

# การวิเคราะห์สาเหตุการเปลี่ยนแปลงการส่งออกถุงมือยางของไทย

นฤทธิ ไชยประพันธ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2549

ISBN 974-671-336-1

**An Analysis of Factors Affecting Changes in Thai Rubber Gloves Exports.**

**NARIT CHAIPRAPHAN**

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics

Department of Economics

Graduate School, Dhurakij Pundit University

2006

ISBN 974-671-336-1

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาและเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับคำแนะนำและการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จาก ผศ.ดร.ธรรมนุญ พงษ์ศรีกูร ผู้อำนวยการบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ประธานกรรมการ อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ คนจริง กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.เยาวลักษณ์ ราชแพทยาคม กรรมการ และ รศ. ดร.เรืองไร โตกฤษณะ กรรมการ ที่ให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้เขียนกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ที่ประสาทวิชาความรู้ทุกท่าน และผู้ที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ซึ่งได้แก่ คุณจิรวุฒิ อุดมรัตน์ นักวิชาการพาณิชย์ กรมส่งเสริม การส่งออกกระทรวงพาณิชย์ ตลอดจนผู้ประกอบกิจการทั้งหลายที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา รวมทั้งเจ้าของเอกสารที่ใช้ในการศึกษาและอ้างอิงในการศึกษาครั้งนี้จนสามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอกราบพระคุณบิดา มารดาและขอบคุณ พี่ๆ น้องๆ ตลอดจนผู้บังคับบัญชา และเพื่อนๆ ที่ให้กำลังใจต่อผู้เขียนเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา สำหรับส่วนที่เป็นความดีอันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนขอมอบให้แก่บิดาและมารดาของผู้เขียน ส่วนข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

นฤทธิ ไชยประพันธ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	10
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	11
1.5 วิธีและขั้นตอนการวิจัย.....	11
2. เค้าโครงร่างทางทฤษฎี.....	13
2.1 การตรวจสอบเอกสาร.....	13
2.2 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	18
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาดคงที่.....	22
3. สถานการณ์อุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย.....	27
3.1 โครงสร้างการผลิต.....	29
3.2 สถานการณ์ตลาดภายในประเทศ.....	35
3.3 สถานการณ์ตลาดโลก.....	38
3.4 สถานการณ์ตลาดส่งออกถุงมือยางของไทย.....	42
3.5 สถานการณ์ตลาดนำเข้าของสหรัฐอเมริกา.....	42
4. นโยบายและมาตรการต่างๆ ของรัฐ.....	45
4.1 สำนักนายกรัฐมนตรี.....	45
4.2 กระทรวงพาณิชย์.....	46
4.3 การทรวงการคลัง.....	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.4 กระทรวงสาธารณสุข.....	47
4.5 กระทรวงอุตสาหกรรม.....	48
4.6 มาตรการด้านภาษี.....	49
4.7 ภาวะเศรษฐกิจและกติกการค้าโลก.....	50
4.8 ด้านบุคลากร.....	52
4.9 องค์การภาครัฐและเอกชน.....	53
5. ผลการศึกษา .....	56
5.1 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษา ปี พ.ศ. 2540-2541 เทียบกับปี พ.ศ. 2546-2547.....	56
5.2 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ กรณีศึกษาตลอดช่วงปี พ.ศ. 2540-2547.....	58
5.3 สรุปเปรียบเทียบการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ ตาม 5.1 และ 5.2.....	61
5.4 ผลกระทบจากการขยายตัวของการค้าโลก.....	62
5.5 ปัญหาและอุปสรรค.....	63
6. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	64
6.1 สรุปผลการศึกษา.....	65
6.2 ข้อเสนอแนะ.....	65
6.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	70
บรรณานุกรม.....	102
ภาคผนวก.....	106

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	มูลค่าและสัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางของไทย ปี 2544-2547..... 2
1.2	ราคายางภายในประเทศ ปี 2543-2547..... 4
1.3	มูลค่าและสัดส่วนของประเทศผู้นำเข้าถุงมือยางที่สำคัญของโลก ปี 2544-2547..... 6
1.4	ราคาถุงมือยางโลก ของประเทศนำเข้าที่สำคัญ ปี 2545-2547..... 7
1.5	มูลค่าและสัดส่วนตลาดส่งออกถุงมือยางของไทย ปี 2544-2547..... 8
2.1	ความต้องการแรงงานต่อหน่วยผลิต..... 20
3.1	โครงสร้างการผลิตและการใช้ถุงมือยางในประเทศไทย..... 31
3.2	มูลค่าการนำเข้าถุงมือยางของไทยจากประเทศ ผู้ส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรกรวมทั้งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2547..... 37
3.3	มูลค่าการนำเข้าถุงมือยางของโลกของประเทศ ผู้นำเข้าที่สำคัญ 10 อันดับแรกระหว่างปี พ.ศ. 2540-2547..... 39
3.4	มูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทยไปประเทศ ผู้ส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรก ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2547..... 41
3.5	มูลค่าการนำเข้าถุงมือยางของสหรัฐอเมริกาจากประเทศผู้ส่งออก ที่สำคัญ 10 อันดับแรก ระหว่างปี พ.ศ. 2540 – 2547..... 43
4.1	อัตราภาษีศุลกากรภายใต้ WTO ของการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์ยาง..... 51
4.2	อัตราภาษีศุลกากรภายใต้ AFTA พ.ศ. 2544..... 52
5.1	การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทย วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ปี พ.ศ. 2540-2541 (ปีฐาน) เทียบกับ ปี พ.ศ. 2546-2547 (ปีปัจจุบัน)..... 57
5.2	การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทย วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ตลอดช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2547..... 59
5.3	เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกถุงมือยาง ของไทย วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ตามตารางที่ 5.1 และ 5.2 ..... 62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
6.1 ผลการคำนวณวิธีที่ 1.....	71
6.2 ผลการคำนวณวิธีที่ 2.....	72
6.3 มูลค่าการค้ารวมของโลก.....	74
6.4 มูลค่าการนำเข้าถุงมือขางรวมของประเทศสหรัฐอเมริกา.....	74
6.5 มูลค่าการค้าถุงมือขางของโลก (เหรียญสหรัฐ).....	75
6.6 มูลค่าการส่งออกถุงมือขางของไทย (เหรียญสหรัฐ).....	75
6.7 ปริมาณการส่งออกถุงมือขางของไทย.....	76
6.8 มูลค่าการส่งออกถุงมือขางของไทย (บาท).....	76
6.9 พื้นที่ปลูกขางของประเทศต่างๆ.....	77
6.10 การผลิต การใช้ และสต็อกขางธรรมชาติของโลก.....	78
6.11 การผลิต การใช้ และสต็อกขางสังเคราะห์ของโลก.....	79
6.12 การใช้ ขางธรรมชาติของประเทศสำคัญๆ.....	80
6.13 การใช้ ขางสังเคราะห์ของประเทศสำคัญๆ.....	81
6.14 การผลิตขางธรรมชาติของประเทศต่างๆ.....	82
6.15 การผลิตขางสังเคราะห์ของประเทศต่างๆ.....	83
6.16 การส่งออก ขางธรรมชาติของไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย.....	84
6.17 การส่งออกขางแผ่นรมควันของไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย.....	85
6.18 การส่งออกขางแท่งของไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย.....	86
6.19 การนำเข้าขางธรรมชาติของประเทศต่างๆ.....	87
6.20 การใช้ขางธรรมชาติของประเทศผู้ผลิต.....	88
6.21 การนำเข้าน้ำขางชั้น ของประเทศต่างๆ.....	89
6.22 การใช้น้ำขางชั้น ของประเทศต่างๆ.....	90
6.23 ผลผลิตขางธรรมชาติของไทย.....	91
6.24 ปริมาณการส่งออกขางแยกตามประเภท.....	92
6.25 ปริมาณการส่งออกขางของไทยไปยังประเทศผู้ซื้อปลายทาง.....	92
6.26 รายชื่อผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI.....	93
6.27 รายชื่อโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการผลิตถุงมือขางปี 2547.....	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
6.28 รายชื่อผู้ส่งออกถลุงมือยาง 20 อันดับแรกปี 2547.....	97
6.29 รายชื่อสมาชิกสมาคมผู้ผลิตถลุงมือยางของไทย.....	98
6.30 อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นเดือนของเงินบาทต่อเงินเหรียญสหรัฐ.....	99
6.31 ราคาน้ำมันในตลาด SYMEX.....	100
6.32 ราคาภายในประเทศ.....	101

D  
P  
U



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางของไทย ปี 2543.....	3
1.2 สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางของไทย ปี 2547.....	3
1.3 ราคาขางภายในประเทศ ณ ตลาดกลางกรุงเทพฯ ปี 2540-2547.....	4
1.4 ราคาน้ำมันดิบ ณ วันสิ้นปี ที่ตลาด SYMEX สหรัฐอเมริกา.....	9
1.5 สัดส่วนการส่งออกถุงมือยางของไทย ปี 2544.....	9
1.6 สัดส่วนการส่งออกถุงมือยางของไทย ปี 2547.....	10
2.1 คุณภาพบางส่วนของการค้าระหว่างประเทศ.....	21

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การวิเคราะห์สาเหตุการเปลี่ยนแปลงการส่งออกถั่วเขียวของไทย
ชื่อผู้เขียน	นฤทธิ ไชยประพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ชัยวัฒน์ คนจริง
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์
ปีการศึกษา	2548

### บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง โครงสร้างอุตสาหกรรมถั่วเขียวของไทยและวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุทำให้มูลค่าการส่งออกถั่วเขียวเปลี่ยนแปลง รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่ออุตสาหกรรมถั่วเขียว โดยใช้แนวคิดและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกถั่วเขียวของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2547

ผลของการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกถั่วเขียวของไทย โดยใช้ช่วงเวลาปี 2540-2541 เป็นปีฐาน และช่วงเวลาปี 2546-2547 เป็นปีปัจจุบันเป็นกรณีศึกษาที่ 1 และเปรียบเทียบกับการศึกษาตลอด ช่วงปี 2540-2547 เป็นกรณีศึกษาที่ 2 พบว่าทั้ง 2 วิธี มูลค่าการส่งออกสุทธิเพิ่มขึ้น เพราะว่าอิทธิพลของความสามารถในการแข่งขันเป็นสาเหตุหลัก รองลงมาคือผลจากการขยายตัวของตลาดโลกและผลจากการปรับทิศทางทางการส่งออกถั่วเขียว สำหรับปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลงคือ ผลจากการกระจายตัวของตลาด

นอกจากนี้ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการพัฒนาอุตสาหกรรมถั่วเขียวของไทย ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า ปัญหาการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิตในด้านวัตถุดิบน้ำยางขึ้นที่ราคาเพิ่มขึ้นโดยตลอด และยังมี การเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ปัญหาการขาดแคลนบุคลากร ที่มีความชำนาญด้านการผลิตและแรงงานที่ใช้ในสายงานการผลิต การบรรจุหีบห่อ ยังมีอุปสรรคในการปรับราคาถั่วเขียวให้สอดคล้องกับต้นทุนที่สูงขึ้น เนื่องจากราคาถั่วเขียวเป็นราคาสากล ดังนั้นหากผู้ผลิตรายใดปรับราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้ซื้อหันไปซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ หรือผู้ประกอบการจากประเทศอื่นๆ แทน ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการรายกลางและเล็กที่แบกรับภาระขาดทุนไม่ไหว จะลดกำลังการผลิตลงและบางรายต้องหยุดกิจการ

Thesis Title	An Analysis of Factors Affecting Changes in Thai Rubber Gloves Exports.
Author	Narit Chaipraphan
Thesis Advisor	Dr. Chaiwat Konjing
Department	Economics
Academic Year	2005

#### ABSTRACT

The main objective of this study is to analyze changes of export share, problems, and obstacles of Thai rubber gloves industry. The Constant Market Share Model (CMS) is used to estimate the potential value of changes in Thai rubber glove exports during the period 1997 – 2004.

The study of changes of Thai rubber gloves exports had been conducted in 2 scenarios. In case I, the change of export value during the year 1997 – 1998 is compared with that during the year 2003 – 2004. In case II, the change of export value is compared year by year during 1997 – 2004. The results of the Constant Market Share analysis indicated that changes in the value of exports of Thai rubber gloves were due mainly to the competition effects. The expansion effect of the world market and the interaction effects contributed to the second and third respectively. The distribution effect, however resulted in a decrease in export value.

Furthermore, problems and obstacles facing the Thai rubber gloves exports industry were the low level of production technology being employed, resulting in low productivity. At the same time, production cost has been increasing continuously due to an increased and volatile raw material price. The lack of skill laborers had contributed to low productivity and high production cost.

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก ในปี 2547 ไทยเราสามารถผลิตยางธรรมชาติได้ถึง 2,908,553 ตัน โดยที่ส่วนใหญ่การส่งออกในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ขั้นต้น เช่น ยางแผ่น ยางแท่ง และน้ำยางข้น โดยมีปริมาณการส่งออก จำนวน 2,576,534 ตัน และมีการใช้ยางธรรมชาติ เพื่อเพิ่มมูลค่าในการนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใช้ ในประเทศเพียง 302,000 ตันหรือร้อยละ 10.4 ของปริมาณการผลิต ส่วนมูลค่าการส่งออกธรรมชาติรวมของไทย ในปี 2547 มีมูลค่าสูงถึง 137,605 ล้านบาท ในขณะที่ผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติเพียง 302,000 ตัน สามารถทำรายได้จากการส่งออกถึง 78,050 ล้านบาท หรือร้อยละ 56.7 ของมูลค่าการส่งออกยางดิบและน้ำยางข้น ตามตารางที่ 1.1 ผลิตภัณฑ์จากยางโดยรวมใน ปี 2547 มียอดการส่งออก 78,050 ล้านบาท มีการขยายตัวร้อยละ 20.7 เมื่อเทียบกับปี 2546 ซึ่งมียอดส่งออกจากผลิตภัณฑ์ยางรวม 64,667 ล้านบาท สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากยางที่ขยายตัวได้ดีในปี 2547 คือ ยางพาดำ โดยมียอดส่งออก จำนวน 27,290 ล้านบาท โดยที่ปี 2546 มียอดส่งออกรวม 19,744 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2546 ร้อยละ 38 ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ยางประเภทถุงมือยาง มียอดส่งออก ปี 2543 - 2546 ค้างต่อไปนี้ จำนวน 14,422, 15,545, 16,686 และ 19,744 ล้านบาท ตามลำดับ สำหรับปี 2547 มียอดส่งออกถุงมือยาง จำนวน 19,637 ล้านบาท เริ่มปรับตัวลดลง เมื่อเทียบกับปี 2546 จำนวน 107 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.54

ตามตารางที่ 1.1 แม้ว่ามูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางจะเพิ่มขึ้นโดยตลอด เช่น ปี 2547 จำนวน 78,050 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 36,028 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 85.73 เมื่อ เทียบกับปี 2543 แต่เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกถุงมือยาง ในปี 2547 จำนวน 19,637 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 5,215 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 36.16 เมื่อเทียบกับปี 2543 ในขณะที่เดียวกันหากพิจารณาในรูปแบบของสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของยานพาดำ ปี 2547 คิด เป็นสัดส่วนร้อยละ 34.96 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางในขณะที่ปี 2543 มีสัดส่วน ร้อยละ 32.97 แต่การส่งออกถุงมือยางของไทย ปี 2547 มีสัดส่วนร้อยละ 25.16 ในขณะที่ปี 2543 มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 34.32 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยาง ดังภาพที่ 1.1 และภาพที่ 1.2

ตารางที่ 1.1 มูลค่าและสัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางของไทย ปี 2543-2547

(หน่วย : ล้านบาท)

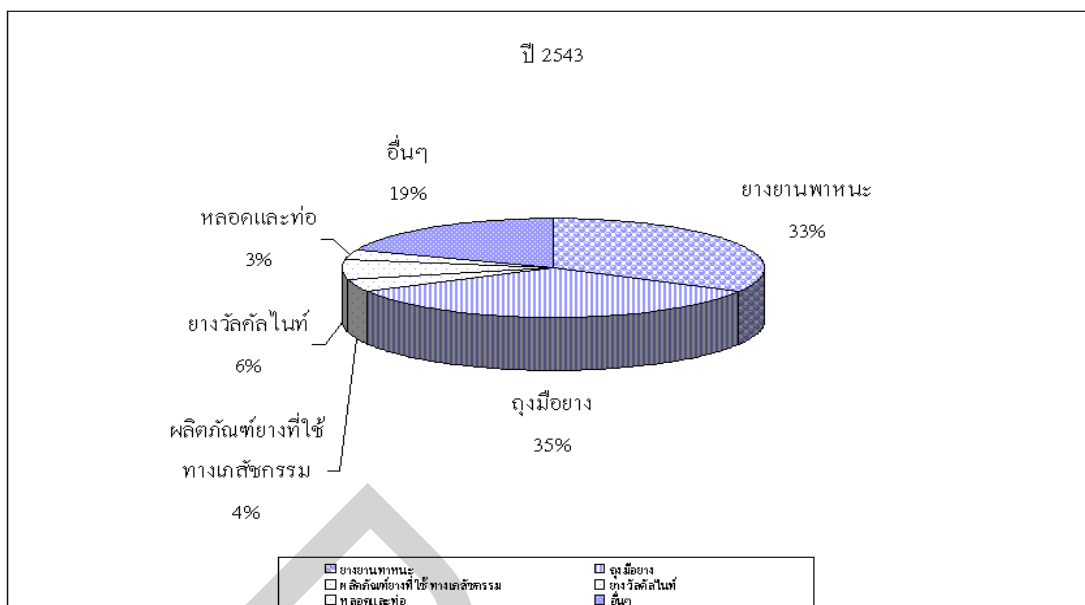
รายการ	2543	2544	2545	2546	2547
(1) ยางยานพาหนะ	13,855 (32.97)	16,904 (34.86)	18,681 (34.54)	19,744 (30.53)	27,290 (34.96)
(2) ถุงมือยาง	14,422 (34.32)	15,545 (32.06)	16,686 (30.85)	19,744 (30.53)	19,637 (25.16)
(3) ผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ทางเกษตรกรรม	1,779 (4.23)	3,605 (7.44)	4,717 (8.72)	6,499 (10.05)	6,066 (7.77)
(4) ยางวัลคัตไนท์	2,619 (6.23)	3,085 (6.36)	3,398 (6.28)	3,635 (5.62)	4,833 (6.19)
(5) หลอดและท่อ	1,410 (3.36)	1,597 (3.29)	1,651 (3.05)	2,340 (3.62)	2,933 (3.76)
รวม 5 ผลิตภัณฑ์	34,084 (81.11)	40,736 (84.02)	45,132 (83.44)	51,962 (80.35)	60,760 (77.85)
อื่นๆ	7,938 (18.89)	7,749 (15.98)	8,959 (16.56)	12,705 (19.65)	17,290 (22.15)
รวมผลิตภัณฑ์จากยาง	42,022 (100)	48,485 (100)	54,091 (100)	64,667 (100)	78,050 (100)

หมายเหตุ : 1. ตัวเลขในวงเล็บคิดเป็นสัดส่วนร้อยละของแต่ละปี

2. ยางวัลคัตไนท์ คือ ยางชนิดแข็งทำการอบกับกำมะถัน

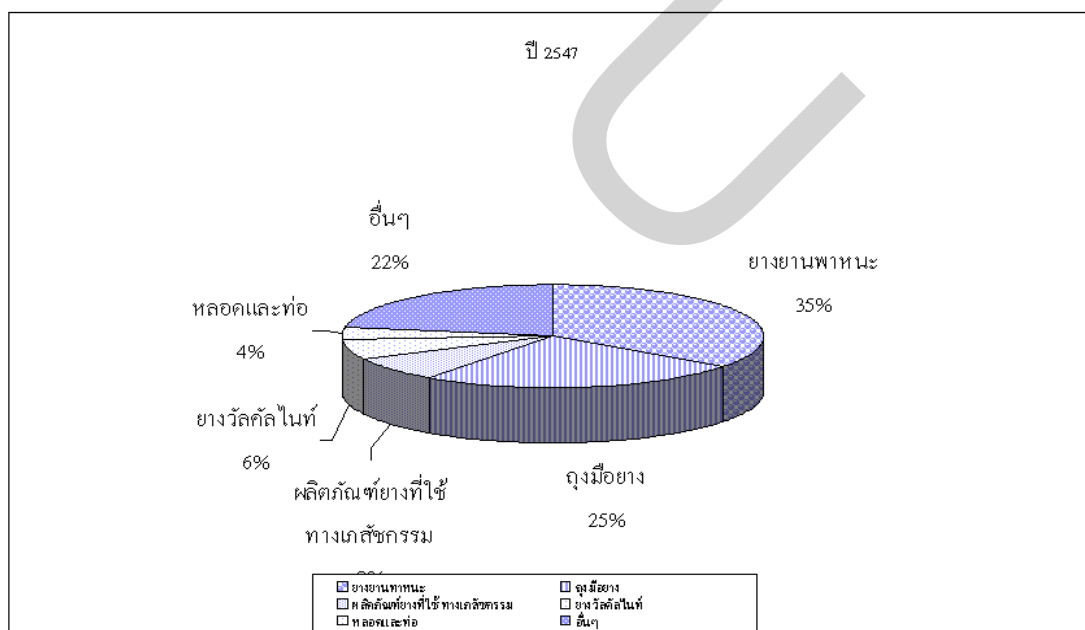
3. อื่นๆ คือยางรัดของ สายพานลำเลียงและส่งกำลัง ผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์



ภาพที่ 1.1 สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางของไทย ปี 2543

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์



ภาพที่ 1.2 สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางของไทย ปี 2547

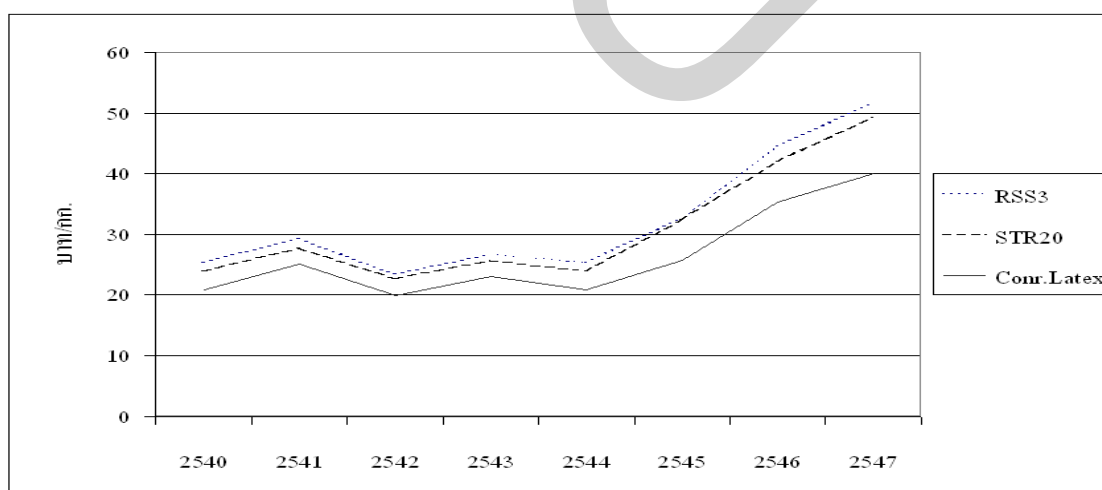
ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 1.2 ราคาขางภายในประเทศ ราคาประกาศที่ขงวัน (F.O.B.) ปี 2543-2547

ปี	กรุงเทพฯ (บาท/กก.)			สงขลา (บาท/กก.)		
	RSS3	STR20	Conc. Latex	RSS3	STR20	Conc. Latex
2543	26.67	25.70	22.98	26.42	25.45	22.63
2544	25.35	23.95	20.84	25.10	23.70	20.59
2545	32.70	32.39	25.75	32.45	32.14	25.50
2546	44.45	42.02	35.28	45.20	41.77	35.23
2547	51.73	49.27	39.99	51.48	49.02	39.74

- หมายเหตุ : 1. RSS3 หมายถึง Ribbed Smoked Sheet : ขางแผ่นรมควันชั้น 3  
 2. STR 20 หมายถึง ขางแท่งมาตรฐานของไทย  
 3. Conc. Latex หมายถึง Concentrated latex : น้ำยางข้น (60 % D.R.C.)

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์



ภาพที่ 1.3 ราคาขางภายในประเทศ ณ ตลาดกลางกรุงเทพฯ ปี 2540 – 2547

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จะเห็นได้ว่า การผลิตและการส่งออกยางธรรมชาติของไทยเพิ่มขึ้นโดยตลอด ในขณะที่เดียวกันผลิตภัณฑ์จากยางก็มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน แต่หากพิจารณาเฉพาะการส่งออกถุงมือยางของไทย แม้จะเพิ่มขึ้นแต่ในสัดส่วนที่ลดลงค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากยาง เช่น ยางยานพาหนะ ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาหาสาเหตุที่ทำให้สัดส่วนความสำคัญของการส่งออกถุงมือยางที่ลดลง

นอกจากนี้ปัญหามาจากการที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้นโดยตลอด ทำให้ราคายางสังเคราะห์ (Synthetic rubber : SR) ปรับตัวสูงขึ้น และยังส่งผลให้ราคายางธรรมชาติ (Natural Rubber : NR) ปรับตัวสูงตามไปด้วย ตามตารางที่ 1.2 ปี 2543 ราคาน้ำยางข้น ณ ตลาดกลางกรุงเทพฯ อยู่ที่ 22.98 บาท/กก. ขณะที่ปี 2547 ราคาน้ำยางข้นอยู่ที่ 39.99 บาท/กก. เพิ่มขึ้นถึง 17.01 บาท/กก. หรือร้อยละ 74.02 ตามภาพที่ 3 ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตถุงมือยาง โดยโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมถุงมือยางมีส่วนประกอบของน้ำยางข้นถึง ร้อยละ 90

ในยุคโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดผลกระทบหลายด้านทั้งด้านดีและปัญหาต่าง ๆ สำหรับผลพวงจากปัญหาโรคเอดส์และการก่อวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา เมื่อ 11 กันยายน 2544 มีกระแสความหวาดวิตกว่าผู้ก่อการร้ายจะใช้อาวุธเคมีหรืออาวุธชีวภาพในการก่อวินาศกรรมครั้งต่อไป ซึ่งเชื้อแอนแทรกซ์ถือเป็นตัวเลือกหนึ่งของผู้ก่อการร้ายนำมาใช้ จนมีผู้เสียชีวิตจากการติดเชื้อดังกล่าวเกิดขึ้น จากปัญหาเกี่ยวกับโรคแอนแทรกซ์ ถุงมือยางเป็นอุปกรณ์สำคัญในการคัดแยกและจัดส่งจดหมายทางไปรษณีย์ ทำให้ความต้องการถุงมือยางของโลกเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตได้ขยายการผลิตอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ถุงมือยางจนประสบกับปัญหาอุปทานส่วนเกิน และต่อมาต้องประสบปัญหาการราคาถุงมือยางเริ่มปรับตัวลดลงในขณะที่วัตถุดิบ เช่น ราคาน้ำยางข้นและราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่เดียวกันประเทศผู้นำเข้าบางราย ดันเอาการกำหนดมาตรฐานของถุงมือยางมาใช้เป็นมาตรการกีดกันทางการค้า โดยการกำหนดมาตรฐานถุงมือยางที่เข้มงวดมาใช้กับผู้ผลิตและผู้ส่งออกถุงมือยาง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ได้กำหนดมาตรฐานเรื่องความปลอดภัยของถุงมือยางธรรมชาติ เช่น การกำหนดปริมาณโปรตีนในถุงมือยาง เป็นต้น ซึ่งให้ผู้ผลิตถุงมือยางธรรมชาติจะต้องปรับปรุงเทคโนโลยีและกระบวนการการผลิต เพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคตลอดจนปรับมาตรฐานการผลิตถุงมือยางให้เป็นระบบสากล ทำให้ต้นทุนของผู้ผลิตสูงขึ้นแต่ไม่สามารถผลักภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นไปยังผู้นำเข้าได้ ทั้งนี้เนื่องจากราคากงมือยางเป็นราคาสากล หากผู้ผลิตถุงมือยางรายใดปรับราคากงมือยางสูงขึ้น ผู้นำเข้าจะหันไปซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายอื่นทันที ในทำนองเดียวกัน หากผู้ผลิตของไทยปรับราคากงมือยางสูงขึ้นผู้ซื้อ ก็จะหันไปซื้อจากผู้ผลิตจากประเทศอื่น เช่น มาเลเซีย แทน ทำให้ผู้ผลิตถุงมือยางจำต้องแบกรับภาระดังกล่าวไว้



ในขณะเดียวกันในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมา ตลาดผู้นำเข้าเริ่มอึดตัวการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงโดยขดนำเข้รวมของโลกปี 2544 – 2547 ตามตารางที่ 1.3 มีมูลค่า 2,194.15, 2,254.78, 2,568.75 และ 2,742.04 ล้าน เหรียญสหรัฐ ตามลำดับ สำหรับตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดที่มีการนำเข้ถูงมือยางเป็นอันดับหนึ่ง ปี 2547 มีมูลค่าการนำเข้รวม 1,043.60 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.06 ของมูลค่าการส่งออกของโลก แต่เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้ของสหรัฐอเมริกา ในปี 2546 เพิ่มขึ้นเพียง 3.56 ล้านเหรียญ หรือ อัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.34 รองลงมา จะเป็นประเทศแถบสหภาพยุโรป โดยมี เยอรมัน อังกฤษ และอิตาลี เป็นตลาดหลักและมีมูลค่าการนำเข้ ปี 2547 จำนวน 186.51, 185.18 และ 134.65 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ ส่วนตลาดเอเชียมีมูลค่าการนำเข้ค่อนข้างน้อยโดยมีประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดสำคัญ โดยที่ปี 2547 มียอดการส่งออก มูลค่า 133.14 ล้านเหรียญ หรือร้อยละ 4.86 ของการส่งออกถูงมือยางของโลก

ตารางที่ 1.3 มูลค่าและสัดส่วนของประเทศผู้นำเข้ถูงมือยางที่สำคัญของโลก ปี 2544-2547

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศ	ปีและมูลค่า				สัดส่วน : ร้อยละ			
	2544	2545	2546	2547	2544	2545	2546	2547
1. สหรัฐอเมริกา	905.88	927.03	1,040.05	1,043.60	41.29	41.11	40.49	38.06
2. เยอรมัน	144.17	153.40	186.23	183.51	6.57	6.80	7.25	6.69
3. อังกฤษ	124.00	134.29	159.35	185.18	5.65	5.96	6.20	6.75
4. อิตาลี	102.15	105.71	117.79	134.65	4.65	4.69	4.59	4.91
5. ญี่ปุ่น	103.19	99.53	115.97	133.14	4.70	4.41	4.51	4.86
รวม 5 ประเทศ	1,379.39	1,419.96	1,619.39	2,680.08	62.87	62.98	63.04	61.27
อื่นๆ	814.76	834.82	949.36	1,061.96	37.13	37.02	36.96	38.73
ยอดรวมทุกประเทศ	2,194.15	2,254.78	2,568.75	2,742.04	100	100	100	100

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

ด้านราคาส่งออกถูงมือยางของโลกเริ่มปรับตัวลดลง ตามตารางที่ 1.4 ราคาส่งออกถูงมือยางของสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้ถูงมือยางอันดับหนึ่งของโลก และเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย เริ่มมีการปรับตัวลดลง โดยที่ปี 2545-2547 อยู่ที่ 0.06, 0.061 และ 0.058

เหรียญสหรัฐต่อคู่ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าการนำเข้าของสหรัฐอเมริกาเริ่มอึดตัว ทำให้ราคานำเข้าถูงมีอย่างปรับตัวลดลงเล็กน้อย ส่วนประเทศเยอรมันราคานำเข้าปี 2547 อยู่ที่ 0.06 เหรียญต่อคู่ ขณะที่ปี 2546 ราคาอยู่ที่ 0.07 เหรียญต่อคู่ปรับตัวลดลง .01 สำหรับตลาดอื่น ๆ ก่อนข้างจะทรงตัว ยกเว้น ประเทศอังกฤษ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น จาก 0.04 เหรียญต่อคู่ ในปี 2546 เป็น 0.06 เหรียญต่อคู่ ในปี 2547 แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ราคาถูงมีอย่างนับว่าเป็นราคาสากล ซึ่งหมายถึงว่าหากประเทศใดมีการปรับราคาเพิ่มขึ้นในขณะที่ประเทศผู้ผลิตถูงมีอย่างประเทศอื่น ๆ ไม่ปรับจะทำให้ผู้นำเข้าลดปริมาณการนำเข้าและหันไปนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ แทน เช่นเดียวกันหากประเทศใดประเทศหนึ่งมีการปรับราคาลดลง ประเทศอื่น ๆ ก็จะไปปรับราคาถูงมีอย่างลงด้วยเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของตัวเองเอาไว้

ตารางที่ 1.4 ราคาถูงมีอย่างโลก ของประเทศนำเข้าที่สำคัญ ปี 2545 – 2547

ประเทศ	ราคาต่อคู่ : เหรียญสหรัฐ			เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)		
	2545	2546	2547	2544	2546/45	2547/46
สหรัฐอเมริกา	.06	.06	.058	100	0.00	-0.03
เยอรมัน	.07	.07	.06	100	0.00	-14.29
อังกฤษ	.05	.04	.06	100	-20.0	+50.0
อิตาลี	.04	.04	.04	100	0.00	0.00
ญี่ปุ่น	.07	.08	.08	100	+14.29	0.00
ฝรั่งเศส	.06	.07	.07	100	+16.67	0.00

ที่มา : World Trade Atlas Navigator

สำหรับประเทศไทย ตลาดส่งออกถูงมีอย่างของไทยไปสู่ยังตลาดโลกมียอดการส่งออกตามตารางที่ 1.5 ปี 2544 – 2547 มีมูลค่าการส่งออกรวม 15,545.0, 16,685.8, 19,743.8 และ 19,633.2 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมี ตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดสำคัญ โดยมีมูลค่าการส่งออก ปี 2544 – 2547 จำนวน 9,530.3, 9,711.4, 10,252.3 และ 9,995.50 ล้านบาท โดยที่ปี 2547 มีมูลค่าการส่งออกลดลงจากปี 2546 จำนวน 256.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.50 ในขณะเดียวกัน หากพิจารณาในรูปสัดส่วนการส่งออกถูงมีอย่างของไทยในตลาดอเมริกา จะเห็นได้ว่าสัดส่วนการส่งออกของ

ไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยที่ปี 2546 ประเทศไทยมีส่วน ร้อยละ 61.31 เมื่อเทียบกับยอดส่งออกทั้งหมด แต่ปี 2547 มีสัดส่วนการส่งออกไปสู่ประเทศสหรัฐอเมริกาเพียง ร้อยละ 50.91

ตารางที่ 1.5 มูลค่าและสัดส่วนตลาดส่งออกถั่วเหลืองของไทย ปี 2544-2547

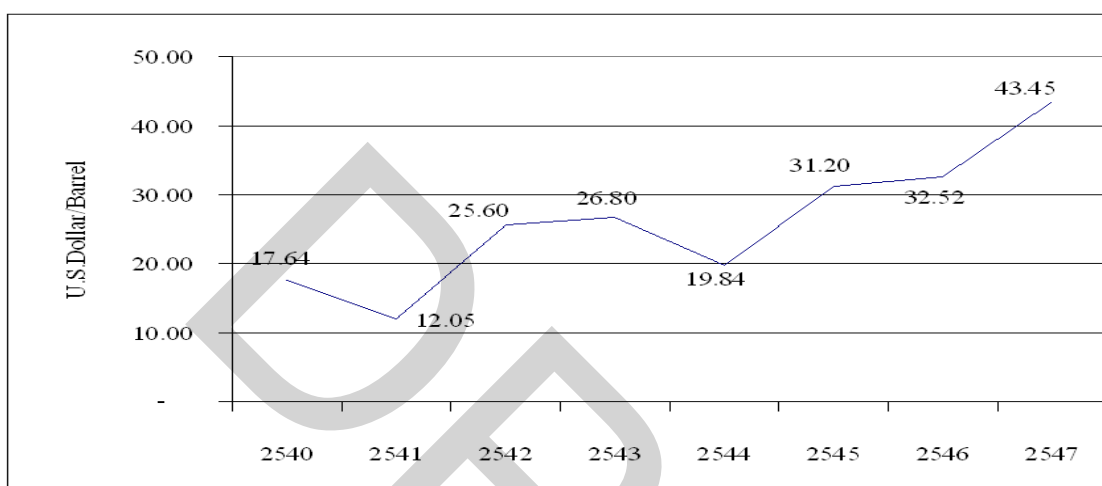
รายการ	มูลค่า : ล้านบาท				สัดส่วน : ร้อยละ			
	2544	2545	2546	2547	2544	2545	2546	2547
ยอดรวมทุกประเทศ	15,545.0	16,685.8	19,743.8	19,636.9	100	100	100	100
สหรัฐอเมริกา	9,530.3	9,711.4	10,252.3	9,995.50	61.31	58.20	51.93	50.91
สหภาพยุโรป	3,774.7	4,173.2	5,232.5	5,674.90	24.28	25.01	26.5	28.9
ญี่ปุ่น	360.5	410.4	497.4	565.50	2.32	2.46	2.52	2.88
อาเซียน	181.2	197.6	307.5	363.20	1.17	1.18	1.56	1.85
อื่นๆ	1,698.30	2,193.20	3,454.10	3,037.80	10.93	13.14	17.49	15.47

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

อุตสาหกรรมถั่วเหลือง นับได้ว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศทั้งในรูปของรายได้และการจ้างงานมูลค่าการส่งออก ในปี 2547 สูงถึง 19,636.9 ล้านบาท สูงเป็นอันดับสองรองมาจากการส่งออกยางพาราหนะ การขยายตัวในช่วงปี 2541-2545 เฉลี่ยร้อยละ 8.4 ตลาดที่ส่งออกที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมัน สหราชอาณาจักรและญี่ปุ่น และอุตสาหกรรมถั่วเหลืองเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก (Labour Intensive) มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้มากกว่า 16,000 คน (สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร ปี 2545) ในช่วงปี 2546-2547 ตลาดส่งออกถั่วเหลืองของไทยเริ่มทรุดตัว ผู้ผลิตถั่วเหลืองของไทยเริ่มประสบปัญหาด้านต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น โดยเฉพาะราคาขางพาราที่ขยับตัวตามราคาน้ำมันโลก ในเดือนกรกฎาคม 2548 ราคาขางแผ่นดิบ ณ ตลาดกลางขางพาราหาดใหญ่ สูงถึง 64.85 บาทต่อกิโลกรัม ขณะที่ปี 2545 ราคาเฉลี่ยขางแผ่นดิบ อยู่ที่ 29.15 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว ส่งผลให้ราคาน้ำขางขึ้นมีราคาเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

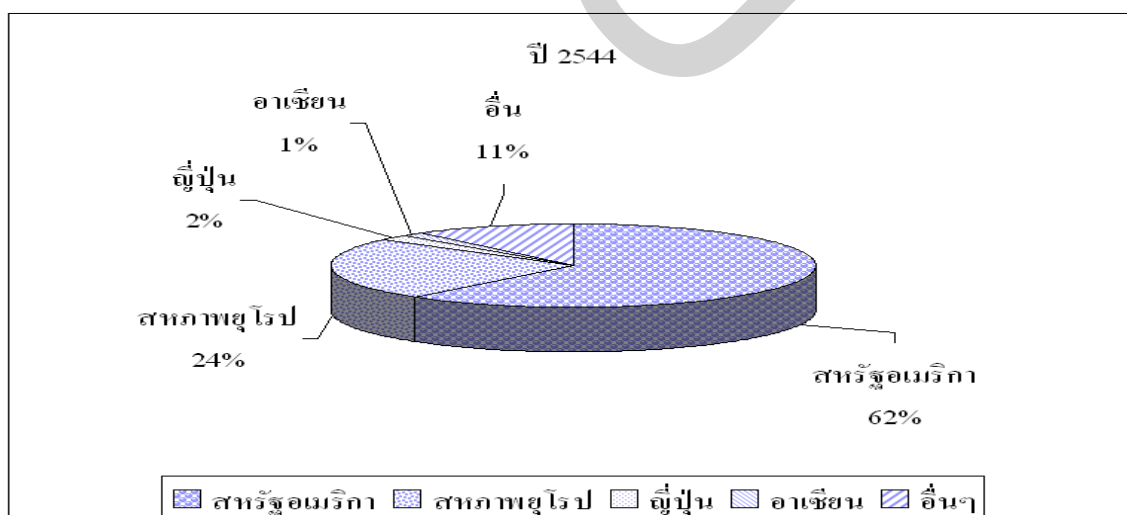
นอกจากนี้ จากการที่ราคาน้ำมันดิบของโลกราคาเพิ่มขึ้นโดยตลอด จากภาพที่ 4 ราคาน้ำมันดิบตลาด NYMEX สหรัฐอเมริกา ณ วันสิ้นปี 2540 อยู่ที่ 17.64 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ในขณะที่ปี 2547 อยู่ที่ 43.45 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้น 25.81 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล สูงขึ้น

เกือบหนึ่งเท่าครึ่ง จนกระทั่ง เดือนสิงหาคม 2548 ระดับราคาขึ้นไปแตะที่ 70 เหรียญต่อบาร์เรล ส่งผลทำให้ราคาน้ำมันเตา ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตด้านเชื้อเพลิงที่สำคัญมีราคาสูงขึ้นไปด้วย และทำให้ต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 2.50 – 3.50 เหรียญสหรัฐต่อ 1,000 ชัน ในขณะที่ราคาส่งออกถูงมืออย่างไม่สามารถปรับตามต้นทุนที่สูงขึ้นได้ทันที จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ผลิตบางรายต้องลดกำลังการผลิตลงและบางรายถึงขนาดต้องเลิกกิจการ



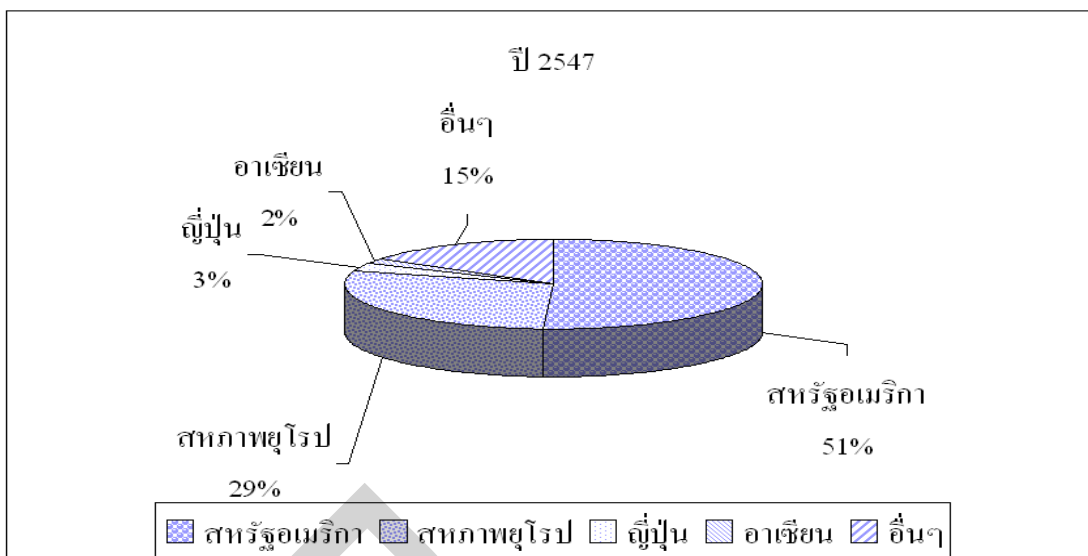
ภาพที่ 1.4 ราคาน้ำมันดิบ (LIGHT CRUDE) ณ วันสิ้นปี ที่ตลาด SYMEX สหรัฐอเมริกา

ที่มา : Page /CLc1 Reuters



ภาพที่ 1.5 สัดส่วนตลาดส่งออกถูงมือของไทย ปี 2544

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์



ภาพที่ 1.6 สัดส่วนตลาดส่งออกถุงมือยางของไทย ปี 2547

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น อุตสาหกรรมถุงมือยางของไทยน่าจะเป็นประเด็นที่ควรแก่การศึกษาหาแนวทางในการปรับตัว เพื่อการรักษาส่วนแบ่งตลาดและการสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ถุงมือยางของไทย ให้สามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกถุงมือยางในตลาดโลกได้ต่อไป

## 1.2 การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์คือ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการผลิตการส่งออกและ โครงสร้างส่งออกของผลิตภัณฑ์ถุงมือยางของไทย
- 1.2.2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกและศักยภาพการส่งออกของผลิตภัณฑ์ถุงมือยางของไทย
- 1.2.3 เพื่อศึกษาผลการขยายตัวของการค้าของโลกที่มีต่อการขยายตัวออกถุงมือยางของไทย ขยายตัวการส่งออกของผลิตภัณฑ์ถุงมือยางของไทย
- 1.2.4 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย

### 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 ทราบถึงการผลิตการส่งออกและโครงสร้างส่งออกของผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางของไทย
- 1.3.2 ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกและศักยภาพการส่งออกของผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางของไทย
- 1.3.3 ทราบถึงผลการขยายตัวของการค้าของโลกที่มีต่อการขยายตัวออกถุ้งมือยางของไทย ขยายตัวการส่งออกของผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางของไทย
- 1.3.4 ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมถุ้งมือยางของไทย

### 1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษารอบคอบการค้าการส่งออกและการนำเข้าผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางของโลก และส่วนแบ่งการค้าผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางของประเทศไทยในตลาดโลก โดยเฉพาะตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางของในภูมิภาคที่สำคัญ ในช่วงปี 2540 -2547 โดยเน้นการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการส่งออกส่วนแบ่งการตลาดของไทย และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางของไทยในตลาดอาเซียน ตลาดสหภาพยุโรป ตลาดญี่ปุ่น ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดโลก

### 1.5 วิธีและขั้นตอนการวิจัย

#### 1.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

##### แหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ อันได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางเกี่ยวกับความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ประกอบการในการขยายการผลิตแนวโน้มและปัญหาของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยาง โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้ประกอบการที่ เป็นผู้ส่งออก 3 ราย ได้แก่ บริษัท สยามเซมเพอร์เมค จำกัด บริษัท บี แคร่ อินดัสตรี จำกัด อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา บริษัท ชันไทยอุตสาหกรรมถุ้งมือยาง จำกัด (มหาชน) อ. แกลง จังหวัดระยอง และผู้ประกอบการที่หยุดการผลิต 1 ราย คือ บริษัท เซาท์แลนด์โปรดัก จำกัด อ.หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบบทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาสถานการณ์ การผลิตการใช้ การนำเข้าและการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางของไทยไปสู่ตลาดโลก ในปี 2540 - 2547 และเพื่อการศึกษาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด (Constant Market Share : CMS) โดยข้อมูลเหล่านี้ ได้มาจากการรวบรวมจากเอกสาร งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลทางสถิติที่หน่วยงานราชการต่างๆ ได้รวบรวมไว้ รวมทั้งการประชุมสัมมนา

#### 1.5.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีวิเคราะห์ที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) เพื่อแสดงถึงสภาวะการค้าโดยทั่วไปของผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยาง โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางของไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดโลก รวมทั้งนโยบายของทางภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยาง
2. วิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดส่งออกถุ้งมือยางของไทยโดยใช้ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดแบบคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) เพื่อประมวลถึงขอบเขตและสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ถุ้งมือยางของไทยในตลาดโลก และในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ในช่วงปี 2540 – 2547 โดยพิจารณาเปรียบเทียบโดยใช้ข้อมูลเฉลี่ย ปี 2540-2541 เป็นปีฐาน และข้อมูลเฉลี่ย ปี 2546 – 2547 เป็นปีปัจจุบัน กับพิจารณาเปรียบเทียบทุก ๆ ปี โดยเริ่มต้นแต่ปี 2540 จนถึงปี 2547

## บทที่ 2

### เค้าโครงร่างทางทฤษฎี

#### 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### การตรวจเอกสาร

การตรวจเอกสารได้ศึกษางานวิจัยที่มีการศึกษาไว้แล้ว โดยเนื้อหาจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานที่ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2539) ได้ศึกษาต้นทุนและโอกาสการส่งออก รวมทั้งผลกระทบจากการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางโดยใช้ข้อมูล 2 ระดับคือ ระดับจุลภาค ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโดยตรงและข้อมูลระดับภาพรวม ซึ่งจัดเก็บโดยหน่วยงานต่าง ๆ ในช่วงปี 2525-2536 ผลการศึกษาสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมยางมือน้อยนั้น โครงสร้างอุตสาหกรรมไทย ถูกกำหนดโดยตลาดส่งออกและยางมือน้อยเกือบทั้งหมดถูกส่งออกไปขายยังประเทศที่พัฒนาแล้ว ตลาดยางมือน้อยในประเทศยังมีขนาดเล็กยกเว้นการใช้ในวงการแพทย์และบางอุตสาหกรรม และเมื่อพิจารณาศักยภาพในการแข่งขันในอาเซียน อุตสาหกรรมยางมือน้อยไทยและมาเลเซีย มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่น ๆ โดยผู้ผลิตในมาเลเซีย มีความได้เปรียบในการผลิตยางมือน้อยที่ใช้ในการผ่าตัด ส่วนผู้ผลิตไทยมีความได้เปรียบในการผลิตยางมือน้อยประเภทที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและงานครัวเรือน ส่วนผลกระทบของ อาฟต้า (AFTA) ต่อการหันเหทิศทางการค้า (Trade Diversion) คาดว่าจะมีน้อยมากหรือไม่มีเลย สำหรับผลิตภัณฑ์ยาง เนื่องจากตลาดในประเทศอาเซียน มีขนาดเล็ก และมีการคุ้มครองในประเทศสูง อีกทั้งผู้ผลิตในไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย สามารถผลิตสินค้าได้คล้ายกันในการป้อนตลาดในประเทศมูลค่าการค้าผลิตภัณฑ์ยางระหว่างประเทศในอาเซียนด้วยตนเองจึงมีค่าน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ สนใจตลาดในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และตะวันออกกลาง มากกว่าตลาดอาเซียน ประกอบกับทุกประเทศต่างพยายามรักษาผลประโยชน์ด้านการค้าของตนเอง โดยการจัดสินค้าที่มีศักยภาพการแข่งขันต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้านไว้ในโปรแกรมยกเว้นภาษี เช่น มาเลเซีย จัดผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ทุกชนิด ซึ่งมีศักยภาพการแข่งขันต่ำกว่าประเทศไทยและอินโดนีเซียไว้ในโปรแกรม ยกเว้นการลดภาษี



ชัยวัฒน์ คนจริง (2540) ได้ศึกษาการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานศึกษาสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออก ในส่วนของอุตสาหกรรมถุงมืออย่างสามารถสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมผลิตถุงมืออย่าง สามารถแบ่งได้ เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มถุงมืออย่างทางการแพทย์ และกลุ่มถุงมืออย่างเพื่อใช้ในทางอุตสาหกรรม โดยปัจจุบันมีโรงงานผลิตถุงมืออย่างที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมมี ประมาณ 100 โรง แต่ที่ดำเนินการผลิตอย่างต่อเนื่องมีไม่ถึง 50 โรงงาน เนื่องจากปัญหาทางด้านการค้า ตกต่ำและวัตถุดิบราคาแพง โดยวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตถุงมืออย่างคือน้ำยางข้น ซึ่งผู้ผลิตถุงมืออย่าง ส่วนใหญ่จะซื้อน้ำยางข้นจากโรงงานผลิตน้ำยางข้น ซึ่งจะซื้อน้ำยางดิบจากเกษตรกรมาทำการผลิต ปัญหาที่พบคือ น้ำยางดิบที่ซื้อจากเกษตรกรมีความไม่สะอาด และการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวของเกษตรกรที่ไม่ดีพอ นอกจากนี้ แล้วยังนโยบายการส่งเสริมการร่วมทุนกับต่างชาติไม่เน้นในเรื่องการถ่ายทอดเทคโนโลยี ทำให้บริษัทคนไทยแข่งขันได้ยาก

ฉลองภพ สุสังกรกาญจน์ และคณะ (2541) ได้ศึกษาการส่งออกสินค้าสำคัญของไทยในตลาดโลกมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแบบจำลองสำหรับการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกสินค้าสำคัญของไทยในปี 2540-2553 โดยแยกการพยากรณ์เป็น 2 กรณี ได้แก่ กรณีแรกเป็นการพยากรณ์ ชั้นสูง (High Case) ซึ่งสมมุติว่า อัตราการเติบโตของตัวแปรอิสระ (ร้อยละต่อปี) ขยายตัวเร็ว กรณีที่สองเป็นการพยากรณ์ชั้นต่ำ (Low Case) ซึ่งสมมุติว่าอัตราการเติบโตของตัวแปรอิสระ(ร้อยละต่อปี) ขยายตัวช้าในการศึกษาครั้งนี้ ถุงมืออย่างเป็นส่วนหนึ่งในสินค้าที่ทำการศึกษาระยะเวลาศึกษาปี พ.ศ. 2517-2539 แบบจำลองที่ใช้เป็นแบบจำลองทางด้านอุปทานในรูปแบบ Double-log ทำให้สามารถอ่านค่าความยืดหยุ่นได้ทันที จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ติดกับตัวแปรทางขวามือ แบบจำลองพยากรณ์มูลค่าการส่งออกถุงมืออย่าง ประกอบด้วยตัวแปรอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ภาคอุตสาหกรรมมูลค่าการลงทุนของผู้ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมถุงมืออย่าง (เนื่องจากในช่วงประมาณ ปี 2531-2532 อุตสาหกรรมถุงมืออย่างของไทยเริ่มมีการพัฒนาและขยายตัวอย่างมากและมีบริษัทที่ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากเกิดการแพร่ระบาดของโรคเอดส์) และผลิตรวมถ่วงน้ำหนักของผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ยางไทย ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ตามแบบจำลองการพยากรณ์มูลค่าส่งออกถุงมืออย่างไทย ค่าพยากรณ์อัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออกถุงมืออย่าง ในกรณีที่ตัวแปรอิสระขยายตัวเร็วอัตราการเติบโตของปี 2540 – 2542 อยู่ที่ ร้อยละ 34.33 ปี 2543 – 2548 อยู่ที่ ร้อยละ 23.37 และปี 2549-2553 อยู่ที่ ร้อยละ 23.37 ต่อปี และกรณีที่ตัวแปรตัวแปรอิสระขยายตัวช้า อัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออก ปี 2540-2540, ปี 2543-2548 และปี 2549-2553 ค่าพยากรณ์อยู่ที่ ร้อยละ 7.81, 3.27 และร้อยละ 3.27 ตามลำดับ

ค่าพยากรณ์อัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออกถั่วเขียว (ร้อยละต่อปี)

ถั่วเขียว	ปี 2540-2542	ปี 2543-2548	ปี 2549-2553
อัตราการเติบโตสูง	34.33	23.37	23.37
อัตราการเติบโตต่ำ	7.81	3.27	3.27

ที่มา : ฉลองภพ ปี 2541

เสาวนีย์ ภัทโรวาสน์ (2543) ได้ศึกษาอุปสงค์การส่งออกถั่วเขียวไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยวิธีเศรษฐมิติ ผลการศึกษาสรุปว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาส่งออกถั่วเขียวของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าเป็นลบและมากกว่า 1 แสดงว่าหากมีการลดราคาส่งออกถั่วเขียวของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริการ้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณการส่งออกถั่วเขียวของไทยไปสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นมากกว่า ร้อยละ 1 และในทางตรงกันข้ามหากมีการเพิ่มราคาส่งออกถั่วเขียวของไทยขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณการส่งออกถั่วเขียวของไทยไปสหรัฐอเมริกา ลดลงมากกว่าร้อยละ 1 เช่นกัน โดยที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่เนื่องจากถั่วเขียวของไทยเป็นสินค้าที่มีสินค้าอื่น เช่น ถั่วเขียวประเทศคู่แข่งสำคัญ อาทิ อินโดนีเซียที่สามารถใช้แทนกันได้ดี ดังนั้นเมื่อราคาส่งออกถั่วเขียวของไทยสูงขึ้นขณะที่ราคาส่งออกถั่วเขียวของอินโดนีเซียคงที่ ผู้ใช้ส่วนหนึ่งในประเทศสหรัฐอเมริกาได้เปลี่ยนไปนำเข้าถั่วเขียวจากประเทศอินโดนีเซียแทนและลดการนำเข้าถั่วเขียวจากไทย ทำให้ปริมาณส่งออกถั่วเขียวของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาลดลง ส่วนค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการส่งออกถั่วเขียวของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีต่อรายได้ประชาชาติต่อบุคคลมีค่าเป็นบวก แสดงว่าสินค้าถั่วเขียวจัดเป็นสินค้าปกติ สำหรับชาวอเมริกัน สำหรับความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกอัตราแลกเปลี่ยนประเทศไทย มีค่าเป็นลบ แสดงว่าถั่วเขียวของอินโดนีเซีย เป็นสินค้าที่สามารถใช้แทนกันได้กับถั่วเขียวของไทยในมุมมองของชาวอเมริกัน นั่นคือเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนของประเทศอินโดนีเซียลดค่าลงมากกว่าอัตราแลกเปลี่ยนของไทย ส่งผลให้ราคานำเข้าถั่วเขียวของถั่วเขียวของประเทศอินโดนีเซียลดค่าลงมากกว่าราคานำเข้าถั่วเขียวของไทย ทำให้มีการนำเข้าถั่วเขียวจากไทยลดลงดังนั้นปริมาณการส่งออกถั่วเขียวของไทยไปสหรัฐอเมริกาจึงลดลง อีกทั้ง การแพร่ระบาดของโรคเอชไอวีที่เกิดขึ้นในปี 2530 ที่ยังไม่มีมาตรการใดหยุดยั้งได้ ทำให้เกิดความหวาดระแวงการติดเชื้อ จึงมีความต้องการสวมถั่วเขียวเพื่อป้องกันการติดเชื้อเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นความต้องการนำเข้าถั่วเขียวของประเทศสหรัฐ-

อเมริกา จึงเพิ่มขึ้นรวมถึงการนำเข้าจากไทยด้วยส่งผลให้ปริมาณการส่งออกถั่วมือยางของไทยไปสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น

ปรากฏทิพย์ บุญศรี (2543) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของถั่วมือยางไทยในต่างประเทศ สรุปว่า ตลาดนำเข้าถั่วมือยางใหญ่ที่สุด คือ สหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าถั่วมือยางทุกชนิด ระหว่าง ปี 2540-2542 ในปริมาณ 10,368 ล้านคู่ 12,648 ล้านคู่ และ 11,664 ล้านคู่ จากทั่วโลกตามลำดับ ผู้ผลิตถั่วมือยางทั่วโลก จะมุ่งส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับแรก ทำให้ตลาดดังกล่าวมีการแข่งขันสูง แต่การนำเข้าเกือบทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา จะนำเข้าจากประเทศในอาเซียนซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกถั่วมือยางใหญ่ที่สุดในโลก สำหรับประเทศที่ส่งออกถั่วมือยางมายังสหรัฐอเมริกามากที่สุด คือ มาเลเซีย กล่าวคือ ในปี 2540 มีสัดส่วนร้อยละ 65 และลดลงเหลือร้อยละ 61.3 ในปี 2541 ส่วนในปี 2542 สัดส่วนลดลงเหลือ ร้อยละ 56.6 ขณะที่ไทยมีสัดส่วนในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น จากการเปรียบเทียบระหว่างปี 2540-2542 ประเทศไทยมีสัดส่วนมูลค่าในตลาดสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 16 ในปี 2540 เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.1 ในปี 2541 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25.7 ในปี 2542 ตามลำดับ ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีสัดส่วนในตลาดสหรัฐอเมริกา เหลือร้อยละ 6 สำหรับตลาดสหภาพยุโรป เป็นตลาดนำเข้าถั่วมือยางสำคัญอันดับสองของโลก ประเทศส่งออกยังสหภาพยุโรปมากที่สุด คือ มาเลเซีย ซึ่งส่งออกร้อยละ 55.2 ของการส่งออกถั่วมือยางทั้งหมด สำหรับประเทศไทยมีการส่งออกเป็นอันดับที่สอง และมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น กล่าวคือ ในปี 2540 จาก ร้อยละ 14.6 เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.6 ในปี 2542 ขณะที่ประเทศศรีลังกา สหรัฐอเมริกา และฮังการี เป็นประเทศ ที่ส่งออกในตลาดสหภาพยุโรป เป็นอันดับที่ 3 ที่ 4 และ ที่ 5 ตามลำดับ ส่วนตลาด ญี่ปุ่น มาเลเซีย ยังคงมีอัตราส่วนของมูลค่าการส่งออกถั่วมือยางนำเข้าเป็นอันดับหนึ่ง ในระหว่าง ปี 2540-2542 สัดส่วนลดลงจาก ร้อยละ 82.3 ในปี 2540 ลดลงเหลือร้อยละ 77.3 ในปี 2542 ในส่วนของประเทศไทยมีขีดความสามารถส่งออกในตลาดญี่ปุ่นมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปี 2540-2542 กล่าวคือ ในปี 2540 มีสัดส่วนตลาด 3.2 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5 ในปี 2542 สำหรับเกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนมูลค่าร้อยละ 3.6 และ 2.3 ในปี 2542 ตามลำดับ

อติพร ยิ้มประเสริฐ (2545) ศึกษาสู่ทางการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในทัศนะของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมถั่วมือยางในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปว่า อุตสาหกรรมถั่วมือยางรัฐบาลควรเข้าไปให้ความช่วยเหลือด้านการผลิตได้แก่น้อย่างขึ้น ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักมีราคาสูงในช่วงที่รัฐบาลออกมาแทรกแซงราคาอย่างแผ่น ซึ่งผู้ประ

กอบการไม่ต้องการให้รัฐบาลเข้ามาทำการแทรกแซงราคาขาย ควรปรับปรุงประสิทธิภาพแรงงาน ให้สอดคล้องกับค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น เนื่องจากการผลิตถุงมือยางจัดเป็นสินค้าที่ใช้แรงงานค่อนข้างมาก การสนับสนุนงานด้านวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการทดสอบคุณสมบัติของน้ำยาง นอกจากนี้ ควรให้ความช่วยเหลือทางด้านการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ถุงมือยางของไทยให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป การจัดงานส่งเสริมการส่งออก การจัดหาตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย

สุภาพร บัวแก้ว และคณะ (2545) ศึกษาการผลิตและการตลาดอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้น้ำยางข้นเป็นวัตถุดิบ สรุปได้ว่าอุตสาหกรรมถุงมือยางมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศทั้งรายได้จากการส่งออกและค่าจ้างงาน มูลค่าการส่งออกถุงมือยาง ในปี 2545 สูงถึง 16,925 ล้านบาท สูงเป็นอันดับที่ 2 รองจากมูลค่าการส่งออกยางยานพาหนะ อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกในระหว่างปี 2541 – 2545 เฉลี่ยร้อยละ 8.4 ตลาดส่งออกถุงมือยางที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น อิตาลี เนเธอร์แลนด์ อุตสาหกรรมถุงมือยางเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก (Labour Intensive) มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้กว่า 16,000 คน โรงงานผลิตถุงมือยางปัจจุบันมี จำนวน 23 โรง เป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่ร่วมทุนกับต่างชาติ (Joint Venture) อยู่ 4 โรง ที่เหลือเป็นโรงงานขนาดกลางและเล็ก ซึ่งเจ้าของกิจการเป็นคนไทยหรือร่วมลงทุนกับไต้หวัน มาเลเซีย ญี่ปุ่น และอินเดีย การผลิตถุงมือยางประมาณร้อยละ 95 ส่งออกไปต่างประเทศ ต้นทุนการผลิตมีส่วนประกอบของต้นทุน เป็น Local Content สูง ร้อยละ 40 เป็นน้ำยางข้น ร้อยละ 20 เป็นค่าเชื้อเพลิง และร้อยละ 10 เป็นค่าแรงงาน ปัญหาของอุตสาหกรรมถุงมือยาง ในปัจจุบันคือ โรงงานขนาดกลางและเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจการของคนไทยเสียเปรียบ โรงงานขนาดใหญ่ที่เป็นกิจการข้ามชาติ ในแง่ที่ผู้ผลิตขนาดใหญ่ได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน (BOI) ได้รับการยกเว้นภาษีเครื่องจักรสารเคมี ที่นำเข้ายกเว้นภาษีรายได้และยังมีเทคนิคการผลิตที่ทันสมัย ทำให้สามารถผลิตในต้นทุนที่ต่ำกว่าและยังเป็นผู้ครองตลาดส่งออกด้วย ขณะที่การผลิตถุงมือยางในปัจจุบันตลาดเป็นของผู้ซื้อปริมาณการผลิตมีมากกว่าความต้องการใช้ ทำให้ราคาถุงมือยางปรับตัวลดลงโดยตลอด สวนทางกับราคาวัตถุดิบน้ำยางข้นที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงตั้งแต่ ปี 2545 เป็นต้นมาผู้ผลิตถุงมือยางขนาดกลางและเล็กได้ร่วมกันลดปริมาณการผลิต ร้อยละ 30 เป็นเวลา 6 เดือน และขอให้รัฐทบทวนนโยบายการใช้ สิทธิประโยชน์แก่ผู้ลงทุนรายใหม่ในอุตสาหกรรมนี้

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (2546) ได้กล่าวถึงศักยภาพการแข่งขันใน  
อนาคตของถุ้งมือ ยางไทย ดังนี้

1. กระบวนการผลิตถุ้งมือยางของไทยนั้น มีการใช้น้ำยางธรรมชาติในการผลิตเป็น  
สัดส่วนที่สูง คือ การใช้น้ำยางชั้นประมาณร้อยละ 90 โดยน้ำหนักรubber เป็นแหล่งผลิตยางธรรมชาติ  
ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ขณะที่แหล่งผลิตที่เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ มาเลเซีย มีแนวโน้มลด  
ปริมาณการผลิตถุ้งมือยางธรรมชาติลง เนื่องจากมีนโยบายลดปริมาณเนื้อที่ปลูกพืชปาล์มน้ำมัน เพื่อ  
ใช้กับอุตสาหกรรมอาหารแทน

2. การส่งออกถุ้งมือยางของไทยในสัดส่วนกว่าร้อยละ 50 เป็นการส่งออกไปยังตลาด  
สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดที่มีความต้องการใช้ถุ้งมือยางสูงมากในแต่ละปี ปัจจุบันไทยสามารถ  
เข้าไปครองส่วนแบ่งตลาดถุ้งมือยางในสหรัฐอเมริกา ได้เป็นอันดับสองรองมาจากประเทศ  
มาเลเซีย โดยมีส่วนแบ่งร้อยละ 36.8 ขณะที่ประเทศมาเลเซียครองส่วนแบ่ง 44.1 ซึ่งสัดส่วน  
ถุ้งมือยางของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกามีเพิ่มขึ้น ตามลำดับ ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา

3. ราคาของน้ำยางชั้นได้มีการปรับตัวสูงขึ้นมาก จากที่ในช่วงปี 2543-2544 เฉลี่ยที่ 20-  
23 บาท/กก. ปี 2545 ปรับเพิ่มเป็น 25.62 บาท/กก. และ 10 เดือนแรกของปี 2546 เฉลี่ย 33.50  
บาท/กก. ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตถุ้งมือยางมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้ผลิตเองไม่สามารถที่จะ  
ปรับราคาของสินค้าขั้นสุดท้ายได้มากนัก เนื่องจากสภาพการแข่งขันด้านราคาที่มีสูง ซึ่งในที่สุด  
ได้มีผลถึงกำไรต่อหน่วยลดลง เพื่อเป็นการลดการขาดทุนจากต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นคาดว่าผู้ผลิต  
เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย จะลดกำลังการผลิตลง ประมาณ ร้อยละ 20

4. ศักยภาพการผลิตและการตลาดถุ้งมือยางไทยคงจะมีการปรับตัวขึ้น เพราะนอกจาก  
ความพร้อมด้านวัตถุดิบมีสูงและปัจจัยหลักที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต  
แม้ผู้ผลิตของไทย ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและเล็ก และมีประสิทธิภาพการผลิตต่ำกว่า  
มาเลเซียมากก็ตาม แต่จากการที่มีบริษัทขนาดใหญ่ของบริษัทข้ามชาติที่มีเทคโนโลยีในการปรับ  
แต่งน้ำยางสังเคราะห์และมีประสิทธิภาพ การผลิตสูงสู้คู่แข่งอย่างมาเลเซียได้มีความสนใจเข้ามาลง  
ทุนในประเทศไทยมากขึ้น ประกอบกับพัฒนาการผลิตดีขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ปัจจุบันมีโรง  
งานผลิตถุ้งมือยางภายในประเทศสามารถผลิตได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ  
สูงขึ้นมาก เมื่อเทียบกับในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ทำให้คาดว่าในอนาคตส่วนแบ่งตลาดถุ้งมือยางของ  
ไทยในตลาดโลกคงจะเพิ่มขึ้นไปอยู่ในระดับที่สูงกว่าร้อยละ 10 จากปัจจุบันที่มีอยู่ในระดับประ  
มาณร้อยละ 6 รองจากมาเลเซีย

## 2.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

### 2.2.1 วิวัฒนาการแนวคิดด้านการค้าระหว่างประเทศ

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศนั้น มีผู้ได้พยายามอธิบายไว้มากมาย ในยุคของนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก อדם สมิท ได้แสดงแนวคิดว่าการค้าระหว่างประเทศสองประเทศเกิดขึ้นจากการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Absolute Advantage) นั่นคือถ้าประเทศสองประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าสองชนิดแตกต่างกันแล้ว ประเทศทั้งสองควรค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน โดยแต่ละประเทศควรจะผลิตและส่งออกสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตมากกว่า หรือได้เปรียบอย่างสมบูรณ์แล้วนำเข้าสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำกว่าหรือเสียเปรียบอย่างสมบูรณ์

อย่างไรก็ตาม อาจเป็นไปได้ที่ประเทศหนึ่งไม่มีการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าใดๆ เลยเหนือประเทศอื่นๆ ในขณะที่อีกประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าทุกชนิดเหนือประเทศอื่น ต่อมา เดวิด ริคาร์โด ก็ได้อาศัยแนวความคิดของ อדם สมิท และได้ปรับปรุงให้กว้างขวาง ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น สามารถอธิบายแบบแผนของการค้าได้ชัดเจนขึ้น ริคาร์โดไม่ได้คัดค้านการวิเคราะห์ ของ อדם สมิท แต่ริคาร์โดเสนอให้การได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) เป็นตัวกำหนดแบบแผนของการค้าระหว่างประเทศ นั่นคือประเทศควรเลือกและส่งออกสินค้าที่ตนได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบมากที่สุด และนำเข้าสินค้าที่ตนได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบน้อยที่สุด หรือสินค้าที่ตนเสียเปรียบเมื่อเปรียบเทียบมากที่สุด ริคาร์โดยังคงมีความเชื่อเหมือนเดียวกับ อדם สมิท ในเรื่องนโยบายการค้าว่าควรเป็นนโยบายการค้าเสรีและยึดหลักการกำหนดมูลค่าสินค้าตามทฤษฎีมูลค่าแรงงาน

ในระยะต่อมา ฮาร์เบอร์เลอร์ ได้เสนอแนวคิดในการใช้ต้นทุนค่าเสียโอกาสมาใช้ในการวิเคราะห์ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ แนวความคิดพื้นฐานของ ฮาร์เบอร์เลอร์ มีอยู่ว่าถ้าประเทศใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศ (Factor Endowment) ทำการผลิตสินค้าได้สองชนิด การผลิตสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นหนึ่ง หน่วยประเทศจะต้องเสียโอกาสในการทำการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ถ้าการผลิตแต่ละขั้นต่อนั้นปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ถูกใช้อย่างเต็มที่และเต็มประสิทธิภาพ นั่นคือ แต่ละประเทศควรเลือกผลิตและส่งออกสินค้าที่ตนเสียค่าเสียโอกาสในการผลิตน้อยที่สุด และนำเข้าสินค้าที่ตนเสียค่าเสียโอกาสมากที่สุดซึ่งในที่สุดจะทำให้ ทุกประเทศได้ประโยชน์จากการทำการค้าซึ่งกันและกัน

ในทศวรรษ 1930 ได้มีนักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดน 2 คน คือ อีไล เฮกเซอร์ และ เบอร์ทิล โอห์ลิน อธิบายว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างในราคาเปรียบเทียบก่อนการค้า คือ ความแตกต่างในปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศต่าง ๆ สาเหตุสำคัญของแนวคิดก็คือ ถ้าประเทศใดเป็น

ประเทศที่มีแรงงานมากประเทศนั้น ก็จะส่งสินค้าที่เน้นใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลัก ในทางตรงกันข้ามประเทศที่มีสินค้าประเภทที่มีทุนมาก

### 2.2.2 หลักการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Principle)

ทฤษฎีการได้เปรียบเมื่อของเดวิด ริคาร์โด อาจกล่าวได้ว่าเป็นทฤษฎีที่มีชื่อเสียงที่สามารถอธิบาย แบบแผนการค้าระหว่างประเทศได้อย่างชัดเจน สมมุติให้มีประเทศในโลกเพียง 2 ประเทศ คือ ประเทศ A และ B ผลิตสินค้าเพียง 2 ชนิด คือ x และ y ปัจจัยการผลิตที่ใช้ในการผลิตมีเพียงปัจจัยเดียวคือ แรงงาน

ตารางที่ 2.1 ความต้องการแรงงานต่อหน่วยการผลิต

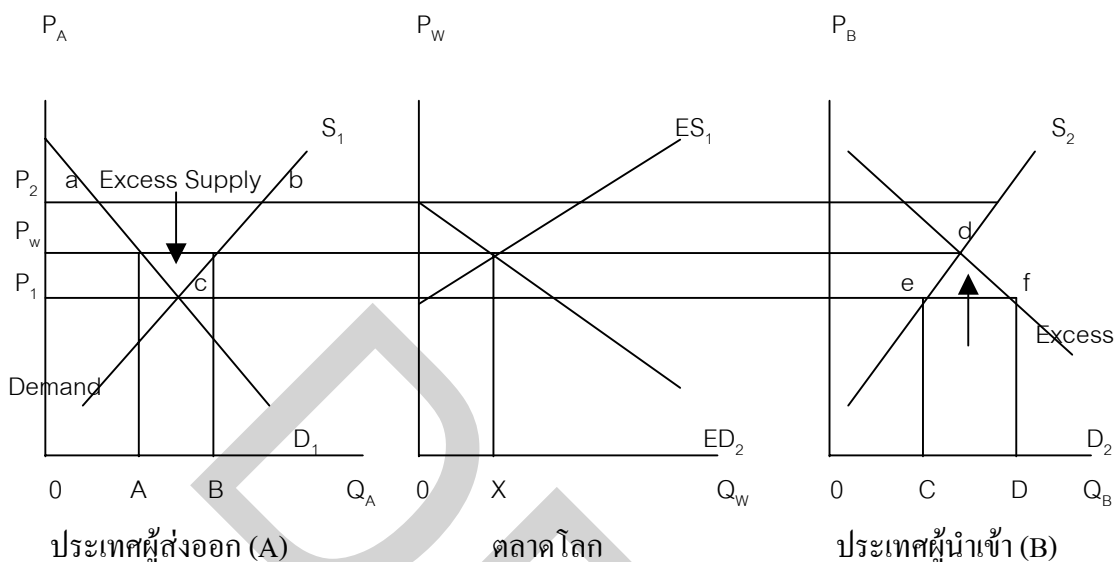
ประเทศ	สินค้า x	สินค้า y
A	120	100
B	80	90

จากตารางที่ 5 สมมุติให้ประเทศ A ผลิตสินค้า x จำนวน 1 หน่วย โดยใช้แรงงาน 120 หน่วย และ ผลิตสินค้า y จำนวน 1 หน่วย โดยใช้แรงงาน 100 หน่วย ขณะที่ประเทศ B ผลิตสินค้า x จำนวน 1 หน่วย โดยใช้แรงงาน 80 หน่วย และผลิตสินค้า y จำนวน 1 หน่วย โดยใช้แรงงาน 90 หน่วย จะเห็นได้ว่า ในการ ผลิตสินค้า x จำนวน 1 หน่วย ประเทศ A ต้องใช้แรงงาน 120 หน่วย ขณะที่ประเทศ B ใช้แรงงานเพียง 80 หน่วย และในการผลิตสินค้า y จำนวน 1 หน่วย ประเทศ A ต้องใช้แรงงานถึง 100 หน่วย ขณะที่ประเทศ B ใช้แรงงานเพียง 90 หน่วย แสดงว่าประเทศ B มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าโดยใช้ต้นทุนแรงงานต่ำกว่า ประเทศ A ทั้งในการผลิตสินค้า x และ y และหากพิจารณาเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยการผลิตหรือต้นทุนการผลิตของทั้ง 2 ประเทศ อาจกล่าวได้ว่า ประเทศ B มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า x ( $80/120$ ) มากกว่าการผลิตสินค้า y ( $90/100$ ) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือประเทศ A มีความได้เปรียบ เิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า y ขณะที่ประเทศ B มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า x ดังนั้นประเทศ A ควรเลือกผลิตและส่งออกสินค้า y ขณะที่ประเทศ B เลือกผลิตและส่งออกสินค้า x จึงจะทำให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

### 2.2.3 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศโดยดุลยภาพบางส่วน (Partial Equilibrium of Trade)

ก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศราคาสินค้าประเทศผู้ผลิตสินค้าส่วนเกิน (ส่งออก) เมื่อเทียบกับประเทศผู้นำเข้าแล้ว จะต่างกันโดยราคาในประเทศผู้นำเข้าจะสูงกว่าในประเทศผู้ส่งออก

ซึ่งจะก่อให้เกิดการเคลื่อนย้าย สินค้าจากราคาต่ำในประเทศผู้ส่งออกไปสู่ประเทศผู้นำเข้า ซึ่งมีราคาสูงกว่า



$P_1$  = ราคาดุลยภาพของประเทศผู้ส่งออก

$P_2$  = ราคาดุลยภาพของประเทศผู้นำเข้า

$P_w$  = ราคาดุลยภาพในตลาดโลก

$AB$  = ปริมาณส่งออกของประเทศ A

$CD$  = ปริมาณนำเข้าของประเทศ B

$OX$  = ปริมาณการค้าระหว่างประเทศ

ภาพที่ 2.1 ดุลยภาพบางส่วนของการค้าระหว่างประเทศ

กรณีที่ราคาในประเทศผู้ส่งออกต่ำกว่าราคาในประเทศผู้นำเข้า จะจูงใจให้พ่อค้าจร (Arbitrator) นำสินค้าราคาต่ำมาขายในที่ที่ได้ราคาสูง โดยนำสินค้าจากชายแดนต่างประเทศมาขาย เช่น ในภาพที่ 2.1 ณ ระดับราคา  $P_1$  ในประเทศ B จะเกิดการขาดแคลน (deficit) เท่ากับ  $ef$  การขาดแคลนจะเกิดจากราคาที่ต่ำกว่า  $P_2$  ลงมาจนถึง  $P_1$  ในทางตรงกันข้ามถ้าราคาของประเทศ A สูงขึ้นไปจาก  $P_1$  จนถึง  $P_2$  ก็จะเกิดอุปทานส่วนเกิน (Excess Supply) เท่ากับ  $ab$  ทั้งอุปสงค์ส่วนเกินและอุปทานส่วนเกินนี้จะเกิดขึ้นได้เสมอ หากมีการปิดประเทศหรือไม่มีการเปิดการค้าขายระหว่างประเทศ แต่เมื่อเปิดการค้าระหว่างประเทศจุดที่เส้นอุปสงค์ส่วนเกินตัดกับเส้นอุปทานส่วนเกิน ก็จะก่อให้เกิดราคาในตลาดโลก  $P_w$  ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในจำนวน  $OX$  โดยประเทศผู้ส่งออกส่งออกเท่ากับ จำนวน  $AB$  และประเทศผู้นำเข้าก็จะนำเข้าเท่ากับ จำนวน  $CD$  โดยปริมาณ  $AB$  จะเท่ากับ  $CD$  หรือเท่ากับ  $OX$  นั่นเอง ในกรณีที่ราคาในตลาดโลกสูง



ขึ้น ประเทศผู้ส่งออกก็จะส่งออกได้มากขึ้นและสามารถจะขยายส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้นทำนองเดียวกัน หากเกิดการเปลี่ยนแปลงในเส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานสินค้าในประเทศคู่ค้าก็จะมีผลทำให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่เป็นผู้ส่งออกเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน

### 2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาด (Constant Market Share Model : CMS)

เป็นแบบจำลองที่ใช้ในการอธิบายสาเหตุของการขยายตัวหรือหดตัว ของการส่งออกของประเทศหนึ่งๆ โดยจะเป็นการคำนวณระดับปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดขนาดของการขยายตัวหรือหดตัวของการส่งออก โดยมีข้อสมมติว่าไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกเกิดจากด้านอุปสงค์ ผู้ที่ได้คิดค้นแบบจำลองในลักษณะเช่นนี้ขึ้นมาเป็นครั้งแรก ได้แก่ H.Tyszynski (World Trade in Manufactured Commodities 1899-1950. The Manchester School. (September 1951) : 272-304) ต่อมา J.David Richardson (Constant Market Share Analysis of Export Growth. Journal of International Economics (August 1971) : 227-250) ได้นำแบบจำลองดังกล่าวมา พัฒนาต่อเพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น Edward E.Leamer และ Robert M.Stern (Quantitative International Economics. Boston : Allyn and Bacon Inc., 1972) ได้นำแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ มาใช้ในงานวิจัย และ J.David Richardson (Some Sensitivity Tests for a Constant-Market-Share Analysis of Export Growth. The Review of Economics and Statistics (1971) : 300-304) ก็ได้กล่าวอีก ครั้งหนึ่ง จึงถือได้ว่าทั้ง J.David Richardson, Edward E.Leamer และ Robert M.Stern เป็นผู้พัฒนา แบบจำลองนี้ขึ้นมาพร้อมกัน

วิธีการวิเคราะห์ Constant Market Share Model หรือเรียกย่อว่า CMS Model เป็นแบบจำลองหนึ่ง ที่ใช้ในการคำนวณวัดระดับปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนกำหนดขนาดการขยายตัวหรืออัตราการขยายตัวของการส่งออก ซึ่งสร้างขึ้นจากข้อสมมติที่ว่าทุกประเทศที่ส่งสินค้าเข้าไปขายในตลาดเดียวกัน จะพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนเองได้ เมื่อตลาดมีการขยายตัว กล่าวคือ ซ้อสินค้าจากประเทศผู้ส่งออกเหล่านี้มากขึ้น โดย จะซื้อจากแต่ละประเทศเพิ่มขึ้นในสัดส่วนเท่าเทียมกัน คือ สัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดที่เป็นของประเทศผู้ ส่งออกแต่ละรายจะคงที่

นอกจากนี้การวิเคราะห์ CMS ยังเป็นการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดภายใต้ข้อสมมติที่ว่าไม่มีข้อจำกัดทางด้านอุปทาน (Supply) แต่การเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาดนั้น เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยต่างๆ ทางด้านอุปสงค์ (Demand) โดยอาศัยหลักเกณฑ์ดังกล่าว ทำให้ทราบว่าส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยดังนี้คือ

1. อัตราความต้องการสินค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงของประเทศผู้นำเข้า
2. สินค้าประเภทที่อุปสงค์มีการขยายตัวในอัตราสูงหรือต่ำนั้น เป็นสินค้าออกที่สำคัญของประเทศผู้ส่งออกมากน้อยเพียงใด

3. ประเทศนั้นส่งสินค้าออกไปขายในตลาดที่มีการขยายตัวช้าหรือเร็ว
4. ประเทศนั้นมีความสามารถในการแข่งขันที่ได้ผลหรือไม่ได้ผล เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่นที่แข่งขันในตลาดเดียวกัน

### 2.3.1 แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS)

แบบจำลอง CMS มีแนวคิด (Concept) ในการวิเคราะห์คือ พิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง เมื่อสมมติว่าประเทศดังกล่าวพยายามรักษาส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในตลาดโลกไว้ได้เท่าเดิมเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับส่วนแบ่งตลาดที่เกิดขึ้นจริงก็จะคงที่ สามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากความสามารถในด้านใดบ้าง เช่น การแข่งขันจากส่วนประกอบของรายการผลิตภัณฑ์สินค้าและจากการกระจายตลาด โดยพิจารณาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงระหว่างสองช่วงเวลาและถ้าส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไป แบบจำลอง CMS จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของการส่งออก ในสินค้าแต่ละชนิดว่าเป็นผลเนื่องจาก 1) การขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกทั้งหมดของตลาดโลก และ/หรือ 2) เป็นผลของการกระจายตัวของตลาด และ/หรือ 3) เป็นผลเนื่องจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศส่งออกเอง และ/หรือ 4) เป็นผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิด ซึ่งแสดงได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j X_{ijk}^0 &= [G_k \sum_j X_{ijk}^0 - \sum_j X_{ijk}^0] \\ &+ [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0) - G_k (\sum_j X_{ijk}^0)] \\ &+ [\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0] \\ &+ \{[\sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0)] - [\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0]\} \end{aligned}$$

โดยกำหนดให้

X	=	มูลค่าการส่งออก
i	=	ประเทศส่งออก i (i = ประเทศไทย)
j	=	ประเทศนำเข้า j
k	=	ชนิดสินค้า
0	=	ปีฐาน
1	=	ปีที่กำลังพิจารณาหรือปีปัจจุบัน

กำหนดให้

$$\begin{aligned} g &= G - 1 \\ &= \left( \frac{\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^1}{\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^0} \right) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของตลาดโลก} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} g_k &= G_k - 1 \\ &= \left( \frac{\sum_i \sum_j X_{ijk}^1}{\sum_i \sum_j X_{ijk}^0} \right) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกของสินค้า k} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} g_{jk} &= G_{jk} - 1 \\ &= \left( \frac{\sum_i X_{ijk}^1}{\sum_i X_{ijk}^0} \right) - 1 \\ &= \text{อัตราการขยายตัวการส่งออกของโลก ของสินค้า k ในตลาด j} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} g_{jk}^* &= 1 - G_{jk}^* \\ &= 1 - \left( \frac{\sum_i X_{ijk}^0}{\sum_i X_{ijk}^1} \right) \\ &= \text{ส่วนกลับของอัตราการขยายตัวการส่งออกในสินค้า k} \\ &\quad \text{ในตลาด j} \end{aligned}$$

แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะประกอบด้วย ผล 4 ด้าน คือ

1. ผลจากการขยายตัวทางการค้าโดยทั่วไปของโลก (General World Trade Expansion) เป็นการแสดงถึงแนวโน้มการค้าของโลก ซึ่งวัดโดยการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกในสินค้าแต่ละชนิด ถ้าความต้องการของโลกเพิ่มสูงขึ้น แสดงว่า สามารถส่งออกได้มากขึ้น เนื่องจากตลาดโลกมีความต้องการสินค้าต่างๆ เพิ่มขึ้น แต่ส่วนแบ่งการส่งออกในตลาดโลกคงที่
2. ผลจากการกระจายตลาด (Market Distribution Effect) เป็นผลของการส่งออกถูกทิศทางในตลาดต่างๆ ซึ่งสมมติให้มีการขยายตัว นั่นคือการขยายตัวของการส่งออกไปยังประเทศที่กำหนดให้จะเพิ่มขึ้นในอัตราเดียวกันกับการขยายตัว ของการนำเข้าสินค้านั้นๆของประเทศนั้นภายใต้อัตราที่คาดการณ์ไว้ โดยสมมติให้ส่วนแบ่งตลาดส่งออกสินค้าแต่ละชนิดในตลาดที่กำหนดยังคงเดิม ในขณะที่

เดียวกันภายใต้ผลจากอัตราการขยายตัวส่วนแบ่งตลาดของโลกทั้งหมด (ประเทศนำเข้ารวมทุกประเทศ) ดังนั้นความแตกต่างระหว่างผลทั้ง 2 ด้านนี้ จะแสดงถึงการขยายตัวการส่งออกที่อธิบายโดยความแตกต่างของทิศทางการส่งออก หรือการกระจายของตลาดผลนี้จะมีค่าเป็นบวกถ้าประเทศ  $i$  ส่งออกสินค้าของตนส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง และเป็นลบถ้าหากส่งออกไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ

3. ผลจากการแข่งขัน (Pure share of competitive effect) ผลต่างระหว่างอัตราการขยายการส่งออกจริงกับอัตราการขยายการส่งออกที่เพียงพอ เพื่อให้ประเทศสามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลกไว้เท่าเดิมในแต่ละสินค้าและแต่ละภูมิภาค ผลต่างนี้จะมีผลให้ส่วนแบ่งตลาดในโลกของประเทศที่กล่าวถึงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่งจะสะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นสู่ตลาดโลก
4. ผลจากการปรับการส่งออกหรือทิศทาง (Interaction effect) สะท้อนถึงการที่ประเทศผู้ส่งออกใช้ความพยายามขยายการส่งออกในตลาดที่หดตัวหรือลดการส่งออกในตลาดที่ขยายตัว ซึ่งถ้าเป็นทั้งสองกรณีนี้ผลจากการปรับการส่งออกจะทิศทางซึ่งจะมีค่าเป็นลบ ในทางตรงกันข้าม ค่าของผลนี้จะเป็นบวกถ้าประเทศผู้ส่งออกขยายการส่งออกในตลาดที่ขยายตัว และลดการส่งออกในตลาดที่หดตัว

#### 2.3.2 การประยุกต์ใช้แบบจำลอง CMS มีข้อสมมติพื้นฐานดังนี้

1. กำหนดให้ลักษณะอุปสงค์ของประเทศผู้นำเข้าเป็นตัวแปรภายนอกและไม่สามารถควบคุมได้โดยประเทศส่งออก
2. ส่วนแบ่งตลาดส่งออกของประเทศผู้ส่งออกที่กำลังศึกษาอยู่ในตลาดใดตลาดหนึ่ง จะกำหนดให้มีค่าคงที่ ตราบเท่าที่ประเทศผู้ส่งออกดังกล่าวสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดนี้ได้ ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าวในตลาดใดตลาดหนึ่งเป็นผลเนื่อง มาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งในทางอ้อมความสามารถในการแข่งขันนี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวด้านอุปทาน ภายในประเทศผู้ส่งออก ดังกล่าว
3. ความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกมีค่าอนันต์ (Infimite) นั่นคือประเทศผู้ส่งออกสามารถขยายการผลิตสินค้าเพื่อสนองตลาดโลกที่ขยายตัวได้เสมอ
4. สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตจากประเทศต่าง ๆ มีลักษณะและคุณภาพเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันจนไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างในแง่ของผู้บริโภค

#### 5. ไม่มีการรวมตัวหรือร่วมมือกันระหว่างประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลก

วิธีการ CMS นี้มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ในส่วนของข้อดีนั้นก็คือ ใช้คำนวณวัดระดับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนกำหนดขนาดการขยายตัว หรืออัตราการขยายตัวของการส่งออก ทำให้ทราบว่าคุณสมบัติของตลาดของประเทศผู้ส่งออกที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยใดบ้าง สำหรับข้อเสียนั้นได้แก่การที่ CMS ไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงใน Trade flow และ Market share ได้ทั้งหมด ข้อจำกัดก็คือผลของการคำนวณขึ้นอยู่กับทางเลือกฐานเวลา และเลือกลำดับของการคำนวณสัดส่วนแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างออกไป อีกทั้งการใช้ระดับราคาเป็นตัววัดการแข่งขันของประเทศผู้ส่งออกนั้นค่อนข้างจะไม่สมบูรณ์อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกมาก นอกจากนี้ข้อสมมติที่ว่าส่วนแบ่งในการส่งออกของประเทศต่างๆ ที่นำมาพิจารณาซึ่งสมมติให้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงนั้นในสภาพที่เป็นจริงแล้วโครงสร้างการค้าของโลกเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

### บทที่ 3

## สถานการณ์อุตสาหกรรมถุมือยางของไทย

อุตสาหกรรมการผลิตถุมือยาง ได้ก่อตั้งขึ้นครั้งแรกในประเทศแถบอเมริกาเหนือและยุโรป เป็นสินค้าที่นิยมใช้ในทางการแพทย์ เช่น การผ่าตัด การตรวจโรคและป้องกันการติดเชื้อ ตลอดจนใช้ในงานอุตสาหกรรมและในครัวเรือน ทั้งนี้เพื่อรักษาความสะอาดและถูกสุขลักษณะ ในช่วงปี พ.ศ. 2463 ประเทศอุตสาหกรรม เช่น อังกฤษและฝรั่งเศสได้เคลื่อนย้ายฐานการผลิตน้ำยางที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตถุมือยางมาสู่ประเทศที่ปลูกยางธรรมชาติ เช่น ศรีลังกา มาเลเซีย และบราซิล เนื่องจากการกรีดยางเพื่อนำมาแปรรูปเป็นน้ำยางข้น จำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมาก จึงเหมาะที่จะทำการผลิตในประเทศแถบอเมริกาใต้และเอเชีย ที่มีแรงงานจำนวนมากและอัตราค่าจ้างแรงงานต่ำ

สำหรับประเทศไทย เริ่มการผลิตน้ำยางข้นประมาณ ปี พ.ศ. 2516 หรือ กว่า 30 ปีที่ผ่านมาในขณะนั้นน้ำยางข้นจากไทย ยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดแถบยุโรปเหมือนประเทศมาเลเซีย ซึ่งเคยเป็นอาณานิคมของอังกฤษมาก่อน และเริ่มส่งออกน้ำยางข้นไปตลาดต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2518 เป็นการว่าจ้างบริษัทของมาเลเซีย ที่มีสาขาอยู่ในอังกฤษเป็นตัวแทนจำหน่ายให้ ทั้งนี้เพื่อตัดปัญหาเรื่องความเชื่อถือด้านคุณภาพ อุตสาหกรรมน้ำยางข้นเริ่มขยายตัวอย่างมากในปี พ.ศ. 2531 ประเทศไทยเริ่มส่งออกน้ำยางข้นเอง โดยมีปริมาณส่งออกประมาณ 53,228 ตัน เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2528 ที่มีการส่งออกน้ำยางข้นมีปริมาณเพียง 470 ตัน ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าคุณภาพน้ำยางข้นจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกและแม้ว่าการผลิตน้ำยางข้น ในระยะต่อมามีปริมาณเพิ่มขึ้น แต่สัดส่วนการส่งออกมีปริมาณไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับบางธรรมชาติชนิดอื่น ๆ เช่นปี พ.ศ. 2547 ยางแผ่นรมควัน (RSS) จำนวน 997,123 ตัน และยางแท่ง (STR) จำนวน 947,210 ตัน สำหรับน้ำยางข้น จำนวน 477,261 ตัน ในขณะที่ปี พ.ศ. 2546 ไทยส่งออกน้ำยางข้น จำนวน 408,993 ตัน อันเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มการใช้ยางข้น สำหรับอุตสาหกรรมในประเทศมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาอันสั้นที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมถุมือยาง และ ถุยางอนามัย

ก่อนปี พ.ศ. 2520 ประเทศไทยยังไม่มีโรงงานผลิตถุมือยาง ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด ได้แก่ถุมือยางชนิดใช้ในทางการแพทย์ ถุมือยางใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและงานบ้าน มีมูลค่ารวมประมาณปีละ 9-20 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากมาเลเซีย เกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา โรงงานผลิตยางแห่งแรก คือ บริษัท สยามซูพีเรียร์ กัลฟัส แอนด์ การ์เมนต์ จำกัด

เป็นโรงงานขนาดเล็กที่ร่วมลงทุน ระหว่างไทย-อินเดีย ดำเนินการเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2520 เป็นโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาล การผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก มีการส่งออกเพียงเล็กน้อย ต่อมาในปี พ.ศ. 2525 บริษัท แอนแซลล์ จากประเทศออสเตรเลีย ได้เข้ามาลงทุนผลิตถุงมือที่ใช้ในครัวเรือนและถุงมือยางชนิดตรวจโรค หรือ Examination Glove เป็นการผลิตการส่งออกนับเป็นบริษัทใหญ่แห่งแรกในประเทศไทย ที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตและการจัดการที่ทันสมัยในการผลิตถุงมือที่ใช้ทางการแพทย์ นอกจากนั้นยังผลิตถุงมือที่ใช้ในครัวเรือนและงานอุตสาหกรรมนับจากปี 2529 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมการผลิตถุงมือยาง ได้รับความสนใจจากนักลงทุนต่างชาติมากขึ้นเป็นลำดับ เนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้กำหนดเงื่อนไขในการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ โดยเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกทำให้ภาวะการแข่งขันภายในประเทศมีน้อย

ช่วงปี พ.ศ. 2531-2532 อุตสาหกรรมถุงมือยางขยายตัวอย่างรวดเร็ว อันเนื่องมาจากการแพร่กระจายของโรคเอดส์และการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรม ประกอบกับการอกระเบียบให้คนงานสวมถุงมือยางขณะปฏิบัติงาน ขณะที่การผลิตถุงมือยางจากแหล่งผลิตรายใหญ่ของโลก คือ ไต้หวัน และ มาเลเซีย ก็ไม่สามารถเพิ่มการผลิตได้ทันความต้องการ เนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบและอัตราค่าจ้างแรงงานในประเทศเพิ่มสูง ส่งผลให้ราคาถุงมือยางในตลาดโลกเพิ่มจากราคาปกติ 3-4 เท่าตัว ทำให้การลงทุนในประเทศไทยเป็นที่สนใจของนักลงทุนต่างชาติ เนื่องจากเป็นแหล่งวัตถุดิบคือ น้ำยางข้นและค่าแรงงานต่ำ และได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีศุลกากร หรือ GSP ซึ่งเน้นการผลิตเพื่อป้อนตลาดสหรัฐอเมริกา เป็นหลักทั้งนี้ ทำให้เป้าหมายทางด้านการตลาดของไทยจึงเปลี่ยนแปลงไป โดยเริ่มให้ความสำคัญกับตลาดต่างประเทศมากขึ้น

สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมถุงมือยางส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นการลงทุนของผู้ประกอบการของไทย นักลงทุนต่างชาติ หรือเป็นการร่วมลงทุนระหว่างผู้ประกอบการของไทยกับนักลงทุนจากไต้หวัน มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ และยุโรป ในปี พ.ศ. 2547 มีโรงงานที่ผลิตถุงมือยางทั้งสิ้น 52 แห่ง ที่ได้รับการส่งเสริมทั้งสิ้น 44 แห่ง มีเงินลงทุนรวมประมาณ 10,281.72 ล้านบาท จำนวนคนงานประมาณ 18,195 คน กำลังการผลิต 337,116 แรงม้าที่ตั้งโรงงานกระจายไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง นอกนั้นจะตั้งอยู่ในภาคตะวันออก ภาคใต้ กรุงเทพ และปริมณฑล

มูลเหตุสำคัญที่บริษัทผู้ผลิตถุงมือยางจากต่างชาติ ได้ย้ายฐานการผลิตจากมาเลเซีย และอินโดนีเซีย มาลงทุนในประเทศไทย เนื่องจากค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าและไทยยังเป็นผู้ผลิตน้ำยางรายใหญ่ของโลก ปัจจุบันมีผู้ผลิตถุงมือยางรายใหญ่ ได้แก่ บริษัท เซฟสกิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด จากสหรัฐอเมริกา ผลิตถุงมือยางใช้ทางการแพทย์รายใหญ่ ได้ย้ายฐานการผลิตมาลงทุน

ในไทย บริษัท สยามเซมเพอเมด จำกัด เป็นผู้ผลิตถุงมือยางที่ใช้ทางการแพทย์โดยเป็นบริษัทร่วมลงทุนระหว่างไทยและออสเตรเลีย บริษัท แอนเซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นการลงทุนของนักลงทุนจากออสเตรเลีย เป็นผู้ผลิตถุงมือยางประเภทที่ใช้ในอุตสาหกรรมและครัวเรือนรายใหญ่

### 3.1 โครงสร้างการผลิต

#### ประเภทการผลิต

การผลิตถุงมือยางแบ่งเป็น 2 ชนิด คือ ถุงมือยางชนิดมีแป้ง (Powdered) และไม่มีแป้ง (Non-Powdered) ซึ่งคุณสมบัติของถุงมือยางทั้ง 2 ชนิดแทบไม่มีความแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับความนิยมของผู้บริโภคถุงมือยางชนิดไม่มีแป้งจะใช้ในกลุ่มผู้ที่เกิดอาการแพ้เป็นส่วนใหญ่

สำหรับถุงมือยางที่ผลิตในประเทศไทยสามารถแบ่งออก ตามลักษณะการใช้งานได้ดังนี้

1. ถุงมือยางทางการแพทย์ (Medical Glove) ได้แก่ ถุงมือที่ใช้การผ่าตัด (Surgical Glove) ใช้สำหรับงานผ่าตัด มีลักษณะเนื้อบาง เหนียว มีความยาวถึงข้อศอก กรรมวิธีการฆ่าเชื้อโรค 100 % โดยเครื่องแกมมาเรย์ปกติจะใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้ง การบรรจุหีบห่อมีความปราณีต สะดวกเวลาแกะ ใช้เทคโนโลยีการผลิตค่อนข้างสูงเพราะต้องการถุงมือยางที่มีความสะอาดและคุณภาพสูงกับถุงมือยางชนิดที่ใช้ตรวจโรคทั่วไป (Examination Glove) ใช้ในงานตรวจโรคมีทั้งชนิดที่มีแป้งและชนิดปราศจากแป้ง (Non-Powdered or Powder-free) การผลิตต้องออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้ คือออกแบบเพื่อให้ใส่ง่ายแกะห่อได้อย่างรวดเร็วถุงมือประเภทนี้ไม่มีข้างซ้ายขวา เป็นแบบ Ambi มีความบางกระชับมือสั้นแค่ข้อมือ ใช้ครั้งเดียวทิ้งโดยไม่มีการนำมา Recycle อีก เพื่อป้องกันเชื้อโรคแพร่กระจายและราคาจะต้องไม่แพง

2. ถุงมือที่ใช้ในครัวเรือน (Household Glove) ถุงมือจะมีขนาดใหญ่ แข็งแรงมีความทนทานต่อการใช้งานที่ต้องสัมผัสกับน้ำและผงซักฟอก สวมใส่สบาย นุ่มมือ มีอายุการใช้งานนาน การออกแบบและบรรจุหีบห่ออย่างปราณีต สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจจากแม่บ้าน

3. ถุงมือยางที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม (Industrial Glove) ถุงมือจะมีขนาดใหญ่ มีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานในโรงงาน เช่น โรงงานฆ่าไก่ โรงงานผลิตผลไม้กระป๋อง อุตสาหกรรมเคมี อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (เพื่อกันคลื่นไฟฟ้า) เป็นต้น สำหรับการบรรจุหีบห่อไม่จำเป็นต้องสวยงาม

อุตสาหกรรมถุงมือยาง เป็นอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอีกประเภทหนึ่งที่ใช้ น้ำยางข้นเป็นวัตถุดิบ จึงทำให้เกิดระบบการผลิตแบบครบวงจรธุรกิจ ในปี พ.ศ. 2537 สำนักคณะกรรมการอาหารและยา หรือ อย. ได้กำหนดถุงมือยางเป็นเครื่องมือทางการแพทย์ 2 ประเภท คือ



ถุงมือยางสำหรับการตรวจโรคและถุงมือยางสำหรับการศัลยกรรม ดังนั้นการผลิตและการส่งออกถุงมือยาง จึงต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานของ อย. เพื่อให้สินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการใช้

นอกจากนี้ถุงมือยาง ยังแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทที่ผ่านการฆ่าเชื้อแล้ว (Sterilized) ใช้ในวงการแพทย์หรือทางวิทยาศาสตร์ที่ผลิตจากยางธรรมชาติ เนื่องจากการจับมือและทนทานกว่าและที่สำคัญที่สุดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ต้องการความสะอาดและมีคุณภาพดี ดังนั้นจึง ต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตค่อนข้างสูง
2. ประเภทที่ยังไม่ผ่านการฆ่าเชื้อ (Unsterilized) ใช้ในอุตสาหกรรม หรืองานในครัวเรือน เช่น สวมเพื่อล้างจาน ซักเสื้อผ้า ทำสวนครัว และใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมเคมี เพื่อป้องกันอันตรายจากสารเคมี ใช้ในโรงงานอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นฉนวนไฟฟ้า

การศึกษาโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมถุงมือยางของประเทศไทยนั้น อาจศึกษาได้จากสัดส่วนการครองตลาด (MarketShare) ของบริษัทถุงมือยาง ซึ่งจำเป็นต้องใช้ข้อมูลทางการ เช่น ยอดขาย หรือปริมาณการจำหน่ายในประเทศแต่ด้วยข้อจำกัดด้านข้อมูลเหล่านี้ การศึกษาครั้งนี้ จึงใช้ข้อมูลการส่งออกมีประมาณร้อยละ 90 ของการผลิตถุงมือยาง ภายในประเทศทั้งหมด ส่วนที่เหลือจะเป็นการใช้ภายในประเทศ หรือประมาณร้อยละ 10 อาจกล่าวได้ว่าปริมาณการใช้ถุงมือยางในประเทศจะประกอบด้วยส่วนที่มีได้ส่งออกจำหน่ายต่างประเทศรวมกับปริมาณการนำเข้าจากต่างประเทศรายละเอียดตามตารางที่ 3.1 ประเทศไทยสามารถการผลิตถุงมือยางได้ทั้งสิ้นจำนวน 23,241.13 ล้านชิ้น ในปี พ.ศ. 2547 ลดลง จำนวน 807.88 ล้านชิ้น ทั้งนี้เนื่องจากว่ามีหลายบริษัทที่ลดกำลังการผลิตลงและบางบริษัทก็หยุดผลิต แต่ที่ปริมาณการผลิตไม่ลดลงมากนักนั้น เพราะในขณะนั้นหลายบริษัทลดกำลังการผลิตเพราะทนรับภาระการขาดทุนไม่ไหว บริษัทขนาดใหญ่ที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าก็เพิ่มกำลังการผลิตให้มากขึ้น และบางบริษัทเริ่มวางแผนในการจะขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับ ความต้องการในส่วนนี้

ตารางที่ 3.1 โครงสร้างการผลิตและการใช้ถุงมือยางของไทย

(หน่วย: ล้านชิ้น)

ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออก	ปริมาณประมาณการผลิต (1)	ปริมาณการนำเข้า	ปริมาณใช้ในประเทศ (2)
2540	7,569.80	8,326.78	131.74	781.05
2541	10,955.96	12,051.56	249.24	1,203.42
2542	10,883.40	11,971.74	83.80	1,021.53
2543	13,945.38	15,339.92	124.62	1,336.67
2544	15,190.14	16,709.15	98.00	1,436.52
2545	18,877.02	20,764.72	82.66	1,760.46
2546	21,862.74	24,049.01	91.17	2,061.72
2547	21,132.18	23,241.13	212.52	2,162.13

หมายเหตุ (1) ปริมาณการส่งออก บวกประมาณการร้อยละ 10 ของมูลค่าการส่งออก

(2) ปริมาณการนำเข้า บวกประมาณการร้อยละ 10 ของมูลค่าการส่งออก

ที่มา : กรมเจรจาการค้า กระทรวงพาณิชย์

### 3.1.1 ปัจจัยการผลิต

ปัจจัยการผลิตหรือวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตถุงมือยางได้แก่ ไซยางชั้นและเคมีภัณฑ์ วิธีการผลิตถุงมือยางแต่ละประเภทจะคล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันในบางขั้นตอนและรายละเอียดของการผลิต เช่น จำนวนครั้งที่จุ่มน้ำยาง เพื่อให้เกิดความหนาบางตามต้องการ การทำให้ถุงมือยางสวมใส่สบายจะใช้วิธีการพ่นปุ๋ยฝ้ายเข้าในค้ำนิน (เหมาะสำหรับใช้ในงานบ้าน) หรือการนำเชื้อถุงมือยาง(โดยรังสีแกมมา) สำหรับถุงมือยางที่ใช้ทางการแพทย์ เป็นต้น ส่วนใหญ่จะผลิตตามใบสั่งของลูกค้าต่างประเทศ โดยทั่วไปโรงงานผลิตถุงมือยางจะมีโรงงานผลิตน้ำยางชั้นเป็นของตนเอง หรือตั้งใกล้บริเวณที่มีการผลิตน้ำยางชั้น โดยการนำน้ำยางสดที่กรีดยากัดต้นยางพารามาผ่านเครื่องแยกน้ำและเนื้อยางออกจากกัน โดยปกติน้ำยางสดที่รับซื้อจากชาวสวนจะมีเนื้อยางประมาณร้อยละ 30-40 ต้องนำมาแยกน้ำออกให้มีเนื้อยาง ประมาณร้อยละ 60 ซึ่งเป็นระดับความเข้มข้นที่เหมาะสมสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตน้ำยางชั้นใช้เทคโนโลยีไม่ซับซ้อน ผู้ประ

กอบการสามารถซื้อเครื่องปั่นแยกน้ำยางจากต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ได้หวั่น สวีเดน อังกฤษ เป็นต้น จุดสำคัญอยู่ที่เทคนิคการควบคุมคุณสมบัติของน้ำยาง

สำหรับขั้นตอนการผลิตน้ำยางชั้นลำดับได้ดังนี้

1. นำน้ำยางสดที่รับซื้อจากชาวสวนไปเทลงในบ่อที่มีฝาปิดมิดชิด เติมสารเคมี เพื่อปรับสภาพน้ำยางชั้นให้เหมาะสมที่จะเข้าเครื่องปั่นน้ำยางชั้น
2. ผ่านน้ำยางสดเข้าในเครื่องปั่น เครื่องจะแยกส่วนที่เป็นน้ำยางชั้นไปเก็บไว้ในแทงก์ และส่วนที่เป็นน้ำและเศษยางไปพักไว้ในบ่อต่างหาก
3. ปรับสภาพน้ำยางชั้นให้มีส่วนประกอบของเนื้อยางร้อยละ 60 นอกจากนั้นจะเติมสารเคมีต่างๆ ให้น้ำยางชั้นมีคุณสมบัติตามความต้องการของลูกค้า ในกระบวนการผลิตถุงมือยางส่วนใหญ่ จะใช้น้ำยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบ จากนั้นจะเติมสารเคมีลงไป ในน้ำยาง เพื่อให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมที่จะทำการขึ้นรูปเป็นถุงมือยางปกติ จะใช้วิธีการจุ่มในสารช่วยน้ำยางจับตัว (Coagulant Dipping) กล่าวคือใช้พิมพ์ที่ทำจากโลหะพลาสติก หรือ เซรามิกที่ล้างสะอาดแล้วจุ่มลงในสารละลาย ช่วยน้ำยางจับตัว (โดยทั่วไปใช้  $\text{CaCl}_2$  หรือ  $\text{Ca}(\text{NO}_3)_2$ ) ยกพิมพ์ขึ้นและรอให้แห้งหมาด ๆ จะเกิดฟิล์มบางของสารเคมีที่ช่วยให้ น้ำยางจับตัวเกาะอยู่ที่พิมพ์ จากนั้นนำพิมพ์นี้ไปจุ่มในน้ำยางผสมสารเคมี ยกพิมพ์ขึ้นช้าๆ ฟิล์มยางจะเคลือบพิมพ์ นำไปอบแห้งและทำให้คงรูปจะได้ผลิตภัณฑ์ถุงมือยางสำเร็จรูป

### 3.1.2 ต้นทุนการผลิต

วัตถุดิบในการผลิตถุงมือยางที่สำคัญ ได้แก่ น้ำยางชั้น และมีสัดส่วนที่ใช้ในการผลิต อัตราร้อยละ 90-95 ของน้ำหนักผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ส่วนอีกร้อยละ 5 จะเป็นสารเคมีที่ผสมเพื่อช่วยรักษาสภาพน้ำยางชั้น แป้งเคมีและยางสังเคราะห์ที่จะทำให้ถุงมือยางมีคุณภาพได้ตามต้องการ โดยมีโครงสร้างต้นทุนการผลิต ดังนี้

1. วัตถุดิบ ประมาณร้อยละ 26.7 ได้แก่ น้ำยางชั้น (Concentrated Latex) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ มีลักษณะพิเศษเฉพาะคือไม่สามารถใช้ยางชนิดอื่นทดแทนได้ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบประการสำคัญสำหรับประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ

2. เคมีภัณฑ์ ประมาณร้อยละ 15-21 สารเคมีต่างๆ ที่ผสมลงไป ได้แก่ สารที่ช่วยในการรักษาสภาพน้ำยางกำมะถัน สารช่วยเร่งปฏิกิริยา สารป้องกันยางเสื่อม และอาจมีสารช่วยเพิ่มความหนืด ถ้าจำเป็นซึ่งสัดส่วนต้นทุนของสารเคมีของกิจการขนาดเล็กและขนาดใหญ่ จะแตก

ต่างกันค่อนข้างมากเพราะกิจการขนาดใหญ่จะสามารถจัดซื้อสารเคมีในคราวละจำนวนมากได้ และซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตจากต่างประเทศทำให้ ต้นทุนลดลง

3. เงินเดือนและค่าจ้างหรือแรงงาน ประมาณร้อยละ 11.7 ของต้นทุนเป็นส่วนของแรงงาน ซึ่งถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพและการตรวจดูรูรั่วและการบรรจุหีบห่อแรงงานในส่วนนี้ไม่จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีความรู้สูงหรือค่อนข้างสูง

4. ต้นทุนอื่น ๆ ได้แก่ ค่าพลังงาน (ร้อยละ 15-19) ค่าใช้จ่ายสำนักงาน (ร้อยละ 12-20) และ อื่นๆ เช่น ค่าดอกเบี้ย ค่าซ่อมแซม ค่าดำเนินการด้านการตลาด ต้นทุนที่เกิดจากสินค้าถูกตีกลับ (ร้อยละ 3-8)

สัดส่วนต้นทุนน้ำยางชั้นจะขึ้นอยู่กับราคน้ำยางชั้นในตลาด ที่นำมาทำเป็นวัตถุดิบสำเร็จรูปในการผลิตถุงมือยาง หรือ น้ำยางชั้นนั่นเอง ทั้งนี้หากผู้ประกอบการมีโรงงานผลิตน้ำยางชั้นเป็นของตนเองก็จะมีต้นทุนในส่วนนี้ลดลง ประกอบกับสามารถควบคุมคุณภาพของน้ำยางชั้นที่ผลิตให้ตรงตามมาตรฐานของวัตถุดิบที่ใช้ด้วย

ในส่วน of ต้นทุนสารเคมีสำหรับกิจการขนาดเล็กและใหญ่จะต่างกันค่อนข้างมาก อาจเนื่องจากกิจการขนาดใหญ่สามารถจัดซื้อสารเคมีคราวละมาก ๆ โดยตรงจากผู้ผลิตทำให้ต้นทุนการซื้อถูกลงในขั้นตอนการผลิตตอนต้นจะใช้เครื่องจักรเป็นหลัก กล่าวคือการบวนการจุ่มโมลด์ลงในน้ำยางและอบแห้ง จะกระทำโดยเครื่องจักรซึ่งจะเดินเครื่องตลอด 24 ชั่วโมง มีพนักงานคุมเครื่อง 1 คนและมีคนงานคอยดึงถุงมือ ออกจากแบบพิมพ์เครื่องละ 2-6 คน ขึ้นอยู่กับชนิดของเครื่องจักร บางแห่ง ก็ใช้เครื่องอัตโนมัติทั้งหมดโดย ใช้น้ำฉีดถุงมือออกจากแบบพิมพ์ อย่งไรก็ดี กระบวนการผลิตถุงมือยาง ก็มีได้ซับซ้อนเท่าใดนักความยุ่งยากจะอยู่ที่การผสมน้ำยางเพื่อให้ได้ถุงมือยางที่มีคุณภาพตาม ที่ต้องการและการออกแบบเครื่องจักร การผลิตให้เหมาะสมกับน้ำยางชั้น (น้ำยางชั้นมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอขึ้นอยู่กับฤดูกาลเก็บ) ทั้งนี้เพราะคุณภาพสินค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญของอุตสาหกรรมนี้

อาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมถุงมือยางจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานค่อนข้างมาก ซึ่งขั้นตอนที่ใช้แรงงานมากที่สุดคือ การตรวจคุณภาพถุงมือ ตรวจดูรูรั่ว จะใช้คนงานประมาณ 1 ใน 3 ของคนงาน ทั้งหมดในโรงงาน การเช็คหรือการตรวจสอบ จะใช้วิธีการฉีดลมเข้าไปในถุงมือ เนื่องจากในการผลิตถุงมือ แต่ละล็อตคุณภาพถุงมือยางจะขึ้นอยู่กับคุณภาพของน้ำยางชั้น ซึ่งถ้าควบคุมไม่ได้ จะเกิดปัญหาแก่ถุงมือยางได้ง่าย ดังนั้น จึงต้องมีการสุ่มถุงมือยางมาตรวจสอบตลอดเวลา ถ้าพบถุงมือรั่วมาก ก็จำเป็นที่จะต้องเช็คถุงมือทุกชิ้น บางครั้งจำเป็นต้องเช็คด้วยการฉีดน้ำเข้าไปหารูรั่ว ขั้นตอนการนับจำนวนและบรรจุถุงมือลงกล่อง จะใช้แรงงานประมาณ 1 ใน 3 ของคนงานทั้งหมด

### 3.1.3 เทคโนโลยีการผลิต

เทคโนโลยีการผลิตถุงมือยางและถุงยางอนามัยมีความคล้ายคลึงกันมาก เพราะเป็นกระบวนการแบบจุ่ม (Dipping) เช่นเดียวกัน อีกทั้งโครงสร้างวัตถุดิบและต้นทุนก็ไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ มีกรรมวิธีการผลิตที่ไม่มีความซับซ้อนเท่าใดนัก กระบวนการผลิตส่วนใหญ่จะเป็นแบบอัตโนมัติองค์ประกอบของเครื่องจักรไม่ซับซ้อน ความยุ่งยากจะอยู่ที่การผสมน้ำยาง (ทั้งน้ำยางข้นและยางสังเคราะห์) กับสารเคมีเพื่อให้ได้ถุงมือยางที่มีคุณภาพที่ต้องการและการออกแบบเครื่องจักรให้เหมาะสมกับน้ำยางข้น (เพราะน้ำยางข้นมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับฤดูกาลและแหล่งปลูกที่จัดเก็บ)

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการผลิตถุงมือยางเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั่วไป ทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากความต้องการในตลาดโลกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ประกอบกับเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนต่ำ และใช้เทคโนโลยีที่ไม่สูงนัก การผลิตถุงมือยางโดยทั่วไป มีเทคโนโลยีการผลิต 2 ลักษณะ คือ

1. วิธีแบบจุ่มในน้ำยางข้นโดยตรง (Dipping) จะใช้ความร้อนเป็นตัวทำให้น้ำยางข้นติดโมลด์ เป็นเทคนิคที่บริษัทแอนเชลล์ของออสเตรเลียและบริษัทของสหรัฐอเมริกาและยุโรปใช้ แต่รูปร่างของถุงมือยางจะไม่สวย โดยเฉพาะบริเวณง่ามนิ้ว แต่มีความนิ่มและแข็งแรง ไม่รั่วและไม่ฉีกขาดง่าย วิธีนี้จะผลิตได้เร็วและได้ผลผลิตคราวละมาก ๆ

2. วิธี Coagulant dip คือการนำโมลด์ไปจุ่มลงในสารช่วยให้จับน้ำยางก่อนแล้วจึงจุ่มในน้ำยางข้นถุงมือยางที่ได้จะเรียบสวยงาม แต่เกิดรอยรั่วตรงบริเวณง่ามนิ้วได้ง่าย เทคโนโลยีที่ใช้กับเครื่องจักรของจีนและไต้หวัน

สำหรับผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ เช่น บริษัทแอนเชลล์ จำกัด จะมีการค้นคิด และพัฒนา เทคโนโลยีด้านผสมน้ำยางออกแบบและปรับปรุงเครื่องจักรสำหรับการผลิตเอง จะใช้เทคโนโลยีการผลิต แบบที่ 1 หรือ Dipping หรือแบบจุ่มในน้ำยางโดยตรง โดยมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาบุคลากรประจำห้องทดลอง มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในเรื่องเคมียาง โดยเฉพาะมีการค้นคว้าปรับปรุงสูตรผสมยางเป็น ของตนเองนอกจากนี้บริษัทยังมีสาขาการผลิตอยู่ในประเทศมาเลเซีย และศรีลังกา ซึ่งมีการพัฒนาเทคนิคการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ มีการถ่ายโอนเทคโนโลยีการผลิต ทำให้โรงงานสามารถพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้รวดเร็วและคล่องตัว

ในส่วนของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง การผลิตจะใช้เทคโนโลยีการผลิตวิธีที่ 2 หรือ วิธี Coagulant dip และเน้นการผลิตถุงมือชนิดที่ใช้ในการตรวจโรค ซึ่งเทคโนโลยีการผลิตและสูตรการผสมน้ำยางจะมาพร้อมกับเครื่องจักร มักมีปัญหากับการควบคุมคุณภาพ แต่มีต้นทุน

ทุนการผลิตต่ำกว่าวิธีแรกในส่วนของผู้ลงทุนส่วนใหญ่เป็นผู้ลงทุนชาวไทย หรือร่วมลงทุนกับต่างชาติ เช่น ไต้หวัน จะใช้เครื่องจักรในการผลิตจากไต้หวัน เนื่องจากมีราคาถูก สำหรับส่วนสูตรผสมน้ำยางจะได้ จากสถาบันวิจัยยางหรือซื้อสูตร สำเร็จจากต่างประเทศ เช่น อังกฤษ ด้านเทคนิคจะมีที่ปรึกษาจากจีน และไต้หวัน ในระยะแรกของการผลิตผู้ประกอบการเหล่านี้จะประสบปัญหาเรื่องสูตรผสมน้ำยางอย่างมาก สินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพไม่คงที่ดูมือง่าย ดั่งนั้น จึงต้องใช้เวลาในการปรับตัว เพื่อให้การผลิตที่ได้มาตรฐานของผู้นำเข้าต่างประเทศ ส่วนเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตผู้ประกอบการบางแห่งสามารถผลิตเครื่องจักรสำหรับผลิตดูมือง่ายได้ โดยซื้อชิ้นส่วนจากทั้งในและต่างประเทศช่วยให้ลดต้นทุนได้อีกส่วนหนึ่ง สำหรับเครื่องจักรที่ประกอบได้เอง จะมีต้นทุนเครื่องละประมาณ 5 ล้านบาท ขณะที่ต้นทุนเครื่องจักรนำเข้าประมาณ เครื่องละ 10 ล้านบาท

### 3.2 สถานการณ์ตลาดภายในประเทศ

ก่อนปี พ.ศ. 2528 การตลาดภายในประเทศส่วนใหญ่ เป็นการจำหน่ายเฉพาะดูมือง่ายที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและครัวเรือนเท่านั้น โรงงานที่ผลิตส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็ก คุณภาพดูมือง่ายยังไม่เป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ จึงไม่สามารถผลิตเพื่อการส่งออกได้ หลังจากปี พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา ตลาดดูมือง่ายของไทยส่วนใหญ่จะเป็นตลาดต่างประเทศ เนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กำหนดเงื่อนไขที่เน้นให้ผู้ลงทุนการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดการแข่งขันภายในประเทศให้มัน้อยลง

โครงสร้างตลาดของตลาดดูมือง่ายในประเทศมีขนาดเล็ก เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดต่างประเทศจะมีลักษณะเป็นแบบผู้ซื้อน้อยราย กล่าวคือผู้ซื้อที่มีน้อยขณะที่ผู้ขายหรือผู้ผลิตมีมากมาย ทำให้ผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรอง การกำหนดราคาและเงื่อนไขในการซื้อขายได้ ส่วนใหญ่จะเน้นด้านการแพทย์โดยการประมูลขายให้แก่ โรงพยาบาลและสถานพยาบาล หรือคลินิกและใช้ในบางอุตสาหกรรมเท่านั้น เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปและอุตสาหกรรมการผลิตยา) อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังมีการนำเข้าดูมือง่ายจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่าย ทำให้ผู้ประกอบการจะต้องแข่งขันทั้งจากผู้ประกอบการภายในประเทศและจากต่างประเทศโดยเฉพาะการนำเข้าจากมาเลเซีย ซึ่งแต่เดิมประเทศไทยยังไม่มีกำหนดมาตรฐานของดูมือง่ายให้ชัดเจนเหมือนผลิตภัณฑ์สินค้าอื่น ต่อมาในปี พ.ศ. 2534 สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้กำหนดมาตรฐานดูมือง่าย สำหรับศัลยกรรม (มอก. 538-2534) และดูมือง่ายสำหรับตรวจโรค (มอก.1056-2534) สำหรับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดให้ดูมือง่ายทางการแพทย์เป็นสินค้าในข่ายเครื่องมือแพทย์ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขเกี่ยวกับมาตรฐานการผลิตและการนำเข้า จำนวน 2 ฉบับ คือ

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2537 เรื่อง ถุงมือยางสำหรับการตรวจโรคและประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 14 พ.ศ. 2537 เรื่อง ถุงมือยางสำหรับการศัลยกรรม แต่สำหรับในบางประเทศ จะมีกำหนดมาตรฐานของถุงมือยางไว้ในมาตรฐานกำหนดของแต่ละประเทศ ดังนั้นผู้ส่งออกจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานกำหนดเหล่านั้น โดยเคร่งครัด ในส่วนของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้กำหนดมาตรฐานถุงมือยางสำหรับศัลยกรรม (มอก.538-2534) และถุงมือยางสำหรับตรวจโรค (มอก.1056-2534) สำหรับมาตรฐานถุงมือยางทางการแพทย์

ในอดีตปริมาณการใช้ถุงมือยางทางการแพทย์ ในครัวเรือนและในโรงงานอุตสาหกรรมเป็นถุงมือยางที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แต่ในปัจจุบันแนวโน้มการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศมีอัตราเพิ่มขึ้น จะเห็นได้จากตัวเลขการนำเข้าถุงมือยางจากต่างประเทศมีแนวโน้มลดลงตามลำดับ

จากตารางที่ 3.2 ประเทศไทยแม้ว่าจะผู้ผลิตถุงมือยางอันดับต้น ๆ ของโลกแต่ก็เป็นการผลิต เพื่อการส่งออกเป็นหลัก ดังนั้นปริมาณถุงมือยางที่ใช้ภายในประเทศจึงไม่เพียงพอ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยมีมูลค่าการนำเข้า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – 2547 จำนวน 519.25, 545.26, 340.80, 385.05, 430.59, 352.86, 372.13 และ 489.47 ล้านบาท ตามลำดับ โดยที่ประเทศไทยนำเข้าถุงมือยางในลำดับต้น ๆ ได้แก่ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ สิงคโปร์ สำหรับประเทศมาเลเซีย ยังคงครองส่วนแบ่งตลาดการนำเข้าถุงมือยางของไทยเป็นอันดับหนึ่งและในสัดส่วนที่สูงมาโดยตลอด เช่น ปี พ.ศ. 2540 ยอดการนำเข้าถุงมือยาง จำนวน 425.32 ล้านบาท หรือร้อยละ 81.9 ปี และ พ.ศ. 2541 มียอดนำเข้า จำนวน 449.92 ล้านบาท หรือร้อยละ 82.5 ปัจจุบันการนำเข้าของไทย มีการนำเข้าจากประเทศอินเดีย จีน มากขึ้น โดยที่ปี พ.ศ. 2547 ยอดการนำเข้าจากประเทศมาเลเซีย ได้ลดลงเหลือมูลค่าการนำเข้าเพียง 349.62 ล้านบาท หรือร้อยละ 71.4 รองลงมาได้แก่ อินเดีย ญี่ปุ่น และจีน มีมูลค่าการนำเข้า จำนวน 36.06, 20.78 และ 18.61 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 7.4, 4.2 และ 3.8 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นถุงมือยางประเภทใช้ในการตรวจโรงทั่วไป (Examination Glove) ส่วนการนำเข้าถุงมือยางที่ใช้ในการผ่าตัดศัลยกรรม (Surgical Glove) มีมูลค่าน้อยมาก โดยที่ปี พ.ศ. 2547 มีมูลค่ารวม เพียง 28.67 ล้านบาท ในขณะที่ ปี พ.ศ. 2544 – 2546 มีมูลค่า 16.34, 22.88 และ 34.77 ล้านบาท ตามลำดับ

ในช่วง 3-4 ปี ที่ผ่านมายอดการนำเข้าถุงมือยางจากผู้ผลิตถุงมือยางของไทยที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI มีค่าการนำเข้าอยู่ในลำดับต้น ๆ ของยอดการนำเข้าถุงมือยางทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากตลาดโลกมีการแข่งขันกันรุนแรงระดับราคาโดยทั่วไปลดลงและต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตเลือกที่จะส่งออกสู่ประเทศไทยมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งสินค้า ทำให้ราคาสินค้าสามารถแข่งขันกับการผู้ส่งออกจากประเทศอื่น ๆ ได้ ซึ่งหากราคากถุงมือยาง

ตารางที่ 3.2 มูลค่าการนำเข้าถูงมือยางของไทยจากประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรกรวมทั้ง  
ประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540 ถึง พ.ศ. 2547

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเทศ/ปี	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
1. มาเลเซีย	425.32 (81.9)	449.92 (82.5)	234.01 (68.7)	230.40 (54.3)	233.61 (54.3)	223.82 (63.4)	251.75 (67.7)	349.62 (71.4)
2. อินเดีย	n/a (0)	.12 (0)	.25 (0.0)	1.07 (0.28)	.14 (0)	1.31 (0.4)	14.33 (3.9)	36.06 (7.4)
3. ญี่ปุ่น	18.53 (3.6)	21.84 (4.0)	22.58 (6.6)	24.94 (6.5)	53.81 (12.5)	15.69 (4.4)	14.93 (4.0)	20.78 (4.2)
4. จีน	n/a (0)	.82 (0.2)	1.55 (0.5)	16.70 (4.3)	9.73 (2.3)	8.44 (2.4)	14.67 (3.9)	18.61 (3.8)
5. ไทย	n/a (0)	n/a (0)	.31 (0.1)	1.79 (0.46)	23.97 (5.6)	10.32 (2.9)	6.16 (1.7)	13.35 (2.7)
6. สิงคโปร์	7.38 (1.4)	6.39 (1.2)	5.17 (1.5)	5.37 (1.4)	2.86 (0.7)	5.53 (1.6)	6.43 (1.7)	9.34 (1.9)
7. สหรัฐอเมริกา	51.21 (9.9)	51.97 (9.5)	50.78 (14.9)	38.19 (9.9)	50.03 (11.6)	54.76 (15.5)	26.23 (7.0)	8.59 (1.8)
8. ใต้หวัน	4.95 (1.0)	5.95 (1.1)	15.58 (4.6)	28.92 (7.5)	14.30 (3.3)	6.87 (1.9)	10.54 (2.8)	8.05 (1.6)
9. ฮองกง	4.40 (0.8)	3.54 (0.6)	5.44 (1.6)	5.29 (1.4)	6.11 (1.4)	4.21 (1.2)	6.11 (1.6)	7.02 (1.4)
10. เม็กซิโก	n/a (0)	n/a (0)	.414 (0.1)	.27 (0.07)	3.62 (0.8)	4.77 (1.4)	6.27 (1.7)	4.22 (0.9)
11. อื่น	7.46 (1.4)	4.71 (0.9)	4.74 (1.4)	35.24 (9.2)	32.41 (7.5)	17.14 (4.9)	14.71 (4.0)	13.83 (2.8)
รวม	519.25 (100)	545.26 (100)	340.82 (100)	385.05 (100)	430.59 (100)	352.86 (100)	372.13 (100)	489.47 (100)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บมีค่าเป็นร้อยละเทียบกับการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์



ในตลาดต่างประเทศปรับตัวสูงขึ้น ผู้ผลิตกลุ่มนี้ก็จะกลับไปเน้นการส่งออกเป็นหลักเพื่อประโยชน์ทางด้านภาษี นอกจากนี้กลุ่มของผู้ผลิตถุงมือยางที่ไม่รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มีต้นทุนที่สูงกว่าในยุคที่ต้นทุนน้ำยางขึ้นสูงขึ้น และราคาเชื้อเพลิงขยับตัวสูงขึ้นทำให้ผู้ผลิตต้องมีการปรับตัวกันขนานใหญ่ ทั้งด้านการตลาดและการพยายามลดต้นทุนการผลิต ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตขึ้นมาเองรวมทั้งการหาแหล่งพลังงานทดแทนอื่นๆ เพื่อให้ต้นทุนต่ำที่สุดเพื่อจะได้แข่งขันกับตลาดได้ และสามารถรักษาลูกค้าของตัวเองไว้ให้ได้ ซึ่งก็มีบางรายที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันทำให้ต้องหยุดการผลิตไป ผู้บริโภคภายในประเทศจึงต้องนำเข้าจากผู้ประกอบการ ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI มากขึ้น

### 3.3 สถานการณ์ตลาดโลก

ตามนโยบายของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่มีข้อกำหนดการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก ประมาณว่าการผลิตเพื่อการส่งออกมีอัตราร้อยละ 90 ของการผลิตทั้งหมด เป็นของผู้ประกอบการรายใหญ่และเป็นการลงทุนของบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนหรือร่วมลงทุน ประกอบด้วย บริษัท สยาม เซมเพอร์เมค จำกัด บริษัท เซฟสกินคอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัท เซฟสกินเมคคิคอล แอนด์ โซแอนทิฟก (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไฮเคร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด บริษัท ท็อปโกลฟ เมคคิคอล จำกัด บริษัท แอนเซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ชันไทยอุตสาหกรรมถุงมือยาง จำกัด (มหาชน) ประมาณว่ามีกำลังการผลิตรวมสูงกว่าร้อยละ 80 ของกำลังการผลิตทั้งหมด โดยมีเครือข่ายด้านการตลาดกว้างขวางและมีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ ทั้งในสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป สินค้าและกระบวนการผลิตจะได้รับการรับรองคุณภาพและมาตรฐานจากองค์กรนานาชาติที่มีชื่อเสียงและสามารถพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตให้สามารถรองรับการแข่งขันในตลาดได้ ทั้งในด้านต้นทุนและด้านมาตรฐานสินค้า

สำหรับผู้ประกอบการที่เจ้าของเป็นคนไทยส่วนใหญ่จะมีโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลางและเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก โดยผ่านนายหน้าจากต่างประเทศและจะเป็นการรับจ้างผลิตตามในสั่งของลูกค้า นั่นคือ ตรายผลิตสินค้า และมาตรฐานสินค้าลูกค้าต่างประเทศจะเป็นผู้กำหนดรวมทั้งราคาสินค้าก็จะถูกต่อรองจากลูกค้า ประกอบกับจะต้องมีความเสี่ยงต่อราคาและคุณภาพของวัตถุดิบที่ไม่แน่นอน ไม่สามารถแข่งขันกับกลุ่มของผู้ประกอบการที่ส่วนใหญ่จะมีโรงงานผลิตน้ำยางขึ้นเป็นของตนเองและสามารถควบคุมราคาและคุณภาพได้ตั้งแต่ต้นการผลิต

ตามตารางที่ 3.3 มูลค่าตลาดการนำเข้าถุงมือยางของโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2540 -2547 มีจำนวน 1,957.42, 2,143.17, 2,148.06, 2,150.43, 2,194.15, 2,254.78, 2,568.75 และ 2,742.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยที่ ปี พ.ศ. 2547 มีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 จำนวน 784.62

ตารางที่ 3.3 มูลค่าการนำเข้าถูงมือยางของโลกของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ 10 อันดับแรก  
ระหว่างปี พ.ศ. 2540 ถึง พ.ศ. 2547

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศ	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
1.สหรัฐ	891.81 (45.6)	1,023.70 (47.8)	896.68 (41.7)	913.83 (42.5)	905.89 (41.3)	914.03 (41.0)	1,040.00 (40.5)	1,043.60 (38.1)
2.อังกฤษ	141.52 (7.2)	131.21 (6.1)	140.83 (6.6)	134.68 (6.3)	124.00 (5.7)	134.29 (6.0)	159.35 (6.2)	185.18 6.8)
3.เยอรมัน	168.83 (8.6)	174.96 (8.2)	146.56 (6.8)	134.14 (6.2)	144.17 (6.6)	153.40 (6.8)	186.2 (7.2)	183.51 (6.7)
4.อิตาลี	105.49 (5.4)	112.71 (5.3)	103.04 (4.8)	100.82 (4.7)	102.15 (4.7)	105.71 (4.7)	117.79 (4.6)	134.65 (4.9)
5.ญี่ปุ่น	72.41 (3.7)	71.13 (3.3)	80.89 (3.3)	104.40 (4.9)	103.19 (4.7)	99.53 (4.4)	115.97 (4.5)	133.14 (4.9)
6.ฝรั่งเศส	81.33 (4.2)	86.41 (4.0)	91.49 (4.3)	88.93 (4.1)	84.70 (3.9)	93.55 (4.1)	108.71 (4.2)	109.40 (4.0)
7.สเปน	43.79 (2.2)	52.14 (2.4)	39.89 (1.9)	44.05 (2.0)	49.42 (2.3)	53.00 (2.4)	66.62 (2.6)	72.71 (2.7)
8.แคนาดา	43.79 (2.2)	45.46 (2.1)	49.73 (2.3)	47.68 (2.2)	50.47 (2.3)	52.94 (2.3)	55.55 (2.2)	67.38 (2.5)
9.เบลเยียม	n/a ()	n/a ()	67.87 (3.2)	63.93 (3.0)	62.93 (2.9)	66.46 (2.9)	59.40 (2.3)	63.10 (2.3)
10.เนเธอร์แลนด์	45.97 (2.3)	57.93 (2.7)	51.92 (2.4)	47.50 (2.2)	54.21 (2.5)	58.12 (2.6)	50.57 (2.0)	62.86 (2.3)
11.อื่นๆ	362.48 (18.5)	387.52 (18.1)	479.16 (22.3)	470.47 (21.9)	513.02 (23.4)	513.75 (22.8)	608.51 (23.7)	686.51 (25.0)
รวม	1,957.42 (100)	2,143.17 (100)	2,148.06 (100)	2,150.43 (100)	2,194.15 (100)	2,254.78 (100)	2,568.75 (100)	2,742.04 (100)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บมีค่าเป็นร้อยละเทียบกับการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด

ที่มา : Global trade atlas

ล้านเหรียญสหรัฐหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ตลาดนำเข้าถั่วมีอย่างที่สำคัญของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ซึ่งสหรัฐอเมริการองตำแหน่งผู้นำนำเข้าถั่วมีมูลค่าการนำเข้าสูงสุดมาโดยตลอด และนี่ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ส่งออกจากประเทศต่าง ๆ พยายามที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดทำให้การแข่งขันรุนแรงมาโดยตลอด โดยมูลค่าการนำเข้าของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2540-2547 มีมูลค่า จำนวน 891.81, 1,023.70, 896.68, 913.83, 905.89, 914.03, 1,040.00 และ 1,043.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2547 กับ ปี พ.ศ. 2540 การนำเข้าของสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น จำนวน 151.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 17 ตลาดนำเข้าถั่วมีอย่างรองลงมาได้แก่ กลุ่มสหภาพยุโรป เช่น อังกฤษ

เยอรมัน อิตาลี ฝรั่งเศส โดยมียอดการนำเข้า ปี พ.ศ. 2547 จำนวน 185.18, 183.51, 134.65 และ 109.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับหรือร้อยละ 32.2 ของมูลค่าการนำเข้าถั่วมีอย่างของโลก โดยที่สหรัฐอเมริกายังคงครองสัดส่วนการนำเข้าสูงสุด ที่ร้อยละ 38.1 จะเห็นได้ว่าแม้ประเทศสหรัฐอเมริกา จะเป็นตลาดหลักในการนำเข้าถั่วมีอย่างมาโดยตลอด แต่มีแนวโน้มสัดส่วนการนำเข้าลดลงโดยตลอดเช่นเดียวกัน สำหรับตลาดเอเชีย ญี่ปุ่นเป็นผู้นำนำเข้าถั่วมีอย่างอันดับหนึ่ง โดยที่ปี พ.ศ. 2540 -2547 มีมูลค่าการนำเข้า จำนวน 72.41, 71.13, 80.89, 104.40, 103.19, 99.53, 115.97 และ 133.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยที่ปี พ.ศ. 2547 เพิ่มขึ้นจำนวน 60.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 84 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2540 แต่เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของโลกมีสัดส่วนในปี พ.ศ. 2547 อยู่ที่ร้อยละ 4.9 สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2541 มียอดการนำเข้าสูงถึง 1,023.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ในปี พ.ศ. 2542 มูลค่าการนำเข้าของสหรัฐอเมริกาเริ่มลดลงเหลือเพียง 896.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และแม้ว่าในช่วงหลังๆ จะมีมูลค่าการนำเข้าที่สูงขึ้นแต่สัดส่วนการนำเข้า เมื่อเทียบกับการนำเข้าทั้งหมดของโลกกลับลดลง ซึ่งปี พ.ศ. 2540 มีสัดส่วนร้อยละ 45.6 แต่ปี พ.ศ. 2547 กลับมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 38.1 เท่านั้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ปริมาณการผลิตถั่วมีอย่างของโลกมีปริมาณเพิ่มขึ้นมาก ทำให้ตลาดถั่วมีอย่างเป็นที่ต้องการแข่งขันด้านราคาอย่างสูง ผู้ส่งออกจะต้องแข่งขันกับผู้ส่งออกจากต่างประเทศและผู้ส่งออกในประเทศด้วยกัน จึงมีการตัดราคาขายของผู้ส่งออกตนเอง แต่เป็นผลกระทบอย่างมากสำหรับผู้ผลิตเพื่อการส่งออกที่มีขนาดเล็กและขนาดกลาง และยังมีปัจจัยการแพ้สารโปรตีนในถั่วมีอย่างธรรมชาติก็เป็นอีกอุปสรรคหนึ่งในการส่งออกขณะนั้น ซึ่งปัจจุบันปัญหาการแพ้สารโปรตีน ซึ่งรับการแก้ไขได้ในระดับหนึ่ง แต่ผู้ผลิตถั่วมีอย่างกลับต้องประสบกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น จากปัญหาราคาวัตถุดิบเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาน้ำยางข้นและราคาน้ำมันเชื้อเพลิงสูงขึ้นกว่าเท่าตัว ในขณะที่ราคาส่งออกถั่วมีอย่างเริ่มขยับตัวเพิ่มขึ้นบ้างเล็กน้อย จนทำให้ผู้ประกอบการบางรายที่ทนรับภาระ

ตารางที่ 3.4 มูลค่าการส่งออกของมีอย่างของไทยไปประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรก  
ระหว่างปี พ.ศ. 2540 ถึง พ.ศ. 2547

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ประเทศ	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
1.สหรัฐ	144.07 (51.6)	179.46 (57.0)	163.17 (56.1)	235.33 (64.9)	214.28 (61.0)	225.96 (56.9)	246.75 (51.5)	247.97 (49.9)
2.เยอรมัน	27.89 (10.0)	33.08 (10.5)	26.86 (9.2)	26.29 (7.3)	27.13 (7.7)	28.41 (7.2)	33.10 (6.9)	35.49 (7.1)
3.อังกฤษ	11.03 (4.0)	10.48 (3.3)	12.21 (4.2)	13.07 (3.6)	14.94 (4.3)	16.44 (4.1)	21.23 (4.4)	24.68 (5.0)
4.เนเธอร์แลนด์	9.15 (3.3)	2.18 (0.7)	9.46 (3.3)	9.46 (2.6)	5.76 (1.6)	10.50 (2.6)	18.44 (3.8)	20.96 (4.2)
5.ฝรั่งเศส	9.01 (3.2)	8.15 (2.6)	8.42 (2.9)	7.68 (2.1)	8.28 (2.4)	9.14 (2.3)	14.76 (3.1)	15.80 (3.2)
6.อิตาลี	8.25 (3.0)	10.03 (3.2)	9.60 (3.3)	9.88 (2.7)	9.32 (2.7)	11.42 (2.9)	13.08 (2.7)	14.04 (2.8)
7.ญี่ปุ่น	8.00 (2.9)	7.83 (2.5)	7.52 (2.6)	8.94 (2.5)	8.18 (2.3)	15.20 (3.8)	12.00 (2.5)	14.01 (2.8)
8.บราซิล	7.14 (2.6)	6.79 (2.2)	12.45 (4.3)	7.38 (2.0)	6.40 (1.8)	10.17 (2.6)	9.81 (2.0)	13.08 (2.6)
9.ออสเตรเลีย	6.17 (2.2)	5.70 (1.8)	4.29 (1.5)	5.18 (1.4)	5.91 (1.7)	6.89 (1.7)	8.80 (1.8)	10.14 (2.0)
10.แคนาดา	6.14 (2.2)	5.57 (1.8)	4.11 (1.4)	4.07 (1.1)	4.81 (1.4)	8.03 (2.0)	27.80 (5.8)	9.93 (2.0)
11.อื่นๆ	42.15 (15.1)	45.80 (14.5)	32.76 (11.3)	35.30 (9.7)	46.48 (13.2)	54.67 (13.8)	73.70 (15.4)	90.40 (18.2)
รวม	279.00 (100)	315.07 (100)	290.85 (100)	362.58 (100)	351.49 (100)	396.83 (100)	479.47 (100)	496.50 (100)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บมีค่าเป็นร้อยละเทียบกับการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด

ที่มา : Global trade atlas

ต้นทุนไม่ไหวได้ลดกำลังการผลิตลงและบางรายถึงกับต้องหยุดการผลิต ขณะเดียวกันความต้องการถูงมือยางของโลกยังมีความต้องการเพิ่มโดยตลอด ในขณะที่ผู้ผลิตรายใหญ่ซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าและมีเงินทุนหมุนเวียนที่ดีกว่าหัน มาเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อทดแทนกำลังการผลิตที่หายไปของรายเล็กและบางรายได้เริ่มเพิ่มการลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิต

### 3.4 สถานการณ์ตลาดส่งออกถูงมือยางของไทย

เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่ จะได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งเน้นการส่งออกเป็นหลักโดยที่ตลาดหลักยังคงเป็นประเทศสหรัฐอเมริกา โดยที่ปี พ.ศ. 2547 มีสัดส่วนร้อยละ 49.9 รองลงมาได้แก่ตลาดสหภาพยุโรป ร้อยละ 29.1 ส่วนในแถบอาเซียน ประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดหลักของไทย มีสัดส่วนร้อยละ 2.8 ที่เหลือตลาดอื่น ๆ อีกประมาณ สัดส่วนร้อยละ 18.2 การส่งออกถูงมือยางของไทยไปสหรัฐอเมริกา ตามตารางที่ 3.4 ปี พ.ศ. 2540 - 2547 มีมูลค่าการส่งออก จำนวน 144.07, 179.46, 163.17, 235.33, 214.28, 225.96, 246.75 และ 247.97 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 51.6, 57.0, 56.1, 64.9, 61.0, 56.9, 51.5 และ 49.9 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบ ปี พ.ศ. 2547 กับ ปี พ.ศ. 2540 มูลค่าการส่งออกถูงมือยางของไทยเพิ่มขึ้น จำนวน 103.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรือร้อยละ 72.12 แม้มูลค่าการส่งออกของไทยจะเพิ่มขึ้นก็จริง แต่สัดส่วนการส่งออกกลับไม่เพิ่มขึ้นและปรับตัวลดลงเล็กน้อย ยกเว้นปี พ.ศ. 2543 ที่มีสัดส่วนการส่งออกไปสหรัฐอเมริกาสุงถึง ร้อยละ 64.9 ทั้งนี้เนื่องจากเกิดการกั่วงวลในการก่อการร้ายด้วยเชื้อโรคแอดแทรกซ์ ทำให้ประเทศสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าถูงมือยางมากขึ้น

### 3.5 สถานการณ์ตลาดนำเข้าของสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่นำเข้าถูงมือยางมากที่สุดในโลก ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้ากว่า ร้อยละ 50 ของ มูลค่าการนำเข้าถูงมือยางของโลก ตามตารางที่ 3.5 โดยที่มีมูลค่าการนำเข้า ปี พ.ศ. 2540 ถึง ปี พ.ศ. 2547 จำนวน 89138, 1,023.7, 896.7, 913.8, 905.9, 924.0 1,040.0 และ 1,043.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับประเทศ ที่มีส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกามากที่สุดได้แก่ มาเลเซีย โดยมียอดนำเข้า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ถึง ปี พ.ศ. 2547 จำนวน 575.2, 625.3, 504.9, 477.0, 447.3, 413.5, 442.4 และ 457.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยในปี พ.ศ. 2540 มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 64.5 และปี พ.ศ. 2547 มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 43.8 ลำดับรอง ลงมาได้แก่ ไทย โดยมีมูลค่า การส่งออก จำนวน 141.1, 214.7, 229.3, 280.3, 295.3, 339.6, 395.5 และ 374.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยในปี พ.ศ. 2540 มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.8 และปี พ.ศ. 2547 มีสัดส่วนร้อยละ 35.9 จะเห็นได้ว่า แม้ว่ามาเลเซียจะมีส่วนแบ่งตลาดสหรัฐอเมริกามากกว่าไทย แต่แนวโน้ม

ตารางที่ 3.5 มูลค่าการนำเข้าถูงมือยางของสหรัฐอเมริกาจากประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรก ระหว่างปี พ.ศ. 2540 ถึง พ.ศ. 2547

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ประเทศ	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
มาเลเซีย	575.2 (64.5)	625.3 (61.1)	504.9 (56.3)	477.0 (52.2)	447.3 (49.4)	413.5 (44.7)	442.4 (42.5)	457.1 (43.8)
ไทย	141.1 (15.8)	214.7 (21.0)	229.3 (25.6)	280.3 (30.7)	295.3 (32.6)	339.6 (36.7)	395.5 (38.0)	374.7 (35.9)
จีน	35.4 (4.0)	38.2 (3.7)	42.1 (4.7)	46.6 (5.1)	56.9 (6.3)	61.3 (6.6)	73.2 (7.0)	86.2 (8.3)
อินโดนีเซีย	61.0 (6.8)	65.4 (6.4)	45.2 (5.0)	13.1 (1.4)	41.1 (4.5)	42.4 (4.6)	43.2 (4.2)	46.1 (4.4)
ศรีลังกา	15.9 (1.8)	19.9 (1.9)	18.4 (2.1)	18.4 (2.1)	19.0 (2.1)	21.2 (2.3)	26.4 (2.5)	25.9 (2.5)
เม็กซิโก	23.7 (2.7)	21.8 (2.1)	21.9 (2.4)	24.9 (2.7)	19.7 (2.2)	18.8 (2.0)	28.4 (2.7)	19.4 (1.9)
ไต้หวัน	8.2 (0.9)	8.3 (0.8)	7.6 (0.9)	7.0 (0.8)	8.0 (0.9)	8.0 (0.9)	6.3 (0.6)	8.3 (0.8)
กัวเตมาลา	2.7 (0.3)	2.9 (0.3)	2.8 (0.3)	2.2 (0.2)	3.4 (0.4)	3.3 (0.4)	5.9 (0.6)	6.4 (0.6)
อังกฤษ	5.8 (0.7)	7.1 (0.7)	8.0 (0.9)	5.6 (0.6)	4.8 (0.5)	4.2 (0.5)	4.4 (0.4)	5.0 (0.5)
แคนาดา	0.2 (0.0)	1.8 (0.2)	1.6 (0.2)	2.0 (0.2)	1.2 (0.1)	1.3 (0.1)	2.2 (0.2)	3.7 (0.4)
อื่น ๆ	22.6 (2.5)	18.3 (1.8)	14.8 (1.7)	36.2 (4.0)	9.2 (1.0)	10.6 (1.1)	12.1 (1.2)	10.9 (1.1)
รวม	891.8 (100)	1,023.7 (100)	896.7 (100)	913.8 (100)	905.9 (100)	924.0 (100)	1,040.0 (100)	1,043.6 (100)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บมีค่าเป็นร้อยละเทียบกับการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด

ที่มา : Global trade atlas Navigator

จำนวนช่องว่างของส่วนแบ่งตลาดลดลงโดยตลอด เช่น ปี พ.ศ. 2540 มาเลเซียมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าไทย จำนวน 434.1 ล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่ปี พ.ศ. 2547 มีส่วนต่างเพียง จำนวน 82.4 ล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งนี้ เป็นเพราะมาเลเซียมีการลดพื้นที่การปลูกยางพาราลงโดยหันไปเน้นการปลูกปาล์มน้ำมันแทน ทำให้แหล่งวัตถุดิบลดลง ซึ่งคู่ได้จากการที่มาเลเซียนำเข้ายางชั้นจากไทยเพิ่มขึ้น รวมทั้งการย้ายฐานการผลิตของบริษัทในมาเลเซียที่เข้ามาตั้งโรงงานการผลิตถุงมือยางในไทย ส่วนประเทศที่ครองส่วนแบ่งตลาดอันดับ 3 ได้แก่ จีน ซึ่งในระยะหลังนี้ จีนเริ่มมีบทบาทสำคัญมากขึ้น โดยที่สหรัฐอเมริกามีมูลค่าการนำเข้าจากจีน ในปี พ.ศ. 2540 จำนวน 35.4 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 4.0 และในปี พ.ศ. 2547 จำนวน 86.2 ล้าน เหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 8.3 ทั้งนี้เนื่องจากความได้เปรียบของจีนในเรื่องค่าแรงงานที่ต่ำกว่าทั้งไทยและมาเลเซีย รวมทั้งค่าเงินหยวนที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ส่งออกของจีนอีกด้วย และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จีนกลายเป็นผู้นำเข้าวัตถุดิบโดยเฉพาะยางพาราจากไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีญี่ปุ่นและมาเลเซียรองลงมาตามลำดับ ตลาดสหรัฐอเมริกาถือได้ว่าเป็นตลาดหลักของผู้ส่งออกถุงมือยางไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตจาก ประเทศ มาเลเซีย ไทย จีน อินโดนีเซีย และศรีลังกา ซึ่งผู้ส่งออกอันดับต้นๆ จะเป็นประเทศในแถบเอเชียซึ่งส่วนใหญ่ สามารถผลิตยางธรรมชาติ ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตน้ำยางชั้นและเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตถุงมือยาง การที่ประเทศมาเลเซียสามารถครองความเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมนี้มาโดยตลอด ย่อมแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการของมาเลเซียที่ไทยจะต้องปรับปรุง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้

## บทที่ 4

### นโยบายและมาตรการต่างๆ ของรัฐ

ประเทศไทยยังไม่มีนโยบายอุตสาหกรรม สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางของประเทศ แม้ว่าจะมีโครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา สาขาผลิตภัณฑ์ยาง ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม รวมทั้งยังมีการดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมนโยบายหรือมาตรการของรัฐที่มีอยู่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางคิบนั่น เช่น การให้ทุนสงเคราะห์การปลูกยางพาราพันธุ์ ที่ผลิตสูงทดแทนยางพันธุ์ดั้งเดิมที่มีผลผลิตต่ำ การเก็บภาษีส่งออกยางเพื่อนำมาใช้ในวางแผน การพัฒนาอุตสาหกรรมยาง (แต่นำมาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางน้อยมาก) การแทรกแซงราคาขาย เพื่อรักษาเสถียรภาพราคาขาย และช่วยเหลือเกษตรกรรายย่อย โดยการสนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มสหกรณ์เพื่อผลิตยางคิที่มีคุณภาพ ฉะนั้นการขาดแผนแม่บทอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางจึงเป็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่สุด สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้

สำหรับนโยบายและมาตรการของรัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางที่มีอยู่บ้างมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ ดังนี้

#### 4.1 สำนักนายกรัฐมนตรี

การส่งเสริมการลงทุนของรัฐที่ผ่านมาเน้นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยสร้างสิ่งจูงใจทางด้านภาษี ได้แก่ การยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักรผลิตและเครื่องมือ และภาษีรายได้เป็นเวลา 5-6 ปี แต่ไม่ค่อยได้ให้ความสนใจในด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อสร้างความเข้มแข็งในประเทศ ซึ่งอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการไทยเสียโอกาสที่จะพัฒนาความเข้มแข็งทางเทคโนโลยี การเน้นส่งเสริมการลงทุนของบริษัทต่างชาติขนาดใหญ่ทำให้ผู้ประกอบการคนไทยขนาดกลางและขนาดเล็กมองว่าการส่งเสริมการลงทุนของรัฐกลับสร้างปัญหาให้ผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งมีความสามารถในการแข่งขันด้อยกว่าบริษัทต่างชาติขนาดใหญ่อยู่แล้ว อย่างไรก็ตามปัญหาที่เกิดจากการส่งเสริมการลงทุนของรัฐ ที่ผ่านมามีต่อผู้ประกอบการรายย่อยกำลังได้รับการแก้ไข ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้ปรับเปลี่ยนนโยบายและบทบาทของสำนักงานฯ ใหม่จากบทบาทผู้ให้สิ่งจูงใจไปเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนโดยสนับสนุนข้อมูลที่เกี่ยวกับการลงทุนใช้นโยบายเชิงรุกในการชักจูงให้บริษัทต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ใช้



เทคโนโลยีสูงมาลงทุนในประเทศไทย โดยเน้นด้านการตลาดรวมทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศในการลงทุนในประเทศสร้างความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมของประเทศมากขึ้น เพื่อให้การลงทุนนั้นเอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านการสร้างความเข้มแข็งทางด้านเทคโนโลยี รวมไปถึงอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมนั้น ๆ นอกจากนี้ ยังจะให้ความสำคัญแก่การเสริมการลงทุนของอุตสาหกรรมขนาดกลางและเล็กมากขึ้นอีกด้วย

การปรับเปลี่ยนนโยบายและบทบาทใหม่ของ BOI จะเป็นผลดีต่อการพัฒนาของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งน่าจะต้องการการลงทุนหรือร่วมลงทุนจากบริษัทต่างชาติมากขึ้น เพื่อการพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยีของบริษัทขนาดกลางและเล็กของคนไทย รวมถึงความสามารถทางด้านตลาดผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ BOI ยังได้จัดให้อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เน้นให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อไปเชื่อว่านโยบายการส่งเสริมการลงทุนใหม่ของรัฐจะเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางได้เป็นอย่างดี

## 4.2 การทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์ มีนโยบายในการส่งเสริมและแก้ไขปัญหาการส่งออก ได้แก่ การศึกษาติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มตลาดภายในประเทศและการส่งออก ทั้งในส่วนสินค้าและตลาดส่งออก เสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาและเร่งรัดผลักดันการส่งออก การติดตามและแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของตลาดส่งออก และคู่แข่งทางการค้า ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการรับรองเอกสารสำคัญ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงทางการค้า สำหรับหน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์ มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนอุตสาหกรรมถุงมือยาง ได้แก่

### 4.2.1 กรมเจรจาการค้าต่างประเทศ

มีหน้าที่ศึกษาวิเคราะห์ ติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของสินค้า การประชุมแลกเปลี่ยนข้อ มูลข่าวสารระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบและให้รับรองแหล่งกำเนิดสินค้า ก่อนการส่งออก สำหรับสินค้าถุงมือยางที่ได้สิทธิพิเศษ ได้แก่ การออก ฟอรัม A และ ฟอรัม D ให้แก่ผู้ส่งออกที่ประสงค์จะส่งออกไปยังประเทศที่ให้สิทธิพิเศษทางการค้า ซึ่งได้แก่ แคนาดา ฮังการี สาธารณรัฐเช็ก โปแลนด์ และกลุ่มการค้าในเขตเสรีอาเซียน หรือ AFTA ตามอัตรากำหนดการเสียภาษีของแต่ละประเทศ นอกจากนี้กรมการค้าต่างประเทศยังเป็นผู้แทนเข้าร่วมประชุมในคณะอนุกรรมการว่าด้วยอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้าและการติดตาม การเปลี่ยนแปลงการให้สิทธิ

พิเศษทางการค้า การให้การอบรมเป็นการทั่วไป รวมทั้งประสานการแก้ไขปัญหา เพื่ออุปสรรคทางการค้าในตลาดต่างประเทศ

#### 4.2.2 กรมการส่งเสริมการส่งออก

ทำหน้าที่ดูแลและให้ความช่วยเหลือแก่ธุรกิจส่งออกให้บริการและแนะนำการค้าในด้านต่างๆ เช่น ความสำคัญของการส่งออก ให้ความช่วยเหลือด้านการให้ข้อมูลทางการค้า ความต้องการของต่างประเทศ ตลอดจนการเชื่อมโยงกับสำนักงานในประเทศต่างๆ เพื่อให้การส่งออกสินค้าไทยไปสู่ตลาดโลก นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการส่งออกได้ให้ความช่วยเหลือทางการตลาดโดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออก เช่น การจัดคณะผู้แทนการค้าหาตลาดในต่างประเทศ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในและต่างประเทศ

#### 4.2.3 กรมการค้าภายใน

จะเป็นผู้ดำเนินการให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ตามประกาศพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2542 และมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 13 เมษายน 2543 ซึ่งประกาศเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า เป็นการเสริมตลาดทางด้านสินค้าในภาคเกษตรให้มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น และเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องในภาคเกษตรทราบถึงทิศทางการค้า คือ ยางพารา ข้าว กุ้งกุลาดำ และมันสำปะหลัง ซึ่งสินค้าเกษตรของไทยทั้ง 4 อย่างนี้ได้เข้ามาตรฐานสากล คือ สินค้าที่มีมาตรฐานสินค้า มีจำนวนการซื้อขายมาก ที่สำคัญมีการส่งออกติดอันดับโลก

### 4.3 กระทรวงการคลัง

การศุลกากร เป็นหน่วยงานที่ปฏิบัติตามประกาศ อัตรากาฬิในข้อตกลง AFTA ซึ่งภาษียางพาราและผลิตภัณฑ์ จะอยู่ที่อัตราร้อยละ 0-5 ปัจจุบันได้นำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการผ่านพิธีการระหว่างผู้ประกอบการกับศุลกากร ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงส่งข้อมูลใบขนสินค้าด้วยระบบ EDI ของผู้ประกอบการส่งออก ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาอย่างมาก

### 4.4 กระทรวงสาธารณสุข

กรมวิทยาศาสตร์บริการ กระทรวงสาธารณสุข ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2537 เรื่องถุงมือยางสำหรับการตรวจโรค และประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 14 พ.ศ. 2537 เรื่องถุงมือยางสำหรับการศัลยกรรม ได้กำหนดคุณภาพมาตรฐานและข้อกำหนดถุงมือยาง สำหรับตรวจโรคและถุงมือยางสำหรับศัลยกรรม ทั้งนี้กรมวิทยาศาสตร์บริการจะเป็นหน่วยงานปฏิบัติ เพื่อให้มีถุงมือยางที่ได้คุณภาพมาตรฐานและมีความปลอดภัยในการใช้ นอกจากนี้

กรมวิทยาศาสตร์บริการยังเป็นหน่วยงาน ที่ให้บริการวิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์อย่างหลายชนิด รวมทั้งถั่งมื่ออย่าง โดยวิเคราะห์ทดสอบควบคุมการผลิตและตรวจสอบมาตรฐานทุกขั้นตอนการผลิตในการประกอบกิจการ การให้การรับรองมาตรฐานก่อนการส่งออก ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยในการใช้ ซึ่งมาตรฐานดังกล่าว เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานของสหรัฐอเมริกา หรือ องค์การอาหารและยา (FDA) เนื่องจากมาตรฐานของไทยสูงกว่าสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ยังเป็นที่ยอมรับของสหภาพยุโรป และอีกหลายประเทศ

#### 4.5 กระทรวงอุตสาหกรรม

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานของรัฐที่ให้การทดสอบและตรวจสอบมาตรฐานการผลิต และการให้บริการข้อมูลด้านมาตรฐานกฎระเบียบที่ต่างประเทศ ใช้อยู่ รวมทั้งการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ประกอบการ ซึ่งในปี พ.ศ.2530 องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน หรือ ISO : International Organization for Standardization อันเป็นองค์กรที่มีอิสระไม่ขึ้นอยู่กั้องค์การสหประชาชาติ ได้ยกร่างมาตรฐาน ISO 9000 ซึ่งเป็นมาตรฐานระบบคุณภาพที่องค์กรธุรกิจทั่วโลกเลือกใช้เพื่อรับรอง “ระบบบริหารการดำเนินงานขององค์กร” สำหรับประเทศไทย สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือ สมอ. ได้นำ ISO 9000 series มาใช้และประกาศเป็นอนุกรมมาตรฐานระบบคุณภาพ มอก. ISO 9000 ในปี พ.ศ. 2534 และได้ให้บริการรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐานดังกล่าวด้วย

ภายใต้อนุกรมมาตรฐาน มอก. ISO 9000 มีมาตรฐานอยู่ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. ISO 9000 ว่าด้วยมาตรฐานสำหรับระบบคุณภาพ การประกันคุณภาพในการออกแบบพัฒนาการผลิตการติดตั้งและการบริการใช้กับธุรกิจที่เริ่มต้นตั้งแต่การออกแบบการผลิตและการส่งมอบให้ลูกค้า

2. ISO 9002 ว่าด้วยมาตรฐานสำหรับระบบคุณภาพ การประกันคุณภาพในการผลิตและการติดตั้งให้กับการผลิตทั่วไป สำหรับโรงงานที่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ ที่ทำระบบเทคโนโลยีอยู่แล้ว ซึ่งโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป ร้อยละ 80 จะเข้าเกณฑ์ ISO 9002

3. ISO 9003 ว่าด้วยมาตรฐานสำหรับระบบคุณภาพ แบบการประกันคุณภาพในการตรวจและทดสอบขั้นสุดท้ายสำหรับผู้ทำการค้าขายแบบซื้อมาขายไป จะเน้นในเรื่องการตรวจสอบขั้นสุดท้ายกับสินค้าที่ซื้อมาขายไป

4. ISO 9004 ว่าด้วยมาตรฐานสำหรับระบบคุณภาพ สำหรับอุตสาหกรรมที่มีแต่การบริการในการจัดระบบคุณภาพจะมี 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย

##### 4.1 การทบทวนสถานภาพกิจการปัจจุบัน

#### 4.2 การจัดทำแผนการดำเนินงานและระบบเอกสาร

#### 4.3 การนำเอกสารระบบบริหารคุณภาพไปปฏิบัติ

#### 4.4 การตรวจสอบระบบบริหารงานคุณภาพ

นอกจากนี้ยังมีมาตรฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หรือ ISO 14000 โดยเริ่มตั้งแต่ หมายเลข 14001 ถึง 14100 เป็นมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น ขณะนี้สถาบันรับรองมาตรฐาน ISO ของไทย หรือ MSCl : Management System Certification Institute จะเป็นผู้ให้การรับรองมาตรฐาน ISO 14001 สำหรับ มอก. เป็นผู้ดำเนินการจัดทำโครงการ Training Lead Consultancy (TLC) ซึ่งเป็นโครงการฝึกอบรมและให้คำแนะนำในการจัดทำระบบบริหารคุณภาพหรือมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9000, ISO 9002 อันเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าตั้งแต่เริ่มผลิตจนถึงการส่งมอบให้แก่ลูกค้า

#### 4.6 มาตรการทางด้านภาษี

เดิมภาษีนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักรผลิตตลอดจนเครื่องมือวิเคราะห์และทดสอบสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางค่อนข้างสูงคือในระดับร้อยละ 30 เปรียบเทียบกับอัตราภาษีนำเข้าของประเทศคู่แข่งหลายประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซีย ซึ่งยกเว้นการเก็บภาษีนำเข้าเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางไทยเสียเปรียบประเทศคู่แข่ง นับเป็นอุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งต่อการแข่งขันของ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางไทย

ปัจจุบันอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักรและเครื่องมือวิทยาศาสตร์ต่าง ๆ ได้ลดลงมามากแล้ว อยู่ในช่วงร้อยละ 5 สำหรับสารเคมี ร้อยละ 10 สำหรับยางสังเคราะห์ที่ไม่สามารถผลิตได้ในประเทศและ ร้อยละ 20 สำหรับยางสังเคราะห์ที่ผลิตได้ในประเทศ ส่วนภาษีเครื่องจักรผลิตและเครื่องทดสอบลดลง เหลือร้อยละ 5 เช่นเดียวกัน ฉะนั้นอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบเครื่องจักรผลิตและเครื่องมือทดสอบในปัจจุบันนับว่าเอื้อต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางมากขึ้น

โดยสรุป รัฐมีความเข้าใจในระบบเศรษฐกิจโลกปัจจุบันซึ่งเปลี่ยนแปลงจากระบบเศรษฐกิจเดิมโดยสิ้นเชิง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการผลิต การค้าและการลงทุนของประเทศไทย กล่าวคือ ประเทศไทยตกอยู่ในสถานะที่ถูกบีบจากประเทศที่มีต้นทุนแรงงานถูกและประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีที่เหนือกว่า ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเศรษฐกิจให้ขับเคลื่อนด้วยองค์ความรู้และความต้องการของลูกค้าปรับความสามารถในการแข่งขันภาพรวมและในด้านต่าง ๆ รวมทั้งด้านอุตสาหกรรมและปรับบทบาทและการจัดการในภาครัฐ เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ที่กำหนดได้อย่างเป็นธรรมชาติ

สำหรับภาคอุตสาหกรรม ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันเพื่อปรับเปลี่ยนการผลิตที่มุ่งการผลิตเชิงปริมาณ (mass production) มาเป็นการสนองความต้องการของตลาด ที่มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างรวดเร็ว (mass customization) ซึ่งจะต้องให้ความสำคัญต่อการเพิ่มการผลิต การปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน การสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยง นอกจากนี้ยังได้จำแนกกลุ่มอุตสาหกรรม ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีศักยภาพแข่งขันระดับโลก กลุ่มที่แข่งขันได้ระดับภูมิภาค และกลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน ซึ่งยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันไป สำหรับอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางได้รับการจัดให้อยู่ในกลุ่มที่มีศักยภาพในการแข่งขันระดับภูมิภาค

#### 4.7 ภาวะเศรษฐกิจและกติกการค้าโลก

##### 4.7.1 ภาวะเศรษฐกิจ

หลังจากประเทศไทยประสบวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 และได้ลุกลามไปยังภูมิภาคอื่น ในเอเชียรวมทั้งการเกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอยในประเทศอื่น เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางของไทยไม่ได้รับผลกระทบมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกผลิตภัณฑ์กลับมีแนวโน้มมูลค่าที่เพิ่มขึ้น สาเหตุส่วนหนึ่งอาจเกิดจากการอ่อนตัวของค่าเงินบาท แต่สาเหตุสำคัญน่าจะเนื่องมาจากการปรับเปลี่ยนนโยบายของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นการส่งออกมากขึ้น เนื่องจากตลาดในประเทศถดถอยผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศ คือ ผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก ซึ่งมีปัญหาในการดำเนินงานทางการเงินและตลาดในต่างประเทศ ต่อมาผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากราคายางพาราโลกปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ราคาน้ำยางขึ้นสูงตามไปด้วย ทำให้ต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการสูงขึ้นในขณะที่ราคาถุงมือยางโลกกลับทรงตัว ยิ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการรายกลางและเล็กประสบปัญหาการขาดทุน จนต้องลดกำลังการผลิตลงเพิ่มลดการขาดทุนและบางรายถึงขั้นหยุดการผลิต ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่มีเทคโนโลยีที่ดีกว่าทำให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำกว่า จึงได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออกให้กับตัวเองได้มากยิ่งขึ้น

##### 4.7.2 กติกการค้าโลก

การค้าระหว่างประเทศในอนาคตจะเปิดเสรีมากขึ้น โดยประเทศที่เป็นสมาชิกข้อตกลงการค้า เช่น องค์การการค้าโลก (WTO) เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) จะต้องยกเลิกมาตรการต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าเสรีและยุติธรรม (Fair Trade) เช่น มาตรการทางภาษีการอุดหนุนของรัฐที่ให้กับผู้ผลิตหรือการทุ่มตลาด

ประเทศไทยเป็นสมาชิกของข้อตกลงทางการค้า ทั้ง WTO และ AFTA ฉะนั้นอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางไทยถุงมือยาง จะได้รับผลกระทบจากกติกาการค้าดังกล่าวทั้งต่อการนำเข้าผลิตภัณฑ์ถุงมือยางและการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือยาง และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ดังนี้

#### 4.7.3 การเปิดตลาดภายใต้ WTO

ผลกระทบต่อการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาง ภายใต้ WTO กำหนดให้ประเทศต่าง ๆ ลดภาษีศุลกากร สินค้าอุตสาหกรรมลงเฉลี่ยร้อยละ 33 ภายใน 5 ปี (ตั้งแต่ ม.ค. 2538 – ม.ค. 2542) สำหรับการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาง ประเทศไทยผูกพันที่จะลดภาษีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาง 13 รายการ ตามตารางที่ 4.1 ประกอบด้วย ยางยานพาหนะ 5 รายการ จากร้อยละ 35 เป็นร้อยละ 30 สำหรับสายพานลำเลียงและส่งกำลัง 2 รายการ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทางเกษตรกรรม 1 รายการผูกพันลดภาษีนำเข้าจากร้อยละ 50 เป็นร้อยละ 30 และ สำหรับผลิตภัณฑ์ถุงมือยาง 2 รายการ อัตราภาษีไม่มีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากไม่มีการเก็บภาษีอยู่แล้ว

ตารางที่ 4.1 อัตราภาษีศุลกากรภายใต้ WTO ของการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์ยาง

รายการ	สหรัฐอเมริกา		สหภาพยุโรป		ญี่ปุ่น		ไทย	
	เดิม	อัตรา WTO	เดิม	อัตรา WTO	เดิม	อัตรา WTO	เดิม	อัตรา WTO
ยางพารา	0	0	0	0	0	0	0	0
ยางยานพาหนะ	0-15	0-4	5.8	4-4.5	0-6.5	0	35	30
ถุงมือยาง	3.7-14	0-14	5.3	2-2.7	4.2	0	0	0
สายพานลำเลียงและส่งกำลัง	2.4-8	1.9-8	10	6.5	4.9	0-19	50	30
ผลิตภัณฑ์ยางใช้ในทางเกษตรกรรม	3.1-4.2	0-4.2	3	0	4.2	0	50	30

ที่มา : กรมการเจรจาการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

#### 4.7.4 ผลกระทบจากการเปิดเสรีของ AFTA

ตามตารางที่ 4.2 ผลิตภัณฑ์ยางเป็นสินค้าที่อยู่ในบัญชีเร่งลดภาษี (Fast Track) ซึ่งจะลดภาษีให้เหลือ ร้อยละ 0-5 ใน พ.ศ. 2542 และประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศสมาชิกเดิมของ

อาเซียน จะต้องลดภาษีผลิตภัณฑ์ยางลดเหลือ 0 ทุกรายการในปี พ.ศ. 2553 แต่เนื่องจากประเทศสมาชิกอาเซียนหลายประเทศ เช่น ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ต่างเป็นประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ และต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางของประเทศเช่นเดียวกัน รวมทั้งตลาดส่งออกยางและผลิตภัณฑ์ยาง ดังนั้น อัตราภาษีไม่ได้เป็นมาตรการจูงใจ หรืออุปสรรคในการการค้าระหว่างประเทศในแถบอาเซียนด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ทั้งนี้ เพราะตลาดภูมิอย่างหลักของโลกอยู่ที่สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปเป็นหลัก ฉะนั้น การลดภาษีสินค้าผลิตภัณฑ์ใน AFTA จึงไม่ส่งผลกระทบต่อการค้าและการส่งออกภูมิอย่างของไทย

#### ตารางที่ 4.2 อัตราภาษีศุลกากรภายใต้ AFTA พ.ศ.2544

ประเทศ	เดิม	AFTA
ไทย	30	5
มาเลเซีย	25	5
อินโดนีเซีย	10	5
ฟิลิปปินส์	47	5
สิงคโปร์	0	0
บรูไน	0	0
เวียดนาม	20	10
กัมพูชา	7,35	E
ลาว	10,5	E
พม่า	20,2	E

ที่มา : กรมการเจรจาการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

#### 4.8 ด้านบุคลากร

สถาบันศึกษาที่ผลิตบุคลากรด้านเทคโนโลยีโดยตรงในระดับปริญญาตรี ได้แก่ สาขาวิชาเทคโนโลยีทาง ภาควิชาเทคโนโลยีทางและโพลิเมอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี และสาขาเทคโนโลยีทาง จำนวน 50 คนต่อปี และสถาบันราชภัฏ สงขลา จำนวน 40 คนต่อปี ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ได้แก่ สาขาเทคโนโลยีการยาง สาขาวิชา เกษตรศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตนครศรีธรรมราช จำนวน 40 คน

ต่อปี และแผนกวิชาช่างเทคนิคอุตสาหกรรม สาขางานอุตสาหกรรมการยางและพลาสติก วิทยาลัยเทคนิคสุราษฎร์ธานี จำนวน 45 คนต่อปี จะเห็นได้ว่า จำนวนบุคลากรที่ผลิตได้ยังค่อนข้างต่ำไม่เพียงพอกับความต้องการของอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่ผลิตบัณฑิตสายวิทยาศาสตร์ตามปกติ สาขาที่ใกล้เคียงที่สุดคือสาขาเคมี หรือเคมีอุตสาหกรรม ซึ่งหลักสูตรปริญญาตรีในสาขาดังกล่าวของหลายสถาบัน จะมีวิชาเลือกทางด้านเทคโนโลยีบ้าง แต่เนื้อหาคงไม่เพียงพอสำหรับการปฏิบัติงานในโรงงานผลิตภัณฑ์ยาง นอกจากนี้จะได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติม กลุ่มบุคลากร ทางด้านช่างที่ยังขาดอยู่มาก คือ วิศวกร โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีทางด้านวิศวกรรมศาสตร์ ด้านงานวิจัยและพัฒนา เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่มีพื้นฐานการศึกษาในระดับปริญญาตรีงานวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางไทย คงทำได้แค่ในระดับปรับปรุงเทคโนโลยี ส่วนการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมทางเทคโนโลยีคงต้องใช้บุคลากรในระดับปริญญาโท

#### 4.9 องค์การภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับยางธรรมชาติ

##### 4.9.1 องค์การภาครัฐ

1. สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหาร การค้นคว้า วิจัยและพัฒนากิจการยางในทุกสาขาอย่างครบวงจร ตั้งแต่ด้านการผลิตยาง เศรษฐกิจและการตลาดยาง การแปรรูปยาง การผลิต ผลิตภัณฑ์ยาง ไม้ยางพารา ดำเนินการและปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมยางปีพุทธศักราช 2481 และการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยประสานงานกับหน่วยงานอื่นในประเทศและต่างประเทศ ทั้งระดับเกษตรกรชาวสวนยาง ผู้ประกอบการแปรรูปยาง ผู้ประกอบการค้ายาง ผู้ส่งออกและผู้นำเข้า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ยางองค์การระหว่างประเทศ และสถาบันวิจัยยางต่างประเทศ

2. สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง มีหน้าที่รับผิดชอบในการสงเคราะห์ช่วยเหลือ สาธิตและส่งเสริมชาวสวนยางในการปลูกยางพันธุ์ดีหรือไม่ยืนต้นชนิดอื่น ที่มีความสำคัญ ทางเศรษฐกิจทดแทนสวนยางเก่าให้การสงเคราะห์ปลูกยางพันธุ์ดีแก่เกษตรกรที่ไม่มีสวนยางมาก่อน รวมทั้งดูแลส่งเสริมอาชีพการทำสวนยางอย่างครบวงจรนับตั้งแต่การผลิตการตลาดการแปรรูปและส่งเสริมอาชีพเสริมตลอดจนการช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยางที่ประสบภัยธรรมชาติ

3. องค์การสวนยาง มีหน้าที่รับผิดชอบการทำสวนยางพารา ผลิตยางพาราดิบต่าง ๆ เช่น ยางเครพขาว ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง STR และน้ำยางข้น ประกอบธุรกิจการค้า เกี่ยวกับผลิตผลที่เกิดจากยางพารา รวมทั้งการอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่รัฐและประชาชนในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับยางพารา



4. ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย เริ่มเปิดดำเนินการ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2547 โดยมียางแผ่นรมควันชั้น 3 (RSS3) เป็นสินค้าชนิดแรกที่ทำการซื้อขาย และมีการส่งมอบสินค้ากันครั้งแรก เมื่อเดือนกันยายน 2547 จำนวน 20 สัญญา หรือ 100 ตัน คิดเป็นมูลค่า 6 ล้านบาท ต่อมาก็มีการนำยางแท่ง (STR20) เป็นยางธรรมชาติชนิดที่ 2 ที่เข้ามาทำการซื้อขายในตลาดเกษตรล่วงหน้า ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า นับว่าเป็นทางเลือกหนึ่งในการปิดความเสี่ยง จากความผันผวนของราคายาง แต่ปัจจุบันนี้ยังไม่เป็นที่นิยมของนักลงทุนมากนัก ทั้งนี้เนื่องว่าเป็นตลาดใหม่และใกล้เคียงกับตลาดซื้อขายทั่วไปที่มีความคล่องตัวสูงกว่า อีกทั้งยังมีการเก็บค่าธรรมเนียมที่สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดซื้อขายล่วงหน้าในต่างประเทศ เช่น TOCOM SICOM

#### 4.9.2 องค์กรภาคเอกชน

1. สมาคมยางพาราไทย
2. กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
3. สมาคมสหพันธ์ชาวสวนยางแห่งประเทศไทย
4. สมาคมธุรกิจไม้ยางพาราไทย
5. สมาคมน้ำยางข้นไทย
6. สมาคมผู้ผลิตถุงมือยางแห่งประเทศไทย
7. ชุมนุมสหกรณ์ชาวสวนยางแห่งประเทศไทย (ชสยท.)

#### 4.9.3 องค์กรยาระหว่างประเทศ

1. ANRPC : Association of Natural Rubber Producing Counties สมาคมประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ มีประเทศสมาชิกทั้งหมด 8 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย อินเดีย มาเลเซีย ปาปัวนิวกินี สิงคโปร์ ศรีลังกา ไทย และเวียดนาม มีสำนักงานอยู่ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย

2. IRRDB : International Rubber Research and Development Board สภาวิจัยและพัฒนายางระหว่างประเทศเป็นสภาที่ตั้งขึ้น โดยความร่วมมือของสถาบันวิจัยและพัฒนาจากทุกทวีปมีหน้าที่ควบคุมและวางแผนนโยบายการวิจัยและพัฒนายาง ระหว่างสถาบันที่เป็นสมาชิกประกอบด้วยสมาชิก 15 ประเทศ คือ บราซิล แคนเมอรูน จีน โคตดิวั ฝรั่งเศส กาบอง อินโดนีเซีย เม็กซิโก ไนจีเรีย ฟิลิปปินส์ ศรีลังกา ไทย ลาว เวียดนาม สำนักงานเลขาธิการตั้งอยู่ที่ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

3. IRSG : International Rubber Study Group องค์กรศึกษาเรื่องยางระหว่างประเทศ เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2490 มีนโยบายประสานงานด้านการผลิต การค้า และการใช้ยางธรรมชาติ และยางสังเคราะห์ และกลุ่มประเทศผู้ใช้อย่าง รวบรวมข้อมูลในการผลิตและปริมาณการใช้ยางทั้ง 2 ชนิด เพื่อให้ประเทศสมาชิกได้วางแผนการผลิตการใช้ให้อยู่ในภาวะสมดุลโดยไม่แข่งขันกันจน

ต่างฝ่ายต่างเสียผลประโยชน์ ปัจจุบันประเทศสมาชิก 19 ประเทศ มีสำนักงานเลขาธิการขององค์  
การ อยู่ใน กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ

D  
P  
U

## บทที่ 5

### ผลการศึกษา

เป็นการนำเสนอผลการเปลี่ยนแปลง โดยการใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) เพื่อหาปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS) ว่าเกิดจากปัจจัยใดจาก 4 ปัจจัยดังต่อไปนี้ ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของการค้าของโลก (World Growth Effect), ผลจากการกระจายตัวของตลาด (Market Distribution), ผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Competitiveness Effect) และผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง หรือผลจากทิศทางการเข้าสู่ตลาด (Interaction Effect) พร้อมทั้งคำนวณระดับปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนกำหนดการเปลี่ยนแปลงในตอนต้นเป็นการวิเคราะห์โดยให้ ปี พ.ศ.2540 - 2541 เป็นปีฐานเปรียบเทียบกับ ปี พ.ศ. 2546-2547 เป็นปีปัจจุบัน และในตอนท้ายเป็นการวิเคราะห์แบบจำลอง ส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยพิจารณาทุกปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 ถึง ปี พ.ศ. 2547 เพื่อพิจารณาว่าปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกของของไทยไปยังตลาดโลก

#### 5.1 การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) กรณีศึกษาปี พ.ศ. 2540-2541 เป็นปีฐาน กับ ปี พ.ศ. 2546-2547 เป็นปีปัจจุบัน

จากตารางที่ 5.1 พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2540-2541 เทียบกับ ปี พ.ศ. 2546-2547 มูลค่าการส่งออกของของไทย มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นมูลค่า 190.96 ล้านดอลลาร์ ซึ่งมูลค่าการส่งออกที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นนั้น เกิดจากความสามารถในการแข่งขันและการขยายตัวของการค้าของโลกเป็นสาเหตุสำคัญ โดยทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น จำนวน 151.58 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 79.38 และ จำนวน 87.66 ล้านดอลลาร์ หรือร้อยละ 45.91 ตามลำดับ ส่วนสาเหตุรองลงมาได้แก่ ผลจากการส่งออกถูกทิศทาง ทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้นจำนวน 13.31 ล้านดอลลาร์ หรือร้อยละ 6.97 ส่วนผลจากการกระจายตลาด ทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงจำนวน 61.59 ล้านดอลลาร์ หรือร้อยละ 32.25 ทั้งนี้เนื่องจากว่า ผู้ส่งออกของไทยเน้นการส่งออกสู่ตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก ดังนั้นเมื่อตลาดสหรัฐอเมริกามีการลดการนำเข้าลงทำให้กระทบต่อมูลค่าการส่งออกของไทยไปด้วย แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกที่เปลี่ยนแปลงมากที่สุดได้แก่ ผลจากความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งหากพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดในการ

ส่งออกถุงมือยางไปสู่ตลาดสหรัฐอเมริกาของไทยปรับตัวเพิ่มขึ้นโดยตลอด สอดคล้องกับผลจากการคำนวณ แต่ถ้าหากพิจารณาจากลำดับผู้ส่งออกถุงมือยางของไทย จะพบว่า มีเพียง 5-6 บริษัทที่สามารถส่งออกไปสหรัฐอเมริกาได้ดีและครองส่วนแบ่งการส่งออกถุงมือยางของไทยถึง 80 เปอร์เซ็นต์ และส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทข้ามชาติหรือไม่ก็เป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ ดังนั้น แม้ว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันก็จริงแต่บริษัทของคนไทยนั้นกลับไม่คิดอันดับอื่นๆ ของผู้ส่งออก

ตารางที่ 5.1 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทย วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง ส่วนแบ่งตลาด คงที่ (CMS) ปี พ.ศ. 2540-2541 (ปีฐาน) เทียบกับ ปี 2546-2547 (ปีปัจจุบัน)

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ช่วงเวลาที่ทำการเปรียบเทียบ	ปี พ.ศ. 2540-2541 กับ ปี พ.ศ. 2546-2547
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก	190.96 (100)
ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก	87.66 (45.91)
ผลจากการกระจายตัวของตลาด	-61.59 (-32.25)
ผลจากความสามารถในการแข่งขัน	151.58 (79.38)
ผลจากปรับการส่งออกถูกทิศทาง	13.31 (6.97)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บมีค่าเป็นร้อยละเทียบกับการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก  
ที่มา : จากการคำนวณ

## 5.2 การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) กรณีศึกษา ตลอด ช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2547

จากตารางที่ 5.2 พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2547 มูลค่าการส่งออกของมียางของไทยมีการเปลี่ยนแปลงมีทั้งเพิ่มขึ้นและลดลง โดยมีมูลค่ารวมเพิ่มขึ้น จำนวน 217.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปีที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ปี พ.ศ.2546 ซึ่งมีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจำนวน 82.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือปี พ.ศ. 2543 มีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จำนวน 71.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับปีที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นที่เหลือนี้ ได้แก่ ปี พ.ศ. 2545 พ.ศ. 2541 และ พ.ศ. 2547 โดยที่มีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลง จำนวน 45.34, 36.09 และ 17.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ สำหรับปีที่มีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงลดลง ได้แก่ ปี พ.ศ. 2542 และ ปี พ.ศ. 2544 โดยที่มีมูลค่าการเปลี่ยนแปลงลดลง จำนวน 24.22 และ 11.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ปี พ.ศ. 2546/45 มูลค่าการส่งออกของมียางของไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจำนวน 82.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเกิดจากการขยายตัวของการค้าของตลาดโลกเป็นสาเหตุหลัก โดยทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น จำนวน 55.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนสาเหตุรองลงมา ได้แก่ความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น จำนวน 29.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากการปรับการส่งออกถูกกีดกันทาง มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจำนวนเล็กน้อยเพียง 3.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่สำหรับผลจากการกระจายตัวของตลาดนั้นทำให้มูลค่าการส่งออกคิดลบ จำนวน 5.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสาเหตุเนื่องมาจากการพยายามของผู้ประกอบการที่เน้นส่งออกไปสู่ตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก ในขณะที่การขยายตัวของตลาด สหรัฐอเมริกา มีอัตราการขยายตัวที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับตลาดอื่นๆ ในยุโรป

ปี พ.ศ. 2543/42 มูลค่าการส่งออกของมียางของไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จำนวน 71.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันเป็นหลัก โดยทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จำนวน 64.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากการกระจายตัวของตลาด ผลจากการปรับการส่งออกถูกกีดกันทาง และผลจากการขยายตัวทางการค้าของตลาดโลก เป็นสาเหตุรองลงมา โดยทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น จำนวน 5.24, 1.24 และ 0.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ในปีนี้ผลจากความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 5.2 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทย วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง  
ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ปี พ.ศ. 2540 - 2547

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ)

ช่วงเวลาที่ ทำการ เปรียบเทียบ	ผลจากการ ขยายตัว ของ ตลาดโลก	ผลจากการ กระจาย ตัวของ ตลาด	ผลจากความ สามารถ ในการ แข่งขัน	ผลจากปรับ การส่งออก ถูก/ผิด ทิศทาง	การเปลี่ยน แปลง มูลค่า การส่งออก
ปี 2541/2540	26.47 (73.35)	14.79 (40.97)	-4.50 (-12.48)	-0.67 (-1.85)	36.09 (100)
ปี 2542/2541	.72 (2.97)	-39.81 (-164.37)	16.98 (70.10)	-2.11 (-8.700)	-24.22 (-100)
ปี 2543/2541	.32 (0.45)	5.24 (7.31)	64.92 (90.51)	1.24 (1.73)	71.73 (100)
ปี 2544/2543	7.37 (66.48)	-10.52 (-94.89)	-8.01 (-72.22)	.07 (0.63)	-11.09 (-100)
ปี 2545/2544	9.71 (21.42)	-2.67 (-5.90)	37.55 (82.82)	0.75 (1.66)	45.34 (100)
ปี 2546/2545	55.26 (66.87)	-5.43 (-6.58)	29.15 (35.28)	3.66 (4.43)	82.64 (100)
ปี 2547/2546	32.34 (189.90)	-30.70 (-180.28)	15.34 (90.07)	0.05 (0.31)	17.03 (100)
รวม	132.20 (60.78)	-69.12 (-31.78)	151.43 (69.62)	3.00 (1.38)	217.52 (100)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บมีค่าเป็นร้อยละเทียบกับการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก  
ที่มา : จากการคำนวณ

ปี พ.ศ. 2545/44 มูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จำนวน 45.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปัจจัยหลักที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นคือ ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 37.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปัจจัยรองลงมาได้แก่ การขยายตัวทางการค้าของตลาดโลก จำนวน 9.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และผลจากการปรับตัวถูกทิศทาง จำนวน 0.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่สำหรับผลจากการกระจายตัวของตลาด มีผลให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงติดลบ จำนวน 2.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับปีนี้สาเหตุที่การส่งออกถุงมือยางของไทยสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้น เกิดจากความสามารถในการแข่งขัน หรือร้อยละ 82.82

ปี พ.ศ. 2541/40 มูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จำนวน 36.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยที่สาเหตุหลักมาจากการขยายตัวทางการค้าของตลาดโลก จำนวน 26.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และจากการกระจายตัวของตลาด จำนวน 14.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผลจากความสามารถในการแข่งขันและผลจากการปรับการส่งออกทิศทาง มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลงเล็กน้อย จำนวน 4.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ จำนวน 0.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปีนี้สาเหตุสำคัญมาจากสองปัจจัยหลักคือการขยายตัวทางการค้าของตลาดโลก และผลจากการที่ไทยมีการเปลี่ยนแปลงวิธีกำหนดค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐ ในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 จากเดิมระบบตะกร้าเงิน(basket) มาเป็นระบบลอยตัวแบบมีการจัดการ (managed float) ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยมีราคาถูกลงส่งผลให้ผู้ส่งออกสามารถแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นๆ และส่งออกได้มากขึ้น

ปี พ.ศ. 2547/46 มูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จำนวน 17.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยที่ผลจากการขยายตัวของการค้าโลกเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลง เพิ่มขึ้น จำนวน 32.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนปัจจัยรองลงมาได้แก่ ผลจากความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 15.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และผลจากการปรับการส่งออกทิศทาง จำนวน 0.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ผลจากการกระจายตลาดกลับส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลงจำนวน 30.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปีนี้สาเหตุที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นได้น้อย เพราะที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับปัญหาทั้ง ด้านต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น โดยเฉพาะราคาน้ำมันและราคาเชื้อเพลิงที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ในขณะที่ราคาส่งออกถุงมือยางกลับเพิ่มขึ้นได้เพียงเล็กน้อย

ปี พ.ศ. 2542/41 มูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทยมีการเปลี่ยนแปลงลดลง จำนวน 24.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปัจจัยหลักที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงติดลบคือ ผลจากการกระจายตลาดและผลจากการปรับการส่งออกที่ทิศทาง จำนวน 39.81, 2.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ สำหรับผลจากความสามารถในการแข่งขันทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น

จำนวน 16.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และผลจากการขยายตัวการค้าโลก จำนวน 0.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้เนื่องจากสหรัฐอเมริกาตลาดเริ่มชะลอตัวมีการนำเข้าลดลง ซึ่งเป็นผลจากการนำเข้าช่วงปีก่อนหน้านี้ค่อนข้างมาก ซึ่งผู้ส่งออกไทยส่วนใหญ่เน้นตลาดสหรัฐอเมริกา ดังนั้นเมื่อสหรัฐอเมริกานำเข้าลดลง จึงส่งผลให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดต่ำไปด้วย

ปี พ.ศ. 2544/43 มูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทยมีการเปลี่ยนแปลงลดลง จำนวน 11.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยที่ผลจากการกระจายตลาดเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลง จำนวน 10.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และปัจจัยจากความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 8.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากการขยายตัวของการค้าโลก จำนวน 7.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และจากการปรับทิศทางส่งออกถูกทิศทาง จำนวน 0.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สาเหตุที่มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลง เพราะว่าการนำเข้าของสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าที่ลดลง แม้ว่าราคาถุงมือยางเริ่มปรับตัวลดลงแต่ปริมาณการนำเข้าของสหรัฐก็ไม่เพิ่มขึ้น

### 5.3 ศึกษาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทย ตามแบบวิธีการศึกษากรณีที่ 5.1 และกรณีที่ 5.2

จากตารางที่ 5.3 หากพิจารณาเปรียบเทียบการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ ให้ปี พ.ศ. 2540 – 2541 เป็นปีฐาน และปี พ.ศ. 2546 – 2547 เป็นปีปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลง จำนวน 190.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเรียงลำดับตามความสำคัญ ได้แก่ ผลจากความสามารถในการแข่งขัน ผลจากการขยายตัวทางการค้าของโลกและผลจากการปรับการส่งออกถูกทิศทางเป็นลำดับสุดท้าย จำนวน 151.43, 87.66 และ 13.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 79.38, 45.91 และ 6.97 ตามลำดับ ส่วนผลจากการกระจายตัวของตลาดกลับทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลง จำนวน 61.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 45.91 และการพิจารณาตลอดช่วงปี 2540 -2547 พบว่า มูลค่าการส่งออกรวมเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จำนวน 217.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยที่ปัจจัยที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ได้แก่ ผลจากความสามารถในการแข่งขัน ผลจากการขยายตัวของการค้าโลก และผลจากการปรับการส่งออกถูกทิศทางจำนวน 151.43, 132.20 และ 3.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 69.62, 60.78 และ 1.38 ตามลำดับ และปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลงคือผลจากการกระจายตัวของตลาด จำนวน 69.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 31.78 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบทั้ง 2 กรณีพบว่าให้คำตอบไม่แตกต่างกันมากนักทั้งในเรื่องของลำดับและขนาดไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านบวกหรือปัจจัยด้านลบ โดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อการ



ตารางที่ 5.3 เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทย วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองส่วนตลาดคงที่

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ปี	การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก	ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก	ผลจากการกระจายตัวของตลาด	ผลจากความสามารถในการแข่งขัน	ผลจากทิศทางการเข้าสู่ตลาด
ปี 2540-41 กับ	190.96	87.66	-61.59	151.58	13.31
ปี 2546-2547	(100)	(45.91)	(-32.25)	(79.38)	(6.97)
รายปีตลอดช่วง	217.52	132.20	-69.12	151.43	3.00
ปี 2540 - 2547	(100)	(60.78)	(-31.78)	(69.62)	(1.38)

ที่มา : ตารางที่ 5.1 และ 5.2

เปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก เรียงตามลำดับความสำคัญแล้วเหมือนกัน และปัจจัยที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงก็เหมือนกันคือการกระจายตลาด ดังนั้น เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าผู้ส่งออกไทยควรที่จะกระจายตลาดส่งออกถุงมือยางให้มากกว่าที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ซึ่งหากยังต้องพึ่งพาสหรัฐอเมริกาเพียงตลาดเดียว และเมื่อสหรัฐอเมริกามีการลดการนำเข้าจะส่งผลให้มูลค่าการส่งออกของไทยกระทบไปด้วย การแสวงหาตลาดใหม่ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการกระจุกตัวในการส่งออก จึงเป็นสิ่งที่ผู้ส่งออกควรจะดำเนินการอย่างยิ่ง

#### 5.4 ผลกระทบจากการขยายตัวทางการค้าของโลกกับการส่งออกของผลิตภัณฑ์ถุงมือยางของไทย

เนื่องจากผู้ประกอบการ ต้องคาดการณ์และวางแผนการผลิตถุงมือยางในแต่ละปีว่าจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร จากการศึกษาพบว่า ผลจากการขยายตัวทางการค้าของโลก ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเป็นอันดับที่สอง โดยมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.91 (วิธีที่ 1) และร้อยละ 60.71 (ตามวิธีที่ 2) การศึกษาทั้ง 2 วิธี ให้ให้คำตอบเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือเป็นความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้น หากผู้ประกอบการต้องการจะเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดจะต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันประกอบไปด้วยเป็นสำคัญ

## 5.5 ปัญหาและอุปสรรคในการที่มีต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรม ถลุงมือยางของไทย

1. ปัญหาด้านการขาดบุคลากรด้านวิศวกรรมที่จะมาพัฒนาเทคโนโลยี ในการผลิต เนื่องจากมีสถาบันที่ทำการผลิตบุคลากรด้านนี้มีน้อย ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมถลุงมือยางเป็น อุตสาหกรรมที่มีกำไรต่อหน่วยค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ทำให้ไม่ค่อยได้รับความ สนใจที่จะทำงานของบุคลากรด้านวิศวกรรม สำหรับแรงงานในการผลิตส่วนใหญ่จะใช้มากในขั้น ตอนการบรรจุหีบห่อซึ่งเป็นลูกจ้างรายวัน มีการเปลี่ยนงานค่อนข้างบ่อยและปัญหาความไม่สงบ ในเขต 3 จังหวัดภาคใต้ ก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่ทำให้โรงงานในเขตภาคใต้มีปัญหาด้านแรงงานใน ส่วนนี้

2. ปัญหาด้านวัตถุดิบ โดยเฉพาะราคาน้ำมันยางชันที่ปรับตัวสูงขึ้นโดยตลอด ซึ่งเป็นผล มาจากราคาน้ำมันยางสดปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังต่อเผชิญกับปัญหาราคาวัตถุดิบด้าน เชื้อเพลิงโดยเฉพาะราคาน้ำมันเตาที่สูงขึ้นตามราคาน้ำมันโลกที่ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบ โดยรวมปรับตัวสูงขึ้น

3. ปัญหาด้านตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่เน้นการส่งออกไปสู่ตลาด สหรัฐอเมริกา ในขณะที่การกระจายไปสู่ตลาดอื่นๆ ทำได้ไม่ค่อยดีนัก เมื่อตลาดสหรัฐอเมริกา มีปริมาณการนำเข้าจนมากเกินไปทำให้เกิดอุปทานส่วนเกิน ราคาถลุงมือยางปรับตัวลดลง ซึ่งเป็น ช่วงเวลาที่ต้นทุนวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น ผู้ผลิตต้องการปรับราคาส่งออกเพิ่มขึ้น แต่ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากราคาถลุงมือยางเป็นราคาสากล สำหรับบริษัทข้ามชาติและบริษัทร่วมลงทุนของไทยกับ ต่างชาติจะไม่ค่อยได้รับผลกระทบด้านการตลาดมากนัก เนื่องจากเป็นส่วนใหญ่เป็นการผลิตตาม คำสั่งซื้อฝ่ายตลาดที่มีในต่างประเทศต่างกับผู้ประกอบการคนไทย ที่ต้องทำการตลาดเองและบาง รายก็เป็นการรับจากผลิตโดยไม่มีตลาดเป็นของตนเอง ทำให้ผู้ประกอบการบางรายต้องลดกำลัง การผลิตลงเพื่อลดการขาดทุนและบางรายก็หยุดการผลิต

4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการลงทุน เนื่องจากอุตสาหกรรมถลุงมือยางเป็นอุตสาหกรรม ที่เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะได้รับการส่งเสริมการลงทุน ทั้งด้านของ ภาษีเงินได้ และการนำเข้าเครื่องจักรและสารเคมี ทำให้นักลงทุนจากต่างประเทศสนใจมาลงทุน ในไทย เพราะมีแหล่งวัตถุดิบหลักคือ น้ำมันชันมากที่สุดในโลก ซึ่งนักลงทุนจากต่างชาติเหล่านี้ มีทั้งเงินทุนและเทคโนโลยีที่เหนือกว่าบริษัทของคนไทย ยิ่งทำให้ช่องว่างของความได้เปรียบของ บริษัทข้ามชาติและบริษัทร่วมลงทุนกับต่างชาติกับบริษัทคนไทยยิ่งห่างมากยิ่งขึ้น ซึ่งดูได้จากลำดับ ผู้ส่งออก 10 อันดับแรก

## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

อุตสาหกรรมถุงมือยางเป็นอุตสาหกรรมที่เพิ่มมูลค่าให้กับยางธรรมชาติของไทย ได้ถึง 4-5 เท่า และเป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงจากอุตสาหกรรมต้นน้ำอย่างอุตสาหกรรมน้ำยางข้น โดยที่อุตสาหกรรมถุงมือยางของไทยได้พัฒนาควบคู่กับอุตสาหกรรมน้ำยางข้นของไทย ภายใต้การส่งเสริมของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมาตลอดเป็นระยะเวลาเกือบ 40 ปี อุตสาหกรรมถุงมือยางจะได้รับการส่งเสริมการลงทุนเกือบทั้งหมด ทั้งนี้เพราะว่าอุตสาหกรรมถุงมือยางกว่าร้อยละ 90 เป็นการส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ การใช้ถุงมือยางในประเทศมีน้อยส่วนใหญ่จะใช้ในวงการแพทย์ ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่หันไปเน้นการผลิตถุงมือยางประเภทใช้ในการตรวจโรค ซึ่งมีทั้งชนิดที่มีแป้งและชนิดไม่มีแป้งซึ่งขั้นตอนการผลิตจะไม่ซับซ้อนมาก ส่วนถุงมือยางประเภทใช้ในการผ่าตัดมีผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้นที่ทำการผลิต เนื่องจากจะต้องเพิ่มขั้นตอนการผลิตในการฆ่าเชื้อโรคและตลาดค่อนข้างแคบ ซึ่งจะต้องใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย จากการใช้ผู้บริโภคนบางคนเป็นโรกภูมิแพ้จากโปรตีน ซึ่งมีอยู่ในถุงมือยางธรรมชาติและหันไปใช้ถุงมือยางที่ทำจากยางสังเคราะห์ (Synthetic Rubber) แทน เช่น ถุงมือยางจาก PVC ทำให้ผู้ประกอบการบางรายได้หันไปผลิตถุงมือยางจาก PVC แต่ไม่ว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมถุงมือยางจากยางธรรมชาติหรือยางสังเคราะห์ ก็ต้องประสบกับปัญหาเรื่องของวัตถุดิบราคาสูงขึ้น ทั้งราคาของน้ำยางข้นและราคาของยางสังเคราะห์ ซึ่งเป็นต้นทุนหลักในการผลิตถุงมือยาง ถึงร้อยละ 60 และต้นทุนด้านพลังงานที่ราคาน้ำมันเตาและราคาแก๊สธรรมชาติปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ราคาถุงมือยางเป็นราคาสากลคือหากราคาถุงมือยางประเทศใดหนึ่งสูงกว่าอีกประเทศหนึ่ง ผู้นำเข้าจะนำเข้าจากประเทศที่มีราคาต่ำกว่า ทั้งนี้ เพราะคุณภาพของถุงมือยางในแต่ละประเทศที่ผลิตถุงมือยางมีคุณภาพได้มาตรฐานเกินกว่าข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้า ทำให้ผู้ประกอบการการผลิตถุงมือยางต้องปรับตัว โดยบางรายลดกำลังการผลิตและบางรายถึงขนาดต้องหยุดการผลิตในขณะเดียวกันผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่มีศักยภาพเพียงพอก็พร้อมที่เพิ่มกำลังการผลิตเพื่อทดแทนปริมาณถุงมือยางที่ลดลง ทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยปรับตัวเพิ่มขึ้นได้ ตามความต้องการของตลาด โดยพิจารณาได้จากมูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทยในช่วง 7 ปี ที่ผ่านมา ปี พ.ศ. 2547 จำนวน 496.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 217.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2540 ที่มีมูลค่าการส่งออก จำนวน 278.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัว

## 6.1 สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาส่วนแบ่งตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมถลุงมือยางของไทย ได้อาศัยแนวความคิดเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกที่เกิดจากปัจจัยใดบ้าง จากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ ผลจากการขยายตัวทางการค้าของโลก ผลจากการกระจายการส่งออก ผลจากความสามารถในการแข่งขัน และผลจากการปรับทิศทางส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง

พบว่ามูลค่าการส่งออกถลุงมือยางของไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2541 เทียบกับ ปี พ.ศ. 2546 - 2547 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จำนวน 190.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสาเหตุหลักมาจากความสามารถในการแข่งขัน สาเหตุรองลงมาได้แก่ผลจากการขยายตัวของตลาดโลกและผลจากการปรับการส่งออกถูกทิศทาง ตามลำดับ ส่วนผลจากการกระจายตัวของตลาด ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลด

หากพิจารณามูลค่าการส่งออกถลุงมือยางของไทย ตลอดช่วงปี พ.ศ. 2540 ถึง ปี พ.ศ. 2547 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จำนวน 217.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสาเหตุมาจากความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยหลักเช่นเดียวกัน สาเหตุรองลงมาได้แก่ผลจากการขยายตัวของตลาดโลกและผลจากการปรับการส่งออกผิดทิศทางตามลำดับ ส่วนปัจจัยการกระจายตัวของตลาด มีผลให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลง เช่นกัน เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบการศึกษาทั้ง 2 กรณีพบว่าไม่แตกต่างกันมากนัก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเรียงตามลำดับแล้วเหมือนกัน และปัจจัยที่ทำให้มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลงก็เหมือนกัน แสดงให้เห็นว่าการเลือกช่วงเวลาดังกล่าวมาทำการศึกษาศึกษาสามารถเป็นตัวแทนได้ดี

## 6.2 ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่อยู่และเคยอยู่ในวงการอุตสาหกรรมถลุงมือยางของไทย เห็นสมควรเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ถลุงมือยางของไทย ดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ในการพัฒนาอุตสาหกรรมถลุงมือยางของไทย พบว่า ปัญหาบุคลากรด้านวิศวกรรมและแรงงานเป็นปัญหาหนึ่งที่อุตสาหกรรมถลุงมือยางต้องประสบอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะว่าโรงงานผลิตถลุงมือยางต้องใช้แรงงานมากโดยเฉพาะในส่วนการบรรจุกล่อง ซึ่งใช้แรงงานไม่มีฝีมือ และค่าจ้างต่ำ ทำให้แรงงานจากโรงงานอุตสาหกรรมถลุงมือยางเปลี่ยนงานบ่อยและหันไปยึดอาชีพกรีดยาง ซึ่งให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า เมื่อระดับราคายางพาราที่สูงขึ้นในขณะที่ค่าจ้างรายวันไม่ค่อยยับตัวปรับตัวช้ากว่ารวมทั้ง ปัญหาความไม่สงบใน

เขต 3 จังหวัดภาคใต้ ทำให้แรงงานจากที่อื่นๆ ไม่สนใจที่จะเดินทางไปทำงานในแถบดังกล่าวในขณะที่ผู้ผลิตก็ไม่สามารถเพิ่มค่าแรงได้มากนักเนื่องจากต้นทุนการผลิตด้านอื่นๆ ก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

2. จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ในการพัฒนาอุตสาหกรรมถลุงมือยางของไทย ปัญหา ทางด้านเทคโนโลยี เนื่องจากการนำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศราคาค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเพียงพอจะพัฒนาเครื่องจักรขึ้นมาใช้เองรวมทั้งสูตรในการผสมน้ำยาง ซึ่งถือเป็นความลับในการดำเนินกิจการ ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่ๆ จะมีปัญหาในการค้นคว้าวิจัยหาสูตรในการผสมน้ำยางขึ้นกับสารเคมีที่เหมาะสม แม้ว่าจะมีสูตรการผสมน้ำยางขึ้นกับสารเคมีจากศูนย์วิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร ก็ตามแต่การนำสูตรดังกล่าวไปใช้เพื่อการประกอบธุรกิจในการเชิงการค้าที่มีการผลิตจำนวนมากๆ และเครื่องจักรใหม่ๆ ผู้ประกอบการจะต้องปรับปรุงสูตรให้เหมาะสมสภาพความเป็นจริง การนำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศ ซึ่งสามารถซื้อพร้อมกับสูตรการผสมน้ำยาง แต่ต้นทุนค่อนข้างสูงจะแข่งขันกับผู้ประกอบการเดิมค่อนข้างยากการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีลงทุนสูงและต้องใช้เวลา ดังนั้นรัฐบาลควรส่งเสริมให้มีศูนย์วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจะร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาเครื่องจักรที่มีคุณภาพสูงและมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำ มีการสูญเสียน้อยและประหยัดพลังงาน

3. ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาอุตสาหกรรมถลุงมือยางของไทย ในส่วนวัตถุดิบ พบว่า วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตถลุงมือยางได้แก่น้ำยางขึ้น และน้ำยางดิบก็เป็นวัตถุดิบในการผลิตน้ำยางขึ้นไม่สะอาด และมีสารโปรตีน หรือสารเคมี เช่น magnesium ที่ไม่ต้องการให้เจือปนอยู่ ซึ่งเกิดจากการปลูกยางในดินที่ไม่เหมาะสมและการปฏิบัติหลังเก็บน้ำยางของเกษตรกรยังไม่ดีพอ ทำให้น้ำยางดิบไม่มีคุณภาพเหมาะสมกับการผลิตถลุงมือยางที่ต้องการคุณภาพสูงและปลอดภัยในการสวมใส่ นอกจากนี้ราคาน้ำยางดิบก็ปรับตัวขึ้นลงตามราคาตลาดโลก ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตยางธรรมชาติได้เป็นอันดับต้นของโลกก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถที่จะเป็นผู้กำหนดราคาขายได้ ดังนั้นทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมถลุงมือยางจะต้อง แยกรับภาระจากความผันผวนของราคาน้ำยางขึ้นที่ปรับตัวขึ้นลงตามราคาของพาราโลก ในขณะที่ราคาขายถลุงมือยางถูกกำหนดไว้ล่วงหน้าตามราคาถลุงมือยางโลก ทำให้ไม่สามารถปรับเพิ่มราคาให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นได้ ขณะเดียวกันอัตราแลกเปลี่ยนที่อ่อนตัวลงของค่าเงินบาททำให้ผู้นำเข้านำมาต่อรองขอลดราคาถลุงมือยางของไทยในการสั่งซื้อครั้งต่อไป ดังที่กล่าวไว้ในตอนต้นว่าอุตสาหกรรมถลุงมือยาง มีการแข่งขันในตลาดโลกสูงมีกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน จึงมีผู้ผลิตจำนวนมากในประเทศคู่แข่งเช่น มาเลเซีย ใต้หวัน อินโดนีเซีย และจีน ผู้นำเข้าจึงมีอำนาจต่อรองเหนือกว่าของผู้ประกอบการ ดังนั้น การที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงจะได้ประโยชน์สำหรับรายการคำสั่งซื้อเก่า

เท่านั้น รวมทั้งยังต้องเผชิญกับปัญหาราคาน้ำมันโลก ที่เพิ่มขึ้นก็ยิ่งทำให้ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมถุงมือยางเพิ่มขึ้นไปอีก ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นส่งผลให้ผู้ประกอบการที่ใช้น้ำมันเตาเป็นแหล่งพลังงานได้รับผลกระทบหนัก ส่วนผู้ประกอบการที่ใช้ไม้ฟืนเป็นวัตถุดิบในการให้พลังงาน จะได้เปรียบกว่า ดังนั้นหากผู้ประกอบการจะลดการใช้ น้ำมันเตาก็จะต้องมีการปรับแต่งเครื่องจักร และเทคโนโลยีให้เหมาะสม ก็ทำให้ต้องมีภาระในเรื่องของต้นทุนที่เพิ่มขึ้นอยู่ดี ด้วยเหตุนี้ต้นทุนการผลิตจึงสูงขึ้นทำให้มีการลดกำลังการผลิตเพื่อลดการขาดทุนและบางรายจำต้องหยุดการผลิต

4. จากการที่องค์กรมาตรฐานอุตสาหกรรมนานาชาติ (International Standard Organization) มีการ ออกมาตรฐาน ISO9000 ซึ่งเป็นมาตรฐานระบบคุณภาพที่องค์กรธุรกิจทั่วโลก ใช้ เพื่อรับรองระบบบริหาร การดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ยังมีมาตรฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หรือ ISO 14000 สำหรับผู้ประกอบการรายกลางและเล็ก ค่อนข้างยากในการจะพัฒนาไปสู่ระดับดังกล่าวเพราะยังขาดปัจจัยสนับสนุนจากภาครัฐในการฝึกอบรมและให้คำแนะนำการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ถุงมือยางมีหลายมาตรฐาน ได้แก่ มาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มาตรฐานของสำนักงานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และระยะการให้บริการตรวจสอบจะใช้ระยะเวลาาน ทำให้ผู้ประกอบการต้องส่งตัวอย่างไปทดสอบต่างประเทศ ทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูง นอกจากนี้บางกรณีไม่ต้องมีการตรวจสอบมาตรฐานซ้ำ หากเป็นการส่งถุงมือยางไปจำหน่ายยังลูกค้ารายเดิม ซึ่งในความเป็นจริงในบางครั้งบางโรงงานจะส่งออกถุงมือยางไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยเลี่ยงการตรวจสอบได้ทุกโรงงานอย่างทั่วถึง ทำให้บางครั้งสินค้าถุงมือยางจะ ถูกส่งกลับเนื่องจากไม่ได้มาตรฐาน

5. การส่งเสริมการลงทุนที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมถุงมือยาง การส่งเสริมการลงทุนให้แก่กิจการที่เป็นการร่วมลงทุนกับบริษัทต่างชาติ ยังไม่เน้นการถ่ายทอดเทคโนโลยี มีการผูกขาดด้านเทคโนโลยี ทำให้บริษัทคนไทยแข่งขันได้ยาก รวมทั้งเกษตรกรไทยยังไม่ได้รับการพัฒนาเทคนิคความรู้ด้านการผลิตน้ำยางข้นอย่างแพร่หลาย จากการร่วมทุนของภาครัฐกิจเอกชน กล่าวคือบริษัทต่างชาติที่ย้ายฐานการผลิตจากมาเลเซียเข้ามาผลิตถุงมือยางในประเทศไทย แม้ว่าเป็นสัญชาติอเมริกันร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ยังใช้ผู้บริหารระดับสูงจากมาเลเซียและสิงคโปร์ ทำให้คนไทยไม่ได้รับการถ่ายทอดทักษะในการบริหารงานตลาดตลอด จนเทคนิคการกรีดยางให้มีคุณภาพที่ดี ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยยังไม่ได้รับผลประโยชน์เท่าที่ควร ซึ่งภาครัฐควรมีข้อกำหนดให้ผู้ลงทุนต่างชาติปรับเงื่อนไขที่เอื้อต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้คนไทยมากกว่าที่ผ่านมา

6. ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมถุงมือยางในด้านการตลาด พบว่าการผลิตถุงมือยางของผู้ประกอบการในไทย ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้ทางด้านการแพทย์เพื่อการตรวจโรค (examination glove) ซึ่งมีส่วนต่างกำไรค่อนข้างต่ำ การผลิตและการขายจะต้องทำ

คราวละหลายๆ จึงจะคุ้มการลงทุน การส่งออกเน้นตลาดแห่งเดียวกันโดยมีผลการกระจายตลาดติดลบ หรือทำให้มีมูลค่าการส่งออกลดลงอันเป็นผลมาจากการแข่งขันสูงทั้งภายในและคู่แข่งจากผู้ผลิตในต่างประเทศ จำเป็นที่ผู้ประกอบการของไทยจะต้องหาตลาดใหม่ให้มากขึ้นหรือให้ตลาดส่งออกมีการกระจายตัวมากขึ้น สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กไม่มีความสามารถในการหาตลาดรองรับเองและขายผ่านนายหน้า ซึ่งจะถูกราคาขายทำให้ขาดทุนและปิดกิจการในที่สุด ขณะเดียวกันทางด้านสาธารณูปโภคพบว่าอัตราค่าไฟฟ้าที่สูงและปัญหาไฟฟ้าดับบ่อย โดยไม่มีการแจ้งล่วงหน้า ทำให้เกิดความเสียหายต่อเครื่องจักรในการผลิตถุงมือยาง โดยเฉพาะในจังหวัดระยองและทางภาคใต้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องน้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิตถุงมือยางซึ่งจำเป็นต้องใช้น้ำบาดาลในกระบวนการผลิต เนื่องจากมี ปรปามีราคาแพงและมีสารคลอรีนและสารที่ไม่เหมาะในการใช้ในกระบวนการผลิตถุงมือยาง แต่ไม่สามารถนำน้ำบาดาลมาใช้ในกระบวนการผลิตได้มากนักเนื่องจากมาตรการควบคุมการใช้น้ำบาดาลของทางราชการ ดังนั้นถ้าไม่มีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวจะเป็นปัญหาต่อการผลิตอย่างแน่นอนในอนาคต

7. ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมถุงมือยาง ที่เกี่ยวกับการเปิดเสรีทางการค้า พบว่า ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) กลุ่มอาเซียน (AFTA) และกลุ่มเอเปค (APEC) ประเทศไทยในฐานะสมาชิกต้องปฏิบัติตามพันธกรณี หากผู้ประกอบการไม่สามารถปรับตัวได้ทัน ก็จะได้รับผลกระทบโดยตรง และการรวมกลุ่มของสหภาพยุโรป (EU) และกลุ่มนาฟต้า (NAFTA) ที่มีข้อตกลงต่าง ๆ ย่อมมีผลกระทบต่อประเทศไทย ในฐานะเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีใช้สมาชิกในกลุ่มดังกล่าวก็ตาม การเปิดเสรีทางการค้าเพื่อมุ่งหวังให้ประเทศสมาชิกใช้มาตรการทางภาษี แทนและเป็นการกระตุ้นความร่วมมือในการส่งเสริมทางเศรษฐกิจ พันธกรณีภายใต้ความตกลง WTO ประเทศไทยและประเทศสมาชิกจะต้องปฏิบัติตาม โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2538 ในส่วนประเทศไทยที่ได้รับจากการเป็นสมาชิก WTO โดยเฉพาะจากการเปิดตลาดการค้าทั้งจากลดภาษีศุลกากรและการยกเลิกมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรของประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย นอกจากนี้การปรับปรุงกฎระเบียบการค้าที่ชัดเจนรัดกุมและเป็นธรรมมากขึ้น ขณะเดียวกันการเข้าเป็นสมาชิก ทำให้ประเทศไทยจะต้องมีพันธกรณีเช่นเดียวกัน จะต้องปรับตัวเพื่อสู้กับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ซึ่งพันธกรณีที่มีกับองค์การการค้าโลกจะอยู่ภายใต้กรอบเวลา ระหว่างปี พ.ศ. 2538 – 2547 นอกจากนี้ไทยต้องลดการอุดหนุนภายในโดยต้องลดจาก 22,000 ล้านบาท เหลือ 19,000 ล้านบาท ภายในปี พ.ศ. 2547 ส่วนการอุดหนุนการส่งออกนั้น ไทยไม่สามารถให้การอุดหนุนได้

สำหรับผลกระทบจากพันธกรณีภายใต้ความตกลง WTO สำหรับอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย ไม่ได้รับผลกระทบจากมาตรการทางภาษีแต่ต้องเผชิญปัญหาการกีดกันทางการค้าที่

ไม่ใช่ภาษี (non tariff) สำหรับถุงมือยางได้แก่ การกำหนดมาตรฐานสิ่งแวดล้อม หรือกำหนดมาตรฐานด้านคุณภาพ (ISO9000 และ ISO14000) ของประเทศในสหภาพยุโรป นอกจากนี้ปัญหาการกีดกันทางการค้า เช่น กรณีการแพ้สารโปรตีนในถุงมือยางธรรมชาติ ของสหรัฐอเมริกาและยุโรป ปัจจุบันยังไม่มีกรณีพิพาทข้อเท็จจริงในระดับของ การแพ้สารโปรตีนในถุงมือยาง นอกจากนี้สหรัฐอเมริกา กำลังเตรียมกำหนดมาตรฐานถุงมือยางให้มีความยืดหยุ่นลดลง เพื่อให้เหมาะสำหรับถุงมือยางที่ทำจากยางสังเคราะห์ (synthetic rubber)

สำหรับการเข้าร่วมเป็นสมาชิก AFTA ประเทศไทยจำเป็นต้องปฏิบัติตามพันธกรณีและข้อผูกพันต่าง ๆ ตามข้อตกลงภายใต้ AFTA เริ่มมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2543 เป็นต้นไป ประเทศไทยจะต้องลดภาษีสินค้าอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมในกลุ่มสินค้าเร่งลดภาษี (fast track) ซึ่งมี 15 กลุ่ม และยางพารา และผลิตภัณฑ์จากยางพารา เป็นหนึ่งในจำนวน 7,737 รายการด้วย โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 - 2543 ประเทศไทยต้องลดภาษีสินค้าเหลือร้อยละ 0 - 5 ในส่วนถุงมือยางไทย ไม่ได้รับผลกระทบมากนัก เนื่องจากปัจจุบันไทยส่งออกถุงมือยางเป็นหลักอยู่แล้ว การลดภาษีดังกล่าวไม่มีปัญหาในการเป็นคู่แข่งสำหรับตลาดในประเทศและไม่มีผลต่อตลาดอาเซียน เนื่องจากประเทศส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตถุงมือยางเช่นเดียวกันในส่วนยางพาราและยางแปรรูปขึ้นต้น การลดภาษีนำเข้าของประเทศในกลุ่มอาเซียนจะมีผลต่อการส่งออกของไทย ไปยังประเทศสมาชิกที่มีความต้องการใช้ยางพารามาก และราคาภายในประเทศสูงกว่าราคาของไทย ไทยอาจจะประสบปัญหาได้เช่นกันหากราคาน้ำยางขึ้นภายในประเทศสูงกว่าประเทศอื่นในภูมิภาค ผู้ใช้ยางเป็นวัตถุดิบในการผลิตอาจจะมีการนำเข้าน้ำยางจากต่างประเทศเข้ามาใช้แทน โดยอาจจะนำเข้าจากเวียดนาม หรืออินโดนีเซีย หากมีราคาที่ต่ำกว่าในประเทศได้

นอกจากนี้การร่วมมือทางเศรษฐกิจในรูปของทวิภาคี เช่น ไทย-ญี่ปุ่น หรือ ไทย-จีน โดยเฉพาะไทยกับจีน ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าค่าแรงงานในประเทศจีนค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ และค่าเงินหยวน ก็ยังมีค่าต่ำกว่าค่าที่แท้จริงยิ่งทำให้ราคาสินค้าของประเทศจีนถูกกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน นอกจากนี้หากพิจารณาการใช้น้ำยางขึ้นของจีนที่อยู่ในอันดับหนึ่งของโลกในปัจจุบันและการนำเข้าน้ำยางขึ้นจากไทยเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน รวมทั้งการส่งออกถุงมือยางของจีนในตลาดโลกที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ใน รอบ 7 ปีที่ผ่านมา จีนสามารถส่งออกไปสู่ตลาดอเมริกาได้สูงขึ้นเกือบ 3 เท่าตัว ทำให้น่าจับตามองว่าในอนาคตประเทศจีนจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญ ในการส่งออกยางพาราและและคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกถุงมือยางก็เป็นไปได้



### 6.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและการแข่งขันสูงในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ถลุงมือยาง แต่จากการพิจารณาผลกระทบจากปัจจัยการกระจายตลาด ทำให้การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมีค่าลดลง ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะศึกษาวิเคราะห์เพิ่มเติมว่าสาเหตุใดที่ทำให้ความสามารถในการกระจายตลาดของผู้ประกอบการของไทย จึงไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งการศึกษาความยากง่ายในการที่ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาทำการผลิตในอุตสาหกรรมถลุงมือยางซึ่งปัจจุบันแนวโน้มที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจะอยู่รอดในอุตสาหกรรมถลุงมือยางยิ่งยากขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย เช่น บริษัท สยามเซมเพอร์เมค จำกัด บริษัท เซฟสกิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัท เซฟสกิน เมดคิคอล แอนด์ ไซเอนทิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท แอนเซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไฮแคร์ อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด บริษัท ชันไทยอุตสาหกรรมถลุงมือยาง จำกัด (มหาชน) สามารถครองส่วนแบ่ง ตลาดเกือบร้อยละ 80 ของผู้ส่งออกถลุงมือยางของไทย ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติและบริษัทร่วมลงทุนกับต่างชาติ ที่มีเงินทุนสนับสนุน และความพร้อมทั้งด้านเทคโนโลยีและด้านการตลาดเป็นอย่างดี ซึ่งข้อได้เปรียบนี้น่าจะทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่เข้ามาแข่งขันค่อนข้างยาก ดังนั้นหากจะให้ผู้ประกอบการของคนไทย สามารถแข่งขันได้จะต้องได้รับความร่วมมือจากหลายองค์กรทั้งทางรัฐและเอกชน

DPUC

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- ชัยวัฒน์ คนจริง. (2540). รายงานโครงการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม  
**เกษตรส่งออกปี 2539**. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากรคณะเศรษฐศาสตร์.  
 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์, นิพนธ์ พัวพงศกร และ ภาณุมาศ นิธิประภา. (2541). **โครงการศึกษาการ  
 พยากรณ์การส่งออกสินค้าสำคัญ (20 รายการ) ของไทยในตลาดโลก**. สถาบันวิจัยเพื่อ  
 การพัฒนาประเทศไทย.
- ชนาวรรณ กิจประไพอำพล. (2539). **ช่องทางและโอกาสการส่งออก และผลกระทบจากการมีเขต  
 การค้าเสรีอาเซียน (สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง)** รายงานเสนอ  
 สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.
- หน่วยเทคโนโลยียาง คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2545). **โครงการจัดทำแผนแม่บท  
 อุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาผลิตภัณฑ์ยาง)** รายงานเสนอต่อสำนักงานเศรษฐกิจ  
 อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- ปรารักษ์ทิพย์ บุญศรี. (2543). **ความสามารถในการแข่งขันของถุงมือยางไทยในต่างประเทศ.  
 กองการค้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.**
- วราภรณ์ ขจรไชยกุล, นุชนาฏ ณ ระนอง. (2545). **คู่มือเทคโนโลยียาง**. สถาบันวิจัยยาง  
 กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สุภาพร บัวแก้ว, อเนก กุณาละศิริ, จันทวรรณ คงเจริญ, จุมพฏ สุขเกื้อ และพัชรินทร์ ศรีวารินทร์.  
 (2545). **การผลิตและการตลาดอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้น้ำยางข้นเป็นวัตถุดิบ.**  
 กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการยาง ส่วนเศรษฐกิจการยาง สถาบันวิจัยยาง.

#### บทความ

- เศรษฐกิจวิเคราะห์. (2546, ธันวาคม). “ศักยภาพการแข่งขันในอนาคตของถุงมือยางไทย.”  
 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ปีที่ 21, ฉบับที่ 12. หน้า 23.

## วิทยานิพนธ์

- นิตยา สังขปริษา.( 2542). การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดส่งออกข้าวไทยและข้าวสหรัฐอเมริกา.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วีรพล นิตชาคร. (2544). ศักยภาพของการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวนีย์ ภัทโรวาสน์. (2543). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางที่  
สำคัญของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อิสระ พงษ์ศิริ. (2543). นโยบายการค้าสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ. สารนิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อติพร ยิ้มประเสริฐ. (2545). คู่ทางในการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางใน  
ทัศนะของผู้ประกอบการ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมยางรถยนต์ อุตสาหกรรมถุง  
มือยางและอุตสาหกรรมยางรัดของในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

## สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2548,

จาก [http:// www.rubberthai.com](http://www.rubberthai.com)

สมาคมยางพาราไทย. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2548 จาก [http:// www.thainr.com](http://www.thainr.com)

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 2548,

จาก <http://www.depthai.go.th>, [www.thaitrade.com](http://www.thaitrade.com)

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 2548,

จาก <http://www.ops2.moc.go.th/tradeth/cgihs/exctr1.asp>

และ <http://www.ops2.moc.go.th/tradeth/cgihs/mainvat.asp>

กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 2548,

จาก <http://www.diw.go.th>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงอุตสาหกรรม. สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 2548,

จาก [http:// www.boi.go.th](http://www.boi.go.th)

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 2548,

จาก <http://www.oie.go.th>

สำนักข่าว Reuters. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2548,

จาก [http:// www.reuters.com/3000extracompanion](http://www.reuters.com/3000extracompanion)

Global Trade Atlas Navigator. สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2548,

จาก [http://www.gtis.com/gta/secure/htscty\\_gta.cfm](http://www.gtis.com/gta/secure/htscty_gta.cfm)

ภาษาต่างประเทศ

#### ARTICLES

TRGMA. (2005, October). “New Little Rubber Gloves : Thai Rubber Gloves Manufacturers Association.” Volume 7, No 3. pp.5-6.

TRI. (2004, September). **The Rubber International Magazine**, Volume 6, No. 9. pp.58.

DPUC

ภาคผนวก

### ประเด็นคำถามที่ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

1. ความเห็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมถุ้งมือยางในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต
2. ข้อมูลด้านกำลังการผลิต สภาพการผลิตจริง
3. ความเห็นเกี่ยวกับการขยายหรือลดกำลังการผลิตหรือหยุดการผลิต และเหตุผลดังกล่าว
4. ข้อมูลด้านการใช้วัตถุดิบ การใช้แหล่งพลังงานเชื้อเพลิงทดแทน
5. ข้อมูลด้านเทคโนโลยีการผลิต และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิต
6. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
7. ข้อเสนอแนะในต่อภาครัฐในการออกมาตรการที่จะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมถุ้งมือยาง

### รายชื่อผู้ประกอบการที่สัมภาษณ์

รุจิรา พันธุ์พิพัฒน์. กรรมการผู้จัดการ บริษัท บี แคร่ อินดัสตรีส์ จำกัด.

สัมภาษณ์ 14 พฤศจิกายน 2548.

ชำนาญ นพคุณขจร. ผู้จัดการโรงงาน บริษัท เซาแลนด์ โปรดักส์ จำกัด.

สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน 2548.

กิติชัย สินเจริญกุล. กรรมการ บริษัท สยามเซมเพอร์เมอ จำกัด.

สัมภาษณ์ 16 พฤศจิกายน 2548.

อนันต์ เจษฎาวิสุทธิ. กรรมการผู้จัดการ บริษัท ชนไทยอุตสาหกรรมถุงมือยาง จำกัด(มหาชน).

สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน 2548.



ตารางที่ 6.1 ผลการคำนวณวิธีที่ 1 โดยใช้ พ.ศ. 2540-2541 เป็นปีฐาน และปี พ.ศ. 2546-2547 เป็นปีปัจจุบัน

$$\begin{aligned} \sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j X_{ijk}^0 &= [G_k \sum_j X_{ijk}^0 - \sum_j X_{ijk}^0] \\ &+ [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0) - G_k (\sum_j X_{ijk}^0)] \\ &+ [\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0] \\ &+ [\{\sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0)\} - \{\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0\}] \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 487,984,493 - 297,028,051 &= [1.29513 * 297,028,051 - 297,028,051] \\ &+ [1.08778 * 297,028,051 - 1.29513 * 297,028,051] \\ &+ [0.91930 * 487,984,493 - 297,028,051] \\ &+ [487,984,493 - (1.08778 * 297,028,051)] \\ &- [(0.91930 * 487,984,493) - 297,028,051] \\ &= 190,956,441.28 \text{ เจริญศรัทธา} \end{aligned}$$

ตารางที่ 6.2 ผลการคำนวณวิธีที่ 2 การวิเคราะห์ตลอดช่วงปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2547

ผลการคำนวณ โดยใช้ปี พ.ศ. 2540 เป็นปีฐาน และปี พ.ศ. 2541 เป็นปีปัจจุบัน

$$\begin{aligned}
 315,073,654 - 278,982,448 &= [1.09489*278,982,448 - 278,982,448] \\
 &+ [1.14790*278,982,448 - 1.09489*278,982,448] \\
 &+ [0.87116*315,073,654 - 278,982,448] \\
 &+ [315,073,654 - (1.14790*278,982,448)] \\
 &- [0.87116*315,073,654 - 278,982,448] \\
 &= 36,091,206 \text{ เหรียญสหรัฐ}
 \end{aligned}$$

ผลการคำนวณ โดยใช้ปี พ.ศ. 2541 เป็นปีฐาน และปี พ.ศ. 2542 เป็นปีปัจจุบัน

$$\begin{aligned}
 290,851,005 - 315,073,654 &= [1.00228*315,073,654 - 315,073,654] \\
 &+ [0.87592*315,073,654 - 1.00228*315,073,654] \\
 &+ [1.14166*290,851,005 - 315,073,654] \\
 &+ [290,851,005 - 0.87592*315,073,654] \\
 &- [1.14166*290,851,005 - 315,073,654] \\
 &= -24,222,649 \text{ เหรียญสหรัฐ}
 \end{aligned}$$

ผลการคำนวณ โดยใช้ปี พ.ศ. 2542 เป็นปีฐาน และปี พ.ศ. 2543 เป็นปีปัจจุบัน

$$\begin{aligned}
 362,578,236 - 290,851,005 &= [1.00110*290,851,005 - 290,851,005] \\
 &+ [1.01913*290,851,005 - 1.00110*290,851,005] \\
 &+ [0.98123*362,578,236 - 290,851,005] \\
 &+ [362,578,236 - 1.01913*290,851,005] \\
 &- [0.98123*362,578,236 - 290,851,005] \\
 &= 71,727,231 \text{ เหรียญสหรัฐ}
 \end{aligned}$$

ผลการคำนวณ โดยใช้ปี พ.ศ. 2543 เป็นปีฐาน และปี พ.ศ. 2544 เป็นปีปัจจุบัน

$$\begin{aligned}
 351,490,391 - 362,578,236 &= [1.02033 * 362,578,236 - 362,578,236] \\
 &+ [0.99131 * 362,578,236 - 1.02033 * 362,578,236] \\
 &+ [1.00877 * 351,490,391 - 362,578,236] \\
 &+ [351,490,391 - 0.99131 * 362,578,236] \\
 &- [1.00877 * 351,490,391 - 362,578,236] \\
 &= -11,087,845 \text{ เหรียญสหรัฐ}
 \end{aligned}$$

ผลการคำนวณ โดยใช้ปี พ.ศ. 2544 เป็นปีฐาน และปี พ.ศ. 2545 เป็นปีปัจจุบัน

$$\begin{aligned}
 396,833,064 - 351,490,391 &= [1.02763 * 351,490,391 - 361,490,391] \\
 &+ [1.02002 * 351,490,391 - 1.02763 * 351,490,391] \\
 &+ [0.98037 * 396,833,064 - 351,490,391] \\
 &+ [396,833,064 - 1.02002 * 351,490,391] \\
 &- [0.98037 * 396,833,064 - 351,490,391] \\
 &= 45,352,673 \text{ เหรียญสหรัฐ}
 \end{aligned}$$

ผลการคำนวณ โดยใช้ปี พ.ศ. 2545 เป็นปีฐาน และปี พ.ศ. 2546 เป็นปีปัจจุบัน

$$\begin{aligned}
 479,468,529 - 396,833,064 &= [1.13925 * 396,833,064 - 396,833,064] \\
 &+ [1.12556 * 396,833,064 - 1.13925 * 396,833,064] \\
 &+ [0.88845 * 479,468,529 - 396,833,064] \\
 &+ [479,468,529 - 1.12556 * 396,833,064] \\
 &- [0.88845 * 479,468,529 - 396,833,064] \\
 &= 82,635,465 \text{ เหรียญสหรัฐ}
 \end{aligned}$$

ผลการคำนวณ โดยใช้ปี พ.ศ. 2546 เป็นปีฐาน และปี พ.ศ. 2547 เป็นปีปัจจุบัน

$$\begin{aligned}
 496,500,456 - 479,468,529 &= [1.06746 * 479,468,529 - 479,468,529] \\
 &+ [1.00342 * 479,468,529 - 1.06746 * 479,468,529] \\
 &+ [0.99659 * 496,500,456 - 479,468,529] \\
 &+ [496,500,456 - 1.00342 * 479,468,529] \\
 &- [0.99659 * 496,500,456 - 479,468,529] \\
 &= 17,031,927 \text{ เหรียญสหรัฐ}
 \end{aligned}$$

ตารางที่ 6.3 มูลค่าการค้ารวมของโลก

(หน่วย : เหรียญสหรัฐ)

ปี	มูลค่าการค้าของโลก
2540	4,528,605,519,485
2541	4,624,813,823,385
2542	5,332,144,773,788
2543	6,100,294,277,692
2544	5,843,227,376,571
2545	6,116,028,324,230
2546	7,141,283,673,660
2547	8,656,927,037,280

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางที่ 6.4 มูลค่าการนำเข้าถุงมือยางรวมของประเทศสหรัฐอเมริกา

(หน่วย : เหรียญสหรัฐอเมริกา)

ปี	มูลค่าการค้าของสหรัฐอเมริกา
2540	891,805,896
2541	1,023,701,608
2542	896,676,782
2543	913,826,098
2544	905,888,050
2545	924,028,381
2546	1,040,045,172
2547	1,043,601,817

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางที่ 6.5 มูลค่าการค้าถูงมือยางของโลก

(หน่วย : เหรียญสหรัฐอเมริกา)

ปี	มูลค่าการค้าถูงมือยางของโลก
2540	1,957,418,982
2541	2,143,165,489
2542	2,148,055,122
2543	2,150,426,808
2544	2,194,145,353
2545	2,254,775,665
2546	2,568,753,078
2547	2,742,037,889

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางที่ 6.6 มูลค่าการส่งออกถูงมือยางของไทย

(หน่วย : เหรียญสหรัฐอเมริกา)

ปี	มูลค่าส่งออกถูงมือยางของไทย
2540	278,982,448
2541	315,073,654
2542	290,851,005
2543	362,578,236
2544	351,490,391
2545	396,833,064
2546	479,468,529
2547	496,500,456

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางที่ 6.7 ปริมาณการส่งออกถุงมือยางของไทย ปี 2540 - 2547

(หน่วย : ล้านชิ้น)

ปี	ปริมาณการส่งออก			มูลค่าการนำเข้า		
	ถุงมือใช้ตรวจโรค	ถุงมือใช้ศัลยกรรม	รวม	ถุงมือใช้ตรวจโรค	ถุงมือใช้ศัลยกรรม	รวม
2540	6,493.06	1,076.74	7,569.80	125.45	6.29	131.74
2541	9,541.86	1,414.10	10,955.96	246.54	2.70	249.24
2542	9,377.26	1,506.14	10,883.40	80.97	2.84	83.80
2543	12,120.52	1,824.86	13,945.38	114.11	10.50	124.62
2544	13,385.24	1,804.90	15,190.14	93.44	4.56	98.00
2545	16,778.00	2,099.02	18,877.02	76.45	6.21	82.66
2546	19,705.50	2,157.24	21,862.74	80.24	10.93	91.17
2547	19,496.14	1,632.16	21,128.30	203.38	9.14	212.52

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 6.8 มูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทย ปี 2540 - 2547

(หน่วย : ล้านบาท)

ปี	มูลค่าการส่งออก			มูลค่าการนำเข้า		
	ถุงมือใช้ตรวจโรค	ถุงมือใช้ศัลยกรรม	รวม	ถุงมือใช้ตรวจโรค	ถุงมือใช้ศัลยกรรม	รวม
2540	7,403.66	1,206.32	8,609.98	438.02	23.62	461.64
2541	11,180.16	1,648.67	12,828.83	465.22	13.69	478.91
2542	9,416.77	1,521.29	10,938.06	266.95	11.99	278.94
2543	12,625.14	1,796.44	14,421.58	295.67	24.93	320.60
2544	13,525.29	2,019.73	15,545.02	329.04	16.34	345.38
2545	14,952.40	1,733.40	16,685.80	220.13	22.88	243.01
2546	17,837.95	1,905.89	19,743.84	196.92	34.77	231.68
2547	17,970.14	1,666.80	19,636.94	312.94	28.67	341.61

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 6.9 พื้นที่ปลูกยางของประเทศต่างๆ

ประเทศ	สวนขนาดใหญ่ (Estate)	สวนขนาดเล็ก (Smallholding)	รวม
บราซิล	80	100	180
กัวเตมาลา	-	-	44.5
เม็กซิโก	-	-	21
คามรูน	39.8	2.2	42
แอฟริกากลาง	-	-	1
โก้ตติวัวร์	70	25.8	95.8
กาบอง	10	3	13
กานา	16.1	0.8	16.9
กินี	4.5	1.5	6
ไลบีเรีย	60.4	48.5	108.9
ไนจีเรีย	60	90	150
คองโก	25	10	35
กัมพูชา	-	-	52.3
จีน	-	-	618
อินเดีย	69	494.7	563
อินโดนีเซีย	549	2,823.00	3,372.00
มาเลเซีย	186	1,244.50	1,430.70
เมียนมาร์	46	58.8	104.8
ปาปัวนิวกินี	9.5	8.7	18.2
ฟิลิปปินส์	92	-	92
ศรีลังกา	57	101	158
ไทย	85	1,895.10	1,980.10
เวียดนาม	334.4	83.6	418
รวม	1,793.90	6,990.50	8,784.40

หมายเหตุ : สวนขนาดใหญ่ (estate) พื้นที่มากกว่า 40 เฮกเตอร์

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.10 การผลิต การใช้ และสต็อกยางธรรมชาติของโลก

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	การผลิต	การใช้	สต็อก	การเปลี่ยนแปลงของสต็อก
531	5,020	5,020	1,570	-80
2532	5,130	5,130	1,480	-90
2533	5,120	5,200	1,530	-80
2534	5,170	5,100	1,600	70
2535	5,460	5,390	1,670	70
2536	6,340	5,380	1,630	50
2537	5,670	5,620	1,680	-40
2538	6,070	5,950	1,780	120
2539	6,440	6,110	2,110	330
2540	6,470	6,460	2,160	50
2541	6,820	6,570	2,410	250
2542	6,820	6,640	2,590	180
2543	6,740	7,290	2,040	-550
2544	7,190	7,080	2,150	110
2545	7,270	7,400	2,020	-130
2546	8,010	7,960	2,110	90
2547	8,610	8,320	0	290

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์



ตารางที่ 6.11 การผลิต การใช้ และสต็อกยางสังเคราะห์ของโลก

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	การผลิต	การใช้	สต็อก	การเปลี่ยนแปลงของสต็อก
2531	10,160	9,930	1,810	230
2532	10,120	9,710	1,890	80
2533	9,910	9,310	2,090	200
2534	9,270	9,330	2,050	-40
2535	9,240	9,330	1,960	-90
2536	8,560	8,650	1,870	-90
2537	8,850	8,870	1,850	-20
2538	9,480	9,270	2,120	210
2539	9,760	9,560	2,290	170
2540	10,080	10,000	2,400	110
2541	9,880	9,870	2,410	10
2542	10,340	10,200	2,700	140
2543	10,830	10,720	2,810	110
2544	10,490	10,250	3,050	240
2545	10,900	10,740	3,210	160
2546	11,450	11,380	3,300	90
2547	11,930	11,800	0	130

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.12 การใช้ยางธรรมชาติของประเทศสำคัญๆ

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	สหรัฐฯ	ญี่ปุ่น	จีน	อินเดีย	มาเลเซีย	เกาหลี	ฝรั่งเศส	เยอรมนี
2531	858.3	623	660	311.1	103.4	235	181	203.6
2532	866.9	657	675	333.2	121.6	232	184	221.1
2533	807.5	677	600	358.3	183.5	254.5	179	208.7
2534	755.8	689.5	610	374.8	216	263.5	183	210.7
2535	910.2	385.4	640	404.6	248.6	275.6	179	212.8
2536	966.7	631	650	443.9	268.6	271	168.5	174.9
2537	1,001.70	639.8	725	472.9	292.2	290	179.8	186.4
2538	1,003.90	692	780	516.5	327.4	300	176	211.7
2539	1,001.70	714.5	810	558.2	357.4	300	182.2	193
2540	1,044.10	713	910	571.7	326.9	302	192.3	212
2541	1,157.40	707.3	839	580.3	334.1	282	223	247
2542	1,117.00	734.2	852	619	344.4	331	252.7	226
2543	1,191.00	751.8	1,080.00	637.7	344.8	331	308.6	250
2544	974.1	729.2	1,215.00	630.6	330.4	331.8	282	246
2545	1,104.20	738.2	1,310.00	678.5	326.4	325.6	230.7	247
2546	1,078.50	784.2	1,485.00	717.1	420.7	332.8	300.2	251
2547	1,144.00	814.8	1,630.00	745.3	402.5	351.8	230.1	219.5

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.13 การใช้ยางสังเคราะห์ของประเทศสำคัญๆ

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	สหรัฐฯ	ญี่ปุ่น	จีน	อิตาลี	บราซิล	เกาหลี	ฝรั่งเศส	เยอรมนี
2531	2,016.80	1,042.00	290	312	282.9	255	315	471
2532	2,051.00	1,103.00	330	325	284.5	235.7	258	476
2533	1,820.80	1,133.00	361	309.5	278	279.2	351	511
2534	1,768.10	1,118.50	410	305	290.3	251.2	342	502
2535	1,959.60	1,080.60	515	295	297.4	275.3	365.4	506
2536	2,001.00	1,022.00	545	280	285	307	314.7	488
2537	2,117.60	1,026.20	700	285	288	320	400.1	512.2
2538	2,172.00	1,085.00	760	293	280	370	430.2	426.4
2539	2,186.60	1,124.50	870	291	290	440	436.1	478
2540	2,322.70	1,163.00	995	290	310	405.5	416.2	501
2541	2,354.40	1,115.70	1,000.00	275	300	276	451.4	569
2542	2,113.00	1,132.90	1,285.00	287	309	394	434.3	604
2543	2,163.00	1,137.50	1,455.00	292	351	382	481.5	639
2544	1,839.50	1,085.10	1,575.00	276	322.1	373	464.5	612
2545	1,895.00	1,087.60	1,750.00	262	343	384.5	469.3	612
2546	1,926.40	1,110.70	2,155.00	247	349.6	345	493.2	615
2547	1,903.7	1,146.3	2,437.5	255.0	388.0	339.0	420.1	624.5

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.14 การผลิตยางธรรมชาติของประเทศต่าง ๆ

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	จีน	อินเดีย	ศรีลังกา	ไลบีเรีย	ไนจีเรีย
2531	978.9	1,661.60	1,235.00	239.8	254.8	122.4	108.4	80.5
2532	1,178.90	1,415.60	1,256.00	242.8	288.6	110.7	106	118.4
2533	1,271.10	1,291.00	1,262.00	264.2	323.5	113.1	19	152
2534	1,340.80	1,255.70	1,284.00	296.4	360.2	103.9	32	79.7
2535	1,531.00	1,173.20	1,387.00	309	383	106.1	30	110
2536	1,551.40	1,074.30	1,301.30	326	428.1	104.2	45	105
2537	1,722.40	1,100.60	1,360.80	341	464	105.3	31	95
2538	1,804.80	1,089.30	1,454.50	424	499.6	105.7	13	116.2
2539	1,970.40	1,082.50	1,527.00	430	540.1	112.5	30	63.8
2540	2,032.70	971.1	1,504.80	444	580.3	105.8	67.2	65
2541	2,075.90	885.7	1,714.00	450	591.1	95.7	75	92.5
2542	2,154.60	768.9	1,599.20	460	620.1	96.6	100	58
2543	2,346.40	615.4	1,556.10	445	629	87.6	127	63
2544	2,283.90	547	1,576.50	451	631.5	86.2	109	50
2545	2,615.10	588.5	1,630.00	468	640.3	90.5	108	45
2546	2,873.10	985.6	1,792.20	480	707.1	92.1	110	46
2547	2,959.4	1,168.7	2,066.2	486.0	742.6	94.1	117.0	40.0

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.15 การผลิตยางสังเคราะห์ของประเทศต่าง ๆ

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	เยอรมนี	รัสเซีย	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ไต้หวัน
2531	2,334.70	568.1	499.6	2,435.00	250.7	1,298.80	169	136.2
2532	2,261.40	587	507.6	2,358.00	289.1	1,352.70	168.5	138.6
2533	2,114.50	521.9	524.5	2,277.00	315.5	1,425.80	227.2	174.7
2534	2,050.00	470.7	504.4	2,105.00	334.7	1,377.30	225	193.6
2535	2,300.00	500.4	544.7	1,495.00	371.2	1,389.90	260	197.5
2536	2,180.00	486.3	569.7	1,030.00	385.3	1,309.80	307.2	214.6
2537	2,390.00	595.1	621.6	630	493.6	1,349.00	339.7	256
2538	2,530.00	618.1	480	836.9	492.6	1,497.60	384.4	364.9
2539	2,486.00	582.5	548.1	775.1	553.3	1,519.90	515.6	375.9
2540	2,589.00	594.9	555.1	724.9	599.7	1,591.50	540.1	457.2
2541	2,600.00	605.5	619	621	589	1,520.10	547.3	472.1
2542	2,354.00	592.4	720.1	737	754.2	1,576.70	654.8	495.2
2543	2,382.00	669.2	849.2	783.5	835.7	1,591.70	680.1	458.8
2544	2,064.40	671.7	828.4	919.2	1,052.40	1,465.50	662.5	479.7
2545	2,150.20	681.1	869.2	919	1,132.90	1,522.00	678	534.9
2546	2,191.90	717.7	888	1,070.00	1,272.20	1,577.40	700	528.8
2547	2,256.7	776.0	905.0	1,111.6	1,477.6	1,616.1	710.0	545.0

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.16 การส่งออก ยางธรรมชาติของไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
2531	906.4	1,563.60	1,132.00
2532	1,100.60	1,364.80	1,151.80
2533	1,150.80	1,185.60	1,077.30
2534	1,231.90	1,041.20	1,220.00
2535	1,412.90	939.1	1,268.10
2536	1,396.80	769.8	1,214.30
2537	1,605.00	782.1	1,244.80
2538	1,635.50	777.5	1,323.80
2539	1,763.00	709.7	1,434.30
2540	1,837.10	586.8	1,403.80
2541	1,839.40	424.9	1,641.20
2542	1,886.30	435.5	1,494.60
2543	2,166.20	196.4	1,379.60
2544	2,006.40	162.1	1,453.10
2545	2,354.40	430	1,502.20
2546	2,593.00	509.7	1,660.50
2547	2,627.4	679.9	1,875.1

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.17 การส่งออกยางแผ่นรมควัน ของไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
2531	692.3	322.8	130.4
2532	929.4	276.8	150.7
2533	938	199.5	123.9
2534	977.1	116.3	124.2
2535	1068.9	77.6	121.1
2536	985.3	58.5	75.8
2537	1,106.10	50.8	75.2
2538	1,086.90	44	65.1
2539	1,180.20	51.2	72
2540	1,095.20	50.1	58.3
2541	1,047.20	40.6	45.1
2542	1,071.50	24.8	56.9
2543	1,006.10	9.6	42.5
2544	866.6	10.4	32.7
2545	1,050.00	10.8	44.2
2546	1,156.40	6.3	46.3
2547	1,003.3	18.5	11.2

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.18 การส่งออกยางแท่งของไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
2531	118.1	929.2	938.5
2532	128.7	908.5	958.9
2533	130.3	876.5	915.3
2534	147.1	773.3	1,030.00
2535	230.3	759.8	1,103.10
2536	216.2	717.4	1,094.30
2537	278.6	823.5	1,131.60
2538	316.1	816.8	1,230.90
2539	324.3	770.7	1,336.10
2540	456.5	808.7	1,324.10
2541	480.2	827.2	1,576.50
2542	541	815.2	1,420.20
2543	808.5	853.9	1,322.30
2544	752.4	716	1,397.60
2545	828.6	783.6	1,436.00
2546	912.6	849.4	1,590.40
2547	993.5	1,008.1	1,707.4

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์



ตารางที่ 6.19 การนำเข้า ยางธรรมชาติของประเทศต่าง ๆ

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	สหรัฐฯ	ญี่ปุ่น	จีน	สเปน	สหราชอาณาจักร			
					จอร์เจีย	เกาหลี	ฝรั่งเศส	เยอรมนี
2531	791.8	656.6	420.7	116.9	120.5	235.4	176.7	203.3
2532	880.9	665.4	409.6	121.7	127.5	231.4	182.4	221.3
2533	820.1	663	339.5	119.2	136.2	253.7	177.7	208.7
2534	776.2	690.6	312.3	101.2	117.5	262.5	170.2	210.6
2535	913.4	675.7	335	108.7	124.4	274.2	173.9	212.8
2536	987.6	633.6	325	103.3	119.7	274.9	168.5	174.9
2537	975.6	644.3	405	117.1	134	300.7	179.9	187.1
2538	1,026.10	696.2	297.2	129.7	120	288.5	175.8	211.7
2539	1,014.00	724.1	489.5	129.9	111.3	299.4	182.1	193.3
2540	1,044.20	730.4	361.7	148	120.3	299.3	192.2	212.4
2541	1,176.80	678	411.1	158.7	139	282.1	223	246.6
2542	1,116.30	755.4	401.8	161.4	130.8	331.6	252.7	225.8
2543	1,191.60	801.5	820.4	171.4	132.7	303.8	308.6	250.1
2544	972.1	713.3	943.3	183.7	106.7	330.3	282	245.3
2545	1,104.00	771.8	914.7	182.1	83.5	323.4	230.7	242.6
2546	1,077.00	791.8	1,149.60	188.5	91.2	332.6	300.2	260.3
2547	1,143.6	800.7	1205.9	191.4	86.3	351.7	230.1	219.5
มกราคม	116.2	77.3	77.9	17	7.4	25.5	19.2	25.1

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.20 การใช้ยางธรรมชาติของประเทศผู้ผลิต

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์	ศรีลังกา	เวียดนาม	ไนจีเรีย	เมียนมาร์
2531	57.3	103	103	37	19.9	22	14.7	7
2532	77.6	121.6	105	44	21	24	17.1	6
2533	99.1	183.5	108	44	23.6	24	19.8	5
2534	103.7	216	110	36	26.8	26	16.7	6
2535	118.4	248.6	116	39	28.8	30	19	6
2536	130.2	268.6	117	33	32.9	30	18	6
2537	132.2	292.2	116	35	36.4	30	19	5
2538	153.2	327.4	133	35	36.9	16	17	5
2539	173.7	357.4	142	28	39.9	17	15	5
2540	182	326.9	141	34	44	18	12	5
2541	186.4	334.1	97	36	53.6	19	18.5	5
2542	226.9	344.4	116	35	53.8	20	20	4
2543	242.5	344.8	132	37	55.1	20	20	6
2544	253.1	330.4	136	28	54	20	20	6
2545	278.4	326.4	145	29.5	54.4	20	20	6
2546	278.4	326.4	145	29.5	54.4	20	20	6
2547	302.0	402.5	196.0	34.0	53.5	62.0	16.0	5.5

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.21 การนำเข้าน้ำยางชั้น ของประเทศต่างๆ

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี	อิตาลี	อังกฤษ	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ไต้หวัน
2531	74.1	22.4	23.7	-	55	16.9	29	57
2532	98	21.1	20.8	-	42	14.7	29.5	25
2533	63.2	22.6	15.1	9.8	4.1	15.3	28.9	22.9
2534	70.1	25.7	11	14.1	6.1	14.4	26.1	36.2
2535	79.2	22.1	8.7	1.3	23.2	13.5	24.5	31.9
2536	76.7	18.1	8.7	6.8	22.8	12.5	24.1	23.2
2537	66.7	20.1	11.5	7.1	45	12.1	25.6	19.3
2538	81.8	24.5	12.4	11.5	28.1	9	21.7	17.5
2539	80.6	25.4	13.8	10.4	45.3	10.4	23	18.2
2540	76	21	14.3	8.2	43.3	11.3	24.4	15.6
2541	94.5	29.9	14.1	10.8	65.1	8.8	20	13.4
2542	94.4	17	13	13.9	35.2	8.8	25.7	15.5
2543	106.8	19.2	12.1	20.1	46	9.1	26.2	12.9
2544	104.8	18.5	12	19.8	60	8	25.6	10.8
2545	107.6	16.1	18	17.9	59.3	6.9	24.5	10.3
2546	91.8	13.3	16	10	77.7	6.8	25.3	7.1
2547	103.7	28.6	13.0	11.0	113.6	6.8	24.0	6.5

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.22 การใช้น้ำยางข้น ของประเทศต่างๆ

(หน่วย : 1,000 ตัน)

ปี	สหรัฐ อเมริกา	จีน	ลาติน อเมริกา	เกาหลี	อินเดีย	มาเลเซีย	เยอรมนี
2531	77.9	55	8	29	31.1	61.1	22.4
2532	77.1	42	11	29.5	35.8	82.8	21.1
2533	73.9	31	13.3	29	39.1	112.3	23
2534	65.5	36	20.7	26.1	35.1	124.9	25.7
2535	82.4	54	19	24.5	50.8	148.6	22.1
2536	72.9	55	23.6	24.1	52.2	151.3	18.1
2537	72.9	79	22.6	25.6	54	182.4	20.1
2538	74.9	71	23.5	21.7	57.3	210.6	24.5
2539	81.1	88	28.2	23	57.8	267.5	25.4
2540	76	88	32.3	24.4	55.5	264.6	21
2541	94.5	110	31.7	20.4	65.2	21.65	29.9
2542	94.4	81	32.9	25.8	65.9	266.8	17
2543	110	91	33.4	26.4	69.4	291	19.2
2544	106.8	106	33.8	25.8	72.6	284	18
2545	108.8	106	35.8	24.6	75.1	250.7	16
2546	93.3	126	34.1	25.8	81.8	312	13
2547	104.2	163.0	34.3	24.0	77.3	306.8	28.5

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.23 ผลผลิตยางธรรมชาติของไทย

(หน่วย : ตัน)

ปี	ปริมาณการผลิต	ปริมาณการส่งออก	ใช้ในประเทศ	สต็อก
2540	2,032,714	1,837,148	182,020	159,374
2541	2,065,002	1,839,396	185,700	200,000
2542	2,138,096	1,869,875	226,917	250,850
2543	2,346,487	2,166,153	242,549	188,635
2544	2,283,878	2,006,408	253,105	213,000
2545	2,615,104	2,354,416	278,355	296,680
2546	2,876,005	2,573,450	298,699	202,240
2547	2,908,553	2,586,534	302,000	232,560

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.24 ปริมาณการส่งออกยางแยกตามประเภท

(หน่วย : ตัน)

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	อื่นๆ	รวม
2540	1,095,210	456,457	225,114	60,370	1,837,148
2541	1,047,152	480,222	146,438	65,595	1,839,396
2542	1,055,065	540,869	216,727	57,214	1,869,875
2543	1,006,144	808,475	284,671	66,863	2,166,153
2544	846,619	752,371	346,602	60,816	2,006,408
2545	1,049,995	828,561	382,457	93,403	2,354,416
2546	1,149,610	912,600	408,993	102,247	2,573,450
2547	997,123	947,210	477,261	137,910	2,559,504

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.25 ปริมาณการส่งออกยางของไทยไปยังประเทศผู้ซื้อปลายทาง

(หน่วย : ตัน)

ปี	ญี่ปุ่น	จีน	สหรัฐฯ	มาเลเซีย	เกาหลีใต้	ยุโรป	อื่นๆ	รวม
2540	563,195	299,924	239,595	131,737	12,395	209,804	270,498	1,837,118
2541	499,629	237,642	280,355	179,316	122,580	22,788	294,086	1,839,396
2542	509,452	233,475	236,286	154,245	157,215	240,700	338,493	1,869,875
2543	505,233	417,638	329,504	243,708	136,387	231,178	302,505	2,166,153
2544	422,010	364,904	298,933	296,989	137,191	224,629	261,752	2,006,408
2545	498,854	436,637	328,317	363,651	138,756	266,392	321,809	2,354,416
2546	542,837	650,898	278,693	365,486	165,832	294,239	275,465	2,573,450
2547	515,091	610,151	244,546	367,894	166,799	291,164	386,316	2,576,534

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางที่ 6.26 รายชื่อผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI

(หน่วย : ล้านบาท)

ลำดับ	บริษัท	ทุนจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	กำลังการผลิตรวม
1	สยามเซมเพอร์เมต จำกัด	5,529,428,500		5,529,428,500
2	เซฟสกิน คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด	5,350,000,000		5,350,000,000
3	เซฟสกิน เมดคัลคอล แอนด์ ไฮเอนทิฟิค (ประเทศไทย) จำกัด	2,850,000,000	750,000,000	3,600,000,000
4	ท็อปโกลฟ เมดคัลคอล (ไทยแลนด์) จำกัด	2,345,000,000	260,000,000	2,605,000,000
5	ออมนิเกรซ (ประเทศไทย) จำกัด	1,645,200,000	420,000,000	2,065,200,000
6	ชั้นไทยอุตสาหกรรมถุงมือยาง จำกัด (มหาชน)	1,092,000,000	80,000,000	1,172,000,000
7	แอนเชลล์ (ประเทศไทย) จำกัด	908,000,000	200,000,000	1,108,000,000
8	เอสจีเอ็มพี จำกัด	853,000,000	85,000,000	938,000,000
9	อินโนเวทีฟ โกลฟส์ จำกัด	670,000,000	70,000,000	740,000,000
10	คาร์ดิแนล เฮลท์ 222 (ประเทศไทย) จำกัด	510,000,000	170,000,000	680,000,000
11	คิปปี้ โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด	540,000,000	60,000,000	600,000,000
12	รอสเนอร์-เม้าท์บี เมดิเทรค (ไทยแลนด์) จำกัด	600,000,000		600,000,000
13	เกรท โกลฟ (ไทยแลนด์) จำกัด	590,000,000		590,000,000
14	เมดเทกซ์ อินดัสตรีส์ (ไทย) จำกัด	500,000,000		500,000,000
15	บี-แคร์ อินดัสตรีส์ จำกัด	500,000,000		500,000,000
16	เอ็ม.อาร์.ไอ. จำกัด	478,200,000		478,200,000
17	เซาท์แลนด์ โปรดัก จำกัด	448,000,000		448,000,000
18	วิฒนชัยรับเบอร์เมท จำกัด	443,520,000		443,520,000
19	ไฮ โกลฟ จำกัด	432,000,000		432,000,000
20	ไฮแคร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	380,000,000		380,000,000
21	อพอลโลเท็กซ์ จำกัด	300,000,000		300,000,000
22	ค็อกเตอร์ นู จำกัด	276,640,000		276,640,000
23	เมดไลน์ โปรดักส์ จำกัด	262,000,000		262,000,000
24	GEI CO., LTD.	240,000,000		240,000,000
25	เอสเอสเอส รับเบอร์โปรดักส์ จำกัด	199,200,000		199,200,000
26	คาลิ อุตสาหกรรมยาง (ไทย) จำกัด	168,000,000		168,000,000
27	ยูเนียนรับเบอร์โกลฟ จำกัด	149,920,000		149,920,000
28	ยูนิเวอร์แซล ลาเท็กซ์ โปรดักส์ จำกัด	144,000,000		144,000,000
29	ไทยนำถุงมือยาง จำกัด	140,000,000		140,000,000

ตารางที่ 6.26 รายชื่อผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI (ต่อ)

(หน่วย : ล้านบาท)

ลำดับ	บริษัท	อนุมัติอย่างธรรมดา	อนุมัติอย่างส่งเสริมพิเศษ	กำลังการผลิตรวม
30	โพรเทคทีฟ เทคโนโลยี จำกัด	136,000,000		36,000,000
31	เซฟกอล์ฟ จำกัด	127,750,000		27,750,000
32	เซฟซิลด์ จำกัด	96,000,000	24,000,000	120,000,000
33	ซัวร์เท็กซ์ จำกัด	108,000,000		108,000,000
34	สุรเสนา ลาเท็กซ์ จำกัด	102,000,000		102,000,000
35	พิศศักดิ์เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	66,000,000		66,000,000
36	ซี.ริบเบอร์ จำกัด	64,800,000		64,800,000
37	มาสเตอร์ โกลฟ อินดัสตรี จำกัด	63,000,000		63,000,000
38	เมดิโกลฟ์ จำกัด	48,000,000		48,000,000
39	ดราคอน กอล์ฟ จำกัด	48,000,000		48,000,000
40	สยาม โอกาโมโต จำกัด	40,000,000		40,000,000
41	ซูเปอร์โกลฟอินดัสตรี จำกัด	30,000,000		30,000,000
42	ไทยจางอุตสาหกรรมเคมี จำกัด	23,000,000		23,000,000
43	แฟมิลี่โกลฟ จำกัด	5,000,000		5,000,000
44	อุตสาหกรรมยางไทยหยก จำกัด	1,440,000		1,440,000

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการลงทุน กระทรวงอุตสาหกรรม



ตารางที่ 6.27 รายชื่อโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการผลิตถุงมือยางประเภท ที่ 52  
ณ สิ้นปี 2547

	ชื่อโรงงาน	ปี พ.ศ.	จังหวัด	เงินลงทุนรวม	คนงานรวม	แรงงานรวม
1	บริษัท คาร์ดินเนล เฮลท์ 222 (ประเทศไทย) จำกัด	42	ระยอง	2,994,015,000	1,319	8,748.00
2	บริษัท เซฟสกิน เมคคิคอล แอนด์ ไฮเอินทิฟิค (ปทท) จำกัด	41	สงขลา	1,362,988,000	3,290	140,748.00
3	บริษัท เซฟสกิน คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด	37	สงขลา	1,209,300,000	1,778	29,623.08
4	บริษัท สยามเซมเพอร์เมด จำกัด	32	สงขลา	682,000,000	2,300	18,892.30
5	บริษัท ออมนิเกรซ (ประเทศไทย) จำกัด	31	สงขลา	425,200,000	1,080	24,276.17
6	บริษัท ท็อปโกลฟ เมคคิคอล (ไทยแลนด์) จำกัด	45	สงขลา	400,000,000	630	2,214.00
7	บริษัท ชันไทยอุตสาหกรรมถุงมือยาง จำกัด	45	ระยอง	332,000,000	265	9,740.50
8	บริษัท ดิเปปเล โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด	47	สงขลา	312,513,000	588	11,495.50
9	บริษัท เอสจีเอ็มพี จำกัด	43	สงขลา	250,000,000	358	7,471.62
10	บริษัท เอ็ม.อาร์.ไอ. จำกัด	32	ชลบุรี	204,500,000	346	7,721.36
11	บริษัท บี-แคร์ อินดัสตรีส์ จำกัด	47	สงขลา	200,000,000	230	983.00
12	บริษัท เซฟ ซิลด์ จำกัด	44	สุราษฎร์ธานี	147,200,000	155	10,204.00
13	บริษัท ไทยอะตอมโกลฟส์ จำกัด	45	ระยอง	136,111,000	34	1,336.12
14	บ.เมดิโกลฟส์ จก.	30	ปทุมธานี	134,329,000	487	7,162.40
15	บริษัท แฟมิลี่โกลฟ จำกัด	40	ชลบุรี	130,000,000	150	1,888.97
16	บริษัท ค็อกเตอร์ นู จำกัด	32	ชลบุรี	127,000,000	341	8,156.72
17	บริษัท ยูนิเวอร์แซลลาเท็กซ์โปรดักส์ จำกัด	33	ชลบุรี	99,500,000	300	1,825.75
18	บริษัท เซาท์แลนด์โปรดัก จำกัด	33	สงขลา	93,400,000	380	2,710.33
19	บริษัท ริเวอร์สโตน ริชอสเซส (ประเทศไทย) จำกัด	44	ปราจีนบุรี	92,000,000	268	5,442.60
20	บริษัท วัฒนชัยรับเบอร์เมท จำกัด	35	ชลบุรี	84,000,000	228	179.08
21	บริษัท อินโนเวทีฟ โกลฟส์ จำกัด	44	สงขลา	80,000,000	275	1,139.00
22	บริษัท ชันไทยอุตสาหกรรมถุงมือยาง จำกัด (มหาชน)	32	ระยอง	75,000,000	167	2,581.71
23	บริษัท เซฟกลัฟ จำกัด	32	สุราษฎร์ธานี	72,500,000	450	1,334.35
24	บริษัท รอสเนอร์-เม้าท์บี เมดิเทรค จำกัด	46	สงขลา	62,000,000	100	5,747.00
25	บริษัท ไฮแคร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	32	สงขลา	55,843,515	372	6,460.69
26	บริษัท เท็นโค รับเบอร์ เทคโนโลยี จำกัด	43	สงขลา	48,500,000	123	192.88

ตารางที่ 6.27 รายชื่อโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการผลิตถุงมือยาง (ต่อ)

	ชื่อโรงงาน	ปี พ.ศ.	จังหวัด	เงินลงทุนรวม	คนงานรวม	แรงม้ารวม
27	บริษัท ไฟว์ ฟิงเกอร์ส โกลฟ จำกัด	46	พัทลุง	47000000	130	1978.88
28	บริษัท เกรท โกลฟ (ไทยแลนด์) จำกัด	31	ภูเก็ต	46000000	168	3462.05
29	บริษัท สุรเสนา ลาเท็กซ์ จำกัด	33	ชลบุรี	45,000,000	49	540.15
30	บริษัท ซุปเปอร์โกลฟอินดัสตรี จำกัด	34	กรุงเทพมหานคร	42,000,000	92	250.34
31	บริษัท แสนด์ แคร้ จำกัด	37	สมุทรปราการ	35,000,000	70	614.00
32	บริษัท พิคกี้ เอ็นเทอร์ไพรส์ จำกัด	36	สมุทรปราการ	34,000,000	35	125.54
33	บริษัท ยูเนี่ยนรับเบอร์โกลฟ จำกัด	32	สิงห์บุรี	28,900,000	187	3,441.31
34	บริษัท เมดไลน์ โปรดักส์ จำกัด	38	สงขลา	28,000,000	305	390.50
35	บริษัท มาสเตอร์ โกลฟ อินดัสตรี จำกัด	44	ระยอง	25,850,000	90	282.50
36	บริษัท กุ่ฟง จำกัด	31	กรุงเทพมหานคร	20,000,000	15	195.25
37	บริษัท ไทยจางอุตสาหกรรมเคมี จำกัด	32	พระนครศรีอยุธยา	16,500,000	180	294.78
38	บริษัท แสงฟ้าลาเท็กซ์ จำกัด	37	สมุทรปราการ	14,500,000	15	48.47
39	บริษัท สะซ่งเสงการยาง จำกัด	33	กรุงเทพมหานคร	12,000,000	55	1,157.70
40	บริษัท ไทยฟูจิลาเท็กซ์ จำกัด	31	ปทุมธานี	11,000,000	17	451.34
41	บริษัท เอส เอ เอส รับเบอร์โปรดักส์ จำกัด	37	ระยอง	9,800,000	99	198.75
42	เอส แอนด์ เอ โกลเด็นกรุ๊ป	40	สมุทรสาคร	8,800,000	14	42.50
43	บริษัท สหบุญทองกรุ๊ป จำกัด	38	นนทบุรี	7,800,000	60	121.33
44	บริษัท ยูเนี่ยนอินดัสตรีล จำกัด	31	สมุทรปราการ	7,100,000	34	389.25
45	ห้างหุ้นส่วนจำกัด อุตสาหกรรมยางลาดหลุมแก้ว	31	ปทุมธานี	7,000,000	136	3,706.96
46	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไทยรับเบอร์เคมีคอล	40	สมุทรสาคร	6,700,000	20	80.00
47	บริษัท อุตสาหกรรมยางไทยหยก จำกัด	44	เชียงราย	5,500,000	24	58.80
48	บริษัท บิวตี้ไทยรับเบอร์เคมีคอล จำกัด	31	สมุทรปราการ	4,400,000	50	325.94
49	บริษัท รอยัลอินดัสตรีส์ (ไทยแลนด์) จำกัด(มหาชน)	14	สมุทรสาคร	4,260,000	258	397.77
50	บริษัท เอส แอล สตาร์รับเบอร์ จำกัด	46	นนทบุรี	4,000,000	18	86.00
51	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไทยรับเบอร์เคมีคอล	22	กรุงเทพมหานคร	715,000	20	61.20
52	หจก. โรงงานอุตสาหกรรมไทยเซ็นรับเบอร์อินเตอร์เนชั่นแนล	22	กรุงเทพมหานคร	0	40	139.59

ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

ตารางที่ 6.28 รายชื่อผู้ส่งออกถุงมือยาง 20 อันดับแรก ของปี 2548 และอันดับย้อนหลัง 3 ปี

บริษัท	ถุงมือยางธรรมชาติ	2548*	2547	2546	2545
สยามเซมเพอร์เมด จำกัด	5,529,428,500	1	1	1	1
เซฟสกิน คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด	5,350,000,000	2	2	2	2
เซฟสกิน เมคคิคอล แอนด์ ไฮเอินทิฟิค (ประเทศไทย) จำกัด	2,850,000,000	3	3	3	3
แอนเซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด	908,000,000	4	4	4	5
ไฮแคร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	380,000,000	5	5	6	6
ท็อปโกลฟ เมคคิคอล (ไทยแลนด์) จำกัด	2,345,000,000	6	6	9	28
ชั้นไทยอุตสาหกรรมถุงมือยาง จำกัด (มหาชน)	1,092,000,000	7	8	8	8
เอสจีเอ็มพี จำกัด	853,000,000	8	7	7	7
เกรท โกลฟ (ไทยแลนด์) จำกัด	590,000,000	9	11	13	12
เมคไลน์ โปรดักส์ จำกัด	262,000,000	10	9	10	9
อินโนเวทีฟ โกลฟส์ จำกัด	670,000,000	11	10	11	16
รอสเนอร์-เม้าท์บี เมคเทรค (ไทยแลนด์) จำกัด	600,000,000	12	12		
วิฒนชัยรับเบอร์เมท จำกัด	443,520,000	13	14	12	10
บี-แคร์ อินดัสตรีส์ จำกัด	500,000,000	14	20		
ซูปเปอร์โกลฟอินดัสตรี จำกัด	30,000,000	15	13	14	11
มาลาอินเตอร์เทรด จำกัด		16	17	16	
สยาม โอกาโมโต จำกัด	40,000,000	17	15	17	17
เมคโกลฟส์ จำกัด	48,000,000	18	16	19	20
มาสเตอร์ โกลฟ อินดัสตรี จำกัด	63,000,000	19	18	18	
แฟมิลี่โกลฟ จำกัด	5,000,000	20		20	19

หมายเหตุ : \* ตัวเลขเฉพาะเดือนมกราคม ถึง ตุลาคม ปี 2548

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 6.29 รายชื่อสมาชิกสมาคมผู้ผลิตถุงมือยางของไทย

No	Thai Rubber Gloves Manufacturers Association member
1	B-Care Industries co.,ltd.
2	CL Products co.,ltd.
3	Dr. Boo co.,ltd.
4	Great Glove (Thailand) co.,ltd.
5	M.R.I. co.,ltd.
6	Mala Intertrade co.,ltd.
7	S.A.S. Rubber Products co.,ltd.
8	Shun Thai Rubber Gloves Industry PCL.
9	Siam Sempermed Corp.,Ltd.
10	Super Glove Industry co.,ltd.
11	Thai Chong Chemical Industrial Co.,ltd.
12	Universal Latex Products co.,ltd.
13	W.A. Rubbermate co.,ltd.

ที่มา : New Letter Rubber Gloves of T.R.G.M.A. (October 2005)

ตารางที่ 6.30 อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นเดือนของเงินบาทต่อเหรียญสหรัฐอเมริกา

(บาท/เหรียญสหรัฐ)

เดือน/ปี	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548
มกราคม	25.90	52.70	36.80	37.52	42.45	44.04	42.77	39.23	38.54
กุมภาพันธ์	25.89	42.90	37.30	38.10	43.05	43.65	42.78	39.25	38.23
มีนาคม	25.95	39.00	37.55	37.80	45.00	43.42	42.81	39.22	39.11
เมษายน	26.12	38.40	37.05	38.06	45.60	43.22	42.76	40.00	39.43
พฤษภาคม	24.80	40.34	37.11	39.16	45.36	42.32	41.70	40.52	40.62
มิถุนายน	24.65	42.10	36.82	39.17	45.25	41.50	42.07	40.91	41.31
กรกฎาคม	32.00	40.70	37.15	41.28	45.67	42.00	41.96	41.27	41.63
สิงหาคม	34.10	41.80	38.33	40.87	44.00	42.22	41.12	41.60	41.25
กันยายน	35.70	39.45	40.85	42.12	44.30	43.25	40.00	41.38	41.02
ตุลาคม	40.10	36.70	38.60	43.90	44.66	43.29	39.90	41.03	40.76
พฤศจิกายน	40.60	36.10	39.01	43.75	43.91	43.47	39.90	39.38	41.20
ธันวาคม	46.60	36.20	37.45	43.35	44.21	43.08	39.59	38.85	41.02

ที่มา : Page THB= , Reuters

ตารางที่ 6.31 ราคาน้ำมันในตลาด SYMEX สหรัฐอเมริกา

(หน่วย : เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล)

Month/Year	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
January	24.15	17.21	12.75	27.64	28.66	19.48	33.51	33.05	48.2
February	20.3	15.44	12.27	30.43	27.39	21.74	36.6	36.16	51.75
March	20.41	15.61	16.76	26.9	26.29	26.31	31.04	35.76	55.4
April	20.21	15.39	18.66	25.74	28.46	27.29	25.8	37.38	49.2
May	20.88	15.2	16.84	29.01	28.37	25.31	29.56	39.88	51.97
June	19.8	14.18	19.29	32.5	26.25	26.86	30.19	37.05	56.5
July	20.14	14.21	20.53	27.43	26.35	27.02	30.54	43.8	60.7
August	19.61	13.34	22.11	33.12	27.2	28.98	31.57	42.12	68.94
September	21.18	16.14	24.51	30.84	23.43	30.45	29.2	49.64	66.24
October	21.08	14.42	21.75	32.7	21.18	27.22	29.11	51.76	59.76
November	19.15	11.22	24.59	33.82	19.44	26.89	30.41	49.13	58.65
December	17.64	12.05	25.6	26.8	19.84	31.2	32.52	43.45	61.04

ที่มา : Page /Clc1 Reuters

ตารางที่ 6.32 ราคาภายในประเทศ ราคาประกาศเที่ยงวัน (F.O.B.) ปี 2540 - ปัจจุบัน  
(หน่วย : บาทต่อกิโลกรัม)

ปี	กรุงเทพฯ			สงขลา		
	RSS3	STR20	น้ำตาลชั้น 60%	RSS3	STR20	น้ำตาลชั้น 60%
2540	25.35	23.95	20.84	25.1	23.7	20.59
2541	29.34	27.74	25.17	29.09	27.49	24.92
2542	23.41	22.73	19.88	23.16	22.48	19.63
2543	26.67	25.7	22.98	26.42	25.45	22.63
2544	25.35	23.95	20.84	25.1	23.7	20.59
2545	32.7	32.39	25.75	32.45	32.14	25.5
2546	44.45	42.02	35.28	45.2	41.77	35.23
2547	51.73	49.27	39.99	51.48	49.02	39.74
2548						
มกราคม	45.91	46.29	35.35	45.66	46.04	35.1
กุมภาพันธ์	48.67	48.45	36.95	48.42	48.2	36.7
มีนาคม	50.67	48.91	39.23	50.42	48.66	38.98
เมษายน	52.08	48.99	40.44	51.83	48.74	40.19
พฤษภาคม	53.55	49.04	40.99	53.3	48.79	40.74
มิถุนายน	59.91	52.44	44.2	58.77	52.19	43.95
กรกฎาคม	69.49	59.43	47.81	69.24	59.18	47.56
สิงหาคม	66.74	59.52	49.17	66.54	60.18	48.92
กันยายน	69.59	64.29	51.4	69.34	64.04	50.75
ตุลาคม	69.87	67.04	52.48	69.62	66.79	52.23

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์