



ข้อมูล Thailand Leather & Shoes Industrial Profile  
“ผู้ประกอบการกลุ่ม Maker รองเท้าหนัง”

โครงการศูนย์สารสนเทศอัจฉริยะอุตสาหกรรมแฟชั่น  
(อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนังและรองเท้า อัญมณีและเครื่องประดับ)  
ประจำปีงบประมาณ 2560

นำเสนอ

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.)  
กระทรวงอุตสาหกรรม

โดย  
สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ  
(เมษายน 2560)



## สารบัญ

	หน้า
Maker คือใคร?...คืออะไร?...เพื่ออะไร???	1
ทำไมถึงเป็น Maker	1
ภาพรวมการผลิต และขั้นตอนการผลิต	2
การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	3
● แนวทางการออกแบบ	(3)
● วัสดุที่ใช้ทำรองเท้าและแหล่งที่มา	(4)
● วัสดุประกอบและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง	(5)
สภาพตลาด การค้า การบริโภคสินค้า	10
3.1 จำนวนผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต	(10)
3.2 มูลค่าการส่งออก-นำเข้า	(12)
3.3 การบริโภคและแนวโน้มธุรกิจในอนาคต และปัจจัยแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อ	(13)
ประเด็นข้อสังเกตของผู้ผลิตกลุ่ม Maker	13
ภาคผนวก	15
เอกสารอ้างอิง	16



## Thailand Leather & Shoes Industrial Profile

### “ผู้ประกอบการกลุ่ม Maker รองเท้าหนัง”

Maker คือใคร?...คืออะไร?...เพื่ออะไร???

Maker คือ บุคคลหรือกลุ่มคนที่มีความสนใจในการคิด การสร้าง การประดิษฐ์สิ่งของหรือผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง ซึ่งการสร้างนั้นอาจมีพื้นฐานมาจากเพื่อต้องการแก้ไขปัญหา หรือเพื่อเป็นการต่อยอดธุรกิจ ทั้งนี้กระบวนการสร้างของ Maker นั้นมีการผสมผสานในหลาย ๆ องค์ประกอบเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการนำดีไซน์ผนวกรวมกับกลไกที่หลากหลาย จึงทำให้มี Maker ทั้งจากกลุ่มงานไม้ กลุ่มงานอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มงานอะลูมิเนียม ไปจนถึงกลุ่มเครื่องแต่งกาย และเครื่องหนัง

และด้วยความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ประกอบกับปัจจุบันที่อุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนใหญ่ถูกเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือ Internet of Things (IoT) ส่งผลตรงต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตจากเดิมที่ต้องผลิตในปริมาณมาก (Mass Production) ไปสู่การผลิตแบบน้อยชิ้น จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ถูกปรับแต่งให้เข้ากับความต้องการและตอบโจทย์ของผู้บริโภคได้ตรงจุด ถือเป็นจุดแข็งที่สำคัญต่อผู้ประกอบการกลุ่ม Maker ณ ขณะนี้

หลากหลายแบรนด์เริ่มต้นจากการรวมกลุ่มกันเล็ก ๆ ของนักออกแบบ และ/หรือผู้ผลิตควบคู่ไปพร้อม ๆ กับการสร้าง Identity ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย จุดแข็งของกลุ่ม Maker คือ การมุ่งผลิตสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ที่มีความชัดเจนในแต่ละแบรนด์ และส่งผลตรงต่อลูกค้าที่เลือกบริโภคในแบรนด์นั้น ๆ ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจน (ในแบบฉบับที่เป็นตัวของตัวเอง) และเหมาะสมกับสังคมการบริโภคในปัจจุบัน

#### ทำไมถึงเป็น Maker

อุตสาหกรรมเครื่องหนังของไทยมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะยาวนาน โดยพัฒนาจากอุตสาหกรรมในครัวเรือน นั่นคือ เน้นการใช้แรงงานเป็นจำนวนมากในการผลิตมาเป็นการผลิตแบบโรงงานอุตสาหกรรมที่มีการนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ตลอดจนมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตควบคู่ไปกับการพัฒนาฝีมือการตัดเย็บและรูปแบบผลิตภัณฑ์จนสามารถพัฒนาเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญกลุ่มหนึ่งของประเทศ

และเมื่อพิจารณาถึงการเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมหนังและผลิตภัณฑ์หนัง พบว่า กลุ่มโรงงานขนาดใหญ่มีความพร้อมในด้านเงินทุน การบริหารจัดการ (บุคลากร) และการเชื่อมโยงภายนอก ถือเป็น การสร้างห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มและการเชื่อมโยง ห่วงโซ่อุปทานขององค์กรไปสู่ภายนอก (Global Supply) ได้มีการดำเนินการหลายรูปแบบ อาทิ การร่วมลงทุน การผลิตสินค้าให้กับตราสินค้า (Brand) ต่างชาติในระบบ (OEM: Original Equipment Manufacturer) ซึ่งทำให้กลุ่มโรงงานขนาดใหญ่เหล่านี้สามารถพัฒนาไปสู่การสร้างตราสินค้า



ในขณะที่กลุ่มโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลาง หรือ SMEs มีความหลากหลายในการพัฒนาฝีมือการบริหารจัดการภายในโรงงาน เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถจัดการกระบวนการผลิตของโรงงาน เพื่อแข่งขันในด้านต้นทุน คุณภาพและการส่งมอบงานให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงความรู้ความเข้าใจในด้านการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งด้านเทคโนโลยี การแข่งขัน และความต้องการของลูกค้า ซึ่งทำให้กลุ่มผู้ผลิตรายเล็กไม่สามารถเข้าเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานได้ และหาทางผลิตสินค้าป้อนให้กลุ่มธุรกิจที่เป็นพ่อค้า (Trader) ซึ่งเสนอขายสินค้าตามแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ ในตลาดระดับล่างถึงระดับกลาง ดังนั้น กลุ่มพ่อค้าจึงเป็นตัวขับเคลื่อนและ/หรือผู้นำการตลาดเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตและผู้ที่สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดสามารถวางแผนการผลิตให้ผู้ผลิตรายเล็ก (Maker) ได้ถูกต้องถือว่าสามารถสร้างห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศได้ในระดับหนึ่ง

### ภาพรวมการผลิต และขั้นตอนการผลิต

จากความเฉพาะตัวในการผลิตสินค้า (โดยการศึกษาในครั้งนี้เน้นสินค้ารองเท้าหนังเป็นหลัก) ในผู้ผลิต (Maker) นั้น ๆ แน่หน่อนว่าการออกแบบ หรือ Design ย่อมเป็นหัวใจหลักในการผลิต และมีความยากในกระบวนการออกแบบเพราะต้องมุ่งเน้นสร้างความแตกต่างและมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในแบรนด์นั้น ๆ

สำหรับกระบวนการผลิต (รองเท้า) สามารถแยกกระบวนการดังกล่าวออกเป็น 7 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

#### 1) การออกแบบ

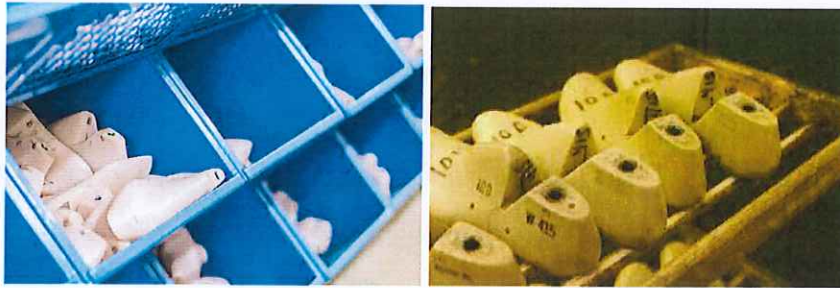
เอกลักษณ์ของแบรนด์จากแต่ละ Maker ถือเป็นจุดแข็งที่สำคัญ ซึ่งมีพื้นฐานมาจากการออกแบบโดยกระบวนการออกแบบในปัจจุบัน มีทั้งการใช้ Software หรือ ใช้คนในการออกแบบแล้วแต่ขนาดของผู้ผลิต ซึ่งขั้นตอนของการออกแบบดังกล่าวจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การออกแบบส่วนบน และส่วนล่างของรองเท้า โดยจะเน้นการออกแบบให้ตรงกับความต้องการของตลาดหรือลูกค้าเป็นสำคัญ พร้อมทั้งขั้นตอนการย่อ/ขยาย (Grading) เพื่อให้ได้ขนาดตามที่ต้องการที่หลากหลาย



#### 2) การเตรียมวัตถุดิบ

แบ่งการเตรียมวัตถุดิบ ออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

- วัตถุดิบที่ใช้ทำรองเท้าส่วนบน เช่น หนังแท้ หนังเทียม สิ่งทอ
- วัตถุดิบที่ใช้ทำรองเท้าส่วนล่าง เช่น ฟันยาง ยางพองน้ำ ซีลี้อยัด
- หุ่นรองเท้า โดยส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะสั่งซื้อจากโรงงานผลิตหุ่นรองเท้าโดยเฉพาะ



### 3) การผลิตส่วนทรงบนรองเท้า

สำหรับการผลิตส่วนทรงบนของรองเท้า อาจจะผลิตโดยใช้ทั้งจากเครื่องจักรหรือจากแรงงานคน โดยเริ่มต้นจากการตัดใบมีดให้ได้ตามแบบที่ออกแบบไว้ แล้วนำใบมีดมาตัดหนัง ทำการตกแต่งและขีดริมนหนัง ต่อจากนั้นทำการติดซับในโดยใช้กาว PU หรืออาจจะใช้การเย็บเพิ่มเข้ามาด้วย และในขั้นตอนสุดท้าย คือ การนำชิ้นส่วนของหนังส่วนบนต่าง ๆ มาประกอบโดยการเย็บหรือทากาว

### 4) การผลิตส่วนกลางรองเท้า

การผลิตในส่วนนี้มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะของพื้นและสันรองเท้า อาทิ การผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ เช่น Thermoplastic PVC การผลิตจากวัสดุสังเคราะห์จะต้องมีการทำแบบจากไม้ จากนั้นนำมาฉีควัสดุสังเคราะห์ที่ต้องการจะใช้ และสุดท้ายจะทำการตกแต่ง ทำสี วัสดุอีกประเภทที่ใช้ในการผลิตสันและพื้นรองเท้า คือ หนัง ซึ่งจะมีขั้นตอนคล้าย ๆ กับการผลิตส่วนทรงบนของรองเท้า แต่จะไม่มีขั้นตอนการติดซับใน และการประกอบตามลำดับ

### 5) การประกอบ

การนำชิ้นส่วนทรงบนและส่วนล่างของรองเท้ามาเข้าหุ้ม โดยวิธีการเย็บประกอบเข้าด้วยกัน พร้อมทั้งตกแต่งและตรวจสอบชิ้นงานสำเร็จรูปในกระบวนการสุดท้าย

## การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

### 1. แนวทางการออกแบบ

สำหรับแนวทางการออกแบบ เริ่มตั้งแต่

- 1) การออกแบบ แกะแบบรองเท้าโดยการสร้างแบบ หรือ MASTER FORM
- 2) การแยกแบบ/แยกชิ้นส่วน PATTERN รองเท้า จากต้นแบบ MASTER FORM
- 3) การใช้เทคนิคการสร้าง PATTERN รองเท้า
- 4) การเกรดดัดแบบ PATTERN รองเท้า แต่ละระบบ
- 5) การคิด RATE พื้นที่การใช้วัสดุ (หนัง ผ้า พียู และพีวีซี)
- 6) การลงรายละเอียดบนวัสดุ เริ่มตั้งแต่การวาดหนัง/ตัดหนัง/ปาดหนัง/ประกอบชิ้นส่วนรองเท้า/เย็บประกอบหนังหน้ารองเท้า
- 7) การขึ้นรูปรองเท้า ประกอบสันรองเท้า/ประกอบพื้นรองเท้า จนเป็นรองเท้าสำเร็จรูป
- 8) การทำแบบจี๊ด/ซีค/พื้นโดยแยกประเภทรองเท้าแต่ละประเภท



## 2. วัสดุที่ใช้ทำรองเท้าและแหล่งที่มา

รองเท้าที่ผลิตและวางจำหน่ายทั่วไปผลิตจากวัตถุดิบที่หลากหลายและแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับรูปแบบ ประเภทการใช้งาน ส่วนคุณภาพก็จะลดหลั่นไปตามคุณสมบัติและราคาของรองเท้าในรุ่นนั้น ๆ ถ้ารุ่นไหนมีคุณสมบัติพิเศษในการใช้งานเฉพาะ หรือมีเทคโนโลยีสูง ราคาของรองเท้าก็จะสูงขึ้น ซึ่งวัสดุที่ใช้ผลิตส่วนหน้าผ้าของรองเท้ามีหลายประเภทขึ้นกับการใช้งาน สามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

### 1) หนังเทียม (Synthetic)

หนังเทียมมีมากมายหลากหลายชนิด และคุณภาพก็แตกต่างกันไปตามราคาและคุณลักษณะเฉพาะของหนังเทียมนั้น ๆ คุณภาพของหนังเทียมนั้นมีตั้งแต่เป็นไนลอนธรรมดาที่มีคุณสมบัติกันน้ำระดับหนึ่งหรือความทนทานจนถึง Gore-Tex<sup>1</sup> ซึ่งถูกพัฒนาให้มีคุณสมบัติกันน้ำได้ดีที่สุด ทั้งมีความทนทานและระบายอากาศได้ดีเยี่ยม หนังเทียมที่ลักษณะเบา จะเหมาะสำหรับใช้ทำรองเท้าวิ่ง และรองเท้ากีฬาประเภทต่าง ๆ ขณะที่ Gore-Tex นั้นจะใช้ในรองเท้าเดินทางทั่วไปและรองเท้าเดินป่า ในส่วนของราคานั้น พบว่า ถ้าเป็นไนลอนธรรมดาจะถูกและสมเหตุสมผล แต่ถ้าเป็น Gore-Tex ราคาจะอยู่ในระดับที่ค่อนข้างแพง ซึ่งหนังเทียมจะมีทั้งผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เกาหลีใต้ ไต้หวัน และจีน

### 2) หนังแท้ที่มีการนำชิ้นส่วนด้านในออก (Split Grain Leather)

หนังแท้ทำจากหนังวัวส่วนบริเวณคอและท้อง มีการนำชิ้นส่วนด้านในของแผ่นหนังออก แล้วตัดเป็นแผ่น ๆ หนาหรือบาง ขึ้นอยู่กับว่าจะนำไปเย็บประกอบบริเวณส่วนไหนของหน้าผ้าของรองเท้า ซึ่งมีลักษณะเป็นชั้น ๆ คล้ายชั้นของกระดาษแข็ง มีคุณสมบัติเบาและมีความสามารถระบายอากาศได้ดีกว่า หนังวัวที่ตัดมาจากบริเวณสะโพก หรือหนัง Nubuk (Suede) แต่จะไม่ค่อยทนทาน หรือกันน้ำได้ดีถึงแม้จะผ่านกรรมวิธีที่เป็นขบวนการของการกันน้ำแล้วก็ตาม ดังนั้น หนังวัวประเภทนี้จึงไม่เหมาะสำหรับรองเท้าที่ต้องการความสมบูรณ์ในการใช้งาน แต่จะเหมาะสมกับกลุ่มรองเท้าประเภทวิ่ง และออกกำลังกายทั่วไป

### 3) หนังนุบัค (Nubuk Leather\_Suede)

หนังประเภทนี้ คือ หนังวัวส่วนที่มาจากบริเวณสะโพกของวัวที่ผ่านกรรมวิธีการขัดเพื่อให้หนังมีความนุ่มขึ้น ซึ่งปกติหนังชนิดนี้จะหนาและแข็งกว่า Split Grain Leather ดังนั้นโรงฟอกหนังจึงต้องนำไปผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ ก่อนเพื่อให้ได้หนังที่นุ่มน่าใช้ก่อนนำไปแปรรูปเป็นรองเท้า ซึ่งหนังที่ผ่านกรรมวิธีเหล่านี้จะเรียกโดยทั่วไปว่าหนังนุบัค (Nubuk Leather) และมีความทนทานในการใช้งานมากกว่า Split Grain Leather แต่จะเกิดรอยถลอกและรอยขีดข่วนได้ง่ายอีกทั้งคุณสมบัติในการกันน้ำ ก็น้อยลงด้วยเช่นกัน

<sup>1</sup>Gore-Tex® Fabric - เป็นผ้าที่มีรูขนาดเล็ก โดยจะมีรูมากถึง 9 ล้านรูต่อตารางนิ้ว ซึ่งรูเหล่านี้จะมีขนาดเล็กกว่าหยดน้ำถึง 20,000 เท่า แต่มีขนาดใหญ่กว่าโมเลกุลของไอน้ำประมาณ 700 เท่า ทำให้ผ้าชนิดนี้มีคุณสมบัติในการระบายอากาศและกันน้ำได้ดีเยี่ยม ในปัจจุบันผ้าชนิดนี้เป็นผ้าที่ดีที่สุดสามารถกันน้ำ กันลมและระบายอากาศได้อย่างดีเยี่ยม



#### 4) หนังแท้ที่ไม่มีการนำชิ้นส่วนด้านในออก (Full Grain Leather)

เป็นหนังที่มาจากบริเวณสะโพกของวัว โดยไม่มีการนำชิ้นส่วนใด ๆ ของหนังออกไปในขั้นตอนการผลิต ซึ่งหนังชนิดนี้มีความแข็งแรงทนทานในการใช้งาน และมีราคาแพงที่สุด เป็นหนังวัวที่มีคุณภาพดีกว่าหนัง Nubuk และมีความสามารถในการกันน้ำสูงกว่าหนังวัวประเภทอื่น (ถ้าไม่นับถึง Gore-Tex ซึ่งเป็นหนังเทียม) และมีอายุการใช้งานยาวนานกว่าชนิดอื่น ผิวส่วนหน้าของหนังจะถูกเคลือบด้วยวัสดุเคมีบาง ๆ คล้าย ๆ फिल्म และผ่านขบวนการอัดลายนูนบนผิวหน้าเพื่อความสวยงามและยังมีลักษณะเป็นแบบขัดด้านและขัดเงา หนังวัวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะนำเข้ามาจากประเทศแถบอเมริกาใต้ เช่น อาร์เจนตินา อิตาลี และสเปน ซึ่งเป็นหนังวัวที่มีคุณภาพและราคาค่อนข้างสูงสำหรับนำมาผลิตรองเท้าแฟชั่น ในขณะที่กลุ่มรองเท้ากีฬาหรือปีนเขาเดินป่าจะใช้หนังวัวที่นำเข้ามาจากไต้หวัน และเกาหลีมากกว่า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของรองเท้าที่จะนำหนังวัวไปใช้ผลิต

#### 5) ผ้า (Fabric)

รองเท้าบางชนิดจะผลิตจากวัสดุผ้า ซึ่งจะมีความสามารถในการระบายอากาศได้ดี น้ำหนักเบา และราคาถูก แต่มีข้อเสียคือ ไม่กันน้ำ และขาดง่าย ดังนั้น รองเท้าบางประเภทจะมีการใช้ผ้าผสมกับหนัง เพื่อให้รองเท้ามีความสามารถในการระบายอากาศได้ดีขึ้น

### 3. วัสดุประกอบและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

#### วัสดุประกอบสำหรับผลิตรองเท้า ประกอบด้วย

##### ● กาวรองเท้า (Adhesives)

กาวที่ใช้ในการประกอบรองเท้าชิ้นส่วนใหญ่ใช้มากกว่า 2 ชนิด ซึ่งในการประกอบชิ้นส่วนก็ใช้อีกอย่าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านต้นทุนการผลิตเป็นสำคัญ โดยกาวที่ใช้ทำกระบวนการผลิตรองเท้าส่วนใหญ่เป็นกาวยางสังเคราะห์ หรือที่ช่างรองเท้าเรียกว่า “กาวเหลือง” และ “กาวขาว” ซึ่งอันที่จริงแล้วการใช้กาวจะขึ้นอยู่กับวัสดุที่ต้องการติดเป็นสำคัญ ซึ่งความทนทานของรองเท้าก็ขึ้นกับกาวที่เลือกใช้เป็นสำคัญ

##### ● ถูลมรับแรงกระแทก (Air cushion)

รองเท้าแฟชั่นส่วนใหญ่ไม่มีชิ้นส่วนตัวนี้ โดยส่วนใหญ่จะใช้ในรองเท้าที่มีการลงส้นหนัก ๆ เช่น รองเท้าที่ใช้ในโรงงานที่มีการยืนตลอดเวลา หรือรองเท้ากีฬา ซึ่งจุดประสงค์ก็เพื่อการรับแรงกระแทกจากส้นเท้า เพื่อเพิ่มความสบายแก่ผู้สวมใส่

##### ● หัวรัด (Buckle)

ใช้เป็นส่วนประกอบหนังหน้าหรือรัดส้นเท้าในกระชับในขณะสวมใส่ นิยมใช้กับรองเท้าลำลอง

##### ● ตาไก่ (Eyelet) วงแหวนเล็ก ๆ มีรูตรงกลาง หรือช่องร้อยเชือกรองเท้า

##### ● ส้นรองเท้า (Heel)

##### ● ตะขอ (Hook)

##### ● พื้นใน (Insole) - พื้นรองเท้าชั้นใน หรือที่เรียกว่า ท่อนี้

##### ● เชือกผูกรองเท้า (Laces)

##### ● สายรัด (Reinforcement tape)

##### ● พื้นรองเท้า (Sole)

- เหล็กเสริม (Steel shank)  
ใช้ในรองเท้าสันสูงเป็นส่วนใหญ่
- ตะปูแหลมหัวแบน (Tack)
- แผ่นเคมีรองเท้า หรือแผ่นกันน้ำ chemical sheet (Toe puff)  
ใช้แผ่นเคมี ชุบสารเคมีแล้วตัดโค้ง
- ปุ่มพื้น (Tread)  
รองเท้ากีฬาที่ต้องเล่นบนพื้นหญ้า ออกแบบปุ่มที่แหลมเพื่อยึดเกาะพื้นสนาม เช่น รองเท้าฟุตบอล
- ภูมิขอบรองเท้า (Welt)

เทคโนโลยีการผลิตรองเท้าที่นำไปสู่การเพิ่ม Function และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ จำแนกได้หลายประเภท ตั้งแต่การป้องกันการกระแทก การกันน้ำ และการยึดเกาะ ไปจนถึงความเบาเป็นพิเศษ ความนุ่มยืดหยุ่น และความสามารถในการระบายอากาศ ที่ผู้ผลิตบางรายได้สร้างสรรค์นวัตกรรมขึ้นใหม่ อาทิ



agnon Nature's antimicrobial : ทำหน้าที่เป็นตัวนำพาซิโพลิตให้สารออกฤทธิ์ต่าง ๆ เช่น เงินไอโอดีน ซึ่งทำหน้าที่ต่อสู้กับจุลินทรีย์โดยเข้าไปขัดขวางการหายใจ การแบ่งตัวของเซลล์ และรบกวนการเผาผลาญอาหารของเซลล์



Gore-TEX INSULATED : เยื่อ GORE-TEX® กันน้ำและระบายอากาศได้ พร้อมกับซับในประสิทธิภาพสูง ช่วยป้องกันความหนาวเย็น ไม่ว่าจะเปียกหรือหนาวเย็น เท้าของคุณจะอบอุ่นและแห้งอยู่ตลอดเวลา (ตัวกรอง) การป้องกันการกระแทกและการรองรับน้ำหนัก





Gore-TEX EXTENDED : เยื่อ GORE-TEX® กันน้ำและระบายอากาศได้ มาพร้อมการบุซับในและตาข่ายถักสำหรับปกป้อง ช่วยให้เท้าที่ใช้งานหนักแห้งและมีอุณหภูมิที่เหมาะสมตลอดเวลา



AIR springFX : แผ่นรองกันการกระแทกดูดซับแรงกระแทกของทุกก้าวเพราะพื้นรองเท้า Ortholite® ใช้โครงสร้างเซลล์เปิดที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร ป้องกันจุลินทรีย์ ระบายอากาศได้ดีเยี่ยม และจัดการความชื้นได้เป็นอย่างดี ทำให้เท้าที่ใช้งานหนักรู้สึกเย็นสบายและแห้งอยู่ตลอดเวลา

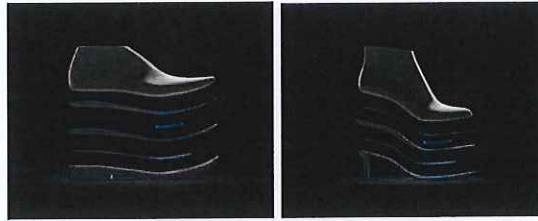


Machine Washable : รุ่นที่สามารถซักเครื่องได้จะสามารถซักในเครื่องซักผ้าที่ระดับอุณหภูมิ 30°C ด้วยผงซักฟอกชนิดไม่ใช้ชีวภาพ



Ortholite : โครงสร้างเซลล์เปิดที่มีเอกลักษณ์ของพื้นรองเท้าประสิทธิภาพสูง Ortholite® ช่วยป้องกันการกระแทกได้ยาวนาน รวมทั้งระบายอากาศและลดความชื้นได้ดี





plus cushion : แผ่นรองกันกระแทกหนาพิเศษสองชั้นถูกวางไว้อย่างแม่นยำโดยคำนึงถึงหลักกายวิภาค ช่วยลดความเครียดบนเนินปลายเท้าและรองรับชีวกลศาสตร์ของการเดินหรือท่วงท่าตามธรรมชาติของเท้า และให้ความสบายยาวนาน plus cushion



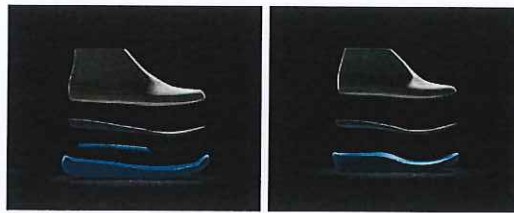
aquadx : น้ำจะถูกไล่ออกมาผ่านท่อขนาดเล็กทางผนังด้านข้างอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ช่วยลดความเสี่ยงของการลื่นไถลบนพื้นเปียก ซึ่งแตกต่างจากรองเท้า Boat shoes ที่ทั่วไปที่ปล่อยน้ำผ่านทางพื้นรองเท้า



unstructured : ดีไซน์มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร มอบคุณสมบัติที่เหนือกว่าด้วยดีไซน์ที่ใช้วัสดุเนื้อนุ่ม โดยตัดแผ่นพื้นรองเท้าด้านในและแผ่นกันน้ำออกและลดการเย็บตะเข็บด้านในลง วัสดุน้ำหนักเบาช่วยเพิ่มความเบาเป็นพิเศษ ความนุ่ม ความยืดหยุ่น และความสามารถในการระบายอากาศ



WAVEWALK : พื้นรองเท้าแบบ 'Rocker' ที่โค้งนิด ๆ และบิดตัวตามแนวสันเท้าจรดปลายเท้าไปพร้อม ๆ กับการขยับเดิน ช่วยลดการโค้งงอและการเกร็งของเท้า ช่วยประหยัดพลังงานและลดความเมื่อยล้า



CLOUDSTEPPERS : โครงสร้างแบบ Strobel รวมทั้งส่วนหุ้มส้นเท้าและส่วนหุ้มนิ้วเท้าแบบแยกส่วน ผสมผสานกับวัสดุต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น ไมโครไฟเบอร์และ EVA เพื่อลดน้ำหนักและเพิ่มประสิทธิภาพความยืดหยุ่น แผ่นรองกันกระแทกภายในพื้นรองเท้า Clarks Cushion Soft มีประสิทธิภาพสูงด้วยเทคโนโลยี Ortholite® มอบการป้องกันแรงกระแทกได้ยาวนาน และระบายอากาศและดูดความชื้นได้ดีเยี่ยม



ACTIVE AIRVENT : ปุ่มในสันรองเท้าดึงอากาศบริสุทธิ์เข้ามาและส่งอากาศให้ไหลเวียนไปรอบ ๆ เท้าก่อนที่จะปล่อยอากาศดังกล่าวออกไปผ่านทางช่องขนาดเล็กต่าง ๆ ที่ซ่อนอยู่ ในการทดสอบ อากาศอบอุ่นและชื้นภายในรองเท้าจะถูกแทนที่ด้วยอากาศบริสุทธิ์ในทุก ๆ 10 ก้าว



MAX SpringFX : เจลรองรับได้เท้าแบบตอบสนองต่อน้ำหนักพัฒนาขึ้นเป็นพิเศษโดยผู้เชี่ยวชาญของเราเอง ช่วยป้องกันแรงกระแทกให้กับเท้าและยืดหยุ่นไปพร้อมกับการเคลื่อนไหวตามธรรมชาติของเท้า ช่วยให้เท้าที่ใช้งานหนักไม่รู้สึกเหนื่อยล้า นอกจากนี้ เทคโนโลยีแบบผสมผสานกันนี้ยังช่วยลดซับแรงกระแทกจากทั้งด้านล่างและด้านข้าง



ROCK ENGINEERED RUBBER : พื้นรองเท้ายางออกแบบมาเป็นพิเศษทำจากสารป้องกันการขีดข่วนที่มีความคงทน ซึ่งมอบการยึดเกาะและความมั่นคงสูงสุดทั้งบนพื้นแห้งและพื้นเปียก

ที่มา : Clarks (ประเทศไทย) <http://www.clarks.co.th>

## สภาพตลาด การค้า การบริโภคสินค้า

### 1. จำนวนผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต

ภาพรวมจำนวนผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิต การผลิตเครื่องหนังและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องจำแนกตามรหัสประเภทธุรกิจและขนาดวิสาหกิจ ในปี 2558 พบว่า มีจำนวนรวม 5,770 ราย จำแนกเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ จำนวน 21 ราย ขนาดกลาง จำนวน 62 ราย และขนาดเล็ก จำนวน 5,687 ราย และเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อม หรือ SME จำนวน 5,749 ราย โดยมีรายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ประกอบการ จำแนกตามรหัสประเภทธุรกิจ และขนาดวิสาหกิจ

หมวดใหญ่	หมวดย่อย	S	M	L	SME	Total
Total		2,753,038	12,928	7,156	2,765,966	2,773,625
การผลิต	การผลิตเครื่องหนังและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง	5,687	62	21	5,749	5,770
Total_หมวดการผลิต		491,400	4,138	2,398	495,538	497,936

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ในขณะที่ภาพรวมของโรงงานผู้ผลิตรองเท้าหนังที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2559 พบว่า มีจำนวนลดลงร้อยละ 0.83 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีก่อน และเมื่อพิจารณาในไตรมาส 1/2560 พบว่า มีจำนวนรวมอยู่ที่ 477 โรงงาน

ทั้งนี้ หากพิจารณาในภาพรวมของผู้ผลิตรองเท้า 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มหนัง ไม้ และพลาสติก พบว่า อยู่ในอัตราที่ทรงตัว สำหรับกลุ่มผู้ผลิตรองเท้าพลาสติกคาดว่าจะมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งในไตรมาส 1/2560 พบว่า มีจำนวนรวม 200 โรงงาน โดยมีรายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 2



ตารางที่ 2 แสดงจำนวนผู้ผลิตรองเท้าหนัง ในปี พ.ศ. 2557 - 2560 (มกราคม-มีนาคม)

ประเภท	ปี			
	2557	2558	2559	2560 (ม.ค.-มี.ค.)
รวม (ผู้ผลิตอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า)	1,312	1,324	1,333	NA.
03300_ผลิตหรือขึ้นส่วนของรองเท้า ซึ่งมีได้ทำจากไม้ ยางอบแข็ง ยางอัดเข้ารูป หรือพลาสติกเข้ารูป	479	481	477	477
03602_ประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากไม้หรือไม้ก๊อก อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง (2) การทำรองเท้า ขึ้นส่วนของรองเท้า หรือหุ้มรองเท้าจากไม้	13	13	13	12
05307_ประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากพลาสติกอย่างใด อย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง (7) การทำรองเท้า หรือขึ้นส่วนของรองเท้า	190	194	198	200
รวม (ผู้ผลิตรองเท้า)	682	688	688	689

ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

รวบรวมและเรียบเรียง : ฝ่ายวิจัยนโยบายและบริการสารสนเทศอุตสาหกรรมสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

## 2. มูลค่าการส่งออก-นำเข้า

ตารางที่ 3 แสดงมูลค่าการส่งออกรองเท้าหนังของไทย ปี พ.ศ. 2555 - 2559

ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ					ส่วนแบ่งตลาด				
	2555	2556	2557	2558	2559	2555	2556	2557	2558	2559
โลก	292.41	321.62	358.93	297.30	272.85	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
1. สหรัฐอเมริกา	57.03	67.16	68.27	56.89	59.91	19.50	20.88	19.02	19.13	21.96
2. เดนมาร์ก	32.95	49.24	64.55	47.97	41.77	11.27	15.31	17.99	16.14	15.31
3. สหราชอาณาจักร	34.45	28.78	30.37	24.33	20.01	11.78	8.95	8.46	8.18	7.33
4. จีน	8.54	14.39	14.59	15.84	18.52	2.92	4.47	4.07	5.33	6.79
5. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	23.70	20.79	21.01	22.10	17.34	8.11	6.46	5.85	7.43	6.35
6. ญี่ปุ่น	14.44	13.92	13.84	15.51	15.74	4.94	4.33	3.86	5.22	5.77
7. ออสเตรเลีย	4.39	6.44	8.71	8.51	8.11	1.50	2.00	2.43	2.86	2.97
8. รัสเซีย	8.71	12.35	13.42	7.66	8.05	2.98	3.84	3.74	2.58	2.95
9. เกาหลีใต้	3.88	2.93	4.09	4.72	7.41	1.33	0.91	1.14	1.59	2.72
10. เยอรมนี	6.46	9.78	12.93	10.04	6.89	2.21	3.04	3.60	3.38	2.53

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร  
รวบรวมและเรียบเรียง : ฝ่ายวิจัยนโยบายและบริการสารสนเทศอุตสาหกรรมสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

การส่งออกรองเท้าหนังของไทยในช่วงปี 2555 – 2557 ตามข้อมูลในตารางที่ 3 จะเห็นว่า มูลค่าการส่งออกของไทยมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยพิจารณาจากมูลค่าส่งออก 292.41 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2555 เพิ่มขึ้นเป็น 358.93 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2557 หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.25 ส่วนในปี 2558 - 2559 มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มลดลง โดยมูลค่าส่งออก 297.30 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2558 ลดลงเป็น 272.85 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2559 หรือขยายตัวลดลงร้อยละ 8.22 ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยคือ สหรัฐอเมริกา ในปี 2559 มีส่วนแบ่งตลาดถึง ร้อยละ 21.96 มีมูลค่าส่งออก 59.91 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาคือ เดนมาร์ก มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 15.31 มีมูลค่าการส่งออก 41.77 ล้านเหรียญสหรัฐ และสหราชอาณาจักร มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 7.33 มีมูลค่าการส่งออก 20.01 ล้านเหรียญสหรัฐ

ตารางที่ 4 แสดงมูลค่าการนำเข้ารองเท้าหนังของไทย ปี พ.ศ. 2555 - 2559

ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ					ส่วนแบ่งตลาด				
	2555	2556	2557	2558	2559	2555	2556	2557	2558	2559
โลก	64.33	75.15	78.18	79.74	72.30	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
1. จีน	25.97	28.99	27.50	29.83	23.57	40.38	38.58	35.17	37.41	32.61
2. อิตาลี	9.31	12.09	14.31	13.92	13.23	14.48	16.09	18.30	17.45	18.31
3. เวียดนาม	7.67	9.83	11.76	12.20	12.49	11.92	13.07	15.05	15.30	17.28
4. อินโดนีเซีย	5.57	7.36	8.19	7.46	5.35	8.65	9.79	10.47	9.35	7.40
5. อินเดีย	1.12	2.05	2.59	1.85	1.98	1.74	2.72	3.32	2.32	2.74
6. มาเลเซีย	3.90	2.53	2.23	1.26	1.69	6.06	3.37	2.86	1.58	2.34
7. กัมพูชา	0.40	0.75	0.69	1.03	1.36	0.62	1.00	0.88	1.29	1.88
8. ไปรูเกส	1.29	1.29	1.36	1.62	1.30	2.00	1.71	1.74	2.03	1.79
9. บราซิล	1.49	1.80	1.23	1.29	1.26	2.32	2.40	1.57	1.61	1.74
10. สหรัฐอเมริกา	1.18	1.65	1.90	1.82	1.25	1.83	2.19	2.43	2.28	1.73

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร  
รวบรวมและเรียบเรียง : ฝ่ายวิจัยนโยบายและบริการสารสนเทศอุตสาหกรรมสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ



การนำเข้ารองเท้าหนังของไทยในช่วงปี 2555 – 2558 ตามข้อมูลในตารางที่ 4 จะเห็นว่า มูลค่าการนำเข้าของไทยมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยพิจารณาจากมูลค่านำเข้า 64.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2555 เพิ่มขึ้นเป็น 79.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2558 หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.95 ส่วนในปี 2559 มูลค่าการนำเข้าลดลง โดยมูลค่านำเข้า 79.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2558 ลดลงเป็น 72.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2559 หรือขยายตัวลดลงร้อยละ 9.34 ตลาดนำเข้าที่สำคัญของไทย คือ จีน ในปี 2559 มีส่วนแบ่งตลาดถึง ร้อยละ 40.38 มีมูลค่านำเข้า 25.97 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ อิตาลี มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 14.48 มีมูลค่านำเข้า 9.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเวียดนาม มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 11.92 มีมูลค่านำเข้า 7.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

### 3. การบริโภคและแนวโน้มธุรกิจในอนาคต และปัจจัยแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อ

แนวโน้มในปี 2560 ของอุตสาหกรรม คาดว่าจะมีแนวโน้มทรงตัวต่อเนื่องจากปี 2559 ซึ่งมีแรงหนุนจากยอดขายในกลุ่มลูกค้าแถบประเทศ CLMV โดยจะเป็นสินค้าระดับกลางค่อนข้างดี ซึ่งมีแนวโน้มที่ดี ส่วนการส่งออกหนังฟอกเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตสินค้าของ จีน ฮองกง และเวียดนาม คาดว่า จะยังมีความต้องการต่อเนื่อง อีกทั้งทิศทางค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มอ่อนค่าลงน่าจะส่งผลดีต่อการส่งออกในกลุ่มสินค้าหนังและผลิตภัณฑ์หนัง

- สำหรับตลาดในประเทศ หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด คาดว่าจะขยายตัวได้จากการเติบโตของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง อาทิ ยานยนต์ เพอร์นิเจอร์ รวมทั้ง จำนวนนักท่องเที่ยวที่ขยายตัวต่อเนื่อง น่าจะส่งผลให้เครื่องหนังประเภทกระเป๋าและรองเท้ามียอดขายเพิ่มขึ้นได้อย่างช้าๆ
- อุตสาหกรรมรองเท้าปี 2560 จะเติบโตระดับร้อยละ 0 เมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งสอดคล้องกับภาวะการส่งออกที่อุตสาหกรรมรองเท้าไทยต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่สูง และส่วนหนึ่งเกิดจากการมีการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านในช่วงที่ผ่านมา
- แนวโน้มอุตสาหกรรมรองเท้าในปี 2560 คาดหวังว่าจะมีการเติบโตขึ้น โดยมีปัจจัยหลายอย่างที่จะเป็นตัวหนุนหนุน ทั้งภาวะเศรษฐกิจโลกที่น่าจะเริ่มกลับมาฟื้นตัว รวมถึงกำลังซื้อในไทยที่คาดว่าจะดีกว่าปีนี้จากระดับราคาสินค้าเกษตรที่เริ่มปรับตัวสูงตามทิศทางน้ำมัน และปัจจัยเรื่องของความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก หรือ TPP หากมีการยกเลิกจริงจะเป็นผลดีสำหรับไทย เพราะก่อนหน้านี้ที่เวียดนามได้เข้าร่วม TPP มีส่วนสำคัญในการดึงดูดการลงทุนเข้าไปยังเวียดนามมากขึ้นเพราะเวียดนามจะได้รับสิทธิประโยชน์ในการส่งออกรองเท้าไปยังตลาดสหรัฐฯ

### ประเด็นข้อสังเกตของผู้ผลิตกลุ่ม Maker

นอกเหนือกระบวนการออกแบบที่เป็นจุดแข็งของผู้ผลิต หรือ Maker กระบวนการตัดเย็บที่มีฝีมือ การเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพ รวมไปถึงการให้บริการ ซึ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความเข้มแข็งของ Maker ในแบรนด์ต่าง ๆ

การจัดแบ่งกลุ่มสินค้าของ Maker เน้นเลือกความเป็นไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ พร้อมถูกถ่ายทอดออกมาเป็นผลิตภัณฑ์/สินค้าที่ชัดเจนในแบรนด์ ดังนั้น ผู้บริโภคของแต่ละผู้ผลิต หรือ Marker ย่อมมี



ความแตกต่างกันอย่างเด่นชัด ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคที่ชื่นชอบในสินค้าเครื่องหนัง คาดหวังว่าสินค้านั้น ๆ ต้องผลิตจากหนังแท้ เมื่อสัมผัสแล้วต้องให้ได้ความรู้สึกที่เป็นหนังแท้ และพร้อมที่จะยอมจ่ายในสินค้านั้น หรือ “เหมาะสมกับราคา”

โรงงานฟอกหนังส่วนใหญ่ของไทย เน้นการส่งออกไปต่างประเทศทำให้ต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบ (หนังแท้) จากต่างประเทศ ซึ่งในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ราคาวัตถุดิบที่ใช้ผลิตเพิ่มขึ้นมากกว่า 10 เท่า ประกอบกับค่าแรงที่เพิ่มขึ้น การแก้ไขปัญหาของผู้ผลิต หรือ Maker จึงให้ความสำคัญในการบริหารจัดการเป็นสำคัญ แต่ยังคงคำนึงถึง “คุณภาพ” และ “คุณค่า” เป็นสำคัญ

การเข้าถึงลูกค้าโดยให้จดจำถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิตหรือ Maker ต้องเริ่มจากการศึกษาให้แน่ชัดถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความหวังจากสินค้า และนำไปสู่การเป็นแบรนด์ที่มีความเข้มแข็งให้กับผู้ผลิตหรือ Maker

\*\*\*\*\*

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ  
(Thailand Textile Institute)  
30 เมษายน 2560

### ภาคผนวก

ตารางแสดงมูลค่าการส่งออกรองเท้าหนังของไทย ปี พ.ศ. 2555 - 2559

ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ					ส่วนแบ่งตลาด				
	2555	2556	2557	2558	2559	2555	2556	2557	2558	2559
โลก	292.41	321.62	358.93	297.30	272.85	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
1. สหรัฐอเมริกา	57.03	67.16	68.27	56.89	59.91	19.50	20.88	19.02	19.13	21.96
2. เคนนาดา	32.95	49.24	64.55	47.97	41.77	11.27	15.31	17.99	16.14	15.31
3. สหราชอาณาจักร	34.45	28.78	30.37	24.33	20.01	11.78	8.95	8.46	8.18	7.33
4. จีน	8.54	14.39	14.59	15.84	18.52	2.92	4.47	4.07	5.33	6.79
5. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	23.70	20.79	21.01	22.10	17.34	8.11	6.46	5.85	7.43	6.35
6. ญี่ปุ่น	14.44	13.92	13.84	15.51	15.74	4.94	4.33	3.86	5.22	5.77
7. ออสเตรเลีย	4.39	6.44	8.71	8.51	8.11	1.50	2.00	2.43	2.86	2.97
8. รัสเซีย	8.71	12.35	13.42	7.66	8.05	2.98	3.84	3.74	2.58	2.95
9. เกาหลีใต้	3.88	2.93	4.09	4.72	7.41	1.33	0.91	1.14	1.59	2.72
10. เยอรมนี	6.46	9.78	12.93	10.04	6.89	2.21	3.04	3.60	3.38	2.53
11. ฝรั่งเศส	12.30	11.63	10.35	8.36	6.31	4.21	3.62	2.88	2.81	2.31
12. แคนาดา	4.22	6.66	7.57	7.41	5.97	1.44	2.07	2.11	2.49	2.19
13. เนเธอร์แลนด์	5.91	3.49	3.80	5.10	4.36	2.02	1.09	1.06	1.72	1.60
14. ฮ่องกง	3.42	3.98	4.82	5.58	4.31	1.17	1.24	1.34	1.88	1.58
15. แอฟริกาใต้	2.27	2.27	2.85	3.20	4.18	0.77	0.71	0.79	1.08	1.53
รวม 15 ประเทศ	222.67	253.83	281.16	243.22	228.88	76.15	78.92	78.33	81.81	83.89
รวมอื่นๆ	69.74	67.79	77.76	54.08	43.97	23.85	21.08	21.67	18.19	16.11

ตารางแสดงมูลค่าการนำเข้ารองเท้าหนังของไทย ปี พ.ศ. 2555 - 2559

ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ					ส่วนแบ่งตลาด				
	2555	2556	2557	2558	2559	2555	2556	2557	2558	2559
โลก	64.33	75.15	78.18	79.74	72.30	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
1. จีน	25.97	28.99	27.50	29.83	23.57	40.38	38.58	35.17	37.41	32.61
2. อิตาลี	9.31	12.09	14.31	13.92	13.23	14.48	16.09	18.30	17.45	18.31
3. เวียดนาม	7.67	9.83	11.76	12.20	12.49	11.92	13.07	15.05	15.30	17.28
4. อินโดนีเซีย	5.57	7.36	8.19	7.46	5.35	8.65	9.79	10.47	9.35	7.40
5. อินเดีย	1.12	2.05	2.59	1.85	1.98	1.74	2.72	3.32	2.32	2.74
6. มาเลเซีย	3.90	2.53	2.23	1.26	1.69	6.06	3.37	2.86	1.58	2.34
7. เกาหลีใต้	0.40	0.75	0.69	1.03	1.36	0.62	1.00	0.88	1.29	1.88
8. ไต้หวัน	1.29	1.29	1.36	1.62	1.30	2.00	1.71	1.74	2.03	1.79
9. บราซิล	1.49	1.80	1.23	1.29	1.26	2.32	2.40	1.57	1.61	1.74
10. สหรัฐอเมริกา	1.18	1.65	1.90	1.82	1.25	1.83	2.19	2.43	2.28	1.73
11. ญี่ปุ่น	0.34	0.36	0.39	0.91	1.21	0.52	0.49	0.50	1.14	1.68
12. สเปน	1.06	1.04	1.01	0.88	1.05	1.64	1.38	1.29	1.10	1.45
13. เยอรมนี	0.52	0.42	0.95	1.09	0.94	0.81	0.56	1.21	1.36	1.30
14. สิงคโปร์	1.61	1.24	1.22	0.92	0.82	2.50	1.65	1.56	1.16	1.14
15. ลาว	0.03	0.06	0.17	0.44	0.82	0.05	0.08	0.22	0.55	1.13
รวม 15 รายการ	61.46	71.46	75.49	76.51	68.33	95.54	95.10	96.56	95.95	94.51
รวมอื่นๆ	2.87	3.68	2.69	3.23	3.97	4.46	4.90	3.44	4.05	5.49

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร  
รวบรวมและเรียบเรียง : ฝ่ายวิจัยนโยบายและบริการสารสนเทศอุตสาหกรรมสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ



## เอกสารอ้างอิง

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2555). รายงานการศึกษาเพื่อกำหนดกลยุทธ์ การศึกษาทิศทางทางการตลาดอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังในประเทศจีน : สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ.

ธีรเมศร์ เลิศเสวตพงศ์. “อีกตำนานแบรนด์ไทยที่ประสบความสำเร็จ Viere by Ragazze.” Thai Textile OUTLOOK. ฉบับที่ 8(ตุลาคม-ธันวาคม 2555) : 32.

สืบค้นจาก : <http://www.bangkokfashionshoes.com/article/>

สืบค้นจาก : <http://www.clarks.co.th/technologies/>

สืบค้นจาก : [http://bluesky-camping.blogspot.com/2009/01/blog-post\\_2500.html](http://bluesky-camping.blogspot.com/2009/01/blog-post_2500.html)

สืบค้นจาก : [http://www.mrbackpacker.com/gear/gear\\_18.html](http://www.mrbackpacker.com/gear/gear_18.html)