



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์

สาขา

เศรษฐศาสตร์

ภาควิชา

เรื่อง ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยในการส่งออกยางแท่ง

The Competitive Advantage of Thailand in Block Rubber Export

นามผู้วิจัย นางสาวอรณิชา เหมวิเชียร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(อาจารย์จිරศักดิ์ พงษ์พิชญพิจิตร, Ph.D.)

กรรมการ

(อาจารย์ชอดยิ่ง คงทอง, Ph.D.)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สานิต แก้วเอี่ยม, วท.ม.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์พรหม กุลคิดถก, ศ.ม.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์วินัย อาจคงหาญ, M.A.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 30 เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๔๙

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยในการส่งออกยางแท่ง

The Competitive Advantage of Thailand in Block Rubber Export

โดย

นางสาวอรุณิชา เหมวิเชียร

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

พ.ศ. 2549

ISBN 974-16-1293-1

อรณิชา เหมวิเชียร 2549: ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยในการส่งออกยางแท่ง
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์จිරศักดิ์ พงษ์พิชญพิจิตร, Ph.D. 129 หน้า
ISBN 974-16-1293-1

อุตสาหกรรมยางแท่งเป็นอุตสาหกรรมที่เริ่มมีบทบาทมากขึ้นในฐานะสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย ทดแทนการส่งออกยางแผ่นรมควัน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทย โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศหรือระบบเพชรของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นกรอบในการวิเคราะห์ และใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสอบถามผู้ประกอบการจำนวน 15 โรงงาน และข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของโลก ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และจีนที่มาจากไทยเปรียบเทียบกับที่มาจากมาเลเซียและอินโดนีเซีย ในปัจจุบันไทยยังมีส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งในตลาดเหล่านี้เป็นรองอินโดนีเซียและมาเลเซีย เนื่องจากไทยยังไม่สามารถปรับแผนการผลิตยางแท่งได้ตามความต้องการที่สูงขึ้นได้ทันทั่วทั้ง แต่เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอนาคตตามกรอบแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ พบว่าแม้ว่าการส่งออกยางแท่งของไทยยังเสียเปรียบประเทศคู่แข่งเช่นคือมาเลเซีย และอินโดนีเซีย เนื่องจากไทยยังเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิตยางแท่งคือยางก้อนถ้วย ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในระบบเพชร โดยสมบูรณ์หรือเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่ง เพราะเกษตรกรไทยยังยึดติดกับการผลิตยางธรรมชาติตามวิถีปฏิบัติแบบดั้งเดิมนั่นคือ การผลิตยางแผ่นดิบเพื่อป้อนโรงงานยางแผ่นรมควัน จึงส่งผลต่อการผลิตยางก้อนถ้วยที่ไม่เพียงพอกับความต้องการผลิตยางแท่ง แต่ในอนาคตไทยจะมีแนวโน้มความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่งมากขึ้น เนื่องจากไทยยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่งอีกหลายประการ โดยเฉพาะภาครัฐบาลและเอกชนที่มีการให้ความสำคัญอย่างจริงจังโดยมีนโยบายปฏิรูประบบยางพาราทั้งระบบ รวมถึงการส่งเสริมการผลิตยางก้อนถ้วยให้มีปริมาณมากขึ้น อีกทั้งโครงสร้างตลาดในประเทศไทยมีลักษณะที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งเป็นแรงกดดันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อมากขึ้น ซึ่งเป็นส่วนช่วยทำให้ในอนาคตประเทศไทยสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศได้มากขึ้น

จากผลการวิจัยข้างต้นปัจจัยการผลิตภายในประเทศ เป็นปัจจัยหลักในการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ดังนั้นรัฐบาลและภาคเอกชนควรส่งเสริมให้มีการปรับเปลี่ยนแผนการผลิตให้มีการผลิตยางก้อนถ้วยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเพิ่มขึ้น และมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งที่เป็นแรงงานมีทักษะและไม่มีทักษะ

อรณิชา เหมวิเชียร
ลายมือชื่อนิติ


ลายมือชื่อประธานกรรมการ

21 มี.ค. ๕๙

Onicha Hemwichain 2006: The Competitive Advantage of Thailand in Block Rubber Export. Master of Economics, Major Field: Economics, Department of Economics.
Thesis Advisor: Mr. Jeerasak Pongpisanupichit, Ph.D. 129 pages.
ISBN 974-16-1293-1

Block rubber had gradually replaced sheet rubber as an important export product of Thailand. The study then aimed to investigate the competitive advantage of block rubber export of Thailand. The study applied Michael E. Porter's national competitive advantage theory at a analytical framework. The primary data collected from interviewing 15 factory owners and secondary data from various sources were used in the descriptive analysis.

The study showed that over the past several years the market share of block rubber from Thailand in Japan, USA and China was still small compared with Malaysia and Indonesia. This was because Thailand was unable to adapt the new production process in line with the growth in demand. According to the national competitive advantage theory, in short term, Thailand was at disadvantage in the export of block rubber compared with its competitors like Malaysia and Indonesia. Thailand was confronting with the lack of suitable raw materials in producing block rubber, namely cup-lump rubber. The Thai farmers were still using the old production method, producing raw rubber piece for sheet rubber factory. However, in long term, Thailand was set to be more advantage in rubber export due to many contributed factors. Government and private sector were now paying more attention to revolutionize the end-to-end rubber production. This included an increased production of cup-lump rubber. Also, the competitive environment pressured producers to develop product in order to meet the growing demand.

Therefore, Government and private sector should promote more production of standard quality cup-lump rubber and develop human resources, both skilled and non-skilled.

ONICHA HEMWICHAIN

Student's signature


Thesis Advisor's signature

21, 03 06

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ให้คำปรึกษา เป็นอย่างดีจากอาจารย์จรัสศักดิ์ พงษ์พิชญพิจิตร ประธานกรรมการที่ปรึกษา อาจารย์ยอดยิ่ง คงทอง กรรมการสาขาวิชาเอก และอาจารย์ศานิต เก้าเอี้ยน กรรมการสาขาวิชารอง ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ และผศ. ปนัดดา อินทร์พรหม ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัยที่กรุณาให้คำแนะนำเพิ่มเติมเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ เอกชนที่กรุณาสละเวลาให้ข้อมูล รายละเอียดอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ตลอดจนบิดา มารดา ทุกคนใน ครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่เป็นกำลังใจให้ด้วยดีเสมอมา

อรณิชา เหมวิเชียร

กุมภาพันธ์ 2549

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตของการวิจัย	7
วิธีการวิจัย	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	11
การตรวจเอกสาร	11
แนวคิดทางทฤษฎี	15
บทที่ 3 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของอุตสาหกรรมยางแท่ง	26
ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับยางธรรมชาติในประเทศไทย	
ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย	26
การผลิตและการใช้ยางแท่งของประเทศไทย	35
การตลาดยางแท่งของประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย	42
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	58
ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของประเทศไทยเปรียบเทียบกับมาเลเซีย	
และอินโดนีเซียในแต่ละตลาด	59
ปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยในการ	
ส่งออกยางแท่งเปรียบเทียบกับมาเลเซีย และอินโดนีเซีย	70
สถานะปัจจัยการผลิตในประเทศ	71
สภาพความต้องการหรืออุปสงค์	83
อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง	89
ยุทธการ โครงสร้างตลาด และสภาพการแข่งขัน	
ในประเทศอุตสาหกรรม	90

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
รัฐบาล	93
เหตุสุดวิสัย	97
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	106
สรุปผลการวิจัย	106
ข้อเสนอแนะ	109
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	113
ภาคผนวก	117

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	2
2	ปริมาณการส่งออกยางของประเทศไทยจำแนกตามประเภทยางในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	3
3	ปริมาณการส่งออกยางของประเทศผู้ส่งออกยางที่สำคัญจำแนกตามประเภทยางในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	5
4	อัตราการขยายตัวในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทย และอัตราการขยายตัวความต้องการยางแท่งในตลาดโลก ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	6
5	พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผลผลิต ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	27
6	ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยแยกตามประเภทในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	29
7	ผลผลิตและรายได้ของเจ้าของสวนยางปีพ.ศ. 2544	30
8	ราคาส่งออกต่างประเทศ (FOB กรุงเทพฯ) ราคาล่วงหน้า 1 เดือนของยางประเภทต่าง ๆ ของประเทศไทย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	31
9	ผลผลิตยางพาราของประเทศมาเลเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546	32
10	ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศมาเลเซียจำแนกตามประเภทยางในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	ผลผลิตยางพาราของประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546	34
12	ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศอินโดนีเซีย จำแนกตามประเภทยาง ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546	35
13	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยางแท่งจำแนกตามชั้นต่าง ๆ	37
14	มาตรฐานยางแท่งของประเทศไทยชนิดต่าง ๆ ในช่วงปีพ.ศ. 2511-2538	40
15	มาตรฐานยางแท่งของประเทศไทยชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2539 จนถึงปัจจุบัน	40
16	แถบคาดสีประจำชั้นยางแท่งไทยชั้นต่าง ๆ	41
17	ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติของประเทศไทย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	43
18	ส่วนแบ่งตลาดยางแท่งของประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ 3 ประเทศในตลาดโลก ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	45
19	ปริมาณการส่งออกยางแท่งตามชั้นมาตรฐานยางแท่ง ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	46
20	มูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติจำแนกตามประเภทของยาง ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	47
21	จำนวนผู้ผลิตยางแท่งรายใหญ่ของประเทศมาเลเซียจำแนกตามกำลังการผลิตปีพ.ศ. 2546	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	ปริมาณการส่งออกยางแท่งจำแนกตามชั้นมาตรฐานยางแท่งของ ประเทศมาเลเซีย ในช่วงปีพ.ศ.2542-2546	51
23	ราคาส่งออกยางแท่ง SMR 20 ของประเทศมาเลเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	52
24	รายได้จากการส่งออกผลิตภัณฑ์ประเภทยางของประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2541-2547	54
25	ปริมาณการส่งออกยางแท่งจำแนกตามประเภทชั้นมาตรฐานยางแท่ง ของประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546	55
26	อัตราการขยายตัวในการส่งออกยางแท่งของประเทศอินโดนีเซียเปรียบเทียบกับ อัตราการขยายตัวของความต้องการยางแท่งในตลาดโลก ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546	56
27	รายได้จากการส่งออกยางแท่งและส่วนแบ่งตลาดยางแท่งของประเทศ อินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2546-2547	57
28	ราคาส่งออกยางแท่ง SIR 20 ของประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546	57
29	ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของโลกจากประเทศแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	59
30	ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของโลกที่มาจากประเทศไทย เปรียบเทียบกับ ที่มาจากประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
31	ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่น จำแนกตามประเทศแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	62
32	ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นที่มาจากประเทศไทย เปรียบเทียบกับที่มาจากประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	63
33	ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของสหรัฐอเมริกา จำแนกตามประเทศแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	65
34	ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของสหรัฐอเมริกาที่มาจากประเทศไทย เปรียบเทียบกับที่มาจากประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	65
35	ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของจีน จำแนกตามประเทศแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	68
36	ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของจีนที่มาจากประเทศไทย เปรียบเทียบกับที่มาจากประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	69
37	โครงสร้างต้นทุนการผลิตยางแท่งประเภท STR 20	72
38	จำนวนประชากรและกำลังแรงงานทั้งหมดของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	79
39	ระดับค่าจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
40	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยสำหรับลูกค้าทั่วไปของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2543-2547	82
41	ขนาดความต้องการยางแท่งภายในประเทศของประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2543-2547	85
42	ปริมาณการใช้ยางแท่ง STR 20 ในอุตสาหกรรมยานพาหนะและยางรถจักรยานยนต์ ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546	86
43	รายชื่อผู้ประกอบการและกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย	87
44	กำลังการผลิตยางแท่งของผู้ประกอบการรายใหญ่ ๆ ของประเทศไทย ในปีพ.ศ. 2548	92

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน	17
2	ระบบเพชรที่สมบูรณ์	24
3	กรรมวิธีการผลิตยางแท่งจากน้ำยาง	37
4	กรรมวิธีการผลิตยางแท่งจากยางแห้ง	39
5	สัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศไทยปีพ.ศ. 2547	43
6	แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของระดับราคายางธรรมชาติจำแนกตามประเภทยางในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546	49
7	การเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกยางแท่ง SMR 20 ของประเทศมาเลเซียในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547	53
8	สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย	101

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยผลิตยางพาราเป็นอันดับหนึ่งของโลก มีพื้นที่เพาะปลูกทั้งสิ้น 12.7 ล้านไร่ พื้นที่ร้อยละ 90 อยู่ในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ ส่วนที่เหลืออยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 15 จังหวัด ภาคตะวันออก 5 จังหวัด และภาคตะวันตก 2 จังหวัด ซึ่งปริมาณการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปีพ.ศ. 2547 สามารถผลิตผลผลิตได้ทั้งสิ้น 3,060,000 เมตริกตัน ซึ่งสามารถผลิตได้สูงขึ้นจากปีพ.ศ. 2546 คิดเป็นร้อยละ 6.51 เมื่อเทียบกับปริมาณผลผลิตทั้งหมดในปีพ.ศ. 2546 ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก สำหรับปริมาณการส่งออกในปีพ.ศ. 2547 เท่ากับ 2,740,000 เมตริกตัน ดังตารางที่ 1 นอกจากนี้การส่งออกยางพาราส่วนใหญ่ส่งออกในรูปแบบยางแผ่นรมควัน รองลงมา คือ ยางแท่ง และน้ำยางข้น ตามลำดับ สำหรับในปีพ.ศ. 2547 มีการส่งออกยางแผ่นรมควันเท่ากับ 1,238,000 เมตริกตัน รองลงมาได้แก่ ยางแท่งเท่ากับ 942,000 เมตริกตัน น้ำยางข้นเท่ากับ 465,000 เมตริกตัน ตามลำดับ ดังตารางที่ 2 ซึ่งการส่งออกยางพารานี้ได้สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยหลายหมื่นล้านบาท โดยในปีพ.ศ. 2547 มูลค่าการส่งออกเท่ากับ 99,875.60 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2546 เท่ากับ 5,358.29 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.84 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2546 (สมาคมยางพาราไทย, 2547)

สำหรับประเทศคู่ค้าที่สำคัญในการส่งออกยางพาราของประเทศไทย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา โดยปริมาณการส่งออกในปีพ.ศ. 2545 เท่ากับ 498,854 436,634 และ 382,317 เมตริกตัน ตามลำดับ (สถิติยางประเทศไทย, 2547) ส่วนประเทศคู่แข่งอื่น ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซีย แต่ในปัจจุบันประเทศอินโดนีเซียกำลังประสบปัญหาทางด้านภัยธรรมชาติ จึงเป็นโอกาสของประเทศไทยในการส่งออกยางพารามากขึ้น ส่วนประเทศมาเลเซียได้มีการลดพื้นที่การเพาะปลูกยางพารา รวมทั้งเน้นการผลิตเพื่อการใช้ในประเทศ จึงลดบทบาทในฐานะผู้ส่งออกลงไปเมื่อเทียบกับในอดีต (สำนักเศรษฐกิจการเกษตร, 2548)

ตารางที่ 1 ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: เมตริกตัน)

ปี	ปริมาณการผลิต	ปริมาณส่งออก	ใช้ในประเทศ
2542	2,154,560	1,886,339	226,917
2543	2,346,487	2,166,153	242,549
2544	2,319,549	2,042,079	253,105
2545	2,615,104	2,354,416	278,355
2546	2,873,000	2,593,000	298,699
2547	2,740,000	320,000	3,060,000

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2548)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ายางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย รัฐบาลจึงได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาด้านการผลิตและการส่งออกยางพาราอย่างต่อเนื่อง โดยมีการร่วมมือในกลุ่มประเทศคู่แข่ง คือประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นการร่วมมือกันทำการค้าแทนที่จะแข่งขันกันเช่นอดีต เพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับตลาดโลก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาเสถียรภาพทางด้านราคาที่สูงอยู่กับตลาดโลกเป็นสำคัญ แต่ในทางปฏิบัติยังเป็นไปได้ยากเนื่องจากแต่ละประเทศก็หวังที่จะนํารายได้เข้าสู่ประเทศให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จึงทำให้ต้องมีการแข่งขันกันตลอดจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้รัฐบาลยังมีแนวทางในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาด้านการผลิตและการส่งออกอีกมากมาย เช่น ประกาศเขตเกษตรเศรษฐกิจยางพาราและจดทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกยาง สนับสนุนการผลิตยางก้อนหรือยางก้นถ้วย (Cup lump) เพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่ง สนับสนุนการส่งออกในตลาดส่งออกเดิมของไทยและหาตลาดใหม่เพิ่ม และจัดตั้งตลาดกลางยางพาราระดับภูมิภาคและเชื่อมโยงระบบเครือข่าย โดยมีตลาดกลางยางพาราอำเภอหาดใหญ่ เป็นแม่ข่าย เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2547)

จากการที่ปัจจุบันประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกยางแผ่นรมควัน (สถาบันวิจัยยาง, 2546) เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันของประเทศไทยในตลาดโลก ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศไทยครอบครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยคิดเป็นร้อยละ 20 ของการนำเข้ายางแผ่นรมควันทั้งหมด (สมาคมยางพาราไทย, 2547) และมีแนวโน้มที่รักษาส่วนแบ่งตลาดนี้ต่อไปได้ โดยเฉพาะในตลาดญี่ปุ่นและสาธารณรัฐประชาชนจีน

เนื่องจากประเทศไทยมีชำนาญในการผลิตยางแผ่นรมควันมากกว่าประเทศคู่แข่งอื่น ซึ่งประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีนก็ยังมีความต้องการยางแผ่นรมควันอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเทศจีนได้มีการขยายโควตาการนำเข้าจึงเป็นโอกาสที่ดีในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยอีกด้วย แต่นั่นก็มิได้หมายความว่าประเทศไทยจะต้องมีความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งตามไปด้วย เพราะปัจจุบันประเทศไทยยังสามารถส่งออกยางแท่งได้น้อยกว่าประเทศอินโดนีเซียในปริมาณที่มากพอสมควร (สมาคมยางพารา, 2548)

ตารางที่ 2 ปริมาณการส่งออกยางของประเทศไทยจำแนกตามประเภทยาง
ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: เมตริกตัน)					
ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	อื่น ๆ	รวม
2542	1,071,490	540,991	216,845	57,013	1,886,339
2543	1,006,144	808,475	284,671	66,863	2,166,153
2544	870,419	763,282	347,541	60,837	2,042,079
2545	1,049,995	828,561	382,457	93,403	2,354,416
2546	1,156,500	912,400	460,200	63,900	2,593,000
2547	1,238,000	942,000	465,000	95,000	2,740,000

ที่มา: สถาบันวิจัยการยาง (2548)

สำหรับประเทศอินโดนีเซียส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก แต่การส่งออกยางแท่งของไทยยังมีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยส่งออกยางแท่งเท่ากับ 993.50 พันตัน ในขณะที่ประเทศคู่แข่งอื่นมีการส่งออกยางแท่งดังนี้ ประเทศอินโดนีเซียส่งออก 1,707.4 พันตัน และประเทศมาเลเซียส่งออก 1,008.1 พันตัน จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าในปีพ.ศ. 2544 จนกระทั่งปีพ.ศ. 2546 ประเทศไทยมีการส่งออกยางแท่งมากกว่าประเทศมาเลเซีย เนื่องจากประเทศมาเลเซียเน้นใช้ยางแท่งในประเทศตนเพิ่มมากขึ้นจึงมีการส่งออกน้อยลง แต่ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศมาเลเซียมีการส่งออกมากกว่าประเทศไทย เนื่องจากค่าเงินที่อ่อนตัวเกินความเป็นจริง ทำให้การส่งออกขยายตัวมากขึ้น (สมาคมยางพารา, 2548) โดยตลาดหลักการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยคือ ประเทศญี่ปุ่นร้อยละ 18.07 ประเทศสหรัฐอเมริการ้อยละ 17.54 และสาธารณรัฐประชาชนจีนร้อยละ 18 สำหรับยางแท่งที่ประเทศไทยส่งออกนั้นส่วนใหญ่จะอยู่ในรูป ยางแท่ง STR 5L และ STR 20 (International Rubber Study Group [IRSG], 2004)

สำหรับประเทศไทยมีการส่งออกยางแท่งในอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2542-2547 เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.37 ต่อปี ในขณะที่อัตราการขยายตัวของความต้องการยางแท่งในตลาดโลกเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.27 ต่อปี ดังตารางที่ 4 ถึงแม้ว่าความต้องการยางแท่งของโลกจะมีอัตราการขยายตัวไม่มากนักแต่ก็มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมีเพียงปีพ.ศ. 2544 เท่านั้นที่ความต้องการยางแท่งลดลง เนื่องจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจโดยรวมโดยเฉพาะแถบเอเชีย จึงทำให้ความต้องการยางแท่งชะลอตัว แต่สำหรับประเทศไทยนั้นอัตราการขยายตัวในการส่งออกยางแท่งเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะปีพ.ศ. 2543 ทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกยางแท่งได้เป็นอันดับสองรองจากประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากประเทศไทยได้หันไปให้ความสนใจการผลิตยางแท่งเพิ่มมากขึ้น (สถาบันวิจัยยาง, 2547)

ในปีพ.ศ. 2546 การส่งออกยางแท่งได้นำรายได้เข้าสู่ประเทศสูงถึง 38,160.95 ล้านบาท ในขณะที่มูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันมีมูลค่าเท่ากับ 36,161.61 ล้านบาท (สมาคมยางพาราไทย, 2547) เป็นการแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกยางแท่งมากกว่ามูลค่าการส่งออกยางพาราในรูปยางแผ่นรมควัน แม้ประเทศไทยจะส่งออกยางพาราในรูปของยางแผ่นรมควันในปริมาณมากเป็นอันดับหนึ่งก็ตาม เนื่องจากว่าระดับราคายางแท่งอยู่ในระดับที่สูงกว่ายางแผ่นรมควันซึ่งมีสาเหตุมาจากความต้องการยางแท่งที่สูงขึ้น ดังนั้นประเทศไทยคงต้องเร่งพัฒนาศักยภาพด้านการผลิตยางแท่ง และปรับปรุงโครงสร้างการเพาะปลูกยางพาราที่ส่วนใหญ่อยู่ในรูปเกษตรกรรมรายย่อยซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนายางแท่ง อีกทั้งต้นทุนการผลิตของประเทศไทยค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น (ปราสาทสังข์, 2547)

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดการส่งออกยางแท่งของประเทศไทย ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกยางแท่งไปยังตลาดคู่ค้าที่สำคัญคือ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งตลาดรองจากประเทศอินโดนีเซียค่อนข้างมาก ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดยางแท่งในตลาดญี่ปุ่นคิดเป็น ร้อยละ 46.50 ของการนำเข้ายางแท่งทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น โดยประเทศอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดในตลาดนี้ถึงร้อยละ 51.81 ของการนำเข้ายางแท่งทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะเห็นได้ว่าในทุก ๆ ตลาดคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทยนั้น ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดรองจากประเทศอินโดนีเซียในทุกตลาด สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากปัจจัยทางด้านต่าง ๆ ที่รัฐบาลส่งเสริมให้แก่ชุมชน เช่น การพัฒนาด้านทักษะของแรงงาน เงินทุน จะเน้นในการพัฒนาการผลิตยางแผ่นรมควันมากกว่าการผลิตยางแท่ง (สมาคมยางพาราไทย, 2547)

ตารางที่ 3 ปริมาณการส่งออกยางของประเทศผู้ส่งออกยางที่สำคัญจำแนกตามประเภทยาง
ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: พันตัน)

ประเภทยาง	ประเทศ	ปี พ.ศ. 2542	2543	2544	2545	2546	2547
ยางแผ่น รมควัน	ไทย	1,071.50	1,006.10	870.40	1,049.90	1,156.50	1,003.30
	อินโดนีเซีย	56.90	425.00	32.70	44.20	46.10	146.00
	มาเลเซีย	24.80	9.60	10.40	10.80	12.60	11.20
	อื่น ๆ	3,498.80	3,994.30	4,289.50	4,226.10	4,591.80	4,984.90
	รวม	4,652.00	5,435.00	5,203.00	5,331.00	5,807.00	6,145.40
ยางแท่ง	ไทย	541.00	808.50	763.40	828.60	912.40	993.50
	อินโดนีเซีย	1,420.20	1,322.30	1,411.40	1,500.60	1,589.80	1,707.40
	มาเลเซีย	815.20	853.90	716.00	783.60	849.40	1,008.10
	อื่น ๆ	1,875.60	2,450.30	2,312.20	2,218.20	2,455.40	2,238.40
	รวม	4,652.00	5,435.00	5,203.00	5,331.00	5,807.00	5,947.40
น้ำยางข้น	ไทย	216.80	284.70	347.50	382.50	490.20	488.60
	อินโดนีเซีย	12.50	9.50	10.30	8.60	12.60	11.70
	มาเลเซีย	111.50	91.80	80.40	78.00	77.30	73.30
	อื่น ๆ	288.20	240.00	183.80	175.90	96.90	172.40
	รวม	629.00	626.00	622.00	645.00	677.00	746.00

ที่มา: สมาคมยางพารา (2548)

ในขณะที่ประเทศคู่แข่งเช่นอย่างประเทศอินโดนีเซียกลับมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาง โดยเฉพาะยางแท่งไปมากกว่าประเทศไทย นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีระดับราคาปัจจัยการผลิตในการผลิตยางแท่งอยู่ในระดับสูงกว่าประเทศอินโดนีเซีย จึงทำให้ประเทศไทยมีโอกาสที่จะสูญเสียความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งไปมากกว่านี้ได้ในอนาคต

ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกยางแท่งของไทย เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 4 อัตราการขยายตัวในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยและอัตราการขยายตัว
ความต้องการยางแท่งในตลาดโลก ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: ร้อยละ)

ปี	อัตราการขยายตัวความต้องการ ยางแท่งในตลาดโลกต่อปี	อัตราการขยายตัวในการส่งออก ยางแท่งของไทยต่อปี
2542	-	-
2543	28.94	49.44
2544	-3.03	-5.57
2545	-4.08	8.52
2546	12.02	10.12
2547	3.74	5.75
อัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปี	6.27	11.37

ที่มา: จากการคำนวณข้อมูลตารางที่ 2

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทย โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้างต้นดังกล่าว คาดว่าจะทำให้สามารถทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกยางแท่ง และสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจในการวางแผนหรือแนวทางการพัฒนาการส่งออกยางแท่งของประเทศไทย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยต่อไปได้

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางพาราของประเทศไทย มีดังนี้

1. ขอบเขตของประเภทยางพาราที่ทำการศึกษาคือ ยางแท่ง เนื่องจากความต้องการใช้ยางแท่งในปัจจุบันของตลาดโลกมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมยางล้อที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 ความต้องการยางแท่งของตลาดโลกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 4.8 ในขณะที่การขยายตัวในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยมีการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปี ถึงร้อยละ 11.98 (IRSG, 2004 และจากการคำนวณ)

2. ขอบเขตของประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกยางพาราของไทย พิจารณาเฉพาะประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมีปริมาณการส่งออกยางแท่งไปยังตลาดที่สำคัญ เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศจีน ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญของประเทศไทย

3. การวิจัยครั้งนี้จะใช้ข้อมูลสถิติภูมิรายปีตั้งแต่ปีพ.ศ. 2542-2547 ยกเว้นในส่วนของข้อมูลภาคต่างประเทศจะใช้ข้อมูลรายปีตั้งแต่ปีพ.ศ. 2542-2546 เนื่องจากข้อจำกัดในการรวบรวมข้อมูล

วิธีการวิจัย

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีแหล่งที่มาดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

1.1 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางแท่ง โดยมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมยางแท่งทั้งหมดในประเทศไทยทั้งสิ้น 56 โรงงาน ในงานวิจัยชิ้นนี้จะเลือกตัวอย่างในการสัมภาษณ์เป็นจำนวน 15 บริษัท โดยมีเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่างครั้งนี้คือ ความสะดวกและความเป็นไปได้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการดังกล่าวภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณ โดยจะทำการสัมภาษณ์โรงงานผลิตยางแท่งในพื้นที่ 14 จังหวัดทางภาคใต้ของประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการอุตสาหกรรมนี้

1.2 การสัมภาษณ์นักวิชาการ จำนวน 10 ราย เพื่อทราบข้อมูลต่าง ๆ ทางด้านวิชาการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทั้งด้านการผลิตและด้านการตลาดในอุตสาหกรรมยางแท่ง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

2.1 ข้อมูลปริมาณการผลิต พื้นที่เพาะปลูก ปริมาณผลผลิตยางพารา ปริมาณการใช้ภายในประเทศ และปริมาณยางพาราในคลังสินค้าของประเทศไทยและต่างประเทศ จากสมาคมยางพาราไทย International Rubber Study Group (IRSG) และสำนักเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2.2 ข้อมูลการนำเข้าและการส่งออกยางพาราของไทยและประเทศคู่ค้า จากสถิติยางประเทศไทย สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล จะทำการวิเคราะห์ในวิธีการแบบเชิงพรรณนา เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นคือ ประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย เพื่อทำการศึกษาปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่ง โดยตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศมีอยู่ 6 ปัจจัยคือ ปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ เหตุสุดวิสัย และรัฐบาล ซึ่งจะทำการวิเคราะห์ดังนี้

1. สภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Condition) โดยพิจารณาเปรียบเทียบความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิต และโครงสร้างต้นทุนการผลิตระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย เพื่อศึกษาว่าทั้งสามประเทศนี้อุตสาหกรรมยางแท่งเน้นใช้ปัจจัยการผลิตชนิดใด และเปรียบเทียบความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตชนิดนั้น รวมถึงระดับราคาปัจจัยการผลิตชนิดนั้นในประเทศไทยว่ามีระดับราคาต่ำกว่าประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียหรือไม่ ถ้ามีระดับราคาต่ำกว่าแสดงว่าอาจมีความได้เปรียบในปัจจัยการผลิตชนิดนั้นมากกว่าประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาในด้านคุณภาพปัจจัยการผลิตควบคู่อีกด้วย

2. อุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Condition) โดยพิจารณาถึงความต้องการยางแท่งภายในประเทศของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย เพื่อพิจารณาขนาดของตลาดยางแท่งภายในประเทศ นอกจากนี้ยังรวมถึงการเกิดขึ้นก่อนของอุปสงค์ภายในประเทศ โดยถ้าประเทศใดมีขนาดตลาดยางแท่งภายในประเทศขนาดใหญ่ย่อมสามารถรองรับการผลิตที่ขยายตัวอย่างมากได้ดีกว่าประเทศที่มีขนาดตลาดยางแท่งภายในประเทศเล็กกว่า และในส่วนของ การเกิดขึ้นก่อนของอุปสงค์ภายในประเทศ ถ้าประเทศใดมีการเกิดขึ้นของอุปสงค์ภายในประเทศก่อนและสามารถกลายเป็นอุปสงค์สากลได้ประเทศนั้นจะมีความได้เปรียบด้านความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Supporting and Related Industries) ศึกษาอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ได้แก่ อุตสาหกรรมยางรถยนต์ โดยศึกษาโครงสร้างการผลิต การดำเนินงาน และสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องภายในประเทศแต่ละประเทศ ดังที่ได้กล่าวข้างต้น เนื่องจากมีความเชื่อว่าหากอุตสาหกรรมยางแท่งของไทยมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้อุตสาหกรรมยางแท่งของไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย

4. กลยุทธ์ โครงสร้างตลาดและสภาพการแข่งขันในประเทศอุตสาหกรรม (Company Strategy Structure and Rivalry) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิในการศึกษาโครงสร้างของธุรกิจส่วนใหญ่ และสภาพการแข่งขันที่เกิดขึ้นในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย โดยพิจารณาว่ายิ่งถ้าประเทศใดมีการแข่งขันสูงเท่าใดจะทำให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันสูงขึ้นเท่านั้น

5. เหตุสุควิสัย (Chance) โดยศึกษาถึงปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่ง ซึ่งผู้ผลิตไม่สามารถทำการควบคุมได้ ตัวอย่างเช่น ปราคฏการณ์ธรรมชาติ การกีดกันทางการค้า เป็นต้น เพื่อศึกษาว่าเหตุสุควิสัยที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซียนั้นจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางแท่งในแต่ละประเทศให้ได้รับประโยชน์จากเหตุสุควิสัยนั้นหรือไม่ ซึ่งในขณะเดียวกันประเทศก็อาจเสียผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงได้เช่นเดียวกัน

6. รัฐบาล (Government) โดยศึกษาถึงนโยบายของรัฐบาลของประเทศไทย ประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซียที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางแท่งในทั้งสองประเทศว่ามีทิศทางที่จะส่งเสริมและจัดวางการส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่งอย่างไร

จากการศึกษาปัจจัยทั้ง 6 ประการข้างต้น ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งคือ ประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ผลงานการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและยางพาราของประเทศไทยในประเด็นต่าง ๆ ได้มีผู้ทำการศึกษาไว้ดังนี้

ประเด็นแรก เป็นการศึกษาเกี่ยวกับยางพาราของประเทศไทย โดยประกอบด้วยการวิเคราะห์ความต้องการยางพาราของไทย ความสัมพันธ์ของราคายางพาราในตลาดระดับต่าง ๆ ของประเทศไทยและอนาคตยางแท่งไทยในเวทีโลก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ฉัตรชัย (2524) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความต้องการยางพาราของไทย เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการยางพาราในประเทศและต่างประเทศ พบว่าความต้องการยางพาราของไทยขึ้นอยู่กับราคายางที่ใช้ภายในประเทศและค่าตัวคัมมี่ ซึ่งแสดงถึงความแตกต่างของสถานการณ์ ความต้องการยางในระยะก่อนและหลังวิกฤติการณ์น้ำมันโลก ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ยางพาราเพื่อการบริโภคในประเทศต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา พบว่ามีค่าเท่ากับ -0.82 ซึ่งมีลักษณะความยืดหยุ่นต่ำ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรคัมมี่แสดงให้เห็นว่า ในช่วงวิกฤติการณ์น้ำมันปริมาณความต้องการใช้ยางพาราในประเทศเพิ่มขึ้น 9.2 พันตันต่อปี ในการผลิตและการใช้ยางสังเคราะห์ สัดส่วนของการส่งออกปริมาณยางสังเคราะห์ของโลกกับปริมาณส่งออกยางพาราของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 44 ในปีพ.ศ. 2510 เป็นร้อยละ 65 ในปีพ.ศ. 2520 ในด้านการส่งออกนั้นตลาดส่งออกยางพาราของไทยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 ส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่น ค่าความยืดหยุ่นของความต้องการยางพาราเพื่อการส่งออกรวมต่อการเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกยางค่อนข้างต่ำ คือ เท่ากับ -0.42

จากการตรวจเอกสารฉบับนี้สามารถนำมาใช้ในการประกอบการศึกษาในเรื่องอุปสงค์ในประเทศของยางพารา โดยการวิจัยนี้เน้นการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณและมองประเด็นของปัจจัยต่าง ๆ ในการกำหนดอุปสงค์ภายในประเทศเท่านั้นมิได้วิจัยในประเด็นของความได้เปรียบเชิงแข่งขันแต่อย่างใด

โสภา (2532) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของราคายางพาราในตลาดระดับต่าง ๆ ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการผลิต การตลาดยางพารา ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างราคายางพาราในระดับต่าง ๆ พร้อมทั้งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคายางพาราในตลาดระดับต่าง ๆ อีกด้วย โดยใช้ข้อมูลทศนิยม แบบอนุกรมเวลา ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2515 ถึง ปีพ.ศ. 2529 ซึ่งในการศึกษาได้นำแบบจำลองสมการเชิงถดถอยเชิงซ้อน โดยวิธีกำลังสองน้อยสุดแบบธรรมดา มาใช้ในการประมาณค่าปัจจัยที่มีผลต่อราคายางพารา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาส่งออก เอฟ โอ บี ยางพาราของไทยก็คือ ราคายางในตลาดโลก และจะส่งผลกระทบมายังราคายางส่งออก ราคายางส่งในตลาดท้องถิ่นของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้นแนวทางแก้ไขเพื่อสร้างอำนาจการกำหนดราคายางพาราในตลาดโลก โดยที่ประเทศไทยควรร่วมมือกับประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ ๆ ของโลกในการควบคุมการผลิตและสต็อกให้สอดคล้องกับอุปสงค์ ส่วนทางด้านในประเทศไทยก็ควรปรับปรุงเส้นทางคมนาคมในแหล่งปลูกยางให้สามารถเข้าออกได้สะดวกยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดอุปสงค์ภายในประเทศหลายด้านมากขึ้น วิธีการดังกล่าวจะทำให้ราคายางพาราภายในประเทศสูงขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

จากการตรวจเอกสารฉบับนี้สามารถนำมาใช้ในการประกอบในเรื่องของปัจจัยทางด้านราคาที่เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดการส่งออกยางพาราไทย แต่อย่างไรก็ตามการวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดราคายางพาราในตลาดโลก โดยยังไม่คำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราของไทย

นิรนาม (2540) ได้มีการเขียนบทความความอนาคตยางแห่งประเทศไทยในเวทีโลก ซึ่งได้กล่าวว่า ปัจจุบันความต้องการยางแท่งในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทยต่างเริ่มหันไปใช้ยางแท่งทดแทนยางแผ่นรมควันมากขึ้น ในขณะที่ประเทศไทยยังมีการส่งออกยางแท่งในสัดส่วนที่น้อย ดังนั้นประเทศไทยคงต้องเร่งพัฒนาการผลิตยางแท่งให้มากขึ้นเท่าเทียมกับประเทศคู่แข่ง เพราะยางแท่งมีคุณภาพและคุณสมบัติที่แน่นอน สามารถเลือกใช้ได้สะดวกและเหมาะสมกับการผลิตผลิตภัณฑ์ยาง โดยยางแท่งมีความสำคัญเป็นอันดับสองรองจากยางแผ่นรมควัน

สำหรับการประโยชน์จากยางแท่งนั้นใช้ในการผลิตยางรถยนต์ ยางรถจักรยานยนต์ และยางรถจักรยาน เช่นเดียวกับยางแผ่นรมควัน แต่คุณภาพแตกต่างกันดังที่กล่าวมาข้างต้น และนอกจากนี้ตลาดยางแผ่นรมควันในปัจจุบันเริ่มมีการอึมตัวขณะที่ยางแท่งยังเติบโตเป็นลำดับ

นอกจากนี้ราคายางแท่งแม้จะมีระดับราคาต่ำกว่าราคายางแผ่นรมควัน แต่มีแนวโน้มที่ปรับตัวสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งต่างจากราคายางแผ่นรมควันที่มีการเปลี่ยนแปลงของระดับราคาอย่างไม่เสถียรภาพ โดยความสำเร็จในการเพิ่มส่วนแบ่งยางแท่งของไทยในตลาดโลก คงต้องอาศัยการสนับสนุน และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการดำเนินงานอย่างจริงจังให้ชาวสวนยางสนใจและได้ประโยชน์ในการผลิตยางกันด้วยเพื่อเป็นวัตถุดิบของอุตสาหกรรมยางแท่ง และการส่งเสริมให้มีการลงทุนสร้างโรงงานยางแท่งเพิ่มมากขึ้นรวมทั้งการแก้ปัญหาด้านขาดแคลนแรงงาน ซึ่งจะรุนแรงมากขึ้นในอนาคต โดยวิธีการใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรเข้ามาแทนที่ ซึ่งหากประเทศไทยสามารถผลิตยางแท่งได้มากขึ้น โอกาสที่นักลงทุนต่างประเทศจะย้ายฐานการผลิตอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางเข้ามาในประเทศไทยก็จะเพิ่มมากขึ้น

จากการตรวจเอกสารบทความฉบับนี้ทำให้ทราบว่ายางแท่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตได้อีกมาก จึงเป็นผลิตภัณฑ์เชิงธรรมชาติที่สมควรทำการศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันยางแท่งของประเทศไทย จึงได้กำหนดเป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้

ประเด็นสอง เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

นฤมล (2540) ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจถึงโครงสร้างทั่วไปของอุตสาหกรรม เพื่อศึกษาบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่มีอุตสาหกรรมที่มีเสื้อผ้าสำเร็จรูป และเปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม

โดยพิจารณาบ่อเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันภายในประเทศ 4 ประการ ที่ใช้กรอบแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน หรือระบบเพชร (Diamond Diagram) ของ Michael E. Porter ได้แก่ สภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ภายในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และ โครงสร้างตลาดและสภาพการแข่งขันในประเทศอุตสาหกรรมตลอดจนเหตุสุดวิสัย และนโยบายของรัฐบาล โดยใช้วิธีพรรณนาและวัดอัตราการกระจุกตัวบางส่วน (Concentration Ratio) และวิเคราะห์ดัชนีความเชื่อมโยงไปข้างหน้าและข้างหลังของอุตสาหกรรมด้วยเมตริกซ์ ผลค้น 58 สาขาการผลิตจากรายงปัจจัยการผลิตและผลผลิตของประเทศไทยปีพ.ศ. 2533

จากการวิเคราะห์พบว่าอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับจีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งสินค้ามีคุณภาพใกล้เคียงกับไทยพบว่าเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยเสียเปรียบเชิงแข่งขันด้านต้นทุนการผลิต จึงควรพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานเพื่อยกระดับไปสู่การผลิตที่ดีขึ้น และผู้ประกอบการที่ชำนาญในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปคุณภาพปานกลางและต่ำนั้น ควรย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่มีค่าจ้างต่ำกว่า

จากการตรวจเอกสารนี้ ทำให้ทราบถึงแนวทางและวิธีการศึกษาที่ใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Michael E. Porter ที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง

สุลักษณ์ (2540) ทำการศึกษาเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งเฉพาะประเทศอินเดียโดยการใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่สามารถเก็บได้จากหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ ในกรอบแนวคิดของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เป็นการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและแนวคิดของทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Michael E. Porter ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ผลการศึกษาพบว่าประเทศอินเดียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศไทย นอกจากนี้ประเทศไทยเริ่มสูญเสียความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เพราะค่าแรงงานที่สูงกว่าในด้านคุณภาพสินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพสูงกว่าอินเดีย นอกจากนี้ประเทศไทยเสียเปรียบประเทศอื่น ๆ ในด้านของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

จากการตรวจเอกสารนี้ ทำให้ทราบถึงแนวทางและวิธีการศึกษาที่ใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Michael E. Porter ซึ่งนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้

ศราลี (2547) ทำการศึกษาเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผักและผลิตภัณฑ์ผักของประเทศไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผักและผลิตภัณฑ์ของผักของประเทศไทยและวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผักและผลิตภัณฑ์ผักไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งคือ ประเทศจีน โดยการใช้ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ซึ่งมีการใช้แนวคิดของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผักและผลิตภัณฑ์ของผักของประเทศไทยไปยังตลาดส่งออกที่สำคัญคือ ประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ในส่วนของการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผักและผลิตภัณฑ์ผักไทยใช้แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Michael E. Porter ซึ่งมุ่งศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของสินค้าเกษตรประเภทผักของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศจีน

ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผักและผลิตภัณฑ์ผักในประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน นอกจากนี้ประเทศจีนยังมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเหนือกว่าประเทศไทยในด้านของปัจจัยการผลิตไม่ว่าจะเป็นพื้นที่เพาะปลูกที่มีจำนวนมากกว่าและค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าจึงส่งผลให้มีปริมาณการส่งออกผักและผลิตภัณฑ์ผักของประเทศไทยมีมากกว่าประเทศจีนโดยเฉพาะในตลาดสหรัฐและตลาดญี่ปุ่น

จากการตรวจเอกสารนี้ ทำให้ทราบถึงแนวทางและวิธีการศึกษาที่ใช้ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Michael E. Porter ในประเภทสินค้าเกษตร ซึ่งนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้จะมีความแตกต่างกับงานวิจัยข้างต้นในส่วน of ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นขอบเขตของงานวิจัย ทำให้ลักษณะของการวิเคราะห์และผลการวิเคราะห์มีความแตกต่างกันจะเป็นการช่วยให้เกิดความหลากหลายในการนำไปใช้ประโยชน์มากขึ้น

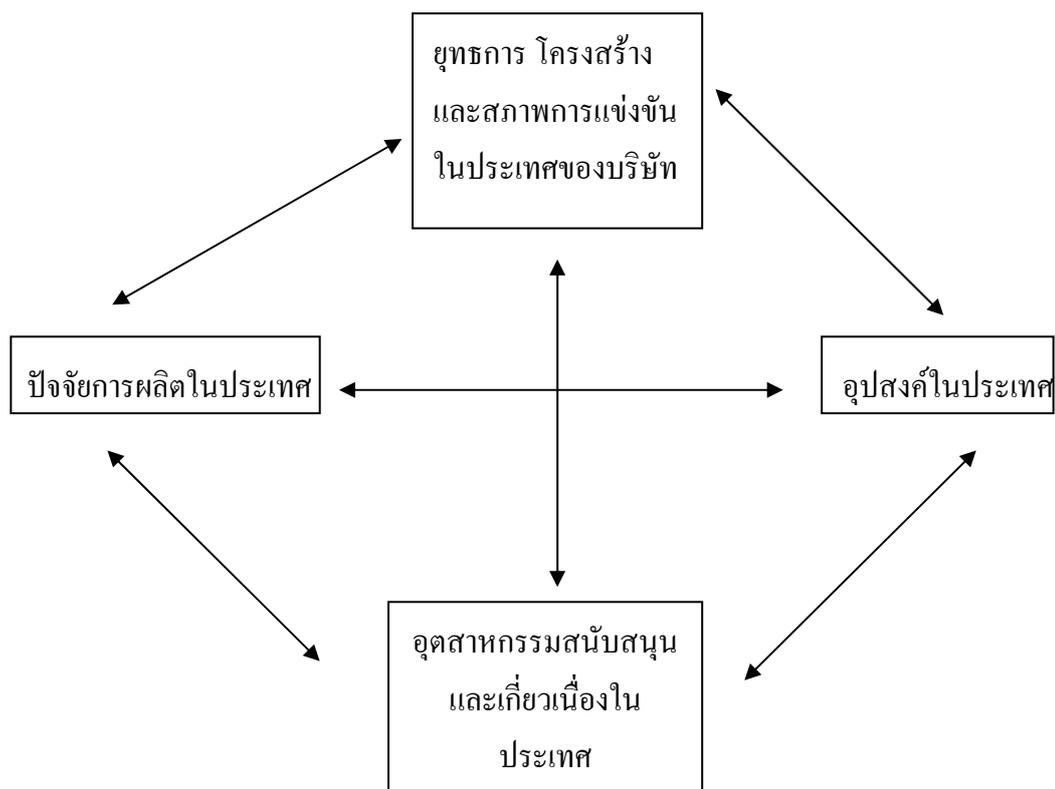
แนวคิดทางทฤษฎี

แนวคิดทางทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศในการค้าระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งคือ ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Theory of Competitive Advantage) ทางการค้าของประเทศของ

Michael E. Porter (1998) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่พัฒนามาจากแนวคิดเดิมเรื่องความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางการค้าของอุตสาหกรรม ที่อาศัยทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศโดยการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายในระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อการผลิต และการค้าตั้งอยู่บนพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของระบบเศรษฐกิจนั้น ๆ นั่นคือความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ ลักษณะความได้เปรียบเทียบนี้สามารถอธิบายเกี่ยวกับการผลิตและการค้าระหว่างประเทศของประเทศต่าง ๆ ได้ด้วยการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านปัจจัยการผลิตเป็นหลัก โดยปัจจัยการผลิตเหล่านั้นจะสะท้อนออกมาในรูปของราคา แต่ในสภาพความเป็นจริงจะเกิดการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมในเชิงพลวัต ดังนั้นความสามารถทางการแข่งขันจึงถูกกำหนดมาจากปัจจัยทางด้านราคาและปัจจัยที่มีใช้ราคาประกอบกัน จึงทำให้ความสามารถทางการแข่งขันจะเป็นไปตามหรือไม่เป็นไปตามรูปแบบความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบก็ได้ จากข้างต้นทำให้เกิดการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ระดับความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวขึ้น

เครื่องมือที่ Michael E. Porter ใช้ในการอธิบายความสามารถในการแข่งขัน เมื่อความสามารถในการแข่งขันมิได้ถูกกำหนดจากปัจจัยทางด้านราคาเพียงอย่างเดียว นั้น มีแนวคิดที่ว่าภาวะการแข่งขันในการค้าโลก ประเทศทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมของประเทศตน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนทั้งอุตสาหกรรมในประเทศตนและคู่แข่งเพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวให้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลกที่มีการแข่งขันรุนแรงขึ้นทุกขณะ

จากแนวคิดของ Michael E. Porter (1998) นำมาใช้อธิบายความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ก็คือ ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Theory of Competitive Advantage) ทางการค้าของประเทศ โดยมีตัวกำหนดบ่อเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ 4 ปัจจัย (ดังภาพที่ 1) คือ



ภาพที่ 1 ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน

ที่มา: Porter (1998)

1. สถานะปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Condition) โดยปัจจัยการผลิตสามารถแบ่งออกเป็น

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง ปริมาณ คุณภาพ และค่าจ้างของบุคลากรในทุกระดับ

1.2 ทรัพยากรกายภาพ หมายถึง ปริมาณ คุณภาพ ความยากง่ายในการนำมาใช้ ราคา หรือต้นทุนของทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในประเทศ เช่น ที่ดิน น้ำ แร่ ไม้ เป็นต้น

1.3 ทรัพยากรความรู้โดยทั่วไป และแหล่งความรู้ของประเทศ ได้แก่ มหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ของรัฐและเอกชน สำนักงานสถิติ

1.4 ทรัพยากรทุน หมายถึง เงินทุน เงินออมต่าง ๆ ในทุกรูปแบบ

1.5 โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบการขนส่ง ระบบโทรคมนาคม ระบบไปรษณีย์ ระบบ โอนเงิน ระบบสาธารณสุข

การจัดลำดับขั้นของปัจจัยการผลิตมี 2 วิธี วิธีแรกแบ่งปัจจัยการผลิต ปัจจัยพื้นฐาน และปัจจัยขั้นสูง ปัจจัยพื้นฐาน หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ แรงงานที่มีความชำนาญและกึ่งความชำนาญ รวมทั้งทุนประเภทนี้ ปัจจัยขั้นสูง หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคม สมัยใหม่ บุคลากรที่ได้รับการศึกษาหรือฝึกอบรมในระดับสูง ซึ่งปัจจัยพื้นฐานเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบด้านการแข่งขันที่ไม่ยั่งยืนแต่ปัจจัยขั้นสูงมีความสำคัญมากต่อการเสริมสร้างรักษาความได้เปรียบด้านการแข่งขันที่สูงเพราะการพัฒนาปัจจัยขั้นสูงจะต้องใช้เงินลงทุนสูงและต้องสะสมเป็นระยะเวลานาน

วิธีที่ 2 ในการจัดลำดับขั้นของปัจจัยการผลิต คือการแบ่งปัจจัยการผลิตออกเป็น ปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะทาง ปัจจัยทั่วไป หมายถึง ถนน แหล่งเงินทุนประเภทนี้ บุคลากรระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่าที่ไม่จำกัดว่าต้องใช้กับอุตสาหกรรมใด ปัจจัยเฉพาะทาง หมายถึง บุคลากรที่ได้รับการศึกษาหรือฝึกอบรมเฉพาะทางทั่วไปแล้วปัจจัยเฉพาะทางเมื่อได้รับการพัฒนาที่สูงขึ้นก็มักมีลักษณะเฉพาะทางมากขึ้น เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบด้านการแข่งขันสูงและก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่าปัจจัยทั่วไปและปัจจัยพื้นฐาน

ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันหรือความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศและของบริษัทจะต้องยกระดับและเพิ่มจำนวนปัจจัยการผลิตอย่างไม่หยุดยั้ง จากปัจจัยทั่วไปสู่ปัจจัยเฉพาะทาง นอกจากนี้มาตรฐานในการแบ่งระหว่างปัจจัยทั่วไปกับปัจจัยเฉพาะทางก็ถูกปรับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามความเจริญก้าวหน้าของประเทศ ดังนั้นปัจจัยเฉพาะทางสำหรับปัจจุบันจะกลายเป็นปัจจัยทั่วไปในอนาคต

ในบางกรณีข้อได้เปรียบด้านปัจจัยการผลิตก็เกิดจากข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตในอดีต ซึ่งช่วยสร้างแรงกดดันให้เกิดนวัตกรรมเพื่อการแก้ปัญหา ส่งผลให้เกิดเทคโนโลยีที่มักจะนำไปสู่ข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ โดยนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาหรือจุดอ่อนมีโอกาสเกิดขึ้นสูงกว่านวัตกรรมเพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็ง ดังนั้นจึงไม่ใช่ความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตแต่เป็นการขาดแคลนและแรงกดดันที่เป็นสาเหตุที่แท้จริงที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืน อีกทั้งข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันก็ต่อเมื่อ

ข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตนั้น ๆ เกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนประเทศอื่น ๆ ทำให้เป็นประเทศแรกที่พัฒนาความได้เปรียบเชิงแข่งขันขึ้นมาเพื่อแก้ไขข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิต

2. อุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Condition)

ประเทศใดจะมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือส่วนอุตสาหกรรมในประเทศซึ่งมีรูปแบบของความต้องการของผู้ซื้อที่ชัดเจนกว่าหรือก่อนประเทศอื่น นอกจากนั้นประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือส่วนของอุตสาหกรรมที่ผู้ซื้อในประเทศกดดันให้บริษัทต่าง ๆ ในประเทศนวัตกรรมเร็วกว่าเพื่อให้ได้ข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันที่สูงกว่าประเทศอื่น ๆ ข้อแตกต่างระหว่างลักษณะของอุปสงค์ในประเทศของประเทศต่าง ๆ ก่อให้เกิดข้อแตกต่างระหว่างประเทศในด้านข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ

อาจเข้าใจกันว่าการส่งออกหรือการตลาดระหว่างประเทศมีผลให้อุปสงค์ในประเทศมีความสำคัญลดน้อยลงต่อการเสริมสร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันแต่ในความจริงแล้วไม่เป็นเช่นนั้น อุปสงค์ในประเทศมีผลสูงกว่าอุปสงค์ในต่างประเทศหลายประเทศรวมกันเสียอีกต่อการเสริมสร้างด้านการแข่งขันของบริษัท เพราะว่าบริษัทมีความเข้าใจในความต้องการของผู้ซื้อในประเทศชัดเจนกว่าความต้องการของผู้ซื้อในต่างประเทศมาก จุดนี้แสดงให้เห็นความสำคัญของการอยู่ใกล้กับผู้ซื้อรายสำคัญต่อการเสริมสร้างรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของบริษัทและของประเทศ อุปสงค์ในประเทศมีลักษณะสำคัญ 3 ประการที่มีผลต่อการเสริมสร้างรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ

2.1. ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ ในอุตสาหกรรมเดียวกันตลาดบางส่วนก็มีอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับตลาดโลกในขณะที่ตลาดบางส่วนก็มีอุปสงค์ในประเทศที่แตกต่างจากตลาดโลกมาก บริษัทจึงมักจะได้ข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก ถ้าตลาดส่วนนั้นเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมนั้นสูงกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่น ในทางกลับกันตลาดส่วนที่มีความสำคัญต่ำ ในอุตสาหกรรมก็มักจะเสียเปรียบผู้แข่งขันจากต่างประเทศ ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความคล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก

ด้วยเหตุนี้บริษัทในประเทศเล็กจึงสามารถพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในส่วนตลาดที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมนั้นในประเทศถ้าตลาดส่วนนั้นมีความสำคัญต่ำ

ในต่างประเทศแม้ว่าบริษัทนั้นจะมีสัดส่วนของยอดขายสินค้านั้นในต่างประเทศสูงกว่ายอดขายสินค้านั้นในประเทศมากเพียงใดก็ตามบริษัทต่าง ๆ ในประเทศเล็กจึงมักเลือกใช้ยุทธการโลกที่มีขอบเขตแต่เพียงแคบ ๆ เพื่อเจาะจงเฉพาะส่วนของตลาดที่มีลักษณะข้างต้น ส่วนของตลาดหรือส่วนอุตสาหกรรมที่มีลักษณะข้างต้นจะช่วยส่งเสริมให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศทั้งของบริษัทและของประเทศแต่ทั้งนี้ต้องประกอบด้วยแรงส่งเสริมจากตัวกำหนดอื่น ๆ ในระบบเพชรด้วย

2.2 ผู้ซื้อที่รู้จัก ผู้ที่รู้จักในสินค้าหรือบริการใดก็ตามก็ต้องตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้นซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบในการแข่งขันดังนั้นในประเทศใดที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศบริษัทจึงต้องมีการพัฒนาข้อได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น

2.3 อุปสงค์ภายในประเทศที่เกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ภายในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ถ้าอุปสงค์ของสินค้าและบริการเกิดขึ้นในประเทศก่อนแล้วจึงเกิดขึ้นในประเทศอื่น ๆ ภายหลังในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศก็อาจก่อให้เกิดอุปสงค์ในประเทศที่ล่วงหน้าและล้ำหน้าอุปสงค์ในประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นแล้วก็จะเกิดเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากลประเทศนั้นก็จะเกิดการเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ หรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากลประเทศนั้นก็จะเกิดการเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศเช่นกัน

ขนาดอุปสงค์ในประเทศมีความสำคัญ เนื่องจากถ้าตลาดใหญ่มีโอกาสสูงกว่าตลาดเล็กที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการผลิตครั้งละมาก ๆ หรือเกิด Economies of scale อันเนื่องมาจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลาย ๆ ครั้งแต่ขนาดของอุปสงค์ในประเทศอาจไม่สำคัญในบางกรณีถ้าเป็นประเทศเล็กที่มีอุปสงค์ในประเทศเล็กตามไปด้วยสามารถเพิ่มขนาดอุปสงค์ด้วยการส่งออกแต่สำหรับในประเทศที่มีตลาดใหญ่จะมีความสำคัญและช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศได้ก็ต่อเมื่อเสริมด้วยลักษณะที่ดีของอุปสงค์

3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Supporting and Related Industries)

การมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศซึ่งอุตสาหกรรมเหล่านี้จะช่วยสนับสนุนข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศทั้งนี้เนื่องจาก

3.1. ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้อื่นในการเข้าถึงวัตถุดิบ

3.2. ความร่วมมือกันตลอดเวลาของบริษัทผู้ใช้และบริษัทหรืออุตสาหกรรมผู้ผลิตวัตถุดิบ ซึ่งก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันประการหนึ่ง ถ้าข้อต่อรองรับด้วยการที่บริษัทผู้ใช้และบริษัทหรืออุตสาหกรรมผู้ผลิตวัตถุดิบล้วนมีสำนักงานใหญ่หรือบริษัทแม่ของทั้งสองฝ่ายอยู่ภายในประเทศเดียวกันซึ่งทำให้กิจกรรมที่สำคัญต่าง ๆ เป็นการง่ายในการเจรจาจากกันของทั้งสองฝ่าย

3.3. ความร่วมมือกันตลอดเวลาในกระบวนการนวัตกรรม กระบวนการยกระดับและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของทั้งสองฝ่าย บริษัทหรืออุตสาหกรรมผู้ผลิตช่วยให้มองเห็นวิธีใหม่ โอกาสใหม่ เทคโนโลยีใหม่ บริษัทที่มีช่องทางที่รวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลใหม่ ความคิดใหม่ ๆ บริษัทหรืออุตสาหกรรมผู้ผลิตจึงมีโอกาสมิผลต่อการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ขึ้นมา การที่ทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันแก้ไขปัญหาหรือแลกเปลี่ยนการวิจัยพัฒนาระหว่างกัน จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นรวดเร็วขึ้น บริษัทหรืออุตสาหกรรมผู้ผลิตมักจะกระจายข้อมูลใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ไปสู่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องส่งผลให้เกิดการนวัตกรรมภายในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องถูกเร่งให้เร็วขึ้นซึ่งประโยชน์ข้างต้นจะมีผลต่อความได้เปรียบด้านการแข่งขันโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าทั้งสองอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวกันสูงก็จะทำให้มีการติดต่อสื่อสารกันเร็วยิ่งขึ้น

ประเทศหนึ่ง ๆ มักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกันเป็นกลุ่ม ๆ โดยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหมายถึงอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทสามารถประสานระหว่างบางกิจกรรมหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่มีสินค้าเสริมกัน กิจกรรมที่เสริมกันหรือใช้ร่วมกันอาจได้แก่การพัฒนาเทคโนโลยี การผลิต การจัดจำหน่าย เป็นต้น โดยการที่

มีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและยังตั้งอยู่ในประเทศเดียวกันนั้นเป็นบ่อเกิดที่สำคัญต่อความได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น ๆ มากขึ้นเนื่องจากการที่อุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกันและอยู่ใกล้กันนั้นจะมีวัฒนธรรมเดียวกันทำให้ความเป็นไปได้สูงที่จะมีความร่วมมือกัน และการมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมใดอยู่ในประเทศเดียวกันก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสที่จะมีผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมนั้น โดยผู้แข่งขันรายใหม่นี้มักจะมีมุมมองหรือแนวทางใหม่ ๆ ในการแข่งขันเข้ามาในอุตสาหกรรมส่งผลให้เกิดพัฒนาการที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้

ประเทศหนึ่งมักจะมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมหนึ่งถ้าประเทศนั้นมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมต่าง ๆ กันที่ล้วนเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมนั้น อย่างไรก็ตามความได้เปรียบด้านการแข่งขันอันเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านนี้ก็ต้องมีการพิจารณาควบคู่ไปกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันตัวอื่น ๆ ด้วย เช่น ด้านปัจจัยการผลิต อุปสงค์ภายในประเทศเป็นต้น เพราะถ้าขาดปัจจัยตัวอื่น ๆ ไปถึงแม้จะมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องนี้ก็อาจไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการแข่งขันได้เช่นกัน

4. โครงสร้างบริษัทและสภาพการแข่งขันในประเทศอุตสาหกรรม (Company Strategy Structure and Rivalry)

วัฒนธรรมของประเทศมีอิทธิพลต่อบริษัทในการเลือกใช้กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัท โดยประเทศจะประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมที่มีบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและโครงสร้างของบริษัทที่สะท้อนลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของประเทศนั้น

สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดที่สำคัญมากที่สุดในระบบเพชรต่อการกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ โดยถ้าบริษัทต่าง ๆ ที่มีอยู่มากภายในอุตสาหกรรมหนึ่งมีสภาพการแข่งขันอย่างเข้มข้นก็จะก่อให้เกิดแรงกดดันแก่กันและกันทำให้ต้องมีการพัฒนาและนวัตกรรมเกิดขึ้นซึ่งการแข่งขันในประเทศนี้ได้หมายถึงแต่เฉพาะการแข่งขันด้านราคาเท่านั้นแต่จะรวมถึงการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีและอื่น ๆ ซึ่งจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่า

การแข่งขันในประเทศมีประโยชน์มากกว่าการแข่งขันระหว่างประเทศในการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการเนื่องจากผู้แข่งขันรายใหญ่ในประเทศมักก่อให้เกิดการกระตุ้นที่เห็นและรู้สึกได้ชัดเจนกว่าผู้แข่งขันในต่างประเทศซึ่งการแข่งขันในประเทศมักจะกระตุ้นให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติม โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าการลดต้นทุนจากการผลิตครั้งละมาก ๆ เป็นบ่อเกิดสำคัญแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น

แม้ว่าข้อเสียส่วนมากของอุตสาหกรรมที่ไม่มีการแข่งขันจะมีผลมาจากรูปแบบตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ในแบบต่าง ๆ ก็ตาม แต่ยังมีอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสภาพการแข่งขันนั้นคือ การกระจุกตัวหรือจำนวนการกระจายขนาดของผู้ผลิตในแต่ละอุตสาหกรรม โดยถ้าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวสูงจะมีการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดยากที่จะบรรลุผลสำเร็จได้เพราะอุตสาหกรรมเหล่านี้เมื่อราคาสินค้าลดลงเนื่องจากผลผลิตขยายตัวและในดุลยภาพราคาจะสูงกว่าต้นทุนหน่วยสุดท้าย (Marginal cost) แม้กระทั่งในระยะยาวก็ยังมีกำไรเหนือค่าเสียโอกาสได้เพราะไม่มีการแข่งขัน

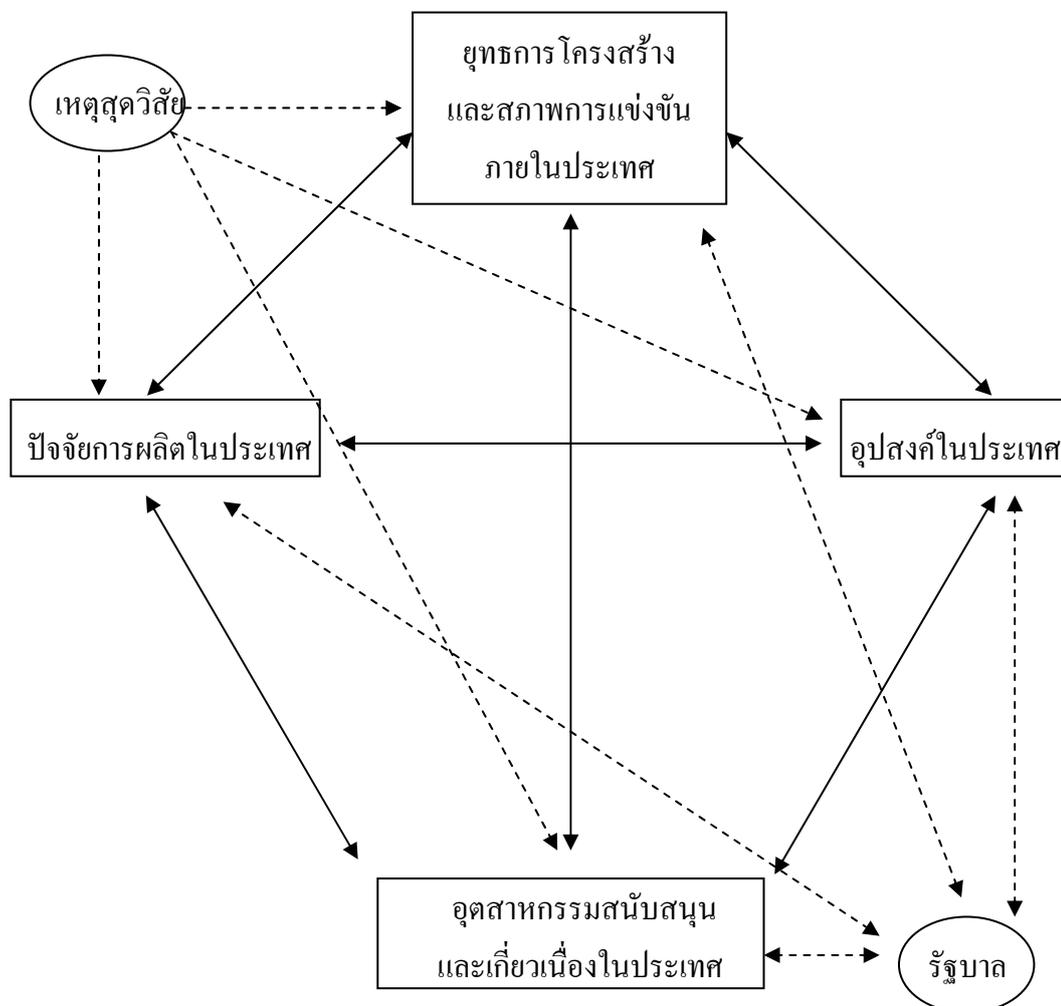
นอกจากปัจจัยในระบบเพชรทั้ง 4 แล้วยังมีปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบด้านการแข่งขัน ได้แก่ เหตุสุควิสัยและรัฐบาล ซึ่งปัจจัยทั้งสองนี้มิได้เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันโดยตรงแต่จะเป็นเพียงตัวแปรที่มีผลต่อตัวกำหนดทั้ง 4 ในระบบเพชรที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ดังนั้นระบบเพชรที่สมบูรณ์จะมีลักษณะดังภาพที่ 2

5. เหตุสุควิสัย (Chance)

หมายถึง การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมเช่น การเปลี่ยนแปลงทางด้านปัจจัยการผลิต เช่น วิกฤตการณ์น้ำมัน การเปลี่ยนแปลงทางการเงินหรืออัตราแลกเปลี่ยนครั้งสำคัญ การเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากและกระทันหันของอุปสงค์โลกหรือการตัดสินใจทางการเมืองโดยรัฐบาลของประเทศอื่น ๆ

เหตุสุควิสัยสำคัญต่อการกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศเพราะเหตุสุควิสัยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรมของระบบเพชรหรือในบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันจากประเทศอื่นเข้ามาเอาชนะผู้แข่งขันรายเดิม ประเทศที่ประสบ

ความสำเร็จจากการใช้ประโยชน์ในการเปลี่ยนแปลงนั้นก็คือ ประเทศที่มีระบบเพชรที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ เอง



ภาพที่ 2 ระบบเพชรที่สมบูรณ์

ที่มา: Porter (1998)

6. รัฐบาล (Government)

รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อม ๆ กับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสิ้น โดยในบางกรณี เป็นผลทางด้านบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบ จากนโยบายของรัฐบาลด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น

อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่น ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและ บริการหลาย ๆ ชนิด

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณา และด้านอื่น ๆ

ยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบ จากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและการผูกขาด เป็นต้น

บทที่ 3

ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของอุตสาหกรรมยางแท่ง

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยมีการผลิตเป็นอันดับหนึ่งของโลกและนำรายได้มายังประเทศปีละหลายหมื่นล้านบาท โดยไม่มีการบันทึกเป็นหลักฐานแน่นอนว่ายางพาราเข้ามายังประเทศไทยในปีใด แต่เป็นที่เข้าใจว่าอยู่ในช่วงประมาณปีพ.ศ. 2442-2444 ซึ่งในขณะนั้นพระยารัษฎานุประดิษฐ์ มหิศรภักดี ผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นเจ้าเมืองตรังได้นำเมล็ดยางมาปลูกเป็นครั้งแรกที่จังหวัดตรังและต่อมาได้ขยายพันธุ์ปลูกยางพารากันอย่างกว้างขวางทั่วทั้ง 14 จังหวัดภาคใต้และ 3 จังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงจนกลายเป็นประเทศผู้ผลิตอันดับหนึ่งของโลกตั้งแต่ปีพ.ศ. 2534 เป็นต้นมา

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับยางธรรมชาติในประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และ ประเทศอินโดนีเซีย

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับยางธรรมชาติในประเทศไทย

ประเทศไทยได้นำต้นยางพารามาจากประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นพืชตระกูล Hevea Brasiliensis มาทำการเพาะปลูกครั้งแรก โดยนิยมปลูกในเขตภาคใต้และภาคตะวันออก ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกทั้งสิ้น 13 ล้านไร่ เป็นพื้นที่ให้ผลผลิตน้ำยางพาราได้ 10.148 ล้านไร่ หรือร้อยละ 78 ของพื้นที่ปลูกยางพาราทั้งประเทศ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาพื้นที่ปลูกยางพาราขยายตัวต่อเนื่องในอัตราไม่สูงนัก คือ มีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 0.5 ต่อปี พื้นที่ให้ผลขยายตัวในอัตราร้อยละ 1 ต่อปี ขณะที่ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.4 ต่อปี ดังตารางที่ 5

พื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่อยู่ทางภาคใต้ของไทยคิดเป็นร้อยละ 86.54 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมดของประเทศ โดยครอบคลุม 14 จังหวัดมีจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18.13 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมดของประเทศ รองลงมา คือภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ (กรมการค้าภายใน, 2547)

อย่างไรก็ตามการขยายตัวของพื้นที่เพาะปลูกยางพาราข้างต้น จะยังไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผลผลิตทันที ทั้งนี้เนื่องจากหลังจากการปลูกต้นกล้ายางพาราแล้วกว่าต้นยางพาราจะ

เริ่มให้น้ำยางได้ก็ต่อเมื่อมีอายุ 5–7 ปีขึ้นไป และจะให้ผลผลิตน้ำยางจนกระทั่งอายุ 25–30 ปี ดังนั้นเมื่อต้นยางพารามีอายุมากแล้วจะให้น้ำยางในปริมาณที่ลดลง ทำให้เกษตรกรจึงต้องโค่นต้นยางพาราทิ้งเพื่อทำการปลูกทดแทน

ตารางที่ 5 พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ให้ผลผลิต ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ของยางพาราในประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

ปี	พื้นที่เพาะปลูก (พันไร่)	พื้นที่ให้ผลผลิต (พันไร่)	ผลผลิต (พันตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
2542	11,526	9,676	2,199	227
2543	11,558	9,768	2,378	243
2544	11,590	9,848	2,422	246
2545	11,656	9,957	2,456	247
2546	11,714	10,057	2,534	252
2547	13,000	10,148	3,180	313

ที่มา: Food and Agriculture Organization (2004)

สำหรับน้ำยางสดที่เกษตรกรกรี๊ดได้จากต้นยางพารานั้น เกษตรกรส่วนใหญ่จะนำไปแปรรูปอย่างง่ายเป็นยางแผ่นดิบเพื่อป้อนให้แก่โรงงานยางแผ่นรมควัน และส่วนที่เหลือส่วนหนึ่งจะทำการจำหน่ายอยู่ในรูปน้ำยางสด เพื่อเป็นวัตถุดิบป้อนโรงงานแปรรูปน้ำยางข้น นอกจากนี้เกษตรกรยังทำการผลิตอยู่ในรูปของยางก้อนถ้วย (Cup-Lump) เป็นยางที่แข็งตัวภายในถ้วยรองน้ำยาง ยางชนิดนี้มีความสะอาด มีความอ่อนตัว สามารถนำไปผลิตเป็นยางแท่งที่มีคุณภาพดี ต้นทุนการผลิตต่ำ เพราะมีความสกปรกน้อยมาก ยางก้อนถ้วยเป็นวัตถุดิบหลักที่ประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย นำมาใช้ในการผลิตยางแท่ง ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ และมีคุณภาพที่สม่ำเสมอไม่แปรปรวน (สมาคมยางพาราไทย, 2544)

สำหรับยางแปรรูปขั้นต้นที่ประเทศไทยทำการผลิตมากที่สุดจะอยู่ในรูปของยางแผ่นรมควัน ซึ่งในปีพ.ศ. 2547 การผลิตยางแผ่นรมควันมีสัดส่วนการผลิตสูงถึงร้อยละ 45 ของการผลิตยางแปรรูปขั้นต้นทั้งหมด ดังตารางที่ 6 อย่างไรก็ตามการผลิตยางแผ่นรมควันได้มีแนวโน้มการผลิตเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยการผลิตยางแผ่นรมควันมีอัตราการขยายตัวในช่วงปี

พ.ศ. 2542-2547 เพียงร้อยละ 2.30 แต่การผลิตยางแท่งของประเทศไทยนั้นได้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวในการผลิตยางแท่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 9.84 เนื่องจากผู้ซื้อหันไปนิยมนำเข้ายางแท่งทดแทนการนำเข้ายางแผ่นรมควันมากขึ้น กอปรกับคุณภาพยางแท่งจะมีความสม่ำเสมอ สิ่งเจือปนต่ำกว่ายางแผ่นรมควันและยังสะดวกต่อการนำไปผลิตในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม การผลิตยางแผ่นรมควันของไทยยังคงสูงกว่ายางประเภทอื่น เนื่องจากเกษตรกรชาวสวนยางนิยมแปรรูปน้ำยางสดเป็นยางแผ่นดิบ เพราะยางแผ่นเก็บรักษาได้นานกว่าน้ำยางสดและเป็นยางที่อยู่ในโครงการแทรกแซงของรัฐบาล (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการยางแท่ง, 2548)

สำหรับประเทศไทยมีสวนยางทั้งสิ้นประมาณ 1,113,990 สวน ซึ่งสภาพสวนยางของประเทศไทยนั้นแบ่งออกเป็น 3 ขนาด คือ

1. สวนยางขนาดเล็ก เป็นสวนยางที่มีพื้นที่ระหว่าง 2-50 ไร่ ซึ่งมีอยู่ประมาณ 1,037,990 ราย หรือร้อยละ 93.18 ของสวนยางทั้งหมด และมีขนาดสวนยางเฉลี่ย 13 ไร่
2. สวนยางขนาดกลาง เป็นสวนยางที่มีพื้นที่ระหว่าง 51-250 ไร่ ซึ่งมีอยู่ประมาณ 73,000 ราย หรือร้อยละ 6.55 ของสวนยางทั้งหมด และมีขนาดสวนยางเฉลี่ย 60 ไร่
3. เป็นสวนยางที่มีพื้นที่มากกว่า 250 ไร่ ซึ่งมีอยู่ประมาณ 3,000 ราย หรือร้อยละ 0.27 ของสวนยางทั้งหมด และมีขนาดสวนยางเฉลี่ย 395 ไร่

เมื่อพิจารณารายได้ของเจ้าของสวนยางขนาดเล็ก ในปีพ.ศ. 2544 เจ้าของสวนยางมีรายได้ประมาณ 68,318 บาทต่อครอบครัว ดังตารางที่ 7

ความต้องการใช้ยางพาราของประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2534-2547 มีอัตราขยายตัวสูงขึ้นพอสมควรคือ เพิ่มขึ้นจาก 132,195 ตันในปีพ.ศ. 2537 เป็น 320,000 ตัน ในปีพ.ศ. 2547 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9.92 ต่อปี อย่างไรก็ตามความต้องการใช้ยางพาราของประเทศไทยก็ยังต่ำกว่าปริมาณผลผลิตในประเทศอยู่มาก คือเพียงร้อยละ 10.39 ของผลผลิตยางพาราของประเทศ ดังตารางที่ 1 ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากประเทศไทยยังขาดเทคโนโลยีการผลิต การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมัยใหม่

และบุคลากรที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ยางพาราของไทยจึงเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ

จากการที่ประเทศไทยมีการผลิตยางแปรรูปขั้นต้นอยู่ในรูปของยางแผ่นรมควันมากที่สุด นั้น ส่งผลให้ในส่วนของ การส่งออกยางพาราของประเทศไทย ส่วนใหญ่จึงทำการส่งออกอยู่ในรูปยางแผ่นรมควันเป็นหลัก ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีการส่งออกยางแผ่นรมควัน 1,003.3 พันตัน รองลงมาได้แก่ยางแท่ง 993.5 พันตัน และ น้ำยางข้น 488.6 พันตัน ตามลำดับ ทำให้ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกยางพาราลงถึง 46,522.27 ล้านบาท (สมาคมวิจัการยาง, 2548)

ตารางที่ 6 ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยแยกตามประเภท ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: เมตริกตัน)

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	อื่นๆ	รวม
2542	1,154,050	623,490	300,299	73,345	2,151,184
2543	1,123,638	827,409	292,192	93,861	2,337,100
2544	927,820	858,236	463,909	57,987	2,307,952
2545	1,099,605	967,205	470,800	64,427	2,602,037
2546	1,236,683	1,035,358	488,922	106,415	2,867,378
2547	1,272,595	1,065,195	503,200	109,511	2,950,501

ที่มา: สถิติยางประเทศไทย (2547)

สำหรับราคายางพารานั้น โดยทั่วไปการก่อดั้วของราคาวัตถุดิบยางในประเทศและราคาส่งออกยางพารามาจากระดับราคาในตลาดโลก โดยพ่อค้าส่งออกซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตสินค้า ยางพารานั้นจะตกลงขายยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นกับผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศในราคา FOB ซึ่งราคาที่ตกลงดังกล่าวจะเคลื่อนไหวตามราคายางในตลาดซื้อขายยางล่วงหน้าที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ตลาดล่วงหน้าญี่ปุ่น TOCOM และตลาดล่วงหน้าสิงคโปร์ SICOM ซึ่งเคลื่อนไหวตามปัจจัยหลายประการ เช่น ระดับอุปสงค์และอุปทานยางของโลก อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย การเก็งกำไรในตลาด เป็นต้น เมื่อผู้ส่งออกตกลงราคาขายแล้วจะนำราคาที่ขายได้หักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการรมควันยาง ค่าปลูกแทน และค่าใช้จ่ายในการส่งออก ที่เหลือจึงเป็นราคารับซื้อยางแผ่นดิบจากพ่อค้าคนกลาง

นอกจากนี้ราคาขายแผ่นดินอาจได้มาจากราคาต่างประเทศดังกล่าว ราคาขายแผ่นดินในประเทศยังได้รับอิทธิพลจากการแทรกแซงราคาโดยรัฐบาลพอสมควร คือเมื่อรัฐบาลมีการแทรกแซงโรงงานที่มีความต้องการวัตถุดิบสูงยินดีซื้ออย่างในราคาที่แข่งขันกับราคาแทรกแซงได้ ขณะที่หากยังไม่มีความต้องการก็จะซื้อในราคาที่ได้รับจากตลาดโลกซึ่งอาจต่ำกว่าราคาแทรกแซง มีผลให้ราคาขายแผ่นดินจะแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่นและท้องถิ่นที่อยู่ใกล้ตลาดกลางระดับราคาขายแผ่นดินในตลาดกลางก็จะมีผลต่อราคารับซื้อของพ่อค้าคนกลางด้วย ปัจจัยที่กระทบต่อราคาขายแผ่นดินจึงประกอบด้วย ระดับคุณภาพของยางแผ่นดิน แหล่งที่ทำการซื้อขาย ราคาแทรกแซงของรัฐ และราคาซื้อขายในตลาดล่วงหน้าในตลาดต่างประเทศ

ตารางที่ 7 ผลผลิตและรายได้ของเจ้าของสวนยางปีพ.ศ. 2544

รายการ	หน่วย	จำนวน
1. พื้นที่ปลูกยาง	พันไร่	11,590
2. พื้นที่กรีดยาง	พันไร่	9,848
3. จำนวนสวนยาง		1,113,990
3.1. สวนยางขนาดเล็ก	ราย	1,037,990
3.2. สวนยางขนาดกลาง	ราย	73,000
3.3. สวนยางขนาดใหญ่	ราย	3,000
4. ขนาดสวนยางเฉลี่ย		
4.1. สวนยางขนาดเล็ก	ไร่	13
4.2. สวนยางขนาดกลาง	ไร่	60
4.3. สวนยางขนาดใหญ่	ไร่	390
5. ผลผลิตสวนยางขนาดเล็ก	กิโลกรัมต่อปี	245
6. ราคาขายแผ่นดินเฉลี่ย	บาทต่อกิโลกรัม	2.45
7. รายได้ของสวนยางขนาดเล็ก	บาทต่อครอบครัว	68,318

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2544)

โดยการเคลื่อนไหวราคาส่งออกยางพาราซึ่งเป็นราคาล่วงหน้า 1 เดือน มีการเปลี่ยนแปลงที่ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน นั่นคือมีการผันผวนที่ค่อนข้างมาก โดยในปีพ.ศ. 2542 ราคาขายแท่ง 20 อยู่ที่ระดับ 22.65 บาทต่อกิโลกรัม และจะปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อย ในปีพ.ศ. 2543 เป็น 25.70 บาทต่อ

กิโกลรัม ต่อมาในปีพ.ศ. 2544 ราคาจะปรับตัวลดลงอีกครั้งและจะกระเตื้องสูงขึ้นมากในปีพ.ศ. 2547 โดยราคาอยู่ที่ระดับราคา 49.26 บาทต่อกิโกลรัม เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2546 คิดเป็นร้อยละ 17.37 ดังตารางที่ 8 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของระดับราคาส่งออกยางพาราในทุก ๆ รูปแบบ จะขึ้นอยู่กับลักษณะของอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลกเป็นตัวกำหนด

ตารางที่ 8 ราคาส่งออกต่างประเทศ (FOB กรุงเทพฯ) ราคาล่วงหน้า 1 เดือนของยางประเภทต่าง ๆ ของประเทศไทย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: บาทต่อกิโกลรัม)

ปี	ยางแผ่นรมควันชั้น 3	ยางแท่ง 5L	ยางแท่ง 20	น้ำยางข้น
2542	23.51	25.24	22.65	19.88
2543	26.84	28.19	25.70	22.98
2544	25.34	26.44	23.94	20.84
2545	32.69	34.88	32.39	25.73
2546	44.45	44.51	41.97	35.60
2547	51.72	52.04	49.26	39.96

ที่มา: สถิติยางประเทศไทย (2547)

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับยางธรรมชาติในประเทศมาเลเซีย

สำหรับประเทศมาเลเซียนั้นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศมาเลเซีย ได้แก่ ปาล์ม ยางพารา เป็นต้น ในอดีตประเทศมาเลเซียนับว่าเป็นประเทศผู้ผลิตยางพารารายใหญ่เป็นอันดับหนึ่งของโลก ดังนั้น ยางพาราจึงถือได้ว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอันดับ 1 ของประเทศมาเลเซีย ในปี พ.ศ. 2544 ประเทศมาเลเซียมีพื้นที่สำหรับเพาะปลูกยางพารา 10,729,300 ไร่ โดยแบ่งเป็นสวนยางขนาดใหญ่ 1,230,600 ไร่และ สวนยางขนาดเล็ก 9,498,700 ไร่ ผลผลิตยางพาราที่สามารถผลิตได้ทั้งสิ้นในปีพ.ศ. 2544 มีทั้งสิ้น 882.1 พันตัน (The Association of Natural Rubber Production Countries, 2005)

แต่ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศมาเลเซียมีการผลิตยางพาราลดลง โดยมีการปรับเปลี่ยนไปเพาะปลูกปาล์มทดแทน จึงทำให้ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศมาเลเซียมีพื้นที่เพาะปลูกยางพาราเพียง 3,125,000 ไร่ หรือลดลงร้อยละ 70 เมื่อเทียบกับพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในปีพ.ศ. 2544 ซึ่งปริมาณ

การผลิตยางพาราของประเทศมาเลเซียในปีพ.ศ. 2546 เท่ากับ 985.6 พันตัน โดยเป็นผลผลิตจากสวนยางขนาดใหญ่ 76.4 พันตัน และสวนยางขนาดเล็ก 909.2 พันตัน (IRSG, 2004)

ถึงแม้ในปัจจุบันประเทศมาเลเซียมิใช่ประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางพารามากเป็นอันดับหนึ่งของโลกแล้วก็ตาม แต่ประเทศมาเลเซียก็ยังมีแนวโน้มการผลิตยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศมาเลเซียในปีพ.ศ. 2543 เท่ากับ 927.6 พันตัน ซึ่งลดลงร้อยละ 20.64 เมื่อเทียบกับปริมาณการผลิตยางพาราในปีพ.ศ. 2542 แต่การผลิตยางพาราของประเทศมาเลเซียได้ปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้งตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545 เป็นต้นมา ในปีพ.ศ. 2545 ผลิตได้ทั้งสิ้น 889.8 พันตัน และเพิ่มขึ้นเป็น 985.6 พันตัน ในปีพ.ศ. 2546 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.76 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2545 เนื่องจากความต้องการใช้ยางพาราในตลาดโลกและภายในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น

โดยในปีพ.ศ. 2546 ประเทศมาเลเซียมีความต้องการใช้ยางพารา 420.8 พันตัน และมีสต็อกในประเทศ 162.6 พันตัน ในขณะที่ปีพ.ศ. 2545 ประเทศมาเลเซียมีความต้องการใช้ยางพาราเพียง 407.9 พันตันและมีสต็อกในประเทศ 135.6 พันตัน ดังตารางที่ 9

ประเทศมาเลเซียมีการส่งออกยางพาราในปีพ.ศ. 2546 เท่ากับ 945.9 พันตัน โดยแบ่งเป็นการส่งออกยางพาราในรูปของยางแท่งมากที่สุดถึง 849.4 พันตัน รองลงมา ได้แก่ น้ำยางข้น 77.2 พันตัน ยางแผ่นรมควัน 6.3 พันตัน และอื่น ๆ 13 พันตัน ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 9 ผลผลิตยางพาราของประเทศมาเลเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ปริมาณการผลิต	ปริมาณการใช้ในประเทศ	ปริมาณสต็อกในประเทศ
2542	768.90	344.40	236.60
2543	927.60	363.70	151.10
2544	882.10	400.90	138.20
2545	889.80	407.90	135.60
2546	985.60	420.80	162.60

ที่มา: IRSG (2004)

ตารางที่ 10 ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศมาเลเซียจำแนกตามประเภทยาง
ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	อื่น ๆ	รวม
2542	24.80	815.20	111.50	28.35	979.85
2543	9.60	853.90	91.80	24.30	979.60
2544	10.40	716.00	80.40	21.10	827.90
2545	10.80	783.60	78.00	14.50	886.90
2546	6.30	849.40	77.20	13.00	945.90

ที่มา: IRSG (2004)

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับยางธรรมชาติในประเทศอินโดนีเซีย

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศอินโดนีเซีย ในปัจจุบันประเทศอินโดนีเซียเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางพารามากเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากประเทศไทย โดยในปีพ.ศ. 2546 มีพื้นที่เพาะปลูกยางพาราของประเทศอินโดนีเซียทั้งหมด 6,687,650 ไร่ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2538 ที่มีพื้นที่เพาะปลูกยางพาราทั้งสิ้น 5,651,717.5 ไร่ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.33 เมื่อเทียบกับพื้นที่เพาะปลูกปีพ.ศ. 2538 โดยมีพื้นที่เพาะปลูกที่เป็นสวนยางขนาดเล็กทั้งสิ้น 2,742 แห่ง และเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่ถือครองไม่ต่ำกว่า 250 ไร่ 548 แห่ง (IRSG, 2004)

สำหรับปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศอินโดนีเซียนั้น มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศอินโดนีเซียผลิตยางพาราทั้งสิ้น 1,792.2 พันตัน ซึ่งเป็นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากสวนยางพาราขนาดใหญ่ 276.5 พันตัน และจากสวนยางพาราขนาดเล็ก 1,515.7 พันตัน โดยเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2542 ที่มีการผลิตยางพาราทั้งสิ้น 1,599.2 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.07 เมื่อเทียบกับปริมาณการผลิตในปีพ.ศ. 2542 (IRSG, 2004)

ในส่วนของความต้องการใช้ยางพาราของประเทศอินโดนีเซียนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ในปีพ.ศ. 2546 ปริมาณความต้องการใช้ยางพาราของประเทศอินโดนีเซียมีทั้งสิ้น 156 พันตัน เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2542 ที่มีความต้องการใช้ยางพาราเพียง 40 พันตันหรือคิดเป็นร้อยละ 34.48 เมื่อเทียบกับปริมาณความต้องการใช้ยางพาราในปีพ.ศ. 2542

นอกจากนี้ ประเทศอินโดนีเซียยังมียางพาราที่ทำการสต็อกภายในประเทศอีกส่วนหนึ่ง ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศอินโดนีเซียมีการสต็อกยางพาราภายในประเทศ 15.2 พันตัน ซึ่งลดลงจากปีพ.ศ. 2544 ที่มีการสต็อกภายในประเทศเพียง 26 พันตัน หรือลดลงร้อยละ 41.52 เมื่อเทียบกับปริมาณการสต็อกยางพาราในประเทศปีพ.ศ. 2544 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากประเทศอินโดนีเซียมีความต้องการใช้ในประเทศเพิ่มสูงขึ้นและยังมีการขยายตัวในการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกด้วย ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ผลผลิตยางพาราของประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ปริมาณการผลิต	ปริมาณการใช้ในประเทศ	ปริมาณสต็อกในประเทศ
2542	1,599.20	116.00	33.00
2543	1501.10	139.00	48.00
2544	1,607.30	142.00	26.00
2545	1,630.00	145.00	25.00
2546	1,792.20	156.00	15.20

ที่มา: FAO (2004)

สำหรับการส่งออกยางพาราของประเทศอินโดนีเซีย ส่วนใหญ่จะมีการส่งออกในรูปแบบของยางแท่ง ร้อยละ 95 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดของประเทศอินโดนีเซีย ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศอินโดนีเซียมีการส่งออกยางแท่งถึง 1,590.4 พันตัน รองลงมาได้แก่ ยางแผ่นรมควัน 46.3 พันตัน น้ำยางข้น 12.6 พันตัน และอื่น ๆ 11.2 พันตัน ตามลำดับ ซึ่งปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศอินโดนีเซียจำแนกตามประเภทยาง สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 12

จากตารางจะเห็นได้ว่าประเทศอินโดนีเซียมีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอัตราการขยายตัวของการส่งออกโดยเฉลี่ยต่อปีของประเทศอินโดนีเซียตั้งแต่ปีพ.ศ. 2544-2546 นั้น เท่ากับร้อยละ 3.63 ซึ่งเป็นไปตามความต้องการของตลาดโลกที่มีการเพิ่มสูงขึ้นนั่นเอง โดยความต้องการของตลาดโลกในปีพ.ศ. 2546 มีทั้งสิ้น 7,920 พันตัน เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2544 ที่มีความต้องการเพียง 7,160 พันตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.61 เมื่อเทียบกับปริมาณความต้องการยางพาราของตลาดโลกปีพ.ศ. 2544 (สมาคมยางพาราไทย: 2547)

ตารางที่ 12 ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศอินโดนีเซียจำแนกตามประเภทยาง
ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ยางแท่ง	ยางแผ่นรมควัน	น้ำยางข้น	อื่น ๆ	รวม
2542	1,420.20	56.9	12.5	69.32	1,558.92
2543	1,322.30	42.5	9.5	53.67	1,427.97
2544	1,411.40	32.70	10.30	42.50	1,496.90
2545	1,436.00	44.20	8.60	13.40	1,502.20
2546	1,590.40	46.30	12.60	11.20	1,660.50

ที่มา: IRSG (2004)

การผลิตและการใช้ยางแท่งของประเทศไทย

การผลิตยางแท่งของประเทศไทย

ประเทศไทยเริ่มผลิตยางแท่งในปีพ.ศ. 2511 โดยใช้ชื่อว่า TTR (Thai Tested Rubber) มีการผลิต 5 ชั้น คือ TTR 5L, 5, 10, 20 และ 50 ยางแท่งแต่ละชั้นมีคุณภาพต่าง ๆ ที่แน่นอน โดยใช้ผลการตรวจสอบคุณสมบัติที่จำเป็นของยางตามวิธีมาตรฐานสากล ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการเป็นตัวกำหนดชั้นของยางแท่งที่จะตรวจสอบด้วยสายตาเหมือนยางแผ่นรมควัน

ในปีพ.ศ. 2539 ยางแท่งของไทยได้เปลี่ยนไปใช้ชื่อ STR (Standard Thai Rubber) เพื่อให้สอดคล้องกับระบบสากล ทำนองเดียวกับประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติอื่น ๆ เช่น ประเทศมาเลเซียผลิตยางแท่งใช้ชื่อว่า SMR (Standard Malaysian Rubber) ส่วนประเทศอินโดนีเซียผลิตยางแท่งใช้ชื่อว่า SIR (Standard Indonesian Rubber) เป็นต้น ยางแท่งของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2548 มี 5 ชั้น มาตรฐาน ได้แก่ STR5L, 5, 10, 20 และ CV ยางแท่งที่ผลิตมากที่สุดของประเทศไทย คือ ยางแท่ง STR 20 (สมาคมยางพาราไทย, 2548)

การผลิตยางแท่งของประเทศไทยได้พัฒนามาตามลำดับด้วยปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ยางแท่งของประเทศไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 90 จะส่งไปจำหน่ายต่างประเทศ ประมาณร้อยละ 10 จะใช้เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ

ในปีพ.ศ. 2537 ประเทศไทยผลิตยางแท่งเพื่อส่งออกเพียงร้อยละ 9.33 (299,467 เมตริกตัน) ในปีพ.ศ. 2547 การส่งออกเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 17.19 (942,000 เมตริกตัน) โดยคาดว่าในปีพ.ศ. 2550 การส่งออกยางแท่งจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 39 (สมาคมยางพาราไทย, 2544)

กรรมวิธีการผลิตยางแท่ง

การผลิตยางแท่งในประเทศไทยเริ่มมีมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2511 ตามโครงการพัฒนาซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากสหประชาชาติ โดยให้เอกชนจดทะเบียนเป็นผู้ผลิตยางแท่งได้โดยจะต้องอยู่ในการควบคุมของสถาบันวิจัยยาง ซึ่งใช้ชื่อยางแท่งว่า TTR ซึ่งย่อมาจาก Thai Tested Rubber ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น STR หรือ Standard Thai Rubber การผลิตยางแท่งใช้น้ำยางสดที่ทำให้จับตัวก่อนและยางแท่งที่จับตัวแล้ว เช่น ยางแผ่นดิบ เศษยางกันถ้วย มาเป็นวัตถุดิบในการผลิต โดยการตัดยางดิบเป็นชิ้นเล็ก ๆ ล้างและทำกรอบให้แห้ง จากนั้นอัดเป็นแท่งสี่เหลี่ยมให้ได้ขนาดตามที่มาตรฐานได้กำหนด

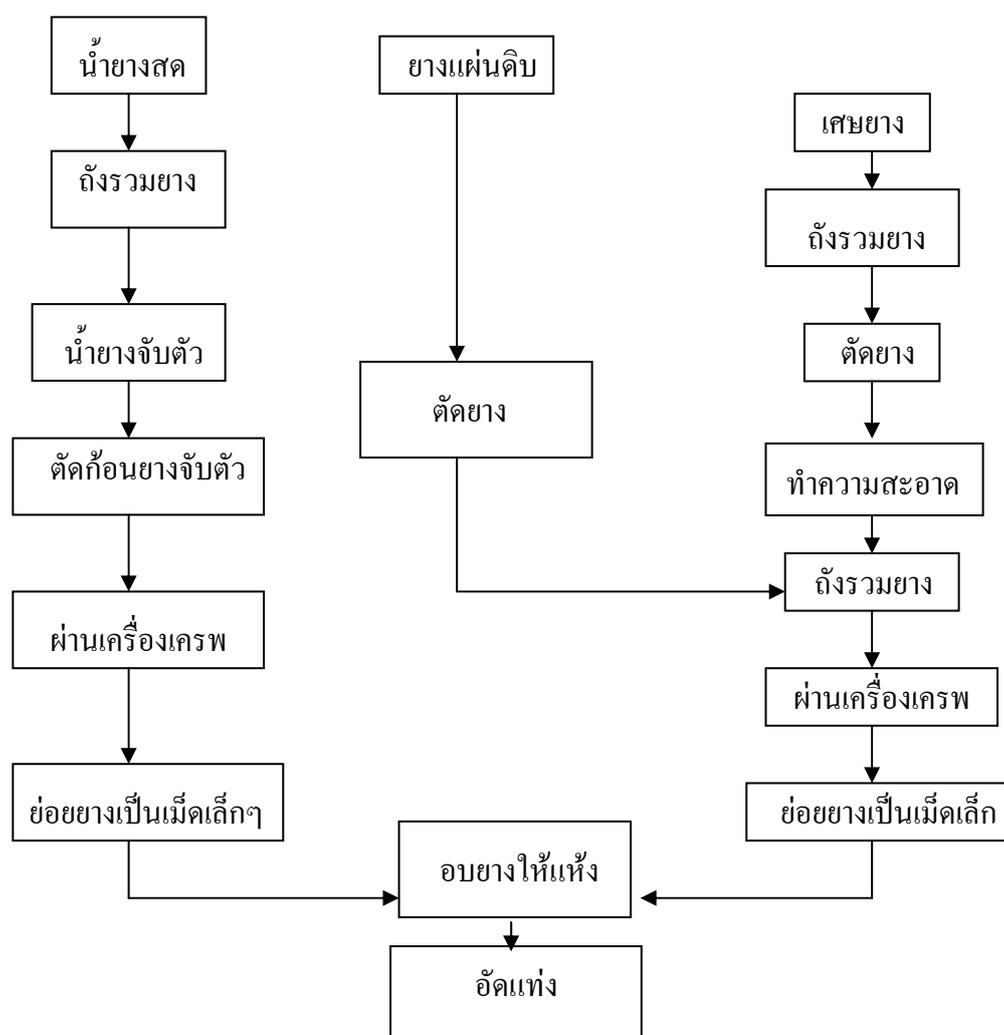
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ยางแท่งสามารถใช้ได้ทั้งน้ำยางสด (Field latex) และยางที่จับตัวหรือยางแห้ง (Field coagula grades) เช่น ยางแผ่นดิบ ยางกันถ้วย จียางหรือเศษยาง โดยกำหนดวัตถุดิบที่ใช้ผลิตยางแท่งชั้นต่าง ๆ ดังตารางที่ 13

ขั้นตอนการผลิต มีหลักการสำคัญ คือ การตัดย่อยก้อนยางให้เป็นเม็ด หรือชิ้นเล็ก ๆ ล้าง ล้างสกปรกออก นำยางออกไปอบแห้ง และอัดเป็นแท่งสี่เหลี่ยมให้มีน้ำหนักประมาณ 33.3 กิโลกรัม และมีขนาดตามต้องการ ดังภาพที่ 3 เป็นการผลิตยางแท่งจากน้ำยางสด มีขั้นตอนตั้งแต่ให้นำน้ำยางสดผ่านกระบวนการต่าง ๆ เพื่อผลิตยางแท่งจนกระทั่งบรรจุหีบห่อหรือการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 13 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยางแท่งจำแนกตามชั้นต่าง ๆ

ชั้นยางแท่ง	วัตถุดิบที่ใช้
STR XL, STR 5L, STR 5CV 70, 5CV 60, 5CV 50	น้ำยางสด โดยตรงเท่านั้น
STR 5	น้ำยางสดหรือยางแผ่นดิบ
STR 10, STR 20, STR 10CV, 20CV	ยางที่จับตัว เช่น ยางแผ่นดิบ ก้อนยางก้นถ้วย เศษยาง เป็นต้น

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2545)



ภาพที่ 3 กรรมวิธีการผลิตยางแท่งจากน้ำยาง

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2541)

มาตรฐานยางแท่ง

ยางแท่งเป็นยางธรรมชาติที่ผลิตขึ้นโดยมีการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล (ISO 2000 Rubber, Nature (NR), Specification) และตามข้อตกลงของ IRA (International Rubber Association) มีชื่อเรียกยางแท่งชนิดต่าง ๆ ว่า TSR (Technically Specified Rubber)

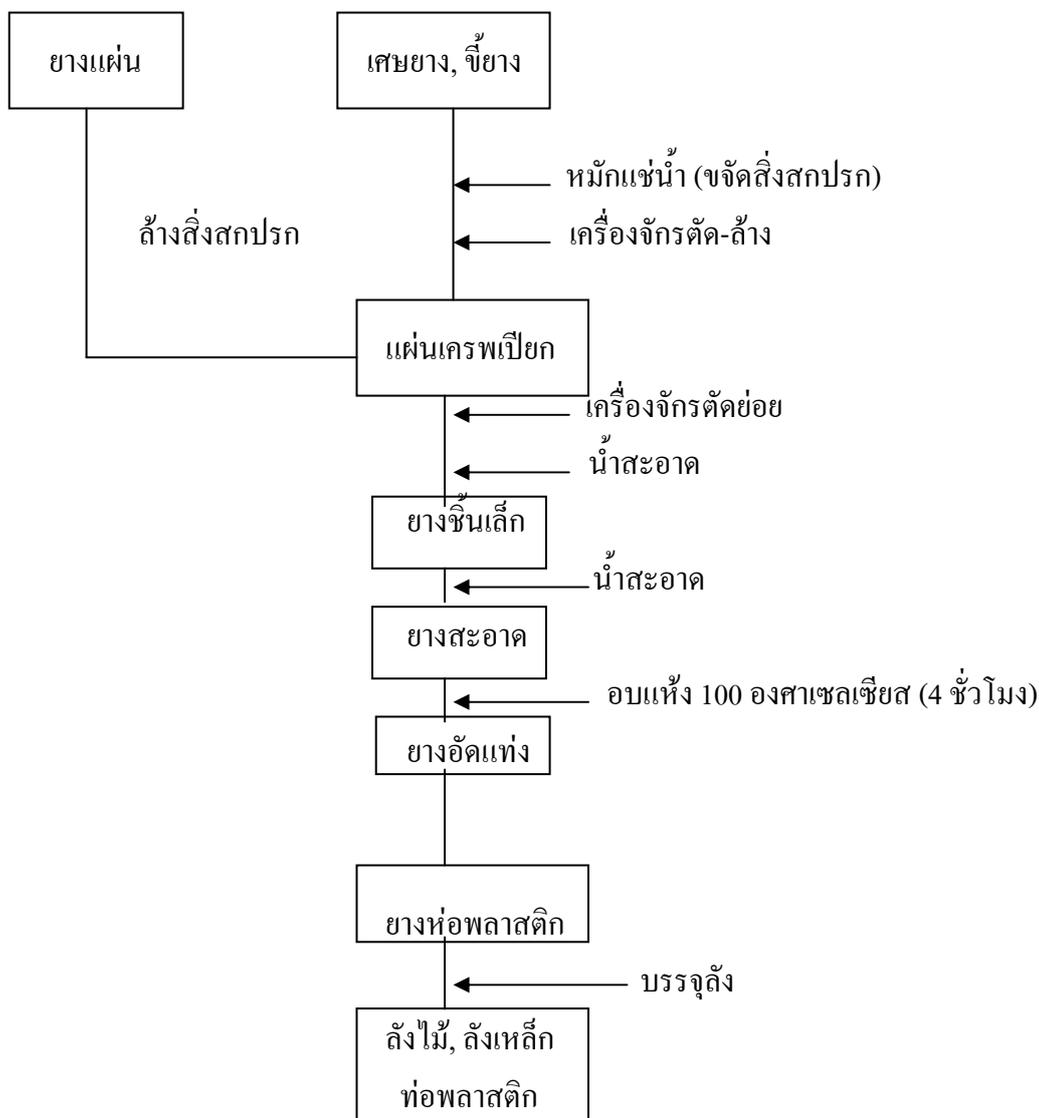
ยางแท่งซึ่งผลิตโดยควบคุมมาตรฐานของยางดิบ มีชื่อเรียกแตกต่างกันตามประเทศผู้ผลิต ดังนี้

- ยางแท่ง SMR (Standard Malaysia Rubber) ผลิตโดยประเทศมาเลเซีย
- ยางแท่ง SLR (Standard Sri Lanka Rubber) ผลิตโดยประเทศศรีลังกา
- ยางแท่ง SIR (Standard Indonesian Rubber) ผลิตโดยประเทศอินโดนีเซีย
- ยางแท่ง SSR (Standard Singapore Rubber) ผลิตโดยประเทศสิงคโปร์

สถาบันวิจัยยางมาเลเซียได้ผลิตยางแท่งในปีพ.ศ. 2508 โดยแบ่งยางแท่งที่ผลิตเป็น 4 ชั้นคือ SMR 5, SMR 10, SMR 20 และ SMR 50 แต่ในปัจจุบันประเทศมาเลเซียมีการผลิตยางแท่ง SMR หลายประเภท ได้แก่ SMR GP, SMR 5, SMR 10, SMR 20, SMR 50, SMR CV 50 และ SMR CV 70 เป็นต้น ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีการผลิตยางแท่ง SIR 10, SIR 20 ประเทศสิงคโปร์มีการผลิตยางแท่ง SSR 20, SSR 50 และประเทศไทยมีการผลิตยางแท่ง STR XL, STR 5L, STR 5, STR 10, STR 20 เป็นต้น

นอกจากนี้ในการผลิตยางแท่งสามารถใช้ยางแห้งเป็นวัตถุดิบได้เช่นกัน เช่น ยางแผ่น じยางภาพที่ 4 แสดงถึงกรรมวิธีการผลิตยางแท่งที่มีการใช้ยางแห้งเป็นวัตถุดิบ ซึ่งเริ่มตั้งแต่นำน้ำยางแห้งผ่านขั้นตอนต่าง ๆ จนกระทั่งบรรจุหีบห่อหรือการจัดจำหน่ายเช่นกัน

สำหรับการผลิตยางแท่งในประเทศไทยเริ่มมีมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2511 ตามโครงการพัฒนาซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากสหประชาชาติ โดยให้เอกชนจดทะเบียนเป็นผู้ผลิตยางแท่งได้โดยจะต้องอยู่ในการควบคุมของสถาบันวิจัยยาง ซึ่งใช้ชื่อยางแท่งว่า TTR ซึ่งย่อมาจาก Thai Tested Rubber มีสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตรเป็นหน่วยงานรับผิดชอบ ในปีพ.ศ. 2526 มีการปรับปรุงค่ามาตรฐานของการวัดปริมาณความชื้นและปริมาณไนโตรเจน



ภาพที่ 4 กรรมวิธีผลิตยางแท่งจากยางแห้ง

ที่มา: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2545)

ต่อมาในปีพ.ศ. 2538 มีการประชุมระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบยางแท่งทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ลงมติเห็นชอบให้ปรับปรุงการกำหนดชั้นขีดจำกัดสมบัติต่าง ๆ และเปลี่ยนชื่อยางแท่ง TTR เป็น STR (Standard Thai Rubber) โดยเริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2539 และในปีพ.ศ. 2511-2538 ประเทศไทยมีการผลิตยางแท่ง 5 ชนิด คือ TTR5L, TTR5, TTR10, TTR20 และ TTR50 มีการกำหนดมาตรฐานชั้นยางโดยอาศัยสิ่งสกปรกเป็นเกณฑ์และมีคุณสมบัติอื่น ๆ ตามที่สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (สถาบันวิจัยยาง, 2545) ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 มาตรฐานยางแท่งของประเทศไทยชนิดต่าง ๆ ในช่วงปีพ.ศ. 2511-2538

Parameter	TTR5L	TTR5	TTR10	TTR20	TTR50
Dirt on 44 μ , max	0.05	0.05	0.10	0.20	0.50
Ash, %wt., max	0.60	0.60	0.75	1.00	1.50
Nitrogen, %wt., max	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
VM, %wt., max	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
Po, min	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
PRI, %min	60.00	60.00	50.00	40.00	30.00
Lovibond color, max	6.00	-	-	-	-

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2538)

ต่อมาในปีพ.ศ. 2539 มีการกำหนดชั้นยางและขีดจำกัดของมาตรฐานยางแท่งไทยเปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ ค่าปริมาณสิ่งสกปรก ปริมาณขี้เถ้า และค่าความอ่อนตัวเริ่มต้นของยาง ดังแสดงในตารางที่ 15

ยางแท่งที่ผลิตได้ตามมาตรฐานมีการแสดงชั้นของยางแท่งด้วยรหัสสี่ประจําชั้นยาง โดยจะใช้เป็นแถบคาดพลาสติกแสดงสีต่าง ๆ ตามชั้นของยางพันรอบยางแท่ง รหัสและสีประจําชั้นยางแท่ง ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 15 มาตรฐานยางแท่งของประเทศไทยชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2539 จนถึงปัจจุบัน

Parameter	STR XL	STR 5L	STR 5	STR 5CV	STR 10	STR 10CV	STR 20	STR 20CV
Dirt on 44 μ , max	0.02	0.04	0.04	0.04	0.08	0.08	0.16	0.16
Ash, %wt., max	0.40	0.40	0.60	0.60	0.60	0.60	0.80	0.80
Nitrogen, %wt., max	0.50	0.60	0.60	0.06	0.60	0.60	0.60	0.60
VM, %wt., max	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
Po, min	35.00	35.00	30.00	-	30.00	-	30.00	-
PRI, %min	60.00	60.00	60.00	60.00	50.00	50.00	40.00	40.00
Lovibond color, max	4.00	6.00	-	-	-	-	-	-

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2548)

ตารางที่ 16 แถบคาดสีประจำชั้นยางแท่งไทยชั้นต่าง ๆ

ชั้นยางแท่ง	สีประจำชั้นยาง
STR XL	ฟ้า
STR 5L	เขียวอ่อน
STR 5	เขียวอ่อน
STR 5 CV	ตัวอักษรขาวบนพื้นเขียวอ่อน
STR 10	น้ำตาล
STR10 CV	ตัวอักษรขาวบนพื้นน้ำตาล
STR 20	แดง
STR 20 CV	ตัวอักษรขาวบนพื้นแดง

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2538)

การใช้ยางแท่งของประเทศไทย

ยางแท่ง (block rubber) เป็นยางธรรมชาติที่ผลิตโดยมีการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานมีการระบุคุณภาพของยางดิบได้แน่นอน ซึ่งก่อนปีพ.ศ. 2508 ยางธรรมชาติส่วนใหญ่มีการผลิตในรูปของยางแผ่นรมควัน ยางเครพ หรือน้ำยางข้นไม่มีการระบุมาตรฐานการจัดชั้นยางที่ชัดเจนจะพิจารณาโดยใช้สายตาในการตัดสินชั้นยาง ต่อมาในปีพ.ศ. 2508 สถาบันวิจัยยางมาเลเซียได้มีการผลิตยางแท่งขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของยางธรรมชาติให้มีมาตรฐานมีขนาดเหมาะสมต่อการนำมาใช้งาน โดยมีจุดประสงค์ของการผลิต ดังนี้ (สมาคมยางพารา, 2546)

1. เพื่อปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตยางดิบแบบเก่า ที่ไม่มีมาตรฐานการจัดชั้นยางมาก่อน
2. เพื่อแก้ไขวิธีการ การจัดชั้นยางซึ่งใช้สายตา ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นโดยการทดสอบคุณภาพยางแท่งในห้องปฏิบัติการ
3. เพื่อแข่งขันกับยางสังเคราะห์ที่ผลิตขึ้นมาใช้แทนยางธรรมชาติ โดยยางสังเคราะห์มีการระบุคุณภาพยาง สามารถนำมาใช้งานได้เป็นดีกว่ายางธรรมชาติ เช่น สมบัติทางด้าน การทนต่อน้ำมัน และการทนต่อความร้อน เป็นต้น ดังนั้นยางสังเคราะห์จึงเป็นคู่แข่งที่สำคัญของยางธรรมชาติ

ทำให้ต้องมีการปรับปรุงและควบคุมคุณภาพการผลิตของยางธรรมชาติ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับยางสังเคราะห์ได้

4. ขนาดของยางแท่งมีความสะดวกในการเก็บและขนส่ง

สำหรับปริมาณการผลิตยางแท่งนั้น ประเทศไทยมีการผลิตในปริมาณที่มากเป็นอันดับสองรองจากการผลิตยางแผ่นรมควัน โดยในปีพ.ศ. 2545 ประเทศไทยผลิตยางแท่งได้ 967,205 เมตริกตัน คิดเป็นร้อยละ 37 ของปริมาณการผลิตยางธรรมชาติทั้งหมดของประเทศไทย ซึ่งการผลิตยางแท่งนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นตลอดมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2537 โดยมีอัตราเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ 14.55 เนื่องจากความต้องการยางแท่งของตลาดโลกได้ปรับตัวสูงขึ้น ดังนั้นประเทศไทยจึงเพิ่มกำลังการผลิตให้เพียงพอกับการใช้ในประเทศและการส่งออก

สำหรับประเทศไทยนั้นมีปริมาณการใช้ยางแท่งภายในประเทศสูงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ โดยในปีพ.ศ. 2547 ยางแท่งมีสัดส่วนการใช้ในประเทศถึง 116,200 เมตริกตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 41 เมื่อเทียบกับการใช้ยางธรรมชาติทั้งหมดของประเทศ รองลงมาได้แก่ น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน ยางเครพ ดังภาพที่ 5 ซึ่งเป็นการแสดงถึงสัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติจำแนกตามประเภทของยางในปีพ.ศ. 2547

จากสัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศไทยนั้น สังเกตได้ว่ายางแผ่นรมควันมีสัดส่วนการใช้ในประเทศที่น้อยทั้งที่ประเทศไทยสามารถผลิตยางแผ่นรมควันได้มากเป็นอันดับหนึ่งของการผลิตยางธรรมชาติทั้งหมดของไทย เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากประเทศไทยผลิตยางแผ่นรมควันเพื่อนำมาส่งออก จึงทำให้มีสัดส่วนการใช้ภายในประเทศอยู่ในสัดส่วนที่น้อยกว่ายางแท่งและน้ำยางข้นที่เน้นใช้ภายในประเทศมากกว่า

การตลาดยางแท่งของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย

การตลาดยางแท่งของประเทศไทย

ประเทศผู้ใช้อย่างธรรมชาติรายใหญ่ คือประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และสหภาพยุโรป ซึ่งเคยใช้ยางแผ่นรมควันในการผลิต

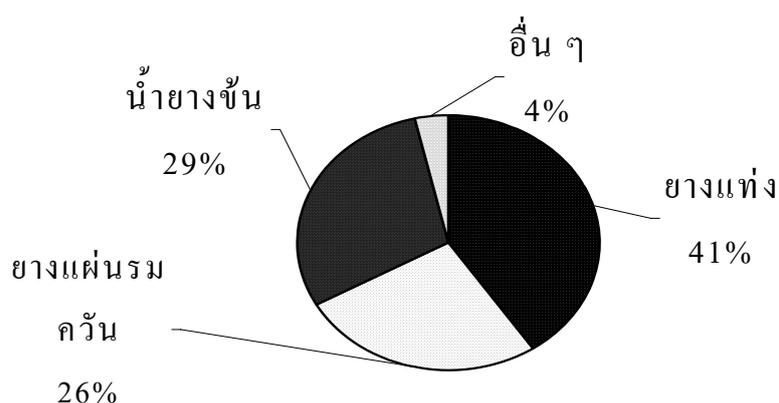
ผลิตภัณฑ์ยางได้ปรับเปลี่ยนไปใช้ยางแท่งในการผลิตเพิ่มขึ้น เพราะสามารถตรวจสอบคุณภาพโดยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ซึ่งให้ผลแน่นอนและใช้งานได้สะดวกกว่าการใช้ยางแผ่นรมควันและจากข้อมูลปริมาณการนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศญี่ปุ่น ในปีพ.ศ. 2540 ปรากฏว่ามีการนำเข้ายางแผ่นรมควันลดลงร้อยละ 7 แต่ส่งออกยางแท่งและน้ำยางข้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 26 และ 11 ตามลำดับ (อุตสาหกรรมสาร, 2542) ประกอบกับการค้าระหว่างประเทศส่วนใหญ่ ร้อยละ 60 เป็นการค้ายางแท่ง ซึ่งตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 17 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติของประเทศไทย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: เมตริกตัน)

ปี	ยางแท่ง	ยางแผ่นรมควัน	น้ำยางข้น	อื่น ๆ	รวม
2542	77,699	60,960	71,454	16,804	226,917
2543	88,223	55,041	81,183	18,102	242,549
2544	96,309	61,083	75,047	20,666	253,105
2545	107,024	68,828	77,888	24,615	278,355
2546	115,352	73,573	82,742	27,032	298,699
2547	116,200	75,000	84,100	10,300	285,600

ที่มา: สถิติยางประเทศไทย (2547)



ภาพที่ 5 สัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศไทยปีพ.ศ. 2547

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2547)

แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ได้กำหนดเป้าหมายลดการผลิตยางแผ่นรมควันลงและผลิตยางแท่งเพิ่มมากขึ้นเพื่อสนองความต้องการของตลาดโลกอุปกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้จัดทำสมุดปกขาวยุทธศาสตร์ยางไทยและยุทธศาสตร์การพัฒนา ยางพาราครบวงจร (2541-2545) ซึ่งได้มีการกำหนดเป้าหมายที่จะลดปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันลงและเพิ่มการผลิตยางแท่งมากขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกของเกษตรกรที่เคยจำหน่าย น้ำยางดิบและยางแผ่นดิบ จึงทำให้ในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545 ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันลดลงอย่างต่อเนื่อง มีเพียงปีพ.ศ. 2545 ที่ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันเพิ่มขึ้นเนื่องจากความต้องการของตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น ในส่วนของปริมาณการผลิตยางแท่งนั้นมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยตลอด ดังตารางที่ 6 โดยมีอัตราการขยายตัวในการผลิตยางแท่งโดยเฉลี่ยต่อปีในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 มีถึงร้อยละ 9.84 ในขณะที่อัตราการขยายตัวในการผลิตยางแผ่นรมควันโดยเฉลี่ยต่อปีในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2.30 เท่านั้น

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางแท่งของประเทศไทย

ในปีพ.ศ. 2545 ประเทศไทยผลิตยางแท่งได้ 967,205 เมตริกตัน ผลผลิตส่วนใหญ่ร้อยละ 85.66 ของปริมาณการผลิตยางแท่งทั้งหมดของประเทศจะส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ อีกร้อยละ 14.33 ใช้บริโภคภายในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออก 20,794.27 ล้านบาท สำหรับตลาดหลักของยางแท่ง คือ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศจีน (กรมวิชาการเกษตร, 2547)

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ผลิตหลัก 3 ประเทศ ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นร้อยละ 27 นับเป็นอันดับสองรองจากประเทศอินโดนีเซียซึ่งมีส่วนแบ่งร้อยละ 47 หากพิจารณาในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 จะเห็นได้ว่าการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน จนสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดมาจากอีก 2 ประเทศได้บางส่วน ในส่วนของประเทศมาเลเซียมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับสาม โดยมีส่วนแบ่งตลาดยางแท่งร้อยละ 26 รองมาจากประเทศไทยตั้งแต่ในช่วงปีพ.ศ. 2544 จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากปัจจุบันประเทศมาเลเซีย นั้นเน้นใช้ในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ส่วนแบ่งตลาดยางแท่งของประเทศไทยส่งออกรายใหญ่ 3 ประเทศสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 18

นอกจากนี้หากพิจารณาชนิดยางแท่งที่มีการส่งออกมากที่สุด ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 จะเห็นว่ายางแท่ง STR 20 มีปริมาณการส่งออกสูงสุด ดังตารางที่ 19 โดยในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยส่งออกรายแท่ง STR 20 เป็นปริมาณทั้งสิ้นถึง 699,602 เมตริกตัน รองลงมา คือ ยางแท่ง STR 10 ยางแท่ง STR 20 และยางแท่ง CV ตามลำดับ

สำหรับยางแท่งของประเทศผู้ผลิตส่วนใหญ่มีกลุ่มผู้ซื้อ คือ ผู้ใช้ในอุตสาหกรรมยางล้อในประเทศและต่างประเทศ โดยอุตสาหกรรมยางล้อมีผู้ผลิตรายใหญ่ 6 ราย เช่น Good Year (ประเทศอเมริกา) Bridgestone (ประเทศญี่ปุ่น) และ Michelin (ประเทศฝรั่งเศส) ดังนั้นแม้ว่าประเทศไทยจะมีผู้ส่งออกรายใหญ่ 8 ราย ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาด 97 % ของตลาดส่งออกของประเทศไทย (กรมการค้าภายใน, 2545) ผู้ส่งออกดังกล่าวยังต้องแข่งขันกับผู้ผลิตยางแท่งในต่างประเทศ ทำให้ตลาดยางแท่งมีลักษณะเป็นตลาดของผู้ซื้อ หรือตลาดผู้ซื้อน้อยราย

ตารางที่ 18 ส่วนแบ่งตลาดยางแท่งของประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ 3 ประเทศในตลาดโลก
ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

ประเทศ	(หน่วย: ร้อยละ)					
	2542	2543	2544	2545	2546	2547
อินโดนีเซีย	51	44	49	48	47	46
ไทย	20	27	26	27	27	27
มาเลเซีย	29	29	25	25	26	27

ที่มา: สมาคมยางพาราไทย (2548)

เนื่องจากประเทศอินโดนีเซียเป็นผู้ผลิตยางแท่งอันดับหนึ่งของโลกประสบภาวะค่าเงินตกต่ำตั้งแต่ปีพ.ศ. 2542 เป็นต้นมา ทำให้ราคายางแท่งที่อินโดนีเซียขายอยู่ในระดับราคาที่ต่ำส่งผลให้ประเทศไทยต้องหันมาทำการแข่งขันในด้านการลดต้นทุนการผลิตและรักษาคุณภาพเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ ปัจจุบันประเทศไทยยังมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง เนื่องจากอุตสาหกรรมยางแท่งในประเทศไทยส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบ คือ เศษยางและยางแผ่นดิบ ซึ่งไม่เหมาะสมกับการผลิตยางแท่งทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิตเพิ่มขึ้น (จากการสัมภาษณ์นักวิชาการ, 2548)

ผู้ส่งออกยางแท่งรายใหญ่ของประเทศไทย ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลา โดยมีจำนวน 56 ราย โดยเป็นผู้ส่งออกยางแท่งรายใหญ่ 8 ราย ได้แก่

1. บริษัททวงศ์บัณฑิต จำกัด
2. บริษัทไทยเทครับเบอร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด
3. บริษัทศรีตรังเอโกอินดัสทรี จำกัด
4. บริษัทเซาท์แลนด์รีซอร์ท จำกัด
5. บริษัทไทยฮั้วยางพารา จำกัด (มหาชน)
6. บริษัทถาวรอุตสาหกรรมยางแท่ง จำกัด
7. บริษัทจะนะน้ำยาง จำกัด
8. บริษัทอี.คิว รับเบอร์ จำกัด

ตารางที่ 19 ปริมาณการส่งออกยางแท่งแยกตามชั้นมาตรฐานยางแท่ง ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: เมตริกตัน)

ปี	STR XL	STR 5L	STR 5	STR 10	STR 20	STR CV
2542	1,405	5,321	95	29,388	414,545	1,101
2543	1,760	6,983	178	86,199	559,417	5,256
2544	706	4,042	201	85,548	536,210	6,598
2545	545	3,361	1,339	86,464	595,226	10,674
2546	578	4,380	18	79,396	637,283	13,363
2547	666	3,892	165	74,033	699,602	13,951

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2547)

ในส่วนของมูลค่าการส่งออกยางแท่งนั้น ประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกยางแท่ง ในปีพ.ศ. 2547 มากเป็นอันดับหนึ่งของมูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติทั้งหมด โดยมีมูลค่าถึง 46,522.27 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 39.89 ของมูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติทั้งหมดของประเทศ ดังตารางที่ 20 สำหรับมูลค่าการส่งออกยางแท่งมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี เท่ากับร้อยละ 27.70 ซึ่งต่างจากมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันที่มีแนวโน้มการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกน้อยลง โดยมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีเพียงร้อยละ 7.08

สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากปัจจุบันความต้องการใช้ยางแผ่นรมควันในตลาดโลกมาถึงจุดอิ่มตัวแล้วประกอบกับประเทศคู่แข่งในกลุ่มประเทศอินโดจีนที่กำลังก้าวขึ้นมาทดแทนในตลาดยางแผ่นรมควัน มีการผลิตที่มีต้นทุนต่ำกว่าโดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศผู้ผลิตรายใหญ่มาก แต่เมื่อพิจารณาแนวโน้มตลาดส่งออกยางแท่งของกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวของการผลิตยางแท่งเป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศทั้ง 2 มีสวนยางขนาดใหญ่ที่เป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตยางแท่งโดยตรง แสดงให้เห็นถึงบทบาทของยางแท่งที่กำลังได้รับความสนใจมากขึ้น (จากการสัมภาษณ์นักวิชาการ, 2548)

ตารางที่ 20 มูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติของประเทศไทยจำแนกตามประเภทของยาง
ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: ล้านบาท)

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	อื่น ๆ
2542	24,760.35	12,507.01	6,298.80	525.45
2543	25,129.90	20,885.44	7,066.60	123.03
2544	19,582.23	18,273.61	8,655.30	181.77
2545	23,788.10	20,794.27	11,403.32	530.91
2546	36,161.61	38,160.95	19,753.84	440.91
2547	42,169.55	46,522.27	27,771.14	163.51

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2547)

วิธีการซื้อขายยางแท่งในตลาดต่างประเทศ

สำหรับวิธีการทำการซื้อขายยางแท่งในตลาดต่างประเทศมีดังนี้ (สถาบันวิจัยยาง, 2546)

ในการทำการซื้อขายกับต่างประเทศ โรงงานผู้ผลิตจะทำการติดต่อซื้อขายกับผู้ซื้อโดยตรง (Direct Trade) ซึ่งอาจเป็นผู้ผลิต ตัวแทนผู้ผลิต ผู้ค้า หรือนายหน้าในต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จะมีสำนักงานซื้อขายในสิงคโปร์ ติดต่อซื้อขายผ่านโทรศัพท์ โทรสารหรืออินเทอร์เน็ตให้กับผู้ใช้ปลายทางจากหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ การซื้อขายโดยตรงโดยไม่มีตลาดกลางดังกล่าวทำให้ไม่มีราคาซื้อขายจริงเปิดเผยให้อ้างอิงได้

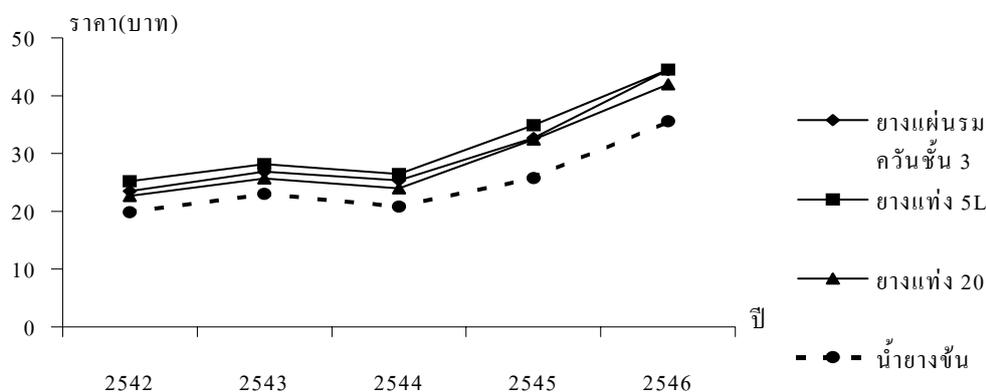
รูปแบบการซื้อขายในตลาดต่างประเทศแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ แบบแรก การซื้อขายแบบส่งมอบทันที (SPOT) เป็นการซื้อขายที่เกิดขึ้นประจำวัน ซึ่งผู้ซื้อขายจะใช้ราคา TOCOM และ SICOM เป็นตัวชี้ที่สำคัญ แบบที่สอง คือ การซื้อขายล่วงหน้า (FORWARD) เป็นการทำสัญญากับลูกค้าในระยะยาวประมาณ 1-6 เดือน กำหนดจำนวนที่ส่งมอบให้ลูกค้าตลอดเวลา ราคาขายจะมีการผูกมัดโดยใช้ตัวเลือกที่แต่ละฝ่ายเห็นพ้องเป็นตัวกำหนด เช่น ราคาปิดของตลาด TOCOM หรือ SICOM มาเป็นตัวกำหนดราคาเฉลี่ยในแต่ละเดือน

สำหรับผู้ซื้อในต่างประเทศแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ บริษัทค้ายาง เป็นผู้รับซื้อยางจากผู้ส่งออกเพื่อนำขายต่อให้แก่โรงงานผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ ตัวแทนที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท GoodYear, Michellin, Bridgestone และPirelli ซึ่งมีศูนย์กลางดำเนินงานอยู่ที่สิงคโปร์ ทำหน้าที่ซื้อยางจากผู้ส่งออกเพื่อส่งให้โรงงานผู้ผลิต ซึ่งกระจายอยู่ทั่วโลกและจะกำหนดเกณฑ์สินค้าที่ซื้อตามที่อยู่ผลิตยางล้อแต่ละแห่งต้องการ โรงงานผู้ผลิต เช่น โรงงานในประเทศจีนจะทำการติดต่อกับผู้ส่งออกโดยตรง และบริษัทนายหน้าเป็นผู้จับคู่ผู้ส่งออกกับผู้ซื้อคิดค่านายหน้าเป็นค่าบริการ

ราคาส่งออกยางแท่งของประเทศไทย

สำหรับราคาส่งออกยางแท่งของประเทศไทยนั้น จะมีระดับราคาที่ผันผวนเช่นเดียวกับราคายางธรรมชาติ เนื่องจากการส่งออกยางพาราของประเทศไทยอาศัยตลาดต่างประเทศเป็นหลัก จึงทำให้ราคายางธรรมชาติขึ้นอยู่กับตลาดโลกเป็นสำคัญ จากตารางที่ 8 ในปีพ.ศ. 2547 ราคายางแท่ง STR 5L อยู่ที่ระดับ 52.04 บาทต่อกิโลกรัม และราคายางแท่ง STR 20 49.26 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปีพ.ศ. 2546 คิดเป็นร้อยละ 16.91 และ 17.36 ตามลำดับ โดยการปรับตัวของราคายางแท่งจะมีการปรับตัวขึ้น-ลงไปในทิศทางเดียวกับกับราคายางธรรมชาติประเภทอื่น ๆ

จากภาพที่ 6 แสดงการเปลี่ยนแปลงของระดับราคายางแท่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้น ซึ่งในปีพ.ศ. 2542 ระดับราคาจะปรับตัวลดลงจากปีพ.ศ. 2541 เป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศไทยประสบภาวะค่าเงินตกต่ำ และมีการปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้งในปีพ.ศ. 2543 โดยในปีพ.ศ. 2544 ระดับราคาได้ปรับลดลงอีกครั้ง และระดับราคาเพิ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2545 และปีพ.ศ. 2546 เนื่องจากความต้องการยางแท่งของตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น



ภาพที่ 6 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของระดับราคายางธรรมชาติจำแนกตามประเภทยาง ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

ที่มา: จากการคำนวณ

การตลาดยางแท่งของประเทศมาเลเซีย

ในปีพ.ศ. 2508 ประเทศมาเลเซียซึ่งในขณะนั้นเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก ได้ตั้งข้อกำหนดกฎเกณฑ์การผลิต การทดสอบ การจัดชั้นยางแท่งขึ้น โดยใช้ชื่อว่า SMR (Standard Malaysia Rubber) ดังนั้น ประมาณปีพ.ศ. 2511 เป็นต้นมาโรงงานผลิตยางแผ่นรมควันในประเทศมาเลเซียจึงได้ขยายกิจการมาตั้งโรงงานผลิตยางแท่งเพิ่มขึ้น ซึ่งสถาบันวิจัยยางมาเลเซียได้ผลิตยางแท่งโดยแบ่งยางแท่งที่ผลิตเป็น 4 ชั้น คือ SMR 5, SMR 10, SMR 20 และ SMR 50 แต่ในปัจจุบันประเทศมาเลเซียมีการผลิตยางแท่ง SMR หลายประเภท ได้แก่ SMR GP, SMR 5, SMR 10, SMR 20, SMR 50, SMR CV 50 และ SMR CV 70 เป็นต้น

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางแท่งของประเทศมาเลเซีย

ปัจจุบันประเทศมาเลเซียเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางแท่งรายใหญ่ของโลก โดยในปีพ.ศ. 2546 ประเทศมาเลเซียมีการผลิตยางแท่งทั้งสิ้น 948.89 พันตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2545 ที่มีการผลิตยางแท่ง 839.28 พันตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.06 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2545 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากความต้องการยางแท่งในตลาดโลกได้ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น เมื่อพิจารณาถึงอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546 ความต้องการยางแท่งของตลาดโลกมีอัตราการขยายตัว

โดยเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 4.79 จึงทำให้ประเทศมาเลเซียมีการปรับตัวในการขยายการผลิตให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดโลก

สำหรับผู้ผลิตยางแท่งของประเทศมาเลเซียที่แบ่งออกได้เป็นผู้ผลิตรายใหญ่และผู้ผลิตรายย่อย ซึ่งจำนวนผู้ผลิตรายใหญ่สามารถจำแนกตามกำลังการผลิตตั้งแต่ น้อยกว่า 201 ตันต่อเดือน มีจำนวน 11 โรงงาน และ 4,001-5,000 ตันต่อเดือน มีเพียง 1 โรงงาน ดังตารางที่ 21

ยางแท่งที่ผลิตได้ในประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นการผลิตจากผู้ผลิตรายใหญ่ ร้อยละ 90 อีกร้อยละ 10 จากผู้ผลิตรายย่อย (Malaysian Rubber Technology Development, 2004) ในการผลิตยางแท่งของประเทศมาเลเซียนอกจากนั้นใช้วัตถุดิบภายในประเทศ เช่น ยางก้อนหรือยางก้นถ้วยแล้ว วัตถุดิบที่มีในประเทศยังไม่เพียงพอต่อกำลังการผลิตหรือความต้องการของตลาด จึงทำให้ประเทศมาเลเซียต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบมาจากต่างประเทศ เช่น ยางก้นถ้วย เศษยาง เป็นต้น การนำเข้าวัตถุดิบร้อยละ 97 ของการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งนี้ จะเป็นการนำเข้าโดยผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งสิ้น

ตารางที่ 21 จำนวนผู้ผลิตยางแท่งรายใหญ่ของประเทศมาเลเซียจำแนกตามกำลังการผลิต ปีพ.ศ. 2546

กำลังการผลิตต่อเดือน (ตัน)	จำนวนโรงงาน (โรง)
4,001-5,000	1
3,001-4,000	5
2,001-3,000	7
1,001-2,000	21
201-1,000	15
น้อยกว่า 201	11
รวม	60

ที่มา: Malaysian Rubber Technology Development (2004)

ปริมาณการผลิตยางแท่งทั้งหมดของประเทศมาเลเซียในปีพ.ศ. 2546 ประเทศมาเลเซียนั้นถูกนำมาใช้เพื่อการส่งออกเท่ากับ 849.4 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 89.5 ของปริมาณการผลิต

ยางแท่งทั้งหมดปีพ.ศ. 2546 โดยประเทศมาเลเซียมีการส่งออกยางแท่งไปยังกลุ่มประเทศยุโรปเป็นหลัก

การส่งออกยางแท่งได้นำรายได้เข้าสู่ประเทศมาเลเซียปีหนึ่ง ๆ นับหลายหมื่นล้านบาท โดยในปีพ.ศ. 2547 ประเทศมาเลเซียมีรายได้จากการส่งออกยางแท่งทั้งสิ้น 49.35 พันล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2546 คิดเป็น 34.15 พันล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.55 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2546

สำหรับยางแท่งที่ประเทศมาเลเซียนิยมส่งออก ได้แก่ ยางแท่ง SMR 20 ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศมาเลเซียส่งออกยางแท่ง SMR 20 441.2 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 51.94 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ยางแท่ง SMR 10 มีการส่งออกทั้งหมด 229.9 พันตัน ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ปริมาณการส่งออกยางแท่งจำแนกตามชั้นมาตรฐานยางแท่งของประเทศมาเลเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ยางแท่งจำแนกตามชั้นมาตรฐานยางแท่ง					
	L	10	20	GP	CV	รวม
2542	14.9	235.2	444.2	62.8	37.8	815.2
2543	12.2	206.3	485.3	71.3	31.5	853.9
2544	9.0	181.5	389.0	62.0	25.7	716.0
2545	7.3	189.0	434.2	69.8	20.7	783.6
2546	4.3	229.9	441.2	86.2	18.3	849.4

ที่มา: IRSG (2004)

ถึงแม้ว่าในปีพ.ศ. 2546 ประเทศมาเลเซียได้ลดบทบาทการส่งออกยางแท่ง จากการส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับหนึ่งของโลกมาเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก โดยเป็นรองประเทศอินโดนีเซีย ที่เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่อันดับ 1 ของโลก และประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกที่สำคัญอันดับ 2 ของโลก แต่ปริมาณการส่งออกยางแท่งของประเทศมาเลเซียก็ยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปีพ.ศ. 2544 ประเทศมาเลเซียมีการส่งออกยางแท่ง เท่ากับ 716 พันตัน ในปี

พ.ศ. 2546 ประเทศมาเลเซียส่งออกยางแท่งเพิ่มขึ้นเป็น 849.4 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.63 เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการส่งออกในปีพ.ศ. 2544 สาเหตุก็เนื่องมาจากว่าความต้องการยางแท่งของตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ราคาส่งออกยางแท่งของประเทศมาเลเซีย

สำหรับราคายางแท่งของประเทศมาเลเซียที่ผ่านมานั้นก็จะมีระดับราคาที่ผันผวน เช่นเดียวกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ที่มีการผันผวนไปตามภาวะตลาดโลก โดยถ้าพิจารณาเฉพาะราคายางแท่ง SMR 20 ซึ่งเป็นยางแท่งที่มีการส่งออกมากที่สุดของประเทศมาเลเซีย ในปีพ.ศ. 2543 ราคายางแท่ง SMR 20 อยู่ที่ระดับ 2,433 ริงกิตต่อตัน ในปีพ.ศ. 2547 ราคายางแท่ง SMR 20 ปรับตัวสูงขึ้นเป็น 4,623 ริงกิตต่อตัน โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 90 เมื่อเปรียบเทียบกับราคายางแท่ง SMR 20 ในปีพ.ศ. 2543 ดังตารางที่ 23

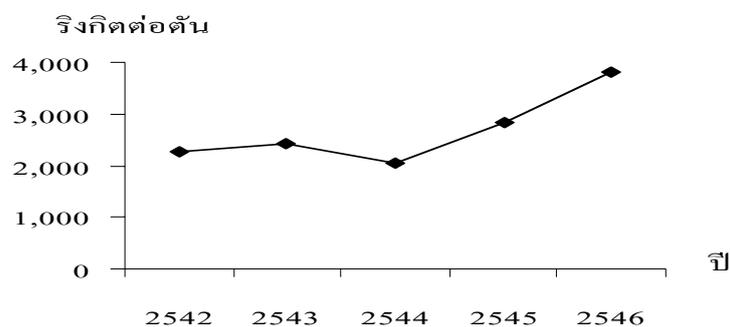
ตารางที่ 23 ราคาส่งออกยางแท่ง SMR 20 ของประเทศมาเลเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

(หน่วย: ริงกิตต่อตัน)

ปี	ระดับราคา
2542	2,269
2543	2,433
2544	2,057
2545	2,848
2546	3,800

ที่มา: สมาคมยางพาราไทย (2548)

จากตารางจะเห็นได้ว่า ระดับราคาส่งออกยางแท่ง SMR 20 ของประเทศมาเลเซียมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของระดับราคาส่งออกยางแท่ง SMR 20 ของประเทศมาเลเซียได้ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 การเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกยางแท่ง SMR 20 ของประเทศมาเลเซีย
ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

ที่มา: จากการคำนวณ

จากภาพจะเห็นได้ว่าราคาส่งออกยางแท่ง SMR 20 ของประเทศมาเลเซียมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545 เป็นต้นมา เนื่องจากความต้องการยางแท่ง SMR 20 ของตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ในปีพ.ศ. 2544 ราคาของยางแท่ง SMR 20 ได้ปรับตัวลดลงค่อนข้างมาก เนื่องจากประเทศต่างๆ ในเขตอาเซียนได้ประสบภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ยังผลให้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศแถบยุโรปมีการชะลอตัว ทำให้ความต้องการใช้ยางแท่งเพื่อการอุตสาหกรรมต่างๆ ชะลอตัวตามไปด้วย ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อระดับราคาของยางแท่ง SMR 20 ให้ปรับตัวลดลง หรืออาจกล่าวได้ว่าราคาของยางแท่งของประเทศมาเลเซียจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามภาวะอุปสงค์และอุปทานของตลาดโลกเป็นสำคัญนั่นเอง

การผลิตยางแท่งของประเทศอินโดนีเซีย

การผลิตยางแท่งของประเทศอินโดนีเซียนั้น จะมีชื่อมาตรฐานที่ใช้เรียกยางแท่งกันว่า Standard Indonesian Rubber (SIR) โดยมีการจัดชั้นมาตรฐานหรือมาตรฐานการผลิตตามมาตรฐานสากลเช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ ยางแท่งที่ประเทศอินโดนีเซียทำการผลิตมีหลายชั้นมาตรฐานซึ่งสามารถจำแนกตามชั้นมาตรฐานยางแท่งได้ดังนี้ SIR 10, SIR 20, 50, 3CV, 3L และ 3WF โดยแต่ละชั้นมาตรฐานก็จะแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ที่ใช้และการวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ประโยชน์เช่นเดียวกับมาตรฐานการผลิตยางแท่งของประเทศไทยที่กล่าวมาข้างต้น นั่นคือการผลิตยางแท่งจะมีการผลิตเป็นมาตรฐานสากลทั่วโลก หรือเป็นไปตามการควบคุมคุณภาพให้ได้

มาตรฐานสากล (ISO 2000 Rubber Nature (NR) Specification) และตามข้อตกลงของ IRA (International Rubber Association)

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกยางแท่งของอินโดนีเซีย

ยางแท่งเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากการส่งออกยางแท่งได้นำรายได้เข้ามาสู่ประเทศอินโดนีเซียเป็นจำนวนหลายพันล้านบาท และเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ในสาขาอุตสาหกรรมยางพารา ทั้งที่เป็นยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ ดังตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า ในปีพ.ศ. 2547 รายได้จากการส่งออกของประเทศอินโดนีเซีย ร้อยละ 2.76 ได้จากการส่งออกยางแท่ง รองลงมาได้แก่ ยางล้อ และยางแผ่นรมควัน ตามลำดับ

ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศผู้ส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยประเทศอินโดนีเซียสามารถผลิตยางแท่งได้ปีหนึ่ง ๆ หลายพันตัน ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศอินโดนีเซียมีการส่งออกยางแท่งทั้งสิ้น 1,590.4 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 95 ของปริมาณการส่งออกยางทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน 46.1 พันตัน น้ำยางข้น 12.6 พันตัน และอื่น ๆ 11.6 พันตัน เช่น ยางเครพ ยางสกีม เป็นต้น ตามลำดับ (IRSG, 2004)

ตารางที่ 24 รายได้จากการส่งออกผลิตภัณฑ์ประเภทยางของประเทศอินโดนีเซีย
ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

ปี	ยางแผ่น		น้ำยางข้น	ถุงมือยาง	ยางล้อ		ส่งออกสินค้าทุกชนิด
	รมควัน	ยางแท่ง			(ใน+นอก)		
2542	1.4	30.29	0.38	0.58	9.6	1,830.44	
2543	1.18	34.04	0.3	0.5	11.72	2,482.00	
2544	0.88	33.4	0.32	0.47	12.13	2,493.92	
2545	1.38	41.67	0.26	0.39	14.95	2,442.31	
2546	1.89	58.33	0.46	0.5	17.18	2,537.11	
2547	6.86	79.84	0.54	0.45	21.94	2,890.37	

ที่มา: กรมศุลกากร (2548)

สำหรับยางแท่งที่ประเทศอินโดนีเซียทำการส่งออกมากที่สุดอยู่ในรูปของยางแท่ง SIR 20 เช่นเดียวกับประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย โดยยางแท่ง SIR 20 จะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมยางล้อเป็นสำคัญ สำหรับในปีพ.ศ. 2546 ประเทศอินโดนีเซียมีการส่งออกยางแท่ง SIR 20 ถึง 1,422.9 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 89.47 ของปริมาณการส่งออกยางแท่งทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ SIR 3 ซึ่งรวมทั้งยางแท่ง SIR 3CV, 3L และ 3WF เท่ากับ 74.5 พันตัน และยางแท่ง SIR 10 59.9 พันตัน ตามลำดับ ดังตารางที่ 25

การส่งออกยางแท่งของประเทศไทยอินโดนีเซียนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามภาวะความต้องการของตลาดโลก โดยอัตราการขยายตัวในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยอินโดนีเซียเฉลี่ยต่อปีในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546 คิดเป็นร้อยละ 2.5 ซึ่งสอดคล้องกับอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีของความต้องการยางแท่งในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.79 ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 25 ปริมาณการส่งออกยางแท่งจำแนกตามประเภทชั้นมาตรฐานยางแท่ง
ของประเทศไทยอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ชั้นมาตรฐานยางแท่ง			
	3	5	10	20
2542	43.4	-	68.9	1,290.9
2543	31.4	-	62.9	1,210.9
2544	32	-	59.7	1,283.2
2545	32	-	61.5	1,317.3
2546	74.5	-	59.9	1,422.9

ที่มา: IRSG (2004)

การส่งออกยางแท่งของประเทศไทยอินโดนีเซียส่วนใหญ่จะส่งออกยางแท่งไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก ซึ่งประเทศไทยอินโดนีเซียมีรายได้จากการส่งออกยางแท่ง ปีพ.ศ. 2547 คิดเป็นมูลค่า 79.84 พันล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2546 ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 58.33 พันล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 36.88 เมื่อเทียบกับรายได้ปีพ.ศ. 2546 การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยอินโดนีเซียนี้ เนื่องจากการที่ประเทศไทยอินโดนีเซียมีการส่งออก

ยางแท่งในปริมาณที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการของตลาดโลก และอีกส่วนหนึ่งจากการที่ระดับราคาที่มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น

การส่งออกยางแท่งของประเทศอินโดนีเซียนั้น ประเทศอินโดนีเซียครองส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก รองลงมาได้แก่ ประเทศไทย และประเทศมาเลเซียตามลำดับ ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 41 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่คงที่เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2546 นั้นแสดงให้เห็นว่าประเทศอินโดนีเซียยังสามารถรักษาความเป็นผู้นำในการส่งออกยางแท่งได้เป็นอย่างดี ดังตารางที่ 27 แสดงให้เห็นถึงรายได้จากการส่งออกยางแท่งและส่วนแบ่งการตลาดยางแท่งของประเทศอินโดนีเซีย

ตารางที่ 26 อัตราการขยายตัวในการส่งออกยางแท่งของประเทศอินโดนีเซีย เปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวของความต้องการยางแท่งในตลาดโลก ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

(หน่วย: ร้อยละ)

ปี	อัตราการขยายตัวในการส่งออกยางแท่งของประเทศอินโดนีเซีย	อัตราการขยายตัวของความต้องการยางแท่งในตลาดโลก
2542	-	-
2543	-6.89	16.83
2544	6.74	-4.27
2545	1.74	2.46
2546	10.75	8.93
อัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปี	2.47	4.79

ที่มา: จากการคำนวณ

ราคาส่งออกยางแท่งของประเทศอินโดนีเซีย

สำหรับราคาส่งออกยางแท่งของประเทศอินโดนีเซียนั้น มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดนั้นจะได้รับอิทธิพลจากภาวะอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลกเช่นเดียวกับราคายางแท่งของประเทศไทยและมาเลเซีย

เมื่อพิจารณาถึงระดับราคายางแท่ง SIR 20 ซึ่งเป็นยางแท่งประเภทที่ประเทศอินโดนีเซียทำการส่งออกในปริมาณมากที่สุดนั้น พบว่า ในปีพ.ศ. 2545 ระดับราคายางแท่ง SIR 20 อยู่ที่ 102.00 รูเปียอินโดนีเซียต่อกิโลกรัม ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2542 ถึงร้อยละ 79.89 ดังตารางที่ 28 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากกลไกตลาดเป็นตัวกำหนด นั่นคือ ภาวะที่อุปสงค์ได้เพิ่มสูงขึ้นมากกว่าการเปลี่ยนแปลงด้านอุปทานจึงเป็นแรงกดดันให้ระดับราคายางแท่งเพิ่มสูงขึ้น (สมาคมยางพาราไทย, 2547)

ตารางที่ 27 รายได้จากการส่งออกยางแท่งและส่วนแบ่งตลาดยางแท่งของประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2546-2547

ปี	2546	2547
มูลค่าการส่งออก(พันล้านบาท)	58.33	79.84
ส่วนแบ่งตลาด(ร้อยละ)	41.00	41.00
อัตราการขยายตัวของตลาด(ร้อยละ)	40.00	37.00

ที่มา: กรมศุลกากร (2548)

ตารางที่ 28 ราคาส่งออกยางแท่ง SIR 20 ของประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

(หน่วย: รูเปียอินโดนีเซียต่อกิโลกรัม)

ปี	ระดับราคา
2542	56.70
2543	65.80
2544	69.90
2545	102.00
2546	n.a.

ที่มา: The Association of Natural Rubber Production Countries (2005)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในส่วนนี้จะทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Competitive Advantage) ของอุตสาหกรรมยางแท่ง โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่ง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกและเพิ่มศักยภาพในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยต่อไปได้ โดยจะทำการวิเคราะห์ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. การศึกษาแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดนำเข้า (Market Share) ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย ในภาพรวมของตลาดโลกและตลาดที่สำคัญ ๆ เช่น ตลาดญี่ปุ่น ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดจีน เป็นต้น เพื่อบ่งชี้ให้เห็นว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีแนวโน้มความได้เปรียบเชิงแข่งขันเพิ่มขึ้นหรือลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย ซึ่งทำให้ทราบว่า ในอนาคตประเทศไทยมีศักยภาพหรือความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่งมาก หรือน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย โดยพิจารณาจากปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันว่าปัจจัยใดส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่ง ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในครั้งนี้จะใช้แนวคิดของ ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) ซึ่งจะทำการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัย ดังนี้

1. สภาพปัจจัยการผลิตภายในประเทศ
2. สภาพอุปสงค์ภายในประเทศ
3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ
4. ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศอุตสาหกรรม
5. บทบาทรัฐบาล
6. เหตุสุดวิสัย

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งที่มาจากประเทศไทยเปรียบเทียบกับที่มาจากประเทศ
มาเลเซียและประเทศอินโดนีเซียในตลาดโลก ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและจีน

ตลาดโลก

ประเทศผู้ส่งออกหรือประเทศแหล่งนำเข้ายางแท่งที่สำคัญของโลก ได้แก่ ประเทศ
อินโดนีเซีย ประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย ในปีพ.ศ. 2547 โลกนำเข้ายางแท่งจากประเทศ
อินโดนีเซียทั้งสิ้น 1,442.16 พันตัน นำเข้าจากประเทศมาเลเซีย 1,008.06 พันตัน และจากประเทศ
ไทย 997.95 พันตัน ตามลำดับ ดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของโลกจากประเทศแหล่งนำเข้าที่สำคัญ
ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

ประเทศ	ปี พ.ศ.	(หน่วย: พันตัน)					
		2542	2543	2544	2545	2546	2547
ไทย		540.99	808.48	763.28	828.56	912.60	997.95
			(49.44)	(-5.59)	(8.55)	(10.14)	(9.35)
มาเลเซีย		815.17	854.13	716.04	783.58	849.40	1,008.06
			(4.78)	(-16.17)	(9.43)	(8.40)	(18.68)
อินโดนีเซีย		1,324.32	1,578.51	1,424.88	1,340.84	1,410.24	1,442.16
			(19.19)	(-9.73)	(-5.90)	(5.18)	(2.26)
อื่น ๆ		259.31	549.84	771.66	572.67	777.83	649.38
			(112.04)	(40.34)	(-25.79)	(35.83)	(-16.51)
รวม		2,940	3,791	3,676	3,526	3,950	4,098

หมายเหตุ: () หมายถึง อัตราการขยายตัวในการนำเข้ายางแท่งต่อปี

ที่มา: The Association of Natural Rubber Production Countries (2005)

จากตารางพบว่า ในช่วงปีพ.ศ. 2544-2546 ประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้า
ยางแท่งได้เป็นอันดับ 2 ของโลก รองลงมาจาก ประเทศอินโดนีเซียเท่านั้น แต่ในปี พ.ศ. 2547
ประเทศไทยกลับครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งลดลงเป็นอันดับ 3 ซึ่งเป็นรองทั้งประเทศ
อินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย โดยในปีพ.ศ. 2547 โลกนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยทั้งสิ้น

997.95 พันตัน และส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของโลกที่มาจากประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 24.35 ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซียครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของโลก ร้อยละ 35.20 และร้อยละ 24.60 ตามลำดับ ดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของโลกที่มาจากประเทศไทย เปรียบเทียบกับที่มาจาก ประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: ร้อยละ)						
ประเทศ	ปี พ.ศ. 2542	2543	2544	2545	2546	2547
ไทย	18.40	21.33	20.76	23.50	23.10	24.35
มาเลเซีย	27.73	22.53	19.48	22.23	21.50	24.60
อินโดนีเซีย	45.05	41.64	38.76	38.03	35.70	35.20
อื่น ๆ	8.82	14.50	20.99	16.24	19.69	15.85
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: คำนวณจากตารางที่ 29

สาเหตุประการหนึ่งที่ทำให้โลกนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยในปริมาณที่น้อยกว่า ประเทศมาเลเซียในปีพ.ศ. 2547 เนื่องจาก ในปีพ.ศ. 2547 ค่าเงินริงกิตมีการอ่อนตัวมากกว่าที่ควรจะเป็น ซึ่งค่าเงินริงกิตจะผูกติดอยู่กับค่าเงินดอลลาร์สหรัฐ ทำให้ค่าเงินริงกิตอ่อนค่าลงกว่าความเป็นจริง ส่งผลให้ประเทศผู้นำเข้ายางแท่งหันไปสนใจนำเข้ายางแท่งจากประเทศมาเลเซียมากขึ้น (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ, 2548)

แม้ว่าในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยจะครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งเป็นอันดับ 3 ก็ตาม แต่ถ้ามองในส่วนของอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีในการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 พบว่า อัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีในการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทย มีมากเป็นอันดับ 1 โดยมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปี ถึงร้อยละ 11.98 ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซีย มีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีเพียงร้อยละ 1.83 และร้อยละ 4.19 ตามลำดับ ดังตารางที่ 30

จากข้างต้นทำให้ทราบว่าแม้ในปีพ.ศ. 2547 โลกจะนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยเป็นอันดับ 3 แต่ถ้ามองถึงอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีในการนำเข้ายางแท่งของโลกจากประเทศ

ไทย พบว่า มีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังมีโอกาสหรือแนวโน้มที่จะสามารถนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยได้มากขึ้น ถ้าผู้ประกอบการยางแท่งของประเทศไทยสามารถทำการผลิตยางแท่งได้เต็มกำลังการผลิต ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตที่ลดลง โดยเฉพาะในส่วนของต้นทุนคงที่ ทำให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้มากขึ้น และสามารถรองรับความต้องการยางแท่งของโลกที่เพิ่มสูงขึ้นได้อย่างทันท่วงที

ตลาดญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นถือเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทย จากการรวบรวมข้อมูลในช่วงปีพ.ศ. 2542-2544 พบว่า ประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย โดยในปีพ.ศ. 2544 ประเทศญี่ปุ่นได้นำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยถึง 189.54 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 41.51 ของปริมาณการนำเข้ายางแท่งทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น ในขณะที่มีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียทั้งสิ้น 10.26 พันตัน และ 147.76 พันตัน ตามลำดับ

แต่ในปีพ.ศ. 2545 เป็นต้นมา ประเทศไทยมิได้ครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่น อันดับ 1 อีกต่อไป ซึ่งมีการสูญเสียส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งให้แก่ประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซียเป็นจำนวนมาก ในปีพ.ศ. 2545 ประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2544 ถึง 62.43 พันตัน แต่มีการนำเข้ายางแท่งเพิ่มขึ้นจากประเทศไทยเพียง 1.93 พันตัน ในขณะที่มีการนำเข้าจากประเทศมาเลเซียลดลง ดังตารางที่ 31 ซึ่งจากการที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง จะส่งผลต่อส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นที่มาจากประเทศไทยให้ประเทศไทยมีการครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นลดลงด้วย

ดังนั้นเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่น ในปีพ.ศ. 2547 พบว่าประเทศอินโดนีเซียสามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งได้มากที่สุดถึงร้อยละ 51.99 รองลงมา ได้แก่ ประเทศไทย ที่สามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นได้ ร้อยละ 46.45 ส่วนประเทศมาเลเซียสามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นเพียงร้อยละ 1.15 ดังตารางที่ 32

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นย้อนหลังในช่วงปีพ.ศ. 2542-2544 พบว่า ประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งได้มากกว่าประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย แม้ต่อมาในปีพ.ศ. 2545-2547 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งเป็นรองประเทศอินโดนีเซียก็ตาม แต่ประเทศไทยก็ยังครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นได้มากกว่าประเทศมาเลเซีย เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นนับว่ามีใช้ตลาดคู่ค้าที่สำคัญของประเทศมาเลเซีย โดยตลาดที่สำคัญที่นำเข้ายางแท่งจากประเทศมาเลเซีย คือ ตลาดในกลุ่มประเทศยุโรปหรือกลุ่มประเทศอียู เป็นหลัก โดยกลุ่มประเทศแถบอเมริกาและยุโรปมีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศมาเลเซียถึง ร้อยละ 40 ของปริมาณการนำเข้ายางแท่งทั้งหมด (สมาคมยางพาราไทย, 2548)

ตารางที่ 31 ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่น จำแนกตามประเทศแหล่งนำเข้าที่สำคัญ
ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: พันตัน)

ประเทศ	ปีพ.ศ. 2542	2543	2544	2545	2546	2547
ไทย	130.10	167.06	189.54	191.47	211.59	233.47
มาเลเซีย	16.12	12.38	10.26	7.18	4.99	5.78
อินโดนีเซีย	121.95	140.62	147.76	210.19	235.76	261.33
อื่น ๆ	97.09	133.56	109.03	47.65	2.70	2.01
รวม	365.26	453.62	456.59	456.49	455.03	502.59

ที่มา: The Association of Natural Rubber Production Countries (2005)

สาเหตุประการหนึ่งที่ส่งผลให้ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545 เป็นต้นมา ประเทศไทยไม่สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งในญี่ปุ่น ได้เป็นอันดับ 1 เพราะ ประเทศอินโดนีเซียประสบภาวะค่าเงินตกต่ำตั้งแต่ปีพ.ศ. 2542 เป็นต้นมา ทำให้ราคายางแท่งที่ประเทศอินโดนีเซียขายอยู่ในระดับราคาที่ต่ำ ส่งผลให้ประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศอินโดนีเซียในอัตราที่เพิ่มขึ้นมากกว่าการนำเข้ายางแท่งที่เพิ่มขึ้นจากประเทศไทย นอกจากนี้ประเทศอินโดนีเซียยังสามารถเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของญี่ปุ่นนี้ได้มากกว่า เนื่องจากการผลิตยางธรรมชาติของประเทศอินโดนีเซียนั้น มีการแปรรูปยางพาราขั้นต้นอยู่ในรูปของยางแท่งมากที่สุด และมีวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งเพียงพอต่อความต้องการแปรรูปเป็นยางแท่ง ซึ่งแตกต่างกับประเทศไทยที่มีการแปรรูปยางพาราขั้นต้นอยู่ในรูปของยางแผ่นรมควันมากเป็นอันดับ 1 จึงทำให้

การผลิตยางแท่งของประเทศไทยประสบปัญหาด้านวัตถุดิบเสมอ ส่งผลให้การผลิตยางแท่งของ
ไทยไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างเต็มที่ (พรเทพ, 2548)

ตารางที่ 32 ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นที่มาจากประเทศไทย เปรียบเทียบกับที่มาจาก
ประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: ร้อยละ)

ประเทศ	ปีพ.ศ.	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ไทย		35.62	36.83	41.51	41.94	46.50	46.45
มาเลเซีย		4.41	2.73	2.25	1.57	1.10	1.15
อินโดนีเซีย		33.39	31.00	32.36	46.04	51.81	51.99
อื่น ๆ		26.58	29.44	23.88	10.44	0.59	0.41
รวม		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100

ที่มา: คำนวณจากตารางที่ 31

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ปัจจุบันประเทศไทยได้สูญเสียความเป็นผู้นำในฐานะประเทศ
แหล่งนำเข้าที่สำคัญหรือการครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งอันดับ 1 ในญี่ปุ่นแล้ว เนื่องจากการ
รองรับหรือการปรับตัวด้านการผลิตยางแท่งของประเทศไทยให้สอดคล้องกับความต้องการยางแท่ง
ที่เพิ่มขึ้นของญี่ปุ่นยังทำได้ล่าช้า เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย และเมื่อพิจารณาถึงอัตรา
การขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีในการนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นจากประเทศไทยเปรียบเทียบกับที่นำเข้า
จากประเทศอินโดนีเซีย พบว่า อัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีในการนำเข้ายางแท่งจากประเทศ
อินโดนีเซียสูงสุดถึงร้อยละ 18.93 ส่วนประเทศไทยนั้นมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีเพียง
ร้อยละ 7.91 ซึ่งนับว่าน้อยกว่าเป็นเท่าตัว ในขณะที่การนำเข้ายางแท่งจากประเทศมาเลเซียของญี่ปุ่น
นั้น มีการนำเข้าค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่า หาก
ประเทศไทยยังไม่สามารถปรับกำลังการผลิตยางแท่งให้เพิ่มขึ้นทันกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของ
ญี่ปุ่นแล้ว จะส่งผลให้ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้แก่ประเทศอินโดนีเซีย
มากขึ้นกว่าเดิมได้ เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นมีการชะลอตัวในการนำเข้ายางแผ่นรมควัน ซึ่งมีการ
นำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุด โดยหันไปนำเข้ายางแท่งมากขึ้น เพราะมีคุณภาพที่แน่นอนกว่า
ทำให้ประเทศไทยเสียผลประโยชน์เนื่องจากไม่สามารถขยายการส่งออกยางแท่งทดแทนการนำเข้า
ยางแผ่นรมควันที่ลดลงได้อย่างสมบูรณ์

ตลาดสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำเข้าอย่างแท้จริงรายใหญ่ของโลก โดยในปีพ.ศ. 2547 มีการนำเข้าอย่างแท้จริงทั้งสิ้น 943.70 พันตัน โดยเป็นการนำเข้าอย่างแท้จริงจากประเทศไทย 118.67 พันตัน ซึ่งลดลงจากปีพ.ศ. 2546 ถึงร้อยละ 19.43 เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการนำเข้าในปีพ.ศ. 2546 ขณะที่ในปีพ.ศ. 2547 สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าอย่างแท้จริงจากประเทศมาเลเซียทั้งสิ้น 68.52 พันตัน เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2546 คิดเป็นร้อยละ 1.28 ส่วนประเทศอินโดนีเซียนั้น ประเทศสหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าอย่างแท้จริงจากประเทศนี้ เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2546 คิดเป็นร้อยละ 12.20 ดังตารางที่ 33 นั่นคือประเทศสหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าอย่างแท้จริงจากประเทศไทยลดลง แต่มีการนำเข้าอย่างแท้จริงจากประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคายางแท้จริงจากประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าประเทศไทย

เมื่อพิจารณาถึงส่วนแบ่งตลาดนำเข้าอย่างแท้จริงของสหรัฐอเมริกาที่มาจากประเทศไทยพบว่า ในช่วงปีพ.ศ. 2544 เป็นต้นมา ประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้าอย่างแท้จริงได้เป็นอันดับ 2 รองจากประเทศอินโดนีเซียที่สามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้าอย่างแท้จริงของสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับ 1 ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศอินโดนีเซียสามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้าอย่างแท้จริงของสหรัฐอเมริกาได้ถึงร้อยละ 78.51 ส่วนประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดนำเข้าอย่างแท้จริงของสหรัฐอเมริกาเพียงร้อยละ 12.58 ดังตารางที่ 34 เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่สามารถแข่งขันกับประเทศอินโดนีเซียในการส่งออกยางแท้จริงไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาได้ เพราะระดับต้นทุนการผลิตของประเทศไทยที่สูงกว่าต้นทุนการผลิตของประเทศอินโดนีเซีย โดยเฉพาะในส่วนของวัตถุดิบและเครื่องจักรในการผลิต รวมทั้งต้นทุนค่าขนส่งอีกด้วย (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ, 2548)

สำหรับอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีในการนำเข้าอย่างแท้จริงของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มาจากประเทศไทย เปรียบเทียบกับที่มาจากประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซียยังมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปี ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.26 และร้อยละ 1.17 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศมาเลเซียมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีในช่วงปีพ.ศ. 2540-2546 ลดลงร้อยละ 1.74 ซึ่งเมื่อพิจารณาจากข้อมูลย้อนหลังในการวิเคราะห์ครั้งนี้ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 นับว่าประเทศไทยมีการขยายตลาดยางแท้จริงไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นกว่าในอดีต เนื่องจากกำลังการผลิตของไทยที่เพิ่มขึ้น และนอกจากนี้ประเทศ

มาเลเซียยังมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่จากการเพาะปลูกยางพาราไปเพาะปลูกปาล์มทดแทน ทำให้ประเทศมาเลเซียมีการขยายตลาดยางแท่งในตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างมาก ส่งผลดีต่อประเทศไทยที่จะมีโอกาสในการครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งเพิ่มขึ้นได้ ถึงแม้จะมีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยจะลดลงในปีพ.ศ. 2546 ก็ตาม แต่จากการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยในอัตราที่ลดลงนี้ อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยยังไม่สามารถแข่งขันในด้านราคาของแท่งกับประเทศอินโดนีเซียได้ เนื่องจากต้นทุนการผลิตยางแท่งของประเทศอินโดนีเซียที่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิตของประเทศไทย (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ, 2548)

ตารางที่ 33 ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของสหรัฐอเมริกา จำแนกตามประเทศแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

ประเทศ	ปีพ.ศ.	(หน่วย: พันตัน)					
		2542	2543	2544	2545	2546	2547
ไทย		97.64	196.87	179.33	180.53	147.30	118.67
มาเลเซีย		86.97	90.04	55.98	71.94	67.65	68.52
อินโดนีเซีย		745.33	539.98	501.89	585.05	660.39	740.94
อื่น ๆ		57.60	170.06	41.07	39.46	2.33	15.56
รวม		987.54	996.96	778.26	876.98	877.66	943.70

ที่มา: The Association of Natural Rubber Production Countries (2005)

ตารางที่ 34 ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของสหรัฐอเมริกาที่มาจากประเทศไทย เปรียบเทียบกับที่มาจากประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

ประเทศ	ปีพ.ศ.	(หน่วย: ร้อยละ)					
		2542	2543	2544	2545	2546	2547
ไทย		9.89	19.75	23.04	20.59	16.78	12.58
มาเลเซีย		8.81	9.03	7.19	8.20	7.71	7.26
อินโดนีเซีย		75.47	54.16	64.49	66.71	75.24	78.51
อื่น ๆ		5.83	17.06	5.28	4.50	0.27	1.65
รวม		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: คำนวณจากตารางที่ 29

จากข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ในตลาดสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยสามารถขยายตลาดได้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากประเทศสหรัฐอเมริกามีได้มีการออกกฎระเบียบหรือมาตรการใด ๆ ที่เป็นอุปสรรคในการนำเข้า อีกทั้งประเทศสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าในส่วนของการยางแผ่นรมควันเป็นหลัก ซึ่งเป็นประเภทยางที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดนำเข้ามาอยู่แล้ว ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถขยายตลาดยางแท่งในตลาดสหรัฐอเมริกาได้ไม่ยากนัก กอปรกับประเทศมาเลเซียที่มีการชะลอการส่งออกยางแท่งโดยเน้นใช้ภายในประเทศเพิ่มขึ้น และประเทศอินโดนีเซียถึงแม้จะเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก แต่ปัจจุบันประเทศอินโดนีเซียประสบปัญหาภัยธรรมชาติและปัญหาภายในบ่อยครั้ง จึงน่าจะเป็นโอกาสที่ดีในการเพิ่มศักยภาพในการส่งออกยางแท่งของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาต่อไปได้ (พรเทพ, 2548)

ตลาดจีน

ปัจจุบันประเทศจีนเป็นตลาดนำเข้ายางแผ่นรมควันที่สำคัญของโลก โดยเฉพาะการนำเข้ายางแผ่นรมควันจากประเทศไทย ซึ่งประเทศจีนมีการนำเข้ายางแผ่นรมควันจากประเทศไทยปีหนึ่ง ๆ นับหลายแสนตัน ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศจีนมีการนำเข้ายางแผ่นรมควันจากประเทศไทยถึง 227,348 เมตริกตัน ซึ่งนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 1 ของปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันทั้งหมดของจีน (The Association of Natural Rubber Production Countries, 2005)

แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันประเทศจีนมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน ส่งผลให้มีการพัฒนาในอุตสาหกรรมสาขาต่าง ๆ มากมาย และถึงแม้ความต้องการยางแผ่นรมควันของประเทศจีนยังอยู่ในระดับสูง แต่ถ้าวินิจฉัยถึงอัตราการขยายตัวในการนำเข้ายางแผ่นรมควันจากประเทศไทย พบว่า อัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยในการนำเข้ายางแผ่นรมควันมีเพียง ร้อยละ 2.90 เท่านั้น ในขณะที่ความต้องการยางแท่งของประเทศจีนเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมยางล้อได้ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นมาก นั้นแสดงให้เห็นว่าประเทศจีนได้เริ่มมีการหันไปใช้ยางแท่งเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการนำเข้ายางแท่ง STR 20 ทดแทนยางแผ่นรมควันชั้น 3 เนื่องจากยางแท่งชั้นมาตรฐานนี้มีระดับคุณภาพและลักษณะการใช้งานที่สามารถใช้ทดแทนยางแผ่นรมควันชั้น 3 ได้ดีและยังมีราคาต่ำกว่าอีกด้วย

สำหรับปริมาณการนำเข้ายางแท่งในจีน จำแนกตามประเทศแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2547 สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 35 ซึ่งจากตารางนี้ พบว่า ประเทศจีนยังมีการนำเข้า

ยางแท่งจากประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่ประเทศมาเลเซีย แต่ในส่วนของประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยอีกประเทศ คือ ประเทศอินโดนีเซีย ไม่มีการแสดงบันทึกข้อมูลไว้ เนื่องจาก จีนเน้นนำเข้ายางแผ่นรมควันมากกว่าการนำเข้ายางแท่ง จึงทำให้จีนนับว่ามีใช้ตลาดที่สำคัญในการส่งยางแท่งของประเทศอินโดนีเซีย

เมื่อพิจารณาถึงการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยเปรียบเทียบกับที่นำเข้าจากประเทศมาเลเซีย พบว่า ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศจีนมีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศมาเลเซียมากกว่าการนำเข้าจากประเทศไทย สาเหตุก็เช่นเดียวกับตลาดอื่น ๆ เนื่องจากในปีพ.ศ. 2547 นี้ค่าเงินริงกิตของประเทศมาเลเซียอ่อนค่ามากกว่าค่าเงินบาทไทย ทำให้ราคาสินค้ายางแท่งจากประเทศไทยอยู่ในระดับสูงกว่าโดยเปรียบเทียบ และนอกจากนี้ต้นทุนการผลิตยางแท่งของประเทศมาเลเซียก็ยังต่ำกว่าต้นทุนการผลิตยางแท่งของประเทศไทยอีกด้วย ซึ่งจากการที่ประเทศจีนมีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศมาเลเซียมากขึ้นนี้ ยังส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของจีนจากประเทศไทยด้วย โดยส่งผลทำให้ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งในตลาดนี้ของประเทศไทยลดลงจากการเป็นผู้นำอันดับ 1 จนต้องเป็นรองประเทศมาเลเซีย นั่นคือ ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของจีนเป็นอันดับสอง เท่านั้น

ตารางที่ 35 ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของจีน จำแนกตามประเทศแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

		(หน่วย: พันตัน)					
ประเทศ	ปีพ.ศ.	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ไทย		61,420	145,053	123,177	149,093	253,713	250,708
		(45.55)	(136.17)	(-15.08)	(21.04)	(70.17)	(-1.18)
มาเลเซีย		58,985	87,358	76,519	116,479	190,037	266,121
		(76.67)	(48.10)	(-12.41)	(52.22)	(63.15)	(40.04)
อื่น ๆ		109,011	174,703	161,133	155,769	203,640	101,258
		(-29.15)	(60.26)	(-7.77)	(-3.33)	(30.73)	(-50.28)
รวม		229,416	407,114	360,829	421,341	647,390	618,087

หมายเหตุ: () หมายถึง อัตราการขยายตัวในการนำเข้ายางแท่งต่อปี

ที่มา: The Association of Natural Rubber Production Countries (2005)

สำหรับส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งนั้น จากการศึกษาที่ไม่สามารถเก็บข้อมูลการนำเข้ายางแท่งของจีนจากประเทศอินโดนีเซียได้จึงทำให้ในการวิเคราะห์ส่วนนี้ในตลาดจีนเป็นการเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของจีนที่มาจากประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียเท่านั้น โดยจากการวิเคราะห์ พบว่า ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546 มีส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของจีนที่มาจากประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง มากกว่าประเทศมาเลเซีย แต่ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยได้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งไปจนเป็นรองประเทศมาเลเซีย เนื่องจากสาเหตุข้างต้น ดังตารางที่ 36

แต่ถ้าเปรียบเทียบอัตราการขยายตัวในการนำเข้ายางแท่งของจีนที่มาจากประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียนั้น ประเทศจีนยังมีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นกว่าการนำเข้าจากประเทศมาเลเซีย โดยอัตราการนำเข้าโดยเฉลี่ยต่อปี ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 พบว่าประเทศจีนมีการขยายการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยถึง ร้อยละ 35.19 ในขณะที่การนำเข้ายางแท่งจากประเทศมาเลเซียมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีเพียงร้อยละ 31.85 เท่านั้น

ตารางที่ 36 ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของจีนที่มาจากประเทศไทย เปรียบเทียบกับที่มาจากประเทศมาเลเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

		(หน่วย: ร้อยละ)					
ประเทศ	ปีพ.ศ.	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ไทย		26.77	35.63	34.14	35.39	39.19	40.56
มาเลเซีย		25.71	21.46	21.21	27.64	29.35	43.06
อื่น ๆ		47.52	42.91	44.66	36.97	31.46	16.38
รวม		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: คำนวณจากตารางที่ 35

จากข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ในตลาดจีนนั้นประเทศไทยยังสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งได้ค่อนข้างถาวร ถ้าประเทศไทยสามารถทำการผลิตยางแท่งให้เพียงพอับความต้องการของประเทศจีนได้ เพราะประเทศไทยกับประเทศจีนเป็นประเทศคู่ค้าในสินค้ายางพาราที่สำคัญต่อกันเป็นเวลานาน และประเทศไทยยังเป็นประเทศผู้ส่งออกยางแผ่นรมควันที่สำคัญในตลาดจีน ดังนั้น เมื่อประเทศจีนมีความต้องการยางแท่งทดแทนยางแผ่นรมควันมากขึ้น ประเทศ

ไทยจึงมีโอกาสสูงในการที่จะส่งออกยางแท่งไปยังประเทศจีนมากกว่าประเทศอื่น เนื่องจากลักษณะการทำการค้าที่เป็นที่คุ้นเคยกันและไม่มีข้อกีดกันทางการค้าระหว่างกัน ทั้งนี้ข้อสำคัญประการหนึ่ง คือต้นทุนการผลิตยางแท่งของประเทศไทยนั้นจะต้องอยู่ในระดับที่จะสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ๆ อย่างประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซียได้ ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยนับว่ายังสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งเหล่านั้นได้เป็นอย่างดีในตลาดจีน

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของโลก ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และจีน ที่มาจกประเทศไทยเปรียบเทียบกับที่มาจากประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งในตลาดเหล่านี้เป็นรองทั้งประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย เนื่องจากประเทศไทยยังทำการผลิตยางแท่งได้ไม่เพียงพอหรือสอดคล้องกับตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นนี้ได้ทันทั่วทั้ง แต่การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นเพียงผลปรากฏในปัจจุบันเท่านั้น สำหรับในอนาคตประเทศไทยจะมีความสามารถหรือศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งมากน้อยเพียงใดนั้น จะใช้กรอบในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศ เพื่อสามารถสะท้อนถึงแนวโน้มความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ในอนาคต เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศได้

การวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดของความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศไทย ในการส่งออกยางแท่งเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย

ในธุรกิจระหว่างประเทศนั้น ประเทศใดประเทศหนึ่งประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศเฉพาะในบางอุตสาหกรรม แต่ในขณะที่เดียวกันก็ล้มเหลวในธุรกิจระหว่างประเทศบางอุตสาหกรรม สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากถ้าข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศสอดคล้องและส่งเสริมข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมใดในประเทศนั้น อุตสาหกรรมนั้นก็ประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศ ในทางกลับกันถ้าข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศไม่สอดคล้องและไม่ส่งเสริมข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง อุตสาหกรรมนั้นก็จะไม่ประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศ (สุรชัย, 2536) ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศไทยในการส่งออกยางแท่งนั้น เกิดจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้โดยตรงหรือโดยผ่านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries) โดยมีปัจจัยหลัก ๆ

4 ประการ รวมทั้งปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบด้านการแข่งขันอีก 2 ประการ คือ เหตุสุดวิสัย และบทบาทของรัฐบาล

การวิเคราะห์ในส่วนนี้จะเป็นการพิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งที่มีขอบเขตการวิเคราะห์ คือ ยางแท่ง STR 20 เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกยางแท่งในรูปของ ยางแท่ง STR 20 มากเป็นอันดับหนึ่ง ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีการส่งออกยางแท่ง STR 20 ถึงร้อยละ 70 ของปริมาณการส่งออกยางแท่งทั้งหมด และจากการที่ในการผลิตยางแท่งในแต่ละระดับชั้นมาตรฐานนั้นมีการใช้วัตถุดิบที่แตกต่างกันจึงเป็นข้อจำกัดในการวิเคราะห์ในแต่ละปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดของความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้ในส่วนของการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งนี้จะทำการวิเคราะห์เฉพาะยางแท่ง STR 20 เท่านั้น

ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมต่าง ๆ จะมีปัจจัยที่เป็นปัจจัยหลักในการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของอุตสาหกรรมนั้น ๆ สำหรับยางแท่ง STR 20 นั้นจัดเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปวัตถุดิบ เพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ขั้นต่อไป เช่น ยางล้อรถยนต์ ยางล้อรถจักรยานยนต์ เป็นต้น ดังนั้นในอุตสาหกรรมนี้ปัจจัยหลักที่เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศ คือ วัตถุดิบ เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้จัดเป็นอุตสาหกรรมขั้นกลางที่นำวัตถุดิบขั้นต้น คือ ยางกันถ้วย มาเข้ากระบวนการผลิตแปรรูป เพื่อให้ตรงกับความต้องการในการนำไปใช้ประโยชน์แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นต่อไป แต่ในการวิเคราะห์ครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์ในทุก ๆ ปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เพื่อสามารถพิจารณาได้อย่างเป็นระบบเชื่อมโยงในทุก ๆ ปัจจัยในระบบเพชรสมบูรณ์

สภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ

วัตถุดิบ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โรงงานยางแท่งจำนวน 15 บริษัท พบว่า โครงสร้างต้นทุนในการผลิตยางแท่ง ร้อยละ 85 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด คือ วัตถุดิบ รองลงมา ประมาณร้อยละ 7

ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าขนส่ง บรรจุกัมภ์ เป็นต้น และปัจจัยแรงงาน ประมาณร้อยละ 5 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังตารางที่ 37

เมื่อพิจารณาถึงโครงสร้างพื้นฐานในการผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย จากสภาพภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นลักษณะของสวนยางขนาดเล็ก และกระจายอยู่ในสภาพที่เป็นป่าเขา ผลผลิตน้ำยางสดที่ได้จากการกรีดยางจะถูกแปรรูปเป็นยางแผ่นดิบเพื่อเข้าสู่โรงงานผลิตยางแผ่นรมควันเป็นหลัก ส่วนที่เหลือจากการผลิตยางแผ่นรมควัน รวมทั้งเศษยาง ยางก้นถ้วย จึงเข้าสู่โรงงานยางแท่ง หรืออาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมยางแท่งไม่มีวัตถุดิบเป็นของตัวเอง ในขณะที่วัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิตยางแท่ง โดยเฉพาะยางแท่ง STR 20 ที่ตลาดโลกต้องการสูงสุด คือ เศษยางก้นถ้วยร่อนน้ำยาง (Cup-lump) (ปราสาทสังข์, 2540)

ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซียพื้นที่เพาะปลูกยางพาราขนาดใหญ่เกือบทุกแห่งได้รับการฟื้นฟูสภาพเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทั้งในด้านของพันธุ์ยางที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตน้ำยางในปริมาณที่เพิ่มขึ้นมากกว่าพันธุ์เดิม ทำให้ประเทศอินโดนีเซียมีการผลิตวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งได้มากกว่าประเทศไทยที่มีการปรับเปลี่ยนพันธุ์ยางในช่วงเวลาที่ผ่านมาไม่นานนัก นอกจากนี้การผลิตยางธรรมชาติของประเทศอินโดนีเซียยังเน้นการผลิตเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งเป็นหลักอีกด้วย จึงทำให้ต้นทุนการผลิตยางแท่งของประเทศนี้อยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศไทยถึง 2-3 บาทต่อกิโลกรัม (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการยางแท่ง, 2548)

ตารางที่ 37 โครงสร้างต้นทุนการผลิตยางแท่งประเภท STR 20

(หน่วย: ร้อยละ)	
ประเภทต้นทุนการผลิต	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อปี
ค่าวัตถุดิบ	85
ค่าแรงงาน	5
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร อุปกรณ์	3
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าขนส่ง บรรจุกัมภ์ เป็นต้น	7
รวม	100

ที่มา: การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (2548)

สำหรับประเทศมาเลเซียนั้น มีการผลิตยางธรรมชาติในรูปของน้ำยางสดเป็นหลัก เพื่อนำไปแปรรูปเป็นน้ำยางข้นส่งออกไป ทำให้การผลิตยางแท่งของประเทศมาเลเซียมีการใช้วัตถุดิบทั้งในประเทศและมีการนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ เช่นกัน (Malaysian Rubber Technology Development, 2004) แต่ถึงอย่างไรต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งของประเทศมาเลเซียก็ยังอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศไทยอยู่ดี เนื่องจากประเทศมาเลเซียมีสวนยางขนาดใหญ่เป็นจำนวนมาก และเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งโดยเฉพาะ ซึ่งจะถือครองโดยเจ้าของโรงงานยางแท่งขนาดใหญ่เป็นหลัก จึงทำให้ราคาวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งของประเทศมาเลเซียต่ำกว่าประเทศไทย 1-1.50 บาทต่อกิโลกรัม (จากการสัมภาษณ์นักวิชาการ, 2548)

สำหรับผลผลิตจากยางธรรมชาติของประเทศไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 42 ของผลผลิตทั้งหมด จะถูกนำมาผลิตเป็นยางแผ่นรมควัน รองลงมา ได้แก่ ยางแท่ง น้ำยางข้น และยางเครพ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 37.18 และ 0.5 ตามลำดับ (สมาคมยางพาราไทย, 2547) ดังนั้นในการผลิตยางแท่งของประเทศไทยจึงประสบปัญหาวัตถุดิบมีไม่เพียงพอต่อความต้องการผลิตยางแท่งเสมอ เนื่องจากเกษตรกรให้ความสำคัญในการผลิตน้ำยางสดเพื่อแปรรูปอย่างง่ายเป็นยางแผ่นดิบ เพื่อนำไปแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันต่อไป ซึ่งจะไม่นิยมผลิตเป็นยางก้อนเพื่อป้อนโรงงานยางแท่ง เพราะความไม่มั่นใจในระดับราคาซื้อขาย และความไม่เข้าใจในภาวะการเปลี่ยนแปลงความต้องการในตลาดโลกที่มีความต้องการยางแท่งทดแทนยางแผ่นรมควันมากขึ้น

ดังนั้นการผลิตยางแท่งในประเทศไทยนั้น ร้อยละ 80 นิยมใช้ยางแผ่นดิบคุณภาพต่ำผสมกับซียางเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่ง (ยกเว้นกรณีผู้ประกอบการขนาดใหญ่จะนิยมใช้ยางก้อนด้วย เช่นเดียวกับประเทศคู่แข่ง) ในขณะที่ประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียใช้ยางก้อนหรือยางก้อนถ้วย ทำให้การผลิตยางแท่งของประเทศไทยมีสิ่งเจือปนมากกว่า นอกจากนี้การใช้ยางแผ่นดิบผสมซียางยังส่งผลให้ต้นทุนการผลิตยางแท่งของประเทศไทยในส่วนของต้นทุนคงที่อยู่ในระดับที่สูงกว่าประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียด้วย เนื่องจากการใช้ยางแผ่นดิบผสมซียางจะต้องมีค่าเครื่องจักรที่ตัดบดยางแผ่นดิบ ทำให้ผู้ผลิตยางแท่งของประเทศไทยต้องลงทุนเพิ่มขึ้นประมาณ 200 ล้านบาท แต่ถ้าประเทศไทยสามารถหันมาใช้ยางก้อนถ้วยเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งได้ก็จะสามารถลดต้นทุนการผลิตในส่วนของเครื่องจักรให้เหลือเพียง 120 ล้านบาทเท่านั้น (กรมวิชาการเกษตร, 2546)

สำหรับการผลิตยางแท่งในประเทศไทยนั้น มีเพียงผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้นที่ใช้วัตถุดิบในการผลิตยางแท่ง STR 20 คือ ยางกันถ้วย เนื่องจากในประเทศไทยยางกันถ้วยสำหรับใช้ในการผลิตยางแท่ง STR 20 นั้นมีไม่เพียงพอกับความต้องการ หรือกำลังการผลิตของประเทศ เพราะ เกษตรกรไทยเน้นนำน้ำยางสดที่กรี๊ดได้นั้นไปผลิตเป็นยางแผ่นดิบป้อนโรงงานผลิตยางแผ่นรมควันมากกว่าดังที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตยางแท่ง STR 20 ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กจึงต้องหันมาใช้วัตถุดิบอื่น ๆ ทดแทน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 15 บริษัทนั้น พบว่า ร้อยละ 80-95 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด คือ ต้นทุนในส่วนของวัตถุดิบ ดังนั้นเมื่อยางกันถ้วยมีไม่เพียงพอกับความต้องการ ทำให้ราคายางกันถ้วยของประเทศไทยอยู่ในระดับราคาที่สูงกว่าประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย โดยเฉลี่ย 2 บาทต่อกิโลกรัม และจากการที่ต้นทุนวัตถุดิบเป็นต้นทุนที่มีความสำคัญมากในการผลิตยางแท่ง จึงทำให้ต้นทุนการผลิตยางแท่งของประเทศไทยอยู่ในระดับที่สูงกว่าทั้ง 2 ประเทศเช่นกัน โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซีย ที่มียางกันถ้วยเพียงพอกับความต้องการในการผลิตยางแท่ง ทำให้การผลิตยางแท่งของประเทศอินโดนีเซียไม่ประสบปัญหาด้านวัตถุดิบ ส่งผลให้ราคาส่งออก (FOB) ของยางแท่งที่ประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียจำหน่ายอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2547 ราคายางแท่งจากประเทศไทย เท่ากับ 55.33 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคายางแท่งจากประเทศอินโดนีเซียอยู่ที่ระดับ 46.76 บาทต่อกิโลกรัม และประเทศมาเลเซีย 48.93 บาทต่อกิโลกรัม (The Association of Natural Rubber Production Countries, 2005)

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า แม้ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตยางพาราเป็นอันดับ 1 ของโลก แต่ในปัจจุบันยางกันถ้วยที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งมีไม่เพียงพอ ส่งผลกระทบต่อการผลิตยางแท่ง ทำให้ต้นทุนการผลิตอยู่ในระดับสูงกว่าประเทศคู่แข่งอื่น เมื่อพิจารณาถึงความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันนี้ ประเทศไทยมีความเสียเปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันนี้เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย เนื่องจากปริมาณวัตถุดิบ คือ ยางกันถ้วยมีไม่เพียงพอ และวัตถุดิบที่ผู้ประกอบการในประเทศไทยนิยมใช้ คือ ยางแผ่นดิบคุณภาพต่ำผสมจียาง ซึ่งเมื่อนำมาผลิตเป็นยางแท่งแล้วจะมีสิ่งเจือปนเสมอ และยังคงมีเครื่องจักรในการตัดบด ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตยางแท่งของประเทศไทยสูงกว่าประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย

แต่ทั้งนี้แม้ว่าปริมาณวัตถุดิบภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่ง แต่แนวโน้มในอนาคตเมื่อรัฐบาลรวมถึง

ภาคเอกชนให้การสนับสนุนการผลิตยางกันด้วย เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่ง จึงส่งผลให้ การที่ประเทศไทยจะกลับมาได้เปรียบเชิงแข่งขันในส่วนของปัจจัยนี้ นับว่ามีโชเป็นเรื่องยาก เนื่องจากถ้าประเทศไทยมีการผลิตยางกันด้วยได้เพียงพอต่อความต้องการแล้วในด้านคุณภาพ วัตถุดิบนับว่าไม่มีข้อแตกต่างกัน จึงทำให้ประเทศไทยสามารถมีต้นทุนวัตถุดิบที่ใกล้เคียงกับ ประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศได้ ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจนสามารถ แข่งขันกับประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซียได้ในอนาคต

ปัจจัยด้านระบบขนส่ง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ต้นทุนการผลิตอีกประการหนึ่งที่มีความสำคัญใน การผลิตยางแท่งที่เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก คือ ค่าขนส่ง เนื่องจากการผลิตยางแท่งร้อยละ 80 จะเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ดังนั้นค่าขนส่งยางแท่งไปยังประเทศคู่ค้าปลายทาง จึงมีความสำคัญ ในการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศค่อนข้างสูง เพราะแม้ว่าลักษณะการจำหน่ายยางแท่งจะเป็น แบบ FOB นั่นคือ ผู้รับหรือประเทศผู้นำเข้าสินค้าเป็นผู้จ่ายค่าระวางสินค้า แต่ผู้รับสินค้าก็จะ สามารถกดดันให้ผู้ส่งออกลดราคาขายยางแท่งลงได้โดยอ้างถึงค่าระวางสินค้าที่ตนเป็นผู้จ่าย ทำให้ถ้า ประเทศไทยมีค่าระวางสินค้าที่สูงกว่าประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซียก็จะทำให้ประเทศ ไทยตกอยู่ในฐานะที่ลำบาก เนื่องจากต้นทุนการผลิตอยู่ในระดับสูงแล้วก็บวกกับค่าขนส่งระวาง สินค้ายังสูงกว่าอีก 2 ประเทศ ทำให้ประเทศไทยมีแรงกดดันถึงสองทาง (สมาคมยางพาราไทย, 2548)

สำหรับการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญต่าง ๆ จะมีการ เคลื่อนย้ายโดยการขนส่งทางเรือเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการขนส่งทางเรือมีต้นทุนการขนส่งต่อหน่วย ต่ำกว่าการขนส่งโดยวิธีการอื่น ๆ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ระดับราคาน้ำมันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และนอกจากนี้การขนส่งทางเรือยังสามารถบรรทุกได้คราวละมาก ๆ ด้วย

ต้นทุนการขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันใน การทำการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันในการส่งออกยางแท่งไปยังประเทศคู่ค้า ที่สำคัญ ๆ นั้น ประเทศไทยมีระดับราคาส่งออกยางแท่งที่อยู่ในระดับสูงกว่าประเทศคู่แข่ง สาเหตุหนึ่ง เนื่องจากต้นทุนค่าขนส่งยางแท่งของประเทศไทยอยู่ในระดับที่สูงกว่าประเทศมาเลเซีย

และอินโดนีเซีย โดยต้นทุนค่าขนส่งยางแท่งโดยเฉลี่ยของประเทศไทย เท่ากับ 0.50 บาทต่อ กิโลกรัม นอกจากนี้ประเทศไทยยังต้องพึ่งพาเรือต่างชาติในการขนส่งสินค้าเข้า-ออกประเทศ ถึงร้อยละ 90 ของปริมาณสินค้านำเข้า-ส่งออกทางทะเลทั้งหมด (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมพาณิชย์นาวี, 2540) และการขนส่งยางแท่งไปยังประเทศคู่ค้าในแถบยุโรป เช่น อเมริกา ประเทศไทยจำเป็นต้องบรรทุกยางแท่งที่จะทำการส่งออกนี้ไปกับบริการรถขนส่งของประเทศไทยไปยังท่าเรือปีนังของประเทศมาเลเซียอีกทอดหนึ่ง ทำให้การขนส่งยางแท่งเพื่อการส่งออกไปยังแถบ ประเทศยุโรปต้องมีการเคลื่อนย้ายถึง 2 ต่อ ซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุนแก่ผู้ส่งออกยางแท่งของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้เรือที่เข้ามาถึงประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเรือขนาดเล็ก เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านสถานที่ ทำให้เรือขนาดใหญ่ไม่สามารถผ่านเข้ามาท่าเรือได้ แม้ว่าประเทศไทยจะมีท่าเรือ 7 แห่ง ซึ่งผู้ส่งออกยางแท่งในแต่ละภูมิภาคจะขนส่งสินค้าไปยังท่าเรือที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ส่งออกยางแท่งในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ร้อยละ 80 ของผู้ส่งออกทั้งหมด จะขนส่งยางแท่งโดยผ่านท่าเรือสงขลา ส่วนผู้ส่งออกยางแท่งในเขตพื้นที่ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ตอนบน จะทำการส่งออกยางแท่งโดยผ่านท่าเรือกรุงเทพฯ ซึ่งหากประเทศคู่ค้าปลายทางอยู่ในภูมิภาคเดียวกันกับประเทศไทย เช่น ประเทศจีน ก็สามารถนำเรือที่แล่นโดยตรง (Direct) โดยไม่ต้องมีการถ่ายสินค้าและเปลี่ยนเรือ (Transit) ก็ทำให้ประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายลงไปได้

สำหรับประเทศมาเลเซียนั้น มีสภาพภูมิประเทศที่เป็นหมู่เกาะเป็นจำนวนมาก ทำให้การคมนาคมทางน้ำมีความสำคัญมาก ทั้งที่เป็นการคมนาคมขนส่งในประเทศและการขนส่งระหว่างประเทศ โดยประเทศมาเลเซียมีเส้นทางน้ำในประเทศ 7,296 กิโลเมตร ในขณะที่ประเทศไทยมีเส้นทางน้ำเพียง 3,999 กิโลเมตร (วิมาน, 2547) ทำให้ปัจจุบันประเทศมาเลเซียมีท่าเรือทั่วประเทศทั้งสิ้น 19 แห่ง โดยมีท่าเรือหลัก ๆ ที่สำคัญ 5 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือเคลัง (Kelang Port) ท่าเรือปาเซอรังกูดัง (Pasir Gudang Port) ท่าเรือกัตตันตัน (Kuantan Port) ท่าเรือซาราวัก (Sarawak Port) และท่าเรือปีนัง (Penang Port) เป็นท่าเรือที่ผู้ส่งออกยางแท่งของประเทศไทยมีการถ่ายสินค้าและเปลี่ยนเรือ (Transit) เพื่อส่งออกสินค้าไปยังประเทศแถบยุโรป ประเทศมาเลเซียมีเรือเดินสมุทรถึง 361 ลำ เป็นเรือบรรทุกสินค้าและคอนเทนเนอร์ 174 ลำ

ในส่วนของประเทศอินโดนีเซีย มีสภาพภูมิประเทศที่เป็นเกาะจำนวนมากเช่นกัน การคมนาคมทางน้ำจึงมีบทบาทสำคัญเช่นเดียวกับประเทศมาเลเซีย ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาประเทศ

อินโดนีเซียมีการเร่งรัดการส่งออกให้เพิ่มมากขึ้น โดยท่าเรือหลัก ๆ ของประเทศอินโดนีเซีย ได้แก่ ท่าเรือจาการ์ต้า (Jakarta Port) ท่าเรือเซมารัง (Semarang Port) ท่าเรือซูราบายา (Surabaya Port) ท่าเรือปันจาง (Panjang Port) และท่าเรือเบลาวัน (Belawan Port) ในขณะที่ประเทศไทยมีท่าเรือทั่วประเทศเพียง 7 แห่ง โดยมีท่าเรือหลัก ๆ ที่นิยมส่งออกยางแท่ง 3 แห่ง คือ ท่าเรือกรุงเทพฯ (Bangkok Port) ท่าเรือแหลมฉบัง (Leamchabang Port) และท่าเรือสงขลา (Songkhla Port) โดยมีเรือเดินสมุทรทั้งสิ้น 299 ลำ เป็นเรือบรรทุกสินค้าและคอนเทนเนอร์ 148 ลำ นอกจากนี้ประเทศอินโดนีเซียยังมีมาตรการที่สนับสนุนและช่วยเหลือผู้ส่งออกทางเรือและผู้ประกอบการกิจการขนส่งทางเรือ โดยยกเว้นภาษีเพิ่มสำหรับให้บริการท่าเรือ ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุนแก่ผู้ส่งออกยางแท่งของประเทศอินโดนีเซีย แต่ผู้ส่งออกยางแท่งของประเทศไทยและประเทศมาเลเซียยังต้องมีการแบกรับต้นทุนในส่วนนี้สูงอยู่ ซึ่งประเทศไทยมีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7 ในขณะที่ประเทศมาเลเซียไม่ใช้ระบบภาษี แต่เก็บค่าบริการอยู่ในรูปภาษีซื้อ (Sales Tax)

นอกจากนี้ในปัจจุบันจากการที่ราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีการปรับค่าระวางเรือ ในการขนส่งสินค้า ซึ่งมีผลใช้ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา โดยเส้นทางกรุงเทพฯ-ญี่ปุ่นมีการปรับค่าธรรมเนี่ยน้ำมันเพิ่ม ดังนี้ (สมาคมยางพาราไทย, 2548)

- ตู้ขนาด 20 ฟุต เพิ่มขึ้น 40 เหรียญสหรัฐ จากเดิมตู้ละ 660 เหรียญสหรัฐ เป็น 700 เหรียญสหรัฐ

- ตู้ขนาด 40 ฟุต เพิ่มขึ้น 80 เหรียญสหรัฐ จากเดิม 1,115 เหรียญสหรัฐ เป็น 1,195 เหรียญสหรัฐ

สำหรับเส้นทางกรุงเทพฯ-ยุโรป มีการเปลี่ยนแปลงปรับค่าธรรมเนี่ยน้ำมันเพิ่ม ดังนี้

- ตู้ขนาด 20 ฟุต เพิ่มขึ้น 199 เหรียญสหรัฐ จากเดิมตู้ละ 1,275 เหรียญสหรัฐ เป็น 1,474 เหรียญสหรัฐ

- ตู้ขนาด 40 ฟุต เพิ่มขึ้น 398 เหรียญสหรัฐ จากเดิมตู้ละ 2,550 เหรียญสหรัฐ เป็น 2,948 เหรียญสหรัฐ

ส่วนเส้นทางกรุงเทพฯ-สหรัฐอเมริกา นั้น ยังไม่มีการปรับค่าธรรมเนียมแต่อย่างใด แม้จะมีการวางแผนในการปรับค่าธรรมเนียม เนื่องจากราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นก็ตาม แต่มีการชะลอไว้ก่อน ซึ่งการเพิ่มสูงขึ้นของอัตราค่าระวางนี้จะส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกของประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแม้ว่าการส่งออกจะเป็นการส่งออกในลักษณะของ SOB ซึ่งทางผู้รับสินค้าเป็นผู้จ่ายค่าระวาง แต่ผู้รับสินค้าก็สามารถกดดันที่จะขอลดราคาสินค้าที่ส่งออกจากประเทศไทยได้ โดยเฉพาะในตลาดญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทยที่มีค่าระวางเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.06 จึงอาจเป็นสาเหตุให้ประเทศญี่ปุ่นกดดันต่อราคาสินค้าจากประเทศไทยได้ ดังนั้นในอนาคตหากราคาน้ำมันยังมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องอยู่เช่นนี้ ก็จะส่งผลกระทบต่อภาวะการส่งออกทางแห่งประเทศไทยได้ และถึงแม้ภาวะการปรับตัวสูงขึ้นของระดับราคาน้ำมันจะประสบปัญหากันทั่วโลก แต่ถ้าประเทศใดพึ่งพาการขนส่งจากต่างประเทศน้อยที่สุด ประเทศนั้นก็จะมีความเสี่ยงเปรียบในส่วนของต้นทุนการขนส่งลดลง

จากข้างต้นแสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันด้านการขนส่งระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ทั้งประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันนี้เหนือกว่าประเทศไทย เนื่องจาก ประเทศไทยยังต้องมีการพึ่งพาเรือขนาดใหญ่จากต่างประเทศในการส่งออกทางแ่งไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญที่มีพื้นที่ตั้งอยู่นอกเหนือเขตภูมิภาคเอเชีย ทำให้ผู้ส่งออกทางแ่งต้องแบกรับภาระต้นทุนค่าขนส่งค่อนข้างสูง ยิ่งในภาวะปัจจุบันที่ระดับราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ประเทศไทยต้องเสียค่าระวางในลักษณะที่ไม่เป็นธรรมและไม่มีอำนาจต่อรอง เพราะประเทศไทยมีเรือไม่เพียงพอและมีเรือขนาดใหญ่ผ่านมาทำเรือของประเทศไทยในปริมาณน้อย ดังนั้น ประเทศไทยจึงเสียเปรียบประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ในปัจจุบันนี้

ปัจจัยแรงงาน

สำหรับการผลิตทางแ่ง แม้ว่าปัจจัยแรงงานมิใช่ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง แต่ปัจจัยแรงงานก็มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมทางแ่ง ที่เป็นตัวบ่งชี้ความได้เปรียบด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมทางแ่งของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย

ถึงแม้ว่าประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งอื่นในการส่งออกยางแท่งที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งอยู่ในภูมิภาคเดียวกันแต่จะมีจำนวนประชากรที่แตกต่างกันออกไป เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 38 แสดงจำนวนประชากรและแรงงานทั้งหมดของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย พบว่า จำนวนประชากรของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2547 เท่ากับ 63.71 ล้านคน ในขณะที่ประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 23.52 ล้านคน และ 238.45 ล้านคน ตามลำดับ โดยประเทศอินโดนีเซีย มีจำนวนประชากรมากกว่าประเทศไทยถึง 3.74 เท่า และประเทศอินโดนีเซียมีประชากรมากกว่าประเทศมาเลเซียถึง 10.14 เท่า

ในส่วนของประชากรที่สามารถเป็นแรงงานได้นั้น ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศอินโดนีเซียมีจำนวนแรงงาน เท่ากับ 93.72 ล้านคน ประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย มีจำนวนแรงงานเพียง 35.72 ล้านคน และ 10.35 ล้านคน ตามลำดับ ดังนั้น เมื่อพิจารณาในส่วนของค่าจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรมยางพารา ก็จะสอดคล้องกับจำนวนแรงงานที่ว่า ประเทศไทยมีปริมาณแรงงานเป็นจำนวนมากค่าจ้างแรงงานก็จะต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีจำนวนแรงงานน้อยกว่า จากตารางที่ 39 แสดงถึงค่าจ้างแรงงานของแรงงานในภาคอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 พบว่า ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีค่าจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรมยางพารา เท่ากับ 252 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2542 เท่ากับ 44 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 21.15 เมื่อเปรียบเทียบกับค่าจ้างแรงงานในปีพ.ศ. 2542 ในขณะที่ปีพ.ศ. 2547 ประเทศมาเลเซียมีค่าจ้างแรงงาน เท่ากับ 272 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีระดับค่าจ้างแรงงานอยู่ที่ 193 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

จากข้างต้น พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วค่าจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรมยางพารานั้น ประเทศมาเลเซียมีค่าจ้างแรงงานสูงสุด โดยสูงกว่าประเทศไทย 1.04 เท่า และสูงกว่าประเทศอินโดนีเซีย 1.37 เท่า ส่วนประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำสุด ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย โดยมีระดับค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าประเทศไทย เท่ากับ 1.32 เท่า และต่ำกว่าประเทศมาเลเซีย เท่ากับ 1.37 เท่า เนื่องจากจำนวนประชากรของประเทศอินโดนีเซียมีจำนวนมากกว่าประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย จึงทำให้ประเทศอินโดนีเซียมีระดับค่าจ้างแรงงานต่ำสุด

ตารางที่ 38 จำนวนประชากรและกำลังแรงงานทั้งหมดของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และ ประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: ล้านคน)

ปี	ไทย		มาเลเซีย		อินโดนีเซีย	
	ประชากร	แรงงาน	ประชากร	แรงงาน	ประชากร	แรงงาน
2542	61.39	33.90	21.67	10.20	204.42	90.50
2543	61.86	33.15	31.79	9.26	224.14	89.83
2544	62.33	34.05	22.23	6.35	227.74	90.80
2545	62.80	34.59	22.66	9.54	231.32	91.64
2546	63.27	34.90	23.09	9.86	234.89	90.78
2547	63.71	35.72	23.52	10.35	238.45	93.72

ที่มา: International Financial Statistic Yearbook (2004)

ปัจจุบันแม้ว่าในอุตสาหกรรมยางแท่งไม่จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีการศึกษาสูงมากนัก โดยจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ในอุตสาหกรรมยางแท่งเน้นใช้แรงงานที่ไร้ฝีมือ ถึงร้อยละ 90 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด แต่มีการใช้แรงงานที่มีทักษะเพียงร้อยละ 10 ของจำนวนแรงงานทั้งหมดเท่านั้น แต่การที่อุตสาหกรรมยางแท่งของไทยจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องอาศัยแรงงานมีทักษะเป็นสำคัญ ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยยังขาดกำลังคนที่มีความรู้ และทักษะทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เช่น กลุ่มนักวิจัย นักเทคโนโลยียาง ทำให้อุตสาหกรรมยางพาราขาดการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลเชิงพาณิชย์ต่ำกว่าประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย อีกทั้งค่าจ้างแรงงานของแรงงานประเทศไทย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547 ได้ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นทุกปี และถ้าเปรียบเทียบค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย ค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยยังอยู่ในระดับที่สูงกว่าโดยเปรียบเทียบ

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เมื่อพิจารณาแนวโน้มความได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่า ประเทศไทยยังเสียเปรียบด้านการแข่งขันในปัจจุบันแรงงาน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งถ้าเปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันแรงงานของประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย พบว่า ประเทศไทยยังมีความเสียเปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันนี้ เนื่องจากถึงแม้ปัจจุบันค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยต่ำกว่าประเทศมาเลเซีย แต่ค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยเฉลี่ยมากกว่าประเทศมาเลเซีย ในขณะที่เมื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบเชิง

แข่งขันในปัจจุบันนี้กับประเทศอินโดนีเซีย ประเทศไทยยังเสียเปรียบประเทศอินโดนีเซียด้วย เนื่องจากจำนวนกำลังแรงงานที่มีจำนวนน้อยกว่า ส่งผลให้ค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยอยู่ในระดับที่สูงกว่าประเทศอินโดนีเซียตามไปด้วย รวมทั้งคุณภาพแรงงานของประเทศไทยที่มีผู้ชำนาญการ มีทักษะ ความรู้ที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยางน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับทั้ง 2 ประเทศ

ตารางที่ 39 ระดับค่าจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2547

(หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน)

ปี	ประเทศ	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
2542		208	214	153
2543		208	202	135
2544		207	230	146
2545		231	248	173
2546		250	260	190
2547		252	272	193

ที่มา: International Financial Statistic Yearbook (2004)

ปัจจัยทุน

ปัจจัยทุนมีส่วนสำคัญในทุก ๆ อุตสาหกรรม รวมทั้งอุตสาหกรรมยางแท่งที่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมากในการก่อสร้างโรงงานและซื้อเครื่องจักร โดยเครื่องจักรที่ผู้ประกอบการในประเทศไทยใช้ส่วนใหญ่นำเข้ามาจากประเทศมาเลเซีย อีกส่วนหนึ่งนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ เช่น ประเทศอังกฤษ ประเทศฟินแลนด์ และประเทศอินโดนีเซีย เป็นต้น ถึงแม้เครื่องจักรบางส่วนที่ผู้ประกอบการใช้นั้นจะเป็นเทคโนโลยีของประเทศไทยเอง แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังต้องพึ่งพาเครื่องจักรจากต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งเงินที่ใช้ลงทุนของผู้ประกอบการจะประกอบด้วยเงินลงทุนหลากหลายที่มา ทั้งที่เป็นเงินส่วนตัว เงินกู้จากสถาบันการเงินในประเทศและต่างประเทศ โดยเงินลงทุนส่วนใหญ่มาจากการกู้จากสถาบันการเงิน ดังนั้น อัตราดอกเบี้ยจึงมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งอัตราดอกเบี้ยนี้นับเป็นต้นทุนที่เกิดจากการจัดหาเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในอุตสาหกรรมยางแท่ง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เงินลงทุนร้อยละ 80-90 ของเงินลงทุนทั้งหมด ได้มาจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งในการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน จะวิเคราะห์จากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยสำหรับลูกค้าทั่วไป จากตารางที่ 40 แสดงถึงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยสำหรับลูกค้าทั่วไปของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย

จากตารางที่ 40 พบว่า อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยของประเทศมาเลเซีย เท่ากับ ร้อยละ 6.67 ซึ่งต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยของประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซีย ที่มีค่าอยู่ที่ร้อยละ 7.23 และ ร้อยละ 8.52 ตามลำดับ นั้นหมายความว่า ประเทศมาเลเซียมีความพร้อมทางด้านการเงินดีกว่าประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซีย ทำให้ประเทศมาเลเซียมีต้นทุนในการจัดหาเงินทุนของผู้ประกอบการต่ำสุด

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยของประเทศไทยกับประเทศอินโดนีเซีย พบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยของประเทศไทยต่ำกว่าประเทศอินโดนีเซีย แสดงว่าประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยสูงสุด ทำให้มีผลโดยตรงต่อความพร้อมหรือการจัดหาเงินทุน และต้นทุนในการจัดหาเงินทุนของประเทศอินโดนีเซีย ส่งผลให้ประเทศอินโดนีเซียประสบปัญหาต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากต้นทุนในการจัดหาเงินทุนของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและมาเลเซีย

ตารางที่ 40 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยสำหรับลูกค้าทั่วไปของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2543-2547

ประเทศ	ปี พ.ศ.	(หน่วย: ร้อยละ)					เฉลี่ย
		2543	2544	2545	2546	2547	
ไทย ¹		8.01	7.49	7.22	6.78	6.66	7.23
มาเลเซีย ²		7.68	7.13	6.53	6.30	5.73	6.67
อินโดนีเซีย ³		10.23	9.15	8.29	7.76	7.21	8.52

ที่มา: 1. ธนาคารแห่งประเทศไทย (2548)

2. Bank Negara Malaysia (2005)

3. Bank Indonesia (2005)

จึงกล่าวได้ว่า ประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันเหนือกว่าประเทศไทย เนื่องจากประเทศมาเลเซียมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่าประเทศไทย โดยเปรียบเทียบ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย นอกจากนี้ประเทศมาเลเซียยังสามารถผลิตเครื่องจักรในการผลิตยางแท่งได้เอง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาเครื่องจักรจากต่างประเทศ และเมื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขันอันเนื่องมาจากปัจจัยทุนระหว่างประเทศไทยกับประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันสูงกว่าประเทศอินโดนีเซีย หากพิจารณาได้จากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยของประเทศไทยที่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยของประเทศอินโดนีเซีย 1.18 เท่า

สำหรับแนวโน้มความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากถึงแม้ว่าอัตราดอกเบี้ยระยะสั้นในตลาดเงินได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตามนโยบายการปรับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารแห่งประเทศไทย 3 ครั้ง ในช่วงครึ่งหลังของปีพ.ศ. 2547 อย่างไรก็ตามสภาพคล่องในสถาบันการเงินก็ยังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้อัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ ทั้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนมากนัก ขณะเดียวกันภาวะการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ปรับตัวดีขึ้นชัดเจน รวมถึงการเพิ่มขึ้นของสินเชื่อให้แก่ภาคธุรกิจที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ทำให้ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะได้เปรียบในปัจจุบันเพิ่มขึ้น (รายงานเศรษฐกิจและการเงิน, 2547)

สภาพความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Conditions)

ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศที่สำคัญประการหนึ่ง คือ สภาพความต้องการหรืออุปสงค์ นั่นคือ ความต้องการภายในประเทศที่อุตสาหกรรมตั้งอยู่ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการพัฒนาหรือนวัตกรรมการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งอุปสงค์ในประเทศในบางอุตสาหกรรมจะมีผลสูงกว่าอุปสงค์ในต่างประเทศหลาย ๆ ประเทศรวมกันเสียอีก โดยถ้าประเทศใดมีความชัดเจนในด้านอุปสงค์ภายในประเทศมากกว่าประเทศอื่น ๆ ส่งผลต่อการเสริมสร้างรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศนั้นมากขึ้น

ขนาดของความต้องการภายในประเทศเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่ง ดังนั้น การที่ตลาดในประเทศมีขนาดใหญ่ย่อมสามารถที่จะรองรับการผลิตที่ขยายตัวอย่างมากได้ ซึ่งการผลิตมากขึ้นได้ทำปรัย้อมก่อให้เกิด

การประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) มากขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้ประเทศไทยที่มีการพึ่งพาดตลาดต่างประเทศน้อยกว่าโดยเปรียบเทียบ ประเทศนั้นจะมีความมั่นคงมากกว่าและมีการผันผวนในด้านราคาน้อยกว่า

สำหรับอุตสาหกรรมยางแท่ง STR 20 เป็นอุตสาหกรรมขั้นกลางที่มีการผลิตยางแท่งเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางล้อเป็นหลัก และถึงแม้การผลิตยางแท่งประเภทนี้จะเป็นลักษณะการผลิตเพื่อเน้นการส่งออก แต่สภาพอุปสงค์ภายในประเทศยังมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ดังนั้นสำหรับความต้องการภายในประเทศจะเป็นความต้องการของโรงงานผลิตยางล้อเป็นส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาอุปสงค์ภายในประเทศของอุตสาหกรรมยางแท่งพบว่า มีความต้องการใช้ยางแท่งภายในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีความต้องการยางแท่ง เท่ากับ 116,200 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2543 ร้อยละ 31.71 เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการใช้ยางแท่งในปีพ.ศ. 2543 โดยปริมาณความต้องการใช้ยางแท่งในประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซียสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 41

จากตารางที่ 41 จะเห็นว่า ในปีพ.ศ. 2547 ความต้องการยางแท่งของประเทศอินโดนีเซียสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย โดยมีความต้องการยางแท่งของประเทศอินโดนีเซีย เท่ากับ 196,000 ตัน รองลงมาได้แก่ ประเทศไทยมีความต้องการยางแท่ง เท่ากับ 116,200 ตัน ซึ่งน้อยกว่าประเทศอินโดนีเซียถึง 1.7 เท่า และประเทศมาเลเซีย เท่ากับ 113,700 ตัน ตามลำดับ สาเหตุหนึ่งที่ประเทศอินโดนีเซียมีความต้องการยางแท่งสูงสุด เนื่องจากขนาดหรือจำนวนประชากรที่มีจำนวนมาก ส่งผลให้ความต้องการมีขนาดใหญ่ตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาถึงอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปี ในช่วงปีพ.ศ. 2543-2547 ของขนาดความต้องการยางแท่งในทั้ง 3 ประเทศ พบว่า ประเทศอินโดนีเซียมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีสูงสุด ร้อยละ 7.50 รองลงมาได้แก่ ประเทศไทย ร้อยละ 5.76 และประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 4.84 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบลักษณะการผลิตระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียนั้น ทั้ง 2 ประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตยางแท่งจากผู้ผลิตรายใหญ่ ถึงร้อยละ 90 อีกร้อยละ 10 จากผู้ผลิตรายย่อย ซึ่งต่างจากประเทศไทยที่มีผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย โดยประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่เพียง 8 ราย เท่านั้น ดังนั้นในปัจจุบันการผลิตยางแท่งของประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซียเกิดการประหยัดต่อขนาดมากกว่าประเทศไทย

กอบรับความต้องการยางแท่งภายในประเทศที่มีขนาดใหญ่ โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซียซึ่งมีตลาดในประเทศของขนาดใหญ่จะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดมากขึ้น และส่งผลต่อการก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันมากขึ้นอีกด้วย

ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 15 บริษัท พบว่า ถ้าผู้ประกอบการมีวัตถุดิบที่เพียงพอกับความต้องการผลิตยางแท่งและสามารถทำการผลิตได้เต็มกำลังการผลิต จะทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงได้ถึงร้อยละ 10-20 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด นั้นหมายความว่า ถ้าประเทศไทยมีขนาดความต้องการภายในประเทศขนาดใหญ่ พร้อมทั้งมีวัตถุดิบในการผลิตที่เพียงพอจะทำให้ต้นทุนการผลิตยางแท่งลดลง โดยเฉพาะในส่วนของต้นทุนคงที่เฉลี่ย (Average Fixed Cost) ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งระหว่างประเทศต่อไปได้ และแม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยยังมีกำลังการผลิตที่ไม่เต็มที่ แต่จากการที่สภาพความต้องการภายในประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ขนาดตลาดภายในประเทศมีแนวโน้มใหญ่ขึ้น และนอกจากนี้ยางแท่งที่ผลิตได้ภายในประเทศนี้เป็นสินค้ามาตรฐานซึ่งมีคุณภาพไม่แตกต่างจากการผลิตเพื่อการส่งออก ทำให้เมื่อสภาพความต้องการภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นก็จะส่งผลต่อการผลิตเพื่อการส่งออกด้วย เพราะลักษณะการผลิตจะมีการผลิตในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นจากอดีต ซึ่งจะส่งผลต่อต้นทุนการผลิตลดลง (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการยางแท่ง, 2548) ส่งผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่งระหว่างประเทศมากขึ้นด้วย

ตารางที่ 41 ขนาดความต้องการยางแท่งภายในประเทศของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปีพ.ศ. 2543-2547

(หน่วย: ตัน)				
ปี	ประเทศ	ไทย ¹	มาเลเซีย ²	อินโดนีเซีย ³
2543		88,223	90,400	139,000
2544		96,309	95,200	142,000
2545		107,024	94,500	145,000
2546		115,352	108,800	156,000
2547		116,200	113,700	196,000

ที่มา: 1. สถาบันวิจัยยาง (2005)

2. IRGS (2005)

3. Rubber Association of Indonesia (2005)

ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า เมื่อพิจารณาถึงขนาดของตลาดยางแท่ง หรือสภาพความต้องการยางแท่งภายในประเทศของแต่ละประเทศเปรียบเทียบกับกัน พบว่า ปัจจุบันประเทศอินโดนีเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันสภาพต้องการภายในประเทศมากกว่าประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย แต่ในอนาคตประเทศไทยจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันมากขึ้น เนื่องจาก การขยายตัวของสภาพความต้องการภายในประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และถ้าประเทศไทยมีการปรับปรุงด้านวัตถุดิบร่วมด้วยจะทำให้เกิดการผลิตที่เต็มกำลังการผลิตมากขึ้น ก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเพิ่มขึ้นด้วย ส่งผลให้ประเทศไทยมีปัจจัยที่เสริมสร้างปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดของความได้เปรียบเชิงแข่งขันเพิ่มขึ้นจนสามารถแข่งขันกับประเทศอินโดนีเซียได้ในที่สุด

ในขณะที่ประเทศมาเลเซียได้ลดบทบาทการเป็นผู้ผลิตยางแท่งลง ซึ่งการใช้ยางแท่งของประเทศมาเลเซียส่วนหนึ่งมาจากการนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะประเทศไทย ดังนั้นเมื่อขนาดของตลาดภายในประเทศไทยสำหรับอุตสาหกรรมยางแท่งยังมีขนาดมากเท่าใด จะแสดงให้เห็นถึง สภาพความต้องการที่มากขึ้นเท่านั้น และจะส่งผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นยิ่งมากขึ้น

เมื่อพิจารณาถึงการใช้อย่างแท่งในประเทศไทยในอุตสาหกรรมยางล้อ พบว่า ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศไทยมีการใช้อย่างแท่งในอุตสาหกรรมยางล้อ 145,919 ตัน ซึ่งความต้องการยางแท่ง STR 20 ของประเทศนั้นมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาได้จากอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปีในการใช้อย่างแท่ง STR 20 ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546 มีถึงร้อยละ 9.41 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกด้วย เนื่องจากมีการเข้ามาขยายการลงทุนของบริษัทต่างชาติเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะบริษัทยางล้อของประเทศญี่ปุ่น จากเหตุผลที่ว่า ประเทศไทยถือเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่สำคัญของโลก คือเป็น “คิทรอยด์แห่งเอเชีย” รวมทั้งคุณภาพและฝีมือแรงงานที่มีศักยภาพเหนือกว่าประเทศอื่น และนอกจากนี้จากการคาดการณ์ของบริษัทยานยนต์ต่าง ๆ คาดว่าอุตสาหกรรมยานยนต์จะสามารถเติบโตได้เพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งหลังปีพ.ศ. 2548 ส่งผลให้ชิ้นส่วนยานยนต์มีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (สมาคมยางพาราไทย, 2548)

นอกจากนี้แม้ว่า อุตสาหกรรมยางล้อ เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนสูงและเทคโนโลยีสูง ประกอบกับเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการคุ้มครองจากรัฐบาลในระดับปานกลาง แต่ในปัจจุบันอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทยสามารถพัฒนาการผลิตยางรถยนต์ให้มีคุณภาพเป็นที่

ยอมรับจากต่างประเทศ ซึ่งเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกยางล้อของไทยที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปีพ.ศ. 2546 ประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อถึง 19,750.9 ล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548)

ตารางที่ 42 ปริมาณการใช้ยางแท่ง STR 20 ในอุตสาหกรรมยานพาหนะและยางรถจักรยานยนต์ ในช่วงปีพ.ศ. 2542-2546

ปี	ความต้องการยางแท่ง STR 20 ในอุตสาหกรรมยางล้อ (หน่วย: ตัน)	อัตราการขยายตัวต่อปี (หน่วย: ร้อยละ)
2542	93,582	-
2543	106,063	13.34
2544	115,162	8.58
2545	131,089	13.83
2546	145,919	11.31
อัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปี (หน่วย: ร้อยละ)		9.41

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2547)

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมยางล้อมีผู้ทำการผลิตอยู่ 36 โรงงาน แต่การวิเคราะห์ครั้งนี้จะพิจารณาเฉพาะอุตสาหกรรมยางรถยนต์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นใช้ยางแท่งเป็นหลัก และเมื่อได้ทำการวิเคราะห์การกระจุกตัวเพื่อดูถึงสภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมโดยใช้ดัชนีเฮอร์ฟิנדัลที่คำนวณจากกำลังการผลิตของแต่ละผู้ประกอบการยางรถยนต์พบว่า ค่าที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.18 แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมนี้มีการกระจุกตัวต่ำ ผูกขาดต่ำ และการแข่งขันสูง ดังนั้น นับว่าเป็นสิ่งที่ดีที่อุตสาหกรรมเหล่านี้มีการแข่งขันกันสูง เนื่องจากจะนำมาซึ่งการพัฒนาและยกระดับกระบวนการนวัตกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้อีกมากมาย สำหรับรายชื่อผู้ประกอบการและกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 43

ในส่วนของผู้ซื้อที่รู้จักจริงภายในประเทศ สำหรับยางแท่งของประเทศไทยที่ผลิตได้ส่วนใหญ่มีกลุ่มผู้ซื้อ คือ อุตสาหกรรมยางล้อในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเน้นในเรื่องคุณภาพของยางแท่งเป็นอย่างมากในการนำมาผลิตยางล้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากข้างต้นแสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมยางล้อมีการแข่งขันกันสูง ทำให้บริษัทเหล่านี้มีการตั้งมาตรฐานวัตถุดิบในการผลิตยางล้ออย่างเข้มงวด เนื่องจากถ้ากระบวนการผลิตยางแท่งมีขาดตาย คือ ขาดธรรมชาติที่มีการผสมสารเคมีแล้ว

ปะปนอยู่ในวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นยางแท่ง จะทำให้ยางแท่งนั้นเมื่อนำมาผลิตยางล้อจะเป็นผลให้ยางตายเหล่านั้นแยกตัวจากยางแท่งอื่น ๆ ที่ใช้ในการผลิต ส่งผลให้ยางล้อเกิดการระเบิดเป็นอันตรายต่อผู้ใช้อย่างล้อเหล่านั้นได้ ทำให้ผู้ผลิตอุตสาหกรรมยางล้อแต่ละรายมีการเข้มงวดในการคัดเลือกยางแท่งที่จะนำเข้าโรงงานยางล้อของตนเป็นอย่างมาก นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคภายในประเทศเหล่านี้มีการตั้งมาตรฐานในการเลือกซื้อสินค้าให้ตรงกับความต้องการเป็นหลัก จึงทำให้เป็นแรงกดดันให้ผู้ประกอบการผลิตยางแท่งในประเทศไทยต้องทำการผลิตยางแท่งให้ตรงกับมาตรฐานที่วางไว้

ตารางที่ 43 รายชื่อผู้ประกอบการและกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย

รายชื่อ โรงงาน	กำลังการผลิต (เส้นต่อปี)
1. บ.จ.สยามมิชลิน	2,281,000
2. บ.จ.ยางสยามพระประแดง	2,723,000
3. บ.จ.ยางสยามอุตสาหกรรม	613,000
4. บ.จ.ไทยบริดจโตน	5,391,806
5. ไทยบริดจโตน หนองแค	4,232,670
6. บ.จ.กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย)	1,648,725
7. บ.จ.ยางโอดานีโทรแอนด์รับเบอร์	115,200
8. บ.ไฮฮีโร จก.	300,000
9. บ.จ.ฟารีอีสท์อุตสาหกรรม	300,000
10. บ.จ.วีรับเบอร์	600,000
11. หจก. อุตสาหกรรมผลิตยางไทยสิน	144,000
12. บ.ยางเอสตรอน (ปทท) จก.	144,000
13. บ.วีไทร์ แอนด์ รับเบอร์ จก.	120,000
14. บ.จ.คีสโตน	51,000
15. หจก. ป.สยามอุตสาหกรรมยาง	36,000
16. บ.จ.ยางโรดสโตน (1986)	21,240
ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2545)	

จากการที่ประเทศไทยนับว่าเป็นฐานการผลิตยางล้อแห่งหนึ่งทั้งที่เป็นบริษัทของคนไทยเอง บริษัทต่างชาติ และบริษัทร่วมทุนต่างชาติ ดังนั้น ผู้ประกอบการยางแห่งประเทศไทยจึงได้รับแรงกดดันสูงในการผลิตยางล้อให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนดของบริษัทยางล้อที่ตั้งอยู่ในประเทศ จึงก่อให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและทักษะในการผลิตยางล้อมากขึ้น ซึ่งเป็นการเสริมสร้างข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อต่อเนื่องไปยังการแข่งขันระหว่างประเทศที่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอื่นอีก 2 ประเทศได้

นอกจากนี้การพิจารณาถึงสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ สามารถดูได้จากอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น โดยอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นก่อนเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ ถ้าอุตสาหกรรมนั้นมีอุปสงค์ที่เกิดขึ้นก่อนในประเทศแล้วจึงกลายเป็นอุปสงค์สากลที่เกิดขึ้นในประเทศอื่น ๆ ภายหลัง แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอุปสงค์สากลล่าช้า ย่อมส่งผลให้ประเทศนั้นเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

สำหรับอุตสาหกรรมยางล้อในประเทศไทยนั้น พบว่า เริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2511 ซึ่งได้รับการแพร่หลายมาจากประเทศมาเลเซีย โดยประเทศมาเลเซียเริ่มมีการคิดค้น ตั้งข้อกำหนดกฎเกณฑ์การผลิต การทดสอบ การจัดตั้งมาตรฐานยางล้อขึ้นในปี พ.ศ. 2508 หลังจากนั้น 3-4 ปีก็แพร่หลายไปยังประเทศใกล้เคียง ส่วนประเทศอินโดนีเซียนั้น แม้จะไม่มีข้อมูลชัดเจนว่าอุตสาหกรรมยางล้อเกิดขึ้นในปีใด แต่คาดว่าอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศอินโดนีเซียใกล้เคียงกับประเทศไทย (ปราสาทสังข์, 2542) ดังนั้นในส่วนของการเกิดขึ้นก่อนของอุปสงค์ภายในประเทศ พบว่า ประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในส่วนของปัจจัยนี้มากกว่าประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่คิดค้นการจัดตั้งมาตรฐานยางล้อขึ้นก่อน จนสามารถกลายเป็นอุปสงค์สากลที่แพร่หลายไปทั่วโลก จึงทำให้ประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในส่วนนี้มากกว่าประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซีย แต่ในปัจจุบันปัจจัยด้านการเกิดขึ้นก่อนของอุปสงค์ภายในประเทศนับว่าไม่มีบทบาทสำคัญต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางล้อ เนื่องจากการเปิดเสรีในการลงทุนและการร่วมมือระหว่าง 3 ประเทศผู้ผลิตยางล้อให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตระหว่างกัน และมีการนำเข้าเครื่องจักรในการผลิตอย่างเสรี กอปรกับปัจจุบันการผลิตยางล้อของประเทศไทยก็มิได้มีคุณภาพที่แตกต่างจากประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซียเลย ทำให้การเกิดขึ้นก่อน

ของอุปสงค์ภายในประเทศนี้ได้ลดบทบาทในการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ลงสิ้นเชิง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ในปัจจุบันประเทศไทยยังมีข้อเสียเปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันนี้เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซียในส่วนของขนาดหรือปริมาณการผลิตที่ประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิต แต่ในอนาคตถ้าประเทศไทยมีการปรับเปลี่ยนลักษณะการผลิตให้มีการผลิตอย่างเต็มกำลังการผลิตมากขึ้นก็จะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบมากขึ้น เนื่องจากสภาพความต้องการภายในประเทศที่มีการขยายตัวสูงขึ้นต่อเนื่อง และจากการที่ประเทศไทยมีผู้ซื้อที่รู้จักจริงภายในประเทศที่เป็นแรงกดดันให้มีการพัฒนามากขึ้น กอปรกับประเทศมาเลเซียที่มีการลดบทบาทในฐานะผู้ผลิตและส่งออกมาเป็นผู้นำเข้าแทน และประเทศอินโดนีเซียที่ประสบภัยธรรมชาติบ่อยครั้ง จึงเป็นโอกาสที่ดีต่อประเทศไทยที่จะสามารถแข่งขันกับประเทศทั้ง 2 ได้มากขึ้นในอนาคต

อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)

อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศถือว่าเป็นปัจจัยที่กำหนดข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง โดยถ้าในประเทศมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจำนวนมาก การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องสูง ย่อมส่งผลทำให้ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมลดต่ำลง รวมทั้งจะทำให้มีความร่วมมือกัน ในกระบวนการนวัตกรรมและกระบวนการยกระดับ เพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ในที่สุด

แต่สำหรับอุตสาหกรรมยางแท่ง STR 20 นั้น ในส่วนของปัจจัยอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องไม่ได้เข้ามามีบทบาทในการก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้ไม่มีอุตสาหกรรมใดที่คอยสนับสนุนหรือเกี่ยวเนื่องที่เสริมสร้างหรือเป็นอุปสรรคต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ในส่วนของปัจจัยอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องนี้ไม่ได้มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยแต่อย่างใด

ยุทธการ โครงสร้างตลาด และสภาพการแข่งขันในประเทศอุตสาหกรรม (Company Strategy Structure and Rivalry)

ตัวกำหนดตัวที่สี่ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักตัวสุดท้ายในระบบเพชร คือ ยุทธการ โครงสร้างตลาด และสภาพการแข่งขันในประเทศอุตสาหกรรม ถ้าปัจจัยตัวนี้ของประเทศใดสอดคล้องกับบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมใดในประเทศนั้น ตัวกำหนดตัวนี้ก็จะช่วยส่งเสริมให้ประเทศนั้นมีข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้นมากขึ้น

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงงานยางแท่งจำนวน 15 บริษัท พบว่า มีผู้ผลิตและส่งออกยางใหญ่ 8 ราย ส่วนที่เหลือนับว่าเป็นผู้ผลิตรายย่อย ซึ่งมีกำลังการผลิตไม่มากนัก ในอดีตผู้ผลิตที่มีกำลังการผลิตสูงสุด คือ บริษัทยางไทยปักษ์ใต้ จำกัด มีกำลังการผลิตทั้งสิ้น 30,000 เมตริกตันต่อเดือน แต่ปัจจุบันได้ปิดกิจการลง จึงทำให้ผู้ผลิตและส่งออกยางแท่งที่มีกำลังการผลิตสูงสุดในปัจจุบัน คือ บริษัททวงศ์บัณฑิต จำกัด โดยมีกำลังการผลิตทั้งสิ้น 25,000 เมตริกตันต่อเดือน รองลงมาได้แก่ บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด และบริษัทเซาท์แลนด์รีสอร์ท จำกัด มีกำลังการผลิตทั้งสิ้น 12,500 เมตริกตันต่อเดือน

สำหรับลักษณะยุทธการ และ โครงสร้างของบริษัทผลิตยางแท่งของประเทศไทยนั้นมีทั้งลักษณะบริษัทเอกชนขนาดใหญ่และขนาดเล็ก แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมีการบริหารโดยครอบครัว มีการถ่ายโอนอำนาจบริหารจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง ทำให้ผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางมีความผูกพันกับบริษัทของคนค่อนข้างสูง รวมทั้งแรงงานในสถานประกอบการยังมีความผูกพันกับสถานประกอบการเป็นอย่างมาก เนื่องจากการจ้างงานของโรงงานผลิตยางแท่งจะเน้นจ้างแรงงานที่เป็นแรงงานในพื้นที่ ทำให้แรงงานเหล่านั้นมีอัตราการโยกย้ายงานต่ำและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรไปโดยปริยาย ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทยที่ประชาชนนิยมทำงานในบ้านเกิดตนเป็นหลัก โดยเฉพาะในส่วนของต่างจังหวัด

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า แรงงานส่วนใหญ่ร้อยละ 80 เป็นคนในพื้นที่ โดยเฉพาะแรงงานระดับปฏิบัติการ นอกจากนี้แรงงานส่วนใหญ่จะทำงานในสถานประกอบการในพื้นที่เป็นเวลานานโดยเฉลี่ย 3-10 ปี โดยไม่มีการโยกย้ายไปทำงานที่อื่น ดังนั้นจึงก่อให้เกิดปัจจัยที่เสริมสร้างข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันให้แก่ประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากลักษณะยุทธการ และ โครงสร้างของบริษัทยางแท่งของประเทศไทยมีระดับความผูกพันที่มีต่อชุมชนค่อนข้างสูง

ในส่วนของการวัดสภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมยางแท่งได้คำนวณดัชนีเฮอร์ฟิנדัล โดยใช้กำลังการผลิตของผู้ผลิตยางแท่งในประเทศไทย ที่มีกำลังการผลิต 1,500 เมตริกตันต่อเดือนขึ้นไปเป็นตัวพิจารณา ดังแสดงในตารางที่ 44 ซึ่งค่าดัชนีเฮอร์ฟิנדัลที่ได้เท่ากับ 0.19 ซึ่งมีค่าใกล้เคียง 0 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โครงสร้างบริษัทภายในอุตสาหกรรมยางแท่งมีการแข่งขันกันสูงมากภายในประเทศ เนื่องจากลักษณะโครงสร้างตลาดยางแท่งเป็นตลาดผู้ซื้อน้อยราย ซึ่งแม้ว่าอุตสาหกรรมนี้จะมีการแข่งขันสูงในการผลิตยางแท่ง และสาเหตุนี้ก็น่าจะนำมาซึ่งการพัฒนาด้านวัตถุดิบให้มีการผลิตที่เพียงพอและตรงกับความต้องการของผู้ผลิต

แม้ปัจจุบันผู้ผลิตก็ยังประสบปัญหาในด้านวัตถุดิบที่มีไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ผลิตเสมอ แต่ถ้าภาครัฐและเอกชนจริงจังในการส่งเสริมการผลิตยางกันด้วยเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งให้มีปริมาณเพิ่มขึ้นทันกับความต้องการผลิตยางแท่งก็จะทำให้ปัญหาด้านนี้หมดไปได้ เนื่องจากเมื่อมีการแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมภายในประเทศสูง กอปรกับวัตถุดิบมีจำนวนจำกัดแต่ความต้องการอยู่ในปริมาณมากทำให้มีการปรับตัวของระดับราคายางกันด้วยให้สูงขึ้น จึงเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรผลิตยางกันด้วยเพื่อป้อนโรงงานยางแท่งมากขึ้นได้ในอนาคต โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีโรงงานผลิตยางแท่งตั้งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย กำลังการผลิตทั้งหมดถูกนำไปใช้เพื่อการส่งออกถึงร้อยละ 85 ของกำลังการผลิตทั้งหมด

ลักษณะการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งจะเป็นการแข่งขันที่เน้นเรื่องราคา เนื่องจากด้านคุณภาพนั้นยางแท่งมีมาตรฐานที่แน่นอน จึงทำให้การแข่งขันในด้านคุณภาพไม่มีความสำคัญนัก เพียงแต่ผู้ผลิตและส่งออกจำเป็นต้องตรวจสอบคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานที่วางไว้เท่านั้น ซึ่งการแข่งขันด้านราคานี้ไม่เพียงแต่จะเป็นการแข่งขันกันภายในประเทศเท่านั้น แต่จะสืบเนื่องไปยังตลาดต่างประเทศด้วย โดยระดับราคาที่ประเทศไทยส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศนั้นยังอยู่ในระดับสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากต้นทุนการผลิตยางแท่งของประเทศไทยอยู่ในระดับสูงกว่าทั้ง 2 ประเทศข้างต้น

สำหรับในด้านของเทคโนโลยีการผลิตนั้น เครื่องจักรส่วนใหญ่ในการผลิตยางแท่งของประเทศไทยยังต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะการนำเข้าเครื่องจักรจากประเทศมาเลเซีย และมีเพียงผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตขนาดใหญ่เท่านั้นที่มีการวิจัยและพัฒนาการผลิต โดยจะมีทีมวิจัยและพัฒนาประจำบริษัทหรือ โรงงาน แต่ยังคงมีการพึ่งพา ถ่ายทอดเทคโนโลยี และคู่มือจากต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศคู่แข่งอย่างประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย

ในด้านการตลาดผู้ผลิตยางแท่งส่วนใหญ่เน้นทำการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งการจัดจำหน่ายของผู้ส่งออกนั้น จะมีลักษณะการจัดจำหน่ายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายหรือตัวแทนการค้าอิสระ ในต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้าต่างประเทศโดยตรง สำหรับการติดต่อลูกค้าต่างประเทศนั้นผู้ส่งออกจะมีวิธีการติดต่อที่แตกต่างกัน ส่วนหนึ่งผู้ส่งออกจะได้รับการติดต่อจากลูกค้าต่างประเทศโดยตรง อีกส่วนผู้ส่งออกได้รับรายชื่อลูกค้าจากรายชื่อผู้นำเข้า (Import Directory) ในต่างประเทศ จากตัวแทนการค้าในต่างประเทศ และรายชื่อลูกค้าจากสมาคมต่าง ๆ เป็นต้น

ตารางที่ 44 กำลังการผลิตยางแท่งของผู้ประกอบการรายใหญ่ของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2548

(หน่วย: เมตริกตันต่อเดือน)

รายชื่อสถานประกอบการ	กำลังการผลิต
บริษัททวงศ์บัณฑิต จำกัด	25,000
บริษัทศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด	12,500
บริษัทเซาท์แลนด์รีซอร์ท จำกัด	12,500
บริษัทไทยเทรค รับเบอร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด	10,000
บริษัทไทยฮั้วยางพารา จำกัด (มหาชน)	10,000
บริษัท อี.คิว รับเบอร์ จำกัด	3,600
บริษัทถาวรอุตสาหกรรมยางแท่ง จำกัด	3,000
บริษัทจะนะน้ำยาง จำกัด	1,500

ที่มา: สมาคมยางพาราไทย (2548)

ในอนาคตผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้มีการวางแผนการผลิตโดยมีการเพิ่มกำลังการผลิตเพิ่มขึ้น เนื่องจากตระหนักว่า แนวโน้มการส่งออกยางแท่งในตลาดที่สำคัญ ๆ อย่างประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มที่ดีขึ้น เพราะประเทศเหล่านี้มีปริมาณความต้องการนำเข้ายางแท่งเพื่อการอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น จึงทำให้ผู้ผลิตต้องทำการปรับแผนการผลิตให้สอดคล้องกับระดับความต้องการที่เพิ่มขึ้น และผู้ผลิตส่วนใหญ่โดยเฉพาะผู้ผลิตรายย่อยยังมีการผลิตที่ไม่เต็มกำลังการผลิต จึงเป็นโอกาสในการเพิ่มศักยภาพการผลิตยางแท่งของประเทศไทย

สำหรับการเปรียบเทียบสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซียนั้นมีอาจทำได้ เนื่องจากความจำกัดทางด้านข้อมูล ซึ่งไม่มีการระบุจำนวนและรายละเอียดที่แน่นอนเกี่ยวกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางแท่งของทั้ง 2 ประเทศ

รัฐบาล

รัฐบาลนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งนอกจากเหนือจากปัจจัยหลักทั้ง 4 ที่กล่าวมาข้างต้น เนื่องจากรัฐบาลเป็นผู้กำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ถึงแม้จะมีได้ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งก็ตาม แต่จะเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อปัจจัยหลักที่เป็นบ่อเกิดของความได้เปรียบเชิงแข่งขันทั้ง 4 ข้างต้น โดยนโยบายและมาตรการของรัฐบาลที่มีบทบาทและส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย มีดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2547)

นโยบายยางพาราไทยที่ภาครัฐบาลได้กำหนดขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหายางพาราของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 9 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ปฏิรูประบบและการจัดการสถาบันยางพาราใหม่ทั้งหมด
2. ยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรชาวสวนยาง และทำให้เกษตรกรชาวสวนยางได้ประโยชน์จากสวนยางอย่างเต็มที่ ทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
3. ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากลอย่างหลากหลายจากทุกระดับสังคม
4. ปฏิรูประบบวิจัยและพัฒนายาง
5. ปฏิรูประบบตลาดยางทุกด้าน
6. สร้างฐานข้อมูลยางพาราให้ครบถ้วน ถูกต้อง และเชื่อถือได้

7. สร้างเมืองยาง เพื่อให้เป็นศูนย์กลางผลิตภัณฑ์ยางพารา

8. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรชาวสวนยางและวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในทุกด้าน

9. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคธุรกิจมีส่วนร่วมในทุกด้าน

ในส่วนของภาคเอกชนด้านยางพารา ได้รวมตัวกันตั้งพันธมิตรทางการค้าของผู้ส่งออกยาง 3 ประเทศ (Tripartite Rubber Business Alliance - TRBA) คือ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และ ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งประกอบด้วยสมาคมยางพาราไทย ตลาดแลกเปลี่ยนยางมาเลเซีย และ สมาคมยางอินโดนีเซีย โดยพันธมิตรดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สนับสนุนและร่วมมือกับภาครัฐในการพัฒนาธุรกิจยางใน 3 ประเทศ
2. เพื่อจัดตั้งองค์กรที่ไม่เป็นทางการ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นอย่างอิสระ ตรงไปตรงมา ในการร่วมมือเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของทั้ง 3 ประเทศ
3. เพื่อกระตุ้นสมาชิกในการดำเนินงานร่วมกัน ในการพัฒนาตลาดยางพาราและการส่งออกยางพาราเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตยางในภาพรวม
4. เพื่อให้คำแนะนำและหารือเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการค้าที่สามารถใช้ได้อย่างยุติธรรม และได้มาตรฐานตามระบบการค้าขงทั่วไปที่ผู้ซื้อขายรับ เพื่อประโยชน์ร่วมกันของสมาชิก รวมทั้งการร่วมหารือในการแก้ปัญหา ซึ่งอาจเกิดจากการทำธุรกิจยาง

นอกจากนี้กระทรวงอุตสาหกรรมได้จัดทำแผนแม่บทในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ส่วนอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำ คณะกรรมการปฏิรูประบบการพัฒนาทางพาราไทยได้มีการจัดทำนโยบายยางพาราไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การพัฒนาระบบองค์กรที่ดูแลรับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง
2. การสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กในอุตสาหกรรม
3. การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยาง ให้เป็นอุตสาหกรรมหลักของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางที่ทำรายได้ให้ประเทศ

ในส่วนของการสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กในอุตสาหกรรมนั้น จะมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากมีเป้าหมายในการพัฒนาความสามารถพื้นฐานของผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กทางด้านทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยีการผลิต การบริหารจัดการ การตลาดและการวิจัยและพัฒนา ให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล โดยมีโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากร คือ จัดตั้งวิทยาลัยยางแห่งชาติ, การผลิตบุคลากรที่สำเร็จตามหลักสูตรมาตรฐานเฉลี่ย ปีละ 180 คน, การเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมเฉลี่ยปีละ 50 คน เงินลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาเฉลี่ยบริษัทละ 200,000 บาทต่อปี เป็นต้น

สำหรับแนวทางการพัฒนาของคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยนั้น มีแนวทางในการสร้างความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมยางพาราไทย โดยมีทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทย 3 แนวทาง คือ

1. การพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมยางล้อ
2. การพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมน้ำยางข้น
3. สนับสนุนการเพิ่มการใช้ยางธรรมชาติในประเทศ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางใหม่ที่มีศักยภาพ

ในส่วนของนโยบายที่เกี่ยวกับยางพาราของประเทศไทยได้มีการวางแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราฉบับที่ 2 (2539-2548) โดยวางแผนการพัฒนาที่ครบวงจรตั้งแต่พยายามพึ่งพาตนเองด้านวัตถุดิบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่ Niche Market และการสร้างเครือข่าย

วิสาหกิจและเมืองยางไปจนถึงการส่งเสริมด้านการตลาดในรูปแบบของ Malaysian Rubber Export Promotion Council (MREPC) และการรณรงค์ให้เพิ่มการใช้ยางธรรมชาติในภาครัฐ นอกจากนี้ในด้านการแปรรูปประเทศมาเลเซียได้วางแผนขยายฐานสินค้าไปสู่ Niche มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมสนับสนุน และจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมติดกับชายแดนไทยเป็นเมืองยาง Suggei Buluh รวมทั้งด้านการตลาดได้มีการจัดตั้ง Consortium ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอีกด้วย

สำหรับประเทศอินโดนีเซียมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับยางพาราดังนี้ ด้านการผลิตมีการปรับลดการผลิตยางพาราเฉลี่ยร้อยละ 4 ต่อปี ด้านการส่งออกมีการปรับลดปริมาณการส่งออกยางพาราเฉลี่ยร้อยละ 10 จากปริมาณการส่งออกยางพาราในปีพ.ศ. 2543 และมีการทบทวนทุกปี นอกจากนี้การส่งออกและนำเข้าเป็นไปโดยเสรีและสินค้าต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ด้านมาตรการภาษีมีการกำหนดอัตราภาษีนำเข้า MFN สำหรับน้ำยางลาเทกซ์เข้มข้น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่งและยางพาราอื่น ๆ เก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 5 ส่วนอัตราภาษีผลิตภัณฑ์ SIR 10 SIR 20 และอื่น ๆ อยู่ภายใต้ความตกลงด้านภาษีของอาเซียน (CEPT) เก็บภาษีในอัตราร้อยละ 5 และอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม เก็บในอัตราร้อยละ 10 (กรมการค้าต่างประเทศ, 2545)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า นโยบายของภาครัฐบาลของประเทศไทยที่กล่าวมาข้างต้นนั้นได้เข้ามาช่วยเหลือและพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางมากขึ้น ตั้งแต่ระดับต้นน้ำ นั่นคือเกษตรกรชาวสวนยาง ระดับกลางน้ำ คือ อุตสาหกรรมการแปรรูปยางขึ้นต้นได้แก่ ยางแท่ง น้ำยางข้น เป็นต้น และระดับอุตสาหกรรมปลายน้ำ คือผลิตภัณฑ์จากยางพารา ทำให้ในอนาคตภาครัฐบาลจะเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่งในตลาดโลกมากขึ้น

เหตุสุดวิสัย

ปัจจัยสุดท้ายที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม คือ เหตุสุดวิสัย ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท และอยู่นอกเหนือการควบคุมของรัฐบาลด้วย แต่อาจอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลประเทศอื่น เมื่อพิจารณาถึงอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย พบว่า จากผลการเจรจาสองฝ่ายระหว่างประเทศจีนกับประเทศไทยหลังจากที่ประเทศจีนเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) นั้น มีผลการเจรจาดังนี้ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2547)

ประเทศไทยได้ยื่นความจำนงที่จะเจรจาสองฝ่ายกับประเทศจีนตั้งแต่ปีพ.ศ. 2537 โดยมี การเจรจา รวมทั้งสิ้น 15 ครั้ง ในการเจรจาครั้งสุดท้ายมีรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายสุภชัย พาณิชย์ภักดิ์) เป็นหัวหน้าคณะผู้แทนไทย และได้ลงนามความตกลงสองฝ่ายเมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2543 ณ กรุงปักกิ่ง ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

ด้านการค้าสินค้า ประเทศจีนจะลดอัตราภาษีตามรายการสินค้าที่ประเทศไทยเสนอขอ จำนวนทั้งสิ้น 136 รายการ ในจำนวนนี้เป็นสินค้าเกษตร 39 รายการ สินค้าประมง 12 รายการ และ สินค้าอุตสาหกรรม 85 รายการ เป็นผลให้อัตราภาษีสินค้าทั้ง 136 รายการลดลงจากอัตราเฉลี่ย (Simple Average) ร้อยละ 30.2 หรือจากอัตราเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Trade Weighted Average) ร้อยละ 37.6 เหลือ ร้อยละ 13.1

ด้านการค้าบริการ ประเทศจีนตกลงตามที่ประเทศไทยขอให้ประเทศจีนเปิดเสรีการค้า บริการสาขาท่องเที่ยวใน 2 กิจกรรม คือ โรงแรมและภัตตาคาร และบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

สำหรับยางพาราซึ่งรวมถึงยางแท่งนั้น ประเทศจีนปรับมาตรการนำเข้าจากระบบโควตา มาเป็นการใช้โควตาภาษี โดยประเทศจีนตกลงที่จะลดอัตราภาษีนำเข้ายางพาราจากร้อยละ 30 เหลือ ร้อยละ 20 ทันทีที่ประเทศจีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) โดยกำหนดโควตาในปีที่ เริ่มต้นไว้ 429,000 ตัน และจะขยายโควตาเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี และจะยกเลิกโควตาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 มาใช้ระบบอัตราภาษีแทน

จากการที่ประเทศจีนเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกนี้จะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกยางแท่งของประเทศไทย ซึ่งประเทศจีนนับว่าเป็นตลาดที่นำเข้ายางแผ่นรมควันจากประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่ ยางแท่ง และน้ำยางข้น จากการที่ประเทศจีนเข้าร่วมเป็นสมาชิกในครั้งนี้จะทำให้ประเทศไทยมีโอกาสขยายการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีนมากขึ้น เนื่องจากประเทศจีนมีการขยายโควตาการนำเข้ายางพาราจากประเทศไทยมากขึ้น และเมื่อยกเลิกโควตาในปีพ.ศ. 2547 ก็จะมีการลดอัตราภาษีต่อไป นอกจากนี้ประเทศจีนมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ประเทศจีนมีความต้องการนำเข้ายางแท่งมากขึ้นในอนาคต ประเทศไทย จึงควรเตรียมการขยายตลาดในจีนให้เต็มที่ นอกจากนี้อุตสาหกรรมในประเทศจีนหลายประเภท ยังต้องพึ่งพาการนำเข้ายางพาราเป็นวัตถุดิบในการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์อีกมาก

แม้ว่าปัจจุบันประเทศไทยจะมีประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย โดยเฉพาะประเทศมาเลเซียที่มีการส่งออกยางพาราชนิดที่ใช้เทคโนโลยีสูงกว่าประเทศไทย แต่เป็นชนิดที่ประเทศไทยมีการส่งออกไปยังประเทศจีนน้อย จึงทำให้ไม่เป็นอุปสรรคในการขยายตลาดยางแท่งในตลาดจีน เพราะปัจจุบันประเทศไทยก็เป็นประเทศที่ครองส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันเป็นอันดับ 1 อยู่แล้ว จึงไม่ยากเกินไปที่จะขยายตลาดยางแท่งในอนาคต

สำหรับความร่วมมือด้านยางพาราระหว่างประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย มีผลการเจรจาเมื่อปีพ.ศ. 2544 ได้ตกลงความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจยางใน 3 ประเทศนั้นก็มิใช่เป้าหมายเพื่อยกระดับราคายางให้สูงขึ้น ทั้ง 3 ประเทศจึงได้จัดตั้งองค์การความร่วมมือด้านยางระหว่าง 3 ประเทศ (International Rubber Organization - ITRO) เพื่อกำหนดมาตรการและดำเนินงานร่วมกัน โดยมีการกำหนดมาตรการร่วมในการสร้างสมดุลของอุปทานและอุปสงค์ของยางพาราในตลาดโลกรวมทั้งมาตรการการผลิต การส่งออก เพื่อรักษาเสถียรภาพด้านราคา

นอกจากนี้เหตุสุดวิสัยที่สำคัญที่มีผลต่ออุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทยเหตุหนึ่งได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเงินของประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะประเทศมาเลเซีย ซึ่งจากเดิมประเทศมาเลเซียมีการผูกติดค่าเงินริงกิตไว้ที่ระดับ 3.8 ริงกิตต่อดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ประเทศไทยค่าเงินบาทมีการแข็งตัวเพิ่มขึ้นในช่วงที่ผ่านมา เนื่องจากการอ่อนค่าลงของเงินดอลลาร์สหรัฐ ทำให้ประเทศผู้นำเข้าหันไปนำเข้ายางแท่งจากประเทศมาเลเซียมากขึ้น เพราะนอกจากราคายางแท่งของประเทศมาเลเซียที่อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าประเทศไทยโดยเปรียบเทียบอยู่แล้วนั้น ค่าเงินของประเทศมาเลเซียยังอยู่ในระดับที่อ่อนค่าเกินความเป็นจริง ทำให้ในความรู้สึกของประเทศผู้นำเข้ายางแท่งระดับราคายางแท่งที่นำเข้าจากประเทศมาเลเซีย นั้นต่ำกว่าราคานำเข้ายางแท่งจากประเทศไทย

แม้ในปัจจุบันรัฐบาลประเทศมาเลเซียได้ประกาศยุติการผูกติดค่าเงินไว้ที่ระดับ 3.8 ริงกิตต่อดอลลาร์สหรัฐ และหันไปใช้ระบบลอยตัวแบบจัดการ โดยอิงตะกร้าของประเทศคู่ค้ารายใหญ่ ๆ และถึงแม้ประเทศมาเลเซียจะตั้งเป้าที่จะรักษาเสถียรภาพของค่าเงินริงกิตไว้มิให้ผันผวนมากกว่านี้ก็ตาม ปรากฏว่าภายใน 1 เดือนค่าเงินริงกิตของประเทศมาเลเซียได้แข็งค่าขึ้นไปถึงร้อยละ 0.5 ที่ระดับ 3.76 ริงกิตต่อดอลลาร์ จึงนับว่าเป็นโอกาสสำคัญที่ประเทศไทยจะสามารถสร้างความ

ได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกได้มากขึ้น เพราะปัจจุบันค่าเงินบาทของประเทศไทยได้ปรับตัวลดลงในระดับ 41-42 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ทำให้การส่งออกน่าจะขยายตัวได้มากขึ้น

สำหรับในส่วนของเหตุสุดวิสัยอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น ได้แก่ การเกิดเหตุวินาศกรรมในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ, เหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และการเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวและคลื่นยักษ์สึนามิ นั้น จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางแท่งเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื่องจากการเกิดเหตุวินาศกรรมในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษนั้น แม้ว่าประเทศไทยอังกฤษจะมีการเข้มงวดในการนำเข้าสินค้ามากขึ้น แต่ผู้ส่งออกของประเทศไทยไม่น่าจะได้รับผลกระทบมากนัก เพราะในอดีตที่มีการก่อวินาศกรรมในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้น ประเทศสหรัฐอเมริกาก็มีการเข้มงวดเช่นเดียวกัน โดยออกมาตรการตรวจสอบสินค้านำเข้าต่าง ๆ และผู้ส่งออกของประเทศไทย ก็สามารถปรับตัวและส่งออกสินค้าได้ตามปกติ

ส่วนเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย แต่จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้รับผลกระทบมากนัก เพราะส่วนใหญ่เกษตรกรยังกรีดยางพาราเช่นเดิม เพียงแต่จะไม่มีการทำเป็นยางแผ่นดิบเพื่อป้อนโรงงานยางแผ่นรมควัน โดยจะจำหน่ายเป็นยางก้อนถ้วยแทนซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งได้ดีกว่ายางแผ่นดิบ ซึ่งนับว่าส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย และถึงแม้จะมีบางส่วนของเล็กกรีดยางพาราผู้ประกอบการก็ยังสามารถหาวัตถุดิบได้จากจังหวัดใกล้เคียงทดแทนได้ เช่น จังหวัดตรัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น

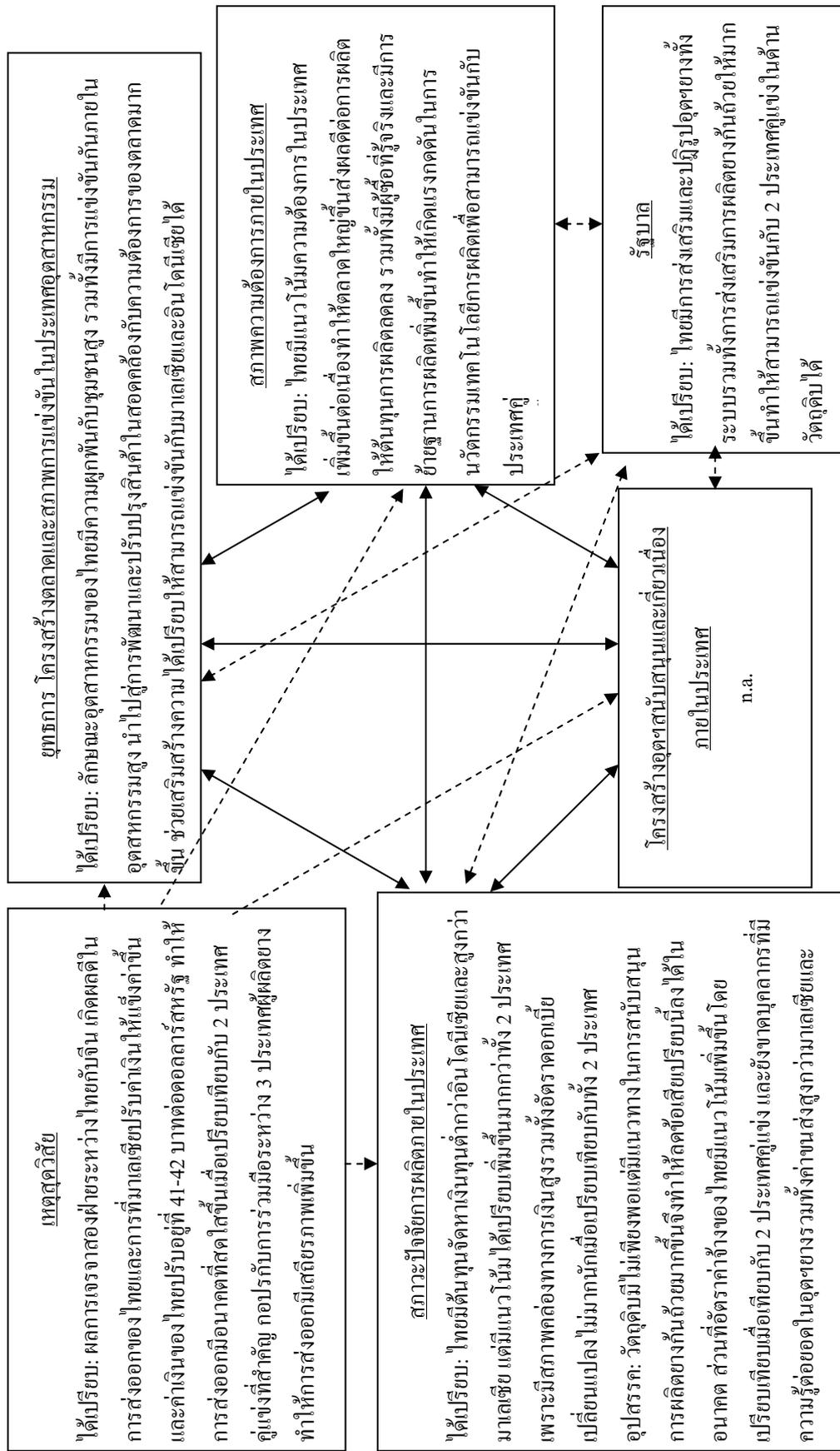
นอกจากนี้ผลจากการเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวและคลื่นยักษ์สึนามิ ได้ทำลายกลุ่มชายฝั่งของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกยางที่สำคัญของโลก แต่ส่วนใหญ่ปรากฏว่าพื้นที่เพาะปลูกยางพารามีได้รับความเสียหาย เพียงแต่การขนส่งยางแท่งจากเกาะสุมาตราของประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งอยู่ใกล้จุดศูนย์กลางของการเกิดแผ่นดินไหวต้องมีความล่าช้าออกไป เนื่องจากถนนและทางรถไฟเชื่อมชายฝั่งเสียหาย แต่ท่าเรือ Belawan ตอนเหนือของประเทศอินโดนีเซียไม่ได้รับผลกระทบการขนส่งขนาดใหญ่จึงไม่ได้รับผลเสียหายแต่อย่างใด จึงทำให้เหตุการณ์ทั้ง 3 ไม่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทยมากนัก เนื่องจากผู้ประกอบการของประเทศไทยสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้ง 3 นี้

จากการวิเคราะห์ข้างต้นและจากภาพที่ 8 สามารถสรุปความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบความสามารถเชิงแข่งขันระหว่างประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซียนั้น สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ปัจจัยที่เสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย
เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย

1. สภาพปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ในส่วนปัจจัยทุนถึงแม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีต้นทุนการจัดหาเงินทุนสูงกว่าประเทศมาเลเซีย แต่ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะได้เปรียบในปัจจัยทุนมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับลูกค้าทั่วไปปรับตัวไม่มากนัก ในขณะที่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย ต้นทุนการจัดหาเงินทุนของประเทศอินโดนีเซียอยู่ในระดับสูง ทำให้มีผลโดยตรงต่อความพร้อมหรือการจัดหาเงินลงทุนของผู้ประกอบการยางแท่งในประเทศ และจากการที่ต้นทุนในการจัดหาเงินทุนต่ำนี้ส่งผลต่อการจัดตั้งโรงงาน และการจัดหาเครื่องจักร เทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ ให้มีต้นทุนที่ลดลง อีกทั้งสภาพคล่องในสถาบันการเงินของประเทศไทยยังอยู่ในระดับสูง รวมถึงมีการปล่อยสินเชื่อให้แก่ภาคธุรกิจมากขึ้น ทำให้เป็นโอกาสที่ดีในการลงทุนจากภาคเอกชนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า สำหรับปัจจัยทุนของประเทศไทยเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย

2. สภาพความต้องการหรืออุปสงค์ภายในประเทศ ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากสภาพความต้องการภายในประเทศของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดขนาดตลาดที่ใหญ่ขึ้น และยังมีผู้ซื้อที่รู้จักจริงภายในประเทศ ซึ่งเป็นแรงกดดันให้มีการพัฒนามากขึ้น กอปรกับประเทศมาเลเซียที่มีการลดบทบาทในฐานะผู้ผลิตและส่งออกมาเป็นผู้นำเข้าแทน และประเทศอินโดนีเซียที่ประสบกับภัยธรรมชาติบ่อยครั้ง จึงเป็น โอกาสที่ดีต่อประเทศไทยที่จะสามารถแข่งขันกับทั้ง 2 ประเทศได้มากขึ้นในอนาคต



ภาพที่ 8 สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแห่งประเทศไทยเทียบกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย

ที่มา: จากภาพที่ 2 ระบบเพชรที่สมบูรณ์และการวิเคราะห์

3. ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันภายในประเทศ เนื่องจากลักษณะยุทธการ และโครงสร้างของบริษัทยางแท่งของประเทศไทยมีระดับความผูกพันที่มีต่อชุมชนค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นการสอดคล้องกับวัฒนธรรมของประเทศไทยที่นิยมทำงานในภูมิภคานา และเมื่อพิจารณาถึง อัตราการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย พบว่า ค่าดัชนีเอร์ฟิ้นดัล เท่ากับ 0.19 แสดงว่า อุตสาหกรรมยางแท่งภายในประเทศไทยมีการแข่งขันกันสูง ส่งผลต่อการพัฒนา เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทำให้การผลิตยางแท่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงสามารถแข่งขันกับผู้ผลิต รายอื่น ๆ ภายในประเทศและในตลาดต่างประเทศได้ พร้อมทั้งมีการพัฒนาและควบคุมผลิตภัณฑ์ ยางแท่งที่ผลิตได้นั้นให้ได้มาตรฐานแน่นอนไม่มีสิ่งแปลกปลอมเป็นที่ยอมรับของตลาด ต่างประเทศต่อไป

4. นโยบายรัฐบาล สำหรับนโยบายของรัฐบาลไทยนั้นได้เข้ามาช่วยเหลือและพัฒนา อุตสาหกรรมยางพารามากขึ้น ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยมีการเน้นปฎิรูป และจัดการแบบแผนการประกอบการเก่า ๆ ให้มีการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ของเกษตรกรมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิตยางแท่ง คือ ยาง กันถ้วย ให้มีปริมาณมากขึ้น และยังมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา อุตสาหกรรมยางพารา รวมทั้งมีการรวมกลุ่มกับประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย เพื่อ ก่อให้เกิดอำนาจต่อรองในตลาดโลกเพิ่มขึ้นอีกด้วย

5. เหตุสุควิสัย ผลกระทบจากการเจรจาสองฝ่ายระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน หลังจากทีประเทศจีนได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) ได้ส่งผลดีต่อประเทศ ไทยในการส่งออกยางแท่ง โดยการขยายโควตาเพิ่มขึ้นและเมื่อยกเลิกระบบโควตามาใช้ระบบภาษี แทนจะมีการลดอัตราภาษีการนำเข้ายางพาราเหลือร้อยละ 20 จึงเป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยที่ จะขยายการส่งออกยางแท่งในตลาดจีน เนื่องจากประเทศไทยได้ครองส่วนแบ่งตลาดยางแผ่น รมควันเป็นอันดับ 1 อยู่แล้ว นอกจากนี้จากการที่ประเทศมาเลเซียยุติการผูกติดค่าเงินริงกิตไว้ที่ 3.8 ริงกิตต่อดอลลาร์สหรัฐแล้วหันมาใช้ระบบลอยตัวแบบจัดการทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันกับ ประเทศมาเลเซียได้มากขึ้น เพราะค่าเงินริงกิตของประเทศมาเลเซียในปัจจุบันสะท้อนถึงค่าเงินที่ เป็นจริงมากขึ้น

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย

1. ปริมาณวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งของประเทศไทยมีไม่เพียงพอกับความต้องการผลิตยางแท่งภายในประเทศหรือกล่าวได้ว่าประเทศไทยเกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิตยางแท่งอยู่เสมอ นั่นคือ แม้ว่าในปัจจุบันผู้ประกอบการบางรายของประเทศไทยมีการใช้ยางแผ่นดิบผสมกับซียางเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่ง แต่วัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิตยางแท่งมากที่สุด คือ ยางก้นถ้วย เนื่องจากการใช้ยางก้นถ้วยเป็นวัตถุดิบนั้นสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตในส่วนของเครื่องจักรในการตัดคดที่ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการลงทุนในส่วนนี้ เพราะถ้าผู้ประกอบการรายใดมีการใช้ยางแผ่นดิบผสมกับซียางเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่ง ทำให้ต้องลงทุนในส่วนของเครื่องจักรตัดคดนี้เพิ่มขึ้นถึง 80 ล้านบาท อีกทั้งวัตถุดิบที่ประเทศไทยใช้นี้เมื่อนำมาผลิตเป็นยางแท่งแล้วจะมีสิ่งเจือปนอยู่เสมอ ส่งผลถึงมาตรฐานคุณภาพยางแท่งที่ประเทศไทยส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

แต่ปัจจุบันยางก้นถ้วยที่เกษตรกรผลิตเพื่อป้อนโรงงานยางแท่งนั้นมีไม่เพียงพอต่อความต้องการผลิตยางแท่ง เนื่องจากเกษตรกรยังยึดติดกับแบบแผนการผลิตเดิม คือการผลิตยางแผ่นดิบเพื่อป้อนโรงงานยางแผ่นรมควัน ส่งผลให้ในการผลิตยางแท่งของประเทศไทยเกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิต คือยางก้นถ้วยอยู่เสมอ และจากการที่เกษตรกรมีการผลิตยางก้นถ้วยเพื่อป้อนโรงงานยางแท่งไม่เพียงพอ ทำให้ราคายางก้นถ้วยของประเทศไทยอยู่ในระดับสูงกว่าประเทศคู่แข่งกันทั้ง 2 ประเทศ ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของประเทศไทยให้สูงกว่าประเทศคู่แข่งกัน ดังนั้นในปัจจุบันปัจจัยนี้จึงเป็นอุปสรรคต่อความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนี้

2. ปัจจัยด้านระบบขนส่ง สำหรับการขนส่งยางแท่งไปยังตลาดต่างประเทศนั้นประเทศไทยยังต้องมีการพึ่งพาระบบขนส่งทางเรือจากประเทศคู่แข่งอยู่ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ของท่าเรือของประเทศไทยที่มีพื้นที่จำกัดเรือใหญ่ไม่สามารถเข้าเทียบได้ ทำให้การขนส่งยางแท่งไปยังตลาดยุโรปและอเมริกา ประเทศไทยต้องมีการส่งสินค้าถึง 2 ต่อ ไม่สามารถขนส่งได้โดยตรง และจากการที่ประเทศไทยต้องพึ่งพาท่าเรือต่างประเทศทำให้อำนาจการต่อรองค่าธรรมเนียมและค่าระวางมีน้อย ต้องยอมรับค่าธรรมเนียมที่ไม่เป็นธรรม แม้ว่าการส่งออกจะเป็นลักษณะ SOB ก็ตาม แต่ผู้นำเข้าสามารถกดดันให้ประเทศไทยลดราคาขายแท่งได้ ส่งผลให้ประเทศไทยเสียเปรียบ

ด้านการแข่งขันในการส่งออกยางแท่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สามารถขนส่งสินค้าส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้โดยตรง

3. ปัจจัยแรงงาน ประเทศไทยมีความเสียเปรียบเชิงแข่งขันในปัจจัยแรงงานเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพของแรงงานทั้งที่เป็นแรงงานที่มีทักษะและไม่มีทักษะ ในส่วนของแรงงานที่ไม่เน้นทักษะนั้นการจ้างงานในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทยเน้นจ้างแรงงานที่ไม่มีทักษะถึงร้อยละ 90 ของการจ้างงานทั้งหมด ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแรงงานของประเทศไทยกับประเทศอินโดนีเซียจำนวนแรงงานของประเทศไทยยังมีปริมาณน้อยกว่าประเทศอินโดนีเซีย อีกทั้งคุณภาพแรงงานประเภทนี้ของประเทศไทยยังมีทักษะต่ำกว่าประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศ

ในส่วนของแรงงานที่มีทักษะประเทศไทยยังขาดผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีทาง โดยเฉพาะการพัฒนาต่อยอดเพื่อเชิงพาณิชย์ ทำให้การพัฒนาในอุตสาหกรรมยางแท่งเป็นไปอย่างล่าช้า เพราะขาดบุคลากรที่มีทักษะหรือความรู้ รวมทั้งปัจจุบันค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยที่มีอัตราค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าประเทศมาเลเซีย และเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียพบว่า ค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยก็ยิ่งสูงกว่าประเทศอินโดนีเซีย และยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย ได้แก่ สภาวะอุปสงค์ภายในประเทศ สภาวะการแข่งขันภายในประเทศ รัฐบาล และเหตุสุดวิสัย ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ได้แก่ สภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ ถึงแม้ว่าจะมีปัจจัยบางประการที่เป็นการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันและมีปัจจัยบางประการที่เป็นอุปสรรคต่อการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งก็ตาม แต่ในปัจจุบันประเทศไทยยังมีความเสียเปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศ โดยเฉพาะปัจจัยที่เป็นปัจจัยหลักในการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยในการส่งออกยางแท่ง คือ สภาวะปัจจัยการผลิตภายในประเทศ นั่นคือ วัตถุดิบในการผลิตยางแท่ง คือ ยางก้อนถ้วยที่มีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการผลิตยางแท่ง แต่ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีแนวทางและมีความจริงจังที่ตระหนักและให้ความสำคัญกับการวางแนวทางในการดำเนินงานเพื่อพัฒนา

ด้านการผลิตและส่งออกยางแท่ง โดยมีการสนับสนุนด้านการผลิตวัตถุดิบในการผลิตยางแท่ง นั้นคือ ยางกันถ้วย ให้มีปริมาณมากขึ้น จึงลดข้อเสียเปรียบนี้ลงได้

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า จากการที่ความต้องการยางแท่งของโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของประเทศผู้นำเข้ายางพารา ที่หันมานำเข้ายางแท่งทดแทนการนำเข้ายางแผ่นรมควันมากขึ้น โดยเฉพาะยางแท่ง STR 20 ที่มีการนำเข้าทดแทนยางแผ่นรมควันชั้น 3 สาเหตุเพราะยางแท่ง STR 20 มีคุณภาพและคุณสมบัติการนำไปใช้ประโยชน์ที่ใกล้เคียงกัน นั่นคือ การนำไปใช้แปรรูปในอุตสาหกรรมยางล้อ แต่ยางแท่ง STR 20 จะมีคุณภาพที่สม่ำเสมอ มีสิ่งเจือปนต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยางแผ่นรมควันชั้น 3 จึงทำใหยางแท่งเข้ามามีบทบาทสำคัญในตลาดส่งออกยางพารามากขึ้น แต่จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ คือ สถานะปัจจัยการผลิตในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของวัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิตยางแท่ง STR 20 คือ ยางกันถ้วย ซึ่งประเทศไทยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งมาโดยตลอด

แต่ในช่วงที่ผ่านมาทั้งภาครัฐและเอกชนของไทย ได้ตระหนักถึงความสำคัญในปัญหานี้ โดยมีการสนับสนุนให้มีการผลิตยางกันถ้วย เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งในปริมาณที่มากขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางในการขจัดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิตยางแท่งให้ลดลง เพื่อที่จะสามารถผลิตวัตถุดิบให้เพียงพอต่อกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากการปรับตัวสูงขึ้นของภาวะอุปสงค์ในตลาดโลก ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศ คือประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียได้มากขึ้น เพราะประเทศไทยยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นบ่อเกิดของความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ ที่จะสามารถช่วยให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศในอุตสาหกรรมยางแท่งได้มากขึ้นในอนาคต

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยางพารามากเป็นอันดับหนึ่งของโลก ผลผลิตส่วนใหญ่เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก การส่งออกยางพาราส่วนใหญ่จะส่งออกในรูปแบบของยางแผ่นรมควันมากเป็นอันดับ 1 รองลงมา ได้แก่ ยางแท่ง และน้ำยางข้น ตามลำดับ การส่งออกยางพาราได้นำรายได้เข้าสู่ประเทศปีหนึ่ง ๆ นับหลายหมื่นล้านบาท โดยเฉพาะอย่างยิ่งยางแท่งที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศมากเป็นอันดับหนึ่งในการส่งออกยางพาราทั้งหมดของประเทศไทย และเนื่องจากในปัจจุบันความต้องการยางแผ่นรมควันเริ่มมีการอึมตัว ในขณะที่ความต้องการยางแท่งยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ยางแท่งเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในตลาดโลก เนื่องจากประเทศต่าง ๆ ได้หันมาใช้ยางแท่งเพิ่มขึ้น เพราะยางแท่งมีมาตรฐานคุณภาพที่แน่นอน มีสิ่งเจือปนต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับยางแผ่นรมควัน

สำหรับความต้องการยางแท่งในตลาดโลกส่วนใหญ่อยู่ในรูปยางแท่ง STR 20 มากที่สุด รองลงมาคือ ยางแท่ง STR 5L ในปัจจุบันประเทศไทย เป็นประเทศผู้ส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับ 3 ของโลก รองลงมาจากประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย ซึ่งนับว่าประเทศทั้งสองประเทศนี้เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งตลาดส่งออกยางแท่งที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะพิจารณาถึงส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งในตลาดคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ตลาดญี่ปุ่น ตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดจีน รวมถึงในภาพรวมของตลาดโลก เพื่อสะท้อนให้เห็นสภาพความเป็นจริงว่า ในปัจจุบันประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งในตลาดเหล่านี้มากน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย ตลอดจนศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่ง โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญทั้ง 2 ประเทศ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของไมเคิล อี. พอตเตอร์ เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อทราบถึงความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทยในอนาคต

สำหรับผลการวิเคราะห์ เมื่อพิจารณาในภาพรวมของตลาดยางแท่งของโลก พบว่า ประเทศไทยครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งเป็นอันดับ 3 ของโลก รองลงมาจาก ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซีย ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาถึงอัตราการขยายตัวในการนำเข้ายางแท่งของโลก ที่มาจากประเทศไทยเปรียบเทียบกับที่มาจากประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซีย นั้น ประเทศไทยยังมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังสามารถขยายตัวในการส่งออกได้มากขึ้น ถ้าหากประเทศไทยสามารถปรับแผนการผลิตหันไปผลิตยางแท่งเพิ่มขึ้นเพื่อทดแทนการผลิตยางแผ่นรมควัน ซึ่งในปัจจุบันความต้องการยางแผ่นรมควันในตลาดโลกเริ่มมีความต้องการที่อึมตัว นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีข้อได้เปรียบประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ในหลายปัจจัย อาทิเช่น ในส่วนของพื้นที่เพาะปลูกที่ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกมากกว่าทั้ง 2 ประเทศ และประเทศมาเลเซียมีการลดพื้นที่เพาะปลูกยางพาราโดยหันไปปลูกปาล์มทดแทน รวมทั้งประเทศอินโดนีเซียที่ประสบกับภัยธรรมชาติบ่อยครั้ง จึงเป็นโอกาสที่ประเทศไทยจะสามารถที่จะครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งในตลาดที่สำคัญ ๆ รวมทั้งตลาดโลกได้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ในตลาดญี่ปุ่น การนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นที่มาจากประเทศไทยนั้น ในอดีตประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นนี้ได้เป็นอันดับ 1 แต่ปัจจุบันประเทศไทยกลับครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของญี่ปุ่นเป็นอันดับ 2 รองลงมาจากประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากประเทศไทยมีกำลังการผลิตที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของประเทศญี่ปุ่นได้ทันทั่วทั้งที่ ทำให้ประเทศญี่ปุ่นหันไปนำเข้าจากประเทศอินโดนีเซียเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดยางแท่งให้แก่ประเทศอินโดนีเซียมากขึ้น

ในตลาดสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งเป็นอันดับ 2 รองลงมาจากประเทศอินโดนีเซีย แต่มีแนวโน้มที่จะสามารถขยายตลาดในตลาดสหรัฐอเมริกาได้มากขึ้น เนื่องจากประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันในตลาดสหรัฐอเมริกามากเป็นอันดับหนึ่งอยู่แล้ว ดังนั้นการที่จะปรับเปลี่ยนขยายตลาดเชิงรุกในส่วนของตลาดยางแท่งจึงทำได้ไม่ยากนัก เพราะประเทศสหรัฐอเมริกามีได้มีมาตรการที่เป็นอุปสรรคในการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทย นอกจากนี้การที่ประเทศมาเลเซียชะลอการส่งออกยางแท่งโดยหันไปใช้ในประเทศมากขึ้น และประเทศอินโดนีเซียประสบภัยธรรมชาติและปัญหาภายในบ่อยครั้ง ส่งผลให้ประเทศไทยมีโอกาสเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้น

ในตลาดจีนนั้น ประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของจีนได้ค่อนข้างถาวร ซึ่งประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งของจีนเป็นอันดับ 1 มาโดยตลอด แม้ในปีพ.ศ. 2547 ประเทศไทยครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งในตลาดนี้ได้เป็นอันดับ 2 รองจากประเทศมาเลเซียก็ตาม สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากในปีพ.ศ. 2547 ค่าเงินริงกิตของประเทศมาเลเซียอ่อนค่ามากกว่าค่าเงินบาทไทย ทำให้ราคาสินค้าจากประเทศไทยอยู่ในระดับสูงกว่าโดยเปรียบเทียบ แต่หากประเทศไทยสามารถผลิตยางแท่งให้เพียงพอต่อความต้องการยางแท่งของจีนที่กำลังเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเพื่อทดแทนการนำเข้ายางแผ่นรมควันได้แล้ว ก็นับว่าประเทศไทยมีโอกาสที่ดีในการส่งออกยางแท่งไปยังตลาดนี้ เนื่องจากประเทศไทยกับประเทศจีนเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญต่อกันในสินค้ายางพาราเป็นเวลายาวนาน และไม่มีข้อกีดกันทางการค้าระหว่างกัน จึงส่งผลให้ประเทศไทยสามารถที่จะกลับมารักษาการครองส่วนแบ่งตลาดนำเข้ายางแท่งได้เป็นอันดับ 1 ในตลาดนี้อีกครั้งได้

สำหรับผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทย ได้แก่ สภาพะอุปสงค์ในประเทศที่มีแนวโน้มการขยายตัวของความต้องการยางแท่งภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดต้นทุนคงที่เฉลี่ยลดลง อันเนื่องมาจากการผลิตที่เต็มกำลังการผลิต ยุทธการ โครงสร้างตลาด และสภาพการแข่งขันในประเทศอุตสาหกรรมซึ่งมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูง ทำให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการผลิตสินค้ามากขึ้น นโยบายของรัฐมีการพัฒนาตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อย่างครบวงจร มีการส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิตยางแท่ง คือ ยางก้นถ้วยมากขึ้น และในการเจรจาสองฝ่ายระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน รวมทั้งการรวมกลุ่มระหว่าง 3 ประเทศผู้ผลิต คือประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย จะเป็นโอกาสที่ดีในการขยายการส่งออกและรักษาเสถียรภาพด้านราคา ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุดต่อการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ได้แก่ สภาพะปัจจัยการผลิตที่ยังเกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต คือ ยางก้นถ้วยอยู่เสมอ ทำให้เกิดข้อเสียเปรียบในเชิงแข่งขัน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีแนวโน้มขาดแคลนแรงงานทั้งที่มีทักษะและไม่มีทักษะมากขึ้น ส่งผลต่ออัตราค่าจ้างแรงงานที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในภาพรวมจึงสามารถสรุปได้ว่า ในปัจจุบันประเทศไทยมีความเสียเปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศ คือ ประเทศมาเลเซียและ

ประเทศอินโดนีเซีย โดยเฉพาะปัจจัยที่เป็นปัจจัยหลัก คือ สภาวะปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ที่ประเทศไทยมักเกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งอยู่เสมอ แต่สำหรับแนวโน้มในอนาคตประเทศไทยจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น ถ้าประเทศไทยตระหนักและให้ความสำคัญพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการผลิต โดยเน้นผลิตยางก้อนถ้วยเพื่อป้อนโรงงานยางแท่งมากกว่าการผลิตยางแผ่นดิบป้อนโรงงานยางแผ่นรมควัน เพราะในด้านคุณภาพของปัจจัยการผลิต คือยางก้อนถ้วยนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศ นับว่าไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นถ้าประเทศไทยสามารถจัดปัญหาในเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบที่เหมาะสมในการผลิตยางแท่งออกไปได้ ในอนาคตประเทศไทยก็จะสามารถลดข้อเสียเปรียบเชิงแข่งขันในปัจจัยนี้ลงไปได้ ทำให้อุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทยนั้น นับว่ายังมีโอกาสที่ดีในที่จะสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศ เนื่องจากยังมีปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยในอุตสาหกรรมนี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่งของประเทศไทยดังนี้

1. จากการศึกษาที่ปัจจุบันตลาดโลกมีความต้องการยางแท่งในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เกษตรกรไทยส่วนใหญ่ยังได้รับข้อมูลข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของทิศทางความต้องการยางแท่งที่เพิ่มสูงขึ้นในตลาดโลก จึงทำให้เกษตรกรไทยยังนิยมทำการผลิตยางพาราในรูปของยางแผ่นดิบตามความคุ้นเคยในอดีต ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเร่งปรับเปลี่ยนแผนการผลิตของเกษตรกรจากยางแผ่นรมควันเป็นยางแท่ง เพราะปัจจุบันความต้องการยางแผ่นรมควันเริ่มอืดตัว ในขณะที่ความต้องการยางแท่งมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และจากการวิจัยพบว่า การผลิตยางแท่งของประเทศไทยนั้นเป็นการผลิตยางแท่งเพื่อเน้นการส่งออกเป็นหลัก แต่ประเทศไทยยังกำลังการผลิตยางแท่งเหลือเพียงพอแต่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วนี้ได้ทันทั่วทั้งที่ เนื่องจากไม่สามารถผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยางแท่ง คือยางก้อนถ้วย ได้ทันกับความต้องการที่เพิ่ม เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่ยังมีความคุ้นเคยกับการผลิตยางแผ่นดิบเพื่อนำไปแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควัน ดังนั้นจึงมี

ความจำเป็นที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต้องมีการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจแก่เกษตรกรให้เกิดความเข้าใจถึงภาวะตลาดส่งออกที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสามารถทำการผลิตยางแท่งให้สอดคล้องกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นในตลาดโลกต่อไปได้ ซึ่งในส่วนของเกษตรกรควรมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการผลิตให้ผลิตยางพาราในรูปร่างก้นถ้วยเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากทำให้เกษตรกรสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการผลิตยางแผ่นดิบเพื่อป้อนโรงงานยางแผ่นรมควันลงได้อีกด้วย

2. ด้านวัตถุดิบ จากผลการวิจัยพบว่าการที่ประเทศไทยยังมีการผลิตยางก้นถ้วยเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตยางแท่งไม่เพียงพอกับความต้องการผลิตยางแท่งเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้ใช้ยางแท่งนั้น เนื่องจากเกษตรกรบางส่วนที่รับทราบถึงความเปลี่ยนแปลงของความต้องการยางแท่งในตลาดโลกแล้ว แต่ยังไม่มีความมั่นใจในเรื่องระดับราคายางก้นถ้วยที่จะป้อนแก่โรงงานยางแท่งที่ไม่มีการประกาศราคาที่แน่นอน ดังนั้นการแก้ปัญหา คือการสร้างความมั่นใจให้เกษตรกรในเรื่องระดับราคายางก้นถ้วย โดยอาจผ่านทางสถาบันวิจัยยางที่จะประกาศระดับราคายางก้นถ้วยอย่างเป็นทางการให้เกษตรกรรับทราบข่าวสารต่าง ๆ และระดับราคาที่แน่นอน

3. จากการศึกษาประเทศไทยประสบปัญหาการขาดแคลนยางก้นถ้วยที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตยางแท่ง นอกจากการปรับเปลี่ยนแผนการผลิตยางธรรมชาติของเกษตรกรจากการผลิตยางแผ่นดิบเป็นยางก้นถ้วยแล้ว วิธีการหนึ่งที่จะช่วยลดปัญหานี้ลงได้ คือ การเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกยางพารา เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานในการผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สวนยางขนาดเล็ก กระจายอยู่ในสภาพป่าเขา ส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการจัดจำหน่ายยางก้นถ้วยมายังโรงงานยางแท่ง เนื่องจากช่องทางในการจัดจำหน่ายยางก้นถ้วยนั้นยังไม่มีศูนย์รวบรวมในการจัดจำหน่ายที่เป็นมาตรฐานในชุมชน ต่างจากการจัดจำหน่ายน้ำยางสดหรือยางแผ่นดิบเพื่อป้อนโรงงานยางแผ่นรมควันที่ส่วนใหญ่มีศูนย์รวบรวมที่เป็นหน่วยงานของรัฐในรูปแบบสหกรณ์ จึงทำให้การผลิตวัตถุดิบของเกษตรกรส่วนใหญ่จะผลิตเป็นยางแผ่นดิบป้อนแก่โรงงานยางแผ่นรมควันเป็นหลัก ดังนั้นจึงควรมีการจัดตั้งศูนย์รวบรวมการจัดจำหน่ายยางก้นถ้วยที่เป็นกิจจะลักษณะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งวัตถุดิบที่เกษตรกรผลิตได้ไปยังโรงงานอุตสาหกรรมยางแท่ง และควรมีการปรับปรุงแบบการผลิตยางให้มีขนาดพื้นที่ใหญ่ขึ้น ที่สามารถควบคุมคุณภาพการจัดการให้มีประสิทธิภาพได้หรือทำแบบ Contract Farming โดยเฉพาะพื้นที่เพาะปลูกทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย เนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกมีมาก

กอบรับจำนวนแรงงานที่มีปริมาณมาก ให้เป็นพื้นที่ในการผลิตวัตถุดิบยางแท่ง คือ ยางก้นถ้วย โดยตรง ส่วนภาคใต้อาจสนับสนุนให้เป็นพื้นที่อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราแทนการเป็นพื้นที่ที่เป็นแหล่งวัตถุดิบ

4. การที่ผู้ใช้อย่างแท่งที่ผลิตจากประเทศไทยเพื่อนำไปแปรรูปเป็นยางยานยนต์นั้น ส่วนใหญ่มีการเน้นถึงมาตรฐานสินค้าเป็นสำคัญ เพราะคุณภาพของยางแท่งที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยางยานยนต์นั้นจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพยางยานยนต์ที่ผลิตได้ต่อไป โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการที่ประเทศไทยถือเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่สำคัญของโลก จะมีการเน้นมาตรฐานการผลิตเป็นอย่างมาก ดังนั้นประเทศไทยจึงควรเร่งพัฒนาคุณภาพยางแท่งให้ได้มาตรฐาน ISO และควรมีการเพิ่มขึ้นมาตรฐานยางแท่งมากขึ้นเช่นเดียวกับประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย เพื่อสามารถเพิ่มความหลากหลายและสามารถสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาโรงงานยางแท่งสู่มาตรฐาน ISO 9000 ทั้งที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่และขนาดย่อย เนื่องจากในปัจจุบันมีเพียงโรงงานขนาดใหญ่เท่านั้นที่ได้รับมาตรฐาน ISO เพื่อรองรับถึงประสิทธิภาพในการผลิตและคุณภาพยางแท่งที่สม่ำเสมอเป็นที่ยอมรับของสากลได้

5. จากการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหาขาดแคลนแรงงานทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพในอุตสาหกรรมยางแท่งทั้งที่เป็นแรงงานที่มีทักษะและไม่มีทักษะ แม้ว่าปัจจัยแรงงานมิใช่ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งในการผลิตยางแท่ง แต่นับว่ายังเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการผลิตยางแท่ง ซึ่งในการจ้างงาน โรงงานยางแท่งเน้นจ้างแรงงานที่ไม่มีทักษะถึงร้อยละ 90 เนื่องจากกระบวนการผลิตยางแท่งนั้นแม้ว่าการผลิตจะมีการใช้เครื่องจักรเป็นสำคัญ แต่ยังคงมีแรงงานเป็นผู้ควบคุมตลอดกระบวนการผลิต โดยเฉพาะขั้นบรรจุภัณฑ์ที่เน้นใช้แรงงานเป็นหลัก แต่สำหรับอุตสาหกรรมยางของประเทศไทยยังโดยแนวโน้มค่าจ้างมีอัตราที่สูงขึ้น จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลต้องเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กันมากขึ้น โดยอาจมีการอบรมวิธีการทำงานขั้นปฏิบัติการให้แก่ผู้ที่สนใจและกำลังว่างงาน เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนอีกทางหนึ่ง เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่ไม่มีทักษะ

นอกจากนี้ในส่วนของแรงงานที่มีทักษะ ประเทศไทยยังขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งกันทั้ง 2 ประเทศ โดยเฉพาะประเทศมาเลเซีย ดังนั้นจากการที่ประเทศไทยยังขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ภาครัฐสนับสนุนและส่งเสริมให้

มีการขยายโอกาสทางการศึกษาในแขนงวิชาที่เกี่ยวข้องกับสาขาเทคโนโลยีการยางที่จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมยางได้มากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านยางให้มีปริมาณและคุณภาพที่ดีขึ้นกว่าปัจจุบันที่เป็นอยู่ ซึ่งเป็นการลดข้อเสียเปรียบด้านการแข่งขันในส่วนของปัจจัยแรงงานที่มีทักษะ เพื่อสามารถคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางแท่งให้มีขั้นมาตรฐานที่มีความหลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้สามารถที่จะตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ซื้อยางแท่งได้เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้มีความจำกัดด้านข้อมูลบางประการ โดยเฉพาะด้านวัตถุดิบ ซึ่งไม่มีการเก็บรวบรวมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับระดับราคาวัตถุดิบของประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยควรนำข้อมูลในส่วนนี้มาเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาประเทศคู่แข่งอื่น ๆ เป็นการเปรียบเทียบด้วย เช่น ประเทศเวียดนาม ซึ่งปัจจุบันประเทศนี้เข้ามามีบทบาทในการส่งออกยางแท่งมากขึ้น

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2548. สถิติยางพาราของประเทศไทย (Online). แหล่งที่มา : www.thainr.com/main_th.htm.

กาญจนา ปู่อาจ. 2544. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทเซรามิกของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กรมวิชาการเกษตร. 2548. สภาพตลาดและราคายางธรรมชาติ. สงขลา: ม.ป.ท.

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2548. จีนเข้า WTO: โอกาสและผลกระทบ. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

ฉัตรชัย โชตนากร. 2524. ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ยางพาราของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชมนุญ บุญคง. 2548. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมของชำร่วยและเครื่องประดับประเภทเซรามิกของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตรนันทน์ คำมูณี. 2545. แนวโน้มการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2548. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยสำหรับลูกค้าทั่วไปของประเทศไทย (online). แหล่งที่มา: www.bot.or.th/bothomepage/databank/Financial_Institutions/interestrate/interest_e.asp.

นฤมล คงน้อย. 2540. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นรินาม. 2540. อนาคตยางแท่งไทยในเวทีโลก. **ปราสาทสังข์** 15 (8): 27-31.

ปัทมา จงสุรสิทธิวัฒน์. 2540. **ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยในการส่งออกสิ่งตีพิมพ์**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มนสิทธิ์ หลักชัยมงคล. 2547. **ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกึ่งแม่แข็งของไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มยุรัตน์ สุกสิทธิ. 2546. **การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของรถยนต์เพื่อการพาณิชย์และรถยนต์นั่งของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พรเทพ เอื้อวิเศษวงศ์. 2548. **การวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันการส่งออกยางพาราของประเทศไทยกับอินโดนีเซีย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศราลี ตรงการดี. 2547. **ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผักและผลิตภัณฑ์ผักของประเทศไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุลัดษณา เถาจเวชกุล. 2542. **ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุรชัย รัตนกิจตระกูล. 2536. **ยุทธการธุรกิจระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

โสภา เพชรกาฬ. 2532. **ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของราคายางพาราในตลาดระดับต่าง ๆ ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สิริรัตน์ กุศล. 2546. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมสับปะรด
กระป๋องของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมาคมยางพาราไทย. 2548. ข่าวสมาคมยางพาราไทย. สงขลา: ม.ป.ท.

สถาบันวิจัยยาง. 2545. ทำเนียบโรงงานผลิตภัณฑ์ยาง. กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตร
และสหกรณ์.

สถาบันวิจัยยาง. 2546. ข้อมูลวิชาการยางพารา 2546. กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตร
และสหกรณ์.

สถาบันวิจัยยาง. 2547. ข่าวสถาบันวิจัยยาง. กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและ
สหกรณ์.

สถาบันวิจัยยาง. 2548. สถิติยางประเทศไทย. กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและ
สหกรณ์.

สถาบันวิจัยยาง. 2548. สถิติยางโลก (online). แหล่งที่มา: [www.rubberthai.com/
main_th.html](http://www.rubberthai.com/main_th.html).

เสาวนีย์ ก่อวุฒิกุลรังษี. 2546. การผลิตยางธรรมชาติ. ปัตตานี: ม.ป.ท.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2547. รายงานการศึกษา
ฉบับสมบูรณ์ เรื่อง โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนารัพยากร
มนุษย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ:
ม.ป.ท.

Bank Indonesia. 2005. **Interest Rate of US Dollar Credit by Group of Banks
Indonesia** (online). แหล่งที่มา: [www.bi.go.id/web/en/Data+Statistik/
statcat.html](http://www.bi.go.id/web/en/Data+Statistik/statcat.html).

Bank Negara Malaysia. 2005. **Interest Rate of US Dollar Credit by Group of Banks Malaysia** (Online). แหล่งที่มา: www.bnm.gov.my/index.12.html.

Food and Agriculture Organization of the United Nation. 2004. **Area under Plantation Rubber** (Online). แหล่งที่มา: www.fao.org/waicent/portal/statistics_en.html.

International Rubber Study Group. 2004. **Rubber Statistic Bulletin**. Wembley: Heron House.

International Rubber Study Group. 2004. **Net Import of Natural Rubber** (online). แหล่งที่มา: www.rubberstudy.com/main_th.html.

Porter, M. E. 1998. **The Competitive Advantage of Nation: A New Introduction**. New York: Freepress.

_____. 2005. Gross Import of Technically Specified Rubber By Countries. **The Association of Natural Rubber Production Countries**. Malaysia: n.p.

ภาคผนวก

<u>ลำดับที่</u>	<u>แหล่งเงินทุน</u>
..... ()	เงินส่วนตัวของผู้ถือหุ้น
..... ()	แหล่งเงินทุนนอกระบบ
..... ()	อื่น ๆ (ระบุ)

6. สถานประกอบการของท่านประสบกับปัญหาในเรื่องขาดแคลนเงินทุนหรือไม่

- () มีปัญหา () ไม่มีปัญหา

ในกรณีมีปัญหา ปัญหาใดต่อไปนี้เป็นปัญหาสำคัญ (โปรดเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด 3 อันดับแรก)

<u>ลำดับที่</u>	
..... ()	เงินทุนไม่เพียงพอในการดำเนินงานและไม่อาจกู้ยืมจากที่ใดได้
..... ()	อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป
..... ()	ขาดแคลนหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้
..... ()	ใช้ LC หรือเอกสารการส่งออกอื่น ๆ ค้ำประกันการกู้ยืมไม่ได้
..... ()	อื่น ๆ (ระบุ)

7. สถานประกอบการของท่านได้รับหรือเคยได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือไม่

- () ไม่เคยได้รับการส่งเสริม
 () ได้รับการส่งเสริมอยู่ในปัจจุบัน
 () เคยได้รับการส่งเสริมในอดีต แต่ในปัจจุบันไม่ได้รับการส่งเสริม
 () อยู่ระหว่างพิจารณา

8. แรงงานที่สถานประกอบการของท่านเน้นใช้เป็นแรงงานประเภทใด

- () แรงงานไร้ฝีมือ เช่น ช่างไฟฟ้า เป็นต้น ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์
 () แรงงานมีฝีมือ เช่น ผู้จัดการ ผู้ควบคุมเครื่องจักร เป็นต้น ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์

9. สถานประกอบการของท่าน มีจำนวนแรงงานทั้งสิ้น ประมาณ.....คน

- ☐ แรงงานชาวไทย ประมาณ.....คน
 ☐ แรงงานต่างชาติ ประมาณ.....คน

10. ถ้ามีแรงงานต่างชาติ เหตุใดท่านจึงเลือกใช้แรงงานต่างชาติ

- () ค่าจ้างแรงงานถูก () มีแรงงานเป็นจำนวนมาก
 () มีทักษะการทำงานดี () ไม่มีปัญหาการรวมตัว
 () อื่น ๆ (ระบุ)

11. ปัจจุบันนี้สถานประกอบการของท่านประสบกับปัญหาแรงงานหรือไม่

- () ประสบปัญหา () ไม่ประสบปัญหา
ในกรณีประสบปัญหา ท่านประสบปัญหาอย่างไรบ้าง
 () คนงานที่มีฝีมือหายาก () คนงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง
 () คนงานเรียกร้องค่าจ้างสูงเกินไป () คนงานขาดความชำนาญ
 () อื่น ๆ (ระบุ)

12. ธุรกิจที่ท่านทำอยู่ในปัจจุบัน มีลักษณะเป็นธุรกิจที่

- () เป็นผู้ผลิตอย่างเดียว [ตอบคำถามส่วนที่ 2]
 () เป็นผู้ผลิตและทำการส่งออกด้วย [ตอบคำถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3]
 () เป็นทั้งผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้นำเข้า [ตอบคำถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4]

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการผลิตยางแท่ง

1. ประเภทยางแท่งที่ท่านทำการผลิตในปัจจุบัน

การทำการผลิต	จำนวนผลิต (หน่วย/ปี)	ปีที่เริ่มดำเนินการผลิต
() ยางแท่ง STR 5L		
() ยางแท่ง STR20		
() ยางแท่ง STR 10		
() ยางแท่ง STR XL		
() ยางแท่ง STR 5		
() ยางแท่ง STR 5CV		
() ยางแท่ง STR 10CV		
() ยางแท่ง STR 20CV		

2. ข้อมูลต้นทุนการผลิตในประเภทสำคัญที่ทำการผลิต 2 ประเภทแรกของสถานประกอบการท่าน

2.1 โครงสร้างต้นทุนการผลิตยางแท่ง ประเภท.....

@ ต้นทุนค่าแรงงาน โดยเฉลี่ย/ปี ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์

@ ต้นทุนวัตถุดิบ โดยเฉลี่ย/ปี ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์

@ ต้นทุนค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรอุปกรณ์ โดยเฉลี่ย/ปี ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์

@ ต้นทุนอื่น ๆ โดยเฉลี่ย/ปี ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์

รวมเปอร์เซ็นต์

2.2 โครงสร้างต้นทุนการผลิตยางแท่ง ประเภท.....

@ ต้นทุนค่าแรงงาน โดยเฉลี่ย/ปี ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์

@ ต้นทุนวัตถุดิบ โดยเฉลี่ย/ปี ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์

@ ต้นทุนค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรอุปกรณ์ โดยเฉลี่ย/ปี ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์

@ ต้นทุนอื่น ๆ โดยเฉลี่ย/ปี ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์

รวมเปอร์เซ็นต์

3. เครื่องจักรอุปกรณ์การผลิตและเทคโนโลยีการผลิตที่ท่านนำมาใช้มาจากประเทศใดบ้าง

.....

4. วัตถุดิบที่ท่านใช้ในการผลิตยางแท่งในปัจจุบันคืออะไร

() ยางแผ่นดิบคุณภาพต่ำผสมกับขี้ยาง

() ยางก้อน

() อื่น ๆ

(ระบุ).....

5. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ท่านนำมาจากแหล่งใดเป็นสำคัญ

.....

6. ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่เป็นอุปสรรคในการผลิต คือ

- () ปริมาณไม่เพียงพอ () ราคาสูงเกินไป
 () ปริมาณไม่แน่นอน () คุณภาพไม่ดีพอ
 () อื่น ๆ (ระบุ)

7. ในปัจจุบันสถานประกอบการท่านดำเนินการผลิตเต็มกำลังการผลิตหรือไม่

- () เต็มกำลังการผลิต () ไม่เต็มกำลังการผลิต

ในกรณีไม่เต็มกำลังการผลิต ท่านใช้ประมาณร้อยละของกำลังการผลิต

ซึ่งมีสาเหตุจาก

- () วัตถุดิบไม่เพียงพอ
 () ขาดแคลนคนงาน
 () ปริมาณความต้องการสินค้าไม่มากพอจะผลิตเต็มกำลัง
 () อื่น ๆ (ระบุ)

8. ปัจจุบันท่านยังต้องพึ่งพาความรู้ทางเทคโนโลยีจากชาวต่างชาติหรือไม่

- () ต้องการ () ไม่ต้องการ เพราะ.....

9. ท่านคิดว่าการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากชาวต่างชาติมีความจำเป็นหรือไม่

- () ไม่มีความจำเป็น
 () จำเป็นในช่วงเริ่มกิจการ
 () จำเป็นบ้างในช่วงดำเนินกิจการ
 () มีความจำเป็นอย่างยิ่ง

10. สถานประกอบการของท่านมีเทคโนโลยีการผลิตที่คิดค้นขึ้นเป็นของตนเองหรือไม่

- () มี แต่ไม่ได้จดลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร
 () มี และจดลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตรแล้ว
 () ไม่มี

11.ผลิตภัณฑ์ที่ท่านผลิตได้ จัดจำหน่ายอย่างไร

- () ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ
- () ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศบางส่วน ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์
- () ขายในประเทศทั้งหมด
- () ขายในประเทศบางส่วน ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์
- () อื่น ๆ (ระบุ).....

12.เทคนิคการผลิตท่านได้มาด้วยวิธีการใด

- () คิดค้นเทคนิคการผลิตเอง
- () เรียนแบบหรือปรับปรุงวิธีการผลิตจากผู้ผลิตอื่นในประเทศ
- () ซื้อเทคนิคการผลิตจากต่างประเทศ (ระบุประเทศ).....
- () เรียนแบบหรือปรับปรุงวิธีการผลิตจากต่างประเทศ
- () ได้รับความช่วยเหลือทางเทคนิคจากบริษัทต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง
- () ได้รับคำแนะนำทางเทคนิคจากหน่วยงานรัฐ
- () อื่น ๆ (ระบุ).....

13. ในประเด็นต่าง ๆ ในการผลิตท่านคิดว่ามีปัญหาเล็กน้อยเพียงใด

ประเด็นหลัก	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
เทคนิคการผลิต				
วัตถุดิบ				
แรงงาน				
การจัดการผลิต				

14. ท่านคิดว่าในการผลิตสินค้ามีปัญหาและอุปสรรคอย่างไร

ประเด็นหลัก	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
การขนส่ง				
สาธารณูปโภค สาธารณูปการ				
กฎระเบียบ				
- กรมศุลกากร				

ประเด็นหลัก	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
- กระทรวงพาณิชย์				
- กระทรวงอุตสาหกรรม				
- กรมแรงงาน				
- กระทรวงสาธารณสุข				
- ธนาคารแห่งประเทศไทย				
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)				
- ปัญหาอื่น ๆ (ระบุ)				
.....				

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการส่งออกยางแท่ง

1. ประเภทยางแท่งที่สถานประกอบการของท่านทำการส่งออก

การทำการส่งออก	ประเภท	จำนวนส่งออก	ตลาดที่ส่งออก
()	STR 5L
()	STR 20
()	STR 10
()	STR XL
()	STR 5
การทำการส่งออก	ประเภท	จำนวนส่งออก	ตลาดที่ส่งออก
()	STR 5CV
()	STR 10CV
()	STR 20CV

2. ในการส่งออกครั้งแรกและปัจจุบัน ท่านหาลูกค้าด้วยวิธีใด

ครั้งแรก	ปัจจุบัน	
()	()	ติดต่อลูกค้าในตลาดต่างประเทศด้วยตนเอง
()	()	ลูกค้าต่างประเทศเริ่มติดต่อสั่งสินค้าก่อน
()	()	ผู้ส่งออกในประเทศมาติดต่อเพื่อรับสินค้าไปส่งอีกทอดหนึ่ง

- | ครั้งแรก | ปัจจุบัน | |
|--------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ติดต่อผู้ประกอบการในประเทศ เพื่อหาลูกค้าต่างประเทศ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ผู้ร่วมทุนต่างชาติหาลาดให้ |

3. ในกรณีที่ท่านเป็นผู้ติดต่อลูกค้าในต่างประเทศเอง ท่านทราบรายชื่อลูกค้าด้วยวิธีใด

- จากรายชื่อผู้นำเข้า (Import Directory) ในต่างประเทศ
- จากตัวแทนหรือบริษัทของท่านในต่างประเทศ
- จากตัวแทนการค้าในต่างประเทศ
- จากรายชื่อสมาชิกในสมาคมต่าง ๆ (เช่น หอการค้า เป็นต้น)
- จากบริการของรัฐ
- จากสถานทูตในประเทศไทย
- อื่น ๆ (ระบุ).....

4. กรณีลูกค้าในต่างประเทศเป็นผู้ที่ติดต่อท่านก่อน ลูกค้าทราบรายชื่อธุรกิจท่านด้วยวิธีการใด

- รายชื่อผู้ผลิตและผู้ส่งออก (Manufacturer and Export Directory) ของไทย
- INTERNET
- อื่น ๆ (ระบุ).....

5. ปัจจุบันสถานประกอบการของท่านทำการส่งออกด้วยวิธีใด

- ขายให้แก่ผู้จัดจำหน่ายหรือตัวแทนการค้าอิสระในต่างประเทศ
- ขายให้แก่ผู้ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันในตลาดต่างประเทศ
- ขายให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศโดยตรง
- ขายผ่านผู้ค้าส่งออกในประเทศไทย
- อื่น ๆ (ระบุ).....

6. ท่านคิดว่าแนวโน้มการส่งออกของท่านไปยังตลาดที่สำคัญ ๆ อย่างประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และจีน ในอนาคตจะเป็นอย่างไร

- แย่ลงกว่าเดิม
- เหมือนเดิม
- ดีขึ้น

สาเหตุเพราะ.....

7. มลเหตุจูงใจสำคัญในการส่งออกยางแท่ง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ตลาดต่างประเทศจะให้ผลกำไรสูงกว่าตลาดในประเทศ
- () ตลาดภายในประเทศอิมตัว การแข่งขันสูง
- () เพื่อระบายผลผลิตที่ผลิตได้
- () เพื่อลดต้นทุนจากการขยายกำลังการผลิต
- () ยอดขายและกำไรในประเทศลดลง
- () ผลผลิตมีคุณสมบัติไม่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ในประเทศ
- () อื่น ๆ (ระบุ).....

8. ท่านคิดว่าการส่งออกส่งผลกระทบต่อสถานประกอบการของท่านอย่างไร

	ผลกระทบมาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผลกระทบ
กำไรเพิ่มขึ้น				
ความมั่นคงของกิจการ				
เสถียรภาพรายได้สูงขึ้น				
ต้นทุนการผลิตลดลง				
ชื่อเสียงดีขึ้น				
อื่นๆ(ระบุ).....				

9. ท่านมีปัญหาในการส่งออกสินค้ามากน้อยเพียงใดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซีย ในประเด็นต่อไปนี้

	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
ราคา				
คุณภาพ				
รูปภัณฑ์สินค้า				
มาตรฐานสินค้า				
อื่น ๆ (ระบุ)				

10. ท่านกำหนดราคาสินค้าในการส่งออกอย่างไร

- () เอาต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ
 () ตั้งราคาให้ต่ำเพื่อหวังผลขายจำนวนมาก
 () ตั้งราคาสูงเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ
 () ตั้งราคาให้ได้กำไรสูงสุด ในการขายแต่ละครั้ง
 () ตั้งราคาโดยดูจากราคาของประเทศคู่แข่งในตลาดต่างประเทศเป็นเกณฑ์
 () อื่น ๆ (ระบุ).....

11. ท่านเคยประสบปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ดี หรือคุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอในการส่งออกบ้างหรือไม่

- () เคย () ไม่เคย

ในกรณีเคยมีปัญหา ท่านแก้ปัญหาด้วยวิธีการใด

- () เข้มงวดมากขึ้นในการตรวจสอบมาตรฐานมากขึ้น
 () ขอคำแนะนำจากลูกค้าในการปรับปรุงและตรวจสอบคุณภาพสินค้า
 () ขอคำแนะนำจากหน่วยงานของรัฐ คือ
 () อื่น ๆ (ระบุ).....

12. ในการส่งออกสินค้าของท่าน ท่านได้รับความช่วยเหลือด้านมาตรการต่าง ๆ จากหน่วยงานของรัฐและเอกชน เช่น สมาคมยางพาราไทย หรือไม่

ประเภทยางแท่ง	มาตรการที่ได้รับ	จากหน่วยงาน
STR 5L		
STR 20		
STR 10		
STR XL		
STR 5		
STR 5CV		
STR 10CV		
STR 20CV		

13. ท่านคิดว่าปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออกของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญ คือ ประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย

	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย				
ข้อมูลการตลาด				
สินค้าที่มีคุณภาพ				
การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความ				
ต้องการมากขึ้น				
การกำหนดราคาที่เหมาะสม				
การขนส่งสินค้า				
การให้บริการลูกค้า				
การให้เครดิตลูกค้า				
อื่น ๆ (ระบุ)				
.....				

14. ในการส่งออกของท่านไปยังตลาดที่สำคัญ ๆ อย่างตลาดญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และจีน ท่านมีปัญหามาในประเด็นต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง (ประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย)

	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีปัญหา
ความรู้ทางการตลาด				
การปรับปรุงสินค้าให้เข้ากับความต้องการ				
การส่งเสริมการขายในตลาดคู่ค้าดังกล่าว				
การจัดจำหน่ายในต่างประเทศ				
การกำหนดราคาที่เหมาะสม				
การขนส่งสินค้า				
การให้บริการลูกค้า				
การกีดกันทางการค้า				
ความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรม				
อื่น ๆ (ระบุ).....				

15. ในการส่งออกยางแท่งของท่านไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญ (ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและจีน) ท่านได้รับมาตรการการค้าจากประเทศเหล่านี้อย่างไรบ้าง

ประเภทยางแท่ง	ประเทศที่ส่งออก	มาตรการที่ได้รับ
STR 5L		
STR 20		
STR 10		
STR XL		
STR 5		
STR 5CV		
STR 10CV		
STR 20CV		

16. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของรัฐต่อการส่งออกของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....
