

ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อการส่งออก
ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน

RELATIONSHIP BETWEEN INTERNAL AND EXTERNAL
FACTORS AFFECTING EXPORTATION OF RUBBER
RIBBED SMOKED SHEET NO. 3 TO CHINA

ศรประภา สุขดำโรง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ความล้มพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มี
ต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน

ศิริประภา สุขดำโรง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อ
การส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน
Relationship between Internal and External Factors Affecting
Exportation of Rubber Ribbed Smoked Sheet No.3 to China

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวศิริประภา สุขสำโรง

วิชาเอก

ธุรกิจระหว่างประเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.

ปีการศึกษา

2557

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(อาจารย์ฉายรวี อนามรวัช, Ph.D.)

กรรมการ

(อาจารย์อุมาวดี ศรีบุญลือ, D.B.A.)

กรรมการ

(อาจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉัตรทิพย์ ชัยมงคล, ปร.ค.)

วันที่ 12 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2558

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อการส่งออก ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวศิริประภา สุขสำโรง
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2554 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.2557 รวม 36 เดือน การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเศรษฐมิติแบบสมการถดถอยพหุเชิงซ้อน และใช้วิธีการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares -OLS)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยในแบบจำลองนี้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีนได้ที่ร้อยละ 77.31% ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด ได้แก่ ราคาส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย ถ้าราคาส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย ถาลดลงร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.653 ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกรองลงมาคือ ราคาของยางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย ราคาส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน

ข้อสรุปของการวิจัยครั้งนี้เสนอแนะให้ภาครัฐ กลุ่มนักวิชาการ ผู้ประกอบการผลิต ผู้ส่งออกและผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในทุกภาคส่วน ร่วมกันกำหนดนโยบายควบคุมปริมาณการผลิตทั้งอุตสาหกรรมภายในและส่งออก เพิ่มการศึกษาในเรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยาง เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างความเข้าใจถึงสถานการณ์สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและผลกระทบที่จะเกิดส่งผ่านมาถึงตลาดยางพาราไทยให้ผู้ส่งออกและเกษตรกรเข้าใจ และมีความพร้อมในการวางแผนแก้ปัญหาและรับมือกับผลกระทบที่เกิดขึ้น

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก ยางแผ่นรมควันชั้น 3 ประเทศจีน

Thesis Title	Relationship between Internal and External Factors Affecting Exportation of Rubber Ribbed Smoked Sheet No. 3 to China
Name-Surname	Miss Siraprapa Suksamrong
Major Subject	International Business
Thesis Advisor	Miss Kanokporn Chaiprasit, Ph.D.
Academic Year	2014

ABSTRACT

This thesis aimed at study of relationship between country internal and external factors affecting exportation of Rubber-Ribbed Smoked Sheet No. 3 to China, using monthly secondary data from July 2012 to June 2014. This study employed Multiple Regression Models and Ordinary Least Squares (OLS) in data analysis of Rubber-Ribbed Smoked Sheet No. 3 exports to China based on time-series secondary data.

The research results found that the factors in this model could explain the quantity change of Rubber Ribbed Smoked Sheet No. 3 exports to China at 77.31%. The most affecting factor was Thai (F.O.B.) export price. A decrease by 1% of Thai (F.O.B.) export price would result in the volume of exports increased by 4.653%. The remaining factors that affected the export of Rubber Ribbed Smoked Sheet No. 3 were price of Tokyo Commodity Exchange, volume of passenger car production in China, production quantity of rubber smoked sheet of Thailand, (F.O.B.) export price of Viet Nam, foreign exchange rates, and China gross domestic product per capita.

The conclusion of this thesis suggested that the government, stakeholders in all sectors, policy makers and industry should work together to control of the production and export and to determine the fluctuation of price and yield in order to predict the market demand. Furthermore, it was suggested to the farmers and the exporters to understand the problems and the affecting of the problems in rubber markets which would help them to plan for solving out the problems of producing the rubbers for exporting.

Keywords: factors affecting exportation, Rubber Ribbed Smoked Sheet No. 3, China

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ดร.กนกพร ชัยประสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตลอดจน ดร.อุมาวดี ศรีบุญถื่อ และ ดร.ฉายวิ อนามัยวัช ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาตรวจสอบแก้ไขและให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณกรรมการค้าต่างประเทศ สาขาประเทศเวียดนาม ที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลราคา F.O.B ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม ขอขอบคุณครอบครัว รวมถึงเพื่อน ๆ นักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีทุกท่านสำหรับมิตรภาพ กำลังใจ และความช่วยเหลือจนสามารถทำวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จไปด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของการทำวิทยานิพนธ์นี้ ขอมอบแต่ บิดา มารดา ครูอาจารย์ ที่ได้อบรมสั่งสอนและให้ความรู้แก่ผู้ศึกษา ตลอดจนทุกท่านที่มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ หากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีบทความใดขาดตกบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ผู้ศึกษาขอกราบขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ศิริประภา สุขสำโรง

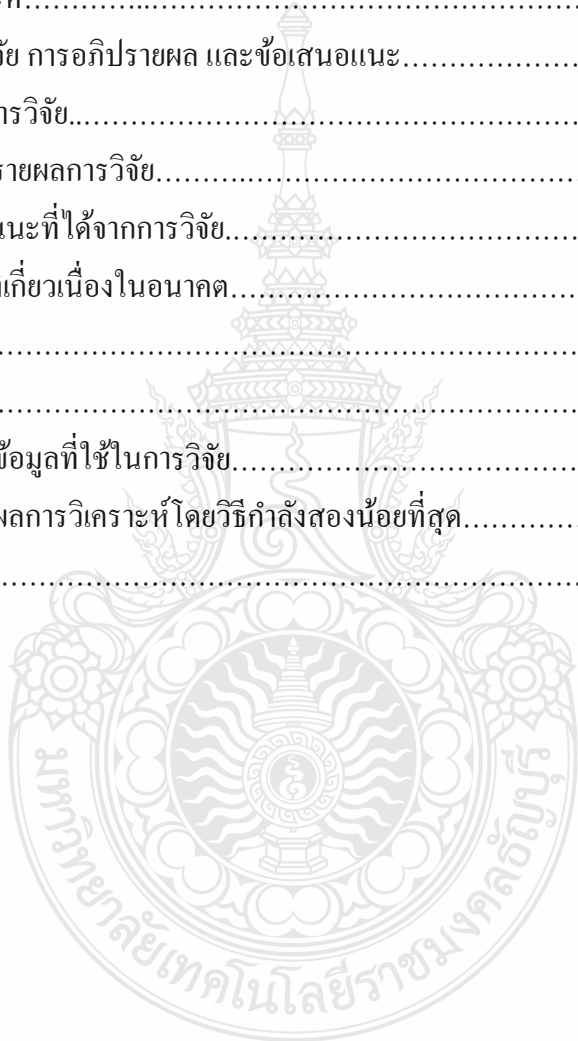


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(9)
บทที่ 1 บทนำ.....	10
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	10
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	15
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	15
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	16
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย	16
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	18
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	19
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
2.1 ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ โดย ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ (Michael E. Porter).....	20
2.2 ทฤษฎีความได้เปรียบสมบูรณ์.....	24
2.3 กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ.....	24
2.4 ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน Asean Economic Community-AEC	28
2.5 แนวคิดเรื่องตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ยางพารา.....	37
2.6 สภาพทั่วไปทางการผลิต การตลาด และการส่งออกยางพาราไทย.....	41
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	94
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	106
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	106
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	107

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	109
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	110
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	118
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	126
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	127
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	128
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	132
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	135
บรรณานุกรม.....	137
ภาคผนวก.....	141
ภาคผนวก ก ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	142
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด.....	145
ประวัติผู้เขียน.....	150



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ผลผลิตยางของประเทศที่สำคัญในปี พ.ศ. 2546 - 2556.....	44
ตารางที่ 2.2 เนื้อที่การปลูกยางพารา ปี พ.ศ. 2555 - 2557.....	45
ตารางที่ 2.3 ผลผลิตยางพาราไทยแยกตามประเภท ปี พ.ศ. 2546 - 2556.....	46
ตารางที่ 2.4 ปริมาณการส่งออกยางพาราไทยไปยังประเทศคู่ค้า.....	65
ตารางที่ 2.5 การส่งออกยางพาราของประเทศที่สำคัญ.....	67
ตารางที่ 2.6 พื้นที่เพาะปลูกยางในอินโดนีเซีย.....	68
ตารางที่ 2.7 ปริมาณการใช้และปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติโลก.....	73
ตารางที่ 2.8 ปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศผู้ผลิตหลัก.....	73
ตารางที่ 2.9 ปริมาณการใช้และการผลิตรายธรรมชาติของโลก.....	78
ตารางที่ 2.10 อัตราการเก็บภาษีที่นำเข้ายางพาราของประเทศจีน.....	83
ตารางที่ 2.11 อัตราค่าขนส่งทางอากาศ.....	85
ตารางที่ 2.12 อัตราราคาค่าขนส่ง แยกตามขนาดที่บันทึกข้อมูล.....	86
ตารางที่ 2.13 ท่าเรือปลายทางการส่งออกยางพาราจากประเทศไทยออกไปยังประเทศคู่ค้า.....	87
ตารางที่ 3.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง X และ Y กรณีการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย.....	112
ตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง X และ Y กรณีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ.....	112
ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบวัตถุประสงค์ช่องทางการตลาด.....	120
ตารางที่ 4.2 ผลการทดสอบ Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test	121
ตารางที่ 4.3 ผลการทดสอบ White's Heteroskedasticity test.....	121

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 จีนและกลุ่มประเทศ CLMV ขยายพื้นที่ปลูกยางพาราค่อนข้างมากในช่วงปี 2005 - 2012.....	12
ภาพที่ 1.2 จีนยังคงต้องพึ่งพิงการนำเข้ายางพาราจากตลาดโลกและไทย แม้จะมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในช่วงที่ผ่านมา.....	13
ภาพที่ 1.3 บทบาทการเป็น supplier ยางพาราที่สำคัญของไทยในตลาดโลกปรับตัวลดลง.....	13
ภาพที่ 1.4 โลกจะต้องเผชิญกับภาวะผลผลิตยางพาราล้นตลาดในช่วง 10 ปีข้างหน้า ซึ่งจะกดดันให้ราคายางพาราไม่สามารถปรับตัวสูงขึ้นเหมือนในอดีต.....	14
ภาพที่ 1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	18
ภาพที่ 2.1 ระบบเพชรที่สมบูรณ์.....	21
ภาพที่ 2.2 การเป็นประชาคมอาเซียนภายในปี 2558.....	30
ภาพที่ 2.3 การเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในธุรกิจบริการของอาเซียน.....	31
ภาพที่ 2.4 พระยารัษฎา-นุประดิษฐ์.....	43
ภาพที่ 2.5 ขั้นตอนการผลิตยางพาราไทย.....	48
ภาพที่ 2.6 ยางแผ่นรมควัน.....	50
ภาพที่ 2.7 การเคลื่อนไหวของราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 F.O.B กรุงเทพมหานคร.....	59
ภาพที่ 2.8 ยอดผลิตรถยนต์และราคายางแผ่นดิบไทย.....	60
ภาพที่ 2.9 ผลผลิตยางพาราสูงสุด 10 จังหวัดอันเดียนของภาคอีสาน.....	74
ภาพที่ 2.10 ราคาเฉลี่ยยางพาราแผ่นดิบ.....	75
ภาพที่ 2.11 ตลาดส่งออกยางพาราของไทยปี 2556.....	76
ภาพที่ 2.12 ราคายางแผ่นดิบคุณภาพชั้น 3.....	79

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความตื่นตัวเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community: AEC เริ่มเป็นที่สนใจของผู้คนมากขึ้นในทุกภาคส่วนในขณะนี้ว่าจะมีผลดีหรือผลเสียต่อการประกอบอาชีพ การดำเนินชีวิตอย่างไรภายหลังจากเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว โดยเฉพาะภาคการเกษตร ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทย ยังประกอบอาชีพทางเกษตรกรรม จะมีผลกระทบในเชิงลบ หรือเชิงบวก ได้รับผลประโยชน์จาก มากน้อยเพียงใด ต้องปรับตัวหรือเตรียมกันอย่างไร ตลาดการค้าการลงทุนจะขยายเพิ่มจาก 62 ล้านคน ภายในประเทศไทยเป็น 600 ล้านคน เมื่อรวมถึงจำนวนประชากรของอีก 9 ประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอันได้แก่ พม่า มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม ลาว กัมพูชา และบรูไน การผลิตสินค้าเกษตรและอาหารจากเดิมที่มุ่งเน้นผู้บริโภคคนไทยด้วยกัน ต่อจากนี้จะต้องให้ความสำคัญกับผู้บริโภคที่อยู่ในอีก 9 ประเทศเพิ่มขึ้น และในทางกลับกันก็จะมีเกษตรกรหรือผู้ประกอบการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและอาหารในอีก 9 ประเทศที่คิดเช่นเดียวกันกับประเทศไทย ที่มีความพร้อมในการจะเข้าสู่ตลาด ดำเนินนโยบายทางการผลิตเพื่อสร้างประโยชน์และรายได้ให้เพิ่มขึ้นเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (อาเซียน, 2555)

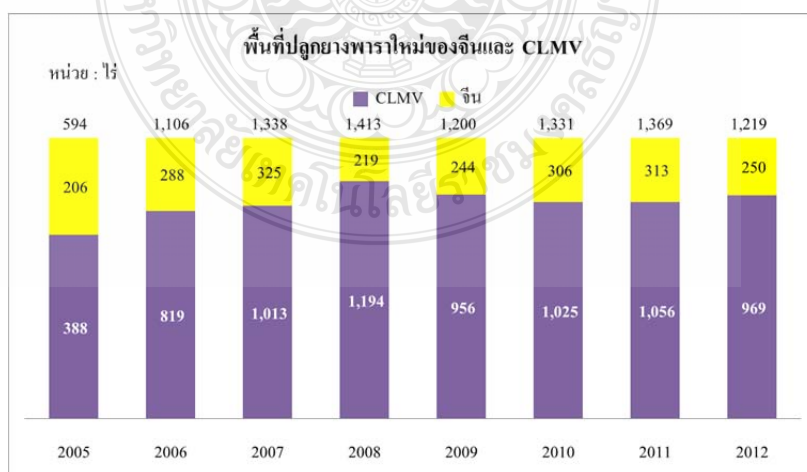
ดังนั้น การเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน หรือการเปิดเสรีทางการค้าจะทำให้สินค้าเกษตรและอาหารจะเคลื่อนย้ายผ่านกลไกการขนส่งได้อย่างเสรี ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเพิ่มพูนปริมาณ การค้าและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศให้เพิ่มขึ้น จากการที่สินค้าเกษตรและอาหารจะถูกส่งไปจำหน่ายยังตลาดของประเทศในกลุ่มด้วยต้นทุนที่ถูกลง เพราะไม่ต้องเสียภาษีศุลกากรที่แต่ละประเทศได้เคยกำหนดไว้ ระบบตลาดจะปรับตัวเข้าสู่สภาวะที่ซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายจะดำเนินการผลิตสินค้าที่ตนเองมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ผลิตที่สามารถผลิตสินค้าได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าและยังรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้า หรือผู้ผลิตที่มีประสิทธิภาพหรือทักษะในการผลิตสูง ก็จะสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพได้ในราคาที่ถูกลงกว่าโดยเปรียบเทียบ จะดำเนินการผลิตสินค้าและส่งไปจำหน่ายในต่างประเทศ ขณะเดียวกันผู้ผลิตรายอื่นก็จะปรับตัวหันไปผลิตสินค้าที่ตนเองมีความถนัดกว่า จึงเกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน โดยสินค้าที่แลกเปลี่ยนกันนั้นผู้ซื้อจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากเดิม เพราะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้นและมีราคา

จำหน่ายหรือมีต้นทุนต่ำกว่านอกจากนั้นทรัพยากรภายในประเทศของแต่ละประเทศ จะถูกใช้ประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มได้ดีขึ้นกว่าการไม่เปิดเสรี (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555)

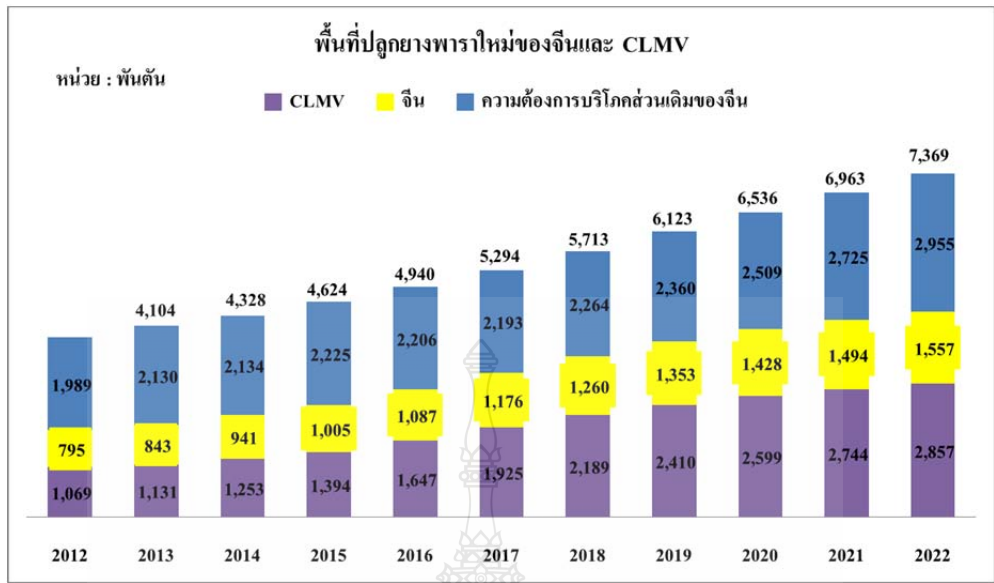
ในด้านของการส่งออก ประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และประเทศนอกกลุ่มสมาชิก หนึ่งในกลุ่มสินค้าเกษตรที่สำคัญนั้น ได้แก่ “ยางพารา”

การวิจัยของศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้วิเคราะห์ถึงบทบาทการส่งออกยางพาราของกลุ่มประเทศ CLMV ที่มีเพิ่มมากขึ้นเมื่อเดือนตุลาคม 2556 ไว้ดังนี้ “ความสามารถในการพึ่งพาผลผลิตในประเทศที่อยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้จีนมีนโยบายลงทุนขยายสวนยางพาราทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่นคงด้านอุปทานให้อุตสาหกรรมของตน รัฐบาลจีนได้ตระหนักถึงปัญหาของความเสียหายที่จะเกิดขึ้นหากขาดแคลนยางพาราในประเทศ จึงได้มีการส่งเสริมให้ขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยระหว่างปี 2005 - 2012 มีการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราปีละ 260,000 ไร่ ปัจจุบันจีนจึงมีพื้นที่ปลูกยางพาราราว 6.5 ล้านไร่ นอกจากนั้น อีกทั้งยังได้ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในประเทศออกไปลงทุนในต่างประเทศผ่านยุทธศาสตร์ "Going Global" เพื่อสร้างหลักประกันต่อการจัดหายางพาราให้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศ โดยเข้าไปลงทุนในกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม หรือเรียกอีกอย่างว่ากลุ่มประเทศ CLMV ทำให้ในช่วงที่ผ่านมา พื้นที่เพาะปลูกยางพาราในกลุ่มประเทศดังกล่าวปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น โดยในช่วงปี 2006 - 2012 พื้นที่ปลูกยางพาราในกลุ่ม CLMV นั้น ได้เพิ่มขึ้นราวปีละ 1 ล้านไร่ (ภาพที่ 1.1) ทำให้ในปัจจุบันกลุ่มประเทศดังกล่าวมีพื้นที่ปลูกยางพารารวมกันมากถึง 12.2 ล้านไร่ ซึ่งจะใกล้เคียงกับไทยที่มีพื้นที่ปลูกยางพาราราว 14.7 ล้านไร่ แต่กระนั้นการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราดังกล่าว จะไม่ส่งผลกระทบต่อความต้องการนำเข้ายางพาราของจีนในตลาดโลกและจากไทย ประเทศจีนไม่สามารถเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกยางพาราได้มากนัก เพราะถึงแม้จีนจะเป็นประเทศที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ไพศาล แต่พื้นที่ที่มีสภาพอากาศเหมาะสมกับการปลูกยางกลับมีปริมาณที่จำกัด ทำให้คาดการณ์ถึงผลผลิตยางพาราที่จะออกมาในช่วง 10 ปีข้างหน้า จะยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น โดยจากข้อมูลของ International rubber study group (IRSG) องค์การศึกษาเรื่องยางระหว่างประเทศ พบว่าผลผลิตยางพาราของจีนในปี 2022 จะอยู่ที่ราว 1.5 ล้านตัน หรือคิดเป็น 21% ของความต้องการบริโภค ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อรวมผลผลิตยางพาราของกลุ่ม CLMV กับจีน ก็จะทำให้พบว่ามีผลผลิตที่ได้ยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคของจีนอีกเช่นเดียวกัน และคาดว่าจีนจะมีความต้องการนำเข้ายางพาราจากตลาดโลกราว 3 ล้านตันในปี 2022 ซึ่งมากกว่าปี 2012 ที่มีความต้องการนำเข้าเพียง 2 ล้านตัน (ภาพที่ 1.2) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราของจีนและกลุ่มประเทศ

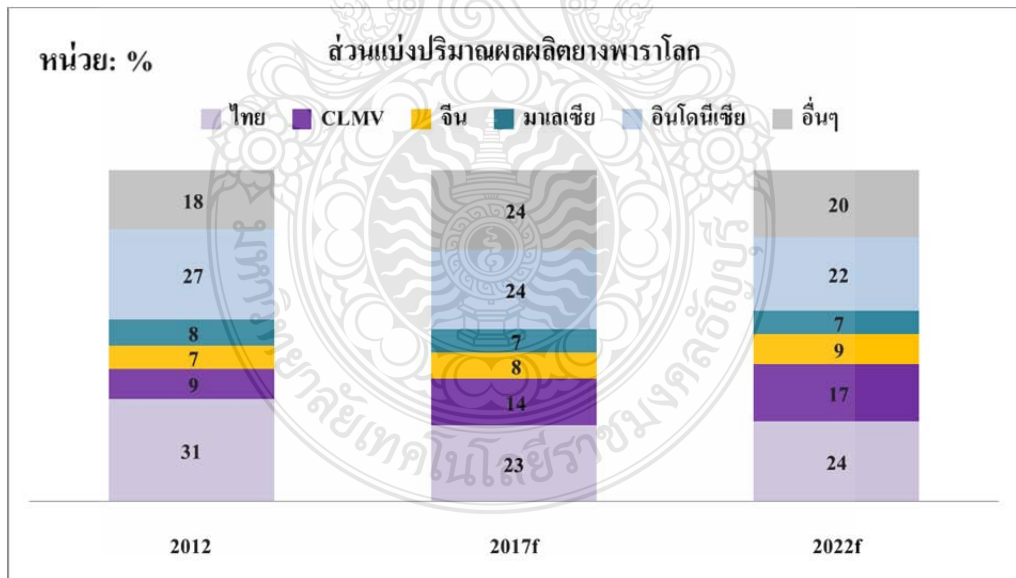
CLMV จะไม่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกยางพาราของไทยไปจีนในช่วง 10 ปีข้างหน้า แต่จะส่งผลกระทบต่อบทบาทของไทยในฐานะผู้ผลิตและส่งออกยางรายใหญ่จะถูกลดความสำคัญลง ขณะที่บทบาทของกลุ่มประเทศ CLMV จะมีมากขึ้น แม้ว่าการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราของจีนและกลุ่มประเทศ CLMV จะยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี 2006 - 2012 จะทำให้ผลผลิตยางพาราในกลุ่มประเทศดังกล่าวเพิ่มขึ้น ในช่วงปี 2013 - 2019 IRSG คาดการณ์ถึงผลผลิตยางพาราของกลุ่ม CLMV จะเพิ่มขึ้นจาก 1.1 ล้านตันในปี 2012 เป็น 2.8 ล้านตันในปี 2022 ซึ่งผลผลิตที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว จะทำให้กลุ่ม CLMV มีส่วนแบ่งปริมาณผลผลิตยางพาราในโลกเพิ่มขึ้นจาก 9% ในปี 2012 เป็น 17% ในปี 2022 ในขณะที่ไทยจะมีส่วนแบ่งปริมาณผลผลิตในโลกลดลง จาก 31% ในปี 2012 เป็น 24% ในปี 2022 (ภาพที่ 1.3) ราคาขางพาราในตลาดโลกจะไม่สามารถปรับตัวสูงขึ้นได้มากเหมือนในอดีต อีกทั้งยังทำให้ภาวะเศรษฐกิจโลกและราคาน้ำมันดิบมีอิทธิพลต่อราคาขางพาราเพิ่มขึ้น ปริมาณผลผลิตยางพาราที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ในช่วง 1 ทศวรรษหน้า โลกจะต้องเผชิญกับภาวะผลผลิตยางพาราล้นตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2013 - 2022 โลกจะมีผลผลิตส่วนเกินเฉลี่ยปีละ 162,000 ตัน แตกต่างจากช่วง 10 ปีที่ผ่านมาที่โลกประสบปัญหาการขาดแคลนยางพารา ซึ่งแม้ส่วนเกินดังกล่าวจะอยู่ในระดับต่ำ แต่ก็จะเป็นตัวสร้างแรงกดดันให้ราคาขางพาราไม่สามารถปรับตัวขึ้นไปอยู่ในระดับสูงเหมือนในอดีต (ภาพที่ 1.4) ปัจจัยที่กระทบต่อความต้องการบริโภคยางพาราโลก เช่น ภาวะเศรษฐกิจและราคาน้ำมันดิบ จะมีอิทธิพลต่อราคาขางพาราโลกเพิ่มขึ้น เนื่องจากผลผลิตในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยหากเศรษฐกิจโลกอยู่ในภาวะซบเซาหรือราคาน้ำมันดิบปรับตัวลดลง ก็จะส่งผลให้ความต้องการยางพาราในตลาดโลกปรับตัวลดลง ส่วนเกินผลผลิตยางพาราโลกปรับตัวเพิ่มขึ้น และท้ายสุดจะส่งผลให้ราคาขางพาราปรับตัวลดลง



ภาพที่ 1.1 จีนและกลุ่มประเทศ CLMV ขยายพื้นที่ปลูกยางพาราค่อนข้างมากในช่วงปี 2005 - 2012

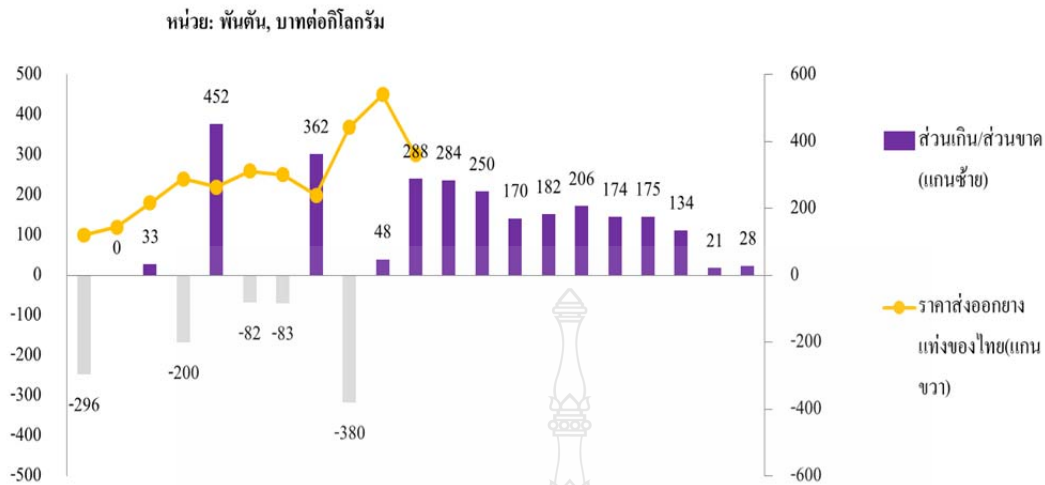


ภาพที่ 1.2 จีนยังคงต้องพึ่งพิงการนำเข้ายางพาราจากตลาดโลกและไทย แม้จะมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในช่วงที่ผ่านมา



ภาพที่ 1.3 บทบาทการเป็น supplier ยางพาราที่สำคัญของไทยในตลาดโลกปรับตัวลดลง

ราคายางพาราและส่วนเกินส่วนขาดปริมาณผลผลิตยางพาราโลก



ภาพที่ 1.4 โลกจะต้องเผชิญกับภาวะผลผลิตยางพาราล้นตลาดในช่วง 10 ปีข้างหน้า ซึ่งจะกดดันให้ราคายางพาราไม่สามารถปรับตัวสูงขึ้นเหมือนในอดีต (เกียรติศักดิ์ คำสี, 2556)

ที่มา : ภาพที่ 1.1 - 1.4 ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (www.scbeic.com)

ในปี 2556 สำนักงานงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง หรือ สกย. ได้ศึกษาถึงการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจ จะส่งผลดีในระดับอุตสาหกรรมปลายทางที่ต้นทุนการผลิตจะลดลง อันเนื่องมาจากปัจจัยด้านภาษี รวมทั้งไทยยังได้เปรียบในเรื่องของภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน การขนส่งค่อนข้างดี ซึ่งจะทำให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลางยางพาราโลกได้ไม่ยาก แต่ในช่วงแรกของการเปิดเสรีเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ประเทศไทยอาจจะได้รับผลกระทบในเรื่องของการขาดแคลนแรงงาน ต้นทุนการผลิตยางที่มีค่าสูงกว่าประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ ในอาเซียนจึงจำเป็นต้องได้รับการประชาสัมพันธ์รื้อบบให้เทคโนโลยีการปลูก การดูแลรักษา การกรีดยางที่ถูกต้อง รวมถึงแนะนำให้ปลูกในพื้นที่ที่เหมาะสม และลดการใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมี พร้อมส่งเสริมให้ปลูกยางพาราพันธุ์ใหม่ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, 2556)

แม้ว่า การส่งออกยางพาราไปจีนยังคงมีแนวโน้มที่ดี แต่ประเทศไทยยังคงได้รับผลกระทบจากการส่งออกยางพาราไปจีนในหลายด้าน ตามที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศโดยใช้ข้อมูลของประเทศคู่แข่งหลักอย่างเวียดนาม ศึกษาเปรียบเทียบ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกยางพาราไปประเทศจีน และภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและอาเซียน +3 (เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และจีน) ที่จะสามารถสร้างโอกาสให้ไทยเป็นศูนย์กลางยางพารา (HUB) เนื่องจากว่าไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่อันดับรองและเป็นผู้

กำหนดราคา อีกทั้งยังจะทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางในการผลิตอุตสาหกรรมปลายน้ำของยางพาราและอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปยางพาราอีกทางหนึ่งด้วย โดยจะเลิกไปที่การส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้นที่ 3 เป็นยางที่แห้ง รมควันสุกสม่ำเสมอ เหนียวแน่นดี ยืดหยุ่นดี ไม่มีจุดและแฉิม สิ่งเจือปนอื่น ๆ เป็นคำนิยามจนเป็นที่รังเกียจ คือ รวมกันแล้วไม่เกิน 10% ของแผ่นคุณภาพเหมือนยางแท่ง STR 20

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน

1.2.3 เพื่อหาแนวทางเพิ่มศักยภาพในการส่งออกยางพาราให้มีประสิทธิภาพ และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้นที่ 3

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย

1.3.2 ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย

1.3.3 ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการอ่อนตัวของค่าเงินบาท

1.3.4 ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว (TOCOM)

1.3.5 ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย มีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในจีน

1.3.6 ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน

1.3.7 ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของเวียดนาม

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 เนื้อหาของการศึกษาในครั้งนี้ จะพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปจีน โดยยางพาราที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ สิ้นค้ารหัส Harmonize System HS-CODE 4001 โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาเป็นรายเดือน

1.4.2 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการรวบรวมเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2554 ถึง เดือนมิถุนายน 2557

1.4.3 ประชากร (Population) คือ ปริมาณการส่งออกยางพารา ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ Harmonize System HS-CODE 4001

1.4.4 กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) คือ ปริมาณการส่งออกยางพาราที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ สิ้นค้ารหัส Harmonize System HS-CODE 4001 ปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 พิกัดศุลกากร 4001210309 ในช่วง ระยะเวลาเริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557 รวม 36 เดือน

1.4.5 การวิเคราะห์ความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราของ ไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ เวียดนาม โดยใช้ข้อมูลรายเดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557 รวม 36 เดือน

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

ยางแผ่นรมควัน หมายถึง ยางดิบผ่านกระบวนการทำให้แห้งและรมควัน การรมควัน หมายถึง การนำยางแผ่นที่ผ่านการรีดดอกเรียบร้อยแล้ว ไปรมควันใน โรงรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ ยางแผ่นที่รมควันนั้นแห้งสนิท ยางแผ่นที่ผ่านการรมควันแล้ว เรียกว่ายางแผ่นรมควัน (Ribbed Smoked Sheet)

ผลิตภัณฑ์ยางแผ่นรมควันพื้นฐานแบ่งได้เป็น 5 เกรดหลัก ๆ คือ ยางแผ่นรมควันชั้น 1,2,3,4 และ 5 โดยการแบ่งเกรดนั้น จะใช้คุณภาพยางแต่ละประเภทและความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ยางแผ่นรมควันถูกใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่าง ๆ มากมาย เช่น ยางรถยนต์ สายพาน ลำเลียง ท่อยาง

มาตรฐานของแผ่นรมควันของประเทศไทยนั้น กำหนดเอายางแผ่นรมควันชั้น 3 เป็นเกณฑ์ ในการตัดสิน ซึ่งยางแผ่นรมควันชั้น 3 คุณภาพเท่ากับยางแท่ง STR 20 ส่วนยางแผ่นรมควันคุณภาพ ดีกว่า ก็พิจารณาให้เป็นยางแผ่นรมควันชั้น 1 หรือ 2 แต่ถ้าคุณภาพเลวกว่า ก็พิจารณาให้เป็นยางแผ่น รมควันชั้น 4, 5 หรือเป็นยางดำชั้น (Burok) สิ่งสำคัญที่จะช่วยกำหนดว่ายางนั้นควรอยู่ชั้นไหน คือ

- 1) ฟองอากาศและสิ่งสกปรก ซึ่งภาษาของการคัดชั้นยาง เรียกว่า จุดและแต้ม
- 2) สีและความสม่ำเสมอของสี ไม่มีราสีแดง
- 3) ไม่มีสิ่งปลอมปน
- 4) การใช้น้ำและน้ำกรดถูกส่วน (ชนิดของยางพารา, 2555)

ยางแผ่นรมควันชั้น 3 หมายถึง ยางที่แห้ง รมควันสุกสม่ำเสมอ เหนียวแน่นดี ยืดหยุ่นดี ไม่มีจุดและแต้ม สิ่งเจือปนอื่น ๆ เป็นตำหนิมากจนเป็นที่รังเกียจ คือ รวมกันแล้วไม่เกิน 10% ของแผ่นคุณภาพเหมือนยางแท่ง STR 20 (ผลิตภัณฑ์ยางของ อ.ส.ย.) (พงษ์ธร แซ่ฮุย, 2548)

อัตราแลกเปลี่ยน (Foreign exchange rate) หมายถึง ราคาของเงินสกุลหนึ่งเมื่อคิดเทียบกับเงินตราต่างประเทศ ซึ่งมีทั้งอัตราซื้อและอัตราขายเงินตราต่างประเทศ แต่ในกรณีที่ได้รับรายได้จากการขายสินค้าให้ต่างประเทศจะใช้อัตราซื้อที่เป็นเงินโอน เช่น 30.3361 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ ณ วันที่ 5 กรกฎาคม 2554 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2554)

ปริมาณการส่งออกยางพารา หมายถึง จำนวนหรือน้ำหนัก (เมตริกตัน) ของยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่ส่งออกไปในแต่ละเดือนหรือปี

ตลาดสินค้าล่วงหน้า หมายถึง ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย (Agricultural Futures Exchange of Thailand : AFET) ตลาดสินค้าล่วงหน้าสิงคโปร์ (The Singapore Commodity Exchange : SICOM) และตลาดสินค้าล่วงหน้าโตเกียว (The Tokyo Commodity Exchange : TOCOM) (ศูนย์พัฒนาความรู้ การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า)

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product) หมายถึง มูลค่าตลาดของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ถูกผลิตในประเทศในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ โดยไม่คำนึงว่าผลผลิตนั้นจะผลิตขึ้นมาด้วยทรัพยากรของชาติใด (ขนิษฐา มีสนาม, 2555)

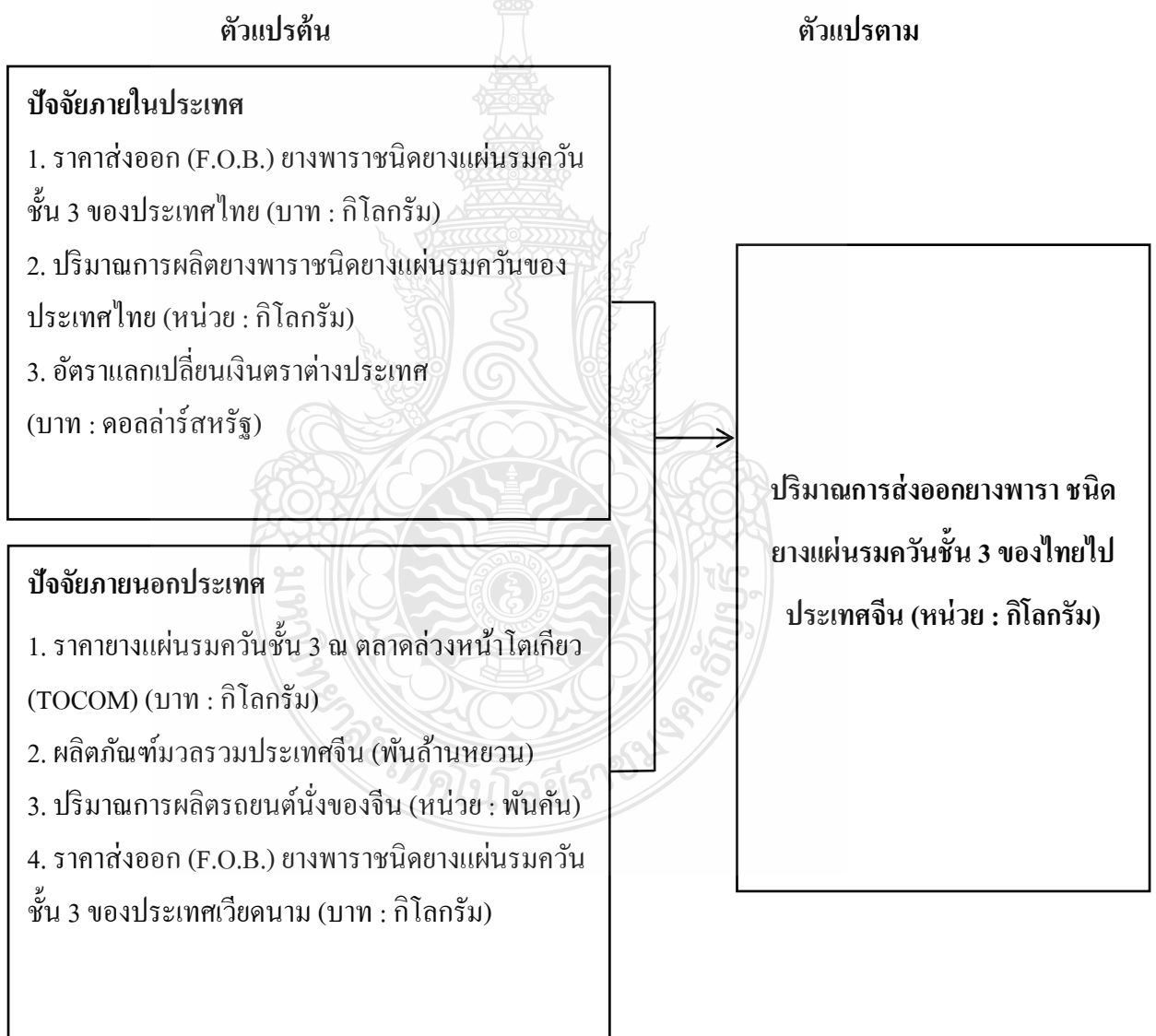
กลุ่มประเทศ CLMV หมายถึง กลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม เป็นประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่มีแนวโน้มเศรษฐกิจโตอย่างต่อเนื่องและมีแร่ธาตุทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ และยังมีค่าจ้างแรงงานไม่สูงนัก กลุ่มประเทศ CLMV จึงเป็นประเทศที่นักลงทุนให้ความสนใจในการเข้าไปดำเนินธุรกิจจำนวนมาก (บทความ AEC สำคัญที่ควรอ่าน, 2555)

ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่ง หมายถึง ปริมาณการผลิตรถยนต์ส่วนบุคคล หรือรถยนต์ที่ออกแบบเพื่อใช้สำหรับนั่งเป็นปกติวิสัย รวมถึงรถยนต์อื่นในลักษณะทำนองเดียวกัน อาทิเช่น รถยนต์ที่มีหลังคาติดต่อกันเป็นเนื้อเดียวกันในลักษณะถาวรด้านข้าง หรือด้านหลังคนขับมีประตูหรือหน้าต่าง และมีที่นั่ง ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีที่นั่งเท่าใด (กรมสรรพสามิต)

ราคาส่งออก F.O.B. หมายถึง ราคาของสินค้าที่ยังไม่ได้รวมค่าระวาง และค่าประกันภัย (พลพจน์, 2549)

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หมายถึง การรวมตัวของชาติในอาเซียน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ มีรูปแบบคล้าย Euro Zone ที่ให้ผลประโยชน์ในด้านอำนาจต่อรองต่าง ๆ กับประเทศคู่ค้าให้มีเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการนำเข้า-ส่งออกของชาติในอาเซียนจะเป็นไปอย่างเสรี ยกเว้นสินค้าบางชนิดที่แต่ละประเทศอาจจะขอไว้ไม่ลดภาษีนำเข้า (ทัศนีย์วรรณ ภูผ่าน, 2555)

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

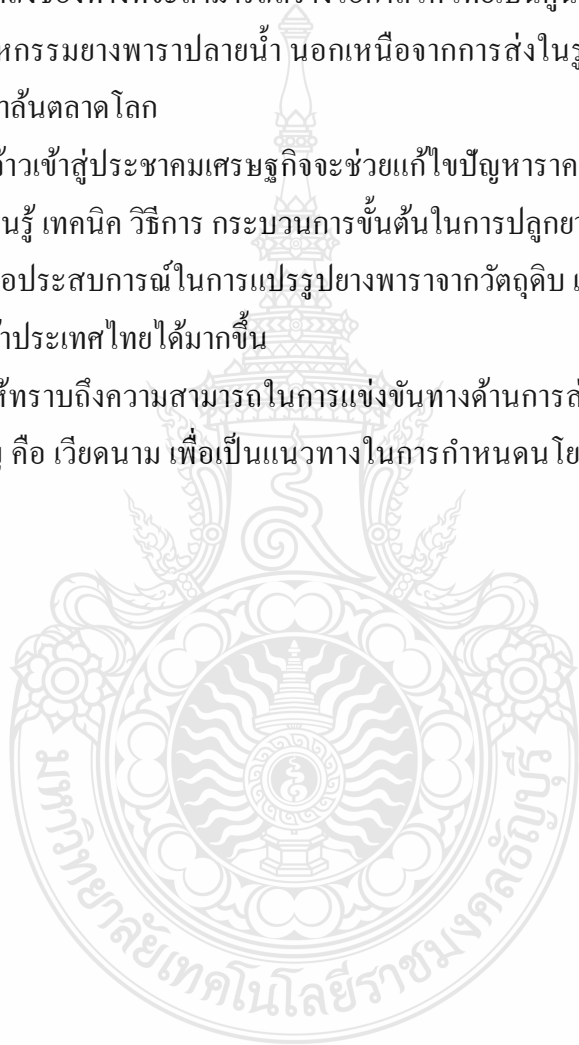
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรมยางแผ่นรมควันชั้น 3 และผู้ส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่จะใช้ปัจจัยที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปพิจารณาร่วมกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดการส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน เพื่อการขยายตลาดและรักษาส่วนแบ่งตลาดในประเทศจีน

1.7.2 ศึกษาถึงช่องทางที่จะสามารถสร้างโอกาสให้ไทยเป็นศูนย์กลางของการส่งออก และพัฒนาการผลิตอุตสาหกรรมยางพาราปลายน้ำ นอกเหนือจากการส่งในรูปแบบยางแผ่นดิบ เพื่อลดปัญหาปริมาณยางพาราล้นตลาดโลก

1.7.3 การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจจะช่วยแก้ไขปัญหาราคายางที่ไม่มีเสถียรภาพ และโอกาสแลกเปลี่ยน เรียนรู้ เทคนิค วิธีการ กระบวนการขั้นต้นในการปลูกยางพาราตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ถ่ายทอดความรู้หรือประสบการณ์ในการแปรรูปยางพาราจากวัตถุดิบ เป็นผลิตภัณฑ์ยางพาราที่สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศไทยได้มากขึ้น

1.7.4 ทำให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกยางพาราของไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ เวียดนาม เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายพัฒนายางพาราอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

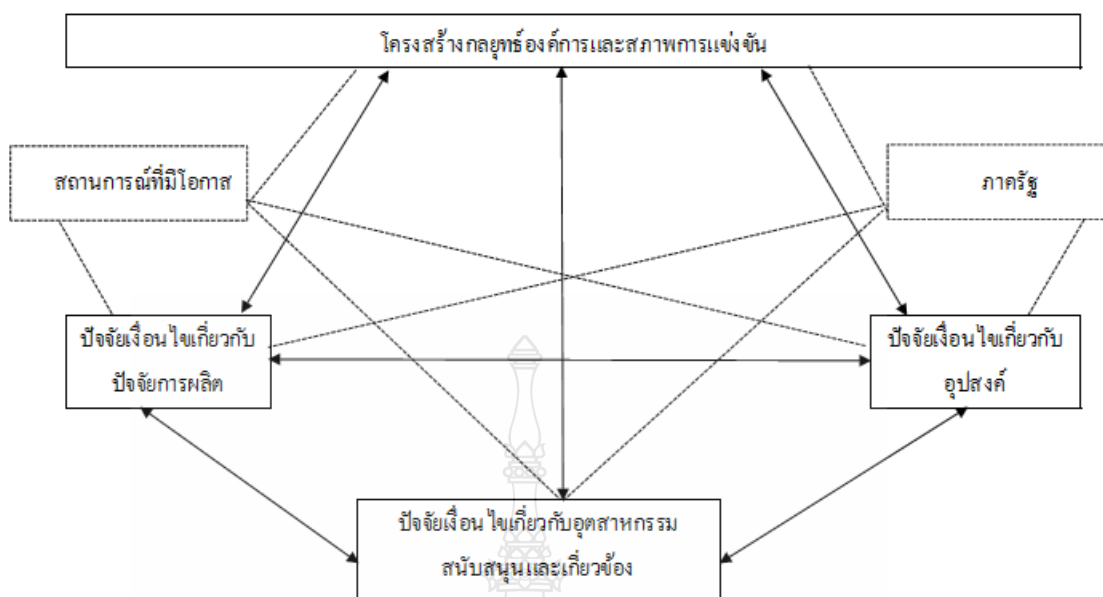
การศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งออกทางพาณิชย์รายวันผ่านวันขึ้น 3 ไปประเทศจีน ผู้วิจัย ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี สภาพทั่วไปของการผลิต การตลาดการส่งออกทางพารา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ โดย ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ (Michael E. Porter)
2. ทฤษฎีความได้เปรียบสมบูรณ์
3. กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ
4. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ASEAN Economic Community-AEC
5. แนวคิดเรื่องตลาดสินค้าโภคภัณฑ์พารา
6. สภาพทั่วไปทางการผลิต การตลาด และการส่งออกพาราไทย
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ โดย ไมเคิล อี. พอร์เตอร์

(Michael E. Porter)

ประเทศใดจะมีสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้นั้น จะต้องเริ่มจากภายในประเทศมีความได้เปรียบจากการแข่งขัน ซึ่งแต่ละประเทศจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นความถนัดของประเทศนั้น ๆ



ภาพที่ 2.1 ระบบเพชรที่สมบูรณ์
ที่มา : จุฑารัตน์ พรหมทัต (2553, น.12-15 อ้างถึงใน นงนุช อังยูริกุล, 2551)

จากภาพที่ 2.1 ระบบเพชรที่สมบูรณ์ ประกอบไปด้วย ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม 4 ปัจจัยและปัจจัยกระทบอีก 2 ปัจจัยซึ่งจะต้องพิจารณาดังต่อไปนี้ (จุฑารัตน์ พรหมทัต, 2553)

1) สถานะด้านปัจจัยการผลิต ทางด้านทรัพยากรบุคคล ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติ และทุน รวมถึงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ซึ่งส่งผลให้การผลิตสินค้ามีประสิทธิภาพสูงสุด แต่การเพิ่มปัจจัยการผลิตก็จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิตเช่นกัน ดังนั้นแต่ละประเทศจึงควรพิจารณาว่าประเทศนั้น ๆ มีความได้เปรียบในด้านอะไรบ้าง

บางพาราของไทยมีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีแหล่งวัตถุดิบชั้นดีอยู่ในพื้นที่ โรงงานแปรรูปส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในภาคใต้ มีท่าเรือสงขลาช่วยให้ประหยัดต้นทุนค่าขนส่ง ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาลให้บางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจ แต่การขาดแคลนทางด้านเงินทุน คุณภาพการผลิตที่ยังคงไม่สม่ำเสมอหรือการขาดทักษะในการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างยากลำบาก อีกทั้งการส่งออกไปต่างประเทศ ที่มีผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์บางส่วนส่งออกผ่านทางท่าเรือกรุงเทพฯ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางช่องทางนี้มูลค่าสูง ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงตามไปด้วย

2) สถานะด้านอุปสงค์ เมื่ออุปสงค์ภายในประเทศที่มีจำกัดแล้วนั้น ทำให้ธุรกิจต้องมองหาตลาดใหม่เพื่อสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อความได้เปรียบของธุรกิจและมีโอกาสในการออกไปแข่งขันในต่างประเทศได้

ตลาดยางพาราในประเทศมีศักยภาพที่เพิ่มมากขึ้นอีกทั้งตลาดต่างประเทศยังมีแนวโน้มที่ดี ซึ่งความต้องการของลูกค้าแล้วแต่มีส่วนในการพัฒนาด้านคุณภาพ ผลิตรถยนต์ การปลูกให้ดียิ่งขึ้น ๆ ไป อย่างไรก็ตามแม้ว่าไทยเราจะเป็นประเทศผู้ผลิตมากเป็นอันดับหนึ่งของโลกแต่ประเทศผู้ซื้อมีบทบาทในการกำหนดราคายางมากกว่า

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและเกี่ยวพันกัน ธุรกิจจะต้องพิจารณาถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับ การดำเนินงาน อาทิเช่น ผู้ขายวัตถุดิบ ผู้ขนส่งสินค้า หรือลูกค้าต่างๆซึ่งไม่จำเป็นจะต้องมีอยู่แค่เพียงภายในประเทศเท่านั้น แต่สามารถหาแหล่งวัตถุดิบหรือสิ่งอื่นใดในการดำเนินงานที่มีคุณภาพและราคาถูกลงกว่า จากต่างประเทศได้เช่นกัน

อุตสาหกรรมเดียวกันทำให้เกิดตลาดกลางยางพารา อีกทั้งหน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา ที่พร้อมจะสนับสนุนด้านต่าง ๆ แต่กระนั้นปัญหาทางด้านการประสานงานกันยังไม่ดีเท่าที่ควรและขาดความร่วมมือกันระหว่างผู้ผลิต ขาดระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยง รวมธุรกิจขนส่ง มีราคาต้นทุนการส่งออกที่สูงและมีแนวโน้มว่าจะสูงยิ่งขึ้น ยังคงเป็นจุดอ่อนของอุตสาหกรรมยางพาราไทย

4) กลยุทธ์ โครงสร้างอุตสาหกรรม และการแข่งขันของบริษัท ที่จะส่งผลกระทบต่อระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศโดยรวม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศส่วนหนึ่งนั้นเกิดมากจากความสำเร็จในการใช้กลยุทธ์ของธุรกิจนั่นเอง

ในแบบจำลองเพชรนอกจากปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าว ยังมีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบ ได้แก่ ภาครัฐ และสถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ ดังนี้

1) ภาครัฐ จะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทั้งในด้านเป็นผู้รับผลจากการเคลื่อนไหวของปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าว และจะเป็นผู้สร้างผลกระทบต่อปัจจัยสำคัญทั้ง 4 โดยการกำหนดมาตรการจากนโยบายต่าง ๆ ของรัฐ ทั้งนโยบายด้านการผลิต ด้านการค้าทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ และข้อตกลงระหว่างประเทศ ตลอดจนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อการเกษตรและนอกภาคเกษตร

2) สถานการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจเป็นพลวัตที่มีการขับเคลื่อนอยู่ตลอดเวลาภายใต้ปัจจัยกระทบที่ไม่สามารถควบคุมได้ ในการพิจารณาความได้เปรียบในการ

แข่งขัน พบว่า ถ้าสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปที่เกิดขึ้นแล้วอุตสาหกรรมในประเทศสามารถใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ก็จะเปรียบในการแข่งขันเหนือประเทศอื่นที่ไม่สามารถได้รับประโยชน์จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

จากการศึกษาของ จุฑารัตน์ พรหมทัต (2553) ที่ได้ศึกษาถึงระบบเพชรที่สมบูรณ์และวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันนั้นพบว่า ยางแผ่นรมควันของไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันของการส่งออกมากกว่าประเทศคู่แข่งรายอื่น คือ ในด้านปัจจัยการผลิตยางแผ่นรมควัน ประเทศไทยมีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการยางแผ่นรมควัน นอกจากนี้แรงงานภาคเกษตรของไทยมีความเชี่ยวชาญในการผลิตยางแผ่นรมควันเป็นอย่างมาก จึงทำให้การผลิตยางแผ่นรมควันของไทยมีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ นอกจากนี้ด้านอุปสงค์ในประเทศและด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้องนั้น จะเห็นว่าผู้บริโภคโลกมีความต้องการใช้ยางแผ่นรมควันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยาง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่สูงขึ้น หากมีความต้องการยางแผ่นรมควันในประเทศและมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้องกันจำนวนมาก จะทำให้ไทยมีศักยภาพของกำลังการผลิตที่มีคุณภาพและได้ผลิตภัณฑ์ยางพาราเพื่อการส่งออกเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สามารถส่งออกยางแผ่นรมควันไปยังประเทศต่าง ๆ ได้จำนวนมากขึ้น อีกทั้งไทยยังมีความเชี่ยวชาญในการผลิตยางแผ่นรมควันมาก ทำให้ผู้ผลิตในประเทศมีการแข่งขันกันมากอย่างส่งผลให้สินค้ามีคุณภาพดีขึ้น นอกจากนี้ ภาครัฐของไทยยังวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพารา สนับสนุนการวิจัยและพัฒนายางพาราให้มีประสิทธิภาพทั้งการผลิตและการส่งออกมากขึ้น แม้ว่ายางแผ่นรมควันของไทย จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าประเทศคู่แข่งอื่น ๆ แต่ยังมีข้อเสียเปรียบในด้านเทคโนโลยีด้านการผลิตที่มีความล้ำสมัย เมื่อเทียบกับต่างชาติ นอกจากนี้ไทยยังมีต้นทุนขนส่งยางพาราไปประเทศจีนที่มีราคาสูง เนื่องจากส่วนใหญ่มีการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีนผ่านด่านศุลกากรป่าดงเบงชาร์มากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งมีระยะทางไกลเมื่อเทียบกับประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศจีน อย่างเวียดนาม รวมถึงการขนส่งทางเรือที่ถึงแม้จะขนส่งได้จำนวนมาก แต่ก็ยังมีความล่าช้า (จุฑารัตน์ พรหมทัต, 2553, น.103-104)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ประเทศไทยจะเป็นผู้ส่งออกยางแผ่นรมควันรายใหญ่ของโลก แต่ราคาก็ยังคงถูกกำหนดโดยผู้ซื้อน้อยราย อีกทั้งการที่ประเทศชาติท่าเรือที่ดีในการส่งออกไปยังต่างประเทศเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย หรือเวียดนามที่มีพื้นที่ติดต่อกัน และใกล้เคียงกับประเทศจีน นอกจากนี้ยางธรรมชาติที่ส่งออกในรูปแบบวัตถุดิบหรือยางแปรรูป ยังคงต้องพึ่งพาตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ทำให้มีความเสี่ยงในด้านราคาและเสียโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่ม

2.2 ทฤษฎีความได้เปรียบสมบูรณ์

เป็นทฤษฎีแรกของกลุ่มแนวความคิดทางการค้าระหว่างประเทศ จากแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ อคม สมิธ สืบเนื่องจากความคิดในเรื่องการแบ่งงานกันทำ คือหากประเทศใดถนัดในการผลิตสินค้าในด้านใดก็ควรจะผลิตสินค้านั้นแล้วนำมาแลกเปลี่ยนกัน ข้อสมมุติที่สำคัญของทฤษฎีความได้เปรียบสมบูรณ์ คือสินค้าที่ขายใช้ปัจจัยในการผลิตสินค้าเป็นส่วนใหญ่เพียงอย่างเดียว และประสิทธิภาพการทำงานของคนจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบที่สำคัญ นอกจากนี้แล้วสภาพความแตกต่างระหว่างประเทศอื่น ๆ ก็อาจมีความสำคัญด้วย สำหรับการประเมินสถานการณ์อย่างพาราประเทศไทยมีความได้เปรียบ ดังนี้ (พัฒนา นอร์ สิริสุวัฒน์ และ ชีรศักดิ์ จินดาบด, 2556)

ยางพาราเป็นพืชที่มีศักยภาพ มีโอกาสในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้เป็นผลิตภัณฑ์ยางได้หลากหลาย

เป็นพืชที่ช่วยลดภาวะโลกร้อน โดยช่วยดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศ เป็นพืชที่มีศักยภาพนำไปจัดทำเป็นโครงการ Clean Development Mechanism (CDM) หรือสามารถขายคาร์บอนเครดิตภายใต้ตลาดแบบสมัครใจ (Voluntary market)

การปลูกสร้างสวนยางได้ผลผลิตไม้ยางพาราสามารถใช้ทดแทนไม้จากป่าธรรมชาติ เสริมสร้างความมั่นคงให้กับอุตสาหกรรมไม้แปรรูปและเฟอร์นิเจอร์ไม้

ประเทศไทยมีสภาพพื้นที่และภูมิศาสตร์เหมาะสมต่อการปลูกยางพาราจำนวนมาก มีเทคโนโลยีการผลิตยางพาราที่ก้าวหน้า สามารถเพิ่มผลผลิตได้ทั้ง โดยเพิ่มพื้นที่ปลูกและเพิ่มผลผลิตต่อหน่วยพื้นที่

เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่ในภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีภูมิปัญญาและประสบการณ์ในการทำสวนยางมานาน

มีความหลากหลายของการแปรรูปยางดิบที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ยาง

มีกฎหมายและหน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริมการปลูก การวิจัยและพัฒนายาง โดยเฉพาะและมีเงินทุนสนับสนุนในการปลูกและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง

2.3 กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

2.3.1 กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Foreign market entry strategy) หมายถึง การที่ธุรกิจแสวงหาทางเลือกในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการส่งออกสินค้า (Exporting) การนำเข้าสินค้า (Importing) การให้สิทธิอนุญาตในการทำธุรกิจ (Licensing) หรือ การลงทุนทางตรงระหว่างประเทศ (Foreign Direct Investment : FDI) กลยุทธ์ใน

การเลือกประกอบธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัทต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นอย่างหลากหลายและสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

1) กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้า (Transactions that involve the trade of products) เป็นกิจกรรมด้านการค้าระหว่างประเทศ ในลักษณะที่เป็นการใช้ประเทศของตนเป็นฐานในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ (Home-based international trade) กลยุทธ์เข้าสู่ตลาดต่างประเทศในลักษณะนี้ ประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การส่งออก การจัดหาสินค้า หรือบริการจากหน่วยงานภายนอกในระดับโลก (Global sourcing) และการค้าต่างตอบแทนระหว่างประเทศ (Countertrade)

ข้อแตกต่างที่สำคัญของการส่งออกกับการจัดหาสินค้าหรือบริการจากภายนอกก็คือ การส่งออก (Export) เป็นธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำสินค้าและบริการเข้ามาภายในประเทศ (Inbound) ทว่าไม่ว่าจะเป็นการค้าในรูปแบบของการส่งออกหรือจัดหาสินค้าหรือบริการจากต่างประเทศ ธุรกรรมจะมีขั้นตอนและกระบวนการในการบริหารงานที่เพิ่มขึ้นแตกต่างไปจากการบริหารธุรกิจโดยทั่วไปภายในประเทศ

2) กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำสัญญาแลกเปลี่ยนด้านบริการ (Transactions that involve contractual exchanges of services) เป็นความสัมพันธ์ของธุรกิจในรูปแบบของการเข้าทำสัญญา ซึ่งโดยทั่วไปหมายถึง การทำสัญญาเพื่อให้สิทธิหรือเป็นการอนุญาตให้ใช้สิทธิการผลิตและการให้สิทธิทางการค้า (Licensing and franchising)

3) กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน โดยการเข้าเป็นเจ้าของในกิจการต่างประเทศ (Transactions based on investment equity ownership in foreign-based enterprise) โดยทั่วไปหมายถึง การลงทุนทางตรงระหว่างประเทศ (Foreign direct investment : FDI) หรือ การร่วมลงทุนในลักษณะที่มีพันธมิตรทางการค้าเข้าร่วมหุ้นกัน (Equity-based collaborative ventures) กลยุทธ์ประเภทนี้ จะมีความแตกต่างกับกลยุทธ์ประเภทที่ 1 เป็นอย่างมาก เนื่องจากกลยุทธ์การลงทุนโดยการเป็นเจ้าของกิจการต่างประเทศจำเป็นต้องมีการจัดตั้งองค์กรธุรกิจขึ้นมาใหม่ในต่างประเทศ เช่น การลงทุนตั้งโรงงาน การจัดตั้งสาขา หรือบริษัทลูกในต่างประเทศ ซึ่งอาจดำเนินการ โดยรวมถึงการเป็นพันธมิตรทางการค้าหรือหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Collaborative venture หรือ joint venture) กับกิจการในต่างประเทศที่สนใจเข้าร่วมลงทุนในบริษัทที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่

สำหรับกลยุทธ์การส่งออกนั้น เป็นรูปแบบการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศแบบง่ายที่สุด โดยที่วิสาหกิจขนาดย่อมหรือขนาดเล็กรวมจะมีการเลือกทำเพียงกิจกรรมด้านด้านการผลิตและการตลาด หรือการจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในประเทศของตน แล้วแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายขึ้นในต่างประเทศ หรือถ้าหากไม่สามารถทำกิจกรรมในตลาดต่างประเทศได้ครบทั้งหมด อย่างน้อยที่สุด ธุรกิจข้ามชาติขนาด

ใหญ่ควรจะต้องตั้งสำนักงานสาขาหรือบริษัทย่อยในการกระจายสินค้าขึ้นเองในประเทศแทน (ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ, 2555, น.175-177)

2.3.2 กลยุทธ์การส่งออก (Export)

กลยุทธ์การส่งออก (Export) เป็นการที่บริษัทเลือกที่จะส่งออกสินค้าหรือบริการโดยไม่ต้องเผชิญกับคู่แข่งที่สำคัญตลอดจนแรงกดดันจากการลดต้นทุนในตลาดต่างประเทศ ในกลยุทธ์นี้ธุรกิจจะมีมุมมองในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศก็เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายของสินค้าที่ผลิตในประเทศเท่านั้น โดยสินค้าจะมีรูปแบบที่ตอบสนองและพัฒนาขึ้นจากความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเป็นหลัก การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศมีวัตถุประสงค์ก็เพื่อการขยายวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ให้ยาวนานขึ้น โดยที่บริษัทไม่ได้คาดหวังในการที่จะได้รับความรู้ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศมากนัก และมองว่าธุรกิจระหว่างประเทศเป็นโอกาสในการนำเข้าสู่สินค้าภายในประเทศไปเพิ่มยอดขายในต่างประเทศเท่านั้น อย่างไรก็ตาม กิจกรรมที่ดำเนินกลยุทธ์ระหว่างประเทศนั้น บริษัทผู้ส่งออกจะไม่มีอำนาจในการควบคุมอย่างเต็มที่ในเรื่องของกลยุทธ์การตลาดและการผลิตสินค้าสำหรับในต่างประเทศ (ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ, 2555, น.158)

ข้อดีและข้อด้อยของกลยุทธ์การส่งออก

ดังที่กล่าวมาแล้ว กลยุทธ์การส่งออกเป็นวิธีการที่ง่ายที่สุด เกิดค่าใช้จ่ายที่น้อยที่สุด และมีความเสี่ยงต่ำจึงทำให้องค์กรธุรกิจในระดับต่าง ๆ นิยมใช้การส่งออกเป็นกลยุทธ์ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศมาตั้งแต่อดีตจวบจนกระทั่งปัจจุบัน นอกจากนี้กลยุทธ์การส่งออกยังมีข้อได้เปรียบอื่น ๆ อีกหลายประการ อาทิเช่น

- เป็นการเพิ่มยอดขายของบริษัท เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และเพิ่มสัดส่วนของกำไรให้แก่กิจการมากขึ้นจากเดิมที่บริษัทได้รับจากการทำธุรกิจภายในประเทศ
- ก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดของกิจการ ทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยได้
- เป็นการเพิ่มฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น และเป็นการลดการพึ่งพาตลาดภายในประเทศ
- ปรับปรุงความต้องการของสินค้าผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าที่มีฤดูกาลหรือมีวัฏจักรในการจำหน่าย เช่น ธุรกิจอาจทำการส่งออกสินค้าเพื่อชดเชยยอดขายในช่วงที่ความต้องการบริโภคภายในประเทศลดลงอันเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย โดยหันมาเน้นการส่งออกไปยังประเทศที่มีภาวะเศรษฐกิจเติบโตแทน

- มีความยืดหยุ่นในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เมื่อเทียบกับกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศแบบอื่น ๆ เนื่องจากธุรกิจสามารถถอนหรือยกเลิกกลยุทธ์การส่งออกได้โดยง่ายและทันที

- เกิดค่าใช้จ่ายในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศระดับต่ำ เนื่องจากธุรกิจไม่ต้องไปลงทุนจัดตั้งหน่วยธุรกิจใหม่ในต่างประเทศ เนื่องจากธุรกิจไม่ต้องไปลงทุนจัดตั้งหน่วยธุรกิจใหม่ในต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถใช้กลยุทธ์การส่งออกเป็นการทดสอบตลาดใหม่ ก่อนที่จะตัดสินใจเข้าสู่ตลาดต่างประเทศใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีข้อมูลเพียงพอทำให้ความเสี่ยงของธุรกิจลดลง

- เป็นวิธีการที่จะได้ใช้ประโยชน์จากศักยภาพและทักษะของตัวแทนจำหน่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่อยู่ในต่างประเทศ

ในขณะที่กลยุทธ์การส่งออกมีจุดเด่นที่มีความเสี่ยงและค่าใช้จ่ายของธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ ทำให้การส่งออกเป็นที่นิยมและมีความเหมาะสมกับกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอย่างยิ่ง แต่ข้อเสียเปรียบของกลยุทธ์การส่งออกอาจเกิดขึ้นได้หลายประการด้วยกัน โดยข้อจำกัดบางประการของกลยุทธ์การส่งออก อาทิเช่น

- ไม่มีการออกไปจัดตั้งหน่วยธุรกิจขึ้นมาใหม่ในต่างประเทศ ทำให้ฝ่ายบริหารมีโอกาสน้อยที่จะทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค มีข้อจำกัดในการศึกษาถึงคู่แข่งและลักษณะเฉพาะต่าง ๆ ของตลาดในแต่ละประเทศ ดังนั้นจึงทำให้การส่งออกของบริษัทอาจไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเพียงพอทั้งด้านโอกาสและอุปสรรคในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

- การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จจากกลยุทธ์การส่งออกได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยศักยภาพและความสามารถของบริษัทที่จะรองรับภารกิจต่าง ๆ ด้านการส่งออกที่เพิ่มขึ้นได้ อาทิ การที่ต้องจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญด้านการทำการค้าระหว่างประเทศเข้ามาร่วมงาน นอกจากนี้ผู้บริหารต้องสนใจที่จะเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับขั้นตอนต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งออกที่เกี่ยวข้อง เช่น การใช้บริการขนส่งระหว่างประเทศ เอกสารส่งออก อัตราแลกเปลี่ยน และเทคนิคหรือวิธีการด้านการเงินใหม่ ๆ ซึ่งความจำเป็นเหล่านี้ เป็นสิ่งที่บริษัทต้องจัดเตรียมไว้สำหรับการนำกลยุทธ์การส่งออกมาใช้ให้เกิดผลสำเร็จ

- การส่งออกมีอุปสรรคขัดขวางด้านภาษี และข้อกีดกันทางการค้าจากประเทศที่นำเข้า ตลอดจนการเผชิญความเสี่ยงที่เกิดจากภาวะผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมากที่สุด ซึ่งปริมาณการส่งออกของธุรกิจจะได้รับผลกระทบอย่างมาในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนมีแนวโน้มที่จะทำให้สินค้าที่ส่งออกมีราคาเพิ่มสูงขึ้นในตลาดต่างประเทศ

- ปัญหาอื่น ๆ เช่น เกิดการปลอมแปลงและการลอกเลียนแบบสินค้าที่ส่งออกไปต่างประเทศ หากสินค้านั้นเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ดังจะเห็นได้จากการระบาดของสินค้าปลอมหรือเลียนแบบในประเทศจีน เวียดนาม อินโดนีเซีย มีจำนวนมาก เป็นต้น (ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ, 2555, น. 179)

2.4 ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ASEAN Economic Community-AEC

2.4.1 ประวัติความเป็นมาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ASEAN Economic Community - AEC

AEC เป็นการพัฒนามาจากการเป็น สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of South East Asian Nations : ASEAN) ก่อตั้งขึ้นตามปฏิญญากรุงเทพฯ (Bangkok Declaration) เมื่อ 8 สิงหาคม 2510 โดยมีประเทศผู้ก่อตั้งแรกเริ่ม 5 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ต่อมาในปี 2527 บรูไน ก็ได้เข้าเป็นสมาชิก ตามด้วย 2538 เวียดนาม ก็เข้าร่วมเป็นสมาชิก ต่อมา 2540 ลาวและพม่า เข้าร่วม และปี 2542 กัมพูชา ก็ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก ลำดับที่ 10 ทำให้ปัจจุบันอาเซียนเป็นกลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาคขนาดใหญ่ มีประชากร รวมกันเกือบ 500 ล้านคน

จากนั้นในการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 9 ที่อินโดนีเซีย เมื่อ 7 ต.ค. 2546 ผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียน ได้ตกลงกันที่จะจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ซึ่งประกอบด้วย 3 เสาหลัก คือ

- 1) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC)
- 2) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (Socio-Cultural Pillar)
- 3) ประชาคมความมั่นคงอาเซียน (Political and Security Pillar)

คำขวัญของอาเซียน คือ “One Vision, One Identity, One Community” หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งอัตลักษณ์ หนึ่งประชาคม

เดิมกำหนดเป้าหมายที่จะตั้งขึ้นในปี 2563 แต่ต่อมาได้ตกลงกันเลื่อนกำหนดให้เร็วขึ้นเป็นปี 2558 และก้าวสำคัญต่อมาคือการจัดทำปฏิญญาอาเซียน (ASEAN Charter) ซึ่งมีผลใช้บังคับแล้วตั้งแต่เดือนธันวาคม ปี 2552 นับเป็นการยกระดับความร่วมมือของอาเซียนเข้าสู่มิติใหม่ในการสร้างประชาคม โดยมีพื้นฐานที่แข็งแกร่งทางกฎหมายและมีองค์กรรองรับการดำเนินการเข้าสู่เป้าหมายดังกล่าวภายในปี 2558

ปัจจุบันประเทศสมาชิกอาเซียน รวม 10 ประเทศ ได้แก่ ไทย พม่า มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม ลาว กัมพูชา บรูไน

สำหรับเสาหลักการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community หรือ AEC) ภายในปี 2558 เพื่อให้อาเซียนมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ อย่างเสรี และเงินทุนที่เสรีขึ้นต่อมาในปี 2550 อาเซียนได้จัดทำพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) เป็นแผนบูรณาการงานด้านเศรษฐกิจให้เห็นภาพรวมในการมุ่งไปสู่ AEC ซึ่งประกอบด้วยแผนงานเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ พร้อมกรอบระยะเวลาที่ชัดเจนในการดำเนินการต่าง ๆ จนบรรลุเป้าหมายในปี 2558 รวมทั้งการให้ความยืดหยุ่นตามที่ประเทศสมาชิกได้ตกลงกันล่วงหน้า

ในอนาคต AEC จะเป็นอาเซียน+3 โดยจะเพิ่มประเทศ จีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น เข้ามาอยู่ด้วย และต่อไปก็จะมี การเจรจา อาเซียน+6 จะมีประเทศ จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และ อินเดียต่อไป

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่กำลังจะเกิดขึ้นในปี 2558 นั้น นับว่าเป็นทั้ง โอกาสและความท้าทายของธุรกิจระหว่างประเทศหลายประการ (www.thai-aec.com)

2.4.2 คุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

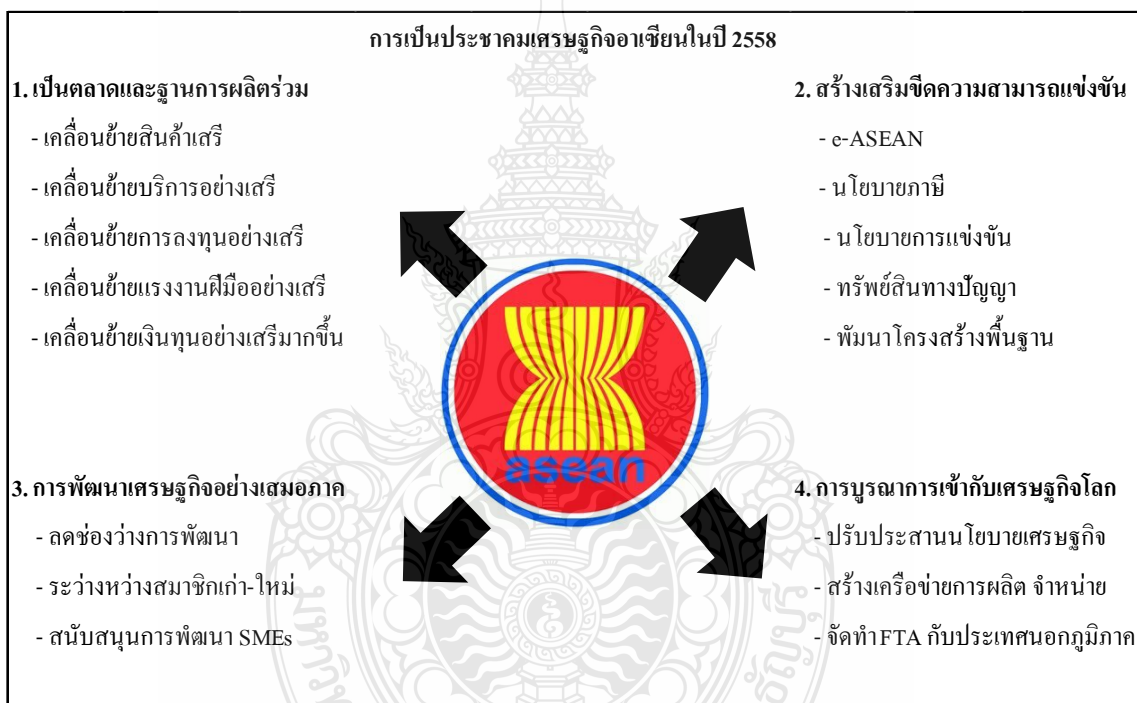
อาเซียนมีความมุ่งมั่นที่จะเพิ่มระดับการบูรณาการทางเศรษฐกิจ ให้เป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภายในปี 2558 โดยได้จัดทำแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single market and single production base) โดยจะให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น อันจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสรรสินค้าและบริการได้อย่างหลากหลายภายในภูมิภาค และสามารถเดินทางในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างสะดวกและเสรีมากยิ่งขึ้น รวมทั้งให้มีการส่งเสริมการรวมกลุ่มสาขาที่สำคัญของอาเซียนให้เป็นรูปธรรม โดยได้กำหนดเวลาที่จะลดหรือยกเลิกอุปสรรคระหว่างกันเป็นระยะ ทั้งนี้ กำหนดให้ลดภาษีสินค้าเป็น 0% และลดหรือเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี การเปิดเสรีการลงทุน และเปิดเสรีตลาดภาคบริการทั้งหมดภายในปี 2558

2) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน (Competitive economic region) ภายใต้การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะให้ความสำคัญกับประเด็นด้านนโยบายต่าง ๆ ที่เป็นการส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของสมาชิก เช่น นโยบายการแข่งขันอย่างเป็นธรรม การคุ้มครองผู้บริโภค การคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อาทิเช่น การเงิน การขนส่ง เทคโนโลยีสารสนเทศ และพลังงาน

3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค (Equitable economic development) อาเซียนจะสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ ข้อริเริ่มเพื่อการรวมตัวของอาเซียน (Initiative for ASEAN Integration, IAI) เพื่อลดช่องว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิก

4) การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (Integration into global economy) โดยมุ่งเน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาค เพื่อให้อาเซียนมีนโยบายร่วมกันอย่างชัดเจน อาทิ การจัดทำเขตการค้าเสรีของอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ในด้านการผลิตและการจำหน่ายภายในภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก

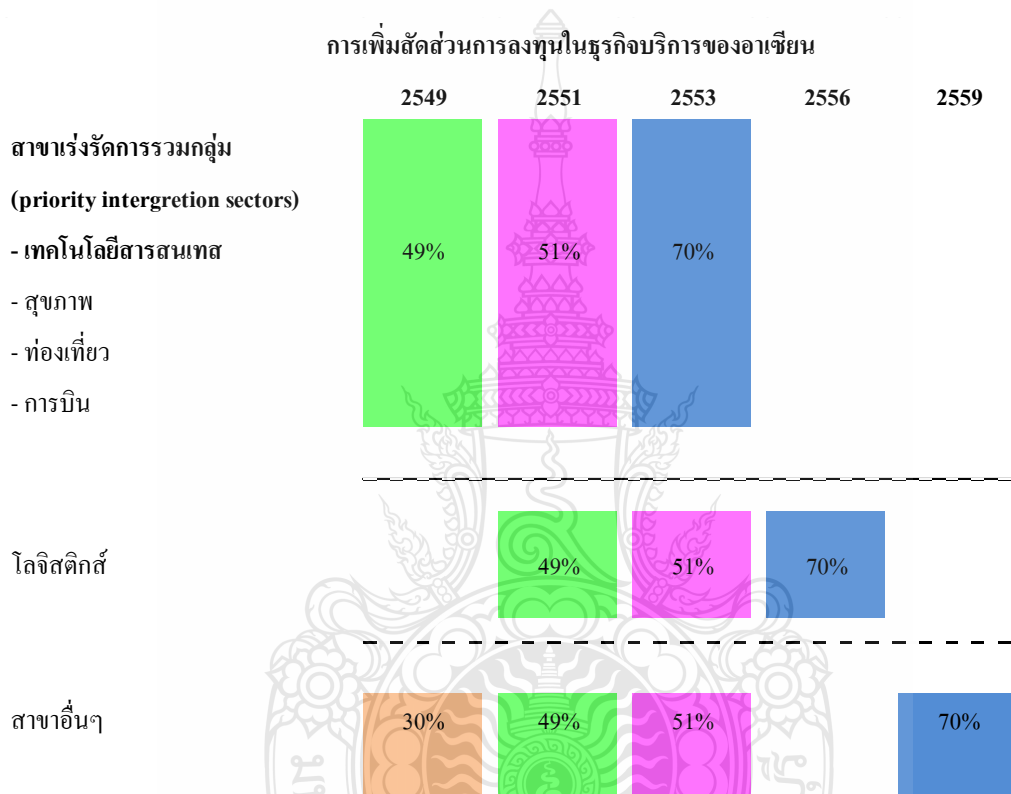


ภาพที่ 2.2 การเป็นประชาคมอาเซียนภายในปี 2558

ที่มา : www.econnews.org

การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อให้อาเซียนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ด้านดังกล่าวข้างต้นภายในปี 2558 นั้น ได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและทยอยบังคับใช้เป็นระยะตัวอย่างเช่น การลดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าระหว่างกันได้มีผลบังคับใช้แล้วตั้งแต่ปี 2553 หรือการขยายเขตแดนสัดส่วนการลงทุนเป็นร้อยละ 70 สำหรับธุรกิจบริการในสาขาเร่งรัดก็ได้มีการดำเนินการตั้งแต่วันที่ 2551 ซึ่งในที่สุด ธุรกิจบริการส่วนใหญ่จะมีการขยายเขตแดนการถือหุ้นในสัดส่วนดังกล่าวภายใน

ปี 2558 หรือข้อตกลงยอมรับร่วมสาขาวิชาชีพ (Mutual Recognition Agreement : MRA) ก็ได้มีการทยอยลงนามในสาขาต่าง ๆ ตั้งแต่ปี 2548 จนถึงปัจจุบันได้มีการลงนามในข้อตกลงดังกล่าวไปแล้ว 7 สาขาวิชาชีพ ได้แก่ สาขาวิศวกรรม ทันตแพทย์ พยาบาล สถาปัตยกรรม และวิชาชีพบัญชี เป็นต้น ซึ่งการทยอยเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกับการเปิดเสรีด้านการลงทุน การเคลื่อนย้ายเงินทุน และแรงงานระหว่างประเทศในอาเซียน



ภาพที่ 2.3 การเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในธุรกิจบริการของอาเซียน

ที่มา : www.econnews.org

2.4.3 เหตุผลสำคัญในการพัฒนาเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การเปลี่ยนแปลงของอาเซียนในการจัดตั้งเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปของการค้าและการลงทุนของโลก ที่กำลังประสบกับความเสี่ยงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง เช่น ความไม่มีเสถียรภาพของระบบการเงินโลก การเพิ่มขึ้นของต้นทุนด้านพลังงาน ความไม่มั่นคงด้านอาหาร การเคลื่อนย้ายแรงงาน ข้ามพรมแดน ภาวะโลกร้อนและภัยธรรมชาติ เป็นต้น ดังนั้น ประเทศในกลุ่มอาเซียนจึงต้องเพิ่มระดับความร่วมมือซึ่งกันและกันเพื่อผลประโยชน์ด้านความมั่นคง เศรษฐกิจ การค้า และการต่อต้านภัยคุกคามต่าง ๆ รวมถึงเป็นการ

สร้างโอกาสและอำนาจต่อรองและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ เหตุผลต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถสรุปเป็นประเด็นเหตุผลที่สำคัญได้ดังนี้

1) การเพิ่มอำนาจต่อรองในเวทีโลก การรวมกันเป็นตลาดเดียวของประชาคมอาเซียน จะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการต่อรองและการแข่งขันของประเทศสมาชิก ในกลุ่มอาเซียนกับกลุ่มประเทศมหาอำนาจอื่น ๆ อาทิ เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และจีน เนื่องด้วยอาเซียนมีประชากรรวมกันเกือบ 600 ล้านคนหรือคิดเป็นประมาณ 1 ใน 10 ของประชากรโลก ผลของการรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ช่วยให้ประเทศสมาชิกสามารถกลายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของการค้ากับตลาดในเวทีโลก และยังเป็นแรงดึงดูดการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศและการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น

2) การปรับตัวตามกระแสการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของโลก เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์และแนวโน้มการทำข้อตกลงการรวมกลุ่มในระดับต่าง ๆ ของประเทศต่าง ๆ ในโลกมีเพิ่มมากขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก อาเซียนจึงจำเป็นต้องเร่งรัดการรวมกลุ่มกันภายในภูมิภาค โดยการเร่งรัดจัดตั้งประชาคมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้เกิดขึ้นก่อนกำหนดการเดิม ทั้งนี้ก็เพื่อให้มีการพัฒนาและการดำเนินงานได้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสการแข่งขันทางการค้าและการแข่งขันเพื่อดึงดูดการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศที่นับวันจะทวีความรุนแรงขึ้น และมีแนวโน้มจะถ่ายโอนไปสู่ประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่นอกกลุ่มมากขึ้น เช่น จีน และ อินเดีย เป็นต้น

3) การเพิ่มความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิก เนื่องจากการเพิ่มระดับการบูรณาการของอาเซียน เป็นการส่งเสริมให้เกิดการเปิดตลาดเสรี และเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิกที่ลึกซึ้งและกว้างขวางกว่าเดิมมาก ดังนั้น การเป็นประชาคมทางเศรษฐกิจของอาเซียน จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลก ทั้งในด้านการค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงาน รวมถึงความร่วมมือในด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าและการลงทุนให้เหลือน้อยที่สุด อันจะนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานการครองชีพ และวิถีชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชนภายในประเทศสมาชิก ตลอดจนลดช่องว่างการเหลื่อมล้ำทางสังคมได้ในที่สุด

2.4.4 โอกาสและความท้าทายของธุรกิจในประเทศอาเซียน

1) ในการที่อาเซียนจะเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกันได้นั้น ประเทศสมาชิกจะต้องดำเนินการลดอากรขาเข้าสำหรับสินค้าที่นำเข้าจากประเทศในกลุ่ม ต้องลดอุปสรรคในการเข้ามาประกอบกิจการภาคบริการ และลดข้อจำกัดเกี่ยวกับการไหลเวียนของเงินทุน ตลอดจนสร้างมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การลดหรือยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภายใน การปรับมาตรฐานของสินค้า โดยเฉพาะการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าร่วมกัน (Self-certification) ที่กำลังจะนำมาใช้ในอนาคตอันใกล้

2) เนื่องจากอาเซียนพยายามสร้างสิ่งแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ ที่เป็นการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อมิให้เกิดการผูกขาดหรือรวมตัวกันเพื่อกำหนดราคาที่ไม่เป็นธรรมจนเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค การสร้างกระบวนการป้องกันและแก้ไขปัญหาสำหรับผู้บริโภคในกลุ่มอาเซียน การใช้มาตรการอันเป็นการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนสนับสนุนให้มีการส่งเสริมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ดังนั้น การดำเนินการของอาเซียนในส่วนนี้จะเป็ประโยชน์ต่อธุรกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนส่งเสริมนวัตกรรมต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ได้ นอกจากนี้การเกิดขึ้นของช่องทางการค้าใหม่ ๆ เช่น E-Marketplace อาจจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องพยายามคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อพยายามเข้าสู่ช่องว่างของตลาดในภาวะที่ต้นทุนการดำเนินธุรกิจไม่สูงมากนักได้เช่นกัน

3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาคของการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะเน้นการลดช่องว่างในการพัฒนาหว่าประเทศสมาชิก และมีการส่งเสริมการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มมากขึ้น ในการลดช่องว่างการพัฒนาส่วนใหญ่จะเป็นบทบาทของภาครัฐ ในการที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศที่มีการพัฒนาต่ำกว่าสมาชิกเดิมของอาเซียนซึ่งประเทศเป้าหมายในการพัฒนาดังกล่าวได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) การดำเนินการของอาเซียนในส่วนนี้น่าจะเกิดผลดีต่อธุรกิจจากประเทศไทยมากที่สุด เนื่องจาก นอกจากประเทศในกลุ่มนี้จะมีภูมิประเทศที่ติดต่อกับหรือใกล้ชิดกับประเทศไทยแล้ว ยังสามารถใช้เป็นแหล่งของแรงงานที่มีต้นทุนต่ำกว่า

4) อาเซียนต้องบูรณาการตัวเองเข้ากับเศรษฐกิจโลกผ่านการทำข้อตกลงการค้าเสรีในรูปแบบต่าง ๆ กับประเทศคู่เจรจาที่สำคัญ เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย ซึ่งแต่ละประเทศก็มีความแตกต่างกันกับอาเซียนในหลายประการ ซึ่งการใช้ประโยชน์จากการ

บูรณาการของอาเซียนนั้น จะขึ้นกับวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ ในการที่จะศึกษาและหาโอกาสที่มักจะมากับการเปลี่ยนแปลงเสมอ (ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ, 2555, น.122-126)

2.4.5 ผลผูกพันต่อประเทศไทยในการรวมตัวเป็น AEC

1) การเปิดเสรีการค้าสินค้า ภายใต้ความตกลงการค้าสินค้าอาเซียน (ASEAN Trade in Goods Agreement: ATIGA) มาตรการด้านภาษี อาเซียนมีเป้าหมายที่จะต้องดำเนินการยกเลิกภาษีสินค้าสำหรับกลุ่มอาเซียน 6 ภายในปี 2553 (ค.ศ. 2010) และสมาชิกใหม่ 4 ประเทศ (CLMV) ภายในปี 2558 (ค.ศ. 2015) ซึ่งไทยได้ดำเนินการเสร็จสิ้นไปแล้ว ตั้งแต่ปี 2553 ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่าการรวมตัวกันเป็น AEC จึงไม่ทำให้ไทยต้องลดภาษีสินค้าใด ๆ เพิ่มเติมอีกในปี 2558

2) มาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายใน (NTBs) อาเซียนได้กำหนดให้ประเทศสมาชิกมีการลดมาตรการ NTMs โดยได้ให้ไทยได้ผูกพันการยกเลิกมาตรการ NTMs ซึ่งส่วนใหญ่เป็นมาตรการโควตาภาษีของสินค้าเกษตร 3 ชนิด โดยต้องยกเลิกมาตรการโควตาในปี 2551 2552 และ 2553 ในขณะที่ประเทศไทยได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้วเกือบทั้งหมด ยังขาดเพียงแต่ข้าวที่กำลังอยู่ระหว่างการหารือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการหาแนวทางและมาตรการป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อมีการยกเลิกมาตรการดังกล่าว

3) การเปิดเสรีการค้าบริการ โดยเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนอาเซียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ภายในปี 2553 ในสาขาบริการสำคัญ (Priority Integration Sector) ได้แก่ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาสุขาภาพ และสาขาการท่องเที่ยว ภายในปี 2556 ในสาขาโลจิสติกส์ และภายในปี 2558 ในสาขาบริการอื่น ๆ ทุกสาขา ทั้งนี้ สามารถยกเว้นสาขาที่อ่อนไหวได้

4) การเปิดเสรีการลงทุน ในสาขาอุตสาหกรรมที่ตกลงกันและการให้การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติการเปิดเสรีด้านเงินทุนเคลื่อนย้าย จะเปิดเสรียิ่งขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยให้สมาชิกมีมาตรการปกป้องที่เพียงพอเพื่อรองรับผลกระทบการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี โดยให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศ

5) การดำเนินการตามความร่วมมือรายสาขาอื่น ๆ เช่น ความร่วมมือด้านเหมืองแร่ ความร่วมมือด้าน SMEs การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (คมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศ พลังงาน) เป็นต้น

2.4.6 เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area : AFTA)

หลักการ

1) AFTA มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในฐานะที่เป็นฐานการผลิตที่สำคัญเพื่อป้อนสินค้าสู่ตลาดโลก โดยอาศัยการเปิดเสรีด้านการค้าและการ

ลดภาษีและอุปสรรคข้อกีดขวางทางการค้าที่มีไม่ภาษี รวมทั้งการปรับเปลี่ยน โครงสร้างภาษีศุลกากร เพื่อเอื้ออำนวยต่อการค้าเสรี

2) กลไกการลดภาษีที่สำคัญของ AFTA คือระบบ CEPT (Common Effective Preferential Tariff Scheme) ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรแก่กัน แบบต่างตอบแทน กล่าวคือ การที่จะได้สิทธิประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่นสำหรับสินค้า ชนิดใด ประเทศสมาชิคนั้นจะต้องประกาศลดภาษีสำหรับสินค้านั้นด้วย ทั้งนี้ CEPT ได้ กำหนดให้สินค้าที่ได้รับประโยชน์จากการลดภาษีจะต้องมีส่วนมูลค่าที่เกิดขึ้นในอาเซียน (ASEAN Local Content) อย่างน้อย 40% และสามารถคำนวณวัตถุดิบในอาเซียนแบบสะสม (Cumulative Rules of Origin) โดยกำหนดอัตราขั้นต่ำของวัตถุดิบเท่ากับ 20%

มาตรการด้านภาษี

อาเซียนตกลงที่จะเร่งรัดการลดภาษีใน AFTA ดังนี้

1) ประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศลดภาษีสินค้าในบัญชี Inclusion List (IL) ให้เหลือ 0-5% ภายใน วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2546 และจะลดให้เป็น 0% ภายในปี พ.ศ. 2553

2) ประเทศสมาชิกใหม่จะพยายามลดภาษีลงเหลือ 0-5% ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ในปี 2549 สำหรับเวียดนาม; ปี 2551 สำหรับลาวและพม่า; และปี 2553 สำหรับกัมพูชา

3) ประเทศสมาชิกจะลดภาษีลงเหลือ 0% ทุกรายการใน IL ภายในปี 2553 สำหรับ สมาชิกเดิม และภายในปี 2558 สำหรับสมาชิกใหม่ ทั้งนี้ ตั้งแต่ ม.ค. 2546 กำหนดให้ 60% ของ รายการสินค้าทั้งหมดของสมาชิกเดิม 6 ประเทศมีอัตราภาษีเท่ากับ 0%

4) ภายใต้กรอบความตกลงสำหรับการรวมกลุ่มสินค้าและบริการสำคัญ (ลงนาม ระหว่างการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 10 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2547) กำหนดว่าจะเร่งลดภาษี สินค้าใน 9 สาขาหลัก (เกษตร ประมง ผลิตภัณฑ์ไม้ ผลิตภัณฑ์ยาง สิ่งทอ ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาสุขภาพ) ให้เร็วขึ้นจากกรอบ AFTA เดิม 3 ปี กล่าวคือจากปี 2543 เป็น 2550 สำหรับสมาชิกเดิม และจากปี 2558 เป็น 2555 สำหรับสมาชิกใหม่

5) นอกจากสินค้าในบัญชี IL แล้ว ยังมีการกำหนดเวลาการลดภาษีสำหรับบัญชี ยกเว้นภาษีชั่วคราว (Temporary Exclusion List: TEL) บัญชีอ่อนไหว (Sensitive List: SL) และบัญชี อ่อนไหวสูง (Highly Sensitive List: HSL) ซึ่งมีกำหนดเวลาการลดภาษีที่แตกต่างกัน ส่วนบัญชียกเว้น ทั่วไป (General Exclusion List: GE) เป็นสินค้าที่แต่ละประเทศไม่สามารถนำมาลดภาษีได้ (ขณะนี้ มีเพียงไทยและสิงคโปร์ที่ไม่มี GE)

การยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภายใน

นอกเหนือจากข้อกำหนดในการลดภาษีแล้ว AFTA ยังกำหนดให้ประเทศสมาชิกยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณ (Quantitative Restriction) ทันทีเมื่อสินค้าได้นำเข้าแผนการลดภาษีแล้ว และได้รับประโยชน์จากการลดภาษีของอาเซียนอื่นแล้ว และยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภายใน (NTB) ภายใน 5 ปี หลังจากได้รับประโยชน์จากการลดภาษีของอาเซียนอื่น ขณะนี้ อาเซียนกำลังดำเนินการอย่างจริงจังเพื่อยกเลิกอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภายในอาเซียน โดยให้มีกระบวนการแจ้งข้ามประเทศ (cross-notification) ซึ่งประเทศสมาชิกและภาคเอกชนสามารถแจ้งมาตรการที่มีใช้ภายในที่ประเทศอื่น ๆ ใซ้ที่อยู่ต่อสำนักเลขานุการอาเซียน เพื่อรวบรวม ตรวจสอบ แล้วให้ประเทศสมาชิกที่ถูกแจ้งนั้นชี้แจงและดำเนินการยกเลิกต่อไป หากพบว่าเป็นอุปสรรคทางการค้าและไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติของความตกลง CEPT

ความคืบหน้าในการดำเนินการของ AFTA

การดำเนินการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนได้มีความก้าวหน้าไปมาก โดยสถานะ ณ วันที่ 1 มกราคม 2548 คือ (1) รายการสินค้าในบัญชี IL ซึ่งประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ ได้นำมาลดภาษีในปี 2547 มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 86,359 รายการ (2) 98.98% ของสินค้าของประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ และ 81.35% ของประเทศสมาชิกใหม่ มีอัตราภาษีระหว่าง 0-5 % (3) อัตราภาษีเฉลี่ยสำหรับสินค้าใน CEPT สำหรับสมาชิกเดิม 6 ประเทศ เท่ากับ 2.0% (จาก 12.76% ในปี พ.ศ. 2536 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มลดภาษี) และ (4) 64.12% ของสินค้าใน IL ของสมาชิกเดิม 6 ประเทศ มีอัตราภาษี 0% ในปี 2547 และ 92.99% ของสินค้าในบัญชี IL ของสมาชิกทั้ง 10 ประเทศมีอัตราภาษีระหว่าง 0-5%

การจัดตั้งกลไกการระงับข้อพิพาท

ที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 9 ได้ตกลงให้มีการจัดตั้งระบบเพื่อการปฏิบัติตามความตกลงทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการปฏิบัติตามพันธกรณีภายใต้กรอบ AFTA เป็นไปอย่างเหมาะสม และเพื่อช่วยเร่งรัดการแก้ไขข้อพิพาท ประกอบด้วยกลไก 3 ระดับ

1) กลไกให้คำแนะนำ (Advisory Mechanism) ได้แก่

อาเซียน (ASEAN Consultation to Solve Trade and Investment Issues : ACT) เพื่อทำหน้าที่ประสานและให้คำปรึกษาแก่ภาคเอกชนและภาครัฐในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการค้าภายในอาเซียน โดยกลไกของ ACT ไม่มีผลบังคับตามกฎหมาย เน้นการให้บริการทางระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ต กำหนดให้การแก้ไขปัญหาภายใต้กลไก ACT ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 30 วัน โดยในส่วนของประเทศไทย ACT ได้จัดตั้งขึ้นที่สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ซึ่งเป็น National AFTA Unit และ

การจัดตั้ง ASEAN Legal Unit ในสำนักเลขาธิการอาเซียน เพื่อให้ความช่วยเหลือในการตีความและให้คำแนะนำประเด็นข้อพิพาททางการค้า (ตามคำร้องขอของประเทศสมาชิก)

2) กลไกให้คำปรึกษา ได้แก่ ASEAN Compliance Body (ACB) ในกรณีที่ประเทศใดไม่ปฏิบัติตามความตกลง ประเทศที่เป็นกลาง (ไม่ได้มีส่วนในข้อพิพาท) จะได้รับการร้องขอให้ตรวจสอบข้อเท็จจริงภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งผลการตรวจสอบจะไม่มีข้อผูกพันทางกฎหมาย ACB มีกำหนดเวลาพิจารณา 90 วัน

3) กลไกบังคับใช้กฎหมาย ได้แก่ Enhanced ASEAN Dispute Settlement Mechanism ได้มีการลงนามในพิธีสาร ASEAN Protocol on Enhanced ASEAN DSM โดย AEM ในช่วงการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 10 ซึ่งจะใช้แทน Protocol on DSM (2539) ของอาเซียน เป็นการปรับปรุงกลไกการระงับข้อพิพาทของอาเซียนตามแบบ WTO อาทิ การจัดตั้งคณะพิจารณา (Panels) และองค์กรอุทธรณ์ (Appellate Body) นอกจากนี้ ได้มีการจัดตั้ง ASEAN DSM Fund เป็นเงิน 330,000 เหรียญสหรัฐ (แต่ละประเทศร่วมออกเงินเท่ากัน)

สินค้าที่ไทยได้รับผลกระทบจากการจัดตั้ง AFTA ส่วนใหญ่คือ สินค้าที่ไม่มีศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสินค้าที่ใช้เวลาในการปรับตัวนาน เช่น เหล็ก สิ่งทอ และสินค้าประเภทที่มีการลดภาษีใน AFTA แล้ว แต่เป็นสินค้าที่ต้องใช้วัตถุดิบนำเข้าจากนอกอาเซียนซึ่งไทยมีอัตราภาษีศุลกากรอยู่ในระดับสูง เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น (สำนักงานศุลกากรท่าเรือแหลมฉบัง)

2.5 แนวคิดเรื่องตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ทางการค้า

2.5.1 สินค้าโภคภัณฑ์

แนวคิดเรื่องสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodities) แตกต่างจากสินค้า (Goods) ที่ใช้บริโภคอุปโภคกันในชีวิตประจำวัน ลักษณะของสินค้าโภคภัณฑ์จะหมายถึง สินค้าที่ตัวสินค้านี้มีมาตรฐานเดียวกันทั่วโลกไม่ว่าใครจะเป็นผู้ผลิตก็ตาม เช่น น้ำมัน ผู้ที่บริโภคน้ำมันทั่วๆไปจะเข้าใจกันดีว่าหมายถึงอะไร ในขณะที่เมื่อพูดถึงรถยนต์ จะพบว่า ผู้ผลิตแต่ละรายผลิตรถยนต์ที่มีลักษณะ คุณภาพ และมาตรฐานแตกต่างกันมากรถยนต์จึงไม่จัดเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ สินค้าโภคภัณฑ์โดยทั่วไปแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย สินค้าด้านพลังงาน (Energy) โลหะอุตสาหกรรม (Industrial metals) โลหะมีค่า (Precious metals) สินค้าเกษตร (Agricultural) และสินค้าปศุสัตว์ (Livestocks) ด้วยเหตุที่สินค้าโภคภัณฑ์มีมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก ทำให้ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของ

โลกตลาดโลก ส่งผลให้ราคาสินค้าโภคภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันทั่วโลก (กฤษฎิ พิธิฐศุกกุล และคณะ, 2556, น.3)

หากมองยางพาราเป็นสินค้า ยางพาราจะเป็นสินค้าเกษตรที่มีอุปสงค์แบบสืบเนื่อง (Derived demand) เนื่องจากความต้องการยางธรรมชาติ ขึ้นอยู่กับความต้องการในผลิตภัณฑ์ยางพารา หรือสินค้าที่ใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบ และมีอุปทานที่มีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำกว่าสินค้าอุตสาหกรรม ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานนั้น จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการผลิตสินค้าเพื่อเสนอขายของหน่วยผลิต และความสามารถในการเก็บรักษาสินค้า โดยเฉพาะสินค้าเกษตรจะถูกจำกัดโดยฤดูกาลผลิต มากกว่าราคาสินค้า เมื่อถึงเวลาที่ต้องนำสินค้าออกจำหน่ายก็จำเป็นต้องจำหน่ายแม้ว่าราคาต่ำลงก็ตาม แต่ในสินค้าบางชนิดที่สามารถเก็บไว้ได้ ก็จะมีค่าความยืดหยุ่นต่อราคามากขึ้น เช่นยางพาราเมื่อทำเป็นแผ่นรมควันสามารถเพิ่มอายุการเก็บรักษาและเก็บเป็นสต็อกสินค้าได้มากกว่าน้ำยาง ปัจจุบันยางพาราเป็นสินค้าเกษตรที่อยู่ในกลุ่มสินค้าโภคภัณฑ์ โดยมีการซื้อขายและลงทุนกันทั่วโลก โดยตลาดที่ทำการซื้อขายแบ่งเป็น

1) ตลาดปัจจุบัน (Current market) หรือตลาดส่งมอบจริง (Physical market)

เป็นตลาดที่เมื่อมีการซื้อขายสินค้าเกษตรแล้ว จะต้องมีการส่งมอบสินค้าตามจำนวนที่ตกลงซื้อขาย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

ตลาดส่งมอบทันที (Spot market) เป็นตลาดที่จะต้องมีการชำระเงินและส่งมอบสินค้าทันทีที่มีการซื้อขาย เช่น ตลาดกลางสินค้าเกษตร การซื้อขายในตลาดแบบนี้แทบจะไม่มีการทำสัญญาซื้อขาย ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาในอนาคตเอง

ตลาดส่งมอบในอนาคต (Forward market) เป็นตลาดที่ผู้ซื้อและผู้ขายตกลงซื้อขายกันในปัจจุบัน โดยทำข้อตกลงว่าจะซื้อหรือขายสินค้าวันข้างหน้าในราคา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่ และเมื่อถึงเวลาที่กำหนด ก็ส่งมอบรับมอบสินค้า เรียกว่า สัญญาฟอร์เวิร์ด (Forward contract) (กฤษฎิ พิธิฐศุกกุล และคณะ, 2556, น.4)

2) ตลาดล่วงหน้า (Future market)

จากปัญหาที่มักเกิดขึ้นในการซื้อขายแบบ Forward ทำให้เกิดการบิดพลิ้วสัญญา เนื่องจากไม่สามารถมีใครรับประกันหรือชดเชยจากการที่คู่สัญญาไม่ทำตามข้อตกลงได้ จึงเกิดแนวคิดตลาดล่วงหน้าเกิดขึ้น คือ ตลาดซื้อขายสัญญาล่วงหน้า (Future contract) โดยมีการเปิดสัญญาซื้อขายล่วงหน้าตามปริมาณ คุณภาพ ราคา เวลา และสถานที่ส่งมอบ แต่ไม่จำเป็นต้องมีการส่งมอบกันจริงก็ได้ หากผู้ซื้อไม่ต้องการและผู้ซื้อผู้ขายสามารถทำการขายหรือซื้อสินค้าคืนได้ ข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้าของสัญญา Futures เป็นข้อตกลงที่มีมาตรฐาน มีรายละเอียดข้อตกลงต่าง ๆ ที่ระบุไว้อย่าง

ชัดเจน สามารถซื้อขายเปลี่ยนมือได้คล่องตัว ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ต้องกังวลว่า เมื่อเปลี่ยนใจจะล้างสัญญาหรือล้างสถานะไม่ได้ปัญหาเรื่องการบิดพลิ้วสัญญาทำได้ยาก เพราะมีตลาดทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายสัญญาล่วงหน้าด้วยระบบการซื้อขายและการชำระราคาที่ได้มาตรฐาน (กฤษฎี พิธิฐศุภกุล และคณะ, 2556, น.4)

2.5.2 ราคาสินค้าโภคภัณฑ์บางพารา

นอกจากราคายางจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันทั่วโลกแล้ว ยังมีความเชื่อมโยงกับตัวแปรอื่น ๆ ดังนี้

1) มีความสัมพันธ์กับเงินเฟ้อ

ราคาสินค้าโภคภัณฑ์โดยทั่วไปรวมไปถึงราคายางจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับอัตราเงินเฟ้อ ความสัมพันธ์นี้ค่อนข้างชัดเจน เนื่องจากการคำนวณอัตราเงินเฟ้อนั้น เป็นการคำนวณการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าในตะกร้า ซึ่งสินค้าด้านพลังงานและการขนส่งก็เป็นสินค้าอยู่ในตะกร้าในการคำนวณเงินเฟ้อ ทำให้สินค้าบางพารามีความสัมพันธ์อัตราเงินเฟ้อด้วย จึงได้ข้อสังเกตว่า เมื่อราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและการขนส่งปรับตัวสูงขึ้น อัตราเงินเฟ้อก็ปรับตัวสูงขึ้น ดังนั้นมูลค่าราคาสินค้าโภคภัณฑ์บางพาราจะปรับเพิ่มตามภาวะเงินเฟ้อ (กฤษฎี พิธิฐศุภกุล และคณะ, 2556, น.4)

2) มีความสัมพันธ์กับเหตุการณ์เฉพาะหน้า

โดยจะเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามการคาดการณ์ในอนาคตของนักลงทุน เช่น หากนักลงทุนคาดการณ์ว่าผลประกอบการของบริษัทที่ลงทุนซื้อหุ้นไว้จะแย่ลง นักลงทุนจะขายหุ้นและทำให้ราคาหุ้นตกแต่สำหรับสินค้าโภคภัณฑ์บางพารานั้น ราคามักจะเปลี่ยนแปลงตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้า เช่น หากมีข่าวว่าประเทศผู้ผลิตประสบกับภาวะแห้งแล้ง ทำให้มีผลผลิตน้อยกว่าที่ตลาดต้องการ จะทำให้นักลงทุนซื้อขายในสัญญาล่วงหน้ามากขึ้น ราคาจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นการพิจารณาแนวโน้มราคายางพารา จึงควรพิจารณาถึงการคาดการณ์สถานการณ์ในอนาคตด้วย (กฤษฎี พิธิฐศุภกุล และคณะ, 2556, น.5)

3) มีความเชื่อมโยงกันระหว่างราคาสินค้าในตลาดปัจจุบันและราคาสินค้าในตลาดล่วงหน้า

ราคาสินค้าในตลาดปัจจุบัน (Spot price/Cash price/Current price) หมายถึง ราคาของสินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดส่งมอบจริง โดยมีการชำระค่าสินค้าเป็นเงินและมีการรับมอบส่งมอบสินค้าที่ตกลงกันตามช่องทางการค้าปกติ เช่น ทางเรือ ทางรถบรรทุก เป็นต้น

ราคาสินค้าในตลาดล่วงหน้า (Future price) หมายถึง ราคาสินค้าที่ซื้อขายกันใน ตลาดล่วงหน้าโดยจะมีการรับมอบในอนาคต ซึ่งหมายถึง ราคาสินค้าในสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ราคาสินค้าในตลาดซื้อขายล่วงหน้าจะสะท้อนถึงการคาดการณ์ราคาสินค้าในตลาดจริงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลราคาที่เคยเกิดขึ้นในอดีตพิจารณาพร้อมกับข้อมูลปัจจุบันประกอบกัน ประสิทธิภาพในการสะท้อนสถานการณ์ของราคาล่วงหน้า คือ การสะท้อนถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในปัจจุบันที่จะมีผลต่ออุปสงค์และอุปทานในอนาคตได้ทันที ขณะที่ราคาในตลาดจริง อาจสะท้อนผลกระทบที่เกิดขึ้นดังกล่าว แต่จะใช้เวลานานกว่าการเปลี่ยนแปลงของราคาล่วงหน้า (กฤษฎี พิสิฐศุกกุล และคณะ, 2556, น.5)

การเคลื่อนไหวของราคาในตลาดปัจจุบันและตลาดล่วงหน้า มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันในขณะใดขณะหนึ่ง ถ้าพบว่า spot rate และ future price มีค่าไม่เท่ากัน เรียกว่ามีความแตกต่างระหว่างราคาทั้งสองนี้ว่า เบสิส (Basis) โดยเบสิสก่อให้เกิดโอกาสในการทำกำไรหรือ Arbitrage เช่น ถ้าราคาซื้อขายล่วงหน้า (ราคาที่ตกลงกันไว้) ณ วันส่งมอบ มีค่าต่ำกว่าราปัจจุบันของสินค้าอ้างอิง ผู้ค้าจะทำ Arbitrage โดยการซื้อสัญญาล่วงหน้า หลังจากชำระเงินและรับมอบสินค้าแล้ว จะนำสินค้านั้นไปขายในตลาดปัจจุบันที่ราคาสูงกว่า คือ ซื้อ ณ ราคาล่วงหน้าที่ถูก แล้วขาย ณ ราคาปัจจุบันวันนี้ที่แพง ทำให้ได้กำไรที่ปราศจากความเสี่ยงโดยไม่จำเป็นต้องใช้เงินตนเอง เนื่องจากซื้อขายไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งผู้ค้าในตลาดล่วงหน้าจะพยายามทำ Arbitrage ทำให้เบสิสมีแนวโน้มลดลงเมื่อใกล้ครบกำหนดอายุสัญญาล่วงหน้า และเมื่อครบกำหนดอายุการถือครองสัญญาในวันส่งมอบเบสิสจะมีค่าเท่ากับศูนย์ spot price และ future price จะเท่ากัน เรียกว่า การบรรจบกันของราคา (Price convergence) (กฤษฎี พิสิฐศุกกุล และคณะ, 2556, น.5)

4) มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยน

แม้ว่าราคาจะถูกกำหนดจากปัจจัยหลัก คือ อุปสงค์และอุปทาน แต่จะอยู่ภายใต้ข้อสมมติที่กำหนดให้ขางพารามีการซื้อขายกันด้วยเงินสกุลเดียวกัน อย่างไรก็ตาม การซื้อขายขางพาราในตลาดจริงของโลกนั้น เป็นการซื้อขายกันระหว่างประเทศทั้งการซื้อขายแบบส่งมอบจริงการซื้อขายสัญญาล่วงหน้า ซึ่งแต่ละประเทศต่างก็มีเงินสกุลของตนเอง ดังนั้น ในการพิจารณาขางพาราในประเทศจึงจำเป็นต้องพิจารณาการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนมาประกอบด้วย แนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างอัตราแลกเปลี่ยนและราคาสินค้าในประเทศที่อยู่ภายใต้ทฤษฎีที่เรียกว่า “ทฤษฎีการส่งผ่านอัตราแลกเปลี่ยน” (Exchange rate Pass-through) ซึ่งอธิบายถึงการตอบสนองของการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าที่มีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งสามารถสรุปผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง

ตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หรือ “ค่าเงิน” ของประเทศผู้ส่งออกหรือประเทศผู้นำเข้าต่อราคา
ยางได้ดังนี้ (กฤษฎีกา พิธิรัฐศุภกุล และคณะ, 2556, น.6)

หากอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศผู้ส่งออก หรือผู้นำเข้ามีค่าเพิ่มขึ้น เรียกว่า ค่าเงิน
อ่อนค่า (Depreciation) ราคาของที่คำนวณเป็นเงินสกุลของประเทศผู้ส่งออก (เช่น สกุลเงินบาทไทย)
จะมีค่าเพิ่มขึ้นหรือได้รายรับจากการส่งออกสูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันราคาที่คำนวณเป็นเงินสกุลของ
ประเทศผู้นำเข้า (เช่น สกุลเงินหยวนของจีน) จะมีค่าเพิ่มขึ้นเช่นกันหรือต้องเสียเงินค่าราคาสินค้า
นำเข้าที่แพงขึ้น (กฤษฎีกา พิธิรัฐศุภกุล และคณะ, 2556, น.6)

หากอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศผู้ส่งออก หรือผู้นำเข้าค่าลดลง เรียกว่า ค่าเงินแข็ง
ค่า (Appreciation) ราคาของที่คำนวณเป็นเงินสกุลของประเทศผู้ส่งออก (เช่น สกุลเงินบาทไทย) จะมี
ค่าลดลงหรือได้รายรับจากการส่งออกลดลง ในขณะที่เดียวกันราคาที่คำนวณเป็นเงินสกุลของประเทศ
ผู้นำเข้า (เช่น สกุลเงินหยวนของจีน) จะมีค่าลดลงเช่นกันหรือเสียเงินค่าราคาสินค้านำเข้าที่ถูกลง (กฤษฎีกา
พิธิรัฐศุภกุล และคณะ, 2556, น.7)

2.6 สภาพทั่วไปทางการผลิต การตลาด และการส่งออกยางพาราไทย

2.6.1 ความเป็นมา

ยางพาราเป็นไม้ยืนต้นมีถิ่นกำเนิดในป่าเขตร้อนซึ่งมีฝนตกชุกแถบอเมริกาใต้ ได้แก่
ประเทศบราซิล เปรู โคลัมเบีย ในปี พ.ศ. 2420 เซอร์เฮนรี วิตแฮม (Sir Henry Wickham) ได้นำเมล็ด
ยางพารามาปลูกที่เปรู ประเทศมาเลเซีย จำนวน 9 ต้น และอีก 13 ต้น ปลูกที่สวนพฤกษชาติ ประเทศ
สิงคโปร์ ซึ่งเป็นที่มาของต้นยางพาราในเอเชีย และแอฟริกาในทุกวันนี้ (สุภัทรา ไชยสร, 2549, น.37)

วิวัฒนาการยางนั้นเริ่มจากที่ คณะที่คริสโตเฟอร์ โคลัมบัส ผู้ค้นพบโลกใหม่เดินทาง
ไปอเมริกาในครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2036 (ค.ศ.1493) ได้พบชาวพื้นเมืองบางเผ่าทั้งในอเมริกากลางและ
อเมริกาใต้ที่รู้จักและใช้ประโยชน์จากยางพาราแล้ว เช่น ชาวพื้นเมืองในอเมริกากลางที่ทำรองเท้าจาก
ยางพาราโดยใช้มีดฟันต้นยางพารา ร่อนน้ำยางใส่ภาชนะ จากนั้นจึงนำเท้าจุ่มลงไปใต้น้ำยางหรือนำ
เท้าวางไว้บนภาชนะแล้วเท้ายางราดลงบนเท้าก็จะได้รองเท้าที่เข้ากับเท้าพอดี บางเผ่าในอเมริกาใต้
ทำเสื้อกันฝนและผ้ากันน้ำ จากยาง หรือเท้ามายันในอเมริกาใต้ที่ทำลูกบอลด้วยยางแล้วนำมาเล่นโดย
การให้กระเด็นขึ้นลงเพื่อเป็นการสักการะเทพเจ้า จึงทำให้คริสโตเฟอร์ โคลัมบัสและคณะ เกิดความ
แปลกใจเป็นอันมากและคาดว่าในลูกกลม ๆ ที่เด็นได้นั้น ต้องมีอะไรอยู่ข้างในเป็นแน่ จากนั้นเมื่อ
คริสโตเฟอร์ โคลัมบัสเดินทางกลับยุโรปได้นำวัตถุดังกล่าวกลับไปด้วย จึงถือได้ว่า คริสโตเฟอร์

โคลัมบัสเป็นชาวยุโรปคนแรกที่มีโอกาสสัมผัสยางและนำยางเข้าไปเผยแพร่ในยุโรป (คลังข้อมูล สารสนเทศระดับภูมิภาค (ภาคใต้))

การส่งยางเข้ามาในยุโรปในระยะแรกต้องใช้เวลานานมาก จึงทำให้น้ำยางจับตัวเป็นก้อน ดังนั้นยางที่เข้ามาในยุโรปสมัยแรก จึงเป็นยางที่ผลิตเป็นสินค้าแล้วเนื่องจากมนุษย์ไม่รู้จักรีวิธีที่จะทำให้ยางที่จับตัวกันเป็นก้อนเปลี่ยนสภาพมาเป็นน้ำยางก่อนทำเป็นรูปทรงที่ต้องการได้ การผลิตยางจึงต้องทำทันทีหลังจากได้น้ำยางมาก่อนที่ยางจะจับตัวกันเป็นก้อน ประเทศในอเมริกากลางและอเมริกาใต้ เช่น ประเทศเม็กซิโกมีหลักฐาน ที่ว่าได้มีการใช้ประโยชน์จากยางกันบ้างแล้ว แต่เป็นการผลิตอย่างง่าย ๆ เช่น ทำฝ้ายางกันน้ำ ลูกบอล และเสื้อกันฝน เป็นต้น

การค้นพบยางพารา

พ.ศ. 2143 (1600) ยังไม่มีความพยายามที่จะนำกรรมวิธีทำยางเข้ามาในยุโรป

พ.ศ. 2279 (1736) ชาลส์ มารี เดอลา คองดามี ได้ส่งตัวอย่างยางจากกลุ่มน้ำอเมซอน กลับมาที่ฝรั่งเศส แต่ก็ไม่สามารถนำน้ำยางกลับไปยังทวีปยุโรปเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการผลิตได้ เนื่องจากยางพาราจะเกิดการแข็งตัวก่อนที่จะถึงยุโรป

พ.ศ. 2313 เฮอริสแซน พบว่า น้ำมันสนสามารถละลายยางที่จับตัวกันเป็นก้อนได้ และยังพบต่อไปอีกว่า Ether เป็นตัวละลายยางได้ดีกว่าน้ำมันสน

พ.ศ. 2313 (1770) โจเซฟ 프리สตี ค้นพบว่า ยางใช้ลบรอยคำของดินสอได้ จึงเรียกยางว่ายางลบตั้งแต่นั้น

พ.ศ. 2334 (1791) โฟร์ ครอย ค้นพบการป้องกันไม่ให้ยางจับตัวกันเป็นก้อนโดยการเติมด่างที่มีชื่อว่า Alkali ลงไปในน้ำยาง แต่การค้นพบนี้ไม่ได้เป็นที่กล่าวถึงเป็นระยะเวลาเนิ่นนานมากถึง 125 ปี

พ.ศ. 2363 (1820) โทมัส แชนคอก (ชาวอังกฤษ) ประดิษฐ์เครื่องฉีกยางได้สำเร็จ แต่ก็ปกปิดไว้ โดยบอกคนที่ถามว่าเป็นเครื่องคองยาง และยังพบด้วยว่า ความร้อนสามารถทำให้ยางอ่อนตัวลงได้ และจะสามารถปั้นใหม่ให้เป็นรูปร่างได้

พ.ศ. 2375 (1832) แชนคอกได้ปรับปรุงเครื่องฉีกยางของให้ดีขึ้น และเรียกเครื่องที่ปรับปรุงขึ้นใหม่ว่า เครื่อง Masticator ซึ่งเป็นเครื่องต้นแบบของเครื่องฉีกยางที่ใช้กันถึงทุกวันนี้ โทมัส แชนคอก จึงได้รับเลือกให้เป็น “บิดาแห่งอุตสาหกรรมยาง”

พ.ศ. 2380 (1837) แชนคอกประดิษฐ์เครื่องรีดยางได้เป็นผลสำเร็จ

พ.ศ. 2379 (1836) ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ประดิษฐ์เครื่องบดยางสำเร็จเช่นกัน

พ.ศ. 2386 (1843) ชาลส์ กูคเยียร์ (ชาวอเมริกัน) ค้นพบกรรมวิธีในการทำใ้ยางคงรูป โดยการอบความร้อน และยางที่ผสมกำมะถันและตะกั่วขาว เมื่อย่างไฟแล้ว แม้จะกระทบร้อนหรือเย็นจัด ยางจะเปลี่ยนรูปไปเพียงเล็กน้อยเท่านั้น สิ่งที่ชาลส์ค้นพบนี้ แชนคอกได้ค้นพบในอีก 2 ปีต่อมา และนำผลงานไปจดทะเบียนทันที

พ.ศ. 2389 (1846) โทมัส แชนคอก ประดิษฐ์ยางต้นสำหรับรถม้าทรงของพระนางเจ้าวิกตอเรีย

พ.ศ. 2413 (1870) จอน ดันลอป ผลิตยางอัดลมสำหรับจักรยานได้สำเร็จ

พ.ศ. 2438 (1895) มีผู้ประดิษฐ์ยางอัดลมสำหรับรถยนต์ได้สำเร็จ

ประวัติการปลูกยางพาราของไทย



ภาพที่ 2.4 พระยารัษฎา-นุประดิษฐ์

ที่มา : www.naranong.net

ต้นยางพาราได้เริ่มเข้ามาปลูกในประเทศไทยตั้งแต่สมัยที่ยังใช้ชื่อว่า “สยาม” หลังจาก พ.ศ. 2425 โดยประมาณ ซึ่งช่วงนั้นได้มีการแจกจ่ายขยายเมล็ดกล้ายางพารา จากพันธุ์ 22 ต้นนำไปปลูกในประเทศต่าง ๆ ของทวีปเอเชีย และมีหลักฐานที่เด่นชัดว่า เมื่อปี พ.ศ. 2442 พระยารัษฎา-นุประดิษฐ์มหิศรภักดี (หรือคอซิมบี๊ ณ ระนอง) ได้นำต้นยางพาราต้นแรกของประเทศมาปลูกที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง จึงได้รับเกียรติให้เป็น “บิดาแห่งยาง” จากนั้นพระยารัษฎา-นุประดิษฐ์ ได้ส่งคนไปเรียนวิธีปลูกยางพาราเพื่อมาสอนประชาชนพร้อมนำพันธุ์ยางพาราไปแจกจ่าย และส่งเสริมให้ราษฎรปลูกทั่วไป ซึ่งในยุคนั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นยุคต้นยางพาราและชาวบ้านเรียกยางพารานี้ว่า “ยางเทศา” ต่อมาราชฎรได้นำเข้ามาปลูกเป็นสวนยางพารามากขึ้น และได้มีการขยายพื้นที่ที่ใช้ในการปลูก

ยางพาราไปในจังหวัดอื่น ๆ ในภาคใต้รวม 14 จังหวัด ตั้งแต่จังหวัดชุมพรลงไปถึงจังหวัดที่ติดชายแดนประเทศมาเลเซีย การพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศได้เจริญรุดหน้าเรื่อยมาจนทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตและส่งออกยางพาราได้มากที่สุดในโลก

พ.ศ. 2444 พระสถลสถานพิทักษ์ได้นำกล้ายางพารามาจากประเทศอินโดเซีย โดยปลูกไว้ที่บริเวณหน้าบ้านพักที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ซึ่งปัจจุบันนี้ยังเหลือให้เห็นเป็นหลักฐานเพียงต้นเดียวอยู่บริเวณหน้าสภกรรมการเกษตรกันตัง และจากขงรุ่นแรกนี้ พระสถลสถานพิทักษ์ได้ขยายเนื้อที่ปลูกออกไป จนมีเนื้อที่ปลูกประมาณ 45 ไร่ นับได้ว่าพระสถลสถานพิทักษ์คือผู้เป็นเจ้าของสวนยางคนแรกของประเทศไทย

2.6.2 การผลิตยางของไทย

ประเทศไทยตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นเขตร้อน มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการปลูกยาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ทางภาคใต้และบางจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ แต่สภาพแวดล้อมในการปลูกยางยังคงไม่เอื้ออำนวยเท่าใดนักเนื่องจากขาดความชื้น อุณหภูมิต่ำ ลมแรง ประกอบกับในแหล่งปลูกยางดังกล่าวมีสภาพพื้นที่เป็นที่สูง ลาดชัน แต่ถึงกระนั้นยางพารายังคงมีคุณสมบัติสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้ดีจึงทำให้มีผลผลิตออกมาเพิ่มขึ้น (จุฑารัตน์ พรหมทัต, 2553, น.38)

ตารางที่ 2.1 ผลผลิตยางของประเทศที่สำคัญในปี พ.ศ. 2546 – 2556

ปี	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	จีน	อินเดีย	เวียดนาม
2546	2,876.00	985.60	1,792.20	565.00	707.10	363.50
2547	2,984.30	1,168.70	2,066.20	573.00	742.60	419.00
2548	2,937.20	1,126.00	2,271.00	510.00	771.50	481.60
2549	3,137.00	1,283.60	2,637.00	533.00	853.30	555.40
2550	3,056.00	1,199.60	2,755.20	590.00	811.10	601.70
2551	3,089.80	1,072.40	2,751.00	560.00	881.30	662.90
2552	3,164.40	857.00	2,440.00	644.00	820.30	724.00
2553	3,252.10	939.00	2,736.00	665.00	850.80	757.00
2554	3,527.30	996.30	3,093.00	710.70	892.70	812.00
2555	3,778.01	556.04	3,070.00	1,436.29	919.00	919.00
2556	3,582.00	831.00	3,015.00	827.00	845.00	907.00
รวม	35,384.11	11,015.24	28,626.60	7,613.99	9,094.70	7,203.10

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2557)

ตารางที่ 2.2 เนื้อที่การปลูกยางพารา ปี พ.ศ. 2555 - 2557

ภาค	เนื้อที่กรี๊ดได้(ไร่)			ผลผลิต (ตัน)			ผลผลิตต่อเนื้อที่กรี๊ด (กก.)		
	2555	2556	2557	2555	2556	2557	2555	2556	2557
รวมทั้งประเทศ	15,599,765	16,487,273	17,404,949	4,098,110	4,375,320	4,578,538	263	265	263
ภาคเหนือ	303,978	472,526	590,601	63,730	94,672	110,772	210	200	188
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2,220,332	2,498,713	2,904,849	473,954	556,526	611,240	213	223	210
ภาคกลาง	1,815,629	1,939,699	2,074,383	470,419	491,356	523,138	259	253	252
ภาคใต้	11,259,826	11,576,335	11,835,116	3,090,007	3,232,766	3,333,388	274	279	282

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557)

ในปี 2555 - ปี 2557 (ปี 2557 พยากรณ์ไตรมาสที่ 3 เดือนกันยายน 2557) ประเทศไทยมีเนื้อที่ปลูกยางทั้งสิ้น 17,404,949 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ซึ่งมีพื้นที่ 16,487,273 ไร่ หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 5.57 โดยภาคใต้มีพื้นที่ปลูกยางมากที่สุดคือ 11,835,116 ไร่ รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 2,904,849 ไร่ ภาคกลาง มีจำนวน 2,074,383 ไร่ และภาคเหนือ มีจำนวน 590,601 ไร่ โดยแต่ละภาคมีอัตราการขยายตัวของเนื้อที่ปลูกยางเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.24, 16.25, 6.95, 25 ตามลำดับ เนื่องจากมีสภาพอากาศเอื้ออำนวยและมีเนื้อที่เปิดกรีดยางใหม่เพิ่ม อีกทั้งมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพาราอย่างสม่ำเสมอ สำหรับเนื้อที่ปลูกยางพาราทั้งหมดของประเทศ มีเนื้อที่กรีดยางได้ในปี 2557 จำนวนทั้งสิ้น 4,578,538 เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 4.64 ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 4,375,320 ไร่ เนื้อที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 72.8 อยู่ทางภาคใต้ โดยผลผลิตเฉลี่ยยางทั้งประเทศได้ 293 กิโลกรัมต่อไร่ต่อปี โดยนำยางพาราที่ได้จากการกรีดมาแปรรูปเป็นยางพาราขั้นต้นอยู่ในรูปของยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น ยางเครฟ และยางอื่น ๆ ในปี 2556 ไทยสามารถผลิตยางแท่งได้ถึง 1,579,788 เมตริกตัน ตันรองลงมาได้แก่ ยางแผ่นรมควัน และยางผสม ที่ผลิตได้ถึง 912,676 เมตริกตัน และ 804,784 เมตริกตัน ตามลำดับ จึงถือได้ว่าประเทศเป็นผู้ผลิตยางพารามากที่สุดในโลก โดยในปี 2556 ไทยนั้นสามารถผลิตยางได้ 4,170,428 เมตริกตัน ได้เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่ผลิตได้ 3,778,010 เมตริกตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.39 ตั้งแต่ปี 2546 - 2556 ไทยสามารถผลิตยางคิดเป็นร้อยละ 4.42 โดยเฉลี่ย กว่าร้อยละ 90 ของปริมาณการผลิตไทยจำเป็นที่จะต้องพึ่งพารายได้จากตลาดส่งออก ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของตลาดโลก อีกทั้งโครงสร้างการปลูกยางของไทยส่วนใหญ่ผู้ปลูกยางเป็นเพียงเกษตรกรรายย่อย ทำให้ต้นทุนในการผลิต รวมถึงวัตถุดิบมีปริมาณที่สูง

ตารางที่ 2.3 ผลผลิตยางพาราไทยแยกตามประเภท ปี พ.ศ. 2546 - 2556

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางผสม	อื่นๆ	รวม
2546	1,225.17	1,029.60	494.68	37.10	89.46	2,876.01
2547	1,104.18	1,134.03	590.89	86.54	68.65	2,984.29
2548	1,005.70	1,240.27	585.30	36.72	69.18	2,937.16
2549	1,028.93	1,192.06	697.98	138.16	79.87	3,136.99
2550	957.34	1,218.33	663.93	151.44	64.98	3,056.01
2551	973.27	1,282.04	587.05	154.49	92.91	3,089.75
2552	837.29	1,058.89	703.82	487.16	77.22	3,164.38
2553	813.03	1,235.80	552.84	520.36	130.10	3,252.14
2554	747.28	1,300.81	519.63	339.94	44.71	2,952.38
2555	642.24	1,318.42	554.86	565.23	40.58	3,121.33
2556	793.61	1,392.26	681.97	713.30	83.80	3,664.94
รวม	10,128.06	13,402.50	6,632.94	3,230.43	841.45	34,235.37

ที่มา : สถาบันวิจัยยางกรมวิชาการเกษตร (2557)

กรรมวิธีการผลิตยาง

การผลิตยางแผ่นดิบสามารถทำการผลิตได้ 2 ลักษณะ คือ ยางแผ่นผึ่งแห้ง และยางแผ่นรมควัน โดยรวบรวมน้ำยางสดจากสวนแล้วนำมากรองเพื่อทำการแยกสิ่งสกปรกและสิ่งเจือปนออกแล้วเติมสารเคมีที่ทำให้น้ำยางจับเป็นก้อน นำไปรีดเป็นแผ่น จึงทำให้แห้งเป็นยางแผ่นดิบ ยางแผ่นดิบที่อบด้วยความร้อนอุณหภูมิ 50 - 60 องศาเซลเซียส ประมาณ 3 - 5 วัน จะได้เป็นยางแผ่นผึ่งแห้ง ถ้ายางแผ่นดิบที่เข้าโรงรมควันอุณหภูมิ 50 - 60 องศาเซลเซียส ใช้เวลาประมาณ 4 - 10 วัน ยางแผ่นรมควันที่ได้จากการผลิตต้องทำการตรวจสอบ เพื่อจัดชั้นของยางแผ่นรมควันด้วยสายตา ซึ่งสามารถแบ่งชั้นของยางแผ่นรมควันได้ทั้งหมด 5 ชั้นด้วยกันคือ ยางแผ่นรมควันชั้น 1 (RSS1) เป็นยางแผ่นรมควันที่คุณภาพสูงที่สุด รองลงมาคือชั้น 2 (RSS2) ชั้น 3 (RSS3) ชั้น 4 (RSS4) และชั้น 5 (RSS5) ตามลำดับ ยางแผ่นรมควันที่ผลิตได้ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นยางแผ่นรมควันชั้น 3 รองลงมาคือชั้น 4 (สุภัทรา ไชยสร, 2549, น.36-37)

การทำยางแผ่น ยางแผ่นจะดีหรือไม่ดีนั้น ขึ้นอยู่กับวิธีการผลิต ราคาภายในท้องตลาดก็แตกต่างกันไปตามคุณภาพของแผ่นยาง ถ้าหากเกษตรกรเจ้าของสวนยาง สามารถผลิตยางแผ่นคุณภาพดีออกจำหน่าย ก็จะได้ราคาสูงกว่ายางแผ่นที่มีคุณภาพต่ำ (เอกชัย พฤษอำไพ, 2547)

การทำยางแผ่นชั้นดีนั้น มีหลักการอยู่ง่าย ๆ คือทำยางให้สะอาด รีดแผ่นยางให้บาง สีของแผ่นยางสม่ำเสมอ ใช้น้ำและน้ำกรดถูกส่วน ซึ่งมีวิธีการและขั้นตอนการทำดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเก็บรวบรวมน้ำยาง

1. ควรเช็ดถ้วยยางให้สะอาดก่อนรองรับน้ำยาง
2. ทำความสะอาดถังเก็บน้ำยางก่อนใช้ทุกครั้ง
3. อย่าใส่ขี้ยางหรือใบไม้ลงในถังเก็บน้ำยาง จะทำให้ยางสกปรกจับตัวเป็นก้อนเร็ว

กรองน้ำยางได้ยาก

4. ถังเก็บน้ำยางควรมีฝาปิด เพื่อป้องกันมิให้น้ำยางระลอกในระหว่างนำไปยังโรง

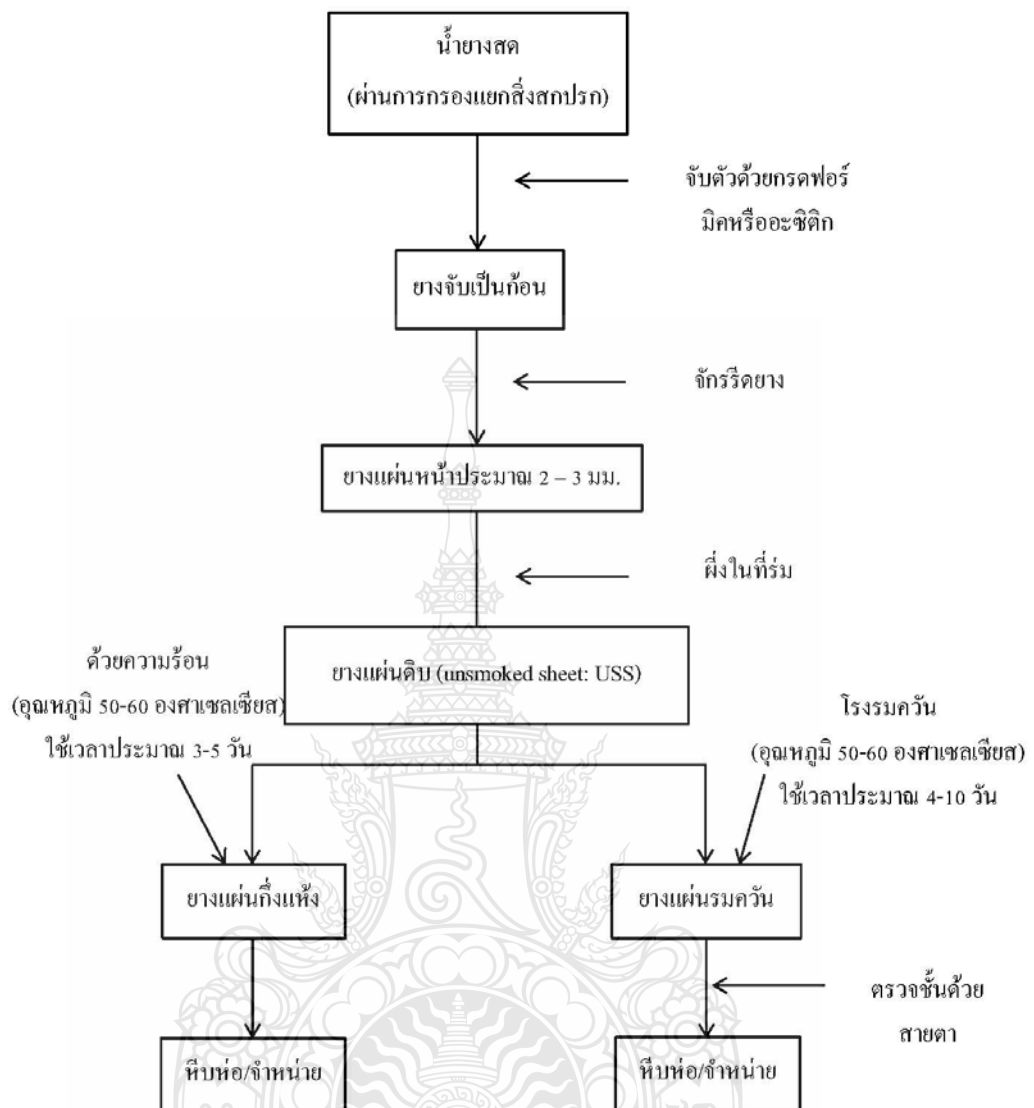
ทำแผ่นยาง

ขั้นตอนที่ 2 การทำความสะอาดเครื่องมือ

ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ในการทำยางแผ่นชั้นดี ต้องทำความสะอาดเครื่องมือทำยางแผ่นทุกชนิด ก่อนและหลังจากใช้งานแล้ว เครื่องมือการทำยางแผ่นควรให้เปียกน้ำทุกครั้งก่อนใช้ เพื่อความสะดวกในการทำความสะอาดหลังใช้เสร็จ

เครื่องมือที่จำเป็นในการทำยางแผ่น

1. เครื่องกรองลวดเบอร์ 40 และ 60
2. ตะก
3. ถังสำหรับใส่น้ำและน้ำยาง
4. โตะนวดยาง
5. เครื่องรีดชนิดสั้นและชนิดคอก
6. โรงเรือนหรือเพิงอย่างง่าย
7. กระจบองตวงน้ำยางและน้ำ
8. ใบพายสำหรับกวนน้ำยาง
9. ภาชนะผสมน้ำกรด



ภาพที่ 2.5 ขั้นตอนการผลิตขางพาไทย
ที่มา : กระทรวงการเกษตรและสหกรณ์ (2547)

ขั้นตอนที่ 3 การกรองน้ำยาขม

กรองน้ำยาขมด้วยเครื่องกรองลวด เบอร์ 40 และ 60 เพื่อเอาสิ่งสกปรกออก โดยวางเครื่องกรองซ้อนกัน 2 ชั้น เบอร์ 40 ไว้ข้างบนและเบอร์ 60 ไว้ข้างล่าง

ขั้นตอนที่ 4 การตวงน้ำยาใส่ตะก

ตวงน้ำยาที่กรองแล้ว ใส่ในตะกที่สะอาดตะกละ 3 ลิตร

ขั้นตอนที่ 5 การผสมน้ำกับน้ำยา

เติมน้ำสะอาดลงในตะก่งที่ใส่น้ำยางไว้แล้วตะก่งละ 2 ลิตร จะได้อัตราส่วนผสมระหว่างน้ำยางกับน้ำอัตรา 3 ต่อ 2 (อัตราส่วนผสมอาจเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าหากน้ำยางเจือจางบ้างแล้ว เช่น กรณีที่ฝนตกขณะเก็บน้ำยางหรือจากเหตุอื่น ๆ)

ขั้นตอนที่ 6 การเลือกใช้น้ำกรดและการผสมน้ำกรด

เพื่อให้ยางแข็งตัวและได้อย่างแผ่นที่คุณภาพดี ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อหรือโรงงานอุตสาหกรรม ควรเลือกใช้กรด “ฟอร์มิค” ชนิดความเข้มข้น 90% ซึ่งมีคุณสมบัติแตกต่างจากกรดชนิดอื่น คือไม่มีสี กลิ่นฉุนจัด หากสูดดมจะเสแสบจมูกอย่างรุนแรง และละลายน้ำได้ดีมาก

ขั้นตอนที่ 7 การใช้น้ำยางกรดผสมน้ำยาง

ใช้ใบพายกวนน้ำยางในตะก่งสัก 1 - 2 เที้ยว แล้วตวงน้ำกรดที่ผสมแล้ว 1 กระป๋องนม เทลงในน้ำยางให้ทั่วตะก่ง ขณะที่เทน้ำกรด ใช้ใบพายกวนน้ำยางไปประมาณ 6 เที้ยว (น้ำกรดฟอร์มิค 1 ขวด ทำยางแผ่นได้ประมาณ 90 - 100 แผ่น)

ขั้นตอนที่ 8 การกวาดฟองน้ำยาง

ขณะกวนน้ำยางจะมีฟองเกิดขึ้น ใช้ใบพายกวาดฟองออกจากตะก่งให้หมด เก็บรวบรวมใส่ภาชนะไว้ขายเป็นเศษยางชนิด

ฟองน้ำยางถ้าไม่กวาดออก เนื่องน้ำยางไปรวมกัน จะทำให้เห็นรอยจุดอากาศในแผ่นยาง ทำให้ได้ยางชั้นต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

ขั้นตอนที่ 9 การใช้วัสดุปิดตะก่ง

ควรใช้แผ่นสังกะสี หรือวัสดุอื่นใดก็ได้ปิดตะก่ง เพื่อป้องกันมิให้ฝุ่นละออง หรือสิ่งสกปรกตกลงไปในน้ำยางที่กำลังจับตัว ทิ้งไว้ประมาณ 30 - 45 นาที

ขั้นตอนที่ 10 การนวดแผ่นยาง

เมื่อน้ำยางจับตัวแล้วก่อนนำไปนวด ควรรินน้ำสะอาดหล่อไว้ทุกตะก่ง เพื่อสะดวกในการเทแห้งยางออกจากตะก่ง

การนวดยางควรนวดแผ่นยางบน โต๊ะที่สะอาด ซึ่งปูด้วยอะลูมิเนียมหรือแผ่นสังกะสี นวดด้วยมือหรือไม้กลมแล้วแต่นัดนวดยางให้หนาประมาณ 1 เซนติเมตร

ขั้นตอนที่ 11 การรีดแผ่นยางด้วยเครื่องรีดลื่น

น้ำยางแผ่นที่นวดแล้ว เข้าเครื่องรีดลื่น 3 - 4 ครั้ง ให้บางประมาณ 3 - 4

มิลลิเมตร

ขั้นตอนที่ 12 การรีดแผ่นยางด้วยเครื่องรีดลื่น

หลังจากนำยางแผ่นยางเข้าเครื่องรีดเส้นแล้ว ก็นำแผ่นยางเข้าเครื่องรีดออกอีก 1 ครั้ง การรีดออกจะช่วยให้แผ่นยางให้แห้งเร็วขึ้นเมื่อนำไปรมควัน

ขั้นตอนที่ 13 การล้างแผ่นยาง

แผ่นยางที่รีดดอกแล้ว ควรล้างด้วยน้ำสะอาดเพื่อล้างน้ำกรดและสิ่งสกปรกที่ติดอยู่ตามผิวของยางออกให้หมด

ขั้นตอนที่ 14 การผึ่งแผ่นยาง

แผ่นยางที่ล้างด้วยน้ำสะอาดแล้ว ควรนำมาผึ่งไว้ในที่ร่ม ไม่ควรนำออกไปผึ่งหรือตากไว้กลางแจ้ง เพราะจะทำให้ยางแผ่นเสื่อมคุณภาพได้ง่าย อย่างไรก็ตามแผ่นยางบนพื้น หรือพาดแผ่นยางในที่ที่มีฝุ่น หรือถูกสิ่งสกปรกได้ง่าย

ขั้นตอนที่ 15 การเก็บยางแผ่นเพื่อรอจำหน่าย

หลังจากผึ่งยางแผ่นไว้ประมาณ 6 ชั่วโมง ก็เก็บรวบรวมยางแผ่น โดยพาดไว้บนราวในโรงเรือนเพื่อรอจำหน่าย (ถ้ามีโรงรมก็นำเข้ารมควัน หรืออาจจะอบยางในโรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อให้ยางแผ่นแห้งป้องกันเห็ดรา และสามารถเก็บไว้ได้นาน)

ชาวสวนยางจะขายยางให้ได้ราคาสูง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำยางแผ่นให้มีคุณภาพดี และรวมกลุ่มกันขายยางร่วมกันคราวละมาก ๆ

วิธีการทำยางแผ่นรมควัน

ยางแผ่นรมควัน (Ribbed Smoked Sheet) คือ ยางแผ่นดิบที่นำไปรมควันในโรงรมยาง เพื่อให้แผ่นยางพาราแห้งสนิท สาเหตุประการหนึ่งที่ต้องรมควัน เพราะยางแผ่นที่ไม่รมจะส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศไม่ได้ เนื่องจากไม่มีผู้ซื้อยางแผ่นดิบ (ข้อมูลยางพารา, 2556)



ภาพที่ 2.6 ยางแผ่นรมควัน

ที่มา : www.kimhong.co.th

ยางแผ่นรมควัน ถูกตั้งเกณฑ์มาตรฐานด้านคุณภาพไว้เป็น 7 ระดับ ดังต่อไปนี้

1. ยางแผ่นรมควันชั้น 1 พิเศษ (RSS 1X) : ต้องผ่านการตรวจสอบอย่างละเอียด นอกจากผลผลิตแผ่นยางที่ได้ต้องสะอาด ไม่มีเชื้อรา และตำหนิเท่านั้น ยังต้องได้รับการตรวจสอบชั้นตอนกระบวนการผลิตด้วย

2. ยางแผ่นรมควันชั้น 1 (RSS 1) : แผ่นยางไม่มีตำหนิ อาจพบเจอราแห้งบนห่อ หรือ ผิวก้อน ได้เล็กน้อย

3. ยางแผ่นรมควันชั้น 2 (RSS 2) : พบเจอราแห้ง ราสนิม บนห่อ ผิวก้อน ในก้อนยาง ได้เล็กน้อย แต่ไม่เกินร้อยละ 5 ของตัวอย่างที่ตรวจ อาจจะมีฟองอากาศและสิ่งสกปรกเล็ก ๆ บ้าง

4. ยางแผ่นรมควันชั้น 3 (RSS 3) : มากกว่าร้อยละ 80 ของยางแผ่นรมควันที่ผลิตได้ในประเทศไทยจะอยู่ในเกรดนี้ ดังนั้นราคาอ้างอิงยางพารารมควันที่ใช้กัน จะใช้ประเภท RSS3 เป็นหลักยางแผ่นรมควัน RSS3 จะมีตำหนิบ้าง เช่น ฟองอากาศ และสีด่างดำเล็กน้อย รวมถึงอาจพบราแห้ง ราสนิมบนห่อ/ผิวก้อน และในก้อนได้ แต่ต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของตัวอย่างที่ตรวจเจอ

5. ยางแผ่นรมควันชั้น 4 (RSS 4) : การขึ้นราเหมือนกับยางแผ่นรมควันชั้น 2 และ 3 แต่ไม่เกินร้อยละ 20 ของตัวอย่างที่ตรวจ ตำหนิที่มีได้ คือ ฟองอากาศ สิ่งสกปรก และสีด่างดำปานกลาง แกรมได้เล็กน้อย

6. ยางแผ่นรมควันชั้น 5 (RSS 5) : การขึ้นราเหมือนชั้น 2, 3 และ 4 แต่ไม่เกินร้อยละ 30 ของตัวอย่างที่ตรวจ ตำหนิที่มีได้ คือ ฟองอากาศและสิ่งสกปรกใหญ่ขึ้น สีคล้ำมากขึ้น แกรม และยางเหนียวปานกลาง ยางพอง และอ่อนรมได้เล็กน้อย

7. ยางแผ่นรมควันชั้นต่ำ (Burok) : เป็นเศษยางที่ตัดออกจากยางแผ่นรมควันชั้นต่าง ๆ หรือเป็นยางแผ่นที่รมควันสุกเกินไป ใช้น้ำกรดในปริมาณที่ไม่เหมาะสม มีวันจำหน่าย การยืดหยุ่นไม่ได้ ยางเป็นสีดำ ไม่สม่ำเสมอในแต่ละแผ่น

หลังจากเสร็จสิ้นขั้นตอนการทำยางแผ่นดิบ ทันทีที่ตากยางจนแห้งหรือน้ำหยุดหยดจากแผ่นยางแล้ว ให้นำแผ่นยางเข้าในโรงรมได้เลย ซึ่งโดยทั่วไปจะใช้เวลาในการรมควันประมาณ 4 วัน (ข้อมูลยางพารา, 2556)

แต่หากเป็นการทำแผ่นยางรมควัน โดยใช้ยางแผ่นดิบที่ทำทิ้งไว้ ให้นำแผ่นยางที่รวบรวมได้มาล้างทำความสะอาดเสียก่อน จากนั้นจุ่มแผ่นยางลงในสารละลายของสารพาราไนโตรฟินอล (Paranitrophenol) ความเข้มข้น 1% เพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราในขณะที่รมควันหรืออบแห้งนำแผ่นยางไปฝังตากในที่ร่มอากาศถ่ายเทสะดวก เมื่อยางสะอาดน้ำจึงค่อยนำเข้าโรงรม ซึ่งจะใช้เวลาในการรมควัน 4-7 วัน

โดยปกติจะใช้เวลาในการรมควันให้ยางแห้งประมาณ 4 วัน ซึ่งอุณหภูมิที่ใช้ในแต่ละวันจะเป็นดังนี้

วันที่ 1	ใช้อุณหภูมิ	120 - 125 F (ฟาเรนไฮต์)
วันที่ 2	ใช้อุณหภูมิ	125 - 135 F
วันที่ 3	ใช้อุณหภูมิ	135 - 140 F
วันที่ 4	ใช้อุณหภูมิ	140 - 145 F

ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อคุณภาพยางแผ่นรมควัน คือ โรงรมควันยาง ซึ่งโรงรมควันยางที่ดีจะต้องคำนึงถึง

- 1) กระจายความร้อนได้ทั่วถึงและสม่ำเสมอ
- 2) ระบายอากาศได้ดี
- 3) สามารถควบคุมอุณหภูมิได้ดี
- 4) มีระบบป้องกันไฟไหม้
- 5) มีทางระบายน้ำที่หยดจากแผ่นยางในขณะรมควัน ออกจากโรงรม
- 6) ควันและความชื้นไม่รั่วออกทางเพดาน

พื้นที่ใช้ในโรงรมควัน ควรจะเป็นพื้นที่ให้ความร้อนได้ดี หากใช้พื้นที่ไม่แห้งสนิทหรือพื้นของไม้บางชนิดที่มีควันดำมาก จะทำให้ยางที่รมมีคุณภาพต่ำ แผ่นยางเป็นสีดำ

ปัญหาที่พบบ่อยครั้งในขั้นตอนการรมควันยาง

- 1) เกิดฟองเล็ก ๆ อันเนื่องมาจากอุณหภูมิในการรมควันวันแรกร้อนจัดเกินไป ควรปรับอุณหภูมิเสียใหม่ ให้เริ่มด้วย 120 - 125 F ไม่ว่าในระยะใด
- 2) เกิดฟองอากาศ อันเนื่องมาจากอุณหภูมิในระยะสุดท้ายของการรมร้อนจัดเกินไป ควรควบคุมอุณหภูมิไม่ให้สูงเกินกว่า 145 F ไม่ว่าในระยะใด
- 3) แผ่นยางขึ้นรา เป็นเพราะมีความชื้นในโรงรมมากเกินไป จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขเรื่องอุณหภูมิ และการล้างแผ่นยางพารา โดยก่อนนำยางแผ่นเข้าโรงรม ให้จุ่มน้ำยาพาราไนไตรฟีนอล ความเข้มข้น 1% เสียก่อน เพื่อป้องกันการเกิดเชื้อรา
- 4) การมีทางสีดำและเหนียวเหนอะ เป็นเพราะเพดานมีช่องให้ความชื้นและความชื้นรั่วออกไป และทำให้เกิดละอองความชื้นซึ่งเป็นยางเหนียวเกาะอยู่ตามช่องเพดานดังกล่าว ซึ่งเมื่อความชื้นมากขึ้น ยางเหนียวสีดำนี้ก็จะหยดลงมาที่แผ่นยาง ดังนั้นจึงควรอุดรูรั่วของเพดานในโรงรมควันให้หมด

5) การมีทางสีสนิม สาเหตุเพราะอุณหภูมิในวันแรกที่เข้าโรงรมต่ำมากเกินไป ซึ่งวันแรกควรเริ่มต้นการรมควันที่อุณหภูมิ 120 F

การแยกและคัดชั้นยาง (STR คือ Standard Thai Rubber RSS คือ การจัดชั้นยางต่าง ๆ ของยางแผ่นรมควัน)

การแยกยาง จะอาศัยความเหมาะสมโดยอาศัยทักษะและข้อสังเกตบางประการคือ

- 1) ความสะอาด แผ่นยางสะอาด ไม่มีขยะขอบริ้วขี้ยางหรือฟองอากาศที่เห็นเด่นชัด
- 2) ความหนาบางของแผ่นยาง หนาบางสม่ำเสมอตลอดแผ่น
- 3) ความชื้นในแผ่นยาง ควรมีความชื้นไม่เกิน 5 เปอร์เซ็นต์
- 4) ความยืดหดเพราะการใช้น้ำหรือน้ำกรดไม่ถูกส่วน
- 5) สีและความสม่ำเสมอของสี
- 6) ลักษณะขนาดของแผ่นยางเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าไม่คอดกั้ว เล็ก โต ยาวหรือสั้น

เกินไป

2.6.3 ตลาดยางธรรมชาติ

ลักษณะตลาดยางพาราเป็นตลาดของผู้ซื้อ เนื่องจากมีผู้ซื้อจำนวนมาก ขณะที่เกษตรกรหรือผู้ขายซึ่งมีจำนวนมาก และส่วนมากเป็นเจ้าของสวนยางขนาดเล็ก (สุภัทรา ไชยสร, 2549, น.40)

ตลาดภายในประเทศ

วิถีตลาดยางพาราภายในประเทศ เริ่มต้นจากผู้ผลิตหรือเกษตรกรชาวสวนยาง ทำการขายผลผลิตในรูปแบบของน้ำยางสด ยางแผ่นดิบและเศษยาง ให้กับพ่อค้าคนกลาง หรือพ่อค้าเร่ในท้องถิ่น จากนั้นนำไปขายต่อให้กับพ่อค้าในเมือง ที่รับซื้อผลผลิตยางทั้งจากสวนยางโดยตรงและจากพ่อค้าคนกลาง ผลผลิตที่พ่อค้าในเมืองรับซื้อจะถูกขายต่อไปที่โรงงานยางหรือพ่อค้าส่งออก โดยที่พ่อค้าส่งออกจะเป็นผู้นำผลผลิตดังกล่าวไปทำการแปรรูปอย่างง่าย เช่น การรมควัน การผลิตยางแท่ง ยางเครพ เป็นต้น และส่งส่งออกไปยังประเทศผู้ใช้อย่างต่อไป (สุภัทรา ไชยสร, 2549, น.40-46)

การกำหนดราคาขาย

การเคลื่อนย้ายผลผลิตจากเกษตรกร ไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายซึ่งต้องผ่านคนกลางต่างๆหลายระดับด้วยกันนับตั้งแต่พ่อค้าในตลาดท้องถิ่น พ่อค้าในเมือง ผู้แปรรูปจนถึงผู้ส่งออก ซึ่งทำให้เกิดส่วนเหลือมถ้ำการตลาดสูง แต่ปริมาณความต้องการยางธรรมชาติของโลกที่มีปริมาณมากนั้น โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในประเทศจีน ประกอบกับราคาน้ำมันอยู่ในระดับสูง ทำให้ยางสังเคราะห์ราคาสูงตามไปด้วย จึงเป็นผลดีกับเกษตรกรที่จะขายยางได้ในราคาสูง จากผลผลิตยางธรรมชาติที่ผลิตได้

ร้อยละ 90 ถูกส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ การซื้อขายของพ่อค้าคนกลางในประเทศไทยจึงยึดราคาของประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์เป็นหลัก ประเทศไทยจึงอยู่ในฐานะของผู้รับราคา ซึ่งไม่มีอิทธิพลในการกำหนดราคาส่งออกเอง โดยจะอ้างอิงราคา F.O.B. เป็นหลักในการตัดสินใจขายและรับซื้อของธรรมชาติของพ่อค้าคนกลาง

ในการกำหนดราคารับซื้อของจะขึ้นอยู่กับราคาตลาดโลก และหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และค่าเสียโอกาสของพ่อค้าในระดับต่าง ๆ โดยเกษตรกรส่วนใหญ่จะขายยางในรูปของยางแผ่นดิบ ดังนั้น พ่อค้าคนกลางจะหักค่าใช้จ่ายดังต่อไปนี้

ค่าขนส่ง ระยะทางไม่เกิน 20 กิโลเมตร จะตกประมาณกิโลเมตรละ 8-1 สตางค์

ค่าจ้างรมควัน ยางแผ่นดิบที่ไม่ได้รมควันจะเสียค่าใช้จ่ายในการรมควันประมาณ กิโลกรัมละ 15 - 20 สตางค์

ค่าขาดน้ำหนัก ทั้งนี้เนื่องจากในยางแผ่นดิบมีน้ำอยู่ เมื่อรมควันก็จะสูญเสียน้ำหนักไปจะมาน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความหนาของยางแผ่นดิบ โดยปกติยางแผ่นดิบ 100 กิโลกรัม เมื่อรมควันแล้วน้ำหนักจะขาดไปประมาณ 2 - 10 กิโลกรัม

อัตรากำไร โดยปกติพ่อค้าจะเอากำไรจากการซื้อขายประมาณร้อยละ 5 ของน้ำหนัก ยาง และในการกำหนดเกรดยางที่ซื้อขายและการตีราคายางเป็นการกำหนดโดยพ่อค้าเพียงฝ่ายเดียว

ค่าใช้จ่ายและการตั้งราคารับซื้อของของผู้ส่งออก

ค่ารมควัน (เฉลี่ย) 0.27 บาท/กิโลกรัม

ค่ามัดขึ้นยางและหีบห่อ (เฉลี่ย) 0.45 บาท/กิโลกรัม

ค่าขนส่งเรือลำเดียวจากโกดังท่าเรือ (เฉลี่ย) 0.26 บาท/กิโลกรัม

ค่าประกันภัย 0.02 บาท/กิโลกรัม

ค่าดอกเบี้ยเงินทุน 0.15 บาท/กิโลกรัม

ค่าบริหารงานขาย 0.27 บาท/กิโลกรัม

รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด 1.32 บาท/กิโลกรัม

นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายบางส่วนที่ผู้ส่งออกจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ดังนี้

ค่าธรรมเนียมผ่านด่านศุลกากร 0.02 บาท/กิโลกรัม

ค่าอากรขาออกตามกฎหมายภาษีศุลกากร ซึ่งจะมีการประกาศทุก ๆ 15 วัน

การประเมินอากรขาออกสำหรับการส่งออกยางแผ่นรมควันต่าง ๆ นั้น กฎหมายศุลกากรกำหนดว่าถ้าราคายางพาราในตลาดเฉลี่ยไม่เกินกิโลกรัมละ 5.95 บาท อัตราอากรขาออกเท่ากับร้อยละ 1 ถ้าเกินกว่า 5.95 บาท อัตราอากรขาออกเท่ากับร้อยละ 40 ของส่วนที่เกิน 5.95 ส่วนการกำหนดราคา

ในตลาดเป็นรายเฉลี่ย เพื่อถือเป็นเกณฑ์ประเมินอากรขาออกนั้น กรมศุลกากรจะเป็นผู้ประกาศทุก 15 วัน สำหรับค่าสงเคราะห์การปลูกทดแทนนั้นเก็บตามพรบ.กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง พ.ศ. 2503 ซึ่งระบุว่าราคาเฉลี่ยในตลาดไม่เกินกิโลกรัมละ 10 บาท จะเก็บค่าสงเคราะห์การปลูกทดแทนเพิ่มอีกอัตราร้อยละ 10 ของส่วนเกิน 10 บาท/กิโลกรัม ราคาเฉลี่ยในท้องตลาดจะถือตามประกาศของกรมศุลกากรเป็นเกณฑ์ในการเก็บค่าสงเคราะห์การปลูกทดแทน ดังนั้น การตั้งราคาซื้อขายของผู้ส่งออกจะถือราคาที่ขายได้ หรือราคาที่คาดว่าจะขายได้ หักด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ส่วนที่เหลือจึงเป็นราคาซื้อขายผ่านรมควัน ณ โรงงานของผู้ส่งออก บางบริษัทจะซื้ออย่างที่ได้จัดขึ้นและบรรจุหีบห่อแล้ว ซึ่งราคางประเภทนี้สูงกว่าราคาขายผ่านที่ผู้ซื้อเป็นผู้รมควันและจัดขึ้นเอง ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้น

2.6.4 การเคลื่อนไหวของราคายางพาราไทยในอดีต

การเคลื่อนไหวของราคายางพาราผ่านรมควันชั้น 3 F.O.B กรุงเทพมหานคร ในช่วงที่ผ่านมาได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งวิกฤตเศรษฐกิจและภัยธรรมชาติ โดย กฤษณ์ พิธิษฐกุล และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาไว้ดังนี้

ปี 2548 เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมยานยนต์ในจีนขยายตัวมาก ทำให้มีความต้องการใช้ยางสูงราคายางจึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

ปี 2549 ภาวะฝนแล้งในไทย ทำให้พืชผลทางการเกษตรได้รับผลกระทบจากการที่ปริมาณน้ำฝนน้อย ผลผลิตยางที่ออกสู่ตลาดลดลง ทำให้ราคาเพิ่มสูงขึ้น

ปี 2550 การส่งออกยางพาราอยู่ในเกณฑ์ดีมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาสแรกของปี เนื่องจากความต้องการจากต่างประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น และเริ่มมีการขยายตลาดใหม่ขึ้นที่อินเดีย สำหรับในช่วงไตรมาสที่ 2 ราคายางได้รับผลกระทบจากเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเล็กน้อย ทำให้ราคาขายปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม ราคาค่อนข้างมีเสถียรภาพโดยมีแนวโน้มอยู่ในช่วงราคายางขาขึ้น

ปี 2551 ในช่วงต้นปีถึงกลางเดือนมีนาคม 2551 มีการเก็งกำไรในตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ เช่น ทองคำ น้ำมัน เป็นช่วงขาขึ้นของตลาด Commodity เกิดจากการเก็งกำไรของกองทุนต่าง ๆ ยางพาราเป็นสินค้าตัวหนึ่งอยู่ในตลาดล่วงหน้า จึงได้รับอิทธิพลจากการเก็งกำไรของนักลงทุนด้วย ราคาจึงพุ่งสูงขึ้นจาก 80 กว่าบาทต่อกิโลกรัมในช่วงต้นปีไปอยู่ที่ระดับ 100 กว่าบาทต่อกิโลกรัมในช่วงกลางปี อย่างไรก็ตาม ในช่วงไตรมาสสุดท้าย ราคายางได้รับผลกระทบจากปัญหาสินเชื่อต่อคุณภาพของสหรัฐฯ (Sub-prime Crisis) ทำให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ 3 บริษัท อย่าง จีเอ็ม ฟอร์ด และ ไครสเลอร์ ประสบภาวะขาดทุนจนต้องปลดพนักงานและลดกำลังการผลิต อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยรวมถึงภูมิภาคเอเชียต้องลดสัดส่วนการผลิตลง ปริมาณความต้องการใช้ยางจึงลดลง

เป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันตลาดยานยนต์ในญี่ปุ่นเข้าสู่ภาวะถดถอย การนำเข้าเพื่อการผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์โลกลดลง ทำให้ราคายางในช่วงปี 2551 มีแนวโน้มลดลงมาเรื่อย ๆ จนถึงระดับต่ำสุดที่ 44.36 บาทต่อกิโลกรัมในช่วงปลายปี

ปี 2552 - 2553 ความไม่สมดุลทางการเงินของโลก (Global imbalance) ทำให้ภูมิภาคเอเชียมีฐานะทางการเงินและพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าประเทศใหญ่ทางตะวันตก โดยเฉพาะประเทศจีนและอินเดีย ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจโลกเริ่มขยายตัว ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ ทำให้ตลาดยางพาราสามารถกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง โดยจีนและอินเดียมีกานำเข้ายางธรรมชาติเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ราคาจึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ราคาขงก็ดิ่งลงอีกครั้ง ตอบสนองกับเหตุการณ์วิกฤตหนี้สาธารณะที่เกิดในประเทศกรีซ แต่เป็นช่วงเวลาที่ไม่ยาวนานและรุนแรง เนื่องจากสถานการณ์ยังไม่ลุกลามและยังไม่ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจจริงสำหรับประเทศไทยมากนัก

ปี 2554 เป็นช่วงยุคทองของราคาขง ในช่วงต้นปี 2554 ตลาด Commodity อยู่ในช่วงขาขึ้นอีกครั้ง หลังจากมีสัญญาณเศรษฐกิจที่ดีขึ้นของหลายประเทศและเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในแอฟริกาเหนือและตะวันออกกลาง ส่งผลให้อุปทานน้ำมันตึงตัว การเก็บกำไรในน้ำมันสูงขึ้นด้วย สำหรับเศรษฐกิจประเทศผู้ใช้จ่ายรายใหญ่ของโลกยังคงขยายตัวได้ดีในไตรมาสที่ 1 ปี 2554 (ยกเว้นญี่ปุ่นที่เผชิญกับภาวะเงินฝืด) ส่งผลให้ราคาขงในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้น รวมถึงราคาขงประเทศไทยปรับตัวสูงขึ้นทำสถิติใหม่ทุกวัน จนราคาสูงสุด 190.31 บาทต่อกิโลกรัมในวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2554 หลังจากนั้นราคาเริ่มปรับตัวลดลงจนถึงกลางเดือนมีนาคม ความผันผวนราคาขงเกิดขึ้น เมื่อมีการเทกำไรในวันที่ 14 - 16 มีนาคม 2554 จากเหตุการณ์แผ่นดินไหวและสึนามิในญี่ปุ่น แต่หลังจากนั้นราคาขงได้ปรับตัวสูงขึ้นในไตรมาสที่ 2 เนื่องจากรัฐบาลออกมาตรการแก้ไขปัญหาราคาขงตกต่ำ ทำให้ราคาขงยังคงถูกพยุงไว้ อย่างไรก็ตาม ราคาขงกลับเคลื่อนไหวในทิศทางลดลงต่อเนื่อง เนื่องจากวิกฤตหนี้สาธารณะของกรีซลุกลามไปยังประเทศอื่นในยุโรป ส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจจีนชะลอตัวลงเนื่องจากยุโรปเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของจีน รวมถึงตลาดส่งออกยางไทยส่งประเทศญี่ปุ่นยังคงประสบกับปัญหาภาวะเงินฝืด รวมทั้งเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ของไทยในช่วงปลายปี ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่อเนื่องในหลายประเทศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์ เนื่องจากไทยและญี่ปุ่นเป็นฐานการผลิตขนาดใหญ่ในอุตสาหกรรมยานยนต์ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในหลายภูมิภาคต้องชะลอและระงับการผลิต เพราะเหตุการณ์น้ำท่วม ทำให้เกิดการขาดแคลนชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ ความต้องการใช้ขงจึงลดลง ยอดการผลิตรถยนต์ของจีนลดลงร้อยละ 23.8 นับเป็นสถิติที่ตกต่ำที่สุดในรอบ 10 ปี จึงทำให้ในช่วงปีเดียวกัน ความแตกต่างราคาสูงสุดกับต่ำสุดมีช่วงกว้างประมาณเกือบ 90 บาท

ปี 2555 - ปี 2556 สถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ยังคงเปราะบาง การฟื้นตัวของเศรษฐกิจของหลายประเทศยังคงไม่ชัดเจน ทั้งอัตราการว่างงานของสหรัฐที่ยังอยู่ในระดับสูง ปัญหาหนี้สาธารณะที่ยังคงยืดเยื้อ ตัวเลขทางเศรษฐกิจของประเทศผู้ใช้จ่ายรายใหญ่ เช่น จีน ญี่ปุ่น สหรัฐ และอินเดียชะลอตัวลง ทำให้ตลาดยางพาราโลกซบเซา ราคาจึงมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงหลังราคามีแนวโน้มผันผวนจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนของโลก และการเก็งกำไรของตลาดล่วงหน้าที่ตอบสนองต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ยังไม่ชัดเจนนัก ทำให้นักลงทุนยังคงประเมินสถานการณ์ในระยะสั้นบ่อยครั้ง

แนวโน้มปี 2557 ยางพารา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร คาดว่า ผลผลิตยางพาราปี 2557 จะมีปริมาณ 3.95 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปริมาณ 3.78 ล้านตัน ของปี 2556 ร้อยละ 4.50 เนื่องจากเนื้อที่กรีดยางส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุที่ให้ผลผลิตสูง ประกอบกับมีเนื้อที่เปิดกรีดหน้ายางใหม่เพิ่มขึ้น แต่ผลผลิตต่อไร่ที่ลดลง สาเหตุจากเกษตรกรกรปลูกในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมและส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงด้วย โดยการส่งออก ปี 2557 คาดว่าจะมีการส่งออกปริมาณ 3.7 ล้านตัน ลดลงจากปี 2556 เล็กน้อย เนื่องจากภาครัฐส่งเสริมให้มีการใช้ภายในประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ราคายางพาราของไทยแพงกว่าคู่แข่ง ทำให้ผู้ซื้อหันไปซื้อจากประเทศคู่แข่ง เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนามแทน และยังแพงกว่าราคายางสังเคราะห์ ทำให้ผู้ซื้อหันไปใช้ยางสังเคราะห์แทนเพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางแบบจุ่ม เช่น ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ส่วนมูลค่าคาดว่าจะลดลง เนื่องจากแนวโน้มราคาส่งออกปรับตัวลดลง ประกอบกับผู้ประกอบการภายในประเทศมีสต็อกยางเพื่อรอส่งมอบและรอขายในปริมาณมาก ส่งผลให้ราคาที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มลดลงตามไปด้วย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557)

ปัจจัยที่กำหนดการเคลื่อนไหวของราคายางพาราไทย

ราคายางพาราที่อยู่ในตลาดโลกจะถูกกำหนดจากปัจจัยอุปสงค์และอุปทาน เนื่องจากสินค้าเกษตรจำพวกยางพาราเป็น Commodity ที่ซื้อขายกันทั่วโลก และศูนย์กลางตลาดยางพาราของโลกไม่ได้อยู่ในประเทศไทย โดยปัจจัยที่จะกำหนดอุปสงค์คือความต้องการจากประเทศที่ใช้จ่ายพารา เช่น จีน ยุโรป สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ขณะที่ปัจจัยกำหนดอุปทานคือผลผลิตของประเทศที่ผู้ผลิตหลัก อาทิเช่น ประเทศผู้ค้าหลัก ๆ อย่างประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย โดยการซื้อขายยางพารานั้นผู้นำเข้าหรือผู้ใช้จ่ายในแต่ละประเทศจะติดต่อมายังผู้ส่งออกไทย ซึ่งจะมีการเจรจาต่อรองราคาเพื่อตกลงทำการซื้อขายกัน (ราคาส่วนใหญ่ที่ใช้เป็นราคา F.O.B) ทั้งนี้ผู้ส่งออกจะต้องจัดหาสินค้าที่จะส่งออกโดยรับซื้อจากโรงงานแปรรูป การกำหนดราคาในขั้นตอนนี้จะพิจารณาจากราคา F.O.B หักด้วยค่าใช้จ่ายในการขนส่งและส่งออก และหักด้วยค่าสงเคราะห์ (CESS) สำหรับโรงงานแปรรูปจะต้องหาวัตถุดิบเพื่อ

สร้างมูลค่าเพิ่มให้ยางพารา ดังนั้นจึงรับซื้ออย่างแผ่นดิบหรือน้ำยางข้นจากพ่อค้าท้องถิ่น โดยราคารับซื้อของโรงงานแปรรูปเป็นราคาเดียวกับราคาขายของพ่อค้าท้องถิ่นนั่นเอง ซึ่งกำหนดมาจากราคาที่จะขายได้ของโรงงานแปรรูป หักด้วยต้นทุน และบวกด้วยกำไรและสุดท้ายพ่อค้าท้องถิ่นก็จะรับซื้อจากเกษตรกรอีกต่อหนึ่งโดยกำหนดราคาในลักษณะที่คล้ายกัน โดยโครงสร้างตลาดการส่งออกยางพาราไทย หรือตลาดยางพาราไทยนั้นมีผู้เกี่ยวข้องในระบบการผลิต การจำหน่าย (Supply chain) เป็นจำนวนมาก ตั้งแต่เกษตรกรกรีดยาง นำน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ และขี้ยาง ขายให้แก่พ่อค้าท้องถิ่น เช่น พ่อค้าเร่ พ่อค้าหมู่บ้าน พ่อค้าในเมือง เป็นต้น หรือขายให้แก่สหกรณ์ เพื่อนำไปขายต่อหรือผลิตเป็นยางแผ่นรมควัน จากนั้นนำไปขายโดยใช้ระบบการประมูลที่ตลาดกลางยางพารา ซึ่งผู้ที่เข้ามาประมูลจะเป็นผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมยางพารา เช่น พ่อค้า ผู้ส่งออก เป็นต้น ผลผลิตยางที่รับซื้อจะมาเข้าสู่ขั้นตอนการแปรรูปเป็น น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง เป็นต้น นอกจากนี้ การขายยางของเกษตรกร หรือพ่อค้า ไม่จำเป็นต้องผ่านตัวกลาง เนื่องจากพ่อค้าหรือเกษตรกร โดยเฉพาะรายใหญ่มักขายยางให้แก่โรงงานแปรรูปเอง โดยตรง เพื่อลดขั้นตอนการขายและลดต้นทุนการดำเนินการ (กฤษฎิ์ พิธิฐศุภกุล, 2556, น.4)

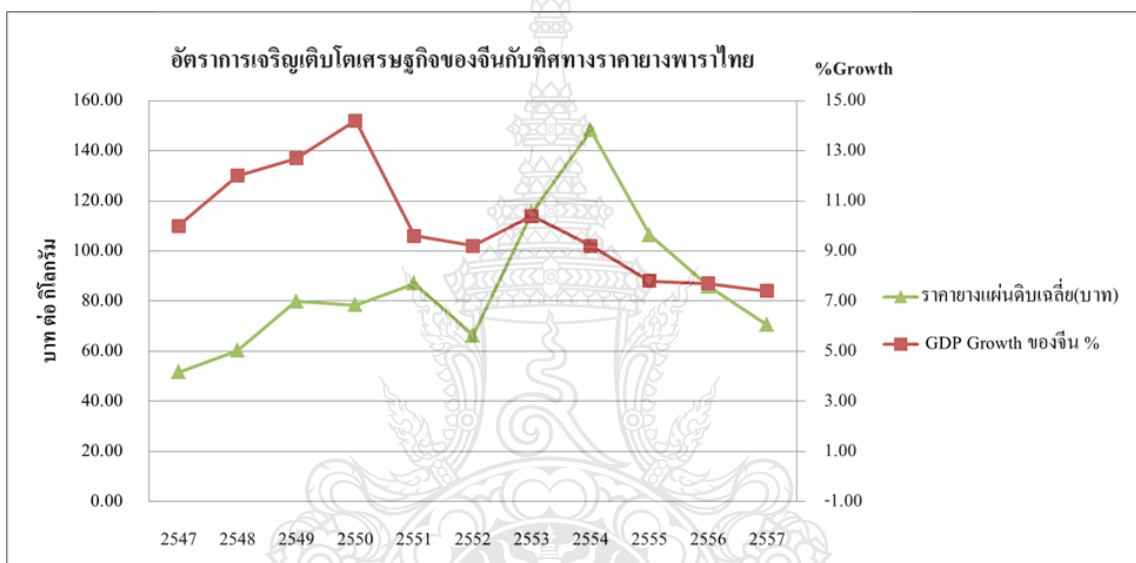
แม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกยางรายใหญ่ของโลก แต่ศูนย์กลางการค้ายางทั้งตลาดซื้อขายจริงและตลาดซื้อขายล่วงหน้าไม่ได้อยู่ที่ไทย ศูนย์กลางการค้ายางในตลาดซื้อขายจริง (Physical market) อยู่ที่สิงคโปร์ ในขณะที่ศูนย์กลางการค้ายางในตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Future market) ที่ใช้เป็นราคาอ้างอิงทั่วโลกอยู่ที่ตลาดซื้อขายล่วงหน้า TOCOM และตลาด SGX ราคาที่พ่อค้ายางในประเทศไทยใช้เป็นข้อมูลเพื่อตัดสินใจซื้อขายในชีวิตประจำวัน คือ ตลาดซื้อขายล่วงหน้า TOCOM ซึ่งเป็นตลาดแรกที่เปิดการซื้อขายในแต่ละวันที่มีปริมาณการซื้อขายสูงสุด รวมทั้งตลาด SGX และตลาด AFET ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยจึงต้องอยู่ในฐานะยอมรับราคา (Price taking) ที่กำหนดมาจากตลาดโลกและอ้างอิงจากราคาในตลาดล่วงหน้า ทำให้ไม่มีอิทธิพลในการกำหนดราคาส่งออกเอง โดยจะพบว่า การเคลื่อนไหวของราคาของยางพาราไทยจะสอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์อุปทานโลก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของยางพาราไทยในปัจจุบันมีดังนี้

ปัจจัยพื้นฐานด้านอุปสงค์

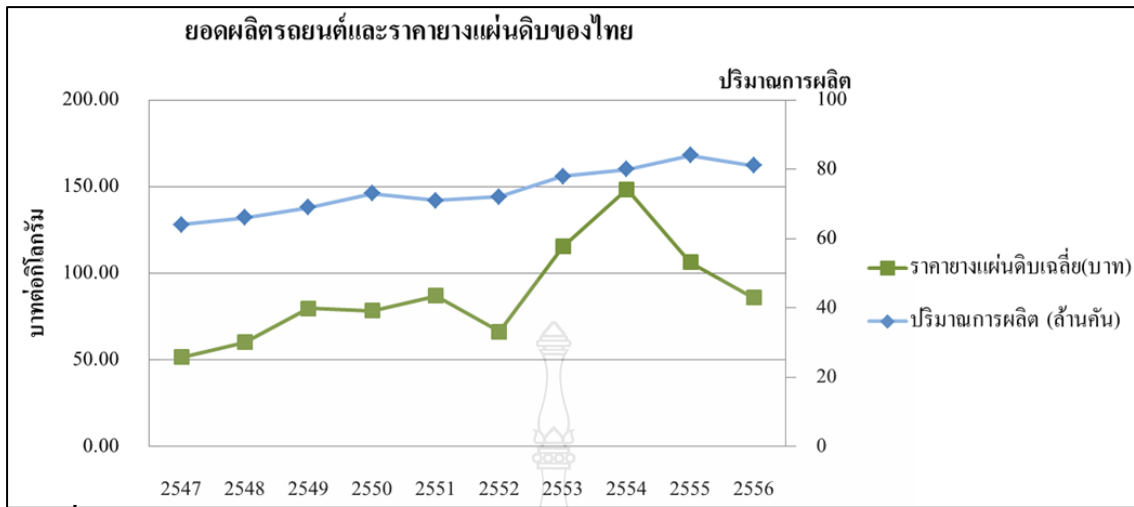
1) เศรษฐกิจของประเทศผู้ใช้ยางพารา

ความต้องการใช้ยางพาราโลกจะมาจากประเทศผู้ใช้หลัก ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา และยุโรป โดยจีนเป็นผู้บริโภคยางเป็นผู้ผลิตรถยนต์อันดับ 1 ของโลก และเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย ราคาของยางพาราไทยเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกับอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจจีนมาโดย

ตลอด แต่ในช่วงปี 2552 ได้เกิดวิกฤตในหลายประเทศซึ่งเป็นตลาดคู่ค้าของจีน เช่นปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินของสหรัฐอเมริกา ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ของจีนและไทยต้องลดสัดส่วนการผลิตลง อย่างไรก็ตามราคายางได้ฟื้นตัวอีกครั้งใน 2553 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกเริ่มขยายตัว ประกอบกับการเก็งกำไรในตลาดล่วงหน้าสูงขึ้น ทำให้ราคายางเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2554 ตรงข้ามกับทิศทางอัตราดอกเบี้ยโตของเศรษฐกิจจีน อย่างไรก็ตาม โดยภาพรวมแล้วจะเห็นว่าช่วงไหนที่เศรษฐกิจโลกดี ปริมาณการใช้ยางจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกตลาด และส่งผลในทิศทางบวกต่อราคายางพารา (กฤษณี พิสิฐสุภกุล, 2556, น.4)



ภาพที่ 2.7 อัตราการเติบโตของจีนกับทิศทางราคายางพาราไทย
ที่มา : world Bank, ตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ (2557)



ภาพที่ 2.8 ยอดผลิตรถยนต์และราคาขายแผ่นดินไทย

ที่มา : OICA, สถาบันวิจัยยาง (2557)

2) การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์

การขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศจีน ที่ส่งผลให้ประเทศจีนเป็นผู้ผลิตรถยนต์อันดับหนึ่งของโลก เนื่องจากประเทศผู้ผลิตยางชั้นนำของโลกได้ใช้เงินเป็นฐานในการผลิต รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาปริมาณการผลิตรถยนต์ของโลก จะเห็นว่าตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมาปริมาณการผลิตรถยนต์จะมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แต่ในช่วงปี 2551 - 2552 ซึ่งเป็นผลของวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศผู้ผลิตรถยนต์ที่สำคัญ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป ส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจซบเซา ปริมาณการผลิตรถยนต์จีนจึงลดต่ำลง กล่าวคือ หากเศรษฐกิจของโลกขยายตัว ความต้องการในการผลิตรถยนต์จะเพิ่มขึ้น ความต้องการใช้ยางพาราจะเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาขายพาราเพิ่มสูงขึ้น (กฤษฎิ์ พิธิฐศุภกุล, 2556, น.4-5)

3) สต็อกยางพารา

สต็อกยางที่ใช้พิจารณากันในปัจจุบันคือสต็อกยางเมืองชิงเต่า (Qingdao) เนื่องจากเป็นเมืองที่นำเข้ายางมากที่สุดและเป็นฐานสำคัญในการผลิตล้อยาง โดยมาจากการซื้อขายในตลาดส่งมอบจริง นอกจากนี้คือ สต็อกยางตลาด SHFE และสต็อกยางตลาด TOCOM ซึ่งเป็นสต็อกยางจากการซื้อขายในตลาดล่วงหน้า อย่างไรก็ตามการที่ปริมาณสต็อกยางเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศจะถือเป็นปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อราคาขายไทย เพราะผู้ใช้งานของโลกจะชะลอการซื้อเพื่อดูราคาในอนาคต (กฤษฎิ์ พิธิฐศุภกุล, 2556, น.5)

4) ความต้องการใช้ยางสังเคราะห์

ยางสังเคราะห์กลายเป็นสินค้าทดแทนยางธรรมชาติในการปรับสัดส่วนการผลิตในอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการผลิตสินค้าบางชนิดจะมีการใช้ยางสังเคราะห์เป็นสินค้าทดแทนยางธรรมชาติ เช่น ล้อยางรถยนต์ แต่ยางสังเคราะห์ไม่สามารถทดแทนยางธรรมชาติได้สมบูรณ์ เนื่องจากยางธรรมชาติมีคุณสมบัติความยืดหยุ่นที่ดีกว่า ดังนั้นความต้องการใช้ยางธรรมชาติของโลกจะยังคงมีอยู่ (กฤษฎิ์ พิธิฐศุภกุล, 2556, น.5)

เนื่องจากยางสังเคราะห์เป็นสินค้าทดแทนยางธรรมชาติ ดังนั้นราคาจึงมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าราคาน้ำมันดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบตั้งต้นมีราคาสูงขึ้น ต้นทุนการผลิตยางสังเคราะห์ก็จะสูงขึ้นตาม เมื่อยางสังเคราะห์ราคาสูงขึ้นมาก ผู้ใช้ยางสังเคราะห์จะปรับเปลี่ยนมาใช้ยางธรรมชาติมากขึ้นส่งผลให้ราคายางธรรมชาติสูงขึ้นตามปริมาณความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ (กฤษฎิ์ พิธิฐศุภกุล, 2556, น.5)

ปัจจัยพื้นฐานด้านอุปทาน

1) พื้นที่เพาะปลูก

การเคลื่อนไหวของราคายางและนโยบายการปลูกยางของแต่ละประเทศเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่ม/ลดพื้นที่ปลูกยาง อาทิเช่น ในปี 2556 จากข้อมูลของ IRSG เวียดนามมีพื้นที่เพาะปลูกยางอยู่ที่ 5.8 ล้านไร่ ให้ผลผลิต 9.5 แสนตัน และรัฐบาลได้มีนโยบายขยายพื้นที่เพาะปลูกไปถึง 6.3 ล้านไร่ เพื่อให้ได้ผลผลิต 1.2 – 1.4 ล้านตันภายในปี 2563 นอกจากนี้ ในระหว่างปี 2548 - 2555 จีนมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกปีละ 2.6 แสนไร่ ทำให้ปี 2556 จีนมีพื้นที่เพาะปลูกมาเป็นอันดับของโลกรองจากไทยและมาเลเซีย คิดเป็นพื้นที่ 7.3 ล้านไร่ และรัฐบาลจีนยังมีนโยบายขยายพื้นที่ปลูกไปยังกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม) ทำให้พื้นที่เพาะปลูกในประเทศยางพาราของโลกจะทำให้ผลผลิตของโลกมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งอาจทำให้โลกเผชิญภาวะผลผลิตล้นตลาดอย่างต่อเนื่องและกดดันให้ราคายางพาราไม่สามารถปรับตัวสูงขึ้นได้ (กฤษฎิ์ พิธิฐศุภกุล, 2556, น.5-6)

2) ฤดูกาลและความผิดปกติของสภาพภูมิอากาศ

ยางพาราเป็นสินค้าเกษตรที่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลในช่วงฤดูยางผลัดใบจะทำให้ผลผลิตยางพาราออกมาน้อย ฤดูที่ยางผลัดใบจะแตกต่างกันไปตามท้องถิ่นและชนิดของพันธุ์ยาง โดยมักจะเป็นช่วงหน้าร้อนของแต่ละพื้นที่ ดังนั้น ในบางเดือนจะทำให้ผลผลิตออกมามากน้อยแตกต่างกันไป นอกจากนี้ ปัญหาน้ำท่วม ภัยแล้ง และฝนตกนานผิดปกติ เป็นอุปสรรคต่อการกรีดยาง ล้วนส่งผลกระทบต่อผลผลิตและราคาด้วย (กฤษฎิ์ พิธิฐศุภกุล, 2556, น.6)

3) นโยบายการผลิตและการส่งออกของประเทศผู้ผลิตหลัก

ในปี 2555 สภาความร่วมมืออย่างพหุภาคีระหว่างประเทศ (International Tripartite Rubber Council – ITRC) ซึ่งประกอบด้วยผู้ผลิตหลักได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย มีนโยบายความร่วมมือเพื่อจำกัดปริมาณการส่งออก 3 แสนตัน โดยไทยรับภาระการส่งออก 1.5 แสนตัน ทั้งนี้ การจำกัดปริมาณการส่งออกมีวัตถุประสงค์เพื่อลดปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติในตลาดโลก เพื่อให้ราคายางตลาดโลกสูงขึ้น ดังนั้น นโยบายที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงจะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงราคายางพาราในตลาดโลกและราคายางพาราไทย (กฤษฎี พิสิฐศุภกุล, 2556, น.6)

ปัจจัยทางเทคนิคอื่น ๆ

1) อัตราแลกเปลี่ยน

ยางพาราเป็นสินค้าที่มีการซื้อขายกันทั่วโลกทั้งในตลาดส่งออกจริงและตลาดล่วงหน้าทั้งในตลาดส่งออกจริงและตลาดล่วงหน้า ทำให้ราคายางพาราถูกเปลี่ยนให้อยู่ในรูปสกุลเงินตราต่างประเทศ โดยราคายางจะเพิ่มสูงขึ้น หากอัตราแลกเปลี่ยนในรูปสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์ สรอ. มีค่าเพิ่มขึ้น (เงินบาทอ่อนค่าลง) ในทางตรงกันข้าม ราคายางจะลดลง หากอัตราแลกเปลี่ยนในรูปสกุลเงินบาท ต่อดอลลาร์ สรอ. มีค่าลดลง (เงินบาทแข็งค่าขึ้น) ภายใต้เงินตราสกุลอื่น ๆ คงที่ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการโยกย้ายเงินทุนระหว่างประเทศมีมากขึ้น ทำให้ราคายางพาราไทยอาจมีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนมากกว่า 1 สกุล และมีความสัมพันธ์กับอัตราโดยเปรียบเทียบ เช่น การซื้อขายในตลาดล่วงหน้า TOCOM ซึ่งมีการซื้อขายเป็นเงินเยน การที่เงินเยนอ่อนค่าเป็นปัจจัยสำคัญให้นักลงทุนหันมาซื้อสัญญาล่วงหน้าสินค้าในตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ล่วงหน้า ในตลาด TOCOM มากขึ้น ส่งผลให้ราคายางพาราในตลาด TOCOM สูงขึ้น ราคาอ้างอิงที่ประเทศไทยใช้ก็จะสูงขึ้นตาม เมื่อพิจารณาในรูปเงินบาท หรือการที่เงินบาทของไทยแข็งค่ากว่าการอ่อนค่าของเงินเยนจะทำให้ราคายางพาราในรูปเงินบาทลดลง หากค่าเงินบาทเคลื่อนไหวในทิศทางเดียวกันกับเงินเยน ก็จะทำให้ราคายางพาราในรูปเงินบาทเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกันกับราคาในตลาด TOCOM ที่เพิ่มขึ้น (กฤษฎี พิสิฐศุภกุล, 2556, น.6)

2) การเก็งกำไรในตลาดซื้อขายล่วงหน้า

ราคายางพาราแผ่นดินภายในประเทศจะเคลื่อนไหวในทิศทางเดียวกันกับราคาในตลาดซื้อขายล่วงหน้า โดยตลาดล่วงหน้ามีบทบาทในการป้องกันความเสี่ยงและแสวงหาผลกำไรจากการเปลี่ยนแปลงราคาอย่างรวดเร็ว ซึ่งการซื้อขายสัญญาล่วงหน้าจะอาศัยการใช้ข้อมูล ข่าวสารที่เกิดขึ้นในปัจจุบันคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงราคาในอนาคต เช่น หากปริมาณความต้องการใช้ยางของโลกมีสูงขึ้นจะทำให้ปริมาณยางที่เก็บไว้เป็นสินค้าคงคลังมีน้อยลง ซึ่งจะทำให้ นักเก็งกำไรคาดว่า

อุปสงค์ในอนาคตจะมีมากกว่าอุปทาน จึงมีการคาดคะเนว่าราคาจะปรับตัวสูงขึ้น ดังนั้นราคาซื้อขายยางพาราในตลาดล่วงหน้าจะปรับตัวสูงขึ้น และส่งผลให้ราคาขายในปัจจุบันสูงขึ้นด้วยเนื่องจากยางพาราเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (กฤษฎิ์ พิธิษฐสกุล, 2556, น.6-7)

3) ราคาน้ำมันดิบ

ราคาขายพาราและราคาน้ำมันดิบจะเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากยางพาราเป็นสินค้าโภคภัณฑ์เช่นเดียวกับน้ำมันดิบ นอกจากนี้ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกยังเป็นตัวสะท้อนที่สำคัญของราคาขายสังเคราะห์ หากราคาน้ำมันดิบสูงขึ้น ต้นทุนการผลิตยางสังเคราะห์จะเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาขายสังเคราะห์เพิ่มขึ้น จึงส่งผลทำให้ความต้องการใช้ยางพาราและราคาขายพาราเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (กฤษฎิ์ พิธิษฐสกุล, 2556, น.7)

4) มาตรการแทรกแซงของรัฐบาล

ในช่วงที่ราคาขายตกต่ำ ทำให้เกษตรกรชาวสวนยางได้รับความเดือดร้อน รัฐบาลจึงมีนโยบายแทรกแซงราคาขาย เพื่อหวังให้ราคาสูงขึ้น ดังนั้นในช่วงปี 2555 - 2556 รัฐบาลได้ออกมาตรการเพื่อช่วยเหลือด้านราคาขายพาราหลายมาตรการ ได้แก่

“โครงการพัฒนาศักยภาพสถาบันเกษตรกรเพื่อรักษาเสถียรภาพราคาขาย” โดยรับซื้อยางพาราในราคาสูงกว่าราคาตลาด และยางพาราที่รับซื้อในโครงการจะว่าจ้างผู้ประกอบการให้ผลิตเป็นยางแผ่นรมควันและบรรจุเป็นยางก้อนสำเร็จรูป เพื่อเก็บไว้ในสต็อกสินค้ารอขายในราคาที่เหมาะสม หลังจากโครงการสิ้นสุด ราคาขายยังไม่เพิ่มขึ้นมากนักปี 2556 รัฐบาลจึงออกมาตรการเพิ่มเพื่อแก้ไขปัญหาราคาที่ผันผวนอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันคงเก็บเงินสงเคราะห์ (CESS) ชั่วคราวเป็นเวลา 4 เดือน (ก.ย.56 - ธ.ค.56) เพื่อลดต้นทุนของผู้ส่งออกให้ยางไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ และ “มาตรการช่วยเหลือในรูปแบบเงินช่วยเหลือปัจจัยการผลิต” จำนวน 2,520 บาทต่อไร่ ไม่เกิน 25 ไร่ต่อครัวเรือน โดยไม่มีการแทรกแซงราคา แต่ใช้นโยบายอุดหนุนการผลิตเพื่อชดเชยรายได้เกษตรกรที่เดือดร้อนจากราคาขายตกต่ำ

ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2557 ก่อนเกิดรัฐประหาร ข่าวของภาครัฐที่จะมีการประชุมเรื่องการระบายสต็อกยาง 2.1 แสนตัน ทำให้เกิดการคาดการณ์ผลผลิตยางที่จะออกสู่ตลาดมากขึ้น ราคาขายในตลาดกลางยาพาราเริ่มลดลง และส่งผลให้เกิดการชะลอการซื้อเพื่อรูดราคาในอนาคต ในเดือนมิถุนายน 2557 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.ป อนุมัติงบกลางจำนวน 1.2 หมื่นล้านบาทช่วยเหลือเกษตรกรรายย่อยจำนวน 6,600 ล้านบาท และช่วยเหลือเกษตรกรผู้ประสบภัยธรรมชาติที่ตกค้างมาตั้งแต่ปี 2555 จำนวน 5,498 ล้านบาท จะเห็นว่าการแทรกแซงของรัฐบาลในแต่ละช่วงเวลาส่งผลกระทบต่อทิศทางและการเคลื่อนไหวของราคาขายที่เกิดขึ้น

ตลาดต่างประเทศ

ตลาดเปิดหรือตลาดทางการ (Open or Official market)

ปัจจุบันตลาดต่างประเทศที่มีลักษณะเป็นตลาดเปิดหรือตลาดทางการ คือ ตลาดโตเกียว (TOCOM) ตลาดสิงคโปร์ (SICOM) และตลาดเซี่ยงไฮ้ (SHFE) โดยตลาดโตเกียว (TOCOM) และตลาดเซี่ยงไฮ้ (SHFE) ให้บริการซื้อขายยางแผ่นรมควันชั้น 3 (Ribbed Smoked Sheet : RSS 3) ส่วนตลาดสิงคโปร์ (SGX) ให้บริการซื้อขายยาง 2 ชนิด คือ ยางแผ่นรมควันชั้น 3 และยางแท่งชั้น 20 (Technically Specified Rubber :18 TSR 20) การซื้อขายยางผ่านตลาดเปิดหรือตลาดทางการจะทำให้ทราบราคาที่มีการซื้อขายจริง เป็นราคาโปร่งใส และสามารถนำไปใช้ในการอ้างอิงได้ (กฤษฎิ์ พิธิรัฐศุกกุล, 2556, น.17)

ตลาดสิงคโปร์ (Singapore Commodity Exchange - SICOM) ตลาดสิงคโปร์เป็นสถานที่ที่นักธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวงการยางพาราสามารถทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าชนิดนี้ โดยใช้เครือข่ายโทรคมนาคมสมัยใหม่ติดต่อกับโลกภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วที่สุด เพื่อที่จะป้องกันการสูญเสียที่จะเกิดจากการล่าช้าในการติดต่อซื้อขายยางพารา หน้าที่หลักของตลาดนี้ คือ การนำผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะเจรจาต่อรอง ฯลฯ จนสามารถดำเนินธุรกิจด้วยกันได้โดยมีสำนักงานและตัวแทนต่าง ๆ ของบริษัทนายหน้ายางพารา (rubber brokers) คอยให้บริการติดต่อให้ผู้ซื้อได้เจรจากับผู้ขาย แล้วเกิดการซื้อหรือขายยางพาราตามบัญชีของตน (ชัยณรงค์ ไชยเนตรไกรสิน, 2551, น.40)

ตลาดญี่ปุ่น ตลาดในญี่ปุ่นมีอยู่ 2 แห่ง คือ ตลาดโตเกียว (TOCOM) และตลาดโกเบ ซึ่งจะให้บริการซื้อขายยางในประเทศเป็นหลักสำหรับผู้ผลิตรายรายรูป ตลาดทั้งสองนี้มีการซื้อขายยางในประเทศเป็นหลักสำหรับวัตถุดิบสำเร็จรูป ตลาดทั้งสองนี้มีการซื้อขายยางพาราทั้งสองลักษณะ คือ ตลาดซื้อขายยางจริง และตลาดซื้อขายล่วงหน้า ชนิดของยางที่ซื้อขายส่วนใหญ่เป็นยางแผ่นรมควันชั้น 3 ซึ่งราคาที่ซื้อขายภายในประเทศเป็นราคาที่กำหนดขึ้นโดยตลาดเองที่เกิดขึ้นจากการต่อรองร่วมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย โดยราคาเป็นราคาร่วม ส่วนการดำเนินการของตลาดทั้งสองมีลักษณะคล้ายคลึงกันมาก แต่สมาชิกตลาดโกเบประกอบด้วย นายหน้า และผู้นำเข้าเป็นส่วนใหญ่ ส่วนตลาดโตเกียวสมาชิกประกอบด้วยนายหน้า และกำหนดระยะเวลาซื้อขายล่วงหน้าเพียง 6 เดือนเท่านั้น การค้าแต่ละวันแบ่งออกเป็น 5 ช่วง เริ่มตั้งแต่ 08.30 น. และปิดเวลา 15.30 น. (ชนันรัตน์ พ่วงน่วม, 2549, น.49)

ตลาดเซี่ยงไฮ้ (SHFE) คือ ตลาดที่โรงงานรัฐบาลจีนที่รับซื้อยางพาราจะใช้ราคายึดถือตามราคาจากตลาดนี้ ซึ่งสำนักงานใหญ่ของโรงงานตั้งอยู่ที่เซี่ยงไฮ้ จะแจ้งควบคุมราคาการซื้อขาย

ขาย ไม่ว่าจะเป็นการเข้าซื้อของไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม จะผ่านการซื้อขายไปที่สำนักงานใหญ่ตลอดทุกวัน โดยการดูราคาซื้อขายสัญญาในตลาดหุ้นยางแข็งไฮ้ เพราะทาง โรงงานรัฐบาลจะซื้อขายกับลูกค้าผ่านช่องทางนี้ โดยการขายยางแท่งในสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ส่งมอบตามสัญญาครบราคาขาย 100% ที่รับเข้ามาเป็นวัตถุดิบจะหักลบ จากราคาตลาดหุ้นยางแข็งไฮ้ ตามค่าแรงงาน ค่าไฟฟ้าผลิต ค่าขนส่งสินค้า ตามอัตราส่วนอยู่ที่ 2 - 3 หยวน จากราคาตลาดหุ้นยางแข็งไฮ้ และในสัญญาซื้อขายวัตถุดิบที่ทางบริษัทได้ทำไว้กับ โรงงานรัฐบาลจีนก็มีระบุเรื่องดังกล่าว ซึ่งนำมาคำนวณแล้ว ราคาขาย 100% ที่จีนจะสูงกว่าราคาขาย 100% ที่ไทยประมาณ 8 - 12 บาทต่อกิโลกรัม (N OK PLUS Co., 2557)

ตลาดที่มีการซื้อขายตรง (Direct trade) เป็นการซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้ผลิตยางและผู้ใช้อย่าง เช่น ผู้ผลิตส่วนประกอบรถยนต์ยางล้อและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ วิธีนี้เป็นที่นิยมเนื่องจากมีความคล่องตัว โดยเป็นการตกลงราคาและคุณภาพตามความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละราย ไม่มีการเปิดเผยราคาซื้อขายจริง และการซื้อขายโดยตรงจะทำสัญญาซื้อขายซึ่งเป็นสัญญามาตรฐานระหว่างประเทศ โดยมีหลักการที่ผู้ซื้อและผู้ขายต้องปฏิบัติตามสัญญาอย่างเคร่งครัด

2.6.4 ประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย

ตารางที่ 2.4 ปริมาณการส่งออกยางพาราไทยไปยังประเทศคู่ค้า

เดือน/ปี	ญี่ปุ่น	จีน	สหรัฐฯ	มาเลเซีย	เกาหลีใต้	ยุโรป	อื่นๆ	รวม
2546	543	651	279	365	166	294	275	2,573
2547	526	620	249	384	172	292	395	2,637
2548	540	573	238	404	185	281	411	2,632
2549	493	747	211	443	173	262	443	2,772
2550	406	827	213	413	152	262	431	2,704
2551	395	825	220	398	154	250	434	2,675
2552	257	1,160	156	480	133	246	294	2,726
2553	346	1,129	178	443	172	269	331	2,866
2554	334	1,274	205	345	187	224	384	2,952
2555	269	1,630	173	354	181	179	335	3,121
2556	281	2,076	146	421	183	205	352	3,665
2557	102	857	56	178	68	88	159	1,508

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (ในปี 2557 เป็นข้อมูลของเดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน)

ประเทศจีน มีความต้องการใช้ยางพาราในการดำเนินงานอุตสาหกรรมที่แปรรูปผลผลิตยางพาราจำนวนมาก เพื่อใช้ในการผลิตยางล้อที่มีทั้ง ยางรถจักรยานยนต์ ยางรถจักรยาน และยางรถยนต์ ส่วนผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ เช่น ยางรัดของ ท่อยาง รองเท้ายาง และยางรัดกางเกงหรือชุดชั้นใน สำหรับสินค้าส่งออกอย่างน้ำยางข้นนั้นจะใช้ในการผลิตถุงมือยาง พื้นรองเท้า หมอน ฟูก กาว เป็นต้น ซึ่งการใช้ยางพาราเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ยางทั้งหมดของสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้นแบ่งได้เป็น 2 ตลาดหลัก คือ ตลาดเพื่อใช้ในการทำท่อยาง และตลาดเพื่อใช้ในการทำยางล้อ โดยสามารถแบ่งได้เป็นยางล้อจำนวนร้อยละ 60 ส่วนที่เหลือร้อยละ 40 เป็นยางอื่น ๆ เช่น ท่อยาง เทปยาง สายยาง ปะเก็น น้ำมัน และยางแท่นกันสะเทือน เป็นต้น (สุริรัตน์ แก้วงาม, 2554, น.49-50)

ประเทศมาเลเซีย จากตารางจะเห็นได้ว่าหลังจากปี 2554 - 2555 มาเลเซียมีความต้องการยางพาราของไทยเพิ่มมากขึ้น แม้ว่ามาเลเซียจะลดพื้นที่ปลูกยางพาราเพื่อนำพื้นที่ไปปลูกปาล์มน้ำมันหรือสินค้าเกษตรอื่น แต่ก็ยังคงมีอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตถุงมือทางการแพทย์ ซึ่งมาเลเซียเป็นผู้ผลิตอันดับ 1 ของโลก ทำให้ความจำเป็นที่ต้องนำเข้ายางพาราจากไทย โดยแนวทางการผลักดันสามารถทำได้โดยการสร้างความเชื่อมั่นกับผู้นำเข้าชาวมาเลเซียเพื่อรักษาตลาดการส่งออกยางพาราไปมาเลเซีย ในขณะเดียวกันในฐานะที่ไทยและมาเลเซีย (และอินโดนีเซีย) เป็นผู้นำในการผลิตยางพาราของโลก รัฐบาลของทั้งสามประเทศจึงควรร่วมมือกันในการผลักดันให้ราคายางพาราอยู่ในระดับที่เหมาะสม (สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์, 2555)

ประเทศญี่ปุ่น การนำเข้ายางพาราของไทยลดลงจากปี 2554 โดยสาเหตุหลักมาจากความผันผวนเศรษฐกิจในประเทศญี่ปุ่น ทำให้ความต้องการยางลดลง โดยมีความต้องการยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางเครพ และอื่น ๆ เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมผลิตยางยานยนต์ ใช้เป็นวัตถุดิบผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะยางแผ่นรมควันชั้น 3 ญี่ปุ่นมีการนำเข้าจากไทยมากที่สุด เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยางยานยนต์ (วาริตี ศรีสมบัติ, 2542, น.61-62)

ประเทศสหรัฐอเมริกา นำเข้ายางพาราของไทยลดลงเรื่อย ๆ ตั้งแต่ปี 2554 เนื่องจากยางที่ประเทศไทยผลิตได้เป็นยางแผ่นรมควัน แต่สหรัฐนิยมใช้ยางแท่งมากกว่าเนื่องจากขนย้ายสะดวก และสหรัฐอเมริกาคือประเทศที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ยางแท่งเป็นวัตถุดิบส่วนมาก ปริมาณการนำเข้ายางธรรมชาติของสหรัฐอเมริกา น้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งส่งออกยางแท่งให้กับสหรัฐอเมริกามากที่สุด

ทวีปยุโรป ตลาดที่ได้รับความสนใจคือ สเปน ซึ่งมีอุตสาหกรรมยานยนต์ขนาดใหญ่เป็นอันดับ 8 ของโลก ที่มีความต้องการใช้ยางจำนวนมาก ขณะที่ตลาดอุตสาหกรรมในประเทศ

ฟินแลนด์และรัสเซียได้เริ่มขยายตัว แม้ขณะนี้จะยังคงเป็นตลาดเล็ก แต่สินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกได้ส่งไปยังตลาดของประเทศฟินแลนด์ คือ ผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งยางส่วนใหญ่ที่ส่งออกจะเป็นในกลุ่มผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ (ถุงมือยาง) ขณะที่รัสเซียมีความต้องการยางพาราสูงขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์ขยายตัว และอุตสาหกรรมอื่นหันมาใช้ยางธรรมชาติมากขึ้น (ยางพารา)

ตลาดในต่างประเทศที่ไทยควรให้ความสนใจต่อจากนี้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกต่อไป คือ

อินเดีย การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์และการต้องการผลิตภัณฑ์ยางเพิ่มขึ้น ถึงแม้อินเดีย สามารถปลูกยางพาราในบริเวณภาคใต้แต่ก็ยังไม่เพียงพอ จึงต้องมีการนำเข้า

ฟินแลนด์ สินค้าที่มีศักยภาพ คือ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์ยางส่วนใหญ่เป็นรถยนต์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ (ถุงมือยาง)

รัสเซีย มีความต้องการยางพาราสูงขึ้นมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์ขยายตัว และอุตสาหกรรมอื่นหันมาใช้ยางธรรมชาติเพิ่มขึ้น ตั้งเป้าหมายมูลค่านำเข้ายางพาราจากไทยไว้ที่ 25 ล้านเหรียญ และ 35 ล้านเหรียญ

สโลวีเนีย ท่าเรือ Koper ซึ่งสามารถขนส่งสินค้ายางพาราสำหรับอุตสาหกรรมมาที่ท่าเรือนี้ได้

เปรู อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าจากยางพาราในลาตินอเมริกาและเทคโนโลยีการผลิตล้ำหน้ากว่าในเอเชีย

2.6.5 การส่งออกยางพาราของประเทศที่สำคัญ

ตารางที่ 2.5 การส่งออกยางพาราของประเทศที่สำคัญ

ปี	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	จีน	อินเดีย	เวียดนาม	อื่นๆ	โลก	%YOY
2554	3,512.00	996.00	2,982.00	727.00	893.00	812.00	1,251.00	11,055.00	6.40
2555	3,778.01	923.00	3,015.00	795.00	919.00	919.00	1,299.00	11,327.00	2.5
2556	3,582.00	831.00	3,015.00	827.00	845.00	907.00	1,313.00	11,320.00	-0.01

ที่มา : IRSC : Economic Intelligence Unit (2557)

ประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลกส่วนใหญ่อยู่ในแถบเอเชีย ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ที่เหลือเป็นการส่งออกจาประเทศในแถบเอเชียอื่น ๆ ละตินอเมริกา และทวีปแอฟริกา ซึ่งประเทศผู้ส่งออกเหล่านี้ส่วนใหญ่มีการใช้ยางภายในประเทศเพียง

ร้อยละ 10 - 35 ของปริมาณการผลิตยางทั้งหมด ยางที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ส่งออกไปขายให้แก่ประเทศที่มีความเจริญทางอุตสาหกรรม เช่น จีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เป็นต้น ทำให้มีปริมาณการส่งออกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2546 - 2556 ประเทศผู้ส่งออกส่วนใหญ่มีการขยายการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเวียดนามที่มีการขยายตัวการส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในสถานการณ์โดยรวมปี 2556 ปริมาณการส่งออกยางพาราของโลกมีจำนวนทั้งสิ้น 11,320 พันตัน ลดลงจากปี 2555 ที่มีการส่งออกรวมเท่ากับ 11,327 พันตัน ซึ่งลดลงเป็นจำนวน 7 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.06 เนื่องจากประเทศไทย อินโดนีเซีย จีน เวียดนาม มีปริมาณการผลิตในปี 2556 ลดลง แต่เมื่อเปรียบเทียบกับหลาย ๆ ประเทศแล้วนั้น ประเทศไทยยังคงเป็นผู้ส่งออกรายพารามากที่สุดในโลกมาโดยตลอด 3 ปี รองลงมาเป็นอินโดนีเซีย เวียดนาม มาเลเซีย จีน สำหรับประเทศไทย แม้ว่าจะเกิดวิกฤตยางพาราคต่ำในช่วงปี 2556 ที่ผ่านมามีปริมาณการผลิตและส่งออกยังคงมาเป็นอันดับ 1 ของโลก ส่วนใหญ่ส่งออกไปยังตลาดหลักที่สำคัญซึ่งเป็นประเทศอุตสาหกรรม ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น โดยส่งออกผ่านทางจังหวัดสงขลา (ท่าเรือสงขลา ด่านปาดังเบซาร์ และด่านสะเดา) เป็นหลัก และสำหรับชนิดของยางที่ส่งออกนั้นส่วนใหญ่เป็น ยางแท่ง รองลงมาคือยางแผ่นรมควัน ยางผสม น้ำยางข้น และอื่น ๆ การส่งออกในช่วงนี้มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีปริมาณการส่งออกจำนวนทั้งสิ้น 3,778 พันตัน เป็น 4,170 พันตันในปี 2556 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 10.38

ตารางที่ 2.6 พื้นที่เพาะปลูกยางในอินโดนีเซีย

	หน่วย : พันเฮกตาร์					
ผู้ผลิต	2551	2552	2553	2554	2555	2556
รายย่อย	2,910	2,912	2,922	2,932	2,959	2,963
รัฐบาล	238	239	239	257	258	259
เอกชน	276	284	284	267	269	269
พื้นที่รวม	3,424	3,435	3,445	3,456	3,462	3,492

ที่มา : Tree crop Estate of Indonesia, 2549 - 2551, 2550 - 2552, 2553 - 2555, 2554 - 2556

อินโดนีเซีย เป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางพาราอันดับ 2 ของโลกรองจากไทย ในปี 2555 มีพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด 3.46 ล้านเฮกตาร์ 1 ให้ผลผลิต 3.07 ล้านตัน พื้นที่ที่ปลูกมากอันดับ 1 คือ เกาะสุมาตรา รองลงมา คือ กาลิมันตัน และจัมบี ผลผลิตยางธรรมชาติส่วนใหญ่ได้มาจากเกษตรกรรายย่อย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 85 ที่เหลือเป็นของผู้ประกอบการรายใหญ่และพื้นที่ของรัฐ

คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 และ 7 ตามลำดับ โดยผลผลิตประมาณร้อยละ 90 จะถูกนำไปแปรรูปเป็นยางแท่งเพื่อส่งออกไปยังตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน และญี่ปุ่น เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย (Smallholders) การปลูกจึงมีลักษณะแบบสวนป่า กล้ายางที่ใช้ยังเป็นพันธุ์เก่า ทำให้มีผลผลิตภาพการผลิต (productivity) ค่อนข้างต่ำ จากข้อมูลของสมาคมยางพารามีผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 880 - 1,000 กิโลกรัมต่อเฮกตาร์ ในขณะที่ไทยและมาเลเซียมีผลผลิตเฉลี่ยมากกว่า 1,500 กิโลกรัมต่อเฮกตาร์ เนื่องจากขาดการลงทุนปลูกทดแทนต้นยางเก่าที่เสื่อมสภาพซึ่งให้น้ำยางน้อยและขาดการพัฒนาสายพันธุ์ทำให้ผลผลิตยางธรรมชาติที่ได้จึงมีน้อยและคุณภาพต่ำ เกษตรกรต้องยอมขายผลผลิตในราคาที่ต่ำตามไปด้วย (1 เฮกตาร์ เท่ากับ 6.25 ไร่) อย่างไรก็ตาม รัฐบาลอินโดนีเซียได้ตระหนักถึงจุดอ่อนของยางพาราที่เกิดขึ้นเป็นอย่างดี ตั้งแต่ปี 2550 กระทรวงเกษตรได้มีโครงการให้ความช่วยเหลือด้านเงินกู้จำนวน 40 ล้านรูเปียะต่อเฮกตาร์แก่เกษตรกรรายย่อยเพื่อใช้ในการปลูกยางใหม่ โดยตั้งเป้าหมายขยายพื้นที่เพาะปลูกให้ถึง 1.3 ล้านเฮกตาร์ภายในปี 2553 และต่อมาภาครัฐได้ขยายโครงการออกไปจนถึงปี 2557 โดยหวังจะให้พื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นอีก 4 แสนเฮกตาร์รวมทั้งยังส่งเสริมการให้ความรู้ด้านการเพาะปลูกและเทคโนโลยีการกรีดยางเพื่อเพิ่มน้ำยางแก่เกษตรกร ซึ่งล่าสุดปี 2555 รัฐบาลวางแผนใช้งบประมาณ 5 ล้านล้านรูเปียะ หรือประมาณ 530 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ ในการพัฒนาพื้นที่ปลูกยางของรัฐ โดยลงทุนปลูกยางใหม่เพื่อหวังจะเพิ่ม productivity ให้ได้ถึง 1,300 กิโลกรัมต่อเฮกตาร์ภายในปี 2557 (กฤษฎิ์ พิสิษฐกุล, 2556, น.12)

มาเลเซีย เป็นประเทศผู้ผลิตยางพาราเป็นอันดับสามของโลก ในปี 2555 มีพื้นที่ปลูกยางประมาณ 6.58 ล้านไร่ ให้ผลผลิตยางทั้งสิ้น 9.2 แสนตัน ผลผลิตมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องเนื่องจากมีการลดพื้นที่ปลูกยางพารา หันมาปลูกปาล์มน้ำมันทดแทน ผลผลิตยางของมาเลเซียส่วนหนึ่งนำไปผลิตผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปในประเทศ ส่วนที่เหลือจึงส่งออกไปต่างประเทศ แม้ว่าการปลูกยางพาราของมาเลเซียมีแนวโน้มลดลง แต่กำลังการผลิตของโรงงานแปรรูปยางพารายังคงอยู่ ส่งผลให้มาเลเซียต้องนำเข้ายางแผ่น ยางก้อนถ้วย และน้ำยางข้นเพิ่มขึ้น เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแท่งและผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ ได้แก่ ถุงมือยาง และถุงยางอนามัย ซึ่งคุณภาพเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปทำให้มาเลเซียเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางรายใหญ่ในตลาดโลก

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าอินโดนีเซียเป็นคู่แข่งการผลิตยางธรรมชาติที่สำคัญของไทยทั้งในตลาดโลกตลาดอาเซียน ขณะที่มาเลเซียไม่ใช่คู่แข่งที่สำคัญของไทยอีกต่อไป เนื่องจากหันไปปลูกปาล์มน้ำมันแทนอย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาการแข่งขันของประเทศผู้ส่งออกยางทั้ง 3 ประเทศ พบว่ามีการแบ่งตลาดค่อนข้างชัดเจน โดยแต่ละประเทศมีสินค้าส่งออกหลัก และตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม คู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันของประเทศไทยนั้น จากการศึกษาของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ได้ศึกษาไว้เมื่อปี 2549 กล่าวว่า ประเทศเวียดนาม มีผลผลิตยางพาราอันดับ 5 ของโลก ขณะที่การส่งออกเป็นอันดับ 4 ของโลก โดยสินค้าที่ส่งออกหลัก ยางแผ่น รมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ตลาดผู้ส่งออกหลัก คือประเทศจีน ส่งออกยางแผ่นรมควัน ประเทศญี่ปุ่น ส่งออกยางแท่ง และประเทศมาเลเซียส่งออกน้ำยางข้น เห็นได้อย่างชัดเจนว่าประเทศจีนผู้ซึ่งเป็นคู่ค้าหลักของไทยอย่างประเทศจีนนั้น ก็ได้กลายเป็นคู่ค้าหลักของเวียดนาม รวมถึงสินค้าที่ไทยสามารถส่งออกได้เป็นอันดับ 1 อย่างยางแผ่นรมควันก็เป็นสินค้าที่เวียดนามส่งออกไปยังประเทศจีนเช่นเดียวกับประเทศไทย ซึ่งข้อได้เปรียบของประเทศเวียดนามที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือการที่มีแรงงานจำนวนมากและค่าจ้างแรงงานถูก สภาพดินมีความสมบูรณ์ ทำให้ต้นทุนการบำรุงดินอยู่ในระดับต่ำ ที่ตั้งของเวียดนามอยู่ใกล้จีนและญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดส่งออกสำคัญ สามารถควบคุมการเพาะปลูกและการแปรรูปได้อย่างครบวงจร เพราะกว่าร้อยละ 60 ของพื้นที่เพาะปลูกยางพาราดำเนินการโดยรัฐวิสาหกิจ (ธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย, 2552)

เวียดนาม พัฒนาพื้นที่ปลูกยางพาราเชิงการค้าอย่างจริงจังในปี 2549 ด้วยพื้นที่การเพาะปลูก 516,000 เฮกตาร์ โดยรัฐบาลเวียดนามมีนโยบายขยายพื้นที่การเพาะปลูกยางพาราให้ถึง 700,000 เฮกตาร์ ในปี 2558 พื้นที่ปลูกยางพาราส่วนใหญ่ของเวียดนามอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ 331,000 เฮกตาร์ รองลงมาคือพื้นที่ราบสูง 117,000 เฮกตาร์ และพื้นที่ชายฝั่ง 66,900 เฮกตาร์ ยางพาราถือเป็นพืชส่งออกที่ทำรายได้ให้กับเวียดนามเป็นอันดับสองรองจากข้าว ปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติที่เพิ่มขึ้น ไม่ได้เกิดจากการเพิ่มขึ้นของพื้นที่เพาะปลูกเท่านั้นแต่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการพัฒนาระบบการจัดการพื้นที่เพาะปลูก การเพาะปลูกและการปรับปรุงการเก็บเกี่ยว หรือกรีดยางให้มีประสิทธิภาพได้ปริมาณน้ำยางเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกัน ราคาผลผลิตยางพาราธรรมชาติที่สูงขึ้นโดยตลอด เป็นเครื่องกระตุ้นให้บริษัทต่าง ๆ ในประเทศเวียดนามลงทุนขยายพื้นที่ปลูกยางพาราทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ในประเทศลาวและกัมพูชา การส่งออกยางพาราธรรมชาติของเวียดนามตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเพิ่มขึ้นโดยตลอด (ข้อมูลการเพาะปลูกและการค้ายางพาราของเวียดนาม, 2555)

ปริมาณการผลิตยางที่เพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2546 - 2556 นั้นแสดงให้เห็นว่าเวียดนามมีประสิทธิภาพและความสามารถในการผลิตลดลง โดยในปี 2556 มีปริมาณการผลิตอยู่ที่ 907 พันล้านตัน จากปี 2555 ที่ผลิตได้ 919 พันล้านตัน อยู่ที่ 12 พันล้านตัน

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ปริมาณการผลิตยางพาราของเวียดนามลดลง คือ

- ต้นทุนในการผลิตยางพาราเพิ่มสูงขึ้นขณะที่ราคาขายต่ำลงทำให้แรงจูงใจในการผลิตลดลง
- ประมาณความต้องการยางพาราลดลง เป็นผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจในสหภาพยุโรป
- ผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้ายางพารารายใหญ่จากเวียดนาม เช่น จีน สหรัฐอเมริกา และอินเดีย
- สินค้าคงคลังในประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ยังคงมีปริมาณมาก ทำให้ความต้องการนำเข้ายางพาราลดลง

แนวโน้มการขยายตัวอุตสาหกรรมยางพาราของเวียดนามในอนาคต รัฐบาลเวียดนามมีแผนที่จะขยายพื้นที่การเพาะปลูกยางพาราให้ได้ 700,000 เฮกตาร์ภายในปี 2558 และสนับสนุนการผลิตยางพารา ดังนี้

ส่งเสริมการปลูกยางพาราสำหรับการเกษตรรายย่อยให้มากขึ้น โดยรัฐบาลเวียดนามมีความคาดหวังว่าจะสามารถผลิตยางพาราธรรมชาติได้ 1 ล้านตัน ในปี 2563 ส่งเสริมการพัฒนาการผลิตยางรถและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากยางธรรมชาติ สำหรับการบริโภคในประเทศและการส่งออก รวมถึงขยายตลาดการส่งออกนอกเหนือจากการผูกขาดการส่งออกกับจีน ปลูกยางใหม่ในพื้นที่ปลูกยางเดิม โดยคาดว่าจะสามารถผลิตไม้ยางสำหรับป้อนเข้าสู่โรงเลื่อยได้ปีละประมาณ 500,000 ลูกบาศก์เมตร ในปี 2553 และ 1 ล้านลูกบาศก์เมตรในปี 2563 เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ใช้ไม้ยางพาราเป็นวัตถุดิบในการผลิตเพื่อการส่งออก

จากการวิเคราะห์ของบริษัทร่วมทุนยางพาราระหว่างประเทศ (IRCO) คาดว่าในปี 2578 ความต้องการยางพาราในตลาดโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 26 ล้านตัน แบ่งเป็นยางธรรมชาติ 10.5 ล้านตัน และยางสังเคราะห์ 15.5 ล้านตัน และอีก 10 ปีข้างหน้า ความต้องการยางพาราในโลกยังมีเพิ่มขึ้นซึ่งจะทำให้ในปี 2578 ความต้องการยางธรรมชาติจะเพิ่มขึ้นเป็น 16 ล้านตัน จากปัจจุบันอยู่ที่ 8.5 ล้านตัน แต่ศักยภาพการผลิตยางของ 3 ประเทศผู้ส่งออกยางพารารายใหญ่ของโลก คือ ไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย จะสามารถผลิตได้แค่ประมาณ 10.6 ล้านตัน ซึ่งหากเทียบกับความต้องการในตลาดโลกจะพบว่ายังคงขาดแคลนอีกกว่า 5 - 6 ล้านตัน และในอนาคตเวียดนามตั้งเป้าหมายเพิ่มผลผลิตต่อไร่ที่ 480 กิโลกรัม/1 เฮกตาร์ ในขณะที่ไทยสามารถผลิตยางพาราสูงสุดได้เพียงประมาณ 294 กิโลกรัม/1 เฮกตาร์ (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงฮานอย, 2555)

จีน เริ่มปลูกยางพาราตั้งแต่ปี พ.ศ. 2440 โดยนำพันธุ์มาจากประเทศบราซิล ต่อมา รัฐบาล ได้พัฒนาส่งเสริมให้เพิ่มพื้นที่การเพาะปลูกยางพาราอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2493 โดยได้ขยาย พื้นที่ปลูกยางพาราไปยังมณฑลไหหลำบนพื้นที่ 1.25 ล้านไร่ ในปัจจุบันแหล่งปลูกยางพาราใน สาธารณรัฐประชาชนจีนกระจายอยู่ในเขต 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ทางภาคใต้ ซึ่งมีแหล่งเพาะปลูกที่ สำคัญ ได้แก่ มณฑลกว๋างตุ้ง และมณฑลไหหลำ และเขตสิบสองปันนาในเขตมณฑลยูนนาน และเขต ปกครองตนเองกวางสีจ้วง นอกจากนี้ ยังมีการปลูกในแถบพื้นที่ทางภาคตะวันออกเฉียง

ในปี 2553 สมาคมอุตสาหกรรมยางพาราแห่งประเทศไทย เมืองชิงเต่า มณฑลซานตง และบริษัท หรวน ข่ง (Ruan Kong) จำกัด (มหาชน) กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชิงเต่า ได้ลงนาม สัญญาร่วมมือทางยุทธศาสตร์ในการสร้างเมืองชิงเต่าให้เป็นศูนย์กลางยางพาราจีน ก่อนก้าวสู่ ระดับโลกเทียบเคียง Akron Rubber City ของสหรัฐฯ (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2554)

ปัจจุบันนี้ เมืองชิงเต่าได้มีโครงการตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนายางพาราประสิทธิภาพสูง โดยบริษัท LANXESS ประเทศเยอรมัน และศูนย์วิจัยพัฒนาโพลียูรีเทน Polyurethane บริษัท China North Industries Group Corporation (CNGC) ซึ่งเมื่อปี 2553 ศูนย์วิจัยและพัฒนายางพารา ประสิทธิภาพสูงแห่งนี้ยังได้รับการจัดตั้งจากกระทรวงศึกษาธิการจีน ให้เป็น“ศูนย์เทคโนโลยีของ มหาวิทยาลัยแห่งชาติ” ซึ่งบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเมืองชิงเต่า 5 ปี ฉบับที่ 12

2.6.6 สถานการณ์ยางพาราปี 2556

ราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ปี 2556 ปรับลดลงจากปีก่อน เนื่องมาจากปริมาณผลผลิตที่ เพิ่มขึ้น ขณะที่ความต้องการใช้ยางยังชะลอตัวจากปัญหาเศรษฐกิจโลกประกอบกับสต็อกยางทั้งใน และต่างประเทศยังอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกยางแปรรูป (รวมถึง ยางคอมพาวนด์) ยังคงเพิ่มขึ้นจากปีก่อนยอดส่งออกที่เพิ่มมาจากความต้องการยางพาราของจีนที่ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อสต็อกยางในช่วงราคาที่กำลังลดลง (ส่วนเศรษฐกิจภาค ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2556)

สถานการณ์ต่างประเทศ

องค์การศึกษาเรื่องยางระหว่างประเทศ (International Rubber Study Group: IRSG) ประมาณการว่าปี 2556 ผลผลิตยางโลกมีจำนวน 11.3 ล้านตัน ลดลงจากปีก่อนเล็กน้อยร้อยละ 0.1 เป็นผลจากการผลิตในประเทศมาเลเซียและอินเดียนลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนร้อยละ 10.0 และ 8.1 ตามลำดับ ขณะที่การผลิตของประเทศไทยอยู่ที่ 3.6 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 2.7 ปริมาณการใช้และปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติโลก

(หน่วย : พันตัน)

	2554	2555	2556	2557
ผลผลิต	11,055	11,327	11,320	11,843
การใช้	1,063	11,005	11,186	11,642
ผลผลิตหักใช้	92	322	134	200
สต็อกปลายปี	1,758	2,080	2,214	2,414

ที่มา : World commodity forecast: Economist Intelligence Unit (อ้างอิงในรายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรปี 2556 และแนวโน้มปี 2557 ของธนาคารแห่งประเทศไทย)

ตารางที่ 2.8 ปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศผู้ผลิตหลัก

(หน่วย : พันตัน)

	2554	2555	2556	2557
ไทย	3,394	3,512	3,582	3,797
อินโดนีเซีย	2,982	3,015	3,015	3,111
เวียดนาม	812	864	907	943
อินเดีย	893	919	845	942
มาเลเซีย	996	923	831	901
จีน	727	795	827	868
อื่นๆ	1,251	1,299	1,313	1,281
โลก	11,055	11,327	11,320	11,843
%YOY	6.4	2.5	-0.1	4.6

ที่มา : IRSC : Economist Intelligence Unit (อ้างอิงในรายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรปี 2556 และแนวโน้มปี 2557 ของธนาคารแห่งประเทศไทย)

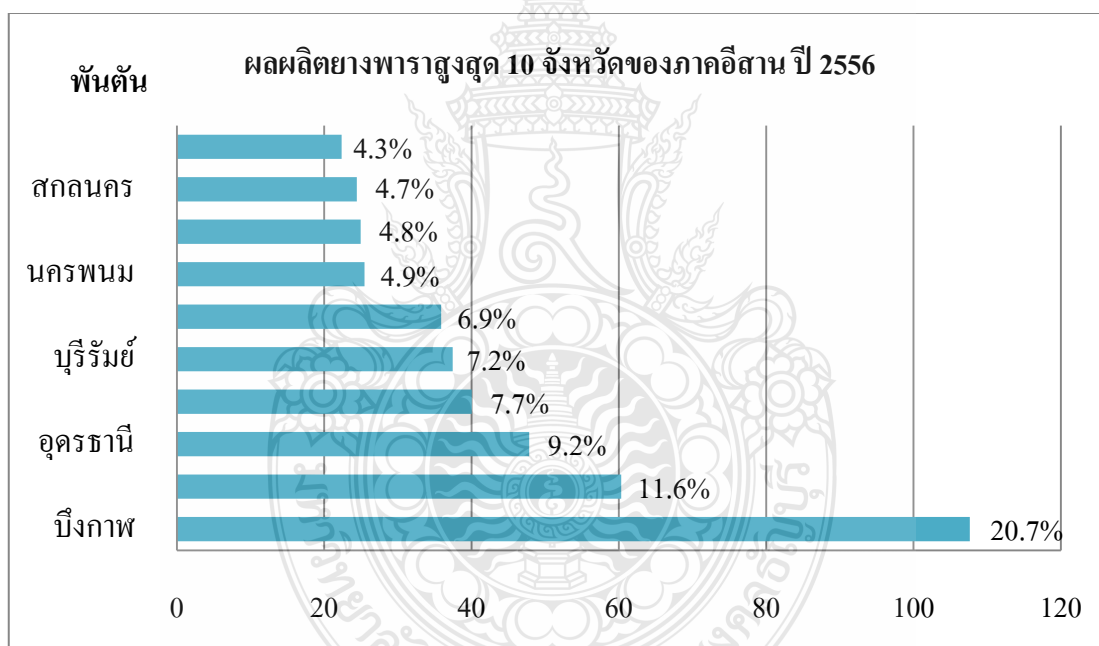
สำหรับความต้องการใช้ยางพาราปี 2556 ประมาณ 11.2 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 1.6 ตามความต้องการใช้ที่เพิ่มขึ้นของประเทศจีน สหรัฐอเมริกาและอินเดีย โดยมีผลผลิต

ส่วนเกินบางส่วน ส่งผลให้สต็อกปลายปีเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2.2 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 6.4

สถานการณ์ในประเทศ

ในปี 2556 ประเทศไทยมีเนื้อที่กรีดยางทั้งสิ้น 15.1 ล้านไร่ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 9.6 มีผลผลิต 3.9 ล้านตัน สูงกว่าที่ IRSG ประมาณการไว้ที่ 3.6 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6 ผลผลิตต่อไร่ 255 กิโลกรัม จังหวัดที่มีผลผลิตมากที่สุดคือ สุราษฎร์ธานี 0.45 ล้านตัน รองลงมาคือ สงขลา ตรัง นครศรีธรรมราช และยะลา ตามลำดับ

สำหรับภาคอีสานมีเนื้อที่กรีดยาง 2.7 ล้านไร่ มีผลผลิต 0.52 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 30.8 และร้อยละ 21.2 ตามลำดับ ผลผลิตต่อไร่ 195 กิโลกรัม จังหวัดที่มีผลผลิตมากที่สุดคือ บึงกาฬ 0.11 ล้านตัน รองลงมาคือ เลย อุดรธานี อุบลราชธานี และบุรีรัมย์ ตามลำดับ



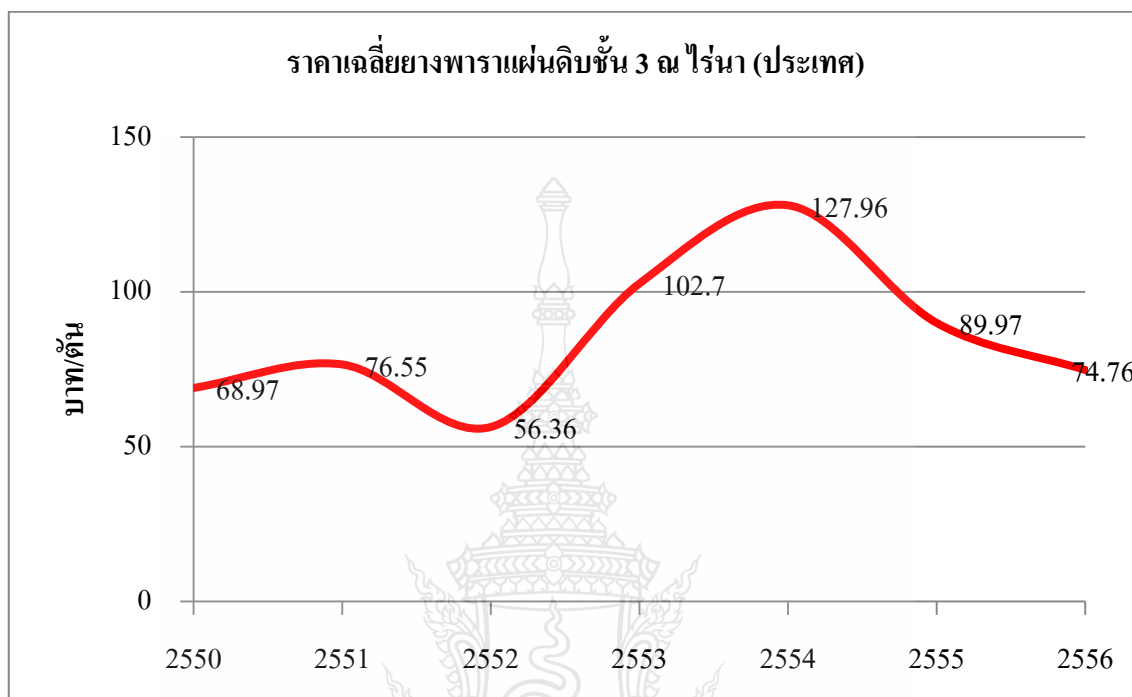
ภาพที่ 2.9 ผลผลิตยางพาราสูงสุด 10 จังหวัดอันเดียวของภาคอีสาน

ที่มา : กรมศุลกากร รวบรวมโดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557)

ราคาที่เกษตรกรขายได้ ณ ไร่นา

ราคาเฉลี่ยยางแผ่นดิบชั้น 3 ของประเทศกิโลกรัมละ 74.76 บาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 16.9 (ปี 2555 = 89.97) เนื่องจากความต้องการของตลาดต่างประเทศยังไม่ฟื้นตัวจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจทั้งสหรัฐอเมริกา และยุโรป ในขณะที่ปริมาณสต็อกทั้งในและต่างประเทศยังอยู่ใน

ระดับสูงโดยเฉพาะสต็อกยางจีน ณ วันที่ 27 ธันวาคม 2556 มีสต็อกจำนวน 0.17 ล้านตัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ ปีก่อนร้อยละ 77.6 (ณ ธันวาคม 2555 สต็อกจำนวน 98,280 ตัน)



ภาพที่ 2.10 ราคาเฉลี่ยยางพาราแผ่นดิบ

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557)

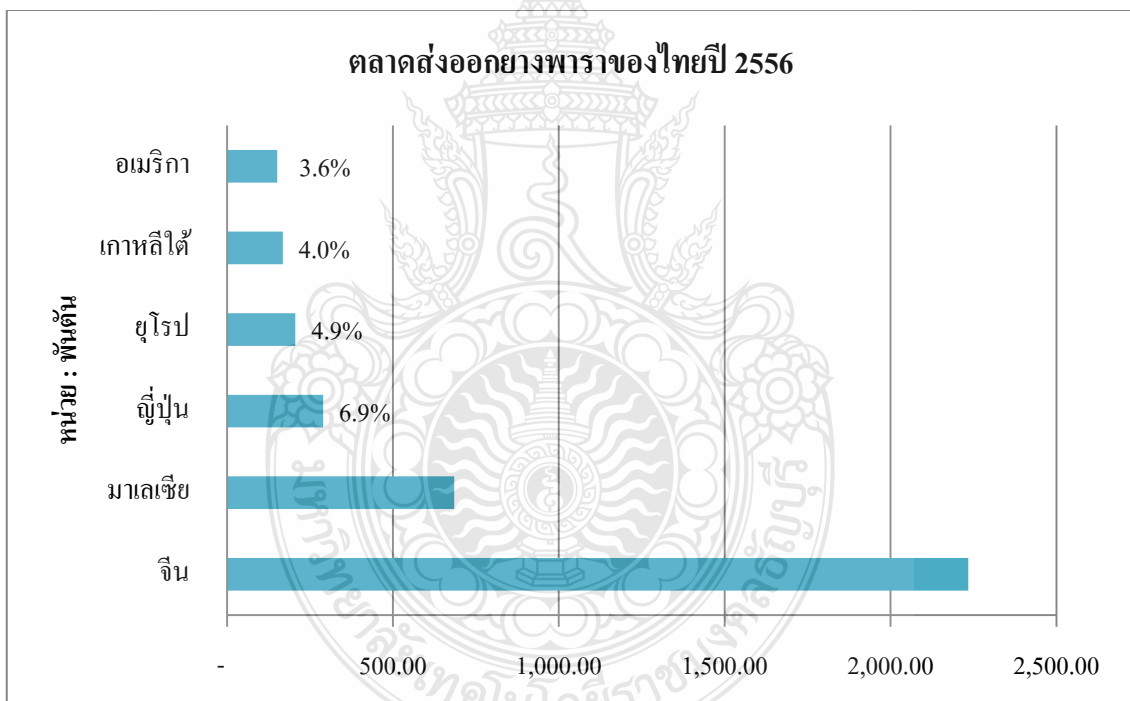
สำหรับราคายางแผ่นดิบชั้น 3 ของอีสานปี 2556 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 74.60 บาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 18.5 (ปี 2555 = 91.57) ตามทิศทางราคาของประเทศไทย ทั้งนี้ ราคาของอีสานยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดีและสูงกว่าต้นทุนประมาณร้อยละ 60

ปี 2556 ต้นทุนยางแผ่นดิบของอีสานเฉลี่ยโลกรัมละ 46.72 บาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 17.3 หรือไร่ละ 13,128.66 บาท

การส่งออก

ปี 2556 ไทยส่งออกยางแปรรูปรวมยางคอมพาวนด์ได้ 4.2 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 15.1 ขณะที่มูลค่าการส่งออก 315,159.16 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6.3 ตามราคาที่ลดลงเนื่องจากปริมาณผลผลิตที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และส่วนหนึ่งเป็นผลจากมาตรการงดเก็บเงินสงเคราะห์ (CESS) ในช่วงเดือน กันยายน - ธันวาคม 2556 ปริมาณสต็อกยางของจีนที่อยู่ในระดับสูงจากการซื้อเก็บเข้าสต็อก และปัญหาเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวจากความเปราะบางของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา

และสหภาพยุโรป (ข้อมูลจากกรมศุลกากร รวบรวมโดย ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ ซึ่งข้อมูลยังแปรรูปขั้นต้น ประกอบด้วย ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน ยางคอมพาวนด์ และยางแปรรูปอื่น ๆ) โดยเป็นปริมาณการส่งออกในรูปแบบของยางแท่งมากที่สุด (สัดส่วนร้อยละ 34.6) เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 12.7 รองลงมาคือ นยางข้น (สัดส่วนร้อยละ 24.5) เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.3 ยางแผ่นรมควัน (สัดส่วนร้อยละ 19.1) เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.5 ยางคอมพาวนด์ (สัดส่วนร้อยละ 19.0) เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.9 และยางแปรรูปอื่น (สัดส่วนร้อยละ 2.8) เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.6 ตามลำดับ สำหรับผู้นำเข้าสำคัญคือ จีน (สัดส่วนร้อยละ 53.2 ของการส่งออกยางไทย) รองลงมาคือ มาเลเซีย (สัดส่วนร้อยละ 16.3) ญี่ปุ่น (สัดส่วนร้อยละ 6.9) และสหภาพยุโรป (สัดส่วนร้อยละ 4.9) ตามลำดับ หากเทียบกับปีก่อนประเทศจีนจะเป็นผู้นำเข้าหลักในปริมาณที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 24.0 และมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.7 ขณะที่สหรัฐอเมริกานำเข้าลดลงร้อยละ 18.0



ภาพที่ 2.11 ตลาดส่งออกยางพาราของไทยปี 2556

ที่มา : กรมศุลกากร รวบรวมโดย ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ (2557)

มาตรการภาครัฐที่สำคัญ ได้แก่ คณะรัฐมนตรีเห็นชอบและอนุมัติวงเงินงบกลางฯ เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2556 จำนวน 21,248.95 ล้านบาท เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราระยะสั้น โดยกำหนดจ่ายเงินชดเชยให้เกษตรกรไร่ละ 2,520 บาท หรือเมื่อคำนวณเป็นกิโลกรัมจะเท่ากับ 12

บาทต่อยางพารา 1 กิโลกรัม ซึ่งจะทำให้เกษตรกรจะมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 91 บาทต่อกิโลกรัม (คำนวณจากราคายางพาราในตลาดขณะนั้นที่กิโลกรัมละ 79 บาท และเกษตรกรมีต้นทุนปลูกยางประมาณไร่ละ 75 บาท) โดยจำกัดความช่วยเหลือไม่เกิน 25 ไร่ พื้นที่ปลูกยางต้องเป็นพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิและต้นยางต้องมีอายุไม่เกิน 25 ปี ระยะเวลาให้ความช่วยเหลือ 7 เดือน ตั้งแต่เดือน กันยายน 2556 ถึง มีนาคม 2557

นอกจากนี้ คณะรัฐมนตรีได้รับทราบมติของคณะกรรมการสงเคราะห์สวนยางที่งดเรียกเก็บเงินสงเคราะห์หรือเงิน Cess ซึ่งเป็นค่าธรรมเนียมที่ตามปกติ จะมีการเรียกเก็บจากผู้ส่งออกยางพารา โดยจะงดเรียกเก็บเป็นเวลา 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 2 กันยายน 2556 - 31 ธันวาคม 2556 ทำให้เกษตรกรไม่ถูกพ่อค้าขูดเงินรายได้ในส่วนนี้ ประมาณ 3 บาทต่อ ยางพารา 1 กิโลกรัม และจะส่งผลดีทำให้ผู้ส่งออกมีภาระต้นทุนที่ต่ำลงและแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและการส่งออกยางพารา

- ผลผลิตยางโลก และการขยายพื้นที่ปลูกในประเทศเพื่อนบ้านที่เพิ่มขึ้น
- ปัญหาเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความเปราะบางที่ส่งผลต่อกำลังซื้อของตลาด
- เศรษฐกิจจีนที่มีแนวโน้มชะลอตัว และปริมาณสต็อกยางเงินที่อยู่ในระดับสูง
- ความต้องการใช้ยางของตลาดต่างประเทศและในประเทศชะลอตัว
- ตลาดล่วงหน้าและราคาน้ำมันดิบที่ยังมีความผันผวน
- ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ
- นโยบายเงินอุดหนุนจากภาครัฐ
- อัตราแลกเปลี่ยน

2.6.7 แนวโน้มยางพาราปี 2557

ตารางที่ 2.9 ปริมาณการใช้และการผลิตยางธรรมชาติของโลก

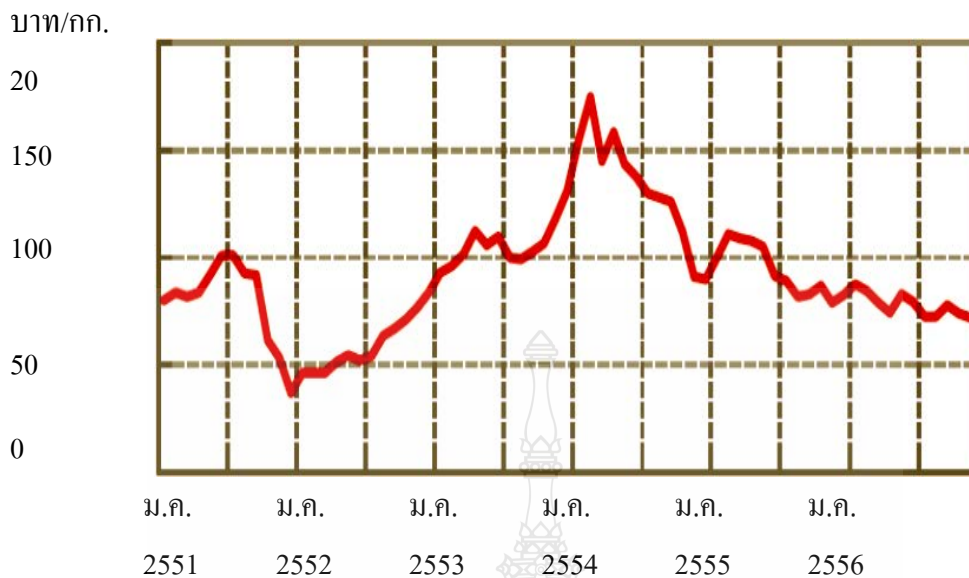
(หน่วย : พันตัน)

	2554	2555	2556	2557
ผลผลิต	11,055	11,327	11,320	11,843
การใช้	1,063	11,005	11,186	11,642
ผลผลิตหักใช้	92	322	134	200
สต็อกปลายปี	1,758	2,080	2,214	2,414

ที่มา : World commodity forecast: Economist Intelligence Unit (อ้างอิงในรายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรปี 2556 และแนวโน้มปี 2557 ของธนาคารแห่งประเทศไทย www.bot.or.th)

ประเทศไทยปี 2557 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ประมาณการเนื้อที่กรีดยางไว้ทั้งสิ้น 15.8 ล้านไร่ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 4.7 มีผลผลิต 4.0 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 และมีผลผลิตต่อไร่ที่ 254 กิโลกรัม ส่วนภาคอีสานจะมีเนื้อที่กรีดยางทั้งสิ้น 3.0 ล้านไร่ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 10.3 โดยมีผลผลิต 0.6 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.7 และมีผลผลิตต่อไร่ 191 กิโลกรัม (ส่วนเศรษฐกิจภาคธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2556)

หลังจากที่ราคายางในปี 2556 ลดลงอย่างต่อเนื่องทำให้เกษตรกรชาวสวนยางได้รับผลกระทบจากรายได้ที่ลดลง และได้ออกมาเรียกร้องให้รัฐบาลออกมาตรการช่วยเหลือราคายางพาราตกต่ำเมื่อเดือนสิงหาคม 2556 ภาครัฐออกมาตรการมาช่วยเหลือโดยราคาเฉลี่ย 11 เดือนแรกของปี 2556 อยู่ที่ 77.81 บาทต่อกิโลกรัม ลดลงจากปี 2555 ร้อยละ 17.1 สาเหตุจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความเปราะบาง โดยเฉพาะการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน และปริมาณสต็อกยางโลกที่อยู่ในระดับสูง รวมถึงความผันผวนของราคาน้ำมัน การลดลงของราคายาง สร้างความกังวลให้กับเกษตรกรชาวสวนยางว่าสถานการณ์ราคายางในปี 2557 จะลดลงอย่างต่อเนื่องหรือไม่ ดังนั้นบทความนี้จะวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อราคายางในปี 2557 โดยปัจจัยหลักที่สำคัญ (ภาวนิษฐ์ ชั่ววัลลี, 2556)



ภาพที่ 2.12 ราคาขางแผ่นดิบคุณภาพชั้น 3

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2557)

ผลผลิตยางโลก จากข้อมูลขององค์การศึกษาเรื่องยางระหว่างประเทศ (International Rubber Study Group: IRSG) เดือนธันวาคม 2556 คาดว่าผลผลิตยางโลกในปี 2557 จะมีจำนวน 11.8 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 4.6 ตามการเพิ่มขึ้นของผลผลิตยางในแหล่งผลิตสำคัญ ประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย รวมถึงอินเดียและจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตยางอันดับ 4 และ 5 ของโลก ขณะเดียวกันประเทศเพื่อนบ้านอย่างกัมพูชา พม่าและลาว ที่มีการขยายพื้นที่ปลูกยางในช่วงที่ผ่านมา ผลผลิตได้เพิ่มขึ้นในอัตราเร่ง ส่งผลให้ผลผลิตยางโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความต้องการใช้ยางโลก ในปี 2557 IRSG คาดว่าความต้องการใช้ยางโลกจะเพิ่มขึ้นจากปี 2556 เป็นจำนวน 11.6 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดว่าเศรษฐกิจโลกในปี 2557 จะขยายตัวร้อยละ 3.6 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 2.9 ในปีนี้ โดยมาจากการฟื้นตัวของสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาเป็นสำคัญ ในขณะที่จีนและญี่ปุ่นมีอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจจะชะลอตัวลง ตามการลงทุนและการบริโภคโดย IMF คาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของจีน และ ญี่ปุ่นในปี 2557 จะชะลอตัวลงเหลือร้อยละ 7.3 และ 1.2 ซึ่งลดลงจากร้อยละ 7.6 และ 2.0 ตามลำดับ ส่วนการผลิตรถยนต์ของโลกในปี 2557 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 4.8 เพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับปี 2556 ที่มีการผลิตรถยนต์ลดลงร้อยละ 0.4 ทำให้ความต้องการใช้ยางเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจีนซึ่งเป็นผู้ใช้ยางรายใหญ่ จะมีความต้องการเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 และอินเดียเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2

สต็อกยางโลก ผลผลิตยางที่เพิ่มมากกว่าความต้องการใช้ยางตั้งแต่ปี 2554 เป็นต้นมา ส่งผลให้สต็อกยางปลายปีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่า ณ สิ้นปี 2557 สต็อกยางโลก จะมีจำนวน 2.4 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจาก ณ สิ้นปี 2556 ประมาณ 0.2 ล้านตัน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อราคายางเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อราคายาง อาทิเช่น การซื้อขายเพื่อเก็งกำไรของนักลงทุนในตลาดล่วงหน้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากยางเป็นสินค้าที่มีการซื้อขายและอ้างอิงราคากันทั่วโลก โดยตลาดซื้อขายที่สำคัญได้แก่ ตลาดล่วงหน้า TOCOM, Shanghai และ SICOM โดยหากราคาการซื้อขายในตลาดล่วงหน้ามีความผันผวน ก็จะส่งผลกระทบต่อราคายางในตลาดซื้อขายจริงด้วย (2) มาตรการภาครัฐที่จะสิ้นสุดลง โดยมาตรการงคเก็บเงินสงเคราะห์ (CESS) จากผู้ส่งออก จะสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2556 ขณะที่มาตรการช่วยเหลือด้านปัจจัยการผลิต ไร่ละ 2,520 บาท จำนวนไม่เกินรายละ 25 ไร่ ก็จะสิ้นสุดไม่เกินวันที่ 31 มีนาคม 2557

จากปัจจัยข้างต้น แนวโน้มราคายางในปี 2557 คาดการณ์ว่าจะเฉลี่ยใกล้เคียงกับปีนี้ โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 75 - 85 บาทต่อกิโลกรัม แม้เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวทำให้ความต้องการใช้ยางเพิ่มขึ้นก็ตาม แต่ผลผลิตและปริมาณสต็อกยางของโลกที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่มากกว่า ส่งผลให้ราคายางไม่สูงมากเหมือนปี 2554 สะท้อนจากราคาซื้อขายยางแผ่นดิบชั้น 3 เฉลี่ย ซึ่งส่งมอบในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง กรกฎาคม ปี 2557 อยู่ในระดับกิโลกรัมละ 84.56 บาท ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยเฉพาะเกษตรกรชาวสวนยางพารา ควรเตรียมรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวโดยใช้ประโยชน์จากตลาดซื้อขายล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งการลดการกักตุนสินในระยะเวลาเพื่อพร้อมรับสภาวะราคายางที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2.6.8 ยางพาราไทยภายใต้ AEC

ปัจจุบันประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่เป็นผู้นำทางด้านการผลิตและส่งออกรายใหญ่ของโลกนั้น ถึงแม้พื้นที่ปลูกยางของไทยจะอยู่อันดับ 2 รองจากอินโดนีเซีย แต่คุณภาพยางของไทยได้รับการยอมรับของตลาดมาโดยตลอด (คาดการณ์ราคายางรายสัปดาห์, 2555)

พื้นที่ปลูกยางของโลกนั้นมีปริมาณรวมกันกว่า 70 ล้านไร่ การรวมกลุ่มกันในทวีปเอเชียของประเทศผู้ผลิตและส่งออกหลักอย่างไทย อินโดนีเซียและมาเลเซียนั้น เมื่อรวมแล้วมีพื้นที่ปลูกรวมกันถึง 47 ล้านไร่ หรือ 64 เปอร์เซ็นต์ของพื้นที่ปลูกทั่วโลก

ถึงแม้ทั้ง 3 ประเทศจะเป็นผู้ผลิตยางพารารายใหญ่ แต่การควบคุมราคายางพาราในตลาดโลก ก็ยังคงไม่สามารถทำได้ เพราะแต่ละประเทศต่างมีจุดด้อยจุดเด่น ต่างกัน เริ่มจาก

อินโดนีเซีย ที่มีพื้นที่ปลูกยางมากที่สุดในโลก กว่า 21.9 ล้านไร่ แต่ผลผลิตยังคงไม่สามารถได้ตามปริมาณที่ต้องการ เพราะขาดการเอาใจใส่บำรุงรักษาพื้นที่เพาะปลูก

มาเลเซีย มีพื้นที่เพาะปลูกมากเป็นอันดับที่ 3 ของโลกแต่แนวโน้มลดลง เพราะรัฐบาลมีนโยบายลดพื้นที่เพาะปลูกยาง เพื่อหันมาปลูกปาล์มน้ำมันแทน

มาไทยส่งออกยางพารากว่า 380,000 ล้านบาท แต่ต้องยอมรับผลผลิตต่อไร่ที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ ราคาขงไม่มีเสถียรภาพที่ผ่านมาราคายางพาราลดลงต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มประเทศผู้ผลิตยางรายใหญ่ ต้องร่วมมือกันเพื่อรักษาเสถียรภาพด้านราคา โดยลดพื้นที่เพาะปลูกเพื่อลดปริมาณยางลง 150,000 ตัน และลดปริมาณการส่งออกลง 300,000 ตัน เพื่อหวังให้ราคาในตลาดดีขึ้น

อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่มีความสำคัญมาก ซึ่งยางพาราถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ อีกทั้งประเทศไทยเป็นหนึ่งในไม่กี่ประเทศในโลกที่สามารถปลูกยางได้ ด้วยสภาพอากาศที่เหมาะสมทำให้ผลผลิตยางของประเทศไทยมีปริมาณมากและมีคุณภาพที่ดี และเป็นที่ต้องการในตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ประเทศไทยมีปริมาณการผลิตยางพาราประมาณ 3 ล้านตันต่อปี โดยส่งออกผลิตภัณฑ์ยางดังกล่าวในรูปของยางแปรรูปขึ้นต้นสูงถึงร้อยละ 90 (คิดเป็นมูลค่าร้อยละ 51 ของมูลค่าการส่งออกยางทั้งหมด) และที่เหลือเพียงร้อยละ 10 ได้นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้มูลค่าถึงร้อยละ 49 ของทั้งหมด แต่เนื่องจากภาคการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยังขาดการเชื่อมโยงและไม่เอื้อซึ่งกันและกัน ดังนั้นแล้ว หากมีการกำหนดทิศทางอุตสาหกรรมยางและมีการวางยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบในการแปรรูปยางดิบไปเป็นผลิตภัณฑ์ยาง ก็จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ได้อีกมาก

ในปี 2558 ซึ่งประเทศจะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ภาคยางพาราซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของหลายประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนก็จะมียุทธศาสตร์ร่วมกัน เช่นเดียวกับพืชอื่นแต่ยางพาราเป็นพืชที่ดูแลต่างกระทรวงกันในแต่ละประเทศ ทำให้การหารื้อภาคยางทั้งระบบไม่ได้นำมาถกกันอย่างจริงจังระหว่างประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติของอาเซียน จำเป็นที่รัฐบาลจะต้องเร่งดำเนินการยกประเด็นยางพาราให้มีการหารือเป็นกลุ่มเฉพาะนอกเหนือการหารือในกลุ่มกระทรวงของประเทศสมาชิกในโอกาสต่อไป เพื่อให้สินค้ายางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่ได้รับความร่วมมือเป็นหนึ่งเดียวในภูมิภาค สถาบันวิจัยยางจึงได้วิเคราะห์บทบาท สถานการณ์และผลกระทบ เพื่อการเตรียมการรองรับถึงประชาคมอาเซียนที่เกิดขึ้น โดยกรมวิชาการเกษตรจะผลักดันการทำงานร่วมกันระหว่างสภายางระหว่างสามประเทศ ซึ่งเป็นความร่วมมือไตรภาคยางพารา 3 ประเทศ (ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย) รวมทั้งการผลักดันเพื่อจัดตั้งกองทุนรักษาเสถียรภาพและพยุง

ราคาในช่วงราคายางตกต่ำให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ ให้ขยายกรอบความร่วมมือเป็นระดับอาเซียนกับ เวียดนาม ลาว กัมพูชา และเมียนมาร์ เพื่อจัดตั้งสภายางอาเซียน (Asian Rubber Council - ARC) ในระยะต่อไป เพื่อประสานงานและสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มประเทศผู้ผลิตยางในภูมิภาค (สุจินต์ แม้นเหมือน, 2556)

2.6.9 ตลาดยางพาราในจีน

ไทยมีความสัมพันธ์ที่ดีกับจีนทั้งในด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว โดยการค้าระหว่างไทยกับจีนได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งยางพาราของไทยที่ส่งออกไปยังจีน เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่มีการผลิตยางรถยนต์มากที่สุดในโลก ทำให้มีความจำเป็นในการใช้ยางพาราเพื่อเป็นส่วนประกอบวัตถุดิบในการผลิตยางรถยนต์ในปริมาณที่สูงมากที่สุดในโลกเช่นกัน สถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ได้เสนอข้อมูลเกี่ยวกับตลาดยางพาราจีน (สถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว, 2556) ดังนี้

อุตสาหกรรมยางยานยนต์ในจีนเป็นอุตสาหกรรมที่มีการกระจุกตัวสูง ผู้ผลิตรายใหญ่ 10 รายแรก มีผลผลิตรวมกันถึงร้อยละ 77 ของผลผลิตยางรถยนต์ทั้งหมด ปัจจุบันจีนนำเข้ายางพาราจากต่างประเทศในการผลิตยางยานยนต์ โดยร้อยละ 70 ของยางยานยนต์จีนผลิตมาจากยางพาราที่นำเข้าจากต่างประเทศ การเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมนี้จึงส่งผลให้จีนต้องเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกยางพาราในประเทศ เพิ่มการลงทุนธุรกิจยางพาราในต่างประเทศ เช่น ลาว กัมพูชา และเวียดนาม

ไทยมีส่วนแบ่งในตลาดยางพาราธรรมชาติของจีนมากกว่าครึ่งของการนำเข้าทั้งหมดในปีที่ผ่านมา โดยสามารถส่งออกไปยังจีนประมาณ 1.1 ล้านตัน รองลงมาเป็นการส่งออกยางสังเคราะห์ปริมาณ 1.4 ล้านตัน ปริมาณที่ไทยส่งออกยางพาราไปยังจีนนั้นคิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 3 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด คาดว่าในปี 2563 จีนจะมีความต้องการใช้ยางธรรมชาติเพิ่มขึ้นสู่ปีละ 11.5 ล้านตัน เป็นสัดส่วน 1 ใน 3 ของผลผลิตยางพาราโลก

นโยบายการนำเข้ายางพาราของจีน

ยางพาราเป็นสินค้าที่อยู่ในข่ายควบคุมการนำเข้าโดยระบบโควตาซึ่งกำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการวางแผนแห่งชาติ การขออนุญาตนำเข้าต้องยื่นขอต่อกระทรวงการค้าและความร่วมมือระหว่างประเทศ (MOFTEC) ซึ่งการขออนุญาตแยกออกเป็น 2 ประเภท (จุฑารัตน์ พรหมพัต, 2553, น.60-61) ดังนี้

การนำเข้าประเภท A ได้แก่ การนำเข้าโดยปกติ การแลกเปลี่ยนสินค้า และการค้าชายแดน หรือการนำเข้าโดยการช่วยเหลือ ซึ่งอยู่ภายใต้ระบบโควตานำเข้า โดยกระทรวงการค้าและ

ความร่วมมือระหว่างประเทศ จะออกใบอนุญาตตามโควต้าที่สำนักงานคณะกรรมการวางแผนแห่งชาติได้จัดสรรให้ไว้ โดยผู้นำเข้าต้องยื่นขอโควตาระหว่างวันที่ 15 - 31 ตุลาคมของปี โดยโควต้ามีอายุ 1 ปี และก่อนวันที่ 1 ธันวาคมของปี ผู้นำเข้าต้องมีหนังสือแจ้งแผนการนำเข้าสำหรับปีถัดไป และสำญญานำเข้าให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำบัตรโควตานำเข้า ยางพาราประเภท A ทั้งนี้จะมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคมของปี

การนำเข้าประเภท B ได้แก่ Processing Trade เป็นการนำเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออก ไม่อยู่ในข่ายควบคุมโดยระบบโควตา แต่ผู้นำเข้าต้องไปยื่นขอบัตรนำเข้าโควตาประเภท B

ในปัจจุบันเงินเก็บภาษียางแผ่นรมควันและยางแท่งทุกชนิด ร้อยละ 20 ของราคานำเข้า เก็บภาษีน้ำยางชั้นร้อยละ 7.5 และเก็บภาษียางสังเคราะห์ที่ร้อยละ 5 นอกจากนี้ยังเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 17 ซึ่งทำการเก็บในทุกประเทศที่ส่งยางพาราเข้ามาในประเทศไทย จัดให้อยู่ในประเภทสินค้าอ่อนไหวสูง ทำให้ไม่มีการลดภาษีลงอีก

ตารางที่ 2.10 อัตราการเก็บภาษีที่นำเข้ายางพาราของประเทศไทย

พิกัด ศุลกากร	รายละเอียด ของสินค้า	อัตรากำ ศุลกากร	ประเภทสินค้าของ จีน	ประเภทสินค้า ของไทย	อัตรากำตามกรอบ
40011000	น้ำยางข้น	7.5	สินค้าอ่อนไหวสูง	สินค้าปกติ	สินค้าอ่อนไหวสูง
40012100	ยางแผ่นรมควัน	20	สินค้าอ่อนไหวสูง	สินค้าปกติ	สินค้าอ่อนไหวสูง
40012200	ยางแท่ง	20	สินค้าอ่อนไหวสูง	สินค้าปกติ	สินค้าอ่อนไหวสูง
40021919	ยางสังเคราะห์ และแปกดิช	5	สินค้าอ่อนไหว	สินค้าปกติ	สินค้าอ่อนไหว

ที่มา: ข้อตกลงเขตการค้าอาเซียน- จีน (2548)

กระบวนการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังประเทศจีน

ดิชิตา วิจิตร (2553, น.50-64) ได้ทำการศึกษากระบวนการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังประเทศจีน ได้จากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากกรมการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เอกสารศึกษา/วิเคราะห์ เว็บไซต์กระทรวงพาณิชย์ โดยการศึกษาในส่วนนี้ได้แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อย่อย ดังนี้

- เส้นทางการค้า
- รูปแบบการค้า
- ประเภทผู้นำเข้าส่งออก
- วิธีการชำระเงิน
- ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า

เส้นทางการค้า

เส้นทางขนส่งลำเลียงสินค้าระหว่างไทย-มณฑลจีน

แม้ว่าเส้นทางขนส่งและลำเลียงสินค้าระหว่างไทย-มณฑลจีนจะมีหลากหลายรูปแบบทั้งทางบก (ผ่านพม่าและลาว) ทางน้ำ (แม่น้ำโขงและเส้นทางทะเล) และทางอากาศ แต่ที่ผ่านมาเส้นทางหลักในการขนส่งสินค้าจากไทยไปมณฑลจีน คือ การขนส่งทางเรือเดินทะเล โดยส่วนใหญ่จะขนถ่ายสินค้าจากท่าเรือกรุงเทพฯ (คลองเตย) ไปยังท่าเรือสำคัญของจีนที่อยู่ทางตอนใต้ โดยเฉพาะท่าเรือในมณฑลกว่างตง เพื่อผ่านพิธีการด่านศุลกากรก่อนที่จะมีการขนส่งต่อไปยังตลาดภายในประเทศจีน ซึ่งมีทั้งการขนส่งทางรถไฟและทางถนน ซึ่งเส้นทางขนส่งสินค้าไทยเข้าสู่ประเทศจีนจะเป็นเส้นใดจะขึ้นอยู่กับลักษณะสินค้าและเป้าหมายในการกระจายสินค้าออกสู่ตลาด

การขนส่งทางอากาศ จะเหมาะสมกับการขนส่งสินค้าที่มีมูลค่าสูง เช่น กลุ่มอัญมณีหรืออุปกรณ์ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ เนื่องจากการขนส่งทางอากาศมีความปลอดภัยและเป็นการขนส่งที่รวดเร็วที่สุด และสามารถเข้าถึงแหล่งตลาดค้าส่วนและค้าปลีกได้รวดเร็ว สินค้ามีการขนถ่ายน้อยมีโอกาสเสียหายน้อย ซึ่งเหมาะสมสำหรับสินค้าที่ต้องการความรวดเร็วในการวางจำหน่าย (เช่น ผลไม้สด) แต่ก็มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงกว่าเส้นทางอื่น ๆ

ปัจจุบันมีเส้นทางบินระหว่าง ไทยและมณฑลยูนนานที่สำคัญ คือ เส้นทางกรุงเทพ-นครคุนหมิง มีสายการบินไทยและยูนนานแอร์ไลน์ บินไป-กลับทุกวัน โดยเที่ยวบินของการบินไทย ในวันพฤหัสบดีและอาทิตย์ จะแวะเชียงใหม่ทั้งขาไป-กลับ

เส้นทางกรุงเทพ-เชียงใหม่-สิบสองปันนา มีสายการบิน PG (Bangkok Airways) ไป-กลับ สัปดาห์ละ 3 เที่ยวบิน (วันอังคาร พฤหัสบดี และเสาร์) และยูนนาน 3Q สัปดาห์ละเที่ยว (วันพุธ)

ตารางที่ 2.11 อัตราค่าขนส่งทางอากาศ

กรุงเทพ - นครคุนหมิง

น้ำหนัก (KG)	ราคา(บาท/KG)	
0 - 2.9	700	<= เหมาะจ่ายเป็นอัตราขั้นต่ำ
3 - 4.99	44	
45 - 99.9	33	
100>	25	<= สินค้าประเภท ผัก,ผลไม้ และกุ้งแช่แข็ง
100>	23	<= สินค้าประเภทที่เป็นของแห้ง

เชียงใหม่ - นครคุนหมิง

น้ำหนัก (KG)	ราคา(บาท/KG)
0 - 2.9	700
3 - 4.99	40
45 - 99.9	21
100>	19

นครคุนหมิง - กรุงเทพฯ

น้ำหนัก (KG)	ราคา(หยวน)	
0 - 2.9	230	<= ประมาณ 1,150 บาท (อัตราขั้นต่ำ)
3 - 4.99	18.8	<= ประมาณ 94 บาท/KG
45>	14.1	<= ประมาณ 70.5 บาท/KG

นครคุนหมิง - เชียงใหม่

น้ำหนัก (KG)	ราคา(หยวน)	
0 - 2.9	230	<= ประมาณ 1,150 บาท (อัตราขั้นต่ำ)
3 - 4.99	14.09	<= ประมาณ 70.45 บาท/KG
45>	10.57	<= ประมาณ 52.85 บาท/KG

ที่มา : ตีฉัตร วิจิตร (2553)

การส่งออกสินค้าไทยไปจีน โดยใช้เส้นทางอากาศมักจะเป็นกรณีการขนส่งสินค้ามูลค่าสูงหรือการขนส่งผลไม้ในช่วงต้นฤดูการผลิตที่มีสินค้าน้อยและราคาสูง เส้นทางขนส่งจะเน้นสนามบินในเมืองสำคัญต่าง ๆ ของจีน เช่น สนามบินกวางเจา เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง คุนหมิง หรือเฉิงตู เป็นต้น

การขนส่งทางทะเล ในปัจจุบัน ประเทศจีนได้พัฒนาท่าเทียบเรือน้ำลึกที่ทันสมัยมากขึ้น สินค้าที่ไทยส่งออกไปประเทศจีนในปริมาณมาก เช่น ยางพารา มันสำปะหลัง โดยส่วนใหญ่จะขนส่งสินค้าวัตถุดิบเหล่านี้ทางทะเล เนื่องจากมีความแน่นอนและเป็นสากล สามารถรองรับการขนส่งสินค้าที่มีปริมาณมากและต้องการความปลอดภัยในการจัดส่ง

ซึ่งเส้นทางของการขนส่งทางทะเลจากไทย (ท่าเรือคลองเตยและท่าเรือแหลมฉบัง) ถึงท่าเรือฮ่องกงหรือท่าเรือ Huangpu นครกวางโจว มณฑลกวางตุ้ง มีค่าบริการดังนี้

ตารางที่ 2.12 อัตราราคาค่าขนส่ง แยกตามขนาดที่บันทึกข้อมูล

ขนาดตู้คอนเทนเนอร์ (ฟุต)	ค่าขนส่ง (US Dollar)
20	500
40	730

ที่มา : ดิฉิลา วิจิตร (2553)

โดยเส้นทางขนส่งทางทะเล ส่วนใหญ่จะใช้เส้นทางจากแหลมฉบังผ่านทะเลจีนใต้ไปยังท่าเรือสำคัญของจีน โดยเฉพาะท่าเรือในมณฑลกวางตุ้ง และท่าเรือในมณฑลมหานครเซี่ยงไฮ้ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

การขนส่งผ่านแม่น้ำโขง ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่เน้นตลาดประเทศจีนตอนใน เนื่องจากเป็นระยะทางและระยะเวลาเดินทางที่ไม่ยาวนานนัก หากเป็นฤดูน้ำหลาก และมีค่าขนส่งและต้นทุนดำเนินการต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบกับเส้นทางอื่น ๆ นอกจากนี้ พิธีการและขั้นตอนในการผ่านด่านศุลกากรต่าง ๆ ที่อยู่ในมณฑลหยุนหนานค่อนข้างมีความยืดหยุ่นให้กับสินค้าไทยพอสมควร รวมทั้งในขณะนี้ มีท่าเรือพาณิชย์ตามแม่น้ำโขงเพิ่มขึ้นหลายแห่ง โดยเมื่อวันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2543 ประเทศไทย จีน ลาว และพม่า ได้มีความตกลงว่าด้วยการเดินเรือพาณิชย์ ในแม่น้ำโขงตอนบนว่าแต่ละประเทศจะเปิดท่าเรือ รวม 14 แห่ง โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2544 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.13 ท่าเรือปลายทางการส่งออกยางพาราจากประเทศไทยออกไปยังประเทศคู่ค้า

ประเทศ	ท่าเรือ
ไทย	เชียงใหม่ (Chiangsaen)
	เชียงใหม่ (Chiangkhong)
จีน	ซือเหมา (Simao)
	จิ่งหง (Jinghomg)
	เหมิ่งห่าน (Menghan)
	กวนเหล่ย์ (Guanlei)
ลาว	บ้านทราย (Ban Sai)
	เชียงก๊ก (Ziengkok)
	เมืองมอม (Mouangmum)
	บ้านคูน (Ban khoun)
	ห้วยทราย (Houay Sai)
พม่า	วังเสียง (Wang Seng)
	วังปุง (Wang Pong)

ที่มา : ตติฉิลา วิจิตร (2553)

สำหรับการขนส่งทางแม่น้ำโขง ระหว่างมกราคม - เมษายนจะเดินเรือได้เฉพาะเรือเล็กขนาดไม่เกิน 80 ตัน เนื่องจากระดับน้ำจะมีความลึก 1.5 – 2.0 เมตร ส่วนในช่วงเดือนพฤษภาคม - ธันวาคม ระดับน้ำจะลึก 2.0 - 4.0 เมตร แต่ช่วงที่มีน้ำหลากจะมีความลึก 7 เมตรขึ้นไป ทางรัฐบาลจีนจึงได้มีการขุดลอกแม่น้ำโขง ซึ่งอยู่ในอาณาเขตของจีนให้สามารถเดินเรือบรรทุกสินค้า ขนาด 300 ตันได้ตลอดทั้งปี

สำหรับระยะทางการเดินเรือจากท่าเรือเชียงใหม่ไปเชียงใหม่ (จังหวัดเชียงราย) ประมาณ 70 กิโลเมตร จากท่าเรือเชียงใหม่ไปเชียงรุ่ง (ในจีน) ประมาณ 380 กิโลเมตร และจากท่าเรือเชียงรุ่งไป ซือเหมา (ในจีน) ประมาณ 90 กิโลเมตร รวมระยะทางทั้งสิ้น 540 กิโลเมตร

ค่าขนส่งสินค้าทางแม่น้ำโขง ค่าเช่าเรือเหมาลำ ประมาณ 120,000 บาท/120 - 150 ตัน (ราคาระหว่างเดือนพฤษภาคม - ธันวาคม ซึ่งเป็นช่วงที่มีน้ำมาก แต่ช่วงน้ำน้อยเดือนธันวาคม - เมษายน ราคาขนส่งจะสูงขึ้นเป็นประมาณ 216,000 บาท) แต่ ถ้าไม่ใช้เหมาลำ ประมาณ 200 หยวน/ตัน (ประมาณ 1,260 บาท/ตัน)

พาณิชย์นำเข้า ค่าธรรมเนียม ค่าบำรุงท่า (เส้นทางเชียงแสน - ลาว เชียงรุ่ง) เมื่อเข้าลาว จะต้องเสียพาณิชย์นำเข้า ค่าธรรมเนียม และค่าบริการต่าง ๆ ในลาว เช่น ลำไย กิโลกรัมละ 1 เหรียญสหรัฐ จะเสียพาณิชย์นำเข้า ค่าธรรมเนียมและค่าบริการประมาณ 7.2% เป็นต้น เมื่อเข้าจีนจะต้องเสียพาณิชย์นำเข้า หากนับแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ประเทศไทยและประเทศจีนมีข้อตกลง Early Harvest ภายใต้ความตกลงเขตการค้าอาเซียน - จีน จะยกเว้นภาษีสินค้า ผลไม้ (พิกัดภาษีศุลกากร HS 07-08) ทุกรายก็ตาม แม้ว่าจีจะยกเว้นภาษีศุลกากรสินค้านี้ดังกล่าว แต่ได้ประกาศขึ้นภาษีมูลค่าเพิ่มสินค้าผลไม้จากต่างประเทศแล้ว นอกจากนี้ยังมีค่าบำรุงท่าเรือ เช่น ของจีนที่ทำเรือเชียงรุ่ง จะเสียค่าบำรุงท่า 1.2 - 2% ของราคาสินค้าอย่างไรก็ดี เส้นทางแม่น้ำโขงยังมีจุดอ่อนอีกหลายประการ เช่น ปัญหาในเชิงภูมิศาสตร์ ระดับน้ำไม่แน่นอน ระบบการขนถ่ายไม่เป็นสากลเต็มที่ และต้องมีการขนถ่ายสินค้าหลายครั้ง อาจสร้างความเสียหายต่อสินค้า

การขนส่งทางบก เป็นเส้นทางขนส่งสินค้าไปยังประเทศจีนด้วยรถบรรทุกโดยผ่านประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่าและลาว แม้ว่าจะมีหลายเส้นทางให้เลือก แต่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก เนื่องจากสภาพถนนที่ไม่ดี การก่อสร้างไม่เสร็จสมบูรณ์ ต้องเสียค่าผ่านทางในราคาแพง และระบบการขนส่ง/ขนถ่ายสินค้ายังไม่สามารถรองรับการขนส่งในปริมาณมาก

นอกจากนี้ แหล่งตลาดของประเทศจีนที่อยู่ในทางตอนใน ส่วนใหญ่จะเป็นการขนส่งและลำเลียงสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความต้องการหรืออุปสงค์ในแถบทางใต้ของยูนาน หรือมณฑลใกล้เคียง เช่น ช้อชว่น ซึ่งที่ผ่านมายังมีปริมาณไม่สูงมาก

โดยการขนส่งทางบกจะสามารถขนส่งได้ 2 รูปแบบคือ ทางรถไฟและรถบรรทุก ซึ่งในส่วนของการรถไฟมีรายละเอียดดังนี้

ก) เส้นทางเรือฮ่องกง - นครคุนหมิง

- ตู้ขนาด 20 ฟุต ค่าขนส่ง 9,000 เหรียญฮ่องกง
- ตู้ขนาด 40 ฟุต ค่าขนส่ง 14,000 เหรียญฮ่องกง
- ถ้าไม่เต็มตู้ ค่าขนส่ง 650 เหรียญฮ่องกง/ตัน หรือ 600 เหรียญฮ่องกงต่อ

ลูกบาศก์เมตร

ข) เส้นทางเรือหวังปู - นครคุนหมิง

- ตู้ขนาด 20 ฟุต ค่าขนส่ง 6,500 หยวน (32,500 บาท)
- ตู้ขนาด 40 ฟุต ค่าขนส่ง 10,000 หยวน (50,000 บาท)
- ตู้ขนาด 60 ฟุต ค่าขนส่ง 17,000 หยวน (85,000 บาท)

ในส่วนของการเดินทางโดยรถบรรทุกโดยใช้ทางหลวงในการเดินขนส่งสินค้าจาก
ไทยไปยังจีนนั้นมีอยู่ 4 เส้นทาง คือ

เส้นทางผ่านพม่า ดังนี้

เส้นทางคุนหมิง - ลิบสองปับนา (ต้าหลั่ว อ.เหมิ่งไห่) - เชียงตุง - ท่าจีเหล็ก - แม่สาย
โดยออกจากจีนที่ต้าหลั่ว เข้าพม่าที่เชียงตุง ผ่านท่าจีเหล็กในพม่า เข้าไทยที่อำเภอแม่สาย จังหวัด
เชียงราย ระยะประมาณ 253 กิโลเมตรและไทยจะให้ความช่วยเหลือพม่าในการก่อสร้างสะพานข้าม
แม่น้ำสายแห่งที่ 2 วงเงิน 38 ล้านบาท

เส้นทางผ่านลาว มี 2 เส้นทาง ดังนี้

เส้นทาง คุนหมิง - เชียงรุ่ง - บ่อเต็น - หลวงน้ำทา - ห้วยทราย - เชียงของ ออกจากจีน
เข้าลาวที่บ่อหาน ผ่าน บ่อเต็น หลวงน้ำทา ห้วยทราย เข้าไทยที่อำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย ระยะ
ประมาณ 254 กิโลเมตร

เส้นทาง คุนหมิน - เชียงรุ่ง - บ่อเต็น - ไชยะบุรี - เมืองเงิน - ปากแบ่ง - ห้วยโก๋น ออก
จากจีนเมือง ลิบสองปับนา (อ.เหมิ่งล่า) เข้าลาวที่บ่อหาน ผ่าน บ่อเต็น แขวงอุดมไซ ปากแบ่ง
เมืองหงสา ด่านน้ำเงิน ด่านห้วยโก๋น เข้าไทยที่อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน ระยะประมาณ 300 กิโลเมตร

นอกจากนี้ยังได้รับความสนับสนุนภายใต้โครงการความร่วมมืออนุภูมิภาคร่วม
แม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion - Economic Cooperation : GMS – EC) ได้มีแผนเชื่อมโยง
เส้นทางระหว่างประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคทางรถไฟ ตามแผนงานมี 2 เส้นทาง คือ

เส้นทางแรกผ่านเด่นชัย : เส้นทางคุนหมิง - เชียงรุ่ง - เมืองลา - หลวงน้ำทา -
ห้วยทราย - เชียงราย - เด่นชัย แต่เส้นทางนี้ต้องผ่านพื้นที่ในเขตลุ่มน้ำ 1A จึงชะลอโครงการไว้ก่อน
อย่างไรก็ตามในส่วนของเชียงราย - คุนหมิง จะเริ่มสำรวจในปี 2546

เส้นทางที่สองผ่านหนองคาย : เส้นทางคุนหมิง - เชียงรุ่ง - เมืองลา - หลวงพระบาง -
เวียงจันทน์ - หนองคาย อยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างเส้นทางบางส่วน และรัฐบาล สปป.ลาวอยู่
ระหว่างเจรจาขอรับความช่วยเหลือในการก่อสร้างจากไทย

โดยสรุป เส้นทางลำเลียงสินค้าระหว่างไทยกับจีนจะขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า
ได้แก่ กลุ่มอาหาร เช่น ผลิตภัณฑ์จากข้าว ข้าวหอมมะลิ และผลไม้ จะมีแหล่งตลาดอยู่ทางมณฑลจีน
ชายฝั่งทางตอนใต้ เช่น กวางเจา จึงนิยมขนส่งลำเลียงสินค้าจากไทยโดยใช้เส้นทางเดินเรือเข้าสู่
มณฑลกว่างตงเป็นหลัก เพื่อขนส่งลำเลียงไปยังตลาดชายฝั่งขนาดใหญ่ของจีน (ตลาดเจียงหนานหรือ
หลี่ซู่ย) ก่อนจะกระจายต่อไปยังผู้บริโภค

กลุ่มสินค้าอาหาร และผลิตภัณฑ์ที่มีการขนส่ง โดยคิดเป็นค่าขนส่งออกของเส้นทางแต่ละเส้นทางส่งออกในปี พ.ศ. 2556 โดยแจกแจงได้ดังต่อไปนี้

- ทางอากาศ มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 3.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- ทางทะเล มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 1,817.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- ทางบก มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 24.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- ทางอื่น ๆ มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 0.0114 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ดังนั้น แต่ละเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างไทย-จีน ก็จะมีการขนส่งลำเลียงสินค้าที่ต่างกลุ่มต่างประเภทกัน เพื่อขนส่งและกระจายไปสู่ตลาดผู้บริโภค หรือ ผู้ใช้ปลายทางที่ต่างกัน โดยจะขึ้นอยู่กับอุปสงค์ (Demand) ของลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งการส่งออกสินค้าของประเทศไทยไปยังประเทศจีนนั้นส่วนใหญ่จะใช้เส้นทางทางบกในการขนส่งสินค้า โดยผ่านทางชายแดนของจังหวัดเชียงรายของไทย และทางทะเลโดยส่วนใหญ่จะใช้เส้นทางจากแหลมฉบังผ่านทะเลจีนใต้ไปยังท่าเรือสำคัญของจีน โดยเฉพาะท่าเรือในมณฑลกว่างตุง และท่าเรือในมณฑลเซียงไฮ้ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งมณฑลที่ไทยทำการค้าส่วนใหญ่คือ มณฑลยูนนาน

รูปแบบการค้าระหว่างไทยและประเทศจีน สรุปได้ดังต่อไปนี้

การค้าปกติ ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกของจีน ซึ่งเป็นบริษัทการค้าของรัฐต้องจดทะเบียนเป็นผู้นำเข้า-ส่งออก และขอใบอนุญาตนำเข้าและส่งออกสินค้า จากกระทรวงการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับกระทรวงพาณิชย์จีน (MOFTEC) ประจำมณฑล โดยใบอนุญาตนำเข้าและส่งออกจะกำหนดขอบข่ายสินค้าที่อนุญาตให้ดำเนินการค้า แต่ถ้าต้องการนำเข้าและส่งออกสินค้านอกเหนือจากที่ได้รับอนุญาตต้องขอใบอนุญาตเพิ่มเติมจาก MOFTEC

การค้าผ่านแดน เป็นการที่ผู้นำเข้ายูนนานที่อยู่ตามชายแดนมีการซื้อสินค้าจากผู้ส่งออกไทย และขนส่งสินค้าผ่านพม่าและลาว เพื่อส่งต่อไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกของยูนนานอีกทอดหนึ่ง

ผู้นำเข้าและส่งออก

ผู้นำเข้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- บริษัทของรัฐบาล (State-owned Company) ได้รับอนุญาตให้เป็นผู้นำเข้าสินค้าทุกประเภท ซึ่งจะทำการกิจเป็นผู้นำเข้าสินค้าให้กับบริษัทเอกชน ซึ่งไม่สามารถนำเข้าสินค้าด้วยตนเองได้

- บริษัทเอกชน (Private Company) ปัจจุบันบริษัทเอกชนเริ่มมีรัฐบาลเข้าไปถือหุ้นในสัดส่วนต่าง ๆ กัน เพื่อควบคุมด้านการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามลักษณะการนำเข้าสินค้าได้ 2 ประเภท

1. บริษัทที่มีการสั่งสินค้าเพื่อนำมาจำหน่าย บริษัทที่ดำเนินธุรกิจประเภทนี้จะไม่สามารถรับอนุญาตให้นำเข้าสินค้าได้โดยตรง ดังนั้น ในการนำเข้าจะต้องกระทำผ่านบริษัทการค้าของรัฐเท่านั้น

2. บริษัทที่เป็นบริษัทผู้ผลิตและมีการนำเข้าวัตถุดิบเพื่อนำมาใช้เป็นปัจจัยในการผลิต บริษัทประเภทนี้จะได้รับใบอนุญาตให้นำเข้าสินค้าได้เอง โดยสามารถนำเข้าสินค้าที่เป็นวัตถุดิบเพื่อนำมาใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก

ผู้ส่งออก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- บริษัทของรัฐบาล (State-owned Company)
- บริษัทเอกชนที่เป็นผู้ผลิตเพื่อการส่งออก ส่วนใหญ่เป็น บริษัทร่วมทุนจากต่างประเทศ

วิธีการชำระเงิน

การชำระค่าสินค้าส่งออกและนำเข้าของไทยกับจีนตอนใต้ มีดังนี้

- การใช้เงินสด (Cash) หรือดราฟท์ (Draft)
- การโอนเงินโดยทางโทรเลข (Telegraphic Transfer : T/T)
- การเปิด L/C at sight

วิธีที่นิยมที่สุดในการชำระค่าสินค้าที่ส่งจากไทยไปจีนตอนใต้ คือการชำระด้วยเงินสดและการใช้ดราฟท์กรณีที่มีมูลค่ามาก

ปัญหาทางการค้า

ระบบการเมืองและระบบการปกครองของประเทศจีน ตลอดจนโครงสร้างและระบบบริหารประเทศ กฎหมายและกฎระเบียบในประเทศจีนทั้งในระดับประเทศและระดับมณฑล รวมถึงระบบภาษีอากร และกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศของจีน เมื่อพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ ข้างต้น พบว่ามีปัญหาทางการค้า ดังต่อไปนี้

เนื่องจากประเทศจีนมีการแบ่งการปกครองออกเป็นมณฑลหลายมณฑล และมีระบบการเมืองและการปกครองที่มีความซับซ้อนและมีลักษณะที่พิเศษเฉพาะและแตกต่างกันออกไปโดยโครงสร้างการบริหารของประเทศจีนเป็นแบบกระจายอำนาจออกจากส่วนกลาง คือแบ่งเป็นการบริหารระดับประเทศ (ส่วนกลาง) และการบริหารในระดับท้องถิ่น ดังนั้น กฎระเบียบหรือระบบ

กฎหมายในประเทศจีนจึงถูกแบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่ กฎหมายและกฎระเบียบบริหารในระดับประเทศ กับกฎระเบียบในระดับท้องถิ่น จึงทำให้การดำเนินการตามกฎหมายในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศจีนมีความแตกต่างกันออกไปตามกฎระเบียบของแต่ละมณฑล ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

ปัญหาด้านกฎระเบียบ กฎระเบียบถือว่าเป็นปัญหาต่อการส่งออกอย่างมากในประเทศจีนเนื่องจากมีกฎระเบียบในหลายระดับ ทั้งระดับประเทศ ระดับมณฑล ระดับท้องถิ่น ทำให้ต้องผ่านขั้นตอนมาก ได้แก่ รัฐบาลท้องถิ่นจีนสามารถเรียกเก็บภาษีภายในประเทศและภาษีท้องถิ่นได้เอง เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่มหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ทำให้ต้องผ่านขั้นตอนซ้ำซ้อนและมีความแตกต่างกันในแต่ละมณฑล นอกจากนี้การเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มก็มีอัตราที่แตกต่างกันสำหรับสินค้าส่งออก สินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งมักส่งผลกระทบต่อความล่าช้าในการขนส่ง

ปัญหาการกำหนดและการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าของทางการจีน ปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่ การกำหนดมาตรฐานสินค้าของแต่ละมณฑลที่มีความแตกต่างกัน โดยผู้ส่งออกไม่ทราบมาก่อนโดยเฉพาะเมื่อมีมาตรฐานหรือกฎระเบียบมีการเปลี่ยนแปลงไปนอกจากนี้บางมณฑลกำหนดมาตรฐานสินค้าที่สูงเกินไปซึ่งสร้างปัญหาให้กับผู้ส่งออกอย่างมาก การเลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่จีนในแต่ละมณฑลที่มีความแตกต่างกัน และมีการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมในการตรวจสอบสินค้าสำหรับบริษัทส่งออกไทยแต่ละราย มีความเข้มงวด ซ้ำซ้อนในหลายหน่วยงานของจีนทั้งที่อยู่ในประเทศไทยและที่อยู่ในประเทศจีนเอง ทั้งที่สินค้าได้ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานแล้วภายในประเทศไทยซึ่งทำให้ผู้ส่งออกเสียค่าใช้จ่ายและ เสียเวลามาก และบางครั้งอาจต้องยอมลดราคาลงจากการตรวจสอบของทางฝ่ายจีนที่ได้มาตรฐานต่ำกว่าระบุ (ดิชิตา วิจิตร, 2553, น.50-64)

นอกจากนี้ปัญหาการปลอมปนสินค้าโดยผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายของประเทศไทยส่งผลให้มาตรฐานสินค้าไทยลดลง ทำให้เสียชื่อเสียงสินค้าไทย

ปัญหาความไม่พร้อมของผู้ประกอบการส่งออกเกี่ยวกับการใช้บริการระบบการแลกเปลี่ยน ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange: EDI) ทำให้เกิดความผิดพลาด ค่าใช้จ่ายในขั้นตอนการดำเนินงานเสมอ

ปัญหาด้านการขนส่ง ปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่การส่งออกสินค้าจีนมายังประเทศไทยสามารถส่งถึงผู้ประกอบการ โดยตรง โดยไม่ผ่านตัวกลางที่มี License ในขณะที่การส่งสินค้าไทยออกไปประเทศจีน จำเป็นต้องมี License ที่ออกให้โดยรัฐบาลเท่านั้น ซึ่งเป็นภาระของผู้ส่งออกและเกิดความแตกต่างระหว่างต้นทุนการส่งออกของไทยกับจีนในระยะทางที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ระบบขนส่งและโลจิสติกส์เชื่อมโยงหรือกระจายสินค้าของประเทศจีนระหว่างมณฑลยังไม่ไหลลื่นเท่าที่ควร

การขนส่งสินค้าทางน้ำของประเทศจีนยังมีความเป็นท้องถิ่นนิยมหรือชาตินิยมอยู่ทำให้มีปัญหาด้านการขนส่งทางน้ำ คือ ทางรถไฟให้ความสะดวกต่อเรือสัญชาติจีนในการเข้าเทียบท่าและขนถ่ายสินค้าก่อน หากเป็นเรือสัญชาติอื่นจะเกิดความล่าช้า ซึ่งบริษัทเรือจะคิดค่าใช้จ่าย (ค่าปรับ) ในการขนส่งสินค้ากับผู้ประกอบการ ซึ่งทำให้มีต้นทุนการขนส่งเพิ่มขึ้น ในเรื่องนี้จึงเกิดปัญหาจ่ายสินบนให้กับเจ้าหน้าที่พนักงานที่ทำเรื่องของประเทศจีน หากผู้ส่งออกต้องการความรวดเร็ว

ปัญหาเกี่ยวกับอุปสรรคการค้าในการนำเข้า ในการนำเข้าสินค้าสู่ประเทศจีนมีอุปสรรคทางการค้าในหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี (non-tariff barriers: NTBs) เช่น มาตรการปกป้องผู้ผลิตชาวจีน มาตรการด้านมาตรฐานการตรวจสอบสินค้าและขั้นตอนด้านศุลกากร เป็นต้น

ปัญหาเกี่ยวกับระบบการเงินของประเทศจีน ระบบการเงินของประเทศจีนมีกฎระเบียบมากมาย ทำให้บริษัทนำเข้าเอกชนของจีนหลีกเลี่ยงความยุ่งยากและการตรวจสอบจากรัฐบาลจีน การจ่ายเงินส่วนใหญ่จึงเป็นการโอนผ่านทางฮ่องกง การเปิด L/C จะผ่านฮ่องกง และสิงคโปร์ เพราะหากต้องการเปิด L/C กับจีนต้องเป็นธนาคารที่มีผู้มีอำนาจของจีนถือหุ้นใหญ่ เพื่อมิให้มีปัญหาในการชำระเงินระหว่างกัน

ปัญหาด้านคู่แข่ง นอกจากสินค้าไทยจะต้องแข่งขันกับสินค้าของจีนที่ผลิตโดยชาวจีนท้องถิ่นซึ่งมีราคาถูกกว่ากันมากแล้วสินค้าไทยยังต้องแข่งขันกับสินค้าที่จีนนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ ตลอดจนการแข่งขันกับสินค้าจากประเทศอาเซียนอื่น เช่น ยางพาราจากมาเลเซีย และอินโดนีเซีย เป็นต้น

ปัญหาด้านตัวสินค้า สินค้าที่ประเทศจีนนำเข้าจากไทยส่วนใหญ่จะมีราคาแพง และไม่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นลักษณะเฉพาะมากพอ ซึ่งประเทศจีนเองก็สามารถผลิตสินค้าเกือบทุกอย่างได้ไม่แตกต่างจากประเทศไทย และที่สำคัญมีราคาถูกกว่าสินค้านำเข้าจากประเทศไทยอีกด้วย

แม้ว่าปัจจุบันในฐานะประเทศสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) จะมีผลให้จีนต้องปฏิบัติตามข้อตกลงในฐานสมาชิก ซึ่งต้องยินยอมให้ประเทศสมาชิก WTO ด้วยกันตรวจสอบความสอดคล้องกับมาตรการทางการค้าและกฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าต่าง ๆ ว่าตรงกับข้อผูกพัน WTO หรือไม่ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวเรียกว่า “transitional mechanism” (TRM) ที่ทำติดต่อกันเป็นเวลา 8 ปี

โดยในกระบวนการ TRM นี้รวมถึงกฎระเบียบทางการค้าในมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี เช่น กฎระเบียบทางเทคนิค (TBT: technical barrier to trade) เช่น ขั้นตอนและการบังคับใช้ระบบมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม และการกำหนดมาตรฐานเฉพาะของประเทศไทยในขณะที่มีมาตรฐานระหว่างประเทศอยู่แล้ว โดยผู้ส่งออกสินค้าจะพบกับมาตรการทางเทคนิค (TBT) เช่น ใน

กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ จะต้องผ่านมาตรฐานข้อกำหนดการใช้สารอันตราย (RoHS) เพื่อ
คุ้มครองผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม ส่วนระบบ CC จะครอบคลุมสินค้าอุตสาหกรรม 155 รายการ และ
สินค้าอาหารสำเร็จรูป มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อและฉลากสินค้า

นอกจากนี้ผู้ส่งออกสินค้าเข้าไปยังประเทศจีนยังคงต้องประสบกับภาษีมูลค่าเพิ่ม
(VAT) ซึ่งเก็บกับบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ขายสินค้า ผู้ให้บริการ และผู้นำเข้า โดยจะเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม
17% สำหรับสินค้าที่ผ่านการแปรรูป สินค้าอุตสาหกรรม และการบริการเก็บภาษี 13% ที่ผ่านมา
ผู้ประกอบการไทยที่ส่งสินค้าไปยังประเทศจีน ยังต้องพบกับอุปสรรคจากการขอเครื่องหมาย CCC
ซึ่งเป็นระบบรับรองมาตรฐานสินค้าเพื่อรับรองความปลอดภัยของผู้บริโภคและปกป้องสิ่งแวดล้อม
โดยพบว่าต้องใช้เวลาดำเนินการตรวจโรงงานนาน เนื่องจากต้องรอให้เจ้าหน้าที่จีนมาตรวจสอบ
ส่วนการตรวจสอบโรงงานที่ต้องทำซ้ำทุกปี มีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากโรงงานต้องรับภาระค่าเดินทาง
ค่าที่พัก และเบี้ยเลี้ยงของเจ้าหน้าที่จีน

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรทศธิ์ สิทธิกุล (2540) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมราคาและการพยากรณ์ราคาสินค้า
เกษตรที่สำคัญกรณีศึกษา: ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพด กุ้งกุลาดำ มีวัตถุประสงค์เพื่อ
วิเคราะห์ประสิทธิภาพของการถ่ายทอดราคาสินค้าเกษตรที่สำคัญ 5 ชนิด และพยากรณ์การ
เคลื่อนไหวของราคาสินค้าดังกล่าวด้วยแบบจำลอง ARIMA

การศึกษากการส่งผ่านราคาสินค้ายางพารา โดยแยกการศึกษาเป็นการส่งผ่านราคาจากตลาด
ระดับขายส่งที่ตลาดกลางหาดใหญ่ ไปสู่ตลาดที่เกษตรกรได้รับ และการส่งผ่านราคาจากตลาดระดับ
ส่งออกไปสู่ตลาดระดับขายส่งที่ตลาดกลางหาดใหญ่ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ความยืดหยุ่นของการ
ส่งผ่านราคาเท่ากับ 0.977 และ 0.8703 ตามลำดับ ซึ่งการส่งผ่านราคาระหว่างตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์
ความยืดหยุ่นของการถ่ายทอดราคาก่อนข้างสูง เพราะระบบการซื้อขายในตลาดระดับขายส่งที่ตลาด
กลางใหญ่เป็นระบบการประมูล โดยที่ระบบการประมูลทำให้การดูดซับราคาของพ่อค้าคนกลาง
เป็นได้น้อย และในระดับท้องถิ่นก็มีตลาดประมูลยางท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งเกษตรกรสามารถมาใช้
ประโยชน์จากตลาดประมูลยางดังกล่าวได้มาก จึงไม่มีพ่อค้าคนกลางคนใดมีอิทธิพลเหนือตลาด
ประกอบกับการส่งออกเป็นไปในลักษณะเสรี ทำให้พ่อค้าส่งออกมีลักษณะแข่งขันกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้
เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นว่าโครงสร้างตลาดยางพาราผ่านรมควันชั้น 3 เป็นไปในลักษณะแข่งขัน ทำให้
การถ่ายทอดราคาระหว่างตลาดเป็นไปค่อนข้างสมบูรณ์

การศึกษาของ ครธาฤทธิ สิทธิภูล (2540) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะของการพิจารณาลักษณะพฤติกรรมทางราคา และการถ่ายทอดราคาของสินค้า ที่คาดว่าจะเข้าสู่ตลาดอนาคต ซึ่งเป็นปัจจัยบอกถึงประสิทธิภาพ และโครงสร้างตลาดของสินค้า ที่จะนำมาใช้ในการกำหนดนโยบายและปรับปรุงทางการตลาด ปัญหาของราคารายงพาราที่กำลังตกต่ำจำเป็นต้องศึกษาให้แน่ชัดถึงการเปลี่ยนแปลงของราคา และการได้มาซึ่งสินค้าที่จะใช้ในการนำมาแปรรูปเป็นยางแผ่นรมควันชั้น 3 เพื่อทำการส่งออกต่อไปยังประเทศของลูกค้า

การศึกษาของ ครธาฤทธิ สิทธิภูล (2540) แตกต่างกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะการศึกษาถึงปัญหาของราคาสินค้าเกษตรที่สำคัญทั้ง 5 ชนิดมากกว่าที่จะพิจารณาถึงสมรรถนะประสิทธิภาพในการสร้างรายได้เพิ่ม จากการส่งออกไปยังต่างประเทศ อีกทั้งตรวจสอบระดับราคาสินค้าในทุกระดับของตลาดสินค้าตั้งแต่ ตลาดระดับฟาร์ม ตลาดระดับขายส่ง จนถึงตลาดระดับปลายทางและใช้ข้อมูลของราคาสินค้าของตลาดแต่ละระดับเป็นรายเดือนตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2525 จนถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2539

กรันย์ รัตนพันธ์ (2546) ได้ศึกษาพันธกรณีจากการเปิดเสรีสินค้าเกษตรตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน : ผลต่อการส่งออกยางพารา วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพันธกรณีในการเข้าร่วมเป็นภาคีสมาชิก ตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราของไทย ภายใต้ข้อกำหนดและพันธกรณีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน AFTA โดยศึกษาในประเด็นพัฒนาการของข้อตกลง ขอบเขต มาตรการและพันธกรณีที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกยางพาราภายใต้ข้อกำหนดเขตการค้าเสรีอาเซียน AFTA เปรียบเทียบสถานการณ์ก่อนและหลังที่ประเทศไทยจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AFTA และผลกระทบที่ไทยจะได้รับจากการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AFTA

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศต่าง ๆ คงไว้ซึ่งสิทธิในการจัดสินค้าเข้าโปรแกรมการลดภาษีตามแต่ศักยภาพและความเหมาะสมของอุตสาหกรรมภายในประเทศ ซึ่งประเทศไทยเป็นเพียงประเทศเดียวที่กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ยางทุกประเภทเป็นสินค้าในโปรแกรมการลดภาษีแบบเร่งรัด ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ กระจายไว้ในประเภทลดภาษีแบบธรรมดาโดยแยกไว้ในรายการลดภาษีเป็นการชั่วคราว และรายการยกเว้นการลดภาษี จากการเข้าร่วมข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนพบว่า ผลกระทบหลักที่เกิดจากการที่ประเทศไทยลดภาษีให้แก่ประเทศสมาชิกอาเซียนมีน้อยมากเนื่องจากยางพาราที่ยังคงมีการเรียกเก็บภาษีนั่นเป็นสินค้าที่ไทยส่งออกมากกว่านำเข้า ในขณะที่ผลกระทบรองที่เกิดจากการที่ประเทศสมาชิกต้องลดภาษีให้แก่ประเทศไทยพบว่า ประเทศไทยได้รับประโยชน์จากการลดภาษีนำเข้าถูงมืออย่างตั้งแต่ปี 2538 ในขณะที่ยางรถยนต์ ยางรถจักร ยานยนต์ และถุงยางอนามัย

ได้รับประโยชน์ในปี 2544 สำหรับผลกระทบรวมพบว่ายางพาราแปรรูปขึ้นต้นเป็นสินค้าที่ประเทศสมาชิกส่วนใหญ่ในอาเซียนสามารถผลิตกันได้เองแทบทุกประเทศ ทำให้ปริมาณการซื้อขายระหว่างกันอยู่ในระดับต่ำมาก การส่งออกจึงหนักไปที่การส่งออกเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ โดยมีสิงคโปร์เป็นตัวกลางในการรับซื้อจากประเทศผู้ผลิตต่าง ๆ เพื่อส่งออกให้กับประเทศผู้ซื้อปลายทางอีกทอดหนึ่ง ส่วนผลิตภัณฑ์ยางเป็นสินค้าที่มีการซื้อขายระหว่างกันอยู่บ้าง แต่ก็มีข้อจำกัดในเรื่องของศักยภาพและระดับเทคโนโลยีการผลิตสินค้า อย่างไรก็ตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีได้นำไปสู่การหันเหทิศทางการค้า และการสร้างปริมาณการค้าระหว่างกันในประเทศสมาชิก ที่เริ่มหันมาซื้อสินค้าระหว่างกันเองเพิ่มมากขึ้น แทนการสั่งซื้อจากประเทศนอกกลุ่ม ส่วนสถานการณ์การส่งออกยางพาราไปยังประเทศคู่ค้าหลัก 3 ประเทศพบว่า ไทยยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในช่วงปี 2541 - 2544 ในการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นและจีน ในขณะที่อินโดนีเซียครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในการส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากสหรัฐอเมริกานำเข้ายางแท่งเป็นหลัก ซึ่งไทยยังเป็นรองอินโดนีเซียในอุตสาหกรรมประเภทนี้

การศึกษาของ กรันย์ รัตนพันธ์ (2546) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะของปัญหายางพาราไทยที่ไม่สามารถกำหนดราคาส่งออกยางพาราได้เองต้องกำหนดราคาซื้อขายตามตลาดโลกได้ ทั้งที่ไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติรายใหญ่ที่สุดของโลกถือเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องเร่งแก้ไข โดยประเทศไทยต้องควบคุมหรือลดปริมาณการผลิตลงเพื่อลดอุปทานในตลาดลง ซึ่งจะช่วยรักษาเสถียรภาพราคายางได้ในระดับหนึ่ง สำหรับนโยบายในระยะยาวไทยควรพัฒนาตนเองให้เป็นศูนย์กลางการค้ายางแทนสิงคโปร์ให้ได้ซึ่งนโยบายนี้ยังคงขาดความชัดเจน และจะต้องพยายามสร้างความเชื่อมั่นให้กับนายหน้าค้ายางเสียก่อนซึ่งในจุดนี้ไทยยังประสบปัญหาการขาดความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากต่างประเทศ ทั้งในเรื่องของการส่งมอบสินค้าและคุณภาพของสินค้านำรวมทั้งเร่งพัฒนาความเป็นผู้นำตลาดในส่วนของการยางแท่งเพิ่มเติม ซึ่งปัจจุบันไทยเป็นผู้นำตลาดเฉพาะในยางแผ่นรมควันเท่านั้น รวมทั้งยังต้องปรับสัดส่วนการผลิตมาให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ยางให้มากขึ้น ลดการผลิตยางพาราแปรรูปขึ้นต้นลง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

การศึกษาของ กรันย์ รัตนพันธ์ (2546) แตกต่างกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะเป็นการศึกษาถึงผลกระทบตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน AFTA และศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อลูกค้าหลักการส่งออกยางพาราของไทยอันได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และประเทศจีน

ธนันรัตน์ พวงน่วม (2549) ได้ศึกษาถึงปัจจัยกำหนดปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยไปจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยสู่ตลาดของประเทศจีน การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลแบบทศนิยมเป็นรายปี พ.ศ. 2526 - 2547 รวมเวลา 21 ปี โดยใช้แบบจำลอง

สมการถดถอยเชิงเส้น (Multiple regression model) และวิธีการประมาณด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary least square method) ในการพิจารณา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กำหนดอุปทานการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีนประกอบด้วย ราคาส่งออกยางธรรมชาติของไทยไปต่างประเทศ FOB กรุงเทพมหานคร และปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศไทย รวมกันเป็นร้อยละ 90.56 โดยราคาส่งออกยางธรรมชาติของไทยไปต่างประเทศ FOB กรุงเทพมหานครและปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศไทย จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีน

การศึกษาของ ธนันรัตน์ พวงน่วม (2549) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะ การใช้ข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกยางพาราจากประเทศไทยไปยังประเทศจีน อีกทั้งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกยางพารา โดยมุ่งพัฒนาหนโยบายในการส่งออก ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าประเทศจีน และตลาดโลก ได้อย่างถูกต้อง

ธนันรัตน์ พวงน่วม (2549) แตกต่างกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะ ปริมาณการส่งออกยางพาราในภาพรวมไม่ได้เจาะจงเป็นไปตามประเภท หรือชนิดของยางพารา อีกทั้งในช่วงเวลาที่แตกต่างกันระหว่างเป็นรายปี 21 ปี กับรายเดือน 30 เดือนย่อมมีความแตกต่างกันถึงปริมาณการส่งออก ทำให้เห็นถึงภาพรวมของการส่งออกในแต่ละเดือนที่มีความชัดเจนกว่า เพราะในแต่ละเดือนจะมีสถานการณ์ สภาพแวดล้อมปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้ส่งออกไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งส่งผลต่อปริมาณ การกำหนดราคาของการส่งออก

พลพจน์ กิจชัยสวัสดิ์ (2549) ศึกษาถึงอุปสงค์การส่งออกยางธรรมชาติของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน มีวัตถุประสงค์ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การส่งออกยางธรรมชาติของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบอนุกรมเวลา (Time series) รายเดือนระหว่างปี พ.ศ. 2544 - 2548 ใช้ข้อมูลปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ปริมาณการผลิตยางยานพาหนะทุกชนิดของสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในรูปของ Real GDP ของสาธารณรัฐประชาชนจีน ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว (TOCOM) ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศไทย และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินเหรียญสหรัฐกับเงินบาท โดยการประมาณค่าแบบจำลองด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Method-OLS) แบบจำลองที่ใช้ คือ แบบจำลองการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression model) สมการไม่ใช้เชิงเส้น

(Non-linear equation) โดยใช้สมการในรูปแบบ Double-log Model เพื่อหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of demand)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกยางธรรมชาติของไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีนมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในรูป Real GDP ของสาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมาได้แก่ ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินเหรียญสหรัฐกับเงินบาท ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศไทย และปริมาณการผลิตยางยานยนต์ทุกชนิดของสาธารณรัฐประชาชนจีน ตามลำดับ

การศึกษาของพลพจน์ กิจชัยสวัสดิ์ (2549) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะศึกษาโดยใช้ข้อมูลทศวรรษรายเดือนของตัวแปรต่าง ๆ ตามที่ได้กล่าวข้างต้นมาศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการอุปสงค์การส่งออกยางพาราไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยคาดว่างานวิจัยจะมีประโยชน์เพื่อหาแนวทางในการกำจัดอุปสรรคทางการค้าให้ลดน้อยลง สืบเนื่องจากการที่เงินเก็งกำไรนำเข้ายางพาราในอัตราร้อยละ 20 ให้เหลือร้อยละ 0 เพื่อสร้างความได้เปรียบและขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาให้เหนือประเทศคู่แข่ง เพราะนอกจากการนำเข้าจากไทยแล้วนั้น สาธารณรัฐประชาชนจีนยังได้นำเข้าจากประเทศอื่น ๆ ซึ่งเป็นคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญของไทยเช่นกัน อาทิเช่น อินโดนีเซีย เวียดนามฯ

การศึกษาของพลพจน์ กิจชัยสวัสดิ์ (2549) แตกต่างกับงานวิจัยที่กำลังศึกษา คือช่วงเวลาที่ใช้ในการศึกษาที่ต่างกันคือ พ.ศ. 2544 - 2548 ซึ่งเป็นช่วงที่เงินมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและใช้ยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก เป็นช่วงก่อนที่ไทยจะเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อหาช่องทางและแนวโน้มในการลดต้นทุนค่าใช้จ่าย รวมถึงอัตราภาษีที่เกิดจากการขนส่งให้ลดลง

สุภัทรา ไชยสร (2549) ได้ศึกษาถึงการส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปสหรัฐอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลในการกำหนดอุปสงค์ต่อการส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปสหรัฐอเมริกา การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทศวรรษเป็นรายปี ช่วงระยะเวลา 17 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 ถึง ปี พ.ศ. 2548 วิเคราะห์เชิงปริมาณ นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ โดยกำหนดรูปแบบจำลองการส่งออกเป็นแบบ semi-log และใช้วิธี Ordinary Least Square - OLS ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์ในแบบจำลอง

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปสหรัฐอเมริกา คือปัจจัยทางด้านรายได้ประชาชาติเบื้องต้นของประเทศสหรัฐอเมริกา และปริมาณการผลิตยางรถยนต์และยางรถบรรทุก

การศึกษาของ สุภัทรา ไชยสร (2549) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะ การใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ในการวิจัย อีกทั้งยังระบุถึงสินค้าที่จะวิจัยชัดเจนคือยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 มีตัวแปรในการศึกษาคือปริมาณการส่งออก, อัตราแลกเปลี่ยน และใช้ข้อมูลการผลิตรถยนต์มาประกอบในการวิจัย โดยมุ่งหวังเพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการกำหนดอุปสงค์การส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 หาแนวทางนโยบายในการพัฒนาด้านการผลิต การส่งออกให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

การศึกษาของ สุภัทรา ไชยสร (2549) แตกต่างกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะ ตัวแปรที่สำคัญที่แตกต่างกันคือ ราคาขางสังเคราะห์ New York เพราะสหรัฐอเมริกาผลิตขางสังเคราะห์มากเป็นอันดับ 1 ของโลก จึงมีอิทธิพลในการกำหนดราคาขางสังเคราะห์ ทำให้ราคาขางสังเคราะห์ไม่มีผลต่อการนำเข้ายางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย แต่ในงานวิจัยการศึกษาครั้งนี้จะใช้ ราคาขางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว (TOCOM) นอกจากนี้ประเทศในการศึกษาที่แตกต่างกันระหว่างประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีลักษณะทั้งทางกายภาพ เศรษฐกิจที่แตกต่างกันย่อมส่งผลถึงปริมาณ ราคา ความต้องการซื้อยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ด้วยเช่นกัน

องอาจ เลียงพันธ์สกุล (2550) ศึกษาประสิทธิภาพการจัดการ โลจิสติกส์ธุรกิจส่งออกยางพาราไปจีนตอนใต้ผ่านท่าเรือเชียงแสน (เส้นทางแม่น้ำโขง) ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ ต้องการทราบสัดส่วนต้นทุน โลจิสติกส์ คุณภาพการจัดการและประสิทธิภาพในการจัดการต้นทุน โลจิสติกส์ โดยเก็บข้อมูลต้นทุนในกิจกรรม โลจิสติกส์จากคำสั่งซื้อในสินค้า 2 ชนิด คือยางแผ่นรมควันชั้น 3 และยางแท่ง ในช่วง เดือนกุมภาพันธ์ 2547 -เดือนพฤษภาคม 2549

ผลการศึกษาพบว่าหน่วยธุรกิจส่งออกยางพารามีรูปแบบขั้นตอนการดำเนินงานที่แตกต่างกันไปใน 4 ลักษณะ โดยลักษณะที่ 1 ประกอบด้วยหน่วยธุรกิจ A, B และ C ที่ทำการจัดซื้อวัตถุดิบยางพาราจากผู้จัดหาสินค้าแล้วนำมาแปรสภาพและจัดส่งให้กับลูกค้าลักษณะที่ 2 อันได้แก่ หน่วยธุรกิจ D มีความใกล้เคียงกับลักษณะที่ 1 แต่มีกระบวนการในการตรวจสอบสินค้าก่อนการส่งมอบ โดยผู้ซื้อลักษณะที่ 3 อันได้แก่ หน่วยธุรกิจ E มีลักษณะเป็นคนกลางในการเติมเต็มคำสั่งซื้อตามความต้องการ โดยไม่มีการผลิตหรือแปรสภาพสินค้าเอง และลักษณะที่ 4 อันได้แก่ หน่วยธุรกิจ F มีลักษณะคล้ายคลึงกับลักษณะที่ 1 ต่างกันตรงที่ทำการจัดซื้อวัตถุดิบยางจากตลาดกลางยางพาราด้วยตนเอง จากรายงานการส่งออกของท่าเรือเชียงแสนในช่วงระยะเวลาดังกล่าว มีปริมาณของการส่งออกยางพาราแผ่นรมควันชั้น 3 และยางแท่ง ทั้ง 2 ชนิดรวมกันเท่ากับ 4,034 ตัน คิดเป็นร้อยละ 54.01 ของปริมาณการส่งออกจากท่าเรือนี้ทั้งหมด

การจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ในการส่งออกยางพาราของหน่วยธุรกิจ ไปทางจีนตอนใต้ผ่านท่าเรือเซียงแสน จำเป็นต้องทำการปรับปรุงการจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ ด้วยการเพิ่มการใช้ปัจจัยการดำเนินงาน โลจิสติกส์ให้มากขึ้นเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ หน่วยธุรกิจดีขึ้น

การศึกษาขององอาจ เลียงพันธ์สกุล (2550) สอดคล้องกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะของการทำการศึกษาหาแนวทางในเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์เพื่อส่งผลกระทบต่อคุณภาพการมีรายได้ในการส่งออก เนื่องจากว่า แม้ไทยจะมีความได้เปรียบด้านการผลิตและการส่งออกแต่ก็ยังแฝงไว้ด้วยต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างสูง หนึ่งในต้นทุนการจัดหาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อันเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมโลจิสติกส์

การศึกษาขององอาจ เลียงพันธ์สกุล (2550) แตกต่างกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะเป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางแก้ไขในการจัดการกิจกรรมโลจิสติกส์ อีกทั้งการเปิดเสรีขนส่งทางการค้าผ่านเส้นทางแม่น้ำโขงนั้น ผู้ประกอบการไทยไม่อยู่ในสถานะที่จะควบคุมหรือแม้แต่จะเป็นส่วนสำคัญในเส้นทางนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญอย่างจีน ทำให้เป็นอุปสรรคอย่างมากกับการขนส่งสินค้าบนเส้นทางสายนี้

เดช วัฒนชัยยิ่งเจริญ และคณะ (2551) ได้ศึกษาถึงโครงการศึกษาการผลิต การตลาดและขีดความสามารถในการแข่งขันของยางพาราในเวียดนามและไทย จากการศึกษาพบว่าขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยอยู่ในระดับสูงและเวียดนามอยู่ในระดับปานกลางเมื่อทำการวิเคราะห์โดยภาพรวมด้วย Diamond Model หากพิจารณาเป็นประเด็นพบว่าขีดความสามารถของเวียดนามที่สูงกว่าไทยคือด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน เนื่องจากเวียดนามอยู่ใกล้กับประเทศจีน มีกลยุทธ์ในการขายที่กำลังพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลและรัฐวิสาหกิจให้การสนับสนุน อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงได้เปรียบในด้านความเพียงพอของทรัพยากร เนื่องจากมีพื้นที่เพาะปลูกมากกว่าในขณะที่เวียดนามมีพื้นที่จำกัด และกำลังขยายพื้นที่ไปในประเทศเพื่อนบ้าน การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในตลาดจีนพบว่าไทยมีความได้เปรียบในช่วงแรกและค่อย ๆ ลดลงในขณะที่เวียดนามมีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ทางด้านความสามารถในการส่งออกไทยมีแนวโน้มการขยายตัวภาคการส่งออกที่ลดลงซึ่งตรงข้ามกับเวียดนามที่มีอัตราสูงขึ้นทุกปี

การศึกษาของ เดช วัฒนชัยยิ่งเจริญ และคณะ (2551) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาเนื่องจากเป็นการหาแนวทางในการพัฒนาการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน โดยใช้ข้อมูลของกลุ่มหลักของไทยในตอนนี้เป็นคือ เวียดนามมาเปรียบเทียบในการศึกษาวิเคราะห์ หากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสหรืออุปสรรค เพื่อกำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจและกำหนดรูปแบบและเสาะแสวงหาความร่วมมือทางเศรษฐกิจการลงทุนด้านยางพาราระหว่างประเทศ

การศึกษาของ เดช วัฒนชัยยิ่งเจริญ และคณะ (2551) แตกต่างกับงานวิจัยที่กำลังศึกษา ในด้านของพื้นที่ศึกษาที่ใช้ คือใช้ข้อมูลจากพื้นที่ที่มีศักยภาพระดับสูงถึงปานกลางในแต่ละภูมิภาคของ ประเทศ สัมภาษณ์ พร้อมกับการตอบแบบสอบถาม ขอข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา จากนั้นนำ ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อศักยภาพการผลิต กลยุทธ์โครงสร้างของธุรกิจ ตลอดจนการ ลงทุนจากประเทศ เป็นการศึกษาถึงการส่งออกยางพาราในด้าน โครงสร้างการผลิต การแข่งขัน การ ส่งออก ในภาพรวม ที่ส่งไปยังจีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น

จุฑารัตน์ พรหมทัต (2553) ได้วิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออก ยางพาราไปสาธารณรัฐประชาชนจีน มีวัตถุประสงค์วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความ ได้เปรียบเชิง แข่งขันของการส่งออกยางพาราไทยกับคู่แข่ง โดยใช้แบบจำลองความสามารถในการแข่งขันทาง การค้าระดับโลกของอุตสาหกรรม ของยางพาราทั้ง 3 ประเภท คือยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยาง ขัน จากข้อมูลอนุกรมเวลาแบบผสมและภาคตัดขวาง รายปี พ.ศ. 2541 - พ.ศ. 2551 รวม 11 ปี วิเคราะห์เปรียบเทียบกับคู่แข่งอย่างอินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อ อุปสงค์การนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นของประเทศจีน จากการใช้สมการถดถอย (Regression) กับวิเคราะห์อนุกรมเวลา (Panel Data Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกมาจากปัจจัยการผลิต เช่น ความเพียงพอของวัตถุดิบ ความเชี่ยวชาญในการผลิตของแรงงาน ส่วนด้านอุตสาหกรรม มีการ พัฒนาการนำยางแผ่น และน้ำยางข้นมาแปรรูปมากขึ้น ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ายางแผ่น รมควันของประเทศจีน คือราคานำเข้าที่แท้จริง และสัดส่วนของรายได้ประชาชาติเบื้องต้นที่แท้จริง ของประเทศจีนกับประเทศผู้ส่งออก มีผลต่อการนำเข้ายางแผ่นรมควันของจีน ซึ่งถือได้ว่ายางแผ่น รมควันเป็นสินค้าสามัญในตลาดประเทศจีน

การศึกษาของ จุฑารัตน์ พรหมทัต (2553) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษา เพราะจากผล การศึกษาที่ได้ คือข้อเสียเปรียบของการส่งออกยางแผ่นรมควันมาจาก ระบบขนส่งสินค้าที่มีต้นทุนค่า ขนส่งราคาสูง การบริหารงานเป็นแบบครอบครัว การบริหารไม่เป็นระบบ ทำให้ประเทศไทย จำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพในการผลิตและการส่งออกยางพารา ยางแผ่นรมควันที่มีความสามารถอยู่ แล้วให้ดีขึ้น โดยควรส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนาคุณภาพยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราเพื่อ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราไปจีนให้เพิ่มขึ้น หาแนวทางการลดค่า ขนส่ง ที่ไทยจะสามารถทำได้เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การศึกษาของ จุฑารัตน์ พรหมทัต (2553) แตกต่างกับงานวิจัยที่กำลังศึกษา จากการ เปรียบเทียบการส่งออกยางพาราของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งอย่าง อินโดนีเซีย มาเลเซีย และ

เวียดนาม อีกทั้งใช้ข้อมูลจากยางพาราทั้ง 3 ชนิด คือยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น ในการวิเคราะห์

ดิชิตา วิจิตร (2553) ได้ศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทยในประเทศจีน มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาส่วนแบ่งตลาดและวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในกลุ่มประเทศอาเซียนในประเทศจีน จำแนกตามรายสินค้า ด้วยดัชนี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA Index) และวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทยใน ประเทศจีนจำแนกตามรายสินค้าด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Shares: CMS)

ผลการศึกษาพบว่าการส่งออกสินค้าจากประเทศไทยไปประเทศจีนมีปัญหาด้านกฎหมาย การขนส่ง มาตรการกีดกันด้านภาษี สินค้าที่มีดัชนี RCA เหนือประเทศคู่แข่งส่วนใหญ่คือ สินค้าในหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า และอันดับรองลงมาคือสินค้าในหมวดยางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง และมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการนำเข้าของประเทศจีนที่สูงขึ้นอันเนื่องมาจากผลการขยายตัวของตลาดจีน ส่วนผลกระทบร่วมหรือผลการขยายตัวของทิศทางของตลาดส่วนใหญ่คือสินค้าในหมวด เครื่องใช้ไฟฟ้า และอันดับรองลงมาคือสินค้าในหมวดยางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น

การศึกษาของ ดิชิตา วิจิตร (2553) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะการศึกษา เพื่อการกำหนดแนวทางการเจรจาการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอุตสาหกรรม ตลอดจนเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทยในประเทศจีน สืบเนื่องจากปัญหาด้านการขนส่งสินค้าไปประเทศจีนที่จำเป็นจะต้องมี License ที่ออกให้โดยรัฐบาล ปัญหาเกี่ยวกับอุปสรรคการค้าในการนำเข้า อีกทั้งระบบการเงินของจีนที่มีกฎระเบียบมากมาย และปัญหาอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 1

การศึกษาของ ดิชิตา วิจิตร (2553) แตกต่างกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะ การศึกษา สินค้าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม 6 หมวด อันได้แก่หมวดสินค้าเคมีภัณฑ์อินทรีย์ หมวดสินค้าพลาสติกและผลิตภัณฑ์ หมวดยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพารา หมวดสินค้าเหล็ก หมวดสินค้าเครื่องจักรกล และหมวดสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า และวิเคราะห์ถึงความสามารถในการแข่งขันของ ประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมไปยังประเทศจีน เก็บข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็น อนุกรมเวลารายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2542 - 2552

สุริรัตน์ แก้วงาม (2554) ศึกษาโซ่อุปทานการขนส่งยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งได้ศึกษาช่องทางการขนส่งยางพารา ต้นทุนในการขนส่งยางพารา และประสิทธิภาพของช่องทางการขนส่ง 3 ช่องทาง ได้แก่ การขนส่งทางบก การขนส่งทางทะเล และการขนส่งแบบผสมผสานระหว่างทางบกและทางทะเล สำหรับห้การศึกษาถึงประสิทธิภาพของช่องทางการขนส่งนั้นเป็นการศึกษาถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและความน่าเชื่อถือของช่องทางการขนส่ง โดยใช้แบบจำลองอ้างอิงในการวัดสมรรถนะ (SCOR model) ของโซ่อุปทานในการช่วยลดต้นทุนหรือเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรได้มากน้อยเพียงใด และใช้ข้อมูลเชิงพื้นที่บนที่กเส้นทางการส่งออกยางพาราจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้อย่างดี

ผลการวิเคราะห์พบว่า ช่องทางการขนส่งยางพาราผ่านทางทะเลผ่านท่าเรือแหลมฉบังเป็นช่องทางที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งมีต้นทุนเฉลี่ยกิโลกรัมละ 3.404 บาท และมีประสิทธิภาพมากที่สุดด้วยคะแนน 1.495 เมื่อเปรียบเทียบกับการขนส่งในอีก 2 ช่องทางที่มีต้นทุนที่สูงกว่าและประสิทธิภาพต่ำกว่าด้วย

การศึกษาของ สุริรัตน์ แก้วงาม (2554) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะการหาแนวทางพัฒนากระบวนการส่งออกให้มีประสิทธิภาพอันทำให้ต้นทุนการส่งออกลดลง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การตั้งเป้าหมายในการบริหารโซ่อุปทานยางพาราตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ไม่เชื่อมโยงไปสู่เป้าหมายวิถีตลาด การเคลื่อนย้ายสินค้าภายในและการปรับเปลี่ยนเส้นทางการขนส่งยางพาราจนกระทั่งถึงด่านส่งออกให้มีค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนที่ต่ำที่สุด

การศึกษาของ สุริรัตน์ แก้วงาม (2554) แตกต่างกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาในลักษณะการใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการเข้าไปสำรวจพื้นที่สอบถามข้อมูลกับเกษตรกร ผู้ปลูกและผู้ที่จะดำเนินการส่งออกอย่างแท้จริง ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือคำถามเกี่ยวกับเส้นทางการขนส่งยางพารา ต้นทุนการขนส่งยางพาราตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำและ คำถามแบบเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อวัดสมรรถนะของการขนส่งยางพาราทั้ง 3 เส้นทางโดยทำการเก็บข้อมูลในเรื่องของวิธีการขนส่งระยะทาง เวลา ค่าใช้จ่ายในการส่งออกยางพารา เริ่มตั้งแต่เกษตรกรสวนยาง โรงงานแปรรูปด่านส่งออกผ่านประเทศเพื่อนบ้านไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดราคายางในปัจจุบัน วิเคราะห์ถึงความผันผวนของราคา และผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อตลาดยางพาราไทย ใช้แบบจำลอง EGARCH ศึกษาถึงสาเหตุของความผันผวนของราคายาง 2 ช่วงคือ ปี 2550 - 2552 และปี 2553 - 2556

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจุบันที่ราคาขางผันผวนมาจากปัจจัยดังนี้ คือ ปริมาณการซื้อขาย ขางในตลาดล่วงหน้า TOCOM อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์ สรอ. และราคาขางในตลาด ล่วงหน้า AFET และส่วนสุดท้ายเป็นการศึกษาผลกระทบของความผันผวนที่เกิดขึ้นต่อตลาดขางพารา ไทย โดยในช่วงที่ราคาขางมีความผันผวนมาก ๆ เช่น ช่วงตลาดขางขึ้นและขาลง ส่วนต่างราคาขาง ส่งออกและราคาขางแผ่นดินมีมากขึ้น แต่ถ้าเป็นในช่วงที่ราคาขางตกต่ำ ราคาส่งออกไม่ได้ลดลงมาก เท่ากับราคาขางแผ่นดิน (ราคาที่เกี่ยวข้องได้รับ) แสดงให้เห็นว่าผู้ส่งออกสามารถปรับตัวได้ดีกว่า เกษตรกร เช่น การป้องกันความเสี่ยงโดยการขายสัญญาล่วงหน้า

การศึกษาของ กฤษณี พิสิฐศุกกุล และคณะ (2556) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษา เนื่องจากศึกษาถึงผลกระทบ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อปริมาณในการนำเข้าของประเทศผู้ซื้อ และปัจจัยที่มี ผลในการส่งออกของประเทศผู้ผลิต อีกทั้งพิจารณาถึงตลาดขางในต่างประเทศ ตลาดขางล่วงหน้าที่มี ผลในการกำหนดราคาขางที่ผู้ประกอบการในประเทศไทยใช้ในการคำนวณราคาที่จะส่งออก ทำให้ เห็นว่าราคาส่งออกขาง F.O.B. ของไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาขางในตลาดล่วงหน้า

การศึกษาของ กฤษณี พิสิฐศุกกุล และคณะ (2556) คล้ายคลึงกับงานวิจัยที่กำลังศึกษา ใน ลักษณะของการใช้ตัวแปรที่เป็นราคาขางในตลาดล่วงหน้า TOCOM ซึ่งเป็นตลาดในประเทศไทย เน้น การศึกษาทางด้านราคาขางภายใต้แบบจำลอง EGARCH และแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ช่วง ซึ่งแต่ละ ช่วงที่ทำการศึกษาทำให้เห็นได้ชัดว่าราคาขางในตลาดล่วงหน้าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความ ผันผวน แต่ปัจจุบันบทบาทของตลาดล่วงหน้าประกอบกับความเชื่อมโยงเศรษฐกิจการเงินโลกที่มี มากขึ้น ทำให้เกิดการคาดการณ์และเก็งกำไร อีกทั้งมีการศึกษาถึงการรับข้อมูลข่าวสารของนักลงทุน ที่ตอบสนองต่อข่าวที่มากเกินไป และพฤติกรรมการทำตามกัน ในตลาดเพื่อเก็งกำไรจะทำให้เกิด ความผันผวนเพิ่มขึ้นได้

จากการทบทวนงานวิจัยข้างต้น มีข้อสังเกตดังต่อไปนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขางพารา หรือยางธรรมชาติ นั้น จะเป็นการวิเคราะห์เสถียรภาพของ การส่งออกขางพารา และวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การนำเข้าขางพารา ซึ่งมีการศึกษาตลาดที่ แตกต่างกันไป โดยเลือกศึกษาในตลาดในแต่ละประเทศ หรือประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เป็นต้น ซึ่ง ลักษณะที่ทำการวิเคราะห์จะเลือกศึกษาขางพาราแต่ละประเภทที่สำคัญของประเทศจีนซึ่งเป็นผู้นำเข้า ขางพาราที่สำคัญ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ถึงปริมาณ อุปสงค์ ความสามารถในการแข่งขัน การ ส่งออกขางพาราโดยส่วนใหญ่จะใช้ตัวแปร ราคาส่งออกขางแผ่นดินรวมวันขึ้น 3 (F.O.B.) ปริมาณการ ส่งออกหรือผลิตขางพาราของไทย อัตราแลกเปลี่ยน ผลผลิตทั้งหมดรวมของประเทศ ปริมาณการผลิต

ยางยานยนต์ ราคาสินค้าในตลาดล่วงหน้า ของประเทศที่ทำการศึกษา อีกทั้งยังใช้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันของประเทศคู่แข่งมาประกอบการวิเคราะห์เพื่อหาประสิทธิภาพ แนวโน้มทิศทางการพัฒนา ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการส่งออก และข้อมูลทุติยภูมิ ทั้งแบบรายปีและรายเดือนมาประกอบการศึกษา

วิธีการวิเคราะห์ของแต่ละงานวิจัยที่ผ่านมาในการประมาณการสมการที่เกี่ยวกับยางพารา โดยส่วนใหญ่จะใช้เศรษฐมิติ โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square) ซึ่งวิธีนี้มีปัญหาเกิดขึ้นถ้าตัวแปรภายนอกมีความสัมพันธ์กันหรือตัวแปรคลาดเคลื่อนในแต่ละช่วงเวลามีความสัมพันธ์กัน เมื่อประมาณค่าพารามิเตอร์แล้วจะทำให้ค่าประมาณที่ไม่มีประสิทธิภาพและมีความเอนเอียงซึ่งแก้ไขโดยการวิเคราะห์ข้อมูล Multiple Regression

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีน โดยการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน จะใช้แนวคิดความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นวิธีการวิเคราะห์ และในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราจากประเทศไทยไปยังประเทศจีนจะใช้แบบจำลอง Multiple Regression ในการวิเคราะห์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากแบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองที่มีความละเอียด และมีข้อมูลที่น่าเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งมีการเก็บข้อมูลแบบรายเดือนโดยใช้กลุ่มตัวอย่างเดียวกันในทุก ๆ เดือน ซึ่งข้อมูลประเภทนี้ช่วยให้ตามพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างได้ว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร เพราะอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเรื่อย ๆ ในทุก ๆ ปี



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน สินค้ารหัส Harmonize System HS-CODE 4001 ปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกจากประเทศไทยไปยังประเทศจีน ซึ่งเป็นข้อมูลรายเดือนตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2554 - เดือนมิถุนายน 2557

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) คือ ปริมาณการส่งออกยางพาราที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ สินค้า รหัส Harmonize System HS-CODE 4001 ปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 พิกัดศุลกากร 4001210309 ในช่วงระยะเวลาเริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557

- 1.. ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน (หน่วย : กิโลกรัม) (QTE)
2. ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพารา (บาท : กิโลกรัม) (PT)
3. ปริมาณการผลิตยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันของประเทศไทย (หน่วย : กิโลกรัม) (QTT)
4. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (บาท : ดอลลาร์สหรัฐ) (EX)
5. ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว (บาท : กิโลกรัม) (TOCOM)
6. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน (GDP) (พันล้านหยวน) (CGDP)

7. ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน(พันคัน) (CAR)

8. ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม (บาท : กิโลกรัม) (PV)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการเก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีแบบอนุกรมเวลา ซึ่งเป็นข้อมูลรายเดือน โดยจะเริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2554 - เดือนมิถุนายน 2557 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการคำนวณเพื่อทำการหาค่าต่าง ๆ สามารถแบ่งการศึกษาได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีนเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการคำนวณค่าทางสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อพิจารณาปัจจัยใดที่มีผลต่อการส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน โดยมีแบบจำลองดังต่อไปนี้

$$Q_t = a + b_1PT + b_2QTT + b_3EX + b_4 TOCOM + b_5CGDP + b_6CAR + b_7PV$$

โดยที่	a	=	ค่าคงที่ของสมการถดถอย
	b_i	=	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ โดย $i = 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7$
	PT	=	ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย
	QTT	=	ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย
	EX	=	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
	TOCOM	=	ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว
	CGDP	=	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน
	CAR	=	ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน
	PV	=	ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพารา ของเวียดนาม
	Q_t	=	ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน

จากนั้นทำการตรวจสอบตัวแปรตามและตัวแปรอิสระว่ามีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นหรือไม่ ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบสัมประสิทธิ์ความถดถอยโดยรวม ในการทดสอบจะใช้ค่าสถิติ F-test จากตาราง ANOVA โดยจะตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน

H_1 : ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน

หากปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) สรุปได้ว่า มีปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน จากนั้นทำการทดสอบตัวแปรแต่ละตัว ว่ามีปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกใดบ้างที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน โดยทำการทดสอบสัมประสิทธิ์ความถดถอยแต่ละค่า ในการทดสอบจะใช้ค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : สัมประสิทธิ์มีความถดถอยเท่ากับศูนย์

H_1 : สัมประสิทธิ์มีความถดถอยไม่เท่ากับศูนย์

หากปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)สรุปได้ว่าปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ทำการทดสอบมีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน

การวิเคราะห์ความถดถอยนั้น จะต้องมีการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการใช้การวิเคราะห์ความถดถอย ก่อนที่จะคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย เพื่อตรวจสอบว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามอยู่ในรูปเชิงเส้นหรือไม่ หากทำการตรวจสอบเงื่อนไขแล้วผ่านข้อตกลงเบื้องต้น จึงสามารถใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุในการวิเคราะห์ต่อไปได้

ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น

1) ค่าเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์ นั่นคือ $E(e) = 0$

2) ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ

3) ค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระต่อกัน เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ของ

ข้อมูล

4) ค่าความคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนคงที่

5) ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องเป็นอิสระต่อกัน

การตรวจสอบเงื่อนไขของค่าคลาดเคลื่อนจะใช้ในการพิจารณาความเหมาะสมของรูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรว่ารูปแบบเป็นเชิงเส้นหรือไม่ หากตรวจสอบค่าคลาดเคลื่อนแล้ว พบว่าไม่เป็นไปตามเงื่อนไข อาจต้องทำการแปลงข้อมูล พิจารณารูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เชิงเส้น

ข้อสมมติเบื้องต้นในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

ในการวิเคราะห์การถดถอยมีข้อสมมติที่สำคัญ ดังนี้

1. การแจกแจงความน่าจะเป็น $P(Y/X)$ มีความแปรปรวนเท่ากัน สำหรับทุก ๆ ค่าของ X_i โดยมีความแปรปรวนเป็น σ^2

2. ค่าเฉลี่ย $E(Y_1)$ อยู่บนเส้นตรง ซึ่งเป็นเส้นถดถอยของประชากร (True Population Regression)

$$E(Y_1) = \sum_{i=0} B_j^i X_{ij} \quad ; i = 1, 2, 3, \dots, n$$
$$; i = 1, 2, 3, \dots, k$$
$$X_{i0} = 1$$

3. ตัวแปรสุ่ม ต้องเป็นอิสระต่อกัน นั่นคือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

$$E(Y_1) = \sum_{i=0} B_j^i X_{ij} \text{ และค่าความแปรปรวนเป็น } \sigma^2$$

4. ค่าความคลาดเคลื่อนเชิงสุ่มมีค่าเฉลี่ย = 0; $E(\varepsilon_i) = 0$

5. ค่าความแปรปรวนของ ε_i มีค่าคงที่: $V(\varepsilon_i) = \sigma^2$

6. ความแปรปรวนร่วมระหว่าง ε_i กับ ε_j เมื่อ $i \neq j$ มีค่าเท่ากับ 0; $\text{Cov}(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = 0$

7. การแจกแจงของ ε_i มีการแจกแจงแบบปกติ

ในทำนองเดียวกัน การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณจะมีข้อสมมติเบื้องต้นเช่นเดียวกันกับข้อสมมติของการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีนมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยใช้ข้อมูลย้อนหลัง ได้แก่ ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน

(หน่วย : กิโลกรัม) ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย (บาท : กิโลกรัม) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (บาท : ดอลลาร์สหรัฐ) ปริมาณการผลิตยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันของไทย (หน่วย : กิโลกรัม) ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว (TOCOM) (บาท : กิโลกรัม) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน (พินส์อันหยวน) ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน (หน่วย : พันคัน) และราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของเวียดนาม (บาท : กิโลกรัม) ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2554 - เดือนมิถุนายน 2557 เก็บข้อมูลจากกรมการส่งเสริมการเกษตร สมาคมวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร สมาคมยางพาราไทย สถิติการส่งออก กรมศุลกากร กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากรมการค้าต่างประเทศ สถิติการส่งออก และจากงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง

2. เรียบเรียงข้อมูลที่ได้มาจัดเป็นหมวดหมู่ตามกลุ่มของตัวแปรที่จะศึกษา

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (descriptive method) จะกล่าวถึงรายละเอียดในเรื่องโครงสร้างการผลิตยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันเพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของกระบวนการผลิตและการพัฒนาการผลิต ภาวะตลาด การแข่งขันในการส่งออก

การวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (quantitative method) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้นของไทยไปยังประเทศจีน ใช้การวิเคราะห์โดยสร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติและใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย มาทำการประมาณค่าพารามิเตอร์ตัวแปรอิสระ ด้วยกำลังสองน้อยที่ (Ordinary Least Squares - OLS) ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม Eviews ดังนี้

3.4.1 สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

การวิเคราะห์การถดถอยพหุ เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อสร้างสมการทำนายพหุ โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 1 ตัวแปรกับตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ในรูปของสมการเส้นตรง จะได้สมการถดถอยเป็นดังนี้ (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนาวาสี, 2550, น.13)

$$Y_t = B_0 + B_1X_{1t} + B_2X_{2t} + \dots + B_nX_{nt} + \epsilon_t \quad \dots\dots\dots 1$$

$$t = 1,2,3,\dots,k$$

$$Y_t = \hat{B}_0 + \hat{B}_1X_{1t} + \hat{B}_2X_{2t} + \dots + \hat{B}_nX_{nt} + e_t \quad \dots\dots\dots 2$$

$$t = 1,2,3,\dots,k$$

สมการ 1 เรียกว่า สมการถดถอยของประชากร

สมการ 2 เรียกว่า สมการถดถอยของตัวอย่าง

โดยที่

Y_t คือ ตัวแปรตาม

X_t คือ ตัวแปรอิสระ

B_0, \hat{B}_0 และ B_j, \hat{B}_j คือ ค่าคงที่ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย และค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มประชากรตามลำดับ

ϵ_j และ e_j คือ ค่าคงที่ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย และตัวอย่างตามลำดับ

3.4.2 การประมาณค่าพารามิเตอร์

การประมาณค่า B_j เพื่อใช้สร้างสมการถดถอยจะประมาณได้จากข้อมูลตัวอย่าง ซึ่งจำเป็นต้องทราบคุณสมบัติตัวประมาณ (estimators) ของ B_j ดังนี้ (อ้างถึงใน ขนิษฐา มีสนาม, 2555, น.40-41)

โดยทั่วไปแล้ว ตัวประมาณที่ดีจะมีคุณสมบัติดังนี้

1. เป็นตัวประมาณที่ไม่เอนเอียง (Unbiased Estimators)
2. เป็นตัวประมาณที่มีค่าปรวนแปรต่ำสุด (Minimum Variance Estimators)
3. เป็นตัวประมาณที่มีค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ยต่ำสุด (Minimum Mean-Square-Error Estimators)
4. เป็นตัวประมาณที่มีนัย (Consistency Estimators)
5. เป็นตัวประมาณที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency Estimators)
6. เป็นตัวประมาณที่มีความเพียงพอ (Sufficiency Estimators)

3.4.3 การทดสอบสมมติฐานการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

การทดสอบสมมติฐานของการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย จะเป็นการทดสอบว่าตัวแปรอิสระ X_j จะมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม Y โดยมีสมมติฐานคือ

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_1 : \beta \neq 0$$

ตารางที่ 3.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง X และ Y
กรณีการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย

แหล่งความแปรปรวน	df	ผลบวกกำลังสอง	ค่าเฉลี่ยกำลังสอง	F
ความถดถอย	1	$SSR = b^2 \sum (x_i - \bar{x})^2$	MSR	$\frac{MSR}{MSE}$
ความคลาดเคลื่อน	n-2	$SSE = SST - SSR$	$MSE(S^2)$	
รวม	n-1	$SST = \sum Y^2 - (\sum Y)^2/n$		

เมื่อ SST (Sum Square of Total) = ค่าความแปรปรวนของ Y

เมื่อ SSR (Sum Square of Regression) = ค่าความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของ X

เมื่อ SSE (Sum Square of Error) = ค่าความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น ๆ

ส่วนกรณีการทดสอบสมมติฐานของการถดถอยพหุคูณจะเป็นการทดสอบว่าตัวแปรอิสระต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม Y หรือไม่ โดยมีสมมติฐานคือ

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$$

$$H_1 : \text{มีค่า } \beta_1 \text{ อย่างน้อยหนึ่งค่าที่ไม่เท่ากับศูนย์}$$

จะให้การวิเคราะห์ความแปรปรวนดังตารางที่ 3.2 โดยใช้สถิติ $F = \frac{MSR}{MSE}$

ตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง X และ Y
กรณีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

แหล่งความแปรปรวน	df	ผลบวกกำลังสอง	ค่าเฉลี่ยกำลังสอง	F
ความถดถอย	k-1	$SSR = b'X'Y - n\bar{Y}^2$	$MSR = \frac{SSR}{(k-1)}$	$\frac{MSR}{MSE}$
ความคลาดเคลื่อน	n-k	$SSE = Y''Y - b'X'Y$ $= SST - SSR$	$MSE = \frac{SSE}{n-k} = S^2$	
รวม	n-1	$SST = Y''Y - n\bar{Y}^2$		

มีอาณาเขตวิกฤตคือ $F > F_{\alpha'}[(k-1), (n-k)]$

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับการถดถอยดังกล่าว เมื่อผลการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่าสมการถดถอยที่ได้เป็นสมการที่เหมาะสม จะต้องมีการพิจารณาว่าตัวแปรอิสระ X_i ตัวใดบ้างที่ควรอยู่ในสมการ

3.4.4 สัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ (Coefficient of Determination)

เมื่อทำการวิเคราะห์การถดถอยของข้อมูลตัวแปรอิสระ X และตัวแปร Y แล้ว สมการถดถอยที่ประมาณได้ จะนำไปใช้ประโยชน์ในการประมาณนี้ อาจประมาณค่าตัวแปรตาม Y ได้ดีหรือไม่ดีก็ได้ หากตัวแปรอิสระ X มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม Y สูง สมการถดถอยที่ได้ก็จะสามารถประมาณค่า Y หรืออธิบายค่า Y ได้ดีมากก็ตาม ในทางสถิติจะมีค่า ๆ หนึ่ง ซึ่งใช้เป็นค่าที่บอกให้เรารายว่าค่าตัวแปรตาม Y เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ X มากน้อยเพียงใด หรือเป็นความหมายเดียวกับที่บอกว่า สมการถดถอยที่ประมาณได้นั้น สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม Y ได้ดีเพียงใด ค่านี้ก็คือค่า สัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าสัมประสิทธิ์ของตัวกำหนดใช้สัญลักษณ์แทนด้วย R^2 (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมหลังการเก็บเกี่ยวและแปรรูป, 51)

ถ้าให้ R^2 เป็นค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจจะได้ว่า

$$R^2 = \frac{SSR}{SST} = \frac{SST - SSE}{SST} = 1 - \frac{SSE}{SST}$$

ถ้าให้ R^2 มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปร X_i ต่าง ๆ ในสมการถดถอยมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม Y มาก ซึ่งหมายความว่าสมการถดถอยที่ประมาณได้เหมาะสมแล้ว แต่ถ้า R^2 มีค่าน้อย แสดงว่าตัวแปร X_i ในสมการมีอิทธิพลร่วมต่อตัวแปรตาม Y น้อย ซึ่งก็หมายความว่าสมการถดถอยที่ประมาณได้ยังไม่เหมาะสม

3.4.5 สหสัมพันธ์ในตัวเอง หรือ อັตสหสัมพันธ์

สหสัมพันธ์ข้ามเวลาของตัวแปรความคลาดเคลื่อน Autocorrelation

ปัญหา Autocorrelation คือปัญหาที่เกิดจากการละเมิดข้อสมมติฐานที่ว่า $E(u_i u_j) = 0$ ตัวแปรความคลาดเคลื่อน (Disturbance Variables) มีความสัมพันธ์กันเอง โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวมี 2 ประเภทคือ ความสัมพันธ์ในทางบวก (Positive Autocorrelation) และความสัมพันธ์ในทางลบ (Negative Autocorrelation) ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นกับข้อมูลอนุกรมเวลา (Time series) มากกว่าข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross Section) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวคลาดเคลื่อนสามารถมีความสัมพันธ์ได้ถึงลำดับที่ $1-k$ (first - k - order autocorrelation)

พฤษ์สรณ์ สุทธิไชยเมธี (2553) ได้อธิบายสาเหตุและผลกระทบการเกิดปัญหา Autocorrelation ดังนี้

สาเหตุการเกิดปัญหา Autocorrelation

1. ความไม่ถูกต้องของแบบจำลอง คือ ไม่ได้เลือกตัวแปรอิสระบางตัวที่จำเป็นต่อแบบจำลองและส่งผลให้ตัวคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันโดยผ่านตัวแปรอิสระที่ถูกละเลย

2. ความผิดพลาดจากการกำหนดแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ผิดพลาดจากความจริง (Incorrect functional form)

3. เกิดปัญหา Autocorrelation จากตัวเองเรียกว่า Pure Autocorrelation

ผลกระทบของการเกิดปัญหา Autocorrelation

1. ขาดคุณสมบัติ Efficiency ค่า Variance ไม่ใช่ค่าที่ต่ำที่สุด

2. มีคุณสมบัติบางประการเท่านั้นคือ Unbiased และ Consistency เท่านั้น

3. ค่าพยากรณ์จะมีค่าความคลาดเคลื่อนที่สูง

การทดสอบสมมติฐานการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ

ดังได้กล่าวมาแล้วว่าอาจจะเกิดความสัมพันธ์ระหว่างส่วนที่เหลือ ดังนั้นเมื่อนำข้อมูลมาสร้างสมการถดถอยย่อมจะเกิดสัมพันธ์ระหว่างส่วนที่เหลือรวมอยู่ด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทดสอบความสัมพันธ์นั้นว่าจะกระทบข้อมูลตามช่วงเวลานั้นหรือไม่ การทดสอบวิธีดังกล่าวนี้จะใช้วิธีของเดอร์บิน-วัตสัน (Durbin-Watson) สถิติที่ใช้คือ “d” การทดสอบสมมติฐานจะทดสอบอัสสัมพันซ์ที่เป็นทั้ง “บวก” และ “ลบ” สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของประชากรในช่วงเวลา ดังนั้นการทดสอบสมมติฐานเมื่อเป็นอัสสัมพันซ์เชิงบวก (เริงชัย ต้นสุชาติ, 2549)

การตั้งสมมติฐานจะเป็น

$$H_0 : \rho_{t,i-1} = 0$$

$$H_1 : \rho_{t,i-1} > 0$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ

$$d = \frac{\sum_{i=2}^n (e_i - e_{i-1})^2}{\sum_{i=2}^n e_i^2}$$

เมื่อเป็นสหสัมพันธ์เชิงลบ การตั้งสมมติฐานจะเป็น

$$H_0 : \rho_{t,i-1} = 0$$

$$H_1 : \rho_{t,i-1} < 0$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ

$$\bar{d} = 4 - d$$

การยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานจะใช้ตารางเคอร์บิน-วัตสัน (Dubin-Watson)

ภายใต้คำว่า “ρ” ดังกล่าวจะมีค่า d_L และ d_U ในตารางซึ่งค่านี้จะหมายถึงขอบเขตต่ำสุด (Lower Limit) และขอบเขตสูงสุด (Upper Limit) ตามลำดับ ดังนั้นถ้าสมมติฐานเป็นอิสระสัมพันธ์เชิงบวก การสรุปผลจะพิจารณา ดังนี้

1. ปฏิเสธ (Reject) H_0 : ถ้า $d < d_L$
2. ยอมรับ (Accept) H_0 : ถ้า $d > d_U$
3. ถ้า $d_L \leq d \leq d_U$ จะสรุปผลไม่ได้

และถ้าตั้งสมมติฐานเป็นอิสระสัมพันธ์เชิงลบ การสรุปผลจะพิจารณา ดังนี้

1. ปฏิเสธ (Reject) H_0 : ถ้า $\bar{d} < d_L$
2. ยอมรับ (Accept) H_0 : ถ้า $\bar{d} > d_U$
3. ถ้า $d_L \leq \bar{d} \leq d_U$ จะสรุปผลไม่ได้

3.4.6 การตรวจสอบสมมติฐาน Homoscedasticity

ความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนมีความคงที่ทุกค่าการสังเกต (ขนีสฐา มีสนาม, 2555, น.44 อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2551, น.281) ตรวจสอบได้โดยการดูจากกราฟหรือใช้วิธีทางสถิติเช่น Non-constant Variance Score Test หรือ The Spearman rank-correlation test หรือ The Goldfeld and Quarmdt test หรือ White's test

จากสมการถดถอย

$$Y_i = b_0 + b_1 X_i + u_i \dots\dots\dots(1)$$

เมื่อการตรวจสอบพบว่าเกิดปัญหาเรื่อง heteroscedaticity ในการดำเนินการแก้ไขจำเป็นที่ต้องทราบว่าความคลาดเคลื่อนของตัวรบกวนมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระตัวไหนและมีรูปแบบความสัมพันธ์รูปแบบใดเราควรที่จะต้องแก้ไข โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสมการดั้งเดิม (transform) ในลักษณะที่จะทำให้ค่าตัวรบกวนของตัวแบบใหม่ที่ได้มีค่าคงที่ จากนั้นจึงดำเนินการหาค่า parameters โดยวิธี OLS สำหรับขั้นตอนในการแปลงรูปแบบเดิมเป็นรูปแบบใหม่มีดังนี้

(1) หากความสัมพันธ์ของรูปแบบที่แน่นอนระหว่างตัวรบกวนและค่า X ที่ทำให้เกิดปัญหา heteroscedaticity

$$S^2_{u_i} = f(X_i)$$

กำหนดค่า variance ของ ตัวรบกวนในรูปแบบที่แน่นอนซึ่งสมมติว่าเราทราบค่ารูปแบบดังกล่าว ดังนี้

$$E(u_i^2) = S^2_{u_i} = k^2 X_i^2 \quad \dots\dots\dots(2)$$

การแก้ไข คือ นำค่า x ไปหารสมการเดิม หรือเรียกว่าถ่วงน้ำหนัก (Weighted) ด้วย 1/x จะทำให้ค่า variance ของตัวรบกวนคงที่ได้ซึ่งพิสูจน์ดังนี้

จาก สมการที่ (1) เมื่อนำ X ไปหาร จะได้

$$\frac{Y_i}{\sqrt{X_i}} = b_0 \frac{1}{\sqrt{X_i}} + b_1 \frac{x_i}{\sqrt{X_i}} + \frac{u_i}{\sqrt{X_i}} \quad \dots\dots\dots(3)$$

โดยที่ $\text{Var} \left(\frac{U_i}{\sqrt{X_i}} \right) = E \left(\frac{U_i}{\sqrt{X_i}} \right)^2 = \frac{1}{X_i^2} E(U_i^2) = \frac{1}{X_i^2} k^2 X_i^2 = k^2$ ค่าคงที่ $\dots\dots\dots(4)$

แต่จากสมการที่ (2) = $E(u_i^2) = S^2_{u_i} = k^2 X_i^2 = k_2$ =ค่าคงที่ หรือ ไม่เกิดปัญหาความแปรปรวน ของตัว รบกวน ไม่คงที่นั่นเองหรือกรณีความสัมพันธ์ของ variance ของ ตัวรบกวนกับตัวแปรอิสระเป็นดังนี้

$$E(u_i^2) = S^2_{u_i} = k^2 X_i^2$$

ทำนองเดียวกับที่สมการที่ (2) แต่คราวนี้ นำค่า square root ของ เทอมตัวแปรอิสระ \sqrt{X} ไปหารตัวแปรทุกตัว ซึ่งได้สมการใหม่ดังนี้

$$\frac{Y}{\sqrt{X}} = b_0 \frac{1}{\sqrt{X}} + b_1 \frac{X}{\sqrt{X}} + \frac{U}{\sqrt{X}}$$

สมการที่เกิดจากการแปลงนี้ ความแปรปรวนของตัวรบกวนใหม่ $\frac{U}{\sqrt{X}}$ จะมีค่าพิสูจน์ได้ดังนี้

$$\text{Var} \left(\frac{U_i}{\sqrt{X_i}} \right) = E \left(\frac{U_i}{\sqrt{X_i}} \right)^2 = \frac{1}{X_i^2} E(U_i^2) = \frac{1}{X_i^2} k^2 X_i^2 = k^2$$
 ค่าคงที่

(2) คำนวณหาค่าพารามิเตอร์ของสมการที่แปลงรูปแล้ว โดยวิธี Ordinary Least Squares หรือที่นิยมเรียกวิธีการนี้ว่า Weighted Least Squares

(3) นำค่า parameters ของสมการใหม่ แทนกลับ ลงในสมการเดิม

3.4.7 Multicollinearity (จนิษฐา มีสนาม, 2555, น.45-46 อ้างถึงใน ทนงศักดิ์ ภู่อ่อน, 2551, น.280) คือ ปัญหาที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้เพราะถ้าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองมากเกินไปจะละเมิดสมมติฐานข้อที่ว่าตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกัน การที่เกิดปัญหานี้ทำให้ค่าพารามิเตอร์ของตัวแปรอิสระเกิดการผิดพลาดและไม่มีความสำคัญทางสถิติทำให้ข้อสรุปเกี่ยวกับ marginal cost ของตัวแปรตามที่เกิดจากตัวแปรอิสระตัวนั้น ๆ เกิดความผิดพลาดได้

1) วิธีที่ใช้ในการตรวจสอบ multicollinearity correlation coefficient ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันถ้าค่า Pearson Correlation มีค่ามากกว่า 0.7 ก็อาจจะถือว่าตัวแปรอิสระคู่หนึ่ง ๆ มีความสัมพันธ์กันมากควรได้รับการแก้ไข

2) ในการแก้ไขปัญหา multicollinearity ขึ้นอยู่กับแต่ละลักษณะของแบบจำลอง บางครั้งไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงใด ๆ เพราะว่าคุณสมบัติ Unbiased ของแบบจำลองยังคงอยู่และในบางแบบจำลองก็จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตัวแปรอิสระบางตัวหรือเพิ่มตัวแปรอิสระตัวแปรอื่น ๆ เข้าไปในแบบจำลองก็ได้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละแบบจำลองนั้น หรืออาจจะแก้ไขได้โดย

- ทำการเพิ่มขนาดของจำนวนตัวอย่างหรือชุดข้อมูลให้มากขึ้นอาจจะสามารถแก้ปัญหาได้

- ละทิ้งตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง โดยอาจจะพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยทฤษฎีว่าตามทฤษฎีแล้วตัวแปรใดควรจะมีความสำคัญมากกว่าก็เลือกตัวแปรนั้น

- ถ้าไม่ทิ้งตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งก็ต้องหาความสัมพันธ์ทั้งสองตัวแปรแล้วนำส่วนที่ไม่มีความสัมพันธ์กันมาใช้ในการทดสอบว่าสมการประมาณค่า $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$ มีอำนาจในการประมาณสูงต่ำเพียงใดนั้นเราอาจจะทดสอบได้ง่ายๆคือ

(1) ทำการแทนค่าตัวแปรอิสระทุกตัวจะได้ค่า \hat{Y}_t ณ เวลาต่าง ๆ $t = 1, 2, 3, \dots, n$

(2) นำค่า \hat{Y}_t ที่ได้เป็นตัวแปรอิสระดูความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม Y_t โดย

$Y_t = a + b_t\hat{Y}_t$ ทำการวิเคราะห์โดยวิธี OLS ได้ค่า a และ b

ถ้าทดสอบได้ว่า $a = 0$ และ $b = 1$ แสดงว่าจะเป็นตัวประมาณที่มีประสิทธิภาพ

Efficient Predictor คือ ค่า \hat{Y}_t หรือสมการเป็นสมการที่ $\hat{Y}_t = \hat{a} + \hat{b}_1X_1 + \hat{b}_2X_2 + \dots$

+ เป็นสมการที่สามารถนำไปใช้ในการทำนายผลของตัวแปรตาม Y ได้เป็นอย่างดี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในบทนี้เป็นผลการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติในรูปของสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) ในรูปกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square: OLS) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน และเพื่อหาแนวทางเพิ่มศักยภาพในการส่งออกยางพาราให้มีประสิทธิภาพ และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้นที่ 3 ดังต่อไปนี้

สำหรับค่าทางสถิติต่าง ๆ เช่น ค่า T-value จะเป็นค่าที่ใช้สำหรับทดสอบตัวแปรอิสระแต่ละตัวว่า มีผลกระทบต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยค่านี้จะแสดงในรูปวงเล็บ และค่า F-statistic จะใช้ในการทดสอบนัยสำคัญของสมการที่ประมาณค่า ว่ามีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ ส่วนค่า R^2 เป็นค่าใช้พิจารณาว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดในสมการสามารถอธิบายถึงการเคลื่อนไหวขึ้นลงตัวแปรตามได้มากน้อยเพียงใด โดยอธิบายเป็นคำร้อยละ การทดสอบการเกิด Multicollinearity การสร้างแบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณนั้น อาจจะมีตัวแปรอิสระบางตัวเกิดมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหรือไม่ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation) จะต้องไม่มากกว่า 0.80 การทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรม (Autocorrelation) โดยใช้ค่า Probability มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่มีปัญหา Autocorrelation และการทดสอบปัญหาความแปรปรวนของตัวแปรความคลาดเคลื่อนไม่คงที่ (Heteroscedasticity) โดยประยุกต์ใช้วิธี White's Test โดยใช้ค่า Probability มากกว่า 0.05 แสดงว่าไม่มีปัญหา Heteroscedasticity

ผลการวิเคราะห์โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

Dependent Variable: LOG(QTE)

Method: Least Squares

Date: 03/09/15 Time: 16:21

Sample: 2554M07 2557M06

Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-30.15243	6.617449	-4.556504	0.0001
LOG(PT)	-4.653291	2.380748	-1.954550	0.0607
LOG(QTT)	1.406755	0.210277	6.690009	0.0000
LOG(EX)	-1.117557	0.619440	-1.804141	0.0820
LOG(TOCOM)	4.623240	2.537896	1.821682	0.0792
LOG(CGDP)	-0.220453	0.107651	-2.047852	0.0501
LOG(CAR)	3.014930	0.681811	4.421943	0.0001
LOG(PV)	1.289301	0.702614	1.835007	0.0771
R-squared	0.773088	Mean dependent var		16.56105
Adjusted R-squared	0.716360	S.D. dependent var		0.609086
S.E. of regression	0.324386	Akaike info criterion		0.779366
Sum squared resid	2.946340	Schwarz criterion		1.131259
Log likelihood	-6.028593	F-statistic		13.62796
Durbin-Watson stat	1.853867	Prob(F-statistic)		0.000000

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน

จากผลการวิเคราะห์ดังตารางข้างต้น สามารถประมาณค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน โดยใช้รูปแบบสมการเส้นตรง ได้ผลการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติดังนี้

$$\begin{aligned} \ln QTE = & -30.152 - 4.653 \ln PT + 1.407 \ln QTT - 1.118 \ln EX + 4.623 \ln TOCOM \\ & (-4.557)** (-1.955)* (6.690)*** (-1.804)* (1.822)* \\ & - 0.220 \ln CGDP + 3.015 \ln CAR + 1.289 \ln PV \\ & (-2.048)* (4.422)*** (1.835)* \end{aligned}$$

R^2	=	0.7731	F - statistic	=	13.1216
Adjusted R^2	=	0.7164	Prob. (F-statistic)	=	0.0000
Durbin-Watson stat	=	1.8538	N	=	36

ค่าในวงเล็บคือ ค่า t – statistic ของค่าสัมประสิทธิ์

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90

*** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99

ตารางที่ 4.1 ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในสมการ

Variable	Pairwise Correlation Matrix							
	QTE	PT	QTT	EX	TOCOM	CGDP	CAR	PV
QTE	1.000000	0.016376	0.740010	0.141516	0.064185	0.047337	0.272029	0.075435
PT		1.000000	0.107348	-0.453493	0.792937	-0.039887	-0.750485	0.719544
QTT			1.000000	0.271598	0.153150	0.111233	-0.009414	0.095122
EX				1.000000	-0.433391	-0.007378	0.382875	-0.375494
TOCOM					1.000000	-0.037792	-0.754332	0.718164
CGDP						1.000000	0.198110	0.076711
CAR							1.000000	-0.664016
PV								1.000000

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จาก Correlation Matrix พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ มีค่าน้อยกว่า 0.80 ทุกคู่ แสดงว่าตัวแปรดังกล่าวเป็นอิสระซึ่งกันและกัน หรือไม่มีความสัมพันธ์กันในรูปแบบเชิงเส้น ดังนั้น แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

การทดสอบการเกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (Autocorrelation) นั้นสามารถใช้ค่า Durbin-Watson ที่คำนวณได้จากสมการ ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.8538 เทียบกับตาราง Durbin-Watson test (Gujarati, 2003) ซึ่งค่าวิกฤตของ D.W. statistic คือ $L_d = 1.053$ และ $U_d = 1.957$ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่าที่คำนวณได้ตกอยู่ในช่วงยอมรับสมมติฐานหลักว่า ไม่มีความสัมพันธ์ลำดับที่หนึ่งระหว่างค่าคลาดเคลื่อนจากแบบจำลอง หรือ ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation จึงสามารถสรุปได้ว่า ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรต้นและตามแปรตามเป็นอิสระต่อกัน และเพื่อให้แน่ใจว่าจะไม่ทำให้เกิดปัญหา Autocorrelation โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ Breusch-Godfrey Lagrange multiplier test (LM test) ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ผลการทดสอบ Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test			
F-statistic	0.168833	Prob. F(2,26)	0.845568
Obs*R-squared	0.461545	Prob. Chi-Square(2)	0.793920

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผลการทดสอบโดยกำหนดจำนวน Lag ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 2 พบว่า ค่าสถิติ Obs*R-squared มีค่าเท่ากับ 0.461545 ค่า Prob. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.793920 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า Prob. ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ค่าที่คำนวณได้ตกอยู่ในช่วงที่ยอมรับสมมติฐานหลัก (Null Hypothesis) ได้ว่าค่า $P = 0$ แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation

จากนั้นทำการตรวจสอบปัญหาความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนไม่คงที่ (Heteroscedasticity) ตรวจสอบด้วยวิธีการ White's Heteroskedasticity test ได้ผลตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ผลการทดสอบ White's Heteroskedasticity test

White Heteroskedasticity Test (No cross term)			
F-statistic	0.575215	Prob. F(14,21)	0.854956
Obs*R-squared	9.978598	Prob. Chi-Square(14)	0.763747

จากตารางที่ 4.3 พบว่า การทดสอบปัญหาความแปรปรวนของตัวแปรความคลาดเคลื่อนไม่คงที่ (Heteroscedasticity) โดยประยุกต์ใช้วิธี White's Test พบว่าค่าสถิติของ Obs* R-squared มีค่าเท่ากับ 9.978598 ค่า Prob. ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.763747 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่า Prob. ที่ระดับ

นัยสำคัญ 0.05 ค่าที่คำนวณได้ตกอยู่ในช่วงที่ยอมรับสมมติฐานหลัก (Null Hypothesis) ได้ว่าค่า $P = 0$ แสดงว่าสมการถดถอยนี้มีความแปรปรวนของตัวแปรความคลาดเคลื่อนคงที่ (Homoscedasticity)

เมื่อพิจารณาค่าสถิติที่สำคัญของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.7521 หมายความว่า ตัวแปรอิสระต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน และราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามคือปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน ได้ร้อยละ 77.31 ส่วนอีกที่เหลือร้อยละ 22.69 ดังนั้น ค่า R^2 ของแบบจำลองมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ดี ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) มีค่าเท่ากับ 13.1216 หรืออาจพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงทำการยอมรับสมมติฐานหลัก หมายถึง ตัวแปรอิสระในสมการอย่างน้อย 1 ตัวมีนัยสำคัญต่อตัวแปรตาม จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน และราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามคือของ ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน เท่ากับ 13.1216 และค่าสถิติ T-Statistic (t-test) พบว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย และปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญที่ 99 และตัวแปรราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน และราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญที่ 90

สำหรับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน ได้ดังนี้

ปัจจัยภายในประเทศ

1. ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 1.407 หมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หากปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.407 และในทางกลับกันถ้าปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย ลดลง ร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีนลดลงร้อยละ 1.407

2. ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -4.653 หมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หากราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน ลดลงร้อยละ 4.653 และในทางกลับกันถ้าราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย ลดลงร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.653

3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -1.118 หมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน ลดลงร้อยละ 1.118 และในทางกลับกันถ้า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ลดลงร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.118

ปัจจัยภายนอกประเทศ

1. ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 3.015 หมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หากปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.015 และในทางกลับกัน

ถ้าปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน ลดลงร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน ลดลงร้อยละ 3.015

2. ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 4.623 หมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หากราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.623 และในทางกลับกันถ้าราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว ลดลง ร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน ลดลงร้อยละ 4.623

3. ราคาส่งออก (F.O.B.) ของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 1.289 หมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หาก ราคาส่งออก (F.O.B.) ของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.289 และในทางกลับกันถ้า ราคาส่งออก (F.O.B.) ของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม ลดลงร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน ลดลงร้อยละ 1.289

4. ผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศจีน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.220 หมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หากผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศจีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน ลดลงร้อยละ 0.220 และในทางกลับกันถ้า ผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศจีน ลดลงร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ปริมาณการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.220

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อการส่งออกของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน สรุปได้ว่า ตัวแปรราคาส่งออก (F.O.B.) ของพาราเซตนิคยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยเป็นตัวแปรที่มีผลมากที่สุด รองลงมา คือ ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน ราคาส่งออก (F.O.B.) ของพาราเซตนิคยาง

แผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศ
เวียดนาม อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะเป็นการสรุปและอภิปรายผลจากการวิจัยถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน ซึ่งจะได้กล่าวถึงการอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา และข้อเสนอแนะให้กลุ่มผู้ประกอบการทางยางพารา กลุ่มนักวิชาการที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตจนถึงกระบวนการส่งออกสินค้าไปยังประเทศลูกค้า และผู้กำหนดนโยบายของรัฐหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community : AEC เริ่มเป็นที่สนใจมากขึ้นในทุกภาคส่วนในขณะนี้ว่าจะมีผลดีหรือผลเสียต่อการประกอบอาชีพ การดำเนินชีวิตอย่างไรภายหลังจากเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน แล้วโดยเฉพาะภาคการเกษตร ซึ่งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนประกอบด้วยประเทศ คือ พม่า มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม ลาว กัมพูชา และบรูไน โดยมุ่งเน้นการแข่งขันด้านการผลิตสินค้าเกษตรและอาหาร เช่นเดียวสินค้าหลักในประเทศประเทศไทยที่มีอุตสาหกรรมทางการเกษตรเป็นหลัก

การเข้าสู่การเปิดเสรีทางการค้ามีส่วนผลักดันให้สินค้าด้านการเกษตรและอาหาร มีตลาดรองรับตามปริมาณการเติบโตของอุตสาหกรรมส่งออกเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ในปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าการเกษตรไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศนอกกลุ่มสมาชิก โดยหนึ่งในกลุ่มสินค้าเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ “ยางพารา” จึงนำไปสู่การศึกษาเรื่องการศึกษารื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ ที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน

ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่ต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน และเพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ของปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปยังประเทศจีน สินค้ารหัส Harmonized System HS-CODE 4001 ซึ่งมีตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษารื่องนี้ ได้แก่ ปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพารา ปริมาณการผลิตยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันของประเทศประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศ ประกอบด้วย

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน (Gross Domestic Product : GDP) ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน (พันคัน) (CAR) ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม และตัวแปรตาม คือ ปริมาณการส่งออก ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 เป็นข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลาแบบรายเดือน ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2554 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557

5.1 สรุปผลการวิจัย

สำหรับการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จาก Correlation Matrix พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นอิสระซึ่งกันและกัน เนื่องจากตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 0.80 ทำให้ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ส่วนการทดสอบการเกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา (Autocorrelation) พบว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation และการทดสอบปัญหาความแปรปรวนของตัวแปรตามคลาดเคลื่อนไม่คงที่ (Heteroscedasticity) พบว่าไม่เกิดปัญหา Heteroscedasticity

ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศเทศจีนสรุปได้ดังนี้

5.1.1 ปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย

1) ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

2) ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

3) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับ ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

5.1.2 ปัจจัยภายนอกประเทศ

1) ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

2) ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

3) ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

4) ผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศจีน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน สรุปได้ว่า ตัวแปร ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย มีผลมากที่สุด รองลงมา คือ ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศจีน

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีนครั้งนี้ได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาประกอบการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 90 มากที่สุด รองลงมา คือ ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน ปริมาณการผลิตยางแผ่นรมควันของไทย ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศเวียดนาม อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศจีน

การศึกษาความสัมพันธ์ในครั้งนี้ มีความเชื่อมโยงกับทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ โดย ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) ที่กล่าวว่า ประเทศใดจะมีสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้จะต้องเริ่มจากภายในประเทศมีความได้เปรียบจากการแข่งขัน ซึ่งแต่ละประเทศจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันที่เป็นลักษณะ เฉพาะตัวที่เป็นความถนัดของประเทศนั้น ๆ ในที่นี้พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบทรัพยากรทางธรรมชาติที่เหมาะสมกับการเพาะปลูก ส่งผลทำให้ได้ผลผลิตที่เพียงพอในประเทศและส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ การมีแหล่งวัตถุดิบชั้นดีอยู่ในพื้นที่ โรงงานแปรรูปส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในภาคใต้และปัจจุบันมีการกระจายแหล่งเพาะปลูกไปยังภูมิภาคอื่น ๆ อาทิ ภาคอีสาน รวมทั้งการส่งเสริมจากภาครัฐบาลให้ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจ แต่ยังคงขาดแคลนทางด้าน เงินทุน คุณภาพการผลิตหรือการขาดทักษะในการผลิต ซึ่งส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Porter, 1990)

ทฤษฎีความได้เปรียบสมบูรณ์มีแนวความคิดเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ จากแนวคิดของนัก เศรษฐศาสตร์ อדם สมิท (Adam Smith, 1976) อธิบายถึงรูปแบบการแบ่งงานกันอย่างเหมาะสมกับความสามารถและความถนัด สินค้าที่ขายใช้ปัจจัยในการผลิตสินค้าเป็นส่วนใหญ่เพียงอย่างเดียว และประสิทธิภาพการทำงานของคนจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบที่สำคัญ ในที่นี้ยางพาราถือเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจทั้งของประเทศและสากล ยางพาราเป็นพืชที่มีศักยภาพ มีโอกาสในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้หลากหลายประเภท และยังเป็นวัตถุดิบหลักในอุตสาหกรรม อาทิ ยางพารารมควันชั้น 3 ที่เป็นวัตถุดิบสำคัญของอุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น

ในการส่งออกยางพารานั้นสิ่งประกอบสำคัญอีกประการคือ กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Foreign market entry strategy) (ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ, 2555) เพื่อแสวงหาทางเลือกในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งการทำความเข้าใจกับกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้า (Exporting) เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์การค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะปัจจุบันที่มีการเปิดการค้าเสรีในภูมิภาคอาเซียน แต่ละประเทศมีการแข่งขันมากยิ่งขึ้น การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีนครั้งนี้ จึงนับเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่จะวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ทางการค้า และทราบถึงประสิทธิภาพการส่งออกของประเทศไทยในปัจจุบัน

5.2.1 ปัจจัยภายในประเทศ

1) จากผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการผลิตยางพาราชนิดยางแผ่นรมควัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนนรัตน์ พวงนุ้ม (2549) ที่พบว่า การส่งออกยางพาราของ

ประเทศประเทศไทยไปยังประเทศจีนประกอบด้วย ราคาส่งออกยางธรรมชาติของประเทศไทยไปต่างประเทศ FOB กรุงเทพมหานคร และปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศไทย รวมกันเป็นร้อยละ 90.56 โดยปริมาณการผลิตยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีน กล่าวคือเมื่อปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตภายในประเทศไทยมีความต้องการเพิ่มปริมาณการส่งออกไปยังประเทศจีน ตรงตามสมมติฐาน คือ เมื่อปริมาณการผลิตสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ทำให้ผู้ผลิตมีความต้องการจำหน่ายสินค้านั้นเพิ่มขึ้น

2) จากผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศประเทศไทย ดังนี้

สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ หากผู้ซื้อเห็นว่าราคาของประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น ก็จะหันไปซื้อจากประเทศอื่น ๆ แทน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศ CLMV (บทความ AEC สำคัญที่ควรอ่าน, 2555) ที่ประเทศจีนได้ให้ผู้ประกอบการเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศเหล่านี้ ผ่านยุทธศาสตร์ "Going Global" เพื่อสร้างหลักประกันต่อการจัดหายางพาราให้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศ เพราะผลผลิตที่ได้จากกลุ่มประเทศเหล่านี้คุณภาพของผลผลิตไม่ได้แตกต่างจากประเทศไทยเท่าใดนัก

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษณี พิสิฐศุกกุล และคณะ (2556) ที่ได้กล่าวไว้ว่าความผันผวนของราคาราย ทำให้เกิดความไม่แน่นอนทางด้านรายได้ของผู้ส่งออก เพราะถึงแม้ตัวเลขปริมาณการส่งออกของประเทศไทยจะเพิ่มขึ้น แต่มูลค่าการส่งออกกลับมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงบ่อยครั้งตามสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศผู้ซื้อ ปัจจัยทางด้านอุปสงค์ของประเทศผู้ซื้อ รวมถึงปัจจัยทางด้านเทคนิคอื่น อันได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยน ราคาน้ำมันดิบ การเก็งกำไรในตลาดซื้อขายล่วงหน้า ซึ่งผลกระทบของความผันผวนในแต่ละปัจจัยนั้นล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อตลาดยางพาราไทย

3) จากผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการอ่อนตัวของค่าเงินบาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณี พิสิฐศุกกุล และคณะ (2556) พบว่า ค่าเงินของประเทศผู้ส่งออกหรือผู้นำเข้ามีผลต่อราคาราย หากเมื่อใดก็ตามที่ค่าเงินบาทของไทยอ่อนค่า ราคารายที่คำนวณเป็นสกุลเงินของผู้ส่งออกจะมีค่าเพิ่มขึ้น ความต้องการที่จะส่งออกสินค้าจะเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ราคาสินค้าเมื่อคำนวณเป็นสกุลเงินของประเทศผู้ซื้อจะมีราคาสินค้าสูงขึ้นต้องเสียเงิน ในการนำเข้าสินค้า

มากขึ้น ดังนั้น ผู้ซื้อจะรอนกว่าการอ่อนค่าของสกุลเงินประเทศผู้ขายมีน้อยลงจึงจะสนใจทำการซื้อเพิ่มขึ้น

5.2.2 ปัจจัยภายนอกประเทศ

1) จากการวิจัยพบว่า ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทรา ไชยศรี (2549) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปสหรัฐอเมริกา ปริมาณการผลิตยางรถยนต์และยางรถบรรทุกอีกทั้งในงานวิจัยของ กฤษณี พิธิฐศุกกุล และคณะ (2556) กล่าวว่าไว้ว่า การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ในจีน อาทิเช่น การผลิตยางล้อรถยนต์ เนื่องจากประเทศผู้ผลิตยางล้อชั้นนำของโลกใช้จีนเป็นฐานในการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์ ปัจจุบันจีนเป็นประเทศผู้ผลิตรถยนต์อันดับหนึ่งของโลก ปริมาณการผลิตรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้จีนมีความต้องการใช้ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตยางล้อรถยนต์ซึ่งเป็นส่วนประกอบของการผลิตรถยนต์

2) จากผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว สอดคล้องกับงานวิจัย กฤษณี พิธิฐศุกกุล และคณะ (2556) กล่าวว่าไว้ว่า ผู้ประกอบการไทยใช้ราคายางในตลาดซื้อขายล่วงหน้าต่างประเทศเป็นราคาอ้างอิงในการซื้อขายยางในตลาดส่งมอบจริง ซึ่งตลาดล่วงหน้าโตเกียวหรือ TOCOM เป็นตลาดล่วงหน้าต่างประเทศที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการพิจารณาการเคลื่อนไหวของราคา อ้างอิงในการกำหนดราคาซื้อขาย เมื่อราคาสูงขึ้นผู้ส่งออก ผู้ผลิต ก็ยินดีที่จะผลิตมากขึ้น ทำให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

3) จากผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันของเวียดนาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เดช วัฒนชัยยิ่งเจริญ และคณะ (2551) พบว่าขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยอยู่ในระดับสูงและเวียดนามอยู่ในระดับปานกลางเมื่อทำการวิเคราะห์โดยภาพรวมด้วย Diamond Model (นงนุช อังยุริกุล, 2551) หากพิจารณาเป็นประเด็นพบว่าขีดความสามารถ ของเวียดนามที่สูงกว่าไทยคือด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน สภาพภูมิศาสตร์เนื่องจากเวียดนามอยู่ใกล้กับประเทศจีน มีกลยุทธ์ในการขายที่กำลังพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลและรัฐวิสาหกิจให้การสนับสนุน การทำงานวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันระหว่างประเทศเวียดนามและประเทศไทยอย่างชัดเจนหลากหลายประเด็น รวมทั้งแสดงให้เห็นในส่วนจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค อย่างมีประสิทธิภาพ

4) จากผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ พลพจน์ กิจชัยสวัสดิ์ (2549) ที่ได้ศึกษาถึงอุปสงค์การส่งออกยางธรรมชาติของไทยไปประเทศจีน และผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ GDP เนื่องจากว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ GDP ที่ถึงแม้จะเพิ่มขึ้นนั้น ก็ไม่สามารถทำให้ปริมาณการส่งออกของไทยเพิ่มตามไปได้ อีกทั้งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษณี พิสิฐศุภกุล และคณะ (2556) พบว่าการส่งออกยางพาราที่เมืองชิงเต่าประเทศจีน การส่งออกยางพาราในตลาดล่วงหน้าอื่น ๆ ทำให้ผู้ซื้อชะลอการซื้อเพื่อที่จะดูราคาในอนาคต

จากการทำงานวิจัยในครั้งนี้เห็นได้ชัดเจนว่าปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปประเทศจีน ได้ต่อยอดจากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้นถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งออก ปริมาณการส่งออกจะเปลี่ยนแปลงไปเพิ่มขึ้นหรือลดน้อยลง ย่อมมีหลาย ๆ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตามไม่เพียงแต่ปัจจัยที่มาจากตัวแปรที่นำมาศึกษาเท่านั้น ยังมีปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของประเทศผู้ซื้อ ทิศทางของเศรษฐกิจโลก การสต็อกสินค้ายางพารา การเก็งกำไรในตลาดสินค้าล่วงหน้า อื่น ๆ อีกมากมายที่ผู้ส่งออกจะต้องตระหนักอย่างมีสาระสำคัญ เพื่อวางแผนให้การส่งออกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเกษตรกร และบุคคลผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการตั้งแต่เริ่มผลิตจนถึงส่งออกไปยังประเทศผู้ซื้อปลายทาง

ปัจจัยการศึกษาเหล่านี้ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างตลาดยางพารารมควันชั้น 3 รูปแบบการส่งออกนั้น มีลักษณะการแข่งขันสูง การนำข้อมูลด้านต่าง ๆ มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ล้วนต้องเลือกใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน จึงสามารถก้าวผ่านขีดจำกัดทางการค้า และแก้ไขข้อเสียเปรียบและลบลูปสรรค สร้างเป็นโอกาส

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.3.1 จากผลการศึกษาปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว โดยผู้ประกอบการอ้างอิงราคาที่มาจกตลาดล่วงหน้ามากำหนดเป็นราคาเพื่อส่งออก อย่างไรก็ตามถ้าราคาสูงขึ้น อาจทำให้มีการเก็บสินค้าเพื่อเก็งกำไรในช่วงราคาสูง จึงเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่จะกำหนดนโยบายการรับซื้อและการจัดเก็บสินค้าในปริมาณที่เหมาะสม และสอดคล้องกับปริมาณการซื้อขายที่

อยู่ในตลาดล่วงหน้าโตเกียว รวมทั้งตรวจสอบการเก็บกักตุนในช่วงราคาสูง เพื่อป้องกันปริมาณสินค้า
ล้นตลาดที่อาจส่งผลกระทบต่อราคาที่ตกต่ำของสินค้าได้

5.3.2 จากผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า ราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่น
รมควันชั้น 3 ของไทย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไป
ประเทศจีนมากที่สุดนั้น แสดงให้เห็นความจำเป็นในการกำหนดปริมาณการผลิตทั้งอุตสาหกรรม
ภายในและส่งออก เพื่อสามารถควบคุมราคาให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมได้

5.3.3 จากการศึกษาปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศ
ประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการอ่อนตัวของค่าเงินบาท ซึ่งปัจจัยดังกล่าว
เป็นปัจจัยภายนอกไม่สามารถควบคุมได้ จึงควรหันมาศึกษาการผลิต แปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา
ประเภทต่าง ๆ ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการอบรมและพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านต่าง ๆ
เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์การผลิตและวางแผนการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.4 จากผลการศึกษาปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศ
ไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งของจีน แสดงให้เห็นถึงการ
เติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ในจีนที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการวัตถุดิบเพิ่มสูงตามลำดับ
รัฐบาลจึงควรมีการเข้มงวดต่อการควบคุมคุณภาพการส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 เพื่อคงคุณภาพ
และปริมาณการส่งออกไปยังประเทศจีน

5.3.5 จากผลการศึกษาปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศ
ประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการผลิตยางพาราชนิดยางแผ่นรมควัน ทำให้
เห็นถึงปริมาณการส่งออกของยางพาราชนิดยางแผ่นรมควันที่เติบโตอย่างสม่ำเสมอ จึงควรมีการศึกษาแนวโน้มน
การเติบโตของตลาด เพื่อส่งผลให้ปริมาณการผลิตสอดคล้องกับความต้องการในตลาด เพราะใน
ปัจจุบันปัญหาผลผลิตยางพาราล้นตลาดโลก ปริมาณผลผลิตที่มากเกินไปเกินความต้องการยังคงเป็นปัญหาที่
ยังคงรบกวนจิตใจจากทุก ๆ ภาคส่วน หรืออีกนัยหนึ่งรัฐบาล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ส่งออก รวมไปถึง
เกษตรกรรายย่อย ควรให้ความสนใจในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางที่เน้นส่งออกเป็นเพียงน้ำยางสด
หรือเป็นส่งออกไปเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตของประเทศคู่ค้า มาเป็นผลิตภัณฑ์ยาง เพื่อเพิ่ม
รายได้ช่องทางนอกเหนือจากการพึ่งพาทางการส่งออกเพียงอย่างเดียว

5.3.6 จากการศึกษาปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศ
ประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันราคาส่งออก (F.O.B.) ยางพาราชนิดยางแผ่นรมควัน
ของเวียดนาม จึงทราบถึงโอกาส อุปสรรค ที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก และจุดแข็ง จุดอ่อน ทั้งนี้จึง

ควรมีการนำข้อมูลจุดแข็งและโอกาส มาสร้างข้อได้เปรียบที่ยั่งยืน รวมทั้งพัฒนาข้อด้อยที่มีเพื่อสร้างประสิทธิภาพ และการวางแผนการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ

5.3.7 จากการศึกษาปริมาณการส่งออกยางพารา ชนิดยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน ซึ่งให้เห็นความสำคัญของการเติบโตหรือชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศจีน มีผลต่อปริมาณการนำเข้ายางพาราแผ่นรมควันชั้น 3 จากประเทศไทย ดังนั้นผู้ผลิต ผู้ส่งออก รวมถึงบุคคลผู้เกี่ยวข้องในทุกกระบวนการจำเป็นต้องเข้มงวดในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อแก้ปัญหาผลผลิตเกินความต้องการของตลาด การสต็อกยางในประเทศจีนและตลาดล่วงหน้า ที่ส่งผลให้ผู้ซื้อชะลอการสั่งซื้อ หรือให้ความสนใจกลุ่มลูกค้าใหม่ที่อยู่ในประเทศอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์กำลังเติบโตเช่น อินเดีย รัสเซีย เป็นต้น

5.3.8 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ แก่กลุ่มผู้ประกอบการทางยางพารา กลุ่มนักวิชาการที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตจนถึงกระบวนการส่งออกสินค้าไปยังประเทศลูกค้า และผู้กำหนดนโยบายของรัฐ หรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

1) ผู้ประกอบการควรมีการรวมกลุ่ม เพื่อสร้างอำนาจทางการต่อรองทางการค้าอีกทั้งยังเพื่อความสามารถในการเผยแพร่ความรู้ทางเกษตรของยางพารา รวมทั้งการอบรมเพื่อต่อยอดความรู้ และเพิ่มพูนทักษะไปใช้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ ขอความร่วมมือไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำนักวิชาการการเกษตรมาเป็นวิทยากรทั้งในประเทศและนอกประเทศ อาทิเช่น จากประเทศมาเลเซีย หรือประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางพารา และผลิตภัณฑ์ยางพารารายใหญ่ของโลก มามีส่วนร่วมในการจัดอบรมและพัฒนารูปแบบการปลูกยางพารา ที่เหมาะสมกับฤดูกาลหรือสถานการณ์การส่งออกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการมีความรู้ ความชำนาญ และปรับเปลี่ยนรูปแบบการเพาะปลูกที่เหมาะสม

2) นักวิชาการทางด้านการตลาด ธุรกิจระหว่างประเทศ หรือนักวิชาการทางด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ร่วมมือกันศึกษาทิศทางแนวโน้มของตลาดการส่งออกยางพารา ทั้งตลาดภายในประเทศและภายนอกประเทศ มีปัจจัยใดที่อาจจะส่งผลกระทบต่อ และส่งผ่านผลกระทบต่อมายังตลาดยางพารา ไทยมากที่สุด สร้างความเข้าใจในตลาดซื้อขายยางพาราล่วงหน้า การเคลื่อนไหว ความผันผวนของราคายาง เผยแพร่ข่าวสารให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา ผู้ส่งออก เข้าใจถึงสภาพการณ์ของตลาด เพื่อหาแนวทางการแก้ไขหรือรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้น

3) ผู้กำหนดนโยบายของรัฐบาล หรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรมีนโยบายปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจภาคเกษตรเพื่อปรับโครงสร้างด้านการตลาด หาดตลาดส่งออกใหม่ เพิ่มการใช้ยางในประเทศ เพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน โดยเน้นการพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร การพัฒนาการผลิต การพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน เกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พัฒนา มาตรฐานสินค้า วิจัยและพัฒนาสายพันธุ์ การพัฒนาธุรกิจสถาบันเกษตรกร ส่งเสริมการปลูกยางพันธุ์ดีและไม่ยืนต้นที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ จัดตลาดประมูลยางพาราแบบครบวงจร บริหารจัดการศูนย์เครือข่ายถ่ายทอดเทคโนโลยีด้าน ยางพาราครบวงจร และก่อสร้างโกดังเก็บรักษายางพาราตามโครงการพัฒนาตลาดและแปรรูปยางเพื่อเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์ยางพาราไทย ให้คงไว้ซึ่งประสิทธิภาพและเพิ่มศักยภาพการเป็นผู้นำการส่งออกอันดับหนึ่งของโลก

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ใช้ราคายาง คือราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ณ ตลาดล่วงหน้าโตเกียว (TOCOM) มาวิเคราะห์ ซึ่งเป็นตลาดล่วงหน้าเพียงแห่งเดียว ถ้าหากมีการศึกษาครั้งต่อไปได้นำราคาในตลาดล่วงหน้าสิงคโปร์ (SGX) ตลาดล่วงหน้าเชียงใหม่ (SHFE) รวมถึงปริมาณการซื้อขายในแต่ละตลาดมาใช้ในการวิเคราะห์ร่วมด้วยจะทำให้การศึกษามีความสมบูรณ์และแม่นยำยิ่งขึ้นสามารถกำหนดแนวทางและขยายการส่งออกให้ดีขึ้น

5.4.2 การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลที่เป็นปัจจัยทางด้านอุปสงค์ของประเทศผู้ซื้อ อาทิเช่น รายได้ประชาชาติ การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มาจากประเทศจีนเพียงประเทศเดียว หากมีการศึกษาในอนาคตควรวิเคราะห์เปรียบเทียบมากกว่า 1 ประเทศ ที่เป็นผู้ซื้อหลักของประเทศไทย ใช้ข้อมูลของอุตสาหกรรมยานยนต์ การเติบโตขยายตัวทางเศรษฐกิจ รวมถึงปัจจัยทางด้านเทคนิคอื่น ๆ เช่น อัตราแลกเปลี่ยน ราคาน้ำมันดิบ ค่าใช้จ่ายในการส่งออก ที่จะส่งผลต่อราคายางเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศผู้ซื้อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และทำให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์เพิ่มขึ้น

5.4.3 ศึกษาถึงแนวทางในการจะพัฒนาหรือดำเนินการส่งออกนอกเหนือจากการส่งออกไปยังประเทศจีนประเทศเดียว อาทิเช่นในกลุ่มประเทศที่อุตสาหกรรมยานยนต์กำลังเติบโต ได้แก่ อินเดีย จากการที่อุตสาหกรรมยานยนต์ที่กำลังเติบโตนั้นส่งผลให้ต้องการผลิตภัณฑ์ยางเพิ่มสูงขึ้น รัสเซีย มีความต้องการยางพาราสูงขึ้นมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์ขยายตัว และอุตสาหกรรมอื่นหันมาใช้ยางธรรมชาติเพิ่มขึ้น ฟินแลนด์ สโลวีเนีย เปรู

5.4.4 การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มาจากประเทศจีนเพียงประเทศเดียว ไม่ได้มีการใช้ข้อมูลของประเทศอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หากมีการศึกษาในอนาคตควรใช้ข้อมูลของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศอื่น ๆ ที่ได้นำเข้าวัตถุดิบยางแผ่นรมควัน ไปเป็นส่วนประกอบในการผลิตจะทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์เพิ่มมากขึ้น

5.4.5 ในอนาคตเมื่อประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ควรศึกษาถึงทิศทาง แนวโน้ม ของความร่วมมือในกลุ่มประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางพารา ร่วมกันพัฒนา การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกระบวนการผลิตยางพารา เพื่อให้การส่งออกและผลผลิตที่ได้นั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการเป็นผู้ต่อรองราคา ควบคุมปัญหาผลผลิตยางพาราที่มีปริมาณมากเกินไปกว่าความต้องการ



บรรณานุกรม

- กรันย์ รัตนพันธ์. (2546). พันธกรณีจากการเปิดเสรีสินค้าเกษตรตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน : ผลต่อภาวะการส่งออกยางพาราของประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2555). ข่าวเศรษฐกิจ. สืบค้น 2 สิงหาคม 2557, จาก <http://www.moc.go>
- กรมสรรพสามิต. (ม.ป.ป.). นิยามของสินค้า. สืบค้น 2 สิงหาคม 2557, จาก <http://www.excise.go.th>
- กฤษฎิ์ พิธิษฐกุล. (2556). ความผันผวนของราคายางและการส่งผ่านผลกระทบต่อตลาดยางไทย. ส่วนเศรษฐกิจ สำนักงานภาคใต้, ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติพงษ์ ไตรทิพย์พาณิชย์. (2550). การเปรียบเทียบสถิติวอลลิส กับตัวสถิติบูทสเตรปสำหรับการตรวจสอบอัตราสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อน ในตัวแบบถดถอยเชิงเส้น. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เกียรติศักดิ์ คำสี. (2556). บทบาทการส่งออกยางพาราของกลุ่มประเทศ CLMV. สืบค้น 24 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.scbeic.com>
- คราตุธิ์ สิทธิกุล. (2540). พฤติกรรมราคาและการพยากรณ์ราคาสินค้าเกษตรที่สำคัญกรณีศึกษา: ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพด กุ้งกุลาดำ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จุฑารัตน์ พรหมทัต. (2553). การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราไปสาธารณรัฐประชาชนจีน. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ฉลาด จันทรมบัติ และ ทองสง่า ฟ่องแผ้ว. (2555). การเขียนวิทยานิพนธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). มหาสารคาม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เดช วัฒนชัยยิ่งเจริญ และคณะ. (2551). โครงการศึกษาภาพการผลิต การตลาด และขีดความสามารถในการแข่งขันของยางพาราในเวียดนามและไทย. กรุงเทพมหานคร : กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ดิชิตา วิจิตร. (2553). กระบวนการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังประเทศจีน. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ธนนันท์ พวงน่วม. (2551). ปัจจัยกำหนดปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยไปยังประเทศจีน.
(สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2554). อัตราแลกเปลี่ยนประจำวัน. สืบค้น 5 ธันวาคม 2557,
จาก <http://www.bot.or.th>
- ชญารัตน์ ไชยเนตรไกรสิน. (2551). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อและพยากรณ์ปริมาณการส่งออกยางพารา
ของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น. (สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ไทยรัฐออนไลน์. (2556). ยางไทย..ยางโลก ใส่เกียร์เดินหน้าสู่ AEC. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2557,
จาก <http://www.thairath.co.th>
- พลพจน์ กิจชัยสวัสดิ์. (2549). อุปสงค์การส่งออกยางธรรมชาติของไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน.
(สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- พัฒนิน อธิวิวัฒน์ และ ชีรศักดิ์ จินดาบถ. (เดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน, 2556). กลยุทธ์การ
พัฒนาอุตสาหกรรมส่งออกยางพาราไทยเพื่อการแข่งขันในตลาดระหว่างประเทศ. วารสาร
นักบริหาร, 33(2), น.44 สืบค้น 27 ธันวาคม 2557, จาก <http://www.bu.ac.th>
- วราลี ศรีสมบัติ. (2542). การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกยางพาราของประเทศไทย.
(วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ศักดิ์เกษม ปานะลาด. (ม.ป.ป.). การค้าระหว่างประเทศ. สืบค้น 13 ตุลาคม 2557,
จาก <http://www.reg.ksu.ac.th>
- ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ. (2555). การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน
เ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ศูนย์บริการ SMEs เพื่อการส่งออก. (2555). การส่งยางพาราไปประเทศจีน และตุรกี.
สืบค้น 8 ตุลาคม 2557, จาก <http://www2.moc.go.th>
- ศูนย์พัฒนาความรู้ การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า. (ม.ป.ป.). การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานรายชนิด
สินค้า. สืบค้น 10 กันยายน 2557, จาก <http://www.aftc.or.th>

บรรณานุกรม (ต่อ)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). **ข่าวในประเทศ**. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2557,

จาก <http://www.thannews.th.com>

สงคราม อาสุวาริ. (2546). **ความเหมาะสมของการส่งออกยางพาราด้วยเรือชายฝั่ง**. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงฮานอย. (2555). **ข่าวและกิจกรรม : ข้อมูลการเพาะปลูกและการค้า
ยางพาราของเวียดนาม**. สืบค้น 10 กันยายน 2557, จาก <http://www.thaiembassy.org>

สมคิด พรหมชูย์. (2555). **การเขียนรายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฑพร ดีไซน์.

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร. (ม.ป.ป.). **งานบริการส่งออก**. สืบค้น 8 ตุลาคม 2557,

จาก <http://www.rubberthai.com>

สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2555). **ชนิดของ
ยางพารา**. สืบค้น 26 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.km.rubber.co.th>

สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. (ม.ป.ป.). **ภารกิจยุทธศาสตร์**.

สืบค้น 8 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.rubber.co.th>

สำนักงานตลาดการยางพาราหนองคาย. (ม.ป.ป.). **คาดการณ์ราคายางรายสัปดาห์**.

สืบค้น 27 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.rubbernongkhai.com>

สำนักงานศุลกากรท่าเรือแหลมฉบัง. (ม.ป.ป.). **กฎหมายว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า**.

สืบค้น 27 ธันวาคม 2557, จาก <http://www.lcbcustoms.net>

สุภัทรา ไชยสร. (2549). **การส่งออกยางแผ่นรมควันชั้น 3 ของไทยไปสหรัฐอเมริกา**. (สารนิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

สุริรัตน์ แก้วงาม. (2554). **ข้ออุปทานการขนส่งยางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปยังสาธารณรัฐ
ประชาชนจีน**. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

หจก. กิมฮง หาดใหญ่. 2556. **ข้อมูลยางพารา**. สืบค้น 12 กันยายน 2557,

จาก <http://www.kimhong.co.th>

หนังสือพิมพ์แนวหน้า. (2555). **เปิด AEC ภาคการเกษตรไทยได้หรือเสีย**. สืบค้น 12 กรกฎาคม 2557,

จาก <http://www.naewna.com>

องค์การสวนยาง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ม.ป.ป.). **ผลิตภัณฑ์ยางของ อ.ส.ย.**

สืบค้น 24 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.transferreothai.makewebeasy.com>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- องอาจ เลียงพันธ์สกุล. (2550). **ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ธุรกิจส่งออกยางพาราไปจีนตอนใต้ผ่านท่าเรือเชียงแสน.** (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- อัครพงษ์ อ้นทอง. (2550). **คู่มือการใช้งานโปรแกรม Eviews เบื้องต้น : สำหรับการวิเคราะห์ทางเศรษฐ-มิติ.** (สถาบันวิจัยสังคม, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- Thai-aec. (2555). **บทความ AEC สำคัญที่ควรอ่าน.** สืบค้น 29 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://www.thai-aec.com>
- Thai-aec. (ม.ป.ป.). **ความเป็นมา AEC.** สืบค้น 13 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.thai-aec.com>





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

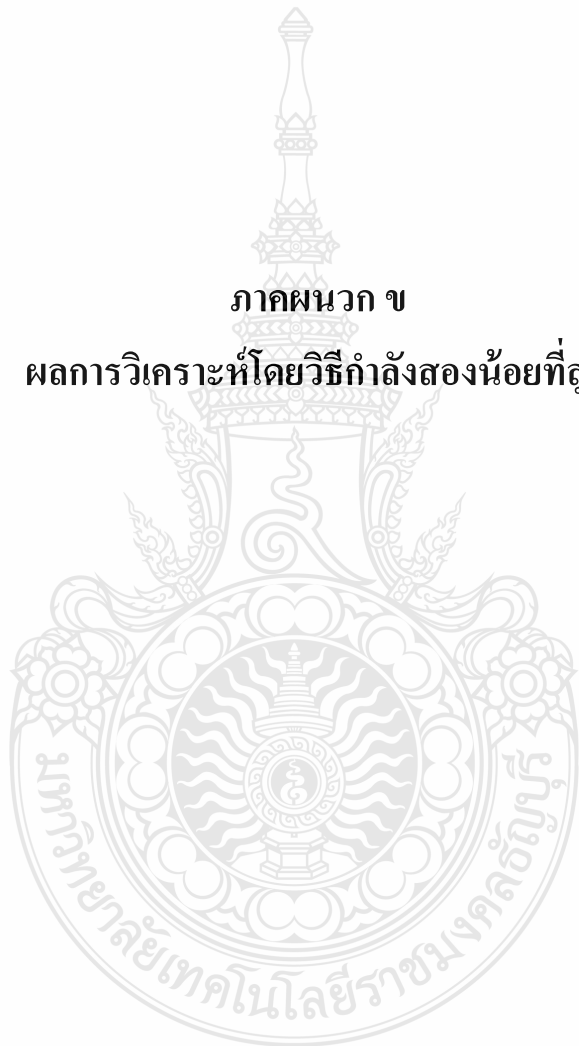


PERIOD	QTE	PT	QTT	EX	TOCOM	CGDP	CAR	PV
2554M07	76,182,000.00	144.10	76,182,000.00	30.1100	144.45	9.40	777.00	127.23
2554M08	93,154,000.00	141.02	93,154,000.00	29.8800	140.38	9.40	824.00	126.30
2554M09	82,454,000.00	139.75	82,454,000.00	30.3200	134.62	9.40	930.00	124.24
2554M10	69,400,000.00	127.12	69,400,000.00	30.9000	120.97	9.20	895.00	121.17
2554M11	76,074,000.00	107.31	76,074,000.00	30.9600	105.84	9.20	983.00	112.16
2554M12	90,100,000.00	106.32	90,100,000.00	30.2100	104.16	9.20	981.00	92.72
2555M01	92,270,000.00	115.10	92,270,000.00	31.5300	114.56	8.10	721.00	86.36
2555M02	78,329,000.00	125.38	78,329,000.00	24.5100	121.61	8.10	875.00	86.97
2555M03	55,983,000.00	122.63	55,983,000.00	24.3900	118.29	8.10	1,000.00	99.47
2555M04	49,931,000.00	119.78	49,931,000.00	24.6900	114.17	7.80	933.00	103.06
2555M05	53,971,000.00	117.33	53,971,000.00	24.8100	108.73	7.80	927.00	97.56
2555M06	46,930,000.00	107.34	46,930,000.00	24.7700	98.37	7.80	904.00	89.00
2555M07	60,563,000.00	99.54	60,563,000.00	25.0800	98.83	7.70	862.00	89.31
2555M08	59,512,000.00	86.88	59,512,000.00	25.1700	85.36	7.70	893.00	82.86
2555M09	76,024,000.00	93.63	76,024,000.00	25.1600	95.70	7.70	1,002.00	84.55
2555M10	63,820,000.00	98.57	63,820,000.00	25.0700	98.85	7.80	934.00	85.10
2555M11	69,388,000.00	91.99	69,388,000.00	25.1000	91.55	7.80	1,030.00	86.10
2555M12	65,272,000.00	94.88	65,272,000.00	25.0900	96.94	7.80	1,048.00	82.27
2556M01	102,738,000.00	99.83	102,738,000.00	30.0600	99.27	7.70	961.00	94.06
2556M02	49,201,000.00	95.98	49,201,000.00	29.8200	95.25	7.70	961.00	94.98
2556M03	72,274,000.00	87.80	72,274,000.00	29.5100	87.74	7.70	1,144.00	86.96
2556M04	51,849,000.00	82.78	51,849,000.00	29.0600	83.36	7.60	1,098.00	83.12
2556M05	36,110,000.00	89.80	36,110,000.00	29.7800	90.06	7.60	1,050.00	70.40
2556M06	58,367,000.00	86.96	58,367,000.00	30.8200	86.60	7.60	1,037.00	67.42
2556M07	64,216,000.00	80.64	64,216,000.00	31.1200	79.67	7.70	985.00	69.94
2556M08	75,110,000.00	81.19	75,110,000.00	31.6000	80.80	7.70	1,023.00	73.63
2556M09	72,340,000.00	84.16	72,340,000.00	31.7100	83.67	7.70	1,138.00	75.39

PERIOD	QTE	PT	QTT	EX	TOCOM	CGDP	CAR	PV
2556M10	97,361,000.00	79.48	97,361,000.00	31.2100	79.11	7.70	1,156.00	68.15
2556M11	111,721,000.00	78.82	111,721,000.00	31.6300	78.75	7.70	1,271.00	73.47
2556M12	121,389,000.00	83.10	121,389,000.00	32.3400	82.76	7.70	1,271.00	69.63
2557M01	115,075,000.00	73.37	115,075,000.00	32.9300	76.51	7.40	1,035.00	67.21
2557M02	95,129,000.00	70.55	95,129,000.00	32.6500	70.62	7.40	1,035.00	58.59
2557M03	61,826,000.00	72.97	61,826,000.00	32.3900	73.86	7.40	1,207.00	59.42
2557M04	51,701,000.00	75.63	51,701,000.00	32.3100	70.93	7.40	1,147.00	66.51
2557M05	31,801,000.00	67.55	31,801,000.00	32.5200	67.37	7.40	1,142.00	63.84
2557M06	49,682,000.00	67.90	49,682,000.00	32.5100	67.79	7.40	1,102.00	65.39

- ที่มา. 1. สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย – กระทรวงพาณิชย์, คั่นเมื่อ 24 ธันวาคม 2557
จาก <http://www2.ops3.moc.go.th/>
2. สถิติยางประเทศไทย (หน้า6,24) โดย สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2554, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง
3. สถิติยางประเทศไทย (หน้า6,24) โดย สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2555, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง
4. สถิติยางประเทศไทย (หน้า6,24) โดย สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง
5. สถิติยางประเทศไทย (หน้า6,24) โดย สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2557, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง
6. สำนักงานการเงิน, โดยธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557, คั่นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.bot.or.th>
7. National Bureau of Statistics of China, Retrieved 2 February 2015, from <http://www.stats.gov.cn>
8. THAI TRADE CENTER HO CHI MINH CITY. FOB Price on RSS3 (July 2011 - June 2014), Retrived 25 December 2014

ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด



ผลการวิเคราะห์โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

Dependent Variable: LOG(QTE)

Method: Least Squares

Date: 03/09/15 Time: 16:21

Sample: 2554M07 2557M06

Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-30.15243	6.617449	-4.556504	0.0001
LOG(PT)	-4.653291	2.380748	-1.954550	0.0607
LOG(QTT)	1.406755	0.210277	6.690009	0.0000
LOG(EX)	-1.117557	0.619440	-1.804141	0.0820
LOG(TOCOM)	4.623240	2.537896	1.821682	0.0792
LOG(CGDP)	-0.220453	0.107651	-2.047852	0.0501
LOG(CAR)	3.014930	0.681811	4.421943	0.0001
LOG(PV)	1.289301	0.702614	1.835007	0.0771
R-squared	0.773088	Mean dependent var		16.56105
Adjusted R-squared	0.716360	S.D. dependent var		0.609086
S.E. of regression	0.324386	Akaike info criterion		0.779366
Sum squared resid	2.946340	Schwarz criterion		1.131259
Log likelihood	-6.028593	F-statistic		13.62796
Durbin-Watson stat	1.853867	Prob(F-statistic)		0.000000

ผลการทดสอบปัญหา Multicollinearity ด้วยวิธี Correlation Matrix

ตัวแปร	QTE	PT	QTT	EX	TOCOM	CGDP	CAR	PV
QTE	1.000000	0.016376	0.740010	0.141516	0.064185	0.047337	0.272029	0.075435
PT	0.016376	1.000000	0.107348	-0.453493	0.792937	-0.039887	-0.750485	0.719544
QTT	0.740010	0.107348	1.000000	0.271598	0.153150	0.111233	-0.009414	0.095122
EX	0.141516	-0.453493	0.271598	1.000000	-0.433391	-0.007378	0.382875	-0.375494
TOCOM	0.064185	0.792937	0.153150	-0.433391	1.000000	-0.037792	-0.754332	0.718164
CGDP	0.047337	-0.039887	0.111233	-0.007378	-0.037792	1.000000	0.198110	0.076711
CAR	0.272029	-0.750485	-0.009414	0.382875	-0.754332	0.198110	1.000000	-0.664016
PV	0.075435	0.719544	0.095122	-0.375494	0.718164	0.076711	-0.664016	1.000000



ผลการทดสอบปัญหา Autocorrelation ด้วยวิธี LM test

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.168833	Prob. F(2,26)	0.845568
Obs*R-squared	0.461545	Prob. Chi-Square(2)	0.793920

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 03/09/15 Time: 22:58

Sample: 2554M07 2557M06

Included observations: 36

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.677045	7.237822	0.093543	0.9262
LOG(PT)	0.171953	2.478577	0.069375	0.9452
LOG(QTT)	-0.004492	0.220048	-0.020414	0.9839
LOG(EX)	-0.017287	0.644565	-0.026820	0.9788
LOG(TOCOM)	-0.045515	2.630054	-0.017306	0.9863
LOG(CGDP)	0.034204	0.127796	0.267642	0.7911
LOG(CAR)	-0.084208	0.749799	-0.112308	0.9114
LOG(PV)	-0.163884	0.777410	-0.210808	0.8347
RESID(-1)	0.083131	0.229084	0.362886	0.7196
RESID(-2)	0.100773	0.213897	0.471129	0.6415
R-squared	0.012821	Mean dependent var		-2.44E-15
Adjusted R-squared	-0.328895	S.D. dependent var		0.290140
S.E. of regression	0.334467	Akaike info criterion		0.877574
Sum squared resid	2.908566	Schwarz criterion		1.317440
Log likelihood	-5.796329	F-statistic		0.037519
Durbin-Watson stat	1.908110	Prob(F-statistic)		0.999991

ผลการทดสอบปัญหา Heteroscedascity ด้วยวิธี White's test

White Heteroskedasticity Test:

F-statistic	0.575215	Prob. F(14,21)	0.854956
Obs*R-squared	9.978598	Prob. Chi-Square(14)	0.763747

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 03/09/15 Time: 22:59

Sample: 2554M07 2557M06

Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-156.8144	101.4247	-1.546117	0.1370
LOG(PT)	17.06401	28.70328	0.594497	0.5585
(LOG(PT))^2	-2.021882	3.150116	-0.641844	0.5279
LOG(QTT)	7.488102	8.094154	0.925125	0.3654
(LOG(QTT))^2	-0.208099	0.225336	-0.923506	0.3662
LOG(EX)	-6.225984	42.87856	-0.145200	0.8859
(LOG(EX))^2	0.969592	6.458000	0.150138	0.8821
LOG(TOCOM)	-13.38209	26.85927	-0.498230	0.6235
(LOG(TOCOM))^2	1.627320	2.953873	0.550911	0.5875
LOG(CGDP)	-0.333397	1.507904	-0.221099	0.8272
(LOG(CGDP))^2	0.030757	0.137264	0.224075	0.8249
LOG(CAR)	26.83969	19.23674	1.395230	0.1775
(LOG(CAR))^2	-1.952661	1.396090	-1.398664	0.1765
LOG(PV)	-0.110561	9.240848	-0.011964	0.9906
(LOG(PV))^2	0.008013	1.042803	0.007684	0.9939
R-squared	0.277183	Mean dependent var		0.081843
Adjusted R-squared	-0.204695	S.D. dependent var		0.123745
S.E. of regression	0.135820	Akaike info criterion		-0.860631
Sum squared resid	0.387390	Schwarz criterion		-0.200832
Log likelihood	30.49136	F-statistic		0.575215
Durbin-Watson stat	2.591890	Prob(F-statistic)		0.854956

ประวัติผู้เขียน

ประวัติผู้เขียน	นางสาวศิริประภา สุขสำโรง
วัน เดือน ปีเกิด	9 ตุลาคม 2534
ที่อยู่	52/32 หมู่ที่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประวัติการทำงาน	เจ้าหน้าที่บัญชี-ต่างประเทศ บริษัท ชัยภัทร์ เคเลียร์ริง แอคเคาท์ จำกัด
เบอร์โทรศัพท์	083-828-2346
อีเมล	siraprapawelaajoy@gmail.com

