

ชื่อเรื่องการค้าสินค้าแบบอิสระ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการ  
ส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง  
ของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ผู้เขียน

นายอิฐรัตน์ ตาปวน

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าสินค้าแบบอิสระ

ผศ.ดร.อัญชติ เจ็งเจริญ

ประธานกรรมการ

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ

กรรมการ

อ.ดร.ประพัฒน์ จริยะพันธุ์

กรรมการ

## บทคัดย่อ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกามีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 3 ประการคือ หนึ่งเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมและสถานการณ์การส่งออกอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา สอง เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมีการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ สามเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยใช้ค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งทางการตลาด (Market share) มาใช้ในการวิเคราะห์ โดยใช้ข้อมูลจาก U.S. International Trade Commission ตั้งแต่ปี 2538-2550 โดยใช้ปี พ.ศ.2537 เป็นปีฐานเพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วง โดยแบ่งช่วงที่ต้องการศึกษาออกเป็น 4 ระยะ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมและสถานการณ์การส่งออก พบว่าสถานการณ์การส่งออกอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกานั้นมีแนวโน้มอัตราการขยายตัวที่ลดลงโดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สำหรับเดินทาง ผลิตภัณฑ์หนัง

และผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด และผลิตภัณฑ์รองเท้าและชิ้นส่วน ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไปตลาดสหรัฐอเมริกา มีดังนี้ ประเทศไทยขาดแรงงานที่มีทักษะในการผลิต ด้านการออกแบบ นักตลาด นักวิศวกรและนักวิทยาศาสตร์ และขาดแคลนนักวิจัยและพัฒนาเพื่อทำการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยอยู่เสมอขาดเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญในอุตสาหกรรมหนังฟอก หนังดิบที่มีคุณภาพภายในประเทศ อุปสรรคของการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปสหรัฐอเมริกาที่สำคัญคือ วิกฤตปัญหา Subprime นโยบายการกีดกันทางการค้าของประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐอเมริกาดูดเงินระเบียบทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น การตัดสิทธิพิเศษทางศุลกากร(GSP) การใช้มาตรฐานของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มาตรการแรงงานสากล การวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นพบว่า ประเทศไทย มีค่า RCA และส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้า ไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาน้อยที่สุด ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตรองเท้าและมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่ดีที่สุด คือประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศเวียดนาม เนื่องจากต้นทุนการผลิตต่ำและแรงงานที่มีราคาถูก ประเทศอิตาลีและประเทศบราซิล มีแนวโน้มที่ทรงตัว ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลง ประเทศไทยมีค่า RCA และส่วนแบ่งทางการตลาดในผลิตภัณฑ์เครื่องหนังค่อนข้างน้อย และมีแนวโน้มการแข่งขันและส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลง ประเทศอาร์เจนตินาและประเทศอิตาลี มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตเครื่องหนัง และมีส่วนแบ่งทางการตลาดดีที่สุด รองลงมาคือประเทศ บราซิล จีน และประเทศเม็กซิโก ตามลำดับ

**Independent Study Title** An Analysis of Revealed Comparative Advantage Thai  
Footwear and Leather Products Export to the  
United States of America

**Author** Mr. Itthirat Tarpouan

**Degree** Master of Economics

**Independent Study Advisory Committee**

Asst. Prof. Dr. Anchalee Jengjalern Chairperson

Asst. Prof. Dr. Parat Karnjanakaroun Member

Lect. Dr. Prapatchon Jariyapan Member

**ABSTRACT**

The purpose of the Revealed Comparative Advantage of Thai Exported Footwear and Leather Products to the United States of America market research were to study the general location and situation of the industry export leather products and footwear industry of the U.S. market, and to study the comparative advantages in exporting footwear and leather products to the United States by comparing with major competitors, and to study the problems and obstacles in the export of footwear and leather products of Thailand to the United States market. The RCA and Market Share are used to analyze data from U.S. International Trade Commission (USITC) from 1995-2007. It also used the data in 1994 as database to compare changing in each period by separating study period into 4 parts.

The study that the trend footwear industry and leather products exported to the U.S. market is decreasing specially a product for travel, leather products and bleached leather products, and footwear products and parts. Problems and obstacles in exporting leather products and footwear to the U.S. market are as follows: Thailand lacks of skilled workers in designing,

marketing, engineers, and scientists. Additionally, it lacks research and development to create innovative products. It also lacks modern machines and technology and important sources of raw materials in raw leather industry and quality raw leather. On the other hand, the most important obstacle of Thai Exported Footwear and Leather Products is Subprime crisis and trade policies of the present President of the United States. And trade regulations of the U.S., for example, Generalized System of Preferences or GSP, Environmental Management System, and International Labor Standard.

Situation analysis and footwear exports of Thai products to the U.S. market, found that Thailand has RCA value and market share in export footwear products to the U.S. markets in the most minimal level. Countries with the comparative advantage in shoe production and market share at best level are Republic of China and Vietnam. This is because its production costs and labor cost is lower. In the case of Italy and Brazil the trend is flat. And Indonesia competitiveness and market share seem to be decreasing too. Thailand's RCA value and market share in leather products is quite low the same as competitive trend. Argentina and Italy have the highest comparative advantage in producing leather products and also the best market share, footwear by Brazil, Republic of China and Mexico, respectively.