



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร)

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์เกษตร

เศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราไป
สาธารณรัฐประชาชนจีน

A Competitive Analysis of Natural Rubber Exporting to People's Republic of China

นามผู้วิจัย นางสาวจุฑารัตน์ พรหมทัต

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ศานิต เก้าเอี้ยน, วท.ม.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา วีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราไปสาธารณรัฐประชาชนจีน

A Competitive Analysis of Natural Rubber Exporting to People's Republic of China

โดย

นางสาวจุฑารัตน์ พรหมทัต

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร)

พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จุฬารัตน์ พรหมทัต 2553: การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราไป
สาธารณรัฐประชาชนจีน ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร) สาขาเศรษฐศาสตร์
เกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:
รองศาสตราจารย์ศานิต เก้าเอี้ยน, วท.ม. 154 หน้า

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออก
ยางพารา โดยใช้แบบจำลองความได้เปรียบเชิงแข่งขันระบบเพชรของ Michael E. Porter นอกจากนี้ยังวิเคราะห์
ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นของประเทศจีน จากประเทศไทย
อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Panel Data

ผลการวิเคราะห์พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกยางแผ่นรมควัน และ
น้ำยางข้น ในด้านปัจจัยการผลิต เช่น ความเพียงพอของวัตถุดิบในการผลิต ความเชี่ยวชาญในการผลิตของ
แรงงาน ส่วนด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง พบว่าประเทศไทยเริ่มมีการพัฒนานำยางแผ่นรมควัน
และน้ำยางข้นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มากขึ้น สำหรับยางแท่งมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม
เพื่อการส่งออก ทำให้มีการพัฒนาคุณภาพด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ซึ่งข้อเสียเปรียบของการส่งออกยางแผ่น
รมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น คือ ระบบขนส่งสินค้าที่มีต้นทุนขนส่งราคาสูง การบริหารงานเป็นแบบ
ครอบครัว ทำให้การบริหารไม่เป็นระบบ โดยเฉพาะในส่วนของยางแท่ง ยังมีข้อเสียเปรียบในด้านคุณภาพใน
การผลิต และมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง อีกทั้งยังขาดเทคโนโลยีในการผลิต อนึ่ง ในส่วนผลการ
วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศจีน พบว่า ราคานำเข้าที่แท้จริง และ
สัดส่วนของรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงของประเทศจีนกับประเทศผู้ส่งออก มีผลต่อการนำเข้ายางแผ่น
รมควันของจีน ซึ่งถือได้ว่ายางแผ่นรมควันเป็นสินค้าสามัญในตลาดประเทศจีน สำหรับยางแท่ง พบว่า ราคา
นำเข้าที่แท้จริง และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศผู้ซื้อและผู้ขาย มีผลต่อการนำเข้าของประเทศไทย
และน้ำยางข้น ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าในตลาดประเทศจีน คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และ
สัดส่วนของรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงของประเทศจีนและประเทศผู้ส่งออก แสดงว่าน้ำยางข้นที่จีน
นำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกต่างๆ เป็นสินค้าสามัญ

ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาการศักยภาพในการผลิตและการส่งออกยางพาราแต่ละประเภทโดย
เฉพาะยางแท่งและพัฒนาการแข่งขันการเพื่อการส่งออกยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้นที่มีความสามารถอยู่แล้ว
ให้ดีขึ้น โดยควรส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนาคุณภาพยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราเพื่อสร้าง
ความได้เปรียบการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราไปจีนให้เพิ่มขึ้น

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Jutarat Phromtat 2010: A Competitive Analysis of Natural Rubber Exporting to People's Republic of China. Master of Science (Agricultural Economics), Major Field: Agricultural Economics, Department of Agricultural and Resource Economics. Thesis Advisor: Associate Professor Sanit Kao-ian, M.S. 154 pages.

This study aimed to analyze factors influencing the competitive advantage of natural rubber exporting by using the Diamond System Competitive Advantage Model of Michel E. Porter. This study also analyzed factors affecting the imported demand for Ribbed Smoked Sheet, Standard Thai Rubber and Natural Rubber Latex of China from Thailand, Indonesia, Malaysia and Vietnam by using Panel Data Analysis.

The results indicated that Thailand has the competitive advantage on Ribbed Smoked Sheet and Natural Rubber Latex exporting in term of production factors and domestic demand such, as the adequacy of raw material, skilled labors and the increasing number of rubber processing plants. The investigation on related and supporting industries also showed that more Smoked Rubber Sheet and Natural Rubber Latex are used in the production process, and the competitive advantage of Standard Thai Rubber in the export industry leads to the development of high quality products. However, there are some disadvantages in Ribbed Smoked Sheet, Standard Thai Rubber and Natural Rubber Latex exporting, such as high transportation cost, non-systematic administration in form of family business, higher cost and insufficient production technology. In the analysis of factors affecting demand for various types of rubber imported from Thailand to China, the results showed that imported demand for Ribbed Smoked Sheet depends on the actual import price and real gross national income of China. In addition, the study also indicates that imported demand for Standard Thai Rubber depends on the actual import price and exchange rates between countries. For Natural Rubber Latex, imported demand is determined by real national income and exchange rates between countries. These findings indicated that Ribbed Smoked Sheet and Natural Rubber Latex are common goods.

Therefore, Thailand needs to develop its production and exporting capacity in each types of rubber, especially Standard Thai Rubber and also needs to improve its export competitiveness on Ribbed Smoked Sheet and Natural Rubber Latex by promoting research and development on the product's quality to increase the competitive advantage of rubber exporting from Thailand to China.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงยิ่งของ รศ.ศานิต เก้าเอี้ยน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่ได้ให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณผศ.ดร.วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ดีต่อวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย และขอขอบพระคุณ รศ.นภาพรณัฏ์ พรหมชนะ ประธานการสอบ และ รศ.ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก เป็นอย่างสูงที่กรุณาให้คำปรึกษา สำหรับข้อเสนอแนะและแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่างๆ และคำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร เจ้าหน้าที่สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลการวิจัยและให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และที่สำคัญขอกราบขอบพระคุณคุณบิดาและคุณมารดาที่คอยให้ความรัก ความหวังใจ และเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา และสุดท้ายขอบคุณเพื่อนๆ และน้องๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้เสมอ รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ได้เอื้อนาม ณ ที่นี้

ประโยชน์อันใดที่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้พึงมี ขอมอบแด่บิดา มารดา ครู อาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน และหากวิทยานิพนธ์เล่มนี้มีข้อผิดพลาด หรือข้อบกพร่องประการใดทางผู้วิจัยขอน้อมรับไว้เพียงผู้เดียว

จุฑารัตน์ พรหมทัต

กันยายน 2553

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
ขอบเขตการวิจัย	7
นิยามศัพท์	8
วิธีการวิจัย	9
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	11
แนวคิดทางทฤษฎี	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์	29
สมมติฐานในการวิจัย	33
บทที่ 3 สภาวะการผลิต การใช้ การส่งออกยางพาราของโลก และการนำเข้ายางพาราของประเทศจีน	35
การผลิตยางพาราและยางสังเคราะห์ของโลก	35
การใช้ยางพาราและยางสังเคราะห์ของโลก	47
การส่งออกยางพาราของประเทศที่สำคัญ	52
การนำเข้ายางพาราของประเทศจีน	57
นโยบายการนำเข้ายางพาราของประเทศจีน	60
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	62
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ในการส่งออกยางพาราของไทย	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต	64
ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุปสงค์ในประเทศ	79
ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง	85
ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับโครงสร้างกลยุทธ์องค์การและ สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม	91
ภาครัฐ	95
สถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้	99
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างผันผวนวันของประเทศไทย	109
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างแท้จริงของประเทศไทย	113
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศไทย	116
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	121
สรุป	121
ข้อเสนอแนะ	124
ข้อจำกัดในการศึกษา	126
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	127
ภาคผนวก	132
ภาคผนวก ก ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์	133
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์	144
ประวัติการศึกษา และการทำงาน	154

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณส่งออกยางพาราของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ปี 2545 – 2551	2
2	ปริมาณการใช้ยางพาราของประเทศที่สำคัญ ปี 2541 - 2551	2
3	ปริมาณการผลิต การส่งออก การใช้ภายในประเทศ และสต็อกยางพาราของประเทศไทย	3
4	ปริมาณการส่งออกยางพาราแยกประเภทของประเทศไทย ปี 2541 - 2551	4
5	มูลค่าการส่งออกยางพาราแยกตามประเภทของประเทศไทย ปี 2541 - 2551	5
6	ปริมาณการผลิตยางพาราและยางสังเคราะห์ของโลก ปี 2541 – 2551	36
7	ผลผลิตยางพาราของประเทศที่สำคัญ ปี 2541 - 2551	37
8	เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีดยางพาราของประเทศไทย ปี 2550 - 2551	40
9	ผลผลิตยางพาราของประเทศไทยแยกตามประเภท ปี 2542 – 2551	41
10	ปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ ปี 2541 -2551	46
11	ประเทศผู้ผลิตยางสังเคราะห์ของโลก 5 อันดับแรก ปี 2541 – 2551	47
12	ปริมาณการใช้ยางพาราและยางสังเคราะห์ของโลก ปี 2541 – 2551	51

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
13	เปรียบเทียบปริมาณการใช้ยางพาราและยางสังเคราะห์ของประเทศจีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และไทย ปี 2541 -2551	52
14	ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ปี 2541 – 2551	56
15	ปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้นของประเทศจีน ปี 2541 – 2551	59
16	อัตรากำไรของยางพาราในกรอบต่างๆ ในประเทศจีน	61
17	ต้นทุนการผลิตยางแผ่นรมควันขนาดกำลังผลิต 20,000 ตันต่อปี ปี 2549	66
18	ต้นทุนการผลิตยางแท่งชั้น 20 ขนาดกำลังผลิต 20,000 ตันต่อปี ปี 2549	69
19	ต้นทุนการผลิตน้ำยางข้นขนาดกำลังผลิต 12,000 ตันต่อปี ปี 2549	71
20	จำนวนประชากรและแรงงานภาคการเกษตรของประเทศที่สำคัญ ปี 2545 - 2551	73
21	จำนวนโรงงานแปรรูปยางพาราที่จดทะเบียน ปี 2548 – 2551	73
22	ปริมาณส่งออกยางพาราผ่านท่าเรือ/ด่านศุลกากรของประเทศไทย ปี 2541 – 2551	75
23	ปริมาณการส่งออกยางผ่านท่าเรือและด่านศุลกากรปลายทางประเทศจีน ปี 2551	77

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
24	การใช้ยางพาราในประเทศไทยแยกประเภทที่สำคัญปี 2541 – 2551	80
25	การใช้ยางพาราในประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ในปี 2541 – 2551	81
26	การใช้ยางพาราที่สำคัญของประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	82
27	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย ปี 2549 – 2551	87
28	ปริมาณการผลิตยางล้อประเภทต่างๆของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และ เวียดนาม ในปี 2546 -2551	88
29	ปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ของประเทศจีนจากประเทศไทย ปี 2541 – 2551	100
30	อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินของประเทศต่างๆต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2541 – 2551	102
31	ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศจีนจาก ประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ในช่วงปี 2541 -2551	111
32	ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแท่งของประเทศจีนจาก ประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ในช่วงปี 2541 -2551	115

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
33	ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ในช่วงปี 2541 -2551	119
ตารางผนวกที่		
1	ปริมาณการนำเข้าอย่างแผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	134
2	ปริมาณการนำเข้าอย่างแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	135
3	ปริมาณการนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	136
4	ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	137
5	ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	138
6	ราคานำเข้าที่แท้จริงของน้ำยางขึ้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	139
7	ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	140

สารบัญตาราง

ตารางผนวกที่		หน้า
8	รายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	141
9	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	142
10	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางพาราที่แท้จริงของประเทศจีนไป ประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551	143

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ระบบเพชรที่สมบูรณ์	12
2	แบบจำลองตลาดยางพาราระหว่างประเทศ	19
3	สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม	106
4	สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม	107
5	สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกน้ำยางข้นของประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม	108

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ยางพารา เป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ เนื่องจากยางพาราถูกนำไปใช้ในการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก โดยผลผลิตยางพาราของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี 2545 – 2551 ผลผลิตของโลกเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.16 ต่อปี จาก 7,337 พันตันในปี 2545 เป็น 9,876 พันตันในปี 2551 ซึ่งการเพิ่มขึ้นของผลผลิตเกิดจากแรงจูงใจด้านราคา โดยในช่วงปี 2545 – 2551 ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีอัตราการขยายตัวของผลผลิตเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 1.46, 8.36, 0.83 และ 9.28 ต่อปี ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552) และมีปริมาณการส่งออกยางพาราของแต่ละประเทศโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 2.23, 8.28, 0.96 และ 5.94 ต่อปี ตามลำดับ (ตารางที่ 1) ซึ่งประเทศไทยยังคงเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางพารารายใหญ่ที่สุดของโลก แม้จะมีพื้นที่ปลูกยางพาราน้อยกว่าอินโดนีเซีย ซึ่งมีผลผลิตมากเป็นอันดับสอง รองจากไทย และมาเลเซียเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางพาราเป็นอันดับสาม ขณะที่ในปัจจุบันเวียดนามเป็นประเทศผู้ผลิตยางพาราใหญ่อันดับห้าของโลกแต่เป็นผู้ส่งออกอันดับสี่ของ และแม้ว่าสถิติในปี 2551 ประเทศผู้ส่งออกยางพาราใหญ่ของโลก มีการส่งออกลดลงอันเป็นผลมาจากวิกฤตเศรษฐกิจของโลก แต่ยางพารายังคงเป็นสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญต่อการใช้เป็นวัตถุดิบการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ

ส่วนใหญ่ประเทศที่นำเข้ายางพาราเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเติบโตเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นประเทศอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการขยายตัวการผลิตสินค้าที่ใช้ยางพาราเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ เช่น จีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ในช่วงปี 2545 – 2551 แต่ละประเทศมีการใช้ยางพาราโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.04, 1.42, 2.71 และ 1.68 ตามลำดับ (ตารางที่ 2) โดยเฉพาะประเทศจีนมีการขยายการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างมาก ในปัจจุบันจีนเป็นประเทศผู้ใชยางพาราใหญ่ที่สุดของโลก ซึ่งมีปริมาณการใช้คิดเป็นร้อยละ 25 ของปริมาณการใช้ยางของโลก ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ความต้องการใช้ยางพาราของจีนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเร็วกว่าร้อยละ 10 ต่อปี จนติดอันดับประเทศผู้นำเข้ายางพาราอันดับ 1 ของโลก (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2552) สาเหตุที่จีนมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้น เนื่องจากจีนผลิตยางพาราไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้

ในประเทศ จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในจีนซึ่งใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบในการผลิต โดยผลิตรถยนต์ ผลิตชิ้นส่วนอื่นของรถยนต์ ได้แก่ สายพาน ท่อน้ำ และอะไหล่รถยนต์ รวมถึงผลิตภัณฑ์ยาง เช่น พื้นรองเท้า รองเท้ายาง เป็นต้น

ตารางที่ 1 ปริมาณส่งออกยางพาราของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ปี 2545 – 2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2545	2,354.4	1,502.2	887.0	454.8
2546	2,573.5	1,660.5	946.5	432.3
2547	2,637.1	1,875.1	1,106.1	479.7
2548	2,632.4	2,025.0	1,127.9	537.7
2549	2,771.6	2,287.0	1,131.0	679.7
2550	2,703.8	2,407.4	1,018.1	682.0
2551	2,675.3	2,408.3	915.5	619.3
อัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี	2.23	8.28	0.96	5.94

ที่มา: สมาคมยางพาราไทย (2552)

ตารางที่ 2 ปริมาณการใช้ยางพาราของประเทศที่สำคัญ ปี 2541 - 2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	จีน	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้
2545	1,395.0	1,110.8	749.0	325.6
2546	1,525.0	1,078.5	784.2	332.6
2547	2,000.0	1,143.6	814.8	351.7
2548	2,150.0	1,159.2	857.4	369.8
2549	2,400.0	1,003.1	873.7	363.6
2550	2,550.0	1,018.4	887.4	377.3
2551	2,560.0	1,041.0	877.9	358.2
อัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี	1.42	2.71	11.04	1.68

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2552)

สำหรับประเทศไทย ยางพาราเป็นสินค้าเกษตรที่มีปริมาณการผลิตและการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปริมาณการผลิตจำนวน 2,075,950 ตันในปี 2541 เป็น 3,089,751 ตันในปี 2551 ซึ่งในช่วง 11 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541 – 2551) ไทยมีปริมาณการผลิตและการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 4.18 และ 4.03 ต่อปี ตามลำดับ (ตารางที่ 3) ซึ่งทำให้ไทยเป็นผู้ส่งออกยางพารารายใหญ่ของโลก สามารถทำรายได้เข้าประเทศ ในปี 2551 จำนวนทั้งสิ้น 223,628.3 ล้านบาท (สมาคมยางพาราไทย, 2552) ซึ่งการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกเป็นไปตามราคาที่เพิ่มขึ้นตามราคาตลาดโลก โดยผลผลิตที่ส่งออกส่วนใหญ่อยู่ในรูปของการแปรรูปขั้นต้น ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยมีการส่งออกยางพาราไปยังประเทศผู้ซื้อปลายทางที่สำคัญหลายประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย เป็นต้น จึงทำให้ประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับหนึ่งของโลก

ตารางที่ 3 ปริมาณการผลิต การส่งออก การใช้ภายในประเทศ และสต็อกยางพาราของประเทศไทย (หน่วย: ตัน)

ปี	ปริมาณการผลิต	ปริมาณการส่งออก	ใช้ในประเทศ	สต็อก
2541	2,075,950	1,839,396	186,379	209,546
2542	2,154,560	1,886,339	226,917	250,850
2543	2,346,487	2,166,153	242,549	188,635
2544	2,319,549	2,042,079	253,105	213,000
2545	2,615,104	2,354,416	278,355	196,680
2546	2,876,005	2,573,450	298,699	202,240
2547	2,984,293	2,637,096	318,649	232,560
2548	2,937,158	2,632,398	334,649	204,256
2549	3,136,993	2,771,673	320,885	249,895
2550	3,056,005	2,703,762	373,659	230,390
2551	3,089,751	2,675,283	397,595	251,721
อัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี	4.18	4.03	8.07	2.96

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2552)

ในช่วงปี 2541 – 2547 ประเทศไทยมีการส่งออกยางแผ่นรมควันมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่ ยางแท่ง และน้ำยางข้น ต่อมาในช่วงปี 2548 จนถึงปัจจุบัน ประเทศไทยมีการ

ส่งออกที่เปลี่ยนแปลงไป คือ มีการส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับหนึ่ง แทนที่การส่งออกยางแผ่นรมควัน ซึ่งมีสาเหตุมาจากความต้องการยางพาราจากประเทศผู้นำเข้ายางพาราที่สำคัญมีเปลี่ยนแปลงไป โดยตั้งแต่ปี 2541 – 2551 มีการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.03 ต่อปี ซึ่งยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น มีอัตราเฉลี่ยที่ร้อยละ 9.79, -2.19 และ 8.34 ต่อปี ตามลำดับ (ตารางที่ 4) ซึ่งในปี 2551 ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกยางแท่งมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.32 ของการส่งออกยางทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น ที่มีปริมาณการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 29.77 และ 19.04 ตามลำดับ ถึงแม้ปริมาณการส่งออกยางพาราโดยรวมในปี 2551 ลดลงจากปี 2550 แต่ปริมาณการส่งออกยางแท่งและยางคอมปาวด์กลับเพิ่มขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของประเทศผู้นำเข้า ซึ่งไทยมีการส่งออกยางพาราแยกตามประเภทตามความต้องการของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ โดยมีประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกยางพาราที่ใหญ่ที่สุดของไทย นับตั้งแต่ปี 2546 ที่ผ่านจนถึงปัจจุบัน โดยส่งออกยางแท่ง ไปจีนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น ซึ่งทำให้ไทยมีรายได้เข้าประเทศเพิ่มขึ้นจากมูลค่าการส่งออกยางพาราทั้งหมด ซึ่งส่งผลดีต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก

ตารางที่ 4 ปริมาณการส่งออกยางพาราแยกประเภทของประเทศไทย ปี 2541 - 2551

(หน่วย : ตัน)					
ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	คอมปาวด์	รวม
2541	1,047,152	480,222	246,438	76	1,839,396
2542	1,071,490	540,991	216,845	7,381	1,886,339
2543	1,006,144	808,475	284,671	9,626	2,166,153
2544	870,419	763,282	347,541	5,344	2,042,079
2545	1,049,995	828,561	382,457	6,886	2,354,416
2546	1,149,610	912,600	408,993	36,608	2,573,450
2547	1,003,384	997,952	493,081	82,443	2,637,096
2548	920,972	1,109,327	488,675	36,700	2,632,398
2549	938,984	1,069,345	555,905	129,564	2,771,673
2550	861,326	1,103,848	510,489	150,151	2,703,762
2551	796,549	1,132,135	509,375	165,164	2,675,283
อัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี	-2.19	9.79	8.34	88.34	4.03

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2552)

โดยมูลค่าการส่งออกยางพาราทั้งหมดตั้งแต่ปี 2541 – 2551 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.84 ต่อปี แยกเป็นประเภทของยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น ที่มีมูลค่าการส่งออกในช่วง 11 ปีที่ผ่านมาโดยเฉลี่ยร้อยละ 22.14, 10.28 และ 22.03 ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 มูลค่าการส่งออกยางพาราแยกตามประเภทของประเทศไทย ปี 2541 – 2551

(หน่วย: ล้านบาท)

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	อื่นๆ	รวม
2541	30,930.93	15,095.90	8,774.71	213.59	55,015.13
2542	24,760.35	12,507.01	6,298.80	525.45	44,091.61
2543	25,129.90	20,885.44	7,066.60	123.03	53,204.97
2544	23,584.56	22,275.94	12,657.63	182.23	58,700.36
2545	29,817.96	26,824.13	17,433.18	530.91	74,606.18
2546	43,564.76	45,264.10	26,856.99	440.91	115,826.76
2547	49,050.13	53,402.85	34,651.72	499.51	137,604.21
2548	47,902.01	63,936.58	36,535.74	494.12	148,868.45
2549	68,620.34	83,869.85	52,357.83	513.43	205,361.45
2550	64,022.10	73,061.49	49,717.63	7,555.16	194,356.38
2551	69,173.38	87,500.02	46,110.52	20,844.33	223,628.25
อัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี	10.28	22.14	22.03	185.55	16.81

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2552)

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยยังคงมีปริมาณการผลิตและการส่งออกยางพาราเป็นอันดับหนึ่งของโลก แต่ปริมาณการผลิตยางพาราของไทยมีอัตราการขยายตัวในอัตราที่ค่อนข้างต่ำ และความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราของไทยกลับลดลง เมื่อเทียบกับอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญ โดยประเทศอินโดนีเซียมีการส่งออกยางพาราไปยังประเทศต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ซึ่งจีนเป็นประเทศคู่ค้ารายใหม่ของอินโดนีเซียที่นำเข้ายางแท่งเป็นหลัก และนำเข้ายางแผ่นรมควันในอัตราที่ค่อนข้างสูง ส่วนมาเลเซียในช่วงปี 2546 – 2551 มีการส่งออกยางพาราไปตลาดโลกมีแนวโน้มมากขึ้น จากการที่ภายในประเทศเพิ่มพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นจากเดิม ทำให้มีผลผลิตและการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ซึ่ง

ประเทศจากมาเลเซียส่งออกยางพาราไปยัง จีน อียู และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น โดยมีอัตราการขยายตัวการส่งออกยางแห่งประเทศไทยเพิ่มขึ้น และในส่วนของประเทศเวียดนาม แม้ว่าผลผลิตยางยังมีปริมาณน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตยางรายใหญ่อ่างไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย แต่ผลผลิตยางพาราของเวียดนามมีอัตราการขยายตัวการส่งออกมากที่สุดในช่วงปี 2545 – 2551 เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.94 ต่อปี และมีแนวโน้มการส่งออกไปจีนมากเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งประเทศจีนเป็นตลาดหลักที่มีการนำเข้ายางพาราจากประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญทั่วโลก ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม โดยจีนนำเข้ายางแผ่นรมควัน จากไทยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เวียดนาม และมาเลเซีย ในส่วนของยางแท่ง จีนนำเข้าจากอินโดนีเซียมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ไทยและมาเลเซีย และน้ำยางข้นจีนนำเข้าจากไทยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เวียดนาม และมาเลเซีย (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2552) แต่ในปัจจุบันรัฐบาลจีนกำลังเร่งส่งเสริมการเพาะปลูกยางพาราในประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พม่า และกัมพูชา และยังเพิ่มการนำเข้ายางพาราจากเวียดนาม นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้สูญเสียส่วนแบ่งการตลาดบางส่วนของยางแท่งในตลาดจีนให้กับอินโดนีเซียและมาเลเซีย แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังสามารถเป็นผู้ผลิตน้ำยางข้นมากที่สุดในโลกและรักษาศักยภาพในการส่งออกได้ดี

จากการที่ประเทศจีนเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ในปัจจุบัน ทำให้ประเทศต่างๆ ที่ส่งออกยางพารา ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ต้องการครองส่วนแบ่งตลาดยางพาราในตลาดประเทศจีนให้ได้มาก เพื่อที่จะเป็นหนึ่งในการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีน ดังนั้นประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศที่ผลิตและส่งออกยางพารารายใหญ่ของโลก จึงจำเป็นต้องศึกษาในประเด็นขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพารา โดยพิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกยางพาราของไทย และปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางพาราของจีนเพื่อให้ไทยมีศักยภาพในการส่งออกที่ดีในอนาคตและพร้อมปรับตัวกับการแข่งขันในสภาวะการที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อกำหนดทิศทางและวางแผนนโยบายของการส่งออกยางพาราของไทยในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์การผลิต การส่งออกของยางพาราของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม

2. เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบและความสามารถในการส่งออกยางพาราของประเทศไทยกับคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม

3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางพาราของประเทศจีน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากผลการวิเคราะห์ทำให้สามารถอธิบายการผลิต การตลาด และการส่งออกยางพาราของ ไทยรวมถึงความสามารถในการแข่งขันของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม นอกจากนี้ยังสามารถทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางพาราของประเทศจีน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มการขยายตัวในการส่งออกยางพาราของไทย ซึ่งผล การศึกษาจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ส่งออกที่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวางแผนการ ส่งออกยางพาราเพื่อการปรับตัวได้อย่างเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจที่ เปลี่ยนไปและรักษาสถานะของการส่งออก อีกทั้งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ เป็นข้อมูลในการวางแผนนโยบายและส่งเสริมการส่งออกยางพาราของไทยในอนาคตต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์การแข่งขันในการส่งออกและปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้า ยางพาราของประเทศจีนจากประเทศไทย ซึ่งจะแบ่งขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ศึกษายางพาราส่งออก 3 ประเภท คือ ยางแผ่นรมควัน (Ribbed Smoked Sheet : RSS) ยางแท่ง (Standard Thai Rubber : STR) และน้ำยางข้น (Natural Rubber Latex)

2. การวิเคราะห์ความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราของ ไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม โดยใช้ข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 – 2551 เป็นระยะเวลา 11 ปี

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางพาราของประเทศจีน โดยจะใช้ข้อมูล ผสมอนุกรมเวลาและภาคตัดขวาง แบบรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 – 2551 เป็นระยะเวลา 11 ปี

นิยามศัพท์

ยาง ในที่นี้ หมายถึง ยางพารา ซึ่งหมายถึง น้ำยางสด ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ที่ได้มาจากส่วนใดๆ ของต้นยาง

1. ยางแผ่นรมควัน หมายถึง ยางแผ่นดิบที่ทำให้แข็งโดยรมควันให้แห้ง สามารถจัดแบ่งคุณภาพได้ด้วยตาเปล่าและสามารถกำหนดชั้นและคุณสมบัติได้เป็น 5 ชั้น โดยยางแผ่นชั้น 1 และชั้น 2 เป็นยางที่มีความสะอาดมีสีจาง ซึ่งเป็นยางที่มีคุณภาพและราคาสูง ใช้สำหรับผลิตผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เกษตรกรรม เส้นด้ายยางยืดแบบเหลี่ยม เป็นต้น ส่วนยางแผ่นชั้น 3 เป็นยางแผ่นชั้นที่มีคุณภาพ และมีราคาปานกลาง สำหรับนำไปใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ ยางล้อดอกกรวมทั้งผลิตภัณฑ์ยาง ส่วนยางแผ่นชั้น 4 และ ชั้น 5 จะถูกนำไปใช้ทำผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการยางที่มีคุณภาพสูงและราคาต่ำ เป็นยางสีคล้ำ ส่วนใหญ่ใช้สารตัวเติมเขม่าดำเพื่อเสริมความแข็งแรง

2. ยางแท่ง หมายถึง ยางที่ได้พัฒนาจากยางแผ่นรมควันที่มีลักษณะเป็นรูปแบบดั้งเดิม ไปสู่รูปแบบยางแท่ง 4 เหลี่ยม ซึ่งมีลักษณะเป็นแท่ง โดยมีการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน สามารถแบ่งได้เป็น 8 ชั้น ได้แก่ ยางแท่งชั้น XL, ยางแท่งชั้น 5L, ยางแท่งชั้น 5, ยางแท่งชั้น 5CV, ยางแท่งชั้น 10, ยางแท่งชั้น 10CV, ยางแท่งชั้น 20 และ ยางแท่งชั้น 20CV โดยยางแท่งชั้น 20 เป็นยางแท่งที่มีการผลิตมากที่สุด ซึ่งใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ และส่วนประกอบต่างๆ เช่น สายพานและยางล้อดอก รวมทั้งผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์ อะไหล่ยางใช้ในงานวิศวกรรม และใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป เป็นต้น

3. น้ำยางข้น หมายถึง น้ำยางสดที่นำมาผ่านกระบวนการแยกส่วนที่เป็นซีรัมออก เพื่อให้มีความเข้มข้นของปริมาณเนื้อยางไม่ต่ำกว่า 60 เปอร์เซ็นต์ เหมาะสมในการนำไปผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความเหนียวและแข็งแรงมาก โดยไม่เติมสารเสริมความแข็งแรง เช่น ผลิตภัณฑ์จุ่มแบบ เช่น ถุงมือ ลูกโป่ง ถุงยางอนามัย ผลิตภัณฑ์ตีฟอง เช่น ที่นอน หมอน ตุ๊กตาฟองน้ำ ผลิตภัณฑ์หล่อแบบ เช่น ตุ๊กตายาง หุ่นศึกษา และผลิตภัณฑ์เส้นด้ายยืดแบบกลม เช่น ท่อยาง กาวน้ำยาง เป็นต้น

วิธีการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้จะแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้รู้เชิงลึก (Indepth Interview) เกี่ยวกับการส่งออกยางพาราของไทย เช่น เศรษฐกรของสถาบันวิจัยยาง และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร รวมถึงผู้ประกอบการส่งออกยางพาราของไทย เป็นต้น เพื่อให้ทราบข้อมูลด้านการผลิต การตลาด การส่งออกของยางพาราประเทศไทยและประเทศผู้ส่งออก ตลอดจนผลได้เสียของการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีน

2. เป็นข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้ว ซึ่งจะใช้เป็นข้อมูลผสมตัดขวางและอนุกรมเวลา (Panel Data) และมีการเก็บข้อมูลเป็นรายปี ซึ่งได้จากการรวบรวมเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลสถิติจากสถาบันวิจัยยางกรมวิชาการเกษตร สำนักเศรษฐกิจการเกษตร กรมส่งเสริมการส่งออก สมาคมยางพาราไทย และองค์การศึกษาเรื่องยางระหว่างประเทศ (International Rubber Study Group: IRSG) รวมทั้งหนังสือ เอกสาร วารสารและบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงปริมาณการนำเข้ายางพาราของประเทศจีนจากประเทศผู้ส่งออกต่างๆ ซึ่งจะสามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณนำเข้ายางพาราของประเทศจีน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 การอธิบายข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงสร้างการผลิต การตลาด และการส่งออกของประเทศไทย รวมทั้งการนำเข้ายางพาราของประเทศจีนจากประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย โดยอาศัยค่าทางสถิติในรูปแบบต่างๆอย่าง อัตราส่วนร้อยละและตารางประกอบในการบรรยาย เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

1.2 การวิเคราะห์ความได้เปรียบและความสามารถในการส่งออกยางพารา ของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม โดยใช้แบบจำลอง

ความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระดับโลกของอุตสาหกรรม (Porter's Diamond Model) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางพาราของไทย และทิศทางของอัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศต่างๆ ที่สำคัญอย่าง เช่น ประเทศจีน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นของประเทศไทย โดยการสร้างแบบจำลองในรูปสมการถดถอย (Regression) และใช้วิธีการวิเคราะห์แบบข้อมูลผสมตัดขวางและอนุกรมเวลา (Panel Data Analysis) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

แนวคิดทางทฤษฎี

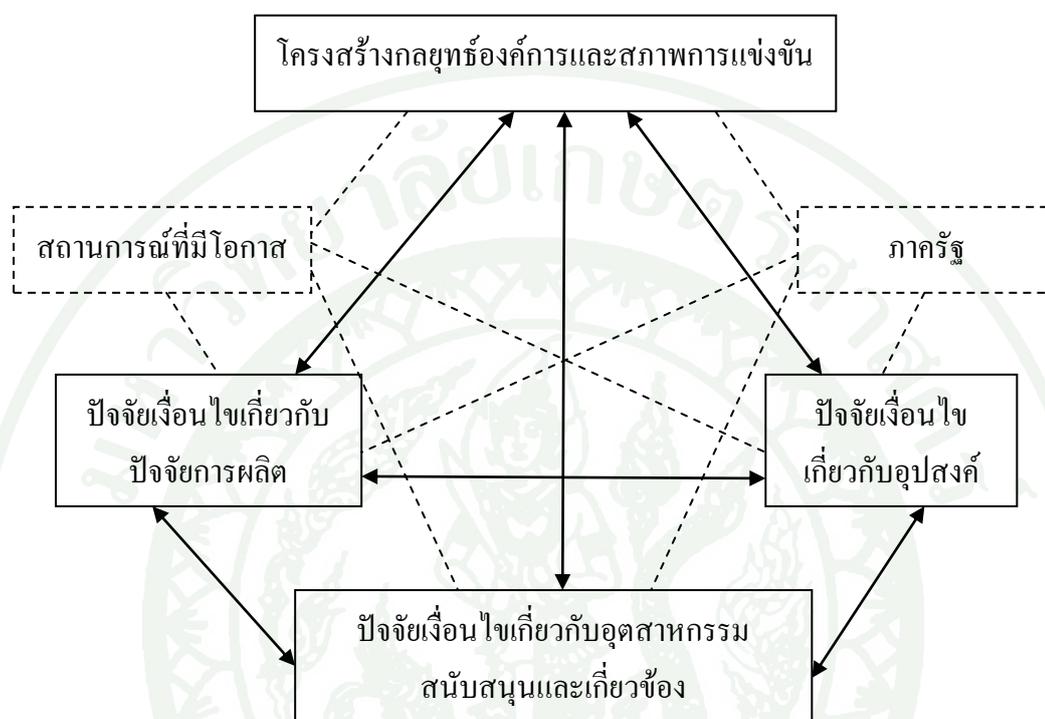
การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกขยายพาราไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้อาศัยทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ ไมเคิล. อี. พอร์เตอร์ เป็นทฤษฎีที่บอกว่าบริษัทใดบริษัทหนึ่งในอุตสาหกรรมจะประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศ หรือมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้ ก็ต่อเมื่อข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันของประเทศสอดคล้องและส่งเสริมกับข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของบริษัทนั้น แต่ในทางตรงข้าม ถ้าข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันของประเทศไม่ส่งเสริม หรือขัดขวางข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของบริษัท บริษัทนั้นในอุตสาหกรรมก็จะไม่ประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศ หรือสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก (สุรชัย รัตนกิจตระกูล, 2536: 35)

ไมเคิล. อี. พอร์เตอร์ มีแนวคิดเกี่ยวกับระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมว่า ภาวะการแข่งขันทางการค้าระดับโลก แต่ละประเทศจะพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่จะทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลกที่นับวันจะมีภาวะที่รุนแรงมากขึ้น จากแนวคิดดังกล่าวจึงนำเอาทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน มาอธิบายโดยกำหนดจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขัน 4 ปัจจัยที่มีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน นำมาประกอบเป็นระบบเดียวกันด้วยแบบจำลองเพชร โดยมีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบอีก 2 ปัจจัยคือ ภาครัฐ และสถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ ในการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรจึงต้องวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชื่อมโยงของปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ได้แก่ ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง และโครงสร้างกลยุทธ์องค์กรและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม และปัจจัยกระทบทั้ง 2 ได้แก่ ภาครัฐ และ

สถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ หากความเชื่อมโยงปรากฏผลแสดงซึ่งความร่วมมือการสนับสนุน หรือการใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ ก็จะหมายถึงอุตสาหกรรมนั้นๆ หรือประเทศ นั้นๆ มีความได้เปรียบในการแข่งขัน (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ระบบเพชรที่สมบูรณ์
ที่มา: นงนุช อังยุริกุล (2551)

จากภาพที่ 1 ระบบเพชรที่สมบูรณ์ ประกอบไปด้วย ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม 4 ปัจจัยและปัจจัยกระทบอีก 2 ปัจจัย ดังนี้ (นงนุช อังยุริกุล , 2551)

1. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต พบว่า ประเทศใดที่มีความพร้อมของปัจจัยการผลิตมากกว่าจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันสูงกว่า ในการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตสามารถแบ่งกลุ่มปัจจัยการผลิตออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 ปัจจัยพื้นฐาน เป็นปัจจัยที่แสดงถึงความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนของประเทศ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ คุณภาพทรัพยากรมนุษย์ ระดับความชำนาญและกึ่งชำนาญของแรงงาน ความพอเพียงของเงินทุน เป็นต้น

1.2 ปัจจัยขั้นสูง เป็นปัจจัยที่แสดงถึงความสามารถในการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศแต่เป็นปัจจัยที่การพัฒนาจะต้องใช้เงินทุนสูงและอาศัยช่วงเวลานานในการพัฒนา ได้แก่ ระดับความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของแรงงาน ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น ระบบการขนส่ง ระบบโทรคมนาคม ระบบสาธารณสุข ระบบข้อมูล ระบบการเงิน เป็นต้น

2. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุปสงค์ พบว่า ประเทศใดมีความชัดเจนของรูปแบบของความต้องการของผู้ซื้อหรือมีอุปสงค์ในประเทศของสินค้าชนิดนั้นเกิดขึ้นก่อน ประเทศนั้นจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันสูงกว่า ทั้งนี้ในแต่ละประเทศที่มีลักษณะของอุปสงค์ในประเทศที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดข้อแตกต่างในสินค้าในระหว่างประเทศที่จะนำมาสู่ข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศนั้นๆ ในการวิเคราะห์จึงมีการพิจารณาถึงลักษณะสำคัญ 3 ประการของอุปสงค์ในประเทศที่จะมีผลต่อการสนับสนุนให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ คือ

2.1 สินค้าอื่นๆ มีอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น ทำให้เกิดความได้เปรียบในการตอบสนองต่อความต้องการ แต่ควรพิจารณาถึง อุปสงค์ที่เกิดขึ้นในประเทศนั้นๆ สามารถพัฒนาให้เป็นอุปสงค์โลกได้หรือไม่ หรือมีการปรับเปลี่ยนลักษณะของสินค้าที่ตอบสนองต่ออุปสงค์ในประเทศให้เป็นอุปสงค์โลกได้หรือไม่ หรือสร้างความไวในการตอบสนองต่ออุปสงค์โลกกระทำได้หรือไม่ ถ้าสามารถทำได้จึงจะเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันขึ้น

2.2 ความคล้ายคลึงและความแตกต่างของอุปสงค์ในประเทศกับอุปสงค์โลก ความได้เปรียบในการแข่งขันจะเกิดขึ้นได้เมื่อความสำคัญของตลาดสินค้าที่มีต่ออุตสาหกรรมในประเทศนั้นมีความสำคัญสูงกว่าประเทศที่มีความสำคัญของตลาดสินค้านี้ต่ออุตสาหกรรมอื่นต่ำกว่า ยิ่งในกรณีที่อุปสงค์ในประเทศกับอุปสงค์โลกมีความคล้ายคลึงกัน ก็ยังสามารถพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันได้สูงกว่า ส่วนในกรณีที่อุปสงค์ในประเทศกับอุปสงค์โลกมีความแตกต่างกัน ก็จะมีการเจาะตลาดเฉพาะที่มีวงแคบลงเป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน

2.3 ความรอบรู้ของผู้บริโภคในประเทศ โดยปกติผู้บริโภคที่มีความรอบรู้ในสินค้านั้นๆ มักจะมีความคาดหวังในสินค้านั้นๆ สูง จะเป็นพลังกดดันให้เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้านั้นๆ กลายเป็นความกล้าหาญของอุปสงค์ ซึ่งเป็นผลให้เกิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

3. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง หมายถึง อุตสาหกรรมที่สามารถประสานกันหรือกิจกรรมการใช้ร่วมกัน ซึ่งความ

ได้เปรียบเทียบในการแข่งขันจะเกิดขึ้นเมื่ออุตสาหกรรมในประเทศที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นๆ ปรากฏลักษณะที่สนับสนุน ดังนี้คือ

3.1 มีความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นความร่วมมือและเป็นความร่วมมือที่มีความต่อเนื่องมาโดยตลอดในด้านการผลิต เช่น เป็นแหล่งปัจจัยการผลิต เพื่อผลิตสินค้าใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูป และนำไปสู่การจัดจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ความสัมพันธ์ในลักษณะที่ผูกพันลึกซึ้งจะสร้างความเข้มแข็งในการส่งผ่านคุณค่าของสินค้า

3.2 มีความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าเข้าสู่สากล เป็นลักษณะของการส่งผ่านข้อมูลจากอุตสาหกรรมหนึ่งไปยังอีกอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศอื่น

4. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับโครงสร้างกลยุทธ์องค์กรและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยปกติโครงสร้างองค์กรจะสะท้อนลักษณะเฉพาะขององค์กรนั้น เช่น สินค้าหัตถกรรมที่มีความได้เปรียบในด้านการทรงคุณค่าทางศิลปะ การแข่งขันมักเลือกใช้การเข้าสู่และครอบครองตลาดเล็ก โดยหลีกเลี่ยงการผลิตสินค้าแบบมาตรฐาน องค์กรจึงมักบริหารด้วยเจ้าของคนเดียว เพื่อดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อมีความยืดหยุ่นและรวดเร็วต่อการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาดได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้การพิจารณาความได้เปรียบในการแข่งขันจากสภาพแข่งขันในประเทศ พบว่า ถ้าในประเทศมีสภาพการแข่งขันสูง มักจะก่อให้เกิดความกดดันและกระตุ้นต่อหน่วยธุรกิจต่างๆ ให้มีการพัฒนาอยู่เสมอ ทั้งการแข่งขันทางด้านราคาและไม่ใช่ว่าราคา ผลที่ปรากฏขึ้นจากความกดดันดังกล่าว เช่น การมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำลง มีนวัตกรรมของสินค้า มีการแสวงหาตลาดใหม่อื่นๆ นอกจากการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนครองตลาดในตลาดเดิมที่มีอยู่ เช่น ตลาดส่งออก หรือตลาดส่งออกเป้าหมายอื่นๆ นอกจากตลาดส่งออกหลักที่มีอยู่

ในแบบจำลองเพชรนอกจากปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าว ยังมีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบ ได้แก่ ภาครัฐ และสถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ ดังนี้

1. ภาครัฐ จะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทั้งในด้านเป็นผู้รับผลจากการเคลื่อนไหวของปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าว และจะเป็นผู้สร้างผลกระทบต่อปัจจัยสำคัญทั้ง 4 โดยการกำหนดมาตรการจากนโยบายต่างๆ ของรัฐ ทั้งนโยบายด้านการผลิต ด้านการค้าทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ และข้อตกลงระหว่างประเทศ ตลอดจนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่มี

ต่อภาคการเกษตรและนอกภาคเกษตร อย่างไรก็ตามภาครัฐไม่ใช่ผู้ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศได้โดยตรง แต่มีบทบาทโดยตรงต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่เนื่องจากการดำเนินการตามนโยบายที่ได้กำหนดขึ้นนั้น อาจปรากฏผลในด้านสนับสนุนหรือด้านอุปสรรคก็ได้ ดังนั้นการพิจารณาเพื่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ ภาครัฐจึงต้องพิจารณาถึงนโยบายที่มีผลต่อการส่งเสริมหน่วยธุรกิจในประเทศ

2. สถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจเป็นพลวัตที่มีการขับเคลื่อนอยู่ตลอดเวลาภายใต้ปัจจัยกระทบที่ไม่สามารถควบคุมได้ ประกอบกับการได้รับการกดดันจากภาวะการแข่งขัน ยังมีโอกาสที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์และเงื่อนไขต่างๆ ที่กระทบต่ออุตสาหกรรมได้มากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ ได้แก่ การเกิดนวัตกรรมใหม่ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี การเปลี่ยนราคาของปัจจัยการผลิตและของผลิตภัณฑ์ การเปลี่ยนแปลงของอุปทานและอุปสงค์ของโลก การตัดสินใจทางการเมืองโดยรัฐบาลของแต่ละประเทศ เป็นต้น ในการพิจารณาความได้เปรียบในการแข่งขัน พบว่า ถ้าสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปที่เกิดขึ้นแล้วอุตสาหกรรมในประเทศสามารถใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ก็จะเปรียบในการแข่งขันเหนือประเทศอื่นที่ไม่สามารถได้รับประโยชน์จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ หมายความว่า ปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ กันสินค้าชนิดนั้น ภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งความต้องการในที่นี้จะหมายถึงอำนาจซื้อ (Purchasing Power หรือ Ability to Pay) หนุนหลังอยู่ ถ้าบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีความต้องการในสินค้าโดยไม่มีเงินที่จะจ่ายซื้อ ซึ่งเรียกความต้องการลักษณะว่าเป็น ความต้องการที่ไม่ใช่อุปสงค์ (รัตนา สายคณิต และ ชลลดา จามรกุล, 2549: 47 - 48) และแบ่งอุปสงค์แบบต่างๆ ออกได้เป็น 5 ประเภท (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2541: 23) คือ

- 1) อุปสงค์รายบุคคล คือ อุปสงค์ของผู้บริโภคคนใดคนหนึ่ง
- 2) อุปสงค์ของหน่วยผลิต คือ อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่ง

3) อุปสงค์ของอุตสาหกรรมหรือตลาด คือ อุปสงค์สำหรับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของทุกหน่วยผลิตรวมกัน

4) อุปสงค์มวลรวม คือ อุปสงค์ของสินค้าทุกชนิดรวมกันของทั้งระบบเศรษฐกิจ

5) อุปสงค์จากภายนอกประเทศ คือ อุปสงค์ของประเทศอื่นๆ ที่มีต่อสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นในประเทศเรา ส่วนอุปสงค์ภายในประเทศ คือ อุปสงค์มวลรวมนั่นเอง

กฎแห่งอุปสงค์ ระบุว่าปริมาณของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อแปรผกผันกับราคาของสินค้าหรือบริการนั้นเสมอ โดยเมื่อราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง และเมื่อราคาลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น การที่ปริมาณซื้อแปรผันกับราคาสินค้านั้นเกิดจากสาเหตุ ดังนี้

1) ผลทางรายได้ คือการเปลี่ยนแปลงรายได้ที่แท้จริง รายได้ที่แท้จริงคือ จำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคได้รับ ตามกฎของอุปสงค์เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นด้วยรายได้ตัวเงิน ของผู้บริโภคคงที่ ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง นั่นคือ รายได้แท้จริงของผู้บริโภคลดลง ในทางตรงข้าม เมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น นั่นคือ รายได้แท้จริงของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

2) ผลทางการทดแทน เมื่อราคาของสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้น ในขณะที่สินค้าอื่นซึ่งทดแทนสินค้านี้มีราคาคงที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกว่างานสินค้านี้มีราคาสัมพัทธ์ สูงขึ้น จึงซื้อสินค้านี้น้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอื่นเพื่อใช้ทดแทนสินค้านั้น ในทางตรงข้าม เมื่อราคาของสินค้านี้ลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้านี้น้อยลง และหันมาซื้อสินค้านี้มากขึ้น

โดยอุปสงค์ที่ประเทศต่างๆ มีต่อสินค้า หรือมีความต้องการซื้อสินค้าของแต่ละประเทศที่มีผลต่อผลผลิตของประเทศอื่น ซึ่งอุปสงค์ในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมากน้อยเพียงใดไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้นเพียงชนิดเดียว แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกมากมาย หากมีการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยเหล่านั้น จะทำให้อุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ได้แก่

1) ระดับราคาของสินค้าชนิดนั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณซื้อจะมีมาก

2) ระดับรายได้ของผู้บริโภค เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมักทำให้ผู้บริโภคจ่ายสินค้าเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยทั่วไปเมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น และเมื่อรายได้ลดลงก็จะซื้อสินค้าลดลง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรายได้จะมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้ออย่างน้อยเพียงใดย่อมแล้วแต่ชนิดของสินค้า

3) ระดับราคาสินค้าชนิดอื่น ปริมาณชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลง นอกจากจะถูกกำหนดโดยราคาสินค้าชนิดนั้น ระดับรายได้ของผู้บริโภคแล้ว ยังถูกกำหนดโดยราคาสินค้าชนิดอื่นด้วย เพราะสินค้าชนิดต่างๆ ที่ซื้อขายในตลาดมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ สินค้าบางชนิดสามารถใช้ทดแทนได้ สินค้าบางชนิดต้องใช้ร่วมกัน

4) รสนิยมของผู้บริโภค สินค้าบางอย่างแม้จะมีราคาถูกมาก แต่ถ้าไม่เป็นที่พอใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคก็จะไม่ซื้อสินค้านั้น ทำให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้านั้นๆ เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้

5) ขนาดและโครงสร้างประชากร การเปลี่ยนแปลงขนาดและโครงสร้างประชากรมีผลทำให้อุปสงค์ของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ถ้าจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นอุปสงค์ของสินค้าแทบทุกชนิดย่อมเพิ่มขึ้นแต่ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะ โครงสร้างประชากร อาจจะมีผลทำให้อุปสงค์ของสินค้าบางชนิดเพิ่มขึ้นบางชนิดลดลงได้

6) ฤดูกาล ยกตัวอย่าง ในประเทศที่อยู่ในเขตร้อน เมื่อย่างเข้าฤดูหนาว ประชาชนจำเป็นต้องจัดหาเครื่องนุ่งห่มกันหนาว ทำให้ความต้องการสินค้าเครื่องกันหนาวต่างๆ ในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้น

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท (อภิลัทธ อิศริยานุกุล, 2539) ดังนี้

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดนั้น (Owned Price Elasticity Demand) ค่าความยืดหยุ่นดังกล่าวนี้จะบอกให้ทราบถึงอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณที่ผู้บริโภคจะซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านั้น มีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$E_{p_i} = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่บริโภค } (Q_i)}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าที่บริโภคนั้น } (P_i)}$$

$$= (\Delta Q_i / \Delta P_i) (P_i / Q_i)$$

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ (Income Elasticity of Demand) ค่าความยืดหยุ่นดังกล่าวนี้จะบอกให้ทราบว่า เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แล้วปริมาณการซื้อสินค้านั้นจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าไร มีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$E_{Y_i} = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า } i (Q_i)}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ของผู้บริโภค } (Y)}$$

$$= (\Delta Q_i / \Delta Y) (Y / Q_i)$$

3. ความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์ (Cross Price Elasticity of Demand) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงในจำนวนซื้อของสินค้าชนิดหนึ่ง กับการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ทดแทน หรือสินค้าที่ใช้ประกอบกัน ถ้าราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ทดแทน หรือประกอบกันนั้นเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แล้วปริมาณซื้อสินค้าชนิดนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าไร มีสูตรการคำนวณดังนี้

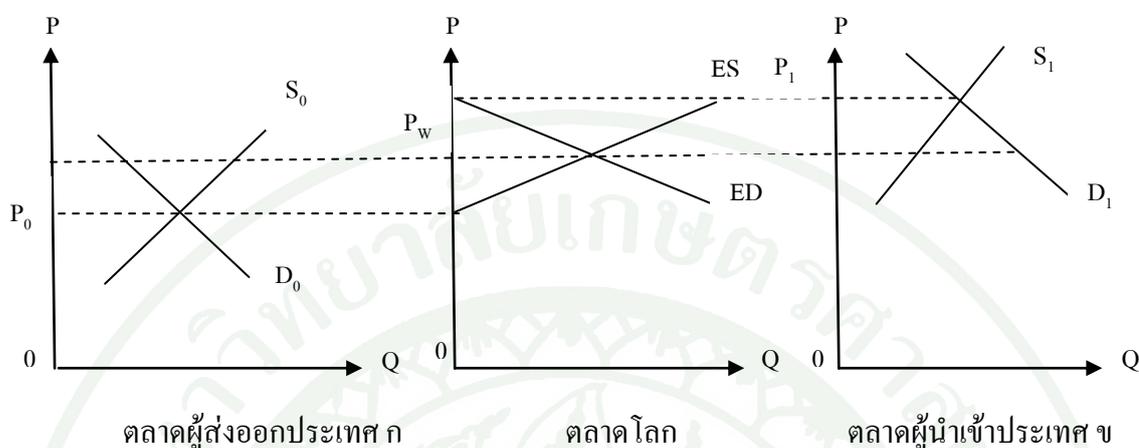
$$E_{c_j} = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า } i (Q_i)}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดอื่นที่ทดแทนกัน (ประกอบกัน) } (P_j)}$$

$$= (\Delta Q_i / \Delta P_j) (P_j / Q_i)$$

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

ความแตกต่างในราคาโดยเปรียบเทียบก่อนค้าในประเทศทั้งสองจะสะท้อนให้เห็นถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการผลิตสินค้าในแต่ละประเทศและเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งในสภาพที่เป็นจริง การซื้อขายสินค้าบางอย่างมักปรากฏสินค้าออกของประเทศ

หนึ่งอาจมีปริมาณมากกว่าหรือน้อยกว่าความต้องการสั่งเข้าของประเทศผู้ตั้งเข้า ซึ่งเรียกกรณีนี้ว่าขนาดของการค้าไม่เท่ากัน (Unequal Size) โดยแสดงอุปสงค์และอุปทานเป็นเครื่องมือพื้นฐาน ดังนี้



ภาพที่ 2 แบบจำลองตลาดขางพาราระหว่างประเทศ

ที่มา: ไสภิณ ทองปาน (2536)

ภาพที่ 2 แสดงเส้นอุปสงค์และอุปทานของผลผลิตขางพาราในตลาดประเทศ ก สถานะการซื้อขางพาราในตลาดโลกและผลผลิตขางพาราในตลาดประเทศ ข ตามลำดับ เมื่อยังไม่มีการค้าระหว่างราคาดุลยภาพของตลาดประเทศ ก เท่ากับ OP_0 ในตลาดประเทศ ข เท่ากับ OP_1 แสดงว่าราคาขางพาราในตลาดประเทศ ก ต่ำกว่าตลาดประเทศ ข และตลาดประเทศ ก มีความได้เปรียบเชิงสัมพัทธ์ในการผลิตขางพารา ต่อมาเมื่อมีการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น ตลาดประเทศ ก เป็นผู้ส่งออกขางพาราและตลาดประเทศ ข เป็นผู้นำเข้าขางพารา อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกขางพาราของตลาดประเทศ ก และปริมาณการนำเข้าขางพาราของตลาดประเทศ ข จะเป็นเท่าไรขึ้นอยู่กับระดับราคาขางพาราในตลาดโลก หากราคาขางพาราในตลาดโลกเท่ากับ OP_0 ผู้ผลิตในตลาดประเทศ ก จะไม่มีขางพาราเหลือส่งออกเนื่องจากราคาเท่ากับราคาดุลยภาพภายในประเทศพอดี ดังนั้น อุปทานในตลาดโลกเท่ากับศูนย์ (เส้นอุปทานตัดแกนราคาที่มีปริมาณเท่ากับศูนย์) และถ้าหากราคาในตลาดโลกเท่ากับ OP_1 ตลาดประเทศ ข จะไม่มีการนำเข้า เช่นเดียวกัน และหากราคาในตลาดโลกเท่ากับ OP_w ปริมาณการส่งออกเท่ากับปริมาณความต้องการสั่งเข้าพอดี นั่นคือ ขนาดการค้าเท่ากัน (Equal Size) ฉะนั้นความต้องการนำเข้าของประเทศ ข จะเท่ากับความต้องการส่งออกของประเทศ ก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การตรวจเอกสารในงานวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนแรกเป็นการตรวจเอกสารที่งานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ยางพาราของประเทศไทย และส่วนที่สองเกี่ยวกับงานวิจัยที่ใช้แบบจำลอง Panel Data Model ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การตรวจเอกสารเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ยางพาราของประเทศไทย ตลอดจนแนวคิดทางทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา ของงานวิจัยที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องดังนี้

จิรกรณ์ สวัสดิรักษ์ (2531) ได้ศึกษาการวิเคราะห์โครงการรักษาเสถียรภาพราคาส่งออกยางพาราของภูมิภาคอาเซียน เพื่อศึกษาสถานการณ์ผลิต การตลาด และการส่งออกยางพาราโดยทั่วไปของภูมิภาคอาเซียน และลักษณะการเปลี่ยนแปลงราคายางพาราในอดีตและแนวโน้มราคาในอนาคต โดยวิเคราะห์ระบบมาตรการมูลกัตกันชน เพื่อรักษาเสถียรภาพราคาส่งออกยางพาราของภูมิภาคอาเซียน เพื่อกำหนดข้อเสนอแนะ นโยบาย และแนวทางสำหรับประเทศไทย ในการรักษาเสถียรภาพราคาส่งออกยางพารา โดยมีวิธีการศึกษานำแบบจำลองเศรษฐมิติมาใช้ในการประมาณอุปสงค์และอุปทานยางพาราเพื่อการส่งออกไปยังตลาดโลกของภูมิภาคอาเซียน โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดสองชั้น ส่วนการศึกษาการรักษาเสถียรภาพราคาส่งออกยางพาราของภูมิภาคอาเซียนใช้ระบบและมาตรการมูลกัตกันชน

จากผลการศึกษาพบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกของภูมิภาคอาเซียนต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกที่แท้จริงของยางพาราต่อการเปลี่ยนแปลงราคาที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ต่อ การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศอื่นนอกภูมิภาคอาเซียน และต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงของโลก ที่ไม่รวมภูมิภาคอาเซียน ค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ได้เท่ากับ -1.0661, 0.0022, -0.2996 และ 0.4103 ตามลำดับ และในส่วนของความยืดหยุ่นของอุปทานยางพาราเพื่อการส่งออกของภูมิภาคอาเซียนต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกที่แท้จริงของยางพารา ต่อการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการผลิตยางพาราของภูมิภาคอาเซียน และต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงของภูมิภาคอาเซียน โดยได้ค่าเฉลี่ยของตัวแปรทุกตัวเท่ากับ 0.0553, 0.9839 และ -0.0991 ตามลำดับ บนพื้นฐานของค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่มากกว่าของสมการอุปสงค์ที่คาดคะเนได้เมื่อเทียบกับสมการอุปทานที่คาดคะเนได้ ราคาส่งออกยางพาราที่ไม่มีเสถียรภาพจึงเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์เพื่อการส่งออกมากกว่าอุปทานเพื่อการส่งออก สำหรับการวิเคราะห์โครงการรักษา

เสถียรภาพราคาส่งออกยางพารา มีนโยบายและแนวทางคือ มีการรักษาเสถียรภาพราคาส่งออกยางพาราของภูมิภาคอาเซียน โดยมีข้อตกลงทางการค้าทั้งประเทศผู้ส่งออกและประเทศผู้นำเข้าเพื่อรักษาเสถียรภาพอุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออก และควรทำการรักษาเสถียรภาพราคาส่งออกที่ระดับราคาเริ่มปฏิบัติการ ในกรณีการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกยางพารามีค่าเท่ากับ 1.0 ความเบี่ยงเบนมาตรฐานจะต้องเพิ่มขนาดของมูลภัณฑ์กันชนจากระดับที่กำหนดไว้ขององค์การยางพาราระหว่างประเทศ

วดี พร้อมปัญญา (2535) ได้ศึกษาการวิเคราะห์เสถียรภาพการส่งออกยางพาราของไทย เพื่อศึกษาลักษณะการขาดเสถียรภาพของราคาและปริมาณส่งออกยางพาราของไทย วิเคราะห์ระบบและมาตรการมูลภัณฑ์กันชนเพื่อการรักษาเสถียรภาพการส่งออกยางพาราของไทย และผลกระทบของมาตรการมูลภัณฑ์กันชนยางพาราส่งออกที่มีต่อราคาและรายได้ของเกษตรกรชาวสวนยาง จากผลการศึกษาพบว่า ดัชนีความไม่มีเสถียรภาพของราคาส่งออกมากกว่าปริมาณส่งออก และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของสมการอุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกมากกว่าสมการอุปทานยางพาราเพื่อการส่งออก ดังนั้นการขาดเสถียรภาพของราคาส่งออกยางพาราไทย จึงเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ยางพาราเพื่อการส่งออกมากกว่าการเปลี่ยนแปลงของด้านอุปทานยางพาราเพื่อการส่งออก ส่วนการดำเนินงานตามมาตรฐานมูลภัณฑ์ยางพาราเพื่อให้ราคาส่งออกเคลื่อนไหวอยู่ในขอบเขตของราคาเป้าหมายขึ้นสูงและราคาเป้าหมายขึ้นต่ำ จึงต้องมีความจำเป็นต้องรวบรวมยางพาราเข้าสต็อกในช่วงที่ราคาส่งออกพาราดำ ส่วนในช่วงที่ราคาส่งออกยางพาราสูง จำเป็นต้องระบายยางพาราออกจากสต็อก ซึ่งการดำเนินงานตามมาตรการมูลภัณฑ์กันชนจะทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น

เสาวนีย์ ภัทโรวาสน์ (2543) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางที่สำคัญของไทย คือ ยางรถจักรยาน ถุงมือยาง และยางรัดข้อมือ โดยแบบจำลองเศรษฐมิติ และกะประมาณค่าโดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกยางรถจักรยานไปยังตลาดหลักของไทยไปอิตาลีขึ้นอยู่กับ ราคาส่งออกยางรถจักรยานของไทยที่ปรับแล้ว รายได้ประชาชาติต่อบุคคลที่ปรับแล้ว และอัตราแลกเปลี่ยนของอินโดนีเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย การส่งออกไปเยอรมนีขึ้นอยู่กับ ราคาส่งออกยางรถจักรยานของไทยที่ปรับแล้ว รายได้ประชาชาติต่อบุคคลที่ปรับแล้ว อัตราแลกเปลี่ยนของอินโดนีเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย และอัตราแลกเปลี่ยนของเงินเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย การส่งออกไปสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักรขึ้นอยู่กับ ราคาส่งออกยางรถจักรยานของไทยที่ปรับแล้ว และอัตราแลกเปลี่ยนของอินโดนีเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของ

ไทย ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกถุงมือยางไปยังสหรัฐอเมริกา คือราคาส่งออกถุงมือยางของ ไทยที่ปรับแล้ว และรายได้ประชาชาติต่อบุคคลที่ปรับแล้ว อัตราแลกเปลี่ยนของอินโดนีเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย และตัวแปรหุ่น ส่วนปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกยางรัดของไป ตลาดโลก พบว่า การส่งออกไปสหรัฐอเมริกา ขึ้นอยู่กับราคาส่งออกยางรัดของของไทยที่ปรับแล้ว รายได้ประชาชาติต่อบุคคลที่ปรับแล้ว อัตราแลกเปลี่ยนของมาเลเซียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย และอัตราแลกเปลี่ยนของอินเดียเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนของไทย การส่งออกไปสห ราชอาณาจักรและฝรั่งเศส ขึ้นอยู่กับ ราคาส่งออกยางรัดของของไทยที่ปรับแล้ว และรายได้ ประชาชาติต่อบุคคลที่ปรับแล้ว ส่วนอิตาลี ขึ้นอยู่กับปัจจัยราคาส่งออกยางรัดของของไทยที่ปรับ แล้ว รายได้ประชาชาติต่อบุคคลที่ปรับแล้ว และอัตราแลกเปลี่ยนของมาเลเซียเทียบกับอัตรา แลกเปลี่ยนของไทย

อุดมศรี ชวานิสากล (2544) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกยางธรรมชาติของ ประเทศไทย โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย และคู่แข่งที่สำคัญ และวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกยางธรรมชาติของไทยโดยใช้ แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลก และเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกยางธรรมชาติของไทย จากผลการศึกษาพบว่า ในกรณี น้ำ ยางชั้น ประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก โดย ที่ไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะที่มาเลเซียและอินโดนีเซียมีการลดลงโดยตลอด ในกรณียางแผ่น รมควันพบว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเช่นเดียวกัน ไทยและ อินโดนีเซียมีแนวโน้มที่คล้ายคลึงกันคือ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในช่วงแรกลดลง แต่ ประเทศไทยมีการปรับตัวได้ดีกว่า และปรับตัวเพิ่มขึ้นในช่วงหลัง และยางแท่งกำหนดชั้นคุณภาพ มาเลเซียและอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้งสองประเทศ แต่อินโดนีเซียมีแนวโน้ม เพิ่มขึ้นโดยตลอด ส่วนมาเลเซียมีการเพิ่มขึ้นลดลงในช่วงท้าย ขณะที่ไทยไม่มีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการส่งออกยางแท่งกำหนดชั้นคุณภาพ ส่วนผลการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่ง การตลาดที่ปรากฏว่าการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกน้ำยางชั้นของประเทศไทยในช่วงปี 2533 – 2535 เป็นผลมาจากการขยายตัวในการส่งออกรวมของโลกมากที่สุดโดยเฉพาะในตลาดจีน สำหรับ ยางแผ่นรมควัน ในช่วงปี 2533 – 2535 มีการขยายตัวการส่งออกอย่างมากได้รับผลกระทบจากการ แข่งขันจริง โดยเฉพาะตลาดประเทศญี่ปุ่น และยางแท่งกำหนดคุณภาพการส่งออกของไทยมีมูลค่า ต่ำเมื่อเทียบกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย โดยในช่วงปี 2533 – 2535 ได้รับผลกระทบจาก การแข่งขันที่แท้จริงมากที่สุด โดยเฉพาะตลาดจีน ซึ่งมูลค่าการส่งออกเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับ ช่วงปี 2536 – 2539 และ 2540 – 2542

กาญจนา วงษ์มหันต์ (2547) ได้ศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้ายางธรรมชาติจากประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยการสร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติและประมาณค่ากำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยศึกษาประเทศญี่ปุ่นพบว่า ปัจจัยทางด้านราคาส่งออกยางของไทยและมาเลเซีย ซึ่งมีค่าความยืดหยุ่นมากกว่าหนึ่ง ได้แก่ -1.4459 และ 1.8610 ตามลำดับ ทำให้สามารถกำหนดนโยบายของประเทศไทยในการขยายตลาดญี่ปุ่น นั่นคือ รัฐบาลไทยควรใช้นโยบายทางด้านราคา เช่น การลดราคาส่งออก เป็นต้น เพราะส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันชั้น 3 เป็นอย่างมาก และได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้ายางแท่งชั้น 20 ของไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ปัจจัยทางรายได้ประชาชาติเบื้องต้น ราคาส่งออกยางไทย และมาเลเซีย และตัวแปรหุ่น ซึ่งมีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่าหนึ่ง ได้แก่ 0.9397 , -0.7642, 0.6679 และ 0.0194 ตามลำดับ ทำให้สามารถกำหนดนโยบายของประเทศไทยในการขยายตลาดสหรัฐอเมริกา คือ รัฐบาลไทยไม่ควรใช้นโยบายทางด้านราคา เช่น การลดราคาส่งออก เป็นต้น เพราะมีผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้ายางแท่งชั้น 20 น้อย แต่ควรใช้นโยบายที่มีใช้ทางด้านราคาแทน เช่น การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพอยู่เสมอ สำหรับการพยากรณ์ภายในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า พบว่า ปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันชั้น 3 ของญี่ปุ่น และสหรัฐ ฯ มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่วนจีนมีแนวโน้มการนำเข้าลดลง และปริมาณการนำเข้ายางแท่งชั้น 20 ของจีน และสหรัฐ ฯ มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่วนญี่ปุ่นมีแนวโน้มการนำเข้าลดลง

พรเทพ เอื้อวิเศษวงศ์ (2548) ได้ศึกษาการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานการณ์การแข่งขันการส่งออกยางพาราของประเทศไทยกับอินโดนีเซียในตลาดโลก โดยศึกษานโยบายการผลิตและการส่งออกยางพาราของไทยและอินโดนีเซีย และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการแข่งขันเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของยางพาราไทยและอินโดนีเซียในตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดอเมริกา ตลาดญี่ปุ่น ตลาดจีน และตลาดโลก พบว่า ในตลาดสหรัฐอเมริกา ไทยมีความได้เปรียบอินโดนีเซียโดยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น รวมทั้งไทยยังได้เปรียบในด้านขนาดของตลาด การแข่งขันและการกระจายตลาด หากดูส่วนแบ่งตลาดยางพาราของไทยกับอินโดนีเซียในตลาดญี่ปุ่น พบว่าไทยเสียเปรียบอินโดนีเซีย โดยไทยเสียเปรียบอินโดนีเซียด้านการแข่งขันและการกระจายตลาด และในตลาดประเทศจีน ไทยเสียเปรียบอินโดนีเซียใน ด้านส่วนแบ่งตลาด แต่ไทยได้เปรียบในด้านผลของขนาดตลาดโดยเสียเปรียบในด้านการแข่งขันและการกระจายตลาด และปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการแข่งขันเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกยางแผ่นของไทยได้แก่

อัตราส่วนของราคาส่งออกยางแผ่นระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย อัตราการพึ่งพาการนำเข้ายางแผ่นของตลาดโลก

ธีรยุทธ แสงพิทักษ์ (2550) ได้ศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้ายางพาราของประเทศไทย โดยใช้แบบจำลองที่ใกล้สมบูรณ์เชิงเส้น ด้วยวิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองที่ดูเหมือนว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยการกำหนดเงื่อนไข พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแผ่นรวมวันชั้น 3 และยางแท่ง 20 ของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยคือ ราคานำเข้าจากประเทศไทย ราคานำเข้าจากประเทศมาเลเซีย และค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ประเทศสหรัฐอเมริกาใช้ในการนำเข้ายางชนิดนั้น จากประเทศไทย โดยที่ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของประเทศไทย มีค่าน้อยจัดเป็นสินค้าจำเป็น ส่วนค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ไว้ต่อราคามีค่าเป็นบวก และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อค่าใช้จ่ายในการนำเข้ายางพาราจากประเทศไทยของสหรัฐอเมริกามีความยืดหยุ่นมาก แสดงให้เห็นว่าทั้งยางแผ่นรวมวันชั้น 3 และยางแท่ง 20 ของไทยเป็นสินค้าคุณภาพดีและใช้ทดแทนกันได้กับสินค้าจากประเทศคู่แข่ง จากผลการศึกษารังนี้ทำให้ได้ข้อเสนอนะว่า การเพิ่มราคาของยางแผ่นรวมวันชั้น 3 ไปยังสหรัฐอเมริกาสามารถเพิ่มขึ้นรายได้เข้าประเทศได้มากขึ้น และควรมีการจัดสรรทรัพยากรน้ำยางดิบการแปรรูปยางขึ้นต้นเป็นยางแผ่นรวมวันชั้น 3 และยางแท่ง 20 ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อที่จะสามารถทำรายได้เข้าประเทศได้สูงขึ้นต่อไป

ณรรณ กอเกรียงไกรกุล (2551) ได้ศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่งของไทย ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่งของไทย โดยใช้แบบจำลองความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่งของ Michael E. Porter และศึกษาส่วนแบ่งตลาดและฟังก์ชันของอุปสงค์การนำเข้ายางแท่งของประเทศรัสเซีย โดยใช้วิธีการประมาณค่าแบบ Ordinary Least Squares (OLS) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้ประเทศไทยมีความเสียเปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมยางแท่ง ได้แก่ การขาดแคลนยางกันด้วยซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการทำยางแท่ง ขณะที่ทำเทียบเรือของประเทศไทยมีศักยภาพไม่เพียงพอทั้งด้านประสิทธิภาพและต้นทุนการขนส่ง นอกจากนี้ประเทศไทยยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการผลิตจากต่างประเทศ และขาดบุคลากรที่มีทักษะทางด้านเทคโนโลยีการยาง ส่วนผลการศึกษาส่วนแบ่งตลาดยางแท่งในประเทศรัสเซีย พบว่าในปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งครองตลาดเป็นอันดับ 4 รองจากมาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม สาเหตุเนื่องมาจากต้นทุนการผลิตที่สูง การสื่อสาร และความไม่มั่นใจของผู้ประกอบการไทยในเรื่องระบบการเงิน และฟังก์ชันของอุปสงค์การนำเข้ายางแท่งของประเทศรัสเซีย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการนำเข้ายางแท่งของประเทศ

รัสเซีย ได้แก่ ราคาขายแท่งโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย ราคาขายสังเคราะห์ส่งออกของสหรัฐอเมริกาในตลาดโลก และรายได้ต่อหัวของประชากรรัสเซีย

บุญบากรณ์ พันธมิตร (2551) ได้ศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าอย่างธรรมชาติของประเทศคู่ค้าที่สำคัญจากประเทศไทย โดยวิเคราะห์การนำเข้าอย่างแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นของประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีน ซึ่งวิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ Seemingly Unrelated Regression (SUR) จากผลการศึกษาพบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มการนำเข้าอย่างธรรมชาติจากประเทศไทยลดลง ในขณะที่ประเทศจีนมีแนวโน้มการนำเข้าอย่างธรรมชาติจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยนำเข้ายางแท่งมากที่สุด รองลงมาคือน้ำยางข้น และยางแผ่นรมควัน นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้าอย่างแผ่นรมควันจากประเทศไทยมาเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติสำหรับใช้ภายในประเทศ ในขณะที่ประเทศจีนกลับมีการนำเข้าอย่างแผ่นรมควันจากประเทศไทยผลิต ผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติสำหรับการส่งออก ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยมาเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติเพื่อการส่งออก ในส่วนของการนำเข้าน้ำยางข้นจากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีนพบว่าทั้ง 3 ประเทศมีการนำเข้าเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติเพื่อการส่งออกเป็นหลัก โดยยางแผ่นรมควันจากประเทศไทยเป็นสินค้าสามัญ (Normal Good) สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกา ในขณะที่น้ำยางข้นจากประเทศไทยเป็นสินค้าวิสามัญ (Inferior Good) สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกา และยางแท่งจากประเทศไทย ประเทศจีนเห็นว่าเป็นสินค้าสามัญ แต่กลับเป็นสินค้าวิสามัญของประเทศญี่ปุ่น

ส่วนที่ 2 เป็นการตรวจเอกสารงานวิจัยจากต่างประเทศที่ใช้แบบจำลอง Panel Data Model โดยตรวจสอบงานวิจัยที่ผ่านมาที่ใช้แบบจำลองนี้มีดังนี้

Awokuse and Gempesaw II (2005) ได้ศึกษาความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองของต่างประเทศและการส่งออกสินค้าทางเกษตรกรรมของสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูล Panel Data วิเคราะห์ประเทศผู้นำเข้าสินค้าเกษตรของสหรัฐอเมริกา จำนวน 87 ประเทศ ในช่วงปี ค.ศ.1990 – 2000 โดยใช้แบบจำลอง Panel Fixed Effect Model ในการวิเคราะห์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลกระทบของความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองของประเทศผู้นำเข้าสินค้าเกษตรของสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า จำนวนการลอบสังหารใช้วัดความรุนแรงของความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง ผลที่ได้คือ ประเทศที่ทำการศึกษาทั้งหมด มีนัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างการส่งออกสินค้าเกษตรของสหรัฐอเมริกา และตัวแปรควบคุมทาง

เศรษฐศาสตร์ (การเติบโตของรายได้ประเทศผู้นำเข้า และ การเปลี่ยนแปลงของราคา) ซึ่งความยืดหยุ่นต่อรายได้เป็น 0.919 และ ความยืดหยุ่นของราคาส่งออกเป็น 0.017 และความยืดหยุ่นต่อรายได้ไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งความยืดหยุ่นต่อราคาที่น้อย สะท้อนถึงรายได้ของการส่งออกที่สูญเสียไปอีกทั้งดัชนีประชาธิปไตยเป็นบวก สะท้อนถึงความมีนัยสำคัญทางการค้าในสินค้าเกษตรของสหรัฐอเมริกา ในส่วนของการประมาณค่าทางสังคมและความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง พบว่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ และความยืดหยุ่นต่อราคา มีความคล้ายคลึงกัน และความต้องการส่งออกของสหรัฐอเมริกาคงตอบสนองกับความไม่สงบของสังคม ดังนั้นความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่มีผลต่อความต้องการส่งออกสินค้าทางการเกษตรของสหรัฐอเมริกา

Zhang and Reed (2006) ได้วิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุปสงค์การนำเข้าข้าวโพดของสหรัฐอเมริกา กรณี ถั่วเหลือง ซึ่งในการวิเคราะห์นี้เป็นการเปรียบเทียบประเทศคู่แข่งที่สำคัญ 2 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกาและบราซิล โดยส่งออกถั่วเหลืองไปยังตลาดหลักที่สำคัญ ได้แก่ สหภาพยุโรป จีน เม็กซิโก ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย และไทย โดยใช้วิเคราะห์แบบ Panel Data ด้วยวิธี Random Effect Model ยกเว้น ประเทศจีนและเม็กซิโก ที่จะใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square : OLS) ซึ่งในปัจจุบันราคาสินค้า อัตราแลกเปลี่ยน และตัวแปรอื่น ๆ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์ในระยะสั้น ถึง ระยะยาว เพื่อทำการเปรียบเทียบและสามารถประมาณการความต้องการนำเข้าในตลาดล่วงหน้าได้ จากผลการวิเคราะห์พบว่า หากค่าเงินของประเทศผู้นำเข้าอ่อนค่าลง จะทำให้สหรัฐอเมริกาส่งออกถั่วเหลืองได้มากขึ้น ในขณะที่ความต้องการถั่วเหลืองของบราซิลลดลง ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติในประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ เมื่อราคาถั่วเหลืองที่คาดการณ์ไว้เพิ่มขึ้น จะทำให้ความต้องการถั่วเหลืองของบราซิลลดลง ในขณะที่ความต้องการถั่วเหลืองของสหรัฐฯเพิ่มขึ้น ในส่วนของผลกระทบของการคาดการณ์ในต้นทุนค่าขนส่งของความต้องการถั่วเหลืองของสหรัฐฯ เป็นลบ ในขณะที่ของบราซิลให้ผลเป็นบวก ในส่วนของประเทศจีน ผลลัพธ์ที่ได้ของตัวแปรที่สามารถอธิบายได้ในแบบจำลองสหรัฐฯและบราซิล คือ ราคาในบราซิลเพิ่มขึ้นของแบบจำลองสหรัฐฯ ทำให้ความต้องการนำเข้าของประเทศจีนในถั่วเหลืองของสหรัฐฯเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ต้นทุนค่าขนส่งและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมีผลเป็นบวกของความต้องการนำเข้าในแบบจำลองบราซิล ราคาส่งออกของสหรัฐฯ มีผลเป็นลบ เมื่อราคาในตลาดโลกสูงขึ้น สต็อกถั่วเหลืองของบราซิลจะลดลงและจึงจะค่อยๆหมดไป

Bielik and Kunova (2007) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของ BSE (Bovine Spongiform Encephalopathy) ของการบริโภคเนื้อในประเทศสโลวาเกีย ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษา การ

บริโภค เนื้อวัว ไก่กวาง และเนื้อหมู ในประเทศสโลวาเกีย ในช่วงปี ค.ศ. 1993 – 2003 ซึ่งจะใช้ข้อมูล Panel Data ในการวิเคราะห์ ด้วยวิธี Fixed Effect Model ผลการศึกษาที่ได้มีดังนี้ การประมาณค่าของ Coefficient มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งตัวแปรที่มีนัยสำคัญที่มีผลกับการบริโภคเนื้อวัว คือราคาของตัวเอง ราคาเนื้อหมู และแนวโน้มของรายได้ และโรคที่เกิดจากเนื้อวัว ทำให้อุปสงค์ของเนื้อวัวมีความยืดหยุ่นน้อยต่อราคาตัวเอง และเนื้อหมูเป็นสินค้าทดแทนของเนื้อวัว ซึ่งเนื้อวัวเป็นสินค้าปกติในประเทศสโลวาเกีย ในช่วงระหว่างการวิเคราะห์อุปสงค์ของเนื้อวัวลดลงร้อยละ 10 ต่อปี เนื่องจากผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มการบริโภคโดยเริ่มที่จะหันมานิยมเนื้อหมูมากขึ้น และโรคที่เกิดจากเนื้อวัว มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ นำไปสู่การลดการบริโภคเนื้อวัวลง ดังนั้นอุปสงค์ของเนื้อหมูมีความยืดหยุ่นต่อราคาน้อยเมื่อเทียบกับราคาตัวเอง และมีความยืดหยุ่นต่อรายได้น้อย นั่นหมายถึง การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของรายได้ มากกว่าการบริโภคเนื้อหมู สำหรับอุปสงค์ของเนื้อไก่กวางมีความยืดหยุ่นต่อราคามากเมื่อเทียบกับราคาตัวเอง และเนื้อไก่กวางเป็นสินค้าทดแทนของเนื้อวัว และอุปสงค์ของเนื้อไก่กวางมีความยืดหยุ่นต่อรายได้มาก

จากการตรวจสอบเอกสารข้างต้นมีข้อสังเกตดังต่อไปนี้

1) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยางพารา หรือ ยางธรรมชาติ นั้น จะเป็นการวิเคราะห์เสถียรภาพของการส่งออกยางพารา และวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การนำเข้ายางพารา ซึ่งมีการศึกษาตลาดที่แตกต่างกันออกไป โดยเลือกศึกษาตลาดในแต่ละประเทศ หรือประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เป็นต้น ซึ่งลักษณะที่ทำการวิเคราะห์จะเลือกศึกษายางพาราแต่ละประเภทที่สำคัญของประเทศจีนซึ่งเป็นผู้นำเข้ายางพาราที่สำคัญ

2) วิธีที่ทำการวิเคราะห์ของแต่ละงานวิจัยที่ผ่านมาในการประมาณการสมการที่เกี่ยวข้องกับยางพาราส่วนใหญ่ใช้เศรษฐมิติ โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Squares) ซึ่งวิธีนี้มีปัญหาเกิดขึ้นถ้าตัวแปรภายนอกมีความสัมพันธ์กันหรือตัวแปรคลาดเคลื่อนในแต่ละช่วงเวลามีความสัมพันธ์กัน เมื่อประมาณค่าพารามิเตอร์แล้วจะทำให้ค่าประมาณที่ไม่มีประสิทธิภาพและมีความเอนเอียง ซึ่งแก้ไขโดยการวิเคราะห์ข้อมูล Panel Data Model ซึ่งมีความเอนเอียงที่น้อยกว่าและให้ประสิทธิภาพของผลการศึกษาดีกว่า

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์การขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีน โดยการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน จะใช้แนวคิดความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นวิธีการวิเคราะห์ และในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการ

นำเข้าอย่างพาราของประเทศไทยจะใช้แบบจำลอง Panel Data Model ในการวิเคราะห์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากแบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองที่มีความละเอียด และมีข้อมูลที่น่าเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งมีการเก็บข้อมูลแบบรายปี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเดียวกันในทุกปี ซึ่งข้อมูลประเภทนี้ช่วยให้ตามพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างได้ว่าการเปลี่ยนแปลงอย่างไร เพราะอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ ในทุกๆ ปี

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ 2 ส่วน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระดับโลกของอุตสาหกรรมของไมเคิล.อี. พอร์ทเตอร์ (Porter's Diamond Model) และ 2) แบบจำลอง Panel Data Model

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระดับโลกของอุตสาหกรรมของไมเคิล.อี. พอร์ทเตอร์ (Porter's Diamond Model)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบในแข่งขันของการส่งออกยางพาราไปยังประเทศไทย ตามแนวคิดของ ไมเคิล. อี. พอร์ทเตอร์ มีวิธีการวิเคราะห์ดังนี้

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้ง 4 ปัจจัยดังกล่าวนี้ ได้แก่

1. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต ในการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตสามารถแบ่งกลุ่มปัจจัยการผลิตออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 ปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ คุณภาพทรัพยากรมนุษย์ ระดับความชำนาญและกึ่งชำนาญของแรงงาน ความพอเพียงของเงินทุน เป็นต้น

1.2 ปัจจัยขั้นสูง ได้แก่ ระดับความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของแรงงาน ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น ระบบการขนส่ง ระบบโทรคมนาคม ระบบสาธารณสุข ระบบข้อมูลระบบการเงิน เป็นต้น

2. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุปสงค์ (Demand Condition) ในการวิเคราะห์มีการพิจารณาลักษณะสำคัญ 3 ประการของอุปสงค์ในประเทศที่จะให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศคือ

2.1 ดูว่าสินค้าอื่นๆ มีอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น ทำให้เกิดความได้เปรียบในการตอบสนองต่อความต้องการ

2.2 ดูความคล้ายคลึงและความแตกต่างของอุปสงค์ในประเทศกับอุปสงค์โลก ความได้เปรียบในการแข่งขันจะเกิดขึ้น

2.3 ความรอบรู้ของผู้บริโภคในประเทศ

3. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง ดังนี้คือ

3.1 ความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นความร่วมมือและเป็นความร่วมมือที่มีความต่อเนื่องมาโดยตลอดในด้านการผลิต

3.2 ความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าเข้าสู่สากล

4. ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับโครงสร้างกลยุทธ์องค์กรและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม

ในแบบจำลองเพชรนอกจากปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าว ยังต้องศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบ ได้แก่ ภาครัฐ และสถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ ซึ่งทำให้เกิดแบบจำลองเพชรที่สมบูรณ์เพื่อหาความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกอย่างพาราได้

แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์

แบบจำลอง Panel Data Model

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางพาราของประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนามในตลาดประเทศจีนของยางพาราในแต่ละปีที่ประเทศจีนนำเข้า ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น โดยมีแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

$$Q_{it} = f(RP_{ijt}, RP_{srt}, RGDP_t, XRAT_t, EXP_t) \quad (1)$$

กำหนดให้

Q_{it} หมายถึง ปริมาณการนำเข้ายางพาราประเภท i ของประเทศจีนในปีที่ t

RP_{ijt} หมายถึง ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางพาราประเภท i ของประเทศจีนจากประเทศผู้ส่งออก j ในปีที่ t

RP_{srt} หมายถึง สัดส่วนราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าทั้งหมดต่อราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ในปีที่ t

$RGDP_t$ หมายถึง สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศผู้ส่งออก j ในปีที่ t

$XRAT_t$ หมายถึง สัดส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของผู้ส่งออก j ต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศจีนในปีที่ t

EXP_t หมายถึง สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของจีนต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก j ในปีที่ t

โดยที่

i หมายถึง ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น

j หมายถึง ประเทศผู้ส่งออกยางพารา ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม

t หมายถึง ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา คือ ปี พ.ศ. 2541 – 2551

ในการวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้ายางพาราของประเทศจีนในแต่ละประเภทของยางพาราจะใช้แบบจำลอง Panel Data Model ในการวิเคราะห์โดยมีรูปแบบที่มีสมการเป็น Logarithmic Linear Equation ทั้งนี้เพื่อที่จะนำค่าคงที่ของแต่ละประเทศผู้ส่งออกมาเปรียบเทียบกับผลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆต่อปริมาณความต้องการนำเข้ายางพาราในแต่ละประเภท หรือหาผลของค่าความยืดหยุ่นของราคายางพาราของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในแต่ละประเภทว่ามีลักษณะอย่างไร และมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการนำเข้ายางพาราประเภทต่างๆของประเทศจีน ดังสมการต่อไปนี้

$$\ln Q_{it} = \alpha_i + \beta_1 \ln RP_{ijt} + \beta_2 \ln RP_{srt} + \beta_3 \ln RGDP_t + \beta_4 \ln XRAT_t + \beta_5 EXP_t + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

โดยที่

α_i หมายถึง ค่าคงที่ซึ่งกำหนดในทุกช่วงเวลาแต่มีผลกระทบในแต่ละกลุ่มข้อมูล

$\beta_1 - \beta_4$ หมายถึง เวกเตอร์ของค่าพารามิเตอร์ (สัมประสิทธิ์) ไม่รวม ค่าคงที่ ในที่นี้คือ ค่าความยืดหยุ่น

ε_{it} หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อน

i หมายถึง ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น

j หมายถึง ประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม

t หมายถึง จำนวนข้อมูลในแต่ละช่วงที่ทำการศึกษา คือปี พ.ศ. 2541 – 2551

โดยมีขั้นตอนในการเลือกแบบจำลองดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกใช้แบบจำลอง Panel Data Model ในการประมาณค่า เนื่องจากใช้ข้อมูลแบบ Panel Data (ข้อมูลภาคตัดขวางและอนุกรมเวลา)

ขั้นตอนที่ 2 ทดสอบแบบจำลองระหว่าง Pooled OLS กับ Random Effect โดยใช้วิธีการทดสอบของ Lagrange Multiplier Test

- ถ้ายอมรับ H_0 แสดงว่าแบบจำลอง Pooled OLS มีความเหมาะสมกว่าแบบจำลอง Random Effect ดังนั้นจึงเลือกแบบจำลอง Pooled OLS ในการวิเคราะห์

- ถ้าปฏิเสธ H_0 แสดงว่าแบบจำลอง Random Effect มีความเหมาะสมกว่าแบบจำลอง Pooled OLS และทำการทดสอบในขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบแบบจำลองระหว่าง Random Effect กับ Fixed Effect โดยใช้วิธีการทดสอบของ Hausman's Specification Test

- ถ้ายอมรับ H_0 แสดงว่าแบบจำลอง Random Effect มีความเหมาะสมกว่าแบบจำลอง Fixed Effect ดังนั้นจึงเลือกแบบจำลอง Random Effect ในการวิเคราะห์

- ถ้าปฏิเสธ H_0 แสดงว่าแบบจำลอง Fixed Effect มีความเหมาะสมกว่าแบบจำลอง Random Effect ดังนั้นจึงเลือกแบบจำลอง Fixed Effect ในการวิเคราะห์

ดังนั้นในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าของพาราของประเทศไทยสำหรับยางพาราแต่ละประเภท จากการทดสอบแบบจำลอง Panel Data Model เพื่อเลือกแบบจำลองทั้ง 3 แบบคือ Pool OLS, Fixed Effect และ Random Effect มีค่าสถิติในการทดสอบ ดังนี้

จากการทดสอบค่าทางสถิติเพื่อเลือกแบบจำลอง Panel Data Model ทั้ง 3 แบบ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าของแผ่นรมควันของประเทศไทย ซึ่งได้ผลการทดสอบ คือ การทดสอบค่าสถิติของ Lagrange Multiplier Test โดยให้ H_0 : Pool OLS และ H_1 : Random Effect พบว่า ค่าทางสถิติยอมรับ H_1 ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.000091 ดังนั้นจึงทำการทดสอบในขั้นต่อมาของ Hausman's Specification Test โดยให้ H_0 : Random Effect และ H_1 : Fixed Effect ผลที่ได้พบว่า ค่าทางสถิติยอมรับ H_1 ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.056568 ดังนั้นในการวิเคราะห์ยางแผ่นรมควันสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ จะใช้แบบจำลอง Fixed Effect Model

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าของแท่งของประเทศไทย จากการทดสอบค่าทางสถิติเพื่อทำการทดสอบหาแบบจำลองที่ใช้ใน พบว่า การทดสอบค่าสถิติของ Lagrange Multiplier Test โดยให้ H_0 : Pool OLS และ H_1 : Random Effect พบว่า ค่าทางสถิติยอมรับ H_1 ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.001054 ดังนั้นจึงทำการทดสอบในขั้นต่อมาของ Hausman's Specification Test โดยให้ H_0 : Random Effect และ H_1 : Fixed Effect ผลที่ได้พบว่า ค่าทางสถิติยอมรับ H_1 ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.00000 ดังนั้นในการวิเคราะห์ยางแท่ง จะใช้แบบจำลอง Random Effect Model

สำหรับผลการทดสอบแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางขั้ว พบว่า การทดสอบค่าสถิติของ Lagrange Multiplier Test โดยให้ H_0 : Pool OLS และ H_1 : Random Effect พบว่า ค่าทางสถิติยอมรับ H_1 ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.125974 ดังนั้นจึงทำการทดสอบต่อในขั้นที่สองของ Hausman's Specification Test โดยให้ H_0 : Random Effect และ H_1 : Fixed Effect ผลที่ได้พบว่า ค่าทางสถิติยอมรับ H_1 ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.00000 ดังนั้นในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางขั้วของประเทศไทย จะใช้แบบจำลอง Random Effect Model

สมมติฐานในการวิจัย

1. ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางพาราแต่ละประเภทของประเทศจีน ($\ln RP_{ijt}$) จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์นำเข้ยางพาราในแต่ละประเภทของประเทศจีนจากประเทศผู้ส่งออกต่างๆ เช่น ถ้าราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแผ่นรมควันจากไทยเพิ่มขึ้น จะทำให้ปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันของจีนลดลง ดังสมการที่ (7)

$$\frac{\partial \ln Q_{it}}{\partial \ln RP_{ijt}} < 0 \quad (7)$$

2. ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่ประเทศจีนนำเข้า ($\ln RP_{srt}$) โดยยางสังเคราะห์สามารถเป็นทั้งสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน และสินค้าที่ใช้ประกอบกันกับยางพาราในแต่ละประเภท ซึ่งหากเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้ายางพาราในแต่ละประเภทของประเทศจีน และส่วนกรณีที่เป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกันราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การนำเข้ายางพาราในแต่ละประเภทของประเทศจากประเทศผู้ส่งออกต่างๆ ดังสมการที่ (8)

$$\frac{\partial \ln Q_{it}}{\partial \ln RP_{srt}} > 0 \quad (8)$$

3. รายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีน ($\ln RGDP_t$) จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้ายางพาราในแต่ละประเภทของประเทศจีนจากประเทศผู้ส่งออกแต่ละรายในกรณีที่ยางพาราสินค้าสามัญผู้บริโภค และในส่วนกรณีที่เป็นสินค้าวิสามัญสำหรับผู้บริโภคในประเทศจีนจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับอุปสงค์การนำเข้ายางพารา ดังสมการที่ (9)

$$\frac{\partial \ln Q_{it}}{\partial \ln RGDP_t} < 0 \quad (9)$$

4. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศผู้ส่งออกรายต่างๆ แสดงเป็นดอลลาร์ต่อเงินหยวน ($\ln XRAT$) จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์นำเข้ยางพาราในแต่ละประเภทของประเทศจีนจากประเทศผู้ส่งออกแต่ละราย กล่าวคือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลเงินบาทปรับเป็น

เงินดอลลาร์ต่อสกุลเงินของประเทศจีนเพิ่มขึ้น หรือค่าเงินของไทยอ่อนค่าลง ประเทศผู้นำเข้าเห็นว่าราคายางพาราแต่ละประเภทต่ำลง จึงทำให้มีอุปสงค์นำเข้ายางพาราแต่ละประเภทเพิ่มขึ้น ในทางตรงข้าม ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทของไทยต่อสกุลเงินของประเทศจีนลดลง หรือค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้น ทำให้ประเทศผู้นำเข้าเห็นว่าราคายางพาราแต่ละประเภทมีราคาสูงขึ้น ทำให้อุปสงค์นำเข้ายางพาราแต่ละประเภทลดลง ดังสมการที่ (10)

$$\frac{\partial \ln Q_{it}}{\partial \ln XRAT_t} > 0 \quad (10)$$

5. มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงที่ประเทศจีน ($\ln EXP$) จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้ายางพาราในแต่ละประเภทจากประเทศผู้ส่งออกแต่ละราย กล่าวคือ ถ้ามูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงเพิ่มขึ้นก็จะทำให้มีการนำเข้ายางพาราในแต่ละประเภทเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

$$\frac{\partial \ln Q_{it}}{\partial \ln EXP_t} > 0 \quad (11)$$

บทที่ 3

สภาวะการผลิต การใช้ การส่งออกยางพาราของโลก และการนำเข้ายางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญอย่างมากของประเทศไทยและโลก โดยความต้องการใช้ยางพาราของโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ทำให้ต้องมีการขยายการผลิตและการส่งออกเพิ่มขึ้น อีกทั้งประเทศที่กำลังเติบโตทางอุตสาหกรรม อย่างประเทศจีน มีความต้องการใช้ยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างมาก เนื่องจากใช้ยางพาราเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตยางรถยนต์และส่วนประกอบที่เป็นยาง จึงทำให้มีการนำเข้ายางพาราจากประเทศต่างๆ ของโลกมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นในบทนี้จะกล่าวถึงสภาวะการผลิต การใช้ การส่งออกยางพาราของโลก และการนำเข้ายางพาราของประเทศจีน

การผลิตยางพาราและยางสังเคราะห์ของโลก

ยางพาราที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตภัณฑ์ยางชนิดต่างๆ นั้น มีทั้งที่เป็นยางพาราและยางสังเคราะห์ ในผลิตภัณฑ์ยางชนิดหนึ่งๆ ซึ่งอาจจะผลิตจากยางพาราเพียงอย่างเดียวหรือใช้ทั้งยางพาราและยางสังเคราะห์ร่วมกัน เพื่อประโยชน์ในด้านคุณภาพของสินค้า และในหลายกรณีสามารถใช้ทดแทนกันได้ สภาพการแข่งขันในการผลิตยางพาราและยางสังเคราะห์นั้น มีความแตกต่างกันที่การผลิตยางพาราเป็นการผลิตในเชิงเกษตรกรรม ทำให้มีการเกี่ยวคู่กันทางด้านสภาพแวดล้อม ส่วนการผลิตยางสังเคราะห์เป็นการผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงสามารถควบคุมการผลิตได้ แต่ก่อให้เกิดผลเสียต่อบรรยากาศและสภาพแวดล้อม โดยทั่วไปการใช้ยางสังเคราะห์ในแต่ละปี มีปริมาณที่ใกล้เคียงกับปริมาณการผลิต และส่วนใหญ่เป็นการใช้ในประเทศผู้ผลิตเพื่อป้อนโรงงานอุตสาหกรรมของตนเอง

การผลิตยางของโลกในช่วง 11 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541 – 2551) มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการผลิตยางพารามีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.25 ต่อปี และการผลิตยางสังเคราะห์มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.84 ต่อปี โดยภาพรวมแล้วการผลิตยางทั้งหมดของโลกเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 3.50 ต่อปี จะเห็นได้ว่าการขยายตัวของการผลิตยางพาราสูงกว่าการผลิตยางสังเคราะห์ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของผลผลิตเกิดจากแรงจูงใจด้านราคา ทำให้มีการบำรุงต้นยาง ชะลอการตัดโค่นต้นยางแก่

และเร่งเปิดกรีดยางใหม่ อย่างไรก็ตามก็คิดส่วนของยางที่ผลิตได้ทั้งหมดของโลกส่วนใหญ่ร้อยละ 60 เป็นยางสังเคราะห์ ที่เหลือร้อยละ 40 เป็นยางพารา สำหรับในปี พ.ศ. 2551 ปริมาณการผลิตยางทั้งหมดของโลกมีทั้งสิ้น 22,815 พันตัน แบ่งออกเป็นยางพารา 10,026 พันตัน และยางสังเคราะห์ 12,789 พันตัน มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยจากในปี 2550 ที่มีการผลิตยางทั้งหมดของโลกที่ 23,226 พันตัน แบ่งออกเป็นการผลิตยางพาราเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.35 และการผลิตยางสังเคราะห์ลดลง ร้อยละ 4.77 ซึ่งเป็นผลกระทบจากวิกฤติทางเศรษฐกิจของโลก (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ปริมาณการผลิตยางพาราและยางสังเคราะห์ของโลก ปี 2541 – 2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ยางพารา	ยางสังเคราะห์	รวม
2541	6,840	9,880	16,720
2542	6,810	10,300	17,110
2543	6,740	10,880	17,620
2544	7,100	10,560	17,660
2545	7,302	10,882	18,184
2546	7,975	11,390	19,365
2547	8,654	11,989	20,643
2548	8,777	12,078	20,855
2549	9,188	12,515	21,703
2550	9,796	13,430	23,226
2551	10,026	12,789	22,815
อัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี	4.25	3.84	3.50

ที่มา: International Rubber Study Group (2009)

สำหรับประเทศผู้ผลิตยางพาราที่สำคัญของโลก ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย อินเดียน จีน และเวียดนาม โดยใน 4 ประเทศของผู้ผลิตยางที่สำคัญ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม เป็นประเทศที่อยู่ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีภูมิประเทศที่เหมาะสมแก่การปลูกยางพาราเป็นอย่างมาก ลักษณะสวนยางส่วนใหญ่จะเป็นสวนยางขนาดเล็กมีหลายแห่ง กระจายอยู่ทั่วไป แต่ปริมาณการผลิตยางพาราออกมามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตยางพาราเป็นอันดับ 1 ของโลก ปริมาณการผลิตโดยเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.54 รองลงมา

คือ อินโดนีเซีย ที่มีความสามารถในการผลิตยางเพิ่มขึ้นอัตราเฉลี่ยร้อยละ 7.01 ต่อปี อันดับ 3 ได้แก่ มาเลเซีย ที่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.83 ต่อปี ในขณะที่เวียดนามถึงแม้ว่าจะมีความสามารถในการผลิตยางมาเป็นอันดับ 5 ของโลก แต่อัตราการขยายตัวของการผลิตเป็นที่น่าจับตามอง เนื่องจากมีอัตราการผลิตที่ขยายตัวอย่างมาก โดยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยถึงร้อยละ 10.78 ต่อปี (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ผลผลิตยางพาราของประเทศที่สำคัญ ปี 2541 - 2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	อินเดีย	เวียดนาม	จีน
2541	2,075.9	1,740.0	885.7	591.1	218.0	450.0
2542	2,154.6	1,599.2	768.9	620.1	230.0	460.0
2543	2,346.4	1,501.1	927.6	629.0	291.0	445.0
2544	2,319.6	1,607.3	882.1	627.1	317.0	451.0
2545	2,615.1	1,630.0	889.8	640.8	331.4	527.0
2546	2,876.0	1,792.2	985.6	707.1	363.5	565.0
2547	2,984.3	2,066.2	1,168.7	742.6	419.0	573.0
2548	2,937.2	2,271.0	1,126.0	771.5	481.6	510.0
2549	3,137.0	2,637.0	1,283.6	853.3	555.4	533.0
2550	3,056.0	2,755.2	1,199.6	811.1	601.7	590.0
2551	3,089.8	2,751.0	1,077.9	881.3	662.9	560.0
อัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี	4.54	7.01	5.83	4.75	10.78	5.78

ที่มา: International Rubber Study Group (2009)

ในปี 2551 ประเทศไทยผลิตยางพารารวม 3,089.8 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.3 ของปริมาณการผลิตทั้งโลก แม้จะมีเนื้อที่การปลูกยางพาราน้อยกว่าอินโดนีเซียที่มีพื้นที่การปลูกยางมากเป็นอันดับ 1 ของโลกแต่มีความสามารถในการผลิตยางมากเป็นอันดับ 2 ของโลก โดยผลิตได้ 2,751 พันตัน และมาเลเซียผลิตยางได้เป็นอันดับ 3 ของโลกจำนวนทั้งสิ้น 1,077.9 พันตัน และยังมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เวียดนามผลิตยางได้ 662.9 พันตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541- 2550) ประมาณ 3 เท่าของการผลิต หากนำปริมาณการผลิตยางของทั้ง 4 ประเทศรวมกันจะได้ประมาณ 7,581.6 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 76.77 ของปริมาณการผลิตยาง

ทั้งโลก ซึ่งมีจำนวนมากถึง 3 ใน 4 ของการผลิตยางทั้งโลก ซึ่งทั้ง 4 ประเทศเหล่านี้มีการแบ่งตลาดยางพาราที่ค่อนข้างชัดเจน คือ ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกน้ำยางข้น และยางแผ่นรมควันรายใหญ่อันดับ 1 ของโลก ตลาดหลัก คือ จีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น โดยเฉพาะ ประเทศจีน นิยมใช้ยางแผ่นรมควันของไทย ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่ามีความยืดหยุ่นสูง คุณภาพดี และราคาเหมาะสม ที่ใช้ในการผลิตชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ อีกทั้งไทยยังเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางแท่งซึ่งมีสำคัญเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากอินโดนีเซีย

ในส่วนของประเทศอินโดนีเซียส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับ 1 ของโลก หรือประมาณร้อยละ 88 ของการส่งออกยางพาราทั้งหมด ขณะที่ยังมีการส่งออกยางแผ่นรมควันประมาณร้อยละ 11 ของการส่งออกทั้งหมด โดยตลาดหลักที่นำเข้ายางพาราที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ซึ่งจีนเป็นคู่ค้ารายใหม่ของอินโดนีเซียที่มีความต้องการนำเข้ายางแท่งจำนวนมาก นอกจากนี้ยังนำเข้ายางแผ่นรมควันในอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูงเฉลี่ยร้อยละ 42.45 ต่อปีสำหรับประเทศมาเลเซีย สินค้าที่ส่งออกหลักคือ ยางแท่ง ส่งออกมากประมาณร้อยละ 94 ของการส่งออกยางพาราทั้งหมด โดยส่งออกไปยังประเทศจีน และสหภาพยุโรป ที่เป็นตลาดหลักที่สำคัญ เนื่องจากนิยมนำเข้าใช้ในการผลิตยางรถยนต์ ในขณะที่อันดับ 2 ส่งออกน้ำยางข้น ประมาณร้อยละ 6 ของการส่งออกยาง และประเทศเวียดนามผลิตและส่งออก ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น โดยประเทศที่นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย โดยจีนนำเข้ายางแท่งจากเวียดนาม เนื่องจากเป็นยางที่มีราคาถูก คุณภาพดีเหมาะกับการผลิตสินค้าที่ต้องการยางที่มีคุณสมบัติตรงตามความเหมาะสมที่ใช้เป็นชิ้นส่วนต่างๆของรถยนต์ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552) ซึ่งประเทศผู้ผลิตยางพาราที่สำคัญแต่ละประเทศ มีความแตกต่างทางสภาพภูมิศาสตร์ โครงสร้างการผลิต ดังต่อไปนี้

การผลิตยางพาราของไทย

ประเทศไทยตั้งอยู่ในภูมิประเทศเขตร้อน มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการปลูกยาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ทางภาคใต้และบางจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นแหล่งปลูกยางเดิม ต่อมาได้มีการขยายพื้นที่ปลูกยางไปยังแหล่งปลูกยางใหม่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ซึ่งมีสภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการปลูกยาง เนื่องจาก ขาดความชื้น อุณหภูมิต่ำ ลมแรง ประกอบกับในแหล่งปลูกยางดังกล่าวมีสภาพพื้นที่เป็นที่สูงลาดชัน ความลึกของดิน โครงสร้างเนื้อดิน การระบายน้ำ และสมบัติทางเคมีของดินต่ำ แต่ยางพารามีคุณสมบัติสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้ดีจึงทำให้มีผลผลิตออกมาเพิ่มขึ้น (ข้อมูลวิชาการยางพารา, 2550)

ในปี 2551 ประเทศไทยมีเนื้อที่ปลูกยางทั้งสิ้น 16,716,945 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ซึ่งมีพื้นที่ 15,362,346 ไร่ หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 8.82 โดยภาคใต้มีพื้นที่ปลูกยางมากที่สุดถึง 11,339,698 ไร่ รองลงมา คือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 2,799,209 ไร่ ภาคกลาง มี 1,977,460 ไร่ และภาคเหนือมี 600,578 ไร่ โดยแต่ละภาคมีอัตราการขยายตัวของเนื้อที่ปลูกยางเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.04 , 30.61 , 15.86 และ 50.51 ตามลำดับ เนื่องจากมีสภาพอากาศเอื้ออำนวยและมีเนื้อที่เปิดกรีดยางใหม่เพิ่ม อีกทั้งยังมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราอย่างสม่ำเสมอ เป็นผลมาจากยางพาราสามารถขายได้ราคาดี ทำให้เกษตรกรเกิดความนิยมในการปลูก ประกอบกับได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เช่น การตั้งกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง และสนับสนุนในด้านของการพัฒนาพันธุ์ยางใหม่ๆ ทำให้ผลผลิตน้ำยางพาราต่อไร่สูงขึ้น สำหรับเนื้อที่ปลูกยางทั้งหมดของประเทศ มีเนื้อที่กรีดยางได้ในปี 2551 จำนวนทั้งสิ้น 11,371,407 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ร้อยละ 2.57 ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 11,086,811 ไร่ เนื้อที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 84 อยู่ทางภาคใต้ โดยผลผลิตเฉลี่ยยางทั้งประเทศได้ 278 กิโลกรัมต่อไร่ต่อปี (ตารางที่ 8) โดยน้ำยางพาราที่ได้จากการกรีดมาแปรรูปเป็นยางพาราชั้นต้นอยู่ในรูปของ ยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น ยางเครฟ และยางอื่นๆ ซึ่งในปัจจุบันไทยสามารถผลิตยางแท่งได้มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น เป็นต้น และในปี 2551 ไทยสามารถผลิตยางแท่งได้ถึง 1,282.0 พันตัน รองลงมาได้แก่ ยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้น ที่ผลิตได้ถึง 973.3 พันตัน และ 663.9 พันตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 9) จึงถือได้ว่าประเทศไทยเป็นผู้ผลิตยางพารามากที่สุดในโลก โดยในปี 2551 สามารถผลิตยางได้ 3,089.8 พันตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ที่ผลิตได้ 3,056.0 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.11 ต่อปี ตั้งแต่ปี 2541 – 2551 ไทยสามารถผลิตยางคิดเป็นร้อยละ 3.99 ต่อปี (ตารางที่ 10) จากปริมาณการผลิตของไทยในช่วงปี 2541 – 2551 พบว่ามีอัตราการขยายตัวที่ต่ำกว่าประเทศผู้ผลิตรายอื่นๆ โดยไทยเสียเปรียบในด้านผลผลิตยางพารา ซึ่งกว่าร้อยละ 90 ต้องพึ่งพาตลาดส่งออกจึงอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก และโครงสร้างการปลูกยางของไทยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ต้นทุนสูงในการรวบรวมวัตถุดิบ ทั้งค่าขนส่งและค่านายหน้าและคนกลาง เป็นต้น นอกจากนี้ประเทศไทยมีต้นทุนการผลิตยางแท่งสูง เนื่องจากไทยใช้ยางแผ่นดิบเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต ขณะที่ประเทศผู้ผลิตรายอื่นใช้น้ำยางสดและยางก้นถ้วย ทำให้กรรมวิธีการผลิตลัดและสั้น อีกทั้งยังมีต้นทุนต่ำกว่าไทย (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2552)

ตารางที่ 8 เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่กรีดยางพาราของประเทศไทย ปี 2550 - 2551

ภาค	เนื้อที่ยืนต้น			เนื้อที่กรีดยาง			ผลผลิต		ผลผลิตต่อไร่		
	(ไร่)			(ไร่)			(ตัน)		(กิโลกรัม)		
	2550	2551	ร้อยละ เพิ่ม/ลด	2550	2551	ร้อยละ เพิ่ม/ลด	2550	2551	ร้อยละ เพิ่ม/ลด	2550	2551
ภาคใต้	11,113,316	11,339,698	2.04	9,350,366	9,514,176	1.75	2,544,116	2,644,416	3.92	272	278
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2,143,206	2,799,209	30.61	524,155	569,668	8.68	136,128	154,917	13.80	260	272
ภาคกลาง	1,706,807	1,977,460	15.86	1,200,700	1,272,792	6.00	338,977	364,100	7.41	282	286
ภาคเหนือ	399,017	600,578	50.51	11,590	14,771	27.45	2,905	3,710	27.71	251	251
รวมทั้งประเทศ	15,362,346	16,716,945	8.82	11,086,811	11,371,407	2.57	3,022,324	3,166,843	4.78	273	278

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2552)

ตารางที่ 9 ผลผลิตยางพาราของประเทศไทยแยกตามประเภท ปี 2542 – 2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น ¹	รวม
2542	1,141.9	624.8	300.6	2,154.6
2543	1,055.9	868.2	350.9	2,346.5
2544	951.0	869.8	440.7	2,319.5
2545	1,111.4	940.4	470.8	2,615.1
2546	1,225.2	1,029.6	494.7	2,876.0
2547	1,104.2	1,134.0	590.9	2,984.3
2548	1,005.7	1,240.3	585.3	2,937.2
2549	1,028.9	1,192.1	698.0	3,137.0
2550	957.3	1,218.3	663.9	3,056.0
2551	973.3	1,282.0	587.0	3,089.8

หมายเหตุ: ¹ น้ำหนักเนื้อยางแห้ง
ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2552)

การผลิตยางพาราของอินโดนีเซีย

การผลิตยางพาราของอินโดนีเซียอยู่ในบริเวณตอนเหนือ และตอนใต้ของเกาะสุมาตรา จัมบิ รือ และเกาะกาลิมันตัน ทางตะวันออกของอินโดนีเซียที่เรียกว่า เกาะเซราม และอาเรนจายา โดยในปี 2550 อินโดนีเซียมีพื้นที่ปลูกยางพารารวม 21 ล้านไร่ และมีพื้นที่กรีดยางจำนวน 19.8 ล้านไร่ ส่วนใหญ่อยู่ทางตอนเหนือและใต้ของเกาะสุมาตรา ซึ่งให้ผลผลิตร้อยละ 75 ของผลผลิตทั้งประเทศ รองลงมาคือบริเวณเกาะกาลิมันตันที่ให้ผลผลิตร้อยละ 20 ขณะที่พื้นที่ปลูกยางตอนเหนือของเกาะสุมาตราและรือกำลังมีการเปลี่ยนไปปลูกปาล์มแทน เนื่องจากโครงสร้างการปลูกยางของอินโดนีเซียส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 84 เป็นสวนยางขนาดเล็ก อีกทั้งประเทศอินโดนีเซียมีการปลูกยางพาราแบบไม่เป็นระบบ และยังเป็นยางพันธุ์พื้นเมืองเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งรัฐยังคงดูแลไม่ทั่วถึง เป็นผลมาจากขาดแคลนงบประมาณและประสบปัญหาการเมืองภายในประเทศ ทำให้การพัฒนาขึ้นมาเป็นผู้นำในการผลิตยางจึงทำได้ค่อนข้างยาก ในอนาคตประเทศอินโดนีเซียจึงมีโครงการให้เกาะกาลิมันตันเป็นพื้นที่หลักในการปลูกยางแทนและมีแผนการพัฒนาการปลูกยางที่ชัดเจน โดยจากการแบ่งสวนยางในประเทศออกเป็นสวนขนาดใหญ่และขนาดเล็ก และให้สวนยาง

ขนาดใหญ่เป็นศูนย์กลางของสวนยางขนาดเล็กเพื่อพัฒนาตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2552)

ประเทศอินโดนีเซียสามารถผลิตยางพาราได้เป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากประเทศไทย ถึงแม้จะมีพื้นที่การปลูกยางมากกว่าไทยก็ตามมา โดยในปี 2551 อินโดนีเซียมีปริมาณการผลิตยางจำนวน 2,751 พันตัน บนพื้นที่ประมาณ 21 ล้านไร่ โดยปริมาณการผลิตยางลดลงเพียงเล็กน้อยจากปี 2550 ที่มีปริมาณการผลิตจำนวน 2,755 พันตัน คิดเป็นร้อยละการเปลี่ยนแปลง - 0.15 (ตารางที่ 10) ซึ่งมีการผลิตยางพาราชนิดต่างๆตามสัดส่วนคือ มีการผลิตยางแท่งมากกว่าร้อยละ 88 ของผลิตภัณฑ์ยางพาราทั้งหมด รองลงมาคือ ยางแผ่นรมควันมากถึงร้อยละ 11 ของผลิตภัณฑ์ยางพาราทั้งหมด ส่วนที่เหลือจึงเป็นการผลิตน้ำยางข้นและยางเครฟ อย่างละเท่าๆกัน โดยที่ยางแท่งที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จะเป็นยางแท่งชั้น SIR ขณะที่ยางแผ่นรมควันส่วนใหญ่เป็นยางแผ่นรมควันชั้น 1 การบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ยางของอินโดนีเซียทำได้ค่อนข้างดีคือ ร้อยละ 80 ของยางแท่งที่ผลิตได้ห่อด้วยพลาสติกแล้วใช้ไม่รองจึงไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการเกิดแป้ง ส่วนยางแผ่นถูกอัดเป็นก้อนหนัก 33.3 หรือ 35 กิโลกรัม แล้วห่อด้วยพลาสติก ซึ่งช่วยแก้ปัญหาด้านน้ำหนักและการเกิดแป้งในด้านท่าเรือหลักที่ใช้ในการส่งออกยางพาราของอินโดนีเซีย คือ ท่าเรือเบลาวัน ปาเลมบัง จัมบี และปอนเตียเนค หากดูภาพรวมแล้ว พื้นที่การเพาะปลูกและการผลิตยางพาราของอินโดนีเซีย ยังถือว่ามีความศักยภาพสูงที่จะสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตที่สำคัญของตลาดโลกได้อย่างมาก (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2552)

การผลิตยางพาราของมาเลเซีย

มาเลเซียมีพื้นที่ปลูกยางเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจากอินโดนีเซียและไทย โดยในปี 2550 มาเลเซียมีพื้นที่ปลูกยางทั้งหมด 7,812,500 ไร่ พื้นที่การปลูกยางของมาเลเซียมี 2 ลักษณะคือ สวนยางขนาดใหญ่ และสวนยางขนาดเล็ก โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 91 เป็นการปลูกยางแบบสวนยางขนาดเล็ก มีเนื้อที่ 7,096,300 ไร่ ส่วนที่เหลือร้อยละ 9 เป็นการปลูกแบบสวนยางขนาดใหญ่มีเนื้อที่ 716,200 ไร่ ดังนั้นมาเลเซียจึงเป็นประเทศที่มีการปริมาณผลิตและส่งออกยางพารามากเป็นอันดับ 3 ของโลก แต่ทิศทางการเติบโตยังไม่ชัดเจน อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการผลิตขึ้นอยู่กับราคาขายเป็นสำคัญ ปริมาณการผลิตยางพาราในปี 2541 มีปริมาณทั้งสิ้น 885.7 พันตัน ซึ่งปริมาณการผลิตยางพาราของมาเลเซียลดลงต่ำสุดเหลือ 768.9 พันตันในปี 2542 และค่อยๆเพิ่มขึ้นเป็น 1,077.0 พันตันในปี 2551 ซึ่งระยะเวลา 11 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541 – 2551) ปริมาณการ

ผลิตยางพาราของประเทศมาเลเซียมีความผันผวนในช่วงแคบๆ คือมีการเพิ่มขึ้นและลดลงในทุกปี (ตารางที่ 10) โดยเฉพาะช่วงปี 2541 – 2549 ปริมาณการผลิตยางพาราของมาเลเซียมีการเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของราคา อีกทั้งการปลูกยางในมาเลเซียต้องพึ่งพาแรงงานในการกรีด และเก็บยางจำนวนมาก จากการที่มีปลูกยางเป็นแปลงใหญ่ขนาด 1,000 ไร่ ซึ่งเป็นเนื้อที่ขนาดใหญ่ ต่อมาหลังจากเศรษฐกิจมาเลเซียเริ่มเติบโตอย่างรวดเร็ว ค่าแรงจึงเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ขาดแรงงานในการทำสวนยางที่เป็นแรงงานราคาถูก ยิ่งกว่านั้นการปลูกยางพาราก็ยังเป็นพืชที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่าพืชชนิดอื่น เช่น ปาล์มน้ำมัน จึงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงจากการทำสวนยางพาราเป็นสวนปาล์มน้ำมัน และเป็นการเปลี่ยนแปลงสวนขนาดใหญ่ มีผลทำให้การปลูกยางพาราของมาเลเซียมีแนวโน้มลดลง แต่ก็ยังมีกำลังการผลิตของโรงงานแปรรูปยางพาราเหลืออยู่บ้าง หากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ผลิตยางพาราที่สำคัญ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย และเวียดนามแล้ว มาเลเซียเป็นประเทศที่มีอัตราการขยายตัวของปริมาณการผลิตต่ำสุดโดยเฉลี่ยมีอัตราเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.34 ต่อปี ทำให้ปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการอุตสาหกรรมในประเทศ จึงทำให้มาเลเซียต้องนำเข้าวัตถุดิบจำพวก น้ำยางข้น ยางแผ่นดิบ เศษยาง ยางก้อน จากไทยปีแต่จำนวนมากเพื่อนำไปเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปผลิตยาง โดยยางแท่ง เพื่อการส่งออก หรือใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางในประเทศ

ในปี 2550 -2551 มาเลเซียเริ่มมีผลผลิตยางพาราเพียงพอกับความต้องการใช้ภายในประเทศ และการส่งออก โดยเฉพาะ น้ำยางข้น ทำให้มาเลเซียลดการรับซื้อน้ำยางข้นจากไทย หลังจากที่มาเลเซียเคยเป็นแหล่งนำเข้าน้ำยางข้นอันดับ 1 ของไทย อีกทั้งมาเลเซียมีการขยายที่ปลูกยางพาราตั้งแต่ปี 2547 เริ่มทยอยให้ผลผลิตแล้ว ซึ่งในปี 2551 มาเลเซียสามารถผลิตยางพาราได้ถึง 1,077.9 พันตัน ซึ่งเท่ากับว่าปริมาณยางพาราในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้นตลาดยางพาราจึงมีการแข่งขันกันทั้งในด้านปริมาณและราคาในตลาดโลกเพิ่มขึ้น โดยข้อได้เปรียบของมาเลเซียในการผลิต คือ ผลผลิตมีคุณภาพดีเพราะใช้เทคโนโลยีระดับสูงในการผลิตและมีต้นทุนการผลิตยางพาราในประเทศต่ำกว่าประเทศผู้ผลิตรายอื่นๆ อย่างไทยและอินโดนีเซีย นอกจากนี้ รัฐบาลของมาเลเซียยังให้การสนับสนุนการวิจัย และพัฒนาอุตสาหกรรมยางทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ จึงทำให้มาเลเซียสามารถแข่งขันในตลาดโลกและเป็นผู้ผลิตที่สำคัญในตลาดโลกได้อย่างต่อเนื่อง (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2552)

การผลิตยางพาราของเวียดนาม

เวียดนามเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีความใกล้เคียงกับไทยหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางภูมิศาสตร์ คือมีความยาวของประเทศคล้ายกับประเทศไทย และขนาดพื้นที่ก็ค่อนข้างใกล้เคียงกัน เวียดนามมีประชากรประมาณ 84 ล้านคน ซึ่งในจำนวนนี้เป็นเกษตรกรร้อยละ 70 โดยรายได้จากการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 20 ของมวลรวมประชาชาติ ดังนั้นการเกษตรของเวียดนามถือว่าเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญพอสมควรและมีคนเกี่ยวข้องจำนวนมาก ซึ่งด้านการเกษตรในที่นี่จะรวมถึงการปลูกยางพาราของเวียดนามซึ่งมีการพัฒนาการปลูกยางเพิ่มขึ้นอย่างมาก จากการที่รัฐบาลของเวียดนามมีเป้าหมายชัดเจนอย่างมากในการส่งเสริมการผลิตในทุกๆ มิติ โดยมีพื้นที่ที่รกร้างในปี 2550 จำนวน 3,200 พันไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 3,199 พันไร่ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.03 โดยประมาณร้อยละ 60 เป็นพื้นที่ของรัฐบาลที่ใช้ในการปลูกยาง และที่เหลือเป็นของเกษตรกรรายย่อยและบริษัทเอกชน ในพื้นที่การผลิตยางพาราของรัฐบาลนั้นมีการจัดการที่ดี และมีการใช้พันธุ์ยางพันธุ์ดี ส่งผลให้ผลผลิตที่ได้สูงกว่าเกษตรกรรายย่อย อย่างไรก็ตามหากเกษตรกรรายย่อยบางรายมีพื้นที่ในการเพาะปลูกยางที่เหมาะสม จะทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีและมีปริมาณมากขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตยางโดยรวมของประเทศเพิ่มขึ้น

ในปัจจุบันเวียดนามเป็นผู้ผลิตยางพาราขนาดใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลก โดยในปี 2551 เวียดนามมีความสามารถในการผลิตยางจำนวนทั้งสิ้น 662.9 พันตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ที่มี 601.7 พันตัน หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 10.17 โดยผลผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลมาจากเวียดนามมีการพัฒนาขยายพื้นที่ปลูกยางพาราอย่างมาก เนื่องจากแนวโน้มของตลาดโลกที่มีความต้องการยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยางมีราคาค่อนข้างดีโดยตลอด รัฐบาลเวียดนามจึงได้ส่งเสริมให้เกษตรกรและภาคเอกชนดำเนินการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราให้มากขึ้น ทั้งในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศลาว และกัมพูชา อันเนื่องมาจาก ประเทศเวียดนามมีพื้นที่เพาะปลูกจำกัด โดยรัฐบาลเวียดนามมีแผนการที่จะขยายพื้นที่ปลูกยางพาราจากปัจจุบันให้ได้ถึง 4,375,000 ไร่ ภายในปี 2558 หรือ ปี 2563 ภายใต้แผนการนี้จะมีการส่งเสริมการปลูกยางพาราสำหรับเกษตรกรรายย่อยให้มากขึ้น โดยรัฐบาลมีคาดว่าจะสามารถผลิตยางพาราให้ได้ถึง 700 พันตันต่อปี ในปี 2553 และ 1,000 พันตันต่อปี ในปี 2563 โดยการขยายพื้นที่การเพาะปลูกยางพาราในประเทศลาว และกัมพูชา จะทำให้มีเนื้อที่เพิ่มขึ้นถึง 1,250,000 ไร่ จากการที่เวียดนามที่มีการขยายพื้นที่ปลูกยางเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ปริมาณการผลิตยางพาราของเวียดนามเพิ่มขึ้นในช่วงการผลิตตั้งแต่ปี 2541 – 2551 โดยในปี 2541 เวียดนามมีการผลิตยางพาราเพียง 218 พันตัน ต่อมาในปี 2551

เวียดนามสามารถผลิตยางพาราได้จำนวนมากขึ้น 662.9 พันตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 204.1 และอัตราการขยายตัวของปริมาณการผลิตเฉลี่ยร้อยละ 10.84 ต่อปี (ตารางที่ 10) โดยในช่วงปี 2541 – 2549 เวียดนามมีอัตราการขยายตัวสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่มประเทศผู้ผลิตยางพารารายใหญ่ อย่าง ไทย อินโดนีเซีย และเวียดนาม และในปี 2550 – 2551 ถึงแม้อัตราการขยายตัวจะลดลงจากปี 2549 แต่ปริมาณการผลิตของเวียดนามยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและสูงกว่าประเทศผู้ผลิตรายอื่น

การผลิตยางสังเคราะห์ของโลกพบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปริมาณการผลิตทั้งหมด 9,880 พันตัน เมื่อปี 2541 เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เป็น 12,789 พันตัน ในปี 2551 ประเทศผู้ผลิตยางสังเคราะห์ของโลกส่วนใหญ่จะเป็นประเทศอุตสาหกรรม โดยประเทศผู้ผลิตยางสังเคราะห์ของโลกใน 5 อันดับแรกที่มีปริมาณการผลิตยางสังเคราะห์มากที่สุด คือประเทศจีนเป็นผู้ผลิตยางสังเคราะห์รายใหญ่ที่สุดของโลกในปัจจุบัน ซึ่งปริมาณการผลิตยางสังเคราะห์ของจีนในปี 2551 มีจำนวนมากถึง 2,325 พันตัน รองลงมาได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมัน และฝรั่งเศส โดยปริมาณการผลิตยางสังเคราะห์ในปี 2551 ของประเทศดังกล่าว มีปริมาณ 2,314.4 พันตัน 1,651.0 พันตัน 742 พันตัน และ 644.6 พันตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 11) ซึ่งจีนเริ่มมีการผลิตยางสังเคราะห์เป็นจำนวนมากนับตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา จนกระทั่งกลายมาเป็นผู้ผลิตยางสังเคราะห์เป็นอันดับ 1 ของโลกในปี 2551 ซึ่งจากเดิมสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีการผลิตยางสังเคราะห์มากที่สุดในโลกนับตั้งแต่ปี 2541 - 2550 แต่เนื่องจากสหรัฐอเมริกาประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจจึงทำให้ต้องชะลอการผลิตยางสังเคราะห์ที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอุตสาหกรรมรถยนต์ จึงทำให้จีนกลายเป็นประเทศผู้ผลิตยางสังเคราะห์รายใหญ่ที่สุดของโลกเนื่องจากในประเทศจีนมีอุตสาหกรรมทางด้านรถยนต์ที่มีความต้องการใช้ยางสังเคราะห์เป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 10 ปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ ปี 2541 -2551

ปี	ไทย		อินโดนีเซีย		มาเลเซีย		เวียดนาม	
	ปริมาณการผลิต (พันตัน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ปริมาณการผลิต (พันตัน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ปริมาณการผลิต (พันตัน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ปริมาณการผลิต (พันตัน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2541	2,075.9	2.13	1,714	13.40	885.7	-8.79	218.0	2.82
2542	2,154.6	3.79	1,599	-6.70	768.9	-13.19	230.0	5.50
2543	2,346.4	8.90	1,501	-6.13	927.6	20.64	291.0	26.52
2544	2,319.6	-1.14	1,576	4.99	882.1	-4.91	317.0	8.93
2545	2,615.1	12.74	1,630	3.42	889.8	0.87	331.4	4.54
2546	2,876.0	9.98	1,792	9.95	985.6	10.77	363.5	9.69
2547	2,984.3	3.77	2,066	15.29	1,168.7	18.58	419.0	15.27
2548	2,937.2	1.58	2,271	9.91	1,126.0	-3.65	481.6	14.94
2549	3,137.0	6.80	2,637	16.12	1,283.6	0.10	555.4	15.32
2550	3,056.0	-2.58	2,755	4.48	1,199.6	-6.54	601.7	8.34
2551	3,089.8	1.11	2,751	-0.15	1,077.9	-10.15	662.9	10.17
อัตราการเฉลี่ย								
ร้อยละต่อปี	2,690.2	3.99	2,026.5	5.87	1,017.8	0.34	406.5	10.84

ที่มา: International Rubber Study Group (2009)

ตารางที่ 11 ประเทศผู้ผลิตยางสังเคราะห์ของโลก 5 อันดับแรก ปี 2541 – 2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	จีน	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	เยอรมนี	ฝรั่งเศส
2541	599.7	2,600.0	1,591.5	555.1	594.9
2542	754.2	2,354.0	1,576.7	720.1	592.4
2543	835.7	2,395.4	1,591.7	849.2	669.2
2544	1,052.4	2,064.4	1,465.5	828.4	671.7
2545	1,132.9	2,164.4	1,522.0	869.2	681.1
2546	1,272.2	2,270.1	1,577.4	888.0	717.7
2547	1,477.6	2,325.1	1,616.1	905.0	776.0
2548	1,632.1	2,365.8	1,626.9	855.0	654.8
2549	1,845.2	2,606.3	1,507.0	865.0	663.9
2550	2,215.0	2,696.9	1,654.6	803.0	655.0
2551	2,325.0	2,314.4	1,651.0	742.0	644.6

ที่มา: International Rubber Study Group (2009)

การใช้ยางพาราและยางสังเคราะห์ของโลก

ในช่วง 11 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541 – 2551) การใช้ยางของโลกทั้งหมดมีอัตราการใช้เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.9 ต่อปี ซึ่งมีการใช้ยางแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกเป็นการใช้ยางพาราจากการแปรรูปตามกระบวนการขึ้นต้น และส่วนที่สองเป็นการใช้ยางสังเคราะห์ที่ผ่านกระบวนการผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม โดยปริมาณการใช้ยางพารามีการขยายตัวโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4.2 ต่อปี และยางสังเคราะห์มีปริมาณการใช้โดยเฉลี่ยร้อยละ 1.9 ต่อปี (ตารางที่ 12) ปริมาณการใช้ยางพารามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแต่ต่ำกว่าปริมาณการผลิตเกือบทุกปี โดยในช่วงแรก คือปี 2541 – 2545 ปริมาณการผลิตยางพาราน้อยกว่าการใช้ยางพาราเป็นจำนวนมากจึงมีผลทำให้ ราคาขายขาดเสถียรภาพ โดยยางพาราร้อยละ 60 – 70 ถูกใช้ในการผลิตเป็นยางล้อรถยนต์ ซึ่งประเทศผู้ใช้นยางพารามากที่สุดในขณะนั้นคือ สหรัฐอเมริกา โดยมีปริมาณการใช้ยางปีละประมาณ 1,110.0 พันตัน หรือร้อยละ 17 ของปริมาณการใช้ยางทั้งโลก ผู้ใช้รายใหญ่รองลงมาคือ จีนและญี่ปุ่น คือปีละประมาณ 1,059.2 พันตัน และ 733.34 พันตัน ตามลำดับ ต่อมาในช่วงปี 2545 – 2551 ปริมาณการผลิตยางพารายังคงเพิ่มขึ้นประกอบกับปริมาณการใช้ที่เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน โดยปริมาณการใช้ยางพารามีการขยายตัว

เฉลี่ยประมาณร้อยละ 3.7 ต่อปี โดยยางพาราร้อยละ 65 ถูกใช้ในการผลิตยางล้อรถยนต์ ประเทศผู้ใช้อย่างพารามากที่สุดในช่วงนั้นจนถึงปัจจุบัน คือ จีน ซึ่งมีการใช้ยางพาราโดยเฉลี่ยปีละประมาณ 2,027 พันตัน หรือประมาณ 1 ใน 4 ของปริมาณการใช้ยางทั้งโลก และมีแนวโน้มจะมีการใช้เพิ่มขึ้นอีกตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และผู้ใช้อย่างพารารายใหญ่รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น

จีนเป็นประเทศผู้ใช้อย่างพารามากที่สุดของโลก นับตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา โดยในปี 2545 ปริมาณการใช้ยางพาราของจีนมีจำนวนทั้งสิ้น 1,395 พันตัน เทียบกับ เมื่อเทียบกับสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ที่มีการใช้ยางพาราจำนวนทั้งสิ้น 1,110.8 พันตัน และ 749 พันตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 13) ซึ่งจีนมีปริมาณการใช้ยางในปีนั้นมากกว่า 2 ประเทศนี้ ประมาณร้อยละ 11.34 และ 30.13 ตามลำดับ ปริมาณการใช้ยางพาราของจีนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆในช่วงปี 2541 – 2551 คิดเป็นร้อยละ 109.6 และมีอัตราการขยายตัวของปริมาณการใช้ยางโดยเฉลี่ยร้อยละ 13.72 ต่อปี นอกจากนี้ปริมาณการใช้ยางพาราของจีนได้เพิ่มขึ้นเป็น 2,924.3 พันตัน ในปี 2551 ซึ่งมากกว่าการใช้ยางพาราของสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นรวมกัน โดยในปี 2551 สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น มีการใช้ยางพารา 1,041.0 พันตัน และ 877.9 พันตัน ตามลำดับ สาเหตุที่ประเทศจีนเป็นประเทศที่ใช้อย่างพาราและยางสังเคราะห์มากที่สุดของโลก เนื่องจากประเทศจีนมีการเปิดประเทศให้บริษัทข้ามชาติเข้ามาลงทุนตั้งฐานการผลิตอุตสาหกรรมต่างๆในประเทศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ ที่มีการใช้ยางพาราและยางสังเคราะห์เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิต

ยางสังเคราะห์โดยส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งการใช้ยางสังเคราะห์มีมากกว่ายางพารานับตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา แต่อัตราการขยายตัวในการใช้กลับต่ำกว่ายางพาราเป็นอย่างมาก ซึ่งสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ใช้อย่างสังเคราะห์มากที่สุดในช่วงปี 2541 – 2544 แต่ต่อมาในปี 2545 จนถึงปัจจุบัน จีนเริ่มเป็นประเทศผู้ใช้อย่างสังเคราะห์มากที่สุดในโลก จึงทำให้จีนกลายเป็นทั้งผู้ใช้อย่างพาราและยางสังเคราะห์รายใหญ่ที่สุดในโลก โดยคิดเป็นสัดส่วนการใช้ยางพาราต่อยางสังเคราะห์เป็น 45.7 : 54.3 ในปี 2551 ซึ่งปริมาณการใช้ยางสังเคราะห์ของจีน มีปริมาณการใช้สูงถึง 3,479.3 พันตัน และในช่วงปี 2541 – 2551 มีการขยายตัวของปริมาณการใช้ยางสังเคราะห์โดยเฉลี่ยร้อยละ 13.60 ต่อปี ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ความต้องการใช้ยางของจีนเพิ่มมากขึ้นในช่วงตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา คือการที่จีนได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) เมื่อเดือนธันวาคม ปี 2544 ทำให้มีการลงทุนจากต่างประเทศหลั่งไหลเข้าไปประเทศจีนเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เศรษฐกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว ผู้ผลิตรถยนต์และผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหญ่หลายราย ได้

เข้าไปลงทุนตั้งโรงงานในจีน ซึ่งมีทั้งเป็นการลงทุนใหม่เพื่อรองรับตลาดจีนซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่มาก และบางส่วนเป็นการย้ายฐานการผลิตเพื่อใช้แรงงานจีนซึ่งมีราคาถูก ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งความต้องการใช้ยางของจีนคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องไปตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงขยายตัวในอัตราที่สูงต่อไป (สถาบันวิจัยยาง, 2550)

ในส่วนของประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา เป็นประเทศผู้ใช้อย่างพาราและยางสังเคราะห์มากเป็นอันดับ 1 ของโลก แต่ต่อมากายหลังนับตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา สหรัฐอเมริกาได้กลายเป็นประเทศผู้ใช้อย่างมากเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจาก จีน อีกทั้งปริมาณการใช้ยางพาราของสหรัฐอเมริกาก็กลับอยู่ในอัตราที่ลดลง จะเห็นได้จากปริมาณการใช้ยางพาราในปี 2541 มีจำนวน 1,157.4 พันตัน และในปี 2551 มีปริมาณการใช้ยางพารา 1,141 พันตัน ซึ่งลดลงร้อยละ 10.06 และในช่วงปี 2541 -2551 มีอัตราการขยายตัวของการใช้ยางพาราเฉลี่ยลดลงร้อยละ 0.62 ต่อปี (ตารางที่ 13) ซึ่งถือว่าต่ำมากเมื่อเทียบกับอัตราการเพิ่มขึ้นของประเทศจีนและญี่ปุ่น ที่เป็นประเทศผู้ใช้อย่างพารารายใหญ่เป็นอันดับ 1 และ 3 ของโลก ในส่วนการใช้ยางสังเคราะห์ของสหรัฐอเมริกา มีปริมาณการใช้ที่ลดลงเช่นเดียวกับยางพารา จากเดิมในปี 2541 มีปริมาณการใช้ยางสังเคราะห์ถึง 2,345.1 พันตัน ลดลงมาเหลือ 1,734 พันตันในปี 2551 หรือคิดเป็นร้อยละ 35.76 โดยสัดส่วนการใช้ยางพาราต่อยางสังเคราะห์ของสหรัฐอเมริกาคือ 37.5 : 62.5 ซึ่งหมายถึงมีการใช้ยางสังเคราะห์มากกว่ายางพารา แต่อย่างไรก็ตามอัตราการขยายตัวของการใช้ยางสังเคราะห์โดยเฉลี่ยยังคงลดลงถึงร้อยละ 2.82 ต่อปีในช่วงปี 2541 - 2551 จากการขยายตัวของยางพาราและยางสังเคราะห์ลดลง อันเป็นผลมาจากเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาประสบด้านสินเชื่อยคุณภาพในภาคอสังหาริมทรัพย์ หรือซับไพร์ม ทำให้เกิดปัญหาภาวะเศรษฐกิจหดตัว ส่งผลให้ความต้องการใช้ยางของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ลดลงตามไปด้วย

ญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้ใช้อย่างพารามากเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจาก จีน และสหรัฐอเมริกา ปริมาณการใช้ยางพาราของญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆแต่ไม่มาก ซึ่งในปี 2551 มีปริมาณการใช้ยางพาราจำนวนทั้งสิ้น 877.9 พันตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2541 ที่มีการใช้ยางพาราทั้งสิ้น 707.3 พันตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.12 และมีอัตราการขยายตัวของการใช้ยางพาราโดยเฉลี่ยร้อยละ 2.22 ต่อปีในช่วงปี 2541 -2551 ในส่วนของยางสังเคราะห์ ญี่ปุ่นมีการใช้ยางสังเคราะห์เพิ่มขึ้นจาก 1,115.7 พันตัน ในปี 2541 เป็น 1,137.6 พันตันในปี 2551 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.96 ซึ่งมีอัตราการขยายตัวของการใช้ยางสังเคราะห์เพิ่มขึ้นในช่วงปี 2541 – 2551 โดยเฉลี่ยร้อยละ 0.21 ต่อปี (ตารางที่ 13) ซึ่งสัดส่วนการใช้ยางพาราต่อยางสังเคราะห์ของญี่ปุ่นในปี 2551 มีอัตรา 43.6 : 56.4 แสดงว่าญี่ปุ่นมีการใช้ยาง

สังเคราะห์มากกว่ายางพารา ซึ่งญี่ปุ่นเป็นประเทศหนึ่งที่เป็นประเทศอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ ซึ่งต้องใช้ยางพาราจำนวนมากเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางรถยนต์และชิ้นส่วนประกอบรถยนต์

สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยางพารามากที่สุดของโลก แต่มีความต้องการใช้ยางพาราในประเทศน้อยกว่าประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เนื่องจากส่วนใหญ่จะนำยางส่งออกขายให้แก่ 3 ประเทศผู้ใช้อย่างรายใหญ่ของโลก ได้แก่ ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น โดยในปี 2551 การใช้อยางพาราในประเทศไทยมีประมาณร้อยละ 12 ของผลผลิตยางพาราทั้งหมด ส่วนใหญ่ใช้น้ำยางข้น ยางแท่ง และยางแผ่นรมควัน ประมาณร้อยละ 40, 31 และ 26 ของการใช้อยางในประเทศทั้งหมดตามลำดับ อุตสาหกรรมที่มีการใช้อยางพารามากที่สุด คือ อุตสาหกรรมยางล้อ ซึ่งประกอบด้วย ยางยานพาหนะ ยางจักรยาน จักรยานยนต์ และยางล้อดอก ซึ่งใช้ยางแท่งและยางแผ่นรมควันเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต และมีอัตราการขยายตัวของการใช้ยางเฉลี่ยร้อยละ 7.41 ต่อปี เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2547 -2550 แต่เศรษฐกิจเริ่มถดถอยในปี 2551 ทำให้มีการใช้อยางพาราในอุตสาหกรรมยางลดลง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า สัดส่วนของการใช้อยางพาราและยางสังเคราะห์ของทั้ง 3 ประเทศผู้ใช้อยางพารามากที่สุดในโลกคือ จีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น โดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 40 และ 60 ตามลำดับ โดยการใช้อยางพาราและยางสังเคราะห์ของประเทศจีนและญี่ปุ่นในช่วงปี 2541 – 2551 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ในส่วนของจีนการใช้อยางทั้งสองชนิดมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยถึง 13.77 ต่อปี และ 15.11 ต่อปี ตามลำดับ และญี่ปุ่นมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นของยางพาราและยางสังเคราะห์โดยเฉลี่ย 2.22 ต่อปี และ 0.23 ต่อปี ตามลำดับ และสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศเดียวที่มีการใช้อยางที่ลดลงทั้งยางพาราและยางสังเคราะห์ โดยลดลงในอัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปีที่ 0.68 และ 3.14 ตามลำดับ ปัจจุบันไทยเริ่มมีการใช้อยางในประเทศเพิ่มขึ้นทำให้มีอัตราเฉลี่ยต่อปีในการใช้ที่เพิ่มขึ้น แต่ในส่วนของการใช้อยางพาราและยางสังเคราะห์มีไม่มากนักเมื่อเทียบกับ 3 ประเทศผู้ใช้อยางที่สำคัญ อันเนื่องมาจากผลผลิตที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ของไทย จะนำไปส่งออกมากกว่าการใช้ภายในประเทศ จึงทำให้ไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกยางพารามากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยมีตลาดหลักที่สำคัญในการนำเข้ายางพาราจากไทยเป็นจำนวนมาก คือประเทศจีน นอกจากนี้แล้วยังมีประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญอีก 3 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ที่ต้องการแบ่งส่วนการตลาดส่งออกของไทยไปยังประเทศจีนซึ่งว่าเป็นตลาดหลักแหล่งใหญ่ที่สุดของโลก

ตารางที่ 12 ปริมาณการใช้ยางพาราและยางสังเคราะห์ของโลก ปี 2541 – 2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ยางพารา	ยางสังเคราะห์	รวม
2541	6,540 (39.9)	9,870 (60.1)	16,410 (100.0)
2542	6,670 (39.3)	10,170 (60.4)	16,840 (100.0)
2543	7,330 (40.4)	10,810 (59.6)	18,140 (100.0)
2544	7,000 (40.1)	10,460 (59.9)	17,466 (100.0)
2545	7,552 (41.0)	10,877 (59.0)	18,429 (100.0)
2546	7,942 (41.0)	11,407 (59.0)	19,349 (100.0)
2547	8,697 (42.3)	11,880 (57.7)	20,577 (100.0)
2548	9,182 (43.5)	11,921 (56.5)	21,103 (100.0)
2549	9,707 (43.3)	12,692 (56.7)	22,399 (100.0)
2550	10,227 (43.5)	13,278 (56.5)	23,505 (100.0)
2551	10,088 (44.51)	12,568 (55.5)	22,656 (100.0)
อัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละต่อปี	4.2	1.9	2.9

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงสัดส่วนเป็นจำนวนร้อยละ

ที่มา: International Rubber Study Group (2009)

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบปริมาณการใช้ยางพาราและยางสังเคราะห์ของประเทศจีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และไทย ปี 2541 -2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	จีน		สหรัฐอเมริกา		ญี่ปุ่น		ไทย	
	ยางพารา	ยางสังเคราะห์	ยางพารา	ยางสังเคราะห์	ยางพารา	ยางสังเคราะห์	ยางพารา	ยางสังเคราะห์
2541	839.0	1,000.0	1,157.4	2,354.1	707.3	1,115.7	186.4	100.0
2542	852.0	1,285.0	1,117.0	2,113.0	734.2	1,132.9	226.9	120.0
2543	1,080.0	1,455.0	1,193.0	2,189.0	751.8	1,137.5	242.5	144.0
2544	1,215.0	1,575.0	972.0	1,900.0	724.4	1,107.3	253.1	140.0
2545	1,395.0	1,940.6	1,110.8	1,895.0	749.0	1,096.0	278.4	160.0
2546	1,525.0	2,193.3	1,078.5	1,926.4	784.2	1,110.7	298.7	163.0
2547	2,000.0	2,466.6	1,143.6	1,906.8	814.8	1,146.3	318.6	166.0
2548	2,266.2	2,597.0	1,159.2	2,002.1	857.4	1,156.0	334.6	170.0
2549	2,779.8	3,064.4	1,003.1	2,000.8	873.7	1,170.8	320.8	219.0
2550	2,891.6	3,586.9	1,018.4	1,929.3	887.4	1,162.2	373.7	223.9
2551	2,924.3	3,479.3	1,041.0	1,734.0	877.9	1,137.6	397.6	195.0
อัตราเพิ่มเฉลี่ย	13.77	15.11	-0.68	-3.14	2.22	0.23	8.97	8.42

ที่มา: International Rubber Study Group (2009)

การส่งออกยางพาราของประเทศที่สำคัญ

ประเทศผู้ส่งออกยางพารารายใหญ่ของโลกส่วนใหญ่อยู่ในแถบเอเชีย ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ที่เหลือเป็นการส่งออกจากประเทศในเอเชียอื่นๆ ละตินอเมริกา และทวีปแอฟริกา ซึ่งประเทศผู้ส่งออกเหล่านี้ส่วนใหญ่มีการใช้ยางภายในประเทศเพียงร้อยละ 10 - 35 ของปริมาณการผลิตยางทั้งหมด ยางที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ส่งออกไปขายให้แก่ประเทศที่มีความเจริญทางอุตสาหกรรม เช่น จีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เป็นต้น ทำให้มีปริมาณการส่งออกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2541 – 2550 ประเทศผู้ส่งออกส่วนใหญ่จะมีการขยายการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเวียดนามที่มีการขยายตัวการส่งออกไปยังประเทศต่างๆเพิ่มมากขึ้นในปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในสถานการณ์โดยรวม ปี 2551 ปริมาณการส่งออกยางพาราของโลกมีจำนวนทั้งสิ้น 7,280.2 พันตัน ลดลงจากปี 2550 ที่มีการส่งออกรวมเท่ากับ 7,551.4 พันตัน ซึ่ง

ลดลงเป็นจำนวน 343.2 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.59 เนื่องจากไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย มีแผนลดปริมาณการส่งออกยางพาราร้อยละ 10 ประเทศที่สามารถผลิตและส่งออกยางพาราได้มากที่สุดของโลกตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ ประเทศไทย โดยมีปริมาณการส่งออกในปี 2551 จำนวนทั้งสิ้น 2,560.6 พันตัน รองลงมาคือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ที่มีปริมาณการส่งออก 2,408.3 พันตัน 915.5 พันตัน 619.3 พันตัน ตามลำดับ ซึ่งประเทศผู้ส่งออกส่วนใหญ่มีการส่งออกที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเวียดนามที่มีการขยายตัวการส่งออกไปยังต่างประเทศเป็นจำนวนมากขึ้น ซึ่งประเทศต่างๆที่เป็นประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญจะมีโครงสร้างการตลาดของแต่ละประเทศที่แตกต่างกันออกไป โดยจะกล่าวดังต่อไปนี้

สำหรับประเทศไทยนอกจากความสามารถในการผลิตยางพาราได้มากเป็นอันดับ 1 ของโลกแล้ว ยังสามารถส่งออกยางพารามากเป็นอันดับ 1 ของโลกอีกด้วย ดังนั้นปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยจึงเพิ่มขึ้นเกือบทุกปี นับตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา ส่วนใหญ่ส่งออกไปยังตลาดหลักที่สำคัญซึ่งเป็นประเทศอุตสาหกรรม ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น โดยส่งออกผ่านทางจังหวัดสงขลา(ท่าเรือสงขลา ด้านปาดังเบซาร์ และด้านสะเดา) เป็นหลัก และ สำหรับชนิดของยางที่ส่งออกนั้น ในช่วงปี 2541 – 2546 ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกยางแผ่นรมควัน รองลงมาได้แก่ ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางผสม และอื่นๆ การส่งออกในช่วงนี้มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2541 ที่มีปริมาณการส่งออกจำนวนทั้งสิ้น 1,839.4 พันตัน เป็น 2,573.5 พันตัน ในปี 2546 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 39.91 ซึ่งอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในช่วง 6 ปีนี้มากถึง 7.23 ต่อปี (ตารางที่ 14) ซึ่งเป็นช่วงของการขยายตัวทางเศรษฐกิจทั้งของโลกและของไทย ทำให้มีความต้องการใช้ยางจากต่างประเทศค่อนข้างมาก จึงทำให้ไทยมีปริมาณการส่งออกที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การส่งออกยางพาราในช่วงปี 2547 – 2551 มีแนวโน้มลดลงเพียงเล็กน้อยในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 2.64 ต่อปี จาก 2,637.1 พันตันในปี 2547 เป็น 2,560.6 พันตันในปี 2551 เนื่องจากผลผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นไม่มากนัก อีกทั้งในประเทศเริ่มมีการใช้ยางเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับในช่วงกลางปี 2550 ประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอย ประเทศผู้ใช้อย่างจริงจังชะลอการซื้อยาง ทำให้ปริมาณการส่งออกลดลงจากปี 2550 ที่ไทยสามารถส่งออกได้ถึง 2,703.8 พันตัน ลดลงในปี 2551 ที่มีการส่งออกเพียง 2,560.6 พันตัน หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 5.30 ต่อปี การส่งออกในช่วงนี้โดยส่วนใหญ่แล้วจะส่งออก ยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น ประมาณร้อยละ 35 , 34 และ 21 ตามลำดับ ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย คือ จีน โดยไทยส่งออกยางพาราไปยังจีนในปี 2551 จำนวนทั้งสิ้น 824.8 พันตัน ซึ่งเป็นประเทศที่เป็นตลาดใหญ่และสำคัญของไทย (สถาบันวิจัยยาง, 2552) โดยยางแท่งและน้ำยางข้น มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น แต่ในส่วนของยางแผ่นรมควันมีแนวโน้มการ

ส่งออกที่ลดลง ทั้งนี้ในปัจจุบัน ไทยได้สูญเสียส่วนแบ่งการตลาดบางส่วนในจีนให้แก่อินโดนีเซีย และมาเลเซีย

ประเทศอินโดนีเซียสามารถผลิตและส่งออกยางพารามากเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจาก ไทย ซึ่งการส่งออกยางพาราของอินโดนีเซียส่วนใหญ่จะถูกส่งผ่านไปยังสิงคโปร์ก่อน ทำให้ สิงคโปร์มีบทบาทอย่างมากต่อการส่งออกยางพาราของอินโดนีเซีย โดยท่าเรือที่ดีที่สุดใน การส่งออกคือ ท่าเรือเบลาวัน เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันสำหรับการส่งออก รวมทั้งมี บริการชิปปิ้งที่ทำเป็นประจำสู่ประเทศผู้ซื้อโดยตรง ทำให้การส่งออกยางพาราของอินโดนีเซียไป ยังประเทศผู้นำเข้าต่างๆง่ายขึ้น ปริมาณการส่งออกยางพาราของอินโดนีเซียในช่วงปี 2541 – 2546 เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 0.53 ต่อปี (ตารางที่ 14) จากปี 2541 มี ปริมาณการส่งออกจำนวนทั้งสิ้น 1,641.2 พันตัน เป็น 1,660.5 พันตัน สาเหตุที่มีการขยายตัวที่ เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยนั้น มาจากพื้นที่การปลูกยางพาราในประเทศไม่เป็นระบบ ขาดพันธุ์ยางที่ดีมี คุณภาพ รวมทั้งรัฐบาลดูแลไม่ทั่วถึง จึงทำให้มีปริมาณอัตราการขยายตัวการส่งออกที่ค่อนข้างต่ำ กว่าประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญรายอื่นๆ โดยการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นการส่งออกยางแท่ง ยางแผ่น รมควัน และน้ำยางข้น สำหรับการส่งออกในช่วงปี 2547 – 2551 มีอัตราการขยายการส่งออกเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราเฉลี่ยร้อยละ 6.56 ต่อปี (ตารางที่ 14) จากปี 2547 อินโดนีเซียสามารถ ส่งออกยางพาราได้ 1,875.1 พันตัน เพิ่มขึ้นเป็น 2,408.3 พันตันในปี 2551 ซึ่งการเพิ่มขึ้นอย่างมาก เมื่อเทียบกับช่วง 6 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541 – 2546) เป็นเพราะว่าอินโดนีเซียเริ่มมีพัฒนาการปลูก ยางพาราที่ชัดเจนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมากขึ้น โดยส่งออกยางแท่งมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น เนื่องจากยางแท่งของอินโดนีเซียเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก ทั้งทางด้านราคาและคุณภาพที่ตรงตามความต้องการของประเทศผู้นำเข้า โดยนิยมใช้ยางแท่งของ อินโดนีเซียเป็นส่วนประกอบของการผลิตชิ้นส่วนต่างๆของรถยนต์ เช่น ยางรถยนต์ ยางล้อดอก รวมทั้งผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยประเทศคู่ค้าหลักของอินโดนีเซีย คือ สหรัฐอเมริกาที่นำเข้ายางแท่ง ไปผลิตยางล้อ นอกจากนี้ยังมี จีน ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้ารายใหม่ที่อินโดนีเซียสามารถช่วงชิงส่วนแบ่ง ตลาดยางแท่งจากไทยไปได้ ซึ่งข้อได้เปรียบที่สำคัญของอินโดนีเซีย คือมีพื้นที่เพาะปลูกยางพารา มากที่สุดในโลก อีกทั้งมีแรงงานจำนวนมาก ค่าจ้างแรงงานถูก รวมทั้งราคาซื้อขายยางพาราจาก เกษตรกรอยู่ในระดับต่ำสุดในบรรดาผู้ส่งออกยางพาราสำคัญ เนื่องจากชาวสวนยางในอินโดนีเซีย ยังเข้าถึงข้อมูลได้ไม่ดีนัก จึงทำให้อินโดนีเซียมีความสามารถในการส่งออกไปยังประเทศต่างๆมาก ขึ้นและสามารถครองอันดับประเทศผู้ผลิตและส่งออกมากเป็นอันดับต้นๆของโลกทั้งในปัจจุบัน และอนาคตต่อไป

มาเลเซียเป็นประเทศผู้ส่งออกยางพารามากเป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากไทย และ อินโดนีเซีย ปริมาณการส่งออกยางพาราในช่วงปี 2541 – 2546 เป็นช่วงที่มีอัตราขยายตัวของ ปริมาณการส่งออกยางพาราอย่างมาก โดยในปี 2541 มาเลเซียมีความสามารถส่งออกยางพารา จำนวนทั้งสิ้น 545.5 พันตัน และเพิ่มขึ้นเป็น 946.5 พันตันในปี 2546 หรือคิดเป็นร้อยละ 73.51 หาก คู่อัตราเฉลี่ยในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541 – 2546) มีอัตราเฉลี่ยร้อยละ 11.87 ต่อปี (ตารางที่ 14) ซึ่งในช่วงนั้นราคายางพาราสูง จึงทำให้เกษตรกรนิยมการปลูกยางเพิ่มขึ้น อีกทั้งเศรษฐกิจโลกเริ่ม เติบโตหลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งในไทยซึ่งส่งผลกระทบต่อตลาดโลกอย่างมากในปี 2540 ประเทศส่วนใหญ่ที่เป็นประเทศอุตสาหกรรม เริ่มที่จะนำเข้ายางพาราของมาเลเซียมากขึ้น เนื่องจาก ยางมีคุณภาพและราคาถูกกว่าประเทศผู้ส่งออกรายอื่น โดยทำการส่งออกยางพาราในรูปการแปรรูป ขึ้นตัน ส่วนใหญ่จะส่งออกยางพาราประเภทยางแท่งมากที่สุด รองลงได้แก่ น้ำยางข้น และยางแผ่น รมควัน สำหรับการส่งออกยางพาราในช่วงปี 2547 – 2551 มาเลเซียมีการขยายการส่งออกเพียง เล็กน้อย และในช่วงกลางปี 2550 และปี 2551 ที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจทางการเงินของโลก ทำ ให้การขยายการส่งออกลดลง จากที่ในปี 2547 มีปริมาณการส่งออก 1,106.1 พันตัน ลดลงเหลือ 915.5 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.23 ซึ่งหากดูโดยภาพรวมอัตราการขยายปริมาณการส่งออก ในช่วง 5 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2547 – 2551) ลดลงถึงร้อยละ 4.46 ต่อปี (ตารางที่ 14) อันเนื่องมาจาก หลายปัจจัย เช่น การผลิตยางพาราของมาเลเซียมีการเปลี่ยนแปลงไปตามราคายาง ซึ่งราคาในช่วง นี้มีราคาถูก จึงทำให้เกษตรกรในมาเลเซียหันไปปลูกปาล์มน้ำมันที่ให้ผลตอบแทนมากกว่า และ ปริมาณสต็อกยางของโลกมีจำนวนมากทำให้การส่งออกลดลง ซึ่งชนิดของยางที่ส่งออกส่วนใหญ่ ของมาเลเซียไม่เปลี่ยนแปลงจากเดิม คือ มีการส่งออกยางแท่ง มากเป็นอันดับ 1 ของยางทั้งหมด รองลงมาได้แก่ น้ำยางข้น และยางแผ่นรมควัน

ดังนั้นยางแท่งจึงเป็นสินค้าหลักในการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ โดยประเทศคู่ค้าหลักที่ สำคัญ ได้แก่ จีน สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา โดยจีนเป็นตลาดใหม่ที่มาเลเซียคาดหวังว่าจะ เป็นผู้นำตลาดยางแท่งเช่นเดียวกับอินโดนีเซีย ซึ่งส่วนแบ่งการตลาดยางแท่งของไทยในจีน ได้ สูญเสียให้กับมาเลเซีย ทำให้มาเลเซียมีอัตราการขยายตัวของ การส่งออกเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 11.72 ต่อปี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552) จึงทำให้มาเลเซียยังคงเป็นประเทศผู้ผลิตและ ส่งออกยางพาราเป็นอันดับ 3 ของโลกอย่างต่อเนื่อง และยังมีศักยภาพในการส่งออกมากขึ้น จาก การที่มาเลเซียขยายการปลูกยางพารามากขึ้นในปี 2547 และเริ่มมีการจัดระบบดูแลรักษาการตลาด ยางมากขึ้น อีกทั้งประเทศต่างๆที่นำเข้ายางมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากยางพารานำไป

ผลิตเป็นส่วนประกอบต่างๆของการผลิตสิ่งอำนวยความสะดวกในปัจจุบัน เพื่อความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภคทุกคน

ตารางที่ 14 ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ปี 2541 – 2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	1,839.4	1,641.2	545.5	190.6
2542	1,886.3	1,494.6	552.4	230.0
2543	2,166.2	1,379.6	631.8	269.0
2544	2,042.1	1,419.7	748.6	293.0
2545	2,354.4	1,502.2	887.0	454.8
2546	2,573.5	1,660.5	946.5	432.3
อัตราการเปลี่ยนแปลงต่อปี	7.23	0.53	11.87	19.36
2547	2,637.1	1,875.1	1,106.1	479.7
2548	2,632.4	2,025.0	1,127.9	537.7
2549	2,771.7	2,287.0	1,131.0	679.7
2550	2,703.8	2,407.4	1,018.1	682.0
2551	2,560.6	2,408.3	915.5	619.3
อัตราการเปลี่ยนแปลงต่อปี	-2.64	6.56	-4.46	7.41

ที่มา: International Rubber Study Group (2009)

และสำหรับในปัจจุบันเวียดนามเป็นประเทศผู้ผลิตยางพารามากเป็นอันดับ 5 ของโลก และยังสามารถเป็นผู้ส่งออกยางพาราได้มากเป็นอันดับ 4 ของโลก เนื่องจากมีแรงงานจำนวนมาก ทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราของเวียดนามเพิ่มขึ้นจาก 190.6 พันตันในปี 2541 เป็น 432.3 พันตันในปี 2546 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราการเฉลี่ยร้อยละ 19.36 ต่อปี (ตารางที่ 14) ซึ่งถือว่าเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับประเทศผู้ส่งออกยางพารามากเป็นอันดับ 1 ถึง 3 ของโลก (ไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย) และปริมาณการส่งออกในปี 2551 มีจำนวนทั้งสิ้น 619.3 พันตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2547 ที่มีปริมาณการส่งออก 479.7 พันตัน โดยเฉลี่ยแล้วมีอัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น 7.41 ต่อปี (ตารางที่ 14) ถึงแม้ว่าอัตราการขยายตัวในช่วงปี 2547 – 2551 จะน้อยกว่าในช่วงปี 6 ปีแรก (พ.ศ. 2541 – 2551) แต่อัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออกเวียดนามเพิ่มขึ้นมากกว่าประเทศไทย

อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ผู้ประกอบการส่งออกเป็นอันดับต้นๆของโลก โดยในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา เวียดนามได้เริ่มนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา เพื่อนำไปแปรรูป หรือส่งออกซ้ำ (Re-export) โดยเวียดนามส่งออกทั้ง ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ตลาดส่งออกหลักที่สำคัญของเวียดนาม คือ จีน และญี่ปุ่น ที่ส่งออกยางแท่งเป็นสินค้าหลัก นอกจากนี้ยังส่งออกน้ำยางข้นเป็นสินค้าหลักไปยังประเทศมาเลเซีย ข้อได้เปรียบของเวียดนามที่ทำให้ปริมาณการผลิตและการส่งออกยางพาราของเวียดนามเพิ่มขึ้น คือ ในประเทศเวียดนามมีแรงงานจำนวนมากและยังมีค่าจ้างแรงงานที่ถูกทำให้ต้นทุนของการกระบวนการผลิตไม่สิ้นเปลือง อีกทั้งทำเลที่ตั้งของเวียดนามอยู่ใกล้กับประเทศจีนและญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ ทำให้ง่ายต่อการซื้อขายมากขึ้นส่งผลดีให้แก่ประเทศเวียดนามเป็นอย่างมาก

การนำเข้ายางพาราของประเทศจีน

ประเทศจีนเริ่มปลูกยางพาราตั้งแต่ปี 2440 โดยนำพันธุ์มาจากประเทศบราซิล ต่อมารัฐบาลจีนได้พัฒนาส่งเสริมการเพาะปลูกยางพาราอย่างจริงจังในปี 2493 โดยได้ขยายพื้นที่สวนยางพาราไปยังมณฑลไหหลำบนพื้นที่ 1.25 ล้านไร่ ในปัจจุบันแหล่งเพาะปลูกยางพาราในจีนกระจายอยู่ในเขต 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ภาคใต้ ซึ่งมีแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญได้แก่ มณฑลกว่างตุง และมณฑลไหหลำ ในมณฑลไหหลำมีพื้นที่เพาะปลูกยางพารามากที่สุดเกือบร้อยละ 60 ของพื้นที่ปลูกยางทั่วประเทศ และพื้นที่ทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญ ได้แก่ เกาะไหหลำ และเขตสิบสองปันนาในมณฑลยูนนาน และเขตปกครองตนเองกวางสีจ้วง นอกจากนี้ ยังมีการปลูกเล็กน้อยในแถบพื้นที่ทางภาคตะวันออกเฉียง จากการศึกษาความต้องการใช้ยาง ทั้งยางสังเคราะห์และยางพาราของจีนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการขยายพื้นที่ปลูกในหลายปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ดี ปริมาณการผลิตยางพาราของจีนในปัจจุบันยังไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการภายในประเทศ เนื่องจากในปัจจุบันจีนผลิตยางพาราได้เพียง 1 ใน 4 ของปริมาณความต้องการทั้งหมดเท่านั้น ส่วนที่เหลือจำเป็นต้องนำเข้าจากประเทศต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากไทย ทำให้รัฐบาลจีนมีนโยบายพึ่งตนเองในเรื่องการปลูกยางพารามากขึ้น และได้ขยายพื้นที่เพาะปลูกในมณฑลไหหลำเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ 2.1 ล้านไร่ นอกจากนี้กรมการเกษตรของจีนได้สร้างมณฑลไหหลำให้เป็นศูนย์กลางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของจีนด้วย ปัจจุบันจีนใช้ยางพาราส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์เพื่อใช้ในการผลิตยางรถยนต์ จีนมีความต้องการยางพาราเป็นจำนวนมากในการผลิตยางล้อที่มีทั้งยางรถจักรยานยนต์ ยางรถจักรยาน และยางรถยนต์ ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ยางรัดของ ท่อยาง รองเท้ายาง และยางรัดกางเกงหรือชุดชั้นใน

สำหรับน้ำยางข้นใช้ในการผลิต กุ้งมือยาง พื้นรองเท้า หมอน ฟูก กาว เป็นต้น ซึ่งการใช้ยางพาราเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ยางทั้งหมดของจีนนั้นแบ่งได้เป็น 2 ตลาดหลัก คือ ตลาดเพื่อใช้ในการทำท่อยาง และตลาดเพื่อใช้การทำยางล้อ โดยสามารถแบ่งได้เป็นยางล้อจำนวนร้อยละ 60 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 40 เป็นยางอื่นๆ เช่น ท่อยาง เทปยาง สายยางปะเก็นน้ำมัน และยางแท่นกันสะเทือน เป็นต้น (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน, 2552)

สำหรับการนำเข้ายางพาราของประเทศไทย พบว่าในช่วง 11 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541 – 2551) จีนเริ่มมีอัตราการนำเข้ายางพาราเพิ่มขึ้นเรื่อยๆเกือบทุกปี โดยจะนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นเป็นหลัก ซึ่งในช่วงปี 2541 – 2545 จีนนำเข้ายางแผ่นรมควัน และยางแท่งมากเป็นอันดับ 1 และ 2 สลับกันทุกปี โดยในปี 2541 มีการนำเข้ายางแผ่นรมควันมากเป็นอันดับ 1 จำนวนทั้งสิ้น 180.30 พันตัน รองลงมาคือ ยางแท่ง ที่มีการนำเข้าจำนวนทั้งสิ้น 94.48 พันตัน ต่อมาในปี 2542 เริ่มมีการนำเข้ายางแท่งมาเป็นอันดับ 1 แทนยางแผ่นรมควันเป็นอย่างนี้สลับกันต่อเนื่องจนกระทั่งปี 2545 ที่เป็นเช่นนี้ เพราะความต้องการใช้ยางพาราภายในประเทศของจีนเปลี่ยนแปลงไป ต่อมาในช่วงปี 2547 – 2551 จีนเริ่มมีการนำเข้ายางแท่งมากเป็นอันดับ 1 ของการนำเข้ายางทั้งหมด ซึ่งมีปริมาณการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นทุกๆปี สาเหตุจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในจีน เช่น การผลิตยางรถยนต์ และชิ้นส่วนอื่นๆของรถยนต์ เช่น สายพาน ท่อน้ำ และอะไหล่รถยนต์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ยาง ได้แก่ พื้นรองเท้า รองเท้ายาง เป็นต้น โดยภาพรวมในช่วง 11 ปีที่ผ่านมา จีนมีอัตราการนำเข้ายางแท่ง น้ำยางข้น และยางแผ่นรมควัน ในอัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี 32.03 , 13.65 และ 13.06 ตามลำดับ (ตารางที่ 15) เนื่องจากจีนเป็นฐานการผลิตยางล้อรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก และยังมีแนวโน้มที่จะขยายการใช้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 – 20 ต่อปี

ในปี 2545 เป็นต้นมา จีนนำเข้ายางพาราของไทยเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซียและเวียดนาม โดยยางพาราของไทยได้รับการยอมรับในตลาดจีนในเรื่องคุณภาพที่ดี ความเชื่อถือและความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ส่งออกยางพาราชาวไทยและผู้นำเข้ายางพาราชาวจีน ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้จีนนำเข้ายางพาราจากไทยต่อไป ซึ่งมีปัจจัยหลายๆอย่างที่เอื้ออำนวยให้จีนนำเข้ายางพารา เช่น ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่สูงขึ้นส่งผลให้ยางสังเคราะห์มีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย ทำให้ไม่เกิดแรงจูงใจให้ใช้ยางสังเคราะห์ และส่งผลให้เกิดความต้องการใช้ยางพาราเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้จีนยังมีต้นทุนการผลิตยางพาราที่สูงกว่าไทย และจีนได้ยกเลิกโควตาการนำเข้ายางพาราในปี 2548 ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสการส่งออกยางพาราจากไทย รวมทั้งประเทศผู้ส่งออกรายอื่นๆด้วย จึงทำให้ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม เริ่มมีการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีน

เพิ่มมากขึ้น โดยมาเลเซียและอินโดนีเซีย เป็นผู้ส่งออกยางพาราไปจีนเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ความต้องการยางพาราของจีน อาจมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปบ้างในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลจีนหันมาสนับสนุนการใช้ยางพาราที่มีคุณสมบัติเฉพาะ ซึ่งยางประเภทนี้มีสัดส่วนการผลิตในอินโดนีเซียร้อยละ 98 ของปริมาณการผลิตยางพาราทั้งหมด ส่วนมาเลเซียมีการผลิตร้อยละ 80 และสำหรับไทยมีการผลิตเพียงร้อยละ 50 จึงทำให้ในปัจจุบันทั้งสองประเทศได้แบ่งส่วนการตลาดบางส่วนจากไทยในจีนไปแล้ว ในส่วนของเวียดนามเป็นอีกประเทศหนึ่งที่กำลังขยายการผลิตและส่งออกรายพาราไปยังจีนให้มากขึ้น และด้วยความสามารถที่เปรียบในเรื่องเขตแดนที่ติดต่อกับจีน ทำให้เวียดนามกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญอีกประเทศหนึ่งนอกเหนือจากมาเลเซียและอินโดนีเซีย (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน, 2552)

ตารางที่ 15 ปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้นของประเทศจีน ปี 2541 – 2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น
2541	180.30	94.48	66.09
2542	129.37	167.66	58.91
2543	389.76	320.23	76.53
2544	374.20	440.77	99.84
2545	396.14	385.20	99.08
2546	439.22	551.06	129.64
2547	314.36	697.25	189.39
2548	263.88	910.13	181.70
2549	280.32	1,026.26	257.15
2550	216.29	1,148.33	240.14
2551	244.57	1,141.87	246.18
อัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี	13.06	32.03	13.65

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)

นโยบายการนำเข้ายางพาราของประเทศไทย

ยางพาราเป็นสินค้าที่อยู่ในข่ายควบคุมการนำเข้าโดยระบบโควต้าซึ่งกำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการวางแผนแห่งชาติ การขออนุญาตนำเข้าต้องยื่นขอต่อกระทรวงการค้าและความร่วมมือระหว่างประเทศ (MOFTEC) ซึ่งการอนุญาตแยกออกเป็น 2 ประเภท (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่, 2552) ดังนี้

1) การนำเข้าประเภท A ได้แก่ การนำเข้าโดยปกติ การแลกเปลี่ยนสินค้า และการค้าชายแดน หรือการนำเข้าโดยการช่วยเหลือ ซึ่งอยู่ภายใต้ระบบโควตานำเข้า โดยกระทรวงการค้าและความร่วมมือระหว่างประเทศ จะออกใบอนุญาตตามโควต้าที่สำนักงานคณะกรรมการวางแผนแห่งชาติได้จัดสรรให้ไว้ โดยผู้นำเข้าต้องยื่นขอโควตาระหว่างวันที่ 15 - 31 ตุลาคมของปี โดยโควตามีอายุ 1 ปี และก่อนวันที่ 1 ธันวาคมของปี ผู้นำเข้าต้องมีหนังสือแจ้งแผนการนำเข้าสำหรับปีถัดไป และสำภูญานำเข้าให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำบัตรโควตานำเข้า ยางพาราประเภท A ทั้งนี้ โควตาจะมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคมของปี

2) การนำเข้าประเภท B ได้แก่ Processing Trade เป็นการนำเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออกไม่อยู่ในข่ายควบคุมโดยระบบโควตา แต่ผู้นำเข้าต้องไปยื่นขอบัตรนำเข้าโควตาประเภท B

ตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา จีนเป็นผู้นำเข้าและบริโภคยางพารามากเป็นอันดับ 1 ของโลก เพื่อนำไปใช้ในการผลิตอุตสาหกรรมประเภทรถยนต์ที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว การที่จะนำเข้ายางพาราไปจีน จะต้องมีการขออนุญาตนำเข้า โดยตั้งแต่วันที่ 5 มีนาคม 2547 จีนได้มีการเปลี่ยนแปลงระเบียบการนำเข้ายางพาราให้สอดคล้องกับพันธกรณีที่ตกลงไว้กับองค์การการค้าโลก (WTO) คือมีการยกเลิกระบบการกำหนดโควตานำเข้ายางพาราเป็นรายปี เช่น ในปี 2546 จีนได้กำหนดโควตานำเข้าจำนวน 1.05 ล้านตัน กลายมาเป็นการออกใบอนุญาตนำเข้าโดยอัตโนมัติ (Automatic Import Permit) โดยที่ผู้นำเข้าเป็นบริษัทเอกชนของจีนที่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาลจีนแล้ว หรือบริษัทร่วมทุนต่างชาติที่นำเข้ายางพาราเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งต้องมีหลักฐานการจดทะเบียนของผู้นำเข้า พร้อมกับสัญญาซื้อขายยางพาราเพื่อขอรับใบ Automatic Import Permit จากกระทรวงการค้าและความร่วมมือระหว่างประเทศประจำมณฑลที่นำเข้า ซึ่งจะใช้เวลาในการอนุมัติประมาณ 10 วันทำการ Automatic Import Permit 1 ใบ จะสามารถใช้นำเข้ายางพาราได้เพียงครั้งเดียว และมีอายุไม่เกิน 6 เดือนนับตั้งแต่วันที่ได้รับการอนุมัติ โดยเอกสารสำคัญที่ผู้

ส่งออกต้องส่งเอกสารให้ผู้นำเข้าเพื่อใช้ในการดำเนินพิธีการศุลกากร ได้แก่ สัญญาซื้อขาย ใบกำกับสินค้า ใบแสดงจำนวนบรรจุหีบห่อ ใบตราส่งสินค้าทางทะเล ใบรับรองคุณภาพสินค้า (Quarantine Certificate) ที่ออกโดยหน่วยงานหรือบริษัทที่ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพยางพารา ซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้นำเข้าของจีนและผู้ส่งออกของไทย ตามที่ได้ทำการตกลงกันไว้ นอกจากนี้ยังมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) จากกรมการค้าต่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2552)

ในปัจจุบันจีนมีการเก็บภาษียางแผ่นรมควันและยางแท่งทุกชนิด ร้อยละ 20 ของราคานำเข้า เก็บภาษีน้ำยางชั้นร้อยละ 7.5 และเก็บภาษียางสังเคราะห์ที่ร้อยละ 5 นอกจากนี้ยังเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 17 ซึ่งทำการเก็บในทุกประเทศที่ส่งยางพาราเข้ามาในประเทศจีน สำหรับยางพาราในจีนจัดให้อยู่ในประเภทสินค้าอ่อนไหวสูง ทำให้ไม่มีการลดภาษีลงอีก

ตารางที่ 16 อัตราภาษีของยางพาราในกรอบต่างๆในประเทศจีน

พิกัดศุลกากร	รายละเอียดของสินค้า	อัตราภาษีศุลกากร	ประเภทสินค้าของจีน	ประเภทสินค้าของไทย	อัตราภาษีตามกรอบ
40011000	น้ำยางชั้น	7.5	สินค้าอ่อนไหวสูง	สินค้าปกติ	สินค้าอ่อนไหวสูง
40012100	ยางแผ่นรมควัน	20	สินค้าอ่อนไหวสูง	สินค้าปกติ	สินค้าอ่อนไหวสูง
40012200	ยางแท่ง	20	สินค้าอ่อนไหวสูง	สินค้าปกติ	สินค้าอ่อนไหวสูง
40021919	ยางสังเคราะห์และแปกดิช	5	สินค้าอ่อนไหว	สินค้าปกติ	สินค้าอ่อนไหว

ที่มา: ข้อตกลงการค้าอาเซียน – จีน (2548)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์การแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน ได้ทำการวิเคราะห์แยกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราของไทย โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของไมเคิล. อี. พอร์เตอร์ ตามแบบจำลองระบบเพชรที่สมบูรณ์ (Porter's Diamond Model) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางพาราของประเทศไทย ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเพียงใดในการส่งออกยางพารา เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม และทราบว่าปัจจัยใดที่ก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการส่งออกยางพาราของประเทศไทยในตลาดประเทศจีน ส่วนที่สองทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลต่อการนำเข้ายางพาราของประเทศจีน โดยการสร้างแบบจำลองในรูปสมการถดถอย (Regression) และเลือกวิธีการประมาณค่าแบบ Panel Data Model โดยใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลผสมแบบรายปีในช่วงปี พ.ศ. 2541- 2551

ในส่วนแรกทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพารา โดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางพารา ซึ่งผลการวิเคราะห์จะทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออก ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานรัฐและเอกชน เพื่อใช้เป็นแนวทางแก้ไขและพัฒนาการผลิต การตลาด และการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางพาราของไทย

ประเทศจีนมีการใช้และนำเข้ายางพารามากเป็นอันดับหนึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา เนื่องจากจีนเป็นฐานการผลิตยางล้อรถยนต์รายใหญ่ที่สุดของโลก และยังมีแนวโน้มที่จะขยายการใช้ประมาณร้อยละ 10 – 20 ต่อปี ทำให้ประเทศคู่ค้ายางพาราที่สำคัญของจีน ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ต้องการแย่งส่วนแบ่งตลาดยางพาราในจีนตามความถนัดของการส่งออก

ยางพาราแต่ละประเภท เนื่องจากจีนเป็นตลาดนำเข้ายางพาราแหล่งใหญ่ที่สุดของโลก ซึ่งหากประเทศไทยต้องการครองส่วนแบ่งตลาดยางพาราในตลาดจีนได้ทั้งหมด จำเป็นต้องพยายามหาความได้เปรียบของการส่งออกเพื่อให้มีความสามารถแข่งขันในตลาดจีนได้ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการส่งออกยางพารา คือ ความสามารถผลิตสินค้าและบริการให้ได้ต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในประเทศผู้ส่งออกจะทำให้มีความได้เปรียบในการส่งออกเพิ่มขึ้น ทำให้ต้องหาวิธีและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศตน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์หาจุดแข็งและจุดอ่อนในประเทศตนเองและประเทศคู่แข่ง เพื่อหาแนวทางและพัฒนาให้มีการปรับตัวในด้านการแข่งขันเพื่อการส่งออกให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพในตลาดจีนซึ่งมีการแข่งขันกันอย่างมาก

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ ไมเคิล. อี. พอร์เตอร์ เป็นทฤษฎีที่บอกว่าอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งจะประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศ หรือมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้ ก็ต่อเมื่อข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศสอดคล้องและส่งเสริมกับข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ซึ่งนำมาใช้อธิบายความได้เปรียบเชิงแข่งขันให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม ดังนี้ ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิต ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุปสงค์ ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง โครงสร้างกลยุทธ์องค์กรและสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม ภาครัฐ และสถานการณ์ที่มีโอกาส ซึ่งจะทำให้สามารถอธิบายความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีนเป็นอย่างดี

การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการพิจารณาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางพาราของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่มีผลต่อการส่งออกไปยังตลาดจีน โดยจะวิเคราะห์ยางพาราแบ่งออกเป็น 3 ชนิด ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ซึ่งเป็นประเภทที่ประเทศไทยส่งออกไปขายยังตลาดจีนมากเป็นอันดับต้นๆ เช่น ในปี พ.ศ. 2551 ประเทศไทยมีการส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.32 ของปริมาณการส่งออกยางพาราทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น ซึ่งมีปริมาณการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 29.77 และ 19.04 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศจีนมากที่สุด และในส่วนของประเทศคู่แข่งแต่ละราย จะทำการส่งออกยางพาราแต่ละชนิดไปยังประเทศจีนทั้งเหมือนและแตกต่างกัน เช่น อินโดนีเซียมีการส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 1 ยางแท่งชนิด 20 และน้ำยางข้นบางส่วน สำหรับมาเลเซียมีการ

ส่งออกยางพาราไปจีนหลายชนิดเช่นกัน ได้แก่ ยางแผ่นรมควันชั้น 3 ยางแท่งชั้น 20 นอกจากนี้ยังมี เวียดนาม ซึ่งเป็นประเทศที่มีการส่งออกยางพาราไปจีนหลายประเภท ได้แก่ ยางแท่งชั้น 3L ยางแท่งชั้น 10 ยางแท่งชั้น 20 และน้ำยางข้น ซึ่งแต่ละประเทศจะส่งออกยางพาราประเภทใดมากน้อยขึ้นอยู่กับความต้องการยางพาราภายในประเทศจีนและราคาส่งออกยางพาราแต่ละประเภทของประเทศผู้ส่งออก ซึ่งบางปีอาจจะมีการนำเข้ายางพาราแต่ละประเภทในแต่ละประเทศมากน้อยแตกต่างกันออกไป ซึ่งยางพาราแต่ละชนิดจะมีความแตกต่างกันในส่วนของการเคมีที่ใส่ลงไปในการยางพาราผู้ขาย (ประเทศผู้ส่งออก) จะต้องทำตามคำสั่งซื้อของผู้ซื้อ (ประเทศผู้นำเข้า) ในแต่ละครั้ง ดังนั้นการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน จะทำการวิเคราะห์ยางพาราโดยรวม ซึ่งจะแยกเพียงชนิดของยางพาราประเภทใหญ่ๆ เท่านั้น เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ซึ่งเป็นประเภทของยางพาราที่จีนนำเข้ามากที่สุด เพื่อไม่ให้เกิดอุปสรรคในเปรียบเทียบที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง

ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมต่างๆ จะมีปัจจัยหลักที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของอุตสาหกรรมนั้นๆ หรือประเทศนั้นๆ ในส่วนของยางแผ่นรมควันจัดเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปวัตถุดิบซึ่งได้มาจากน้ำยางสด และผ่านกระบวนการผลิตออกมาเป็นยางแท่ง เช่นเดียวกับยางแท่งที่เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปเป็นวัตถุดิบที่ได้มาจากยางก้อนถ้วย หรือยางก้อนถ้วยรวมกับเศษยาง ซึ่งทั้ง 2 ประเภทนี้สามารถนำไปใช้ผ่านกระบวนการให้เป็นผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ ยางล้อดอก รวมทั้งผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ปะเก็น แหวนรอง และซีลต่างๆ เป็นต้น ในส่วนของน้ำยางข้นได้มาจากน้ำยางสด ซึ่งหากนำมาแปรรูปจะสามารถใช้งานได้ อย่างเช่น ถูมือยางที่ใช้ทางศัลยกรรม ถุงยางคุมกำเนิด เป็นต้น

ดังนั้นในอุตสาหกรรมแต่ละประเภทของแต่ละประเทศ จะต้องใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ ไมเคิล. อี. พอร์เตอร์ เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ทุกปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินการผลิต การตลาด และการส่งออกยางพาราแต่ละประเภทไปยังตลาดนำเข้ายางพาราที่สำคัญคือ ตลาดประเทศจีน โดยทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันดังต่อไปนี้

ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต

1. ลักษณะการผลิตและทรัพยากรธรรมชาติ

1.1 ยางแผ่นรมควัน

การผลิตยางแผ่นรมควันของประเทศไทย มีกระบวนการผลิตที่มีความซับซ้อน คือ มีการรวบรวมน้ำยางสดจากสวน แล้วกรองเพื่อแยกสิ่งสกปรก และสิ่งเจือปนจากนั้นจึงเติมสารทำให้น้ำยางจับตัว ริดเป็นแผ่นแล้วจึงนำไปตากแห้ง ซึ่งคุณภาพของยางแผ่นดิบ หรือยางแผ่นรมควันขึ้นอยู่กับกรรมวิธีการผลิต ดังนั้นราคาภายในท้องตลาดมักจะแตกต่างกันไปตามคุณภาพของยางแผ่น ฉะนั้นวิธีการผลิตจึงนับได้ว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากยางแผ่นรมควันที่มีคุณภาพดีและได้มาตรฐานยางแผ่นรมควันตามชั้นจะขายได้ราคาดีกว่ายางที่ผลิตไม่ได้มาตรฐานตามที่มาตรฐาน The Green Book สำหรับต้นทุนการผลิตยางแผ่นรมควันของประเทศไทย จากที่เกษตรกรผลิตยางแผ่นดิบ และขายให้แก่ร้านค้าในตลาดท้องถิ่น และถูกรวบรวมส่งต่อไปถึงโรงรมควันยางเพื่อผลิตยางแผ่นรมควันและคัดคุณภาพออกมาเป็นยางแผ่นรมควันชั้น 3 เป็นส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 70 ของยางแผ่นรมควันทั้งหมด ต้นทุนการผลิต ณ ระดับโรงงาน ต้นละ 2,390 บาท โดยแยกออกเป็นต้นทุนคงที่ เฉลี่ยต้นละ 150 บาท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายได้แก่ ค่าเสื่อมที่ดิน สิ่งก่อสร้าง เครื่องจักร โรงรม เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต ขานพาหนะ และครุภัณฑ์สำนักงาน ในส่วนต้นทุนผันแปร เฉลี่ยต้นละ 1,700 บาท โดยมีค่าใช้จ่าย เช่น ค่าแรงงาน ประกอบด้วย เงินเดือน ค่าจ้างแรงงานผลิต ค่าสวัสดิการ และค่าล่วงเวลา ค่าไม้ฟืน ค่าไม้ไผ่ ค่าบรรจุหีบห่อ ค่าซ่อมแซม ค่าไฟฟ้าและค่าโทรศัพท์ ค่าบรรทุกวัตถุดิบ ค่าวัสดุสำนักงาน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและอื่นๆ นอกจากนี้ต้นทุนการผลิตยังรวมถึง ค่าใช้จ่ายด้านบริหาร และคอกเบี้ยเงินทุน โดยคิดคอกเบี้ยร้อยละ 12 ต่อปี ที่ราคาขายยางแผ่นดิบกิโลกรัมละ 60 บาท (ตารางที่ 17)

ยางแผ่นรมควันมีการแบ่งมาตรฐานอยู่ 5 ชั้น ซึ่งมีการกำหนดชั้นและคุณสมบัติต่างๆ ของยางแผ่นรมควันไทยตามมาตรฐาน The Green Book โดยแต่ละชั้นจะมีคุณสมบัติยางแผ่นแตกต่างกันออกไป เช่น ยางแผ่นชั้น 1X มีคุณสมบัติต่ำกว่า ยางแผ่นชั้น 1 – 5 ซึ่งยางแผ่นชั้น 5 จะมีคุณภาพดีที่สุด สำหรับประเทศไทยมีการผลิตและส่งออกยางแผ่นรมควันในทุกๆชั้นแต่จะผลิตยางแผ่นรมควันชั้น 3 (RSS 3) มากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งมีคุณสมบัติ ได้แก่ ยางแผ่นแห้ง เนื้อแข็ง ไม่มีจุดพอง ไม่มีกรวดทราย ไม่มีสิ่งปนเปื้อนและไม่มียอดจุดค้าง สามารถผลิตได้ถึงร้อยละ 60 ของปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันทั้งหมดเพื่อใช้ในประเทศและการส่งออกไปยังต่างประเทศ ในช่วงปี 2541 – 2546 ประเทศไทยสามารถผลิตและส่งออกยางแผ่นรมควันมากเป็นอันดับหนึ่งของพาราทั้งหมด เนื่องจากเกษตรกรมีความคุ้นเคยในกรรมวิธีการผลิตยางแผ่นดิบเป็นอย่างดี และรัฐบาลมีการส่งเสริมให้ความสำคัญกับยางแผ่นดิบ อีกทั้งมีความต้องการยางแผ่นรมควันของโลกจำนวนมาก จึง

ทำให้มีการผลิตและการส่งออกยางแผ่นรมควันมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยส่งออกไปยังประเทศที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และจีน ต่อมาในช่วงปี 2547 – 2551 ไทยมีการผลิตและส่งออกยางแผ่นรมควันลดลงมาเป็นอันดับสอง รองจากยางแท่ง เนื่องจากความต้องการของตลาดโลกและตลาดในประเทศจีนซึ่งเป็นตลาดนำเข้ายางพารารายใหญ่ของโลก มีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป สำหรับในปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก ตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดประเทศจีนนำเข้ามากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 17 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นรมควันขนาดกำลังผลิต 20,000 ตันต่อปี ปี 2549

รายการ	ต้นทุนการผลิต (บาท/ตัน)
1. ค่าเสื่อมที่ดิน สิ่งก่อสร้าง เครื่องจักร โรงรถ เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต (ค่าใช้จ่ายคงที่)	150
รวม ค่าใช้จ่ายคงที่	150
2. ค่าแรง/วัสดุ/น้ำมัน/ไฟฟ้า (ค่าใช้จ่ายผันแปร)	
- ค่าแรงงาน ประกอบด้วย เงินเดือน ค่าจ้าง แรงงานผลิต ค่าสวัสดิการ และค่าล่วงเวลา	670
- ค่าไม้ฟืน	350
- ค่าไม้ไผ่	10
- ค่าบรรจุหีบห่อ	250
- ค่าซ่อมแซม	20
- ค่าไฟฟ้าและค่าโทรศัพท์	90
- ค่าบรรจุภัณฑ์	200
- ค่าวัสดุสำนักงาน	20
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและอื่นๆ	90
รวม ค่าใช้จ่ายผันแปร	1700
3. ค่าใช้จ่ายด้านบริหาร	150
4. ดอกเบี้ยเงินทุน	390
รวม	2,390

ที่มา: เอนก ฤๅณาสะสิริ และคณะ (2549)

ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซียมีพื้นที่ผลิตยางพาราที่น้อยกว่าร้อยละ 84 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นส่วนยางขนาดเล็กแต่สามารถผลิตยางพารามากกว่าร้อยละ 78 ทำให้สามารถส่งออกยางพาราไปตลาดโลกได้จำนวนมาก ในช่วงปี 2541 – 2551 อินโดนีเซียมีการผลิตและส่งออกยางแผ่นรมควันมากเป็นอันดับสองรองจากยางแท่ง โดยวิธีการผลิตของยางแผ่นรมควันจะคล้ายกับประเทศไทย แต่แตกต่างกันในส่วนมาตรฐานการผลิตยางแผ่นรมควันและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่อินโดนีเซียมีการผลิตและส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 1 ในช่วง 11 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541 – 2551) มีการผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการส่งออกไปยังตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และจีน สำหรับในปี 2551 อินโดนีเซียส่งออกยางแผ่นรมควัน ประมาณร้อยละ 11 ของการส่งออกยางพาราทั้งหมด ซึ่งญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกยางแผ่นรมควันมากเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับผลผลิตยางแผ่นรมควันของอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการนำเข้ายางแผ่นรมควันจากไทยเพียงแหล่งเดียว จึงทำให้อินโดนีเซียมีแนวโน้มการส่งออกไปญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นสูงมากถึงอัตราเฉลี่ยร้อยละ 83.16 ต่อปี ในส่วนของสหภาพยุโรปเป็นกลุ่มประเทศที่อินโดนีเซียส่งออกยางแผ่นรมควันที่มีอัตราการขยายตัวของการส่งออมาก่ออีกกลุ่มประเทศหนึ่งเฉลี่ยร้อยละ 73.27 ต่อปี และประเทศจีนเป็นประเทศอินโดนีเซียส่งออกยางแผ่นรมควันมากเป็นอันดับ 3 ซึ่งนำเข้ายางแผ่นรมควันจากอินโดนีเซียไม่มากนัก แต่มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าค่อนข้างสูงเฉลี่ยร้อยละ 42.45 ต่อปี ซึ่งหากอินโดนีเซียสามารถผลิตยางแผ่นรมควันได้เพิ่มขึ้น จะเป็นประเทศคู่แข่งที่น่ากลัวในการส่งออกยางแผ่นรมควันที่สำคัญของไทยในตลาดประเทศจีน

ปัจจุบันประเทศมาเลเซียสามารถผลิตและส่งออกยางพารามากเป็นอันดับ 3 ของโลก ผลิตโดยส่วนใหญ่อยู่ในรูปของน้ำยางสดซึ่งได้มาจากสวนยางพาราที่มีขนาดเล็กถึงร้อยละ 95.5 และนำไปแปรรูปออกมาเป็นน้ำยางข้น เนื่องจากประเทศมาเลเซียมีนโยบายเพิ่มการใช้ยางแปรรูปในประเทศเพิ่มขึ้น และลดการส่งออกยางพาราไปต่างประเทศลง นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าน้ำยางสดจากไทยมาแปรรูปใช้ในประเทศ เนื่องจากมีการลดพื้นที่การปลูกยางพาราและหันไปเพิ่มพื้นที่การปลูกปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้น จากการที่ปาล์มน้ำมันให้ผลผลิตเร็วกว่าและให้ราคาสูงกว่า แต่ในปัจจุบันมาเลเซียเริ่มทยอยปลูกยางพาราเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคายางพาราในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งมาเลเซียมีการส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ น้ำยางข้น และยางแผ่นรมควัน ในส่วนของยางแผ่นรมควันมีการส่งออกเพียงเล็กน้อยเท่านั้นเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งรายอื่นๆ

เวียดนามเป็นอีกประเทศหนึ่งที่เริ่มพัฒนาการปลูกและจัดการยางพาราไม่นาน สวนยางส่วนใหญ่เกือบร้อยละ 90 เป็นสวนยางขนาดใหญ่ ซึ่งจะแตกต่างจากประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ซึ่งการทำธุรกิจยางพาราของเวียดนามเป็นการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ อีกทั้งรัฐบาลเวียดนามมีนโยบายที่จะปรับปรุงการทำสวนยางของเกษตรกรรายย่อยให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดี และมีปริมาณมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มผลผลิตโดยรวมของประเทศให้สูงขึ้น โดยเวียดนามส่งออกยางพาราไปขายกว่า 40 ประเทศทั่วโลก ซึ่งประเทศจีนถือได้ว่าเป็นลูกค้ารายใหญ่ที่สุดของเวียดนาม รองลงมาได้แก่ เกาหลีใต้ เยอรมัน ใต้หวัน รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่จะส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับหนึ่ง ประมาณร้อยละ 80.14 ของปริมาณยางพาราที่ส่งออก รองลงมาได้แก่น้ำยางข้น ประมาณร้อยละ 12.20 และยางแผ่นรมควันประมาณร้อยละ 5.20 สำหรับในส่วนของยางแผ่นรมควันเวียดนามมีการส่งออกเพียงเล็กน้อย ซึ่งส่วนใหญ่ส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 มากที่สุด นอกนั้นจะเป็นยางแผ่นรมควันชั้นอื่นๆ เพียงเล็กน้อย

การผลิตและการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 – 2551 จากการที่โครงสร้างการผลิตยางพาราของประเทศไทยเอื้ออำนวยต่อการผลิตยางแผ่นรมควัน และเกษตรกรมีความเคยชินในการผลิตน้ำยางแล้วนำไปแปรรูปออกมาเป็นยางแผ่นดิบ ซึ่งมีการเก็บรักษาได้นานกว่าน้ำยางสด และเมื่อราคาดีจึงส่งขายตามโรงงานผลิตยางแผ่นรมควันที่มีอยู่จำนวนมาก นอกจากนี้ นโยบายของรัฐบาลที่ผ่านมามีการสนับสนุนการผลิตยางแผ่นดิบ เช่น การประกัน ราคายางดิบและยางแผ่นรมควันในช่วงที่ภาวะราคายางตกต่ำ ดังนั้นเกษตรกรของไทยจึงนิยมผลิตยางแผ่นรมควันมากกว่าประเทศคู่แข่ง อย่าง อินโดนีเซีย เวียดนาม และมาเลเซีย ซึ่งนิยมแปรรูปน้ำยางสดเป็นยางแท่งมากกว่ายางแผ่นรมควัน ดังนั้นต้นทุนการผลิตยางแผ่นรมควันของไทยจึงต่ำกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆที่ไม่ค่อยถนัดในการผลิตยางแผ่นรมควัน

1.2 ยางแท่ง

ปัจจุบันประเทศไทยส่งออกยางแท่งมากเป็นอันดับ 1 ของการส่งออกยางพาราทั้งหมด เนื่องจากความต้องการยางแท่งจากภายนอกประเทศมีจำนวนมากขึ้น จากการทำอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ ที่มีการผลิตมากขึ้นตามจำนวนประชากรของโลกที่เพิ่มขึ้น ทำให้ความต้องการใช้รถยนต์มากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ประเทศไทยมีการเปิดการค้าเสรีกับหลายประเทศ เช่น ประเทศจีน โดยมีการยกเว้นภาษีกับสินค้าหลายชนิดตลอดจนมีการปรับปรุงท่าเรือส่งออกที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เพื่อส่งสินค้าไปจีน จึงทำให้ภาคเหนือของประเทศไทยเป็นแหล่งที่นำ

ลงทุนในการสร้างโรงงานยางแท่งเพื่อส่งออก และสามารถใช้เป็นวัตถุดิบในแหล่งผลิตหรือในพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้สร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกร โดยที่มีแหล่งรับซื้อวัตถุดิบ และสามารถส่งออกผลผลิตได้ใกล้เคียงกับแหล่งผลิต ซึ่งมีส่วนช่วยในการลดค่าขนส่ง สร้างการจ้างงานในพื้นที่ และลดการเคลื่อนย้ายแรงงาน (สถาบันวิจัยยาง, 2549)

ตารางที่ 18 ต้นทุนการผลิตยางแท่งชั้น 20 ขนาดกำลังผลิต 20,000 ตันต่อปี ปี 2549

รายการ	ต้นทุนการผลิต (บาท/ตัน)
1. ค่าเช่าที่ดิน สิ่งก่อสร้าง เครื่องจักรบ่อหมัก เครื่องรีด เครื่องหั่นยางแผ่น เครื่องอบยางแท่ง ยานพาหนะ และครุภัณฑ์ (ค่าใช้จ่ายคงที่)	880
รวม ค่าใช้จ่ายคงที่	880
2. ค่าแรง/วัสดุ/น้ำมัน/ไฟฟ้า (ค่าใช้จ่ายผันแปร)	
- ค่าแรงงาน ประกอบด้วย ค่าจ้างแรงงานช่าง และค่าจ้างแรงงานทั่วไป	450
- ค่าไฟฟ้า	500
- ค่าน้ำมัน	600
- ค่าซ่อมบำรุง	200
- ค่าหีบห่อ	350
- ค่าวัสดุสำนักงานและอื่นๆ	150
รวม ค่าใช้จ่ายผันแปร	2,250
3. ค่าใช้จ่ายด้านบริหาร	130
4. ดอกเบี้ยเงินทุน	150
รวม	3,410

ที่มา: เอนก ฤๅณาสะสิริ และคณะ (2549)

ในการวิเคราะห์ครั้งนี้จะให้ความสนใจต้นทุนการผลิตยางแท่งชั้น 20 ซึ่งเป็นประเภทที่มีการผลิตและส่งออกมากที่สุดของไทย และมีต้นทุนการผลิตมากที่สุด อันเนื่องมาจากขั้นตอนในการผลิตที่ซับซ้อนกว่ายางประเภทอื่นๆ โดยต้นทุนการผลิตแบ่งออกเป็น ต้นทุนคงที่ เฉลี่ยตันละ

880 บาท หรือ ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าเสื่อมที่ดิน สิ่งก่อสร้าง เครื่องจักรบ่อหมัก เครื่องรีด เครื่องหั่นยางแผ่น เครื่องอบยางแท่ง ยานพาหนะ และครุภัณฑ์ และ ต้นทุนผันแปร เป็นค่าใช้จ่ายที่มีการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการลงทุน โดยเฉลี่ยต้นทุนผันแปรต้นละ 2,250 บาท ประกอบไปด้วย ค่าจ้างแรงงานช่าง และค่าจ้างแรงงานทั่วไป ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำมัน ค่าซ่อมบำรุง ค่าหีบห่อ ค่าวัสดุสำนักงาน และอื่นๆ นอกการต้นทุนการผลิตทั้ง 2 ชนิดยังมีค่าใช้จ่ายด้านบริหาร และดอกเบี้ยเงินทุน โดยคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 12 ต่อปี ที่ราคายางแผ่นดิบกิโลกรัมละ 60 บาท และเศษกิโลกรัมละ 40 บาท (ตารางที่ 18)

ซึ่งหากมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง มีการจัดการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการใช้แรงงานเต็มกำลัง จะทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ซึ่งจะส่งผลิตต่อโรงงานอุตสาหกรรมยางแท่งของไทย และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างดียิ่ง

1.3 น้ำยางข้น

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการผลิตและส่งออกน้ำยางข้นมากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมผลิตน้ำยางข้น ตั้งอยู่กระจายตาม 3 ภาคของประเทศ ได้แก่ ภาคภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และตะวันออกเฉียงใต้ ในปี 2551 มีจำนวนโรงงานแปรรูปน้ำยางข้นจำนวน 78 แห่ง และที่ผ่านมาในปี 2541 – 2551 มีการส่งออกเพิ่มขึ้น แต่อาจลดลงบ้างเล็กน้อย เนื่องจากเดิมที่ไทยมีการส่งออกน้ำยางข้นไปยังประเทศมาเลเซียเป็นจำนวนมาก ต่อมาในปี 2548 มาเลเซียเริ่มกลับมาผลิตยางพาราเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะน้ำยางข้นเพื่อไปเอาใช้สอยในประเทศ ทำให้ไม่ค่อยนำเข้าน้ำยางข้นจากไทยเป็นต้นมา

จากการที่ประเทศไทยมีการผลิตยางพารา หลายประเภท เช่น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ซึ่งในการผลิตยางพาราแต่ละประเภทล้วนแล้วแต่มีต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างสูง ซึ่งเกิดจากปัจจัยที่สำคัญๆ หลายอย่าง เช่น ค่าจ้างแรงงาน เทคโนโลยีจากการผลิต เป็นต้น ซึ่งต้นทุนการผลิตของยางแผ่นรมควัน และยางแท่งของประเทศไทย ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ในตอนนี้จะกล่าวถึงต้นทุนการผลิตน้ำยางข้น ซึ่งได้จากการศึกษาจากการสอบถามเรื่องต้นทุนการผลิตน้ำยางข้นจากโรงงานอุตสาหกรรมผลิตน้ำยางข้นของสถาบันวิจัยยาง พบว่า ต้นทุนรวมระดับโรงงานเฉลี่ยต้นละ 2,040 บาท โดยแบ่งออกเป็น ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และอื่นๆ ซึ่งต้นทุนคงที่มีต้นทุนการผลิตโดยเฉลี่ย 720 บาทต่อตัน แบ่งออกเป็น ค่าเสื่อมอาคาร โรงงาน เครื่องปั้นน้ำยางข้น

ถึงรวมน้ำยางสดหรือน้ำยางข้น เครื่องชั่ง รถบรรทุกพร้อมถังน้ำยางสด รถยก เครื่องมือและอุปกรณ์ ทดสอบคุณภาพน้ำยาง บ่อพักหางน้ำยาง บ่อบำบัดน้ำเสีย และเครื่องกรอง ในส่วนของต้นทุนผันแปรมีต้นทุนการผลิตโดยเฉลี่ย 820 บาทต่อตัน ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าแรงงาน ประกอบด้วย ค่าจ้างแรงงานช่างควบคุม เครื่องปั่นน้ำยาง แรงงานล้างจานปั่น แรงงานยกเครื่องออกล้าง แรงงานเคลื่อนย้ายน้ำยางสดและบรรจุถังน้ำยางข้น ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาอาคารและเครื่องจักร ค่าสารเคมี (แอมโมเนีย) และค่าไฟฟ้า นอกจากนี้ยังมีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายส่วนอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายด้านบริหาร ดอกเบียเงินลงทุนสำหรับซื้อวัสดุ โดยคิดร้อยละ 12 ต่อปี ที่ราคาน้ำยางสดกิโกรัมละ 79 บาท และต้นทุนการผลิตน้ำยางข้นไม่นับรวมค่าบรรจุภัณฑ์ (DRUM) สามารถบรรจุน้ำยางได้ 200 – 210 ลิตร หรือ 205 กิโลกรัม ถึงละ 650 บาท หรือกิโกรัมละ 3.17 บาท (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ต้นทุนการผลิตน้ำยางข้นขนาดกำลังผลิต 12,000 ตันต่อปี ปี 2549

รายการ	ต้นทุนการผลิต (บาท/ตัน)
1. ค่าเสื่อมอาคาร โรงงาน เครื่องปั่นน้ำยางข้น ถึงรวมน้ำยางสดหรือน้ำยางข้น เครื่องชั่ง รถบรรทุกพร้อมถังน้ำยางสด และอุปกรณ์ ทดสอบคุณภาพน้ำยาง บ่อพักหางน้ำยาง	720
รวม ค่าใช้จ่ายคงที่	720
2. ค่าแรง/วัสดุ/ (ค่าใช้จ่ายผันแปร)	
- ค่าแรงงาน ประกอบด้วย ค่าจ้างแรงงานช่างควบคุม เครื่องปั่นน้ำยาง แรงงานล้างจานปั่น	150
- ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาอาคารและเครื่องจักร	100
- ค่าสารเคมี (แอมโมเนีย)	420
- ค่าไฟฟ้า	150
รวม ค่าใช้จ่ายผันแปร	820
3. ค่าใช้จ่ายด้านบริหาร	50
4. ดอกเบียเงินลงทุนสำหรับซื้อวัสดุคิบ	450
รวม	2,040

ที่มา: เอนก ภูณาสะสิริ และคณะ (2549)

2. แรงงาน

ประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน แต่มีความเหมือนและแตกต่าง ในด้านภูมิประเทศ ประชากร และวัฒนธรรม เป็นต้น ในส่วนของประชากรของแต่ละประเทศมีความมากน้อยแตกต่างกันตามขนาดของประเทศ เช่น ในปี 2545 จำนวนประชากรของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีจำนวน 61.71, 204.39, 22.18 และ 75.46 ล้านคนตามลำดับ อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุด นั้นหมายถึงจำนวนผู้ใช้แรงงานย่อมมีจำนวนมากเช่นกันเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอีก 3 ประเทศ เช่นในปี 2551 อินโดนีเซียมีจำนวนประชากร 228.58 ล้านคน และมีจำนวนแรงงานในภาคเกษตร 39.56 ล้านคน ซึ่งหากเทียบกับประเทศไทยในปี 2551 มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 63.3 ล้านคน และมีจำนวนแรงงานในภาคการเกษตร 15.64 ล้านคน พบว่าจำนวนแรงงานในภาคเกษตรของอินโดนีเซียสูงกว่าไทยอยู่จำนวนมาก (ตารางที่ 20) นอกจากนี้เวียดนามและไทย มีความคล้ายคลึงกันทั้งภูมิประเทศ และจำนวนประชากร เป็นต้น แต่จำนวนแรงงานในภาคเกษตรของเวียดนามยังน้อยกว่าของไทยอยู่จำนวนมาก ซึ่งหากดูในส่วนของอุตสาหกรรมยางพารา ซึ่งยางพาราเป็นสินค้าเกษตรที่ไทยส่งออกเป็นอันดับ 1 ถือได้ว่ามีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในภาคเกษตรในด้านแรงงาน เนื่องจากในประเทศมีการยึดอาชีพทางการเกษตรเป็นหลักและมีความได้เปรียบในด้านภูมิประเทศที่มีสภาพสิ่งแวดล้อมเหมาะสมแก่การเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจต่างๆ อย่างเช่น ยางพารา เป็นต้น

อุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทยมีการผลิตอยู่ในการแปรรูปขั้นต้น ได้แก่ ขั้นต้นและกลางน้ำ ซึ่งมีจำนวน โรงงานแปรรูปยางพาราที่จดทะเบียนอยู่จำนวนมาก แยกตามผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทยในช่วงปี 2548 –2551 ซึ่งมีโรงงานแปรรูปยางแผ่นรมควันมากเป็นอันดับ 1 จากการศึกษาที่เกษตรกรมีความถนัดและนิยมแปรรูปเก็บสต็อกยางพาราให้อยู่ในรูปยางแผ่นรมควัน รองลงมาได้แก่ ยางแผ่นผึ่งแห้ง น้ำยางข้น และยางแท่ง เป็นต้น โดยจำนวน โรงงานแปรรูปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศที่มีความต้องการยางพารามากขึ้น จนกระทั่งในปี 2551 ทั่วโลกประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจหดตัว ทำให้โรงงานขนาดเล็กและขนาดใหญ่เกิดความไม่มั่นคง และความไม่แน่นอน เกิดภาวะขาดทุนจากการที่มีการส่งออกยางพาราที่น้อยลง เนื่องจากประเทศที่นำเข้ายางพาราของไทยส่วนใหญ่ต่างเผชิญกับปัญหาทางเศรษฐกิจในครั้งนี้ จึงมีผลทำให้ในปี 2551 จำนวน โรงงานแปรรูปยางพารามีจำนวน 320 ราย จากเดิมในปี 2550 ที่มีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 429 ราย หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 25.41 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 20 จำนวนประชากรและแรงงานภาคการเกษตรของประเทศไทยที่สำคัญ ปี 2545 - 2551

(หน่วย: ล้านคน)

ปี	ไทย ¹		อินโดนีเซีย ²		มาเลเซีย ²		เวียดนาม ²	
	ประชากร	แรงงาน เกษตร	ประชากร	แรงงาน เกษตร	ประชากร	แรงงาน เกษตร	ประชากร	แรงงาน เกษตร
2545	62.80	15.31	210.74	39.13	24.53	0.53	79.73	0.22
2546	63.08	15.15	213.55	41.47	24.99	0.51	80.90	0.22
2547	61.97	14.72	216.38	38.93	25.47	0.50	82.03	0.22
2548	62.42	15.01	219.85	39.77	25.95	0.54	83.11	0.21
2549	62.83	14.89	222.75	38.60	26.39	0.50	84.16	0.20
2550	63.04	15.08	225.64	39.37	26.84	0.57	85.16	0.19
2551	63.39	15.64	228.58	39.56	27.30	0.54	86.18	0.19

ที่มา: ¹ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2553)

² Laborsta Internet (2010)

ตารางที่ 21 จำนวนโรงงานแปรรูปยางพาราที่จดทะเบียน ปี 2548 – 2551

(หน่วย: ราย)

โรงงานแปรรูปยางพารา	2548	2549	2550	2551
1. ยางแผ่นรมควัน	88	118	108	93
2. ยางแผ่นผึ่งแห้ง	24	23	75	17
3. น้ำยางข้น	77	76	100	78
4. ยางแท่ง	57	64	71	61
5. ยางเครพ	47	39	44	48
6. ยางผสม	15	15	31	23
รวม	308	335	429	320

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2552)

3. ระบบโครงสร้างพื้นฐาน

ปัจจัยหนึ่งที่สามารถแสดงถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศของการส่งออก ยางพาราไปยังประเทศต่างๆทั่วโลกได้ คือ ระบบการขนส่ง ซึ่งมีความสำคัญในระดับต้นๆของการส่งออกยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น และสินค้าอื่นๆ เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดถึงปริมาณที่ประเทศไทยสามารถส่งออกยางพาราในแต่ละปีมีความมากน้อยต่างกับปีที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ประเทศไทยมีการส่งออกยางพาราประเภทต่างๆหลายช่องทางทั้งการขนส่งทางรถไฟ รถบรรทุก และการขนส่งทางเรือชายฝั่งซึ่งเป็นวิธีที่นิยมมากที่สุด โดยผ่านทางท่าเรือตามด่านศุลกากร บรรจูลินค้าเข้าสู่คอนเทนเนอร์ แทนการบรรจุและขนถ่ายสินค้าแบบเทกองในลำเรือ ซึ่งมีท่าเรือขนส่งที่สำคัญขนาดใหญ่ทั้งหมด 8 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือกรุงเทพ ท่าเรือสงขลา ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือปาดังเบซาร์ ท่าเรือสะเดา ท่าเรือเบตง ท่าเรือภูเก็ต ท่าเรือเชียงใหม่ และอื่นๆ ซึ่งประเทศไทยที่มีปริมาณเรือขนส่งและมีปริมาณการขนส่งยางพาราส่งออกผ่านทางท่าเรือจำนวนมาก ย่อมแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการขนส่งทางเรือที่มีศักยภาพ และสามารถรองรับปริมาณยางพาราที่ส่งออกไปยังประเทศต่างๆ เช่น ประเทศจีน ได้อย่างดีเยี่ยม ปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยผ่านท่าเรือเพิ่มขึ้นทุกปี นับตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา และมาสะดุดเล็กน้อยในช่วงปี 2550 – 2551 ในช่วงเวลาที่สถานการณ์ทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงจากวิกฤติเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีผลกระทบต่อการนำเข้ายางพาราจากไทยด้วย เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาและจีน เป็นประเทศอุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์รายใหญ่ที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของไทยโดยตรง จึงทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยผ่านท่าเรือตามด่านศุลกากรมีจำนวนลดลง จากปี 2549 ที่มีปริมาณการส่งออกตามท่าเรือมีจำนวนทั้งสิ้น 2,771,673 ตัน และกลับลดลงเป็น 2,675,283 ตันในปี 2551 หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 3.48 (ตารางที่ 22)

โดยส่วนใหญ่ประเทศไทยมีการส่งออกยางพาราไปจีนผ่านทางท่าเรือชายฝั่งปาดังเบซาร์มากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวกในการขนส่งผ่านทางเรือและมีต้นทุนการขนส่งที่ต่ำกว่าท่าเรืออื่นๆ รองลงมาได้แก่ ท่าเรือสงขลา ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือกรุงเทพ และด่านศุลกากรสะเดา ซึ่งในปี 2551 ปริมาณการส่งออกยางพาราแต่ละประเภทผ่านท่าเรือและด่านศุลกากรปลายทางประเทศจีน มีการส่งออกยางแท่งมากที่สุดจำนวน 398,888 ตัน หรือร้อยละ 47.70 ของปริมาณการส่งออกยางพาราทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางพาราชนิดอื่นๆ และน้ำยางข้น ที่มีปริมาณการส่งออกที่ 21.01, 17.61 และ 13.69 ตามลำดับ โดยด่านศุลกากรปาดังเบซาร์ สามารถส่งออกยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นไปยังประเทศจีนมากที่สุด และมีการส่งออกยางแท่งไปจีนเฉพาะ

ค่านี้มากถึงร้อยละ 50.74 รองลงมาได้แก่ ยางแผ่นรมควัน อื่นๆ และน้ำยางข้น หรือร้อยละ 20.20, 16.70 และ 12.36 ตามลำดับ (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 22 ปริมาณส่งออกยางพาราผ่านท่าเรือ/ด่านศุลกากรของประเทศไทยปี 2541 – 2551

(หน่วย: พันตัน)

ปี	กรุงเทพ	สงขลา	แหลม ฉบัง	ปาดังเบ ซาร์	สะเดา	เบตง	ภูเก็ต	เชียงใหม่ ¹	รวม
2541	508.91	366.62	41.36	537.64	151.91	34.31	115.63	-	1,839.40
2542	483.8	326.52	59.75	683.69	133.42	27.47	102.43	-	1,883.34
2543	272.77	446.29	141.56	740.47	203.46	32.47	247.10	-	2,166.15
2544	166.06	429.25	64.16	709.65	251.86	27.98	222.33	-	2,042.08
2545	429.99	408.22	60.18	770.80	303.39	35.33	198.87	-	2,354.42
2546	454.09	509.09	69.37	851.77	338.31	38.27	157.60	2.68	2,573.45
2547	340.45	387.14	145.30	946.43	359.23	41.02	113.94	25.53	2,637.10
2548	320.69	317.40	138.16	935.16	475.20	35.17	97.98	38.90	2,632.40
2549	334.84	307.14	163.85	1,026.62	449.73	38.95	89.67	24.06	2,771.67
2550	233.83	275.37	362.04	1,141.98	384.31	34.75	88.37	19.87	2,703.76
2551	173.30	290.89	492.38	1,101.12	373.57	21.32	92.59	10.58	2,675.28

หมายเหตุ: ¹ รวมแม่สาย และเชียงของ

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2552)

ในส่วนของประเทศคู่แข่งต่างๆ เช่น อินโดนีเซีย มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เป็นหมู่เกาะจำนวนมาก ทำให้การเดินทางและขนส่งสินค้าทางน้ำเป็นวิธีการสะดวกที่สุด ปัจจุบันทั้งประเทศมีท่าเรือพาณิชย์มากกว่า 300 แห่ง แต่ส่วนใหญ่สร้างมานานแล้ว และมีขนาดเล็ก จึงยังต้องการการพัฒนาอีกมาก ท่าเรือหลักที่ใช้ในการส่งออกยางพาราของอินโดนีเซียอยู่ 4 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือเบลวัน ท่าเรือปาเลมบัง ท่าเรือจัมบี และท่าเรือปอนเตียแบด ซึ่งท่าเรือที่ดีที่สุดในการส่งออกยางพาราได้แก่ ท่าเรือเบลวันอยู่ในเมืองเมดาน สามารถขนส่งสินค้าได้ถึง 2 แสนตัน นอกจากนี้ยังมีประเทศมาเลเซีย ที่มีรัฐบาลมาเลเซียให้ความสำคัญในการพัฒนาท่าเรือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าทางเรือ โครงการพัฒนาท่าเรือของมาเลเซียส่วนใหญ่แล้วเสร็จตั้งแต่ปี 2543 ซึ่งช่วยยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งทางทะเลได้มากขึ้น ทำให้ท่าเรือของมาเลเซียสามารถรองรับการ

ขนส่งสินค้าทางเรือได้มากถึง 280 ล้านตัน เมื่อเทียบกับช่วงปี 2538 ซึ่งขนส่งได้เพียง 174 ล้านตัน และยังมีโครงการขยายท่าเรืออีกในอนาคต ปัจจุบันมาเลเซียมีท่าเรือนานาชาติทั้งสิ้น 7 แห่ง ซึ่งท่าเรือที่สำคัญได้แก่ ท่าเรือคลัง เป็นท่าเรือสำคัญของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งอยู่ที่กึ่งกลางชายฝั่งทางตะวันตกของคาบสมุทรมาลายู ปริมาณสินค้าที่ขนส่งผ่านท่าเรือแห่งนี้ประมาณ 4.5 ล้านตันต่อปี สูงเป็นอันดับ 11 ของโลก มีท่าเรือน้ำลึกที่สามารถรองรับเรือขนส่งสินค้าขนาดใหญ่ได้ และเป็นจุดยุทธศาสตร์ในการขนส่งทางทะเล เนื่องจากเป็นท่าเรือที่อยู่ระหว่างช่องแคบมะละกานอกจากนี้ยังมี ท่าเรือกลันตัน ท่าเรือปีนัง และท่าเรืออื่นๆ และประเทศเวียดนาม เป็นประเทศที่มีพรมแดนติดชายฝั่งทะเลยาว 3,260 กิโลเมตร มีจำนวนท่าเรือรวมทั้งสิ้น 126 แห่ง เป็นท่าเรือระหว่างประเทศจำนวน 24 แห่ง ซึ่งในจำนวนนี้เป็นท่าที่ใช้เทียบเรือบรรทุกคอนเทนเนอร์ 16 แห่ง ท่าเทียบเรือเฉพาะสินค้า เช่น น้ำมัน ถ่านหิน และที่เหลือ 8 แห่ง เป็นท่าเรืออเนกประสงค์ นครโฮจิมินห์ เป็นท่าเรือที่สำคัญทั้งสินค้านำเข้าและส่งออก โดยมีสินค้าในตู้คอนเทนเนอร์ผ่านเข้าออกมากกว่า ร้อยละ 70 ท่าเรือที่สำคัญได้แก่ ท่าเรือดานัง ท่าเรือไฮฟอง และท่าเรือไซ่ง่อน เป็นต้น โดยส่วนใหญ่เวียดนามจะส่งออกยางพาราใส่ตู้คอนเทนเนอร์และขนส่งผ่านท่าเรือ ซึ่งหากขนส่งยางพาราไปยังประเทศจีนจะมีความสะดวกและรวดเร็วเนื่องจากเวียดนามมีพรมแดนที่ติดต่อกับจีนซึ่งทำให้เวียดนามมีความได้เปรียบในเรื่องระบบการขนส่งของการส่งออกยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ไปจีนเป็นอย่างมาก ดังนั้นประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญจะมีต้นทุนค่าขนส่งที่สูงกว่า เนื่องจากค่าระวางสินค้าของอินโดนีเซีย และมาเลเซียต่ำกว่าของไทย แต่ข้อได้เปรียบของไทยในการส่งออกยางพาราไปจีน คือ สามารถใช้เรือแล่นโดยตรง โดยไม่ต้องมีการเปลี่ยนถ่ายสินค้าและขนส่งไปจีนผ่านด่านแม่สายโดยตรง ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขาย ได้รับสินค้าทันทีรวดเร็วและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายที่มากเกินไปจากต้นทุนค่าขนส่งและค่าระวางเรือบางส่วน

สำหรับกระบวนการส่งออกยางพารามีขั้นตอนไม่แตกต่างกัน แต่มีวิธีการและค่าใช้จ่ายแตกต่างกันตามลักษณะการขนส่งสินค้าจากโรงงานต้นทางไปท่าเรือและประเทศปลายทาง กล่าวคือ การขนส่งรถบรรทุกมีต้นทุนที่สูงกว่าการขนส่งทางรถไฟและท่าเรือ แต่มีความสะดวกและรวดเร็ว ในขณะที่การขนส่งทางรถไฟ ถึงแม้จะมีต้นทุนที่ต่ำกว่ารถบรรทุก เนื่องจากสามารถส่งออกยางพาราในปริมาณที่มาก แต่ไม่เป็นที่นิยมต่อการขนส่ง เพราะมีข้อจำกัดด้านความสะดวกและรวดเร็ว ส่วนการขนส่งทางเรือชายฝั่งถึงแม้จะมีต้นทุนที่ต่ำ และเป็นที่ยอมรับในขนส่งในปัจจุบัน แต่ยังมีข้อจำกัดทางการเดินทาง ปัญหาร่องน้ำตื้นบริเวณปากน้ำ และยังมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพื่อส่งออกและค่าบริการจัดการเกี่ยวกับผู้สินค้า นอกจากนี้ค่าระวางเรือยังเป็นตัวแปรที่เป็นต้นทุนสำคัญต่อการขนส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ

ตารางที่ 23 ปริมาณการส่งออกผ่านท่าเรือและด่านศุลกากรปลายทางประเทศจีน ปี 2551

(หน่วย: พันตัน)

ท่าเรือ/ด่านศุลกากร	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	อื่นๆ	รวม
ด่านศุลกากรสะเดา	0.2 (3.76)	-	4.37 (82.13)	0.75 (14.11)	5.32 (100.00)
ท่าเรือสงขลา	32.942 (16.09)	101.33 (49.48)	36.58 (17.87)	33.92 (16.56)	204.77 (100.00)
ด่านศุลกากรปาดังเบซาร์	68.61 (20.20)	172.38 (50.74)	42.00 (12.36)	56.74 (16.70)	339.73 (100.00)
ท่าเรือกรุงเทพ	15.08 (46.71)	3.48 (10.79)	5.41 (16.75)	8.32 (25.76)	32.29 (100.00)
ท่าเรือแหลมฉบัง	42.92 (22.80)	86.82 (46.12)	19.78 (10.51)	38.73 (20.57)	188.25 (100.00)
อื่นๆ	15.94 (24.15)	34.88 (52.87)	6.33 (9.59)	8.83 (13.39)	65.97 (100.00)
รวม	175.69 (21.01)	398.888 (47.70)	114.468 (13.69)	147.28 (17.62)	836.33 (100.00)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงสัดส่วนเป็นจำนวนร้อยละ

ที่มา: สำนักงานตลาดกลางยางพาราสงขลา (2552)

ปัจจุบันภาครัฐของประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของระบบ และรูปแบบการขนส่งให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการส่งออก และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออก โดยต้องมีการพัฒนาท่าเรือและระบบการขนส่ง (สำนักงานตลาดกลางยางพาราสงขลา, 2552) ดังต่อไปนี้

1) การพัฒนาท่าเรือสงขลา

การพัฒนาและขยายพื้นที่ท่าเรือมีข้อจำกัดเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานของท่าเรือและท่าเลที่ตั้ง ซึ่งไม่ได้เป็นเส้นทางผ่านของสายเดินเรือ จึงควรมุ่งเน้นและส่งเสริมให้มีการพัฒนาด้าน

บริการ โดยภาครัฐควรขยายอายุสัมปทานให้แก่ บริษัทเอกชนที่เป็นผู้บริหารพื้นที่ท่าเรือ ซึ่งจะช่วยให้สามารถตัดสินใจในการลงทุนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น

2) การพัฒนาการขนส่งสินค้าทางรถไฟ

การขนส่งสินค้าทางรถไฟเป็นรูปแบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ และต้นทุนต่อหน่วยต่ำกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น เนื่องจากสามารถขนส่งสินค้าได้ในปริมาณมาก แต่มีข้อจำกัดเกี่ยวกับความสะดวก รวดเร็ว ความต่อเนื่อง และการตรงต่อเวลา เพราะร้อยละ 95 ของทางรถไฟเป็นระบบรางเดี่ยว ทำให้ไม่สามารถเพิ่มอัตราความเร็วประกอบกับขาดอุปกรณ์อำนวยความสะดวก โดยเฉพาะหัวรถจักรและแคร่สินค้าที่มีอายุการใช้งานนาน ดังนั้นภาครัฐควรมีนโยบายกระตุ้นและพัฒนาระบบทางรถไฟเป็นระบบรางคู่ เพื่อสามารถขนส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และทันเวลาตามกำหนด

3) การพัฒนาการขนส่งทางเรือชายฝั่ง

ภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาท่าเรือชายฝั่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน ให้สามารถให้ประโยชน์ได้เต็มศักยภาพ โดยการขุดขยายร่องน้ำเพื่อแก้ปัญหาการจั้นลงของระดับน้ำในแม่น้ำ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเดินเรือเข้าและออกจากท่าเทียบเรือ รวมทั้งมีมาตรการให้ท่าเรือแหลมฉบังอำนวยความสะดวกในการกำหนดท่าเทียบเฉพาะสำหรับเรือลำเลียงสินค้าชายฝั่งในประเทศ และยกตู้สินค้าวางพักในลานพักตู้สินค้าก่อนกระจายสินค้าไปตามบริษัทเดินเรือ ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนค่าเรือนำร่องที่ต้องใช้สำหรับนำสินค้าไปขนถ่ายลำให้กับเรือขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

โดยสรุปปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิตในประเทศไทย พบว่าช่างแผ่นรมควันและน้ำยางข้น ยังมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศอยู่ แต่สำหรับยางแท่งพบว่า ต้นทุนการผลิตยังค่อนข้างสูง อีกทั้งยังมีคุณภาพผลผลิตที่ต่ำ เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ที่เป็นเกษตรกรรายย่อยและผู้ประกอบการ ยังขาดประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และอุปกรณ์ในการดำเนินการ รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานทางด้านขนส่ง ที่ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการพัฒนาบริหารจัดการด้านขนส่ง และห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางเพื่อประหยัดต้นทุนในการขนส่ง นอกจากนี้ประเทศไทยยังขาดองค์ความรู้ทางด้านการวิจัยและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์

ยางพาราในเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะด้านนาโนเทคโนโลยีที่จะสามารถลดต้นทุนในการผลิตยางพารา ลงได้ ซึ่งหากไทยมีการพัฒนาเรื่องนี้เกี่ยวกับปัจจัยการผลิตในข้อดีอย่างต่างๆ จะทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น เนื่องจากยางพาราทั้ง 3 ประเภท มีคุณลักษณะเฉพาะไม่ต่างกันมาก หากมีการพัฒนาอย่างมีคุณภาพและต่อเนื่อง ยังจะทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจุบันนี้มากกว่าประเทศคู่แข่งรายอื่น

ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุปสงค์ในประเทศ

ประเทศใดที่มีความชัดเจนของรูปแบบของความต้องการของผู้ซื้อหรือมีอุปสงค์ในประเทศของยางพาราในแต่ละประเภท คือ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ที่เกิดขึ้นก่อนประเทศนั้นย่อมมีความได้เปรียบในการแข่งขันสูงกว่า ซึ่งในแต่ละประเทศจะมีลักษณะอุปสงค์ในประเทศที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดข้อแตกต่างระหว่างประเทศที่จะนำมาสู่ข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของแต่ละประเทศ ซึ่งจะทำให้แต่ละประเทศต้องมีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องและมีนวัตกรรมการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เป็นการลดการพึ่งพาตลาดส่งออกไปยังต่างประเทศ เนื่องจากประเทศที่มีข้อได้เปรียบอุปสงค์ในประเทศมากกว่าประเทศอื่น ย่อมส่งผลดีต่อการรักษาความได้เปรียบทางการค้าทำให้มีความมั่นคงและมีความผันผวนของราคาที่ลดลง

ในส่วนของประเทศไทย ปัจจุบันมีการใช้ยางพาราในประเทศเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยส่วนใหญ่จะนิยมใช้ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นอยู่จำนวนมาก เพื่อที่จะนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ยางแผ่นรมควัน นำไปผลิตเป็นยางรถยนต์ ยางล้อดอก อะไหล่ยางใช้ในงานวิศวกรรม เป็นต้น สำหรับยางแท่งสามารถนำไปเป็นวัตถุดิบผลิตผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ กาวยาง เทปติดพื้นรองเท้า เป็นต้น และน้ำยางข้นเป็นวัตถุดิบเพื่อนำไปผลิตผลิตภัณฑ์จุ่มแบบ เช่น ถุงมือ ลูกโป่ง ถุงยางอนามัย ผลิตภัณฑ์ตีฟอง เช่น ที่นอน หมอน และผลิตภัณฑ์เส้นด้ายยืดแบบกลม เช่น ท่อยาง กาวน้ำยาง เป็นต้น สำหรับในปี 2551 มีปริมาณการใช้ยางแผ่นรมควันในประเทศ 162,225 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ที่มีปริมาณการใช้ในประเทศ 96,308 ตัน หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 68.44 ซึ่งปริมาณการใช้ยางแผ่นรมควันในประเทศเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา จนกระทั่งในปี 2549 ปริมาณการใช้ยางแผ่นรมควันในประเทศลดลงถึงร้อยละ 14.74 จากปี 2548 เนื่องจากราคาส่งออกยางแผ่นรมควันในปี 2549 มีการปรับตัวที่เพิ่มขึ้นประมาณ 19.79 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้ลดการใช้ยางแผ่นรมควันในประเทศลงบ้างเล็กน้อย เพื่อไปเพิ่มการส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังประเทศต่างๆเพิ่มขึ้น ซึ่งในปี 2551 ปริมาณ

การใช้ยางแผ่นรมควันในประเทศยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 20.37 เมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควัน ในส่วนของยางแท่งในประเทศไทย พบว่ามีปริมาณการใช้เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับยางแผ่นรมควัน โดยในปี 2551 มีปริมาณการใช้ยางแท่งในประเทศไทย 135,029 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ที่มีปริมาณการใช้อยู่ที่ 116,292 ตัน หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 16.11 ของปริมาณการใช้ยางแท่งในประเทศไทย (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 การใช้ยางพาราในประเทศไทยแยกประเภทที่สำคัญปี 2541 – 2551

(หน่วย: ตัน)				
ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น ¹	รวม
2541	42,932	66,632	51,890	161,454
2542	60,960	77,699	71,454	210,113
2543	55,041	88,223	81,183	224,447
2544	61,083	96,309	75,047	232,439
2545	68,828	107,024	77,888	253,740
2546	73,573	115,352	82,742	271,667
2547	78,500	123,067	88,263	289,830
2548	82,425	129,224	92,676	304,325
2549	70,276	104,168	131,974	306,418
2550	96,308	116,292	149,659	362,259
2551	162,225	135,029	81,788	379,042
อัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี	0.17	0.08	0.08	0.09

หมายเหตุ: ¹ น้ำหนักเนื้อยางแห้ง

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2552)

นับตั้งแต่ปี 2541 – 2550 ปริมาณการใช้ยางแท่งในประเทศไทยมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่งมาโดยตลอด ซึ่งเป็นผลมาจากอุตสาหกรรมได้เปลี่ยนแปลงหันมานิยมใช้ยางแท่งเป็นวัตถุดิบในการผลิต ทำให้ปริมาณการใช้ยางแท่งของประเทศไทยเพิ่มขึ้นมาตลอด และมาสะดุดเล็กน้อยในปี 2549 ที่มีปริมาณใช้ในประเทศลดลงจากปี 2548 อยู่ร้อยละ 19.39 ของปริมาณการใช้ยางแท่ง เนื่องจากราคาส่งออกต่างประเทศ F.O.B กรุงเทพ ของราคายางแท่งเพิ่มขึ้นจากในปี 2548 ที่มีราคาส่งออกอยู่ที่ 56.51 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้นในปี 2549 ที่มีราคาส่งออกมากถึง 75.63 บาทต่อ

กิโลกรัม เพิ่มขึ้นถึง กิโลกรัมละ 18.85 บาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.36 ของราคาส่งออกยางแท่ง ต่อมาในปี 2550 – 2551 ปริมาณการใช้ยางแท่งในประเทศกลับมีปริมาณการใช้ที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากความต้องการยางแท่งในประเทศที่มีอยู่จำนวนมาก สำหรับน้ำยางข้นมีปริมาณการใช้ในประเทศเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา จนกระทั่งในปี 2551 มีปริมาณการใช้น้ำยางข้นลดลง จากปี 2550 ที่มีปริมาณการใช้น้ำยางข้นในประเทศ 149,659 ตัน เป็น 81,788 ตันในปี 2551 ลดลงประมาณ 67,871 ตัน หรือร้อยละ 45.35 ของปริมาณการใช้น้ำยางข้นในประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากผลผลิตน้ำยางข้นของประเทศไทยมีปริมาณลดลง ซึ่งจากเดิมในปี 2550 ประเทศไทยมีความสามารถในการผลิตน้ำยางข้นได้ถึง 663,926 ตัน ลดลงในปี 2551 มีปริมาณของผลผลิตเพียง 587,047 ตัน หรือลดลงร้อยละ 11.58 ของปริมาณผลผลิตน้ำยางข้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อปริมาณการใช้ในประเทศและการส่งออกน้ำยางข้นไปยังประเทศต่างๆ ในส่วนของประเทศคู่แข่งของประเทศไทย อย่างประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม จะมีการใช้ยางพาราของแต่ละชนิดจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมภายในประเทศที่มีการเน้นเรื่องการผลิตอุตสาหกรรมด้านใดด้านหนึ่งตามความต้องการในประเทศ สามารถอธิบายจากตารางที่ 25 ได้ดังนี้

ตารางที่ 25 การใช้ยางพาราในประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ในปี 2541 – 2551

(หน่วย: ตัน)

ปี	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	เวียดนาม
2541	334,100	97,000	19,000
2542	344,400	116,000	42,000
2543	363,700	139,000	44,000
2544	400,900	142,000	49,000
2545	407,900	145,000	51,000
2546	420,800	156,000	56,000
2547	402,800	196,000	60,000
2548	386,500	221,000	60,000
2549	383,300	355,000	65,000
2550	446,300	391,000	80,000
2551	469,000	413,900	100,000
อัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี	3.62	16.63	21.46

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง (2553)

จากตารางที่ 25 โดยภาพรวมจะเห็นว่าการใช้ยางพาราในประเทศของมาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม มีความต้องการใช้ยางพาราในประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 2541 – 2551 มาเลเซียมีปริมาณการใช้ยางพารามากที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศไทย อินโดนีเซีย และเวียดนาม แต่มีอัตราการขยายตัวการใช้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นต่อปีเพียงร้อยละ 3.62 ของการใช้ยางพาราในประเทศ อันเกิดจากมาเลเซียเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรน้อย ประกอบกับความต้องการใช้ยางพาราที่มีอยู่จำนวนมากอยู่แล้ว จึงทำให้การใช้ยางพารากลับไม่เพิ่มสูงขึ้นมากเมื่อเทียบกับประเทศไทย อินโดนีเซีย และเวียดนามที่มีจำนวนประชากรมาก ทำให้มีความต้องการใช้ยางพาราเพิ่มขึ้นจำนวนมาก แต่มาเลเซียยังคงเป็นประเทศที่มีการใช้ยางพาราในประเทศมากที่สุด ซึ่งเป็นผลมาจากภายในประเทศมาเลเซียมีการสนับสนุนให้ใช้ยางพาราภายในประเทศมากกว่าที่จะส่งออกยางพาราไปยังประเทศต่างๆ ซึ่งเป็นการลดการพึ่งพาการส่งออก ทำให้ราคายางพารามีเสถียรภาพมากขึ้น สำหรับการใช้อย่างพาราของอินโดนีเซียและเวียดนาม เริ่มมีอัตราการขยายตัวการใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยร้อยละ 16.63 และ 21.46 ต่อปี ตามลำดับ

ตารางที่ 26 การใช้ยางพาราที่สำคัญของประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551 (หน่วย: ตัน)

ปี	มาเลเซีย ¹		อินโดนีเซีย ²		เวียดนาม ²	
	น้ำยางชั้น	ยางแท่ง	ยางแท่ง	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางชั้น
2541	267,731	65,579	67,000	51,000	10,000	5,000
2542	266,825	77,622	79,000	57,000	25,000	12,000
2543	278,358	85,357	81,000	59,000	30,000	13,000
2544	324,125	76,763	82,000	59,000	36,000	9,000
2545	330,469	77,415	89,000	61,000	47,000	4,000
2546	347,891	73,890	95,000	69,000	52,000	3,500
2547	312,030	90,739	106,000	71,000	54,000	5,000
2548	305,588	80,884	118,000	78,000	55,000	5,000
2549	308,769	74,555	239,000	72,000	59,000	6,000
2550	367,604	82,642	265,000	82,000	63,000	7,500
2551	388,302	80,592	218,000	80,000	75,000	8,200

ที่มา: ¹ สำนักงานสถิติประเทศมาเลเซีย (2553)

² International Rubber Study Group (2009)

เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านข้อมูลผู้วิจัย จึงขอยกตัวอย่างขงพาราที่สำคัญแต่ละประเภทที่มีการใช้มากที่สุดในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ซึ่งอธิบายตามตารางที่ 26 ได้ดังนี้ ตั้งแต่ปี 2541 – 2551 ประเทศมาเลเซียมีการใช้ย៉างข้งน้ามากที่สุด รองลงมา คือ ยางแท่ง โดยมีปริมาณการใช้น้ำยางข้งน้ามากถึงร้อยละ 82.81 ของปริมาณการใช้ยางพาราข้งน้ทั้งหมด ซึ่งจากเดิมมาเลเซียเป็นผู้ส่งออกยางแท่งเป็นหลัก แต่ภายหลังได้เปลี่ยนมาเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางในประเทศแทน โดยสัดส่วนการใช้น้ำยางข้งน้ต่อยางแท่งของมาเลเซียมีมากถึง 4 ใน 5 ต่อปริมาณการใช้ยางพาราข้งน้ทั้งหมดในแต่ละปี และยังคงมีการใช้น้ำยางข้งน้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆปี เนื่องจากรัฐบาลมาเลเซียให้ความสำคัญและพัฒนาในอุตสาหกรรมถูงมือข้งน้ที่ใช้น้ำยางข้งน้เป็นวัตถุดิบในการผลิต โดยเฉพาะให้มีการมุ่งเน้นการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกอุตสาหกรรมน้ำยางข้งน้

สำหรับความต้องการใช้ยางพาราของประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ตั้งแต่ปี 2541 – 2551 ปริมาณความต้องการยางแท่งและยางแผ่นรมควัน ซึ่งเป็นประเภทที่ใช้กันมากในประเทศ มีอัตราการใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากอินโดนีเซียสามารถผลิตยางแท่งได้ปริมาณมาก อีกทั้งต้นทุนการผลิตยางแท่งของอินโดนีเซียต่ำกว่าของประเทศไทย มาเลเซียและเวียดนาม นอกจากนี้การเข้าไปตั้งฐานการผลิตยางรถยนต์ของผู้ผลิตยางล้อรายใหญ่ของโลก ซึ่งมีการใช้ยางแท่งและยางแผ่นรมควันเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิต ส่งผลให้มีการใช้ยางพาราข้งน้ 2 ชนิดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะยางแท่ง ที่มีปริมาณการใช้มากถึงร้อยละ 70 – 75 ของการใช้ยางพาราข้งน้ทั้งหมด ในขณะที่สัดส่วนการใช้ยางแท่งกับยางแผ่นรมควันของประเทศอินโดนีเซียในแต่ละปีมีมากถึง 3 ใน 4 ของปริมาณการใช้ยางพาราข้งน้ทั้งหมด

ในส่วน of ความต้องการยางพาราในประเทศเวียดนามอยู่ในปริมาณที่ค่อนข้างต่ำเพียงร้อยละ 10 – 12 ของผลผลิตข้งน้ทั้งหมด โดยเฉลี่ยประมาณ 60,000 – 70,000 ตันต่อปี ซึ่งเวียดนามเป็นประเทศที่เริ่มจะพัฒนากิจการด้านอุตสาหกรรมข้งน้ใหญ่ จึงทำให้จำนวนการใช้ยางพาราในประเทศมีน้อยมาก เมื่อเทียบกับผู้ผลิตยางพารารายอื่น ปัจจุบันส่วนใหญ่ในประเทศเวียดนามมีการใช้ยางแท่ง เพื่อนำไปใช้เพื่อการผลิตยางรถยนต์ และท่อต่างๆสำหรับรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และน้ำยางข้งน้นำไปใช้ในการผลิตถูงมือ แผ่นยางรองพื้น และอื่นๆ นอกจากนี้รัฐบาลของเวียดนามยังให้การส่งเสริมแลพัฒนาการใช้ยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาในส่วนของปัจจัยเงื่อนไขที่เกี่ยวกับอุปสงค์ในประเทศของยางพาราแต่ละประเภทแล้ว พบว่า อุปสงค์ในประเทศของยางแผ่นรมควันของไทยสูงกว่าอินโดนีเซีย เนื่องจากเกษตรกรและผู้ประกอบการของไทยมีวัตถุดิบที่เพียงพอ และมีความชำนาญในการผลิตยางแผ่นรมควัน อีกทั้งจำนวนโรงงานแปรรูปยางแผ่นรมควันมีจำนวนมากที่สุดของจำนวนโรงงานแปรรูปยางในประเทศ นอกจากนี้ขนาดของโรงงานอุตสาหกรรมที่ใหญ่ จะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเพิ่มขึ้นอีกด้วย ทำให้ต้นทุนการผลิตยางแผ่นรมควันของไทยต่ำกว่าของอินโดนีเซีย ในส่วนของยางแท่ง พบว่าอุปสงค์ในประเทศของไทยต่ำกว่าของอินโดนีเซียที่มีการผลิตและการใช้ยางแท่งในประเทศอยู่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากผู้ประกอบการของไทยไม่มีวัตถุดิบที่เพียงพอ ขาดความชำนาญในการผลิตยางแท่ง และเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมแก่การผลิต ทำให้มีการผลิตไม่เต็มกำลัง ส่งผลให้มีต้นทุนการผลิตยางแท่งสูงกว่าของอินโดนีเซีย แต่ในปัจจุบันมีการขยายตัวการใช้ยางแท่งในประเทศอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีการขยายขนาดตลาดในประเทศของยางแท่งเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งจำนวนโรงงานแปรรูปยางแท่งมีจำนวนมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งส่งผลต่อการขยายตัวของอุปสงค์ยางแท่งในประเทศไทย สำหรับอุปสงค์ยางแท่งในประเทศไทยยังสูงกว่าของมาเลเซียและเวียดนามที่มีอุปสงค์ของยางแท่งในประเทศที่ต่ำกว่าไทยและอินโดนีเซีย ในส่วนอุปสงค์ในประเทศของน้ำยางข้นของไทย พบว่า อุปสงค์ในประเทศเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากเกษตรกรและผู้ประกอบการของไทยมีศักยภาพในการผลิตน้ำยางข้นสูงกว่าประเทศต่างๆ จากการที่มีวัตถุดิบที่เพียงพอ และสภาพภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกต้นยางพารา ซึ่งทำให้ได้น้ำยางข้นที่เพียงพอและมีคุณภาพดี มีผลให้จำนวนโรงงานในแปรรูปน้ำยางข้นมากเป็นอันดับ 2 รองจากยางแผ่นรมควัน หากพิจารณาอุปสงค์ในประเทศของ 2 ประเทศที่ใช้ น้ำยางข้นมากที่สุด คือประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย พบว่า ความต้องการใช้น้ำยางข้นของไทยต่ำกว่าของน้ำมาเลเซีย เนื่องจากมาเลเซียมีการผลิตและนำเข้าน้ำยางข้น เพื่อใช้ในประเทศจำนวนมาก โดยนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอุตสาหกรรมถุ้งมือ เป็นต้น ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีการส่งออกมากที่สุด มีผลทำให้อุปสงค์น้ำยางข้นในประเทศของไทยต่ำกว่าของมาเลเซีย

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันของยางแผ่นรมควันในปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุปสงค์เมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนามที่มีอุปสงค์ต่อยางชนิดนี้เพียงเล็กน้อย ในส่วนของยางแท่งประเทศไทยมีข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุปสงค์เมื่อเทียบกับมาเลเซียและเวียดนาม แต่ประเทศไทยเสียเปรียบเชิงแข่งขันให้กับประเทศอินโดนีเซีย สำหรับน้ำยางข้นถึงแม้ประเทศไทยจะมีการผลิตน้ำยางข้นที่มากเป็นอันดับหนึ่ง แต่กลับมีอุปสงค์ในประเทศต่ำกว่ามาเลเซียที่มีอุปสงค์ในประเทศมากกว่าของไทย จึงทำให้

ไทยเสียเปรียบเชิงแข่งขันให้กับประเทศมาเลเซียในปัจจุบันนี้ ในกรณีของแผ่นรมควันที่ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ประเทศยังต้องมีการพัฒนาศักยภาพในการผลิตให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากประเทศผู้ผลิตรายอื่นๆ อย่างเช่น อินโดนีเซีย และเวียดนาม ที่มีการพัฒนาในด้านของวัตถุดิบ การผลิต และตัวผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องมีการนำเทคนิคที่ทันสมัยมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในคุณภาพให้มากขึ้น และในส่วนของยางแท่งและน้ำยางข้นที่ประเทศไทยเสียเปรียบเชิงแข่งขันให้กับประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย นอกจากนี้ยังจะต้องพิจารณาประเทศเวียดนามที่เริ่มจะมีการพัฒนาปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากไทยยังคงนิ่งเฉยยังไม่มีการพัฒนา อีก 5- 10 ปีข้างหน้า ประเทศเวียดนามอาจจะแซงหน้าหรือเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยอีกรายหนึ่ง ซึ่งในอนาคตหากประเทศไทยมีการพัฒนาการผลิตยางแท่งและน้ำยางข้นอย่างเต็มกำลังและมีความชำนาญเพิ่มขึ้น จะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้น เนื่องจากในประเทศมีวัตถุดิบและความต้องการยางพาราที่ขยายตัวสูงขึ้นซึ่งจะทำให้ลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดการผลิตครั้งละมากๆ (Economy of Scale) หรือลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายๆ ครั้ง (Learning Curve) ดังนั้นขนาดตลาดอุปสงค์ในประเทศที่ใหญ่มีส่วนสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศเพิ่มขึ้นได้

ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง

ประเทศที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่มีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศก่อให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมที่อุตสาหกรรมนั้นสนับสนุนอยู่ และหากประเทศนั้นมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้องในประเทศอยู่ด้วยกันประเทศนั้นย่อมมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จ เนื่องจากจะทำให้มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง และทำให้มีความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าเข้าสู่สากล เพื่อนำไปสู่การนำเสนอสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ

อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพารา หมายถึง อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางที่ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ สายพาน ท่อยาง หรืออุตสาหกรรมเพื่อการอุปโภคโดยตรง เช่น กุ้งมือยาง กุ้งยางอนามัย และยางรัดของ เป็นต้น สำหรับอุตสาหกรรมยางแผ่นรมควันและยางแท่ง เป็นอุตสาหกรรมที่มีการสนับสนุนและเกี่ยวข้องที่คล้ายกัน ที่มีบทบาททำให้

เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศคือ อุตสาหกรรมผลิตยางล้อ เนื่องจากมีการใช้ยางแผ่นรมควันและยางแท่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตอุตสาหกรรมยางล้อมากกว่าร้อยละ 70 ของการผลิตอุตสาหกรรมยางล้อ สำหรับอุตสาหกรรมยางในประเทศประกอบไปด้วย อุตสาหกรรม 2 ส่วน คือ อุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน และยางแท่ง หรือเรียกว่าอุตสาหกรรมยางแผ่นดิบ และน้ำยางข้นหรือเรียกว่าอุตสาหกรรมน้ำยางข้น และอุตสาหกรรมปลายน้ำ หรืออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยางและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ เช่น มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่ปี 2549 – 2551 ซึ่งส่วนใหญ่ส่งออกผลิตภัณฑ์ประเภท ยางรถยนต์ต่างๆ ถุงมือยาง ยางคอมปาวด์ ยางยืด ท่อยาง ปะเก็น และยางรัดของ เป็นต้น ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกโดยรวมเพิ่มขึ้น คือในปี 2549 มีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางโดยรวม 117,577.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 149,908.63 ล้านบาท ในปี 2551 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.50 ของการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยโดยรวม (ตารางที่ 27)

อุตสาหกรรมต้นน้ำ นอกจากจะมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมยางดิบ และอุตสาหกรรมน้ำยางข้นแล้ว ยังมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่ผลิตยางสังเคราะห์ และอุตสาหกรรมเส้นใยและสิ่งทอ โดยจำนวนโรงงานของอุตสาหกรรมผลิตยางในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถแบ่งออกเป็น โรงงานขนาดใหญ่ ที่มีจำนวนทุนมากกว่า 100 ล้านบาท และมีพนักงานมากกว่า 200 คน มีอยู่ประมาณร้อยละ 9 โรงงานขนาดกลางมีการระดมทุนจำนวน 20 -100 ล้านบาท ประกอบกับมีพนักงานอยู่ 50 -200 คน ในสัดส่วนร้อยละ 21 และโรงงานขนาดเล็กมีการระดมทุนได้ต่ำกว่า 20 ล้านบาท และมีจำนวนพนักงานในโรงงานน้อยกว่า 50 คน ซึ่งมีจำนวนโรงงานมากที่สุดประมาณร้อยละ 70 โดยส่วนใหญ่ อุตสาหกรรมยางของประเทศไทย แบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์ ผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์ ยางล้อรถบรรทุก ยางล้อรถใช้ในอุตสาหกรรมและการเกษตร และยางล้อรถจักรยานยนต์และจักรยาน 2) ผลิตภัณฑ์ยางใช้ในงานนวัตกรรมหรือใช้ในอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนยางอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ยางใช้ในงานก่อสร้าง สายพาน ท่อยาง และลูกกลิ้งยาง ซึ่งอุตสาหกรรมกลุ่ม 1 และ 2 ใช้ยางแผ่นรมควันและยางแท่งเป็นวัตถุดิบในการผลิต ในส่วนกลุ่ม 3) เป็นผลิตภัณฑ์ยางจากน้ำยาง ซึ่งผลิตผลิตภัณฑ์จำพวก ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย เส้นด้ายยางหรือสายยืด โฟมยาง ลูกโป่ง และอุปกรณ์ที่ใช้ทางการแพทย์ และที่ 4) ผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ เช่น รองเท้ายาง พื้นรองเท้า ยางรัดของ ผลิตภัณฑ์กีฬาและของเล่น เป็นต้น สำหรับอุตสาหกรรมกลุ่ม 3 และ 4 เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้น้ำยางข้นเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

ตารางที่ 27 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย ปี 2549 – 2551

(หน่วย: ล้านบาท)

ประเภทผลิตภัณฑ์	พ.ศ. 2549	พ.ศ. 2550	พ.ศ. 2551
ยางรีเคลม	32.70	25.92	28.04
ยางคอมปาวด์	12,9226.81	11,865.31	17,685.55
ยางซีด	6,865.99	6,406.10	6,513.54
ยางปูพื้น	484.48	642.07	446.53
ยางวัลคาไนซ์อื่นๆ	292.52	214.14	93.36
ท่อยาง	4,059.68	4,697.83	5,734.92
สายพาน	1,057.17	2,344.86	2,441.07
ยางยานพาหนะ	43,582.99	53,718.31	66,591.44
ยางในรถยนต์	1,900.54	2,206.96	2,362.67
ถุงยางอนามัย	1,796.29	2,060.77	2,256.83
หัวนมเลี้ยงทารก	184.33	147.48	124.08
ถุงมือ	27,287.84	25,274.01	28,017.27
ปะเก็น/ซีลยาง	2,743.37	2,636.61	2,446.13
ยางรัดของ	2,468.10	1,855.03	2,113.81
ยางลบ	28.23	63.41	43.63
ฝ้ายาง	572.75	336.64	221.19
ผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ	11,293.24	11,698.69	12,788.57
รวม	117,577.04	126,194.14	149,908.63

ที่มา: กรมศุลกากร (2552)

สำหรับอุตสาหกรรมยางล้อในประเทศไทยประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิตที่เป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ ได้แก่ บริษัทไทยบริดจสโตน บริษัทก๊อดเยียร์ (ประเทศไทย) และกลุ่มบริษัทสยามมิชลิน ซึ่งเป็นบริษัทผลิตยางล้อรายใหญ่ของโลก ที่ตั้งฐานการผลิตยางล้อรถยนต์ในไทยซึ่งทั้ง 3 บริษัทนี้ได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการผลิตจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ และกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นบริษัทของคนไทยที่มีทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีและเทคโนโลยีการผลิตล้ำหน้าสมัยกว่าบริษัทข้ามชาติ ดังนั้นกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่มีนโยบายในการใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตมากขึ้น ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้เพิ่มปริมาณการใช้ยางพาราใน

ประเทศให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นบริษัทของคนไทยจะต้องมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และด้านการตลาดให้มีการเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในระยะยาว

สำหรับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่จากบริษัทข้ามชาติ ได้แก่ บริษัท บริดจสโตน จำกัด บริษัท กู๊ดเยียร์ จำกัด และบริษัท สยามมิชลิน จำกัด เป็นต้น ส่วนที่เหลือเป็นบริษัทภายในประเทศ เช่นเดียวกับประเทศไทย ซึ่งในการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันจากปัจจัยที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้องในส่วนของอุตสาหกรรมยางแผ่นรมควันและยางแท่ง จะอธิบายความสามารถในการผลิตยางล้อประเภทต่างๆของแต่ละประเทศ เนื่องจากโดยส่วนใหญ่จะใช้ยางแผ่นรมควันและยางแท่ง เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตยางล้อ ดังแสดงในตารางที่ 28

ตารางที่ 28 ปริมาณการผลิตยางล้อประเภทต่างๆ ของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ในปี 2546 -2551

(หน่วย: ล้านเส้น)

ปี	ไทย ¹	อินโดนีเซีย ²	มาเลเซีย ³	เวียดนาม ⁴
2546	14.05	35.43	9.78	n.a.
2547	17.95	48.33	9.78	n.a.
2548	19.84	53.39	9.15	n.a.
2549	20.69	31.89	10.16	0.12
2550	22.84	43.41	11.35	0.20
2551	23.32	60.72	12.58	0.24
อัตราเฉลี่ยร้อยละต่อปี	11.01	16.52	5.43	n.a

หมายเหตุ: n.a. หมายถึง Not Available

ที่มา: ¹ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร (2552)

² Bisnis Indonesia (2009)

³ International Rubber Study Group (2009)

⁴ Kenichi Ohno and Mai The Cuong (2009)

จากตารางที่ 28 จะพบว่า ในปี 2551 ประเทศอินโดนีเซียมีการผลิตยางล้อประเภทต่างๆมากที่สุดจำนวน 60.72 ล้านเส้น และอัตราการขยายตัวของการผลิตยางล้อในช่วงปี 2546 – 2551 มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 16.52 ต่อปี เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นแหล่งผลิตและใช้ยางแท่งมากที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ส่งผลให้มีการผลิตยางล้อประเภทต่างๆมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีการผลิตและใช้ยางแผ่นรมควันมากที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งแล้ว แต่ยังไม่สามารถผลิตยางล้อมากที่สุด เนื่องจากประเทศไทยไม่ค่อยผลิตอุตสาหกรรมประเภทยางล้อเป็นหลัก และถึงแม้ว่าประเทศมีการผลิตยางล้อน้อยกว่าประเทศอินโดนีเซีย แต่ปริมาณการผลิตยางล้อของไทยมีแนวโน้มการผลิตที่สูงขึ้น อันเกิดจากความต้องการยางแผ่นรมควันและยางแท่งในประเทศเพิ่มสูงขึ้น โดยอัตราการผลิตยางล้อเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 11.01 ต่อปี นอกจากนี้บริษัทข้ามชาติรายใหญ่ที่ผลิตยางล้อเป็นหลัก ได้ตั้งฐานการผลิตอุตสาหกรรมยางล้อในไทยเพื่อการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ซึ่งมีผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศมาเลเซียในปี 2551 มีการผลิตยางล้อประเภทต่างๆในประเทศเพียงร้อยละ 53.43 ต่อปี เนื่องจากมาเลเซียได้เปลี่ยนจากผู้ผลิตและส่งออกยางแท่งเป็นหลัก มาเป็นการผลิตอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำยางข้นแทน ทำให้มาเลเซียมีปริมาณการผลิตยางล้อน้อยกว่าอินโดนีเซียและไทย ในส่วนของประเทศเวียดนามเป็นประเทศที่มีการผลิตยางล้อน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศที่เป็นผู้ผลิตยางพาราที่สำคัญ ซึ่งในปี 2551 เวียดนามผลิตยางล้อได้เพียง 0.24 ล้านเส้น ซึ่งน้อยกว่าอินโดนีเซีย ไทย และมาเลเซียหลายเท่า เนื่องจากอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศเวียดนามเพิ่งเริ่มต้น อีกทั้งในประเทศเวียดนามประชากรโดยส่วนใหญ่นิยมใช้รถจักรยานยนต์และจักรยานเป็นยานพาหนะในการเดินทางมากกว่าการใช้รถยนต์ ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ในเวียดนามยังไม่เติบโตมากนัก

สำหรับอุตสาหกรรมน้ำยางข้น ในประเทศไทยมีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภท กุ้งมือยาง สายยางยืด กุ้งยางอนามัย โฟมยาง และผลิตภัณฑ์ยางอื่นที่ใช้ในทางการแพทย์ ได้แก่ สายสวนปัสสาวะ เป็นต้น ซึ่งอุตสาหกรรมน้ำยางข้นเริ่มมีปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากในปัจจุบันมีโรคภัยต่างๆที่สามารถติดเชื้อสู่คนได้ง่าย ทำให้มีการเจ็บป่วยเป็นจำนวนมาก ดังนั้นประชากรโดยส่วนใหญ่จึงตระหนักถึงความปลอดภัย จึงหาอุปกรณ์และวิธีการป้องกันการติดเชื้อโรคโดยตรง มีผลทำให้ปริมาณการใช้กุ้งมือยางของโลกในปัจจุบันเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 - 12 ต่อปี นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์ทางการแพทย์และกุ้งยางอนามัยที่มีปริมาณความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน โดยประเทศไทยสามารถผลิตน้ำยางข้นได้มากที่สุดของโลก แต่ประเทศมาเลเซียกลับเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยางรายใหญ่ที่สุดของโลก แต่ผลิตน้ำยางข้นไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ยางในประเทศ จึงต้องมีการ

นำเข้าอย่างขึ้นบางส่วนจากประเทศไทย ซึ่งประเทศมีการผลิตน้ำยางขึ้นจำนวนมาก ทำให้บริษัทต่างประเทศหันมาลงทุนตั้งโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยางขึ้นในประเทศไทย เช่น บริษัทแอนเซลล์ เซฟสกิน และบริษัทออลิเจนท์ เฮลท์แคร์ ซึ่งช่วยเพิ่มการใช้ยางขึ้นในประเทศและเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตมาสู่ประเทศไทย ทำให้ในช่วงปี 2549 – 2551 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือมีปริมาณเพิ่มขึ้นอัตราเฉลี่ยร้อยละในช่วง 3 ปี เพิ่มขึ้น 1.16 ต่อปี ซึ่งผลิตภัณฑ์ถุงมือมีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับ 1 ของอุตสาหกรรมน้ำยางขึ้น รองลงมาได้แก่ ยางรัดของ และถุงยางอนามัย เป็นต้น ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่มาเลเซียผลิตในอุตสาหกรรมน้ำยางขึ้น แบ่งออกเป็นถุงมือ ถุงยางอนามัย อุปกรณ์ทางการแพทย์ และเส้นใยจากน้ำยางขึ้น เป็นต้น ซึ่งปริมาณการผลิตอุตสาหกรรมน้ำยางขึ้น ในช่วง 8 ปีที่ผ่านมาของประเทศมาเลเซียมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ต่อมาในปี 2549 ผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณลดลง สาเหตุจากเกษตรกรในประเทศนิยมปลูกปาล์มน้ำมันที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า ทำให้มีผลผลิตของยางพาราออกมาน้อย ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้น้ำยางขึ้นเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปัจจัยที่สนับสนุนและเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการผลิตยางแผ่นรมควันและยางแท่งในประเทศผู้ผลิตยางพาราที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์ชิ้นส่วนยานยนต์ ได้แก่ ยางล้อรถยนต์ ยางล้อเครื่องบิน ยางล้อรถจักรยานยนต์และจักรยาน และปะเก็น เป็นต้น ซึ่งประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจัยนี้คือ อินโดนีเซีย เมื่อเทียบกับไทย มาเลเซีย และเวียดนาม เนื่องจากประเทศอินโดนีเซียเป็นผู้ผลิตยางแท่งมากที่สุดในโลก และมีความเชี่ยวชาญในการผลิตยางแท่ง ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง ขณะที่ประเทศไทยมิได้เปรียบในด้านของอุตสาหกรรมยางแผ่นรมควัน เนื่องจากมีการผลิตและความชำนาญในการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ อีกทั้งผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ ซึ่งจะเห็นได้จากมูลค่าผลิตภัณฑ์ยางที่ส่งออกของประเทศในช่วง 3 ปีหลัง (ปี 2548 – 2551) มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น ในส่วนของประเทศมาเลเซียและเวียดนามเมื่อเทียบกับประเทศไทยแล้วยังมีข้อเสียเปรียบในปัจจุบัน เนื่องจากมาเลเซียประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบและแรงงาน อีกทั้งยังหันไปส่งเสริมอุตสาหกรรมน้ำยางขึ้นมากขึ้น และเวียดนามยังเป็นประเทศที่ใหม่ในอุตสาหกรรมการผลิตยางล้อ ทำให้ในประเทศยังมีไม่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางแผ่นรมควันและยางแท่งมากนัก เนื่องจากประชากรในประเทศยังนิยมใช้รถจักรยานยนต์และจักรยานในวิถีประจำวัน

ส่วนของปัจจัยที่สนับสนุนและเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการผลิตน้ำยางขึ้น ได้แก่ ถุงมือ ถุงยางอนามัย ยางรัดของ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นต้น ซึ่งประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบ

เชิงแข่งขันในปัจจุบันนี้เมื่อเทียบกับไทย อินโดนีเซีย และเวียดนาม เนื่องจากทางรัฐบาลของมาเลเซียหันมาวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตน้ำยางขึ้นเป็นอย่างมาก มีผลิตภัณฑ์ของมาเลเซียมีมาตรฐานรับรองคุณภาพ เช่น กุ้งมีอย่างมาตรฐานมาเลเซีย แสดงให้เห็นถึงภายในประเทศมาเลเซียสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตน้ำยางขึ้นให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และส่งเสริมให้มีการส่งออกผลิตภัณฑ์น้ำยางขึ้นและช่วยสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก

ในอนาคตประเทศไทยยังจะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยเงื่อนไขที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก เพื่อให้สามารถหาข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนามให้ได้ โดยต้องมีการพัฒนา เช่น ความสามารถพื้นฐานที่จะแข่งขันในระดับสากล ได้แก่ เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการที่เป็นระบบ การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และเครื่องจักรที่สมัยทันสมัย นอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญในด้านวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางขึ้นที่ยังอ่อนแอยู่มาก ซึ่งการวิจัยและพัฒนาจะมีส่วนช่วยให้มีประสิทธิภาพในด้านการผลิตและลดต้นทุนลงได้ ซึ่งหากประเทศไทยสามารถพัฒนาสิ่งเหล่านี้ได้ จะทำให้เกิดมาตรฐานการผลิตยางพาราที่ต่างประเทศให้การยอมรับ ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตยางพาราและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับยางพารา ซึ่งจะทำให้ไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าประเทศคู่แข่งรายอื่น

ปัจจัยเงื่อนไขเกี่ยวกับโครงสร้างกลยุทธ์องค์กรและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม

โครงสร้างกลยุทธ์องค์กรและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศใดสอดคล้องกับข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศนั้น จะทำให้ช่วยส่งเสริมให้ประเทศนั้นมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้นมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดมากขึ้น และถ้าในประเทศที่มีสภาพการแข่งขันสูง มักจะก่อให้เกิดความกดดันและกระตุ้นต่ออุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาอยู่เสมอ ทั้งการแข่งขันทางด้านราคาและไม่ใช้ราคา ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำลง มีนวัตกรรมสินค้าที่สมัย และมีการแสวงหาตลาดใหม่ นอกจากการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนครองตลาดเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น แสวงหาตลาดใหม่ๆ ซึ่งจากเดิมมีตลาดส่งออกหลักอยู่แล้ว

โรงงานอุตสาหกรรมยางพาราของไทยส่วนใหญ่ยังเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัว จำกัดอยู่ในวงแคบ ทำให้โรงงานอุตสาหกรรมผลิตยางพาราจึงมีการเติบโตอย่างช้าๆ เนื่องจากมีข้อจำกัด

ทางด้านความรู้ทางเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติในการบริหารจัดการและเงินทุน นอกจากนี้แรงงานมีความผูกพันกับผู้ประกอบการและโรงงานอุตสาหกรรมอย่างมาก เนื่องจากส่วนใหญ่การจ้างงานจะจ้างแรงงานในท้องถิ่นที่ไม่มีการโยกย้ายไปทำงานตามอุตสาหกรรมแห่งอื่น โดยเฉพาะแรงงานในภาคการผลิต ทำให้แรงงานเหล่านี้มีอัตราการโยกย้ายงานในระดับต่ำ (อรณิชา เหมวิเชียร , 2549)

ตั้งแต่ปี 2548 – 2551 ประเทศไทยเริ่มมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างที่ทำการจดทะเบียนแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ภายในแต่ละปีมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี 2551 ที่จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างที่จดทะเบียนในปีนั้นลดลง จากปี 2550 ที่มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างทั้งหมด 429 ราย ลดลงในปี 2551 ที่มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างทั้งหมด 320 ราย หรือลดลงร้อยละ 34.06 โดยแบ่งเป็นโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างแผ่นรมควัน 93 ราย น้ำยางข้น 78 ราย ยางแท่ง 61 ราย ยางเครพ 48 ราย ยางผสม 23 ราย และยางแผ่นผึ่งแห้ง 17 ราย ซึ่งโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างทุกชนิดมีปริมาณลดลงทุกโรงงาน ส่วนใหญ่โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปกระจุกตัวอยู่ใกล้แหล่งผลิตยางพาราที่สำคัญอย่างในภาคใต้ เช่น จังหวัดสงขลา ระยอง ตรัง ยะลา สุราษฎร์ธานี และพัทลุง นอกจากนี้จะมีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างในภาคใต้แล้ว ยังเริ่มมีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศที่เป็นแหล่งปลูกยางพาราแห่งใหม่เกิดขึ้น เช่น จังหวัดบุรีรัมย์ อุตรธานี และสุรินทร์ เป็นต้น โดยโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างเหล่านี้ยังไม่มีประสิทธิภาพทางการผลิตที่เพียงพอ เช่น ขาดแคลนวัตถุดิบ ความไม่ชำนาญของแรงงานทางภาคการเกษตร และขาดเทคโนโลยีการผลิต จึงมีผลทำให้ได้ผลผลิตในปริมาณที่ต่ำและไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร

สำหรับในปี 2551 จำนวน โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างแผ่นรมควัน มีจำนวนทั้งหมด 93 ราย ซึ่งลดลงจากปี 2550 ที่มีจำนวนโรงงาน 108 ราย หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 13.89 อันเนื่องมาจากช่วงปลายปี 2550 เศรษฐกิจภายนอกประเทศเกิดสภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจจากปัญหาสินเชื่อกาอสังหาริมทรัพย์ด้อยคุณภาพ (ซับไพร์ม) ของประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจอย่างสหรัฐอเมริกา ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจถดถอยของทั่วโลก รวมทั้งค่าเงินบาทแข็งค่า ในปี 2550 ทำให้โรงงานแปรรูปอย่างแผ่นรมควันในประเทศไทยได้รับผลกระทบไปด้วย คือจำนวนโรงงานที่มีอยู่เดิมพากันปิดตัวลง เพราะไม่สามารถส่งออกยางพาราได้ และโรงงานที่จะเกิดขึ้นมาใหม่ไม่กล้าที่จะเสี่ยงต่อภาวะเศรษฐกิจในปีนั้น เนื่องจากโรงงานแปรรูปมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางแผ่นรมควันไปยังต่างประเทศเป็นหลัก จึงทำให้โรงงานแปรรูปอย่างแผ่นรมควันในปี 2551 มีจำนวน

ลดลง สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางแผ่นรมควันในประเทศไทย ที่เป็นผู้ผลิตและส่งออก แบ่งออกเป็นขนาดใหญ่ และขนาดกลางและย่อม โดยโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางแผ่นรมควัน ของประเทศไทยมีที่ขนาดใหญ่ ที่มีเงินลงทุน มากกว่า 200 ล้านบาทขึ้นไป ได้แก่ บริษัทยูโรสยามรับเบอร์ จำกัด บริษัท ยูโร – ไทยสรรพ จำกัด บริษัทยางไทยปักษ์ใต้ จำกัด (จ.ปัตตานี) และบริษัททวงษ์บัณฑิต จำกัด ในส่วนของโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางแผ่นรมควันขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนเงินลงทุน 100 ล้านบาท ได้แก่ บริษัทเซาท์แลนด์รับเบอร์ จำกัด (จ.สงขลา) บริษัททรัพย์มีลาเท็กซ์ จำกัด บริษัทศรีตรัง แอโกร อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) (จ.ตรัง) บริษัทเซาท์แลนด์รับเบอร์ จำกัด (จ.ยะลา) และบริษัทยูนิคแมครับเบอร์ จำกัด เป็นต้น

สำหรับโครงการการผลิตและการบริหารจัดการของโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางแท่ง จะไม่แตกต่างไปจากโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางแผ่นรมควันมากนัก เนื่องจากลักษณะของการบริหารจัดการของแต่ละ โรงงานในประเทศ จะมีวัฒนธรรมการบริหารจัดการที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งใน ส่วนของโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางแท่งของประเทศไทย พบว่า ในปี 2551 มีจำนวนโรงงาน แปรรูปยางแท่ง 61 ราย ลดลงจากปี 2550 ที่มีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางแท่งที่จดทะเบียนในปี 2550 จำนวน 71 ราย หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 14.08 ซึ่งเกิดจากหลายเหตุปัจจัย เช่น ภาวะราคายาง แท่งสูงขึ้น ผู้ผลิตจึงไม่มีแรงจูงใจในการผลิตเนื่องจากต้องแบกรับกับต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น และ สภาพเศรษฐกิจของโลกถดถอยส่งผลต่อโครงการผลิต การตลาด และการส่งออกของยางแท่ง เป็นอย่างมาก รวมทั้งต้นทุนที่ทำการผลิตขึ้นต้นแก่เกินไป ทำให้ผลผลิตน้ำยางออกมาน้อย วัตถุดิบ ไม่เพียงพอต่อการผลิต ส่งผลให้โรงงานแปรรูปยางแท่งมีจำนวนลดลงในปี 2551 จากปัจจัยดังที่ได้ กล่าวมา สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางแท่งในประเทศไทย ทั้งผู้ผลิตและส่งออก แบ่งได้ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีกำลังการผลิตมากกว่า 10,000 ตันต่อเดือน ได้แก่ บริษัททวงษ์บัณฑิต จำกัด บริษัทศรีตรังแอโกร อินดัสตรี บริษัทไทยฮั้วยางพารา บริษัทไทยเทครับเบอร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัทเซาท์แลนด์รีซอร์ส จำกัด และ บริษัทบริดจสโตนเนเชอรัลรับเบอร์ (ปท.) จำกัด และส่วนที่ เหลือเป็นผู้ผลิตรายย่อยที่ส่วนใหญ่เป็นบริษัทของคนไทย ซึ่งมีกำลังการผลิตต่ำกว่า 10,000 ตันต่อ เดือน

ในส่วนของโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปน้ำยางข้นของประเทศไทย มีโครงสร้างตั้งแต่การผลิต การตลาด และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ไม่ต่างกับ โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยาง แผ่นรมควันและยางแท่ง เนื่องจากโรงงานแปรรูปอุตสาหกรรมยางพารา จะผลิตยางพาราทั้ง 3 ประเภทไปด้วยกัน อันเกิดจากการใช้วัตถุดิบการผลิตที่เหมือนกัน แต่มีส่วนต่างเพียงสารเคมีที่ใส่

ลงไปในตัวยางพารา และขั้นตอนการผลิต ซึ่งจะทำได้ผลผลิตของยางพาราแตกต่างกันในชนิดของยางพารา เช่น บริษัทไทยรับเบอร์ลาเท็กซ์คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) บริษัทไทยรับเบอร์แอนด์ลาเท็กซ์ จำกัด บริษัทเอ็กซ์เซลรับเบอร์ จำกัด และบริษัทไทยเท็กซ์มินิลาเท็กซ์แฟคตอรี จำกัด ทั้ง 4 บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำยางชั้น ยางแท่ง ยางแผ่นรมควันและผลิตภัณฑ์ยางทุกชนิด นอกจากนี้ยังมีโรงงานที่ผลิตและแปรรูปน้ำยางชั้นโดยเฉพาะที่รวมกลุ่มเป็นสมาคมน้ำยางชั้นไทย ได้แก่ บริษัทถาวรอุตสาหกรรมยางพารา (1982) จำกัด บริษัทกระบี่พารารับเบอร์ จำกัด บริษัทจะนะน้ำยาง จำกัด บริษัทฉลองอุตสาหกรรมน้ำยางชั้น จำกัด บริษัทไชยาพราลาเท็กซ์ จำกัด บริษัทเซาท์แลนด์ลาเท็กซ์ จำกัด บริษัท ซุปเปอร์เท็กซ์ จำกัด และบริษัทตรังลาเท็กซ์ จำกัด ซึ่งการรวมกลุ่มเหล่านี้ ส่งผลให้เกิดพันธมิตรทางการค้า ส่งผลดีต่อการปรับปรุงด้านการผลิตและการตลาด ช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยของการผลิต และเพิ่มอำนาจเจรจาต่อรองราคา ทำให้โรงงานมีความมั่นคงและเติบโตในธุรกิจนี้ไปพร้อมกัน สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปน้ำยางชั้นในปี 2551 มีมากเป็นอันดับ 2 รองจากยางแผ่นรมควัน จำนวนทั้งสิ้น 78 ราย ซึ่งลดลงจากปีก่อน คือ ปี 2550 ที่มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปน้ำยางชั้น 100 ราย หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 22

ในส่วนสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราทั้ง 3 ประเภท คือยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางชั้น มีพฤติกรรมการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสูง เนื่องจากมีโครงสร้างตลาดแบบผู้ซื้อน้อยราย คือ ภาวะการที่ตลาดมีผู้ซื้อเพียง 2-3 ราย ผู้ซื้อเหล่านั้นจึงสามารถควบคุมอุปสงค์และราคาของสินค้าไว้ได้ ซึ่งจะทำให้มีการพัฒนาวัตถุดิบให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ผลิตมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันอุตสาหกรรมยางแผ่นรมควันและน้ำยางชั้นในไทย ยังมีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการผลิต อีกทั้งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ แต่ในอุตสาหกรรมยางแท่งยังประสบปัญหาในวัตถุดิบที่มีไม่เพียงพอ และยังมีขั้นตอนการผลิตที่ไม่มีคุณภาพ คือการผลิตยางแท่งของไทย จะใช้ ยางแผ่นดิบ ยางก้อนถ้วย เศษยางกันถ้วย และเศษยางอื่นๆเป็นวัตถุดิบในการผลิต ทำให้ได้ผลผลิตของยางแท่งไม่มีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับอินโดนีเซีย ที่ใช้ยางกันถ้วย เป็นวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งจะทำให้ได้ผลผลิตยางแท่งที่ออกมามีประสิทธิภาพมากกว่าการใช้เศษยางผสมด้วย (อเนก กุณาละศิริ, 2553)

ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจึงต้องมีการวางแผนที่ดีต่อโครงสร้างกลยุทธ์และสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมของยางพาราแต่ละประเภท เพื่อให้มีการผลิต และการส่งออกยางพาราให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อหาช่องทางในการส่งออกยางพาราไปยังประเทศที่ใช้ยางพาราเป็นจำนวนมาก อย่างเช่น ประเทศจีน เป็นต้น ซึ่งประเทศจีนมีจำนวนประชากรมาก จึงทำให้เป็นประเทศที่มีการใช้ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางชั้นมากที่สุดของโลก เนื่องจากต้องใช้ยาง

แผ่นรมควันและยางแท่ง เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์ และมีการใช้น้ำยางข้น เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตถุงมือยางทั้งในด้านการแพทย์และวิศวกรรม ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน และความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นประเทศผู้ผลิตยางพารารายใหญ่ของโลก อย่างไทย จึงต้องการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการยางพาราของจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพทางการตลาดของไทยในอุตสาหกรรมยางพาราในระดับการแข่งขันระหว่างประเทศได้

ในแบบจำลองเพชรนอกจากปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าว ยังมีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ และมีผลกระทบต่อข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ ได้แก่ ภาครัฐ และสถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้

ภาครัฐ

ภาครัฐ หรือ รัฐบาล เป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนการผลิต และการส่งออกยางพารา และอุตสาหกรรมยางพารา รัฐบาลสามารถส่งเสริมหรือขัดขวางการเสริมสร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ แต่รัฐบาลไม่มีความสามารถที่จะสร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศได้โดยตรง การสร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศเป็นบทบาทโดยตรงของภาคธุรกิจเอกชน

สำหรับประเทศไทยมีหน่วยงานทางภาครัฐที่รับผิดชอบในการพัฒนายางพารา ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร ประกอบด้วย สถาบันวิจัยยาง รับผิดชอบหน้าที่ค้นคว้าและพัฒนาด้านการผลิต ด้านเศรษฐกิจและการตลาด และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เป็นผลงานวิจัยให้สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เป็นต้น กรมวิชาการเกษตร รับผิดชอบหน้าที่ในการส่งเสริมการปลูกยางพารา การถ่ายทอดเทคโนโลยียางพาราคบวงจร และส่งเสริมด้านการเพิ่มรายได้ในสวนยางแก่เกษตรกรชาวสวนยาง เป็นต้น กรมส่งเสริมสหกรณ์ รับผิดชอบในส่วนให้การส่งเสริมให้เกษตรกรชาวสวนยางรวมกลุ่ม และจัดตั้งสหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกร เพื่อศึกษา วิเคราะห์ วิจัยเพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการและดำเนินธุรกิจยางพาราของสหกรณ์ เป็นต้น และองค์การสวนยาง เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทำธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่ายยางพารา และสร้างเครือข่ายถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านยางคอบวงจร เป็นต้น

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมารัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของยางพาราและเห็นความจำเป็นในการที่จะต้องกำหนดเป้าหมายการพัฒนาของยางพารา จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายยางพารา เพื่อดำเนินงานตามยุทธศาสตร์พัฒนาของยางพารา ซึ่งก่อให้เกิดการเสริมสร้างและพัฒนาการผลิตมาตรฐานด้านวัตถุดิบ การพัฒนาเครือข่ายของตลาดและกลไกการรักษาสถียรภาพราคา การพัฒนาอุตสาหกรรมยาง การพัฒนาบุคลากร และพัฒนางานวิจัย ซึ่งจะต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ไปทั้งระบบ ซึ่งในปัจจุบันรัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาของยางได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาของยางพารา ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าเกษตร ตามแผนพัฒนาการเกษตรของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประกอบด้วย 8 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพยางที่เป็นวัตถุดิบ

สำหรับประเทศไทยการพัฒนาการผลิตควรมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตต่อหน่วยพื้นที่ และปรับปรุงคุณภาพผลผลิตยางที่เป็นวัตถุดิบ และเร่งรัดขยายขอบข่ายการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้เกษตรกรนำผลงานวิจัยไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

2) การพัฒนาระบบตลาดยางในประเทศและต่างประเทศ

เพื่อให้เกษตรกรขายยางได้ในราคาที่เป็นธรรม โดยมีระดับสูงกว่าต้นทุนการผลิตของเกษตรกร และให้ราคายางมีเสถียรภาพและไม่ตกต่ำจนทำให้เกษตรกรขาดทุน หรือสูงมากจนกระทบต่อภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังสามารถที่จะสร้างตลาดแห่งใหม่ให้เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ยางของไทย และเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น และลดสัดส่วนการจำหน่ายยางในรูปวัตถุดิบหรือยางแปรรูปขั้นต้นให้ลดลงอย่างต่อเนื่อง

3) การพัฒนาด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยาง ผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา

จะทำให้สร้างความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมยางและไม้ยางพาราของไทย ซึ่งจะช่วยเพิ่มปริมาณการใช้และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ยางพาราที่ไทยผลิตได้ นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยลดการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางจากต่างประเทศ

4) การปรับปรุงระบบบริหารจัดการภาครัฐ

การพัฒนาจะประสบความสำเร็จได้ต้องปรับปรุงระบบบริหารจัดการของประเทศให้มีประสิทธิภาพเพื่อความมั่นคงของอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศ ดังนั้นจึงมีการดำเนินการออกพระราชบัญญัติการยางแห่งประเทศไทย ที่เป็นการรวมพระราชบัญญัติกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง และกฤษฎีกาการจัดตั้งองค์การสวนยาง รวมทั้งสถาบันวิจัยยาง ให้มีขอบเขตการทำงานที่กว้างขวางขึ้น เพื่อนำนโยบายและแผนงานด้านยางพาราไปปฏิบัติโดยมีการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรม

5) ผลักดันความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อสนับสนุน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเทศไทยต้องผลักดันการทำงานร่วมระหว่างสภายางไตรภาค คือ ไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย กับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม รวมทั้งการผลักดันเพื่อจัดตั้งกองทุนรักษาเสถียรภาพและพุงราคาในช่วงราคายางตกต่ำให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ โดยการประสานงานการรักษาเสถียรภาพราคายางร่วมกับบริษัทร่วมทุนยางระหว่างประเทศ

6) การสนับสนุนการวิจัย

การวิจัยเพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตยางพาราต่อหน่วยพื้นที่ มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการพัฒนาของแผนยุทธศาสตร์ช่วงต่อไป (ปี 2557 – 2562) ส่วนการพัฒนาการตลาดและอุตสาหกรรมยาง การจัดทำแผนการวิจัยและสนับสนุนการวิจัยเพื่อนำผลมาใช้แก้ปัญหาต่างๆ ให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการพัฒนา

7) การเสริมรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรชาวสวนยาง

โดยการสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวของเกษตรกรชาวสวนยางขนาดเล็ก เพื่อเป็นสถาบันเกษตรกรในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร สมาคมชาวสวนยาง มีการสนับสนุนเงินออมให้แก่เกษตรกรชาวสวนยางโดยผ่านระบบเงินสงเคราะห์ จัดให้มีระบบสวัสดิการสังคมแก่ชาวสวนยางหรือคนกรีดยาง

8) การพัฒนาบุคลากร

การพัฒนาบุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญในการปฏิบัติงานพัฒนาฯ ดังนั้นจึงต้องพัฒนาบุคลากรควบคู่กับการพัฒนาฯ เนื่องจากบุคลากรมีส่วนเกี่ยวข้องกับทั้งระบบ ตั้งแต่ การผลิต การแปรรูป การตลาด และการส่งออก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ต้องกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรเพื่อแก้ไขปัญหาให้ครบวงจร

จากการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิต การแปรรูป การตลาด และความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศ สามารถกำหนดแนวคิดและหลักการพัฒนาอุตสาหกรรมยางได้ 3 เรื่อง ตามยุทธศาสตร์พัฒนาฯ ดังนี้

1) การพัฒนาการผลิต

ประเทศไทยมีพื้นที่ทำการเกษตรค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะพื้นที่ปลูกยางพาราที่จำเป็นต้องเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการปลูก ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาการผลิตโดยมุ่งเน้นการเพิ่มผลผลิตต่อหน่วยพื้นที่ เนื่องจากผลผลิตต่อหน่วยพื้นที่ของเกษตรกรยังต่ำกว่าผลผลิตทางวิชาการอยู่มาก ซึ่งหากใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม จะทำให้ได้ผลผลิตยางเพิ่มขึ้น โดยพื้นที่จำนวนเท่าเดิม

2) การพัฒนาการแปรรูปและการตลาด

ปัจจุบันการแปรรูปยางของไทยส่วนใหญ่ยังไม่เน้นคุณภาพของผลผลิต จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพของยางแปรรูปที่จะนำไปผลิตผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน รวมทั้งพัฒนาเครือข่ายของตลาดให้เกษตรกรสามารถขายยางได้ในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม

3) การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง

ยางพาราเมื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางแล้ว สามารถจำหน่ายได้ในราคาสูง สร้างมูลค่าเพิ่มได้มาก ดังนั้นหากสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทยให้มี

ประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้สามารถลดลงขยายตลาดส่งออกต่างประเทศได้ เป็นการลดการส่งออก วัตถุประสงค์ที่ส่วนใหญ่จำเป็นต้องส่งออกไปขายยังต่างประเทศ

ดังนั้นจะเห็นว่าภาครัฐหรือรัฐบาล มีส่วนสำคัญที่จะทำให้ประเทศมีความได้เปรียบในการ แข่งขันของยางพารา เนื่องจากรัฐบาลให้ความสำคัญต่อการพัฒนายางพาราของไทยอย่างต่อเนื่อง หากมีการพัฒนา วางแผน และกำหนดนโยบายที่ดี และสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง จะทำให้การผลิต การแปรรูปและการตลาด และการส่งออกยางพาราของไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะ ส่งผลดีต่อระบบโครงสร้างการผลิตและการตลาดยางพาราและอุตสาหกรรมยางพาราเป็นอย่างมาก ทำให้สร้างรายได้เข้าประเทศได้เป็นจำนวนมาก

สถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้

สถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ เป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดข้อได้เปรียบด้าน การแข่งขันของประเทศ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท ในอุตสาหกรรมหรือประเทศนั้น โดยบ่อยครั้งที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของรัฐบาลในประเทศนั้น แต่อาจจะอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลของประเทศอื่นและส่งผลกระทบต่อประเทศนั้น สำหรับ สถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นของอุตสาหกรรมยางพารา 3 ประเภท คือ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น จากการศึกษาพบว่ามียู่ 4 ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่

1) การเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกของประเทศจีน

ประเทศจีนได้เข้ามาเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) เมื่อเดือนธันวาคม ปี 2544 ทำให้มีการลงทุนจากต่างชาติหลั่งไหลเข้าไปในประเทศจีนจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าไปตั้งฐานการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศจีนขยายตัวอย่างมาก ซึ่งเป็นเหตุหนึ่งที่จีนมีความต้องการนำเข้ายางพาราจากประเทศต่างๆ จำนวนมาก เนื่องจากผลผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยประเทศจีนนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นจากประเทศไทยมากที่สุด รองลงได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย เวียดนาม และมาเลเซีย ปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มขึ้นมากที่สุดในช่วงระหว่างปี 2542 – 2543 โดยในปี 2542 ที่ประเทศจีนนำเข้ายางแผ่นรมควันจากไทย 108,700 ตัน เป็น 354,848 ตันในปี 2543 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 226.43 นอกจากนี้ในช่วงปี

เดิวก่อนจีนยังมีการนำเข้ายางแท่งจากไทยจำนวนมาก คือ ปี 2542 จีนนำเข้าในปริมาณ 61,383 ตัน เป็น 142,235 ตัน ในปี 2543 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 131.72 เนื่องจากเป็นปีที่จีนเริ่มจะเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ทำให้เริ่มมีการขยายฐานการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์เข้ามาในจีนมากขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการยางแผ่นรมควัน และยางแท่งเป็นจำนวนมาก ซึ่งยางพาราทั้ง 2 ประเภทนี้เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตส่วนประกอบยานยนต์ต่างๆ เช่น ยางล้อ ท่อยาง และสายพาน เป็นต้น ในส่วนของน้ำยางข้นมีปริมาณการนำเข้าของจีนจากไทย เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากน้ำยางข้นเป็นวัตถุดิบในการผลิตถุงมือยาง ถุงยางอนามัย อุปกรณ์ทางการแพทย์ ซึ่งเป็นสินค้าจำเป็นที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้ความต้องการใช้น้ำยางข้นมีอยู่อย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 ปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นของประเทศจีนจากประเทศไทย ปี 2541 – 2551

(หน่วย: ตัน)

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น
2541	154,313	44,639	47,650
2542	108,700	61,383	40,924
2543	354,848	142,235	55,212
2544	336,056	163,820	75,961
2545	344,052	154,813	71,637
2546	356,496	217,268	99,652
2547	250,333	224,376	134,170
2548	203,118	242,938	144,062
2549	203,983	250,828	198,451
2550	178,706	364,767	192,251
2551	189,397	421,685	210,187

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)

2) ความผันผวนของราคาน้ำมัน

จากราคาน้ำมันที่มีความผันผวนในตลาดโลก นั่นคือ หากราคาน้ำมันในตลาดโลกมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากผู้ผลิตน้ำมันรายใหญ่ผลิตน้ำมันออกมาจำนวนมาก ทำ

ให้มีสต็อกน้ำมันอยู่จำนวนมาก มีผลทำให้ราคาน้ำมันในช่วงนั้นลดลง ซึ่งมีผลต่อราคายางพาราในตลาดโลกลดลง ซึ่งจะมีทิศทางแนวโน้มเดียวกับน้ำมัน จากการวิเคราะห์ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของราคาน้ำมันมีผลต่อราคายางพาราเท่ากับ 0.095 หมายความว่า ถ้าราคาน้ำมันเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แสดงว่าราคายางพาราเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.095 ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงเมื่อราคาน้ำมันเปลี่ยนแปลงไปแล้ว 1 วันทำการ

3) การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน

ในระดับการค้าระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนมีส่วนสำคัญที่กำหนดปริมาณการส่งออกหรือนำเข้าของประเทศต่างๆ ในแต่ละปี เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนของแต่ละประเทศมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด ซึ่งหากค่าเงินแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง จะมีผลต่อการส่งออกเป็นอย่างมาก คือประเทศที่นำเข้าจะพิจารณาแล้วว่า อัตราแลกเปลี่ยนของประเทศนั้นแพงเกินไป ทำให้ใช้เงินตราของประเทศที่นำเข้าสินค้าได้น้อย มีผลทำให้ได้ปริมาณการนำเข้าที่น้อยลงไปจากเดิม ในกรณีการส่งออกยางพาราของประเทศไทย พบว่าประเทศไทยประสบปัญหาค่าเงินบาทแข็งค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับค่าเงินรูเปียของอินโดนีเซีย ค่าเงินริงกิตของมาเลเซีย และค่าเงินดองของเวียดนาม หากค่าเงินดอลลาร์ของสหรัฐอเมริกาแข็งค่าขึ้น ส่งให้ประเทศผู้นำเข้ายางพาราที่สำคัญของโลก อย่างประเทศจีน หันไปนำเข้ายางพาราที่มีราคาถูกกว่าของไทย ดังนั้นการส่งออกสินค้า จะต้องให้ความสำคัญต่ออัตราแลกเปลี่ยนของค่าเงินระหว่างประเทศ

อัตราแลกเปลี่ยนของค่าเงินบาทไทยต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2551 มีอัตราแลกเปลี่ยนของค่าเงินที่แข็งค่ามากกว่าของประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีผลต่อการส่งออกยางพาราของไทย (ตารางที่ 30) โดยเฉลี่ยในช่วง 11 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541 – 2551) อัตราแลกเปลี่ยนของไทยมีอัตราลดลงร้อยละ 1.33 ต่อปี ภายใต้ระบบการจัดการค่าเงินบาทของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ค่าเงินบาทไม่แข็งหรืออ่อนค่าจนเกินไป ส่งผลกระทบทั้งส่งออกและนำเข้าสินค้า ในส่วนของค่าเงินรูเปียของอินโดนีเซีย พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.82 ต่อปี สำหรับค่าเงินริงกิตของมาเลเซีย มาเลเซีย พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินลดลง ร้อยละ 0.74 ต่อปี และเวียดนามอัตราแลกเปลี่ยนเงินดอง มีค่าเงินดองที่เพิ่มขึ้นกว่าทุกประเทศ คือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.52 ต่อปี เป็นผลมาจากเศรษฐกิจในประเทศกำลังขยายตัว ทำให้มีผลต่อค่าเงินดองเป็นอย่างมากดังนั้น การแข็งค่าของค่าเงินดอง ส่งผลเสียต่อการส่งออกเช่นเดียวกับทุกประเทศ ดังนั้นประเทศไทยที่

เป็นผู้ผลิตและส่งออกยางพาราขายใหญ่จะต้องรักษาเสถียรภาพของค่าเงินบาทไม่ให้แข็งค่าหรือผันผวนไปมาก เพราะจะส่งผลกระทบต่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศต่างๆ

ตารางที่ 30 อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินของประเทศต่างๆต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2541 – 2551

ปี	ค่าเงินบาท (Baht)	ค่าเงินรูเปีย (Rupiah)	ค่าเงินริงกิต (Ringgit)	ค่าเงินดอง (Dong)
2541	41.59	10,0013.62	3.92	13,268
2542	37.81	7,855.15	3.8	13,943.17
2543	40.11	8,421.78	3.8	14,167.75
2544	44.43	10,260.85	3.8	14,725.17
2545	42.96	9,311.19	3.8	15,279.5
2546	41.48	8,577.13	3.8	15,509.58
2547	40.22	8,938.85	3.8	15,644.17
2548	40.22	9,704.74	3.79	15,858.92
2549	37.88	9,590.32	3.67	15,994.25
2550	34.52	9,143.36	3.43	16,073.58
2551	35.52	11,050	3.63	16,984

ที่มา: Center for International Comparisons of Production, Income and Prices (2010)

4) วิฤตการณ์เศรษฐกิจทางการเงินของโลก

ในระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศ จะมีความเชื่อมโยงทางการค้าอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศขนาดเล็กที่ส่งออกสินค้าไปขายยังต่างประเทศ จะต้องส่งออกสินค้าไปขายยังประเทศที่มีขนาดใหญ่เนื่องจากสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศจำนวนมาก จึงต้องพึ่งพาประเทศเหล่านี้เป็นหลัก เมื่อเกิดความชะงักงันของเศรษฐกิจของประเทศมหาอำนาจ จึงมีผลต่อประเทศเล็กและใหญ่ทั่วโลกเป็นจำนวนมาก ซึ่งได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ในกรณีของการส่งออกยางพาราของไทยในช่วงปี 2550 – 2551 มีการส่งออกยางพาราที่ลดลง เนื่องจากประเทศผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางมีความต้องการใช้ยางพาราลดลง เป็นผลมาจากความต้องการใช้ในสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดการค้าหลักของผลิตภัณฑ์ยางได้ชะลอการซื้อสินค้าลง เพราะเกิดวิกฤต

เศรษฐกิจการเงินจากปัญหาสินเชื่อด้อยคุณภาพในภาคอสังหาริมทรัพย์ในสหรัฐอเมริกา หรือปัญหาซับไพร์ม ซึ่งมีการขยายตัวของวิกฤตเศรษฐกิจการเงินไปทั่วโลก ส่งผลให้แนวโน้มการนำเข้าผลิตภัณฑ์อย่างลือของสหรัฐอเมริกาจากประเทศจีนและญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตที่สำคัญลดลง โดยนำเข้าอย่างลือจากประเทศญี่ปุ่นลดลงตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2551 เป็นต้นมา และในช่วง 2 ปี (พ.ศ. 2549 – 2551) แนวโน้มการนำเข้าอย่างลือจากญี่ปุ่นลดลงในอัตราร้อยละ 0.60 ต่อปี สำหรับการนำเข้าอย่างลือของสหรัฐอเมริกาจากประเทศจีน แม้ว่าจะมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นทดแทนการนำเข้าจากญี่ปุ่นแล้ว แต่ยังคงเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงร้อยละ 0.89 ในปี 2551 ทำให้ประเทศจีนและญี่ปุ่นเป็นประเทศคู่ค้าทางการค้ารายใหญ่ของไทยชะลอการส่งออกอย่างลือจากประเทศไทยและประเทศผู้ผลิตรายอื่น ส่งผลต่อการส่งออกและเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมาก หากวิกฤตเศรษฐกิจการเงินของโลกยังเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสภาวะการไม่ควบคุมการเติบโตของทิศทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆที่มีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจโลกเป็นอย่างมาก จากการที่เศรษฐกิจเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศจีน ทำให้ไม่สามารถทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริงกับความต้องการเทียมของผู้บริโภคได้ ซึ่งจะส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจโลกอย่างเป็นระบบ เนื่องจากปัจจุบันประเทศจีนเป็นศูนย์กลางทางการค้าขนาดใหญ่ของโลก หากไม่มีการจัดการด้านการเงินอย่างเป็นระบบ จะทำให้เศรษฐกิจของโลกเกิดปัญหา เช่นเดียวกับปัญหาซับไพร์ม ดังนั้นประเทศไทยควรจะรักษาเสถียรภาพทางการเงินในประเทศให้มั่นคง และลดการพึ่งพาการส่งออกอย่างลือไปยังต่างประเทศเพียงอย่างเดียว เพื่อช่วยสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกอย่างลือแต่ละประเภทสามารถสรุปได้ดังนี้

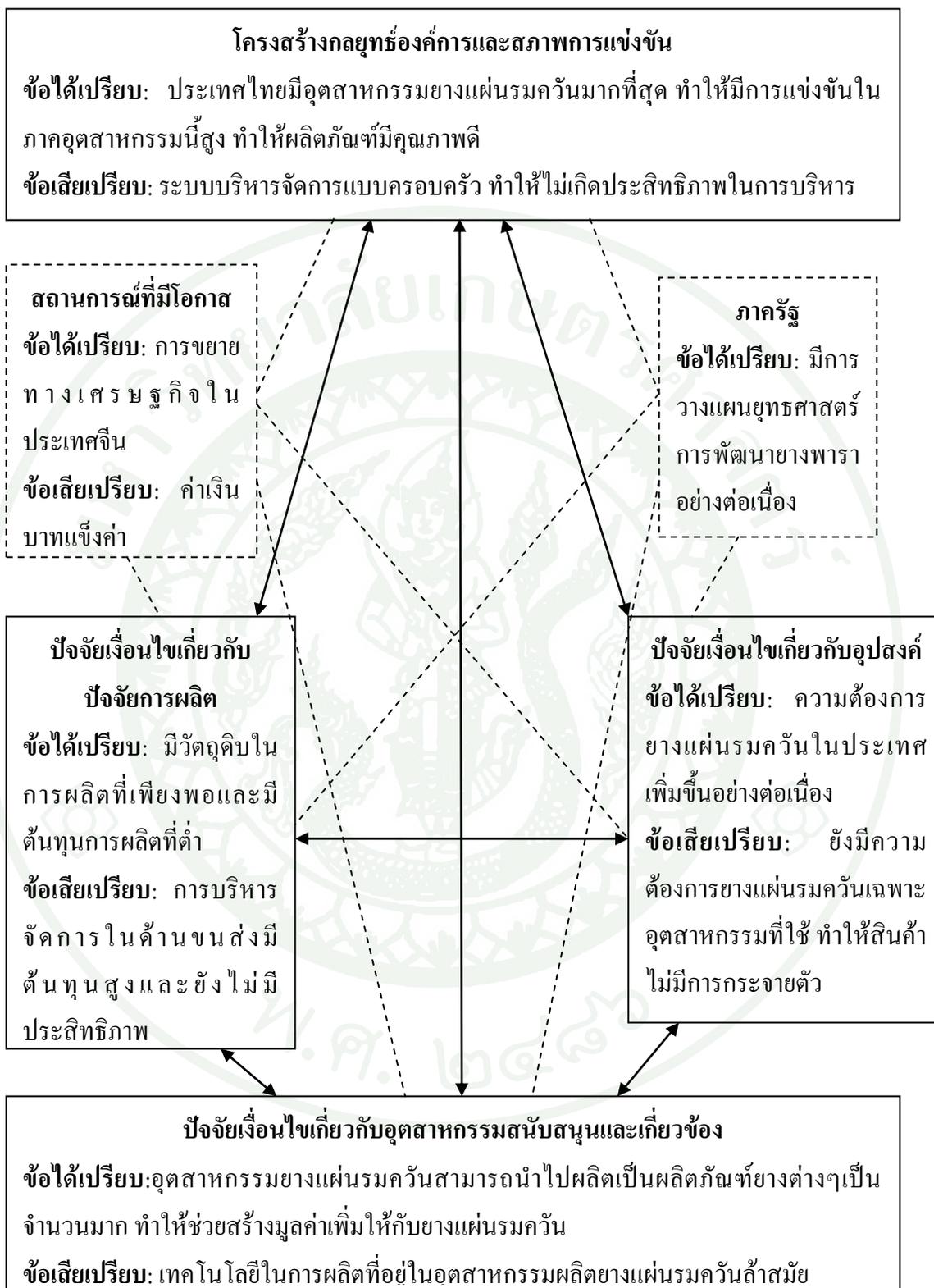
ยางแผ่นรมควันของไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันของการส่งออกมากกว่าประเทศคู่แข่งรายอื่น คือ ในด้านปัจจัยการผลิตยางแผ่นรมควัน ประเทศไทยมีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการผลิตยางแผ่นรมควัน นอกจากนี้แรงงานภาคเกษตรของไทยมีความเชี่ยวชาญในการผลิตยางแผ่นรมควันเป็นอย่างมาก จึงทำให้การผลิตยางแผ่นรมควันของไทยมีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ นอกจากนี้ด้านอุปสงค์ในประเทศและด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้องนั้น จะเห็นว่าผู้บริโภคมีความต้องการใช้ยางแผ่นรมควันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยาง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่สูงขึ้น หากมีความต้องการยางแผ่นรมควันในประเทศและมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง

กันจำนวนมาก จะทำให้ไทยมีศักยภาพของกำลังการผลิตที่มีคุณภาพและได้ผลิตภัณฑ์อย่างพาราเพื่อการส่งออกเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สามารถส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังประเทศต่างๆ ได้จำนวนมากขึ้น อีกทั้งไทยยังมีความเชี่ยวชาญในการผลิตยางแผ่นรมควันมาก ทำให้ผู้ผลิตในประเทศมีการแข่งขันกันมากอย่าง ส่งผลให้สินค้ามีคุณภาพดีขึ้น นอกจากนี้ ภาครัฐของไทยยังวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพารา สนับสนุนการวิจัยและพัฒนายางพาราให้มีประสิทธิภาพทั้งการผลิตและการส่งออกมากขึ้น แม้ว่ายางแผ่นรมควันของไทย จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆ แต่ยังมีข้อเสียเปรียบในด้านเทคโนโลยีด้านการผลิต ที่มีความล้าสมัย เมื่อเทียบกับต่างชาติ นอกจากนี้ไทยยังมีต้นทุนขนส่งยางพาราไปประเทศจีน ที่มีราคาสูง เนื่องจากส่วนใหญ่มีการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีนผ่านด่านศุลกากรปาดังเบซาร์มากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งมีระยะทางไกลเมื่อเทียบกับประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศจีน อย่างเวียดนาม อีกทั้งการขนส่งทางเรือ ถึงแม้จะขนส่งได้จำนวนมาก แต่มีความล่าช้า ซึ่งสามารถอธิบายตามระบบเพชรที่สมบูรณ์ได้ดังภาพที่ 3

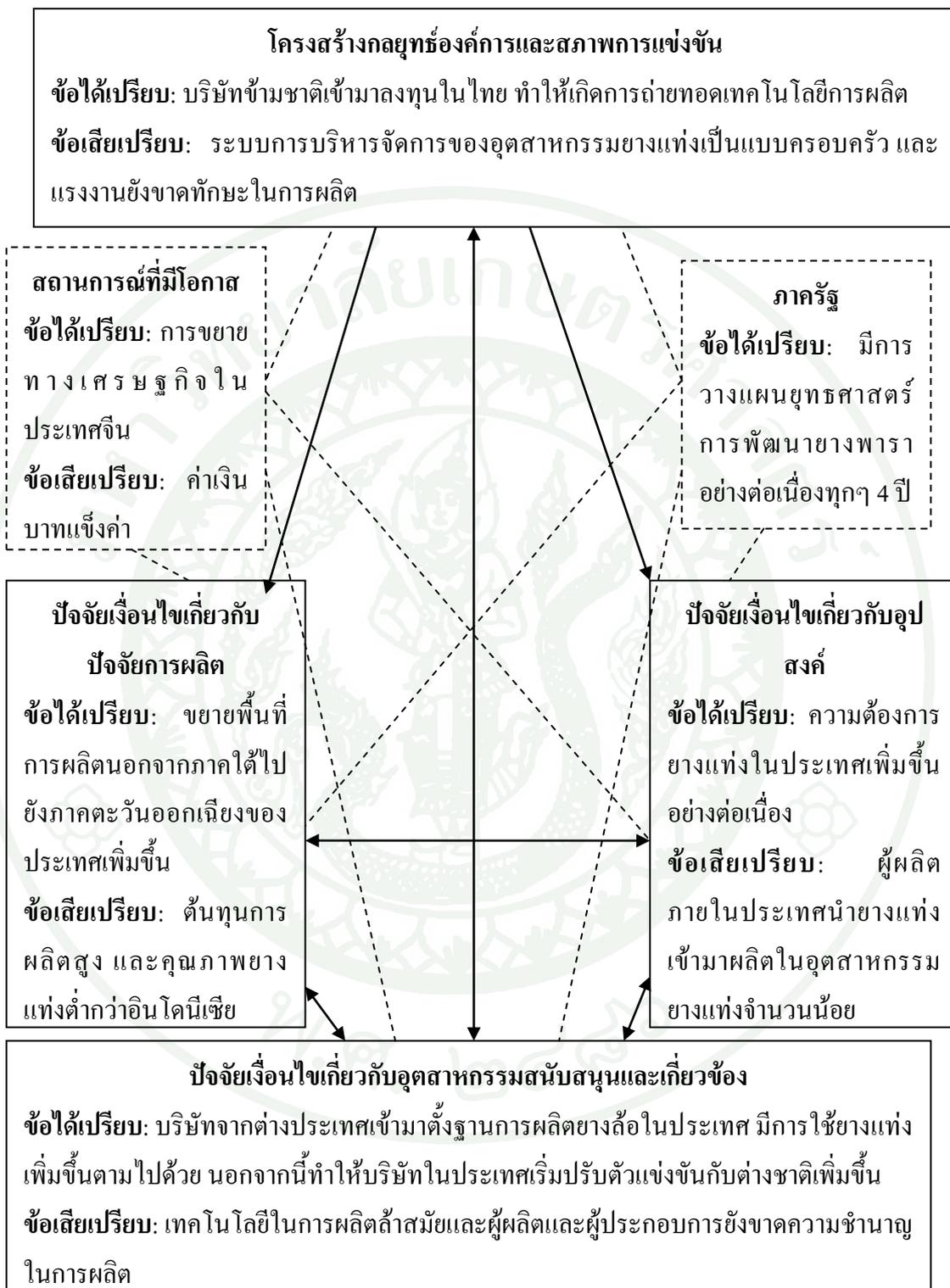
สำหรับยางแท่งไทยมีความเสียเปรียบให้กับประเทศคู่แข่ง อย่างอินโดนีเซีย และมาเลเซีย อยู่หลายด้าน เช่น ในด้านปัจจัยการผลิต เกษตรกรและผู้ประกอบการยังขาดความชำนาญในการผลิตยางแท่ง ซึ่งมีกระบวนการผลิตที่ต่ำกว่ายางแท่งของประเทศคู่แข่ง คือ ยางแท่งของไทยมีการผสมยางกันด้วย (Cup Lump) กับเศษยาง ทำให้คุณภาพยางแท่งของไทยต่ำกว่าประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซีย ที่มีการการผลิตยางแท่งเป็นหลัก ซึ่งได้รับความเชื่อถือจากตลาดโลกว่ามีคุณภาพดี และมีความสม่ำเสมอของคุณภาพ อีกทั้งเทคโนโลยีการผลิตยางแท่งของไทย ยังล้าสมัย ทำให้ต้นทุนการผลิตยางแท่งของไทยสูงกว่าอินโดนีเซีย และมาเลเซีย ในส่วนด้านอุปสงค์ในประเทศ ยังมีการใช้ยางแท่งภายในประเทศ ประมาณร้อยละ 10 ในแต่ละปี ซึ่งถือว่าน้อยมาก เมื่อเทียบกับการส่งออกยางแท่ง ซึ่งตามหลักของไมเคิล. อี. พอร์เตอร์ ที่กล่าวไว้ว่า หากประเทศใดมีความต้องการสินค้าในประเทศมากและเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น จะทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันของสินค้านั้นสูงกว่าประเทศคู่แข่ง ซึ่งสำหรับอุปสงค์ในประเทศไทยนั้น ถือว่าน้อยมาก เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ที่มีการผลิตและการใช้ยางแท่งในประเทศจำนวนมาก นอกจากนี้โครงสร้างกลยุทธ์และสภาพการแข่งขันยางแท่งของไทย มีการบริหารงานแบบระบบครอบครัวและมีความใกล้ชิด กับแรงงาน ทำให้มีการบริหารงานไม่มีประสิทธิภาพ ถึงแม้ไทยจะมีข้อเสียเปรียบในหลายด้าน แต่ไทยยังมีข้อได้เปรียบของยางแท่งในการส่งออกไปประเทศจีน ในด้านสถานการณ์ที่มีโอกาส คือ ในช่วงปลายปี 2544 ประเทศจีนเข้าไปเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ส่งผลให้มีเศรษฐกิจของจีนเติบโตเป็นอย่างมาก สาเหตุมาจากจีนมีการเปิดประเทศให้นักลงทุนเข้าไปตั้งฐาน

การผลิตอุตสาหกรรมในจีน ซึ่งหนึ่งในอุตสาหกรรมนั้น ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งมีการใช้ยางแท่งในการผลิตจำนวนมาก จีนจึงต้องมีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญต่างๆ เนื่องจากในประเทศมีผลผลิตไม่เพียงพอ จึงต้องมีการนำเข้า ซึ่งไทยเป็นประเทศหนึ่งที่จีนนำเข้ายางแท่งจำนวนมากเป็นอันดับต้นๆ นอกจากนี้พ่อค้าชาวจีนและพ่อค้าชาวไทยมีความสัมพันธ์อันดีกันอย่างยาวนาน ซึ่งจะมีผลทำให้มีการส่งออกยางแท่งไปจีนได้จำนวนมากขึ้น ซึ่งสามารถอธิบายโดยสรุปตามระบบเพชรที่สมบูรณ์ดังภาพที่ 4

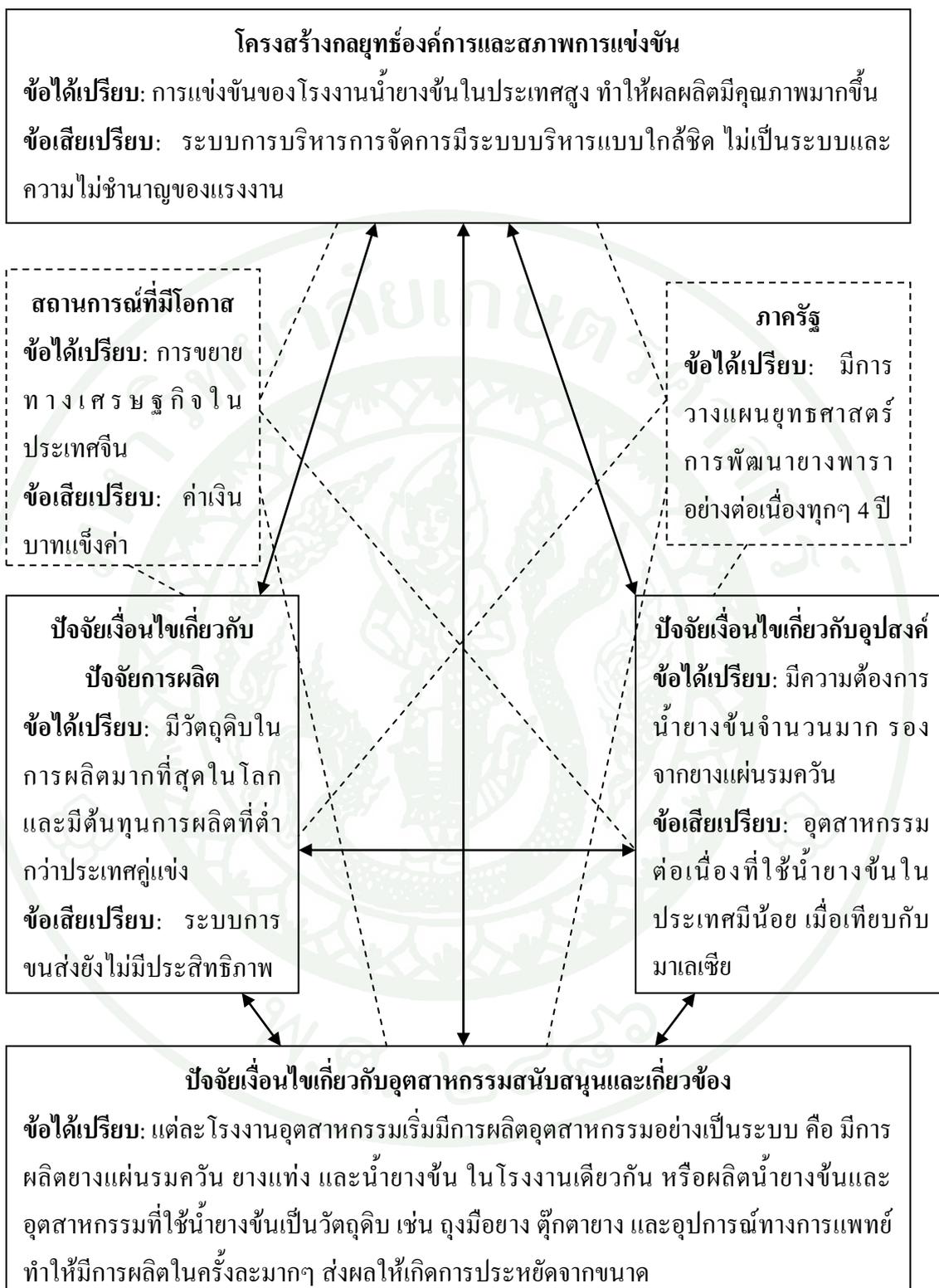
ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกน้ำยางข้นมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก สาเหตุมาจากไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการส่งออกเป็นอย่างมาก เช่น ด้านปัจจัยการผลิต เนื่องจากไทยมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การปลูกยาง โดยในปัจจุบันมีการขยายพื้นที่ปลูกยางพารา จากเดิมที่มีการปลูกยางพาราทางภาคใต้ ได้ขยายพื้นที่ปลูกมายังภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออกเพิ่มขึ้น จึงทำให้ได้ผลผลิตน้ำยางข้นจำนวนมากขึ้น นอกจากนี้แรงงานภาคเกษตรของไทย มีความชำนาญในการผลิตน้ำยางข้น จึงทำให้ต้นทุนการผลิตน้ำยางข้นของไทยต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง สำหรับด้านอุปสงค์ในประเทศของน้ำยางข้น คือ ไทยมีจำนวนโรงงานแปรรูปน้ำยางข้นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าผู้บริโภคในประเทศและต่างประเทศมีความต้องการน้ำยางข้นมากขึ้น ซึ่งจะทำให้แต่ละโรงงานมีผลผลิตออกมาจำนวนมาก และสินค้ามีคุณภาพเพิ่มขึ้น จากสภาพการแข่งขันที่มีมาก ในส่วนของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้องของน้ำยางข้นในไทยนั้น พบว่าในประเทศไทยมีจำนวนโรงงานผลิตภัณฑ์ยางจากน้ำยางข้นจำนวนมากเป็นอันดับ 2 รองจากโรงงานผลิตภัณฑ์ยางแผ่นรมควัน ซึ่งจะทำให้เกษตรกรและผู้ผลิตมีการผลิตน้ำยางข้น ออกสู่ตลาดในต่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีความได้เปรียบในการส่งออกน้ำยางข้นมากขึ้น นอกจากนี้แต่ละอุตสาหกรรมเริ่มมีการผลิตยางพาราอย่างเป็นระบบเพิ่มขึ้น คือ มีการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น จำนวนมากในอุตสาหกรรมการผลิตเดียวกัน ซึ่งจะทำให้มีการประหยัดจากขนาดเพิ่มขึ้น ถึงแม้ไทยจะมีความได้เปรียบในการผลิตและการส่งออกน้ำยางข้นอยู่หลายประการ แต่ข้อเสียเปรียบบางประการที่ต้องมีการแก้ไขจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน เช่น ระยะเวลาในการขนส่งที่ไกลเกินไป ทำให้มีความล่าช้าในการส่งออกน้ำยางข้น นอกจากนี้ค่าเงินบาทที่แข็งค่าจนเกินไป จะทำให้ประเทศจีนเห็นว่าน้ำยางข้นของไทยมีราคาแพงไม่เหมาะแก่การนำเข้าในจำนวนมาก ส่งผลให้จีนชะลอการนำเข้าน้ำยางข้นจากไทย ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้ส่งออกน้ำยางข้นของไทย อันเกิดมาจากสถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้น โดยที่ผู้ส่งออกไม่สามารถควบคุมปัจจัยตัวนี้ได้ ซึ่งสามารถอธิบายโดยสรุปตามระบบเพชรที่สมบูรณ์ได้ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม
ที่มา: จากภาพที่ 1 ระบบเพชรที่สมบูรณ์และจากการวิเคราะห์



ภาพที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ที่มา: จากภาพที่ 1 ระบบเพชรที่สมบูรณ์และจากการวิเคราะห์



ภาพที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกน้ำยางชั้นของประเทศไทย เมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ที่มา: จากภาพที่ 1 ระบบเพชรที่สมบูรณ์และจากการวิเคราะห์

ในส่วนที่สองซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และ น้ำยางข้นของประเทศจีน เพื่อพิจารณาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการนำเข้ายางพาราแต่ละประเภท ของประเทศจีน ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศจีน

การวิเคราะห์แบบจำลอง Panel Data โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแผ่นรมควัน ซึ่งตัวแปรตัวทุกตัวอยู่ในรูปของ Logarithm ยกเว้น สัดส่วนรายได้ ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก (RGDP) เนื่องจากรายได้ประชาชาติของแต่ละประเทศอยู่ในรูปร้อยละ ซึ่งเมื่อนำมาเป็น สัดส่วนแล้ว จะทำให้หาความยืดหยุ่นของตัวแปรนี้ได้เลย สามารถอธิบายได้ ดังนี้

$$LNQ_{rss} = f(LNRP_{rss}, LNRP_{srt}, LNXRAT_t, LNEXP_t, RGDP_t)$$

โดยที่

LNQ_{rss} = ปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม

$LNRP_{rss}$ = ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม

$LNRP_{srt}$ = สัดส่วนราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าทั้งหมดต่อราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกแต่ละประเทศ

$LNXRAT_t$ = สัดส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของผู้ส่งออกต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศจีน

$LNEXP_t$ = สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของจีนต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก

$RGDP_t$ = สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก

จากผลการทดสอบค่าทางสถิติเพื่อเลือกแบบจำลอง Panel Data Model ทั้ง 3 แบบ พบว่าในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแผ่นรมควันนั้น จะเลือกใช้วิธีการแบบ Fixed Effect Model ซึ่งทำให้ทราบว่าผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม โดยพิจารณาจากปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศไทย (LNQ_{rss}) ซึ่งเป็นตัวแปรตาม พบว่า สมการอุปสงค์ของปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศไทยจาก 4 ประเทศเหล่านั้น เกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้น (Multicollinearity) ซึ่งเกิดจากตัวแปรอิสระบางตัวมีค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) สูงกว่า 0.80 ซึ่งในสมการอุปสงค์ของปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันมีตัวแปรอิสระ 1 ตัวแปร คือ สัดส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของผู้ส่งออก ต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศไทย ($LNXRAT_t$) ซึ่งโดยปกติแล้วตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยจะมีความสัมพันธ์กันอยู่บ้าง ซึ่งหากพบว่าตัวแปรอิสระบางตัวมีค่าสหสัมพันธ์สูง มักจะตัดตัวแปรอิสระตัวนั้นทิ้ง เพื่อให้ตัวประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยมีความแม่นยำและมีเสถียรภาพ แต่ปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้น ไม่ได้พิจารณาในเรื่องตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเท่านั้น แต่มีการพิจารณาในเรื่องขนาด (Degree) ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งถ้าขนาดความสัมพันธ์มีค่าน้อย ก็ยังถือว่าตัวแปรประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยมีความแม่นยำและมีเสถียรภาพในระดับที่น่าเชื่อถือได้ ซึ่งในกรณีสมการอุปสงค์ของปริมาณการนำเข้าที่มีตัวแปรอิสระ คือ อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศมีค่าสหสัมพันธ์สูงกว่า 0.80 แต่เมื่อพิจารณาถึงขนาดความสัมพันธ์แล้ว พบว่า มีค่าน้อย จึงทำให้ผู้วิจัยไม่ตัดตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศทิ้งไป เพื่อคงถึงความสัมพันธ์ที่แท้จริงของตัวแปรอิสระทุกตัว

โดยให้ปัจจัยของอุปสงค์ทั้งหมด คือ ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแผ่นรมควันของประเทศไทยจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ($LNRP_{rss}$) สัดส่วนราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าทั้งหมดต่อราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกแต่ละประเทศ ($LNRP_{st}$) สัดส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของผู้ส่งออกต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศไทย ($LNXRAT_t$) สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของจีน ต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก ($LNEXP_t$) และสัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศไทยต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก ($RGDP_t$) เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งจะมีผลต่อการวิเคราะห์ คือ ปัจจัยที่มีผล

ต่ออุปสงค์ทั้งหมดสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การนำเข้าอย่างแผ่รวมควันของประเทศจีน ได้มากถึงร้อยละ 90.36 โดยปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ต่อการนำเข้าอย่างแผ่รวมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ที่มีผลต่อปริมาณการนำเข้าอย่างแผ่รวมควันของจีน ซึ่งแสดงในตารางที่ 31 ดังนี้

ตารางที่ 31 ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างแผ่รวมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ในช่วงปี 2541 - 2551

Dependent Variables	LNQ _{rss}
LNQ _{rss}	- 1.415 (-2.735)***
LNRP _{srt}	0.263 (1.193) ^{ns}
LNXRAT _t	1.231 (0.918) ^{ns}
LNEXP _t	0.273 (0.133) ^{ns}
RGDP _t	2.043 (1.875)*
R – squared (R²)	0.9036
Adjusted R – squared (R)	0.8816
F - test	41.02

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t – value

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 31 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างแผ่รวมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีอยู่ 2 ตัวแปร คือ ราคานำเข้าที่แท้จริงของยาง

แผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม (LNRP_{rss}) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแผ่นรมควันของประเทศจีนจาก 4 ประเทศ เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณความต้องการนำเข้ายางแผ่นรมควันจาก 4 ประเทศ เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ - 1.415 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน

และอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันของจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม คือ รายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม (RGDP_p) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ซึ่งหมายความว่า สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไปร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.043 แสดงว่ายางแผ่นรมควันเป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อการผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เป็นส่วนประกอบในการผลิตในประเทศจีน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ายางแผ่นรมควัน เป็นสินค้าสามัญของผู้บริโภคในตลาดประเทศจีน

ดังนั้นผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ที่สำคัญมีอยู่ 2 ปัจจัย คือ ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนามเป็นสำคัญ หากประเทศจีนเห็นว่าราคานำเข้ายางแผ่นรมควันจากประเทศใดประเทศหนึ่งแพงเกินไป ส่งผลให้จีนหันไปนำเข้ายางแผ่นรมควันจากประเทศอื่นที่มีราคานำเข้ายางแผ่นรมควันถูกกว่าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น และอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความต้องการนำเข้ายางแผ่นรมควัน คือ สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางบวก แสดงว่า รายได้ประชาชาติในประเทศจีนมีสูงขึ้นจากเศรษฐกิจในประเทศที่ขยายตัวเป็นอย่างมาก ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ประชาชาติของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนามให้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย แสดงว่ายางแผ่นรมควันเป็นสินค้าสามัญสำหรับผู้บริโภคในตลาดจีนในช่วงปี 2541 – 2551 เนื่องจากเศรษฐกิจในประเทศจีนกำลังเติบโตเป็นอย่างมากจากอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ใช้อย่างแผ่นรมควันเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีน

การวิเคราะห์แบบจำลอง Panel Data ในยางแท่ง ได้ผลการทดสอบค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์พบว่า ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีนจากประเทศประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม จะเลือกใช้วิธี Random Effect Model ซึ่งมีตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทุกตัวอยู่ในรูปของ Logarithm ยกเว้น สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก (RGDP_t) เนื่องจากรายได้ประชาชาติของแต่ละประเทศอยู่ในรูปร้อยละ ซึ่งเมื่อนำมาเป็นสัดส่วนแล้ว จะทำให้หาความยืดหยุ่นของตัวแปรนี้ได้ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

$$\text{LNQ}_{\text{str}} = f(\text{LNRP}_{\text{str}}, \text{LNRP}_{\text{srt}}, \text{LNXRAT}_t, \text{LNEXP}_t, \text{RGDP}_t)$$

โดยที่

LNQ_{str} = ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม

LNRP_{str} = ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม

LNRP_{srt} = สัดส่วนราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าทั้งหมดต่อราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกแต่ละประเทศ

LNXRAT_t = สัดส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของผู้ส่งออกต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศจีน

LNEXP_t = สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของจีนต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก

RGDP_t = สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก

พบว่า สมการอุปสงค์ของปริมาณการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีนจาก ประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม เกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้น (Multicollinearity) ซึ่งเกิดจาก

ตัวแปรอิสระบางตัวมีค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) สูงกว่า 0.80 ซึ่งในสมการอุปสงค์ของปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันมีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของจีนต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก (LNEXP) และสัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก (RGDP)

การพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันของทั้ง 2 ตัวนี้ ผู้วิจัยจะใช้เหตุผลในการวิเคราะห์เช่นเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศไทย เพื่อดูความสัมพันธ์ให้ไปทิศทางเดียวกัน คือ ผู้วิจัยคำนึงถึงขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระซึ่งมีค่าน้อย แสดงว่าตัวประมาณค่าสัมประสิทธิ์ยังมีความน่าเชื่อถือได้ในระดับหนึ่ง จึงเป็นเหตุที่ว่าผู้วิจัยจะไม่ตัดตัวแปรอิสระที่มีค่าสหสัมพันธ์สูงกว่า 0.80 เพื่อพิจารณาตัวแปรอิสระทุกตัวจากปัจจัยทั้งหมดที่ได้ตั้งสมมติฐานขึ้นว่าปัจจัยเหล่านี้จะมีผลต่อปริมาณการนำเข้ายางแท่งของประเทศไทย จากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม

ซึ่งจะพิจารณาปัจจัย ดังนี้ คือ ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่งของประเทศไทยจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม (LRP_{sr}) สัดส่วนราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่งที่จีนนำเข้าทั้งหมดต่อราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่งที่จีนนำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกแต่ละประเทศ (LRP_{sr}) สัดส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของผู้ส่งออกต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศไทย (LNXRAT) สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของจีนต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก (LNEXP) และสัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก (RGDP)

ดังนั้น ตัวแปรอิสระที่นำมาพิจารณาทั้งหมด สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การนำเข้ายางแท่งของประเทศไทย ได้มากถึงร้อยละ 83.92 ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ต่อการนำเข้ายางแท่งของประเทศไทยจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ดังผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 32

ตารางที่ 32 ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ในช่วงปี 2541 -2551

Dependent Variables	LNQ _{str}
LRP _{str}	- 1.291 (- 4.942)***
LNRP _{str}	- 0.800 (- 0.062) ^{ns}
LNXRAT _t	-0.775 (- 0.777) ^{ns}
LNEXP _t	1.145 (12.150)***
RGDP _t	- 0.226 (-0.626) ^{ns}
Constant	-1.806 (-1.911)*
Sum of Squares	0.1249
R – squared (R²)	0.8392
F - test	57.38

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t – value

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 32 จากการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีน คือ ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่งของประเทศจีนจากประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ คือ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม (LRP_{str}) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า เมื่อราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่งของประเทศจีนจากประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ มีการเปลี่ยนแปลงไป

ร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีนจากประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.291 เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน

ตัวแปรอิสระอีกตัวหนึ่งที่มีผลต่อการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม คือ สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของจีน ต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก(LNEXP) ในช่วงปี 2541 – 2551 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของจีนต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไปร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีนเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไปร้อยละ 1.145

ดังนั้นผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีอยู่ 2 ปัจจัย คือ ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม นั่นคือ การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น(ลดลง)ของราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่ง มีผลทำให้ปริมาณการนำเข้ายางแท่งลดลง(เพิ่มขึ้น) ขณะที่สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของจีนต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้ปริมาณการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซียเพิ่มขึ้นตามไปด้วย แสดงว่าประเทศจีนนำเข้ายางแท่งจากประเทศเหล่านี้ เพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเพื่อส่งออกผลิตภัณฑ์ยาง เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ ได้แก่ ยางล้อยานยนต์ประเภทต่างๆ สายพาน และท่อยางต่างๆ เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางขึ้นของประเทศไทย

การวิเคราะห์แบบจำลอง Panel Data ของน้ำยางขึ้น ได้ทำการทดสอบแบบจำลอง เพื่อเลือกใช้แบบจำลองในการวิเคราะห์ ซึ่งพบว่า ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้ายางขึ้นของประเทศจีนจากประเทศประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม จะเลือกใช้วิธี Random Effect Model โดยตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทุกตัวอยู่ในรูปของ Logarithm ยกเว้น สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของ

ผู้ส่งออก (RGDP_t) เนื่องจากรายได้ประชาชาติของแต่ละประเทศอยู่ในรูปร้อยละ ซึ่งเมื่อนำมาเป็น สัดส่วนแล้ว จะทำให้หาความยืดหยุ่นของตัวแปรนี้ได้ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

$$\text{LNQ}_{la} = f(\text{LNRP}_{la}, \text{LNRP}_{srt}, \text{LNXRAT}_t, \text{LNEXP}_t, \text{RGDP}_t)$$

โดยที่

LNQ_{la} = ปริมาณการนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม

LNRP_{la} = ราคานำเข้าที่แท้จริงของนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม

LNRP_{srt} = สัดส่วนราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าทั้งหมดต่อราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกแต่ละประเทศ

LNXRAT_t = สัดส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของผู้ส่งออกต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศจีน

LNEXP_t = สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของจีนต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก

RGDP_t = สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม พบว่า สมการอุปสงค์ของปริมาณการนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีนจาก 4 ประเทศเหล่านั้นที่นำตัวแปรอิสระมาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีน จากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีอยู่ทั้งหมด 5 ตัวแปร คือ ราคานำเข้าที่แท้จริงของนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม (LNRP_{la}) สัดส่วนราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าทั้งหมดต่อราคานำเข้าที่แท้จริงของยางสังเคราะห์ที่จีนนำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกแต่ละประเทศ (LNRP_{srt}) สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อ

คนของผู้ส่งออก (RGDP_t) สัดส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของผู้ส่งออกต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศจีน (LNXRAT_t) และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางพาราที่แท้จริงของจีนต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางพาราที่แท้จริงของประเทศผู้ส่งออก (LNEXP_t)

จากการทดสอบตัวแปรอิสระแล้วพบว่า เกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้น (Multicollinearity) ซึ่งเกิดจากตัวแปรอิสระบางตัวมีค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) สูงกว่า 0.80 ซึ่งในสมการอุปสงค์ของปริมาณการนำเข้าอย่างแผ่นรมควันมีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ คือ สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์การส่งออกทางพาราที่แท้จริงของจีนเทียบกับประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม (LNEXP_t) และสัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก (RGDP_t) ซึ่งลักษณะการพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันของทั้ง 2 ตัวนี้ ผู้วิจัยจะใช้เหตุผลในการวิเคราะห์ เช่นเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างแผ่นรมควันและยางแท่งของประเทศจีน ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่ผู้วิจัยสมมติฐานขึ้นมาที่จะมีผลตอบสนองต่อปริมาณความต้องการนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีน ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่ตัดตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวนี้ทิ้ง ทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ 2 ตัวคือ สัดส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของผู้ส่งออกต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศจีน (LNXRAT_t) และ สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก (RGDP_t) ที่มีความเสี่ยงว่าตัวแปรอิสระจะความสัมพันธ์เชิงเส้น (Multicollinearity) ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระที่มีความสำคัญต่อปริมาณความต้องการนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีน ดังนั้นหากผู้วิจัยทำการตัดตัวแปร 2 ตัวนี้ในแบบจำลอง Panel Data จะทำให้ไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีน และผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเอกสารที่ผ่านมาซึ่งเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้น (Multicollinearity) ในแบบจำลอง Panel Data ไม่พบวิธีแก้ไขของปัญหาดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอข้ามปัญหาที่ตัวแปรอิสระ 2 ตัวนี้ที่มีความเสี่ยงของความสัมพันธ์เชิงเส้นกัน และให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างขึ้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม (ตารางที่ 33)

ตารางที่ 33 ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าน้ำยางชั้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ในช่วงปี 2541 -2551

Dependent Variables	LNQ _{la}
LNRP _{la}	- 0.368 (- 0.387) ^{ns}
LNRP _{srt}	0.189 (0.568) ^{ns}
LNXRAT _t	0.784 (3.294) ^{***}
LNEXP _t	0.318 (1.619) ^{ns}
RGDP _t	1.995 (2.309) ^{**}
Constant	2.903 (1.023)
Sum of Squares	0.8020
R – squared (R²)	0.7055
F - test	25.72

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t – value

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระทั้งหมด พบว่า สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การนำเข้าน้ำยางชั้นของประเทศจีน ได้มากถึงร้อยละ 70.55 ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าน้ำยางชั้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม จากการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าน้ำยางชั้นของประเทศจีน คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของผู้ส่งออกต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศจีน (LNXRAT_t) ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.01 สามารถอธิบายได้ว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนามต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไปร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าอย่างจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.784 แสดงว่า หากอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศผู้ส่งออกประเทศใดประเทศหนึ่งมีอัตราแลกเปลี่ยนที่ปรับเป็นเงินสกุลดอลลาร์ต่อเงินสกุลหยวนอ่อนค่าลง มีผลทำให้ประเทศจีนเห็นว่าราคานำเข้าอย่างจีนของประเทศนั้นต่ำลง จึงทำให้เกิดอุปสงค์การนำเข้าอย่างจีนเพิ่มขึ้น

และตัวแปรอิสระอีกตัวหนึ่ง ที่มีผลต่อการนำเข้าอย่างจีนของประเทศจีน คือ สัดส่วนรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของผู้ส่งออก (RGDP) ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไปร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าอย่างจีนของประเทศจีนเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นไปร้อยละ 1.995 นั่นคือ รายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการนำเข้าอย่างจีนจากผู้ส่งออกทั้ง 4 ประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.995 แสดงว่า นำเข้าอย่างจีนเป็นสินค้าสามัญของผู้บริโภคในตลาดประเทศจีน

ดังนั้นจากผลการวิเคราะห์ พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของปริมาณการนำเข้าอย่างจีนของประเทศจีน ในกรณีที่ทำการตกลงซื้อขายนำเข้าอย่างจีน ณ เวลาหนึ่งขณะที่ค่าเงินสกุลของประเทศส่งออก มีอัตราแลกเปลี่ยนที่อ่อนค่า จะทำให้ปริมาณการนำเข้าอย่างจีนของประเทศจีนเพิ่มขึ้น และ รายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม โดยการเพิ่มขึ้นของรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีน ส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าอย่างจีนจากประเทศเหล่านั้นเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า นำเข้าอย่างจีนเป็นสินค้าสามัญในประเทศจีน ณ ช่วงปี 2541 – 2551 เนื่องจากนำเข้าอย่างจีนถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตถุงมือ ถุงยางอนามัย อุปกรณ์ทางการแพทย์ เช่น สายปัสสาวะ ท่อยาง ของเล่นยางและตุ๊กตายาง เป็นต้น ซึ่งประเทศจีนมีประชากรอยู่จำนวนมาก ทำให้มีความต้องการใช้สินค้าประเภทนี้เป็นประจำอยู่มาก ทำให้นำเข้าอย่างจีนจึงเป็นสินค้าสามัญ คือ เมื่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนเพิ่มขึ้น จะทำให้ประชากรในประเทศจีนมีการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้นำเข้าอย่างจีนเป็นวัตถุดิบในการผลิตเพิ่มขึ้น

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ในปัจจุบันความต้องการยางพาราของโลกเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น มากที่สุด เนื่องจากอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่มีการใช้ยางแท่งและยางแผ่นรมควันเพื่อนำไปผลิตผลิตภัณฑ์ยางเพื่อการส่งออก คืออุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งกว่าร้อยละ 70 มีส่วนประกอบหลักของยางแท่งและยางแผ่นรมควัน อีกทั้งยังมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของใช้ในชีวิตประจำวันที่น่านำมาขึ้นมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่ ได้แก่ อุตสาหกรรมถุงมือ และถุงยางอนามัย เป็นต้น ซึ่งยางพาราทั้ง 3 ประเภท คือ ยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น เป็นสินค้าที่ประเทศส่วนใหญ่ที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจซึ่งใช้อุตสาหกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

จากการที่ประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม เป็นประเทศผู้ผลิตยางพารา รายใหญ่ของโลก ย่อมต้องการช่องทางการตลาดเพื่อส่งออกยางพาราไปจำหน่ายยังประเทศต่างๆทั่วโลก เนื่องจากในประเทศมีความต้องการใช้ยางพาราน้อยมากประมาณร้อยละ 10 ของผลผลิตยางพารา อีกทั้งอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตผลิตภัณฑ์ยางในประเทศมีจำนวนน้อย จึงทำให้ประเทศผู้ผลิตเหล่านี้ ยังต้องพึ่งพาตลาดต่างประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะประเทศไทย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ในขณะที่ประเทศมาเลเซียเริ่มปรับเปลี่ยนจากผู้ผลิตและส่งออกยางแท่งเป็นหลัก ได้กลายมาเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้น้ำยางข้นเป็นวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งผลผลิตน้ำยางข้นในมาเลเซียไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในประเทศ ทำให้ต้องมีการนำเข้าน้ำยางข้นจากไทยบางส่วน แต่ในปัจจุบันประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม เริ่มมีแนวโน้มขยายพื้นที่การผลิตเพิ่มขึ้น เช่น ประเทศไทยมีการพัฒนาขยายพื้นที่การผลิตยางพาราจากภาคใต้ ไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออกเพิ่มขึ้น อินโดนีเซียนอกจากจะมีพื้นที่ปลูกยางพารา มากกว่าไทยแล้ว ยังมีการขยายโครงการปลูกยางไปยังเกาะกาลิมันตันเพิ่มขึ้น มาเลเซียเริ่มทยอยปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นจากเดิมที่เกษตรกรละทิ้งการปลูกยางพารา และโยกย้ายแรงงานไปในส่วนของอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น แต่ในปัจจุบันความต้องการยางพาราของโลกเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคายางพารามีราคาที่สูงขึ้น ทำให้มาเลเซียเริ่มปลูกยางพาราเพิ่มขึ้น เพื่อหวังแสวงหาผลกำไรจากราคายางพาราที่

สูงขึ้นในปัจจุบัน และเวียดนามถึงแม้จะมีพื้นที่ของประเทศใกล้เคียงกับไทย แต่รัฐบาลของเวียดนามยังมีการสนับสนุนให้ขยายพื้นที่การผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านต่าง เช่น ประเทศลาว และกัมพูชา ทำให้ผลผลิตยางพาราของเวียดนามเริ่มทยอยเพิ่มขึ้น

สำหรับประเทศจีนเป็นตลาดใหญ่น่าสนใจ เนื่องจากตลาดในประเทศจีนมีความต้องการยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นมากที่สุดในโลก เพราะในปี 2544 จีนเข้ามาเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ทำให้จีนเริ่มมีการเปิดประเทศมากขึ้น ส่งผลให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนและตั้งฐานการผลิตอุตสาหกรรมในจีนจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ เช่น อุตสาหกรรมผลิตยางล้อ ยางหลอดดอก และสายพาน เป็นต้น ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์นั้นเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้ยางแผ่นรมควันและยางแท่งเป็นวัตถุดิบอยู่จำนวนมาก ซึ่งจากการที่ต่างชาติเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมเหล่านี้ ทำให้ประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางพารา อย่างประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีความต้องการครองส่วนแบ่งตลาดยางพาราในประเทศจีนเป็นอย่างมาก อีกทั้งจำนวนประชากรในประเทศจีนที่มีจำนวนมากที่สุดในโลก จึงทำให้จีนเป็นตลาดใหญ่ที่เหมาะสมแก่การเข้ามาลงทุนและทำการค้าขายของต่างชาติ ซึ่งส่งผลให้เกิดความต้องการใช้ยางพาราในประเทศจีนเพิ่มขึ้น ซึ่งหากประเทศจีนยังมีการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดสภาวะเศรษฐกิจในด้านลบ จะทำให้จีนเป็นศูนย์กลางการค้าของโลก ซึ่งทำให้เป็นประเทศที่เหมาะสมแก่การเข้ามาลงทุนและทำการค้าด้วยเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านอุตสาหกรรมยาง ซึ่งจะส่งผลดีต่อไทย เพราะปัจจุบันจีนนำเข้ายางพาราจากไทยมากเป็นอันดับ 1 ทำรายได้เข้าประเทศไทยเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยางพาราเป็นสินค้าเกษตรที่ส่งออกมากเป็นอันดับ 1 เกือบทุกปี ซึ่งหากไทยยังรักษาส่วนแบ่งตลาดยางพาราในจีนได้อย่างต่อเนื่อง จะทำให้ไทยมีเศรษฐกิจที่ดีขึ้นด้วย

ซึ่งจากการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกยางพาราของไทย พบว่า ยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้น มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันในการส่งออกยางพาราเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย เวียดนาม และมาเลเซีย จากปัจจัยด้านการผลิต และปัจจัยด้านอุปสงค์ในประเทศคือ ในประเทศไทยมีวัตถุดิบในการผลิต และแรงงานมีความเชี่ยวชาญในการผลิตยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้น และมีจำนวนโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางในประเทศมากเป็นอันดับ 1 และ 2 ตามลำดับ สำหรับด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง ประเทศไทยเริ่มมีการพัฒนาน้ำยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้นมาแปรรูปผลิตภัณฑ์มากขึ้น แต่อาจจะข้อเสียเปรียบในอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้องของน้ำยางข้นให้กับประเทศมาเลเซีย ที่มีการเพิ่มขึ้นของอุตสาหกรรมน้ำ

ยางขึ้นและพัฒนาอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในส่วนของยางแท่งมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการส่งออกในด้านสภาพการแข่งขันภายในประเทศ อุตสาหกรรมมีการแข่งขันกันสูงทำให้มีการพัฒนาคุณภาพในการผลิตอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังมีข้อได้เปรียบจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ เช่นการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีนเพิ่มขึ้น เนื่องจากจีนมีนโยบายให้ดอกเบี้ยต่ำสำหรับตลาดผู้ซื้อรถยนต์ ทำให้ประชากรของจีนหันมาสนใจซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้น ส่งผลดีต่อการส่งออกยางพาราของไทย และสายสัมพันธ์อันดีที่มีมาอย่างยาวนานระหว่างพ่อค้าชาวไทยและพ่อค้าชาวจีน จึงทำให้ไทยมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันการส่งออกยางพาราไปจีนมากขึ้น รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน เช่น กำหนดและวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนายางพาราและขยายพื้นที่การผลิตยางพาราเพิ่มขึ้น

ในส่วนข้อเสียเปรียบในการแข่งขันในการส่งออกยางพาราของไทย พบว่า ด้านปัจจัยการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น เสียเปรียบในด้านระบบขนส่งสินค้าส่งออกไปจีนมีต้นทุนสูงเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย เวียดนามและมาเลเซีย และโครงสร้างระบบบริหารงานยังเป็นแบบผูกพันอย่างครบถ้วน ทำให้การบริหารไม่เป็นระบบ โดยเฉพาะยางแท่งนอกจากจะมีข้อเสียเปรียบข้างต้นแล้ว ยังประสบกับสภาวะขาดแคลนวัตถุดิบที่เหมาะสมต่อการผลิต เนื่องจากมีการนำเอาเศษยางมาผสมกับยางกันด้วย เพื่อผลิตเป็นยางแท่ง แต่มีคุณภาพต่ำ นอกจากนี้ยังมีต้นทุนการผลิตที่สูง เนื่องจากแรงงานไม่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซียที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตยางแท่งเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ไทยยังเสียเปรียบด้านแรงงานในภาคเกษตรของไทยยังมีน้อยกว่าอินโดนีเซีย และเวียดนามที่มีค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่าไทย ทำให้เกษตรกรเกิดแรงจูงใจให้ผลิตยางพาราเพิ่มขึ้นและอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้องในส่วนของยางแท่งของไทยยังน้อยเมื่อเทียบกับอินโดนีเซียที่มีการผลิตยางแท่งมากที่สุด นอกจากนี้ข้อเสียเปรียบที่อาจจะเกิดขึ้นในด้านของการแข็งค่าของเงินบาท ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกยางพาราเช่นกัน

สำหรับในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางพาราแต่ละประเภทของจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม พบว่า ประเทศจีนนำเข้ายางแผ่นรมควันและน้ำยางข้นจากไทยมากที่สุด สำหรับยางแท่งจีนนำเข้าจากไทยและอินโดนีเซียมากที่สุด ซึ่งมีปริมาณการนำเข้าในอัตราที่ใกล้เคียงกัน จากผลของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแผ่นรมควันของจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม พบว่า ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และ

เวียดนาม และรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 0.01 และ 0.10 ตามลำดับ โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ -2.735 และ 1.578 ตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแท่งของจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม พบว่า ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม และ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 0.01 โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ -4.942 และ 12.150 ตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางชั้นของจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และ รายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีนต่อรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ 3.294 และ 2.309 ตามลำดับ

ดังนั้นสรุปได้ว่าหากประเทศไทยต้องการมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับการส่งออกยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น จะต้องให้ความสนใจทางด้านการพัฒนาปัจจัยด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและโครงสร้างกลยุทธ์องค์กรและสภาพการแข่งขันรวมถึงพัฒนาในด้านการวิจัยตัวผลิตภัณฑ์ยางให้มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ นอกจากนี้ยังควรสร้างมาตรฐานยางพาราสำหรับการส่งออกเพื่อให้ยางพาราของประเทศไทยมีคุณภาพอยู่ตลอด ดังนั้น หากประเทศไทยต้องการส่งออกยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นไปประเทศจีน และต้องการครองส่วนแบ่งตลาดยางพาราอันดับ 1 ในประเทศจีนให้ได้ ต้องให้ความสนใจในปัจจัยด้านราคานำเข้าของยางแต่ละประเภท อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงต่อคนของประเทศจีน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำเข้ายางพาราแต่ละประเภท จะทำให้ไทยมีความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีนได้อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้แบ่งข้อเสนอแนะเป็น 2 อย่าง คือ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา และ ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1. ยางพาราเป็นสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจประเทศไทย เนื่องจากเป็นสินค้าเกษตรที่มีการส่งออกมากเป็นอันดับ 1 และ 2 รองจากข้าวของทุกปี ดังนั้นหน่วยงานของรัฐและเอกชน จึงควรให้ความสำคัญในการผลิตและส่งออกยางพารา โดยการเข้าไปมีส่วนในการสนับสนุนด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพารา และพื้นที่การเพาะปลูก ซึ่งควรให้ความสำคัญกับพื้นที่การเพาะปลูกยางพาราให้ได้ผลผลิตออกมามีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้มีปริมาณการผลิตและการส่งออกเพิ่มขึ้น เนื่องจากพื้นที่การปลูกยางพาราของประเทศไทยมีจำนวนจำกัดและผลผลิตยางพาราต่อหน่วยที่เกษตรกรผลิตได้น้อยกว่าผลผลิตที่เจ้าหน้าที่วิจัยยางพาราประเมิน

2. การส่งออกยางพาราไปประเทศจีนจะต้องอาศัยระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ควรจะให้ความสำคัญดูแลระบบขนส่ง เนื่องจากระบบขนส่งยางพาราไปยังประเทศต่างๆมีต้นทุนที่สูงมาก จึงควรมีการพัฒนาและหาแนวทางด้านระบบขนส่งให้มีต้นทุนที่ต่ำ เช่น การขนส่งทางรถไฟ ซึ่งจะขนส่งยางพาราครั้งหนึ่งได้จำนวนมาก แต่ประสบปัญหาด้านระยะเวลาที่ล่าช้า เพราะรางรถไฟในประเทศเป็นระบบรางเดี่ยว ซึ่งทำให้การเดินรถไฟไม่มีประสิทธิภาพในขนส่ง ดังนั้นรัฐบาลควรพัฒนารถไฟรางคู่ เพื่อให้การเดินทางสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ยังต้องพัฒนาให้มีการส่งออกในด้านเชิงแนวมากขึ้น เพราะเป็นด้านที่ติดต่อกับประเทศจีนมากที่สุด เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบันประเทศจีนเป็นตลาดนำเข้ายางพารารายใหญ่ของโลก ซึ่งนำเข้ายางแท่ง ยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น และยางคอมปาวด์ มากที่สุด ซึ่งปัจจุบันจีนนำเข้ายางคอมปาวด์มากขึ้นกว่ายางพาราประเภทอื่น เนื่องจากไม่มีการเก็บภาษีนำเข้ายางคอมปาวด์ ทำให้ประเทศผู้ส่งออกยางพาราเริ่มส่งออกยางพาราไปประเทศจีนเพิ่มขึ้น ดังนั้นประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีการส่งออกยางพาราไปประเทศจีนมากที่สุดต้องมีการปรับตัวในการผลิตและส่งออกยางคอมปาวด์ไปประเทศจีนเพิ่มขึ้น ซึ่งภาครัฐและภาคเอกชนต้องร่วมมือวางทิศทางและนโยบายการผลิตยางคอมปาวด์ และยางพาราประเภทอื่นๆให้เป็นไปตามทิศทางตลาดโลกและตลาดนำเข้ายางพารารายใหญ่

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในการผลิต การตลาด และการส่งออกยางคอมปาวด์ เนื่องจากในปัจจุบันจีนเริ่มนำเข้ายางคอมปาวด์มากขึ้น จากการศึกษาที่ไม่สามารถเก็บภยานำเข้าได้ ทำให้ราคาของยางคอมปาวด์มีราคาต่ำกว่าราคาขางพาราประเภทต่างๆที่จีนเก็บภยานำเข้าและจำกัดโควตาการนำเข้า

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในเรื่องการขนส่งหรือโลจิสติกส์ของยางพาราที่จะส่งออกไปยังประเทศจีน เพื่อหาต้นทุนการขนส่งที่ต่ำและมีความรวดเร็วในการขนส่ง เนื่องจากโดยส่วนจะส่งออกขางพาราทางท่าเรือหรือด่านศุลกากร ซึ่งมีต้นทุนที่สูง ดังนั้นในปัจจุบันรัฐบาลให้ความสำคัญในการขนส่งขางพาราไปจีนทางรถยนต์ เพื่อลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายลง จึงควรเปรียบเทียบและพิจารณาวิธีการขนส่งสินค้าเพื่อหาต้นทุนการขนส่งที่ต่ำที่สุดและมีประสิทธิภาพ

ข้อจำกัดในการศึกษา

ในการศึกษานี้มีข้อจำกัดทางด้านข้อมูลหลายประการ โดยเฉพาะข้อมูลทางสถิติการผลิต การส่งออก และการใช้ขางพาราของประเทศเวียดนาม อีกทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลขางพาราขององค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับขางพาราระหว่างประเทศ เช่น อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ซึ่งมีข้อมูลที่ไม่มีความทันสมัยมากนัก จึงทำให้การศึกษานี้มีข้อจำกัดทางด้านข้อมูลที่จะนำมาอ้างอิงและวิเคราะห์

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- กรมการปกครอง. กระทรวงมหาดไทย. 2553. จำนวนประชากรและแรงงานภาคการเกษตรของประเทศไทย (Online). <http://www.dopa.go.th/xstat/popyear.html>, 7 มิถุนายน 2553.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. กระทรวงพาณิชย์. 2552. ยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพารา (Online). http://www.thaifita.com/thaifita/Portals/0/File/ascn_rubber.doc, 1 มกราคม 2552.
- กรมศุลกากร. 2552. มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย (Online). <http://www.customs.go.th/Statistic/StatisticIndex.jsp>, 16 สิงหาคม 2553.
- ข้อตกลงการค้าอาเซียน – จีน. 2548. อัตราภาษีของยางพาราในกรอบต่างๆในประเทศจีน (Online). <http://www.ftamonitoring.org/FTA%20RelatedTopics/FTArelated>, 1 มกราคม 2552.
- กรมส่งเสริมการส่งออก, กระทรวงพาณิชย์. 2552. ข้อมูลการนำเข้า (Online). Global Trade Atlas Navigator, 5 กรกฎาคม 2553.
- กาญจนา วงษ์มหันต์. 2547. การวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิรกรณ์ สวัสดิ์ศรีรักษ์. 2531. การวิเคราะห์โครงการรักษาเสถียรภาพราคาส่งออกยางพาราของภูมิภาคอาเซียน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณรัตน์ กอเกรียงไกรกุล. 2551. ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางแท่งของไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. 2552. ตลาดยางพาราในจีน. ส่วนเศรษฐกิจ
ต่างประเทศ ฝ่ายวิชาการ. (Online). www.exim.go.th, 1 สิงหาคม 2552.

ธีรยุทธ แสงพิทักษ์. 2550. การวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้ายางพาราของประเทศสหรัฐอเมริกา.
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตร
ศาสตร์.

นงนุช อังยูริกุล. 2551. เอกสารประกอบคำสอนวิชาการจัดการธุรกิจเกษตรขั้นสูง.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญบากรณ์ พันธมิตร. 2551. การวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศคู่ค้าที่
สำคัญจาก ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พรเทพ เอื้อวิเศษ. 2548. การวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพการแข่งขันการส่งออกยางพาราของ
ประเทศไทยกับอินโดนีเซีย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์
เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รัตนา สายคนิต และ ชลลดา จามรกุล. 2549. เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วลี พร้อมปัญญา. 2535. การวิเคราะห์เสถียรภาพการส่งออกยางพาราของ. วิทยานิพนธ์วิทยา
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2541. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนา
พานิชจำกัด.

———. 2548. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน. 2552. การนำเข้ายางพาราของประเทศไทย (Online).

<http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/>, 1 สิงหาคม 2552.

ศูนย์ฐานข้อมูลยางพารา. 2552. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับยางพารา. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต9.

(Online). www.dbrubber.org, 1 สิงหาคม 2552.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์. 2552. ปริมาณการผลิตยางของ

ประเทศไทย (Online). <http://www.depthai.go.th/ข้อมูลการค้าและการส่งออก/ข้อมูล>

สินค้า/tabid/196/Default.aspx, 3 มีนาคม 2553.

สถาบันวิจัยยาง. 2550. ข้อมูลวิชาการยางพารา. กรมวิชาการเกษตร, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

_____. 2552. ข้อมูลวิชาการยางพารา. กรมวิชาการเกษตร, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

_____. 2552. สถิติยางพาราไทย. กรมวิชาการเกษตร, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สมาคมยางพาราไทย. 2552. สถิติยางโลก (Online). www.thainr.com, 1 สิงหาคม 2552.

สำนักงานตลาดกลางยางพาราสงขลา. 2552. ปริมาณการส่งออกยางผ่านท่าเรือและด่านศุลกากร
ปลายทางประเทศจีน. สถาบันวิจัยยาง, กรมวิชาการเกษตร.

สำนักงานสถิติประเทศมาเลเซีย. 2553. การนำเข้ายางพาราที่สำคัญของประเทศมาเลเซีย (Online).

<http://www.lgm.gov.my/nrstat/NRStatisticWorld.aspx>, 14 กรกฎาคม 2553.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2552. สถิติยาง. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (Online).

www.oae.go.th, 1 สิงหาคม 2552.

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้. 2552. ยางพาราในประเทศสาธารณรัฐ

ประชาชนจีน (Online). http://www.thaishanghai.com/en/news_info.asp?id=56,

3 ธันวาคม 2552.

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

เสาวนีย์ ภัทโรวาสน์. 2543. **การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของไทย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

โสภิญ ทองปาน. 2536. **นโยบายเกษตรหลักและนโยบายของไทย**. คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อรณิชา เหมวิเชียร. 2549. **ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยในการส่งออกยางแท่ง**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อภิสิทธิ์ อีสริยานุกุล. 2539. **หลักวิธีการวิเคราะห์ตลาดและราคา**. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อดุลย์ จาคูรงค์กุล. 2546. **การบริหารการตลาด กัญชง และกัญชงวิธี**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุดมศรี ชวานิสากุล. 2544. **การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกยางธรรมชาติของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอนก ภูณาสะสิริ. 2553. **เศรษฐกิจ สถาบันวิจัยยาง. สัมภาษณ์**, 17 กุมภาพันธ์ 2553.

เอนก ภูณาสะสิริ สุภาพร บัวแก้ว สมจิตต์ ศิขรินมาศ จุมพฏ สุขเกื้อ พัชรินทร์ ศรีวารินทร์. 2549. **ต้นทุนการผลิตยาง สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร**.

Awokuse, Titus O. and Conrado M. Gempesaw II. 2005. **Foregin political instability and U.S. agricultural export : evidence from panel data**. Economics Bulletin. Vol.6, No. 15: 1-12.

Bielik, P. and D. Kunova. 2007. **The Impact of BSE on Meat Consumption in Slovakia.**

Slovak Agricultural University in Nitra.

Bisnis Indonesia. 2009. Automotive Industry (Online). <http://new.pefindo.com/files>

/id_automotive_200901.pdf, 9 July 2010.

Center for International Comparisons of Production Income and Prices. 2010. **Exchange Rate.**

(Online). http://pwt.econ.upenn.edu/php_site/pwt63/pwt63_form.php, 8 August 2010.

International Rubber Study Group. 2003. **Rubber Statistical Bulletin.** Wembley: Heron House.

———. 2009. **Rubber Statistical Bulletin.** Wembley: Heron House.

Kenichi Ohno and Mai The Cuong. 2005. **The Automobile Industry in Vietnam Remaining**

Issues in Implementing the Master Plan (Online). http://www.vdf.org.vn./Doc/2005/BookMar05_IPF_EChapter7.pdf, 9 July 2009.

Laborsta Internet . 2010. **Total Employment by Economic activity** (Online).

<http://laborsta.ilo.org /STP/guest>, 9 July 2009.

World Bank. 2009. **GDP Per Capita** (Online). [http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?](http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?Step=2&id=4&DisplayAggregation=N&SdmxSupported=Y&CNO=2)

[Step=2&id=4&DisplayAggregation=N&SdmxSupported=Y&CNO=2](http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?Step=2&id=4&DisplayAggregation=N&SdmxSupported=Y&CNO=2), 7 June 2010.

Zhang, Q. and Michael R. Reed. 2006. **The Impact of Multiple Volatilities on Import**

Demand for U.S. Grain: The Case of Soybeans. Department of Agricultural Economics University of Kentucky.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตารางผนวกที่ 1 ปริมาณการนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย
อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551

(หน่วย: ตัน)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	154,131	7,216	8,610	6,906
2542	108,700	7,260	9,966	1,908
2543	354,848	15,021	9,355	3,424
2544	336,056	15,497	8,181	4,297
2545	344,052	15,529	3,851	15,604
2546	356,496	25,121	5,080	10,878
2547	250,333	21,326	8,470	4,198
2548	203,118	24,175	8,129	3,813
2549	203,983	16,811	7,078	15,020
2550	178,706	7,323	1,165	9,886
2551	189,397	8,548	1,987	3,071

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)

ตารางผนวกที่ 2 ปริมาณการนำเข้ายางแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย
มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551

(หน่วย: ตัน)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	44,639	21,166	13,639	4,044
2542	61,383	34,301	43,144	9,137
2543	142,235	36,673	73,617	44,532
2544	163,820	131,375	69,427	64,218
2545	154,813	42,872	110,226	64,647
2546	217,268	107,830	160,573	49,627
2547	224,376	181,137	235,350	25,169
2548	242,938	245,263	370,060	24,287
2549	250,828	310,430	396,759	42,640
2550	364,767	301,054	426,552	44,490
2551	421,685	319,397	349,708	35,152

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)

ตารางผนวกที่ 3 ปริมาณการนำเข้าน้ำยางข้นของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย
มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551

(หน่วย: ตัน)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	47,650	1,463	14,437	38
2542	40,924	2,575	13,623	395
2543	55,212	930	15,719	2,376
2544	75,961	502	21,676	356
2545	71,637	690	25,936	561
2546	99,652	638	27,879	1,591
2547	134,170	1,744	44,248	8,689
2548	144,062	907	24,623	11,055
2549	198,451	3,620	24,188	30,006
2550	192,251	3,062	20,485	22,162
2551	210,187	6,065	10,218	14,650

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)

ตารางผนวกที่ 4 ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแผ่นรมควันของประเทศจีนจากประเทศไทย
อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551

(หน่วย: หยวนเรนมินบิต่อตัน)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	60.20	67.28	66.62	56.94
2542	55.60	56.91	53.86	53.51
2543	55.99	59.46	58.44	58.16
2544	49.31	49.40	51.77	51.56
2545	60.26	60.74	65.38	58.73
2546	80.90	80.37	85.12	84.14
2547	101.44	102.99	100.83	98.12
2548	111.33	111.45	125.87	104.14
2549	158.67	165.43	159.84	155.23
2550	150.55	150.18	165.76	149.07
2551	178.28	183.66	172.88	170.31

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)

ตารางผนวกที่ 5 ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางแท่งของประเทศจีนจากประเทศไทย อินโดนีเซีย
มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551

(หน่วย: หยวนเรนมินบิต่อตัน)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	61.06	61.08	64.89	73.09
2542	52.56	52.68	53.66	55.15
2543	55.82	53.00	56.18	57.32
2544	48.71	46.01	49.20	46.46
2545	60.81	60.68	64.44	56.00
2546	78.97	79.85	82.56	74.06
2547	99.48	97.61	99.88	93.61
2548	109.84	111.01	111.79	103.65
2549	156.95	160.95	158.66	149.74
2550	152.43	151.58	153.75	149.51
2551	179.04	179.35	177.40	172.63

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)

ตารางผนวกที่ 6 ราคานำเข้าที่แท้จริงของยางน้ำยางข้นของประเทศจีนจากประเทศไทย
อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551

(หน่วย: หยวนเรนมินบิต่อตัน)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	57.30	67.61	62.19	60.77
2542	51.46	49.35	60.96	56.52
2543	53.93	60.95	64.80	51.25
2544	48.36	55.25	62.51	55.56
2545	55.47	80.73	63.65	51.02
2546	65.28	67.72	68.68	62.21
2547	73.09	88.85	75.13	64.99
2548	81.16	82.68	79.44	78.12
2549	101.07	110.48	98.45	95.02
2550	101.84	105.66	95.03	97.34
2551	111.51	106.12	102.10	107.13

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)

ตารางผนวกที่ 7 ราคานำเข้าอย่างสังเคราะห์ของประเทศจีนเทียบประเทศไทย อินโดนีเซีย
มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551

(หน่วย: หยวนเรนมินบี)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	1.14	1.58	1.11	0.90
2542	1.15	1.42	0.94	0.64
2543	1.31	1.43	1.33	0.83
2544	1.46	1.46	0.51	1.09
2545	1.30	1.30	0.38	0.22
2546	1.10	2.24	0.51	1.68
2547	1.19	1.33	1.00	0.36
2548	1.26	2.31	1.02	1.09
2549	1.16	0.63	1.02	0.97
2550	1.12	0.81	1.17	1.35
2551	1.05	0.87	0.94	1.02

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)

ตารางผนวกที่ 8 รายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริงของประเทศจีนเทียบประเทศไทย
อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551

(หน่วย: หยวนเรนมินบิ)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	0.45	1.06	0.23	2.27
2542	0.46	1.14	0.23	2.34
2543	0.48	1.18	0.24	2.36
2544	0.51	1.24	0.26	2.41
2545	0.53	1.30	0.27	2.47
2546	0.55	1.38	0.28	2.56
2547	0.57	1.46	0.30	2.63
2548	0.61	1.53	0.31	2.69
2549	0.65	1.63	0.34	2.80
2550	0.70	1.75	0.36	2.94
2551	0.74	1.81	0.38	3.04

ที่มา: World Bank (2009)

ตารางผนวกที่ 9 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศจีนเทียบประเทศไทย อินโดนีเซีย
มาเลเซีย และเวียดนาม ปี 2541 – 2551

(หน่วย: 1 ดอลลาร์ต่อหยวนเรนมินบี)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	0.20017	0.00083	2.10961	0.00062
2542	0.21892	0.00105	2.17849	0.00059
2543	0.20638	0.00098	2.17855	0.00058
2544	0.18629	0.00081	2.17818	0.00056
2545	0.19266	0.00089	2.17815	0.00054
2546	0.19952	0.00097	2.17817	0.00053
2547	0.20578	0.00093	2.17811	0.00052
2548	0.20374	0.00084	2.16375	0.00052
2549	0.21048	0.00087	2.17368	0.00050
2550	0.22039	0.00083	2.21306	0.00047
2551	0.19556	0.00063	1.91353	0.00041

ที่มา: Center for International Comparisons of Production Income and Prices (2010)

ตารางผนวกที่ 10 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่แท้จริงประเทศจีนไปประเทศไทย
อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนามปี 2541 – 2551

(หน่วย: หยวนเรนมินบิ)

ปี	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
2541	14,075,935.2	1,939,003.8	2,765,104.9	1,607,741.7
2542	6,083,924.4	2,100,397.8	3,879,942.9	1,902,591.3
2543	26,245,820.4	1,829,662.4	5,728,822.8	3,707,578.7
2544	24,390,239.3	5,785,557.7	5,026,919.5	4,101,291.1
2545	31,989,022.9	2,821,338.5	9,392,417.5	6,244,792.1
2546	62,011,109.1	8,042,907.4	19,737,514.9	10,657,559.4
2547	69,096,818.9	18,608,121.74	31,887,980.1	13,830,250.1
2548	75,573,687.7	26,596,988.5	48,257,848.2	13,498,920.9
2549	129,616,508.2	52,444,158.3	93,817,296.0	25,805,530.9
2550	151,385,285.6	53,183,379.9	92,385,000.8	19,733,990.8
2551	159,398,283.9	58,121,915.4	102,160,800.8	12,484,277.1

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)



ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศไทย

+-----+

OLS Without Group Dummy Variable

Ordinary least squares regression Weighting variable = none

Dep. var. = LNQRSS Mean= 9.780133004 , S.D.= 1.636560666

Model size: Observations = 44, Parameters = 6, Deg.Fr.= 38

Residuals: Sum of squares= 42.54600624 , Std.Dev.= 1.05813

Fit: R-squared= .630575, Adjusted R-squared = .58197

Model test: F[5, 38] = 12.97, Prob value = .00000

Diagnostic: Log-L = -61.6940, Restricted(b=0) Log-L = -83.6018

LogAmemiyaPrCrt.= .241, Akaike Info. Crt.= 3.077

Panel Data Analysis of LQRSS [ONE way]

Unconditional ANOVA (No regressors)

Source	Variation	Deg. Free.	Mean Square
Between	101.372	3.	33.7905
Residual	13.7966	40.	.344915
Total	115.168	43.	2.67833

+-----+

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P[T >t]	Mean of X
----------	-------------	----------------	---------	----------	-----------

+-----+

LNRP _{rss}	-3.727454812	.67904681	-5.489	.0000	4.4795607
LNRP _{srt}	.7866047397	.40035530	1.965	.0568	.18056221E-01
LNXRAT _{cjt}	-.2056870736	.11321951	-1.817	.0772	-3.8549875
LNEXP _{cjt}	1.533921210	.23440317	6.544	.0000	16.568240
RGDP _{cjt}	-.4727177245	.44629930	-1.059	.2962	1.2148360
Constant	.8302690288	2.2556344	.368	.7149	

+-----+

Least Squares with Group Dummy Variables

Ordinary least squares regression Weighting variable = none

Dep. var. = LQRSS Mean= 9.780133004 , S.D.= 1.636560666

Model size: Observations = 44, Parameters = 9, Deg.Fr.= 35

Residuals: Sum of squares= 11.09941951 , Std.Dev.= .56314

Fit: R-squared= .903624, Adjusted R-squared = .88160

Model test: F[8, 35] = 41.02, Prob value = .00000

Diagnostic: Log-L = -32.1328, Restricted(b=0) Log-L = -83.6018

LogAmemiyaPrCrt.= -.962, Akaike Info. Crt.= 1.870

Estd. Autocorrelation of e(i,t) .078838

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P[T >t]	Mean of X
LNRP _{rss}	-1.415311568	.51751685	-2.735	.0093	4.4795607
LNRP _{srt}	.2629533660	.22033680	1.193	.2399	.18056221
LNXRAT _{cjt}	1.230591153	1.3406205	.918	.3643	-3.8549875
LNEXP _{cjt}	.2730135475	.17818679	1.532	.1336	16.568240
RGDP _{cjt}	2.043235731	1.0900023	1.875	.0684	1.2148360

Estimated Fixed Effects

Group	Coefficient	Standard Error	t-ratio
1	14.58992	2.83348	5.14912
2	17.19935	9.03963	1.90266
3	8.94275	1.97144	4.53614
4	14.68288	8.93955	1.64246

Test Statistics for the Classical Model

Model	Log-Likelihood	Sum of Squares	R-squared
(1) Constant term only	-83.60179	.1151682250D+03	.0000000
(2) Group effects only	-36.91839	.1379658932D+02	.8802049
(3) X - variables only	-61.69402	.4254600624D+02	.6305751
(4) X and group effects	-32.13277	.1109941951D+02	.9036243

Hypothesis Tests

Likelihood Ratio Test			F Tests			
	Chi-squared	d.f.	Prob.	F	num. denom.	Prob value
(2) vs (1)	93.36	3	.00000	97.968	3 40	.00000
(3) vs (1)	43.816	5	.00000	12.973	5 38	.00000

(4) vs (1) 102.938 8 .00000 41.020 8 35 .00000
 (4) vs (2) 9.571 5 .08834 1.701 5 35 .16021
 (4) vs (3) 59.122 3 .00000 33.054 3 35 .00000

+-----+
 Random Effects Model: $v(i,t) = e(i,t) + u(i)$

Estimates: Var[e] = .317126D+00

 Var[u] = .802505D+00

 Corr[v(i,t),v(i,s)] = .716758

Lagrange Multiplier Test vs. Model (3) = 15.31

(1 df, prob value = .000091)

(High values of LM favor FEM/REM over CR model.)

Fixed vs. Random Effects (Hausman) = 10.75

(5 df, prob value = .056568)

(High (low) values of H favor FEM (REM).)

Reestimated using GLS coefficients:

Estimates: Var[e] = .338305D+00

 Var[u] = .693967D+01

 Sum of Squares .885153D+02

 R-squared .630575D+00

+-----+

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St.Er.	P[Z >z]	Mean of X
LNRP _{rss}	-1.321353024	.49233304	-2.684	.0073	4.4795607
LNRP _{srt}	.2973313002	.21958834	1.354	.1757	18056221
LNXRAT _{cjt}	.1732869826	.21919890	.791	.4292	3.8549875
LNEXP _{cjt}	.4024340942	.17332247	2.322	.0202	16.568240
RGDP _{cjt}	.5223881064	.74141565	.705	.4811	1.2148360
Constant	9.059624116	1.7731331	5.109	.0000	

+-----+

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแท่งของประเทศไทย

+-----+

OLS Without Group Dummy Variables

Ordinary least squares regression Weighting variable = none

Dep. var. = LNQst Mean= 11.43782578 , S.D.= 1.133829851

Model size: Observations = 44, Parameters = 6, Deg.Fr.= 38

Residuals: Sum of squares= 8.886433377 , Std.Dev.= .48358

Fit: R-squared= .839245, Adjusted R-squared =.81809

Model test: F[5, 38]= 39.68, Prob value = .00000

Diagnostic: Log-L = -27.2407, Restricted(b=0) Log-L = -67.4540

LogAmemiyaPrCrt.= -1.325, Akaike Info. Crt.= 1.511

Panel Data Analysis of LQST [ONE way]

Unconditional ANOVA (No regressors)

Source	Variation	Deg. Free.	Mean Square
Between	20.7476	3.	6.91587
Residual	34.5319	40.	.863298
Total	55.2795	43.	1.28557

+-----+

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P[T >t]	Mean of X
----------	-------------	----------------	---------	----------	-----------

+-----+

LNRP _{str}	-.3691700175	.30310703	-1.218	.2308	4.4567881
LNRP _{sr}	-.1673496325	.18288613	-.915	.3659	18056221
LNXRAT _{cjt}	-.1732080188	.51843721E-01	-3.341	.0019	-3.8549875
LNEXP _{cjt}	.8236691418	.10556656	7.802	.0000	16.568240
RGDP _{cjt}	-.8345305968	.20584068	-4.054	.0002	1.2148360
Constant-	.2144846796	1.0322172	-.208	.8365	

(Note: E+nn or E-nn means multiply by 10 to + or -nn power.)

+-----+

Least Squares with Group Dummy Variables

Ordinary least squares regression Weighting variable = none

Dep. var. = LQST Mean= 11.43782578 , S.D.= 1.133829851

Model size: Observations = 44, Parameters = 9, Deg.Fr.=35

Residuals: Sum of squares= 3.916078821 , Std.Dev.= .33450

Fit: R-squared= .929159, Adjusted R-squared = .91297 |

Model test: F[8, 35] = 57.38, Prob value = .00000

Diagnostic: Log-L = -9.2131, Restricted(b=0) Log-L = -67.4540

LogAmemiyaPrCrt.= -2.004, Akaike Info. Crt.= .828

Estd. Autocorrelation of e(i,t) .322345

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P[T >t]	Mean of X
LNRP _{str}	-1.554752879	.28074725	-5.538	.0000	4.4567881
LNRP _{srt}	.1534069406	.13005862	.118	.9067	.18056221E-01
LNXRAT _{cjt}	.620522991	.79901226	.777	.4421	-3.8549875
LNEXP _{cjt}	1.165507712	.99449640E-01	11.720	.0000	16.568240
RGDP _{cjt}	.6473032431	.64741364	1.000	.3236	1.2148360

(Note: E+nn or E-nn means multiply by 10 to + or -nn power.)

Estimated Fixed Effects

Group	Coefficient	Standard Error	t-ratio
1	-.93970	1.68586	-.55740
2	3.19954	5.38565	.59409
3	-1.37489	1.17030	-1.17482
4	1.76339	5.32207	.33133

Test Statistics for the Classical Model

Model	Log-Likelihood	Sum of Squares	R-squared
(1) Constant term only	-67.45398	.5527951565D+02	.0000000
(2) Group effects only	-57.10257	.3453190686D+02	.3753218
(3) X - variables on	-27.24069	.8886433377D+01	.8392455
(4) X and group effect	-9.21312	.3916078821D+01	.9291586

Hypothesis Tests

Likelihood Ratio Test			F Tests		
Chi-squared	d.f.	Prob	F	num. denom.	Prob value

(2) vs (1)	20.703	3	.00012	8.011	3	40	.00027
(3) vs (1)	80.427	5	.00000	39.677	5	38	.00000
(4) vs (1)	116.482	8	.00000	57.383	8	35	.00000
(4) vs (2)	95.779	5	.00000	54.726	5	35	.00000
(4) vs (3)	36.055	3	.00000	14.808	3	35	.00000

-----+
 Random Effects Model: $v(i,t) = e(i,t) + u(i)$

Estimates: Var[e] = .111888D+00

Var[u] = .121966D+00

Corr[v(i,t),v(i,s)] = .521547

Lagrange Multiplier Test vs. Model (3) = 10.73

(1 df, prob value = .001054)

(High values of LM favor FEM/REM over CR model.)

Fixed vs. Random Effects (Hausman) = .00

(5 df, prob value = 1.000000)

(High (low) values of H favor FEM (REM).)

Reestimated using GLS coefficients:

Estimates: Var[e] = .118272D+00

Var[u] = .748846D+00

Sum of Squares .124951D+02

R-squared .839245D+00

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St.Er	P[Z >z]	Mean of X
LNRP _{str}	-1.290676336	.26115567	-4.942	.0000	4.4567881
LNRP _{srt}	-.8006096840	.12942989	-.062	.9507	.18056221E-01
LNXRAT _{cjt}	-.7748749953E-01	.99698405E-01	-.777	.4370	-3.8549875
LNEXP _{cjt}	1.145143665	.94253465E-01	12.150	.0000	16.568240
RGDP _{cjt}	-.2263817528	.36187021	626	.5316	1.2148360
Constant	-1.806470071	.94541434	1.911	.0560	

(Note: E+nn or E-nn means multiply by 10 to + or -nn power.)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าน้ำมันของประเทศไทย

+-----+

OLS Without Group Dummy Variables

Ordinary least squares regression Weighting variable = non

Dep. var. = LNQla Mean= 9.146294038 , S.D.= 2.042359956

Model size: Observations = 44, Parameters = 6, Deg = 38

Residuals: Sum of squares= 52.83042261 , Std.Dev. 1.17910

Fit: R-squared= .705455, Adjusted R-squared = .66670

Model test: F[5, 38] = 18.20, Prob valu .00000

Diagnostic: Log-L = -66.4570, Restricted(b=0) Log-L = -93.3482

LogAmemiyaPrCrt.= .457, Akaike Info. Crt.= 3.294

Panel Data Analysis of LQLA [ONE way]

Unconditional ANOVA (No regressors)

Source	Variation	Deg. Free.	Mean Square
Between	122	3.	40.9031
Residual	56.6537	40.	1.41634
Total	179.363	43.	4.1712

+-----+

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P[T >t]	Mean of X
LNRP _{la}	- 1.342922482	1.0222816	-1.314	.1968	4.2808047
LNRP _{tsr}	.4932158833	.44578061	1.106	.2755	.18056221E-01
LNXRAT _{cjt}	.4182714708	.12618180	3.315	.0020	-3.8549875
LNEXP _{cjt}	.9033269302	.20856663	4.331	.0001	16.568240
RGDP _{cjt}	.6877317962	.47634443	1.444	.1570	1.2148360
Constant	.6965901999	3.0735156	.227	.8219	

+-----+

Least Squares with Group Dummy Variables

Ordinary least squares regression Weighting variable = none

Dep. var. = LQLA Mean= 9.146294038 , S.D.= 2.042359956

Model size: Observations = 44, Parameters = 9, Deg.Fr.= 35

Residuals: Sum of squares= 26.07716017 , Std.Dev.= .86317

Fit: R-squared= .854612, Adjusted R-squared = .82138

Model test: F[8, 35] = 25.72, Prob value = .00000

Diagnostic: Log-L = -50.9244, Restricted(b=0) Log-L = -93.3482

LogAmemiyaPrCrt.= -.108, Akaike Info. Crt.= 2.724

Estd. Autocorrelation of e(i,t) .420252

Variable	Coefficient	Standard Error	t-ratio	P[T >t]	Mean of X
LNRP _{la}	-.4514714050	1.0774072	-.419	.6775	4.2808047
LNRP _{lsr}	.1144678964	.33523733	.341	.7346	.18056221E-01
LNXRAT _{cjt}	.2562504581	2.0603575	.124	.9017	-3.8549875
LNEXP _{cjt}	.3059958485E-01	.21259397	.144	.8863	16.568240
RGDP _{cjt}	5.153808496	1.7196974	2.997	.0047	1.2148360

(Note: E+nn or E-nn means multiply by 10 to + or -nn power.)

Estimated Fixed Effects

Group	Coefficient	Standard Error	t-ratio
1	10.32917	5.19002	1.99020
2	3.39790	14.46179	.23496
3	9.68610	3.82108	2.53491
4	-2.22630	14.12560	-.15761

Test Statistics for the Classical Model

Model	Log-Likelihood	Sum of Squares	R-squared
(1) Constant term only	-93.34819	.1793630702D+03	.0000000
(2) Group effects only	-67.99418	.5665368792D+02	.6841396
(3) X - variables only	-66.45704	.5283042261D+02	.7054554
(4) X and group effects	-50.92444	.2607716017D+02	.8546124

Hypothesis Tests

	Likelihood Ratio Test			F Tests		
	Chi-squared	d.f.	Prob.	F	num. denom.	Prob value
(2) vs (1)	50.708	3	.00000	28.879	3 40	.00000

(3) vs (1)	53.782	5	.00000	18.203	5	38	.00000
(4) vs (1)	84.847	8	.00000	25.717	8	35	.00000
(4) vs (2)	34.139	5	.00000	8.208	5	35	.00003
(4) vs (3)	31.065	3	.00000	11.969	3	35	.00002

-----+
 Random Effects Model: $v(i,t) = e(i,t) + u(i)$

Estimates: Var[e] = .745062D+00

Var[u] = .645213D+00

Corr[v(i,t),v(i,s)] = .464090

Lagrange Multiplier Test vs. Model (3) = 2.34

(1 df, prob value = .125974)

(High values of LM favor FEM/REM over CR model.)

Fixed vs. Random Effects (Hausman) = .00

(5 df, prob value = 1.000000)

(High (low) values of H favor FEM (REM).)

Reestimated using GLS coefficients:

Estimates: Var[e] = .893240D+00

Var[u] = .436717D+01

Sum of Squares .801956D+02

R-squared .705455D+00

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St.Er.	P[Z >z]	Mean of X
LNRP _{la}	-.3677611820	.94984740	-.387	.6986	4.2808047
LNRP _{tsr}	.1892995514	.33354548	.568	.5703	.18056221E-01
LNXRAT _{cjt}	.7842970274	.23811190	3.294	.0010	-3.8549875
LNEXP _{cjt}	.3177462501	.19622902	1.619.	.1054	16.568240
RGDP _{cjt}	1.995870344	.86438938	2.309	.0209	1.2148360
Constant	2.902866268	2.8368090	1.023	.3062	

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ –นามสกุล	นางสาวจุฑารัตน์ พรหมทัต
วัน เดือน ปี ที่เกิด	12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2529
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.) มหาวิทยาลัยบูรพา
ประวัติการทำงาน	ผู้ช่วยนักวิจัย โครงการศึกษาประสิทธิภาพตลาด ขายส่งและขายปลีกสินค้าพืชผักผลไม้ปลอดภัย ของมูลนิธิโครงการหลวง และความต้องการ พืชผักและผลไม้ปลอดภัยของผู้บริโภค ปี 2553

