

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาสภาวะการส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา
A Study of Export Performance of Thai Footwears to
the United States of America



T097668



โดย

นางสาวสุติมา เรืองโรเลขา

ปพ.
๕617ก
2541

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี.....

97668

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2541



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาสภาวะการส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

A Study of Export Performance of Thai Footwears to
the United States of America

ของ

นางสาวชุตินา เรืองโรเลข

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

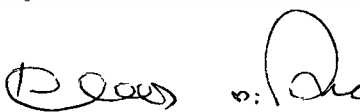
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2541

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 27/พ.ค./41
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

กรรมการปัญหาพิเศษ

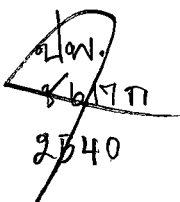
 27/พ.ค./41
(อาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง)

หัวหน้าภาควิชา

 27/พ.ค./41
(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

15378

5 ส.ย. 2541


2540

บทคัดย่อ

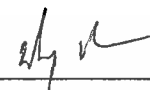
ชื่อเรื่อง : การศึกษาสภาวะการส่งออกของเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

โดย : นางสาวชุตินา เรืองโรเลขา

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ :

/...../.....
(นิตยา สิทธิโชค)

อุตสาหกรรมรองเท้า เป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของไทย ที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ยังมีู่ทางการส่งออกที่ดี โดยมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น สามารถนำรายได้จากการส่งออกเข้าประเทศได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาประเทศเพื่อ ก่อให้เกิดการลงทุน แต่ปัจจุบันประเทศไทยต้องประสบปัญหาการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งราย อื่นๆ ในตลาดโลก โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน ในการส่งออกรองเท้าจากไทยไปยัง ประเทศต่างๆ ทั่วโลกนั้น ตลาดสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ดังนั้นการ ส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา จึงเป็นเรื่องที่ควรศึกษาเพื่อนำความรู้ที่ได้ไปเป็น แนวทางในการใช้พัฒนาการผลิตและการตลาดเพื่อการส่งออกของเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐ อเมริกาอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปใน การผลิต การส่งออกของเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ตลอดจนศึกษาสภาพปัญหาและ อุปสรรคของการส่งออกโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา อาศัยข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมจาก หน่วยงานราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาโดยทั่วไปเกี่ยวกับ สภาพการผลิต และการส่งออกเท้าของไทยไปประเทศ สหรัฐอเมริกา พบว่า การผลิตรองเท้าของประเทศไทยได้พัฒนาจากเดิมในลักษณะการผลิตแบบ อุตสาหกรรมครัวเรือน มุ่งจำหน่ายภายในประเทศ มาเป็นอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออก มี โรงงานผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออกทั้งขนาดเล็กและใหญ่ มีประมาณ 2,000 โรงงาน มีกำลังการผลิต รวมทั้งสิ้นประมาณ 480 ล้านคู่ต่อปี มีการจ้างงานประมาณ 120,000 คน และจำนวนนี้มี 200 โรงงาน ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ตลาดส่งออกเท้าที่สำคัญของไทย คือ สหรัฐอเมริกาและ ประชาคมยุโรป ในส่วนของสภาวะการส่งออกเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกานั้น พบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น แต่ไม่ทุกปี คือ มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 8,090.4 ล้านบาท ใน ปี พ.ศ. 2534 มาเป็น 10,212.4 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2538 และมูลค่าการส่งออกได้ลดลง ในปี

พ.ศ. 2539 เป็น 9,238.1 ล้านบาท ด้านส่วนแบ่งตลาดรองเท้าของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกานั้นมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 7 รองจากประเทศจีน บราซิล อิตาลี อินโดนีเซีย สเปน และเกาหลีใต้ ในปี พ.ศ. 2536 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 3.7 และลดลงเป็นร้อยละ 2.9 ในปี พ.ศ. 2539 เนื่องจากประเทศไทยประสบกับปัญหาที่มีผลกระทบต่อ การส่งออก เช่น ปัญหาด้านการแข่งขัน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านคุณภาพและรูปแบบสินค้า ที่ออกมาไม่ตรงกับความต้องการของตลาดมากนัก แต่ประเทศไทยก็มีโอกาสแข่งขันกับประเทศ คู่แข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกาได้มาก

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการ ส่งออกรองเท้าของไทย ดังนี้คือ ในด้านการผลิต รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการลงทุนใน อุตสาหกรรมปิโตรเคมี ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เกื้อหนุนและเอื้ออำนวยในการป้อนวัตถุดิบและวัสดุ ที่จำเป็นในการผลิตรองเท้าของไทย พร้อมทั้งพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบให้ได้มาตรฐาน เพื่อลดการ พึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ จะทำให้ไทยสามารถกำหนดราคาและปริมาณการผลิตได้เอง ด้าน การแข่งขัน ควรจัดให้มีแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย มีการส่งเสริมวิจัยและพัฒนาสินค้านวัตกรรม อยู่ตลอดเวลา ส่วนด้านคุณภาพและรูปแบบสินค้า รัฐบาลควรจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบคุณภาพ สินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดสหรัฐอเมริกาเพื่อขยายสู่ทางการส่งออกต่อไปในอนาคต



คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงได้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิศยา สิทธิโชค อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษที่ได้กรุณาให้คำแนะนำอันเป็นแนวทางในการศึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขปัญหาพิเศษให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง กรรมการปัญหาพิเศษที่ได้ตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ในด้านสาขาวิชาต่างๆ ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ ณ สถาบันแห่งนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่างๆ ที่ได้ให้ข้อมูลและคำแนะนำในด้านต่างๆ ที่จำเป็นในการศึกษาปัญหาพิเศษ ตลอดจนขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่น้อง และเพื่อนๆทุกคนที่เป็นกำลังใจและให้คำปรึกษาทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ หากปัญหาพิเศษฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนต้องขออภัยมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าปัญหาพิเศษฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้บ้างไม่มากก็น้อย

ชุตินา เรืองโรเลขา

มีนาคม 2541

บทที่ 3 การวิเคราะห์การส่งออกรองเท้าของไทย	28
โครงสร้างและแนวโน้มการส่งออกรองเท้าของไทย	28
มูลค่าและการเปลี่ยนแปลงการส่งออกรองเท้าของไทยในตลาดต่างประเทศ	30
รองเท้ายางและพลาสติก	30
รองเท้าหนัง	30
รองเท้ากีฬา	32
รองเท้าแตะ	34
ขั้นตอนการส่งออก	35
ประเทศคู่แข่ง	36
ปัญหาของการส่งออกรองเท้าของไทย	38
บทที่ 4 การวิเคราะห์การส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา	39
การส่งออกรองเท้าของไทย	39
สภาพการณ์ตลาดรองเท้าของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา	39
ส่วนแบ่งตลาดรองเท้าของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา	41
สภาพการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา	41
การคิดกันทางการค้าและอัตราภาษี	44
แนวโน้มในอนาคต	45
ปัญหาของการส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา	45
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	47
สรุป	47
ข้อเสนอแนะ	48
เอกสารอ้างอิง	51
ภาคผนวก	53

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกรองเท้าของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2535-2539	2
2	มูลค่าการส่งออกรองเท้าของประเทศไทย แยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2536-2539	3
3	ต้นทุนการผลิตรองเท้ายางและพลาสติก	11
4	สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศของรองเท้ายางและพลาสติก	11
5	ต้นทุนในการผลิตรองเท้าหนังของไทย	15
6	สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศของรองเท้าหนัง	15
7	ต้นทุนการผลิตรองเท้ากีฬา	18
8	สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศของรองเท้ากีฬา	18
9	ต้นทุนการผลิตรองเท้าแตะ	21
10	สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศของรองเท้าแตะ	21
11	รายชื่อผู้ผลิตและผู้ส่งออกรองเท้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของต่างประเทศ	23
12	รายชื่อผู้ผลิตและผู้ส่งออกรองเท้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของประเทศไทย	24
13	ปริมาณการส่งออกรองเท้าแยกตามประเภทของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536-2539	29
14	มูลค่าการส่งออกรองเท้าแยกตามประเภทของประเทศไทยปี พ.ศ. 2536-2539	29
15	มูลค่าการส่งออกรองเท้าของประเทศไทยในตลาดต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2536-2539	31
16	มูลค่าการส่งออกรองเท้ายางและพลาสติกของประเทศไทย แยกตาม ประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2536-2539	32
17	มูลค่าการส่งออกรองเท้าหนังของประเทศไทยแยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2536-2539	33
18	มูลค่าการส่งออกรองเท้ากีฬาของประเทศไทยแยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2536-2539	34
19	มูลค่าการส่งออกรองเท้าแตะของประเทศไทยแยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2536-2539	35
20	มูลค่าการส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2535-2539	42

ตารางที่

หน้า

21	มูลค่าการส่งออกธัญพืชแยกตามประเภทของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2536-2539	42
22	ส่วนแบ่งตลาดธัญพืชของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2536-2539	43



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

บทบาทการค้าระหว่างประเทศในระบบเศรษฐกิจไทยนั้น ได้มีความสำคัญมากขึ้น เมื่อพิจารณาจากอดีตจนถึงปัจจุบันจะเห็นได้ว่า สินค้าที่ส่งออกจะมีทั้งสินค้าเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมได้เข้ามามีบทบาทต่อประเทศมากขึ้น สินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออกของประเทศไทยส่วนใหญ่ได้เปรียบในด้านวัตถุดิบและค่าแรงงาน ทำให้ต้นทุนต่ำ จนสามารถเปลี่ยนโครงสร้างการส่งออกของประเทศ จากที่เคยขึ้นอยู่กับสินค้าเกษตรกรรม มาเป็นสินค้าอุตสาหกรรมมากขึ้น แต่การขยายตัวด้านการส่งออก จะเป็นไปได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับอุปสงค์ในตลาดต่างประเทศ และอุปทานการผลิตภายในประเทศ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับโครงสร้างตลาดส่งออก มาตรการส่งเสริมการส่งออกและนโยบายของภาครัฐบาลที่จะต้องกำหนดไว้อย่างชัดเจน เพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการส่งออก

ในแต่ละปีสินค้าอุตสาหกรรม จัดเป็นสินค้าที่นำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากและมีสินค้าใหม่ๆหลายชนิดที่ผลิตและส่งออกในตลาดต่างประเทศ การผลิตรองเท้าได้พัฒนาจากเดิมที่ผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศเป็นหลัก มาเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก โดยในระยะแรกการผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออกยังมีน้อยมาก ปัจจุบันอุตสาหกรรมรองเท้าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งในหลายๆอุตสาหกรรมที่สามารถพัฒนาคุณภาพของสินค้า จนเป็นที่ยอมรับของตลาดในต่างประเทศอย่างกว้างขวาง และได้เป็นสินค้าส่งออกที่มีบทบาทสำคัญในการนำเงินตราต่างประเทศได้ปีละหลายหมื่นล้านบาท นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานสูง สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้ามีหลายชนิดขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งาน ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้วัตถุดิบที่ผลิตได้ภายในประเทศประมาณร้อยละ 60 ของวัตถุดิบที่ใช้ทั้งหมด ส่วนที่เหลือต้องนำเข้าจากต่างประเทศ สำหรับมูลค่าการส่งออกรองเท้า ในปี พ.ศ. 2539 มีมูลค่าสูงอยู่ 1 ใน 10 อันดับแรกของมูลค่าส่งออกสินค้าของไทย พิจารณาจากมูลค่าการส่งออกรองเท้าของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 1) ทั้งนี้สินค้านี้เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่ภาครัฐบาลได้ให้ความสนใจ และมีการอนุมัติให้ได้รับการส่งเสริมด้านการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Office of the Board of Investment: B.O.I.) ตั้งแต่ พ.ศ. 2521 โดยบริษัทบาจาแห่งประเทศไทย ได้รับการส่งเสริมการลงทุนเป็นรายแรก อุตสาหกรรมรองเท้าได้เริ่มเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่ง

เป็นผลมาจากการขยายฐานการผลิตของประเทศผู้ผลิตรองเท้ารายใหญ่อย่าง เกาหลีใต้ และ ไต้หวัน เนื่องจากมีค่าแรงงานเพิ่มสูงขึ้น กระทรวงพาณิชย์ได้ประมาณการว่ามูลค่าการส่งออกรองเท้าในปี พ.ศ. 2540 จะสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น 35,250 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2539 ร้อยละ 4.8 เนื่องจากมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐบาลและเอกชนในการรักษาตลาดเดิม และขยายตลาดใหม่ให้มากขึ้น ซึ่งจะเป็ผลดีต่อการขยายมูลค่าการส่งออกรองเท้าของประเทศไทย (นิรนาม, 2540)

ด้านการส่งออกรองเท้าของประเทศไทยไปยังตลาดต่างประเทศนั้น ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ประชาคมยุโรปและสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกรวมกันกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าการส่งออกรวม โดยสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญเป็นอันดับที่ 1 มูลค่าการส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นจาก 9,328.8 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2536 มาเป็น 10,212.4 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 จนมาถึงปี พ.ศ. 2539 มูลค่าการส่งออกได้ลดลงเหลือ 9,238.1 ล้านบาท แต่สหรัฐอเมริกาก็ยังเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญอันดับที่ 1 ของไทย (ตารางที่ 2) ถ้าพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดรองเท้าในประเทศสหรัฐอเมริกา จะเห็นได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ในปี พ.ศ. 2539 มีมูลค่าร้อยละ 2.9 ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าอยู่อันดับที่ 7 ใน 10 อันดับแรกในตลาดสหรัฐอเมริกา (กันตา, 2540)

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกรองเท้าของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2535-2539

ปี พ.ศ.	มูลค่า (ล้านบาท)
2535	25,642.3
2536	27,941.9
2537	39,261.0
2538	53,778.1
2539	33,544.1

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกของประเทศไทย แยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ
ปี พ.ศ. 2536-2539 (ล้านบาท)

ประเทศผู้นำเข้า	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
1. สหรัฐอเมริกา	9,328.8	9,850.5	10,212.4	9,238.1
2. สหราชอาณาจักร	2,555.9	2,814.5	2,875.7	2,754.4
3. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	824.7	1,544.0	2,141.3	2,632.1
4. รัสเซีย	926.8	2,561.5	5,918.3	1,711.7
5. เมลเยียม	559.7	460.0	685.4	1,538.0
6. เยอรมนี	2,984.9	2,134.6	1,682.1	1,226.5
7. ญี่ปุ่น	802.1	948.5	1,075.9	980.2
8. ฝรั่งเศส	1,575.6	1,135.0	1,250.7	785.1
9. เดนมาร์ก	368.1	357.5	594.4	714.3
10. โปแลนด์	82.7	473.2	6,891.6	601.2

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

แม้ว่าอุตสาหกรรมรองเท้าของไทยจะมีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศแต่ก็ยังมีปัญหาและอุปสรรคที่ต้องเร่งแก้ไขอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเกี่ยวข้องกับภาคการผลิต เช่น ปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ จำเป็นต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในอัตราที่สูง วัตถุดิบสำหรับการผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออกบางชนิดยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยไม่สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานที่ลูกค้าต่างประเทศกำหนด และปัญหาขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ ซึ่งแรงงานที่มีฝีมือยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของโรงงาน นอกจากนี้อุตสาหกรรมรองเท้ายังประสบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิต การขาดเทคโนโลยีในการผลิตทำให้ประสิทธิภาพในการผลิตไม่สม่ำเสมอ ปัญหาและอุปสรรคส่วนที่สองเกี่ยวข้องกับการส่งออก เช่น การแข่งขันกับตลาดต่างประเทศ ส่งผลให้การส่งออกของประเทศไทยไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีหลายประเทศทางแถบเอเชีย เป็นแหล่งผลิตรองเท้าที่มีการใช้เทคโนโลยีสูงกว่า เช่น ไต้หวัน



เกาหลีใต้ และบางประเทศที่มีต้นทุนการผลิต ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศไทย เช่น จีน อินโดนีเซีย ทำให้ประเทศไทยต้องประสบปัญหาการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

จากความสำคัญและปัญหาการส่งออกของไทย จึงควรศึกษาถึงสภาพการผลิต สภาพการส่งออก ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่มีผลต่อการผลิตและการส่งออกของไทย รวมทั้งแนวโน้มการส่งออกของไทยไปตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อปรับปรุงและพัฒนาทั้งในด้านรูปแบบและคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ตลอดจนขยายการส่งออกของไทยให้กว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาถึงสภาพทั่วไปของการผลิตของไทย เพื่อการส่งออกของประเทศไทย
2. ศึกษาถึงสภาพการส่งออกของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา
3. ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการส่งออกของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการผลิตของไทย เพื่อการส่งออกของประเทศไทย
2. ทำให้ทราบถึงสภาพการส่งออกของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการส่งออกของไทย นำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ปรับปรุง เพื่อเป็นแนวทางขยายการส่งออกของไทย

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาสภาพการส่งออกของไทยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในส่วนของสภาพทั่วไปของการผลิต เช่น กรรมวิธีการผลิต ต้นทุนการผลิต เป็นต้น สภาพการส่งออก ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่างๆ โดยผลิตภัณ์ที่ศึกษาได้แก่ รองเท้ายางและพลาสติก รองเท้าหนัง รองเท้ากีฬา รองเท้าแตะ โดยจะศึกษาไปยังตลาดนำเข้าที่สำคัญคือประเทศสหรัฐอเมริกา ในการศึกษาจะใช้ข้อมูลในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2535-2539

นิยามศัพท์

รองเท้ายางและพลาสติก หมายถึง รองเท้าที่ผลิตจากพีวีซี หรือยางสังเคราะห์ มักเป็นรองเท้าหุ้มข้อหรือครึ่งน่อง มีความทนทานและป้องกันอันตรายได้ดี เช่น รองเท้าบู๊ต และรองเท้ากันน้ำ

รองเท้าหนัง หมายถึง รองเท้าที่ส่วนบนทำมาจากหนังแท้ หนังเทียม และส่วนล่างทำมาจากหนัง หรือหนังอัดยาง และวัสดุสังเคราะห์อื่นๆ เช่น รองเท้าคัทชู และรองเท้าที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งที่หัวรองเท้าจะทำด้วยโลหะเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ เป็นต้น

รองเท้ากีฬา หมายถึง รองเท้าที่ออกแบบเพื่อใช้เล่นกีฬาโดยเฉพาะ มีน้ำหนักเบา สามารถเกาะพื้นและรับแรงกระแทกได้ดี มักทำจากหนังแท้ หนังเทียม ฝ้าย และผ้าไนลอน

รองเท้าแตะ หมายถึง รองเท้าที่ทำมาจากยางธรรมชาติ หรือยางบางประเภทมีส่วนของหนังเทียม ไนลอน ฝ้าย หรืออาจตกแต่งด้วย เชือก ป่าน ปอ เช่น รองเท้าแตะพองน้ำ เป็นต้น

การตรวจเอกสาร

กระทรวงพาณิชย์ (2537) ได้ศึกษาถึงอุตสาหกรรมรองเท้าของไทยพบว่า ปี พ.ศ. 2537 ภาวะการผลิตรองเท้าของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง เนื่องจากภาวะความต้องการของตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศยังไม่ดีเท่าที่ควร ประกอบกับการแข่งขันที่รุนแรง และมีคู่แข่งมากขึ้นในตลาด อุตสาหกรรมรองเท้าได้มีการพัฒนาการผลิตจากเดิมในลักษณะการผลิตแบบอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่ใช้แรงงานเป็นหลัก มุ่งจำหน่ายภายในประเทศมาเป็นอุตสาหกรรมการผลิตในโรงงานขนาดใหญ่ โดยร่วมทุนกับนักลงทุนต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ เกาหลีใต้ ฮองกง และสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้นำเครื่องจักรและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการผลิต ปรับปรุงพัฒนารูปแบบและคุณภาพสินค้าจนเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศมากขึ้น ปัจจุบันโรงงานผลิตรองเท้าเพื่อส่งออกทั้งขนาดเล็กและใหญ่มีประมาณ 2,000 ราย มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้นประมาณ 480 ล้านคู่ต่อปี มีการจ้างงานประมาณ 120,000 คน และจำนวนนี้มี 200 รายที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน แหล่งผลิตที่สำคัญคือส่วนที่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนและส่วนที่เป็นโรงงานผลิตรองเท้าขนาดใหญ่

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2538) ได้ศึกษาถึงภาวะการส่งออกและการนำเข้ารองเท้าของไทยพบว่า ในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2535 ร้อยละ 7 โดยการส่งออกรองเท้านี้ประมาณร้อยละ 60 ของมูลค่าการส่งออกรวม เป็นการส่งออกรองเท้ากีฬา

รองลงมาได้แก่ รองเท้าหนัง รองเท้าพลาสติก และรองเท้าแตะ ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยได้แก่ ประชาคมยุโรป สหราชอาณาจักร เยอรมนี ฝรั่งเศส และอิตาลี เป็นต้น รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา โดยตลาดส่งออกทั้ง 2 แห่งนี้มีสัดส่วนมูลค่าส่งออกถึงกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าส่งออกรองเท้ารวม ส่วนการนำเข้ารองเท้าของไทยนั้นส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าชิ้นส่วนรองเท้า โดยในปี พ.ศ. 2535 ประเทศไทยนำเข้าชิ้นส่วนรองเท้าจากต่างประเทศทั้งสิ้น 857.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2534 ร้อยละ 16.7 โดยมีแหล่งนำเข้าที่สำคัญได้แก่ ไต้หวัน เกาหลีใต้ และสหราชอาณาจักร เป็นต้น ส่วนการนำเข้ารองเท้าสำเร็จรูปนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้ารองเท้าคุณภาพดีและมีราคาสูง ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้ารองเท้ากีฬา และรองเท้าหนังทั้งของบุรุษและสตรี โดยมีประเทศนำเข้าสำคัญๆ คือ ไต้หวัน ญี่ปุ่น เยอรมนี และฝรั่งเศส เป็นต้น

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2539) ได้สรุปภาวะอุตสาหกรรมรองเท้า เพื่อการส่งออก ในปี พ.ศ. 2539 พบว่า มูลค่าการส่งออกได้ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2538 สินค้ารองเท้าเกือบทุกประเภทได้ลดลง ยกเว้น รองเท้าหนัง โดยในปี พ.ศ. 2538 ส่งออก 3,054.1 ล้านบาท และมาในปี พ.ศ. 2539 ส่งออก 3,885 ล้านบาท ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรองเท้าบางรายมีแนวโน้มที่จะย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศต่างๆ บนภูมิภาคอินโดจีน ทั้งนี้เพื่อแก้ไขปัญหาค่าจ้างแรงงานและต้นทุนการผลิตที่สูง การย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ที่ค่าจ้างแรงงานถูกกว่าจะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลง และสามารถส่งออกได้ในภูมิภาคดังกล่าว รองเท้าที่ผลิตในประเทศอาจจะขายในตลาดในราคาที่ไม่สูงนักและก็ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถซื้อได้

กระทรวงพาณิชย์ (2540) ได้ศึกษาสถานการณ์การส่งออกรองเท้าพบว่า ในช่วง 9 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2540 (ม.ค.-ก.ย.) ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออก 23,874.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.5 เมื่อเปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2539 เนื่องจากรองเท้ายางและพลาสติก และรองเท้าแตะ ซึ่งเคยส่งออกได้มูลค่ามากในปี พ.ศ. 2538-2539 ลดลงจำนวนมากเพราะไม่สามารถแข่งขันกับจีน อินโดนีเซีย และเวียดนามได้ เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรเทคโนโลยีต่ำก็สามารถผลิตได้ และกลุ่มประเทศดังกล่าว มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าไทย โดยมีรายการที่ส่งออกลดลงมาก จำนวน 2 รายการ คือ รองเท้ายางและพลาสติก มีมูลค่า 2,687.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 44.0 และรองเท้าแตะ มีมูลค่า 1,739.5 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 51.1 สำหรับรายการที่ส่งออกเพิ่มขึ้นมีจำนวน 2 รายการ คือ รองเท้ากีฬา มีมูลค่า 13,652 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.0 และรองเท้าหนัง มีมูลค่า 3,248.7 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.9 สำหรับแนวโน้มในปี พ.ศ. 2541 จะส่งออกได้เพิ่มจากปี พ.ศ. 2540 ประมาณร้อยละ 16-17 แต่มูลค่าในรูปของเงินเหรียญสหรัฐจะใกล้เคียงกับปี พ.ศ. 2540 เนื่องจากการขายต้องลดราคาให้กับประเทศนำเข้าด้วย

ดังนั้นปริมาณการส่งออกจึงส่งออกได้มากขึ้นเพราะราคาถูกลงแต่มูลค่ารวมคาดว่าจะเท่าเดิม ตลาดที่มีอัตราการขยายตัวดี คือ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เบลเยียม และเดนมาร์ก

นิรนาม (2540) ได้พบว่า อุตสาหกรรมรองเท้าของไทยคงจะยังมีแนวโน้มขยายตัวอยู่ต่อไปแต่ก็มีอัตราไม่สูงมากดังเช่นในอดีต เนื่องจากความได้เปรียบในหลายๆ ด้านของไทยที่เคยมีได้ลดน้อยลงไป แต่อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. 2540 นี้ มูลค่าการส่งออกจะขยายตัวจากปี พ.ศ. 2539 ประมาณร้อยละ 4.8 โดยตลาดสำคัญ คือ ตลาดประชาคมยุโรปและสหรัฐอเมริกา ประเภทรองเท้าส่งออกที่สำคัญยังคงเป็นรองเท้ากีฬา และรองเท้าหนัง เนื่องจากส่วนหนึ่งยังเป็นการส่งออกตามสัญญาเดิมที่ทำไว้ อย่างไรก็ตามปัญหาที่อุตสาหกรรมรองเท้ากำลังประสบอยู่นั้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านวัตถุดิบด้านภาษีอากรและด้านการแข่งขันกับต่างประเทศ ผู้ผลิตจะต้องพยายามปรับตัว โดยการพัฒนาการผลิตไปสู่การผลิตรองเท้าที่ใช้เทคโนโลยีสูงขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงความเสียเปรียบทางด้านค่าจ้างแรงงาน นอกจากนี้ในส่วนของภาครัฐบาลจะต้องให้ความช่วยเหลืออุตสาหกรรมรองเท้าให้มากขึ้น โดยการปรับลดภาษีอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ ซึ่งยังคงมีอัตราสูงให้ต่ำลง เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตแก่ผู้ผลิตอื่นในตลาดโลกได้

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตรองเท้า โดยสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลด้านการผลิตและการส่งออกรองเท้าของประเทศไทย ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นพร้อมแนวทางแก้ไข เพื่อพัฒนาการส่งออกรองเท้าของประเทศไทย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2535-2539 ที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าการส่งออก โดยมีการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รายงานการศึกษาและงานวิจัยต่างๆ ตลอดจนสถิติจากส่วนราชการและเอกชนที่ทำการรวบรวมไว้ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมศุลกากร กรมส่งเสริมการส่งออก บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย รวมทั้งวารสารต่างๆ เช่น วารสารผู้ส่งออก เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ในการศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตรองเท้าของประเทศไทย เพื่อการส่งออกนั้นจะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) เพื่ออธิบายกรรมวิธีการผลิต ต้นทุนการผลิต เป็นต้น
2. ในการศึกษาภาวะการส่งออกรองเท้าของประเทศไทย จะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยอาศัยแผนภาพ ตาราง สถิติอย่างง่าย เพื่อช่วยในการอธิบายตั้งแต่ปริมาณและมูลค่าการส่งออก
3. ในการศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคจะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยอาศัยผลการศึกษาข้างต้น เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา และกำหนดนโยบายการส่งออกตลอดจนขยายตลาดส่งออกรองเท้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้น



บทที่ 2

สภาพทั่วไปของการผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออกของไทย

สภาพทั่วไปในการผลิตรองเท้าของไทย

ศึกษาตามประเภทผลิตภัณฑ์ของรองเท้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ รองเท้ายาง และพลาสติก รองเท้าหนัง รองเท้ากีฬา และรองเท้าแตะ โดยพิจารณาถึง ลักษณะของรองเท้า กรรมวิธีการผลิต ต้นทุนการผลิต และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตตามประเภทผลิตภัณฑ์ของรองเท้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

รองเท้ายางและพลาสติก

รองเท้าประเภทนี้ปัจจุบันมีการผลิตมากที่สุด คือประมาณ 150 ล้านคู่ต่อปี โดยส่วนใหญ่จะผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งสามารถพิจารณาในส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

1. ลักษณะของรองเท้า รองเท้ายางและพลาสติกคือรองเท้าอีกประเภทหนึ่งกำลังได้รับความนิยมทั้งจากตลาดภายใน และตลาดภายนอกประเทศ คือ รองเท้าพลาสติก วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้า คือ พีวีซี (Poly Vinyl Chloride: PVC) ที่ผสมสีออกมาเป็นของรองเท้าตามความต้องการ จากนั้นก็ทำการตกแต่งโดยใช้ผ้าหรือพลาสติกพิมพ์ลวดลายตามความต้องการปิดทับอีกทีหนึ่ง ซึ่งวิธีการนี้ทำให้สามารถผลิตรองเท้าพลาสติกที่มีสี และลวดลายแตกต่างกันออกไปได้มาก โดยใช้แม่พิมพ์ในการฉีดพีวีซีชุดเดียวกัน เนื่องจากการผลิตรองเท้าพลาสติกนั้นไม่มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก จึงมีผู้ผลิตเป็นจำนวนมากโดยเป็นผู้ผลิตรายเล็กๆ ที่ทำการผลิตเพื่อขายภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการผลิตเพื่อการส่งออกมักเป็นโรงงานขนาดกลางหรือใหญ่ ซึ่งจำเป็นจะต้องติดตามการเคลื่อนไหวของตลาดภายนอกอยู่เสมอ เนื่องจากรองเท้าพลาสติกจัดเป็นรองเท้าแฟชั่นชนิดหนึ่ง ซึ่งความนิยมในลักษณะและสี สันของตลาดในแต่ละประเทศก็แตกต่างกันไป และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมออีกด้วย

2. กรรมวิธีการผลิต กรรมวิธีการผลิตรองเท้ายางและพลาสติกใช้ระบบฉีด (injection system) ซึ่งเป็นวิธีการทำรองเท้าโดยการนำส่วนบนรองเท้ามาเข้ากับหุ่นแล้วฉีดพื้นรองเท้าติดกับส่วนบนรองเท้า พื้นรองเท้าอาจใช้จำพวก พีวีซี ยางเทียม หรือ พียู (Polyurethane: PU) ก็ได้ วิธีการผลิตแบบนี้ใช้กำลังคนน้อย สำหรับกรรมวิธีการผลิตรองเท้ายางและพลาสติก (ภาพที่ 1) คือ



ภาพที่ 1 กรรมวิธีการผลิตรองเท้ายางและพลาสติก

ที่มา: (บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2537)

ตารางที่ 3 ต้นทุนการผลิตรองเท้ายางและพลาสติก

ส่วนประกอบ	ต้นทุน (ร้อยละ)
หนังเทียม	25
ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก	34
- EVA	11
- PVC	12
- PU	11
พื้นรองเท้า	18
ค่าแรงงาน	14
ส่วนประกอบอื่นๆ	9
รวม	100

ที่มา: (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2537)

ตารางที่ 4 สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศของรองเท้ายางและพลาสติก

ประเภทของรองเท้า	สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ (ร้อยละ)
รองเท้ายางและพลาสติก	
- สำหรับขายภายในประเทศ	5-10
- สำหรับการส่งออก	20-30

ที่มา: (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2538)

เริ่มทำพื้นรองเท้าและส่วนบนรองเท้าก่อน โดยการบดยางดิบให้นิ่มและผสมสารเคมีต่างๆ บดยางกับสารเคมีให้เป็นเนื้อเดียวกัน แล้วรีดเป็นแผ่นนำเข้าเครื่องอบ แล้วทำให้เย็น จากนั้นตัดด้วยแม่พิมพ์ ได้เป็นพื้นรองเท้าและส่วนบนรองเท้าก่อน นำพื้นรองเท้าประกอบเข้ากับส่วนบนรองเท้า แล้วจึงบรรจุหีบห่อเพื่อรอจำหน่ายต่อไป

3. ต้นทุนในการผลิต เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 3 ต้นทุนในการผลิตรองเท้ายางและพลาสติกส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 59 แบ่งเป็นส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติกร้อยละ 34 และหนังเทียมร้อยละ 25 สำหรับต้นทุนการผลิต รองลงมาได้แก่ ส่วนประกอบพื้นรองเท้า คิดเป็นร้อยละ 18 และค่าแรงงานคิดเป็นร้อยละ 14 แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงราคาของวัตถุดิบในส่วนหนังเทียมและผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก จะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตรองเท้ายางและพลาสติกอย่างมาก

4. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้ายางและพลาสติกนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าวัตถุดิบประมาณร้อยละ 80 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมดได้แก่ อีวีเอ (Ethylene Vinyl Acetate: EVA) พีวีซี พียู โพลีเอทิลีน โพลีเอทิลีนประเภทต่างๆ โดยนำเข้าจากไต้หวัน เกาหลี และญี่ปุ่น ปัจจุบันแม้จะมีโรงงานผลิตเม็ดพีวีซี ได้ภายในประเทศแต่นำมาใช้ประมาณร้อยละ 10-20 เท่านั้น สาเหตุที่ต้องนำเข้าเป็นส่วนใหญ่ เพราะภายในประเทศแม้จะมีการผลิตแต่มีให้เลือกน้อยชนิด ไม่สมบูรณ์ตามที่ตลาดต้องการและราคาที่สูงกว่า การสั่งซื้อก็ต้องเป็นจำนวนมากตามกำหนดของผู้ขาย

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 4 พบว่าสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบสำหรับการผลิตเพื่อขายภายในประเทศมีสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 5-10 ส่วนการผลิตเพื่อการส่งออกมีสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 20-30 แสดงให้เห็นว่าการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออก ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการ คุณภาพไม่ดี รวมทั้งราคาสูงกว่าวัตถุดิบจากต่างประเทศ

รองเท้าหนัง

การผลิตรองเท้าหนังในระยะแรกเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ ต่อมาได้มีการพัฒนาจัดตั้งโรงงานขนาดกลางและขนาดใหญ่ และผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น รองเท้าหนังที่ผลิตมีตั้งแต่รองเท้าคุณภาพต่ำราคาถูก ถึงรองเท้าคุณภาพดีราคาแพง รองเท้าที่มีคุณภาพต่ำจะใช้หนังที่มีคุณภาพไม่ดีนัก ใช้พื้นยางหรือพื้นรองเท้าเป็นหนังเทียม ส่วนรองเท้าหนังที่มีคุณภาพสูงจะใช้หนังคุณภาพดีเป็นส่วนบนรองเท้า และใช้พื้นรองเท้าที่ทำด้วยวัสดุอย่างดี รองเท้าประเภทนี้ปัจจุบันมีการผลิตประมาณ 60 ล้านคู่ต่อปี ประมาณว่าร้อยละ 60 เป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ ส่วนที่เหลือร้อยละ 40 เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งสามารถพิจารณาในส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

1. ลักษณะของรองเท้า รองเท้าหนังเป็นรองเท้าที่ตัดเย็บจากหนังฟอก เช่น หนังโค หนังงู เป็นต้น สำหรับบุรุษและสตรีชนิดหุ้มส้นและเปิดส้น ส่วนบนทำด้วยหนัง พื้นทำด้วยหนังหรือ

หนังอัด หรือยางวัสดุ สังกะหรือน้ำย ร่องเท้าที่ผลิตอยู่ในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ แบบมาตรฐาน และแบบแฟชั่น

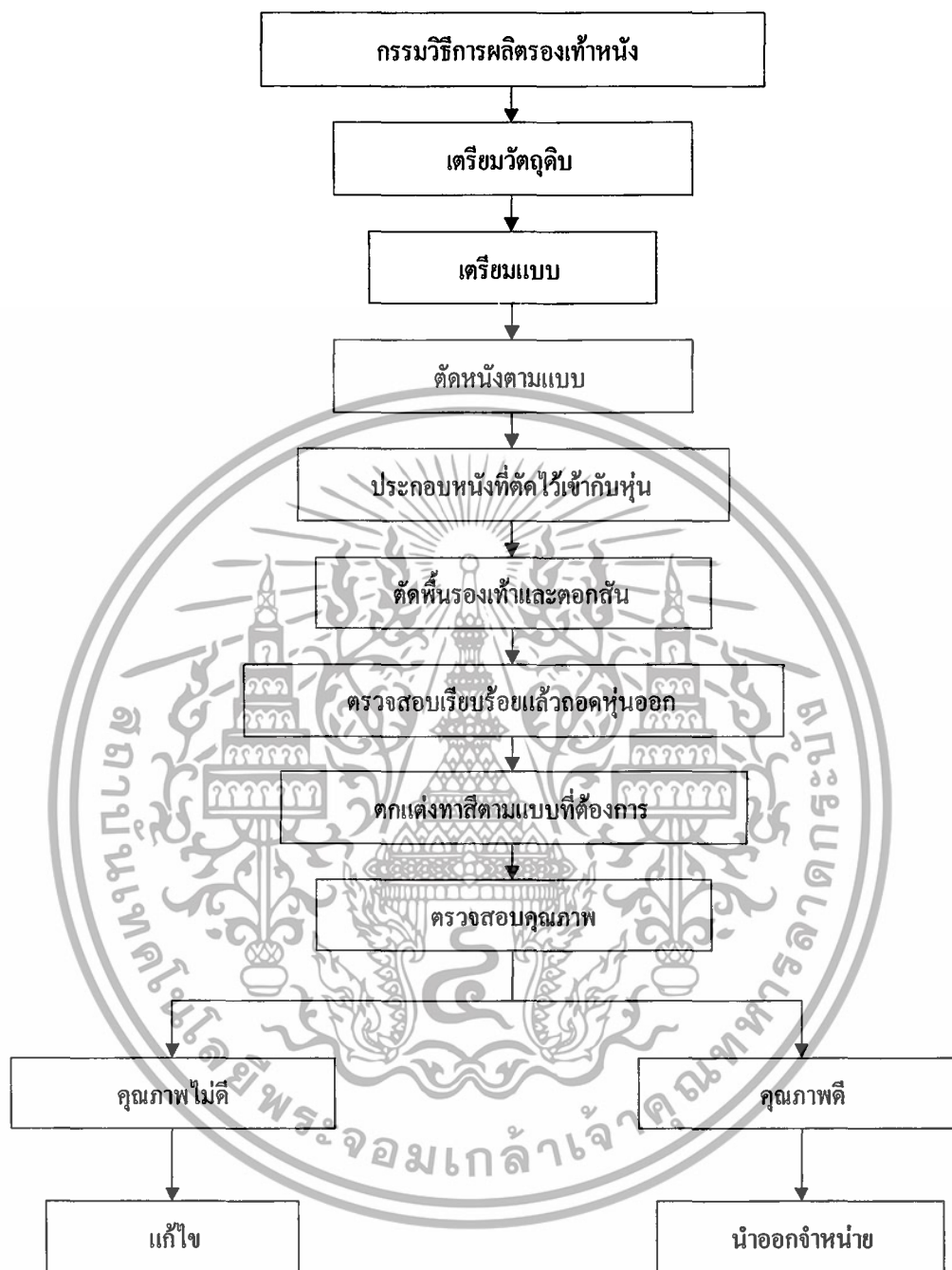
แบบมาตรฐานเป็นแบบที่ใช้ได้นาน ไม่ค่อยล้าสมัยมีการเปลี่ยนรูปแบบน้อย แบบเรียบไม่มีการตกแต่งส่วนบนมากนักจะมีสีดำ สีน้ำตาล หรือน้ำตาลอ่อน ร่องเท้าสำหรับบุรุษสั้นจะไม่สูงเกินไปนัก สำหรับร่องเท้าสตรีก็เช่นกันมีแบบเรียบๆ ส้นไม่สูงจนเกินไปมีการประดับตกแต่งส่วนบนเล็กน้อย หรือไม่ตกแต่งเลย

แบบแฟชั่นหมายถึงร่องเท้าที่มีการดัดแปลงในด้านรูปทรง สีสรร การประดับส่วนบนและริมของร่องเท้าให้ผิดแปลกไปจากแบบมาตรฐาน ตามแต่ความนิยมในขณะนั้น เช่น หัวร่องเท้า อาจเรียบแหลม หรือป้าน ส้นอาจจะเล็กหรือใหญ่ขึ้นกว่าปกติ เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีการตกแต่งส่วนบนด้วยวัสดุชนิดต่างๆ เช่น พลาสติก หนังเทียม โลหะ อะไหล่ ผ้า กระดุม เป็นต้น

ร่องเท้าที่นิยมส่งออกสำหรับสุภาพบุรุษ มักจะเป็นแบบมาตรฐาน เรียบสีดำ หรือ น้ำตาลไม่ผูกเชือก ส่วนที่ติดข้อเท้าสูงเล็กน้อยมีทั้งชนิดหุ้มส้น และเปิดส้น ส่วนบนทำด้วยหนังนิ่มในยุโรป ส่วนพื้นทำด้วยยางนิ่มในตะวันออกกลาง ส่วนร่องเท้าสุภาพสตรี มักนิยมร่องเท้าแฟชั่นเป็นส่วนใหญ่ แบบมาตรฐานมีการส่งออกบ้างเล็กน้อยร่องเท้าหนึ่งได้รวมร่องเท้าที่ใช้ในอุตสาหกรรมที่มีหัวร่องเท้าทำด้วยโลหะ ป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ และวัสดุที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ทำจากหนังจึงรวมไว้ในหมวดร่องเท้าหนังด้วย

2. กรรมวิธีการผลิต กรรมวิธีการผลิตร่องเท้าหนังใช้ระบบเย็น (cold cemented system) บางที่เรียกว่า ระบบแห้ง (dry process) ระบบดังกล่าวเป็นระบบที่ติดส่วนหน้าผ้าของร่องเท้า (ส่วนบนร่องเท้า) เข้ากับพื้นร่องเท้าที่ทาขาวเตรียมไว้ แล้วนำมาอัดเข้าเครื่องจักรอีกครั้งหนึ่ง วิธีการแบบนี้ใช้กำลังคนมากพอสมควร สำหรับกรรมวิธีการผลิต (ภาพที่ 2) คือเริ่มจากการเตรียมวัตถุดิบและแบบที่จะทำ จากนั้นตัดหนังตามแบบ ประกอบหนังที่ตัดไว้เข้ากับหุ่น จากนั้นตัดพื้นร่องเท้าและตอกสัน แล้วตรวจสอบความเรียบร้อยจึงถอดหุ่นออก ตกแต่งสีตามที่ต้องการ สุดท้ายตรวจสอบคุณภาพ ถ้าพบว่าคุณภาพไม่ดีก็แก้ไข แต่ถ้าพบว่าดีแล้วก็นำออกจำหน่ายได้

3. ต้นทุนที่ใช้ในการผลิต เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 5 พบว่า ต้นทุนในการผลิตร่องเท้าหนังส่วนใหญ่เป็นต้นทุนทางด้านวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 67 จะเป็นหนังฟอก โดยแบ่งเป็นหนังทรงหรือหนังชั้นนอก (upper leather) และหนังท้องหรือหนังชั้นใน (side leather) ร้อยละ 56 และร้อยละ 11 ตามลำดับ สำหรับต้นทุนการผลิตร่องลงมา ได้แก่ ส่วนประกอบพื้นร่องเท้าคิดเป็นร้อยละ 18 และค่าแรงงานคิดเป็นร้อยละ 13 ดังนี้ แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงราคาของวัตถุดิบในส่วนของหนังฟอกจะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตร่องเท้าหนังอย่างมาก



ภาพที่ 2 กรรมวิธีการผลิตรองเท้านั่ง

ที่มา: (บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2537)

ตารางที่ 5 ต้นทุนในการผลิตรองเท้าหนังของไทย

ส่วนประกอบ	ต้นทุน (ร้อยละ)
หนังฟอก	67
- หนังทรง	56
- หนังห้อง	11
พื้นรองเท้า	18
ค่าแรงงาน	13
ส่วนประกอบอื่นๆ	2
รวม	100

ที่มา: (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2537)

ตารางที่ 6 สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศของรองเท้าหนัง

ประเภทของรองเท้า	สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ (ร้อยละ)
รองเท้าหนัง	
- สำหรับขายภายในประเทศ	10-20
- สำหรับการส่งออก	50-60

ที่มา: (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2538)

4. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้าหนังนั้นมีการใช้วัตถุดิบในประเทศประมาณร้อยละ 75 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด ได้แก่ หนังแท้ กาว ค้าย ไนลอน และส่วนประกอบของพื้นรองเท้า สัน พื้นรองใน เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบนี้สามารถจัดหาได้ในประเทศ แต่บางกรณีต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 25 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด เช่น กาว หนังฟอก อะไหล่ ทั้งนี้เพราะคุณภาพดีกว่าภายในประเทศและจำเป็นต้องนำเข้าเนื่องจากความต้องการของลูกค้าตลาดต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 6 พบว่า สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบสำหรับการผลิตเพื่อขายภายในประเทศมีสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 10-20 ส่วนการผลิตเพื่อการส่งออก มีสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 50-60 แสดงให้เห็นว่าการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นการนำเข้ามาเพื่อการส่งออก ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบภายในประเทศมีคุณภาพไม่ดี รวมทั้งเป็นความต้องการของลูกค้าจากต่างประเทศ

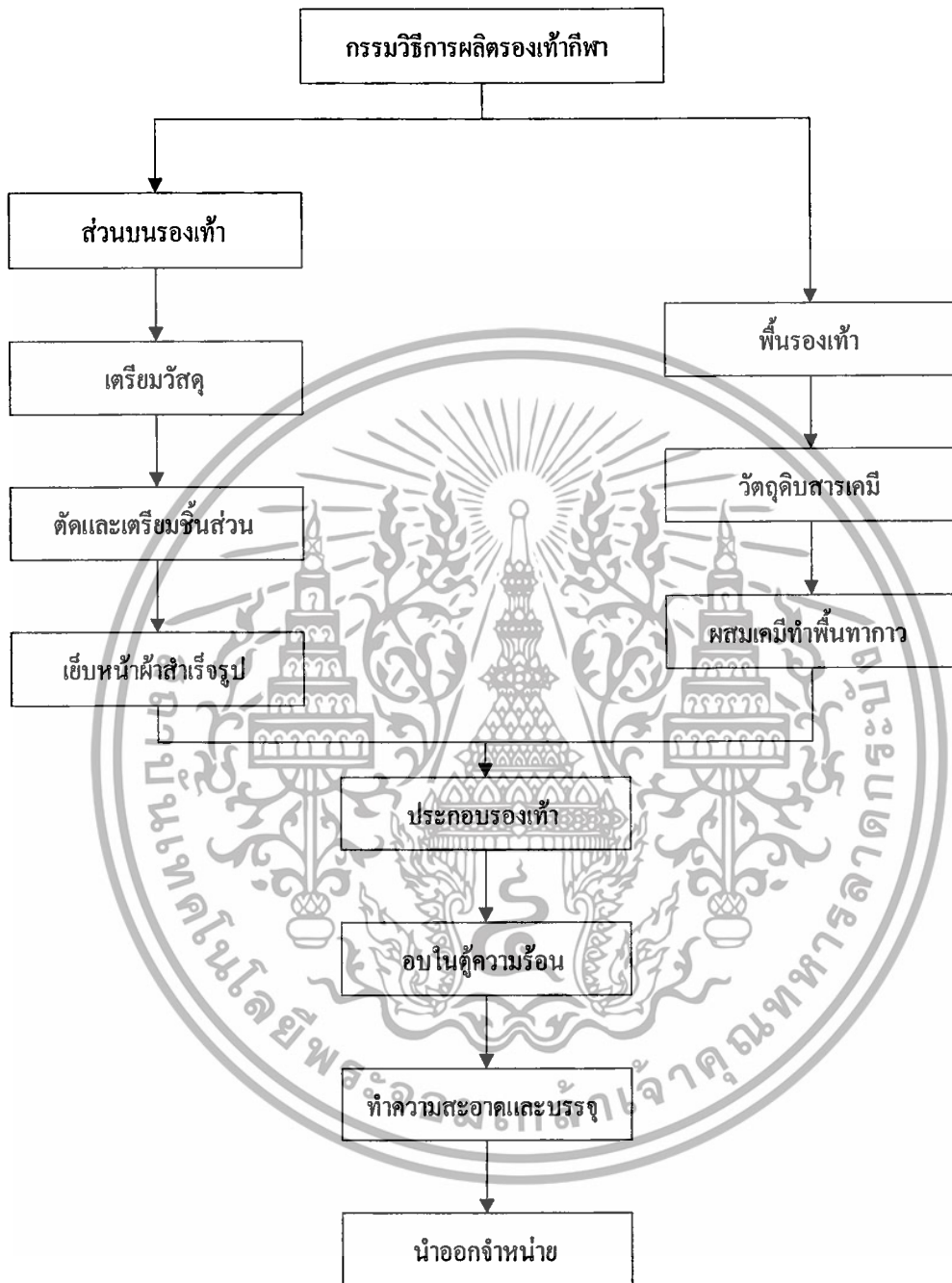
รองเท้ากีฬา

รองเท้ากีฬาที่ผลิตอยู่ในปัจจุบันมีหลายชนิด เช่น รองเท้าเทนนิส รองเท้าฟุตบอล เป็นต้น รองเท้ากีฬานี้มีการผลิตประมาณ 120 ล้านคู่ต่อปี ประมาณร้อยละ 20 จะเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 80 จะเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก สามารถพิจารณาในส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

1. ลักษณะของรองเท้า รองเท้ากีฬาเป็นรองเท้าที่ออกมาเพื่อการค้าโดยเฉพาะ ให้มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น การเกาะพื้น น้ำหนักเบา รับแรงกระแทกได้ดี เป็นต้น รองเท้ากีฬาส่วนใหญ่ที่ผลิตภายในประเทศมักได้รับความช่วยเหลือในด้านการออกแบบและทดสอบจากต่างประเทศ โดยเฉพาะผู้ว่าจ้างในต่างประเทศในรายชื่อของผู้ผลิตภายใต้ใบอนุญาตจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ หรือ ภายใต้ชื่อของผู้ว่าจ้าง ซึ่งมักจะเป็นผู้ออกแบบจะกำหนดวัตถุดิบที่จะใช้มาให้

2. กรรมวิธีการผลิต กรรมวิธีการผลิตรองเท้ากีฬาใช้ระบบร้อน (hot vulcanizing system) บางที่เรียกว่าระบบเปียก (wet process) ระบบดังกล่าวนำหน้าผ้ามาติดกับพื้น โดยที่พื้นและกาวยังไม่สุก หรือเช็ดตัวต้องนำรองเท้าไปเข้าตู้อบความร้อนที่ประมาณ 120-150 องศาเซลเซียส ใช้เวลาประมาณ 45 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จึงจะได้รองเท้าที่สำเร็จรูป วิธีการผลิตแบบนี้ใช้กำลังคนมากพอสมควรสำหรับขั้นตอนการผลิตรองเท้ากีฬา (ภาพที่ 3) คือ เริ่มจากทำพื้นรองเท้าและส่วนบนรองเท้า โดยส่วนบนรองเท้านั้นเริ่มจากเตรียมวัสดุก่อน แล้วจึงตัดและเตรียมชิ้นส่วนจากนั้นเย็บหน้าผ้าสำเร็จรูป ส่วนพื้นรองเท้านั้นก็ผสมสารเคมีเพื่อทำพื้น แล้วจึงนำส่วนบนรองเท้าและพื้นรองเท้ามาประกอประกอขึ้น ต่อไปนำอบในตู้ความร้อน จากนั้นทำความสะอาดและนำมาบรรจุเพื่อนำออกจำหน่ายต่อไป

3. ต้นทุนที่ใช้ในการผลิต เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 7 พบว่า ต้นทุนในการผลิตรองเท้ากีฬาและส่วนใหญ่ เป็นต้นทุนทางด้านวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 60 โดยแบ่งเป็นหนัง ยางและเคมีภัณฑ์ และอื่นๆ ร้อยละ 22 ร้อยละ 18 และร้อยละ 20 ตามลำดับ สำหรับต้นทุนรองลงมาได้แก่ ค่าแรงงานคิดเป็นร้อยละ 18 และค่าใช้จ่ายอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 22



ภาพที่ 3 กรรมวิธีการผลิตรองเท้าน้ำ

ที่มา: (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2537)

ตารางที่ 7 ต้นทุนการผลิตรองเท้ายกกีฬา

ส่วนประกอบ	ต้นทุน (ร้อยละ)
วัตถุดิบ	60
- หนัง	22
- ยางและเคมีภัณฑ์	18
- อื่นๆ	20
ค่าแรงงาน	18
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	22
รวม	100

ที่มา: (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2538)

ตารางที่ 8 สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศของรองเท้ายกกีฬา

ประเภทของรองเท้า	สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ (ร้อยละ)
รองเท้ายกกีฬา	
- สำหรับขายภายในประเทศ	10-25
- สำหรับการส่งออก	45-50

ที่มา: (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2538)

4. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้ายกกีฬา จะมีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศบางส่วน ได้แก่ ผ้าใบ ยางพารา ฟิล์มหนังแท่ง หนังเทียม ประมาณร้อยละ 35 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ พื้นรองเท้า เคมีภัณฑ์ ผ้าใบ ตาไก่ ยางสังเคราะห์ นำเข้าประมาณร้อยละ 65 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด โดยนำเข้าจาก ญี่ปุ่น ได้ทุกวัน ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบภายในประเทศมีปริมาณไม่เพียงพอคุณภาพต่ำ และมีราคาสูงกว่า วัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 8 พบว่าสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบสำหรับการผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศ มีสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 10-25 ส่วนการผลิตเพื่อการส่งออกมีสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 45-50 แสดงให้เห็นว่าการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นการนำเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออก ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบภายในประเทศมีคุณภาพไม่ดี และราคาสูงกว่าต่างประเทศ

รองเท้าแตะ

ปัจจุบันการผลิตรองเท้าแตะมีอยู่ประมาณ 90 ล้านคู่ต่อปี โดยเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ร้อยละ 50 ส่วนที่เหลือจะจำหน่ายภายในประเทศ สามารถพิจารณาในส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

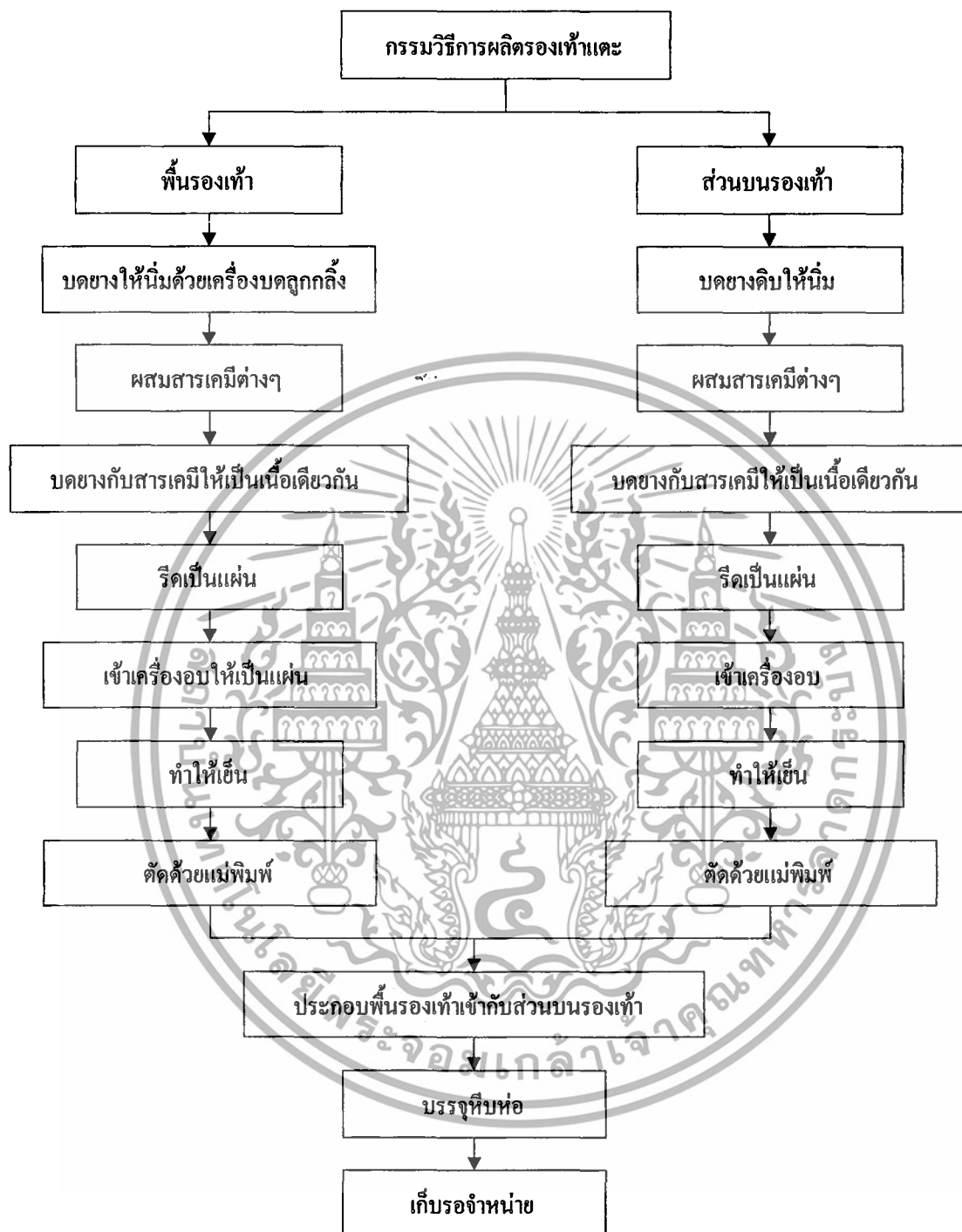
1. ลักษณะของรองเท้า รองเท้าแตะสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ รองเท้าประเภทฟองน้ำ รองเท้าประเภทใส่ชายหาด รองเท้าประเภทแฟชั่น

รองเท้าประเภทฟองน้ำ ทำจากยางธรรมชาติหรือพีวีซี พื้นรองเท้ามักจะใช้อีวีเอหรือพีวีซีผสมยางหรือยางล้วน ส่วนใหญ่ผลิตโดยโรงงานเล็กๆ ในปริมาณไม่มาก และสนองความต้องการภายในประเทศ แต่การผลิตเพื่อการส่งออกจะทำการผลิตในโรงงานที่ผลิตรองเท้าหลายประเภท

รองเท้าประเภทใส่ชายหาด ลักษณะคล้ายกับฟองน้ำ แต่วัสดุที่ใช้มีคุณภาพดีกว่า มีรูปทรงหลายแบบตามความต้องการของตลาด ส่วนบนทำด้วยวัสดุจำพวกผ้า หนังเทียม พื้นทำจากยางธรรมชาติ หรืออีวีเอผสมยาง จะทำการผลิตในโรงงานขนาดใหญ่ซึ่งจะผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก

รองเท้าประเภทแฟชั่น เป็นรองเท้าแตะที่มีการตกแต่งส่วนบนรองเท้ามากกว่าชนิดอื่น โดยใช้วัสดุแปลกตา สวยงาม เช่น หนัง หนังเทียม สีต่างๆ เชือกปอ เป็นต้น พื้นทำด้วยอีวีเอหรืออีวีเอผสมยาง มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา การผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศจะทำได้โดยผู้ผลิตรายเล็กๆ จำนวนมากกระบวนการผลิตค่อนข้างง่าย ถ้าเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก จะทำได้โดยโรงงานขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ได้มาตรฐาน และมีความสามารถในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบรองเท้า ให้ตรงกับความต้องการของตลาดได้ตลอดเวลา

2. กรรมวิธีการผลิต กรรมวิธีการผลิตรองเท้าแตะใช้ระบบฉีด (injection system) ซึ่งเป็นวิธีการทำรองเท้าโดยเอาหน้าผ้ารองเท้านำมาเข้าหุ่นฉีด พิมพ์ติดกับหน้าผ้าเลย ซึ่งพื้นอาจเป็นวัสดุพวกพีวีซียางเทียมหรือพีชุกก็ได้ วิธีการผลิตแบบนี้ใช้กำลังคนในการผลิตน้อย สำหรับขั้นตอนในการผลิตรองเท้าแตะมีกรรมวิธีการผลิต (ภาพที่ 4) จะเห็นได้ว่ามีกรรมวิธีการผลิตคล้ายกับรองเท้ายางและพลาสติกที่ได้กล่าวไปแล้ว คือ เริ่มจากทำพื้นรองเท้าและส่วนบนรองเท้า โดยการบดยางให้นิ่มด้วยเครื่องบดลูกกลิ้งและผสมสารเคมีต่างๆ บดยางกับสารเคมีให้เป็นเนื้อเดียวกัน แล้วจึงรีดให้



ภาพที่ 4 กรรมวิธีการผลิตรองเท้าตะ

ที่มา: (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2537)

ตารางที่ 9 ต้นทุนการผลิตรองเท้าแตะ

ส่วนประกอบ	ต้นทุน (ร้อยละ)
หนังเทียม	20
ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก	35
พื้นรองเท้า	22
ค่าแรงงาน	14
อื่นๆ	9
รวม	100

ที่มา: (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2537)

ตารางที่ 10 สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศของรองเท้าแตะ

ประเภทของรองเท้า	สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ (ร้อยละ)
รองเท้าแตะ	
- สำหรับขายภายในประเทศ	10-20
- สำหรับการส่งออก	60-70

ที่มา: (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2538)

เป็นแผ่น นำเข้าเครื่องอบ จากนั้นทำให้เย็น แล้วตัดด้วยแม่พิมพ์ได้เป็นพื้นรองเท้าและส่วนบนรองเท้า จากนั้นนำมาประกอบกัน สุดท้ายบรรจุหีบห่อเพื่อรอจำหน่ายต่อไป

3. ต้นทุนในการผลิต เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 9 พบว่า ต้นทุนการผลิตรองเท้าแตะส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 55 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติกร้อยละ 35 และหนังเทียมร้อยละ 20 ส่วนต้นทุนการผลิตที่รองลงมา ได้แก่ พื้นรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 22 และ ค่าแรงงานคิดเป็นร้อยละ 14 แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก และหนังเทียม จะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตรองเท้าแตะ

4. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้าและนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าวัตถุดิบประมาณร้อยละ 70 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด ได้แก่ อีวีเอ พีวีซี พียู ไนลอน หนังเทียมประเภทต่างๆ โดยนำเข้าจากไต้หวัน เกาหลี และญี่ปุ่น ปัจจุบันแม้จะมีโรงงานผลิตเม็ดพีวีซีได้ภายในประเทศ แต่นำมาใช้ประมาณร้อยละ 20-30 เท่านั้น สาเหตุที่ต้องนำเข้าเป็นส่วนใหญ่เพราะภายในประเทศแม้จะมีการผลิต เช่น หนังเทียม ไนลอน ผ้า พียู แต่มีให้เลือกน้อยชนิดไม่สมบูรณ์ตามที่ต้องการ และราคาสูงกว่า การสั่งซื้อก็ต้องเป็นจำนวนมากตามกำหนดของผู้ขาย

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 10 พบว่า สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบสำหรับผลิตเพื่อขายภายในประเทศ มีสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 10-20 ส่วนการผลิตเพื่อการส่งออกมีสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 60-70 แสดงให้เห็นว่าการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นการนำเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออก ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนวัตถุดิบภายในประเทศมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการคุณภาพไม่ดี รวมทั้งราคาสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ

สถานการณ์การผลิตและกำลังการผลิต

สำหรับสถานการณ์การผลิตรองเท้าในประเทศนั้นมีการดำเนินการผลิตใน 3 ลักษณะ คือ

1. ผู้ผลิตในประเทศซื้อลิขสิทธิ์จากบริษัทแม่ในต่างประเทศ โดยใช้เครื่องหมายการค้าของต่างประเทศ ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อการส่งออกแต่ก็มีบางส่วนที่จำหน่ายในประเทศ ผู้ผลิตรองเท้าในลักษณะนี้จะผลิตรองเท้าคุณภาพสูง โดยอาศัยเทคโนโลยีการผลิตที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ (ตารางที่ 11)

2. การรับจ้างผลิตจากบริษัทผู้ผลิตรองเท้าที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ โดยรับจ้างทำการผลิตให้แก่ผู้ผลิตชาวต่างประเทศ และใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ว่าจ้างรองเท้าโดยผู้ว่าจ้างเป็นผู้ออกแบบ ขนาดและกำหนดวัตถุดิบในการผลิตรองเท้า รองเท้าที่ผลิตส่วนใหญ่เป็นรองเท้ากีฬา โดยผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศผู้ว่าจ้างทั้งหมด ผู้ผลิตไม่มีสิทธิเป็นผู้จำหน่าย

3. การผลิตโดยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่จะจำหน่ายในประเทศ ในกรณีนี้ส่วนใหญ่จะเป็นรองเท้าหนัง และรองเท้าแตะ (ตารางที่ 12)

สำหรับกำลังการผลิตรองเท้าในประเทศทั้งหมด ปัจจุบันมีประมาณ 480 ล้านคู่หรือประมาณร้อยละ 4 ของปริมาณการผลิตรองเท้าของโลก แบ่งออกเป็นกำลังการผลิตของผู้ผลิตขนาดเล็ก 210 ล้านคู่ (ร้อยละ 43.7) ขนาดกลาง 170 ล้านคู่ (ร้อยละ 35.4) ขนาดใหญ่ 100 ล้านคู่ (ร้อยละ 20.8)



ตารางที่ 11 รายชื่อผู้ผลิตและผู้ส่งออกรองเท้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของต่างประเทศ

ชื่อบริษัท	ประเภทรองเท้า	กำลังการผลิต (ล้านคู่/ปี)	ยี่ห้อ
1. บริษัท เอเชียฟุตแวร์ จำกัด	รองเท้ากีฬา	1	NIKE
2. บริษัท บางกอกรับเบอร์ จำกัด	รองเท้ากีฬา รองเท้าผ้าใบ	5	NIKE, LECOQ SPORTIF, REEBOK
3. บริษัท เซ็นทรัลสปอร์ต จำกัด	รองเท้ากีฬา	0.5	ADIDAS
4. บริษัท เพนเอเชียฟุตแวร์ จำกัด	รองเท้ากีฬา รองเท้าผ้าใบ	3	NIKE
5. บริษัท ปิยะวัฒน์อุตสาหกรรมยาง จำกัด	รองเท้ากีฬา	6.4	NIKE
6. บริษัท ชัมมิทสปอร์ตแวร์ จำกัด	รองเท้ากีฬา รองเท้าหนังสตรี	-	NIKE BASS
7. บริษัท ไทยซานโฮอินดัสทรี จำกัด	รองเท้ากีฬา	1.2	NIKE
8. บริษัท ยูเนียนฟุตแวร์ จำกัด	รองเท้ากีฬา	2.7	NIKE
9. บริษัท กุลโกมุท จำกัด	รองเท้าหนังบุรุษ	-	TAURUS, SPEEDY FOX
10. บริษัท มิตรนิคม (แมนวูด) จำกัด	รองเท้าหนังบุรุษ สตรี	-	ACCO
11. บริษัท ฟาร์อีสซูส์ จำกัด	รองเท้ากีฬา	0.6	NIKE
12. บริษัท รังสิตฟุตแวร์ จำกัด	รองเท้ากีฬา	1.2	NIKE

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2536)

ตารางที่ 12 รายชื่อผู้ผลิตและผู้ส่งออกรองเท้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของประเทศไทย

ชื่อบริษัท	ประเภทสินค้า	กำลังการผลิต (ล้านคู่/ปี)	ยี่ห้อ
1. บริษัท รองเท้าบาจา (ประเทศไทย) จำกัด	รองเท้าทุกชนิด	6.6	BATA
2. บริษัท บดินทร์อินเตอร์เนชันแนล จำกัด	รองเท้าแตะ	0.3	KARATE
3. บริษัท รองเท้า เอ. เอ. จำกัด	รองเท้าผ้าใบ รองเท้าหนังสตรี	-	A.A BUDDY
4. บริษัท ลีอกชเลี่ยอุตสาหกรรมรองเท้า จำกัด	รองเท้าเด็ก รองเท้ากีฬา	1	ACTIVE
5. บริษัท บางกอกรับเบอร์ จำกัด	รองเท้ากีฬา รองเท้าผ้าใบ	-	PAN
6. บริษัท เมืองทองมหาชัย จำกัด	รองเท้าผ้าใบ รองเท้าหนัง	2	GOLD CITY
7. บริษัท แพนเอเชียฟุตแวร์ จำกัด	รองเท้ากีฬา รองเท้าผ้าใบ	-	PAN
8. บริษัท ไทย.เอส.แอล จำกัด	รองเท้ากีฬา	1.5	STAR
9. บริษัท ดี.เอ็น.ที จำกัด	รองเท้าบุรุษ รองเท้าสตรี	-	LIGHT N.T.SHOES
10. บริษัท ยูนิคเทรคดิง จำกัด	รองเท้าหนัง รองเท้าหนังเทียม	-	DARTE
11. บริษัท กุลโกมุท จำกัด	รองเท้าหนังบุรุษ	-	MODA

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2536)

ปัญหาและอุปสรรคของการผลิตรองเท้าของไทย

แม้ในปัจจุบันรองเท้าจะเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทำรายได้ดีให้กับประเทศ แต่การผลิตก็ยังมีปัญหาหลายประการที่เป็นอุปสรรค จากการสอบถามบริษัทผู้ผลิตและผู้ส่งออก เช่น บริษัท มิตรนิคม (แมนวูด) จำกัด ตลอดจนผู้ประกอบการผลิตรองเท้า พบว่าการผลิตรองเท้าในอุตสาหกรรมรองเท้าของไทย ก็มีปัญหาดังกล่าวที่เป็นอุปสรรค ซึ่งได้แก่

ปัญหาทางด้านวัตถุดิบ

เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมรองเท้าในปัจจุบัน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อผู้ผลิตอย่างมาก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากวัตถุดิบในการผลิตรองเท้ามีหลายชนิด และบางอย่างนั้นผู้ผลิตยังต้องซื้อจากต่างประเทศ ซึ่งอาจเป็นเพราะยังไม่มีการผลิตในประเทศ เช่น เคมีภัณฑ์บางชนิดหรือมีการผลิตอยู่บ้างแล้วแต่ไม่เพียงพอ หรือมีคุณภาพไม่ดีนัก เช่น หนังแท้ หนังเทียม พียู พีวีซี กาว ด้าย ยางสังเคราะห์ เป็นต้น ในการนำวัตถุดิบเข้าจากต่างประเทศนั้น ผู้ผลิตมักจะประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ดังนี้

ด้านราคาวัตถุดิบ เนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่สั่งเข้ามานั้น ผู้ผลิตมักสั่งจากใต้หวันหรือบางครั้งก็จากเกาหลีใต้ เนื่องจากผู้ผลิตจากไทยบางครั้งก็สั่งในปริมาณไม่มากนักทำให้ราคาจำหน่ายของวัตถุดิบสูง นอกจากนั้นต้องเสียเวลาและค่าขนส่งจากประเทศผู้ผลิตมายังประเทศไทย และในปัจจุบันยังมีปัญหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบ และอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราขึ้นมามาก ซึ่งเป็นผลทำให้ราคาวัตถุดิบจากต่างประเทศสูงขึ้นมาก

ด้านความไม่แน่นอนของการส่งวัตถุดิบ นอกจากปัญหาเรื่องราคาแล้วในบางครั้งผู้ผลิตรองเท้าจะพบว่า วัตถุดิบที่ต้องการนั้นขาดตลาดซึ่งทำให้ไม่สามารถจัดส่งให้ผู้ผลิตของไทยได้ในเวลาที่ต้องการ โดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีความต้องการไม่สม่ำเสมอ เช่น หนังสัตว์ที่กำลังเป็นที่นิยมหรือเป็นสีที่ออกมาใหม่สำหรับฤดูกาลที่กำลังจะมาถึง เป็นต้น

ปัญหาการนำวัตถุดิบออกจากท่าเรือ เนื่องจากปัจจุบันมีความแออัดมาก ทำให้แม้วัตถุดิบจะมาถึงท่าเรือแล้ว ก็ยังอาจจะประสบกับความล่าช้าในการนำออกมาใช้ได้

วัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศมีปัญหา เช่น คุณภาพต่ำกว่าที่ต้องการ สีสืดจางที่สั่งขนาดผิด เป็นต้น การเปลี่ยนจะทำได้ยากและเสียเวลามาก

2. ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบภายในประเทศ จากปัญหาความไม่แน่นอนของราคา และการจัดส่งรวมถึงความยากลำบากในการนำวัตถุดิบออกจากท่าเรือ ทำให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่มองหาแหล่ง

วัตถุดิบภายในประเทศแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ แต่ปัญหาที่ผู้ผลิตต้องประสบจากการนำวัตถุดิบภายในประเทศมาใช้คือ คุณภาพของวัตถุดิบราคาสูงกว่าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ไม่มีวัตถุดิบที่ผู้ผลิตต้องการหรือมีไม่เพียงพอ ปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบในการผลิตรองเท้าเช่น

หนังแท้ (leather) หนังเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตรองเท้าหนัง หนังที่ทำการซื้อขายกันในปัจจุบันมีอยู่หลายลักษณะกล่าวคือ หนังสดหนังเต็ม (เช่นน้ำเกลือ) หนังคิบตากแห้ง และหนังฟอก เป็นต้น การซื้อขายหนังประเภทต่างๆ จะเป็นไปตามมาตรฐาน โดยแบ่งเป็นเกรดเอ เกรดบี เกรดซี เกรดดี โดยที่หนังเกรดเอจะมีราคาสูงที่สุด และเกรดดีมีราคาต่ำที่สุด ปัจจัยที่นำมาพิจารณาเกรดของหนังก็มี เช่น รอยแผล ความสดของหนัง ขนาดและรายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ เช่น หนังมีมันดินมาก หรือมีปริมาณน้ำในหนังสูง เป็นต้น

ก. ปัญหาคุณภาพของหนังคิบในประเทศ ผู้ผลิตรองเท้ามักจะประสบกับปัญหาคุณภาพไม่ดี เช่นมีรอยแผลมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการเลี้ยงและ/หรือการชำแหละที่ไม่ระมัดระวัง หรือขาดความชำนาญ ในปัจจุบันนี้พบว่า ส่วนใหญ่หนังที่ผลิตออกมาได้จะเป็นหนังเกรดซี ซึ่งไม่สามารถจะนำมาผลิตรองเท้าคุณภาพดีราคาแพงได้ ในขณะที่หนังเกรดเอ (ไม่มีรอยแผล) ซึ่งมีคุณภาพดีมีสัดส่วนการผลิตเพียงร้อยละ 20 ของการผลิตหนังทั้งหมดเท่านั้น

ข. ปัญหาการขาดแคลนหนังสัตว์ ปัญหาที่สำคัญมากอีกส่วนหนึ่งในปัจจุบันก็คือการขาดแคลนหนังสัตว์ภายในประเทศ ถ้าจะมาดูในแง่ของสถิติการผลิตหนังจะพบว่า สถิติจากกรมปศุสัตว์รายงานจำนวนโค-กระบือที่ฆ่าในแต่ละปีเพียง 2 แสนตัวเท่านั้น และได้ทำการคาดคะเนความต้องการปริมาณการผลิตของหนังสัตว์ในประเทศไว้คือ สมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทยซึ่งประมาณไว้ว่าความต้องการหนังภายในประเทศจะตกประมาณปีละ 60,000 ตัน แต่การผลิตในประเทศมีประมาณ 30,000 ตันต่อปี นอกจากนี้หนังไทยยังมีการส่งออกต่างประเทศอีกด้วย

ปัญหาทางด้านแรงงาน

ปัญหาทางด้านแรงงานเป็นอีกปัญหาหนึ่งที่กำลังมีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกพบอยู่เสมอ คือ

1. การขาดแคลนบุคลากร หรือแรงงานที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมในอุตสาหกรรมรองเท้า สาเหตุที่ทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานคือ การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของโรงงานผลิตรองเท้า และความสามารถในการผลิตแรงงานที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการมีอยู่น้อยมาก เนื่องจากขาดแคลนที่เรียนและหลักสูตรที่เหมาะสม

2. มีการเปลี่ยนงานในอัตราสูง ทำให้เกิดปัญหาการพัฒนาแรงงาน และการเพิ่มผลผลิตไม่ต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริเวณที่มีจำนวนโรงงานหนาแน่น

3. มีการปรับอัตราค่าจ้างประจำปีเพิ่มขึ้น ซึ่งปัจจุบันค่าจ้างแรงงานของไทยสูงกว่าประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศจีน ซึ่งเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลกทำให้ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกไม่คึก

นอกจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานประเภทต่างๆ แล้ว ปัญหาอื่นๆที่ผู้ผลิตรองเท้ารายใหญ่ พบอยู่เสมอคือ ความไม่มีระเบียบวินัยและการปรับตัวของแรงงานที่เข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมที่แตกต่างจากการที่ผลิตแบบเกษตรกรรม ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการวางแผนงานการผลิตรองเท้าและเทคโนโลยีการผลิต เนื่องจากประเทศไทยยังไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทัดเทียมกับคู่แข่งที่สำคัญคือ เกาหลีใต้ และ ไต้หวันได้

ปัญหาทางด้านนโยบายของรัฐ

ปัจจุบันโครงสร้างภาษีการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับการผลิตรองเท้าสูงเกินไป โดยเฉพาะวัตถุดิบประเภทหนัง ต้องเสียภาษีร้อยละ 10 สิ่งทอร้อยละ 40-60 และพื้นรองเท้าร้อยละ 60 ของราคานำเข้า ซึ่งแม้ว่าสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออกจะสามารถขอคืนภาษีได้ แต่ด้วยระบบราชการยังมีความล่าช้ามาก มักทำให้ผู้ผลิตมีต้นทุนเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น

ปัญหาความล่าช้าของระบบราชการที่สำคัญมีอยู่ 2 ปัญหา คือ

1. ปัญหาในเรื่องของการใช้สิทธิประโยชน์จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน การที่จะอนุมัติขออนุญาตนำเข้าและภาษีการค้าให้กับเครื่องจักรและวัตถุดิบนั้นจะต้องผ่านขั้นตอนหลายขั้นตอนซึ่งมักจะนำมาซึ่งความล่าช้าในการดำเนินงานตั้งแต่การพิจารณารายละเอียดของเครื่องจักรและสูตรการผลิต จนถึงการออกหนังสือปล่อยของให้กับกรมศุลกากร

2. ปัญหาการขอรับคืนอากรขาเข้าตามมาตรา 19 ทวิ ในการดำเนินการขอรับคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ ผู้ผลิตและผู้ส่งออกพบว่า ยังมีความซุกซลักอยู่ในการดำเนินงานอยู่มาก จะเห็นได้จากระยะเวลาในการอนุมัติสูตรการผลิตรองเท้านั้นเกิดจากการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ ของกรมศุลกากรที่มีน้อยกว่าจำนวนสูตรและความหลากหลาย ทั้งในด้านของวัตถุดิบที่ใช้และรูปแบบของรองเท้าที่ทำการผลิต รวมทั้งสูตรการผลิตบางสูตรที่อื่นเข้ามาใหม่นี้บางครั้งก็ใกล้เคียงกับสูตรการผลิตที่เคยยื่นมาก่อนและได้รับอนุมัติแล้วจึงถูกมองว่า เป็นการเพิ่มงานให้แก่เจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นปัญหาในกรมศุลกากรที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกได้รับ รวมทั้งการจัดส่งเอกสารภายในกรมศุลกากรเองมีความล่าช้าจะเป็นการเพิ่มต้นทุน การผลิตรองเท้าให้สูงขึ้น หรือในบางกรณีอาจทำให้เกิดปัญหาเพิ่มขึ้นในเรื่องของการกู้เงิน หรือการใช้ธนาคารค้ำประกันซึ่งอาจเก็บเงินที่ผู้ผลิตขอไว้กับธนาคารเนื่องจากการดำเนินตามขั้นตอนในกรมศุลกากรใช้เวลานานบางทีนานถึง 30-120 วัน

บทที่ 3

การวิเคราะห์การส่งออกของไทย

โครงสร้างและแนวโน้มการส่งออกของไทย

ประเทศไทยสามารถส่งออกรองเท้าไปยังตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น แต่ก็มีลดลงบ้าง เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 13 พบว่า ในปี พ.ศ. 2536 มีปริมาณการส่งออก 170,889 เมตริกตัน ในปี พ.ศ. 2538 มีปริมาณการส่งออกสูงถึง 290,307 เมตริกตัน แต่มาในปี พ.ศ. 2539 มีปริมาณการส่งออก 196,976 เมตริกตัน ซึ่งลดลงจากปีก่อน และเมื่อพิจารณาจากตารางที่ 14 พบว่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่า 27,942 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 มีมูลค่าการส่งออก 53,778.1 ล้านบาท แต่มูลค่าการส่งออกได้ลดลงในปี พ.ศ. 2539 คือมีมูลค่าการส่งออก 33,544.1 ล้านบาท แยกพิจารณาในแต่ละประเภทของรองเท้าได้ดังนี้

1. รองเท้ากีฬา เป็นรองเท้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดของไทยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออก 16,468.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 58.9 ของมูลค่าการส่งออกรองเท้าทั้งหมด เพิ่มขึ้นเป็น 20,383.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.9 ของมูลค่าการส่งออกรองเท้าทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2538 แต่มูลค่าการส่งออกได้ลดลง ในปี พ.ศ. 2539 เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า การส่งออกของไทยส่วนใหญ่มาจากการส่งออกรองเท้ากีฬา (ตารางที่ 14)

2. รองเท้ายางและพลาสติก เป็นรองเท้าที่มีมูลค่าการส่งออกรองลงมาจากรองเท้ากีฬามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยตลอด ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2536-2538 ยกเว้นในปี พ.ศ. 2539 ที่มีมูลค่าการส่งออกลดลง ในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออก 3,151.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.3 ของมูลค่าการส่งออกรองเท้าทั้งหมด เพิ่มขึ้นเป็น 22,769 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42.3 ของมูลค่าการส่งออกรองเท้าทั้งหมดในปี พ.ศ. 2538 และมาในปี พ.ศ. 2539 มูลค่าการส่งออกได้ลดลง แต่การส่งออกรองเท้ายางและพลาสติกก็ยังมีมูลค่าที่สูง (ตารางที่ 14)

3. รองเท้าแตะ เป็นรองเท้าอีกประเภทหนึ่งที่มีมูลค่าการส่งออกรองลงมาจากรองเท้ากีฬา รองเท้ายางและพลาสติก โดยในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออก 2,125.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 4,500.9 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2539 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 111.8 (ตารางที่ 14)

4. รองเท้าหนัง มีมูลค่าการส่งออกลดลงตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2536-2538 แต่มูลค่าการส่งออกก็เพิ่มขึ้น ในปี พ.ศ. 2539 เป็นรองเท้าประเภทเดียวที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 3,054.1 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 มาเป็น 3,885 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2539 เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.2 จึงนับได้ว่าเป็นรองเท้าที่มีคู่ทางการส่งออกที่ดีในอนาคต (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 13 ปริมาณการส่งออกรองเท้าแยกตามประเภทของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536-2539
(เมตริกตัน)

ประเภทรองเท้า	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
รองเท้ายางและพลาสติก	27,490	130,934	139,199	50,079
รองเท้าหนัง	16,298	13,341	11,729	12,636
รองเท้ากีฬา	68,979	66,163	66,210	51,010
รองเท้าแตะ	44,443	49,350	63,420	73,891
รองเท้าอื่นๆ	10,912	8,112	6,849	5,872
ส่วนประกอบรองเท้า	2,767	3,009	2,900	3,488
รวม	170,889	270,909	290,307	196,976

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

ตารางที่ 14 มูลค่าการส่งออกรองเท้าแยกตามประเภทของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536-2539
(ล้านบาท)

ประเภทรองเท้า	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
รองเท้ายางและพลาสติก	3,151.6	12,156.4	22,769.0	6,827.7
รองเท้าหนัง	3,410.7	3,321.7	3,054.1	3,885.0
รองเท้ากีฬา	16,468.4	18,234.4	20,383.2	15,598.0
รองเท้าแตะ	2,125.3	2,781.2	4,953.0	4,500.9
รองเท้าอื่นๆ	1,047.2	871.9	887.6	667.1
ส่วนประกอบรองเท้า	1,738.8	1,895.4	1,731.2	2,065.4
รวม	27,942.0	39,261.0	53,778.1	33,544.1

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

มูลค่าและการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของไทยในตลาดต่างประเทศ

ทางด้านมูลค่าและการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของไทยในตลาดต่างประเทศนั้น จะเห็นได้ว่า มูลค่าการส่งออกของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2538 แต่มาในปี พ.ศ. 2539 มูลค่าการส่งออกทำได้ลดลง เมื่อพิจารณาในตลาดต่างประเทศที่สำคัญ จะเห็นได้ว่า สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดที่สำคัญของไทยที่ไทยสามารถส่งออกได้มาก มีมูลค่าการส่งออก 9,238.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.5 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ซึ่งเป็นอันดับที่ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่นๆ (ตารางที่ 15) เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ส่งออก 4 ประเภท จะสรุปได้ดังนี้

รองเท้ายางและพลาสติก

ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2536-2539 พบว่ามูลค่าการส่งออกไม่ได้เพิ่มขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออก 3,151.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 22,769 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 และในปี พ.ศ. 2539 มีมูลค่าการส่งออกลดลงเป็น 6,827.7 ล้านบาท ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการประสบกับปัญหาการผลิต ในเรื่องของผลิตภัณฑ์พลาสติกที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตมีราคาสูง เมื่อมาพิจารณาแล้วพบว่า การส่งออกรองเท้ายางและพลาสติกของไทยยังมีู่ทางที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากความได้เปรียบทางด้านค่าจ้างแรงงาน ตลอดจนผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าได้มาตรฐานเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 16)

ประเทศนำเข้าที่สำคัญของไทย ได้แก่ รัสเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โปแลนด์ กานา สิงคโปร์ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประเทศในตลาดเอเชีย และตลาดยุโรป ประเทศนำเข้าที่ไทยสามารถส่งออกรองเท้ายางและพลาสติกได้มากคือ รัสเซีย ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 1,078.6 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2539 รองลงมาได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีมูลค่าการส่งออก 869.2 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2539 (ตารางที่ 16)

รองเท้าหนัง

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 เป็นต้นมา พบว่าแนวโน้มการส่งออกรองเท้าหนังเพิ่มขึ้น ในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออก 3,410.7 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2539 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 3,885 ล้านบาท ทั้งนี้เนื่องจากคุณภาพรองเท้าหนังของไทยยังเป็นที่ยอมรับและมีราคาต่ำกว่าประเทศผู้ส่งออกรายอื่นๆ (ตารางที่ 17)

ประเทศนำเข้าที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เดนมาร์ก สหราชอาณาจักร เบลเยียม เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประเทศในตลาดอเมริกาและตลาดยุโรป โดยประเทศสหรัฐอเมริกาคือประเทศที่ไทยส่งออกทรงตำแหน่งได้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศนำเข้าอื่นๆ โดยมีมูลค่าการส่งออก 1,508.5 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2539 (ตารางที่ 17) ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการของไทยสามารถพัฒนาการผลิตได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ มีคุณภาพดี และมีราคาต่ำกว่าผู้ส่งออกบางราย

ตารางที่ 15 มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยในตลาดต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2536-2539
(ล้านบาท)

ตลาดต่างประเทศ	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
1. โลก	27,941.9 (100)	39,261.0 (100)	53,778.1 (100)	33,544.1 (100)
2. สหรัฐอเมริกา	9,328.8 (33.4)	9,850.5 (25.1)	10,212.4 (19.0)	9,238.1 (27.5)
3. สหภาพยุโรป	11,315.1 (40.5)	10,070.5 (25.7)	9,653.3 (18.0)	9,116.5 (27.2)
4. ญี่ปุ่น	802.1 (2.9)	948.5 (2.4)	1,075.9 (2.0)	980.2 (2.9)
5. เอเชีย	348.2 (1.2)	5,530.0 (14.1)	3,432.2 (6.4)	959.3 (2.9)
6. อื่นๆ	6,147.7 (22.0)	12,861.5 (32.8)	29,404.2 (54.7)	13,249.9 (39.5)

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

ตารางที่ 16 มูลค่าการส่งออกครองเท้ายางและพลาสติกของประเทศไทยแยกตามประเทศผู้นำเข้า
ที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2536-2539 (ล้านบาท)

ประเทศผู้นำเข้า	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
1. รัสเซีย	521.6	1,958.9	5,286.9	1,078.6
2. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	207.1	643.6	966.2	869.2
3. โปแลนด์	17.7	375.1	4,347.9	396.5
4. กานา	2.7	96.2	244.0	212.2
5. สิงคโปร์	34.9	3,526.7	1,568.2	167.6
6. เยอรมนี	580.3	386.9	303.3	164.6
7. ฝรั่งเศส	152.3	110.9	157.2	134.1
8. อิตาลี	15.6	13.2	33.3	130.0
9. สหรัฐอเมริกา	110.3	148.8	162.2	83.9
10. สเปน	4.2	3.4	93.6	53.0
11. อื่น ๆ	1,504.8	4,892.7	9,606.1	3,538.1
รวม	3,151.6	12,156.4	22,769.0	6,827.7

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

รองเท้ากีฬา

เมื่อพิจารณาจากรองเท้าทุกประเภท รองเท้ากีฬามีมูลค่าการส่งออกสูงสุด แต่รองเท้ากีฬา
ก็มีมูลค่าการส่งออกไม่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออก 16,468.4 ล้านบาท เพิ่ม
เป็น 20,383.2 ล้านบาท มาในปี พ.ศ. 2539 มูลค่าการส่งออกได้ลดลงเป็น 15,598 ล้านบาท
(ตารางที่ 18) ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบของผลิตภัณฑ์อาจยังไม่ได้มาตรฐาน หรือไม่ตรงกับความต้องการ
ของการตลาดเท่าที่ควร ผู้ประกอบการคนไทยจึงควรให้ความสนใจและปรับปรุง รูปแบบและ
มาตรฐานของรองเท้าให้ตรงกับความต้องการของการตลาด เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบใน
เรื่องค่าจ้างแรงงาน ทำให้ราคารองเท้าต่ำกว่าประเทศผู้ส่งออกบางรายในตลาดต่างประเทศ

ตารางที่ 17 มูลค่าการส่งออกครองเก้าอี้ของประเทศไทยแยกตามประเทศนำเข้าที่สำคัญ
ปี พ.ศ. 2536-2539 (ล้านบาท)

ประเทศผู้นำเข้า	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
1. สหรัฐอเมริกา	630.6	672.8	688.1	1,508.5
2. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	382.8	449.5	381.6	584.3
3. เดนมาร์ก	71.2	121.2	390.7	475.8
4. สหราชอาณาจักร	362.6	398.5	308.0	259.2
5. เบลเยียม	48.5	108.9	148.4	106.6
6. แคนาดา	113.9	189.2	112.1	79.8
7. ฝรั่งเศส	127.1	101.5	118.6	71.5
8. เนเธอร์แลนด์	70.8	45.2	56.3	71.3
9. ฮังการี	82.5	66.1	41.6	42.1
10. สิงคโปร์	46.5	47.7	47.4	28.3
11. อื่นๆ	1,474.2	1,121.2	761.4	657.7
รวม	3,410.7	3,321.7	3,054.1	3,885.0

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

ประเทศนำเข้าที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และเป็นประเทศที่ไทยส่งออก
รองเก้าอี้ไปได้สูงที่สุด โดยปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออก 7,782.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 8,942.1
ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 (ตารางที่ 18) แสดงให้เห็นว่าการส่งออกครองเก้าอี้ส่วนใหญ่จะส่งไป
ยังประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เนื่องจากรองเก้าอี้ของไทยมีราคาต่ำและมีคุณภาพได้มาตรฐานไม่แพ้
ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ เช่น ไต้หวัน และเกาหลีใต้ ที่ถูกยกเลิกการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร
ทั่วไป (Generalized System of Preference: GSP) จากสหรัฐอเมริกาด้วย ประเทศนำเข้าอื่นๆ ที่
สำคัญได้แก่ เบลเยียม สหราชอาณาจักร เยอรมนี ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม
ประเทศในตลาดอเมริกาและยุโรป

ตารางที่ 18 มูลค่าการส่งออกครองเท้ากีฬาทองประเทศไทยแยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ
ปี พ.ศ. 2536-2539 (ล้านบาท)

ประเทศผู้นำเข้า	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
1. สหรัฐอเมริกา	7,782.6	8,379.3	8,942.1	7,396.9
2. เบลเยียม	222.7	213.2	373.4	1,284.1
3. สหราชอาณาจักร	1,432.8	1,385.1	1,210.4	851.7
4. เยอรมนี	1,207.9	1,172.0	1,005.0	704.5
5. ญี่ปุ่น	433.8	488.2	539.3	549.6
6. ฝรั่งเศส	977.6	727.7	791.0	438.3
7. แคนาดา	464.5	623.8	503.4	303.0
8. เนเธอร์แลนด์	463.8	573.8	405.6	242.0
9. รัสเซีย	142.8	250.9	219.8	222.9
10. สเปน	294.3	380.5	254.4	153.4
11. อื่นๆ	3,045.6	4,040.0	6,138.7	3,451.6
รวม	16,468.4	18,234.4	20,383.2	15,598.0

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

รองเท้าแตะ

จากการศึกษาแนวโน้มการส่งออกรองเท้าแตะจากตลาดนำเข้าที่สำคัญ พบว่ามูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นไม่ทุกปี ในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออก 2,125.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 4,953 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 และในปี พ.ศ. 2539 มูลค่าการส่งออกได้ลดลงเป็น 4,500.9 ล้านบาท (ตารางที่ 19) แม้ว่าการส่งออกรองเท้าแตะจะมีมูลค่าลดลงแต่ก็ยังนับได้ว่ารองเท้าแตะมีช่องทางที่ดีในอนาคต เนื่องจากความสามารถของผู้ประกอบการที่สามารถผลิตสินค้าได้คุณภาพมาตรฐานตามความต้องการของตลาด และมีปัจจัยแรงงานที่เอื้ออำนวยในการผลิต

ประเทศนำเข้าที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ รัสเซีย อิตาลี กานา เนปาล เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประเทศในตลาดยุโรปและเอเชีย ประเทศนำเข้ารองเท้าแตะที่ไทย

ส่งออกได้มากที่สุด คือ สหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการส่งออก 141.2 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 856.8 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2539 ทั้งนี้เนื่องจากรองเท้าแตะของไทยมีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดและมีราคาต่ำกว่าประเทศผู้ส่งออกรายอื่นๆ

ตารางที่ 19 มูลค่าการส่งออกรองเท้าแตะของประเทศไทยแยกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ
ปี พ.ศ. 2536-2539 (ล้านบาท)

ประเทศผู้นำเข้า	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
1. สหรัฐอเมริกา	141.2	292.8	621.6	856.8
2. รัสเซีย	25.3	76.1	297.8	266.6
3. อิตาลี	127.0	139.6	161.1	170.6
4. กานา	1.6	1.9	27.1	158.0
5. เนปาล	1.3	166.4	393.0	152.5
6. ญี่ปุ่น	109.4	142.8	166.3	127.1
7. บรูไน	2.4	7.7	11.6	107.9
8. พม่า	199.1	253.4	106.3	104.3
9. สเปน	38.9	24.3	71.2	100.9
10. กัมพูชา	46.6	58.1	84.8	80.7
11. อื่นๆ	1,432.6	1,618.2	3,012.1	2,375.4
รวม	2,125.3	2,781.2	4,953.0	4,500.9

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

ขั้นตอนการส่งออก

ขั้นตอนของการส่งออกรองเท้าประกอบด้วย

1. ตรวจสอบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร และขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าจากกองสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ

1.1 สำหรับการขอ Form A ให้ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้ขอหนังสือรับรอง Form A (ต่ออายุทุกปี) สำหรับหลักฐาน/เอกสารนั้น ประกอบด้วย สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล, สำเนาทะเบียนการค้า หรือทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และสำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน หน่วยงานที่สามารถติดต่อได้คือ กองสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ ค่าใช้จ่าย 20 บาท ระยะเวลาดำเนินงาน 3 วัน

1.2 ยื่นแบบคำขอหนังสือรับรองพร้อมด้วย Form A หรือ Form C หรือ Form D หรือ Form GSTP แล้วแต่กรณี สำหรับหลักฐาน/เอกสารนั้นประกอบด้วย สำเนาใบกำกับสินค้า (invoice) สำเนาใบตราส่งสินค้าทางเรือ (bill of lading) หรือใบรับขนส่งสินค้าทางอากาศ (air waybill) หรือเอกสารแสดงการขนส่งสินค้าอื่นๆ และหนังสือรับรองอัตราส่วนต้นทุนการผลิตสินค้าสำหรับทั่วไป หน่วยงานที่สามารถติดต่อได้เช่น ฝ่ายบริการการค้าต่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ สำนักงานสาขา กองตรวจสินค้าขาออก กรมศุลกากร เป็นต้น ค่าใช้จ่าย 30 บาท ระยะเวลาดำเนินงาน 3 วัน

2. ถ้าประเทศผู้นำเข้าต้องการการรับรองเกี่ยวกับเรื่องใดเป็นพิเศษ ผู้ส่งออกต้องขอใบรับรองประเภทนั้นก่อน

3. ผ่านพิธีการทางศุลกากร สำหรับหลักฐาน/เอกสารนั้นประกอบด้วย ใบขนส่งสินค้าขาออก (กศก. 101), บัญชีราคาสินค้า (invoice) เท่าจำนวนใบขนสินค้าขาออกที่ยื่นทั้งหมด, บัญชีรายละเอียดการบรรจุหีบห่อ (packing list), ใบอนุญาตให้ส่งออก หนังสือรับรอง หนังสือกำกับใบเบิกทางของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง, แบบธุรกิจต่างประเทศ (แบบ ร.ต. 1) สำหรับของส่งออกที่มีมูลค่ามากกว่า 500,000 บาท, คำร้องขอทำการตรวจสินค้าและบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์ และใบแนบใบขนสินค้าขาออกขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ (แบบ กศก. 113) หน่วยงานที่ติดต่อได้คือ ฝ่ายพิธีการส่งออก กองตรวจสินค้าขาออก กรมศุลกากร ระยะเวลาดำเนินงาน 1 วัน

4. ยื่นขอคืนอากรตามตรา 19 ทวิ สำหรับหลักฐาน/เอกสารประกอบด้วย ใบขอคืนภาษีอากรพร้อมบัญชีรายละเอียด (แบบ กศก. 111) หน่วยงานที่ติดต่อได้คือ ฝ่ายคืนอากรการผลิตเพื่อการส่งออก กองคืนอากร กรมศุลกากร ระยะเวลาดำเนินงาน 7 วัน

ประเทศคู่แข่ง

ประเทศคู่แข่งในการส่งออกของไทยที่สำคัญ ได้แก่ เกาหลีใต้ ไต้หวัน จีน และอินโดนีเซีย สองประเทศหลังนี้นับได้ว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย ทั้งนี้เนื่องจากค่าจ้างแรงงานในประเทศจีนและอินโดนีเซียต่ำกว่าของไทย

เกาหลีใต้ ตลาดลูกค้าที่สำคัญของเกาหลีใต้ คือ สหรัฐอเมริกาและกลุ่มประชาคมยุโรป เกาหลีใต้ถือได้ว่าเป็นผู้ผลิตและส่งออกทรงเท่ารายใหญ่ โดยเฉพาะรองเท่ากีฬา ต่อมานับแต่ปี พ.ศ. 2532 เป็นต้นมา เกาหลีใต้ประสบกับปัญหานานัปการ เช่น ค่าเงินที่สูงขึ้น ค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น และวัตถุดิบมีราคาแพง เป็นผลให้ราคาผลิตภัณฑ์รองเท่าสูงขึ้นกว่าร้อยละ 25 ซึ่งเกาหลีใต้หาทางออกโดยการปรับตัวอุตสาหกรรม มาเป็นการผลิตรองเท่าที่มีคุณภาพสูงขึ้นเป็นการมุ่งไปที่ตลาดระดับสูง โดยนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตมากขึ้น เพื่อลดสัดส่วนของต้นทุนแรงงานลง นอกจากนี้ได้ทำการย้ายฐานการผลิตมายังประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำ ซึ่งขณะนี้ได้ย้ายฐานการผลิตมายังไทยบ้างแล้ว จึงนับเป็นโอกาสดีของผู้ส่งออกรองเท่าของไทยที่สามารถขยายการส่งออกให้มากขึ้น

ไต้หวัน เป็นผู้ผลิตรองเท่าที่สำคัญ ในแต่ละปีไต้หวันส่งออกรองเท่าไปยังประเทศต่างๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งตลาดลูกค้าที่สำคัญของไต้หวัน คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และตะวันออกกลาง รองเท่าที่ไต้หวันผลิตและส่งออกเป็นรองเท่าที่มีคุณภาพปานกลาง เช่นเดียวกับ เกาหลีใต้ พอมาช่วงหลัง ไต้หวันก็ประสบกับปัญหาค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นเช่นเดียวกับเกาหลีใต้ จึงหันไปผลิตรองเท่าที่มีคุณภาพสูงขึ้น โดยจัดให้มีการฝึกอบรมเทคนิคต่างๆ ใช้วิธีการควบคุมคุณภาพโดยเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการออกแบบและผลิตมากขึ้น

จีนและอินโดนีเซีย ถือเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญมากของไทย เพราะประเทศเหล่านี้มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าของไทยมาก ซึ่งก็เป็นปัจจัยสนับสนุนการผลิตและการส่งออก โดยที่ประเทศเหล่านี้จะเป็นผู้ผลิตรองเท่าคุณภาพต่ำและส่งออกไปในตลาดระดับล่าง

ประเทศคู่แข่งรายอื่นๆ เช่น ประเทศในกลุ่มละตินอเมริกา คือ เม็กซิโก ซึ่งเป็นประเทศที่น่าจับตามองว่าจะเป็คู่แข่งของไทยต่อไป เนื่องจากการดำเนินการเจรจาเพื่อก่อตั้งเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ ระหว่างสหรัฐอเมริกา เม็กซิโก และแคนาดา ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2532 ที่ผ่านมา แม้ในระยะสั้นจะไม่มีผลกระทบต่อไทย แต่ในระยะยาวเม็กซิโกอาจจะกลายเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่เหมาะสมที่สุดสำหรับตลาดสหรัฐอเมริกา เนื่องจากเปิดโอกาสให้บริษัทผู้ผลิตในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา สามารถใช้ค่าแรงงานอัตรา ต่ำในเม็กซิโก นอกจากนี้ความได้เปรียบทางด้านราคาของไทยจะลดลง และเมื่อข้อตกลงดังกล่าวมีผลบังคับใช้โดยสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2541 การนำเข้าสินค้าจากไทยต้องเสียภาษีขาเข้ามากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลกระทบนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นด้วย เช่น สัดส่วนการพึ่งพาสหรัฐอเมริกา คุณภาพสินค้า อัตราส่วนการใช้แรงงานในการผลิตสินค้า และความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภค เป็นต้น ซึ่งเป็นเรื่องของผู้ส่งออกรองเท่าของไทยควรที่จะศึกษา

สรุปได้ว่า ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย คือ เกาหลีใต้ ไต้หวัน จีน และอินโดนีเซีย ซึ่งมีตลาดลูกค้าที่สำคัญเช่นเดียวกันกับของไทย คือ สหรัฐอเมริกา ดังนั้นประเทศไทยจึงจำเป็นต้อง

พัฒนาเทคนิคการผลิตให้ทันสมัยยิ่งขึ้น เพื่อให้โรงทำมีคุณภาพและรูปแบบที่ดียิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน ก็ต้องควบคุมต้นทุนการผลิต ทั้งนี้เพื่อให้โรงทำของไทยสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ไม่ว่าจะเป็นตลาดระดับสูงหรือระดับล่างก็ตาม

ปัญหาการส่งออกโรงทำของไทย

ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกโรงทำของไทย คือ

1. ปัญหาด้านต้นทุนค่าจ้างแรงงาน ที่ยังสูงขึ้นต่อเนื่องโดยตลอด และมีการเปลี่ยนงานในอัตราที่สูง ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตทำให้มีผลต่อการส่งออก เนื่องจากจะต้องแข่งขันกับคู่แข่งซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่า เช่น จีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย หรือประเทศแถบคาริเบียน
2. ปัญหาด้านการรับสิทธิพิเศษของประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศคาริเบียนได้รับยกเว้นภาษีขาเข้าสหรัฐอเมริกา รวมทั้งเม็กซิโกจะได้รับการยกเว้นภาษีจากสหรัฐอเมริกาภายใต้เขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ
3. ปัญหาด้านการตัดราคากันเอง ของผู้ส่งออกภายในประเทศโดยมีการขายตัดราคากันเองระหว่างผู้ผลิตของประเทศไทยด้วยกันเอง ทำให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกได้รับกำไรลดน้อยลงกว่าที่ควรจะเป็น
4. ปัญหาด้านการขนส่ง บางครั้งต้องขนส่งโดยเครื่องบิน เนื่องจากอุปสรรคด้านการขนส่งทางเรือ หรือเพื่อรักษาสูกค้าให้ได้รับของอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ต้นทุนการส่งออกสูงเกินความจำเป็น
5. ปัญหาด้านภาษีอากร การนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมีการเรียกเก็บภาษีในอัตราที่สูง ในขณะที่ประเทศคู่แข่งเช่น อินโดนีเซียไม่ต้องเสีย และ การติดต่อขอคืนภาษี ซึ่งผู้ส่งออกจะต้องมีธนาคารค้ำประกัน ทำให้เกิดความล่าช้าระหว่างการดำเนินการ
6. ปัญหาด้านการกีดกันทางการค้า ในตลาดหลัก โดยเฉพาะสหภาพยุโรป มีแนวโน้มกีดกันการค้า ซึ่งมีความเป็นไปได้สูงที่โรงทำจากไทยจะถูกสอบสวนเรียกเก็บภาษีทุ่มตลาดจากมาตรการโดยกำหนดโควตานำเข้า ภาษีตอบโต้การอุดหนุนส่งออกหรือการทุ่มตลาด
7. ปัญหาด้านการเก็บค่าดำเนินการส่งออกของกรมศุลกากร เนื่องจากกรมศุลกากรเรียกเก็บค่าดำเนินการส่งออกสินค้าในอัตราร้อยละ 2-3 ของราคาสินค้า เป็นอัตราที่สูงเกินไป รวมถึงให้มีการเร่งรัดขั้นตอนการดำเนินการเพื่อการส่งออกสินค้าให้เร็วขึ้น

บทที่ 4

การวิเคราะห์การส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

การส่งออกรองเท้าของไทย

การส่งออกรองเท้าของประเทศไทยนั้น มีแนวโน้มที่ดี โดยมีสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่สำคัญเป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากสหรัฐอเมริกามีต้นทุนการผลิตสูงซึ่งสูงกว่าต้นทุนการนำเข้า จึงทำให้มีการนำเข้าจากต่างประเทศมากขึ้น การส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกานับได้ว่ามีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ตลาดสหรัฐอเมริกามีการขยายตัวของการนำเข้ารองเท้าในอัตราที่สูง และคนอเมริกันก็มีความต้องการซื้อเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการส่งออกรองเท้าของไทยจึงมีช่องทางที่จะเจริญเติบโตได้ดีในตลาดสหรัฐอเมริกา

จากสถิติมูลค่าการส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกรวมจะเห็นได้ว่า มูลค่าการส่งออกรองเท้าของไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากเดิมมีมูลค่า 8,751.8 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2535 มาเป็น 10,212.4 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 แล้วมูลค่าได้ลดลงเป็น 9,238.1 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2539 (ตารางที่ 20) และถ้าพิจารณามูลค่าการส่งออกโดยจำแนกตามประเภทรองเท้าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2539 (ตารางที่ 21) จะเห็นได้ว่าในแต่ละปีรองเท้ากีฬาเป็นรองเท้าที่มีมูลค่าการส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับรองเท้าประเภทอื่นๆ รองลงมาได้แก่ รองเท้าหนัง ซึ่งรองเท้าหนังก็เป็นรองเท้าประเภทเดียวที่มีมูลค่าการส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้มีแนวโน้มการส่งออกที่ดีในอนาคต

สภาพการณ์ตลาดรองเท้าไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

1. สินค้ารองเท้าที่นำเข้ายังตลาดสหรัฐอเมริกาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกสินค้าคุณภาพดี (high quality shoes) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีจะเป็นสินค้าที่ผลิตมาจากประเทศในยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศอิตาลี อังกฤษ ฝรั่งเศส และสเปน สินค้าเหล่านี้จะมีราคาค่อนข้างแพง กลุ่มที่สองสินค้าคุณภาพปานกลางถึงดี (medium/high quality shoes) เป็นรองเท้าที่ผลิตภายในประเทศ ซึ่งเป็นโรงงานผลิตเก่าและดำเนินกิจการมานานจนเป็นที่เชื่อถือ แต่ในระยะหลังๆ สินค้าเหล่านี้ก็ได้มีบางส่วนผลิตจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกัน กลุ่มสุดท้ายคือสินค้าคุณภาพปานกลางถึงต่ำ (medium/low quality shoes) ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่

นำเข้าจากแหล่งผลิต 2 แหล่งที่สำคัญคือ กลุ่มลาตินอเมริกัน ได้แก่ เม็กซิโก บราซิล เปรู และ สาธารณรัฐโดมินิกัน และแหล่งที่ 2 เป็นสินค้าจากเอเชีย ได้แก่ จีน อินโดนีเซีย ไทย เกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และอินเดีย เป็นต้น

2. การแข่งขันในด้านราคา รองเท้าจากประเทศไทยจัดว่ามีคุณภาพในการตัดเย็บอยู่ในระดับดี แต่คุณภาพของหนัง ซึ่งได้แก่ การฟอกย้อม และรูปแบบ ยังอยู่ในระดับปานกลาง ทำให้รองเท้าของไทยจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าคุณภาพปานกลางถึงต่ำ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าจากกลุ่มเดียวกัน สินค้ารองเท้าไทยจะมีราคาสูงกว่าสินค้าที่ผลิตจากจีน เม็กซิโก บราซิล และอินโดนีเซีย ทำให้สถานการณ์การแข่งขันในตลาดค่อนข้างลำบากกว่าในอดีต โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าจากจีน ซึ่งครองตลาดเกือบร้อยละ 59 และได้มีการพัฒนาทั้งในด้านคุณภาพ รูปแบบ ตลอดจนฝีมือการตัดเย็บที่ดีขึ้นอย่างมาก แต่มีราคาต้นทุนที่ต่ำกว่าสินค้าไทยถึงร้อยละ 30-40 จึงทำให้สินค้าจากจีนมาครองตลาดได้อย่างสมบูรณ์

3. ในด้านรูปแบบสินค้า สินค้าจากไทยยังคงยึดอยู่กับความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะเป็นผู้จัดทำแบบเหมือนให้ผลิตตัวอย่าง และสินค้าตามความต้องการของผู้สั่งซื้อ ผู้ผลิตของไทยยังไม่มี การพัฒนารูปแบบสินค้าเอง เมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตในยุโรปและลาตินอเมริกา ซึ่งได้ให้ความสนใจในด้านการพัฒนารูปแบบของรองเท้าหนัง นอกจากนี้โรงงานของไทยยังต้องพึ่งพาอุปกรณ์ และชิ้นส่วนประกอบจากต่างประเทศ ทำให้ราคาต้นทุนการผลิตสูง ดังนั้นจึงควรที่จะพัฒนาการผลิตของไทยให้ครบวงจร

4. การพัฒนากรรมวิธีการฟอกย้อม และการตัดหนัง ประเทศไทยยังไม่สามารถพัฒนาคุณภาพหนังให้อยู่ในระดับที่ดี เริ่มตั้งแต่กรรมวิธีเลี้ยงสัตว์ที่ไม่ให้เกิดตำหนิในหนังสัตว์ การฟอกย้อมที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนการตัดหนังแบบตัดขวาง (cross section) ที่บาง ซึ่งจะทำให้หนังที่นำมาตัดเย็บนุ่มและสามารถนำหนังส่วนอื่นไปผลิตสินค้าอย่างอื่น ทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ เป็นต้น ดังนั้นรัฐบาลน่าจะให้ความสนใจสนับสนุนภาคเอกชนในด้านการพัฒนาคุณภาพของหนังสัตว์อย่างจริงจัง

5. การลดต้นทุนของวัตถุดิบเพื่อการผลิตในการส่งออก ปัจจุบันรัฐบาลก็ให้การสนับสนุนผู้ผลิต โดยการลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก แต่ถ้ามีการเสริมมาตรการการลดค่าใช้จ่ายในการบริหารวัตถุดิบลงอีก เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพิธีการศุลกากรนำเข้า วัตถุดิบเพื่อผลิตสำหรับการส่งออก ภาษี และต้นทุนนอกระบบอื่นๆ ก็จะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันให้แก่ผู้ผลิตของไทยยิ่งขึ้น

ส่วนแบ่งตลาดรองเท้าของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

ในส่วนของส่วนแบ่งตลาดรองเท้าของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกานั้น รองเท้าของประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับที่ 7 รองจากประเทศจีน บราซิล อิตาลี อินโดนีเซีย สเปน เกาหลีใต้ โดยอิตาลีและอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นทุกปี ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดรองเท้าในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยในปี พ.ศ. 2536 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.7 ปี พ.ศ. 2537 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.2 ปี พ.ศ. 2538 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.6 และปี พ.ศ. 2539 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 2.9 อย่างไรก็ตามสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดนำเข้าที่สำคัญของไทย เนื่องจากเป็นตลาดที่ไทยส่งออกรองเท้าได้มากเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่นๆ ทำให้การส่งออกรองเท้าของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกามีคู่แข่งที่ตีในขนาด (ตารางที่ 22)

สภาพการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา

อุตสาหกรรมรองเท้า เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้ขยายตัวขึ้นมากในช่วงเวลาที่ผ่านมา ซึ่งผลตอบแทนที่ได้รับก็จัดว่าอยู่ในระดับสูง ประกอบกับการมีตลาดที่แน่นอนและมั่นคง เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศในประชาคมยุโรป ดังนั้น ประเทศต่างๆ ในโลกจึงได้ตื่นตัวกันมากขึ้น แต่การส่งออกรองเท้าไปตลาดสหรัฐอเมริกานั้น ประเทศไทยก็ต้องประสบปัญหาการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ที่สำคัญ เช่น จีน บราซิล อินโดนีเซีย และสเปน ซึ่งประเทศเหล่านี้มีมูลค่าตลาดในสหรัฐอเมริกอยุ่ในระดับที่สูงกว่าไทย และถือเป็นคู่แข่งส่งออกรองเท้าที่มีคุณภาพและราคา สำหรับตลาดระดับกลางและล่าง ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าไทย สำหรับเยอรมัน ฝรั่งเศส และอิตาลีเป็นคู่แข่งส่งออกรองเท้าสำหรับตลาดระดับบนที่มีคุณภาพสูง และราคาแพงที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับมากในตลาดสหรัฐอเมริกา ส่วนเกาหลีใต้ เป็นประเทศคู่แข่งส่งออกรองเท้ากีฬาที่ใช้เครื่องจักรทันสมัยและเทคโนโลยีสูงในการผลิตรองเท้า ซึ่งมีคุณภาพและราคาสำหรับตลาดระดับบนและกลาง แต่ปัจจุบันการผลิตภายในประเทศลดลง เนื่องจากผู้ผลิตได้ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าแล้วส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา จะเห็นได้ว่า สภาพการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา มีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นเมื่อคู่แข่งในตลาดโลกมีมากขึ้น และมีโอกาสในการแข่งขันมากกว่าไทย ทางภาครัฐบาลและเอกชนของไทย จึงควรมีการร่วมมือกันกำหนดนโยบายที่เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมดังกล่าว เพื่อมิให้ประเทศไทยต้องสูญเสียตลาดที่สำคัญนี้ไป

ตารางที่ 20 มูลค่าการส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2535-2539

ปี พ.ศ.	มูลค่า (ล้านบาท)
2535	8,751.8
2536	9,328.8
2537	9,850.5
2538	10,212.4
2539	9,238.1

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

ตารางที่ 21 มูลค่าการส่งออกรองเท้าแยกตามประเภทของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา
ปี พ.ศ. 2536-2539 (ล้านบาท)

ประเภทรองเท้า	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
รองเท้ายางและพลาสติก	110.3	148.8	162.2	83.9
รองเท้าหนัง	630.6	672.8	688.1	1,508.5
รองเท้ากีฬา	7,782.6	8,379.3	8,942.1	7,396.9
รองเท้าแตะ	148.3	140.2	61.4	34.1
รองเท้าอื่นๆ	22.5	75.0	85.7	34.1
ส่วนประกอบรองเท้า	634.5	34.4	272.9	180.6
รวม	9,850.5	9,850.5	10,212.4	9,238.1

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

ตารางที่ 22 ส่วนแบ่งตลาดรองเท้าของไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2536-2539 (ล้านบาท)

ประเทศ	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
1. จีน	102,078 (43.3)	131,477 (44.8)	114,590 (43.1)	125,875 (45.0)
2. บราซิล	12,511 (5.3)	31,522 (10.7)	27,810 (10.4)	30,069 (10.7)
3. อิตาลี	16,012 (6.8)	22,267 (7.6)	24,942 (9.3)	28,521 (10.2)
4. อินโดนีเซีย	20,812 (8.8)	22,112 (7.5)	22,142 (8.3)	25,194 (9.0)
5. สเปน	4,235 (1.8)	9,162 (3.1)	9,065 (3.4)	9,859 (3.5)
6. เกาหลีใต้	26,236 (11.1)	17,012 (5.8)	12,695 (4.7)	8,372 (3.0)
7. ไทย	8,840 (3.7)	9,362 (3.2)	9,777 (3.6)	8,331 (2.9)
8. เม็กซิโก	5,095 (2.1)	5,152 (1.7)	5,817 (2.1)	7,592 (2.7)
9. สาธารณรัฐโดมินิกัน	5,518 (2.3)	7,125 (2.4)	6,177 (2.3)	6,421 (2.3)
10. สหราชอาณาจักร	1,918 (0.8)	2,187 (0.7)	2,990 (1.1)	3,858 (1.3)

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540)

การกีดกันทางการค้าและอัตราภาษี

หากพิจารณาอัตราภาษีนำเข้าในสหรัฐอเมริกา จะเห็นได้ว่าอัตราภาษีนำเข้าไม่ได้เป็นอุปสรรคในการแข่งขันด้านการตลาดและการส่งออก ประเทศคู่แข่งของไทยส่วนใหญ่จะเสียภาษีในอัตราที่เท่าเทียมกันระหว่างร้อยละ 6.0-37.5 ยกเว้นประเทศเม็กซิโก ทำให้เม็กซิโกเสียภาษีต่ำกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆ ประเทศไทยก็เคยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีในบางรายการ ซึ่งทำให้เสียภาษีร้อยละ 0 แต่ในปี พ.ศ. 2539 ยังอยู่ระหว่างรอกฎหมายสิทธิพิเศษทางภาษีของสหรัฐอเมริกา การกีดกันทางการค้าในรูปของภาษีนำเข้านั้น สหรัฐอเมริกาได้กำหนดอัตราภาษีการนำเข้ารองเท้าไว้ 3 ระดับด้วยกันคือ

1. อัตราปกติ หมายถึง อัตราภาษีที่เก็บจากมิตรประเทศที่เป็นคู่ค้าของสหรัฐอเมริกา อัตราปกตินี้มีตั้งแต่ร้อยละ 0-48 ของมูลค่าการนำเข้าแล้วแต่ประเภทของรองเท้า โดยถ้าเป็นรองเท้าหนังจะถูกเก็บในอัตราร้อยละ 0-20 ของมูลค่าการนำเข้า รองเท้าหนังที่ไม่ต้องเสียภาษีก็คือรองเท้าสกีบูตสำหรับรองเท้ากีฬาที่ทำด้วยหนังนั้นเก็บในอัตราร้อยละ 5 ของมูลค่านำเข้า รองเท้ายางเก็บในอัตราร้อยละ 2.4-37.5 ของมูลค่านำเข้า โดยที่รองเท้าแตะซึ่งทำด้วยยางเป็นรองเท้าที่เสียภาษีนำเข้าต่ำสุดคือร้อยละ 2.4 ขณะที่รองเท้าบูตทำด้วยยางเสียภาษีในอัตราสูงสุดคือร้อยละ 37.5 ส่วนรองเท้ากีฬาเสียในอัตราร้อยละ 6

2. อัตราพิเศษ หมายถึง อัตราภาษีที่สหรัฐอเมริกาให้สิทธิลดหย่อนตามระบบสิทธิพิเศษทางภาษี แก่ประเทศอิสราเอล ฉะนั้นอัตราภาษีพิเศษจึงต่ำกว่าอัตราปกติและต่ำกว่าอัตราที่เก็บจากประเทศคอมมิวนิสต์ โดยมีอัตราอยู่ในช่วงร้อยละ 1-15 ของมูลค่านำเข้า อย่างไรก็ตาม สหรัฐอเมริกาได้ให้สิทธิพิเศษในการนำเข้ารองเท้า 2 รายการจากประเทศอื่น นอกเหนือจากประเทศดังกล่าวด้วย คือ รองเท้าแตะทำด้วยยาง โดยยกเว้นการเก็บภาษีรองเท้าที่นำเข้าจากประเทศกำลังพัฒนารวมทั้งประเทศไทย อีกรายการคือ รองเท้าที่ใส่แล้วครึ่งเดียวทิ้งไป โดยยกเว้นการเก็บภาษีจากประเทศกำลังพัฒนา ยกเว้นประเทศเม็กซิโก

3. อัตราภาษีที่เก็บจากประเทศคอมมิวนิสต์ อัตราภาษีที่เก็บจากประเทศคอมมิวนิสต์มีอัตราสูงที่สุดในบรรดาอัตราภาษีที่เก็บจากประเทศ 2 กลุ่มแรก โดยเก็บในอัตราสูงถึงร้อยละ 10-66 ของมูลค่านำเข้า

แนวโน้มในอนาคต

จากการที่ต้นทุนการผลิตรองเท้าโดยเฉลี่ยต่อคู่ของสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มที่จะสูงกว่า ต้นทุนการนำเข้า ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตรองเท้าของสหรัฐอเมริกามีความสำคัญน้อยลงเรื่อยๆ ในขณะที่ความต้องการซื้อรองเท้าของคนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะความต้องการใช้รองเท้ากีฬาเพื่อการออกกำลังกายทุกเพศทุกวัย เมื่อเป็นดังนี้ตลาดรองเท้าในสหรัฐอเมริกาจึงจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้ามากขึ้น ซึ่งก็เป็นโอกาสดีสำหรับประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย ในการส่งออกรองเท้าเข้าไปขายในสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตามประเทศผู้ส่งออกรองเท้าต้องเผชิญกับความพยายามในการกีดกันการนำเข้าโดยผู้ผลิตสหรัฐอเมริกา

เมื่อพิจารณาถึงโอกาสในการขยายตัว เนื่องจากสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกรองเท้าของไทยที่ประเทศไทยสามารถส่งออกได้มากเป็นอันดับที่ 1 ซึ่งมีการแข่งขันสูง มีรองเท้าหลากหลายประเภทให้เลือก และโอกาสที่ประเทศไทยจะขยายตลาดส่งออกรองเท้าไปยังตลาดแห่งนี้ให้ได้มูลค่าเพิ่มสูงขึ้นนั้น ควรมุ่งเน้นสินค้ารองเท้าหนังและรองเท้ากีฬาที่มีคุณภาพและราคาสำหรับตลาดระดับบนและกลาง โดยผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทยอาจร่วมลงทุน หรือรับจ้างผลิตรองเท้าภายใต้ลิขสิทธิ์ตราชื่อสินค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลาย แล้วส่งไปยังสหรัฐอเมริกา และขณะเดียวกันต้องพยายามสร้างตราชื่อ (brand name) เป็นของตนเองและเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักในตลาดนี้

ปัญหาการส่งออกรองเท้าของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัญหาที่สำคัญคือ ปัญหาการกีดกันทางการค้า ในปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศประสบกับปัญหาการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สินค้ารองเท้าจะได้รับผลกระทบจากการกีดกันทางการค้าหรือไม่จะพิจารณาถึงบทบัญญัติการค้ามาตรา 301 (Trade Bill section 301) ของสหรัฐอเมริกา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การดำเนินนโยบายทางการค้าของสหรัฐอเมริกา สำหรับไทยถือว่าสหรัฐอเมริกา เป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทย และเป็นประเทศนำเข้าสินค้ารายใหญ่ที่สุด โดยนับจากปี พ.ศ. 2509 ที่ไทยเริ่มมีความสำคัญทางการค้ากับสหรัฐอเมริกา ในฐานะที่ไทยเป็นประเทศหนึ่งที่เป็นฝ่ายได้เปรียบทางการค้าต่อสหรัฐอเมริกา จึงเป็นสิ่งที่ยากจะหลีกเลี่ยงจากการถูกดำเนินการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกา ในหลายรูปแบบหลายวิธีการ ซึ่งขณะนี้ภายใต้อำนาจของกฎหมายการค้าฉบับใหม่ของสหรัฐอเมริกา ได้ระบุให้ไทยเป็นประเทศที่ถูกดำเนินการไต่สวนอย่างเร่งด่วน

สาระสำคัญของมาตรา 301 บทบัญญัติสำคัญในกฎหมายการค้าที่กระทบการค้าระหว่างประเทศมากในปัจจุบันคือ การโอนอำนาจการตอบโต้ทางการค้าจากอำนาจของประธานาธิบดี มาเป็นอำนาจของสำนักงานผู้แทนทางการค้าสหรัฐอเมริกา (United States Trade Representative: USTR) และสามารถตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีถึงร้อยละ 100 หรือจำกัดการนำเข้าสินค้าบางประเภท เพื่อชดเชยกับความเสียหายที่สหรัฐอเมริกาได้รับ

ผลกระทบที่มีต่อการส่งออกของไทย การที่สหรัฐอเมริกาได้ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรทั่วไปแก่สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดในประเทศกำลังพัฒนา ไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับรองเท้าของไทยก็เป็นสินค้าที่ได้รับสิทธิพิเศษดังกล่าว ได้แก่ รองเท้าแตะ เมื่อประเทศไทยถูกประกาศเป็นประเทศที่ต้องถูกดำเนินการไต่สวนอย่างเร่งด่วน ก็อาจส่งผลกระทบต่อผลทางด้านจิตวิทยา ทำให้ผู้นำเข้าสหรัฐอเมริกาไม่กล้าสั่งซื้อสินค้าเข้า สำหรับรองเท้าแตะของไทย มูลค่าการส่งออกยังมีน้อยในตลาดสหรัฐอเมริกา จึงยังไม่มีผลกระทบต่อส่งออกของไทย สำหรับรองเท้ากีฬา รองเท้ายางและพลาสติก และรองเท้าหนัง สหรัฐอเมริกายังมีการจัดเก็บภาษีนำเข้าในอัตราปกติ แต่ผลที่เกิดขึ้นจะมาอยู่ในรูปของการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่เข้มงวด หรือสินค้าไม่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดก็อาจถูกห้ามการนำเข้าได้ หลังจากที่ประเทศไทยได้ปฏิบัติตามข้อเรียกร้องของสหรัฐอเมริกาในเรื่องสิทธิบัตร เรื่องการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว จึงยังไม่ถูกดำเนินการมาตรา 301 ตอบโต้ทางการค้าตามบทบัญญัติมาตรา 301 แต่อย่างไรก็ตามก็ควรระมัดระวัง เพราะตราบไคที่สหรัฐอเมริกาจะมีการขาดดุลการค้าอย่างสูงอยู่ เราไม่อาจทราบได้ว่ามาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกาได้หมดไปแล้ว

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมรองเท้าเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของไทย ซึ่งมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยสามารถทำรายได้จากการส่งออกรองเท้าเข้าประเทศสูงมากกว่า 20,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งจัดเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้ประเทศไทยมากที่สุด ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกรองเท้าที่ติดอันดับ 1 ใน 10 อันดับโลก อุตสาหกรรมรองเท้าได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการย้ายฐานการผลิตของประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ อย่างเกาหลีใต้ และไต้หวัน เนื่องจากมีค่าแรงงานเพิ่มสูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการส่งออกรองเท้าของไทยยังประสบปัญหาในด้านต่างๆ อีกหลายประการ เช่น ปัญหาทางด้านการผลิต ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบภายในประเทศมีคุณภาพต่ำและมีไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่จึงต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ ดังนั้นจึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ตลอดจนแรงงานยังขาดคุณภาพในการผลิตสินค้า และปัญหาการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้าที่ต้องระงับอยู่ตลอด เป็นต้น

ในส่วนของสภาพทั่วไปของการผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออกของไทยนั้นพบว่า การผลิตรองเท้าในประเทศมีการดำเนินการผลิต 3 รูปแบบ คือ รูปแบบแรกผลิตภายใต้ใบอนุญาตจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตที่ร่วมลงทุนกับผู้ผลิตรองเท้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ รูปแบบที่สองการรับจ้างผลิตจากบริษัทผู้ผลิตรองเท้าที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ และใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ว่าจ้าง รูปแบบที่สามผลิตโดยใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง ส่วนใหญ่จะจำหน่ายภายในประเทศ

สำหรับสภาวะการส่งออกรองเท้าของประเทศไทย แยกตามประเภทรองเท้าระหว่างปี พ.ศ. 2536-2539 พบว่า รองเท้ากีฬามีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด รองลงมาได้แก่ รองเท้ายางและพลาสติก รองเท้าแตะและรองเท้าหนัง ตามลำดับ สำหรับประเทศไทยส่งออกรองเท้ากีฬาได้มากที่สุดแก่ สหรัฐอเมริกา เบลเยียม และสหราชอาณาจักร ตามลำดับ ประเทศที่ไทยส่งออกรองเท้ายางและพลาสติกได้มากที่สุดได้แก่ รัสเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และโปแลนด์ เป็นต้น ประเทศที่ไทยส่งออกรองเท้าแตะได้มากที่สุดได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ รัสเซีย และอิตาลี เป็นต้น และประเทศที่ไทยส่งออกรองเท้าหนังได้มากที่สุดได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเดนมาร์ก เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าตลาดที่สำคัญที่ไทยส่งออกธัญพืชได้มาก ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มประเทศในตลาดยุโรป และตลาดอเมริกา

ในตลาดต่างประเทศ ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ประชาคมยุโรป เป็นต้น ซึ่ง สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญเป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากว่าสหรัฐอเมริกามีต้นทุนการผลิตที่สูงซึ่งสูงกว่าต้นทุนการนำเข้า จึงทำให้มีการนำเข้าจากต่างประเทศมากขึ้น การส่งออกธัญพืชของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาจึงนับได้ว่ามีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น ทางด้านรัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือบริษัทผู้ผลิตในด้านการตลาดต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ประเทศไทยได้รับส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกามากขึ้น สำหรับส่วนแบ่งตลาดของไทยในสหรัฐอเมริกานั้น ประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 7 ซึ่งในปี พ.ศ. 2537 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.2 ปี พ.ศ. 2538 และ ปี พ.ศ. 2539 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.6 และ 2.9 ตามลำดับ

ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกธัญพืชของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา มีอยู่หลายประการ เช่น ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาคุณภาพสินค้า ปัญหาการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง เป็นต้น จะเห็นได้ว่า จากการศึกษาถึงสถานะการส่งออกธัญพืชของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้ทราบว่า ในอนาคตสินค้าธัญพืชของไทยมีคู่แข่งทางและแนวโน้มการส่งออกที่ดียิ่งขึ้น ถ้าสามารถแก้ไข ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมธัญพืชให้หมดไปหรือลดน้อยลง ซึ่งจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาถึงสถานะการส่งออกธัญพืชของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อสนับสนุนให้มีการพัฒนาการส่งออกให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านการผลิต

1. ในส่วนของวัตถุดิบประเภทหนึ่งแท้ ควรให้มีการส่งเสริมพัฒนาการปศุสัตว์ หลักการที่สำคัญที่จะทำให้มีการผลิตหนึ่งในประเทศเพิ่มขึ้นได้ จะต้องมาจากการที่ได้มีการส่งเสริมการปศุสัตว์อย่างเต็มที่ โดยอาจเริ่มจากการสำรวจการปศุสัตว์เท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จากนั้นรัฐบาลก็ควรส่งเสริมให้มีการเลี้ยงโค กระบือกันให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำเป็นจะต้องให้ความรู้แก่ผู้เลี้ยงว่านอกจากเนื้อ นม และแรงงานของสัตว์เหล่านี้จะเป็นประโยชน์สำคัญแล้ว หนึ่งก็ยังมีความสำคัญและควรได้รับการระมัดระวังไม่ให้เกิดเป็นวีรภัยขึ้นในขณะที่เลี้ยง

นอกจากนี้รัฐบาลควรมีนโยบายพุงราคาหนังสือให้เกิดราคาคุณภาพ หรือคงที่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อช่วยให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรองเท้าสามารถกำหนดต้นทุนได้อย่างแน่ชัด โดยเฉพาะในการค้าขายกับต่างประเทศ เนื่องจากเมื่อมีการส่งตัวอย่างสินค้าและเสนอราคาไปแล้ว ในบางครั้งกว่าที่ผู้ซื้อจะตอบตกลงราคาของหนังสือสูงขึ้นแล้ว ทำให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องขายในราคาที่สูงกว่าที่เคยเสนอไว้ ซึ่งทำให้เกิดความไม่พอใจหรือไม่เข้าใจกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ตลอดมา

2. รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี สนับสนุนที่จะเอื้ออำนวยในการป้องกันวัตถุดิบ และวัสดุที่จำเป็นในการผลิตรองเท้าของไทย พร้อมทั้งพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบดังกล่าวให้ได้มาตรฐาน เพื่อการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ และจะทำให้สามารถกำหนดราคา และปริมาณการผลิตได้เอง ลดปัญหาวัตถุดิบขาดแคลน และราคาไม่แน่นอน แต่อย่างไรก็ตามราคาวัตถุดิบที่ผลิตได้เอง จะต้องถูกกว่าการนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ผลิตในส่วนต้นทุนการผลิต

3. ผู้ประกอบการผลิตควรจัดให้มีการอบรม ทำการฝึกสอนให้แก่ผู้ที่ต้องการเข้ามาทำงานในโรงงาน ในส่วนที่เกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตรองเท้า เพื่อที่จะทำให้การผลิตรองเท้าได้คุณภาพรูปแบบตามที่ตลาดต้องการ และรัฐบาลควรจัดให้มีการฝึกอบรมแรงงาน เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการผลิตที่ไม่สามารถจัดให้มีการอบรมได้

4. การขอรับคืนอากรขาเข้าตามมาตรา 19 ทวิ ควรเพิ่มจำนวนและประสิทธิภาพ ในการทำงานของเจ้าหน้าที่กรมศุลกากร น่าจะพิจารณาให้ผู้ส่งออกสามารถอ้างอิงสูตรการผลิตที่ได้รับอนุมัติไปแล้ว และมีความใกล้เคียงกับสูตรการผลิตอื่นที่จะต้องยื่นใหม่ เพื่อเป็นการอ้างอิงสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ทำการอนุมัติสูตรการผลิตชนิดใหม่ด้วย ซึ่งจะเป็นการประหยัดเวลาในการพิจารณาของเจ้าหน้าที่กรมศุลกากร ได้มาก

ด้านคุณภาพสินค้า

รัฐบาลควรจัดให้มีการเจรจาร่วมกันระหว่างประเทศผู้ส่งออก และผู้นำเข้าในการกำหนดมาตรฐานของสินค้าให้แน่นอน อันจะเป็นการสะดวกสำหรับผู้ผลิตสามารถกำหนดแผนการผลิตได้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ในขณะที่ผู้นำเข้าเองก็สามารถซื้อสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน

ด้านการส่งออก

1. รัฐบาลและเอกชนควรให้ความร่วมมือในด้านการติดตามสถานการณ์ข้อมูลข่าวสารของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีแนวโน้มที่จะใช้มาตรการกีดกันการนำเข้า เพื่อที่จะหาทางแก้ปัญหาก่อนที่จะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไทย นอกจากนี้ควรมีการวางแผนหรือมาตรการร่วมกันเพื่อให้สามารถรักษาหรือขยายตลาด
2. หน่วยงานของรัฐบาล ควรจัด โครงการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตลาดส่งออกทั้งาประเภทต่างๆขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้ส่งออกในการวางแผนการผลิต และการส่งออกทั้งไปยังตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้ประกอบการผลิตควรจัดให้มีการบริการที่รวดเร็วและประทับใจแก่ลูกค้า ไม่ว่าในเรื่องของคุณภาพ รูปแบบ มาตรฐานของสินค้า การตรงเวลาในการส่งสินค้า และสิ่งที่ลูกค้าต้องการ เพื่อเป็นการทำให้สินค้าส่งออกสามารถครองตลาดได้นาน
4. ในเรื่องกฎระเบียบและขั้นตอนการส่งออกนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมศุลกากร ควรจะมีการปรับปรุงขั้นตอนการส่งออกให้ง่าย สะดวก และรวดเร็วกว่าเดิม เพราะนอกจากจะทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็วสำหรับผู้ส่งออกแล้ว ยังทำให้สินค้าส่งออกนั้น ๆ ถึงผู้รับในต่างประเทศได้ทันต่อความต้องการอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงพาณิชย์. 2537. ข้อมูลสินค้าเป้าหมายปี 2537/2538. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

กระทรวงพาณิชย์. 2539. รายละเอียดสินค้าเป้าหมายปี 2539/2540. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

กระทรวงพาณิชย์. 2540. การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมปี 2540. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

กันตา จิตตั้งสมบูรณ์. 2540. “ตลาดรองเท้าในสหรัฐอเมริกา”. ข่าวพาณิชย์. (25-1 ธันวาคม 2540):
น. 11.

นิพนธ์ สิริเวชรังสรรค์. 2535. การผลิตและการส่งออกรองเท้าของไทย. กรุงเทพมหานคร:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิรนาม. 2537. “รองเท้า”. ผู้จัดการรายวัน. (14 เมษายน 2537).

นิรนาม. 2540. สรุปสถานการณ์การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมปี 2540 และแนวโน้ม.

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2537. ภาวะธุรกิจอุตสาหกรรมปี 2537 และ
แนวโน้มในอนาคต. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2538. ภาวะธุรกิจอุตสาหกรรมปี 2538 และ
แนวโน้มในอนาคต. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2539. ภาวะธุรกิจอุตสาหกรรมปี 2539 และ
แนวโน้มในอนาคต. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2539. รายงานภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรม 2538 และแนวโน้ม 2539.
(อัดสำเนา).

แววตา ดิษฐกร. 2530. รายงานการศึกษาวิเคราะห์เรื่องการผลิตการค้ารองเท้าปี 2530.

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์.

ศูนย์พาณิชย์กรรมลอสแอนเจลิส. 2540. สถานการณ์อุตสาหกรรมและตลาดรองเท้าในตลาด

สหรัฐอเมริกา. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2538. ทำเนียบสมาชิกปี 2538 อุตสาหกรรมรองเท้าปี 2538.

(ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2539. สรุปภาวะอุตสาหกรรมรองเท้า ปี 2539.

(ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2540. สรุปภาวะอุตสาหกรรมรองเท้า ปี 2540.

(ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. 2538. อุตสาหกรรมรองเท้า. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).





ภาคผนวก

รายชื่อและที่อยู่บริษัทผู้ส่งออกรองเท้าที่สำคัญในประเทศไทย

1. บริษัท ซีเคซูส์ จำกัด
380 ตำบลโรงเหนือ อำเภอเมือง สมุทรปราการ
2. บริษัท ฮวาซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด
16/25-26 ซ.สุขุมวิท19 (ซ.วัฒนา) สุขุมวิท คลองเตย พระโขนง กทม.
3. บริษัท สหยูเนี่ยน จำกัด
1828 สุขุมวิท บางจาก พระโขนง กทม.
4. บริษัท สุพรรณฟุตแวร์ จำกัด
45/8-9 เศรษฐศิริ สามเสนใน พญาไท กทม.
5. บริษัท เอ.เอส. มหาราชา จำกัด
1/22 ซ.นานาเหนือ สุขุมวิท คลองเตย พระโขนง กทม.
6. บริษัท วงศ์ไพฑูรย์ฟุตแวร์ จำกัด
218/1-3 เจริญเมือง วังใหม่ ปทุมวัน กทม.
7. บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนลวิลเลจฟุตแวร์ จำกัด
622-622/1 สุขุมวิท 8 หนองบอน ศรีราชา ชลบุรี
8. บริษัท บางกอกรีบบเบอร์ จำกัด
11 สารุประดิษฐ์ ซ่งนนทรี ยานนาวา กทม.
9. บริษัท ศรีสุริย์ จำกัด
611/40 ซ.วัดจันทร์ใน เจริญกรุง บางโคล่ ยานนาวา กทม.
10. บริษัท รองเท้า เอส.ซี.เอส. จำกัด
141/9 ประเวศ ประเวศ กทม.
11. บริษัท บาซินี เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด
100/76 พุทธมณฑลสาย2 บางแคเหนือ ภาษีเจริญ กทม.
12. บริษัท โกลเดนท์ฟุตแวร์ส์ จำกัด
47 พหลโยธิน คลองหนึ่ง คลองหลวง ปทุมธานี
13. บริษัท เอสเตท ฟุตแวร์ จำกัด
52/6 ซ.พุทธบูชา บางมดพัฒนา บางมด จอมทอง กทม.
14. บริษัท ชันนี่ฟุตแวร์แมนูแฟกเจอร์ริง (ไทยแลนด์) จำกัด
92/11 อาคารสาทรธานี2 สาทรเหนือ สีลม บางรัก กทม.

15. บริษัท เมืองทองมหาชัย จำกัด
78 เอกชัย โลกขาม อำเภอเมือง สมุทรสาคร
16. บริษัท มิตรนิคม (แมนวูด) จำกัด
316/45-47 ซ.สายน้ำทิพย์ สุขุมวิท คลองตัน พระโขนง กทม.
17. บริษัท เมอริเดียนฟุตแวร์ จำกัด
21/13 วิกาวดีรังสิต ตลาดบางเขน บางเขน กทม.
18. บริษัท ห้างเซ็นทรัลดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำกัด
306 ถ.สีลม แขวงสุริวงค์ เขตบางรัก กทม.
19. บริษัท เอเชีย ฟุตแวร์ จำกัด
294/1 อาคารเอเชีย ชั้นที่ 11 ถ.พญาไท แขวงถนนเพชรบุรี เขตพญาไท กทม.
20. บริษัท แองโกล-ไทย (ประเทศไทย) จำกัด
2160 ถ.หัวหมาก-คลองตัน แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กทม.
21. บริษัท เอสไอแสดนดาร์ดประเทศไทย จำกัด
1016 ถ.พระราม4 แขวงสีลม เขตบางรัก กทม.
22. บริษัท บาซินี เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด
100/76 ถ.พุทธมณฑลสาย2 แขวงบางแคเหนือ เขตภาษีเจริญ กทม.
23. บริษัท บางกอกฟุตแวร์ จำกัด
21/13 ถ.วิกาวดี-รังสิต ซ.6 แขวงตลาดบางเขน เขตบางเขน กทม.
24. บริษัท บดินทร์ ฟุตแวร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
190 ซ. วุฒิพันธ์ ถ.ราชปรารภ แขวงมักกะสัน เขตพญาไท กทม.
25. บริษัท แองโกล-ไทย (ประเทศไทย) จำกัด
2160 ถ.พระราม4 แขวงสีลม เขตบางรัก กทม.

