



➤ การจำหน่ายในประเทศ

ตลาดถุงมือยางในประเทศถือว่ามีขนาดเล็ก โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 10 ของทางการจำหน่ายถุงมือยางในประเทศมีทั้งการจำหน่ายโดยตรงไปยังโรงพยาบาลต่างๆ ที่ต้องใช้ถุงมือยางเพื่อการแพทย์ การจำหน่ายผ่านร้านจำหน่ายอุปกรณ์การแพทย์และซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ ในห้างสรรพสินค้าทั่วไป รวมถึงจัดส่งไปตามโรงงานอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ถุงมือยางเป็นอุปกรณ์ในการผลิต ซึ่งบริษัทรายใหญ่มักจะจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทน ในขณะที่บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กจะหาลูกค้าและตลาดเอง

ตารางที่ 1 ปริมาณการจำหน่ายถุงมือยางระหว่างปี 2554-2558

การจำหน่าย	2554	2555	2556	2557	2558
การจำหน่าย (ล้านชิ้น)	1,089	1,174	1,228	1,377	1,869
% Δ	14.33	7.81	4.63	12.11	35.71

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
สำรวจผู้ผลิตถุงมือยางจำนวน 13 ราย

จากข้อมูลการจำหน่ายจากการสำรวจผู้ประกอบการโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (ตารางที่ 1) แสดงให้เห็นว่า ในระหว่างปี 2554-2558 ภาพรวมการจำหน่ายถุงมือยางในประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้จะชะลอลงเล็กน้อยในปี 2555 และปี 2556 โดยในปี 2558 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ถึงร้อยละ 35.71 เนื่องจากผู้บริโภคต่างตื่นตัวในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค (disease outbreaks) ที่มีอย่างต่อเนื่อง และการตระหนักถึงการดูแลและรักษาสุขอนามัยของประชาชนมากขึ้น ทำให้มีความต้องการใช้ถุงมือยางเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงการขยายตัวของอุตสาหกรรมการผลิตอาหารแปรรูปและสถานบริการต่างๆ ในประเทศในช่วงเวลาดังกล่าว

➤ การส่งออกและตลาดส่งออก

ผู้ผลิตถุงมือยางในประเทศไทยส่วนใหญ่จะทำการผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก โดยสัดส่วนกว่าร้อยละ 90 เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งถุงมือยางที่มีการส่งออกมากที่สุดคือ ถุงมือที่ใช้ในการตรวจโรคเนื่องจากตลาดมีความต้องการมาก โดยภาพรวมในช่วงระหว่างปี 2554-2558 มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกประมาณร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปทั้งหมดที่ไทยส่งออก ซึ่งจัดเป็นอันดับ 2 รองจากผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อ และมีส่วนแบ่งในตลาดโลกเป็นลำดับที่ 2 รองจากประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นผู้นำในการผลิตและส่งออกที่ใหญ่ที่สุดของโลก แสดงมูลค่าการส่งออกดังตารางที่ 2

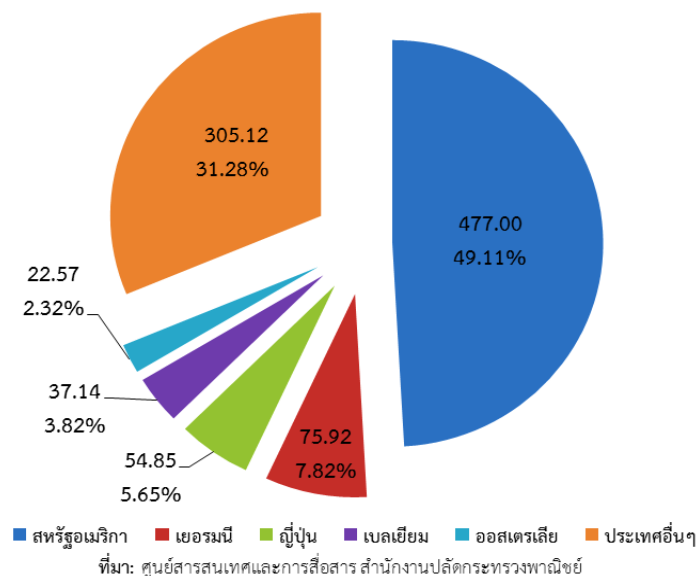
ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกถั่วเขียวระหว่างปี 2554-2558

ลำดับ	ประเทศ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					% Δ	% Δ	% Δ	% Δ
		2554	2555	2556	2557	2558	55/54	56/55	57/56	58/57
1	สหรัฐอเมริกา	558.59	612.35	564.27	553.19	477.00	9.62	-7.85	-1.96	-13.77
2	เยอรมนี	113.08	105.05	89.43	83.95	75.92	-7.10	-14.87	-6.13	-9.57
3	ญี่ปุ่น	66.54	63.00	66.85	67.25	54.85	-5.32	6.11	0.60	-18.44
4	เบลเยียม	27.23	37.99	42.66	38.78	37.14	39.52	12.29	-9.10	-4.23
5	ออสเตรเลีย	30.48	29.00	21.30	26.05	22.57	-4.86	-26.55	22.30	-13.36
6	ประเทศอื่นๆ	343.35	327.04	281.03	347.10	303.89	-4.75	-14.07	23.51	-12.45
	รวม	1,139.27	1,174.43	1,065.54	1,116.32	971.37	3.09	-9.27	4.77	-12.98

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

จากตารางที่ 2 ภาพรวมมูลค่าการส่งออกถั่วเขียวไปยังตลาดโลกในระหว่างปี 2554-2558 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีลดลงเล็กน้อย ซึ่งเป็นผลจากการปรับลดลงในปี 2556 และปี 2558 โดยเฉพาะอย่างยิ่งปี 2558 ขยายตัวลดลงร้อยละ 12.98 มีมูลค่าการส่งออก 971.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สาเหตุสำคัญเนื่องจากตลาดหดตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ ที่เริ่มนิยมถั่วเขียวไนโตรลุ่มมากขึ้น เนื่องจากการแพ้โปรตีนในถั่วเขียวธรรมชาติเป็นประเด็นที่ตลาดให้ความสำคัญมากขึ้น อีกทั้งปัจจุบันเริ่มมีการผลิตถั่วเขียวไนโตรลุ่มมากขึ้นเพราะราคายางไนโตรลุ่มไม่ผันผวนมากนักและมีต้นทุนต่ำกว่า นอกจากนี้ สหภาพยุโรป (อียู) ซึ่งถือเป็นตลาดถั่วเขียวรายใหญ่ของไทยได้ตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (จีเอสพี) สินค้าไทยหลายรายการที่ส่งออกไปอียู ภายหลังจากที่ไทยถูกจัดอันดับจากธนาคารโลกให้อยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลางถึงค่อนข้างสูง (upper-middle income countries) เป็นเวลา 3 ปีติดต่อกัน ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ทำให้ต้องเสียภาษีในอัตราปกติ (อัตรา MFN) ตามข้อตกลงขององค์การการค้าโลก ส่งผลให้ไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศคู่แข่ง เช่น มาเลเซีย ที่ไม่ได้ถูกตัดสิทธิดังกล่าวและมีความได้เปรียบด้านเทคโนโลยี และประสิทธิภาพการผลิตที่เหนือกว่าไทย จึงส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกถั่วเขียวไปยังตลาดอียู

อย่างไรก็ตาม การตื่นตัวของผู้บริโภคทั่วโลกต่อการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค (disease outbreaks) ที่มีอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ไข้หวัดนก โรค SARS เชื้อไวรัสอีโบล่า และไวรัสเมอร์ส อีกทั้งการขยายตัวด้านสาธารณสุข และอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ถั่วเขียวในกระบวนการผลิต ยังเป็นปัจจัยหนุนให้อุปสงค์ถั่วเขียวโลกมีการขยายตัวในช่วงเวลาดังกล่าว



รูปที่ 1 ตลาดส่งออกถั่วเขียวของไทยในปี 2558

ตลาดส่งออกถั่วเขียวรายใหญ่ที่สุดของไทยคือ สหรัฐอเมริกา โดยในปี 2558 มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกถึงร้อยละ 49.11 (มีมูลค่า 477 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และยังเป็นตลาดส่งออกถั่วเขียวที่ใหญ่ที่สุดของโลก รองลงมาคือ เยอรมนี ญี่ปุ่น เบลเยียม และออสเตรเลีย โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกร้อยละ 7.82, 5.65, 3.82 และ 2.32 ตามลำดับ (ตารางที่ 2 และรูปที่ 1)

➤ การนำเข้าและแหล่งนำเข้า

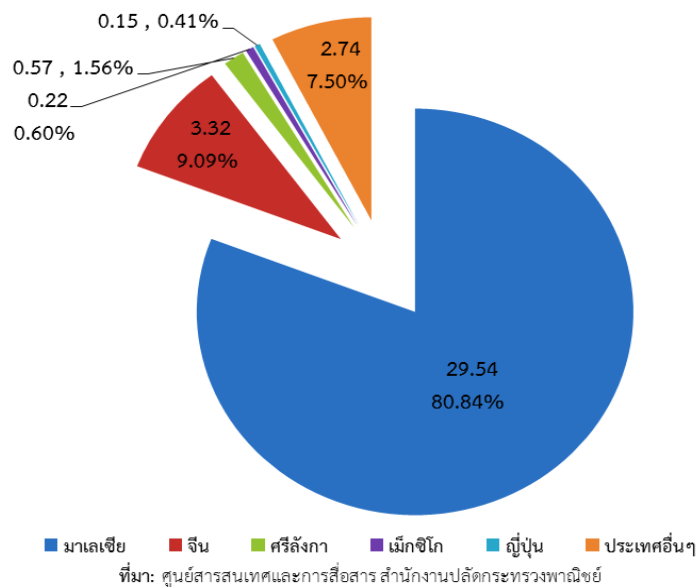
นอกจากประเทศไทยจะผลิตถั่วเขียวเพื่อส่งออกแล้ว ยังมีการนำเข้าถั่วเขียวเข้ามาใช้ในประเทศด้วย แต่มีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับการส่งออก โดยภาพรวมมูลค่าการนำเข้าในระหว่างปี 2554-2558 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่ในปี 2558 ลดลงจากปี 2557 ร้อยละ 4.97 มีมูลค่าการนำเข้า 36.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 มูลค่าการนำเข้าถั่วเขียวระหว่างปี 2554-2558

ลำดับ	ประเทศ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					% Δ 55/54	% Δ 56/55	% Δ 57/56	% Δ 58/57
		2554	2555	2556	2557	2558				
1	มาเลเซีย	26.67	26.11	25.86	31.14	29.54	-2.10	-0.96	20.42	-5.14
2	จีน	2.29	1.21	1.48	2.11	3.32	-47.16	22.31	42.57	57.35
3	ศรีลังกา	0.27	0.50	0.39	0.45	0.57	85.19	-22.00	15.38	26.67
4	เม็กซิโก	0.09	0.16	0.13	0.18	0.22	76.06	-17.96	42.17	19.31
5	ญี่ปุ่น	0.23	0.22	0.20	0.14	0.15	-4.35	-9.09	-30.00	7.14
6	ประเทศอื่นๆ	3.63	2.97	7.35	4.43	2.74	-18.13	147.33	-39.79	-38.09
	รวม	33.18	31.17	35.41	38.45	36.54	-6.06	13.60	8.59	-4.97

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

ประเทศไทยนำเข้าถุ้งมือจากประเทศมาเลเซียมากที่สุด โดยในปี 2558 มีมูลค่าการนำเข้า 29.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 80.84 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด รองลงมา คือ จีน ศรีลังกา เม็กซิโก และญี่ปุ่น โดยมีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าร้อยละ 9.09, 1.56, 0.60 และ 0.41 ตามลำดับ (ตารางที่ 3 และรูปที่ 2)



รูปที่ 2 แหล่งนำเข้าถุ้งมือของของไทยในปี 2558