



รายงานการศึกษาเชิงลึก RUBBER INTELLIGENCE UNIT

กรกฎาคม 2559

ความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมน้ำยางข้นและผลิตภัณฑ์จากน้ำยางข้นของไทย

รายงานการศึกษาเชิงลึก

เรื่อง ความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมน้ำยางชั้นและผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้น ของไทย

อุตสาหกรรมการผลิตน้ำยางชั้นเป็นอุตสาหกรรมการแปรรูปยางพารา ซึ่งจัดเป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำที่มีความสำคัญ เนื่องจากประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกน้ำยางชั้นเป็นอันดับ 1 ของโลก และเป็นผู้นำในการทบทวนการกำหนดมาตรฐานสากล (ISO, International Standards Organization) ของน้ำยางชั้น ขณะที่มาเลเซียประกาศตัวเป็นผู้นำในการผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้น จึงเห็นควรที่จะศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นของไทยและมาเลเซีย เพื่อให้ทราบถึงสถานะและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นของทั้ง 2 ประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาและเป็นผู้นำทั้งในอุตสาหกรรมน้ำยางชั้น และผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นของไทยอย่างครบวงจร ภาพรวมโดยสังเขปที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมน้ำยางชั้นของไทย มีดังต่อไปนี้

❖ สถานภาพ

ปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกน้ำยางชั้นเป็นอันดับ 1 ของโลก

❖ วัตถุดิบของอุตสาหกรรมน้ำยางชั้น

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตน้ำยางชั้น คือ น้ำยางสด โดยเมื่อต้นยางเติบโตและสามารถให้น้ำยางได้ ชาวสวนก็จะกรีดยาง โดยสิ่งที่ได้ คือ น้ำยางสดซึ่งมีลักษณะเป็นของเหลวสีขาวคล้ายน้ำนม ซึ่งต้องเติมสารรักษาสภาพน้ำยางสดไม่ให้น้ำยางจับตัวเป็นก้อนก่อนการแปรรูปเป็นน้ำยางชั้น



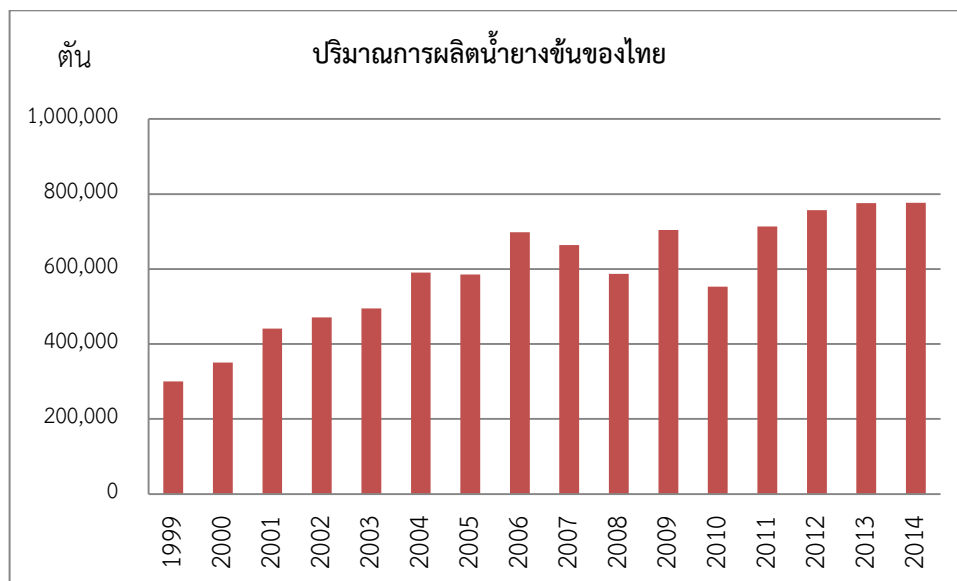
รูปที่ 1 น้ำยางสด

❖ ปริมาณการผลิตน้ำยางชั้นของไทย

เนื่องจากน้ำยางสดที่กรีดยางได้จากต้นยางมีปริมาณน้ำมากเกินไป ไม่เหมาะที่จะนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์และยังเปลืองค่าใช้จ่ายในการขนส่ง จึงต้องนำน้ำยางที่ได้นี้ไปผ่านกระบวนการปั่นเหวี่ยง (centrifugation) เพื่อลดปริมาณน้ำ ในน้ำยางสดจนกระทั่งได้น้ำยางที่มีปริมาณเนื้อยางแห้งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 30 (ค่าเฉลี่ย) เป็นร้อยละ 60 โดยน้ำหนัก น้ำยางที่ได้นี้เรียกว่า น้ำยางชั้น (concentrated latex) โดย

จะต้องเสริมสารรักษาสภาพ เช่น แอมโมเนีย หรือแอมโนเนียร่วมกับสารอื่นลงไปเพื่อป้องกันการบูดเน่าของน้ำยาง ทำให้น้ำยางสามารถเก็บไว้ได้นาน (สามารถอ่านกระบวนการผลิตได้ที่เว็บไซต์ http://rubber.oie.go.th/box/Article/4436/rubber-2nd_latex_4436_1.pdf)

โดยน้ำยางชั้นเป็นวัตถุดิบสำคัญของการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ลูกโป่ง หัวนมยาง และเส้นด้ายยาง เป็นต้น ซึ่งในปี 2014 ประเทศไทยมีการผลิตน้ำยางชั้นทั้งสิ้น 776,579 ตัน โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมในช่วงปี 1999-2014 ร้อยละ 7 ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากมีพื้นที่ปลูกยางเพิ่มมากขึ้น

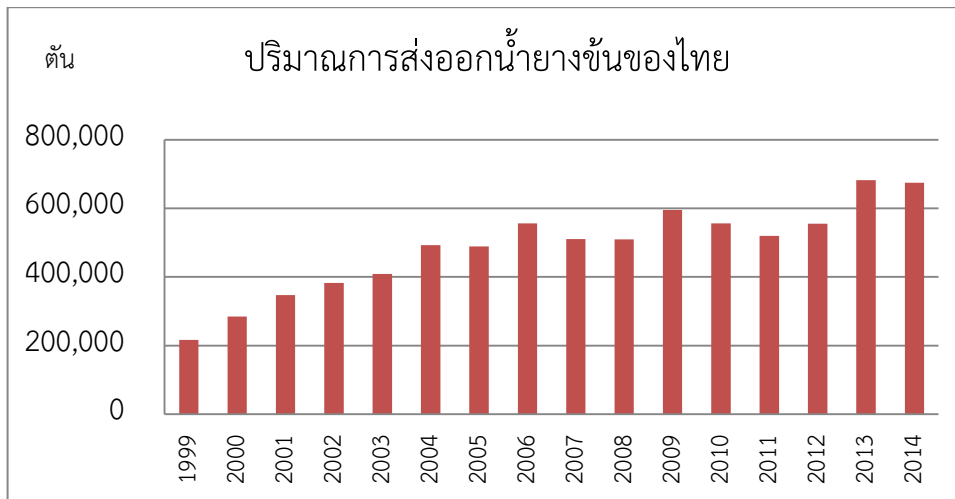


ที่มา: สถาบันวิจัยยาง

รูปที่ 2 ปริมาณการผลิตน้ำยางชั้นของไทย ปี 1999-2014

❖ การส่งออกน้ำยางชั้นของไทย

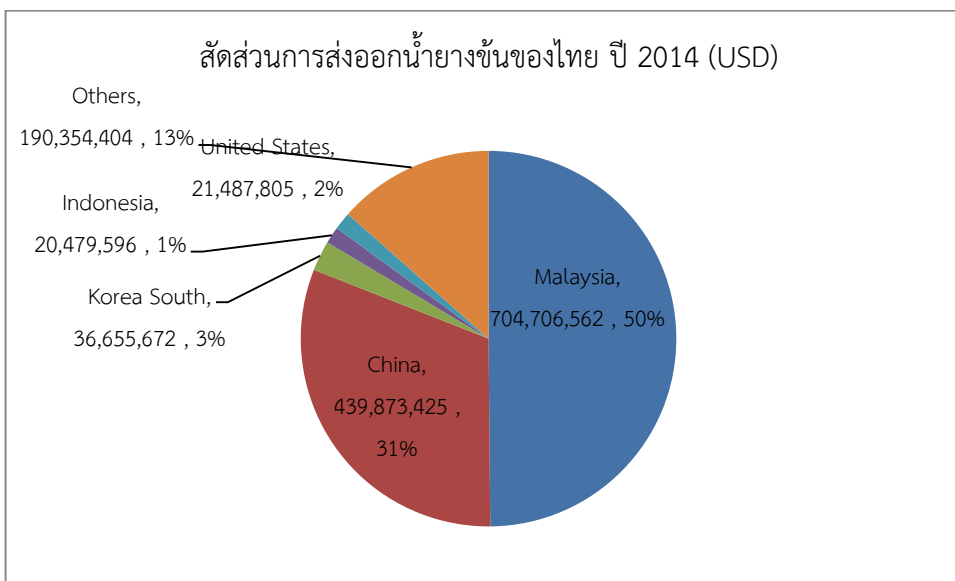
ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกน้ำยางชั้นมากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยในปี 2014 มีการส่งออกน้ำยางชั้นทั้งสิ้น 674,919 ตัน คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1,413 ล้านดอลลาร์ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมในช่วงปี 1999-2014 ร้อยละ 8 โดยผู้นำเข้าต้องการน้ำยางชั้นจากไทย ซึ่งมีคุณภาพตามข้อกำหนดในมาตรฐานสากลหรือตามความต้องการของผู้ใช้ และมีปริมาณการผลิตมากเป็นอันดับ 1 ของโลก เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยเฉพาะถุงมือยาง และถุงยางอนามัย เป็นต้น



ที่มา: สถาบันวิจัยยาง

รูปที่ 3 ปริมาณการส่งออกน้ำยางชั้นของไทย ปี 1999-2014

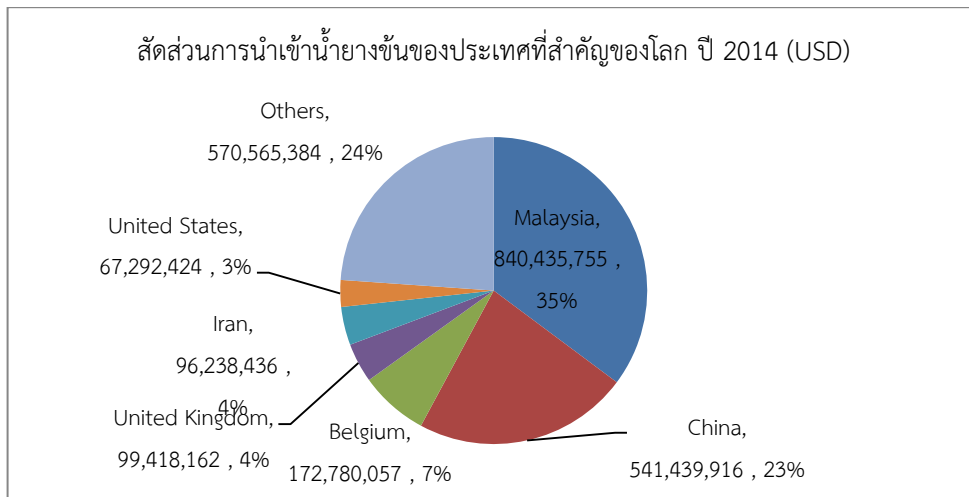
ปี 2014 ไทยมีการส่งออกน้ำยางชั้นมูลค่า 1,413 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่งออกไปมาเลเซียมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 704 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 รองลงมา คือ จีนที่ร้อยละ 31



ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 4 สัดส่วนการส่งออกน้ำยางชั้นของไทย ปี 2014

มาเลเซียและจีนเป็น 2 ประเทศที่นำเข้าน้ำยางชั้นมากที่สุดในโลก โดยมาเลเซียมีการนำเข้าสูงถึง 840 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 35 ของการนำเข้าน้ำยางชั้นของโลกทั้งหมด ส่วนจีนมีการนำเข้า 541 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 23 ของการนำเข้าน้ำยางชั้นของโลกทั้งหมด โดยนำเข้ามาเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ทำจากน้ำยางพารา โดยเฉพาะถุงมือยาง ถุงยางอนามัย และเส้นด้ายยาง เป็นต้น

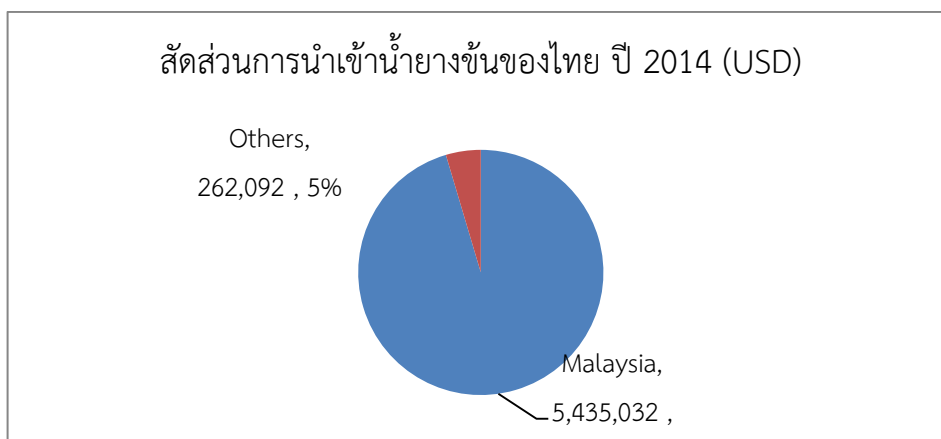


ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 5 สัดส่วนการนำเข้าน้ำยางชั้นของประเทศที่สำคัญของโลก ปี 2014

❖ การนำเข้าน้ำยางชั้นของไทย

เนื่องจากไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกน้ำยางชั้น จึงมีการนำเข้าน้ำยางชั้นน้อยมาก โดยในปี 2014 ไทยมีการนำเข้าน้ำยางชั้นเพียง 5.6 ล้านเหรียญสหรัฐ นำเข้าจากมาเลเซียมากที่สุดถึงร้อยละ 95 นำเข้ามาเพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตถุงมือยางประเภทถุงมือผ่าตัด โดยส่วนใหญ่เป็นบริษัทของมาเลเซียที่เข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย



ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 6 สัดส่วนการนำเข้าน้ำยางชั้นของไทย ปี 2014

❖ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมน้ำยางชั้น

ประเทศไทยมีจำนวนโรงงานผู้ผลิตน้ำยางชั้นทั้งสิ้น 120 โรงงาน ส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 89 โรงงาน หรือคิดเป็นร้อยละ 74 ของจำนวนโรงงานทั้งหมด เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบคือยางธรรมชาติ รองลงมาคือ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ร้อยละ 12 และ 7 ตามลำดับ



ที่มา: Rubber Intelligence Unit

รูปที่ 7 จำนวนผู้ประกอบการน้ำยางชั้นของไทย ปี 2014

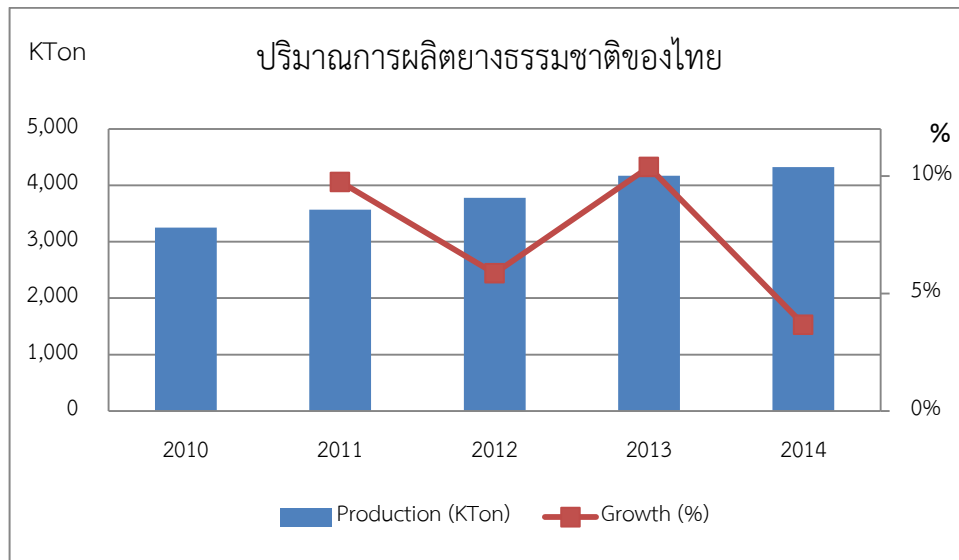
เมื่อพูดถึงอุตสาหกรรมน้ำยางชั้น ไทยถือเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในการผลิตและส่งออกน้ำยางชั้น เนื่องจากสามารถผลิตและส่งออกได้เป็นอันดับ 1 ของโลก โดยในปี 2015 ประเทศไทยส่งออกน้ำยางชั้นสูงถึง 1,154 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาคือ มาเลเซีย ที่ 67 ล้านเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบการส่งออกทั้งหมดของโลก ไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 83 ส่วนมาเลเซียเพียงร้อยละ 5 ดังนั้นในส่วนของอุตสาหกรรมน้ำยางชั้น ไทยยังคงเป็นอันดับ 1 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ในส่วนของผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้น มาเลเซียประกาศตัวเป็นผู้นำในการผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้น ดังนั้นจึงจะต้องมีการศึกษาภาพรวมอุตสาหกรรมยางของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย และข้อมูลการเปรียบเทียบอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นของไทยและมาเลเซีย เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมดังกล่าว และการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นของไทย

1. ภาพรวมอุตสาหกรรมยางของไทย

1.1 ข้อมูลการผลิต

ยางธรรมชาติเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่สำคัญของประเทศไทยโดยนับตั้งแต่ปี 1991 เป็นต้นมา ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตยางธรรมชาติอันดับหนึ่งของโลก ซึ่งสร้างรายได้ให้กับประเทศจากการส่งออกเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราในภูมิภาคต่างๆ ของไทย โดยประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยาง ประมาณ 22 ล้านไร่ สัดส่วนพื้นที่การเพาะปลูกยางพาราส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้รวมถึงร้อยละ 65

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 20 ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงใต้ร้อยละ 10 และภาคเหนือร้อยละ 5 โดยในปี 2014 ไทยมีผลผลิตยางธรรมชาติทั้งสิ้น 4,323,975 ตัน



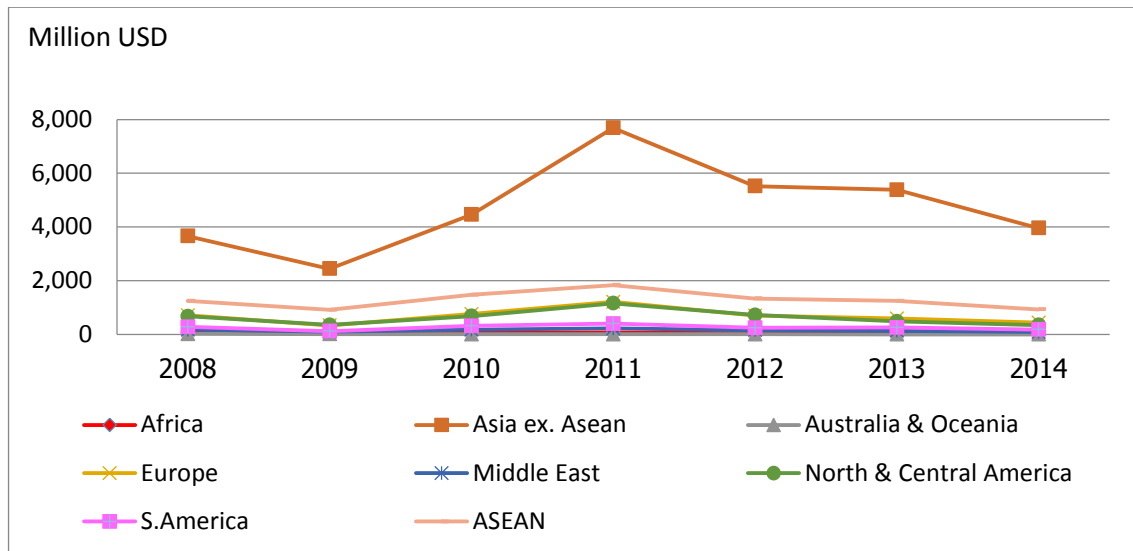
ที่มา: สถาบันวิจัยยาง

รูปที่ 8 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย ปี 2010-2014

1.2 การนำเข้าส่งออก

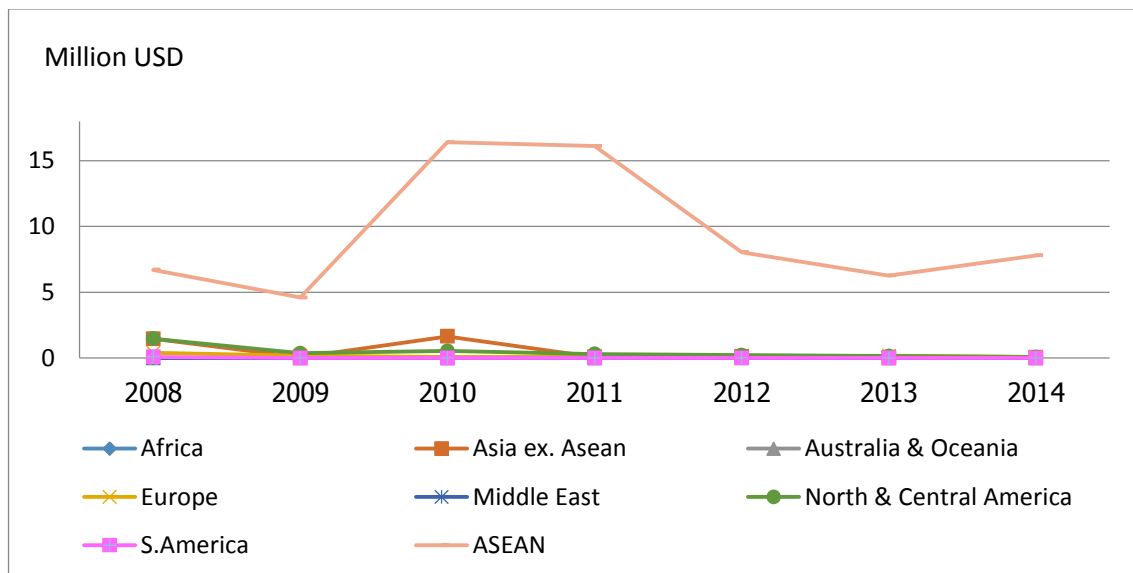
อุตสาหกรรมต้นน้ำ

ไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติอันดับ 1 ของโลก โดยในปี 2014 มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 4,976 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีปริมาณการส่งออก 3,408,000 ตัน ภูมิภาคที่ทำการค้าหลัก ได้แก่ เอเชีย รองลงมาคืออาเซียน โดยไทยมีการส่งออกยางธรรมชาติไปที่ประเทศจีนมากที่สุด เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่ผลิตยางรถยนต์และใช้ยางพารามากที่สุดในโลก โดยประเทศจีนมียางพาราไม่เพียงพอสำหรับอุตสาหกรรมดังกล่าว จึงต้องนำเข้ายางพาราจากต่างประเทศ โดยไทยมีการส่งออกยางพาราไปจีนสูงถึง 1,528,000 ตัน รองลงมาคือ มาเลเซีย ที่ 604,000 ตัน เนื่องจากผลผลิตน้ำยางธรรมชาติของประเทศมาเลเซียลดลง ทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบในอุตสาหกรรมผลิตสินค้าที่ทำจากยางธรรมชาติ ทำให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้าน ขณะเดียวกันไทยก็มีการนำเข้ายางธรรมชาติจากมาเลเซีย เช่นเดียวกันแต่ในปริมาณที่น้อยมากเพียง 3,000 ตัน เป็นการนำเข้าน้ำยางข้น นำเข้ามาเพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตถุงมือยางประเภทถุงมือผ่าตัด โดยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากบริษัทของมาเลเซียที่เข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย



ที่มา: Global Trade Atlas

รูปที่ 9 มูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติของประเทศไทย ปี 2008-2014



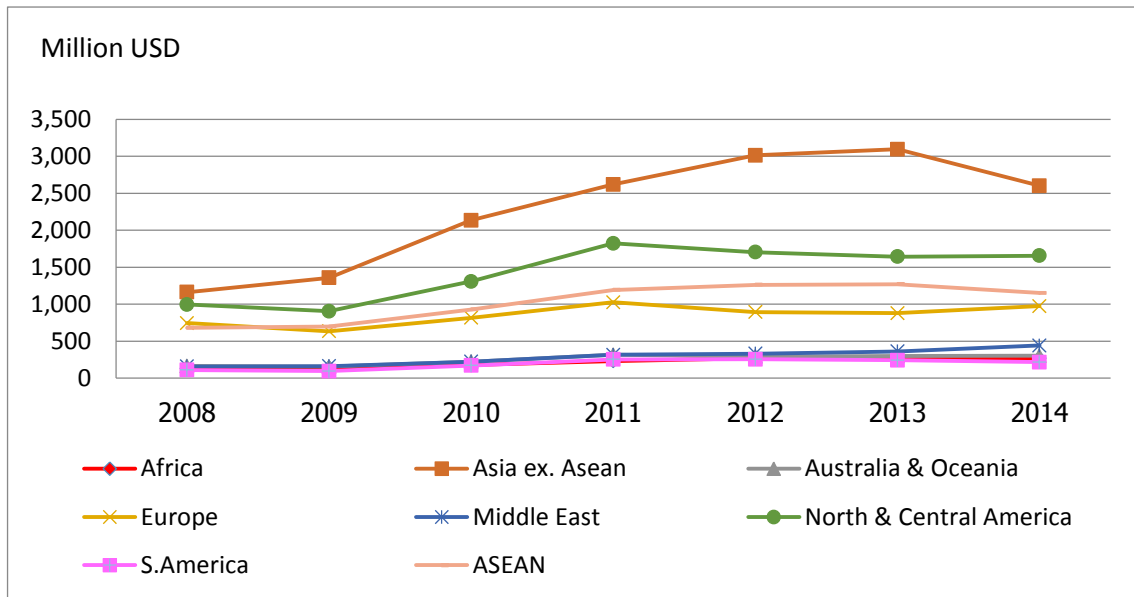
ที่มา: Global Trade Atlas

รูปที่ 10 มูลค่าการนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศไทย ปี 2008-2014

อุตสาหกรรมปลายน้ำ

ผลิตภัณฑ์ยางของไทยที่สำคัญได้แก่ ยางล้อ ยางรัดของ ถุงมือยาง เส้นด้ายยาง หลอดและท่อ สายพาน และผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ในทางเกษตรกรรม เป็นต้น มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตในช่วงปี 2008-2014 อยู่ที่ร้อยละ 11 โดยในปี 2014 มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 7,607 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภูมิภาคที่ทำการค้าหลักได้แก่ เอเชีย อเมริกาเหนือ และอาเซียน โดยไทยมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางหลายประเภทไปยังประเทศจีน ทั้งยางล้อ และยางอื่นๆ รวม 1,759 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ด้านการนำเข้า มีอัตราการเติบโตในช่วงปี 2008-2014 อยู่ที่ร้อยละ 14 โดยในปี 2014 มีมูลค่าการนำเข้า 1,172 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จะเห็นได้ว่าไทยยังได้ดุลการค้าในส่วนของการผลิตยางนั้นคือมีมูลค่าการส่งออกมากกว่าการนำเข้า ภูมิภาคที่ไทยมีการนำเข้ามากที่สุดคือ เอเชีย โดยมีการนำเข้าจากญี่ปุ่น มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือจีน ภูมิภาคที่สองรองจากเอเชีย คืออาเซียน ซึ่งมีการนำเข้าจากมาเลเซีย มากที่สุดส่วนผลิตภัณฑ์ยางหลักที่ไทยนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น คือ หลอดและท่อ และยางล้อ เนื่องจาก ประเทศญี่ปุ่นมีเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยและสินค้ามีคุณภาพดี



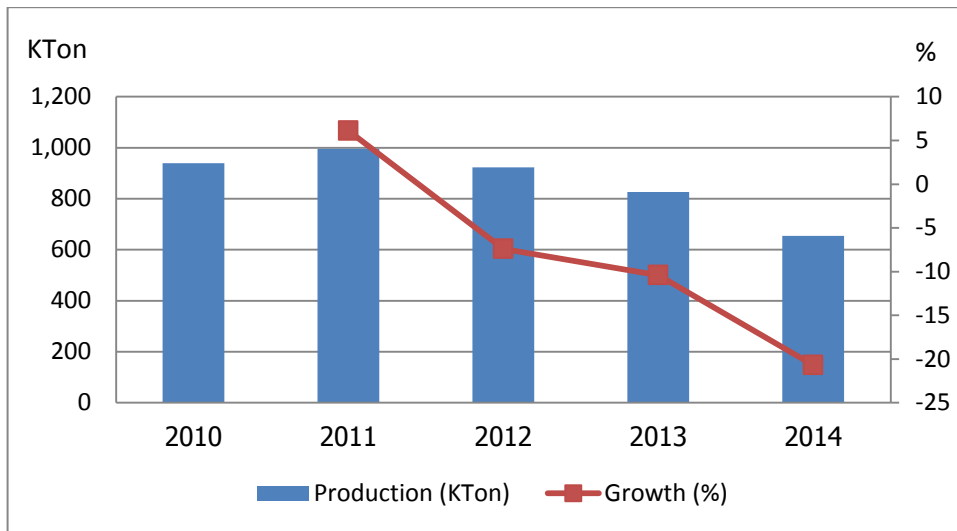
ที่มา: Global Trade Atlas

รูปที่ 11 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทย ปี 2008-2014

2. ภาพรวมอุตสาหกรรมยางของมาเลเซีย

2.1 ข้อมูลการผลิต

อุตสาหกรรมยางพารายังคงมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของมาเลเซีย ในอดีตมาเลเซียเคยเป็นประเทศที่ผลิตยางพาราสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก แต่ในปัจจุบันได้กลายเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับสี่ของโลกจากการลดพื้นที่เพาะปลูกอันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอดีตเช่น สภาพภูมิอากาศแปรปรวน การขาดแคลนแรงงาน และรัฐบาลออกนโยบายส่งเสริมพืชเศรษฐกิจชนิดอื่นแทน เป็นต้น การปลูกยางพาราของมาเลเซียในปี 2014 ครอบคลุมพื้นที่ 6.69 ล้านไร่ ลดลงจากปี 2002 เดิมมีพื้นที่กว่า 12.56 ล้านไร่ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อผลผลิตยางพาราที่ลดลงของประเทศ โดยในปี 2014 มาเลเซียมีผลผลิตยางธรรมชาติทั้งสิ้น 655,000 ตัน



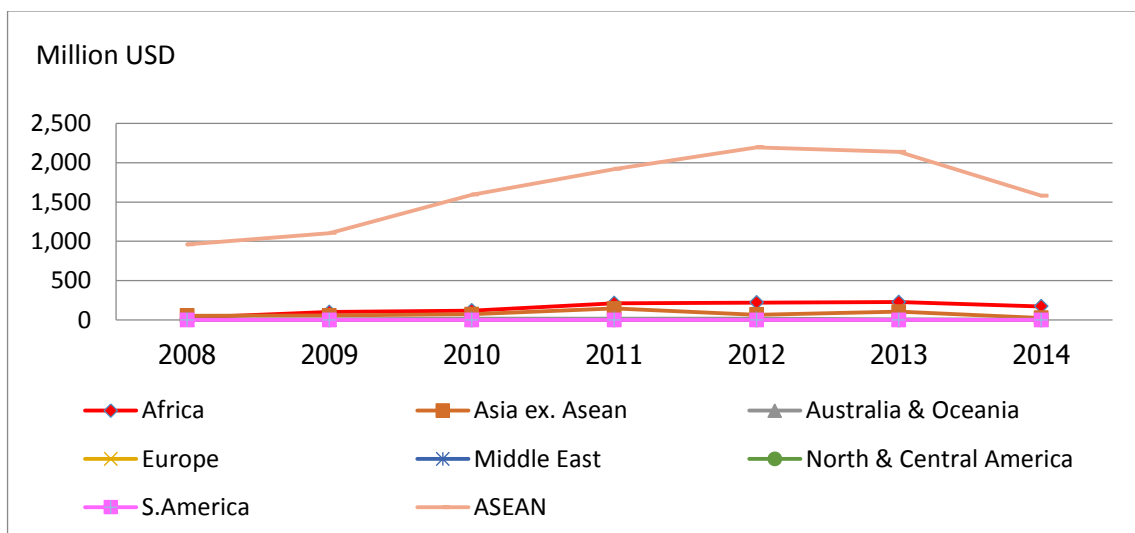
ที่มา: Association of Natural Rubber Producing Countries

รูปที่ 12 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติของประเทศมาเลเซีย

2.2 การนำเข้าส่งออก

อุตสาหกรรมต้นน้ำ

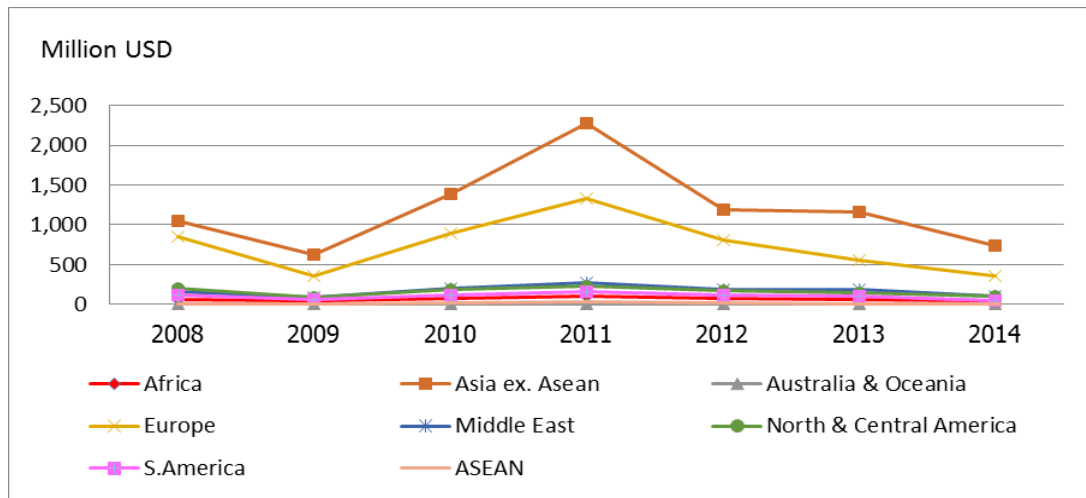
ด้านการนำเข้ายางธรรมชาติ จากการที่ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศมาเลเซียลดลง ทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบในอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าที่ทำจากยางพารา ทำให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยในปี 2014 มีมูลค่านำเข้าทั้งหมด 1,782 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นการนำเข้าจากไทย 1,035 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 58 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ซึ่งคาดว่าจะมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากผลผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมภายในประเทศ



ที่มา: Global Trade Atlas

รูปที่ 13 มูลค่าการนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศมาเลเซีย ปี 2008-2014

ด้านการส่งออกยางธรรมชาติ มาเลเซียมีปริมาณการส่งออกลดลงตามผลผลิตที่ลดลง โดยในปี 2014 มาเลเซียส่งออกยางธรรมชาติมูลค่า 1,397 เหรียญสหรัฐ โดยส่งออกไปยังประเทศจีนเป็นหลัก

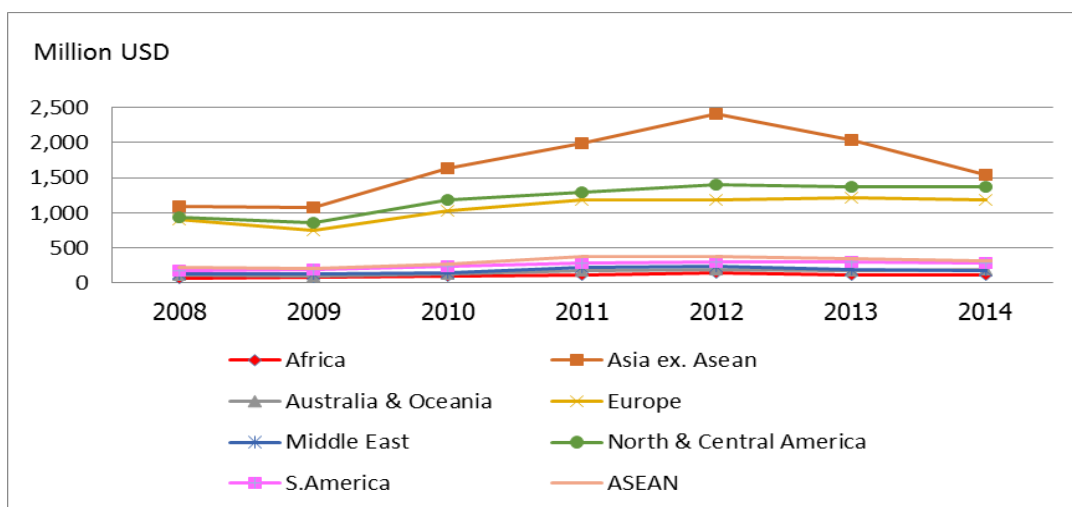


ที่มา: Global Trade Atlas

รูปที่ 14 มูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติของประเทศมาเลเซีย ปี 2008-2014

อุตสาหกรรมปลายน้ำ

ประเทศมาเลเซียมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางทั้งสิ้น 5,202 ล้านเหรียญสหรัฐ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยในช่วงปี 2008-2014 ที่ร้อยละ 6 ผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกมากที่สุดคือถุงมือยางที่ 3,271 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63 ซึ่งมาเลเซียถือเป็นประเทศที่ผลิตและส่งออกถุงมือยางเป็นอันดับ 1 ของโลก ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นไม่มากนักเมื่อเทียบกับถุงมือยาง โดยมีการส่งออกยางล้อ 336 ล้านเหรียญสหรัฐ และหลอดและท่อ 158 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยภูมิภาคที่ทำการค้าหลักในการส่งออกผลิตภัณฑ์ยาง คือ เอเชีย และสหรัฐอเมริกา



ที่มา: Global Trade Atlas

รูปที่ 15 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของประเทศมาเลเซีย ปี 2008-2014

ด้านการนำเข้า มีอัตราการเติบโตในช่วงปี 2008-2014 อยู่ที่ร้อยละ 10 โดยในปี 2014 มีมูลค่าการนำเข้าทั้งสิ้น 935 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งถือว่าได้ดุลการค้าในส่วนของผลิตภัณฑ์ยางนั้นคือมีมูลค่าการส่งออกมากกว่าการนำเข้า ภูมิภาคที่มาเลเซียมีการนำเข้ามากที่สุดคือ อาเซียน โดยมีการนำเข้าจากไทยมากที่สุด ภูมิภาคที่สองรองจากอาเซียน คือเอเชีย ซึ่งมีการนำเข้าจากจีนมากที่สุด ส่วนผลิตภัณฑ์ยางหลักที่มาจากอาเซียนนำเข้าทั้งจากไทย และจีน คือยางล้อ เนื่องจากประเทศดังกล่าวเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางล้อเป็นอันดับต้นๆ ของโลก

รัฐบาลมาเลเซียส่งเสริมและให้ความสำคัญการวิจัยและพัฒนาด้วยการสนับสนุนเงินทุนสำหรับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางเพื่อให้เป็น high-tech high valued-added engineering and industrial products ซึ่งการสนับสนุนเงินทุนดังกล่าวมุ่งหวังให้ผู้ประกอบการมีการดำเนินงานด้านการวิจัยด้วยตนเอง (in-house R&D) เพื่อพัฒนาการผลิตและออกแบบสินค้าใหม่ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์

นอกจากนี้ มาเลเซียยังมีสถาบันวิจัย The Tun Abdul Razak Research Centre (TARRC) ที่ประเทศอังกฤษ ซึ่งอยู่ภายใต้ Malaysian Rubber Board มีการวิจัยพัฒนาทั้งทางด้านวัตถุดิบผลิตภัณฑ์ยาง รวมถึงการทดสอบ และการออกแบบทางวิศวกรรม โดยมีหน้าที่ยกระดับความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมยางของประเทศมาเลเซีย และมีการเข้าร่วมประชุม สัมมนา และงานนิทรรศการระดับนานาชาติ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการมาเลเซียในการเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์ยางของโลก

มาเลเซียเป็นประเทศที่มีการผลิตและส่งออกถุงมือยางเป็นอันดับ 1 ของโลก มีปริมาณการส่งออกสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการขยายตัวของความต้องการใช้ถุงมือยางของโลก โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกในปี 2014 สูงถึง 3,271 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของการส่งออกทั้งหมดของโลก เนื่องจากหลายปัจจัย ได้แก่ มาเลเซียมีบริษัทท้อปโกลฟ ที่เป็นผู้ผลิตและส่งออกถุงมือรายใหญ่ที่สุดของโลก มีเทคโนโลยีการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพที่รวดเร็วและทันสมัย มีการพัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และรัฐบาลมาเลเซียมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมถุงมือยางอย่างจริงจังโดยเฉพาะสิทธิพิเศษทางด้านภาษี อาทิ การยกเว้นภาษีการนำเข้าวัตถุดิบ และภาชนะนำเข้าเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต รวมถึงได้มีการจัดตั้ง Malaysian Rubber Export Council เพื่อช่วยเหลือผู้ส่งออกในการรุกตลาดส่งออกใหม่และขยายตลาดส่งออกเดิม รวมทั้งการช่วยเหลือด้านการให้ข้อเสนอแนะตลอดจนคำชี้แจงทางวิชาการกรณีเกิดข้อโต้แย้งระหว่างลูกค้ากับผู้ผลิต ทำให้ในปัจจุบันถุงมือยางของมาเลเซียจึงเป็นที่ต้องการของตลาดโลก

3. การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นของไทยและมาเลเซีย

ในรายงานฉบับนี้ได้ทำการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นของไทยและมาเลเซีย ใน 3 ผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย และเส้นด้ายยาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ถุงมือยาง

➤ วัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตถุงมือยาง คือน้ำยางธรรมชาติ และน้ำยางไนไตร โดยไทยมีข้อได้เปรียบในเรื่องของยางธรรมชาติ เนื่องจากเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติเป็นอันดับ 1 ของโลก ขณะที่มาเลเซียยังต้องนำเข้ายางธรรมชาติจากไทย ในอดีตมาเลเซียเคยเป็นประเทศที่ผลิตยางพาราสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก แต่ในปัจจุบันได้กลายเป็นผู้ผลิตอันดับสี่ของโลกจากการลดพื้นที่เพาะปลูกอันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอดีตเช่น สภาพภูมิอากาศแปรปรวน การขาดแคลนแรงงาน และรัฐบาลออกนโยบายส่งเสริมพืชเศรษฐกิจชนิดอื่นแทน เป็นต้น ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อผลผลิตยางพาราที่ลดลงของประเทศ สำหรับยางสังเคราะห์ หรือน้ำยางไนไตรที่ใช้ในการผลิตถุงมือยางนั้น แม้ไทยและมาเลเซียจะมีการผลิตน้ำยางไนไตรแต่ก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการ จึงต้องพึ่งการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยในช่วงปี 2010-2015 ไทยนำเข้าน้ำยางไนไตรจากต่างประเทศราคาเฉลี่ย 1,279 เหรียญสหรัฐต่อตัน ขณะที่มาเลเซียนำเข้าน้ำยางไนไตรจากต่างประเทศราคาเฉลี่ย 1,307 เหรียญสหรัฐต่อตัน จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าในด้านวัตถุดิบหลักของการผลิตถุงมือยาง ไม่ว่าจะคือน้ำยางชั้น หรือน้ำยางไนไตร ไทยยังได้เปรียบในเรื่องของราคาวัตถุดิบที่มีราคาต่ำกว่าประเทศคู่แข่งคือมาเลเซีย โดยเฉพาะในส่วนค่าน้ำยางชั้น

➤ ค่าแรงงาน

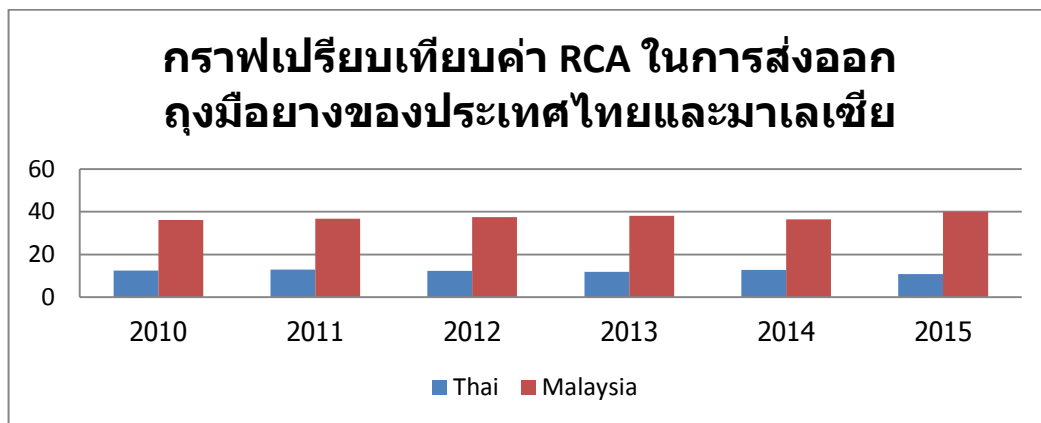
ค่าแรงขั้นต่ำของประเทศไทย คือวันละ 300 บาท ขณะที่ค่าแรงขั้นต่ำของมาเลเซียคือ 900 ริงกิตต่อเดือน หรือวันละประมาณ 344 บาท (ทำงาน 6 วันต่อสัปดาห์) ดังนั้นประเทศไทยจึงถือว่ามีข้อได้เปรียบในเรื่องค่าแรงงาน เนื่องจากมาเลเซียมีค่าแรงขั้นต่ำสูงกว่าไทยประมาณร้อยละ 14

➤ ค่าพลังงาน (ค่าแก๊สหุงต้ม)

ค่าพลังงาน คือค่าแก๊สหุงต้ม ซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญอย่างหนึ่งในโรงงานอุตสาหกรรมถุงมือยาง ซึ่งใช้ในกระบวนการอบเพื่อให้ถุงมือคงรูปและให้แห้ง โดยมาเลเซียมีค่าแก๊สหุงต้มอยู่ที่ 20 บาทต่อกิโลกรัม ขณะที่ไทยมีค่าแก๊สหุงต้มอยู่ที่ 26 บาทต่อกิโลกรัม จะเห็นว่ามาเลเซียมีต้นทุนด้านแก๊สหุงต้มถูกกว่าไทยอยู่ถึงร้อยละ 30

➤ ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Competitive Advantage: RCA)

การค้ำระหว่างประเทศและการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติในระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อการผลิตและการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจนั้นๆ ซึ่งหมายถึง ความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ในการศึกษาี้ จะใช้แนวทางในการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ถุงมือยางไทยเมื่อเทียบกับประเทศมาเลเซีย โดยการวิเคราะห์ค่า RCA โดยใช้หลักของการเปรียบเทียบส่วนแบ่งการส่งออกของสินค้าชนิดหนึ่งจากการส่งออกทั้งหมดของประเทศนั้นกับส่วนแบ่งของการส่งออกสินค้าชนิดดังกล่าวจากการส่งออกทั้งหมดของโลก



ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 16 กราฟเปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกถุงมือยางของไทยและมาเลเซีย ปี 2010-2015

หากพิจารณาจากกราฟการเปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกถุงมือยาง ตั้งแต่ปี 2010-2015 ของประเทศไทยและมาเลเซีย จะเห็นว่ามาเลเซีย มีค่า RCA ในการส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี 2010-2015 สูงถึง 37 ขณะที่ประเทศไทยมีค่า RCA ในการส่งออกเพียง 12 หรือมาเลเซียสูงเป็น 3 เท่าของไทย เนื่องมาจากหลายปัจจัย ได้แก่ มาเลเซียมีบริษัทท้อปโกลฟ ที่เป็นผู้ผลิตและส่งออกถุงมือรายใหญ่ที่สุดของโลก มีเทคโนโลยีการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพที่รวดเร็วและทันสมัย มีการพัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และรัฐบาลมาเลเซียมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมถุงมืออย่างจริงจังโดยเฉพาะสิทธิพิเศษทางด้านภาษี อาทิ การยกเว้นภาษีการนำเข้าวัตถุดิบ และภาษีนำเข้าเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต รวมถึงการจัดตั้ง Malaysian Rubber Export Council เพื่อช่วยเหลือผู้ส่งออกในการรุกตลาดส่งออกใหม่และขยายตลาดส่งออกเดิม รวมทั้งการเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการช่วยเหลือและแก้ไขกรณีพิพาทด้านคุณภาพที่เกิดขึ้น ส่วนไทยนั้นถึงแม้จะมีข้อได้เปรียบทางด้านวัตถุดิบ แต่ยังคงขาดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนถุงมืออย่างจริงจังเมื่อเทียบกับประเทศมาเลเซีย

➤ เทคโนโลยีการผลิต

เทคโนโลยีหรือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตถุงมือยางก็เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมเนื่องจาก เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูงก็จะสามารถลดเวลา และต้นทุนการผลิตลงได้

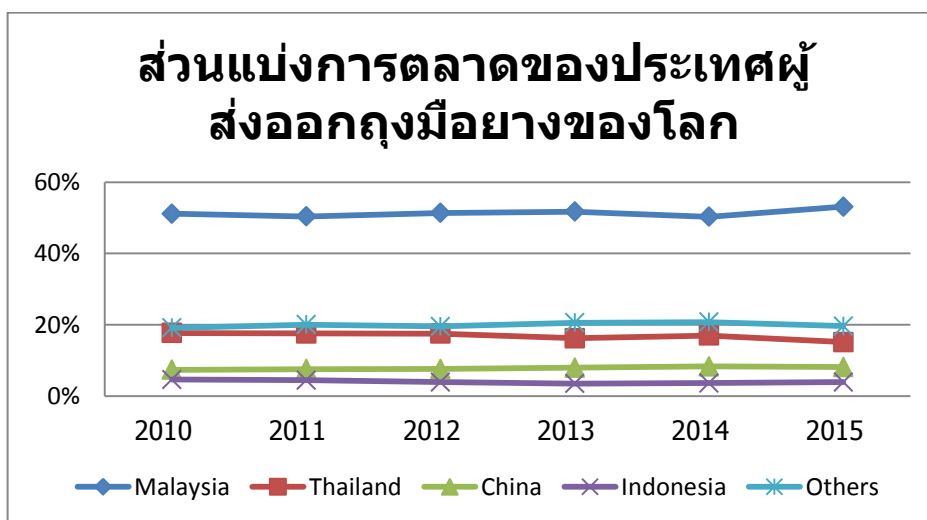
ตารางที่ 1 เปรียบเทียบกำลังการผลิตเครื่องจักรในอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทยกับมาเลเซีย

	ประเทศไทย	ประเทศมาเลเซีย
เครื่องจักร	- ประเทศไทยผลิตถุงมือยางได้ 6,000 - 9,000 ชิ้นต่อชั่วโมง	- ประเทศมาเลเซียผลิตถุงมือยางได้ไม่ต่ำกว่า 20,000 ชิ้นต่อชั่วโมง

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าเครื่องจักรของประเทศมาเลเซียมีกำลังการผลิตมากกว่าไทยประมาณ 2-3 เท่า โดยเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ใช้ส่วนใหญ่ของไทยต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เทคโนโลยีที่ใช้อยู่มีประสิทธิภาพต่ำ ขณะที่มาเลเซียมีโรงงานผลิตถุงมือยางที่มีเครื่องจักรทันสมัย มีบุคลากรที่มีความสามารถมีการติดตั้งระบบควบคุมคุณภาพออนไลน์

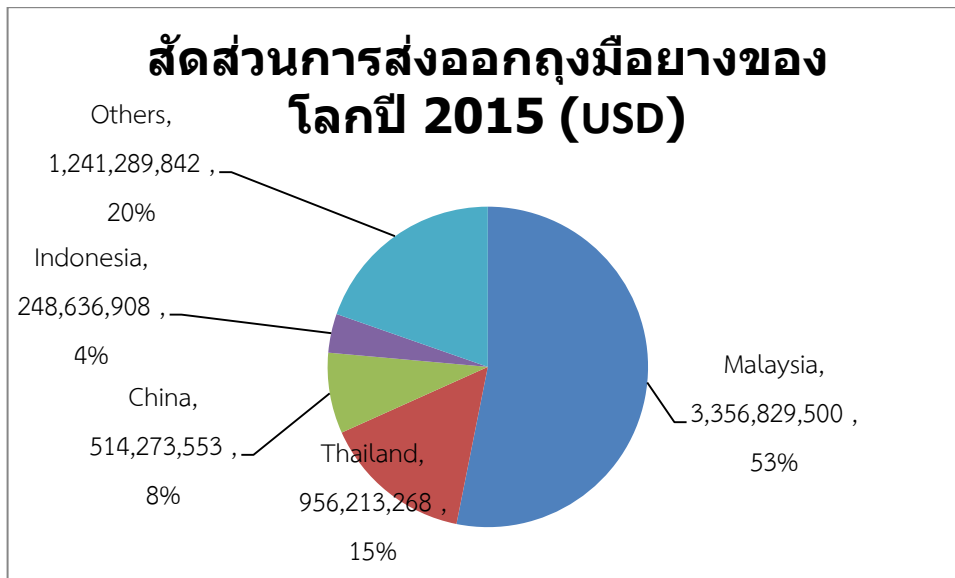
➤ ส่วนแบ่งทางการตลาด

มาเลเซียเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกถุงมือยางเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกในปี 2015 สูงถึง 3,356 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53 ของการส่งออกทั้งหมดของโลก รองลงมาคือไทย มีการส่งออกอยู่ที่ 956 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15 โดยมาเลเซียมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมของการส่งออกในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา ร้อยละ 3.9 ขณะที่ไทยลดลงร้อยละ 0.1 อีกทั้งมูลค่าการส่งออกถุงมือยางของมาเลเซียยังสูงกว่าไทยอยู่มากหรือประมาณ 3.5 เท่าของไทย



ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 17 ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้ส่งออกถุงมือยางของโลก ปี 2010-2015



ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 18 สัดส่วนการส่งออกถุงมือยางของโลก ปี 2015

➤ ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share; CMS) จาก “การศึกษาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยในตลาดจีน” สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2553

เครื่องมือที่นิยมใช้ในการพิจารณาที่มาของการเจริญเติบโตการส่งออกคือ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ หรือ Constant Market Share (CMS) ซึ่งจากเครื่องมือนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยวิธีการนี้จะแยกเอาอัตราการเติบโตการส่งออก ออกเป็น 3 ด้านคือ

- (1) การเติบโตของการส่งออกที่เกิดจากการขยายตัวของตลาดโดยรวม (Growth Effect)
- (2) การเติบโตของการส่งออกที่เกิดจากการขยายตัวของตลาดสินค้าตัวที่ศึกษา หรือ การเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคสินค้า (Commodity Effect)
- (3) การเติบโตของการส่งออกที่เกิดจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของประเทศผู้ส่งออก (Competitiveness Effect)

ค่าปัจจัยที่ได้จากการคำนวณมีหน่วยเป็นร้อยละ และหมายความว่า ปัจจัยในด้านนั้นๆ ได้มีส่วนช่วยให้มูลค่าการส่งออกมีอัตราเติบโตเท่าใด และเมื่อรวมเอาค่าของทั้ง 3 ปัจจัยเข้าด้วยกันแล้ว จะเท่ากับอัตราการเติบโตการส่งออกในแต่ละปี

สำหรับผลิตภัณฑ์ถุงมือยาง ผู้นำเข้าหลักของโลกคือสหรัฐอเมริกา และสหรัฐอเมริกาก็เป็นตลาดหลักทั้งของไทยและมาเลเซียในการส่งออกถุงมือยาง ดังนั้น สหรัฐอเมริกาจึงเป็นตลาดเป้าหมายในการพิจารณา โดยในช่วงปี 2014-2015 ไทยมีอัตราการเติบโตของการส่งออกถุงมือยางไปสหรัฐอเมริกา

ลดลงร้อยละ 14.26 เนื่องมาจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของไทย ลดลงร้อยละ 20.85 เนื่องจากสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าจากมาเลเซียและอินโดนีเซียเพิ่มขึ้น แต่นำเข้าจากไทยลดลงถึงร้อยละ 12 ขณะที่มาเลเซียมีอัตราการเติบโตของการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.55 เนื่องมาจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.97 ดังนั้นจาก**ตารางที่ 10-2** จะเห็นว่า การเติบโตของการส่งออกถุงมือยางของมาเลเซียเกิดจากทั้งการขยายตัวของตลาดถุงมือยาง (Commodity Effect = 11.17) และการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของประเทศมาเลเซียเอง (Competitiveness Effect = 0.97)

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบการเติบโตของการส่งออกถุงมือยางที่เกิดจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของไทย และมาเลเซีย ไปยังตลาดอเมริกา ในปี 2014-2015

ประเทศ	ปี 2014-2015
	Growth Effect = -4.59
	Commodity Effect = 11.17
	Competitiveness Effect
ไทย	-20.85
มาเลเซีย	0.97

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ Global Trade Atlas, 2015

➤ การวิจัยและพัฒนา

เนื่องจากประเทศมาเลเซียโดย Malaysian Rubber Board (MRB) มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ถุงมือยางของมาเลเซียมีคุณภาพสูง และตรงตามความต้องการของประเทศคู่ค้า เช่น ถุงมือผ่าตัด ถุงมือทนการเจาะทะลุที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม และการพัฒนาถุงมือยางที่มีปริมาณสารโปรตีนต่ำเพื่อแก้ปัญหการแพ้สารโปรตีนในถุงมือยาง

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางระหว่างประเทศไทยและมาเลเซีย

	ประเทศไทย	ประเทศมาเลเซีย
การวิจัย และ พัฒนา	ยังขาดความเข้มแข็งด้านการวิจัยและพัฒนาให้ทันต่อความต้องการของผู้ใช้ และการต่อยอดการวิจัยที่นำไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่โดยมีภาคเอกชนเป็นผู้นำ รวมทั้งยังมีการบริหารจัดการงานด้านการวิจัยที่เป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนน้อยมาก	มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงและตรงตามความต้องการของประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะถุงมือผ่าตัดมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อป้องกันบาดแผลที่เกิดจากการใช้อุปกรณ์ผ่าตัด และการพัฒนาถุงมือยางที่มีสารโปรตีนต่ำเพื่อแก้ปัญหาการแพ้โปรตีนในถุงมือยาง เป็นต้น
	มีการวิจัยและพัฒนาสูตรน้ำยางคอมพาวด์เพื่อการผลิตถุงมือยางคุณภาพสูงตรงตามความต้องการของประเทศคู่ค้าไม่จริงจังและต่อเนื่อง	มีการวิจัยและพัฒนาสูตรน้ำยางคอมพาวด์อย่างจริงจังเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ส่งผลให้ถุงมือยางของมาเลเซียมีคุณภาพตามความต้องการของคู่ค้า

ที่มา: “โครงการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง” และ “โครงการเสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา” สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2012

➤ การส่งเสริมจากภาครัฐ

เนื่องจากรัฐบาลมาเลเซียมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมถุงมือยางอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี เช่น การยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และภาษีนำเข้าเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต รวมถึงการจัดตั้ง Malaysian Rubber Export Council เพื่อช่วยเหลือผู้ส่งออกในการรุกตลาดส่งออกใหม่และขยายตลาดส่งออกเดิม ส่งผลให้ผู้ส่งออกถุงมือยางของมาเลเซียสามารถจำหน่ายถุงมือยางผ่านตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ของประเทศคู่ค้าได้โดยตรง

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบการส่งเสริมจากภาครัฐ (นโยบาย/มาตรการ) ในการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางระหว่างประเทศไทยและมาเลเซีย

นโยบาย/มาตรการ	ประเทศไทย	ประเทศมาเลเซีย
นโยบายภาครัฐ	รัฐบาลมีโครงการสนับสนุนสินเชื่อผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ยาง 15,000 ล้านบาท โดยผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถกู้เงินผ่านธนาคารพาณิชย์ 7 แห่ง ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารทหารไทย	รัฐให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง ทั้งระบบครบวงจร และสนับสนุนให้มีการวิจัยและพัฒนาเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางอย่างชัดเจน โดยมี Malaysian Industrial Development Authority เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารจัดการด้าน

นโยบาย/มาตรการ	ประเทศไทย	ประเทศมาเลเซีย
	ธนาคารซีไอเอ็มบี และธนาคารกสิกรไทย (อัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามธนาคารกำหนด โดยรัฐชดเชยดอกเบี้ยให้ร้อยละ 3)	คุณภาพผลิตภัณฑ์ยางเพื่อส่งออก รวมทั้ง การสร้างนวัตกรรมที่นำไปสู่ผลิตภัณฑ์ ใหม่ที่สำคัญ
การจัดตั้งองค์กร สนับสนุน	ขาดหน่วยงานหลักในการดูแลรับผิดชอบ การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางเพื่อ ให้บริการทดสอบผลิตภัณฑ์ยางที่ได้ มาตรฐาน เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยไทยยังไม่มีห้องปฏิบัติการทดสอบถุ่ มือยางที่เป็นที่ยอมรับจากสำนักงาน อาหารและยาของสหรัฐ ซึ่งเป็นตลาด ใหญ่ที่สุดของโลก ดังนั้น รัฐควรสนับสนุน ให้ห้องปฏิบัติการสามารถทดสอบ ผลิตภัณฑ์ถุ่ มือยางตามมาตรฐานสากล และเป็นที่ยอมรับของคู่ค้า	ขณะที่มาเลเซียมีการจัดตั้งองค์กรที่ รับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ยางครบวงจร คือ Malaysian Rubber Board (MRB) โดย MRB ได้ กำหนดมาตรฐาน SMG (Standard Malaysian Gloves) ซึ่งเป็นไปตาม ข้อกำหนดของ USFDA และผู้ผลิตถุ่ มือ ยางจากมาเลเซียกว่าร้อยละ 50 ได้ผลิต ถุ่ มือตาม SMG จึงส่งผลให้ถุ่ มือยางของ มาเลเซียส่วนใหญ่ได้รับการยอมรับจาก ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ
มาตรการทางภาษี	แม้จะมีมาตรการให้สิทธิประโยชน์ด้าน ภาษี เช่นการยกเว้นอากรนำเข้าวัตถุดิบ และอากรนำเข้าเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ ในการผลิตสำหรับผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง แต่ไม่ได้เป็น การให้โดยตรง โดยผู้ประกอบการจะต้อง ยื่นโครงการขอรับการส่งเสริมการลงทุน เพื่อขอรับการยกเว้นเป็นกรณีไป	มีมาตรการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี โดยเฉพาะการผลิตถุ่ มือยางอย่างจริงจัง ได้แก่ ยกเว้นอากรนำเข้าวัตถุดิบ และ ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้ในการ ผลิต
ด้านการตลาด	ขาดนโยบายส่งเสริมด้านการตลาดส่งออก ให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ยางในเชิงรุกทั้งตลาดการ ส่งออกใหม่ และการขยายตลาดการ ส่งออกที่มีอยู่เดิม	มีนโยบายขยายตลาดการส่งออกให้กับ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง อย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยมีการจัดตั้ง คณะกรรมการ Malaysian Rubber Export Council เพื่อเป็นกลไกให้การ ส่งเสริมในเรื่องนี้โดยเฉพาะ รวมถึงการให้ เงินสนับสนุนการเข้าร่วม International Trade Fair

ที่มา: รวบรวมและวิเคราะห์โดยที่ปรึกษา และข้อมูลจาก “โครงการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง” และ “โครงการเสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา” สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2012

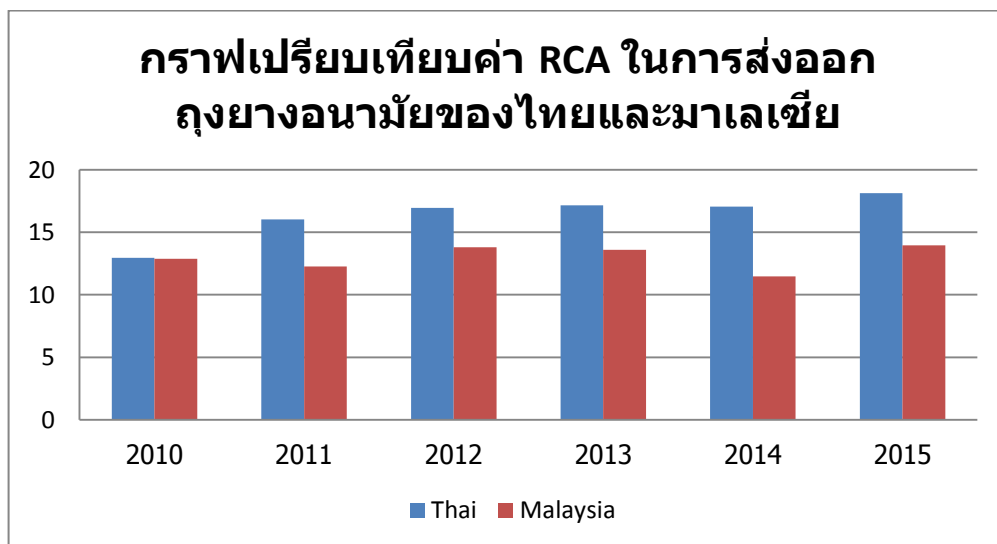
3.2 ถูยงอนมัย

➤ วัตฤดบ และค้ำแรงงน

วัตฤดบหลักที่ใช้ในการผลิตถูยงอนมัย คือน้ำยงธรรมชชาติ ซึ่งไทยมีข้อได้เปรียบในเรื่องของยงธรรมชชาติ เนื่องจากเป็นผู้ผลิตและส่งออกยงธรรมชชาติเป็นอันดับ 1 ของโลก ขณะที่มาเลเซียยังต้องนำเข้ายงธรรมชชาติจากไทย จึงถือว่าไทยว่าได้เปรียบมาเลเซียค่อนข้างสูง เช่นเดียวกับค้ำแรงงนที่มาเลเซียมีค้ำแรงงนขั้นต่ำสูงกว่าไทย ไทยจึงมีข้อได้เปรียบทั้งด้านวัตฤดบและค้ำแรงงน

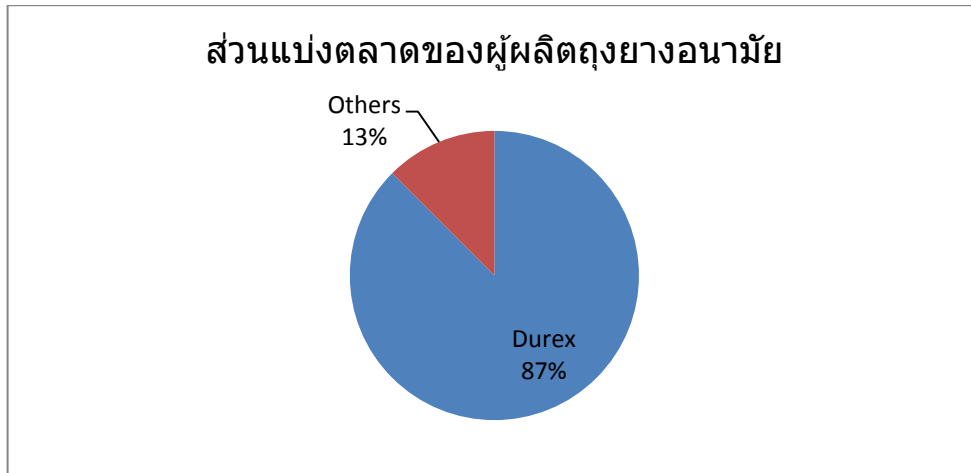
➤ ค้ำดัชนีควมได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Competitive Advantage: RCA)

หากพิจารณาจากกราฟการเปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกถูยงอนมัย ตั้งแต่ปี 2010-2015 ของประเทศไทยและมาเลเซีย จะเห็นว่าไทย มีค่า RCA ในการส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี 2010-2015 สูงกว่ามาเลเซีย คืออยู่ที่ 16 ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA ในการส่งออกที่ 13 และไทยมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 7 ขณะที่มาเลเซียเพียงร้อยละ 2 โดยสาเหตุที่ไทยยังคงครองอันดับ 1 ในอุตสาหกรรมการผลิตและส่งออกถูยงอนมัย เนื่องจากบริษัท Durex เป็นบริษัทผู้ผลิตถูยงอนมัยรายใหญ่ที่สุดของโลก และใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกไปทั่วโลก สำหรับผู้ผลิตรายอื่นๆ ล้วนเป็นรายย่อยทั้งสิ้น ซึ่งไทยมีข้อได้เปรียบในเรื่องวัตฤดบ คือมีผลผลิตยงธรรมชชาติมากที่สุดในโลก โดยผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกเลือกประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก และมีศักยภาพขยายการผลิตต่อความต้องการของตลาดโลก ไทยควรรักษาสภาพที่ได้เปรียบในการแข่งขันเอาไว้ให้ได้ เพื่อที่จะได้เป็นแหล่งผลิตอันดับหนึ่งของโลกต่อไป



ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 19 กราฟเปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกถูยงอนมัย
ของไทยและมาเลเซีย ปี 2010-2015

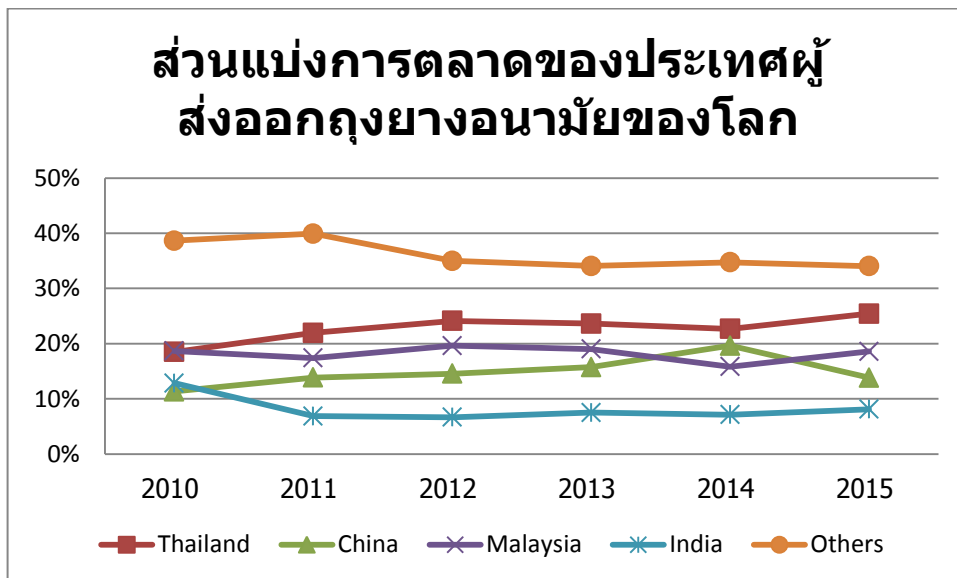


ที่มา: Chemist & Druggist 2011

รูปที่ 20 ส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตยางอนามัย

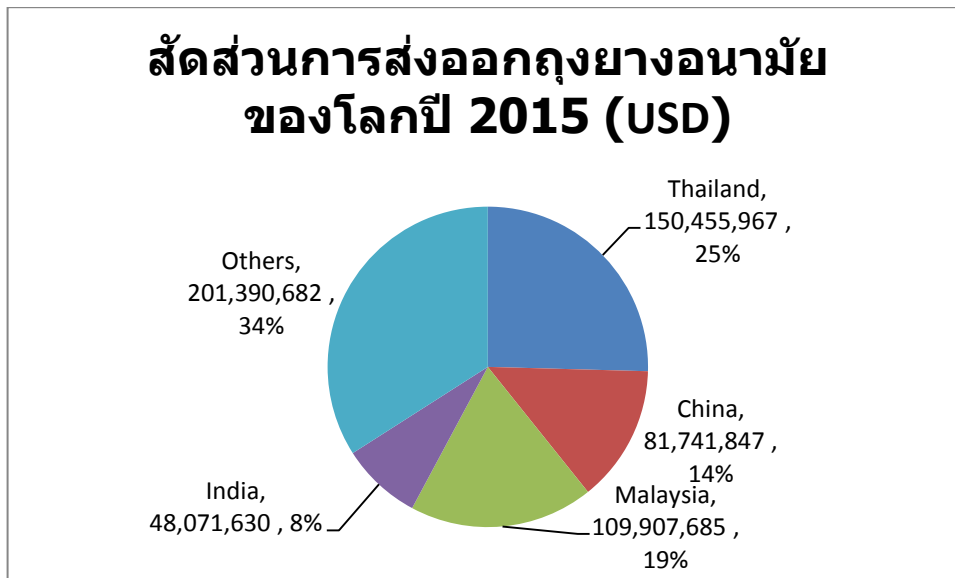
➤ ส่วนแบ่งทางการตลาด

ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางอนามัยเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกในปี 2015 สูงถึง 150 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25 ของการส่งออกทั้งหมดของโลก รองลงมาคือมาเลเซีย มีการส่งออกอยู่ที่ 109 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19 อีกทั้งไทยยังมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมในการส่งออกช่วงปี 2010-2015 ที่ร้อยละ 12 ขณะที่มาเลเซียเพียงร้อยละ 5 และไทยมีมูลค่าการส่งออกยางอนามัยสูงกว่ามาเลเซียประมาณ 1.4 เท่า



ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 21 ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้ส่งออกยางอนามัยของโลก ปี 2010-2015



ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 22 สัดส่วนการส่งออกยางอนามัยของโลก ปี 2015

➤ ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)

สำหรับผลิตภัณฑ์ยางอนามัย ผู้นำเข้าหลักของโลกคือจีน และจีนก็เป็นตลาดหลักทั้งของไทยและมาเลเซียในการส่งออกยางอนามัย ดังนั้นจีนจึงเป็นตลาดเป้าหมายในการพิจารณา โดยในช่วงปี 2014-2015 ไทยมีอัตราการเติบโตของการส่งออกยางอนามัยเพิ่มขึ้นร้อยละ 37.39 เนื่องมาจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.06

ส่วนมาเลเซียเองก็มีอัตราการเติบโตของการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.41 เนื่องมาจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของมาเลเซีย เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.09 ดังนั้นจาก**ตารางที่ 10-5** จะเห็นว่าทั้งไทยและมาเลเซียมีการเติบโตของการส่งออกยางอนามัย เนื่องจากการขยายตัวของตลาดยางอนามัย (Commodity Effect=16.74) และการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออก อย่างไรก็ตาม ไทยมีการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกมากกว่ามาเลเซียร้อยละ 4.97 **ตารางที่ 5** เปรียบเทียบการเติบโตของการส่งออกยางอนามัยที่เกิดจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของไทย และมาเลเซีย ไปยังตลาดจีน ในปี 2014-2015

ประเทศ	ปี 2014-2015	
		Growth Effect = -18.40
		Commodity Effect = 16.74
		Competitiveness Effect
ไทย		39.06
มาเลเซีย		34.09

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ Global Trade Atlas, 2015

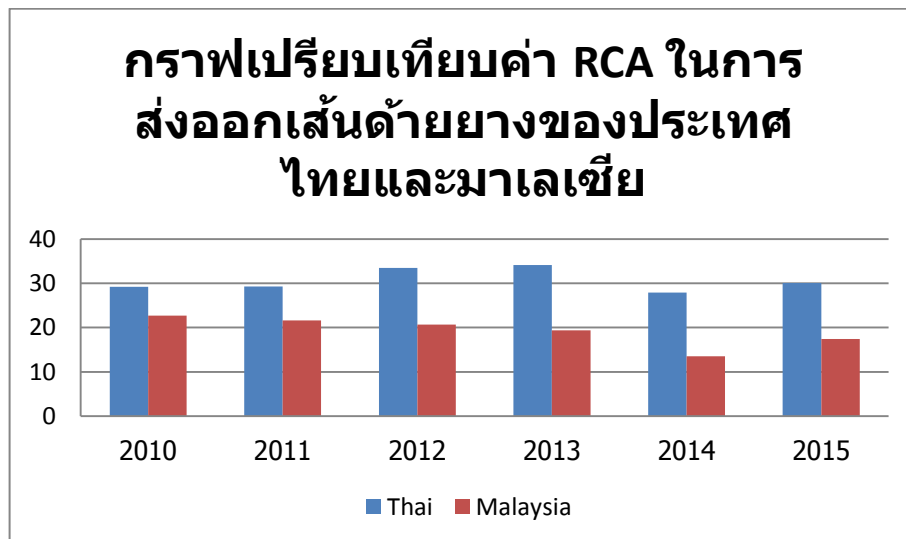
3.3 เส้นด้ายยาง

➤ **วัตถุดิบและค่าแรงงาน**

เนื่องจากวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเส้นด้าย คือ น้ำยางธรรมชาติ เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมถุงยางอนามัย ไทยจึงมีข้อได้เปรียบด้านวัตถุดิบ รวมถึงค่าแรงงานที่ถูกกว่ามาเลเซียด้วย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

➤ **ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Competitive Advantage: RCA)**

หากพิจารณาจากกราฟการเปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกเส้นด้ายยาง ตั้งแต่ปี 2010-2015 ของประเทศไทยและมาเลเซีย จะเห็นว่าไทย มีค่า RCA ในการส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี 2010-2015 สูงกว่ามาเลเซีย คืออยู่ที่ 31 ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA ในการส่งออกที่ 19 ซึ่งไทยมีข้อได้เปรียบในเรื่องวัตถุดิบ คือมีผลผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก และยังเป็นผู้ผลิตและส่งออกเส้นด้ายยางเป็นอันดับ 1 ของโลก



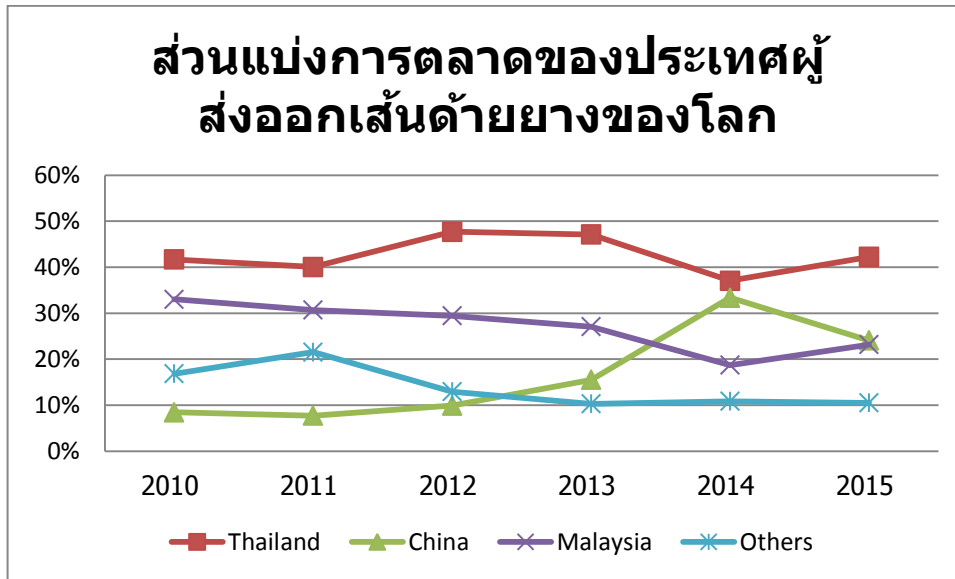
ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 23 กราฟเปรียบเทียบค่า RCA ในการส่งออกเส้นด้ายยางของประเทศไทยและมาเลเซีย ปี 2010-2015

➤ **ส่วนแบ่งทางการตลาด**

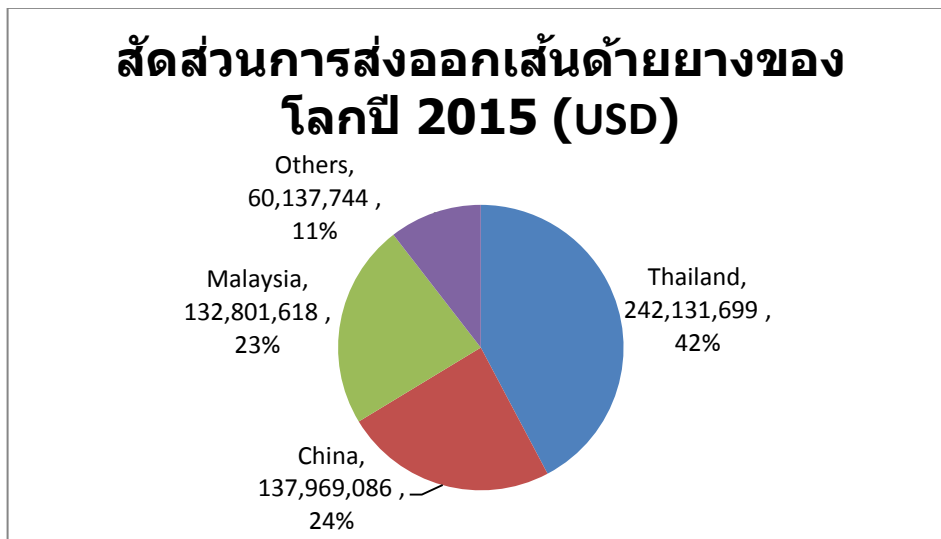
ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกเส้นด้ายยางเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในการส่งออกในปี 2015 สูงถึง 242 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42 ของการส่งออกทั้งหมดของโลก รองลงมาคือจีน และมาเลเซีย มีการส่งออกอยู่ที่ 137 และ 132 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24 และ 23 ตามลำดับ ถึงแม้ไทยจะมีการเติบโตที่ลดลง เนื่องจากภาพรวมการส่งออกเส้นด้ายยางของโลกที่ลดลง แต่เมื่อเทียบกับมาเลเซียแล้ว ไทยมีแนวโน้มที่ดีกว่า คือมี

อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมในการส่งออกลดลงช่วงปี 2010-2015 ที่ร้อยละ 5 ขณะที่มาเลเซียสูงถึงร้อยละ 12 และไทยยังมีมูลค่าการส่งออกเส้นด้ายยางสูงกว่ามาเลเซียประมาณ 1.8 เท่า



ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 24 ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศผู้ส่งออกเส้นด้ายยางของโลก ปี 2010-2015



ที่มา: Global trade atlas

รูปที่ 25 สัดส่วนการส่งออกเส้นด้ายยางของโลก ปี 2015

➤ ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)

สำหรับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายยาง ผู้นำเข้าหลักของโลกคือจีน และจีนก็เป็นตลาดหลักทั้งของไทยและมาเลเซียในการส่งออกเส้นด้ายยาง ดังนั้นจีนจึงเป็นตลาดเป้าหมายในการพิจารณา โดยในช่วงปี 2014-2015 ไทยมีอัตราการเติบโตของการส่งออกเส้นด้ายยางเพิ่มขึ้นร้อยละ 51.53 เนื่องมาจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.04

ขณะที่มาเลเซียมีอัตราการเติบโตของการส่งออกเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 6.86 เนื่องมาจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของมาเลเซีย ลดลงถึงร้อยละ 30.63 เนื่องจากจีนมีการนำเข้าจากไทย และอินโดนีเซียค่อนข้างสูง คือร้อยละ 55 และ 51 ขณะที่มาเลเซียเพียงร้อยละ 10 ซึ่งต่ำกว่าการเติบโตของการนำเข้าของจีนโดยรวม ดังนั้นจาก**ตารางที่ 10-6** จะเห็นว่าการเติบโตของการส่งออกเส้นด้ายยางของไทยเกิดจากทั้งการขยายตัวของตลาดเส้นด้ายยาง (Commodity Effect = 55.89) และการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเอง (Competitiveness Effect = 14.04)

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบการเติบโตของการส่งออกเส้นด้ายยางที่เกิดจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของไทย และมาเลเซีย ไปยังตลาดจีน ในปี 2014-2015

ประเทศ	ปี 2014-2015	
		Growth Effect = -18.41
		Commodity Effect = 55.89
		Competitiveness Effect
ไทย	14.04	
มาเลเซีย	-30.63	

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของ Global Trade Atlas, 2015

จากข้อมูลการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมถุงมือยาง ถุงยางอนามัย และเส้นด้ายยาง ของไทยกับมาเลเซีย ในด้านต่างๆ สามารถสรุปได้ดัง**ตารางที่ 10-7**

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมถุงมือยาง ถุงยางอนามัย และเส้นด้ายยาง ของไทยกับมาเลเซีย

ความสามารถในการแข่งขัน	ประเทศไทย	ประเทศมาเลเซีย
ถุงมือยาง		
- วัตถุดิบ	√ (นำเข้าน้ำยางไนโตรเจนเฉลี่ย 1,279 เหรียญสหรัฐต่อตัน)	(นำเข้าน้ำยางไนโตรเจนเฉลี่ย 1,379 เหรียญสหรัฐต่อตัน)
- ค่าแรงงาน	√ (300 บาทต่อวัน)	(344 บาทต่อวัน)
- ค่าพลังงาน	(ค่าแก๊สหุงต้ม 26 บาทต่อกิโลกรัม)	√ (ค่าแก๊สหุงต้ม 20 บาทต่อกิโลกรัม)
- ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)	(ค่า RCA = 12)	√ (ค่า RCA = 37)

ความสามารถในการแข่งขัน	ประเทศไทย	ประเทศมาเลเซีย
- เทคโนโลยีการผลิต	(ผลิตถุงมือยางได้ 6,000-9,000 ชิ้นต่อชั่วโมง)	√ (ผลิตถุงมือยางได้ไม่ต่ำกว่า 20,000 ชิ้นต่อชั่วโมง)
- ส่วนแบ่งทางการตลาด	(15%)	√ (53%)
- ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)	(Competitiveness Effect = - 20.85)	√ (Competitiveness Effect = 0.97)
- การวิจัยและพัฒนา		√
- การส่งเสริมจากภาครัฐ		√
ดูยางอนามัย		
- วัตถุดิบ	√	
- ค่าแรงงาน	√ (300 บาทต่อวัน)	(344 บาทต่อวัน)
- ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)	√ (ค่า RCA = 16)	(ค่า RCA = 13)
- ส่วนแบ่งทางการตลาด	√ (25%)	(19%)
- ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)	√ (Competitiveness Effect = 39.06)	(Competitiveness Effect = 34.09)
เส้นด้ายยาง		
- วัตถุดิบ	√	
- ค่าแรงงาน	√ (300 บาทต่อวัน)	(344 บาทต่อวัน)
- ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)	√ (ค่า RCA = 31)	(ค่า RCA = 19)
- ส่วนแบ่งทางการตลาด	√ (42%)	(23%)
- ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)	√ (Competitiveness Effect = 14.04)	(Competitiveness Effect = - 30.63)

หมายเหตุ: √ คือ ได้เปรียบ หรือมีคุณสมบัติที่เหนือกว่า

4. ข้อเสนอแนะแนวทางส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมน้ำยางชั้น และผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นของไทย

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล จะเห็นว่าถึงแม้ไทยจะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมน้ำยางชั้น แต่ในส่วนของผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้น เราเป็นผู้นำเพียงบางผลิตภัณฑ์เท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้ไทยยังคงเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมน้ำยางชั้น และการพัฒนาเพื่อเข้าสู่การเป็นผู้นำในการผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้น จึงควรมีการส่งเสริมเพื่อพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมทั้ง 2 ส่วน ดังนี้

4.1 อุตสาหกรรมน้ำยางชั้น

ถึงแม้ไทยจะมีข้อได้เปรียบทางด้านวัตถุดิบที่มีผลผลิตมากที่สุดในโลก อย่างไรก็ตามเพื่อให้ไทยยังคงเป็นอันดับ 1 ของโลกอย่างต่อเนื่อง ไทยควรจะเป็นผู้นำในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบ โดยการสนับสนุน ส่งเสริม และต่อยอดงานวิจัยที่มีส่วนสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบยางธรรมชาติ ซึ่งมีแนวทางการพัฒนานวัตกรรมยางพารา ดังนี้

ตารางที่ 8 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมยางพารา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

แนวทางการพัฒนานวัตกรรมยางพาราเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	
การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับน้ำยางและ by-product จากกระบวนการผลิตน้ำยางชั้น	เป็นการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับน้ำยางสกิน ซึ่งเป็น by-product จากกระบวนการผลิตน้ำยางชั้น เพื่อให้สามารถพัฒนาให้เกิดยางธรรมชาติเกรดใหม่ ตลอดจนสร้างประโยชน์อย่างสูงสุดแก่น้ำยางสกิน อาทิ การพัฒนายางสกินบริสุทธิ์ โดยเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีกระบวนการผลิตยางสกินให้มีคุณภาพพิเศษ เพื่อให้ได้ยางที่มีความสะอาด และมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับยางสังเคราะห์ นอกจากนี้ การแยกสารที่ไม่ใช่ยาง (non-rubber constituents) ซึ่งมีอยู่ในน้ำยาง เช่น L-Quebrachitol เพื่อวิจัยและพัฒนาต่อยอดใช้ในอุตสาหกรรมด้านอาหาร ยา และเครื่องสำอาง เช่นการวิจัยเพื่อเป็นสารตั้งต้นในการผลิตยาชนิดต่างๆ เช่น ยาต้านมะเร็ง ยารักษาโรคเบาหวาน สารต่อต้านเชื้อแบคทีเรีย และสารให้ความชุ่มชื้น ก็เป็นอีกหนทางหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับน้ำยาง

ที่มา: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

(<http://www.nia.or.th/innolinks/200609/innovambassador.htm>)

4.2 อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้น

เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้น ไทยควรมีการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้น ดังนี้

ตารางที่ 9 แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นของไทย

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นของไทย	
ผลิตภัณฑ์ถุงมือยาง	ถึงแม้มาเลเซียจะต้องนำเข้าน้ำยางชั้นจากไทย เพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตถุงมือยาง แต่มาเลเซียก็สามารถเป็นผู้ผลิตและส่งออกถุงมือยางเป็นอันดับ 1 ของโลกได้ ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรใช้มาเลเซียเป็นกรณีศึกษา โดยการให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาเทคโนโลยีการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การตรวจสอบคุณภาพที่ทันสมัยและรวดเร็ว ตามความต้องการของลูกค้า
ผลิตภัณฑ์ถุงยางอนามัย	ถุงยางอนามัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ไทยควรเร่งพัฒนา ถึงแม้ปัจจุบันไทยจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกอันดับ 1 ของโลกอยู่ก็ตาม เพราะมีแนวโน้มว่า บริษัท Top Glove ผู้ผลิตถุงมือยางรายใหญ่ที่สุดของโลกของมาเลเซีย อาจขยายธุรกิจไปผลิตถุงยางอนามัยเพิ่ม ดังนั้น ไทยควรจะต้องเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมถุงยางอนามัย โดยมุ่งพัฒนานวัตกรรมใหม่ เช่น ถุงยางอนามัยที่มีความบางเป็นพิเศษ ถุงยางอนามัยที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ และถุงยางอนามัยที่ผู้ซื้อสามารถเลือกขนาดที่สวมใส่พอดีได้เอง ส่วนนวัตกรรมอื่นๆ ได้แก่ ถุงยางอนามัยเรืองแสง ถุงยางอนามัยแบบสปอร์ต ถุงยางอนามัยสตรีที่สามารถประกอบกับอุปกรณ์ห่วงบลูทูธที่ขอบด้านนอก และถุงยางอนามัยที่ใช้สารเคมีที่ช่วยชะลอการหลั่ง
ผลิตภัณฑ์เส้นด้ายยาง	ปัจจุบันไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกเส้นด้ายยางเป็นอันดับ 1 ของโลก และเพื่อรักษาระดับนี้ไว้ นอกจากเรื่องการรักษาคุณภาพของเส้นด้ายยางแล้ว ไทยควรจะมีการผลิตสินค้าที่หลากหลายขนาดตามความต้องการของลูกค้า ในส่วนของเส้นด้ายยางสำหรับเครื่องนุ่งห่ม และการศึกษาผลิตภัณฑ์และแนวโน้มตลาดสำหรับเส้นด้ายยางในกลุ่มอุปกรณ์การแพทย์ อุปกรณ์เพื่อสุขภาพ และการออกกำลังกาย ซึ่งคาดว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะมีความต้องการเพิ่มขึ้นในอนาคต

เพื่อให้ไทยยังคงเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมน้ำยางชั้นอย่างต่อเนื่อง ควรจะมีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบ โดยใช้แนวทางพัฒนานวัตกรรมยางพารา ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาวัตถุดิบคุณภาพสูง และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับของเสียจากกระบวนการผลิตยาง

ในส่วนของผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นนั้น ปัจจุบันไทยเป็นรองมาเลเซียเพียงอุตสาหกรรมเดียวคือถุงมือยาง แต่ยังคงเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมถุงยางอนามัย และเส้นด้ายยาง เนื่องจากมีการผลิตและส่งออกเป็นอันดับ 1 อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเนื่องจากมาเลเซียประกาศตัวเป็นผู้นำในการผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้น ประกอบกับมีแนวโน้มว่า บริษัท Top Glove ผู้ผลิตถุงมือยางรายใหญ่ที่สุดของโลกของมาเลเซีย อาจขยายธุรกิจไปผลิตถุงยางอนามัยเพิ่มนั้น ทำให้ไทยต้องรีบปรับตัว เร่งการพัฒนาอุตสาหกรรม

ดูยางอนามัย และผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากน้ำยางชั้น เพื่อเตรียมรับกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ไม่เช่นนั้นไทย อาจสูญเสียความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางชั้นลงได้

รายงานการศึกษาเชิงลึก

RUBBER INTELLIGENCE UNIT



สำนักงาน
เศรษฐกิจอุตสาหกรรม
OFFICE
OF INDUSTRIAL ECONOMICS

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

อาคารสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี

กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ : 0 2202 4383

โทรสาร : 0 2202 4390



สถาบันพลาสติก
Plastics Institute of Thailand

อุตสาหกรรมพัฒนาพลาสติก

ชั้น 2 อาคารสำนักงานอุตสาหกรรมสนับสนุน

86/6 ซอยตรีมิตร ถนนพระรามที่ 4

เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ : 0 2391 5340 - 3

โทรสาร : 0 2712 3341



ศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยางไทย

อาคารวิทยาศาสตร์ 3 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลศาลายา

อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170

โทรศัพท์ : 0 2441 9380

โทรสาร : 0 2441 0511