทศอื่น ๆ ที่มีการนำเข้าทั้งหมดที่สำคัญในตลาดยุโรป ได้แก่ ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม-ลักเซมเบิร์ก ฯลฯ (ตารางที่ 5,6)

ตลาดอเมริกา การนำเข้าทั้งหมดในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2529-2534 มีมูลค่าไม่แน่นอน นั่นคือมีมูลค่าการนำเข้าใน พ.ศ.2529 เป็น 1,825.30 ล้านดอลลาร์ และมีการนำเข้าลดลงสลับกับการเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยมาใน พ.ศ.2534 มีมูลค่าการนำเข้าเป็น 1,596.91 ล้านดอลลาร์ เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าเป็นร้อยละของการนำเข้าทั้งหมดในตลาดโลกจะเห็นว่าตลาดอเมริกามีมูลค่าการนำเข้าใน พ.ศ.2529 คิดเป็นร้อยละ 18.33 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดจากตลาดโลก และลดลงเป็นร้อยละ 11.02 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดจากตลาดโลก จะเห็นว่าตลาดอเมริกา แม้จะมีแนวโน้มของการนำเข้าทั้งหมดจากตลาดโลก ลดลง แต่ก็ควรให้ความสนใจเนื่องจากตลาดอเมริกาเป็นตลาดที่มีมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดจากตลาดโลก เป็นอันดับสองรองจากตลาดยุโรป

ประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการนำเข้าใน พ.ศ.2534 เท่ากับ 1,335.81 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 9.22 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดจากตลาดโลก ส่วนประเทศนำเข้าที่สำคัญในตลาดอเมริกาอีกประเทศหนึ่ง ได้แก่ แคนาดา ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าใน พ.ศ.2534 เท่ากับ 261.10 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 1.80 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดจากตลาดโลก (ตารางที่ 5,6)

ตลาดเอเชีย เป็นตลาดนำเข้าทั้งหมดที่สำคัญ รองลงมาจากตลาดยุโรป และตลาดอเมริกา ซึ่งตลาดเอเชียจะรวมประเทศผู้นำเข้าในกลุ่มตะวันออกกลาง เข้าไว้ด้วย นับ

จาก พ.ศ.2529 เป็นต้นมา ตลาดเอเชียมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นทุกปี ulyาน พ.ศ.2529 มีมูลค่าการนำเข้า 473.77 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 4.76 ของมูลค่าการนำเข้า รองเท้าทั้งหมดจากตลาดโลก และเพิ่มขึ้นเป็น 989.78 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 6.83 ใน พ.ศ.2534 หรือมีอัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีสูงกว่าทุกตลาด แสดงว่าตลาดเอเชียมีแนวโน้มของการนำเข้ารองเท้าจากตลาดโลกอยู่ในอัตราที่สูง

ประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น นับจาก พ.ศ.2529 เป็นต้นมาประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้าเพิ่มขึ้น ulyาน พ.ศ.2529 มีมูลค่าการนำเข้าคิดเป็นร้อยละ 1.48 ของมูลค่าการนำเข้ารองเท้าทั้งหมดจากตลาดโลก เพิ่มเป็นร้อยละ 2.54 ของมูลค่าการนำเข้ารองเท้าทั้งหมดจากตลาดโลก ใน พ.ศ.2534 แสดงให้เห็นว่าสินค้ารองเท้ามีขนาดที่ตลาดในประเทศญี่ปุ่น ส่วนประเทศอื่น ๆ ในตลาดเอเชียที่มีการนำเข้ารองเท้าที่สำคัญได้แก่ ยองกง ซาอุดีอาระเบีย ไต้หวัน ูเวต เกาหลีใต้ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ฯลฯ (ตารางที่ 5,6)

ตลาดลาตินอเมริกาและตลาดอัฟริกา เป็นตลาดที่มีการนำเข้ารองเท้ารองลงมาจากตลาดยุโรป ตลาดอเมริกาและตลาดเอเชีย มีมูลค่าการนำเข้าไม่แตกต่างกันมากนัก ulyาน พ.ศ.2534 ตลาดอัฟริกามีมูลค่าการนำเข้า 250.90 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งสูงกว่าตลาดลาตินอเมริกา ที่มีมูลค่าการนำเข้า 239.10 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีอัตราการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อปีในช่วงระหว่าง พ.ศ.2529-2534 เป็นร้อยละ 7.40 ซึ่งสูงกว่าตลาดลาตินอเมริกาที่มีเพียงร้อยละ 6.13 (ตารางที่ 6,7)

ประเทศนำเข้าที่สำคัญในตลาดลาตินอเมริกาได้แก่ เม็กซิโก ส่วนตลาดอัฟริกาได้แก่ ประเทศอัฟริกาใต้

ตลาดนำเข้าที่สำคัญในตลาดโลก คือ ตลาดยุโรป ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ตลาดอเมริกาและตลาดเอเชีย สำหรับประเทศที่มีการนำเข้าเป็นจำนวนมากในตลาดโลกได้แก่ เยอรมันตะวันตก ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ตามลำดับ

ตารางที่ 5 มูลค่าการนำเข้ารองเท้าในตลาดโลกและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : ล้านบาทสหรัฐ)

ตลาดพ.ศ.	2529	2530	2531	2532	2533	2534
โลก	9,958.82	11,326.66	11,228.23	11,724.66	14,459.19	14,490.99
ตลาดนำเข้าที่สำคัญ						
อเมริกา	1,825.30	1,728.54	1,587.28	1,646.40	1,951.46	1,596.91
ลาตินอเมริกา	162.18	166.43	206.76	217.00	226.45	239.10
แอฟริกา	157.57	149.07	181.78	193.35	217.99	250.90
ยุโรป	6,727.84	8,121.32	8,100.40	8,117.59	10,154.01	10,340.59
เอเชีย	473.77	579.95	656.41	774.21	921.28	989.78
ประเทศนำเข้าที่สำคัญ						
สหรัฐอเมริกา	1,616.52	1,532.56	1,397.35	1,422.15	1,635.91	1,335.81
แคนาดา	208.78	195.97	189.93	224.25	297.55	261.10
เม็กซิโก	35.22	36.14	54.30	74.33	69.41	72.14
แอฟริกาใต้	9.10	9.87	13.13	12.05	16.52	20.44
ไลบีเรีย	23.39	23.50	26.60	26.98	10.23	12.68
เยอรมันตะวันตก	1,968.91	2,469.28	4,441.77	2,493.41	3,248.67	3,459.00
ฝรั่งเศส	1,155.95	1,406.87	1,333.40	1,316.24	1,614.10	1,606.24
สหราชอาณาจักร	788.68	846.90	917.78	922.34	1,138.44	1,038.27
เนเธอร์แลนด์	507.50	610.94	585.85	570.61	696.80	737.32
เบลเยียม-ลักเซมเบิร์ก	495.84	589.72	588.23	558.83	685.49	713.83
ญี่ปุ่น	147.45	187.10	220.12	279.22	344.35	367.29
ฮ่องกง	69.62	87.82	109.86	118.10	155.86	161.30
ชาวคิอาระเบีย	66.71	89.78	88.74	95.42	94.25	124.16
ไต้หวัน	11.23	18.98	33.96	53.51	65.25	58.09
คูเวต	27.40	35.31	31.26	33.19	22.66	55.79

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ)

ตลาด\ผ.ศ.	2529	2530	2531	2532	2533	2534
เกาหลีใต้	14.45	28.60	26.67	33.37	49.37	50.45
สหรัฐอเมริกา	14.62	17.43	18.26	26.15	30.22	40.12
สิงคโปร์	30.55	31.43	31.90	33.13	42.30	39.75
อิสราเอล	15.03	24.56	29.71	32.03	35.71	36.64
ไทย	1.41	2.08	2.66	3.80	5.77	6.49
ออสเตรเลีย	47.68	43.99	48.65	57.36	67.94	56.86
นิวซีแลนด์	7.93	8.95	9.93	13.99	16.79	16.16

ที่มา : (UNITED NATION , 1991)

ตารางที่ 6 มูลค่าเป็นร้อยละของการนำเข้ารองเท้าในตลาดโลกและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง
พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : ร้อยละ)

ตลาด\พ.ศ.	2529	2530	2531	2532	2533	2534
โลก	9,958.82	11,326.66	11,228.23	11,724.66	14,459.19	14,490.99
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
ตลาดนำเข้าที่สำคัญ						
อเมริกา	18.33	15.26	14.14	14.04	13.50	11.02
ลาตินอเมริกา	1.63	1.47	1.84	1.85	1.57	1.65
แอฟริกา	1.58	1.32	1.62	1.65	1.51	1.73
ยุโรป	67.56	71.70	72.14	69.24	70.23	71.36
เอเชีย	4.76	5.12	5.85	6.60	6.37	6.83
ประเทศนำเข้าที่สำคัญ						
สหรัฐอเมริกา	16.23	13.53	12.45	12.13	11.31	9.22
แคนาดา	2.10	1.73	1.69	1.91	2.06	1.80
เม็กซิโก	0.35	0.32	0.48	0.63	0.48	0.50
แอฟริกาใต้	0.09	0.09	0.12	0.10	0.11	0.14
ไลบีเรีย	0.24	0.21	0.24	0.23	0.07	0.09
เยอรมันตะวันตก	19.77	21.80	39.56	21.27	22.47	23.87
ฝรั่งเศส	11.61	12.42	11.88	11.23	11.16	11.08
สหราชอาณาจักร	7.92	7.48	8.17	7.87	7.87	7.17
เนเธอร์แลนด์	5.10	5.39	5.22	4.87	4.82	5.09
เบลเยียม-ลักเซมเบิร์ก	4.98	5.21	5.24	4.77	4.74	4.93
ญี่ปุ่น	1.48	1.65	1.96	2.38	2.38	2.54
ฮ่องกง	0.70	0.78	0.98	1.01	1.08	1.11
ชาวจีนไต้หวัน	0.67	0.79	0.79	0.81	0.65	0.86
ไต้หวัน	0.11	0.17	0.30	0.46	0.45	0.40

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(หน่วย : ร้อยละ)

ตลาด\พ.ศ.	2529	2530	2531	2532	2533	2534
คูเวต	0.28	0.31	0.28	0.28	0.16	0.39
เกาหลีใต้	0.15	0.25	0.24	0.28	0.34	0.35
สหรัฐอเมริกา	0.15	0.15	0.16	0.22	0.21	0.28
สิงคโปร์	0.31	0.28	0.28	0.28	0.29	0.27
อิสราเอล	0.15	0.22	0.26	0.27	0.25	0.25
ไทย	0.01	0.02	0.02	0.03	0.04	0.05
ออสเตรเลีย	0.48	0.39	0.43	0.49	0.47	0.39
นิวซีแลนด์	0.08	0.08	0.09	0.12	0.12	0.11

ที่มา : (คำนวณจากตารางที่ 5)

ตารางที่ 7 อัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีของการนำเข้ารองเท้าในตลาดโลกระหว่าง พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : ร้อยละ)

ตลาดพ.ศ.	2529-2531	2532-2534	2529-2534
โลก	4.29	9.12	6.71
ตลาดนำเข้าที่สำคัญ			
อเมริกา	-4.49	0.12	-2.19
ลาตินอเมริกา	8.95	3.31	6.13
แอฟริกา	5.52	9.28	7.40
ยุโรป	6.82	8.98	7.90
เอเชีย	11.87	8.81	10.34

ที่มา : (คำนวณจากตารางที่ 5)

ตลาดส่งออกและประเทศส่งออกรอง ที่สำคัญ

จากการศึกษาพบว่าแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี นับตั้งแต่ พ.ศ.2529 มีมูลค่าการส่งออก 16,856.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นเป็น 28,855.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 71.18 ใน พ.ศ.2534 (ตารางที่ 8) สำหรับอัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีระหว่าง พ.ศ.2529-2531 ร้อยละ 9.86 และลดลงเป็นร้อยละ 8.94 ในระหว่าง พ.ศ.2532-2534 (ตารางที่ 10) แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกรองเท่าในตลาดโลกมีอัตราการเพิ่มที่ลดลง ทั้งนี้เนื่องจากประเทศผู้ส่งออกต่าง ๆ ประสบกับปัญหาการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปัญหาการแข่งขันโดยการค้าราคากันเองของประเทศผู้ส่งออก และปัญหาทางด้านการผลิตที่มีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

ตลาดเอเชีย เป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดในตลาดโลก โดยใน พ.ศ.2529 มีมูลค่าการส่งออก 5,952.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 35.31 ของมูลค่าการส่งออกรองเท่าทั้งหมด เพิ่มขึ้นเป็น 12,674.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 43.42 ของมูลค่าการส่งออกรองเท่าทั้งหมดจากตลาดโลก ใน พ.ศ.2534 เมื่อพิจารณาจากอัตราการส่งออกเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีระหว่าง พ.ศ.2529-2531 พบว่าเป็นร้อยละ 17.03 ลดลงเหลือร้อยละ 11.10 ในช่วงระหว่าง พ.ศ.2532-2534 แสดงให้เห็นว่าตลาดเอเชียมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น แต่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ทั้งนี้เนื่องจากประเทศผู้ส่งออกในตลาดเอเชียเริ่มประสบปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นจากค่าจ้างแรงงาน และการจำกัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากประเทศผู้นำเข้า จึงทำให้การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง

ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญได้แก่ ประเทศจีน ซึ่งใหญ่เป็นอันดับสองรองจากประเทศอิตาลี โดยมีมูลค่าการส่งออก 3,866.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 13.40 ของมูลค่าการส่งออกรองเท่าทั้งหมดในตลาดโลก ทั้งนี้เนื่องจากประเทศจีนมีจำนวนประชากรมาก เป็นอันดับหนึ่งของโลก ส่งผลให้ค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ประเทศไต้หวันและเกาหลีใต้ซึ่งถูกจำกัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจึงย้ายฐานการผลิตมาสู่ประเทศจีน ทำให้ประเทศจีนมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น และประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ในตลาดเอเชียที่สำคัญได้แก่ เกาหลีใต้ ไต้หวัน อินโดนีเซีย และไทย ตามลำดับ (ตารางที่ 8,9,10)

ตลาดยุโรป นับได้ว่าเป็นตลาดส่งออกรองเท่าที่ใหญ่เป็นอันดับสองรองจากตลาดเอเชีย ใคชใน พ.ศ.2529 มีมูลค่าการส่งออก 8,698.34 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 51.60 ของมูลค่าการส่งออกรองเท่าทั้งหมดจากตลาดโลก เมื่อเปรียบเทียบกับ พ.ศ.2534 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 12,205.29 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 42.30 ของมูลค่าการส่งออกรองเท่าทั้งหมด (ตารางที่ 8,9) เมื่อพิจารณาอัตราการส่งออกเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีในช่วงระหว่าง พ.ศ.2529-2531 เป็นร้อยละ 4.31 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 7.60 ในช่วงระหว่าง พ.ศ.2532-2534 (ตารางที่ 10) แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มของอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญได้แก่ อิตาลี นับได้ว่าเป็นประเทศผู้ส่งออกรองเท่ามากที่สุด ในตลาดโลก ใน พ.ศ.2534 มีมูลค่าการส่งออก 6,101.92 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 21.15 ของมูลค่าการส่งออกรองเท่าทั้งหมดจากตลาดโลก และประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ได้แก่ ปรตุเกส สเปน และเยอรมันตะวันตก (ตารางที่ 8)

ตลาดลาตินอเมริกา เป็นตลาดส่งออกรองเท่าที่ใหญ่เป็นอันดับสามรองจากตลาดเอเชียและตลาดยุโรป ใน พ.ศ.2534 มีมูลค่าการส่งออก 2,040.89 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 7.07 ของมูลค่าการส่งออกรองเท่าทั้งหมดจากตลาดโลก หรือมีอัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีระหว่าง พ.ศ.2529-2531 ร้อยละ 12.29 ลดลงเป็นร้อยละ 1.61 ในช่วงระหว่าง พ.ศ.2532-2534 แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ตลาดลาตินอเมริกาค่อนข้างได้เปรียบในเรื่องของวัตถุดิบประเภทหนังซึ่งมีอย่างสมบูรณ์ และมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ จึงนับเป็นตลาดหนึ่งที่เป็นคู่แข่งขั้นที่สำคัญของตลาดเอเชียและตลาดยุโรป

ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญได้แก่ บราซิล ที่มีการส่งออกมากเป็นอันดับที่ห้าของโลก ใคชใน พ.ศ.2534 มีมูลค่าการส่งออก 1,479.18 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 5.13 ของมูลค่าการส่งออกรองเท่าทั้งหมดจากตลาดโลก (ตารางที่ 8,9,10)

ตลาดอเมริกาและอัฟริกา เป็นตลาดที่สามารถส่งออกรองเท่าในตลาดโลก แต่มีมูลค่าการส่งออกที่ต่ำลงนัก เมื่อเทียบกับตลาดอื่น ๆ ข้างต้น ตลาดอเมริกาเป็นตลาดที่มีการผลิต

ตารางที่ 8 มูลค่าการส่งออกรองเท่าในตลาดโลกและประเทศส่งออกที่สำคัญ ระหว่าง พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ตลาด\พ.ศ.	2529	2530	2531	2532	2533	2534
โลก	16,856.82	20,370.39	22,149.68	22,513.59	27,061.63	28,855.36
ตลาดส่งออกที่สำคัญ						
อเมริกา	196.47	244.09	262.91	272.04	344.25	412.30
ลาตินอเมริกา	1,251.92	1,538.30	1,753.73	1,946.18	2,007.35	2,040.89
แอฟริกา	79.79	93.04	107.99	117.90	164.53	208.00
ยุโรป	8,698.34	9,979.48	9,800.78	9,956.68	12,311.10	12,205.29
เอเชีย	5,952.29	7,741.80	9,368.87	9,317.99	11,088.59	12,674.48
ประเทศส่งออกที่สำคัญ						
บราซิล	1,064.21	1,245.19	1,399.32	1,517.20	1,500.24	1,479.18
เม็กซิโก	96.55	140.55	168.10	198.93	196.43	214.20
แคนาดา	46.25	47.27	50.69	60.35	60.70	53.06
โคลัมเบีย	7.10	10.92	17.51	25.50	38.56	55.72
อาเจนติน่า	4.83	31.31	36.40	38.03	49.46	48.11
โมร็อกโก	41.22	47.72	62.48	66.07	83.23	98.54
แทนซาเนีย	33.82	35.99	35.62	42.04	65.65	91.63
อิตาลี	4,817.04	5,351.12	5,089.60	5,218.47	6,401.19	6,101.92
โปรตุเกส	584.31	821.14	912.51	1,001.44	1,334.82	1,443.84
สเปน	999.70	1,115.95	1,149.43	1,135.43	1,456.84	1,355.06
เยอรมันตะวันตก	547.17	657.44	673.11	708.41	855.73	896.51
ฝรั่งเศส	622.50	703.53	670.79	647.07	747.48	787.55
สหราชอาณาจักร	202.69	250.87	294.68	275.75	345.43	409.73
ออสเตรเลีย	330.15	376.20	341.24	329.42	397.42	394.80
เนเธอร์แลนด์	158.45	193.94	196.75	215.36	275.55	307.89

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

ตลาด\พ.ศ.	2529	2530	2531	2532	2533	2534
สวีเดน	140.18	159.02	150.87	140.17	153.31	140.58
จีน	239.24	419.87	733.97	1,239.18	2,231.87	3,866.52
เกาหลีใต้	2,135.88	2,856.03	3,840.37	3,544.65	4,231.90	3,794.26
ไต้หวัน	3,035.46	3,671.23	3,741.04	3,257.08	2,569.33	2,247.26
อินโดนีเซีย	8.83	20.43	83.55	213.03	562.71	994.01
ไทย	64.19	124.32	247.88	384.44	656.08	809.72
อินเดีย	132.12	227.44	252.87	248.95	353.36	388.01
ฮ่องกง	198.94	255.05	273.32	221.96	215.21	221.07
ฟิลิปปินส์	51.90	61.23	80.20	91.79	106.31	138.65
มาเลเซีย	20.02	28.46	37.58	39.98	59.22	61.51
สิงคโปร์	3.10	5.66	8.51	11.32	20.45	33.09

ที่มา : (UNITED NATION , 1991)

ตารางที่ 9 มูลค่าเป็นร้อยละของการส่งออกรองเข้าในตลาดโลกและประเทศส่งออกที่สำคัญ ระหว่าง
พ.ศ. 2529-2534

(หน่วย : ร้อยละ)

ตลาดพ.ศ.	2529	2530	2531	2532	2533	2534
โลก	16,856.82 (100)	20,370.39 (100)	22,149.68 (100)	22,513.59 (100)	27,061.63 (100)	28,855.36 (100)
ตลาดส่งออกที่สำคัญ						
อเมริกา	1.17	1.20	1.19	1.21	1.27	1.43
ลาตินอเมริกา	7.43	7.55	7.92	8.65	7.42	7.07
แอฟริกา	0.47	0.46	0.49	0.52	0.61	0.72
ยุโรป	51.60	48.99	44.25	44.23	45.50	42.30
เอเชีย	35.31	38.01	42.30	41.39	40.98	43.42
ประเทศส่งออกที่สำคัญ						
บราซิล	6.31	6.11	6.32	6.74	5.54	5.13
เม็กซิโก	0.57	0.69	0.76	0.88	0.73	0.74
แคนาดา	0.27	0.23	0.23	0.27	0.22	0.18
โคลัมเบีย	0.04	0.05	0.08	0.11	0.14	0.19
อาเจนติน่า	0.03	0.15	0.16	0.17	0.18	0.17
โมร็อกโก	0.25	0.23	0.28	0.29	0.31	0.34
แทนซาเนีย	0.20	0.18	0.16	0.17	0.24	0.32
อิตาลี	28.58	26.27	22.98	23.18	23.65	21.15
โปรตุเกส	3.47	4.03	4.12	4.45	4.93	5.00
สเปน	5.93	5.48	5.19	5.04	5.38	4.70
เยอรมันตะวันตก	3.25	3.23	3.04	3.15	3.16	3.11
ฝรั่งเศส	3.69	3.45	3.03	2.87	2.76	2.73
สหราชอาณาจักร	1.20	1.23	1.33	1.22	1.28	1.42
ออสเตรเลีย	1.96	1.85	1.54	1.46	1.47	1.37

ตารางที่ 9 (ต่อ)

(หน่วย : ร้อยลย)

ตลาดปี พ.ศ.	2529	2530	2531	2532	2533	2534
เนเธอร์แลนด์	0.94	0.95	0.89	0.96	1.02	1.07
สวีเดน	0.83	0.78	0.68	0.62	0.57	0.47
จีน	1.42	2.06	3.31	5.50	8.25	13.40
เกาหลีใต้	12.67	14.02	17.34	15.75	15.64	13.15
ไต้หวัน	18.01	18.02	16.89	14.47	9.50	7.79
อินโดนีเซีย	0.01	0.10	0.38	0.95	2.08	3.45
ไทย	0.38	0.61	1.12	1.71	2.42	2.81
อินเดีย	0.78	1.12	1.14	1.11	1.31	1.35
ฮ่องกง	1.18	1.25	1.23	0.99	0.80	0.77
ฟิลิปปินส์	0.31	0.30	0.36	0.41	0.39	0.48
มาเลเซีย	0.12	0.14	0.17	0.18	0.22	0.21
สิงคโปร์	0.02	0.03	0.04	0.05	0.08	0.12

ที่มา : (คำนวณจากตารางที่ 8)

ตารางที่ 10 อัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีของการส่งออกแร่ในตลาดโลกระหว่าง พ.ศ.2529-2534

(หน่วย : ร้อยละ)

ตลาด\พ.ศ.	2529-2531	2532-2534	2529-2534
โลก	9.86	8.94	9.40
ตลาดส่งออกที่สำคัญ			
อเมริกา	10.65	15.44	13.05
ลาตินอเมริกา	12.29	1.61	6.95
แอฟริกา	10.89	21.99	16.44
ยุโรป	4.31	7.60	5.96
เอเชีย	17.03	11.10	14.07

ที่มา : (คำนวณจากตารางที่ 8)

รองเท้าที่ใช้เทคโนโลยีสูง ซึ่งมีราคาสูงกว่าประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ จึงเป็นการผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ใน พ.ศ. 2534 มีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 1.43 ซึ่งมากกว่าตลาดอิตาลีที่มีเพียงร้อยละ 0.72 ของมูลค่าการส่งออก รองเท้าทั้งหมดจากตลาดโลก แต่เมื่อเปรียบเทียบอัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยต่อปีระหว่าง พ.ศ. 2529-2534 จะพบว่าตลาดอิตาลีมีร้อยละ 16.44 ซึ่งสูงกว่าตลาดอเมริกาที่มีเพียงร้อยละ 13.05 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการส่งออกของตลาดอิตาลียังมีช่องทางที่ดีในอนาคต

ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญในตลาดอเมริกาได้แก่ แคนาดา สำหรับประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญของตลาดอิตาลีได้แก่ เยอรมนี

โครงสร้างและการเปลี่ยนแปลงการส่งออก รองเท้าของไทย

ประเทศไทยสามารถส่งออก รองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้าไปยังตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี พบว่าใน พ.ศ. 2533 มีมูลค่าการส่งออก 20,213.27 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออกถึง 25,576.16 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.53 แสดงให้เห็นว่า รองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้าของไทยมีขนาดที่ดีในตลาดต่างประเทศ (ตารางที่ 11)

รองเท้ายางและพลาสติก เป็นรองเท้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดของไทย ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ใน พ.ศ. 2533 มีมูลค่าการส่งออก 10,675.53 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 52.81 ของมูลค่าการส่งออก รองเท้าทั้งหมด เพิ่มขึ้นเป็น 14,924.30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 58.35 ของมูลค่าการส่งออก รองเท้าทั้งหมดใน พ.ศ. 2535 แสดงให้เห็นว่าการส่งออก รองเท้าส่วนใหญ่มาจากการส่งออก รองเท้ายางและพลาสติก จึงนับได้ว่า รองเท้ายางและพลาสติกมีความเข้มแข็งในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ (ตารางที่ 11)

รองเท้าหนังและพลาสติก มีมูลค่าการส่งออกลงมาจากรองเท้าหนังและพลาสติก มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 3,619.42 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2533 เป็น 4,142.27 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2534 ซึ่งมีสัดส่วนเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 14.45 แต่ใน

พ.ศ.2535 มีมูลค่าการส่งออกลดลงเหลือร้อยละ 11.02 แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มการส่งออก รองเท้ายางและพลาสติกเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่ลดลง แต่ก็ยังนับได้ว่ามีสู่ทางการส่งออกที่ดี อีกประเภทหนึ่ง (ตารางที่ 11)

รองเท้าหนัง เป็นรองเท้านอกอีกประเภทหนึ่งที่มีมูลค่าการส่งออกสูงรองลงมาจากรองเท้ากีฬาและผ้าใบ และรองเท้ายางและพลาสติก มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยตลอดตั้งแต่ พ.ศ.2533-2535 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกจาก 2,301.48 ล้านบาท ใน พ.ศ.2533 เป็น 3,398.43 ล้านบาท ใน พ.ศ.2535 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.66 รองเท้าหนังมีส่วนเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกใน พ.ศ.2533 พ.ศ.2534 และ พ.ศ.2535 มีค่าเท่ากับ 11.39, 12.39 และ 13.29 ตามลำดับ จะเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้น นั่นคือมีการส่งออกเพิ่มขึ้นในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น จึงนับได้ว่ารองเท้าหนัง เป็นรองเท้าที่มีสู่ทางการส่งออกที่ดีในอนุภาคประเภทหนึ่ง (ตารางที่ 11)

รองเท้าแตะ มีมูลค่าการส่งออกใน พ.ศ.2533 เป็น 2,380.01 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.78 ของมูลค่าการส่งออกรองเท้านักทั้งหมด เพิ่มขึ้นเป็น 2,403.36 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.10 ของมูลค่าการส่งออกรองเท้านักทั้งหมด ซึ่งมีส่วนเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเป็น 0.98 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น แต่ในปี พ.ศ.2535 มีมูลค่าการส่งออกเป็น 2,127.35 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.31 ของมูลค่าการส่งออกรองเท้านักทั้งหมดและมีส่วนเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเป็น 11.48 ซึ่งมีค่าติดลบ แสดงว่ามูลค่าการส่งออกลดลง อย่างไรก็ตาม รองเท้าแตะก็ยังมีมูลค่าการส่งออก เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกรองเท้านักทั้งหมด อยู่ในสัดส่วนที่สูง จึงนับเป็นรองเท้าประเภทหนึ่งที่มีสู่ทางการส่งออกที่ดี (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 มูลค่าการส่งออกรองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้าของไทย ระหว่าง พ.ศ. 2533-2535

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภทรองเท้าพ.ศ.	2533	2534	2535
รองเท้ากีฬาและผ้าใบ	10,675.53	12,962.42	14,924.30
	-	+21.42 ^{1/}	+15.16
	(52.81)	(54.48) ^{2/}	(58.35)
รองเท้าชายและพลาสติก	3,619.42	4,142.27	3,685.91
	-	+14.45	-11.02
	(17.91)	(17.41)	(14.41)
รองเท้าหนัง	2,301.48	2,949.23	3,398.43
	-	+28.15	+15.23
	(11.39)	(12.39)	(13.29)
รองเท้าแตะ	2,380.01	2,403.36	2,127.35
	-	+0.98	-11.48
	(11.78)	(10.10)	(8.31)
รองเท้าอื่น ๆ	1,208.76	1,292.78	1,377.37
	-	+6.95	+6.54
	(5.98)	(5.43)	(5.39)
รวม	20,213.27	23,795.15	25,576.16
	-	+17.72	+7.49
	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ ^{1/} เครื่องหมาย +,- แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก

^{2/} ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงค่าร้อยละของการส่งออกรองเท้าทั้งหมด

ที่มา : (CUSTOMS DEPARTMENT , 1990-1992)

มูลค่าและแนวโน้มการส่งออกธัญพืชต่าง ๆ ของไทยในตลาดต่างประเทศ

ธัญพืชข้าวและข้าวโพด เมื่อพิจารณาจากรองเท้าทุกประเภท รองเท้ากีฬาและผ้าใบ มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด ใน พ.ศ.2533 มีมูลค่าการส่งออก 10,675.53 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 52.81 ของมูลค่าการส่งออกธัญพืชทั้งหมดของไทย และเพิ่มเป็น 14,924.30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 58.35 ของมูลค่าการส่งออกธัญพืชทั้งหมดของไทยใน พ.ศ.2535 หรือมีอัตราการเพิ่มของมูลค่าการส่งออกถึงร้อยละ 21.42 ใน พ.ศ.2534 และลดลงเหลือร้อยละ 15.16 ใน พ.ศ.2535 จากการพิจารณาตารางที่ 11 แม้มูลค่าการส่งออกธัญพืชกีฬาและผ้าใบจะมีอัตราการเพิ่มที่ลดลง แต่ยังมีมูลค่าการส่งออกในปริมาณที่สูง ผู้ประกอบการคนไทยจึงควรให้ความสนใจและปรับปรุงรูปแบบ และมาตรฐานของรองเท้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบประเทศผู้ส่งออกบางรายของตลาดโลกในเรื่องของค่าจ้างแรงงาน จึงทำให้ราคาธัญพืชต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ

ตลาดอเมริกา เป็นตลาดที่ไทยส่งออกได้สูงที่สุดและประเทศไทยส่งออกได้มากที่สุดคือ สหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ.2533 มีมูลค่าการส่งออก 6,169.43 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 57.79 และเพิ่มขึ้นเป็น 7,211.39 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.32 ของมูลค่าการส่งออกธัญพืชกีฬาและผ้าใบทั้งหมดใน พ.ศ.2535 แสดงให้เห็นว่าการส่งออกธัญพืชกีฬาและผ้าใบส่วนใหญ่มุ่งส่งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เนื่องจากรองเท้าของไทยมีราคาต่ำ และมีคุณภาพไม่แพ้ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ เช่น อิตาลีและเกาหลีใต้ ที่ถูกยกเลิกการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรทั่วไปจากสหรัฐฯ ด้วย

ตลาดยุโรป เป็นตลาดที่ไทยส่งออกได้มีมูลค่ารองลงมาจากตลาดอเมริกา ประเทศนำเข้าที่สำคัญจากไทยได้แก่ สหราชอาณาจักร มีมูลค่าการนำเข้าสูงรองจากสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ.2535 มีมูลค่าการนำเข้าถึง 2,661.19 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.83 ของมูลค่าการส่งออกธัญพืชกีฬาและผ้าใบทั้งหมดของไทย ส่วนประเทศอื่น ๆ ได้แก่ อิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมันตะวันตก เนเธอร์แลนด์ และสเปน

ตารางที่ 12 มูลค่าการส่งออกครองแท่งกัญชาและฝิ่นของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง

พ.ศ. 2533-2535

(หน่วย : ล้านบาท)

ตลาด\พ.ศ.	2533	2534	2535
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	10,675.53	12,962.42	14,924.30
ประเทศนำเข้าจากไทยที่สำคัญ			
สหรัฐอเมริกา	6,169.43	6,236.63	7,211.39
แคนาดา	4.17	5.99	4.31
สหราชอาณาจักร	1,242.70	1,144.39	2,661.19
อิตาลี	416.66	1,076.50	1,359.37
ฝรั่งเศส	658.27	924.22	947.44
เยอรมันตะวันตก	463.22	844.21	893.92
เนเธอร์แลนด์	150.61	269.62	343.41
สเปน	145.43	240.32	225.77
ออสเตรเลีย	58.27	84.17	83.34
ญี่ปุ่น	92.28	209.91	248.19
ฮ่องกง	78.41	90.11	111.93
สิงคโปร์	65.79	102.60	85.85
ไต้หวัน	27.48	32.75	24.59
จีน	1.12	0.01	5.05
มาเลเซีย	7.74	11.05	10.80
ซาอุดีอาระเบีย	25.56	25.63	23.09
สหรัฐอเมริกาหรืออิมเรตส์	58.06	82.01	73.76
คูเวต	4.17	5.99	4.31
บาเรห์น	1.79	2.17	2.51
ไนจีเรีย	4.73	1.61	1.08

ที่มา : (CUSTOMS DEPARTMENT , 1990-1992)

ตารางที่ 13 มูลค่าเป็นร้อยละของการส่งออกรองเท้ากีฬาและผ้าไหมของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ
ระหว่าง พ.ศ. 2533-2535

(หน่วย : ร้อยละ)

ตลาด\พ.ศ.	2533	2534	2535
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	10,675.53	12,962.42	14,924.30
	(100)	(100)	(100)
ประเทศนำเข้าจากไทยที่สำคัญ			
สหรัฐอเมริกา	57.79	48.11	48.32
แคนาดา	0.04	0.05	0.03
สหราชอาณาจักร	11.64	8.83	17.83
อิตาลี	3.90	8.31	9.11
ฝรั่งเศส	6.17	7.13	6.35
เยอรมันตะวันตก	4.34	6.51	5.99
เนเธอร์แลนด์	1.41	2.08	2.30
สเปน	1.36	1.85	1.51
ออสเตรเลีย	0.55	0.65	0.56
ญี่ปุ่น	0.86	1.62	1.66
ฮ่องกง	0.74	0.70	0.75
สิงคโปร์	0.62	0.79	0.58
ไต้หวัน	0.26	0.25	0.17
จีน	0.01	0.01	0.03
มาเลเซีย	0.07	0.09	0.07
ซาอุดีอาระเบีย	0.24	0.20	0.16
สหรัฐอเมริกาหรีอิมิเรตส์	0.54	0.63	0.49
คูเวต	0.04	0.01	0.01
บาเรห์น	0.01	0.02	0.02
ไนจีเรีย	0.04	0.01	0.01

ที่มา : (คำนวณจากตารางที่ 12)

ตลาดเอเชีย เป็นอีกตลาดหนึ่งที่ไทยส่งออกรองเท้ากีฬาและผ้าใบมีมูลค่าสูงรองจากตลาดอเมริกาและยุโรป ประเทศนำเข้าจากที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ตารางที่ 12,13)

ตลาดอัฟริกา เป็นตลาดที่ไทยสามารถส่งออกได้ และประเทศนำเข้าจากไทยที่สำคัญได้แก่ ไนจีเรีย (ตารางที่ 12,13)

สรุปได้ว่าตลาดส่งออกรองเท้ากีฬาและผ้าใบที่สำคัญของไทย ได้แก่ ตลาดอเมริกา ตลาดยุโรป และตลาดเอเชีย สำหรับประเทศที่ไทยส่งออกได้มากที่สุดได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และอิตาลี ตามลำดับ

รองเท้ายางและพลาสติก ในช่วงระหว่าง พ.ศ.2533-2535 พบว่ามูลค่าการส่งออกไม่ได้เพิ่มขึ้นทุกปี ใน พ.ศ.2533 มีมูลค่าการส่งออก 3,619.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 4,142.27 ล้านบาท ใน พ.ศ.2534 เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.45 และใน พ.ศ.2535 มีมูลค่าการส่งออกลดลงเป็น 3,685.91 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 11.02 แต่เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า การส่งออกรองเท้ายางและพลาสติกของไทยยังมีู่ทางที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากความได้เปรียบทางด้านค่าจ้างแรงงาน ตลอดจนผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าได้มาตรฐานเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 11)

ตลาดยุโรป เป็นตลาดที่ไทยส่งออกได้สูงสุด และประเทศนำเข้าจากไทยที่สำคัญได้แก่ เยอรมันตะวันตก ใน พ.ศ.2535 มีมูลค่าการส่งออก 820.31 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22.26 ของมูลค่าการส่งออกรองเท้ายางและพลาสติกทั้งหมดของไทย ส่วนประเทศอื่น ๆ ที่สำคัญได้แก่ เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เบลเยียม ตามลำดับ

ตลาดเอเชีย เป็นตลาดที่ไทยส่งออกได้เป็นอันดับสองรองจากยุโรป ประเทศนำเข้าในตลาดตะวันออกกลางได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวตและบาเร็น ส่วนประเทศนำเข้าอื่น ๆ ในตลาดเอเชียที่สำคัญได้แก่ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น ฮองกง ฮ่องกงและลาว

ตารางที่ 14 มูลค่าการส่งออกครองเท้ายางและพลาสติกของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง
พ.ศ.2533-2535

(หน่วย : ล้านบาท)

ตลาด\พ.ศ.	2533	2534	2535
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	3,619.42	4,142.27	3,685.91
ประเทศนำเข้าจากไทยที่สำคัญ			
สหรัฐอเมริกา	426.94	484.56	79.17
แคนาดา	11.90	45.07	53.12
เยอรมันตะวันตก	705.04	1,018.90	820.31
เนเธอร์แลนด์	272.35	285.83	346.18
สหราชอาณาจักร	261.92	238.91	331.52
ฝรั่งเศส	255.65	230.65	284.08
เบลเยียม	169.33	180.75	204.77
ออสเตรีย	149.92	201.06	155.62
อิตาลี	217.64	235.13	67.40
สเปน	5.07	4.68	6.27
สิงคโปร์	56.09	46.92	47.21
ญี่ปุ่น	9.30	13.93	12.56
ฮ่องกง	13.08	9.20	5.57
ไต้หวัน	2.64	6.45	5.21
ลาว	0.85	1.32	1.54
ซาอุดีอาระเบีย	264.73	206.26	130.32
สหรัฐอเมริกาบริติช	160.35	149.92	100.63
คูเวต	65.86	17.58	29.99
บาเร็น	10.10	13.93	11.47
ไนจีเรีย	35.42	25.64	41.76

ที่มา : (CUSTOM DEPARTMENTS , 1990-1992)

ตารางที่ 15 มูลค่าเป็นร้อยละของการส่งออกrongเท้ายางและพลาสติกของไทยและประเทศนำเข้าที่
สำคัญ ระหว่าง พ.ศ.2533-2535

(หน่วย : ร้อยละ)

ตลาด\พ.ศ.	2533	2534	2535
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	3,619.42	4,142.27	3,685.91
	(100)	(100)	(100)
ประเทศนำเข้าจากไทยที่สำคัญ			
สหรัฐอเมริกา	11.80	11.70	2.15
แคนาดา	0.03	1.09	1.44
เยอรมันตะวันตก	19.48	24.60	22.26
เนเธอร์แลนด์	0.03	6.90	0.03
สหราชอาณาจักร	7.24	5.77	9.00
ฝรั่งเศส	7.06	5.57	7.71
เบลเยียม	4.68	4.36	5.56
ออสเตรีย	4.14	4.85	4.22
อิตาลี	6.01	5.68	1.83
สเปน	0.14	0.11	0.17
สิงคโปร์	0.03	1.13	1.28
ญี่ปุ่น	0.03	0.34	0.34
ฮ่องกง	0.36	0.22	0.15
ไต้หวัน	0.07	0.16	0.14
ลาว	2.02	0.03	0.04
ซาอุดีอาระเบีย	7.31	4.98	3.54
สหรัฐอเมริกาบริติช	4.43	3.62	2.73
คูเวต	1.82	0.42	0.81
บาเร็น	0.28	0.34	0.31
ไนจีเรีย	0.98	1.01	1.13

ที่มา : (คำนวณจากตารางที่ 14)

ตลาดอเมริกา เป็นตลาดที่ไทยส่งออกได้มากที่สุดจากยุโรปและเอเชีย ประเทศนำเข้าจากไทยที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ.2534 มีการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาเป็นมูลค่า 484.56 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.7 และลดลงเป็น 79.19 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.15 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดทั้งทางและพลาสติกทั้งหมดของไทย ใน พ.ศ.2535 จะเห็นว่ามูลค่าการส่งออกลดลงอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้ส่งออกของไทยวิตกกังวลต่อการประกาศใช้กฎหมายการค้าของสหรัฐฯ ส่งผลให้ผู้ส่งออก เปลี่ยนตลาดส่งออกไปยังตลาดยุโรปแทน

ตลาดอิตาลี เป็นตลาดที่ไทยส่งออกมีมูลค่าไม่มากนัก เมื่อเทียบกับตลาดข้างต้น ประเทศนำเข้าจากไทยที่สำคัญได้แก่ อิตาลี (ตารางที่ 14, 15)

สรุปได้ว่าตลาดส่งออกทางและพลาสติกที่สำคัญของไทย ได้แก่ ตลาดยุโรป ตลาดเอเชีย ตลาดอเมริกา สำหรับประเทศที่ไทยส่งออกได้มากที่สุด ได้แก่ เยอรมันตะวันตก เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร ตามลำดับ

รองเท้าหนัง นับตั้งแต่ พ.ศ.2533 เป็นต้นมา พบว่าแนวโน้มการส่งออกรองเท้าหนังเพิ่มขึ้นทุกปี ใน พ.ศ.2533 มีมูลค่าการส่งออก 2,301.48 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.39 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย และใน พ.ศ.2535 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 3,398.43 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.29 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย ทั้งนี้เนื่องจากคุณภาพรองเท้าหนังของไทยเป็นที่ยอมรับ และมีราคาต่ำกว่าประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ (ตารางที่ 11)

ตลาดยุโรป เป็นตลาดที่ไทยส่งออกรองเท้าหนังมีมูลค่าสูงที่สุด และประเทศนำเข้าจากไทยที่สำคัญได้แก่ เยอรมันตะวันตก โดยใน พ.ศ.2535 มีมูลค่าการส่งออก 358.60 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.38 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย และประเทศผู้นำเข้าอื่น ๆ ได้แก่ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี ฯลฯ

ตลาดอเมริกา เป็นตลาดที่ไทยส่งออกรองเท้าหนังได้มากที่สุด มีมูลค่าสูงเป็นอันดับสองรองจากตลาดยุโรป โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญในตลาดนี้ มีมูลค่า

ตารางที่ 16 มูลค่าการส่งออกรองเท้าหนังของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง
พ.ศ. 2533-2535

(หน่วย : ล้านบาท)

ตลาด\พ.ศ.	2533	2534	2535
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	2,301.48	2,949.23	3,398.43
ประเทศนำเข้าที่สำคัญ			
สหรัฐอเมริกา	746.76	505.04	557.83
แคนาดา	23.67	72.99	164.48
เยอรมันตะวันตก	327.29	482.59	658.60
สหราชอาณาจักร	296.64	538.36	418.61
ฝรั่งเศส	119.54	192.83	148.93
อิตาลี	4.35	53.26	85.42
เบลเยียม	42.23	43.97	55.30
ออสเตรเลีย	21.65	41.30	56.54
ฮ่องกง	111.59	102.98	151.78
ญี่ปุ่น	14.98	35.74	66.76
ไต้หวัน	26.37	31.87	42.52
สิงคโปร์	57.20	63.09	47.42
มาเลเซีย	0.49	3.58	3.85
สหรัฐอเมริกาบริติชอินเดียน	127.75	272.66	357.69
คูเวต	8.89	5.48	9.76
โอมาน	6.38	10.17	5.41
บาเร็น	3.82	6.25	7.31
แทนซาเนีย	6.75	8.82	15.29
ไนจีเรีย	9.11	21.47	17.44
คองโก	1.99	8.57	2.12

ที่มา : (CUSTOMS DEPARTMENT , 1990-1992)

ตารางที่ 17 มูลค่าเป็นร้อยละของการส่งออกเครื่องทำหนังของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง
พ.ศ.2533-2535

(หน่วย : ร้อยละ)

ตลาด\พ.ศ.	2533	2534	2535
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	2,301.48	2,949.23	3,398.43
	(100)	(100)	(100)
ประเทศนำเข้าที่สำคัญ			
สหรัฐอเมริกา	32.45	17.13	16.41
แคนาดา	1.03	2.48	4.84
เยอรมันตะวันตก	14.22	16.36	19.38
สหราชอาณาจักร	12.89	18.25	12.32
ฝรั่งเศส	5.19	6.54	4.38
อิตาลี	0.19	1.81	2.51
เบลเยียม	0.04	1.49	1.63
ออสเตรเลีย	0.04	1.40	1.66
ฮ่องกง	4.85	3.49	4.47
ญี่ปุ่น	0.65	1.21	1.96
ไต้หวัน	1.15	1.08	1.25
สิงคโปร์	2.49	2.14	1.40
มาเลเซีย	0.02	0.12	0.11
สหรัฐอเมริกาบริติช	5.55	9.25	10.53
คูเวต	0.37	0.19	0.29
โอมาน	0.28	0.35	0.16
บาเรน	0.17	0.21	0.22
แทนซาเนีย	0.29	0.30	0.45
ไนจีเรีย	0.40	0.73	0.51
คองโก	0.09	0.29	0.06

ที่มา : (คำนวณจากตารางที่ 16)

การนำเข้าถึง 557.83 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.41 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดทั้งหมดยุโรป ใน พ.ศ.2535

ตลาดเอเชีย เป็นตลาดที่ไทยส่งออกมาก เป็นอันดับสามรองจากตลาดยุโรปและตลาดอเมริกา มีประเทศนำเข้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ราชอาณาจักรไทย ใน พ.ศ.2535 มีมูลค่าการส่งออก 357.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.53 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดทั้งหมดยุโรป สำหรับประเทศอื่นที่สำคัญรองลงมาได้แก่ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฯลฯ

สรุปได้ว่าตลาดส่งออกทั้งหมดที่สำคัญของไทยได้แก่ ตลาดยุโรป ตลาดอเมริกา และตลาดเอเชีย สำหรับประเทศที่ไทยส่งออกได้มากที่สุดได้แก่ เยอรมันตะวันตก สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ตามลำดับ (ตารางที่ 16,17)

รองเท้าแตะ จากการศึกษาแนวโน้มการส่งออก รองเท้าแตะจากตลาดนำเข้าที่สำคัญพบว่า มูลค่าการส่งออกใน พ.ศ.2533 มีมูลค่าการส่งออก 2,380.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 2,403 ล้านบาท ใน พ.ศ.2534 หรือมีอัตราการเพิ่มร้อยละ 0.98 แสดงให้เห็นว่าอัตราการเพิ่มของการส่งออก รองเท้าแตะยังไม่สูงนัก และใน พ.ศ.2535 มีมูลค่าการส่งออก 2,127.35 ล้านบาท หรือมีการส่งออกลดลงถึงร้อยละ 11.48 แม้การส่งออก รองเท้าแตะจะมีมูลค่าลดลงแต่ก็ยังนับได้ว่า รองเท้าแตะมีคู่ทางที่ดีในอนาคต เนื่องจากผู้ประกอบการพยายามที่จะปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานของ รองเท้าแตะให้ตรงกับความต้องการของตลาด อีกทั้งยังมีปัจจัยแรงงานที่เอื้ออำนวยต่อการผลิต (ตารางที่ 11)

ตลาดยุโรป เป็นตลาดนำเข้า รองเท้าแตะจากไทยสูงที่สุด โดยมีประเทศนำเข้าที่สำคัญได้แก่ อิตาลี ราชอาณาจักรไทย ใน พ.ศ.2535 มีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 16.48 ของมูลค่าการส่งออก รองเท้าแตะทั้งหมดของไทย และประเทศอื่น ๆ ที่สำคัญได้แก่ ฝรั่งเศส เยอรมันตะวันตก สหราชอาณาจักร เบลเยียม แคนาดา ตามลำดับ

ตลาดเอเชีย เป็นตลาดที่มีมูลค่าการส่งออก รองเท้าแตะมาก เป็นอันดับสองรองจากตลาดยุโรป และประเทศนำเข้าจากไทยที่สำคัญในกลุ่มตะวันออกกลางได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

โรมาน บาเร็น ส่วนประเทศอื่น ๆ ในตลาดเอเชียที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น สิงคโปร์

ตลาดอเมริกา เป็นตลาดที่ไทยส่งออกได้มีมูลค่ารองจากตลาดยุโรปและตลาดเอเชีย
ประเทศนำเข้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ.2535 มีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ
9.32 ของมูลค่าการส่งออกครองเก้าอี้และทั้งหมดของไทย

ตลาดอัฟริกา เป็นอีกตลาดที่ไทยสามารถส่งออกได้ ประเทศนำเข้าที่สำคัญในตลาดนี้
ได้แก่ ไนจีเรียและคองโก (ตารางที่ 18,19)

สรุปได้ว่าตลาดส่งออกครองเก้าอี้ที่สำคัญของไทยได้แก่ ตลาดยุโรป ตลาดเอเชีย
ตลาดอเมริกา สำหรับประเทศที่ไทยส่งออกได้มาก ได้แก่ อิตาลี สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส
ตามลำดับ

ตารางที่ 18 มูลค่าการส่งออกรองเท้าและของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง
พ.ศ. 2533-2535

(หน่วย : ล้านบาท)

ตลาด\พ.ศ.	2533	2534	2535
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	2,380.01	2,403.36	2,127.35
ประเทศนำเข้าที่สำคัญ			
สหรัฐอเมริกา	239.66	179.70	198.17
แคนาดา	12.08	9.95	11.46
อิตาลี	380.27	442.15	350.51
ฝรั่งเศส	215.74	171.97	185.47
เยอรมันตะวันตก	163.68	193.45	157.10
สหราชอาณาจักร	278.05	183.29	119.84
เบลเยียม	88.75	101.33	118.29
เนเธอร์แลนด์	177.85	95.69	58.62
ออสเตรเลีย	24.42	14.65	5.14
ญี่ปุ่น	27.09	84.66	101.85
สิงคโปร์	50.05	46.02	54.91
ลาว	26.63	24.01	21.85
ฮ่องกง	26.54	24.65	13.53
ฟิลิปปินส์	0.40	0.81	3.17
มาเลเซีย	1.43	3.62	3.06
สหรัฐอเมริกา	83.80	127.01	92.55
โอมาน	11.65	13.07	9.80
บาเรห์น	12.28	15.47	7.94
ไนจีเรีย	32.37	43.09	38.07
คองโก	3.62	13.54	24.95

ที่มา : (CUSTOMS DEPARTMENT , 1990-1992)

ตารางที่ 19 มูลค่าเป็นร้อยละของการส่งออกรองเท่าและของไทยและประเทศนำเข้าที่สำคัญ ระหว่าง
พ.ศ. 2533-2535

(หน่วย : ร้อยละ)

ตลาด\พ.ศ.	2533	2534	2535
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	2,380.01	2,403.36	2,127.35
	(100)	(100)	(100)
ประเทศนำเข้าที่สำคัญ			
สหรัฐอเมริกา	10.07	7.48	9.32
แคนาดา	0.51	0.41	0.54
อิตาลี	15.98	18.40	16.48
ฝรั่งเศส	9.07	7.16	8.72
เยอรมันตะวันตก	6.88	8.05	7.39
สหราชอาณาจักร	11.68	7.63	5.63
เบลเยียม	3.73	4.22	5.56
เนเธอร์แลนด์	7.47	3.98	2.76
ออสเตรเลีย	1.03	0.61	0.24
ญี่ปุ่น	1.14	3.52	4.79
สิงคโปร์	2.10	1.92	2.58
ลาว	1.12	1.00	1.03
ฮ่องกง	1.12	1.03	0.64
ฟิลิปปินส์	0.02	0.03	0.15
มาเลเซีย	0.06	0.15	0.14
สหรัฐอเมริกาบริติชอินเดียน	3.52	5.29	4.35
โอมาน	0.49	0.54	0.46
บาเร็น	0.52	0.64	0.37
ไนจีเรีย	1.36	1.79	1.79
คองโก	0.15	0.56	1.17

ที่มา : (คำนวณจากตารางที่ 18)

ปัญหาและอุปสรรคในอุตสาหกรรมรองเท้าของประเทศไทย

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมรองเท้าของไทยมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว สามารถหารายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันทั้งด้านการผลิตและการส่งออกก็ประสบปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ หลายประการ ซึ่งสามารถจำแนกปัญหาออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ปัญหาทางด้านวัตถุดิบ ปัญหาแรงงาน ปัญหาความล่าช้าของระบบราชการและปัญหาการกีดกันทางการค้า

ปัญหาทางด้านวัตถุดิบ

ปัญหาทางด้านวัตถุดิบที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมรองเท้าของไทย ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ และปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบภายในประเทศ ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

เนื่องจากวัตถุดิบในการผลิตรองเท้านั้นมีหลายชนิด และบางชนิดผู้ผลิตยังต้องซื้อจากต่างประเทศ ซึ่งอาจเป็นเพราะยังไม่มีการผลิตในประเทศ เช่น เคมีภัณฑ์บางชนิดหรือมีการผลิตอยู่บ้างแล้วแต่ไม่เพียงพอ หรือมีคุณภาพไม่ดีนัก เช่น หนังแท้ หนังเทียม PU PVC กาว ด้ายยางสังเคราะห์ เป็นต้น ในการนำวัตถุดิบเข้าจากต่างประเทศนั้น ผู้ผลิตมักจะประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. ด้านราคาวัตถุดิบ เนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่สั่งเข้ามานั้น ผู้ผลิตมักสั่งจากไต้หวันและเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญของไทย และผู้ผลิตนำวัตถุดิบเข้าในแต่ละครั้งมีปริมาณไม่มากนัก ทำให้ราคาคงหน่วยของวัตถุดิบสูง นอกจากนี้ยังต้องเสียเวลาและค่าขนส่งจากประเทศผู้ผลิตมายังประเทศไทย และในปัจจุบันยังมีปัญหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบและอัตราค่าขนส่ง เปลี่ยนเงินตราขึ้น เป็นผลให้ราคาวัตถุดิบจากต่างประเทศสูงขึ้นมาก
2. ความไม่แน่นอนของการส่งวัตถุดิบ ในบางครั้งผู้ผลิตจะประสบกับปัญหาวัตถุดิบที่ต้องการขาดตลาด ซึ่งทำให้ไม่สามารถจัดส่งให้กับผู้ผลิตของไทยได้ในเวลาที่ต้องการ โดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีความต้องการไม่สม่ำเสมอ เช่น หนังสีที่กำลังเป็นที่นิยม หรือเป็นสีที่ออกมาใหม่สำหรับรองเท้าแฟชั่น เป็นต้น

3. ปัญหาการนำวัตถุดิบออกจากท่าเรือ เนื่องจากปัจจุบันมีความแออัดมาก แม้ว่าวัตถุดิบจะมาถึงท่าเรือแล้วแต่ก็ยังประสบกับความล่าช้าในการนำเอาวัตถุดิบออกมาใช้

4. วัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศมีปัญหา เช่น คุณภาพต่ำกว่าที่ต้องการ สีและขนาดผิดจากที่สั่ง เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนหรือคืนวัตถุดิบจะทำได้ยากและเสียเวลามาก

ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบภายในประเทศ

จากปัญหาความไม่แน่นอนของราคาและการจัดส่งวัตถุดิบ รวมถึงความยากลำบากในการนำวัตถุดิบออกจากท่าเรือ ทำให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่มองหาแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ แต่ปัญหาที่ผู้ผลิตประสบจากการนำวัตถุดิบภายในประเทศมาใช้คือ วัตถุดิบมีคุณภาพต่ำและมีราคาสูงกว่าวัตถุดิบจากต่างประเทศ อีกทั้งไม่มีวัตถุดิบที่ผู้ผลิตต้องการหรือมีไม่เพียงพอ จึงสามารถแยกปัญหาที่เกิดขึ้นกับการนำวัตถุดิบแต่ละชนิดที่ใช้ในการผลิตรองเท้าได้ดังนี้

1. หนังแท้ (Leather) หนังเป็นวัตถุดิบที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตรองเท้าหนัง หนังที่ทำการซื้อขายกันในปัจจุบันมีอยู่หลายลักษณะ ได้แก่ หนังสด หนังเค็ม (แช่น้ำเกลือ) หนังดิบตากแห้งและหนังฟอก เป็นต้น การซื้อขายหนังประเภทต่าง ๆ จะเป็นไปตามมาตรฐาน โดยแบ่งเกรดของหนังออกเป็น เกรดเอ เกรดบี เกรดซีและเกรดดี โดยที่หนัง เกรดเอจะมีราคาสูงที่สุดและเกรดดีมีราคาต่ำที่สุด (ตารางที่ 5) ปัจจัยที่นำมาพิจารณาเกรดของหนัง เช่น รอยแผล ขนาดและความสดของหนัง และรายละเอียดปลีกย่อยอื่น ๆ เช่น หนังมีมันดึ้มมาก หรือมีปริมาณน้ำในหนังสูง เป็นต้น

ปัญหาหลักที่สำคัญสำหรับการนำหนังแท้มาใช้ ในการผลิตในอุตสาหกรรมรองเท้าของไทย ได้แก่ ปัญหาคุณภาพของหนังดิบในประเทศและปัญหาการขาดแคลนหนังสัตว์ ผู้ผลิตรองเท้ามักจะประสบกับปัญหาคุณภาพของหนังไม่ดี หนังมีคุณภาพต่ำ เช่น มีรอยแผลมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการเลี้ยงและ/หรือการชำแหละที่ไม่ระมัดระวังหรือขาดความชำนาญ ในปัจจุบันพบว่าหนังที่ผลิตได้ส่วนใหญ่เป็นหนัง เกรดซี ซึ่งไม่สามารถนำมาผลิตรองเท้าคุณภาพดีราคาแพงได้ ในขณะที่หนังเกรดเอ (ไม่มีรอยแผล) ผลิตได้เพียงเล็กน้อย และนำไปใช้ทำเก้าอี้ เฟอร์นิเจอร์เครื่องหนังเป็นส่วนใหญ่ ไม่ได้นำมาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตรองเท้า

ตารางที่ 20 เบอร์เซนต์การผลิตหนังตามประเภท

เกรดของหนัง	เบอร์เซนต์การผลิต
A	10
B	20
C	30-35
D	35-40

ที่มา : (สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531)

2. PVC (Poly Vinyl Chloride) การใช้ PVC ในอุตสาหกรรมรองเท้านี้ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ในหลายรูปแบบ เช่น การฉีดลงในแม่พิมพ์เพื่อทำรองเท้าแตะหรือรองเท้าพลาสติก หรือการนำมาเข้าเครื่องผสมทำออกมาเป็นแผ่น จากนั้นก็นำมาอัดและตัดหรือบีบเป็นรูปแบบตามที่ต้องการ ซึ่งนำมาใช้ทำรองเท้าแตะ หรือจะนำบทบาทเป็นหนังเทียมมาใช้เป็นส่วนบนหรือเป็นหนังหน้ารองเท้าก็ได้ สำหรับการผลิตรองเท้านั้นพบว่า PVC ที่ทำในประเทศนั้นยังมีคุณภาพไม่ดี ในขณะที่ราคายังแพงกว่าการสั่งซื้อจากต่างประเทศ ปัญหาใหญ่ที่ประสบกันมากเกี่ยวข้องกับคุณภาพของ PVC ในประเทศก็คือ มักจะกรอบหรือแตกเมื่อยรองเท้าถูกนำไปใช้ในประเทศหนาว ทำให้ผู้ผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออกจำเป็นต้องเปลี่ยนมาใช้ PVC ที่มีคุณภาพดีขึ้น ซึ่งมักจะต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนมาก แต่สำหรับผู้ผลิตที่ผลิตรองเท้าขายในประเทศหรือผู้ผลิตที่ผลิตรองเท้าที่ขายในประเทศมักจะใช้ PVC ที่ผลิตในประเทศเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากถ้ามีการสั่งซื้อจากต่างประเทศจะไม่ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าของ PVC เหมือนผู้ผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออก

3. PU (Polyurethane) การใช้ PU ในการผลิตรองเท้านั้นมักจะแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ การฉีดหรือหดยอดลงพิมพ์เพื่อทำพื้นรองเท้า หรือไม่เช่นนั้นก็นำมาทำเป็นหนังเทียมเพื่อนำมาตัดเป็นหนังหน้ารองเท้า เช่นเดียวกับ PVC ได้ ปัญหาของผู้ผลิตรองเท้าพบในการใช้ PU คือ คุณภาพไม่ดี ราคาแพง (เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ) และยังมีปริมาณการผลิตที่น้อยเกิน

ในอีกด้วย สาเหตุของปัญหาก็คือ ความต้องการ PU ในประเทศโดยรวมยังสูงกว่าความสามารถในการผลิตอยู่มาก ทำให้ผู้ผลิต PU ไม่ค่อยสนใจปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพในการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิตลง เนื่องจากเท่าที่เป็นอยู่ก็ผลิตได้ไม่พอขายอยู่แล้ว ดังนั้นผู้ผลิตรองเท้าซึ่งต้องการ PU คุณภาพดี ราคาไม่แพงจึงหันมานำเข้าจากต่างประเทศแทนการซื้อในประเทศ การนำเข้า PU นี้ ผู้ผลิตรองเท้ามักจะนำเข้าเป็นแบบม้วน ซึ่งสามารถเลือกสีที่ต้องการได้ด้วย ทำให้หมดปัญหาเรื่องสีผิดเพี้ยนมาได้

4. EVA (Ethylene Vinyl Acetate) เป็นผลิตภัณฑ์พลาสติกอีกประเภทหนึ่งซึ่งใช้กันมากในการทำรองเท้า โดยมักนำมาผสมแล้วทำเป็นแผ่นออกมา จากนั้นนำมาอัดจนได้ลักษณะที่ต้องการแล้วนำมาขึ้นหรือตัดตามแบบที่ทำหนดเอาไว้ EVA นี้มักจะนำมาใช้ในการทำพื้นรองเท้า เป็นส่วนมากและมีการนำมาทำเป็นรองเท้าแตะบ้าง การผลิตEVAในประเทศไทยยังมีน้อยและก็มักจะมีการลดต้นทุนโดยการนำ PE (Polyethylene) มาผสมกับ EVA ทำให้คุณภาพของ EVA ไม่ดี ดังนั้นผู้ผลิตรองเท้าจึงยังต้องนำเข้า EVA เป็นส่วนมากจากต่างประเทศ ซึ่งมีผลกระทบต่อการผลิตและราคาของรองเท้า โดยเฉพาะสำหรับผู้ผลิตที่ผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศที่จำเป็นต้องนำเข้าและเสียอากรขาเข้าเต็มอัตรา ทำให้ต้นทุนสูงและจำเป็นต้องขายในราคาที่สูงตามขึ้นไปด้วย

5. SBR (Styrene Butadiene Rubber) ยางสังเคราะห์เป็นวัตถุดิบอีกอย่างหนึ่งซึ่งใช้กันมากในการผลิตรองเท้า โดยเฉพาะรองเท้ากีฬา เนื่องจากสามารถทนต่อการสึกกร่อนได้ดี SBR ที่ถูกนำมาใช้มักจะอยู่ในรูปของ Dry SBR มีคุณสมบัติคล้ายยางธรรมชาติแต่มีความคงทนกว่า และ SBR Latex ใช้ในการทำวอลเลย์บอล (กาวสังเคราะห์) ซึ่งยังไม่นิยมใช้ในการผลิตรองเท้ามากนัก เนื่องจากมีราคาแพงกว่ากาวที่ทำจากยางธรรมชาติ ในขณะนี้ SBR ยังไม่มีการผลิตภายในประเทศ ดังนั้นผู้ผลิตรองเท้าจึงจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด

การแก้ปัญหา

การแก้ปัญหสำหรับวัตถุดิบที่จำเป็นต้องนำเข้านั้น จำเป็นต้องมีการอำนวยความสะดวกในเรื่องของขั้นตอนการนำเข้า รวมทั้งการขอคืนอากรและการชดเชยภาษีอากร ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของราคาและอัตราแลกเปลี่ยนเงินเป็นเรื่องที่ไม่สามารถควบคุมได้ ส่วนการแก้ปัญหาจาก

การใช้วัตถุดิบภายในประเทศนั้น ต้องพิจารณาถึงสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าว ซึ่งสาเหตุหลักของการใช้วัตถุดิบภายในประเทศสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปริมาณความต้องการไม่เพียงพอที่จะเปิดโรงงานสำหรับผลิตวัตถุดิบได้ เป็นที่น่าสังเกตว่าแม้การผลิตรองเท้าของไทยจะเป็นอุตสาหกรรมที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และหารายได้เข้าประเทศเป็นอย่างมากก็ตาม แต่ความต้องการวัตถุดิบภายในประเทศที่เกิดจากรองเท้าเหล่านี้ ยังไม่มีมากพอที่จะทำให้เกิดโรงงานวัตถุดิบที่มีขนาดใหญ่พอ ที่จะเกิดการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) ซึ่งจะทำให้มีต้นทุนค่าพหุที่จะแข่งขันกับวัตถุดิบจากต่างประเทศได้
2. นโยบายของรัฐบาลปัจจุบัน โดยเฉพาะการส่งเสริมการลงทุน ยังให้ประโยชน์แก่การนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมากกว่าการซื้อจากภายในประเทศ

ปัญหาแรงงาน

ปัญหาทางด้านแรงงาน เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่กำลังทวีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ คือ การขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมในอุตสาหกรรมรองเท้า สาเหตุใหญ่ ๆ

2 ประการที่ทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานในอุตสาหกรรมรองเท้าคือ

1. การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของโรงงานผลิตรองเท้า
2. ความสามารถในการผลิตแรงงานที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการมีอยู่น้อยมาก เนื่องจากการขาดแคลนที่เรียนและหลักสูตรที่เหมาะสม

ในปัจจุบันความต้องการแรงงานสำหรับอุตสาหกรรมรองเท้า พองจะงานแก่ตามประเภทและหน้าที่ได้ดังนี้ (ตารางที่ 21)

นอกจากนี้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานประเภทต่าง ๆ แล้ว ปัญหาอีกอย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตรองเท้ารายใหญ่พบอยู่เสมอคือ ความไม่มีระเบียบวินัยและการปรับตัวของแรงงานที่เข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมที่ต่างจากการผลิตแบบเกษตรกรรม ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการวางแผนงานการผลิตรองเท้า ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีตารางเวลาทำงานที่ตายตัวเป็นอย่างมาก

ตารางที่ 21 ความต้องการแรงงานในอุตสาหกรรมรองเท้า ตำแหน่งและหน้าที่ต่าง ๆ

ตำแหน่ง	หน้าที่	จำนวนบุคลากร
1. ช่างออกแบบ DESIGNER	ออกแบบรองเท้าใหม่ ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	ยังไม่ขาดแคลน เนื่องจากแบบส่วนใหญ่มาจาก เมืองนอก
2. ช่างแบบ MODELIST	นำแบบที่ช่างออกแบบแล้วมาแยก เป็นชิ้นส่วนในกระดาษ กำหนดวิธีวางมีดบล็อกวิธี เย็บและวิธีประกอบรองเท้า	ในส่วนนี้ยังขาดแรงงานอยู่ เนื่องจากแรงงานไม่มีความรู้
3. ช่างยี่แบบ PATTERN-MAKER	นำแบบในข้อ 2 มาขยายให้เป็นชิ้นส่วนรองเท้า เบอร์ต่าง ๆ	แรงงานนี้ยังขาดอยู่ เนื่องจากแรงงานขาดทักษะ
4. ช่างทำมีดบล็อก DIE CUTTING	ทำมีดบล็อกตัดวัสดุตามแบบในข้อ 3	แรงงานไม่ขาด เนื่องจากสามารถสั่งงานจากร้านข้างนอกได้
5. ช่างทำตัวอย่าง SAMPLE-ROOM	นำงานจากข้อ 2 ทดลองทำโดยใช้มีดตัดแล้วนำให้ผู้จัดการดู แล้วจึงส่งไปข้อ 3 หลังจากนั้นจึงนำงานจากข้อ 3 ไปทำตัวอย่างก่อนส่งไปข้อ 4	ในส่วนนี้แรงงานยังขาดอยู่มาก และแรงงานทำตัวอย่างได้ไม่ดี
6. ช่างตัด CUTTING	ตัดวัสดุจากแผ่นหรือม้วนด้วยมีดบล็อก ในข้อ 4	ไม่ขาดแคลน เนื่องจากฝึกงานง่าย จะขาดเฉพาะในโรงงานหนึ่ง เพราะช่างตัดในสาขานี้จะต้องดูหนังเป็นด้วย
7. ช่างเย็บ STITCHING	เย็บรองเท้าตามที่ข้อ 2 กำหนดและสอดชิ้นส่วนประกอบเข้าด้วยกัน	ในส่วนนี้ขาดแคลนแรงงานเป็นจำนวนมาก
8. ช่างประกอบชิ้น ASSEMBLY	นำชิ้นส่วนในข้อ 7 มาขึ้นรูปบนหุ่น ใช้เครื่องติดพื้น ทาความสะอาด ตรวจสอบคุณภาพแล้วทำการบรรจุหีบห่อ	ในส่วนนี้ยังขาดอยู่มาก เนื่องจากไม่มีความชำนาญ

ที่มา : (สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531)

การแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน

ในปัจจุบันการขาดแคลนแรงงานที่มีคุณสมบัติที่ต้องการ เป็นปัญหาที่มีความสำคัญมาก ปัญหาหนึ่งในอุตสาหกรรมรองเท้า สำหรับวิธีการแก้ปัญหานี้สามารถทำได้ 3 วิธีคือ

1. การดึงคนงานที่มีคุณสมบัติที่ต้องการมาจากโรงงานอื่น เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของความต้องการแรงงาน ในขณะที่ตลาดไม่สามารถผลิตแรงงานที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมของความต้องการได้ทัน ทำให้เกิดการดึงคนออกจากโรงงานแห่งหนึ่งไปยังโรงงานที่ต้องการแรงงาน โดยจ่ายเงินเดือนหรือค่าตอบแทนที่ดีกว่า เป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการโยกย้ายแรงงาน แต่การกระทำเช่นนี้ก่อให้เกิดปัญหาตามมาคือ ต้นทุนการผลิตอาจสูงกว่าคู่แข่ง ยกเว้นแต่การเพิ่มค่าตอบแทนนั้น ผู้ผลิตสามารถจัดการแรงงานให้มีประสิทธิภาพในการผลิตเพิ่มมากขึ้น ถ้าประสิทธิภาพไม่เพิ่มสูงขึ้นตามค่าแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น วิธีการนี้จะก่อให้เกิดผลเสียกับทุกฝ่ายมากกว่าผลดี

2. การฝึกคนขึ้นเองภายในโรงงาน ใช้เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานคือ ทำการฝึกอบรมคนงานให้มีคุณสมบัติตามที่ต้องการขึ้นมาเอง จะเห็นได้จากการที่โรงงานผลิตรองเท้าหลายแห่งจะมีส่วนของโรงงานที่กันไว้สำหรับการฝึกพนักงานใหม่โดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามปริมาณแรงงานที่ทำการฝึกอบรมกันเองในแต่ละโรงงานก็ยังไม่พอเพียง และยังเป็นการทำให้ต้นทุนการผลิตรองเท้าเพิ่มขึ้นอีกด้วย

3. การจัดหาโรงเรียนหรือสถานที่ฝึกอบรม วิธีการนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด และเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมรองเท้ามากที่สุด การจัดหาวิทยาลัยหรือสถานฝึกอบรมที่มีคุณภาพ ทำการฝึกสอนให้แก่ผู้ที่ต้องการเข้ามาทำงานในโรงงานรองเท้า ในปัจจุบันมีสถานศึกษาหลายแห่งที่เริ่มจะพัฒนาหลักสูตรที่เกี่ยวกับการผลิตรองเท้า เช่น

3.1 วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมกรุงเทพ ซึ่งมีคณะผลิตภัณฑ์เครื่องหนังแผนกรองเท้า โดยมีหลักสูตรคือ วิชาช่างแบบอุตสาหกรรมรองเท้าและวิชาช่างเย็บอุตสาหกรรมรองเท้า

3.2 สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดชลบุรี

3.3 การจัดอบรมโดยกองวิทยาลัยเทคนิค กระทรวงศึกษาธิการ โดยเน้นเรื่องของการเย็บจักร ตัด วาดและประกอบรองเท้า

3.4 การจัดอบรมโดยสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย

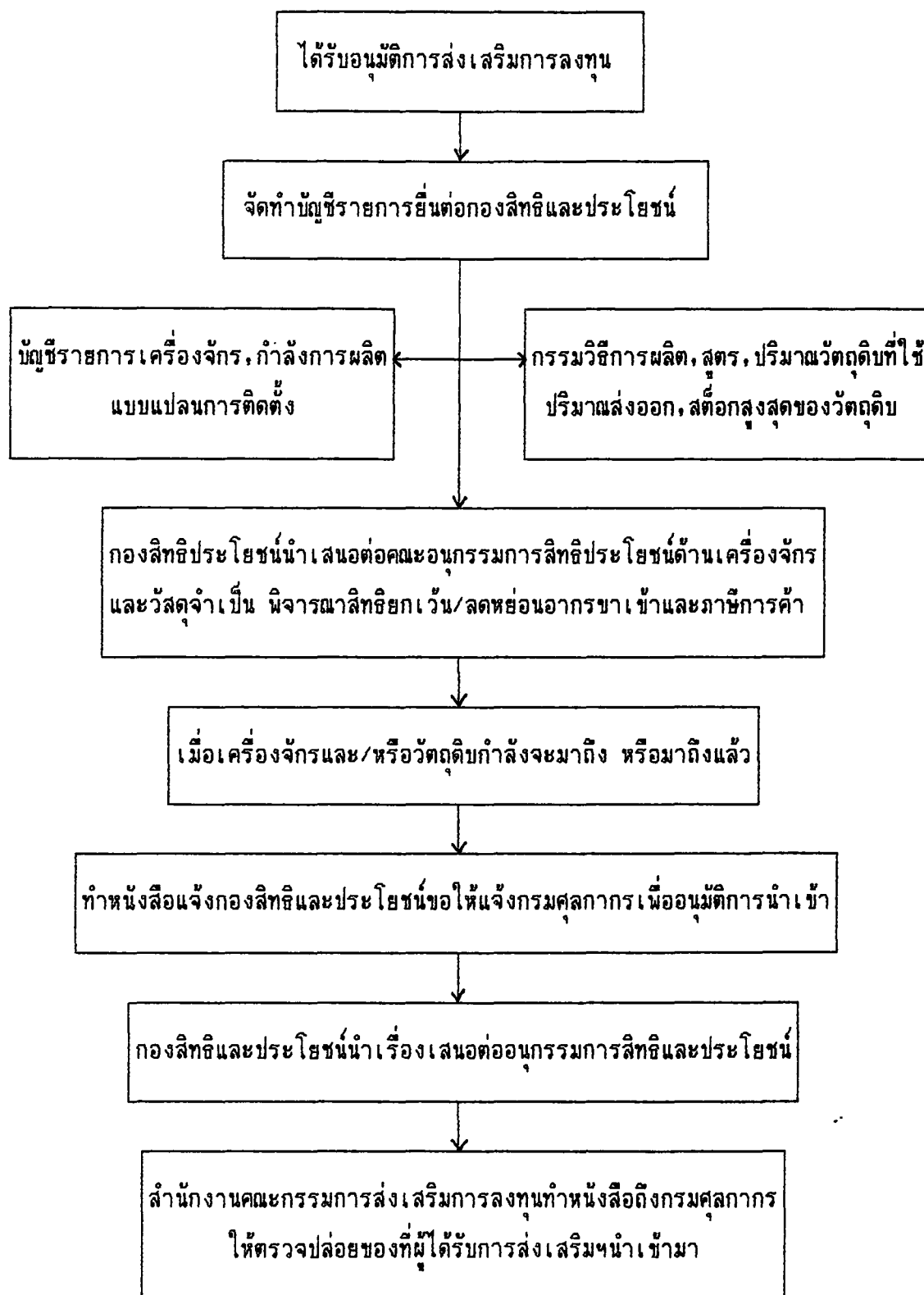
ปัญหาความล่าช้าของระบบราชการ

ปัญหาความล่าช้าของระบบราชการที่สำคัญมีอยู่ 2 ปัญหาใหญ่ คือ ปัญหาในเรื่องของการขอใช้สิทธิประโยชน์จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และปัญหาการขอรับคืนอากรขาเข้าตามมาตรา 19 ทวิ ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัญหาในเรื่องของการขอใช้สิทธิประโยชน์จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

สิทธิประโยชน์ของผู้ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนนั้นมีอยู่มากมาย โดยเฉพาะที่สำคัญอย่างมากสำหรับผู้ผลิตเพื่อการส่งออกก็คือ การได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าและภาษีการค้าสำหรับเครื่องจักรและวัตถุดิบ รวมทั้งวัสดุที่จำเป็นต้องนำมาใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมนั้น โดยมีขั้นตอนและวิธีการคือ หลังจากที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแล้ว ผู้ผลิตจะต้องจัดทำรายการเครื่องจักรและวัตถุดิบที่นำเข้ามา ยื่นต่อสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยที่การนำเข้าเครื่องจักรจะต้องแสดงรายการสิ่งของ จำนวน และราคาอย่างชัดเจน พร้อมกับแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องจักรนั้นด้วยว่า จะใช้ทำอะไร มีกำลังการผลิตเท่าใด มีส่วนประกอบอะไรบ้าง เป็นต้น ส่วนการขอนำเข้าวัตถุดิบนั้น ผู้ผลิตต้องยื่นสูตรการผลิตให้เห็นชัดเจนว่า วัตถุดิบที่จะขอนำเข้ามีอะไรบ้าง ปริมาณการนำเข้าเป็นเท่าใด ใช้ในการผลิตในสัดส่วนใด อัตราการใช้และอัตราการสูญเสียเป็นอย่างไร จากนั้นคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยคณะกรรมการสิทธิประโยชน์จะพิจารณาและอนุมัติรายการเครื่องจักรและวัตถุดิบที่ผู้ผลิตส่งเข้ามา เมื่อได้รับการอนุมัติแล้ว สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนก็จะออกหนังสือถึงกรมศุลกากรเพื่อให้ตรวจสอบปล่อยเครื่องจักรหรือวัตถุดิบนั้นออกมา (ภาพที่ 5) จะเห็นได้ว่าการที่จะอนุมัติยกเว้นอากรขาเข้าและภาษีการค้าให้กับเครื่องจักรและวัตถุดิบนั้น จะต้องผ่านขั้นตอนหลายขั้นตอน ซึ่งมักจะนำมาซึ่งความล่าช้าในการดำเนินงานตั้งแต่การพิจารณารายละเอียดของเครื่องจักรและสูตรการผลิต จนถึงการออกหนังสือปล่อยของให้กับกรมศุลกากรสำหรับรายละเอียดของปัญหามีดังต่อไปนี้

1. การพิจารณาและการนำเข้าเครื่องจักร จากความจำเป็นของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่จะต้องพิจารณาความเหมาะสมของ เครื่องจักรที่ผู้ผลิตจะนำมาใช้ใน



ภาพที่ 5 ขั้นตอนการนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน
ที่มา : (สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531)

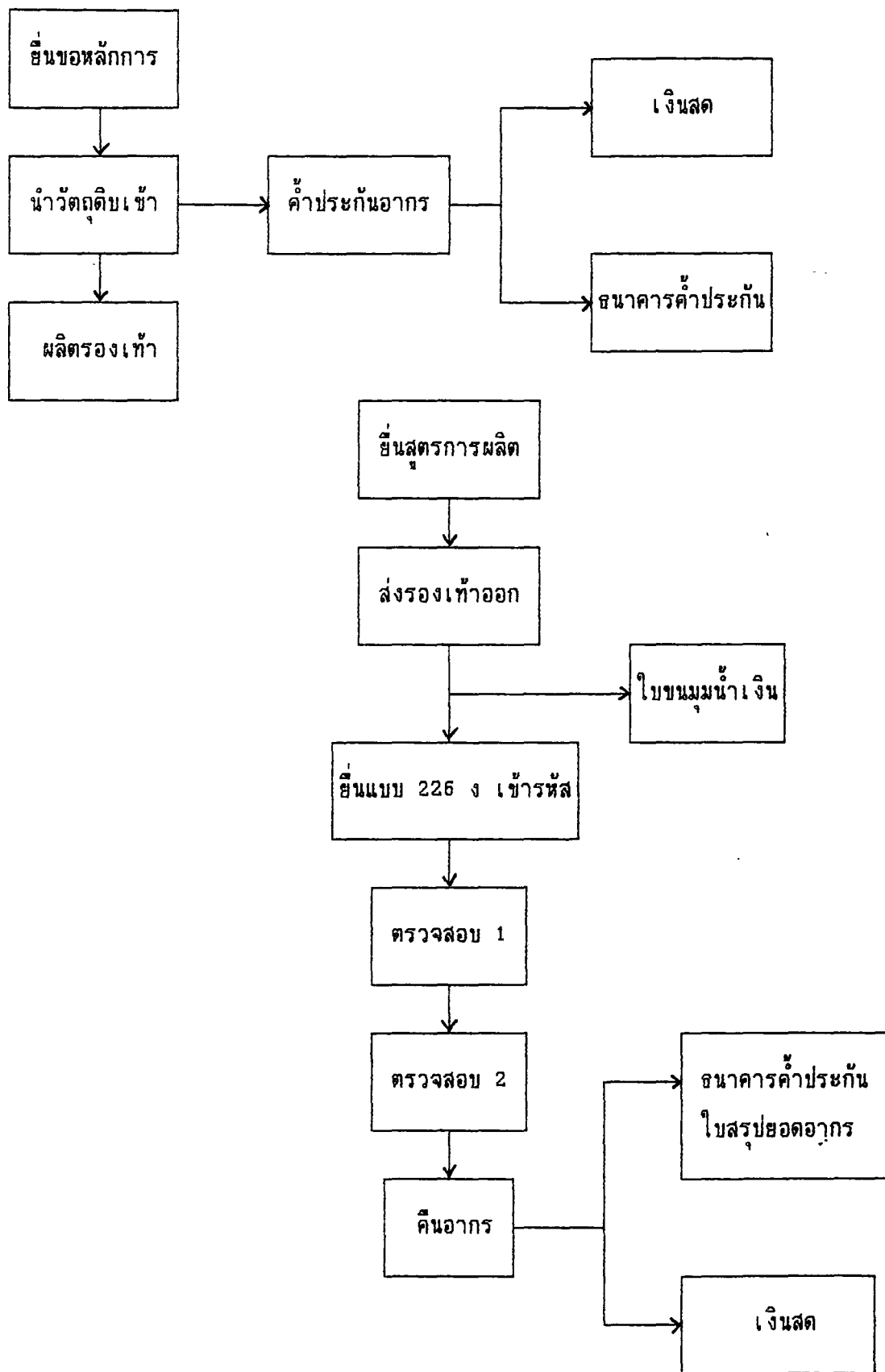
ทุกด้านซึ่งต้องการ เวลาและความรู้ความชำนาญจาก เจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเป็นอย่างมาก ผลที่ตามมาคือ การตรวจอนุมัติการนำเข้า เครื่องจักรแต่ละครั้งมักไม่รวดเร็วทันใจผู้นำเข้า โดยเฉพาะในกรณีที่ทางสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนต้องการ ค่าชี้แจงเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องจักรจากผู้นำเข้า ก็อาจจะทำให้เสียเวลาในการพิจารณาอนุมัติการนำเข้า เครื่องจักรนั้นนานขึ้นไปอีก จากประสบการณ์ของผู้ผลิตรองเท้าบางรายต้องเสียเวลารอการอนุมัตินานถึง 60-90 วันก็มี และในบางครั้ง เป็นผลเสียต่อแผนการผลิตที่วางไว้เป็นอย่างมาก เนื่องจากไม่สามารถเริ่มต้นการผลิตตามที่กำหนดได้ ปัญหาที่เกี่ยวข้องอีกข้อหนึ่งคือ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนยอมยกเว้นภาษีการค้าและอากรขาเข้าให้กับเครื่องจักร แต่ไม่ยอมยกเว้นให้สำหรับเครื่องอะไหล่ ตัวอย่างเช่น เข็มเย็บหนัง ซึ่งเป็นอะไหล่ที่จำเป็นสำหรับการทำรองเท้าและมักจะเสียหายอยู่เสมอ นอกจากที่กล่าวมาแล้ว ปัญหาเกี่ยวกับการนำเข้า เครื่องจักรอีกส่วนหนึ่งก็คือ เมื่อมีการ เปลี่ยนแปลงชนิดของ เครื่องจักรหรือ เปลี่ยนแปลงกรรมวิธีการผลิต ผู้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนจะต้องยื่นเรื่องตามขั้นตอนตั้งแต่ขั้นแรกใหม่อีกครั้ง ทำให้ระยะเวลาในการขออนุมัติการนำเข้า เครื่องจักรต้อง นานออกไปอีก

2. การพิจารณาและการนำเข้าวัตถุดิบ เนื่องจากการผลิตรองเท้าในปัจจุบันยังจำเป็นต้องพึ่งวัตถุดิบจากต่างประเทศอยู่หลายอย่างตั้งแต่ หนังเทียม หนังแท้ เคมีภัณฑ์ เป็นต้น ดังนั้นสิทธิประโยชน์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่อนุญาตให้ผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไม่ต้อง เสียอากรขาเข้า และภาษีการค้าสำหรับวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้าที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนนั้น จึงเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้ผลิตรองเท้า สำหรับปัญหาที่ผู้ผลิตและส่งออกรองเท้าประสบอยู่ในปัจจุบันคือ ความล่าช้าในการพิจารณาสูตรการผลิต จนถึงการออกหนังสือให้กรมศุลกากรตรวจสอบปล่อยวัตถุดิบที่ต้องการออกมา เท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้เวลาในการดำเนินการตั้งแต่ยื่นเรื่องขออนุญาตนำเข้าจนถึงจนถึงการออกจากท่าเรือมาได้นั้น มีตั้งแต่ 7 วัน จนถึง 21 วัน ซึ่งความล่าช้านี้เป็นเหตุให้ผู้ผลิตรองเท้าต้อง เสียเงินค่าเช่าจ่ายมากขึ้น ส่วนหนึ่งก็คือค่าเช่ารถตั้งเก็บสินค้า และสำหรับผู้ผลิตที่ไม่สามารถรอได้ก็อาจยอมชำระอากรขาเข้าเป็นเงินสดไปก่อนเพื่อนำวัตถุดิบมาใช้ซึ่งทำให้ต้อง เสียดอกเบี้ยตามจำนวนเงิน และระยะเวลาที่เสียไปก่อนที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจะออกหนังสือให้กรมศุลกากรตรวจสอบปล่อยออกมาและคืนอากรที่ชำระแล้วแก่ผู้นำเข้าวัตถุดิบนั้น

ปัญหาความล่าช้าของการดำเนินงานดังกล่าว จะมีผลต่อผู้ผลิตรองเท้าเป็นอย่างมาก ซึ่งรองเท้าส่วนใหญ่เป็นรองเท้าที่มีแบบเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามฤดูกาล หรือตามแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงไป ในไต้หวันเมื่อผู้ผลิตรองเท้าได้รับใบสั่งซื้อให้ทำการผลิตแล้ว โรงงานรองเท้าจะสามารถผลิตและจัดส่งให้ผู้ซื้อได้ภายใน 45-60 วันเท่านั้น สำหรับผู้ผลิตรองเท้าของไต้หวันต้องเสียเวลาดังแต่รับใบสั่งซื้อจนส่งรองเท้าได้อย่างเร็วที่สุด 90 วัน และถ้าการดำเนินงานตามขั้นตอนก่อนการผลิตล่าช้าแล้ว เวลาที่ใช้ในการผลิตจนถึงการส่งออกก็จะยิ่งนานออกไปอีก ถ้าผลิตไม่ทันผู้ผลิตจะประสบปัญหาคือ ผู้ซื้อไม่ต้องการซื้อรองเท้าหรือบังคับให้ผู้ผลิตส่งรองเท้าไปทางเครื่องบิน หรือกวดราคารองเท้าลงหรืออาจบอกเลิกใบสั่งซื้อก็ได้ ซึ่งเป็นผลเสียแก่ผู้ผลิตรองเท้าเป็นอย่างมาก

ปัญหาการขอรับคืนอากรขาเข้าตามมาตรา 19 ทวิ

ในการขอคืนอากรขาเข้าตามมาตรา 19 ทวินี้ รัฐจะคืนภาษีอากรเต็มจำนวนให้แก่วัตถุดิบที่นำเข้ามาเพื่อการผลิต หรือผสม หรือประกอบ หรือบรรจุ แล้วส่งกลับไปจำหน่ายยังต่างประเทศ แสดงว่าวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออกนั้นไม่ต้องเสียภาษีอากร ซึ่งเป็นประโยชน์ทำให้ลดต้นทุนการผลิตลงได้ ทำให้ผู้ส่งออกสามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ และสามารถแข่งขันกับสินค้าประเทศอื่นในตลาดโลกได้ ในการดำเนินการขอรับคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ ผู้ผลิตและผู้ส่งออกต้องประสบกับปัญหาและความชุกชุกซ์ในการดำเนินงานอยู่มาก จะเห็นได้จากระยะเวลาในการอนุมัติสูตรการผลิตรองเท้านั้น เกิดจากการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ของกรมศุลกากรที่จะพิจารณาสูตรและความหลากหลายของสูตรการผลิต ทั้งในด้านวัตถุดิบที่ใช้และรูปแบบของรองเท้าที่ทำการผลิต รวมทั้งสูตรการผลิตบางสูตรที่ขึ้นใหม่ บางครั้งก็ใกล้เคียงกับสูตรการผลิตที่เคยยื่นมาก่อนและได้รับอนุมัติแล้ว ระยะเวลาในการดำเนินงานตามขั้นตอน (ภาพที่ 6) บางครั้งนานถึง 30-120 วัน จึงเป็นการเพิ่มงานให้กับผู้ส่งออกในการจัดเตรียมเพื่อดำเนินงานตามขั้นตอนขออนุมัติสูตรใหม่ทั้งหมด อีกทั้งเป็นการเพิ่มงานให้กับเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นปัญหากลุ่มศุลกากรที่ผู้ผลิตและส่งออกได้รับ ความล่าช้าดังกล่าวจะเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตให้สูงขึ้นอย่างมาก



ภาพที่ 6 ขั้นตอนการขอคืนอาคารตามมาตรา 19 ทวิ

ที่มา : (สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531)

การแก้ปัญหาคอขวดของระบบราชการ

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวย ประกอบกับนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของรัฐ ทำให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะลงทุนในประเทศไทย เป็นจำนวนมาก ทั้งจากนักลงทุนภายในประเทศและนักลงทุนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะในด้านการลงทุนผลิตเพื่อการส่งออก ดังนั้นจำนวนผู้ที่ต้องการขอรับการส่งเสริมการลงทุนและการขอรับคืนอากรขาเข้า จึงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ในขณะเดียวกันการเพิ่มขึ้นของเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานทั้งสองนั้นไม่สามารถเพิ่มขึ้นได้ทันตามปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากประสบปัญหาการวางแผนกำลังคน และงบประมาณ อย่างไรก็ตาม ควรมีการแก้ไข เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการดำเนินงานในเรื่องดังต่อไปนี้

1. การเพิ่มอัตราและโยกย้ายเจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการอนุมัติปล่อยและตัดใบสู่วัตถุศุติบ การพิจารณาเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตทั้งหมด รวมไปถึงการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการปฏิบัติงาน
2. การเผยแพร่ระเบียบวิธีปฏิบัติ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินการเป็น การลด หรือป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นเสียก่อนตั้งแต่ต้น นอกจากนี้ควรส่งกฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลงไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย เป็นต้น
3. การกำหนดแบบฟอร์มมาตรฐาน ปัจจุบันยังไม่มีกรณำแบบฟอร์มมาตรฐานมาใช้ เกี่ยวกับการนำเข้าวัตถุดิบและ เครื่องจักร การมีแบบฟอร์มมาตรฐานจะช่วยให้การตรวจพิจารณา สุตการผลิตและวัตถุดิบที่นำเข้ามาใช้เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว

ปัญหาการกีดกันทางการค้า

ในปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศประสบกับปัญหาการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ซึ่งประเทศคู่ค้าสินค้ารองเท้าและชิ้นส่วนรองเท้าของไทยที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหรัฐฯ ได้ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรทั่วแบบแก่สินค้าที่ผลิตในภาคกำลังพัฒนา โดยยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้า เพื่อเป็นการช่วยเหลือสินค้าของประเทศกำลังพัฒนา ประเทศไทยก็เป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับสิทธิพิเศษดังกล่าว ในขณะที่สหรัฐฯ ก็ได้ผ่านร่างบัญญัติกฎหมายการค้า มาตรา 301 (Trade Bill, section 301) ซึ่งเป็นกฎหมายที่สหรัฐฯ สามารถตอบโต้

ทางด้านการค้าได้ฝ่ายเดียวต่อประเทศคู่ค้าที่สหรัฐฯ เห็นว่ามีการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมต่อสหรัฐฯ ด้วย ปัจจุบันไทยอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบทางการค้าต่อสหรัฐฯ จึงเป็นสิ่งยากที่จะหลีกเลี่ยงการกีดกันทางการค้า ซึ่งภายใต้อำนาจกฎหมายการค้าฉบับใหม่ของสหรัฐฯ ได้ระบุให้ไทยเป็นประเทศ PFC (Priority Foreign Country) หรือประเทศที่ถูกดำเนินการสอบสวนอย่างเร่งด่วน การที่ประเทศไทยถูกประกาศให้เป็นประเทศที่ต้องถูกดำเนินการสอบสวน PFC ทำให้ผู้นำเข้าสหรัฐฯ ไม่กล้าสั่งสินค้าเข้า สำหรับรองเท้าแตะและชิ้นส่วนรองเท้าของไทยมูลค่าการส่งออกยังมีน้อยในตลาดสหรัฐฯ จึงยังไม่มีความกระทบต่อการส่งออกรองเท้าของไทย สำหรับรองเท้ากีฬาและผ้าใบ รองเท้ายางและพลาสติก รองเท้าหนังนั้น สหรัฐฯยังคงจัดเก็บภาษีนำเข้าในอัตราปกติ แต่ผลที่เกิดขึ้นจะอยู่ในรูปของการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่เข้มงวด หรือสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานก็อาจถูกห้ามนำเข้าได้ หลังจากทีประเทศไทยได้ปฏิบัติตามข้อเรียกร้องของสหรัฐฯ ในเรื่องของสิทธิบัตรยา เรื่องของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว จึงยังไม่ถูกดำเนินการตอบโต้ทางการค้าตามบทบัญญัติมาตรา 301 แต่อย่างไรก็ตามก็ควรระมัดระวัง เพราะตลาดที่สหรัฐฯ ยังมีการขาดดุลการค้าอย่างสูงอยู่ ประเทศไทยก็อาจได้รับผลกระทบจากมาตรการกีดกันทางการค้าได้อีก

การแก้ไขข้อพิพาทการกีดกันทางการค้า

ภาวะการส่งออกรองเท้าของไทยยังสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอื่นต่าง ๆ ได้ แม้จะประสบกับปัญหาในเรื่องการกีดกันการนำเข้าจากประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ ควรมีการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานการผลิตรองเท้าให้เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ เพื่อให้ไทยสามารถขยายตลาดส่งออกได้มากยิ่งขึ้น และควรมีการหาช่องทางในการส่งออกไปยังตลาดอื่น ๆ ให้มากขึ้น เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นต้น ซึ่งมีแนวโน้มการนำเข้ารองเท้าจากไทยเพิ่มมากขึ้น

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการผลิตและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย

จากการสัมภาษณ์นายไพศาล คำจวง รอง เลขาธิการและผู้จัดการสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทยในเรื่องเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมาของสมาคมฯ คุณสมบัติของสมาชิก ผลประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมรองเท้าไทย การทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการ และสู่ทางการส่งออกในอนาคต มีรายละเอียดดังนี้

ประวัติความเป็นมาของสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย

สมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทยก่อตั้งปี พ.ศ.2520 เนื่องจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรองเท้าประสบปัญหาวัตถุดิบมีราคาแพงและขาดตลาด กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบจึงถือโอกาสขึ้นราคาวัตถุดิบอย่างรวดเร็วและสูงมาก ทำให้ผู้ผลิตรองเท้าได้รับความเดือดร้อน เพราะได้รับใบสั่งซื้อหรือคำสั่งให้ผลิตด้วยราคาวัตถุดิบเดิม แต่หาการผลิตจริงด้วยราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้น (ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น) ส่งผลให้ผู้ผลิตขาดทุนอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ผลิตย่านคลองเตย วงเวียนใหญ่ บางขุนเทียน บางกอกน้อย ฯลฯ จึงรวมตัวกันจัดตั้งเป็นชมรมอุตสาหกรรมรองเท้าขึ้นและขอจดทะเบียนเป็นสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ ประสานความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคข้อขัดข้องต่าง ๆ รวมทั้งเจรจาหาความตกลงกับบุคคลภายนอก ร่วมมือกับรัฐบาลในการส่งเสริมการผลิตและการจำหน่ายให้อยู่ในมาตรฐานที่ดี

การจัดโครงสร้างและการดำเนินงานของสมาคมฯ ประกอบด้วยนายกสมาคมฯ อุปนายก เลขาธิการ ผู้จัดการ เภรัณฐิศา ประชาสัมพันธ์ และกรรมการรวมทั้งสิ้น 20 คน เป็นคณะกรรมการบริหารสมาคมฯ คณะกรรมการต้องเปลี่ยนทุก 2 ปี มีการประชุมใหญ่และรายงานผลงานประจำปีทุก 1 ปี เชิญสมาชิกซึ่งมีอยู่ประมาณ 460 ราย (โรงงาน) มาประชุมร่วมกัน นอกจากนี้มีการจัดสัมมนาและอบรมให้แก่สมาชิก มีกิจกรรมส่งเสริมผู้ผลิตให้ปฏิบัติงานที่ ใต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ ฯลฯ เพื่อให้เกิดแนวความคิดใหม่ ๆ ที่จะขยายและพัฒนาอุตสาหกรรมรองเท้าให้มีขีดการส่งออก เพิ่มขึ้นและมีส่วนช่วยในการประสานความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตอีกด้วย

คุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ต้องการ เป็นสมาชิกและประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ

ในการสมัคร เข้า เป็นสมาชิกของสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย ผู้สมัครจะต้องเป็นผู้ผลิตรองเท้า แต่ไม่จำกัดว่าจะต้องมีการส่งออกหรือไม่ และจะต้องผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการซึ่งมีการวางกฎระเบียบที่แตกต่างจากระบบราชการ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ มักเป็นผู้ประกอบการผลิตที่มีความรู้น้อย โดยเริ่มต้นจากการเป็นช่างก่อน แล้วจึงจัดตั้งโรงงานผลิตรองเท้า ประกอบกับการสมัคร เป็นสมาชิกต้อง เสียเงิน เสียเวลา อีกทั้งสมาชิกยังมองไม่เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากทางสมาคมฯ เช่น การลดภาษีนำเข้า เงินชดเชย การหาผู้ซื้อจากต่างประเทศ ซึ่งผู้ผลิตรายย่อยบางส่วนไม่ได้ส่งออกเองโดยตรง แต่ส่งให้ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งออกโดยเฉพาะ (สำหรับประเทศไทยมีบางส่วนที่ผู้ผลิตไม่ได้ส่งออกเองและผู้ส่งออกไม่ได้ผลิตเอง) ทำให้ไม่สนใจเรื่องภาษี เป็นการผลิตเพื่อหนีงานส่ง เท่านั้น

กฎระเบียบในการส่งออกรองเท้า (ข้อบังคับ)

ในอดีตมีปัญหามากมายในเรื่องการตัดราคาตัวเองและการดึงตัวช่างฝีมือ การตัดราคาตัวเองนั้นจะเกิดขึ้นในช่วง เวลาที่ใบสั่งซื้อหรือคำสั่งให้ผลิตลดน้อยลง เนื่องจากผู้ผลิตในแต่ละโรงงานต้องหมุนเงินทุกวัน เพื่อจ่ายค่าน้ำมันค่าแรงงาน และค่าวัตถุดิบ จึงส่งผลในระยะยาวคือ ทำให้โรงงานบางแห่งไม่สามารถอยู่ได้ต้อง เลิกกิจการไป ทางสมาคมฯ แก้ไขหาโดยการออกแถลงการณ์และประชุมผู้ผลิตทั้งหมด เพื่อให้ยุติการตัดราคาตัวเอง ส่วนการดึงตัวช่างฝีมือจะเกิดขึ้นในช่วง เวลาที่ใบสั่งซื้อหรือคำสั่งให้ผลิตเพิ่มขึ้นจำเป็นต้องใช้แรงงานเพิ่มขึ้น สมาคมฯ แก้ไขโดยการจัดฝึกอบรมช่างฝีมือขึ้นได้ประมาณ 20 รุ่น รุ่นหนึ่ง ๆ ประมาณ 10 คน อีกทั้งยังได้ขอความร่วมมือจากรัฐบาล จัดหลักสูตรอาชีวศึกษาสาขาอุตสาหกรรมรองเท้า เป็นหลักสูตรระยะสั้นขึ้น ซึ่งก็สามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้บ้าง

การปฏิบัติงานของสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ

1. กรมส่งเสริมการส่งออก สมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทยและสมาคมประปาไทยได้ร่วมกันผลักดันให้โรงงานแสดงสินค้ารองเท้าและเครื่องหนังขึ้น โดยทางจดหมายขอจัดงานแสดงสินค้าที่กรมส่งเสริมการส่งออกในปี.ศ. 2529 และได้มีการจัดแสดงงานเช่นนี้ทุกปีจนถึงปัจจุบัน ทำให้ผู้ซื้อต่างประเทศรู้จักและยอมรับในคุณภาพสินค้ารองเท้าและเครื่องหนังของไทย

2. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย ได้เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการพัฒนาการส่งออก โดยเข้าร่วมประชุมทุกครั้งที่มีการประชุมเรื่องการขอคืนและชดเชยภาษีอากร โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ช่วยเหลืออุตสาหกรรมรองเท้าอย่างมาก ในเรื่องของภาระนำเข้าวัตถุดิบโดยไม่ต้องเสียภาษีให้กับผู้ผลิตในแต่ละโรงงาน ซึ่งจะได้รับสิทธิแตกต่างกันเป็นช่วงระยะเวลาตามกฎหมายของการส่งเสริมการลงทุน ทางสมาคมฯ จะไม่มีส่วนช่วยเหลือในการขอรับการส่งเสริมการลงทุน แต่จะควบคุมดูแลนโยบายและภาพรวมของอุตสาหกรรมว่าควรจะได้รับบริการส่งเสริมการลงทุนอย่างไร ส่วนปัญหาเรื่องการขอคืนภาษีล่าช้า ทางสมาคมฯ ไม่สามารถจะควบคุมดูแลได้ เพราะทุกอุตสาหกรรมก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกันทั้งสิ้น

การให้ความช่วยเหลือจากสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย

ในอนาคตสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย มีโครงการที่จะช่วยเหลือสมาชิกในด้าน การส่งเสริมการส่งออกคือ โครงการจัดทำสำนักงานถาวรของสมาคมฯ ขึ้น โดยจะมีคณะกรรมการประจำสำนักงานเป็นศูนย์กลางการติดต่อประสานงานกับผู้ผลิตรองเท้าทั่วประเทศ โดยมี การลงนามและเจรจาติดต่อซื้อขายกับสมาคมการค้าผู้ผลิตรองเท้าของต่างประเทศ รวมทั้งจัดศูนย์แสดงสินค้าไว้ตลอดเวลา สำหรับผู้ผลิตที่ต้องการโชว์สินค้าสามารถนำมาโชว์ในงานศูนย์แสดงสินค้าและสำหรับลูกค้าจากต่างประเทศที่ต้องการซื้อสินค้ารองเท้าเข้าช้ขมงาน โดยติดต่อซื้อขายกันเองโดยตรง ทางสมาคมฯ จะไม่มีส่วนได้เสียแต่อย่างใด เพียงแต่ขอรับค่าบำรุงจากสมาชิกเท่านั้น

ประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญของไทย

ประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาดยุโรป ได้แก่ อิตาลี สเปน บราซิล ฯลฯ ประเทศต่าง ๆ เหล่านี้ประสบปัญหาค่าแรงงานสูง (อุตสาหกรรมรองเท้าต้องใช้แรงงานคนเป็นหลัก) จึงทำให้ราคาสินค้าค่อนข้างสูง จึงต้องแก้ไขปัญหาระดับคุณภาพสินค้ารองเท้าให้สูงขึ้นและเน้นที่การขยายตลาด ส่วนประเทศคู่แข่งชั้นในตลาดเอเชีย ได้แก่ ไต้หวัน เกาหลีใต้ จีน และอินโดนีเซีย ไต้หวันและเกาหลีใต้ ในปัจจุบันประสบปัญหาแรงงานเช่นกันคือ ค่าจ้างแรงงานสูง จึงแก้ไขปัญหาระดับการผลิตไปสู่ประเทศที่มีค่าแรงงานต่ำ เช่น จีน ไทย อินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกันแล้ว ประเทศไทยมีฝีมือแรงงานที่ประณีตกว่าจีนและอินโดนีเซีย แต่ในอนาคตกว่าประเทศจีน นับเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญสำหรับไทย เพราะมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำมาก ส่วนประเทศอินโดนีเซียนั้นยังประสบปัญหาเรื่องคุณภาพแรงงานและเรื่องศาสนา แม้จะมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำมากก็ตาม

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมรองเท้าของไทย

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมรองเท้าในปัจจุบันคือ ปัญหาวัตถุดิบ ผู้ผลิตวัตถุดิบจะขึ้นราคาสินค้าโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและขึ้นราคาสูงมาก จนผู้ผลิตรองเท้าต้องขาดทุนอย่างมาก วัตถุดิบดังกล่าว เช่น หนังพอก กาว PVC ส่วนวัตถุดิบที่เป็นเคมีจะนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ไต้หวัน ฮองกง เกาหลีใต้ ซึ่งประเทศเหล่านี้ล้วนเป็นคู่แข่งชั้นในการส่งออกรองเท้าทั้งสิ้น ส่วนปัญหาเรื่องแรงงานในปัจจุบันไทยยังไม่มียังมีปัญหา ในอนาคตค่าแรงงานมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น แต่เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ แล้ว ค่าแรงงานของประเทศคู่แข่งก็ต้องเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน จึงไม่น่าจะมีปัญหาแต่อย่างใด เพียงแต่ราคาสินค้าของไทยอาจสูงขึ้นตามค่าแรงงานที่สูงขึ้น

สู่ทางและแนวโน้มการส่งออกในอนาคต

สู่ทางและแนวโน้มการส่งออกในอนาคต ตามความคิดเห็นของนายไพศาล คำจวง เห็นว่าตลาดในอนาคตต้องมีการแข่งขันกันอย่างสูง ถ้าไทยต้องการจะแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง

จำเป็นต้องลดต้นทุนการผลิต แต่ต้องให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีจึงจะสู้ในตลาดโลกได้ เพราะฉะนั้น โรงงานขนาดเล็กจำเป็นต้องขยายโรงงานให้อยู่ในระดับกลางขึ้นไป เพราะถ้าไรต่อหน่วยจะลดลง จะเน้นที่การเพิ่มปริมาณการส่งออก เช่น เดิมถ้าไรต่อขึ้นเท่ากับ 50 บาท ในอนาคตถ้าไรต่อขึ้นเท่ากับ 10 บาทแต่ต้องเพิ่มปริมาณการผลิตและการส่งออก ดังนั้นถ้าไทยผลักดันอุตสาหกรรม รองเท้า เข้าสู่ระบบดังกล่าวข้างต้นแล้ว ก็จะสามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้แน่นอน เนื่อง จากในปัจจุบันประเทศไทยทำการผลิตอยู่เพียงร้อยละ 50 ของกำลังการผลิตจริงทั้งหมด การเพิ่ม ปริมาณการผลิตและการส่งออกจึงไม่ เป็นปัญหาแต่อย่างใด

ความคิด เห็นและข้อ เสนอแนะของสถานประกอบการผลิตรองเท้า

ลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการ

จากการสอบถามคุณชาตรี จิตต์วิมุต เจ้าของบริษัทนิคม (แมนวูด) จำกัด พบว่า ทางบริษัทดำเนินการส่งออกรองเท้าในลักษณะศูนย์รวมรองเท้า เพื่อทำการส่งออก (Trading Firm) โดยรวบรวมรองเท้าจากผู้ผลิตรายย่อย ซึ่งโดยทั่ว ๆ ไป ผู้ผลิตรายย่อยหรือ โรงงานหนึ่ง ๆ จะมีคนงานประมาณ 10-100 คนขึ้นไป ทำการผลิตรองเท้าแล้วจัดส่งให้กับบริษัท เป็นผู้ดำเนินการด้านการส่งออก กล่าวคือบริษัทจะดำเนินการด้านการตลาดเพื่อหาลูกค้า ออกรูปแบบรองเท้า จัดหาวัตถุดิบ แล้วจึงให้โรงงานหรือผู้ผลิตรายย่อยผลิต หลังจากนั้นบริษัทก็ทำการ ตรวจสอบคุณภาพสินค้าและทำการส่งออกต่อไป ในการผลิตของโรงงานหรือผู้ผลิตรายย่อยแต่ละ รายไม่ได้เป็นการผูกขาดว่าจะต้องผลิตให้กับทางบริษัทนิคม (แมนวูด) เท่านั้น แต่สามารถ ผลิตให้กับบริษัทอื่นได้ ซึ่งในทางปฏิบัติมีประมาณ 4-5 โรงงานที่ทำการผลิตให้กับบริษัทเป็นประจำ

สำหรับเครื่องหมายการค้าและตราชี้หอนั้น บริษัทใช้ชื่อ แมนวูด เนื่องจากบริษัทมี ตลาดภายในประเทศ ขณะเดียวกันก็มีการใช้เครื่องหมายการค้าและตราชี้หอนี้ส่งออกไปยังต่าง ประเทศด้วย หากลูกค้าต้องการที่จะผลิตภายใต้ เครื่องหมายการค้าของลูกค้านักบริษัทก็จัดทำให้ได้

ด้านการผลิต

การจัดหาวัตถุดิบร้อยละ 80 เป็นวัตถุดิบจากภายในประเทศ และร้อยละ 20 เป็นวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยส่วนมากนำเข้าจากประเทศ บราซิล อินเดีย อาเจนตินา ใต้หวัน ฯลฯ ในการผลิตบริษัทพยายามที่จะไม่ใช้วัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เพราะการนำเข้าวัตถุดิบมีขั้นตอนการนำเข้าหลายขั้นตอน ประกอบกับทางบริษัทไม่ได้ขอรับสิทธิในการขอคืนอากรขาเข้าวัตถุดิบ และไม่ได้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแต่อย่างใด แต่ถ้าวัดเทียบวัตถุดิบภายในประเทศและวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศแล้ว วัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศจะมีคุณภาพดีกว่ามาก (วัตถุดิบประเภทหนึ่งสัตว์เช่น โคน กระบือ) ซึ่งในจำนวนวัตถุดิบภายในประเทศทั้งหมดมีเพียงร้อยละ 20 เท่านั้นที่เป็นหนังที่มีคุณภาพดี ส่วนอีกร้อยละ 80 เป็นหนังที่มีคุณภาพไม่ดี (ผิวไม่สวย มีรอยแผล มีพื้นที่ใช้งานได้น้อย) เนื่องจากเป็นหนังที่ได้จากโคน กระบือ ที่มาจากการฆ่าแรงงานไม่ใช่ว่าเลี้ยงเพื่อธุรกิจ หรือเลี้ยงในฟาร์ม เพื่อเป็นวัตถุดิบป้อนอุตสาหกรรมที่ต้องการใช้หนังสัตว์โดยเฉพาะ วัตถุดิบชนิดนี้มีความสำคัญอย่างมากต่ออุตสาหกรรมรองเท้า จึงได้ทำเรื่องขอลดภาษีนำเข้าให้เหลือร้อยละ 0 และประสบผลสำเร็จในที่สุด ตลอดจนพยายามผลักดันให้รัฐบาลส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบเพื่อป้อนอุตสาหกรรมรองเท้าโดยเฉพาะ แต่ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากอุตสาหกรรมพอกหนังมีวัตถุประสงค์ในการผลิตหนังพอก เพื่อป้อนแก่อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และรถยนต์มากกว่า และอุตสาหกรรมพอกหนังไม่สามารถขยายหรือเพิ่มปริมาณการผลิตได้ เนื่องจากประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมและการบำบัดน้ำเสีย รัฐบาลจึงเข้ามาช่วยได้เพียงลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบเท่านั้น

ขั้นตอนการผลิตรองเท้า เริ่มจากการออกแบบรองเท้า ลอกแบบลงกระดาษแล้วจึงวาดลงบนแผ่นหนัง เพื่อตัดออกเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ การตัดจะใช้กรรไกรหรือใช้เครื่องตัด ส่งให้แผนกเย็บหนังนำรองเท้า (Upper) นำชิ้นส่วนต่าง ๆ มาขึ้นหุ่นเพื่อประกอบเข้าด้วยกันและทำการตกแต่งรองเท้าแล้วจึงส่งเข้าแผนกบรรจุหีบห่อ รอการจำหน่ายและส่งออก ขั้นตอนทั้งหมดจะใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก

ปัญหาที่ทางบริษัทพบอยู่ในขณะนี้คือ การขาดแคลนแรงงานฝีมือ ส่วนแรงงานขั้นต่ำไม่ขาดแคลน เพราะมีผู้ต้องการฝึกงานทางด้านการผลิตรองเท้าอยู่มาก การที่บริษัทจะพัฒนาหรือฝึกแรงงานขั้นต่ำให้เป็นแรงงานฝีมือนั้นเป็นเรื่องยาก เนื่องจากต้องใช้เวลาในการฝึก 1-2 ปี อีกทั้งกฎหมายกำหนดค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ 125 บาทต่อคน ซึ่งจะไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไป ผลงานที่ได้จึงมีปริมาณน้อยและคุณภาพต่ำ ดังนั้นแรงงานที่บริษัทต้องการคือ แรงงานฝีมือและจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายวันหรือรายเดือนขึ้นอยู่กับข้อตกลง ส่วนด้านเทคนิคการผลิตบริษัทไม่พบปัญหา เพราะบริษัทมีการพัฒนาเทคนิคการผลิตควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรอยู่ตลอดเวลา โดยจัดสัมมนาและฝึกอบรมให้ทั่วทันตลาดแฟชั่นที่แปรเปลี่ยนอยู่เสมอ ตลอดจนจัดให้มีการดูงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการผลิตรองเท้า เช่น เครื่องจักร คอมพิวเตอร์ ฯลฯ จึงทำให้บริษัทสามารถส่งออกรองเท้าได้ในปริมาณสูง สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งชั้นได้

ด้านการส่งออก

การส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศนั้น โดยปกติบริษัทจะส่งออกไปหลายประเทศ ไม่เจาะจงว่าจะส่งไปประเทศใดเป็นหลัก เช่น ตลาดยุโรป ตลาดอเมริกา ตะวันออกกลาง เอเชีย รัสเซีย ฯลฯ แต่ตลาดใหญ่ที่บริษัทส่งออกมาและเชื่อถือในคุณภาพของบริษัทคือ ตลาดฮ่องกง ซึ่งการหาลูกค้าในต่างประเทศนั้น บริษัทหาวิธีการนำเสนอในงานแสดงสินค้ารองเท้าของต่างประเทศ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าสนใจและในขณะนี้บริษัทก็เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในตลาดต่างประเทศบ้างแล้ว ส่วนประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญนั้น ในอดีตบริษัทส่งสินค้าไปประเทศจีน แต่ในปัจจุบันผู้ซื้อรายใหญ่ได้กลายเป็นคู่แข่งชั้นรายสำคัญเช่นกันในขณะนี้ และในปัจจุบันบริษัทส่งออกรองเท้าไปรัสเซียในปริมาณมาก ในอนาคตรัสเซียก็จะเป็นคู่แข่งรายใหญ่ของบริษัทต่อไป การแก้ปัญหาคู่แข่งจะทำได้โดยการพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้นหรือยกระดับคุณภาพสินค้า (UP GRADE) ตลาดตลาดใหม่ ๆ ที่จะมาเสริมสร้างและรองรับสินค้านำเข้าที่ไทยผลิตขึ้น เช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ เช่น อิตาลี ใต้หวัน และเกาหลีใต้ ซึ่งถูกแย่งส่วนแบ่งตลาดออกไปแต่ก็ยังสามารถดำรงอยู่ได้ ไทยก็ควรเป็นเช่นนั้น

การกำหนดราคาสินค้า จะกำหนดจากต้นทุนการผลิตทั้งหมดรวมกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นแล้วบวกด้วย เบอร์เนอ์เซ็นต์ของกำไรที่ต้องการ การกำหนดราคาสินค้านี้ไม่สามารถกำหนดให้

แน่นอนได้ในทุกครั้ง ขึ้นอยู่กับตลาดที่ส่งออกและคู่แข่ง ในบางครั้งต้องการผลิตและส่งออก แม้จะไม่มีกาไรก็ตาม ส่วนปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้ามีบ้างเล็กน้อย เช่น การผลิตผิดจากแบบที่กำหนด ผลิตไม่ได้คุณภาพหรือมาตรฐานที่กำหนด ลูกค้านต่างประเทศจะไม่ยอมรับสินค้าและส่งสินค้าคืน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ก็เกิดขึ้นกับทุกอุตสาหกรรม แม้บริษัทจะควบคุมและตรวจสอบคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ซึ่งลักษณะของการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพจะกระทำตั้งแต่ตรวจสอบวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิตไปจนถึงการบรรจุหีบห่อ เพื่อทำการส่งออก โดยใช้เวลาเดินตรวจตามสายการผลิต เพื่อให้ได้สินค้ารอง เท้าที่ผลิตตาม เทคนิคและสัคส์ส่วนที่กำหนดไว้

สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร บริษัทไม่ได้ขอรับสิทธิพิเศษดังกล่าวและไม่ได้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนใด ๆ ทั้งสิ้น เพราะบริษัทเน้นที่การนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ นอกจากนี้จะได้รับการจ้างผลิตที่ต้องการสินค้ารอง เท้าที่มีคุณภาพดีมาก ประกอบกับบริษัทเกรงว่าจะประสบปัญหาความล่าช้าในการที่จะผ่านขั้นตอนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ซึ่งมีขั้นตอนมาก จึงใช้วัตถุดิบจากภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ แต่ทางสมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทยได้ช่วยประชาสัมพันธ์และร้องเรียนไปยังภาครัฐบาล ตลอดจนสื่อมวลชน เพื่อให้รัฐบาลลดภาษีการนำเข้าวัตถุดิบที่แน่นอน เข้าสู่อุตสาหกรรมรองเท้าให้เหลือร้อยละ 0 และเพิ่มอัตราการชดเชยภาษี ซึ่งเดิมมีอยู่ 4.78-6% แต่ถูกลดลงเหลือ 0.97% ในปัจจุบันได้เพิ่มสูงขึ้น รวมมาถึงการรวบรัดขั้นตอนและพิธีการของศุลกากร ซึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งของไทย เช่น จีน สามารถนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศโดยผ่านพิธีการของศุลกากรได้ภายใน 1 วัน แต่ประเทศไทยต้องใช้เวลาอย่างน้อย 10 วัน จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะมีการผลักดันการทำงานของภาครัฐบาลให้มีประสิทธิภาพเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในตลาดโลกได้ ส่วนมาตรา 301 จะมีผลกระทบกับไทยอย่างแน่นอน ถ้าสหรัฐฯ ดัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรที่เคยให้กับไทย และตั้งกำแพงภาษีขึ้น อุตสาหกรรมทุกชนิด หรือสินค้าทุกอย่างที่ไทยส่งออกไปยังสหรัฐฯ จะได้รับผลกระทบเช่นกัน มาตรการกีดกันทางการค้านี้สหรัฐฯ ใช้เพื่อบังคับให้ไทยปฏิบัติตามกฎข้อบังคับที่สหรัฐฯ กำหนด ดังนั้นรัฐบาลจึงพยายามผลักดันเรื่องของสิทธิพิเศษ เช่น Software ฯลฯ ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งขณะนี้ไทยก็หลุดพ้นจากการตอบโต้ทางการค้าจากสหรัฐฯ แล้ว อย่างไรก็ตามควรมีการปรับโครงสร้างภาษีให้เหมาะสม รวมทั้งมีการทาคัดค้านใหม่ทีนอกเหนือจากสหรัฐฯ แม้จะมี ม.301 หรือไม่ก็ตาม ก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อไทยอย่างแน่นอน

ลู่ทางและแนวโน้มการส่งออกทรงเท่าในอนาคตจะมีอัตราการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น แต่จะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง เพราะประสบปัญหาที่โครงสร้างภาษีของวัตถุดิบและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวพัน จึงควรส่งเสริมให้อุตสาหกรรมรองเท่าเป็นอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่อง มีการผลิตวัตถุดิบขึ้นใช้เองภายในประเทศบ้างเป็นต้องหึ่งหาวัตถุดิบจากต่างประเทศ ส่งเสริมให้มีการจัดงานแสดงสินค้าที่เป็นวัตถุดิบ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต และรองเท่าสำเร็จรูป เพื่อประโยชน์หึ่งแก่ผู้ผลิตและลูกค้าที่สนใจสินค้ารองเท่าของไทยอีกด้วย

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ควรแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น ตามความเห็นของคุณชาติริเห็นว่า เพียงแต่รัฐบาลให้ความสนใจปรับปรุงตัวโครงสร้างภาษีให้ดี มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมรองเท่าให้ครบวงจร ก็จะสามารถเสริมสร้างงานที่เกิเกิดขึ้นภายในประเทศได้เอง

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

รองเห่าเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตรองเห่าของไทยมีความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ แต่อย่างไรก็ตามการผลิตและการส่งออกรองเห่ายังประสบปัญหาด้านต่าง ๆ อีกหลายประการ เช่น ปัญหาทางด้านวัตถุดิบ ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบภายในประเทศมีคุณภาพต่ำและมีไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่จึงต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ ดังนั้นจึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ปัญหาแรงงานขาดคุณภาพในการผลิตสินค้า และปัญหาการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้าที่ต้องคอยระมัดระวัง เป็นต้น ทำให้การผลิตและการส่งออกรองเห่าไม่สามารถขยายตัวได้เท่าที่ควร จากการศึกษา เรื่องการผลิตและการส่งออกรองเห่าของไทย สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาถึงโครงสร้างและสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมรองเห่าของไทยพบว่า การผลิตรองเห่าเพื่อส่งออกในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ประเภทแรกผลิตตามใบอนุญาตของบริษัทแม่ในต่างประเทศ uly ใช้เครื่องหมายการค้าของต่างประเทศ ซึ่งผู้ผลิตมีสิทธิ์เป็นตัวแทนจำหน่าย และจะต้องมีการทำสัญญาซึ่งมีอายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ประเภทที่สองผลิตตามคำสั่งที่ได้รับจากผู้ผลิตต่างประเทศ uly ใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ว่าจ้างเป็นการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศผู้ว่าจ้างทั้งหมด ผู้ผลิตไม่มีสิทธิ์จำหน่าย และประเภทที่สามผลิตuly ใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง ส่วนใหญ่จะจำหน่ายภายในประเทศ ใน พ.ศ. 2535 มีกำลังการผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศประมาณ 40% (140-180 ล้านคู่) และกำลังการผลิตเพื่อส่งออก 60% (200-240 ล้านคู่)

ผลการศึกษาถึงภาวะการตลาดส่งออกรองเห่าของประเทศไทย แยกตามประเภทของรองเห่า ระหว่าง พ.ศ. 2529-2534 พบว่า รองเห่ากีฬาและผ้าในมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดและเพิ่มสูงขึ้นทุกปี รองลงมาได้แก่ รองเห่ายางและพลาสติก รองเห่าหนัง และรองเห่าแตะตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ารองเห่ากีฬาและผ้าในมีศักยภาพการส่งออกสูงที่สุด ส่วนตลาดส่งออก

รองเท้ายางและผ้าใบที่สำคัญของไทยได้แก่ ตลาดอเมริกา ตลาดยุโรป และตลาดเอเชีย สำหรับประเทศที่ไทยส่งออกได้มากที่สุดได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และอิตาลี ตามลำดับ ตลาดส่งออกรองเท้ายางและพลาสติกที่สำคัญของไทยได้แก่ ตลาดยุโรป ตลาดเอเชีย และตลาดอเมริกา สำหรับประเทศที่ไทยส่งออกได้มากที่สุดได้แก่ เยอรมัน ตะวันตก เนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร ตามลำดับ ตลาดส่งออกเท้าหนังที่สำคัญของไทยได้แก่ ตลาดยุโรป ตลาดอเมริกา และตลาดเอเชีย สำหรับประเทศที่ไทยส่งออกได้มากที่สุดได้แก่ เยอรมัน ตะวันตก สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ตามลำดับ ตลาดส่งออกเท้าแตะที่สำคัญของไทยได้แก่ ตลาดยุโรป ตลาดเอเชียและตลาดอเมริกา สำหรับประเทศที่ไทยส่งออกได้มากที่สุดได้แก่ สหราชอาณาจักร อิตาลี สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงภาวะการนำเข้าและการส่งออกเท้าในตลาดโลกพบว่า ตลาดนำเข้าที่สำคัญในตลาดโลก คือ ตลาดยุโรป ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าสูงที่สุดและตลาดนำเข้าที่สำคัญรองลงมาได้แก่ ตลาดอเมริกาและตลาดเอเชีย สำหรับประเทศที่นำเข้าเป็นจำนวนมากได้แก่ เยอรมัน ตะวันตก ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ตามลำดับ ส่วนตลาดส่งออกที่สำคัญในตลาดโลก คือ ตลาดเอเชีย ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด และตลาดส่งออกที่สำคัญรองลงมาได้แก่ ตลาดยุโรปและลาตินอเมริกา สำหรับประเทศที่ส่งออกเป็นจำนวนมากได้แก่ อิตาลี จีน เกาหลีใต้ และไต้หวัน ตามลำดับ ซึ่งจากผลการศึกษาจะเห็นว่าตลาดที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงเป็นประเทศที่ไทยควรให้ความสนใจและหาช่องทางส่งออกไปยังตลาดเหล่านั้นเพิ่มมากขึ้น ส่วนตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกในตลาดโลกสูง นับเป็นประเทศคู่แข่งชั้นในการส่งออกเท้าที่สำคัญของไทย โดยเฉพาะในตลาดเอเชีย ประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญของไทยได้แก่ จีน เกาหลีใต้ และไต้หวัน ตามลำดับ

ปัญหาและอุปสรรคจากการผลิตและการส่งออกที่อุตสาหกรรมรองเท้าของไทยประสบอยู่ในปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้ดังนี้ ปัญหาแรกคือ ปัญหาวัตถุดิบ ซึ่งประสบปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการนำเข้าและการเปลี่ยนแปลงของราคา สำหรับวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบภายในประเทศ คือ วัตถุดิบมีคุณภาพต่ำและมีราคาสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ ปัญหาที่สองคือ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและแรงงานมีคุณภาพต่ำ เนื่องจากมี

โรงงานผลิตรองเท้าเพิ่มขึ้นอย่างมาก ปัญหาที่สามคือ ปัญหาความล่าช้าของระบบราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับการขอใช้สิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เพื่อพิจารณาการนำเข้า เครื่องจักรและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้า และความล่าช้าในการขอรับคืนอากรขาเข้าตามมาตรา 19 ทวิ ของกรมศุลกากร

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า จากการศึกษาถึงภาวะการผลิตและการส่งออกรองเท้าของไทย ทำให้ทราบว่า ในอนาคตสินค้ารองเท้าประเภทที่มีลู่ทางและแนวโน้มการส่งออกที่ดีในตลาดโลก และจะเป็นการดียิ่งขึ้น ถ้าสามารถแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมรองเท้าให้หมดไป หรือลดน้อยลง โดยการแก้ไขนี้จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐบาลและเอกชนจึงจะประสบผลสำเร็จ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาถึงการผลิตและการส่งออกรองเท้าของไทย เพื่อเป็นการสนับสนุนให้มีการพัฒนาด้านการผลิตและการส่งออกให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ด้านการผลิต

1. วัตถุดิบประเภทหนังแท้ (Leather) ควรให้มีการส่งเสริมและพัฒนาการบ่มสุสัตว์ เพราะการที่จะให้มีการผลิตหนังภายในประเทศเพิ่มขึ้นได้นั้น ต้องมาจากการส่งเสริมการบ่มสุสัตว์อย่างเต็มที่และจริงจัง โดยเริ่มจากการสำรวจการบ่มสุสัตว์เท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จากนั้นรัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการเลี้ยงโคกระบือให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำเป็นต้องให้ความรู้แก่ผู้เลี้ยงว่านอกจากเนื้อ นม และแรงงานของสัตว์เหล่านี้จะเป็นประโยชน์สำคัญแล้ว หนังของสัตว์ยังมีค่า และควรระมัดระวังไม่ให้เกิดริ้วรอยแผลขึ้นในขณะที่ยังมีชีวิต พร้อมกับอธิบายให้ผู้เลี้ยงทราบว่า เมื่อถึงเวลาที่ต้องการฆ่า ถ้าเป็นแบบค้ำหน้าบสภที่โรงสัตว์ ซึ่งมีผู้ชำนาญและเครื่องมือที่เหมาะสมการที่จะลอกหนังให้ได้รับความเสียหายน้อยที่สุด หรือแม้เช่นนั้นก็ต้องมีการส่งเสริมให้ผู้เลี้ยงทราบถึงวิธีการลอกหรือชันหนังที่ถูกต้อง

นอกจากนี้รัฐบาลควรมีนโยบายพุงราคาหนังให้เกิดราคาคุณภาพ หรือคงที่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อช่วยให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรองเท้าสามารถกำหนดต้นทุนได้อย่างแน่ชัด โดยเฉพาะในการค้าขายกับต่างประเทศ เนื่องจากเมื่อมีการส่งตัวอย่างสินค้าและ เสนอราคาไปแล้ว ในบางครั้งกว่าที่ผู้ซื้อจะตอบตกลงราคาของหนังก็สูงขึ้นแล้ว ทำให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องขายในราคาที่สูงกว่าที่เคยเสนอไว้ ซึ่งก่อให้เกิดความไม่พอใจและ/หรือความไม่เข้าใจกัน ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ตลอดเวลา ผลที่เกิดขึ้นอีกด้านหนึ่งก็คือ บางครั้งผู้ผลิตรองเท้าไม่กล้ารับคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อที่ต้องการซื้อ เนื่องจากไม่แน่ใจว่าเมื่อถึง เวลาที่จะต้องจัดส่งสินค้าไปนั้น ราคาของหนังจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าใด

2. รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เกื้อหนุนและ เอื้ออำนวยในการป้อนวัตถุดิบและวัสดุที่จำเป็นในการผลิตรองเท้าของไทย ได้แก่ PVC PU EVA และ SBR พร้อมทั้งพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบดังกล่าวให้ได้มาตรฐาน เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ และจะทำให้ไทยสามารถกำหนดราคาและปริมาณการผลิตได้เอง ลดปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนและราคาดูแลนลงด้วย แต่อย่างไรก็ตามราคาวัตถุดิบที่ผลิตได้เองจะต้องถูกกว่าการนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ผลิตในส่วนของการผลิตเองได้

3. ผู้ประกอบการผลิตควรจัดให้มีการอบรม และฝึกสอนให้กับผู้ที่ต้องการเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมรองเท้าในส่วนที่เกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตรองเท้า เพื่อที่จะทำให้การผลิตรองเท้าได้คุณภาพและรูปแบบตามที่ตลาดต้องการ

4. การขอรับคืนอากรขาเข้าตามมาตรา 19 ทวิ ควรเพิ่มจำนวนและประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่กรมศุลกากร และควรพิจารณาให้ผู้ส่งออกสามารถอ้างถึงสิทธิการผลิตที่ได้รับการอนุมัติไปแล้วและมีความใกล้เคียงกับสิทธิการผลิตใหม่ที่รอการอนุมัติ เพื่อเป็นการอ้างถึง สำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ทำการอนุมัติสิทธิการผลิตชนิดใหม่นี้ด้วย ซึ่งจะเป็นการลดขั้นตอนการหางานและประหยัดเวลาในการพิจารณาของ เจ้าหน้าที่กรมศุลกากรได้มาก

ด้านการส่งออก

1. หน่วยงานของรัฐบาล เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก ฯลฯ ควรจัดทำโครงการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตลาดส่งออกรองเท้าประเภทต่าง ๆ

ขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและส่งออกในการพิจารณาวางแผนการผลิต และส่งออกธัญพืชไปยังตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และขอความร่วมมือจากทุกภาคีที่เกี่ยวข้องเป็นตัวกลางนำสินค้าธัญพืชให้เกษตรกรผู้ปลูกและผู้ค้าปลีกส่งให้ในตลาดต่างประเทศ เพื่อตั้งจุดความสนใจงานสินค้าธัญพืชของไทย

2. รัฐบาล เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ฯลฯ และผู้ประกอบการควรให้ความร่วมมือในด้านการติดตามสถานการณ์ข้อมูลข่าวสารของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยเฉพาะประเทศผู้นำเข้าได้แก่ สหรัฐอเมริกา ที่มีแนวโน้มที่จะใช้มาตรการกีดกันการนำเข้า เพื่อที่จะหาทางแก้ไขปัญหาก่อนที่จะส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกธัญพืชของไทย นอกจากนี้ควรมีการวางแผนหรือมาตรการร่วมกัน เพื่อให้สามารถรักษาหรือขยายตลาดประจำที่มีอยู่เดิมและบุกเบิกตลาดใหม่ และจัดตั้งคณะผู้แทนทางการค้าเพื่อเจรจาหาแนวทางการค้า

3. ผู้ประกอบการผลิตควรจัดให้มีการบริการที่รวดเร็วและประทับใจแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคุณภาพ รูปแบบ มาตรฐานของสินค้า การตรงต่อเวลาในการส่งสินค้า และสิ่งที่ลูกค้าต้องการ เพื่อเป็นการทำให้สินค้าธัญพืชของไทยสามารถครองตลาดได้นาน

ข้อเสนอแนะทั้งทางด้านการผลิตและการส่งออก จะเป็นแนวทางหนึ่งที่ผู้ประกอบการผลิตชาวไทย สามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหาทางด้านการผลิตและการส่งออก เพื่อก่อให้เกิดเสถียรภาพในการส่งออก เพิ่มขึ้นในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ . 2536 . เอกสารข้อมูลเรื่องผลิตภัณฑ์รองเท้า .
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ . 2535 . ข้อมูลมิสสินค้าเป้าหมายปี 2535/2536 .
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

ธนาคารกสิกรไทย . 2533 . "อุตสาหกรรมรองเท้าไทย : ยังก้าวไปไม่หยุดยั้ง" . สรุปข่าว
ธุรกิจ . (กันยายน 2533) : น. 8-15 .

นิรนาม . 2525 . รายงานการสำรวจรองเท้าแตะ . กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ .

_____ . 2526 . รายงานการสำรวจรองเท้ากีฬาและผ้าใบ . กรมพาณิชย์สัมพันธ์
กระทรวงพาณิชย์ .

_____ . 2529 . "สู่ทางการส่งออกรองเท้า" . วารสารบริษัทปริทัศน์ . 7(กันยายน) :
น. 9-13 .

_____ . 2535 . สมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย .(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

_____ . 2536ก . "กลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้าหันต้องปิดโรงงานเร่งแก้ปัญหาม.301" .
ประชาชาติธุรกิจ . (29 เม.ย.-1 พ.ค.2536) : น. 1 .

_____ . 2536ข . "ปัญหาอุตสาหกรรมรองเท้าไทยปัจจุบัน" . กรุงเทพธุรกิจ .
(25 มีนาคม 2536) : น. 1 .

_____ . 2536ค . "อุตสาหกรรมรองเท้าพินาศปิดโรงงานปลดคนงาน" . ฐานเศรษฐกิจ .
(4-7 เมษายน 2536) : น. 1 .

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย . 2534 . ภาวะธุรกิจอุตสาหกรรมปี 2534 และแนวโน้มในอนาคต . (ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

แววตา ดิษฐศรี . 2530 . รายงานการศึกษาวิเคราะห์เรื่องการผลิตการสำรองเข้าปี 2530 . กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ .

สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย . 2531 . รายงานผลการศึกษาค้นหาและข้อเสนอแนะในการแก้ไขอุตสาหกรรมรองเท้าไทย . (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

อรุณี ประเสริฐศิลป์ และจิตรา สว่างศรี . 2528 . รายงานการศึกษาสู่ทางการลงทุนอุตสาหกรรมรองเท้าชาย . กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม .

Customs Department . 1986 . Foreign Trade Statistic of Thailand 1986 . Bangkok .

_____ . 1987 . Foreign Trade Statistic of Thailand 1987 . Bangkok .

_____ . 1988 . Foreign Trade Statistic of Thailand 1988 . Bangkok .

_____ . 1989 . Foreign Trade Statistic of Thailand 1989 . Bangkok .

_____ . 1990 . Foreign Trade Statistic of Thailand 1990 . Bangkok .

_____ . 1991 . Foreign Trade Statistic of Thailand 1991 . Bangkok .

_____ . 1992 . Foreign Trade Statistic of Thailand 1992 . Bangkok .

United Nation . 1991 . Department of Economics and Statistics Foreign
Trade by Commodities 1991 Volume I . Bangkok .

