



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมรองเท้าเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วจากเดิมที่มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กผลิตรองเท้าที่มีคุณภาพไม่สู้จะดีนัก และเห็นการจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก ต่อมาได้ขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ขึ้น มีการเพิ่มการลงทุน รวมทั้งได้พัฒนาเทคนิคการผลิตให้มีความทันสมัยเพื่อปรับคุณภาพของรองเท้าให้ได้มาตรฐาน จนกระทั่งปัจจุบันรองเท้าของไทยเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ และกลายเป็นสินค้าขึ้นแนวหน้าที่ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการส่งออก ตั้งแต่ปี 2528 เป็นต้นมา รองเท้าของไทยจัดเป็นสินค้าออกที่ทำรายได้เข้าประเทศอยู่ใน 20 อันดับแรกของสินค้าออกทั้งหมดโดยในปี 2528 รองเท้าได้จัดเป็นสินค้าออกที่ทำรายได้เข้าประเทศมากอันดับที่ 15<sup>1</sup> และในปีต่อมาก็ได้จัดอยู่ในอันดับที่ 13 และ 11 ตามลำดับ และนับแต่ปี 2532 เป็นต้นมารองเท้าก็จัดอยู่ในสินค้าออก สำคัญ 10 อันดับแรกซึ่งทำเงินตราเข้าประเทศปีละหลายพันเหรียญสหรัฐฯ การขยายตัวของ การส่งออกอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วได้แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมรองเท้ามีแนวโน้มการส่งออกที่สดใส โดยเฉพาะรองเท้ากีฬา มีปริมาณการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากจากที่เคยส่งออกเพียง 3,056.5 พันคู่ มูลค่า 13,507.2 พันเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2525 เพิ่มขึ้นเป็น 18,718.4 พันคู่ มูลค่า 90,634.6 พันเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2530 และในปี 2534 ไทยสามารถส่งออกรองเท้ากีฬาได้ถึง 56,560.6 พันคู่ มูลค่า 505,909.6 พันเหรียญสหรัฐฯ ดังตารางที่ 1.1

ตั้งแต่ปี 2532 เป็นต้นมา ผู้ผลิตรองเท้ากีฬารายสำคัญของโลก คือ ไต้หวันและเกาหลี ได้ประสบปัญหาต้นทุนการผลิตพุ่งสูงขึ้นเนื่องจากค่าจ้างแรงงานในประเทศเพิ่มสูงขึ้น และค่าเงินที่แข็งขึ้นมาก นอกจากนี้ยังถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็น

<sup>1</sup> คู่มือพ่อค้าส่งออกปี 2530-2531.

ตารางที่ 1.1 : ปริมาณ, มูลค่าส่งออกและอัตราการขยายตัวของรองเท้ากีฬาไทยในปี  
2520-2534

ปี	ปริมาณ (พันคู่)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐฯ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2520	1.4	-	2.9	-
2521	8.5	507.1	41.5	1,331.0
2522	257.5	2,929.4	642.8	1,448.9
2523	82.9	-67.8	303.1	-52.8
2524	1,844.4	2,124.8	6,691.2	2,107.6
2525	3,056.5	65.7	13,507.2	101.9
2526	4,206.2	37.6	17,667.6	30.8
2527	7,226.3	71.8	30,214.1	71.0
2528	9,270.7	28.3	40,712.6	34.7
2529	10,140.0	9.4	54,151.5	33.0
2530	18,718.4	84.6	90,634.6	67.4
2531	29,322.4	56.7	172,022.0	89.8
2532	34,970.4	19.3	263,965.2	53.4
2533	51,358.6	46.9	415,583.1	57.4
2534	56,560.6	10.1	505,909.6	21.7

ที่มา: กรมศุลกากร

ตลาดส่งออกที่สำคัญ จึงมีผู้ผลิตรองเท้าของไต้หวันและเกาหลีใต้หลายรายย้ายฐานการผลิตเข้ามายังประเทศไทยเพื่ออาศัยความได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่าในไทย ตลอดจนอัตราแลกเปลี่ยนที่เอื้ออำนวยต่อการส่งออก ส่งผลให้อุตสาหกรรมการผลิตรองเท้ากีฬาของไทยขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว กอรปกับรัฐบาลในปัจจุบันมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมรองเท้า ทำให้มีผู้สนใจมาขอรับการส่งเสริมการลงทุนเพื่อผลิตรองเท้ากีฬาเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีทั้งนักลงทุนที่เป็นคนไทยและชาวต่างประเทศ จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน พบว่าในปัจจุบันมีผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมรองเท้ากีฬาจนถึงสิ้นปี 2534 ประมาณ 88 ราย<sup>2</sup> นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตที่ไม่ได้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนอีกเป็นจำนวนมากซึ่งผู้ผลิตเหล่านี้ อยู่ในฐานะที่จะขยายการผลิตได้ ประกอบกับอุตสาหกรรมรองเท้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิต (Labor Intensive) ประมาณว่า มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมรองเท้ากีฬาที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน จนถึงสิ้นปี 2534 มีพนักงานรวมทั้งสิ้น 75,907 คน ซึ่งประเทศไทยอยู่ในภาวะที่ได้เปรียบกว่าบางประเทศ คือ ยังมีแรงงานบางส่วนที่ยังว่างงานอยู่ในขณะที่ต่างประเทศมีค่าแรงที่สูงขึ้น ดังนั้นประเทศที่พัฒนาแล้วบางประเทศจึงเลิกดำเนินกิจการไป และบางประเทศหันไปผลิตสินค้าที่มีลักษณะไฮเทคมากขึ้น ซึ่งในการผลิตใช้สัดส่วนของแรงงานลดลง และมีการนำเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตมากขึ้น กล่าวคือ เป็นการผลิตสินค้าสู่ตลาดระดับสูง จึงทำให้การผลิตและส่งออกรองเท้ากีฬาของไทยในตลาดระดับกลางมีแนวโน้มสูงขึ้นมาโดยตลอด จนอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทย เป็นประเทศหนึ่งที่มีโอกาสสูงในการก้าวขึ้นมาเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกรองเท้ากีฬาของเอเชียในอนาคต ทั้งนี้เพราะเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดรองเท้ากีฬาของไทยในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดรองเท้าที่ใหญ่และสำคัญที่สุดแล้ว พบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ในอันดับต้น ๆ รองจากเกาหลีใต้และไต้หวัน ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดดังตารางที่ 1.2

<sup>2</sup> สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ตารางที่ 1.2 : ส่วนแบ่งตลาดรองเท้ายี่ห้อต่าง ๆ ในสหรัฐอเมริกา (ตามมูลค่า)

หน่วย: ร้อยละ

ประเทศ	2528	2529	2530	2531	2532	2533
เกาหลีใต้	53.56	55.13	55.12	56.49	49.49	51.79
ไต้หวัน	30.24	30.48	27.66	24.88	22.90	16.35
ไทย	1.22	1.67	1.98	3.63	12.73	14.05
จีน	0.88	0.16	0.25	2.07	7.48	11.84
อินโดนีเซีย	-	0.03	0.03	0.77	3.30	3.70
อิตาลี	3.49	3.65	3.73	3.55	3.05	2.01
ฟิลิปปินส์	0.42	0.49	0.46	0.65	0.29	0.10
ฮ่องกง	0.10	0.17	0.32	0.24	0.47	0.10
ญี่ปุ่น	0.23	0.17	0.14	0.07	0.19	0.04
อื่น ๆ	9.86	8.05	10.31	7.65	0.01	0.02
รวม	100	100	100	100	100	100

ที่มา : U.S.Imports for Consumption 1985-1990

จากตารางข้างต้น จะเห็นว่าส่วนแบ่งตลาดรองเท้ายี่ห้อของไทยในแต่ละปีเพิ่มสูงขึ้นมา โดยตลอด ในขณะที่ประเทศผู้ผลิตรองเท้ายี่ห้อรายใหญ่ของโลก คือ เกาหลีใต้และไต้หวัน เริ่มมีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลงอันเนื่องมาจากสาเหตุดังกล่าวมาแล้ว นอกจากนี้ประเทศไทยเองยังมีความพร้อมในด้านอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงานหรือด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ ในการศึกษาวิจัยในเรื่องต่างๆ เพื่อที่จะหาทางสนับสนุนในการเพิ่มการผลิต ปรับปรุงระบบการตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ ตลอดจนเรื่องของการสนับสนุนที่จะเอื้ออำนวยต่อการผลิต

และส่งออกธัญพืชของไทยต่อไป การศึกษาเท่าที่ผ่านมาส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์อุตสาหกรรมรองเท้าทั้งหมด มิได้มีการแยกวิเคราะห์ถึงอุตสาหกรรมรองเท้าประเภทใดประเภทหนึ่งอย่างจริงจัง ในการวิจัยนี้จึงได้แยกทำการศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมรองเท้ากีฬาโดยละเอียดเพียงอุตสาหกรรมเดียว

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ในการวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ คือ

1. ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการรองเท้ากีฬาไทย ในตลาดต่างประเทศโดยแยกวิเคราะห์ตลาดนำเข้าที่สำคัญ ๆ
2. ทำการพยากรณ์ขนาดของอุปสงค์ต่อรองเท้ากีฬาที่ส่งออกไปยังตลาดที่สำคัญในระยะ 5 ปี (2534-2538)
3. ศึกษาถึงสภาพทั่วไป ภาวะการผลิต การส่งออก ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมรองเท้ากีฬา พร้อมทั้งเสนอแนะวิธีแก้ไขบางประการ

## 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในเรื่องนี้ ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1. พิจารณาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการรองเท้ากีฬาส่งออกของไทยในช่วงปี 2524-2533 ในตลาดส่งออกที่สำคัญ 3 ตลาด คือ สหรัฐอเมริกา กลุ่มประชาคมยุโรป และแคนาดา
2. ศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มการส่งออก สำหรับอุตสาหกรรมรองเท้ากีฬา ที่ส่งไปจำหน่ายยังตลาดทั้ง 3 แห่งว่ามีปริมาณเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร
3. ในการพยากรณ์ขนาดของอุปสงค์ ต่อรองเท้ากีฬาที่ส่งออกไปยังตลาดต่าง ๆ ได้อาศัยข้อสมมติที่ว่าปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือไปจากปัจจัยที่กำหนดไว้ในแบบจำลองมีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

แปลง อาทิ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับสิ่งกีดกั้นทางการค้า หรือนโยบายการค้าของกลุ่มประเทศต่าง ๆ เป็นต้น

#### 1.4 วิธีการศึกษาวิจัย

ในการวิจัยจะอาศัยข้อมูลทุติยภูมิได้จากเอกสาร วารสาร ทั้งจากหน่วยงานของรัฐ และเอกชน อาทิ สมาคมการค้าอุตสาหกรรมรองเท้าไทย กรมศุลกากร กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน องค์การสหประชาชาติ ตลอดจนธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ข้อมูลดังกล่าวจะนำมาวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการรองเท้ากีฬาของไทยในแต่ละตลาด แต่เนื่องจากประเทศไทยส่งออกไปจำหน่ายยังหลายประเทศ ในการศึกษาครั้งนี้จึงแยกศึกษาในแต่ละตลาดที่นับว่ามีความสำคัญ อาทิ สหรัฐอเมริกา กลุ่มประชาคมยุโรป\* และแคนาดา ซึ่งวิธีการที่จะนำมาใช้ในการวิจัยเรื่องนี้ คือ วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (MULTIPLE REGRESSION ANALYSIS) ทั้งนี้ในการพยากรณ์ขนาดของอุปสงค์รองเท้ากีฬาในตลาดต่าง ๆ ในอนาคตนั้นได้นำวิธีการทางสถิติที่เรียกว่า TIME TREND ESTIMATION มาใช้ คือ กำหนดให้ตัวแปรอิสระต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับแนวโน้มตามเวลาโดยการพิจารณาลักษณะของแนวโน้มใน 3 รูปแบบ คือ รูปแบบเส้นตรง โพลีโนเมียลกำลังสอง และเอ็กซ์โพเนนเชียล และทำการคัดเลือกสมการที่เหมาะสมที่สุดเพื่อใช้เป็นตัวแทนในการพยากรณ์อุปสงค์ในอนาคตต่อไป ในการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ได้อาศัยข้อสมมติที่ว่า ปัจจัยต่าง ๆ นอกเหนือไปจากปัจจัยที่กำหนดไว้ในแบบจำลอง มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

---

\* ในที่นี้จะพิจารณา 4 ประเทศ คือ สหราชอาณาจักร อิตาลี สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน และฝรั่งเศส เนื่องจากเป็นประเทศที่มีการนำเข้ารองเท้ากีฬาจากไทยค่อนข้างสูงในแต่ละปีส่วนประเทศอื่น ๆ มีการนำเข้าจากไทยน้อยมากจึงมิได้นำเข้ามาพิจารณา

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเพื่อให้บรรลุเป้าหมายข้างต้น จะก่อให้เกิดข้อสรุปอันจะเป็นประโยชน์ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณความต้องการหรืออุปสงค์ต่อรองเท้ากีฬาส่งออกของไทย
2. เพื่อจะได้ทราบถึง ปริมาณความต้องการรองเท้ากีฬาของไทยในตลาดต่างประเทศว่ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร
3. เพื่อประโยชน์ในการกำหนดเป้าหมายการผลิตและปริมาณการส่งออก ในระยะยาวให้เป็นไปด้วยความเหมาะสมและใกล้เคียงกับความเป็นจริง พร้อมทั้งหาช่องทางสนับสนุนและแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ
4. เพื่อผู้ผลิต ผู้ส่งออก ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ทราบถึงขนาดของอุปสงค์ พร้อมทั้งปัญหาอุปสรรคในด้านการผลิต และดำเนินการส่งออกต่อไป

จากการศึกษาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ จะทำให้ทราบถึงช่องทางและโอกาสที่ประเทศไทยจะดำเนินนโยบายส่งเสริมการลงทุน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมรองเท้ากีฬาส่งออก และนโยบายการค้าระหว่างประเทศเพื่อขยายการส่งออกได้อย่างถูกต้องนั่นเอง นอกจากนี้การวิจัยจะช่วยให้เราคาดหมายได้ว่า ประเทศไทยมีโอกาสที่จะขยายการส่งออกรองเท้ากีฬาได้มากขึ้นยิ่งขึ้นเพียงใดและประเทศใดจะเป็นตลาดที่สำคัญต่อไปในอนาคต

## 1.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครือพันธ์ นิษฐ์วัฒนากุล<sup>๑</sup> ( 2517 ) ได้ทำการศึกษาแนวโน้มการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยที่ผ่านมาในอดีตว่า มีการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างและทิศทางการส่งออกอย่างไร โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดค่าของอุปสงค์ต่อสินค้าอุตสาหกรรมแต่ละประเภทที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรรายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศผู้ซื้อ ระดับราคาสินค้าอุตสาหกรรมในประเทศผู้ซื้อและจำนวนประชากร โดยทำการแยกวิเคราะห์ตามประเภทของตลาดผู้ซื้อ คือ ตลาดอาเซียน ตลาดประเทศพัฒนาแล้วและตลาดทั้งหมด โดยอาศัยวิธีการทางสถิติที่เรียกว่า Method of Least Square Technique ได้ผลสรุปว่า ตัวกำหนดที่สำคัญของอุปสงค์สินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ที่ไทยส่งไปจำหน่ายยังตลาดทั้ง 3 ตลาดนั้น คือ ระดับรายได้ต่อหัว แม้ว่าจะมีสินค้าอุตสาหกรรมบางประเภทที่ราคาเข้ามามีบทบาทในการกำหนดอุปสงค์ด้วย แต่ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาจะต่ำกว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ โดยเฉพาะในตลาดอาเซียนราคามีบทบาทในการกำหนดอุปสงค์เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อบกพร่องของข้อมูลราคา ซึ่งเป็นดัชนีราคาสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศกำลังพัฒนาที่ส่งไปจำหน่ายในแต่ละตลาด มิใช่เป็นดัชนีราคาของประเทศไทย โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในตลาดทั้ง 3 พบว่า ตลาดทั้งหมดความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้และราคามีค่าสูงที่สุดรองลงมา คือ ตลาดประเทศพัฒนาแล้ว ส่วนในตลาดอาเซียนนั้นค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของสินค้าหลายประเภทจะต่ำกว่า 1 แสดงว่า ตลาดอาเซียนไม่ใช่ตลาดรับซื้อสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ ตลาดประเทศพัฒนาแล้วและตลาดทั้งหมดจะเป็นตลาดรับซื้อที่สำคัญต่อไป นอกจากนี้ ในขั้นของการพยากรณ์ขนาดอุปสงค์ในอนาคต พบว่าในตลาดอาเซียนสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงในอนาคต ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม้และหนังสัตว์ ส่วนในตลาดประเทศพัฒนาแล้วและตลาดทั้งหมด อุตสาหกรรมที่ส่งออกได้มาก ได้แก่ ไข่มุก เครื่องประดับและสิ่งทอต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยก็ประสบกับปัญหาทางด้านข้อมูล เนื่องจากเป็นข้อมูลทุติยภูมิซึ่งปรากฏอยู่ในเอกสารขององค์การสหประชาชาติ

<sup>๑</sup> เครือพันธ์ นิษฐ์วัฒนากุล. " การคาดคะเนเกี่ยวกับอุปสงค์สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกบางประเภทของไทย " ( วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2517 )



ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มิได้อยู่ในสภาพที่จะนำมาวิเคราะห์ได้ทันทีที่ต้องปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมและถูกต้องเสียก่อนจึงจะทำการวิเคราะห์ได้และนอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านเทคนิคในการวิจัยเนื่องจากข้อจำกัดในด้านข้อมูลดังกล่าว ดังนั้นในการวิเคราะห์อุปสงค์และการพยากรณ์ จึงสามารถสร้างแบบจำลองที่รวมเอาตัวกำหนดทางเศรษฐกิจ (variable) เพียงไม่กี่ตัว เข้าไว้ในแบบจำลองและเป็นแบบจำลองสมการเดี่ยว (Single Demand Equation Model)

Paitoon Wiboonchutikule<sup>4</sup> (2529) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับภาวะอุตสาหกรรมรองเท้าของไทยที่ผ่านมาว่ามีลักษณะอย่างไร โดยพิจารณาภาวะการผลิตและการส่งออกรองเท้าของไทย 3 ประเภท คือ รองเท้าแตะ รองเท้ากีฬาและผ้าใบ และ รองเท้าหนัง โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงพรรณนา สรุปได้ว่าในช่วงปี 2513 รองเท้าส่งออกของไทยมีจำนวนน้อยมากและส่วนใหญ่จะทำการส่งออกให้แก่ประเทศเพื่อนบ้านแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นส่วนใหญ่ต่อมากการส่งออกรองเท้าได้เริ่มขยายตัวขึ้นและได้เริ่มส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี 2518 โดยสัดส่วนของรองเท้าที่ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาคิดเป็น 66% ของรองเท้าที่ส่งออกทั้งหมด ต่อมาเริ่มขยายการส่งออกไปยังประเทศตะวันออกกลาง เช่น ซาอุดีอาระเบีย และคูเวต จนกระทั่งในปี 2523 สัดส่วนรองเท้าไทยไปยังสหรัฐอเมริกาเริ่มลดลงเหลือประมาณ 40% แต่สัดส่วนรองเท้าไทยในตะวันออกกลางกลับเพิ่มขึ้นคิดเป็น 40% ของรองเท้าทั้งหมดและในช่วงระหว่างปี 2523-2528 ตลาดส่งออกรองเท้าของไทยได้ขยายตัวไปยังประเทศกลุ่มประชาคมยุโรป แทนโดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือในปี 2528 ประเทศตะวันออกกลางมีสัดส่วนการนำเข้าคิดเป็น 38% สำหรับสัดส่วนรองเท้าในประเทศสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประชาคมยุโรปคิดเป็น 27% และ 28% ตามลำดับ เมื่อรวมกลุ่มประเทศทั้ง 5 เข้าด้วยกันคือ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และคูเวต พบว่าในปี 2528 มีการนำเข้ารองเท้าจากไทยมากกว่า 3 ใน 4 ของรองเท้าไทยที่ส่งออกทั้งหมด

สำหรับในอดีตที่ผ่านมา รองเท้าที่มีการส่งออกมากที่สุด คือ รองเท้าแตะ กล่าวคือมีการส่งออกมากกว่าครึ่งหนึ่งของรองเท้าที่ไทยส่งออกทั้งหมด ต่อมา มีการขยายการผลิตรองเท้าหนัง

<sup>4</sup> Paitoon Wiboonchutikule. "Export Barriers of Shoe Industry in Thailand" Thailand Developing Research Institute, 1986.

ซึ่งมีการส่งออกมากในแถบตะวันออกกลาง จนกระทั่งในช่วงปี 2523-2528 การส่งออกรองเท้าของไทยมีการขยายตัวสูงที่สุดคือมากกว่า 90% ต่อปีเป็นการส่งออกรองเท้ากีฬา ซึ่งในปี 2528 นี้สัดส่วนการส่งออกรองเท้ากีฬาของไทยมากที่สุด กล่าวคือคิดเป็น 50% ตามด้วยรองเท้าหนัง และรองเท้าแตะตามลำดับ

Gary Gereffi<sup>5</sup> (2534) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับภาวะอุตสาหกรรมรองเท้าของสหรัฐอเมริกาโดยพิจารณารองเท้าประเภทต่าง ๆ ที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากประเทศที่สำคัญ ๆ ได้แก่ อิตาลี สเปน ไต้หวัน เกาหลีใต้ และจีน โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงพรรณนา พอสรุปได้ว่า สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดรองเท้าที่ใหญ่ที่สุดในโลก ตั้งแต่ปี 2511 เป็นต้นมา สหรัฐอเมริกานำเข้ารองเท้าที่ไม่ใช่ยาง<sup>6</sup> (Nonrubber Footwear) จากประเทศต่าง ๆ คิดเป็น 80 % ของรองเท้านำเข้าทั้งหมด โดยนำเข้าจากประเทศอิตาลีมากที่สุด คือคิดเป็น 41 % ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด ต่อมาได้มีการนำเข้าจากประเทศแถบเอเชีย ได้แก่ ไต้หวัน โดยในปี 2519 สหรัฐอเมริกานำเข้ารองเท้าที่ไม่ใช่ยางจากไต้หวันถึง 156 ล้านคู่ คิดเป็น 42 % ของการนำเข้าทั้งหมด ตามมาด้วยเกาหลีใต้ ซึ่งมีการนำเข้าจากสองประเทศนี้มากที่สุดในปี 2530 กล่าวคือ 2 ใน 3 ของรองเท้าที่ไต้หวันและเกาหลีใต้ผลิตได้ จะถูกส่งไปยังสหรัฐอเมริกาหรือกล่าวได้ว่าร้อยละ 50 ของรองเท้าที่ขายในสหรัฐอเมริกา จะเป็นรองเท้าที่นำเข้าจากไต้หวันและ เกาหลีใต้ทั้งสิ้น และหลังจากปี 2523 เป็นต้นมา บราซิลก็ได้กลายมาเป็นผู้ส่งออกที่สำคัญอีกประเทศหนึ่ง ตามมาด้วยจีน จนกระทั่งถึงปี 2533 มี 4 ประเทศที่สำคัญ คือ ไต้หวัน เกาหลีใต้ จีน และบราซิล ส่งรองเท้าที่ไม่ใช่ยางไปยังสหรัฐอเมริกามากกว่า 80% ของรองเท้าที่นำเข้าทั้งหมด ซึ่งมีสาเหตุที่สำคัญเนื่องจากค่าจ้างแรงงานที่ถูกของประเทศแถบเอเชีย จึงมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่สามารถแข่งขันกับรองเท้าที่ผลิตในสหรัฐอเมริกาเองหรือจากอิตาลีได้ นอกจากรองเท้า

<sup>5</sup> Gary Gereffi. "New Realities of Industrial Development in East Asia and Latin America in term of Global Regional and National Trends" 1990.

<sup>6</sup> Nonrubber Footwear หมายถึงรองเท้าที่ไม่ได้ทำจากยางหรือมีส่วนผสมของยางบนรองเท้าในมูลค่าที่น้อยกว่า 50% ของมูลค่าวัสดุที่ใช้ทำรองเท้าทั้งหมด เช่น รองเท้าหนัง หนังเทียม พลาสติกอื่น ๆ เป็นต้นว่า ผ้าใบ

ที่ไม่ใช่ยางแล้วยังมีการนำเข้ารองเท้าอื่น ๆ อีกได้แก่ รองเท้าหนัง รองเท้าพลาสติก ซึ่งผู้ส่งออกที่สำคัญ คือ อิตาลี จะส่งออกรองเท้าหนังบุรุษที่มีราคาสูงกว่า 25 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป ขณะที่ได้วันและเกาหลีใต้จะส่งออกในราคาระหว่าง 8-20 เหรียญสหรัฐฯ และเงินจะส่งออกรองเท้าหนังราคาถูกที่สุด คือไม่เกิน 1.25 เหรียญสหรัฐฯ โดยในปี 2533 การนำเข้ารองเท้าของสหรัฐอเมริกาเป็นดังนี้

- รองเท้าหนังบุรุษ นำเข้าจากไต้หวันคิดเป็น 19% บราซิล 16% เกาหลีใต้ 14% จีน 14% และอิตาลี 8% สำหรับรองเท้าหนังสตรี นำเข้าจากบราซิลคิดเป็น 42%
- รองเท้าพลาสติก/vinyl นำเข้าจากไต้หวันคิดเป็น 49% และจากจีน 31%
- รองเท้ากีฬา นำเข้าจากเกาหลีใต้คิดเป็นสัดส่วน 2 ใน 3 ของรองเท้าที่สหรัฐอเมริกานำเข้าทั้งหมด
- รองเท้ายาง/รองเท้าสาน นำเข้าจากจีนคิดเป็น 50% เกาหลีใต้ 18% และจากไต้หวัน 11%

อย่างไรก็ตามแม้ว่าเกาหลีใต้จะเป็นตลาดนำเข้าที่สำคัญของสหรัฐอเมริกา แต่ในระยะหลังเกาหลีใต้ ก็เริ่มได้รับผลกระทบจากประเทศคู่แข่งชั้นที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ได้แก่ ไทยและอินโดนีเซีย กล่าวคือ ต้นทุนการผลิตของไทยถูกกว่าเกาหลีใต้ 4 เท่า<sup>7</sup> และต้นทุนการผลิตของอินโดนีเซียถูกกว่าเกาหลีใต้ 2 เท่าตามลำดับ ดังนั้นในช่วงปี 2532 เป็นต้นมา จึงเริ่มมีการย้ายฐานการผลิตจากเกาหลีใต้มาสู่ประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าบ้างแล้ว

จากงานวิจัยที่ผ่านมาในเรื่องที่เกี่ยวกับอุปสงค์สินค้าอุตสาหกรรมส่งออก ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยของสินค้าต่าง ๆ เช่น ข้าว กุ้ง และสินค้าอุตสาหกรรมชนิดอื่น แต่ยังไม่มียานวิจัยใดที่ทำเกี่ยวกับเรื่องของอุตสาหกรรมรองเท้ากีฬาโดยตรง ในการวิจัยนี้จึงได้ประมวลแนวความคิดจากงานวิจัยของสินค้าต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยนำเทคนิควิธีวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุมาใช้ อย่างไรก็ตามในการวิจัยก็ยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง ไม่ว่าจะเป็นข้อจำกัดในด้านข้อมูลหรือปัญหาทางด้านเทคนิคของการวิจัยเอง จึงอาจทำให้งานวิจัยที่ได้ไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร

---

<sup>7</sup> Gary Gereffi. "New Realities of Industrial Development in East Asia and Latin America in term of Global Regional and National Trends" 1990.