

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง ได้มีการผลิตในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลาหลายปีมาแล้ว ซึ่งในระยะแรกของการผลิตเป็นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า แต่ต่อมาก็ได้มีการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังมีการผลิตที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น อุตสาหกรรมรองเท้า เครื่องหนัง เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย และเคยเป็น 1 ใน 10 อุตสาหกรรมส่งออกสูงสุดของประเทศ มูลค่าส่งออกสูงถึงกว่า 70,000 ล้านบาทต่อปีก่อให้เกิดการจ้างงานประมาณ 128,029 คน กระจายอยู่ตามโรงงานและสถานประกอบการราว 1,187 แห่ง เพื่อทำการผลิตและจำหน่ายหนังดิบ หนังฟอก หนังอัด กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าถือ กระเป๋าชนิดกระเป๋าเอกสาร เครื่องใช้ในการเดินทาง เครื่องใช้ในสำนักงาน เข็มขัด รองเท้ายาง และพลาสติก รองเท้ากีฬา รองเท้าแตะ รองเท้าหนังแท้ หนังเทียม รองเท้าเชือกสาน รองเท้าอื่นๆ และส่วนประกอบของรองเท้า

ปัจจุบันโรงงานอุตสาหกรรมในการผลิตรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง ของไทยเน้นการผลิตที่มีคุณภาพ เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดทั้งในประเทศ และตลาดในต่างประเทศ ที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี การผลิตรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยนั้นจำเป็นต้องมีการพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศ เนื่องจากวัตถุดิบในประเทศไม่เพียงพอ ประกอบกับคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และต่ำกว่ามาตรฐานที่ต่างประเทศต้องการ จึงทำให้การส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งสามารถศึกษาได้จากตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 โครงสร้างของสินค้าส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย

รายการ	มูลค่าการส่งออก : ล้านเหรียญสหรัฐ						% การเปลี่ยนแปลง
	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2549-2550
รองเท้าและชิ้นส่วน	772.0	798.2	764.2	741.3	926.1	971.11	4.9
1.รองเท้ากีฬา	460.6	453.2	422.1	445.0	544.3	490.96	-9.8
2.รองเท้าแตะ	73.1	82.7	88.2	73.6	78.4	87.3	11.4
3.รองเท้าหนัง	144.7	182.8	189.9	163.1	226.5	287.3	26.9
4.รองเท้าอื่นๆ	58.2	65.0	49.5	47.7	62.7	86.36	37.8
5.ส่วนประกอบของรองเท้า	35.4	14.2	14.5	11.9	14.3	19.18	34.3
เครื่องใช้สำหรับเดินทาง	304.7	220.8	226.3	178.6	201.8	228.04	13
1.กระเป๋าเดินทาง	190.3	108.5	106.1	70.7	74.4	74.5	0.1
2.กระเป๋าถือ	40.1	39.7	39.9	33.9	39	45.28	16
3.กระเป๋าใส่เศษสตางค์	18.5	17.7	17.5	18.3	21.3	19.68	-7.8
4.เครื่องเดินทางอื่นๆ	55.8	54.9	62.8	55.7	67	88.58	32.3
หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอก และหนังอัด	391.4	424.8	464.1	387.3	451	533.21	18.2
1.หนังโคกระบือฟอก	61.2	60.9	67.1	112.8	155.9	185.93	19.2
2.ของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง	46.3	38.9	41.8	27.2	30.5	14.95	-51.1
3.ถุงมือหนัง	43.5	45.8	48.0	39.8	53.6	47.07	-12.2
4.เครื่องแต่งกายและเข็มขัด	4.2	3.4	4.7	3.6	4.2	4.55	8.1
5.หนังและผลิตภัณฑ์หนัง อื่นๆ	236.1	275.7	302.5	203.9	206.7	280.71	35.8

ที่มา : กรมศุลกากร (2551)

สำหรับข้อมูลทั่วไปดัชนีการผลิตของอุตสาหกรรมรองเท้า และผลิตภัณฑ์เครื่องหนังในประเทศไทยนั้นสามารถแบ่งประเภทของอุตสาหกรรมได้ทั้งหมด 3 ประเภท ซึ่ง ในปี 2550 อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมมีรายละเอียดดังตารางที่ 1.2 ดังนี้

ตารางที่ 1.2 อุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่จดทะเบียนกับกรมโรงงาน

อุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวนโรงงาน(โรง)	จำนวนแรงงาน(คน)
อุตสาหกรรมฟอกย้อม	192	6,879
อุตสาหกรรมรองเท้า	612	92,219
อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง	383	28,931
รวม	1,187	128,029

ที่มา: กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2551)

สำหรับตัวเลขการคาดการณ์ในปี 2550 (ตารางที่ 1.3) ดัชนีอุตสาหกรรมของรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังมีการเปลี่ยนแปลง ดังนี้คือ การฟอกหนังและการตกแต่งหนังฟอก เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมีดัชนีผลผลิตลดลงร้อยละ 12.99 ดัชนีการส่งสินค้าลดลงร้อยละ 15.50 และดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลังลดลงร้อยละ 17.51 การผลิตกระเป๋าเดินทาง กระเป๋าถือฯ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมีดัชนีผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.72 ดัชนีการส่งสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 52.76 และดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลังเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.58 และการผลิตรองเท้า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมีดัชนีผลผลิตลดลงร้อยละ 6.04 ดัชนีการส่งสินค้าลดลงร้อยละ 6.31 และดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลังเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.12

ซึ่งที่ผ่านมาการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าหนังและส่วนประกอบรองเท้าของประเทศไทยต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงทั้งด้านคุณภาพและราคา กล่าวคือ ถ้าเป็นสินค้าคุณภาพสูง ประเทศไทยจะเสียเปรียบประเทศคู่แข่งทางด้านการออกแบบ การใช้เทคโนโลยี และเครื่องจักรที่ทันสมัย ส่วน สินค้าคุณภาพปานกลางและต่ำประเทศไทยเสียเปรียบประเทศคู่แข่งทางด้านการผลิตสูงกว่าและวัตถุดิบมีจำกัด แต่อุตสาหกรรมรองเท้าหนังและส่วนประกอบของไทยก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางด้านต้นทุนการผลิตในหลายประการ โดยเฉพาะฝีมือแรงงานที่มีคุณภาพในการผลิต ระบบการจัดการที่ดี

ตารางที่ 1.3 ดัชนีอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย

รายการ	มูลค่าการส่งออก : ล้านเหรียญสหรัฐ							% การเปลี่ยนแปลง
	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	
การฟอกและตกแต่งหนังฟอก								
-ผลผลิต	93.5	108.4	130.9	98.9	93.7	87.14	74.05	-12.99
-การส่งสินค้า	77.7	90.4	79.5	57.0	53.0	49.72	42.01	-15.50
-สินค้าสำเร็จรูป คงคลัง	92.0	244.7	184.0	224.6	289.9	187.26	154.47	-17.51
การผลิตกระเป๋าเดินทางกระเป๋าถือและสิ่งทีคล้าย อานม้าและเครื่องเทียมลาก								
-ผลผลิต	76.9	77.5	60.5	71.4	61.3	52.18	61.95	18.72
-การส่งสินค้า	78.4	76.7	58.3	71.4	56.9	49.7	75.91	52.76
-สินค้าสำเร็จรูป คงคลัง	50.4	39.5	45.1	138.3	80.1	268.79	316.05	17.58
การผลิตรองเท้า								
-ผลผลิต	109.3	107.5	114.1	109.1	107.0	111.87	105.11	- 6.04
-การส่งสินค้า	109.7	106.8	113.9	108.5	105.9	110.3	103.34	-6.31
-สินค้าสำเร็จรูป คงคลัง	131.1	142.5	125.8	99.7	73.2	63.3	88.07	39.12

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2551)

ส่วนในเรื่องของตลาดในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่สำคัญของประเทศไทย คือ ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญของไทย สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภครองเท้าได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภครองเท้าที่มีเยื่อ และกลุ่มผู้บริโภครองเท้าที่ไม่มีเยื่อ ซึ่งตารางตัวเลขการนำเข้ารวมรองเท้าและเครื่องหนังของ ประเทศสหรัฐอเมริกามีรายละเอียดดังตารางที่ 1.4 ดังนี้

ตารางที่ 1.4 ตารางการนำเข้ารองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของประเทศสหรัฐอเมริกา

ชนิดสินค้า	มูลค่าการส่งออก : ล้านเหรียญสหรัฐ								
	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
รองเท้า	14,073	14,855	15,249	15,379	15,559	16,497	17,834	19,037	19,270
เครื่องหนัง	951	1,058	932	850	743	806	817	778	755

ที่มา: U.S. International Trade Commission (2551)

คู่แข่งทางการค้าที่สำคัญของไทยในการส่งออกรองเท้าไปยังสหรัฐอเมริกา ใน 5 อันดับแรก ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี เวียดนาม บราซิล และอินโดนีเซีย (ตารางที่ 1.5) ดังนั้นแนวทางการพัฒนาเพื่อปรับปรุง รักษา หรือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการปรับปรุงข้อบกพร่องและเสริมสร้างจุดเด่นที่อุตสาหกรรมนี้มีอยู่ให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาการส่งออกของไทยภายใต้สถานการณ์การค้าโลกที่ปรับตัวเข้าสู่ระบบเสรี ส่วนคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญของไทยในการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไปยังสหรัฐอเมริกา ใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศ อิตาลี บราซิล อาร์เจนตินา เม็กซิโก และสาธารณรัฐประชาชนจีน ตามลำดับ (ตารางที่ 1.6)

ซึ่งต่อมาการจัดตั้งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2538 ตามข้อตกลงกรอบอุรุกวัย ซึ่งทำให้ระบบกติกการค้าโลกมีลักษณะเข้มแข็งมากขึ้น และการค้าของโลกมีลักษณะเสรีมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันการที่หลายประเทศมีการรวมกลุ่มตามภูมิภาคต่างๆ อย่างแพร่หลาย เช่น กลุ่มสหภาพยุโรป นาฟต้า อาฟต้า และเอเปค เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองทางเศรษฐกิจและการค้า ทำให้ระเบียบการค้าโลกมีลักษณะซับซ้อนมากขึ้น และนำไปสู่การดำเนินมาตรการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่างๆ เพิ่มมากขึ้น มาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศต่างๆ มีหลายรูปแบบ ทั้งด้านภาษีและมิใช่ภาษี เช่น ในกรณีของหนังและเครื่องหนังนั้นได้มีการกีดกันทางการค้าโดยใช้อัตราภาษ้นำเข้าของประเทศคู่ค้าที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ฮองกงและไต้หวัน อยู่ในอัตราที่ไม่สูงมากนัก แต่ปรากฏว่ามีกฎระเบียบการค้าของประเทศคู่ค้าเหล่านี้เป็นอุปสรรคที่มีผลต่อการส่งออกของไทยหลายประการด้วยกัน คือ

1) การเรียกเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาดของสหภาพยุโรป (Anti Dumping) ซึ่งปรากฏว่าทั้งประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่าง สาธารณรัฐประชาชนจีน และอินโดนีเซีย ถูกเรียกเก็บภาษีประเภทนี้กับเครื่องหนังบางชนิดในอัตราสูง จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ประเทศคู่แข่งอื่นๆ ที่ไม่โดนภาษีสามารถเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดได้

2) การถูกตัดสิทธิพิเศษทางศุลกากร (Generalized System of Preferences: GSP) โดยกลุ่มตลาดสหภาพยุโรปได้ตัดสิทธิสินค้าอุตสาหกรรมที่นำเข้าจากไทย 6 กลุ่ม ซึ่งรวมถึงสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องหนังลงทั้งหมด ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ.2541 เป็นต้นมา และสหรัฐอเมริกาได้ตัดสิทธิ GSP สินค้าจากไทยรวม 20 หมวด รวมทั้งผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง ซึ่งจะมีผลให้การส่งออกของไทยต้องประสบปัญหาในการแข่งขันมากพอสมควรในตลาดทั้ง 2 แห่ง อย่างไรก็ตามผลกระทบตรงนี้จะไม่สูงมากนัก เนื่องจากอัตราภาษีปกติไม่ได้สูงมากนัก

3) การกำหนดคุณภาพมาตรฐานสินค้า และมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมเครื่องหนัง ในประเทศคู่ค้าสำคัญเช่น สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ได้กลายเป็นอุปสรรคทางการค้าที่สำคัญประการหนึ่ง และมีผลให้ผู้ประกอบการไทยต้องเร่งปรับตัวเพื่อเข้าสู่มาตรฐานดังกล่าว ซึ่งในระยะของการปรับตัวอาจมีผลให้อุตสาหกรรมหดตัวลงในระยะแรก

4) นอกจากนี้ ยังมีการนำเอามาตรการแรงงานสากล เช่น การมีสิทธิในการต่อรองการไม่บังคับใช้แรงงาน การกำหนดอายุขั้นต่ำของแรงงานเด็ก รวมทั้งการเคารพสิทธิมนุษยชนมาใช้ประกอบการดำเนินมาตรการทางการค้าอย่างเข้มงวดของสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป มีผลให้ไทยจะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากขึ้น

ดังนั้นการส่งออกรองเท้าและเครื่องหนังของไทยจึงต้องมีการปรับตัวในหลากหลายด้าน ทั้งการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของสินค้าโดยการนำเอาเครื่องจักรและเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิตให้มากขึ้น เนื่องจากคู่แข่งที่มากขึ้น ประกอบกับมาตรการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นภาษีและมิใช่ภาษี

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงมีความน่าสนใจที่จะศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย ซึ่งมีตลาดหลักที่สำคัญ คือ ตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาที่กำลังประสบปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด รวมถึงความไม่แน่นอนของตลาดทุน และความไม่เชื่อมั่นประชาชนสหรัฐอเมริกาที่มีต่อเศรษฐกิจ ปัญหาวิกฤต Subprim อาจจะส่งผลทำให้นำเข้าสินค้านำเข้าและผลิตภัณฑ์หนังจากไทยได้รับผลกระทบ นอกจากนี้ค่าเงินบาทที่แข็งขึ้นจะทำให้ต้นทุนนำเข้าวัตถุดิบสูงขึ้นรวมทั้งกำไรจะลดลงจะเป็นปัจจัยที่จะส่งผลให้ผู้ประกอบการยังไม่มั่นใจในการขยายปริมาณการผลิตของประเทศไทย ประกอบกับการที่ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการถูกตัดสิทธิพิเศษทางศุลกากร (GSP) โดยกลุ่มตลาดสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา ซึ่งในหมวดรายการสินค้าที่ถูกตัดมีผลิตภัณฑ์ของเครื่องหนังรวมอยู่ ซึ่งภายหลังจากการถูกตัดสิทธิพิเศษ อาจส่งผลกระทบทำให้แนวโน้มการส่งออกรองเท้าและเครื่องหนังของประเทศเปลี่ยนทิศทางไป

ตารางที่ 1.5 การนำเข้ารองเท้าของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศผู้ ส่งออก รองเท้า	มูลค่าการส่งออก : พันเหรียญสหรัฐ					% การเปลี่ยนแปลง
	2546	2547	2548	2549	2550	2549-2550
จีน	10,546,440	11,347,815	12,654,216	13,795,170	14,089,664	2.13
อิตาลี	1,241,398	1,250,018	1,137,054	1,109,940	1,200,391	8.15
เวียดนาม	324,806	473,390	716,621	951,625	1,031,623	8.41
บราซิล	1,040,155	1,080,943	1,019,199	895,932	757,868	-15.41
อินโดนีเซีย	569,558	492,829	510,192	471,451	382,598	-18.85
ไทยแลนด์	284,720	287,401	291,755	293,037	256,835	-12.35
เม็กซิโก	275,110	242,140	247,206	273,582	247,678	-9.47
สเปน	234,816	224,579	192,244	198,363	209,916	5.82
อินเดีย	109,776	125,413	139,088	154,977	163,588	5.56
ไต้หวัน	73,613	80,469	69,181	57,023	120,639	111.56
โดมินีกัน	138,433	137,230	140,715	128,521	119,400	-7.10
ฮ่องกง	60,661	86,613	52,485	86,631	87,671	1.20
แคนาดา	64,422	76,798	93,568	79,282	75,664	-4.56
เยอรมนี	95,410	81,886	81,494	61,791	70,903	14.75
โรมาเนีย	59,233	75,670	75,191	73,065	57,646	-21.10
โปรตุเกส	95,510	87,393	73,394	58,639	51,766	-11.72
สโลวาเกีย	32,063	36,149	32,965	44,580	37,057	-16.88
ฝรั่งเศส	41,076	39,835	35,517	34,778	36,331	4.47
เกาหลี	50,397	51,266	45,236	26,032	33,407	28.33
โปแลนด์	25,551	26,181	27,062	34,592	29,117	-15.83

ที่มา : U.S. International Trade Commission (2551)

ตารางที่ 1.6 การนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศผู้ส่งออก รองเท้า	มูลค่าการส่งออก : พันเหรียญสหรัฐ					% การเปลี่ยนแปลง
	2546	2547	2548	2549	2550	2549-2550
อิตาลี	200,448	200,701	185,359	195,113	200,531	2.78
บราซิล	98,097	118,287	116,037	135,352	144,807	6.99
อาร์เจนตินา	119,756	133,525	139,044	120,711	100,731	-16.55
เม็กซิโก	60,284	56,382	63,951	49,746	45,339	-8.86
จีน	37,037	54,044	50,476	45,307	41,495	-8.41
เยอรมนี	26,874	24,122	22,253	23,434	27,532	17.49
แอฟริกาใต้	11,684	19,056	20,770	24,502	25,477	3.98
อูรุกวัย	37,571	44,130	33,802	25,113	21,597	-14.00
โคลัมเบีย	7,383	7,557	8,276	9,743	12,830	31.68
ฝรั่งเศส	10,217	12,294	11,244	16,245	12,816	-21.11
สเปน	16,477	17,566	14,545	12,061	11,845	-1.79
สหราชอาณาจักร	14,723	12,516	12,105	13,466	11,315	-15.97
เนเธอร์แลนด์	4,143	6,185	11,123	7,780	9,374	20.49
อินเดีย	6,081	9,097	11,520	10,668	9,271	-13.10
เกาหลี	5,808	6,456	5,478	6,056	9,198	51.88
ออสเตรีย	4,186	6,128	8,204	10,757	7,879	-26.75
ไทยแลนด์	12,511	11,312	6,818	6,796	7,432	9.36
สวีเดน	7,030	5,719	6,500	6,132	6,027	-1.71
ตุรกี	1,665	1,228	2,743	3,543	5,334	50.55
ปากีสถาน	2,546	2,437	2,452	3,142	4,223	34.40

ที่มา : U.S. International Trade Commission (2551)

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรม และสถานการณ์การส่งออกอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมีการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกามีดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย ตลอดจน สามารถประเมินสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นล่วงหน้าได้
2. ทำให้ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ
3. ทำให้ผู้ที่สนใจใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตและการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย ให้สอดคล้องกับภาวะทางการตลาด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยในอนาคต

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาถึงสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรม สถานการณ์การส่งออก ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา

ศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา และส่วนแบ่งทางการตลาด โดยเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญในลำดับต้น ๆ ของตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา ตามระบบ (SITC) 3 Digit Items ดังต่อไปนี้

1. ประเทศผู้ส่งออกในลำดับต้นๆ ในการส่งออกรองเท้าไปตลาดสหรัฐอเมริกา (SITC – 851: FOOTWEAR) ได้แก่ ประเทศ สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี เวียดนาม บราซิล และประเทศ อินโดนีเซีย

2. ประเทศผู้ส่งออกในลำดับต้นๆ ในการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไปยังตลาด สหรัฐอเมริกา (SITC – 611: LEATHER) ได้แก่ ประเทศ อิตาลี บราซิล อาร์เจนตินา เม็กซิโก และ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ตามลำดับ

การพิจารณาความสามารถในการแข่งขัน โดยการพิจารณาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และส่วนแบ่งทางการตลาด (Market share) เพื่อนำค่าที่ได้จากการคำนวณมาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรองเท้า และผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง โดยพิจารณาจากค่าดัชนีที่เราสามารถคำนวณหาได้ซึ่งใช้ข้อมูลในปี พ.ศ. 2538-2550 โดยแบ่งการศึกษาทั้งหมดออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้ คือ

ระยะที่ 1. ตั้งแต่ พ.ศ. 2538-2540

ระยะที่ 2. ตั้งแต่ พ.ศ. 2541-2544

ระยะที่ 3. ตั้งแต่ พ.ศ. 2545-2547

ระยะที่ 4. ตั้งแต่ พ.ศ. 2548-2550

และนำค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และส่วนแบ่งทางการตลาด (Market share) มาเปรียบเทียบกับปีฐาน (พ.ศ.2537) ซึ่งเหตุผลที่เลือกใช้ปีฐาน พ.ศ.2537 เนื่องจากทุกประเทศที่ต้องการศึกษามีตัวเลขการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา จึงสามารถใช้ตัวเลขในปี พ.ศ. 2537 เป็นปีฐานในการเปรียบเทียบเพื่อหาเปอร์เซ็นต์ (%) ที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเปรียบเทียบกับปีฐาน