

SMEs



รายงานภาวะเศรษฐกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สาขาเครื่องหนังและรองเท้า



โดย ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายพื้นที่/รายสาขา
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
เมษายน 2552

คำนำ

รายงานฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา (รส.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานสถานการณ์ภาวะทางเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สาขาเครื่องหนัง และรองเท้า ซึ่งเป็นกรนำผลการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายงาน และโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายงาน ที่สำนักงานฯ ร่วมกับศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาไว้มาวิเคราะห์ และประมวลผลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริม SMEs รายงานที่/รายสาขา

ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา สสว.

เมษายน 2552

สารบัญ

	หน้า
บทนำ ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย	
1. โครงสร้างและสถานภาพของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า	
1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรม	1
1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน	2
1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ	3
2. ต้นทุนการผลิตเครื่องหนังและรองเท้าหนัง	6
3. ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า	7
4. SWOT Analysis อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า	8
5. ปัญหาของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า	9
6. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายในอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า	9
7. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs สาขาเครื่องหนังและรองเท้า	9
8. สรุปกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการที่จะดำเนินการในระยะสั้นและระยะยาว	13
9. มาตรการและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ	14
10. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	14
11. ตัวอย่างโครงการในสาขาเครื่องหนังและรองเท้า	15
ภาคผนวก	
สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs สาขาเครื่องหนังและรองเท้า	
บรรณานุกรม	

บทนำ

ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาค โดยมีจำนวนถึงประมาณร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานรากการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน ข้อมูลที่ยืนยันถึงบทบาททางเศรษฐกิจไทยที่สำคัญดังกล่าวตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs การนำเข้าและส่งออกของ SMEs การบริโภคภาคเอกชน การค้า การลงทุนของ SMEs และการจ้างงานของ SMEs บทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย ประมาณร้อยละ ร้อยละ 38.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.1 ของมูลค่าการส่งออกรวม และการจ้างงาน ร้อยละ 76.0 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด

1. นิยามการจำแนกขนาด SMEs

การจำแนกขนาดอุตสาหกรรม SMEs ยึดหลักเกณฑ์ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยการกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง	
	จำนวน	สินทรัพย์ถาวร	จำนวน	สินทรัพย์ถาวร
กิจการการผลิต	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
กิจการบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50	26-50	เกินกว่า 50-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30	16-30	เกินกว่า 30-60

2. โครงสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 จำนวนวิสาหกิจในประเทศไทยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 2,375,368 ราย โดยจัดเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 2,366,227 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.6 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด ทั้งนี้ แบ่ง SMEs ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้ SMEs ที่อยู่ภาคการค้าและซ่อมบำรุง จำนวน 973,248 ราย หรือร้อยละ 41.1 จำนวนรองลงมาได้แก่ SMEs ที่อยู่ในการบริการ 708,841 ราย หรือร้อยละ 30.0 และที่อยู่ในการผลิตรวม จำนวน 668,185 ราย หรือร้อยละ 28.2 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด

ตารางที่ 1 จำนวนและการจ้างงานของวิสาหกิจ ปี 2547 - 2550 จำแนกตามขนาดและประเภทกลุ่มธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	2547			2548			2549			2550		
	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total
จำนวนวิสาหกิจ (ราย)												
ภาคการค้าและซ่อมบำรุง	1,384	865,906	867,923	1,481	878,020	880,134	1,211	938,057	939,646	1,266	973,248	974,929
ภาคบริการ	1,106	621,242	623,177	1,138	644,032	646,003	1,192	673,120	674,464	1,223	708,841	710,371
ภาคการผลิตรวม	1,785	691,926	694,026	1,818	696,816	698,949	1,817	661,055	663,465	1,828	668,185	670,596
อื่นๆ	36	20,068	24,524	37	20,201	24,667	12	17,564	21,220	7	15,963	19,472
รวม	4,311	2,199,130	2,209,650	10,493	2,239,069	2,249,753	4,232	2,289,796	2,298,795	4,324	2,366,227	2,375,368
จำนวนการจ้างงาน (คน)												
ภาคการค้าและซ่อมบำรุง	433,286	2,331,196	2,764,482	444,493	2,358,189	2,802,682	379,808	2,376,968	2,756,776	401,670	2,431,432	2,833,102
ภาคบริการ	466,515	2,693,370	3,069,885	480,526	2,639,440	3,119,966	536,783	2,857,284	3,394,067	632,213	3,007,968	3,640,181
ภาคการผลิตรวม	1,711,724	3,431,553	5,143,277	1,734,386	3,459,096	5,193,482	1,726,494	3,402,699	5,129,193	1,776,884	3,460,967	5,237,851
อื่นๆ	3,138	1,374	4,512	3,138	1,435	4,573	443	176	618	-	200	200
รวม	2,614,663	8,357,493	10,972,156	2,662,543	8,458,160	11,120,703	2,643,528	8,637,126	11,280,654	2,810,767	8,900,567	11,711,334

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคม ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3. บทบาททางเศรษฐกิจของ SMEs

3.1 บทบาทด้านการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม SMEs

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศในปี 2550 สำหรับ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีมูลค่า 3,244,974.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.2 ของ GDP รวมทั้งประเทศ มีอัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 4.2 ต่อปี เมื่อพิจารณามูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจพบว่าวิสาหกิจขนาดย่อม มีบทบาทด้านมูลค่า GDP สูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลางโดยมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อม เท่ากับ 2,175,597.9 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้า คิดเป็นร้อยละ 3.9 และมูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดย่อม มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 25.6 ของ GDP รวมด้านมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางพบว่า ในปี 2550 มูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดกลาง เท่ากับ 1,069,376.6 ล้านบาทขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 4.8 และมีสัดส่วนต่อ GDP รวมคิดเป็นร้อยละ 12.6

โครงสร้างมูลค่า GDP ของ SMEs ในปี 2550 ยังคงมีลักษณะคล้ายคลึงกับปีก่อนหน้าโดยโครงสร้างทางเศรษฐกิจของ SMEs มีความเกี่ยวข้องกับภาคการบริการ ภาคการผลิต และภาคการค้าและซ่อมบำรุงเป็นสำคัญ เช่นเดียวกับโครงสร้าง GDP ของประเทศ โดยภาคการบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุดมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมาได้แก่ ภาคการผลิตซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 30.7 และ ภาคการค้าคิดเป็นร้อยละ 29.1

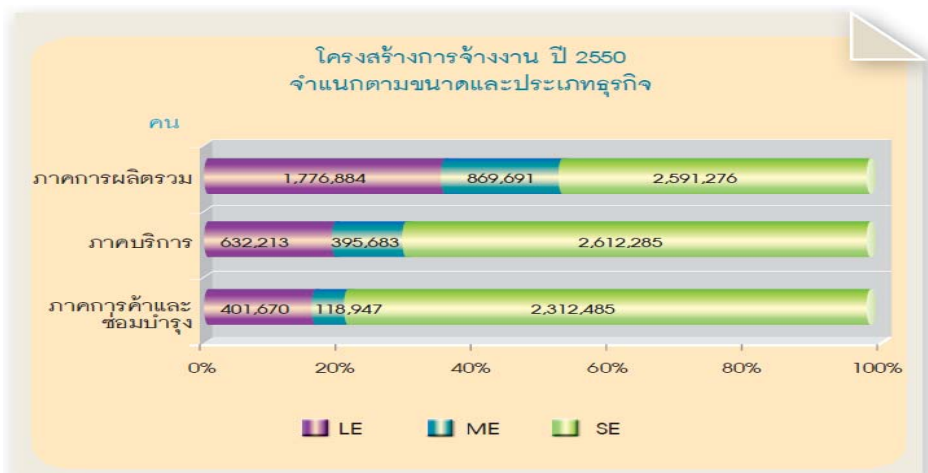
ตารางที่ 2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2546-2550 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

	2546	2547	2548	2549	2550
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)					
ประเทศ	5,928,974.0	6,503,487.0	7,104,228.0	7,816,474.0	8,485,200.0
ภาคเกษตร	607,863.0	654,810.0	706,285.0	836,077.0	967,091.0
ภาคนอกเกษตร	5,321,111.0	5,848,677.0	6,397,943.0	6,980,397.0	7,518,109.0
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	2,691,814.3	2,954,382.0	3,260,301.3	3,589,655.1	3,889,567.5
- SMEs	2,367,109.7	2,598,656.9	2,816,640.7	3,041,895.9	3,244,974.5
• วิสาหกิจขนาดย่อม	1,613,005.2	1,761,455.2	1,901,333.5	2,043,460.3	2,175,597.9
• วิสาหกิจขนาดกลาง	754,104.5	837,201.8	915,307.2	998,435.6	1,069,376.6
- วิสาหกิจอื่น ๆ	262,187.0	295,638.0	321,001.0	348,846.0	383,567.0
สัดส่วน (ร้อยละ)					
ประเทศ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ภาคเกษตร	10.3	10.1	9.9	10.7	11.4
ภาคนอกเกษตร	89.7	89.9	90.1	89.3	88.6
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	45.4	45.4	45.9	45.9	45.8
- SMEs	39.9	40.0	39.6	38.9	38.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	27.2	27.1	26.8	26.1	25.6
• วิสาหกิจขนาดกลาง	12.7	12.9	12.9	12.8	12.6
- วิสาหกิจอื่น ๆ	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5
อัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาคงที่ (ร้อยละ)					
ประเทศ	7.1	6.3	4.5	5.1	4.8
ภาคเกษตร	12.7	(2.4)	(1.9)	3.8	3.9
ภาคนอกเกษตร	6.5	7.4	5.2	5.2	4.8
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	8.5	7.4	5.6	5.4	5.5
- SMEs	4.6	7.6	4.9	5.5	4.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	3.9	6.9	4.7	5.4	3.9
• วิสาหกิจขนาดกลาง	6.2	9.1	5.2	5.5	4.8
- วิสาหกิจอื่น ๆ	3.0	3.2	3.9	0.0	3.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประมวลผลโดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
หมายเหตุ : วิสาหกิจอื่น ๆ คือ การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ

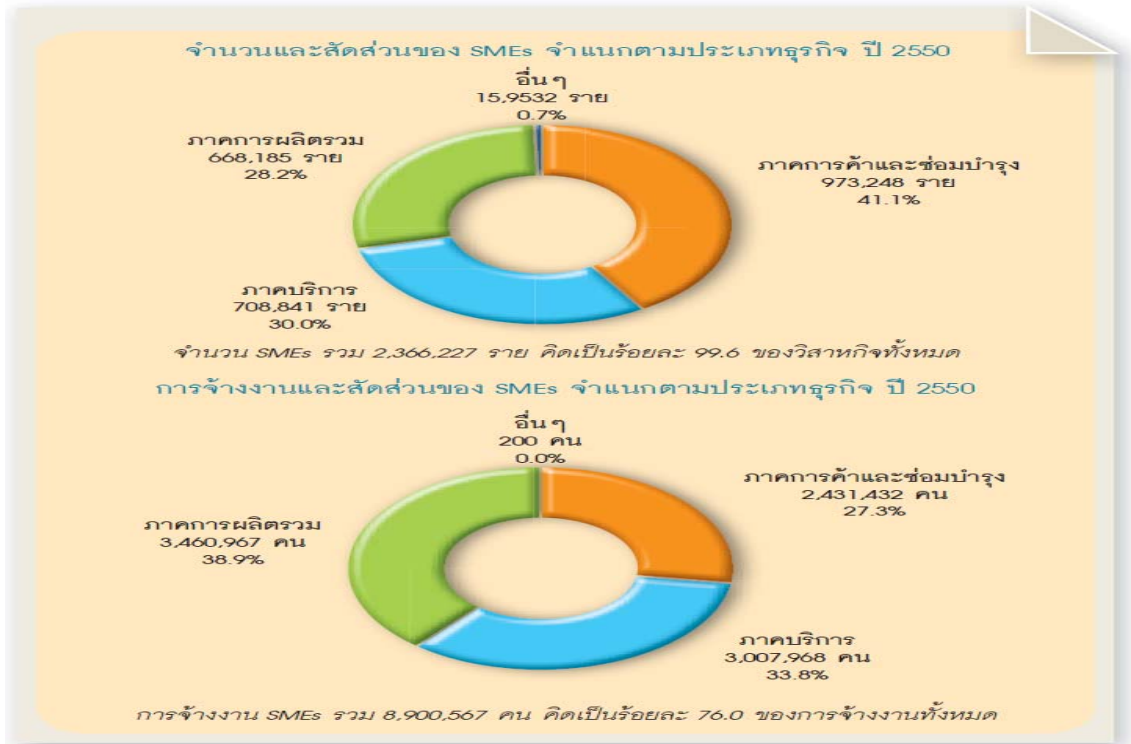
3.2 บทบาทด้านการจ้างงาน

แผนภาพที่ 1 โครงสร้างการจ้างงาน ปี 2550 จำแนกตามขนาดและประเภทธุรกิจ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคมประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แผนภาพที่ 2 โครงสร้างจำนวน SMEs และการจ้างงานของ SMEs ปี 2550 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคม ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 จำนวนวิสาหกิจในประเทศรวมทั้งสิ้น 2,375,368 ราย มีการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 11,711,334 คน โดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดใหญ่ 2,810,767 คน และเป็นการจ้างงานใน SMEs จำนวน 8,900,567 คน หรือร้อยละ 76.0 ของการจ้างงานรวมทั้งสิ้น โดยภาคการผลิตเป็นประเภทธุรกิจที่มีการจ้างงานสูงที่สุดร้อยละ 38.9 ของการจ้างงาน ใน SMEs ทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ภาคบริการ ร้อยละ 33.8 และภาคการค้า ที่มีจำนวน SMEs สูงที่สุดนั้นมีการจ้างงานเพียงร้อยละ 27.3 ของการจ้างงานใน SMEs ทั้งหมด

3.3 บทบาทด้านการค้าระหว่างประเทศของ SMEs

ตารางที่ 3 สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ต่อการส่งออกรวม ปี 2550

	2548	2549	2550
สัดส่วน SMEs EXPORT ต่อ TOTAL EXPORT	29.7%	29.1%	30.1%
สัดส่วน SMEs IMPORT ต่อ TOTAL IMPORT	32.4%	32.7%	29.8%
สัดส่วน SMEs EXPORT ต่อ GDP SMEs	40.5%	44.3%	48.8%
สัดส่วน TOTAL EXPORT ต่อ GDP รวมของประเทศ	52.3%	58.3%	61.9%

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 10,126,995.0 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการส่งออกรวม 5,254,999.3 ล้านบาท มูลค่าการนำเข้ารวม 4,871,995.7 ล้านบาท เมื่อพิจารณาสัดส่วนการส่งออกโดยรวมของประเทศ สำหรับ SMEs ในปี 2550 มีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศรวม 3,036,484.9 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการส่งออกของ SMEs จำนวน 1,583,310.1 ล้านบาท และเป็นมูลค่าการนำเข้าของ SMEs รวม 1,453,174.9 ล้านบาท ทั้งนี้การส่งออกของ SMEs มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 10.1 ในขณะที่การนำเข้าหดตัวลงกว่าปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 8.8

4. โครงสร้างอุตสาหกรรม SMEs

ตามผลการศึกษาโครงการแผนการปรับโครงสร้าง SMEs รายสาขา ซึ่ง สสว. ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทำการศึกษา ได้จำแนกโครงสร้างอุตสาหกรรม SMEs ในประเทศไทย ออกเป็น 3 ภาค ได้แก่

1) ภาคการผลิต ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้

- อุตสาหกรรมวิศวกรรม หมายถึง อุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรกลหรือเทคโนโลยีระดับสูง (High – technology Industries) ในการผลิต แต่อย่างไรก็ตาม ในบางขั้นตอนการผลิตเป็นเพียงการประกอบชิ้นส่วนโดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง จึงมีผู้ประกอบการ SMEs อยู่เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งออกเป็น 6 สาขา ได้แก่ เหล็กและโลหะประดิษฐ์ เครื่องจักรกล แม่พิมพ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน

- กลุ่มอุตสาหกรรมเบาที่ใช้แรงงานเข้มข้น หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนแรงงานในการผลิตสูง โดยแบ่งออกเป็น 5 สาขา ได้แก่ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รองเท้าและเครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ สิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์พลาสติก

- กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง อุตสาหกรรมที่พึ่งพาวัตถุดิบทางการเกษตรเป็นหลัก โดยแบ่งออกเป็น 5 สาขา ได้แก่ อาหาร ยาและสมุนไพร เฟอร์นิเจอร์ไม้ ผลิตภัณฑ์ยาง เซรามิกส์

2) ภาคการค้า ประกอบด้วย 2 สาขา ได้แก่ การค้าปลีก และการค้าส่ง

3) ภาคบริการ ประกอบด้วย 9 สาขา ได้แก่ บริการท่องเที่ยว สปาและบริการสุขภาพ ร้านอาหาร การก่อสร้าง บริการขนส่งและโลจิสติกส์ บริการซอฟต์แวร์และDigit Content บริการศึกษา บริการออกแบบ บริการที่ปรึกษา

5. สถานการณ์และปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กล่าวคือ

1. **การรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจ** มีการรวมตัวทางเศรษฐกิจทั้งในระดับทวีปาคี ภูมิภาค และพหุภาคี รวมทั้งบทบาทที่เพิ่มขึ้นของประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะจีนและอินเดีย

2. **การเปลี่ยนแปลงในตลาดการเงินโลก** เกิดวิกฤตทางการเงิน ความไม่สมดุล ของเศรษฐกิจประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ส่งผลกระทบต่อค่าเงินสกุลต่างๆ ในโลก ตลาดการเงินและ ตลาดทุนมีความเชื่อมโยงกันทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ

3. **การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี** มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของ Information and Communication Technology (ICT) เป็นยุคที่มีการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีหลัก ได้แก่ Biotechnology Material Technology และ Nanotechnology

4. **การเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม** ปัจจุบันทั่วโลกต่างหันมาให้ความสำคัญกับ ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อันเนื่องมาจากความไม่สมดุลกลมกลืนระหว่างการผลิตกับ สภาพแวดล้อม มีการกล่าวถึงเรื่องของ Global Warming และหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity)

5. **พฤติกรรมผู้บริโภค** การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้ ถึงโอกาสของธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจที่ต้องปรับตัวให้เสนอสินค้าและ บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

6. **การขาดสภาพคล่องทางการเงิน** ในกลุ่ม SMEs เนื่องจากสถาบันการเงินเริ่ม เข้มงวดกับการปล่อยสินเชื่อ

7. **ความผันผวนของต้นทุนพลังงาน และอัตราการแลกเปลี่ยน**

8. **เสถียรภาพทางการเมืองของประเทศ**

ดังนั้นทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมและ SMEs ควรให้ความสำคัญของความ ต่อเนื่องของนโยบาย ในอนาคตอุตสาหกรรมจะเกิดการขยายตัวด้วยการ**เพิ่มผลิตภาพการผลิต** (Productivity) มุ่งเน้นการพึ่งพาวัตถุดิบในประเทศมากขึ้น ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานของการผลิตบนฐานความรู้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม **มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพมาตรฐานในด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ ประหยัดพลังงาน** เพื่อลดข้อจำกัดในการกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้าที่ใช้ปัจจัยดังกล่าว เป็นกำแพงทางการค้า ตลอดจน**ส่งเสริมให้เกิดและยกระดับเครือข่ายวิสาหกิจในลักษณะ เครือข่าย**ให้ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานทั้งระดับประเทศ ภูมิภาคและโลก

อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า

1. โครงสร้างและสภาพของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า

1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย และเคยเป็น 1 ใน 10 อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดของประเทศ โดยมีมูลค่าส่งออกสูงถึงกว่า 70,000 ล้านบาทต่อปี ก่อให้เกิดการจ้างงานประมาณ 500,000 คน ในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2533 ซึ่งนับเป็นยุคทองของอุตสาหกรรมนี้ อย่างไรก็ตามสินค้าเครื่องหนังและรองเท้าของไทยเริ่มสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในตลาดทุกระดับ ในตลาดระดับบนประเทศไทยเริ่มเสียเปรียบกลุ่มประเทศอิตาลี ฝรั่งเศส ไต้หวัน ในเรื่องการออกแบบที่หลากหลายตามแฟชั่นการตัดเย็บที่ละเอียดและประณีต การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่วนในตลาดระดับกลางและล่างนั้น ไทยเริ่มเสียเปรียบกลุ่มประเทศสเปน อินเดีย จีน เวียดนาม ในด้านราคา

จากการศึกษาโครงการจัดทำแผนการปรับโครงสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา พบว่าอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าหนึ่งเป็นอุตสาหกรรมเชื่อมโยงที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น (Labor intensive) ซึ่งส่งผลให้เกิดการจ้างงานจำนวนมากอีกด้วย

ประเภทของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำของหนังและผลิตภัณฑ์หนัง โดยอุตสาหกรรมปลายน้ำจะผลิตสินค้า ซึ่งได้แก่ผลิตภัณฑ์หนังและรองเท้า ซึ่งเป็นสินค้าขั้นสุดท้ายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังซึ่งหมายถึงผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ที่ผลิตจากหนังสัตว์ ที่สำคัญ ๆ ในอุตสาหกรรมนี้ได้แก่ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2546)

1) เครื่องใช้ในการเดินทาง ได้แก่ กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าเอกสาร กระเป๋าเครื่องสำอาง กระเป๋าหนังสือ เต้นท์ ถุงนอน เป้หลัง รวมทั้งของใช้ต่าง ๆ ที่สามารถนำติดตัวไปใช้ได้ เช่น ซองธนบัตร ซองพาสปอร์ต ซองแว่นตา เป็นต้น

2) กระเป๋าหนัง มีหลายประเภทด้วยกันได้แก่ กระเป๋าถือของสตรี กระเป๋าเอกสาร กระเป๋าสตางค์ กระเป๋านักเรียน กระเป๋าเดินทาง เป็นต้น

3) ถุงมือหนัง

4) ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังประเภทอื่น ๆ เช่น เครื่องแต่งกายที่ทำจากหนังสัตว์ หนังหุ้มเฟอร์นิเจอร์ พวงกุญแจ กรอบรูป เครื่องใช้สำนักงาน เข็มขัด สายนาฬิกา ปลอกคอก สายจูง และของเล่นสำหรับสุนัข เป็นต้น

ในส่วนของผู้ผลิตรองเท้าที่ทำการผลิตในประเทศ สามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้ (วัชรวิ ถิณธานี , คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2546)

1) รองเท้ากีฬา เป็นรองเท้าที่ออกแบบเพื่อใช้ในการกีฬาโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม รองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศมักถูกออกแบบและกำหนดวัตถุประสงค์มาจากผู้ว่าจ้างในต่างประเทศ

2) รองเท้าหนัง การผลิตรองเท้าหนังในประเทศระยะแรกเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศต่อมาได้มีการพัฒนาจัดตั้งโรงงานขนาดกลางและขนาดใหญ่ เพื่อส่งออกมากขึ้น รองเท้าหนังที่ผลิตมีตั้งแต่รองเท้าคุณภาพต่ำราคาถูก ถึงรองเท้าคุณภาพดีราคาแพง รองเท้าที่มีคุณภาพต่ำจะใช้หนังที่มีคุณภาพไม่ดีนัก ใช้พื้นยางหรือพื้นรองเท้าเป็นหนังเทียม ส่วนรองเท้าหนังที่มีคุณภาพสูง จะใช้หนังคุณภาพดีทำเป็นส่วนบนรองเท้าและใช้พื้นรองเท้าที่ทำด้วยวัสดุอย่างดี ซึ่งมักจะผลิตภายใต้ตราสินค้าของต่างประเทศหรือมีลักษณะเป็นการรับจ้างผลิต (OEM)

3) รองเท้ายางและพลาสติก รองเท้ายางและพลาสติกเป็นรองเท้าอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับค่านิยมทั้งจากตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ เนื่องจากเป็นรองเท้าแฟชั่น

4) รองเท้าแตะ รองเท้าแตะที่ผลิตมีหลายชนิด ได้แก่ รองเท้าแตะประเภทพองน้ำ รองเท้าแตะปีชแซนดัล (Beach Sandal) และรองเท้าแตะประเภทสวยงามหรือแฟชั่น

5) รองเท้าอื่น ๆ เช่น รองเท้าที่ทำจากไม้คอร์ก รองเท้าที่ทำจากเชือกสาน

1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน

อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและ SMEs มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า จากข้อมูลของศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สสว. พบว่าในปี 2550 อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า มีจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้น 8,107 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 8,078 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.64 ในส่วนของการจ้างงาน SMEs อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า มีการจ้างงาน 110,253 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 72.56 ของการจ้างงานรวมในอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า

ตารางที่ 2 จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
1820	การตกแต่งและย้อมสีขนสัตว์ รวมทั้งการผลิตสิ่งของที่ทำจากขนสัตว์	43	0	0	43	43	0.53	0.00	0.53
1911	การฟอกและตกแต่งหนังสัตว์	270	12	4	282	286	3.48	0.05	3.53
1912	การผลิตกระเป๋าเดินทาง กระเป๋าถือ ผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันและเครื่องลากเทียมสัตว์	2769	18	5	2787	2792	34.38	0.06	34.44
1920	การผลิตรองเท้า	4917	49	20	4966	4986	61.26	0.25	61.50
รวม		7,999	79	29	8,078	8,107	99.64	0.36	100

ที่มา: ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ + กรมพัฒนาธุรกิจการค้า + สนง.ประกันสังคม + การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย + BOI + สำนักศกศก. กทม. + อบจ. 75 จังหวัด **ประมวลผลโดย:** ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 5 กุมภาพันธ์ 2552

ตารางที่ 3 จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนการจ้างงาน (คน)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
1820	การตกแต่งและย้อมสีขนสัตว์ รวมทั้งการผลิตสิ่งของที่ทำจากขนสัตว์	186	0	0	186	186	0.12	0	0.12
1911	การฟอกและตกแต่งหนังสัตว์	4,881	1,428	2,249	6,309	8,558	4.15	1.48	5.63
1912	การผลิตกระเป๋าเดินทาง กระเป๋าถือ ผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันและเครื่องลากเทียมสัตว์	23,487	3,711	2,902	27,198	30,100	17.90	1.91	19.81
1920	การผลิตรองเท้า	46,274	30,286	36,551	76,560	113,111	50.38	24.05	74.44
รวม		74,828	35,425	41,702	110,253	151,955	72.56	27.44	100

ที่มา: ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ + กรมพัฒนาธุรกิจการค้า + สนง.ประกันสังคม + การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย + BOI + สำนักเทคนิคกรม. + อบจ. 75 จังหวัด **ประมวลผลโดย:** ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 5 กุมภาพันธ์ 2552

พิจารณาจำนวน SMEs ในกิจกรรมการผลิตต่าง ๆ ของอุตสาหกรรม พบว่า SMEs เป้าหมายที่จะเน้นในการส่งเสริม คือกลุ่มผลิตกระเป๋า (ISIC 1912) โดยมีผู้ประกอบการร้อยละ 34.38 และใช้วัตถุดิบจากหนังดิบจากการฟอกและตกแต่งในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง โดยประเทศไทยมีการนำเข้าวัตถุดิบในส่วนนี้ในสัดส่วนที่สูง ถ้ามีการสนับสนุนให้ภายในประเทศมีการผลิตหนังแท้และหนังเทียม ก็จะทำให้การนำเข้าวัตถุดิบก็จะน้อยลง ส่วนที่ใช้ในการผลิตในกลุ่มรองเท้า SMEs เป้าหมายจะเป็น รองเท้ากีฬา รองเท้าแตะ รองเท้าผ้าใบ (ISIC 1920) ซึ่งมีผู้ประกอบการร้อยละ 61.26

1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ

ตลาดเครื่องหนังและรองเท้าภายในประเทศสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนอย่างชัดเจน นั่นคือ ตลาดระดับบน (High end) และตลาดระดับล่าง ซึ่งจะพิจารณาแยกตามระดับตลาดดังนี้

ตลาดระดับบน เป็นตลาดเครื่องหนังและรองเท้าที่มีราคาสูง โดยการ แข่งขันมุ่งเน้นทางด้านคุณภาพเป็นหลัก ผู้บริโภคในตลาดนี้เป็นผู้มีรายได้ระดับสูง ดังนั้น ตลาดระดับบนจึงมีขนาดค่อนข้างเล็ก ผลิตภัณฑ์ในตลาดนี้มักเป็นเครื่องหนังที่มีชื่อเสียง (Brand name) จากต่างประเทศโดยราคาเครื่องหนังจากต่างประเทศจะมีราคาจำหน่ายสูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ

ในส่วนของการรับจ้างผลิต (OEM) ของผู้ประกอบการที่ผลิตเครื่องหนังภายในประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของต่างประเทศเจ้าของเครื่องหมายการค้ามักจะส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศทั้งหมด เพราะเกรงว่าหากจำหน่ายภายในประเทศจะทำให้ผู้ซื้อขาดความมั่นใจในคุณภาพ จนต้องสูญเสีย goodwill ไป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2546) ดังนั้นผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

ตลาดระดับล่าง ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังและรองเท้าในตลาดระดับนี้ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายตามศูนย์การค้าและร้านจำหน่ายเครื่องหนังบริเวณประตูน้ำ บางลำพู สยามสแควร์ สำเพ็ง เป็นต้น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ในตลาดนี้จะไม่สม่ำเสมอ และมักจะเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่เลียนแบบ Brand name ที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ การตลาดสำหรับตลาดการค้าต่างประเทศ การส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าปี 2550 มีมูลค่าประมาณ 1,739.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

โครงสร้างสินค้าส่งออก

มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ชื่อสินค้า	2548	2549	2550	2551*	%การเปลี่ยนแปลง
รองเท้าและชิ้นส่วน	898.5	926.1	972.6	971.54	-0.1
1. รองเท้ากีฬา	542.0	544.3	495.7	442.36	-10.8
2. รองเท้าแตะ	86.4	78.4	87.3	114.87	31.5
3. รองเท้าหนัง	196.8	226.5	291.0	323.66	11.2
4. รองเท้าอื่นๆ	58.6	62.7	79.5	72.02	-9.4
5. ส่วนประกอบของรองเท้า	14.7	14.3	19.0	18.62	-2.2
เครื่องใช้สำหรับเดินทาง	209.3	201.8	229.4	237.78	3.6
1. กระเป๋าเดินทาง	80.7	74.4	72.8	57.21	-21.4
2. กระเป๋าถือ	39.8	39.0	47.6	56.12	17.8
3. กระเป๋าใส่เศษสตางค์	22.3	21.3	18.9	14.75	-22.1
4. เครื่องเดินทางอื่นๆ	66.5	67.0	90.1	109.70	21.7
หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังขัด	457.1	451.0	536.9	591.18	10.1
1. หนังโคกระปือฟอก	137.7	155.9	188.2	214.74	14.1
2. ของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง	31.7	30.5	15.5	22.23	43.0
3. ถุงมือหนัง	48.0	53.6	48.0	56.83	18.3
4. เครื่องแต่งกายและเข็มขัด	4.3	4.2	4.5	5.06	13.3
5. หนังและผลิตภัณฑ์หนังอื่นๆ	235.3	206.7	280.7	292.32	4.1
รวม	1,564.9	1,578.9	1,739.0	1,800.5	3.5

หมายเหตุ : * ปี 2551 เป็นตัวเลขประมาณการ ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร / สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

การส่งออก

การส่งออกสินค้ารองเท้าและเครื่องหนังรวมในปี 2551 คาดว่ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2550 ร้อยละ 3.5 สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น คือ เครื่องใช้สำหรับเดินทาง, หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด สำหรับรองเท้าและชิ้นส่วน คาดว่ามีอัตราการขยายตัวแบบทรงตัว

รองเท้าและชิ้นส่วน ในปี 2551 คาดว่ามีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี 2550 ร้อยละ 0.1 ผลิตภัณฑ์ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น คือ รองเท้าแตะ และ รองเท้า ผลิตภัณฑ์ที่ขยายตัวลดลง คือ รองเท้ากีฬา รองเท้าอื่น ๆ และส่วนประกอบของรองเท้า โดยมีตลาดส่งออกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ เดนมาร์ก และสหรัฐอเมริกา สำหรับเอมิเรตส์ ตามลำดับ

เครื่องใช้สำหรับเดินทาง ในปี 2551 คาดว่ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2550 ร้อยละ 3.6 ผลิตภัณฑ์ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น คือ กระเป๋าถือ และ เครื่องเดินทางอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์ที่ขยายตัวลดลง คือ กระเป๋าเดินทาง และกระเป๋าใส่เศษสตางค์ ตลาดส่งออกที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ และ เยอรมนี ตามลำดับ

หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด ในปี 2551 คาดว่ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2550 ร้อยละ 10.1 โดยทุกผลิตภัณฑ์คาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น คือ หนังโคกระป๋องฟอก, ของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง, ถู่มือหนัง, เครื่องแต่งกายและเข็มขัด, หนังและผลิตภัณฑ์หนังอื่น ๆ ตลาดส่งออกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ เวียดนาม และ จีน ตามลำดับ

โครงสร้างสินค้านำเข้า

มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ชื่อสินค้า	มูลค่า: ล้านเหรียญ				% การเปลี่ยนแปลง
	2548	2549	2550	2551*	
หนังดิบและหนังฟอก	499.6	478.9	571.4	575.8	0.77
รองเท้า	75.3	111.6	155.9	199.3	27.80
1. รองเท้ากีฬา	14.5	19.2	17.6	14.3	-18.77
2. รองเท้าหนัง	17.1	18.3	23.6	33.1	40.39
3. รองเท้าทำด้วยยางหรือพลาสติก	12.1	17.5	28.0	34.0	21.55
4. รองเท้าอื่น ๆ	31.5	56.7	86.8	117.9	35.83
กระเป๋า	65.0	79.7	106.4	132.8	24.78
1. กระเป๋าเดินทาง	18.7	22.9	31.8	39.0	22.58
2. กระเป๋าถือและกระเป๋าอื่น ๆ	46.3	56.7	74.6	93.8	25.73
รวม	639.9	670.2	833.7	907.8	8.89

หมายเหตุ : * ปี 2551 เป็นตัวเลขประมาณการ ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร / สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

การนำเข้า

หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ในปี 2551 คาดว่ามีอัตราการขยายตัวแบบทรงตัวจากปี 2550 คือ เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.77 ตลาดนำเข้าที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และ อาร์เจนตินา

รองเท้า ในปี 2551 คาดว่ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2550 ร้อยละ 27.80 สินค้าที่เพิ่มขึ้น คือ รองเท้าหนัง รองเท้ายางหรือพลาสติก และรองเท้าอื่น ๆ ตลาดนำเข้าที่สำคัญ คือ จีน อินโดนีเซีย และอินเดีย

กระเป๋า ในปี 2551 คาดว่ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2550 ร้อยละ 24.78 สินค้าที่เพิ่มขึ้น คือ กระเป๋าเดินทาง , กระเป๋าถือและกระเป๋าอื่น ๆ ตลาดนำเข้าที่สำคัญ คือ จีน ฝรั่งเศส และอิตาลี

2. ต้นทุนการผลิตเครื่องหนังและรองเท้าหนัง

โครงสร้างต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมฟอกหนัง อุตสาหกรรมเครื่องหนัง และอุตสาหกรรมรองเท้า (แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา 2545) ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้

ตารางโครงสร้างต้นทุนอุตสาหกรรมฟอกหนัง

ต้นทุน	ร้อยละ
ค่านั่งดิบ	69.0
ค่าสารเคมี	15.0
ค่าแรงและเงินเดือน	13.5
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	2.5
รวม	100

ที่มา : แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า), 2545

ตารางโครงสร้างต้นทุนอุตสาหกรรมเครื่องหนัง

ต้นทุน	ร้อยละ
ค่าวัตถุดิบ	59.0
ค่าแรงงาน	24.0
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	17.0
รวม	100

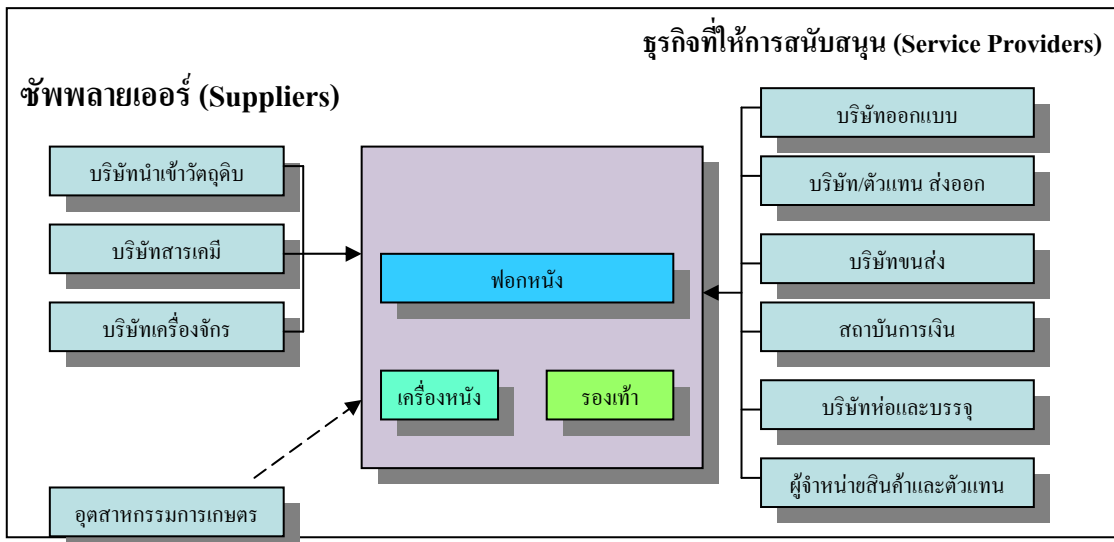
ที่มา : แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า), 2545

ตารางโครงสร้างต้นทุนอุตสาหกรรมรองเท้า

ต้นทุน	ร้อยละ
ค่าวัตถุดิบ	61.0
ค่าแรงงาน	25.0
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	14.0
รวม	100

ที่มา : แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า), 2545

3. ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า



กลุ่มอุตสาหกรรมหนังและผลิตภัณฑ์หนังประกอบด้วย

- 1) ธุรกิจหลัก (Core Activities) ได้แก่ ฟอกหนัง ส่วนผลิตภัณฑ์หนังประกอบไปด้วย เครื่องหนัง และรองเท้า ส่วนใหญ่เป็น SMEs
- 2) ซัพพลายเออร์ (Suppliers) ได้แก่ บริษัท/ตัวแทนนำเข้าวัตถุดิบ บริษัทสารเคมี บริษัทเครื่องจักร เป็นต้น
- 3) สถาบันการศึกษา (Education and Training Institutes) มีทั้ง กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มหาวิทยาลัยต่าง ๆ และสถาบันด้านหนังและผลิตภัณฑ์หนังโดยเฉพาะ เช่น สถาบันอบรมในทางอาชีพ เป็นต้น
- 4) สมาคมและกลุ่มธุรกิจ (Cluster Organization) ได้แก่ สมาคมเครื่องหนังไทย สมาคมรองเท้าไทย สมาคมอุตสาหกรรมฟอกหนัง สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้า) เป็นต้น
- 5) ธุรกิจที่ให้บริการสนับสนุน (Service Providers) ได้แก่ บริษัทออกแบบ บริษัทและตัวแทนส่งออก บริษัทขนส่ง สถาบันการเงิน บริษัทห่อและบรรจุ ผู้จำหน่ายสินค้าและตัวแทน เป็นต้น

6) หน่วยงานภาครัฐ (Government Agencies) มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ องค์การพอกหนัง ของกระทรวงกลาโหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น

7) อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อุตสาหกรรมที่มีส่วนช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมหนังและผลิตภัณฑ์หนัง ได้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมสื่อและโฆษณา อุตสาหกรรมเกษตร เป็นต้น

จากห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้ามี SMEs ส่วนใหญ่อยู่ในอุตสาหกรรม กลางน้ำซึ่งเป็นการพอกและตกแต่งหนัง และอุตสาหกรรมปลายน้ำที่ผลิตผลิตภัณฑ์หนังและรองเท้าซึ่งเป็น สินค้าขั้นสุดท้ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 95 เป็นของ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ที่ตั้งโรงงานกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ในขณะที่ โรงงานขนาดใหญ่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 2 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด

4. SWOT Analysis อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<ul style="list-style-type: none">- มีแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญ- ผู้ประกอบการไทยเป็นที่เชื่อถือและยอมรับ- ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการผลิต- สังคมไทยเป็นสังคมที่เปิดกว้าง ทำให้เชื้อต่อนักลงทุนชาวต่างชาติ	<ul style="list-style-type: none">- วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ผลิตได้ภายในประเทศขาด ความหลากหลาย- โครงสร้างภาษีนำเข้าวัตถุดิบมีอัตราสูง- ขาดแคลนบริการการออกแบบ เทคโนโลยี และเครื่องจักรที่ทันสมัย- ขาด Brand Name ของตัวเอง- ขาดศูนย์กลางในการประสานงานหรือเชื่อมโยงอุตสาหกรรม
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<ul style="list-style-type: none">- สินค้าไทยเป็นที่รู้จัก- จีนถูกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดของ EU- ภาครัฐและภาคเอกชนมีความร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาอุปสรรค- สามารถย้ายฐานการผลิตไปต่างจังหวัดเพื่อลดต้นทุนได้	<ul style="list-style-type: none">- ระเบียบวิธีการขอคืนภาษีของกรมศุลกากรไม่เอื้อต่อผู้ส่งออก- มีการกำหนดมาตรการอันเป็นผลให้เกิดข้อจำกัดทางการค้า โดยเฉพาะ NTBs

5. ปัญหาของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า

- 1) วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ผลิตได้ภายในประเทศขาดความหลากหลาย และคุณภาพไม่ตรงตามความต้องการโดยเฉพาะสินค้ารองเท้าและเครื่องหนังเป็นสินค้าที่หมุนตามแฟชั่น วัตถุดิบและความหลากหลายแปลกใหม่จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นของอุตสาหกรรม
- 2) โครงสร้างภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เช่น หนังฟอก สารเคมี วัสดุอุปกรณ์ และส่วนประกอบตกแต่งแฟชั่นคุณภาพสูง ซึ่งไม่มีการผลิตภายในประเทศ ยังมีอัตราสูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง
- 3) ขาดแคลนบริการการออกแบบ เทคโนโลยี และเครื่องจักรที่ทันสมัยสำหรับการผลิตสินค้าคุณภาพสูง นอกจากนี้ยังขาดความรู้ความชำนาญ ส่งผลให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพไม่ดีพอ
- 4) อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าภายในประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดกลางและเล็ก จึงทำให้โครงการเพื่อกู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงินไม่ได้รับความสนใจ ส่งผลให้ขาดเงินกู้เพื่อการลงทุน หน่วยงานภาครัฐขาดการชี้แนะช่องทางหาเงินกู้ และธนาคารต่าง ๆ ก็ไม่มีข้อมูลสนับสนุนให้แก่ผู้ประกอบการโดยเฉพาะในรายย่อย ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในหลายด้าน
- 5) ผู้ผลิตส่วนใหญ่ผลิตตามคำสั่งซื้อ ทำให้ขาดการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้าง Brand Name ของตัวเอง
- 6) สินค้าส่งออกของไทยส่วนใหญ่เป็นสินค้าคุณภาพปานกลางถึงต่ำ ซึ่งต้องอาศัยความได้เปรียบทางด้านค่าแรง จึงทำให้ประเทศไทยสามารถรับจ้างผลิตได้ แต่ด้วยสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ความได้เปรียบดังกล่าวหมดไป เราจึงเริ่มเสียเปรียบและเผชิญกับประเทศคู่แข่งที่มีค่าแรงต่ำกว่า
- 7) ขาดศูนย์กลางในการประสานงานหรือเชื่อมโยงอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ส่งผลให้การพัฒนาอุตสาหกรรมในแต่ละช่วงมีความไม่สอดคล้องกันและเป็นไปด้วยความล่าช้า

6. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายในอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า

อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมแฟชั่น (อีกสองอุตสาหกรรม คือ อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป และอัญมณีเครื่องประดับ) ที่รัฐมุ่งส่งเสริมโดยตั้งเป้าให้กรุงเทพเป็นเมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City) อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์หนังและรองเท้าเป็นอีกอุตสาหกรรมที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก คณะวิจัยจะศึกษาจากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อดูการกระจายตัวของกิจการตามกลุ่ม ISIC โดยสนใจกลุ่มกิจการในการผลิตดังต่อไปนี้ การฟอกหนังและตกแต่งหนังฟอก (ISIC 1911) การผลิตกระเป๋า อานม้า (ISIC 1912) การผลิตรองเท้า (ISIC 1920)

7. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs สาขาเครื่องหนังและรองเท้า

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงอุตสาหกรรม มีเป้าหมายที่ต้องการสนับสนุนกิจกรรมด้านการผลิต การลงทุนและการเชื่อมโยงขั้นตอนการผลิตในห่วงโซ่อุปทานเข้าด้วยกัน เพราะอุตสาหกรรมเครื่องหนัง

และ รองเท้า มีการใช้วัตถุดิบจากอุตสาหกรรมอื่น เช่น สิ่งทอและอุปกรณ์เสริมต่างๆ เช่น ซิป กระดุม เชือก พลาสติก ยาง เป็นต้น การเชื่อมโยงผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ผลิตเครื่องหนังและรองเท้าเข้าด้วยกันจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตได้ แม้จะมีการรวมกลุ่มระหว่างผู้ผลิตในขั้นตอนต่างๆ แล้วก็ตาม (เป็นส่วนหนึ่งของการปรับตัวของภาคธุรกิจ) แต่การปรับตัวนี้ควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตรายใหญ่เชื่อมโยงกับผู้ผลิตขนาดเล็กมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งเสริมกิจกรรมกลางน้ำที่ยังเป็นปัญหาคขวดอยู่ คือ การฟอกหนัง การผลิตหนังที่มีคุณภาพดี การส่งเสริมความเชื่อมโยงนี้รวมถึงการพัฒนาด้าน logistics ด้วย เพราะเป็นต้นทุนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงอุตสาหกรรม

แผนปฏิบัติการนี้มีจุดประสงค์เพื่อเชื่อมโยงให้ภาคการผลิตในห่วงโซ่อุปทานของไทยมีความแข็งแกร่งขึ้น โดยสนับสนุนกิจกรรมด้านการผลิต การลงทุนและการเชื่อมโยงขั้นตอนการผลิตในห่วงโซ่อุปทานเข้าด้วยกัน เพราะอุตสาหกรรมเครื่องหนัง และ รองเท้า มีการใช้วัตถุดิบจากอุตสาหกรรมอื่น เช่น สิ่งทอและอุปกรณ์เสริมต่างๆ เช่น ซิป กระดุม เชือก พลาสติก ยาง เป็นต้น การเชื่อมโยงผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ผลิตเครื่องหนังและรองเท้าเข้าด้วยกันจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตได้ รวมทั้งสร้าง cluster agent เพื่อให้มีงานที่ต่อเนื่อง และสิ่งสำคัญควรจัดตั้งให้มีศูนย์ข้อมูลและสามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน เช่น เยี่ยมเยือนโรงงานระหว่างกลุ่มด้วยกัน แม้จะมีการรวมกลุ่มระหว่างผู้ผลิตในขั้นตอนต่างๆ แล้วก็ตาม (เป็นส่วนหนึ่งของการปรับตัวของภาคธุรกิจ) แต่การปรับตัวนี้ควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตรายใหญ่เชื่อมโยงกับผู้ผลิตขนาดเล็กมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งเสริมกิจกรรมกลางน้ำที่ยังเป็นปัญหาคขวดอยู่ คือ การฟอกหนัง การผลิตหนังที่มีคุณภาพดี การส่งเสริมความเชื่อมโยงนี้รวมถึงการพัฒนาด้าน logistics ด้วย เพราะเป็นต้นทุนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ยุทธศาสตร์การพัฒนาเทคโนโลยีและประสิทธิภาพการผลิต

ยุทธศาสตร์นี้ดำเนินงานเพื่อสนับสนุนเรื่องของการพัฒนาเทคโนโลยีในที่เกี่ยวข้องกับการตัดเย็บ การพิมพ์ลาย การควบคุมคุณภาพ และการออกแบบ ตั้งแต่เทคโนโลยีการออกแบบ อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนี้เป็น SMEs ส่วนมากจะดำเนินการผลิตบางขั้นตอน ดังนั้นสิ่งที่สำคัญสำหรับกิจการเหล่านี้คือการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต ปรับปรุงคุณภาพ และ ระบบการจัดการภายในองค์กร มาตรการให้ความช่วยเหลือทางการเงินเพื่อให้ SMEs สามารถปรับเปลี่ยนเครื่องจักรก็เป็นวิธีการยกระดับความสามารถทางการผลิตอีกวิธีหนึ่ง เนื่องจากผู้ผลิตส่วนมากใช้เครื่องจักรเก่า ทำให้ประสิทธิภาพการผลิตไม่ดีเท่าที่ควร นอกจากนี้การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตนั้นจำเป็นต้องทำควบคู่กับการยกระดับฝีมือแรงงาน เช่นการส่งเสริมให้มีโครงการฝึกอบรมสำหรับ SMEs มากขึ้นโดยเน้นทักษะหรือสาขาวิชาที่ SMEs ไม่สามารถลงทุนได้เอง ทาง สสว. ควรมีบทบาทในการเชื่อมโยงภาคการผลิตและสถาบันต่างๆ เช่น สถาบันเพิ่มผลผลิต เป็นต้น

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเทคโนโลยีและประสิทธิภาพการผลิต

การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตของอุตสาหกรรมนี้มีหลายประเด็นที่ผู้ผลิตไทยต้องการความช่วยเหลือ เช่น การบริหารห่วงโซ่อุปทาน การควบคุมคุณภาพและการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้วัสดุและการ

เพิ่มผลผลิต กิจกรรมที่ควรส่งเสริมคือ การฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีการปรับปรุงคุณภาพวัตถุดิบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ และเทคโนโลยีเกี่ยวกับการตัดเย็บ การควบคุมคุณภาพ โดยอาจร่วมมือกับสมาคมภาคเอกชน เช่น สมาคมเครื่องหนัง และสมาคมรองเท้า สมาหุการค้าแห่งประเทศไทย สถาบันพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ โดยเฉพาะศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีวัสดุและโลหะแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยมีหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเป็นแกนกลางในการส่งเสริมทางด้านนี้

สำหรับขั้นตอนการผลิตที่สำคัญในอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าคือ การฟอกหนัง ที่ยังมีข้อจำกัดอยู่มาก ในประเด็นนี้การอบรมจะมีความยากลำบากกว่าเนื่องจากเทคนิคของผู้ผลิตอาจจะต่างกัน ดังนั้นหากมีการปรับปรุงโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างสมาคมฟอกหนังกับสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรเกี่ยวกับเคมีเพื่อทำวิจัยและยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพการฟอกหนังได้ อย่างไรก็ดี การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตรวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีนี้ ผู้ผลิต SMEs จำเป็นต้องมีทุน ดังนั้นความช่วยเหลือทางการเงินแก่ SMEs เป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่กันไปด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ยุทธศาสตร์การตลาดเชิงรุก

เน้นด้านการตลาดเชิงรุกในประเทศและต่างประเทศ การพัฒนาบุคลากรการตลาด และการสร้างฐานข้อมูลการตลาดและการค้า การตลาดเชิงรุกนี้ต้องทำควบคู่ไปกับการส่งเสริมตราสินค้าของคนไทย การออกแบบ และ ทักษะด้านการตลาดของผู้ประกอบการไทย โดยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการสร้างและพัฒนาตราสินค้าของตัวเอง ควรเน้นเฉพาะตลาดที่เรามีความถนัด หรือ สามารถหาวัตถุดิบได้จากในประเทศ เช่น ผลิตภัณฑ์จากหนังวัว หนังปลานิล เป็นต้น

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์การตลาดเชิงรุก

ยุทธศาสตร์ตลาดเชิงรุกเน้นด้านการตลาดเชิงรุกในประเทศและต่างประเทศ การพัฒนาบุคลากรการตลาด และการสร้างฐานข้อมูลการตลาดและการค้า การตลาดเชิงรุกนี้ต้องทำควบคู่ไปกับการส่งเสริมตราสินค้าของคนไทย การออกแบบ และ ทักษะด้านการตลาดของผู้ประกอบการไทย โดยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการสร้างและพัฒนาตราสินค้าของตัวเอง ควรเน้นเฉพาะตลาดที่เรามีความถนัด หรือ สามารถหาวัตถุดิบได้จากในประเทศ เช่น ผลิตภัณฑ์จากหนังวัว หนังปลานิล เป็นต้น นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง เช่น กระเป๋า รองเท้า เข็มขัด เหล่านี้ สามารถใช้วัสดุอื่นนอกจากหนังแท้ได้ เช่น เทคนิคคัลเทกซ์ไทล์หนังเทียม พลาสติก ฯลฯ ผู้ประกอบการอาจหาช่องว่างทางการตลาดจากการใช้ปัจจัยเหล่านี้เพิ่มเติมได้ เพื่อให้ได้ประโยชน์จากขอบข่ายการผลิต (Economies of scope) กล่าวคือ ผู้ผลิตสามารถใช้ทักษะการตัดเย็บหนังไปผลิตสินค้าที่ใช้วัสดุทดแทนอื่นๆ เหล่านี้ได้

ภายใต้สภาพการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นนี้ ผู้ผลิตเครื่องหนังและรองเท้าจำเป็นต้องมีความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดขึ้น เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้วัตถุดิบในประเทศเพิ่มขึ้น และมีการทำตลาดเชิงรุกโดยการหาตลาดและแหล่งลงทุนใหม่ๆ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันของไทย ดังนั้น กิจกรรมที่ควรทำคือ

1) โครงการพัฒนาความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหนังและรองเท้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) ศูนย์ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งควรส่งเสริมให้มีการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยและคาดการณ์แนวโน้ม ผลกระทบจากมาตรการในประเทศต่างๆ หรือโอกาสการลงทุนในประเทศอื่นๆ เพื่อที่จะขยายโอกาส การเชื่อมโยงการผลิตเครื่องหนังและรองเท้าของไทยกับนานาชาติ โดยอาจเริ่มต้นจากประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

3) แผนการตลาดและการส่งเสริมการขายการส่งออกไปสู่ประเทศที่มีศักยภาพทางการนำเข้าสินค้าไทย การรวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลการตลาด การสร้างศูนย์การแสดงสินค้าหรือศูนย์ข้อมูลร่วมกับคนในพื้นที่ตามเมืองและในประเทศต่างๆ เช่น สร้างcenter ในปารีส ลอนดอน เพื่อติดต่อโดยตรงกับลูกค้าและเป็นการขยายตลาด การฝึกอบรมทางด้านความรู้และทักษะการตลาด การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์ทางการตลาด ตลอดจนการพัฒนาตราสินค้าไทย

กิจกรรมเหล่านี้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญคือ หน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์ เช่น กรมการค้าต่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า แต่หน่วยงานของกระทรวงอื่นๆ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รวมทั้งสมาคมเครื่องหนัง และสมาคมรองเท้าเข้ามามีส่วนร่วม ตลอดจนหน่วยงานที่มีส่วนในการส่งเสริม SMEs เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และสำนักงานพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) ก็ควรมีส่วนในการส่งเสริมทางการตลาดนี้ด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 4: ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากร

เน้นการพัฒนาทักษะ ความรู้ของผู้ที่จะเข้าสู่ภาคการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เน้นส่งเสริมหลักสูตรที่สร้างวิศวกรแม่พิมพ์รองเท้า ช่างออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง ผู้เชี่ยวชาญด้านขั้นตอนฟอกหนัง ผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุสำหรับการพัฒนาการใช้วัตถุดิบและส่วนประกอบอื่นสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องหนังและรองเท้า เช่น ผ้าสังเคราะห์ รวมถึงผ้าที่มีคุณสมบัติพิเศษ (Technical textile) พลาสติก และหนังสังเคราะห์ เป็นต้น

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากร

บุคลากรที่ควรมีการพัฒนาในอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าโดยเฉพาะนักออกแบบ รวมทั้งนักเคมี ช่างระดับกลาง ช่างฝีมือ ที่ยังขาดแคลนอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเน้นการพัฒนาทักษะ ความรู้ของผู้ที่จะเข้าสู่ภาคการผลิตเครื่องหนังและรองเท้า กิจกรรมหลักโดยเน้นส่งเสริมหลักสูตรที่พัฒนาผู้ประกอบการ นักวิทยาศาสตร์ และผู้ชำนาญการทางด้านวัตถุดิบ ผู้เชี่ยวชาญทางการฟอกหนัง นักออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง และนักการตลาด รวมถึงด้านโลจิสติกส์และความรู้ทาง IT นอกจากนี้ อาจจัดให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยหรือวิทยาลัยออกไปฝึกงานตามโรงงานในระยะเวลาหนึ่งเพื่อนำความรู้จากห้องเรียนไปปฏิบัติได้จริง หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องการพัฒนาบุคลากรนี้ คือหน่วยงานต่างๆ ในกระทรวงศึกษาธิการ มหาวิทยาลัยต่างๆ โดยเฉพาะที่อยู่ในท้องถิ่นที่มีโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องหนัง

และรองเท้าที่อยู่เป็นจำนวนมากๆ สมาคมรองเท้า สมาคมเครื่องหนัง สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(กสอ.) และสำนักงานพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(ISMED) โดยมีหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเช่น กสอ. หรือ ISMED เป็นแกนกลางประสานงานในเรื่องต่างๆ

8. สรุปกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการในระยะสั้นและระยะยาว

การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าควรครอบคลุมบุคลากรทุกประเภทคือผู้ประกอบการ นักวิทยาศาสตร์ และผู้ชำนาญการทางด้านวัตถุดิบ ผู้เชี่ยวชาญทางการพอกหนัง นักออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง และนักการตลาด ตลอดจนแรงงานในกระบวนการผลิต ทั้งนี้ต้องมีแผนปฏิบัติการที่มีผู้มีส่วนร่วมหลายฝ่าย เช่น ศูนย์เทคโนโลยีวัสดุโลหะแห่งชาติ สถาบันสิ่งทอ สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสถาบันการศึกษาเข้าร่วมโครงการ ในระยะยาวควรมีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในวิชาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ในชั้นอุดมศึกษาและอาชีวศึกษาโดยมีการพัฒนาหลักสูตรร่วมกันระหว่างผู้ผลิตหรือสมาคมในภาคเอกชนร่วมกับสถาบันการศึกษา

กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการที่กล่าวมานี้อาจแบ่งออกเป็นกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการระยะสั้นและระยะยาว

กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการในระยะสั้น (ในระยะ 1-3 ปี)

1) พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุน โดยควรเน้นการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ด้านการผลิตและการยกระดับคุณภาพสินค้า ในขณะที่เดียวกันต้องเน้นให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับตัว โดยเฉพาะความพยายามในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุน เนื่องจากสภาพการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไป การยกเลิกระบบโควตาและการเข้าสู่ตลาดของจีนและเวียดนามทำให้การแข่งขันด้านราคารุนแรงขึ้น

2) ให้ความช่วยเหลือด้านการเงินแก่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรม เพื่อให้ผู้ผลิตที่ต้องการเปลี่ยนเครื่องจักรใหม่หรือการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ โดยสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอาจมีบทบาทในการให้คำปรึกษา แนะนำการใช้เทคโนโลยีใหม่ ในกระบวนการผลิต การจัดการ และการควบคุมคุณภาพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

3) สนับสนุนการรวมกลุ่มของ SMEs เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน หรือแก้ปัญหาร่วมกันให้ครบวงจร โดยภาครัฐ อาจเป็นแกนกลางในการรวมกลุ่มดังกล่าว

กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการในระยะกลาง (ในระยะ 3-5ปี)

1) ส่งเสริมให้มีการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตเครื่องหนังและรองเท้ากับผู้ผลิตวัตถุดิบต่างๆ ในอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น สิ่งทอ หนังสังเคราะห์ อุปกรณ์เสริมต่างๆ ในการพัฒนาวัตถุดิบให้ได้มาตรฐาน

ตามความต้องการของผู้ลูกค้า หรือ ผู้ซื้อรายใหญ่ที่เป็นเจ้าของตราสินค้า ซึ่งมักจะเป็นบริษัทต่างชาติ เพราะหากสามารถใช้วัตถุดิบในประเทศได้มากขึ้น การตอบสนองต่อคำสั่งซื้อจะทำได้เร็วขึ้นและต้นทุนถูกลง

2) ส่งเสริมให้ผู้ผลิตพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเองทั้งเครื่องหนังและรองเท้า ในการส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง หรือการก้าวไปสู่ ODM หรือ OBM

3) สมาคมเครื่องหนังไทย สมาคมรองเท้าไทย และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ควรมีบทบาทร่วมกับภาคเอกชนเพื่อผลิตบุคลากรในสาขาที่ขาดแคลน เช่น วิศวกรโรงงาน และผู้เชี่ยวชาญด้านเคมี เพื่อสนับสนุนและพัฒนาคุณภาพการฟอกหนัง ในอนาคต สมาคมต่างๆ ควรมีบทบาทและร่วมมือกันระหว่างสมาคมและสถาบันในการพัฒนาบุคลากรเพิ่มมากขึ้นตามความต้องการของอุตสาหกรรม

อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นแผนปฏิบัติการระยะยาว ก็ต้องมีการดำเนินการในทันทีได้ เพียงแต่ต้องใช้เวลาที่ยาวนานกว่า จึงอาจประสบผลสำเร็จได้ แต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแผนปฏิบัติการ ในเรื่องเหล่านี้โดยไม่ต้องรอช้า

9. มาตรการและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ

มาตรการพิเศษของ BOI เพื่อกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในภาวะที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มชะลอตัว และเร่งรัดการลงทุนให้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายของรัฐบาลที่ประกาศให้ปี 2551-2552 เป็น “ปีแห่งการลงทุน” (Thailand Investment Year 2008-2009)

โดยตามมาตรการพิเศษดังกล่าวจะทำให้ผู้ประกอบการที่ยื่นขอรับส่งเสริมภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2552 และได้รับการอนุมัติให้การส่งเสริม ได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุดตามที่กฎหมายสามารถให้ได้ ประกอบด้วย การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี ทุกเขตที่ตั้ง และได้รับสิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล ในอัตราร้อยละ 50 เป็นเวลา 5 ปี อนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปา 2 เท่า และอนุญาตให้หักเงินค่าติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกจากกำไรสุทธิไม่เกินร้อยละ 25 ของเงินที่ลงทุน นอกเหนือจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ

สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับสิทธิพิเศษดังกล่าว มีจำนวน 14 กลุ่ม ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องหนัง รองเท้า เครื่องเรือนหรือเครื่องตกแต่ง ของเด็กเล่น เสน่ห์ สิ่งทอ เครื่องกีฬา ชิ้นส่วนยานพาหนะ ผลิตภัณฑ์พลาสติกหรือเคลือบด้วยพลาสติก ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วน อัญมณีและเครื่องประดับ และ สิ่งพิมพ์

10. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สำหรับในปี 2552 คาดว่ามูลค่าการส่งออกรวมรองเท้าและเครื่องหนังจะมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากมีการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศจีน และเวียดนาม ยังให้ประเทศไทยยังสามารถส่งออกไปยังประเทศเหล่านี้ได้ ในกลุ่มสินค้าหนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด แต่สำหรับสินค้ากลุ่มปลายน้ำ เช่น สินค้ากระเป๋า และรองเท้าหนัง คาดว่ายังมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสินค้าของไทยมีการออกแบบตรงตามต้องการของตลาดและมีคุณภาพ ยกเว้นรองเท้ากีฬาที่คาดว่าแนวโน้มลดลง เนื่องจากการค้าเสรีที่การแข่งขันสูงที่รุนแรงจากคู่แข่งที่มีอัตราค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะ

จีน และเวียดนาม และตลาดส่งออกหลักของไทย เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป มีภาวะเศรษฐกิจซบเซา ส่วนการนำเข้าคาดว่าจะขยายตัวในทุกกลุ่มสินค้า เนื่องจากการเปิดเสรีทางการค้าที่มุ่งปรับลดอัตราภาษีนำเข้า

จากสถานการณ์และแนวโน้มดังกล่าวข้างต้น เห็นควรพัฒนาและส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ดังนี้

- 1) ควรปรับโครงสร้างภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เช่น หนังฟอก สารเคมี วัสดุอุปกรณ์ ส่วนประกอบ ตบแต่งแฟชั่นคุณภาพสูง ให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้
- 2) ควรส่งเสริม/ผลักดันให้เกิดหน่วยงานกลางในการประสานงานหรือเชื่อมโยงอุตสาหกรรม ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
- 3) เพิ่มช่องทางการหาแหล่งเงินทุนแก่ผู้ประกอบการรายย่อย
- 4) ควรปรับปรุงขั้นตอนการผลิตเพื่อลดการใช้พลังงาน
- 5) พัฒนาการผลิต การออกแบบ (Design)

11. โครงการตัวอย่างในสาขาเครื่องหนังและรองเท้า

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้ามีกิจการ SMEs จำนวนมาก ดังนั้น การส่งเสริมพัฒนา SMEs เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว การสร้างผู้ประกอบการ SMEs ใหม่ ๆ และพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs เดิมที่ยังคงมีศักยภาพให้อยู่รอดและเจริญก้าวหน้า จะมีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตขึ้น

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation: NEC) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีส่วนช่วยพัฒนา SMEs เครื่องหนังและรองเท้าได้โดยมาบูรณาการกับกิจกรรมสนับสนุนอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิผลในการสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ ให้สามารถก่อตั้งกิจการได้สำเร็จและดำเนินธุรกิจได้ต่อเนื่องเป็นแหล่งจ้างงานและสร้างรายได้แก่ประเทศ

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อสนับสนุนบุคลากรที่มีศักยภาพในทุกระดับที่สนใจสร้างอาชีพของตนเอง
2. ผลักดันให้เกิดวิสาหกิจใหม่ๆ โดยเฉพาะแก่วิสาหกิจขนาดเล็กให้สามารถเปิดตลาดและอยู่รอดได้
3. เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ ให้สามารถปรับตัวและขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต

กลุ่มเป้าหมายที่จะสร้างหรือพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการใหม่

1. ผู้ที่มีพื้นฐานการศึกษา มีความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจด้านการผลิตหรือผู้ที่มีความสามารถในการออกแบบเครื่องหนังและรองเท้า เช่น เครื่องใช้ในการเดินทาง กระเป๋าหนัง ถุงมือหนัง ผลิตภัณฑ์

เครื่องหนังต่างๆ และผลิตภัณฑ์รองเท้า เป็นต้น โดยเน้นผู้ประกอบการที่ตั้งใจจะพัฒนาธุรกิจและสร้างตราสินค้าของตนเอง

2. ผู้เริ่มต้นทำธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าในระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา และธุรกิจยังไม่เข้มแข็ง จำเป็นต้องได้รับความรู้และการบ่มเพาะในการสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคง

วิธีการดำเนินโครงการ

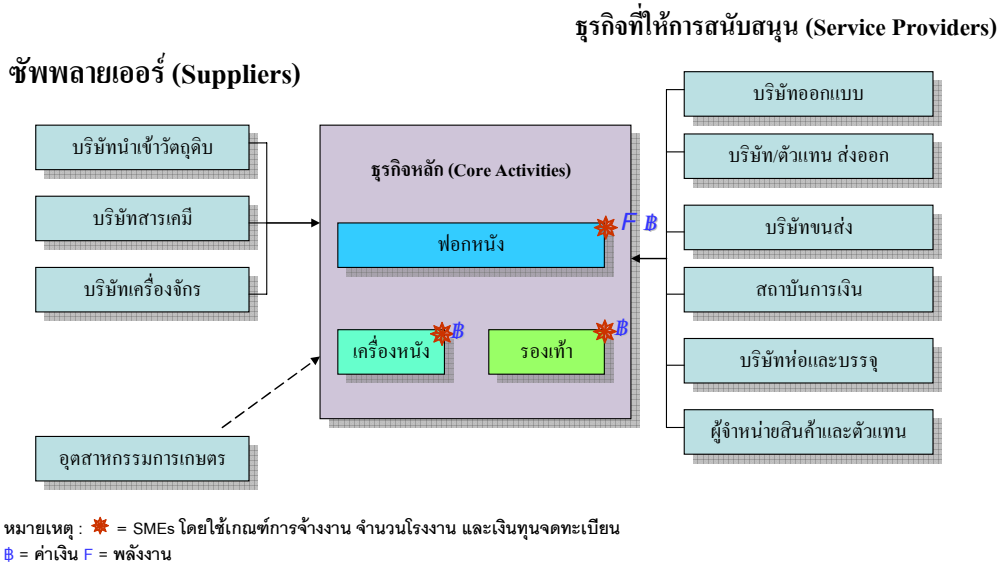
1. จัดทำฐานข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย
2. กลับกรองคุณสมบัติขั้นต้น
3. คัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ
4. ฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้แก่ผู้ร่วมโครงการ โดยเน้นเรื่องการบริหารจัดการ การตลาด การเงิน การผลิต การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น
5. เผยแพร่ข้อมูลของวิสาหกิจที่ประสบความสำเร็จเป็นกรณีศึกษาใน Website จัดบริการที่ปรึกษา ด้านการลงทุน การจัดตั้งธุรกิจ
6. ให้บริการความช่วยเหลือต่อเนื่อง เช่น จัดให้ผู้ประกอบการใหม่ ได้มีโอกาสเปิดตัวธุรกิจ สินค้า หรือบริการ
7. กิจกรรมเสริมอื่นๆ อาทิ การพัฒนาฐานข้อมูลและระบบถาม – ตอบทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการลงทุนและจัดตั้งกิจการ

หน่วยงานที่มีส่วนช่วยในการจัดการและบริหารโครงการ ประกอบด้วย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) สถาบันการศึกษาต่างๆ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจต่างๆ สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย รวมทั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กรอบระยะเวลาในการดำเนินการ : 3 ปี (พ.ศ.2551 – 2553)

ภาคผนวก

ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า



- ทิศทาง
- ยุทธศาสตร์
- กลยุทธ์
- แผนปฏิบัติการ

อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า



บรรณานุกรม

ดร. สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายสาขา

ดร. สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา

ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขารองเท้าและเครื่องหนัง) สำนักงาน
เศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม (สสว.)

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2550 และแนวโน้มปี
2551

รายงานการศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขา ปี 2551 โครงการ
การศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขา (วต.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สัมมะโนอุตสาหกรรม 2550 , สัมมะโนธุรกิจทางการค้า
และธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545

กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
<http://www.diw.go.th/diw/query.asp>

กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ [http://www.depthai.go.th/ขอม
ลการคาและการสงออก/ขอมลสนคา/tabid/196/Default.aspx](http://www.depthai.go.th/ขอม
ลการคาและการสงออก/ขอมลสนคา/tabid/196/Default.aspx)

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย (BOI)
<http://www.boi.go.th>

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม
<http://www.ieat.go.th>

SMEs

รายงานภาวะเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม