



ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการผลิตรองเท้า

ลักษณะของอุตสาหกรรม¹

รองเท้าเป็นสินค้าออกที่กำลังมีบทบาทมากขึ้นเป็นลำดับ ในระยะแรกเป็นการผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศเป็นหลัก ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบที่ทันสมัยมากขึ้น จึงขยายตัวเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมามูลค่าการส่งออกขยายตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพราะความต้องการของตลาดสำคัญของไทย เช่น สหรัฐอเมริกา ประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป แคนาดา ฮอลแลนด์ สิงคโปร์ขยายตัวมาก ประกอบกับผู้ผลิตได้พัฒนาคุณภาพรองเท้าของไทยให้มีความสามารถแข่งขันทั้งในด้านราคาและรูปแบบกับรองเท้าจากประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ได้มากขึ้น

ในปี 2531 ภาวะอุตสาหกรรมรองเท้าของไทยขยายตัวออกไปในเกณฑ์สูง เนื่องจากความต้องการใช้ของผู้บริโภคในประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ และการส่งออกมีคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง การส่งออกในปี 2531 มีมูลค่ารวมทั้งรองเท้าและชิ้นส่วน 9,658.1

¹จิตตภัทร เครือวรรณ, อุตสาหกรรมรองเท้า (กรุงเทพมหานคร: สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532), หน้า 1-8

ล้านบาท เป็นผลมาจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและเอกชนในการหาตลาด และประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ คือ ใต้หวัน และสาธารณรัฐเกาหลีประสบปัญหาค่าแรงงานสูงขึ้นและถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) จากสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดนำเข้าที่สำคัญ ประกอบกับค่าเงินของประเทศเหล่านี้ยังมีแนวโน้มที่แข็งตัวทำให้ประเทศไทยสามารถเข้าไปแทนที่ตลาดในส่วนนี้ได้มากขึ้น

ปัจจุบันอุตสาหกรรมรองเท้าของไทยมีผู้ประกอบการผลิตประมาณ 2,000 ราย โดยที่ร้อยละ 90 เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน ที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 10 เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ สถิติการจ้างงานในปี 2518 มีเท่ากับ 12,630 คน ในปัจจุบันนี้ประมาณว่ามีการจ้างงานในอุตสาหกรรมรองเท้าทั้งหมดมากกว่า 30,000 คน ลักษณะของการผลิตรองเท้าในประเทศไทยมีการผลิตเพื่อขายในประเทศและเพื่อการส่งออก สำหรับกำลังการผลิตยังไม่มีสถิติที่แน่นอนและเป็นทางการ จากการศึกษาของกองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ประมาณไว้ว่า

1. ปัจจุบันการผลิตรองเท้าในประเทศไทยสามารถทดแทนการนำเข้าได้หมด
2. ความต้องการรองเท้าส่งออกทุกชนิดไม่ต่ำกว่า 60 ล้านคู่ต่อปี
3. ความต้องการรองเท้าของคนในประเทศอย่างน้อยที่สุดเฉลี่ยคนละ 1 คู่ต่อปี
4. ผู้ผลิตใช้กำลังการผลิตโดยเฉลี่ยร้อยละ 60-70 ของกำลังการผลิตสูงสุด

ได้มีการประมาณไว้ว่าในปี 2530 กำลังการผลิตรองเท้าในประเทศไทยทั้งหมดจะมีประมาณ 300 ล้านคู่ โดยที่กำลังการผลิตนี้มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทุกปี สำหรับการผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออกในขณะนี้ โรงงานทำการผลิตใน 3 ลักษณะคือ

1. ผลิตภายใต้ใบอนุญาตของบริษัทแม่ในต่างประเทศ

2. รับจ้างหรือรับช่วงทำการผลิตให้แก่ผู้ค้าหรือผู้ผลิตรองเท้าที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ภายใต้อำนาจเครื่องหมายการค้าของผู้ว่าจ้าง โดยผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ออกแบบขนาดและวัตถุดิบในการผลิต ให้ รองเท้าที่ผลิตในกรณีนี้ส่วนใหญ่จะเป็นรองเท้ากีฬาและรองเท้าผ้าใบที่มีชื่อติดตลาด เช่น ADIDAS, NIKE และ CONVERSE เป็นต้น

3. การผลิตเพื่อขายโดยผู้ผลิตเป็นผู้ออกแบบเอง การผลิตแบบนี้ส่วนใหญ่จะจำหน่ายภายในประเทศ สำหรับการส่งออกมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากเครื่องหมายการค้าของรองเท้าไทยนั้นยังไม่เป็นที่นิยมนักในต่างประเทศ

ประเภทของรองเท้า

สำหรับประเภทของรองเท้าที่ทำการผลิตในประเทศสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. รองเท้ากีฬาและผ้าใบ

รองเท้าผ้าใบในสมัยก่อนเป็นรองเท้าที่ส่วนบนทำด้วยผ้าใบ ผ้าฝ้ายหรือผ้ายีนส์ และส่วนพื้นทำด้วยยาง ต่อมาได้มีการพัฒนาทั้งคุณภาพและรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยมีการปรับปรุงทั้งในด้านรูปทรงและการใช้วัสดุ เช่น ไนลอน หนังแท้ และหนังเทียม พร้อมทั้งมีการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตด้วย รองเท้าผ้าใบสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

ก. รองเท้าผ้าใบธรรมดา รองเท้าผ้าใบได้แก่ รองเท้านักเรียน รองเท้าแฟชั่นและกึ่งแฟชั่น สำหรับรองเท้านักเรียนมักจะเป็นแบบเรียบ ๆ สีดำ น้ำตาลหรือขาว ส่วน

รองเท้าแฟชั่นหรือกึ่งแฟชั่น ส่วนบนมักจะทำด้วยผ้าใบ ผ้าร่มหรือหนังกลับ และมีรูปแบบตามความนิยมสำหรับพื้นรองเท้าโดยปกติมักจะเป็นส่วนผสมของยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์และเคมีภัณฑ์บางชนิด

ข. รองเท้ากีฬา รองเท้ากีฬาคือรองเท้าที่ออกแบบเพื่อการกีฬาโดยเฉพาะ มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น การเกาะพื้น น้ำหนักเบา รับแรงกระแทกได้ดี เป็นต้น รองเท้ากีฬาส่วนใหญ่ที่ผลิตในประเทศมักจะได้รับความช่วยเหลือในด้าน การออกแบบและทดสอบจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากผู้ว่าจ้างในต่างประเทศ ในรายชื่อของผู้ผลิตที่ผลิตภายใต้ใบอนุญาตจากบริษัทแม่ในต่างประเทศหรือภายใต้เครื่องหมายการค้าของผู้ว่าจ้าง ซึ่งมักจะเป็นผู้ออกแบบและกำหนดวัตถุดิบที่จะใช้มาให้

2. รองเท้าแตะ

รองเท้าแตะแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

ก. รองเท้าแตะประเภทฟองน้ำ รองเท้าประเภทนี้มีไว้เพื่อใช้สวมในบ้าน โดยที่ส่วนบนมักจะมีหู 3 หู หรือเป็นแผ่นไขว้กัน โดยอาจทำจากยางธรรมชาติ หรือ พีวีซี (POLYVINYL CHLORIDE PVC) ก็ได้ ในขณะที่ส่วนพื้นรองเท้ามักจะใช้ อีวีเอ (ETHYLENE VINYL ACETATE EVA) ผสมกับยางหรือยางล้วน รองเท้าประเภทนี้ส่วนใหญ่ผลิตโดยโรงงานเล็ก ๆ ในปริมาณไม่มากนักและส่วนใหญ่เป็นการสนองความต้องการของภายในประเทศ สำหรับการผลิตเพื่อการส่งออกมักจะผลิตในโรงงานที่ผลิตรองเท้าหลาย ๆ ประเภท และผลิตรองเท้าฟองน้ำด้วย

ข. รองเท้าแตะปีชแซนดัล (BEACH SANDAL) รองเท้าปีชแซนดัลมีลักษณะคล้ายกับรองเท้าฟองน้ำ แต่แตกต่างกันในวัสดุที่ใช้ซึ่งมักจะมีคุณภาพดีกว่า ซึ่งทำให้มีอายุการใช้งานที่นานกว่าและทนทานกว่ารองเท้าแตะฟองน้ำ รองเท้าแตะปีชแซนดัลนี้ ส่วนบนมักจะทำด้วย

วัสดุจำพวกผ้าใย (POLYURETHANE) หรือหนังเทียม และไนลอน ในขณะที่ส่วนพื้นมักจะเป็น อีวีเอฟผสมยาง ยางล้วนหรืออีวีแอล้วน โดยปกติรองเท้าแตะบ๊วยชนิดนี้มักจะมีรูปลักษณะต่าง ๆ หลายแบบตามความต้องการของลูกค้าหรือของตลาด ปัจจุบันการผลิตรองเท้าแตะประเภทนี้มักทำ โดยโรงงานขนาดใหญ่ ซึ่งผลิตเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ

ค. รองเท้าแตะประเภทสวยงาม หรือประเภทแฟชั่น รองเท้าประเภทนี้เป็น รองเท้าแตะที่มีการแต่งส่วนบนของรองเท้ามากกว่ารองเท้าแตะชนิดอื่น โดยมักใช้วัสดุประเภท สวยงาม เช่น หนังเทียมสีต่าง ๆ ผ้า ปอ เชือก ป่าน เป็นต้น ส่วนพื้นมักทำด้วยอีวีเอ หรืออีวีเอฟผสมยาง รองเท้าประเภทนี้มักมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา การ ผลิตรองเท้าแตะแฟชั่นเพื่อการจำหน่ายในประเทศจะประกอบด้วยผู้ผลิตรายเล็ก ๆ เป็นจำนวน มาก เนื่องจากกระบวนการผลิตค่อนข้างง่าย การจำหน่ายนั้นมิได้ 2 วิธีคือ ผู้ผลิตรายเล็ก ผลิตและขายหน้าร้าน หรือผู้ผลิตรายใหญ่จะจัดวัสดุอุปกรณ์และแบบมาให้ผู้ผลิตรายเล็กเป็นผู้ประกอบ เป็นรองเท้าโดยได้ค่าตอบแทนในรูปของค่าจ้าง สำหรับการผลิตรองเท้าแตะแฟชั่นเพื่อการส่งออก มักจะผลิตโดยโรงงานขนาดใหญ่ และมีการใช้เครื่องมือที่ทันสมัย มีการผลิตที่ได้มาตรฐานและ มีความสามารถในการเปลี่ยนแปลงรูปทรงของรองเท้าตามความนิยมได้ตลอดเวลา

3. รองเท้าพลาสติก

รองเท้าอีกประเภทหนึ่งซึ่งกำลังได้รับความนิยมทั้งจากตลาดภายในและตลาดภายนอก ประเทศคือ รองเท้าพลาสติก วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นตัวรองเท้าคือ พีวีซี โดยการฉีดพีวีซี ที่ผสมสีออกมาเป็นรูปร่างของรองเท้าตามความต้องการ จากนั้นก็ทำการตกแต่งโดยใช้ผ้าหรือ พลาสติกพิมพ์ลวดลายตามความต้องการปิดทับอีกทีหนึ่ง วิธีการนี้ทำให้สามารถผลิตรองเท้าพลาสติก ที่มีสีและลวดลายแตกต่างกันออกไปได้มาก โดยใช้แม่พิมพ์ในการฉีดพีวีซีชุดเดียวกัน เนื่องจาก การผลิตรองเท้าพลาสติกนั้นขั้นตอนไม่ยุ่งยาก จึงมีผู้ผลิตจำนวนมาก โดยที่ส่วนมากเป็นผู้ผลิตราย

เล็ก ๆ และผลิตเพื่อขายภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการผลิตเพื่อการส่งออกมักเป็นโรงงานขนาดกลางหรือใหญ่ ซึ่งจำเป็นจะต้องติดตามการเคลื่อนไหวของตลาดอยู่เสมอ เนื่องจากโรงไฟฟ้าล้าสมัยจัดเป็นโรงไฟฟ้าแผ่นดินหนึ่งซึ่งความนิยมในลักษณะ และสีเงินของตลาดในแต่ละประเทศก็แตกต่างกันไปและยังมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมออีกด้วย

4. โรงไฟฟ้าหนึ่ง

การผลิตโรงไฟฟ้าหนึ่งในประเทศมีมานานแล้ว โดยในระยะแรกเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศก่อน จากนั้นจึงมีการตั้งโรงงานขนาดกลางและใหญ่เพื่อการผลิตสำหรับส่งออกขึ้นในระยะหลัง ในด้านของคุณภาพนั้น โรงไฟฟ้าหนึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็นโรงไฟฟ้าเกรดต่ำและโรงไฟฟ้าเกรดดี โดยที่โรงไฟฟ้าเกรดต่ำมักใช้หนึ่งคุณภาพไม่ดีนัก ใช้พื้นยางและที่รองพื้นเป็นหนึ่งเทียม สำหรับโรงไฟฟ้าหนึ่งเกรดดีจะใช้หนึ่งคุณภาพดีเป็นส่วนบนพร้อมกับใช้พื้นหนึ่งและสันรองเท้าอย่างดีด้วย การผลิตโรงไฟฟ้าหนึ่งมักจะเป็นการผลิตตามความนิยมและแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะโรงไฟฟ้าแฟชั่นสตรี ซึ่งผู้ผลิตจำเป็นจะต้องติดตามการเคลื่อนไหวของตลาดและรสนิยมของลูกค้าอยู่อย่างต่อเนื่อง

นอกจากโรงเท้าทั้ง 4 ประเภทที่กล่าวมาแล้ว ประเทศไทยยังมีการผลิตโรงเท้าอื่น ๆ อีก เช่น โรงเท้าที่ใช้ในอุตสาหกรรม โรงเท้าไม้คอร์ก โรงเท้าที่ทำจากเชือกสานหรือเส้น เป็นต้น

เทคนิคการผลิต

ในด้านของเทคนิคการผลิตรองเท้านั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ระบบใหญ่ ๆ กล่าวคือ ระบบกู๊ดเยียร์ (GOODYEAR SYSTEM) ระบบแมคเกรย์ (MACKREY SYSTEM) ระบบเย็น (COLD CEMENTED SYSTEM) ระบบร้อน (HOT SYSTEM) และ ระบบฉีด (INJECTION SYSTEM) สำหรับการผลิตรองเท้าในปัจจุบันของไทยใช้เพียง 3 ระบบหลัง ดังนั้นจะขอกล่าวถึงเฉพาะ 3 ระบบนี้เท่านั้น

1. ระบบเย็น (COLD CEMENTED SYSTEM)

บางที่เรียกว่าระบบแห้ง (DRY PROCESS) ระบบดังกล่าวเป็นระบบที่ติดส่วนหน้าผ้าของรองเท้าเข้ากับพื้นรองเท้าที่ตากาวเตรียมไว้ แล้วนำมาอัดติดกันด้วยเครื่องจักรอีกครั้งหนึ่ง รองเท้าประเภทที่ใช้ระบบการผลิตดังกล่าว ได้แก่ รองเท้ากีฬา รองเท้าหนังซาส รองเท้าแฟชั่น และรองเท้าแตะ เป็นต้น

2. ระบบร้อน (HOT SYSTEM)

บางที่เรียกว่าระบบเปียก (WET PROCESS) ระบบเปียกเป็นระบบที่นำหน้าผ้ารองเท้ามาติดเข้ากับพื้น โดยที่พื้นและกาวที่ใช้ยังไม่สุกหรือเซตตัว ต้องนำรองเท้าไปเข้าตู้อบความร้อนที่ประมาณ 120-150 องศาเซลเซียส ประมาณ 45 นาทีถึงหนึ่งชั่วโมง จึงจะได้รองเท้าที่สำเร็จรูป รองเท้าประเภทที่ใช้ระบบการผลิตแบบนี้ ได้แก่ รองเท้าผ้าใบทั่วไป และรองเท้าหนังซึ่งเป็นพื้นยาง

3. ระบบฉีด (INJECTION SYSTEM)

ระบบที่สามคือ ระบบฉีด ระบบฉีดนี้เป็นวิธีการทำรองเท้าโดยเอาหน้าผ้ารองเท้ามาเข้าหุ่นแล้วฉีดพื้นติดกับหน้าผ้าเลย ซึ่งพื้นอาจเป็นวัสดุพวกพีวีซี ยางเทียมหรือพียูก็ได้ รองเท้า

ประเภทที่ใช้ระบบการผลิตแบบนี้ ได้แก่ โรงทำนักเรียนพลาสติก โรงทำนตะและโรงทำกั๊ว
บางประเภท วิธีการผลิตแบบนี้ใช้กำลังคนในการผลิตน้อยกว่าสองระบบแรกมาก

จากขบวนการผลิตดังกล่าวแล้วข้างต้น ถ้าเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ
จะพบว่าอุตสาหกรรมโรงทำไม้ได้จัดเป็นอุตสาหกรรมประเภทที่ต้องการเทคโนโลยีสูง (HIGH
TECHNOLOGY) งานส่วนใหญ่ยังคงใช้ความชำนาญของช่างเป็นหลักถึงแม้จะมีเครื่องจักรเข้ามา
ประกอบในขบวนการผลิตหลายประเภทก็ตาม ในปัจจุบันโรงงานโรงทำใหญ่ ๆ ที่มีระบบการ
ผลิตมาตรฐาน มียอดการส่งออกเป็นจำนวนมาก เช่น บริษัทบางกอกรีเบอรัลและแพนเอเซีย
ที่ผลิตโรงทำแพน ไม้ ไม้ หรือบริษัทปิยะวัฒน์อุตสาหกรรมยางซึ่งผลิตโรงทำ คอนเวออร์ส
และรีบ็อค หรือบริษัทยูเนี่ยนฟุตแวร์ของกลุ่มสหยูเนี่ยน ซึ่งผลิตโรงทำ ไม้ ไม้ ล้วนแล้วแต่สร้าง
บุคลากรของตนเองขึ้นมาทั้งนั้น ส่วนโรงงานเล็ก ๆ ที่ผลิตโรงทำผู้ชายหรือโรงทำผู้หญิง ซึ่ง
มีอยู่หลายร้อยโรงงานนั้นจะมีประวัติการทำโรงทำเป็นอาชีพสืบทอดกันมาแทบทั้งสิ้น

วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตโรงทำมีอยู่มากมายหลายอย่าง ในปัจจุบันรายการวัตถุดิบที่
สำคัญซึ่งอุตสาหกรรมโรงทำซื้อจากภายในและภายนอกประเทศมีดังแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1

ชนิดและแหล่งที่มาของวัตถุคืบ

=====
วัตถุคืบจากภายในประเทศ

=====
วัตถุคืบที่สั่งเข้าจากต่างประเทศ

ผ้าใบ

ยางธรรมชาติ

หนังแท้

หนังเทียม

พิวรี

พียู

อีวีเอ

เม็ดพลาสติก

กาว

ด้าย

เชือก

กล่อง, ลัง

ผ้าใบ

ยางสังเคราะห์

หนังแท้

หนังเทียม

พิวรี

พียู

อีวีเอ

เม็ดพลาสติก

กาว

ไนลอน

ผ้าเคมี

เคมีภัณฑ์

กระดาษห่อรองเท้า

พิน (บางส่วน)

ซีบพิน (บางส่วน)

โคเฟรม

=====

สำหรับวัตถุดิบที่มีชื่ออยู่ทั้งชื่อจากภายในประเทศและสิ่งเข้าหมายความว่า บางส่วนของ
วัตถุดิบนั้นหาได้หรือชื่อจากภายในประเทศและบางส่วนชื่อจากต่างประเทศ

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ สัดส่วนของการใช้วัตถุดิบภายในประเทศต่อวัตถุดิบจากต่าง
ประเทศ จากการสอบถามผู้ผลิตรองเท้าพบว่าสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบ (ตามมูลค่า) ปรากฏดัง
ตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2

สัดส่วนโดยประมาณของการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ(ตามมูลค่า)

ประเภทของรองเท้า	สัดส่วนของวัตถุดิบจากต่างประเทศ(อัตราร้อยละ)
รองเท้านกเป็ดและผ้าใบ	
สำหรับขายในประเทศ	10 - 25
สำหรับการส่งออก	65 - 75
รองเท้าแตะ	
สำหรับการส่งออก	60 - 70
รองเท้านักกีฬา(แฟชั่น)	
สำหรับขายในประเทศ	10 - 20
สำหรับการส่งออก	50 - 60
รองเท้าพลาสติก	
สำหรับขายในประเทศ	5 - 10
สำหรับการส่งออก	20 - 30

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าการผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออกนั้นจะมีการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศในอัตราที่สูงกว่าการผลิตเพื่อตลาดภายในประเทศมาก โดยเฉพาะแล้วมูลค่าของวัตถุดิบสำหรับรองเท้าส่งออกที่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศและในประเทศจะเป็นอัตราส่วนประมาณ 60 ต่อ 40

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรองเท้าหนังสตรี ได้แก่

- หนังแท้
- ผ้ากำมะหยี่
- ซัพพิน (SOCK)
- พนใน (INSOLE)
- พนรองเท้า (OUTSOLE)
- ส้นรองเท้า
- กาว
- ด้าย
- ผ้าเคมี

ขั้นตอนการผลิตรองเท้า

เนื่องจากการผลิตรองเท้าต้องอาศัยชิ้นส่วนต่าง ๆ มาประกอบกันเข้าเป็นรองเท้า การผลิตจึงมีการแบ่งขั้นตอนในการผลิตออกเป็น 5 แผนกใหญ่ ๆ คือ

1. แผนกเตรียมงาน (CUTTING) แผนกเตรียมงานนี้ต้องจัดเตรียมวัตถุดิบในการผลิตหนังหน้า และนำมาตัดแบ่งตามแบบที่ถูกกำหนดให้เพื่อส่งต่อไปให้แผนกหนังหน้าต่อไป และนำหนังรองเท้ามาติดเข้ากับสันรองเท้าเพื่อส่งต่อไปให้แผนกประกอบ
2. แผนกหนังหน้า (UPPER) แผนกหนังหน้านั้นเป็นแผนกที่นำชิ้นส่วนที่ตัดแบ่งตามแบบแล้วโดยแผนกเตรียมงาน มาเย็บติดกันให้ได้รูปแบบของรองเท้าตามที่ฝ่ายออกแบบกำหนดไว้
3. แผนกประกอบ (ASSEMBLY) แผนกประกอบมีหน้าที่ประกอบหนังหน้าเข้ากับส่วนพื้นของรองเท้า โดยการนำหนังหน้าที่เย็บสำเร็จแล้วมาเข้าหุ่น โดยการดึงให้เข้ารูปและประกบติดกับพื้นรองเท้าที่ติดสันรองเท้าแล้วจากแผนกเตรียมงาน
4. แผนกตกแต่ง (FINISHING) แผนกตกแต่งนี้จัดได้ว่าเป็นแผนกที่มีความสำคัญมากอีกแผนกหนึ่ง เนื่องจากการผลิตรองเท้าเป็นการนำชิ้นส่วนหลายอย่างมาประกอบเข้าด้วยกัน ความผิดพลาดในการทำงานจึงเป็นสิ่งที่พบเห็นอยู่เสมอ การตกแต่งรองเท้าที่ผลิตแล้วจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากเพื่อแก้ไขรองเท้าที่มีจุดบกพร่องไม่มากให้กลับเป็นรองเท้าที่ไม่มีรอยตำหนิได้
5. แผนกหีบห่อ (PACKING) แผนกหีบห่อมีหน้าที่นำรองเท้าที่ผลิตสำเร็จแล้วมาบรรจุลงในกล่อง เพื่อเตรียมการส่งต่อไป

การตลาดของอุตสาหกรรมรองเท้าในประเทศไทย

1. ความต้องการภายในประเทศ

กำลังการผลิตรองเท้าเท่าที่เป็นอยู่สามารถตอบสนองความต้องการรองเท้าภายในประเทศได้อย่างเพียงพอ โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของความต้องการรองเท้าในประเทศมีเพียง

ประมาณร้อยละ 5 ต่อปีเท่านั้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นรองเท้าหนังและรองเท้ายางราคาถูก
อย่างไรก็ตามความต้องการรองเท้าภายในประเทศมักจะขึ้นกับแฟชั่นและความนิยมเป็นสำคัญ เช่น
ผู้บริโภคบางส่วนนิยมรองเท้าจากต่างประเทศ แม้ว่าจะมีรองเท้าที่ผลิตภายในประเทศซึ่งใช้เครื่อง
หมายการค้าต่างประเทศก็ไม่ต้องการ เนื่องจากรองเท้าผลิตในต่างประเทศแม้จะมีราคาสูง แต่
มักจะใช้วัสดุที่มีคุณภาพดีและมีความประณีตในการตัดเย็บมากกว่ารองเท้าที่ผลิตในประเทศตลอดจนมี
รูปแบบที่ทันสมัยกว่า ดังนั้นประเทศไทยจึงมีการนำเข้ารองเท้าอยู่บ้าง เช่น รองเท้ากีฬา
รองเท้าผ้าใบแฟชั่น และรองเท้าพลาสติก แต่แนวโน้มการนำเข้าเริ่มลดลงตั้งแต่ปี 2528
เพราะผู้ผลิตภายในประเทศสามารถผลิตรองเท้าที่มีคุณภาพดีตามความต้องการของผู้ใช้ได้มากขึ้น
สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับการนำเข้าของรองเท้าไทยได้แสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3

มูลค่าการนำเข้าของไทย

(ล้านบาท)

ปี	มูลค่าการนำเข้า
2525	39.7
2526	72.1
2527	84.1
2528	60.0
2529	68.6
2530	ไม่มีข้อมูล

ที่มา : กรมศุลกากร

2. ความต้องการจากต่างประเทศ

สำหรับตัวเลขมูลค่าการส่งออกของไทยแยกตามประเภทของรองเท้า ตั้งแต่

ปี 2526-2530 แสดงไว้ในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4

มูลค่าการส่งออกรองเท้าของไทยแยกตามประเภท

(ล้านบาท)

ประเภทของรองเท้า	2525	2526	2527	2528	2529	2530
รองเท้ากีฬา	310.66	106.35	714.23	1105.71	1424.12	2333.45
รองเท้าพลาสติก	27.98	31.89	32.14	57.75	369.75	1221.10
รองเท้าหนัง	512.74	671.57	656.82	622.66	516.37	684.40
รองเท้าแตะ	343.93	502.60	426.91	412.66	504.57	800.61
รองเท้าผ้าใบ	99.66	82.53	98.14	75.93	113.40	424.30
รองเท้ายาง	7.44	5.41	0.80	3.16	63.17	167.81
รองเท้าอื่นๆ	16.24	11.46	9.56	6.58	30.07	12.82
ชิ้นส่วนรองเท้า	16.05	30.84	53.16	81.84	160.63	273.59
รวม	1339.70	1742.75	2052.12	2367.76	3183.85	5918.08

ที่มา : กรมศุลกากร

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า รองเท้าที่ไทยส่งออกได้มากที่สุดตั้งแต่ปี 2527 เป็นต้นมาคือ รองเท้ากีฬา รองลงมาคือรองเท้าหนังและรองเท้าแตะ ตามลำดับ ในปี 2530 รองเท้าพลาสติกก็ได้เริ่มมีบทบาทมากขึ้นในการส่งออกรองเท้าของไทย โดยมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับที่ 2 (รองจากรองเท้ากีฬา) จากที่เคยเป็นอันดับ 5 อยู่จนถึงปี 2529

สำหรับประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยและมูลค่าการนำเข้ารองเท้าจากไทยตั้งแต่ปี 2527 ถึงปี 2530 ปรากฏดังตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5

มูลค่าการนำเข้ารองเท้าจากไทยจำแนกเป็นรายประเทศ

(ล้านบาท)

ประเทศ	2527	2528	2529	2530
สหรัฐอเมริกา	497.7	679.7	959.5	1421.4
สหราชอาณาจักร	542.5	520.5	342.2	915.8
อิตาลี	2.1	66.1	156.0	375.4
เบลเยียม	เล็กน้อย	8.6	70.7	304.2
ฝรั่งเศส	12.0	39.1	72.1	218.1
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	7.8	22.6	49.8	126.2
เนเธอร์แลนด์	11.2	14.3	22.1	85.9
ชาวดีอาระเบีย	408.0	354.7	411.0	537.3
สหรัฐอเมริกาบริติช	160.5	183.5	290.9	423.0
คูเวต	198.9	229.2	230.7	228.2
สิงคโปร์	25.1	61.3	79.1	156.2
ออสเตรเลีย	4.9	17.0	79.1	163.4
ประเทศอื่นๆ	181.2	170.4	421.5	963.0
รวมทั้งสิ้น	2051.9	2367.0	3184.7	5918.3

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

จากตารางที่ 5 จะเห็นว่าประเทศที่นำเข้ารองเท้าไทยมากที่สุดคือ สหรัฐอเมริกา รองลงมาคือ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ได้แก่ คูเวต ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับ อิมิเรตส์ อีกกลุ่มประเทศหนึ่งซึ่งนำเข้ารองเท้าจากไทยมากเช่นกันคือ กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ ยุโรป โดยเฉพาะสหราชอาณาจักร และอิตาลี รองลงมาคือ กลุ่มประเทศอาเซียน

ในด้านของความต้องการรองเท้าประเภทต่าง ๆ ของประเทศเหล่านี้ได้แสดงไว้ใน ตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6

ความต้องการรองเท้าจากประเทศไทย แยกตามประเภทของรองเท้า

ประเทศ	ประเภทของรองเท้า
สหรัฐอเมริกา	รองเท้ากีฬา, รองเท้าแตะ
กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	รองเท้าหนัง, รองเท้าแตะ, รองเท้าสาง, รองเท้าพลาสติก
กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป	รองเท้ากีฬา, รองเท้าผ้าใบ, รองเท้าพลาสติก
กลุ่มประเทศอาเซียน	รองเท้าหนัง, รองเท้าแตะ, รองเท้าพลาสติก
สิงคโปร์	รองเท้าหนัง, รองเท้าแตะ, รองเท้าพลาสติก
ฟิลิปปินส์	รองเท้าหนัง, รองเท้าแตะ, รองเท้าพลาสติก อุปกรณ์รองเท้า
มาเลเซีย	รองเท้ากีฬา, รองเท้าผ้าใบ, รองเท้าแตะ, รองเท้าพลาสติก, อุปกรณ์รองเท้า
อินโดนีเซีย	รองเท้ากีฬา, รองเท้าแตะ, อุปกรณ์รองเท้า
บรูไน	รองเท้าแตะ, รองเท้าหนัง, รองเท้ากีฬา, รองเท้าพลาสติก

จากตัวเลขการส่งออกรองเท้าของไทยในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าไทยสามารถส่งออกได้ออกได้ในมูลค่าที่สูงมากและเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทุกปี ความรุ่งเรืองของการส่งออกรองเท้าของไทยนั้นมีส่วนสำคัญมาจากการที่แหล่งผลิตรองเท้ารายใหญ่ของโลกคือ เกาหลีใต้ และได้หันประสบปัญหาการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงาน นอกจากนี้ค่าเงินเหรียญของเกาหลีและค่าเงินเหรียญของไต้หวันมีค่าแข็งขึ้น ซึ่งหมายถึงว่าสินค้าของเกาหลีและไต้หวันรวมถึงรองเท้ามีราคาสูงขึ้นในตลาดโลก นอกจากนั้นประเทศผู้นำเข้ารองเท้ารายใหญ่ที่สุดคือ สหรัฐอเมริกาได้ตัดสิทธิพิเศษทางศุลกากร(GSP) สำหรับรองเท้าจากเกาหลีและไต้หวันอีกด้วย ทำให้รองเท้าจากประเทศทั้งสองนี้ไม่สามารถจะแข่งขันกับรองเท้าจากประเทศอื่น ๆ ได้ ผลก็คือผู้ผลิตรองเท้ารายเล็กหรือผู้ผลิตรองเท้าราคาถูกในเกาหลีและไต้หวันพากันเลิกผลิตกันไปหมดจะมีเหลืออยู่บ้างก็คือ ผู้ที่ผลิตรองเท้าราคาแพง คุณภาพสูง หรือใช้เทคโนโลยีทันสมัยมากๆ ซึ่งสามารถขายได้ในราคาสูงและพอจะแข่งขันกับรองเท้าจากประเทศอื่นได้ ในขณะที่ผู้ซื้อที่ต้องการรองเท้าราคาปานกลางจนถึงถูกก็เริ่มมองหาตลาดใหม่ ๆ แทนที่รองเท้าดังกล่าวจากเกาหลีและไต้หวัน

แม้ว่าคำอธิบายดังกล่าวจะเป็นสาเหตุสำคัญที่อธิบายถึงความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมรองเท้าในไทยแต่ก็ยังไม่ใช้คำอธิบายทั้งหมด การที่อุตสาหกรรมรองเท้าส่งออกเกิดและเจริญเติบโตมาได้จนทุกวันนี้ ไม่ได้เป็นเพราะเกาหลีและไต้หวันมีปัญหาในการส่งออกเท้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเพราะไทยมีปัจจัยรองรับที่เหมาะสมควบคู่กันไปด้วย ปัจจัยเหล่านี้ก็คือ

1. ปัจจัยแรงงานและผู้ประกอบการ ไทยมีแรงงานที่มีคุณภาพดีและค่าจ้างที่ค่อนข้างถูก พร้อมกับมีผู้ประกอบการที่มีความสามารถในปริมาณที่พอเพียง
2. นโยบายส่งเสริมการลงทุนและส่งเสริมการส่งออกที่ให้ประโยชน์แก่นักลงทุนและผู้ส่งออกอย่างกว้างขวาง

3. สภาวะทางการเมืองและเศรษฐกิจที่มั่นคง

4. ความพร้อมในด้านอื่น ๆ เช่น การติดต่อสื่อสาร การคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

จากสภาวะที่เอื้ออำนวยทั้งหมดนี้ ทำให้การผลิตและส่งออกของไทเซต้าที่ผ่านมาและแนวโน้มในอนาคตสดใสมากเป็นพิเศษ ถึงกับมีผู้กล่าวว่าในปัจจุบันนี้ ตลาดรองเท้าส่งออกของไทยเป็นตลาดของผู้ผลิตโดยแท้

ทางด้านประเทศคู่แข่งชั้นในการผลิตและส่งออกเท้าของไทยได้แก่ ประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกเท้าที่สำคัญของโลก 3 ประเทศคือ อิตาลี ไต้หวัน และสาธารณรัฐเกาหลี ส่วนประเทศที่มีความสำคัญรองๆ ลงมาได้แก่ อินเดีย บราซิล สเปน ฮังการี เวียดนาม ฝรั่งเศส และสาธารณรัฐเยอรมัน เป็นต้น

1. อิตาลี ประเทศอิตาลีได้ชื่อว่าเป็นผู้ผลิตรองเท้าที่มีชื่อเสียงทั่วโลกและครองความเป็นผู้นำในตลาดรองเท้าแฟชั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรองเท้าสุภาพสตรีอย่างไม่มีใครเทียม อิตาลีมีโรงงานผลิตรองเท้าประมาณ 9,682 บริษัท มีการจ้างงานไม่ต่ำกว่า 134,000 คน ขนาดอุตสาหกรรมรองเท้าในอิตาลีมีตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่มีคนงานกว่า 500 คนขึ้นไป ในปี 2529 อิตาลีผลิตรองเท้าได้ทั้งสิ้นจำนวน 499.3 ล้านคู่ ใช้ภายในประเทศประมาณ 150 ล้านคู่ หรือร้อยละ 30 และส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศร้อยละ 70 ของการผลิตทั้งหมด ตลาดสำคัญของอิตาลีได้แก่ ฝรั่งเศสและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ซึ่งนำเข้ารองเท้าจากอิตาลีร้อยละ 50 ของปริมาณการส่งออกของอิตาลีทั้งหมด ตลาดสำคัญรอง ๆ ลงมา ได้แก่ ออสเตรเลีย แคนาดา เม็กซิโก สวิตเซอร์แลนด์ โหรวีต ญี่ปุ่น ซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น

ปี 2529 อุตสาหกรรมรองเท้าของอิตาลีมิได้เผชิญกับปัญหาความตกต่ำในด้านการส่งออก

รองเท้าเท่านั้น แต่ยังคงเผชิญกับปัญหาของการหลั่งไหลเข้ามาของรองเท้าจากประเทศกลุ่มกำลังพัฒนา ซึ่งมาแย่งเอาส่วนแบ่งการตลาดรองเท้าของอิตาลีไปร้อยละ 40 ของส่วนแบ่งในตลาดรองเท้าของอิตาลีทั้งหมด ประเทศที่ส่งรองเท้าไปจำหน่ายยังอิตาลีที่มีมูลค่าสูงสุดคือ สาธารณรัฐเกาหลี มีมูลค่าสูงถึง 81.5 พันล้านลิรา หรือ 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

2. ไต้หวัน ประเทศไต้หวันถือได้ว่าเป็นประเทศผู้นำทางด้านการผลิตรองเท้าประเภทหนังในเอเชีย อุตสาหกรรมรองเท้าในไต้หวันได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากรัฐบาลและสมาคมผู้ผลิตรองเท้าของไต้หวัน อาทิเช่น การฝึกอบรมเทคนิคต่าง ๆ วิธีการควบคุมคุณภาพ การนำเครื่องจักรทันสมัยมาใช้ การนำคอมพิวเตอร์มาช่วยในด้านการออกแบบและการผลิต ปัจจุบันไต้หวันได้หันไปผลิตรองเท้าชนิดที่ใช้เทคโนโลยีสูงขึ้นและคุณภาพดีกว่าเดิม

ไต้หวันเป็นผู้ส่งออกรองเท้าอันดับสองรองจากอิตาลี โดยในปี 2528 สามารถส่งออกรองเท้าไปจำหน่ายยังตลาดโลกมูลค่าประมาณ 60,507 ล้านบาท รองเท้าที่ส่งออกได้แก่ รองเท้าแตะและรองเท้าสาน รองเท้ากีฬา รองเท้าใส่ฉาบฉวย ตลาดสำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และตะวันออกกลาง

3. สาธารณรัฐเกาหลี ประเทศนี้จัดได้ว่าเป็นผู้ผลิตรองเท้ารายใหญ่อีกประเทศหนึ่ง มีโรงงานรองเท้าประมาณ 115 โรง แต่มีโรงงานเพียง 5 โรง ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ ทำการผลิตประมาณร้อยละ 50 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด

ในการส่งออกสาธารณรัฐเกาหลีเป็นผู้ส่งออกอันดับสามของโลก รองจากอิตาลีและไต้หวัน ปี 2528 สาธารณรัฐเกาหลีส่งออกรองเท้ามูลค่า 1,442.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา รองเท้าที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นรองเท้ากีฬาและรองเท้าผ้าใบ ประมาณร้อยละ 84 ของมูลค่าส่งออกรองเท้าทั้งหมด ตลาดรองเท้าที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป เป็นต้น

4. อินเดีย ในอนาคตอินเดียอาจจะเป็คู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย ทั้งนี้เพราะ

อุตสาหกรรมรองเท้าหนังของอินเดียกำลังได้รับความสนใจจากบรรดาบริษัทเครื่องหนังและบริษัทรองเท้าในตะวันตก เพราะอินเดียสามารถผลิตสินค้าได้มาตรฐานระดับที่สามารถส่งออกนอกได้ เพราะค่าแรงถูกกว่า

อินเดียส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไปจำหน่ายแก่สหภาพโซเวียต และปัจจุบันได้ขยายตลาดรองเท้าโดยมุ่งส่งออกในตลาดสหรัฐอเมริกา โปรตุเกส สหราชอาณาจักร อิตาลี และประเทศตะวันตกอื่น ๆ

นอกจากประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ๆ ที่กล่าวมาแล้ว ประเทศไทยยังมีคู่แข่งที่สำคัญอื่น ๆ อีกได้แก่ ฮองกง ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีความได้เปรียบประเทศไทยในด้านวัตถุดิบและประสิทธิภาพของแรงงาน ทำให้สามารถผลิตรองเท้าได้ราคาต่ำกว่า

การส่งออกรองเท้าไทย

ในปัจจุบันรัฐบาลได้เข้ามามีบทบาท และให้ความร่วมมือกับเอกชนอย่างใกล้ชิด เพื่อส่งเสริมการส่งออกให้ได้ปริมาณและมูลค่าที่สูงที่สุด โดยมีการสนับสนุนดังต่อไปนี้

1. สนับสนุนการส่งเสริมการลงทุน โดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งให้สิทธิประโยชน์ในด้านของการลดเว้นอากรขาเข้าและภาษีการค้าแก่บริษัทหรือโรงงานที่ผลิตเพื่อการส่งออกสำหรับโครงการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน
2. สนับสนุนการส่งออก โดยกรมศุลกากรได้จัดให้มีมาตรการหลายประการเพื่ออำนวยความสะดวกและจูงใจให้เกิดการส่งออก ได้แก่

- ก. การคืนอากรขาเข้าวัตถุดิบตามมาตรา 19 ทวิ
- ข. การจ่ายเงิน (บัตรภาษี) ชดเชยค่าภาษีอากร
- ค. การอำนวยความสะดวกในการนำเข้าและส่งออก
- ง. การจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า

3. การสนับสนุนให้เข้าร่วมในงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น เข้าร่วมงานแสดงรองเท้า (FOOTWEAR FAIR) ณ ประเทศสาธารณรัฐเยอรมัน และงานแสดงสินค้าในประเทศอื่น ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา สวีเดน สิงคโปร์ เป็นต้น

4. ให้ความร่วมมือในการจัดทำแคตตาล็อกรูปภาพของรองเท้าประเภทต่าง ๆ
ออกเผยแพร่