

การปรับตัวของ ยางพารา ไทยสู่การค้า ยุคใหม่



สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร.....	ส - 1
1. สถานการณ์การผลิตยางพารา.....	1 - 1
1.1 การผลิตยางพาราของโลก.....	1 - 1
1.2 การผลิตยางพาราไทย.....	1 - 2
1.3 ห่วงโซ่อุปทานยางพารา.....	1 - 5
1.4 ปัจจัยด้านอุปทานยางพารา.....	1 - 11
2. สถานการณ์การใช้/ความต้องการยางพารา.....	2 - 1
2.1 การใช้ยางพาราโลก.....	2 - 1
2.2 การใช้ยางพาราไทย.....	2 - 4
2.3 ยางพาราคงเหลือ.....	2 - 6
3. สถานการณ์การค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์.....	3 - 1
3.1 การค้าระหว่างประเทศของโลก.....	3 - 1
3.2 การค้าระหว่างประเทศของไทย.....	3 - 9
3.3 ตลาดยางพารา.....	3 - 25
3.4 ราคายางพารา.....	3 - 35
4. มาตรการเกี่ยวกับยางพาราและสินค้า.....	4 - 1
4.1 มาตรการระหว่างประเทศ.....	4 - 1
4.2 มาตรการต่างประเทศ.....	4 - 9
4.3 มาตรการในประเทศ.....	4 - 20
5. การปรับตัวของยางพาราสู่การค้ายุคใหม่.....	5 - 1
5.1 ความท้าทายของยางพารา.....	5 - 1
5.2 การปรับตัวของยางพาราของไทยในปัจจุบัน.....	5 - 4
5.3 ข้อเสนอแนวทางการปรับตัวของยางพาราของไทยสู่การค้ายุคใหม่.....	5 - 5
บรรณานุกรม.....	บ - 1
ภาคผนวก ก พิกัดศุลกากร.....	ก - 1
ภาคผนวก ข งานวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับยางพารา.....	ข - 1
ภาคผนวก ค ข้อมูลสถิติบัตรเกี่ยวกับยางพารา.....	ค - 1

บทสรุปผู้บริหาร

การผลิต: อุตสาหกรรมยางพาราทั่วโลกยังคงเติบโต โดยมีเนื้อที่กรีดยางและผลผลิตรวมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ผลผลิตต่อไร่โดยเฉลี่ยมีแนวโน้มลดลง สำหรับประเทศไทย แม้ว่าจะเป็นผู้ผลิตยางพาราอันดับหนึ่งของโลก แต่ผลผลิตต่อไร่ของไทยอยู่ในอันดับที่ 11 ซึ่งยังต่ำกว่าหลายประเทศ ขณะที่ต้นทุนการผลิตยางพาราของไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะต้นทุนค่าแรง ซึ่งสูงกว่าประเทศคู่แข่ง ทำให้ราคายางพาราไทยมีความสามารถในการแข่งขันน้อยลง นอกจากนี้ ต้นทุนโลจิสติกส์ยังเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

ความต้องการยางพารา: ความต้องการยางพาราบางประเทศยังคงขยายตัว โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักจากอุตสาหกรรมยานยนต์ การก่อสร้าง และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ อย่างไรก็ตาม ความต้องการยางสังเคราะห์ที่เพิ่มขึ้น และความผันผวนของเศรษฐกิจโลก อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการยางพาราธรรมชาติ อุตสาหกรรมยางพาราไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ

สถานการณ์การค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์: ไทยยังคงเป็นผู้ส่งออกยางพารารายใหญ่ของโลก แต่การแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตรายอื่น ๆ ทวีความรุนแรงมากขึ้น ตลาดส่งออกหลักของไทย ได้แก่ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย และเกาหลีใต้ ราคายางพารามีแนวโน้มผันผวนตามภาวะตลาดโลกและปัจจัยด้านต้นทุนการผลิต

มาตรการและนโยบายที่เกี่ยวข้อง: มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของต่างประเทศ เช่น มาตรฐานการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน (Forest Stewardship Council: FSC) และกฎหมายสินค้าปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่า (Deforestation-free Product) กำหนดให้ยางพาราและผลิตภัณฑ์ต้องตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งที่มา และต้องไม่มาจากสวนยางที่บุกรุกพื้นที่ป่าสงวน ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและส่งออกของไทย สำหรับมาตรการภายในประเทศมุ่งส่งเสริมการใช้ยางพาราในอุตสาหกรรมภายใน เช่น การใช้ยางในโครงการก่อสร้างของภาครัฐ

ยางพาราไทยกำลังเผชิญความท้าทายหลายประการ ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ ได้แก่ ความผันผวนของราคายางพาราในตลาดโลก ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ผลผลิตต่อไร่ต่ำ การแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตยางพารารายอื่น และความต้องการยางพาราที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค

แนวทางการปรับตัวของอุตสาหกรรมยางพาราไทยสู่การค้ายุคใหม่ โดยเน้น 7 ประเด็น ได้แก่

- 1. การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี** มุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมระบบการผลิตอัตโนมัติเพื่อลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีความแม่นยำสูงขึ้น ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพทั้งปริมาณและคุณภาพยางพาราและสินค้า การพัฒนาระบบจัดการความเสี่ยงด้านราคาและสภาพอากาศด้วย Big Data และ AI การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสินค้ายางพารา การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ยางที่ให้ผลผลิตสูงและทนทานต่อโรคและสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงการวิจัยการใช้ยางในอุตสาหกรรมใหม่
- 2. การพัฒนาระบบดิจิทัลและการจัดการข้อมูล** พัฒนาระบบฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงกับข้อมูลการผลิตยางพารากับการคำนวณคาร์บอนเครดิต พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการค้าและห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงเกษตรกรกับตลาดยางพาราและการซื้อขายคาร์บอนเครดิต และบูรณาการข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเชิงนโยบาย
- 3. การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและสร้างเครือข่ายความร่วมมือ** มุ่งเน้นการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีใหม่อย่างต่อเนื่อง บูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อขยายโอกาสทางการตลาด โดยเฉพาะการเข้าร่วมมาตรฐานสากล เสริมสร้างความเชื่อมั่น

ให้กับคู่ค้าต่างประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น และซ้ำซ้อน ควบคู่กับส่งเสริมให้เกิดการบริการแบบครบวงจร และกำหนดเป้าหมายที่มุ่งเน้นการเพิ่มราคาต่อหน่วยเพื่อยกระดับมูลค่าการส่งออก

4. **การสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรและผู้ประกอบการ** ผ่านการมอบรางวัลและสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมความยั่งยืน สิทธิประโยชน์ทางภาษี และการสนับสนุนทางการเงินที่จะกระตุ้นการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในอุตสาหกรรม
5. **การปรับตัวด้านการตลาดและการค้า** สร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงระบบการซื้อขายยางพาราที่ได้มาตรฐาน ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความยั่งยืน และการพัฒนาระบบการซื้อขายและกลไกราคาด้วย AI Market Intelligence ที่สามารถวิเคราะห์แนวโน้มตลาด
6. **การเตรียมพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลง** ให้ความรู้เกษตรกรเกี่ยวกับการปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศ และเสริมสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานด้วยการติดตามและประเมินผลเพื่อใช้พัฒนาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการผลิตและการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
7. **การใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ** ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น พัฒนาฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับเกษตรกรและอุตสาหกรรมยางพารา ส่งเสริมการใช้สิทธิบัตรแบบเปิด สร้างกลไกการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ภาคธุรกิจและเกษตรกร และสร้างตราสินค้าระดับชาติที่แสดงถึงคุณภาพและความยั่งยืน จะช่วยเพิ่มมูลค่าและความแตกต่างให้กับสินค้ายางพาราไทยในตลาดโลก

อย่างไรก็ตาม การสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของอุตสาหกรรมยางพาราไทยจะเกิดขึ้นได้ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรสวนยาง ทั้งการนำเทคโนโลยีนวัตกรรม การสนับสนุนทางการเงิน และเครือข่ายความร่วมมือ มาช่วยพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อลดค่าใช้จ่ายเพิ่มผลผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางพาราไทย ตลอดจนเสริมสร้างความมั่นคงของเกษตรกรและการเติบโตของอุตสาหกรรมยางพาราไทยในเวทีโลก

1. สถานการณ์การผลิตยางพารา

1.1 การผลิตยางพาราของโลก

จากข้อมูลขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization: FAO) พบว่า

1.1.1 เนื้อที่กรีดยางพาราโลก

เนื้อที่กรีดยางพาราโลก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเฉลี่ย 6.08% ต่อปี (ปี 2562-2566) ปี 2566 เนื้อที่กรีดยางพาราของโลก อยู่ที่ 84.85 ล้านไร่ โดยภาพรวมเนื้อที่กรีดยางเพิ่มขึ้น 2.89% จากปี 2564 ประเทศที่มีเนื้อที่กรีดยางมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ อินโดนีเซีย (สัดส่วน 26.10%) **ไทย (สัดส่วน 26.02%)** มาเลเซีย (สัดส่วน 9.04%) โกตดิวัวร์ (สัดส่วน 7.00%) และจีน (สัดส่วน 5.39%) (ดังตารางที่ 1-1)

1.1.2 ผลผลิตรวมของโลก

ผลผลิตรวมของโลก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2566 ผลผลิตรวมของโลก อยู่ที่ 14.76 ล้านตัน ประเทศที่มีผลผลิตสูงที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ **ไทย (สัดส่วน 31.91%)** อินโดนีเซีย (สัดส่วน 17.95%) โกตดิวัวร์ (สัดส่วน 10.50%) เวียดนาม (สัดส่วน 8.6%) และจีน (สัดส่วน 5.83%) โดย**ไทยมีผลผลิตเป็นอันดับหนึ่ง 4.71 ล้านตัน และปรับตัวลดลงเฉลี่ย 0.41 ต่อปี** (ปี 2562 – 2566) (ดังตารางที่ 1-1)

1.1.3 ผลผลิตต่อไร่ของโลก

ผลผลิตต่อไร่เฉลี่ยของโลกมีแนวโน้มลดลง โดยในปี 2566 ประเทศที่มีผลผลิตต่อไร่สูงที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เม็กซิโก (514.54 กก./ไร่) โบลิเวีย (480.24 กก./ไร่) อินเดีย (362.42 กก./ไร่) เวียดนาม (281.04 กก./ไร่) และโกตดิวัวร์ (260.80 กก./ไร่) ตามลำดับ ขณะที่**ไทยอยู่ในอันดับที่ 11 มีผลผลิต 213.17 กก./ไร่ ลดลงจากปี 2554 ที่ 262.34 กก./ไร่** (ดังตารางที่ 1-1)

ตารางที่ 1-1

เนื้อที่กรีดยาง ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของโลก ในช่วงปี 2562 – 2566

รายการ (หน่วย)	ประเทศ	ปี					%สัดส่วน 2566	%ΔYoY 66/65	CAGR 62-66
		2562	2563	2564	2565	2566			
เนื้อที่กรีดยาง (ล้านไร่)	อินโดนีเซีย	23.02	23.29	23.60	22.23	22.16	26.10	-0.31	-0.08
	ไทย (อันดับ 2)	20.46	21.98	21.98	22.03	22.08	26.02	0.24	0.06
	มาเลเซีย	6.96	7.12	7.11	7.10	7.67	9.04	8.07	1.96
	โกตดิวัวร์	2.98	3.54	4.04	4.79	5.94	7.00	23.99	5.52
	จีน	4.42	4.66	4.66	4.50	4.57	5.39	1.70	0.42
	อื่น ๆ	19.85	20.45	21.14	21.82	22.43	26.45	2.80	0.69
	โลก	77.69	81.04	82.53	82.47	84.85	100.00	2.89	0.71
ผลผลิต (ล้านตัน)	ไทย (อันดับ 1)	4.84	4.86	4.89	4.79	4.71	31.91	-1.64	-0.41
	อินโดนีเซีย	3.45	3.04	3.05	2.72	2.65	17.95	-2.42	-0.61
	โกตดิวัวร์	0.78	0.94	1.10	1.29	1.55	10.50	20.37	4.74
	เวียดนาม	1.18	1.23	1.27	1.34	1.27	8.60	-5.07	-1.29

รายการ (หน่วย)	ประเทศ	ปี					%สัดส่วน 2566	%ΔYoY 66/65	CAGR 62-66
		2562	2563	2564	2565	2566			
	จีน	0.84	0.83	0.87	0.86	0.86	5.83	0.36	0.09
	อื่น ๆ	3.36	3.34	3.51	3.61	3.72	25.21	3.05	0.75
	โลก	14.45	14.24	14.69	14.61	14.76	100.00	1.04	0.26
ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)	เม็กซิโก	469.74	448.99	462.43	516.64	514.54	N/A	-0.41	-0.10
	โบลิเวีย	460.98	478.26	512.00	513.57	480.24	N/A	-6.49	-1.66
	อินเดีย	342.51	351.94	353.87	358.14	362.42	N/A	1.19	0.30
	เวียดนาม	266.94	269.18	270.51	294.29	281.04	N/A	-4.50	-1.14
	โกตดิวัวร์	262.11	264.51	272.42	268.62	260.80	N/A	-2.91	-0.74
	ไทย (อันดับ 11)	236.61	221.06	222.62	217.25	213.17	N/A	-1.88	-0.47
	เฉลี่ย	182.91	181.84	188.41	189.94	187.77	N/A	-1.14	-0.29

หมายเหตุ: สนค. ประมวลผลจาก FAOSTAT Database, โดย องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) 2567.

1.2 การผลิตยางพาราไทย

1.2.1 เนื้อที่กรีดยางพาราในไทย

ในช่วงปี 2563 – 2567 เนื้อที่กรีดยางพาราไทย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จาก 21.98 ล้านไร่ ในปี 2562 เป็น 22.47 ล้านไร่ ในปี 2566 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 0.55 %ต่อปี โดยภาคที่มีเนื้อที่กรีดยางพาราเฉลี่ยมากที่สุด ในช่วงปี 2563 – 2567 คือ ภาคใต้ (สัดส่วน 56.82%) รองลงมา ได้แก่ ภาคเหนือ (สัดส่วน 27.18%) ภาคกลาง (สัดส่วน 9.60%) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สัดส่วน 6.40%) (ดังตารางที่ 1-2)

1.2.2 ผลผลิตยางพาราในไทย

ปี 2563 – 2567 ผลผลิตยางพาราไทย มีแนวโน้มลดลงเฉลี่ย 0.36% ต่อปี ภาคที่มีปริมาณผลผลิตยางพาราเฉลี่ยมากที่สุด ในช่วงปี 2563 - 2567 คือ ภาคใต้ (สัดส่วน 56.58%) รองลงมา ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สัดส่วน 29.23%) ภาคกลาง (สัดส่วน 8.14%) และภาคเหนือ (สัดส่วน 6.05%) (ดังตารางที่ 1-2)

1.2.3 ผลผลิตต่อไร่

ปี 2563 – 2567 ผลผลิตต่อไร่เฉลี่ย 217.60 กก./ไร่ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีผลผลิตต่อไร่เฉลี่ย 5 ปี อยู่ที่ 224.60 กก./ไร่ ซึ่งสูงกว่าภาคอื่น ๆ รองลงมา คือ ภาคใต้ (เฉลี่ย 5 ปี อยู่ที่ 223.00 กก./ไร่) ขณะที่ภาคเหนือ และภาคกลางมีผลผลิตต่อไร่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ คือ 192.80 และ 183.80 กก./ไร่ ตามลำดับ ภาคที่มีผลผลิตต่อไร่เฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ภาคเหนือ (2.78% ต่อปี) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (1.35% ต่อปี) ขณะที่ภาคกลางและภาคใต้มีผลผลิตต่อไร่เฉลี่ยลดลง -1.46% ต่อปี และ -2.23% ต่อปี ตามลำดับ และในปี 2567 ผลผลิตต่อไร่ 213 กก./ไร่ ลดลง 0.47% จากปี 2566 (214 กก./ไร่) โดยผลผลิตต่อไร่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคกลางเพิ่มขึ้นจากปี 2566 ขณะที่ภาคใต้มีผลผลิตต่อไร่ลดลงจากปี 2566 (ดังตารางที่ 1-2)

ตารางที่ 1-2

เนื้อที่กรีดยาง ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของไทย ในช่วงปี 2563 – 2567

รายการ (หน่วย)	ภาค	ปี					%สัดส่วน 2566	%ΔYoY 66/65	CAGR 62-66
		2563	2564	2565	2566	2567 ^f			
เนื้อที่กรีดยาง (ล้านไร่)	ใต้	12.50	12.54	12.57	12.84	12.77	56.82	-0.55	0.54
	ตะวันออกเฉียงเหนือ	5.85	5.85	5.88	6.05	6.11	27.18	0.99	1.09
	กลาง	2.32	2.26	2.21	2.19	2.16	9.60	-1.37	-1.77
	เหนือ	1.32	1.32	1.36	1.42	1.44	6.40	1.41	2.20
	ไทย (รวม)	21.98	21.98	22.03	22.49	22.47	100.00	-0.09	0.55
ผลผลิต (ล้านตัน)	ใต้	2.90	2.91	2.80	2.77	2.71	56.58	-2.17	-1.68
	ตะวันออกเฉียงเหนือ	1.27	1.31	1.33	1.37	1.40	29.23	2.19	2.47
	กลาง	0.44	0.42	0.40	0.39	0.39	8.14	0.00	-2.97
	เหนือ	0.24	0.25	0.27	0.28	0.29	6.05	3.57	4.84
	ไทย (รวม)	4.86	4.89	4.79	4.81	4.79	100.00	-0.42	-0.36
ผลผลิตต่อไร่ (กก./ไร่)	ตะวันออกเฉียงเหนือ	218	224	225	226	230	N/A	1.77	1.35
	ใต้	232	232	223	216	212	N/A	-1.85	-2.23
	เหนือ	181	187	195	199	202	N/A	1.51	2.78
	กลาง	192	188	179	179	181	N/A	1.12	-1.46
	ไทย (ค่าเฉลี่ย)	221	223	217	214	213	N/A	-0.47	-0.92

หมายเหตุ: สนค. ประมวลผลจาก สถิติการเกษตรของประเทศไทย โดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2566).

และสถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มในปี 2568 โดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2567).

^f ข้อมูลพยากรณ์ โดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

1.2.4 ต้นทุนการผลิตยางพารา

ปี 2562 – 2566 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบและน้ำยางสดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ส่วนใหญ่มาจากต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าแรงงาน (เช่น ค่าดูแล และค่ากรีต) และค่าวัสดุ (เช่น ปุ๋ย สารเคมี และอื่น ๆ) โดยมีสัดส่วนต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 5 ปี ของยางแผ่นดิบ และน้ำยางสด อยู่ที่ 67.16% และ 65.67% ตามลำดับ และสัดส่วนต้นทุนคงที่เฉลี่ย 5 ปี ของยางแผ่นดิบ และน้ำยางสด อยู่ที่ 32.84% และ 34.33% ตามลำดับ

จากตารางที่ 1-3 การผลิตยางแผ่นดิบ มีต้นทุนต่อผลผลิตเฉลี่ย 5 ปี 60.74 บาท/กก. ซึ่งเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 2.48% ต่อปี ขณะที่ในช่วง 5 ปี ราคาของยางแผ่นดิบเฉลี่ย 52.14 บาท/กก. ซึ่งเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 1.98% ต่อปี ในส่วนการผลิตน้ำยาง มีต้นทุนต่อผลผลิตเฉลี่ย 5 ปี 59.78 บาท/กก. ซึ่งเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 3.22% ต่อปี ขณะที่น้ำยางสด 50.76 บาท/กก. เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 1.84% ต่อปี ในช่วง 5 ปี จะเห็นได้ว่า อัตราเพิ่มขึ้นของราคาของน้ำยางน้อยกว่าอัตราเพิ่มขึ้นของต้นทุนรวมต่อผลผลิต

ตารางที่ 1-3

ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบและน้ำยางสด ในช่วง 2562 – 2566

รายการ	2562	2563	2564	2565	2566	%YoY	เฉลี่ย	CAGR
ยางแผ่นดิบ								
ต้นทุนผันแปร ¹	9,013.09	8,812.97	8,838.84	9,135.30	9,156.47	0.23	8,991.33	0.40
ต้นทุนคงที่ ¹	4,247.40	4,236.44	4,257.05	4,619.89	4,625.80	0.13	4,397.32	2.16
ต้นทุนต่อพื้นที่ ¹	13,260.49	13,049.41	13,095.89	13,755.19	13,782.27	0.20	13,388.65	0.97
ต้นทุนต่อผลผลิต ²	58.67	59.05	58.73	62.52	64.71	3.50	60.74	2.48
ราคายางแผ่นดิบ ²	42.99	59.20	58.53	53.46	46.50	- 13.02	52.14	1.98
น้ำยางสด								
ต้นทุนผันแปร ¹	8,621.36	8,401.96	8,401.72	8,769.27	8,775.01	0.07	8,593.86	0.44
ต้นทุนคงที่ ¹	4,393.12	4,382.12	4,410.50	4,632.45	4,642.90	0.23	4,492.22	1.39
ต้นทุนต่อพื้นที่ ¹	13,014.48	12,784.08	12,812.22	13,401.72	13,417.91	0.12	13,086.08	0.77
ต้นทุนต่อผลผลิต ²	56.83	57.85	57.97	61.76	64.51	4.45	59.78	3.22
ราคาน้ำยางสด ²	43.69	53.44	54.84	54.84	46.99	- 14.31	50.76	1.84

หมายเหตุ. ¹ หน่วย บาท/ไร่ และข้อมูลต้นทุนจาก ศูนย์สารสนเทศการเกษตร โดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2567)

² หน่วย บาท/กก. และข้อมูลราคายางจากราคาในตลาดท้องถิ่น โดย การยางแห่งประเทศไทย (2567)

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบต้นทุนค่าจ้างแรงงานในประเทศไทย พบว่า สูงกว่าประเทศคู่แข่งประมาณ 2 เท่า โดยแรงงานกรีดยางคิดเป็นต้นทุนหลักถึง 60% ส่งผลให้ราคายางพาราในประเทศไทยสูงกว่าคู่แข่งประมาณ 10 - 30% (ภาวนิศร์ ชวีวัลลี และกฤษฎา ตรีวรรณไชย, 2567)

1.2.5 ต้นทุนโลจิสติกส์

ต้นทุนโลจิสติกส์สินค้ายางพารา ปี 2566 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 13.97 ล้านบาท แบ่งเป็นต้นทุนการขนส่ง (7.16% ของต้นทุนโลจิสติกส์สินค้ายางพารารวม) ต้นทุนการบริหารจัดการ (77.09%) และต้นทุนการสูญเสีย (15.75%) ทำให้ต้นทุนโลจิสติกส์สินค้ายางพาราต่อยอดขายของเกษตรกรปี 2566 อยู่ที่ 18.57% (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567) (ดังตารางที่ 1-4)

ตารางที่ 1-4

ต้นทุนโลจิสติกส์สินค้ายางพารา ปี 2566

หน่วย: ล้านบาท

ต้นทุนโลจิสติกส์	ประเภทสินค้ายางพารา		
	น้ำยางสด	ยางก้อนถ้วย	ยางแผ่นดิบ
ต้นทุนการขนส่ง	0.78 (11.34%)	0.21 (3.52%)	0.01 (0.88%)
ต้นทุนการบริหารจัดการ	5.95 (86.48%)	3.69 (61.91%)	1.13 (99.12%)
ต้นทุนการสูญเสีย	0.14 (2.05%)	2.06 (34.56%)	-
รวม	6.87 (100%)	5.96 (100%)	1.14 (100%)

หมายเหตุ. ต้นทุนโลจิสติกส์สินค้ายางพาราต่อยอดขายของเกษตรกร, โดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2567).

1.3 ห่วงโซ่อุปทานยางพารา

ห่วงโซ่อุปทานยางพาราและผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม (ดังภาพที่ 1-1) ดังนี้

1.3.1 อุตสาหกรรมต้นน้ำ

อุตสาหกรรมต้นน้ำ เป็นการผลิตขั้นต้นในสวนยาง ได้แก่ น้ำยางสด ยางก้อนถ้วย ยางแผ่นดิบ เศษยาง และไม้ยางพารา เกษตรกรขายผลผลิตผ่านตลาดยางพารา โดยมีผู้เล่นสำคัญคือ เกษตรกร สถาบันเกษตรกร โรงงานแปรรูปขั้นต้น พ่อค้าคนกลาง และตลาดกลางยางพารา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

(1) กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ให้ผู้ประกอบการกิจการยางพารา (ได้แก่ ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตให้ตั้งโรงทำยางจากกรมวิชาการเกษตร ผู้ส่งออกยาง ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยาง) ที่มีปริมาณรับซื้อตั้งแต่เดือนละ 5,000 กิโลกรัมขึ้นไป ต้องแจ้งปริมาณการจำหน่าย ปริมาณการใช้ไป ปริมาณคงเหลือ ปริมาณสถานที่เก็บ และจัดทำบัญชีคุมสินค้ายางพารารายวัน และให้แสดงราคารับซื้อน้ำยางสด ยางแผ่นดิบ เศษยาง เนื่องจากสินค้ายางพารา ได้แก่ น้ำยางสด ยางก้อน เศษยาง น้ำยางข้น ยางแผ่น ยางแท่ง และยางเครพ เป็นสินค้าควบคุม

(2) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

(2.1) กรมส่งเสริมสหกรณ์ ส่งเสริมให้เกษตรกรชาวสวนยางรวมกลุ่ม และจัดตั้งเป็นสหกรณ์ หรือกลุ่มเกษตรกร และสนับสนุนสินเชื่อแก่สถาบันเกษตรกรแปรรูปยางพารา จากข้อมูลในปีการผลิต 2565/66 มีสถาบันเกษตรกร 704 แห่ง ครอบคลุม 55 จังหวัด แบ่งออกเป็น กลุ่มเกษตรกร 210 แห่ง สหกรณ์กองทุนสวนยาง 358 แห่ง และสหกรณ์อื่น ๆ 136 แห่ง (กองพัฒนาสหกรณ์ภาคการเกษตรและกลุ่มเกษตรกร กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2566)

(2.2) กรมส่งเสริมการเกษตร ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร องค์กรเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน การส่งเสริมและพัฒนาเพิ่มศักยภาพการผลิต การแปรรูป การเพิ่มมูลค่า การพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ โดยการศึกษา วิจัย พัฒนา กำหนดมาตรการและแนวทางในการส่งเสริมการเกษตร ตลอดจนการถ่ายทอด เทคโนโลยีการเกษตร และการให้บริการทางการเกษตร เช่น ส่งเสริมการปลูกยางพารา พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูล และสถานการณ์ทางการเกษตร และเทคโนโลยีการเกษตร เช่น การแพร่ระบาดของศัตรูพืชยางพารา รวมทั้งกำกับดูแล สถาบันเกษตรกรสวนยางและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยางพารา

(2.3) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กำหนดมาตรฐานระบบการผลิต และรวบรวมยางพาราขั้นต้น ได้แก่ น้ำยางสด และยางก้อนถ้วย เป็นมาตรฐานทั่วไป

(3) การยางแห่งประเทศไทย ดูแลการบริหารจัดการยางพาราของประเทศทั้งระบบอย่างครบวงจร บริหารจัดการเกี่ยวกับการเงินของกองทุน รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ยาง ควบคู่กับการสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยาง สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการ ตลอดจนยกระดับราคายางพาราให้มีเสถียรภาพ

(4) สมาคมสหพันธ์ชาวสวนยางแห่งประเทศไทย เครือข่ายของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยาง เพื่อสร้างความร่วมมือและสนับสนุนความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมยาง

(5) สมาคมผู้ผลิตยางธรรมชาติ (Association of Natural Rubber Producing Counties: ANRPC) เป็นองค์กรระหว่างรัฐบาลจัดตั้งในปี ค.ศ. 1970 เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิต การตลาด และการค้าในอุตสาหกรรมยางพาราจากประเทศสมาชิก ซึ่งประกอบด้วย 13 ประเทศ ได้แก่ บังกลาเทศ กัมพูชา จีน อินเดีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย เมียนมาร์ ปาปัวนิวกินี ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ศรีลังกา ไทย และเวียดนาม

ซึ่งเป็น 84% ของการผลิตยางพาราทั่วโลกในปี ค.ศ. 2022 โดย ANRPC มีบทบาทสำคัญให้การประสานความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกในการกำหนดนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้า เป็นแหล่งข้อมูลในอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศสมาชิก รวมถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราในแต่ละประเทศ เพื่อสร้างและยกระดับราคายางธรรมชาติตามความเป็นธรรมและมีเสถียรภาพ

1.3.2 อุตสาหกรรมกลางน้ำ

อุตสาหกรรมกลางน้ำ นำผลผลิตที่ได้มาแปรรูปให้อยู่ในสภาพเหมาะสม และสะดวกในการขนส่งและนำไปใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางชั้นปลายน้ำ ผลผลิตยางกลางน้ำจากโรงงานแปรรูปยางชั้นกลาง เช่น ยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น เป็นต้น

ผู้เล่นที่สำคัญในตลาดยางพาราชั้นกลางน้ำ ได้แก่ ผู้ส่งออก ตัวแทนค้าขาย ผู้ประกอบการแปรรูปยางปลายน้ำ ซึ่งจะนำผลผลิตที่ได้เพื่อเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์ยางสำเร็จรูปต่าง ๆ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

(1) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมวิชาการเกษตร

(1.1) กองการยาง มีหน้าที่ควบคุมกำกับดูแลเกี่ยวกับการผลิต การค้า การส่งออก และการนำเข้ายางตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมยาง โดยผู้ประกอบการต้องขอใบอนุญาตดำเนินกิจการข้างต้น รวมทั้งใบอนุญาตขยายพันธุ์ต้นยางเพื่อการค้า และใบอนุญาตเป็นผู้จัดให้มีการวิเคราะห์หรือการทดสอบคุณภาพยาง นอกจากนี้ ยังได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับยางเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานควบคุมตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมยาง รวมทั้งให้บริการวิเคราะห์ ตรวจสอบ และรับรองมาตรฐานห้องปฏิบัติการเกี่ยวกับยางและคุณภาพยาง ตลอดจนการกำหนดมาตรฐานยาง และวิธีการมัดยางและการบรรจุหีบห่อยางเพื่อการส่งออก

(1.2) สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร มีหน้าที่ควบคุมการนำเข้า และส่งออกสินค้าเกษตร และการเคลื่อนย้ายพืช ตามกฎหมายว่าด้วยการกักพืช โดยยางพาราเป็นสิ่งต้องห้ามนำเข้าหรือนำผ่านทุกส่วนของพืช และพาดมะ (น้ำยางสด ยางก้อน ยางเน่า และขี้ยาง) ยกเว้นการนำเข้าไม้ยางเพื่อการแปรรูปจากสหภาพเมียนมา และสาธารณรัฐอินโดนีเซีย ซึ่งต้องผ่านการวิเคราะห์ความเสี่ยงศัตรูพืช

(1.3) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กำหนดมาตรฐานระบบการผลิตและมาตรฐานสินค้ายางพาราชั้นกลาง ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางเครพ เป็นมาตรฐานทั่วไป

(2) กระทรวงอุตสาหกรรม

(2.1) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ดำเนินการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรมวิสาหกิจ และผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบการ ควบคู่กับการสร้างเครือข่ายองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน เช่น พัฒนาอุตสาหกรรมธุรกิจยางพาราสู่ความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

(2.2) กรมโรงงานอุตสาหกรรม กำกับดูแลธุรกิจอุตสาหกรรมให้มีการประกอบการที่ปลอดภัย และสนับสนุนการประกอบกิจการ จากข้อมูลสถิติสะสมจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ ตาม พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติโรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 พบว่า มีโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับยาง จำนวน 1,525 โรงงาน¹ พบว่า ส่วนใหญ่โรงงานทำผลิตภัณฑ์ยาง

¹ โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับยางอย่างหนึ่งอย่างใด ลำดับที่ 52 ตามบัญชีท้ายประเภทกฎกระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดประเภท ชนิด และขนาดของโรงงาน พ.ศ. 2563 มีประเภทย่อย ดังนี้

จากยางธรรมชาติหรือยางสังเคราะห์ (46.0%) รองลงมา ได้แก่ โรงงานทำยางแผ่นรมควัน การทำยางเครพ ยางแท่ง และยางน้ำ (44.6%) โรงงานหั่น ผสม ริดให้เป็นแผ่น หรือตัดแผ่นยางธรรมชาติ (7.7%) และโรงงานทำยางแผ่นในขั้นต้นจากน้ำยางธรรมชาติ (1.7%) (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจอุตสาหกรรม ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 13 มีนาคม 2568)

(2.3) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดมาตรฐานสินค้ายางพารา ชั้นกลาง ได้แก่ น้ำยางชั้นธรรมชาติ (มอก. เลขที่ 980-2552) และไม้ยางแปรรูป (มอก. เลขที่ 2423-2567) เป็นมาตรฐานทั่วไป

(2.4) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ส่งเสริมการลงทุนกิจการแปรรูปยางขั้นต้น และกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ ยกเว้น การผลิตยางรัดของ ลูกโป่ง และแหวนยาง

(3) การยางแห่งประเทศไทย

(4) นิคมอุตสาหกรรมยางพารา (Rubber City) การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตั้งอยู่ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมฉลุง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พร้อมโครงสร้างพื้นฐานทางหลวงพิเศษที่เชื่อมโยงการขนส่งระหว่างอำเภอหาดใหญ่ กับ ด้านศุลกากรสะเดาแห่งที่ 2 (ชายแดนไทย-มาเลเซีย) อำเภอสะเดา เพื่อดำเนินการอุตสาหกรรมยางพาราตั้งแต่ชั้นกลางน้ำ และปลายน้ำ เช่น ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ยางรถยนต์ เป็นต้น และสนับสนุนการใช้ยางพาราจากเกษตรกรในพื้นที่และในประเทศ

(5) สมาคมยางพาราไทย (Thai Rubber Association) ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ และเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ สร้างความร่วมมือของสมาชิกทั้งผู้ผลิตยางและผู้ใช้อย่างตลอดจนรวบรวมราคาเสนอขายยาง และราคาในตลาดท้องถิ่น

(6) สมาคมน้ำยางชั้นไทย (Thai Latex Association) ประกาศราคาวัตถุดิบน้ำยางสด และน้ำยางชั้นประจำวัน ให้ข้อมูลข่าวสาร ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และให้ความร่วมมือสนับสนุนงานวิจัย

(7) สมาคมยางระหว่างประเทศ (International Rubber Association: IRA) กำหนดกฎเกณฑ์ทางการค้า ยางซื้อขาย (Internation Contract) สำหรับยางแท่ง (TSR) และ น้ำยาง (Latex in Drum) โดยมีสมาคมจากประเทศผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นสมาชิกจาก 13 ประเทศ ได้แก่ เบลเยียม กัมพูชา เยอรมนี อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย เมียนมา สิงคโปร์ ศรีลังกา สหราชอาณาจักร สหรัฐฯ เวียดนาม และไทย ซึ่งสมาคมยางพาราไทยเป็นเลขานุการ

(8) สภาธุรกิจยางอาเซียน (ASEAN Rubber Business Council: ARBC) ส่งเสริมความร่วมมือและความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลตลาด แนวทางการค้าร่วมกัน ความก้าวหน้าและการพัฒนาอุตสาหกรรมยางธรรมชาติระหว่างภาคเอกชนในประเทศสมาชิก ประกอบด้วยผู้ผลิตและค้ายางธรรมชาติ 8 หน่วยงาน ได้แก่ สมาคมยางอินโดนีเซีย (GAPKINDO) ตลาดยางมาเลเซีย (MRE) สหพันธ์สมาคมการค้ายางมาเลเซีย (FRTAM)

- (1) การทำยางแผ่นในขั้นต้น จากน้ำยางธรรมชาติ ซึ่งมีใช้การทำในสวนยางหรือป่า
- (2) การหั่น ผสม ริดให้เป็นแผ่น หรือตัดแผ่นยางธรรมชาติซึ่งมีใช้การทำในสวนยางหรือป่า
- (3) การทำยางแผ่นรมควัน การทำยางเครพ ยางแท่ง ยางน้ำ หรือการทำยางให้เป็นรูปแบบอื่นใดที่คล้ายคลึงกันจากยางธรรมชาติ
- (4) การทำผลิตภัณฑ์ยาง นอกจากที่ระบุไว้ในลำดับที่ 51 จากยางธรรมชาติหรือยางสังเคราะห์

สมาคมการค้ายางสิงคโปร์ (RTAS) สมาคมยางพาราไทย (TRA) สมาคมยางเวียดนาม (VRA) สมาคมพัฒนายางกัมพูชา (ARDC) และสมาคมผู้ปลูกและผลิตยางพาราพม่า (MRPPA)

(9) คณะกรรมการด้านการหีบห่อและคุณภาพยางธรรมชาติระหว่างประเทศ (International Rubber Quality and Packing Conference: IROPC) กำหนดรายละเอียดคุณภาพของเกรดยางต่าง ๆ เพื่อให้เป็นมาตรฐานที่ยอมรับได้สำหรับการใช้งานทางการค้า เพื่อความชัดเจนในเชิงพาณิชย์ และมั่นใจว่าสินค้ามีคุณภาพ และสามารถตรวจสอบได้

นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการแปรรูปยางชั้นกลางระหว่างประเทศอื่น ๆ เช่น สภาไตรภาคียางระหว่างประเทศ (International Tripartite Rubber Council: ITRC) และบริษัท ร่วมทุนยางพาราระหว่างประเทศ จำกัด (International Rubber Consortium Limited: IRCO) เป็นต้น

1.3.3 อุตสาหกรรมปลายน้ำ

อุตสาหกรรมปลายน้ำ นำผลผลิตที่ได้มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางชั้นปลายน้ำ เช่น ยางล้อ ชิ้นส่วนยานยนต์ ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย เส้นด้าย ยางยืด และหมอนยาง เป็นต้น โดยผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางกระจุกตัวและมีอำนาจเหนือตลาด ส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติที่ใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออก และตลาดผลิตภัณฑ์ยางมีการแข่งขันสูงจากผู้ผลิตด้วยตัวเองและสินค้าทดแทน

ผู้เล่นที่สำคัญในตลาดยางพาราชั้นปลายน้ำ ได้แก่ ผู้ใช้ในประเทศ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่อเนื่องในประเทศ (เช่น อุตสาหกรรมการแพทย์ อุตสาหกรรมผลิตเครื่องมือเครื่องจักร อุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น) ผู้ส่งออกในตลาดโลก

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ กระทรวงอุตสาหกรรม

(1) กรมโรงงานอุตสาหกรรม จากข้อมูลสถิติสะสมจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ ตาม พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติโรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 พบว่า มีโรงงานประกอบผลิต ซ่อม หล่อ หรือหล่อตอกยางนอกหรือยางใน² จำนวน 136 โรงงาน (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจอุตสาหกรรม ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 13 มีนาคม 2568) ส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่มีขนาดเครื่องจักรเกิน 75 แรงม้า (จำพวกที่ 3) มีจำนวน 131 โรงงาน (96.3%) และโรงงานที่มีขนาดเครื่องจักรไม่เกิน 75 แรงม้า (จำพวกที่ 2) มีจำนวน 5 โรงงาน (3.7%)

(2) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดมาตรฐานสินค้ายางพาราชั้นปลายน้ำเป็นมาตรฐานบังคับ เช่น ถุงมือสำหรับการตรวจวินิจฉัยทางการแพทย์ชนิดใช้ครั้งเดียว (มอก. เลขที่ 1056 เล่ม 1-2556) ยางในรถจักรยานยนต์ (มอก. เลขที่ 683-2562) ยางล้อแบบสบูบลมสำหรับรถยนต์และส่วนพ่วง (มอก. เลขที่ 2718-2560) หัวนมยางสำหรับขวดนม (มอก. เลขที่ 969-2562) เป็นต้น และมาตรฐานทั่วไป เช่น ยางนอกรถจักรยาน (มอก. 571-2562) ยางในรถจักรยาน (มอก. 652-2562) ถุงมือยางปราศจากเชื้อสำหรับการศัลยกรรมชนิดใช้ครั้งเดียว (มอก. 538-2560) ประตูป้องกัน (มอก. เอส 104-2566) หน้าต่างไม้ (มอก. เอส 105-2566) ที่นอนน้ำถุงยางพารา (มอก. 2881-2560) เป็นต้น

หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์ยางขั้นสุดท้าย เช่น สมาคมผู้ผลิตถุงมือยางไทย (Thai Rubber Glove Manufacturers Association: TRGMA) สมาคมผู้ผลิตยางรถยนต์ไทย (Thai Automobile

² โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับยางอย่างหนึ่งอย่างใด ลำดับที่ 51 ตามบัญชีท้ายประเภทกฎกระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดประเภท ชนิด และขนาดของโรงงาน พ.ศ. 2563

Tyre Manufacturers Association: TATMA) และสมาคมธุรกิจไม้ยางพาราไทย (Thai Hevea Wood Association) เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีบทบาทในการวิจัยและพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทานของยางพารา ซึ่งรวมถึงการสนับสนุนตั้งแต่การปลูก การผลิต การแปรรูป ไปจนถึงการจำหน่ายยางพาราอย่างยั่งยืน เช่น

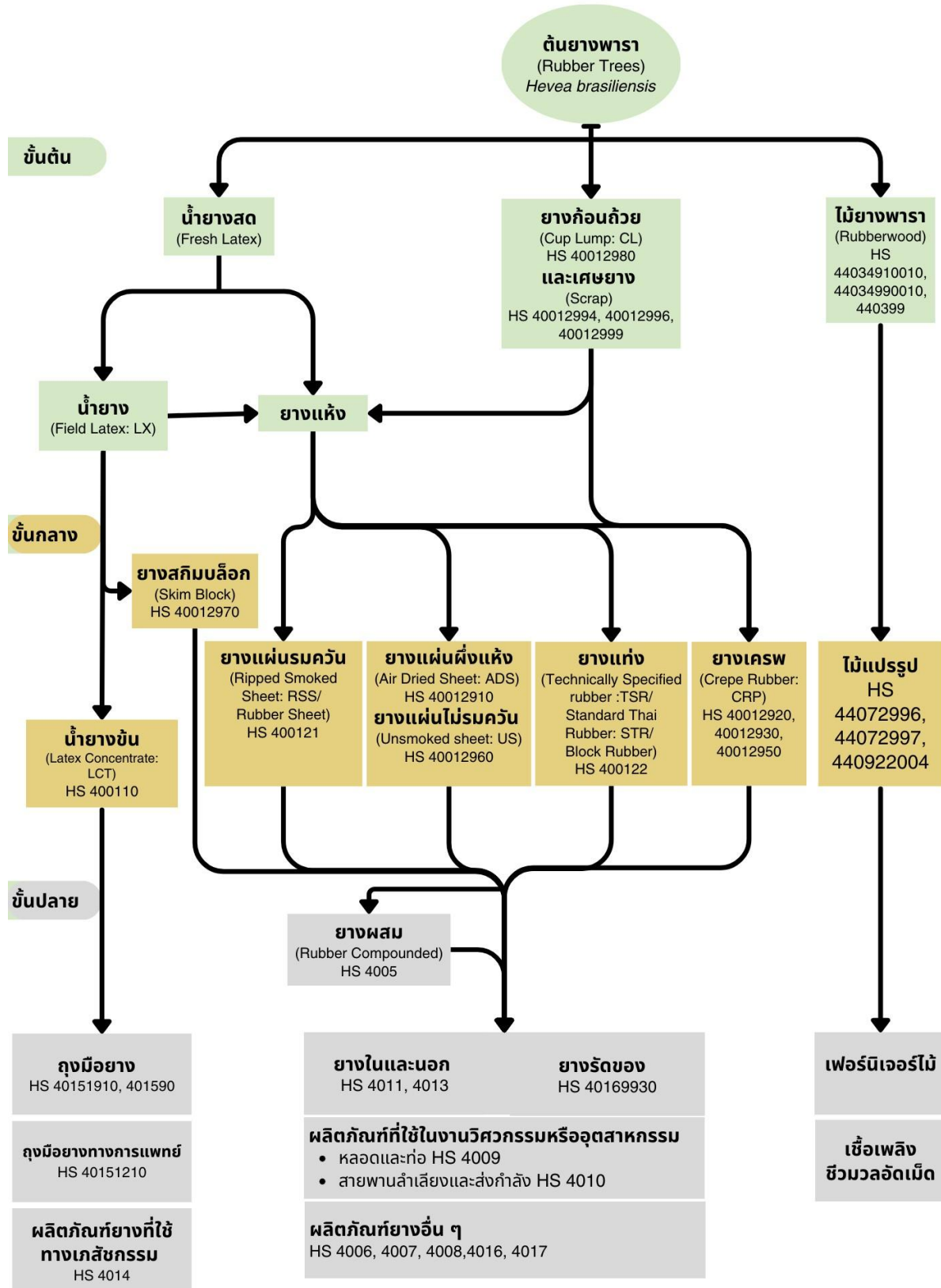
- **ด้านการวิจัยและพัฒนา** เช่น ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ศูนย์วิจัยเทคโนโลยียาง คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล สถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมยางพารา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ศูนย์วิจัยยางพารา การยางแห่งประเทศไทย สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร องค์การศึกษาวิจัยระหว่างประเทศ (International Rubber Study Group: IRSG) สภาวิจัยและพัฒนายางระหว่างประเทศ (International Rubber Research and Development Board: IRRDB) เป็นต้น

- **ด้านความยั่งยืน** เช่น องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) มูลนิธิสวนยางพาราแบบวนเกษตรเพื่อความยั่งยืน แพลตฟอร์มระดับโลกเพื่อยางธรรมชาติที่ยั่งยืน (Global Platform for Sustainable Natural Rubber: GPSNR)³ เป็นต้น

³ GPSNR กำหนดหรือปรับปรุงค่านับสัญญาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่งผ่านนโยบายการจัดซื้ออย่างธรรมชาติของตน ในทุกแง่มุมของความยั่งยืน ได้แก่ เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม และเป็นกลไกในการรับซื้อร่องเรียนที่มีต่อกลุ่มสมาชิก

ภาพที่ 1-1

ห่วงโซ่อุปทานยางพารา



หมายเหตุ: ชัยวัช โสวเจริญสุข (2567) ประมวลผล โดย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1.4 ปัจจัยด้านอุปทานยางพารา

(1) การเพาะปลูกยางพารา

พื้นที่เพาะปลูกยางพารา: การขยายพื้นที่เพาะปลูกจะช่วยเพิ่มปริมาณยางพาราในตลาด ขณะที่การลดพื้นที่เพาะปลูกจะลดปริมาณการผลิต โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายหรือหดพื้นที่เพาะปลูก ได้แก่ ราคาขายพาราในตลาด การสนับสนุนจากรัฐบาล และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ประสิทธิภาพในการเพาะปลูก: ผลผลิตต่อไร่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น การใช้พันธุ์ยางพาราที่ให้ผลผลิตสูงและทนทานต่อโรคจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เทคโนโลยีการปลูกและการจัดการที่ดี เช่น การใช้ปุ๋ยอย่างเหมาะสม การจัดการน้ำ และการป้องกันโรคและแมลง จะช่วยเพิ่มผลผลิตยางพาราต่อหน่วยพื้นที่ นอกจากนี้ การโค่นต้นยางพาราเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก กล่าวคือ เมื่อต้นยางพาราแก่เกินไปหรือให้ผลผลิตต่ำ เกษตรกรจะโค่นต้นยางเพื่อปลูกต้นใหม่หรือปลูกพืชอื่นแทน ทำให้ปริมาณการผลิตยางพาราลดลงในระยะสั้น เนื่องจากต้องใช้เวลาให้ต้นยางพาราใหม่เติบโตจนสามารถกรีตได้ แต่ในระยะยาวจะช่วยเพิ่มผลผลิตหากมีการปลูกต้นยางพาราที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

การเปลี่ยนแปลงพืชเพาะปลูก: เกษตรกรอาจเลือกเปลี่ยนไปปลูกพืชอื่นที่ให้ผลตอบแทนดีกว่าซึ่งส่งผลให้พื้นที่เพาะปลูกยางพาราลดลง

(2) ฤดูกาลและสภาพภูมิอากาศ

ในช่วงฤดูยางผลัดใบจะเป็นช่วงหน้าร้อน เดือนกุมภาพันธ์ – พฤษภาคม โดยใบยางจะมีสีเหลืองและร่วงหล่นจากต้น เกษตรกรจะหยุดกรีตยาง ทำให้ผลผลิตยางพาราจะออกมาน้อยในฤดูฝน เดือนพฤษภาคม – ตุลาคม เกษตรกรไม่สามารถกรีตยางได้ ทำให้ผลผลิตยางพาราน้อย และในช่วงฤดูหนาว เดือนตุลาคม – มกราคม เป็นช่วงกรีตยางได้ดี ส่งผลให้ผลผลิตออกมาก ดังตารางที่ 1-5

ตารางที่ 1-5

ปริมาณผลผลิตยางพารารายเดือน

รวมทั้งประเทศ	รายการ	ผลผลิตเป็นรายเดือน											รวม	
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.		ธ.ค.
2562	สัดส่วน (%)	10.97	7.40	3.34	2.20	5.68	8.28	9.00	9.49	9.70	10.51	11.07	12.37	100.00
	ปริมาณ (ตัน)	531,666	358,977	161,963	106,782	275,315	401,298	436,487	459,890	470,415	509,707	536,537	599,584	4,848,620
	%ΔYoY	-0.63	-2.68	-5.58	-24.70	-9.63	-1.53	0.58	2.51	-0.91	-1.16	-0.81	3.51	-1.50
2563	สัดส่วน (%)	11.80	7.83	2.88	1.34	5.25	7.89	8.96	9.44	9.74	10.35	11.59	12.94	100.00
	ปริมาณ (ตัน)	575,737	329,672	157,812	92,443	255,166	381,850	433,168	462,933	474,908	485,743	561,450	648,783	4,859,666
	%ΔYoY	8.29	-8.16	-2.56	-13.43	-7.32	-4.85	-0.76	0.66	0.96	-4.70	4.64	8.21	0.23
2564	สัดส่วน (%)	11.42	8.08	3.58	2.36	5.35	7.76	8.91	9.63	10.20	10.63	9.08	13.01	100.00
	ปริมาณ (ตัน)	558,720	395,313	175,106	115,679	261,861	379,723	435,679	470,881	499,079	519,953	444,145	636,312	4,892,451
	%ΔYoY	-2.96	19.91	10.96	25.14	2.62	-0.56	0.58	1.72	5.09	7.04	-20.89	-1.92	0.67
2565	สัดส่วน (%)	11.30	7.63	3.38	2.31	6.04	8.57	9.34	9.84	9.70	9.94	10.03	11.92	100.00
	ปริมาณ (ตัน)	540,633	365,263	161,733	110,724	289,204	410,088	446,842	470,876	464,192	475,806	479,963	570,455	4,785,779
	%ΔYoY	-3.24	-7.60	-7.64	-4.28	10.44	8.00	2.56	0.00	-6.99	-8.49	8.06	-10.35	-2.18
2566	สัดส่วน (%)	11.60	7.15	2.99	2.31	5.92	8.53	9.16	9.99	9.80	10.39	10.12	12.04	100.00
	ปริมาณ (ตัน)	557,934	344,053	143,836	111,168	284,956	410,362	440,491	480,415	471,466	499,894	487,006	578,767	4,810,350
	%ΔYoY	3.20	-5.81	-11.07	0.40	-1.47	0.07	-1.42	2.03	1.57	5.06	1.47	1.46	0.51
เฉลี่ย	สัดส่วน (%)	11.43	7.41	3.31	2.22	5.65	8.20	9.06	9.69	9.84	10.30	10.37	12.54	100.00
	ปริมาณ (ตัน)	552,938	358,656	160,090	107,359	273,300	396,664	438,533	468,999	476,012	498,221	501,820	606,780	4,839,373

หมายเหตุ. สนค. ประมวลผลจาก ผลผลิตรายเดือนยาง โดย ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567

(3) สถานการณ์โรคพืชหรือศัตรูพืชระบาด

โรคพืชและศัตรูพืชส่งผลกระทบต่อคุณภาพและปริมาณผลผลิตยางพารา การแพร่ระบาดของโรคหรือศัตรูพืชยางพารา ส่วนใหญ่โดยลม ฝน และแมลง และข้อมูลพื้นที่ระบาดของโรคพืชหรือศัตรูพืชยางพาราจากรายงานสถานการณ์ภัยพิบัติด้านเกษตรรายเดือน พบว่า ในปี 2566 มีการแพร่ระบาดในช่วงธันวาคม - มีนาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ผลผลิตออกมาก ดังตารางที่ 1-6

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้รูปแบบการตกของฝนเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการผลิตใบของยางพารา ทำให้เกิดการระบาดของโรคพืชหรือศัตรูพืชได้ง่ายและแพร่กระจายได้รวดเร็วขึ้น (สถาบันวิจัยยาง การยางแห่งประเทศไทย, 2566)

ตารางที่ 1-6

พื้นที่ระบาดของโรคพืช/ศัตรูพืชยางพารา

2566 เดือน	พื้นที่ระบาดของโรคพืช/ศัตรูพืชยางพารา (ไร่)						
	ใบร่วง ชนิดใหม่	ใบร่วง	รากขาว	ราแป้ง	หน้ำยางแห้ง	รวม	สัดส่วน (%)
ม.ค.	4,204.00	627,054.00	159.00	-	93.00	631,510.00	15.63
ก.พ.	1,318,012.00	4,185.00	160.00	-	43.00	1,322,400.00	32.73
มี.ค.	766,859.00	4,134.00	681.00	2,345.00	-	774,019.00	19.16
เม.ย.	80,165.00	3,993.00	726.00	165.00	-	85,049.00	2.11
พ.ค.	64,885.00	4,264.00	547.00	100.00	-	69,796.00	1.73
มิ.ย.	88,033.00	4,318.00	1,355.00	100.00	-	93,806.00	2.32
ก.ค.	91,813.00	4,336.00	1,434.00	100.00	-	97,683.00	2.42
ส.ค.	94,840.00	4,324.00	1,473.00	100.00	-	100,737.00	2.49
ก.ย.	93,985.00	532.00	1,498.00	100.00	-	96,115.00	2.38
ต.ค.	92,213.00	4,382.00	1,472.00	100.00	-	98,167.00	2.43
พ.ย.	202,942.00	6,126.00	1,557.00	100.00	-	210,725.00	5.22
ธ.ค.	451,945.00	6,110.00	1,602.00	100.00	-	459,757.00	11.38
รวม	3,349,896.00	673,758.00	12,664.00	3,310.00	136.00	4,039,764.00	100.00

หมายเหตุ: ศูนย์ติดตามและแก้ไขปัญหาภัยพิบัติด้านการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2566) รวบรวมและประมวลโดย สนค.

2. สถานการณ์การใช้/ความต้องการยางพารา

2.1 การใช้ยางพาราโลก

ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติโลก ปี 2566 อยู่ที่ 15.16 ล้านตัน ลดลง 0.66% จากปี 2565 (15.26 ล้านตัน) ประเทศที่มีความต้องการยางธรรมชาติมากที่สุด คือ จีน อยู่ที่ 6.73 ล้านตัน (สัดส่วน 44.38%) รองลงมาได้แก่ อินเดีย ไทย สหภาพยุโรปและอังกฤษ และสหรัฐฯ (ดังตารางที่ 2-1)

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลกับปี 2565 พบว่า ประเทศที่มีความต้องการยางธรรมชาติลดลง ได้แก่ มาเลเซีย (-22.32%) เกาหลีใต้ (-13.10%) สหรัฐฯ (-9.94%) สหภาพยุโรปและอังกฤษ (-6.43%) และญี่ปุ่น (-1.47%) ในขณะที่ประเทศที่มีความต้องการยางธรรมชาติเพิ่มขึ้น ได้แก่ ไทย (18.75%) อินเดีย (5.66%) จีน (3.81%) อินโดนีเซีย (3.02%) และเวียดนาม (0.21%)

ตารางที่ 2-1

ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติโลกรายปี

ประเทศ	ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติ (ล้านตัน) ¹			%YoY 66/65	%สัดส่วน 2566
	2564	2565	2566		
1. จีน	6.06	6.48	6.73	3.81	44.38
2. อินเดีย	1.26	1.33	1.40	5.66	9.24
3. ไทย	0.93	1.04	1.23	18.75	8.14
4. สหภาพยุโรปและอังกฤษ	1.17	1.15	1.08	-6.43	7.10
5. สหรัฐฯ	0.96	1.00	0.90	-9.94	5.92
6. อินโดนีเซีย	0.62	0.70	0.72	3.02	4.73
7. ญี่ปุ่น	0.68	0.68	0.67	-1.47	4.43
8. เวียดนาม	0.33	0.48	0.48	0.21	3.19
9. มาเลเซีย	0.52	0.44	0.34	-22.32	2.25
10. เกาหลีใต้	0.34	0.37	0.33	-13.10	2.14
อื่น ๆ	1.72	1.60	1.29	-19.37	8.48
รวมโลก	14.57	15.26	15.16	-0.66	100.00

หมายเหตุ. จาก การยางแห่งประเทศไทย (2567)

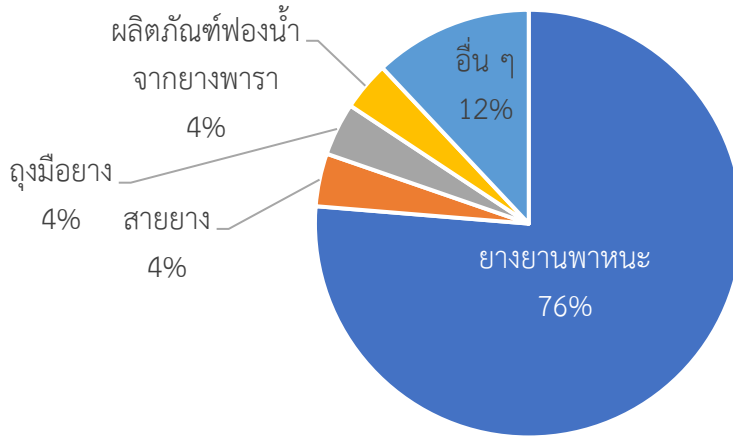
¹ ผลผลิตยางคิดเป็นน้ำหนักแห้ง

จากข้อมูลวิจัยการลงทุนและประเด็นสำคัญในอุตสาหกรรมยางธรรมชาติของ Zhongtai Securities ได้เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ยางธรรมชาติในปี 2566 ตามความต้องการปลายน้ำ (ดังภาพที่ 2-1) โดยระบุว่า ยางยานพาหนะมีสัดส่วนการใช้สูงสุดถึง 76.3% ตามมาด้วยสายยางและถุงมือยางที่มีสัดส่วนเท่ากัน คือ 4.0% ส่วนผลิตภัณฑ์ฟองน้ำจากยางพารามีสัดส่วน 3.7% และสินค้าอื่น ๆ 12% ของการใช้ยางธรรมชาติทั้งหมด จะเห็นได้ว่ายางพารามีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมหลายประเภท

ภาพที่ 2-1

สัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติตามความต้องการใช้ในผลิตภัณฑ์สุดท้ายของโลก

หน่วย: ร้อยละ (%)



หมายเหตุ. จาก Securities Research Report on Natural rubber investment framework and hot issues (2024) โดย Zhong Securities Research Institute.

ตัวอย่างประเทศที่มีความต้องการใช้ยางพารา

- **อินเดีย** จากข้อมูล Monthly Rubber Statistical News จาก Rubber Board Ministry of Commerce & Industry พบว่า ความต้องการใช้สินค้ายางธรรมชาติภาพรวมเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2562 – 2566) อยู่ที่ 1.41 ล้านตัน และในช่วง 5 ปี อัตราการเติบโตเฉลี่ย เพิ่มขึ้น 5.46% ต่อปี (CAGR ปี 2562 – 2566) โดยขยายตัวทุกชนิดยาง ได้แก่ น้ำยางข้น (8.29% ต่อปี) ยางแท่ง (7.20% ต่อปี) และยางแผ่น (2.82% ต่อปี)

ในขณะที่แบ่งตามชนิดสินค้ายาง การใช้ยางในส่วนของยางยานพาหนะในช่วง 5 ปี (ปี 2562 – 2566) มีสัดส่วนเฉลี่ยอยู่ที่ 40.38% มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย เพิ่มขึ้น 8.01% ต่อปี และอื่น ๆ มีสัดส่วนเฉลี่ยอยู่ที่ 59.62% มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย เพิ่มขึ้น 4.21% ต่อปี (ตารางที่ 2-2) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอินเดียจะสามารถผลิตยางได้ แต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในประเทศ และส่วนใหญ่นำเข้าจากไทย

ตารางที่ 2-2

ปริมาณการใช้ยางตามชนิดยางและสินค้าในอินเดีย

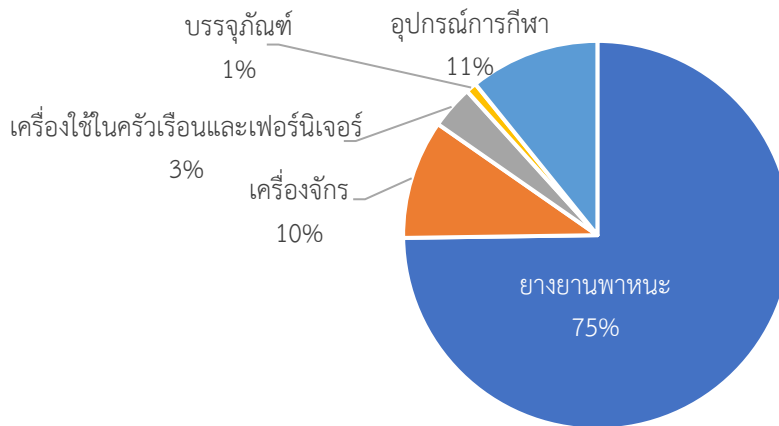
ประเภท	ปริมาณการใช้ (ล้านตัน)					%สัดส่วน 2566	%YoY 66/65	CAGR (62-66)
	2562	2563	2564	2565	2566			
แบ่งตามชนิดยาง								
น้ำยางข้น	0.08	0.08	0.1	0.1	0.11	7.80	10.00	8.29
ยางแท่ง	0.53	0.45	0.57	1.6	0.7	49.65	-56.25	7.20
ยางแผ่นรมควัน	0.51	0.49	0.56	0.54	0.57	40.43	5.56	2.82
อื่น ๆ	0.03	0.02	0.03	0.03	0.03	2.13	0.00	0.00
แบ่งตามชนิดสินค้า								
ผู้ผลิตยาง	0.36	0.33	0.34	1.36	0.49	34.75	-63.97	8.01
อื่น ๆ	0.78	0.72	0.92	0.91	0.92	65.25	1.10	4.21
รวม	1.14	1.04	1.26	2.27	1.41	100.00	-37.89	5.46

หมายเหตุ. Production and Consumption of NR & SR จาก Monthly Rubber Statistical News (2019 - 2024) โดย Statistics & Planning Department, Rubber Board.

- **สหภาพยุโรป** จากข้อมูล The Natural Rubber Supply Chain ของ EUROPEAN TYRE & RUBBER manufacturers' association รายงานว่า อุตสาหกรรมในสหภาพยุโรปนำเข้ายางธรรมชาติทั้งหมด โดยมีความต้องการใช้ของยางธรรมชาติจากอุตสาหกรรมยานพาหนะ (ดังภาพที่ 2-2) ส่วนใหญ่นำเข้าจากไทย (สัดส่วนการนำเข้าในปี 2566 อยู่ที่ 22.94%) โกลด์โคสต์ (20.60%) อินโดนีเซีย (17.56%) และมาเลเซีย (8.73%) (S&P Global, 2024)

ภาพที่ 2-2

สัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติตามผลิตภัณฑ์สุดท้ายในสหภาพยุโรป



หมายเหตุ. EU end uses for Natural Rubber จาก Factsheets updates based on the EU Factsheet Natural Rubber (2022) โดย SCREEN.

- **มาเลเซีย** จากข้อมูล Natural Rubber Statistics 2024 (Jan - Aug) ของ Malaysian Rubber Board, Ministry of Plantation and Commodities พบว่า ความต้องการใช้สินค้ายางธรรมชาติภาพรวมเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2562 – 2566) อยู่ที่ 472.46 พันตัน และในช่วง 5 ปี อัตราการเติบโตเฉลี่ยลดลง 11.91% ต่อปี (CAGR ปี 2562 – 2566) โดยยางแผ่นรมควันขยายตัว 66.00% ต่อปี ในขณะที่ความต้องการยางส่วนใหญ่หดตัว ได้แก่ น้ำยางข้น (-13.65% ต่อปี) ยางแท่ง (-6.12% ต่อปี) และอื่น ๆ (-7.95% ต่อปี) และการนำไปใช้ผลิตยางแปรรูปขึ้นปลาย ในปี 2564 (Ministry of Plantation and Commodities, 2022) ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากน้ำยาง เช่น กุ้งมือยาง เป็นต้น (88.27% ของปริมาณความต้องการยางพาราทั้งหมด (501.96 พันตัน) รองลงมา ได้แก่ ยางยานพาหนะ (6.23%) สินค้ายางทั่วไป (3.57%) สินค้าอุตสาหกรรมยาง (1.85%) และรองเท้า (0.08%)

แม้ว่ามาเลเซียจะสามารถผลิตยางได้ แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในประเทศ (ดังตารางที่ 2-3) โดยในปี 2566 มาเลเซียนำเข้ายางพาราส่วนใหญ่จาก ไทย (43.4%) โกลด์โคสต์ (34.5%) และฟิลิปปินส์ (6.1%)

ตารางที่ 2-3

ปริมาณการผลิตและปริมาณการใช้ยางตามชนิดยางในมาเลเซีย

ประเภท	ปริมาณ (พันตัน)					%สัดส่วน	%YoY	CAGR
	2562	2563	2564	2565	2566	2566	66/65	(62-66)
การผลิต								
ยางทำให้แห้ง	603.64	480.99	438.83	362.45	335.97	96.58	-7.31	-13.63
น้ำยาง	36.19	33.71	30.84	14.59	11.88	3.42	-18.58	-24.31
รวม	639.83	514.70	469.67	377.05	347.86	100.00	-7.74	-14.13
การใช้ตามชนิดยางแปรรูปชั้นกลางแบ่งตามชนิดยาง								
ยางแผ่นรมควัน	1.53	0.85	0.78	3.71	11.60	3.74	212.22	66.00
ยางแท่ง	50.42	45.69	43.67	48.60	39.16	12.62	-19.43	-6.12
น้ำยางข้น	451.59	459.50	442.49	364.38	251.07	80.89	-31.10	-13.65
อื่น ๆ	11.94	12.69	15.02	99.05	8.57	2.76	-91.34	-7.95
รวม	515.47	518.73	501.96	515.74	310.40	100.00	-39.81	-11.91

หมายเหตุ: Malaysia's Natural Rubber Production by Type และ Malaysia's Rubber Consumption by Grade จาก *Natural Rubber Statistics 2024 (Jan – Aug)*. โดย Malaysian Rubber Board, Ministry of Plantation and Commodities (2024)

2.2 การใช้ยางพาราไทย

ปริมาณความต้องการใช้ยางธรรมชาติไทย ปี 2566 อยู่ที่ 1.23 ล้านตัน เพิ่มขึ้น 18.75% จากปี 2565 (1.04 ล้านตัน)

ในปี 2566 ยางแท่ง มีความต้องการใช้มากที่สุด อยู่ที่ 0.62 ล้านตัน หรือสัดส่วน 50.55% รองลงมาได้แก่ น้ำยางข้น (23.68%) ยางผสม (13.60%) และยางแผ่นรมควัน (9.00%) เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 พบว่า ปริมาณความต้องการใช้ยางเพิ่มขึ้น ได้แก่ ยางแท่ง (60.33% YoY) และน้ำยางข้น (31.72% YoY) ขณะที่ปริมาณความต้องการใช้ยางลดลง ได้แก่ ยางผสม (-20.49% YoY) ยางแผ่นรมควัน (-11.67% YoY) ในช่วง 5 ปี อัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 16.81% ต่อปี (CAGR ปี 2562 - 2566) โดยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีขยายตัว ได้แก่ ยางผสม (151.95% ต่อปี) ยางแท่ง (29.25% ต่อปี) ยางแผ่นรมควัน (23.54% ต่อปี) และอื่น ๆ (6.50% ต่อปี) ขณะที่น้ำยางข้นมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยลดลง 0.05% ต่อปี (ดังตารางที่ 2-4)

การใช้ยางพารา ในปี 2566 ส่วนใหญ่เพื่อนำไปแปรรูปเป็นยางยานพาหนะ (53.53%) รองลงมาได้แก่ ยางยืด (9.82%) ถุงมือยาง (9.02%) อะไหล่รถยนต์ (7.24%) และยางรถจักรยานยนต์ (1.58%) เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 พบว่า ปริมาณความต้องการใช้ยางพาราตามรายสินค้าที่เพิ่มขึ้น 5 อันดับแรก ได้แก่ อะไหล่รถยนต์ (198.73% YoY) ยางยืด (25.25% YoY) ถุงยางอนามัย (17.40% YoY) สายพาน (12.14% YoY) และยางยานพาหนะ (8.52% YoY) ขณะที่ปริมาณความต้องการใช้ยางลดลง ได้แก่ หล่อดอก (-84.12% YoY) รองเท้า (-69.80% YoY) ยางรัดของ (-31.96% YoY) ยางรถจักรยานยนต์ (-15.14% YoY) และพื้นรองเท้า

(-14.74% YoY) ในช่วง 5 ปี อัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 20.70% ต่อปี (CAGR ปี 2562 – 2566) โดยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีขยายตัว สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ อะไหล่รถยนต์ (151.17% ต่อปี) หล่อดอก (79.59% ต่อปี) ยางรัดของ (27.91% ต่อปี) ยางยานพาหนะ (23.47% ต่อปี) และกาว (22.78% ต่อปี) ขณะที่เครื่องมือทางการแพทย์/วิทยาศาสตร์ และท่อยาง มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยลดลง 1.48% และ 0.23% ต่อปี ตามลำดับ (ดังตารางที่ 2-5)

ตารางที่ 2-4

การใช้ยางพาราในไทย ตามประเภทของยาง

ประเภท	ปริมาณการใช้ (ตัน)					%สัดส่วน 2566	%YoY 66/65	CAGR (62-66)
	2562	2563	2564	2565	2566			
ยางแท่ง ¹	223,602	230,214	303,481	389,193	623,988	50.55	60.33	29.25
น้ำยางข้น ²	357,181	222,061	271,133	221,919	292,302	23.68	31.72	-4.89
ยางผสม ²	4,166	15,957	229,590	211,145	167,879	13.60	-20.49	151.95
ยางแผ่นรมควัน	47,686	87,132	94,677	125,750	111,075	9.00	-11.67	23.54
อื่น ๆ	30,448	26,221	26,948	91,538	39,169	3.17	-57.21	6.50
รวม	663,083	581,585	925,829	1,039,545	1,234,413	100	18.75	16.81

หมายเหตุ: จาก สถิติยางประจำปี 2566, โดย กองการยาง กรมวิชาการเกษตร, 2566.

¹ ยางแท่ง หมายถึงรวมถึงยางแท่งเอสทีอาร์ และยางแท่งไม่ระบุชั้น

² น้ำหนักเนื้อยางแท่ง

ตารางที่ 2-5

การใช้ยางพาราในไทย ตามประเภทของสินค้า

ประเภท	ปริมาณ (ตัน)					%สัดส่วน 2566	%YOY 66/65	CAGR (62-66)
	2562	2563	2564	2565	2566			
ยางยานพาหนะ	284,351	391,119	563,355	608,879	660,758	53.53	8.52	23.47
ยางรถจักรยานยนต์	19,350	21,642	21,783	22,938	19,466	1.58	-15.14	0.15
หล่อดอก	194	258	985	12,711	2,018	0.16	-84.12	79.59
ยางรัดของ	3,764	8,605	13,127	14,808	10,076	0.82	-31.96	27.91
อะไหล่รถยนต์	2,044	1,735	2,379	29,928	89,404	7.24	198.73	157.17
พื้นรองเท้า	318	177	315	841	717	0.06	-14.74	22.54
รองเท้า	4,467	4,176	4,367	19,222	5,805	0.47	-69.80	6.77
ท่อยาง	861	316	531	798	853	0.07	6.89	-0.23
สายพาน	970	789	1,226	1,244	1,395	0.11	12.14	9.51
ยางยืด	114,530	111,471	150,386	96,764	121,200	9.82	25.25	1.43
ถุงมือยาง	75,366	64,378	103,367	106,105	111,344	9.02	4.94	10.25
ถุงยางอนามัย	5,221	4,502	12,373	5,747	6,747	0.55	17.40	6.62

ประเภท	ปริมาณ (ตัน)					%สัดส่วน 2566	%YOY 66/65	CAGR (62-66)
	2562	2563	2564	2565	2566			
ผลิตภัณฑ์พองน้ำ	233	306	449	347	370	0.03	6.63	12.26
กาว	1,290	1,216	1,364	2,759	2,932	0.24	6.27	22.78
เครื่องมือทาง การแพทย์/ วิทยาศาสตร์	173	128	139	163	163	0.01	0.00	-1.48
อื่น ๆ	68,453	52,266	49,662	116,293	201,165	16.30	72.98	30.93
รวม	581,585	663,084	925,808	1,039,547	1,234,413	100.00	18.75	20.70

หมายเหตุ. จาก สถิติยางประจำปี 2566, โดย กองการยาง กรมวิชาการเกษตร, 2566.

2.3 ยางพาราคงเหลือ

ปริมาณยางพาราคงเหลือหรือสต็อกยางพาราทั้งในประเทศและต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการกำหนดราคายางพารา โดยปริมาณยางพาราคงเหลือแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.3.1 ปริมาณยางพาราคงเหลือในประเทศ

เมื่อปริมาณสต็อกยางพาราในประเทศสูงขึ้น ซึ่งอาจเกิดจากการผลิตที่เกินกว่าความต้องการของตลาดหรือการสะสมยางพาราในช่วงเวลาที่ราคาตกต่ำ ทำให้ผู้ผลิตยางพารามีแรงกดดันในการลดราคายางพาราเพื่อระบายสต็อก สิ่งนี้ส่งผลให้ราคายางพาราลดลง

จากข้อมูลของกองการยาง กรมวิชาการเกษตร ซึ่งมีอำนาจควบคุมข้อมูลยางพาราทั้งหมดของประเทศตามพระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2542 ในปี 2566 ปริมาณยางพาราคงเหลือ (0.88 ล้านตัน) ลดลง 9.76% จากปี 2565 (0.96 ล้านตัน) และลดลงต่อเนื่อง 2 ปี (ปี 2565 – 2566) (ดังตารางที่ 2-6) และเมื่อเทียบค่าเฉลี่ยของปริมาณยางพาราคงเหลือ 5 ปี กับเดือนก่อนหน้า พบว่า ปริมาณคงเหลือในเดือนกุมภาพันธ์ - กรกฎาคม ลดลง ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่หลังฤดูเก็บเกี่ยว และจะกลับมาเพิ่มขึ้นในช่วงเดือนสิงหาคม - มกราคม สะท้อนถึงช่วงที่ยังมีความต้องการใช้มากในตลาด (ดังภาพที่ 2-3)

ตารางที่ 2-6

ปริมาณยางพาราคงเหลือแบ่งตามชนิดยาง 5 ปี

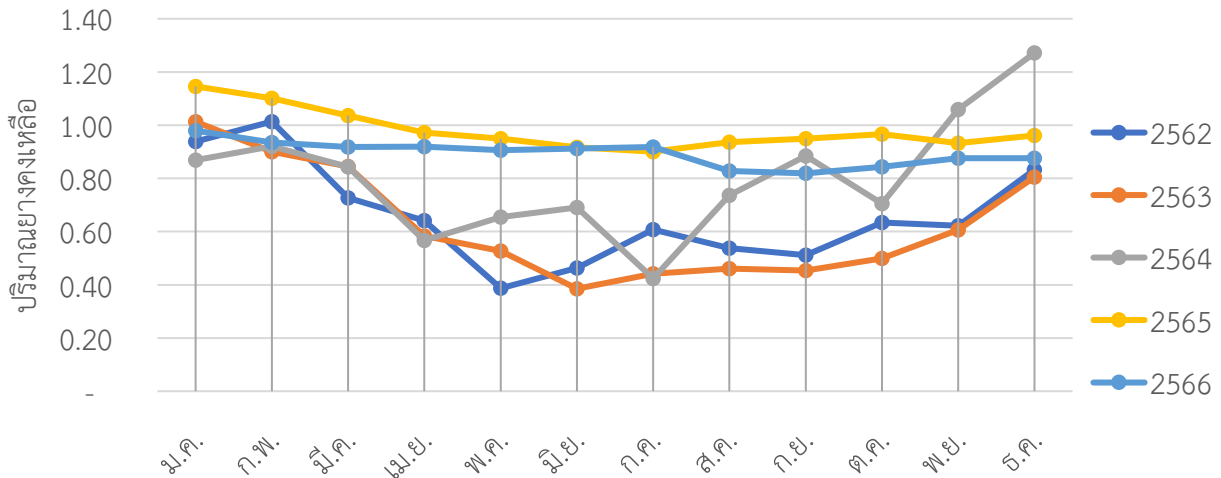
ประเภท	ปริมาณยางพาราคงเหลือ (ตัน)					%สัดส่วน 2566	%YoY 66/65	CAGR (62-66)
	2562	2563	2564	2565	2566			
ยางแผ่นรมควัน	44,468	34,284	81,113	55,561	36,711	4.19	-33.93	-4.68
ยางแท่ง	93,049	73,449	164,611	127,013	138,002	15.76	8.65	10.36
น้ำยางข้น	147,343	111,919	139,012	125,415	107,047	12.23	-14.65	-7.68
ยางผสม	28,511	23,862	100,563	43,191	53,402	6.10	23.64	16.99
อื่น ๆ	519,031	561,395	786,173	609,762	540,342	61.72	-11.38	1.01
รวม	832,402	804,909	1,271,472	960,941	875,504	100.00	-8.89	1.27

หมายเหตุ. จาก สถิติยางประจำปี 2566 โดย กองการยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

ภาพที่ 2-3

ปริมาณยางพาราคงเหลือ 5 ปี รายเดือน

หน่วย: พันตัน



หมายเหตุ. จาก สถิติยางประจำปี 2566 โดย กองการยาง กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

2.3.2 ปริมาณยางพาราคงเหลือในต่างประเทศ

ปริมาณยางพาราคงเหลือในต่างประเทศที่ใช้พิจารณาหลัก คือ สต็อกยางเมืองชิงต่าว (Qingdao) เนื่องจากเป็นเมืองที่มีการนำเข้ายางพารามากที่สุดของจีน โดยขนส่งทางเรือจากไทย ไปยังท่าเรือชิงต่าว ตั้งอยู่ในมณฑลซานตง (Shandong) โดยปี 2566 สัดส่วนการนำเข้ายางพารา และผลิตภัณฑ์ในมณฑลซานตง 49.91% ของมูลค่าการนำเข้ายางพาราของจีน ประกอบกับเป็นฐานการผลิต ยางยานพาหนะที่สำคัญของจีนที่มาจากการซื้อขายในตลาดส่งมอบจริง โดยฝ่ายเกษตรประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว รายงานข้อมูลปริมาณสต็อกยางพาราที่สำคัญในจีน พบว่า ปี 2566 ปริมาณยางพาราคงเหลือ ในคลังสินค้าเมืองชิงต่าว มีจำนวนรวม 582,200 ตัน แบ่งเป็น คลังสินค้าการค้าทั่วไป 430,700 ตัน และคลังสินค้าทัณฑ์บน (ปริมาณยางพาราคงเหลือ 151,500 ตัน) เพิ่มขึ้น 2.39% จากปี 2565 (ปริมาณยางพาราคงเหลือ 568,600 ตัน) แสดงให้เห็นว่าเมืองชิงต่าวเป็นศูนย์กลางที่สำคัญในการนำเข้ายางพาราของจีน และเมื่อเทียบกับปี 2565 พบว่า ศูนย์กลางซื้อขายล่วงหน้านครเซี่ยงไฮ้ และคลังสินค้าทัณฑ์บนเมืองชิงต่าว มีปริมาณยางพาราคงเหลือที่เพิ่มขึ้น 0.13% และ 19.39% จากปี 2565 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 2-7)

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของปริมาณยางพาราคงเหลือในแต่ละปี อาจเกี่ยวข้องกับ ปัจจัยเศรษฐกิจ เช่น การส่งออก การผลิตภายในจีน และการเปลี่ยนแปลงของราคายางในตลาดโลก

ตารางที่ 2-7

ปริมาณยางพาราคงเหลือในจีน

หน่วย: ตัน

สต็อก	ปริมาณยางพาราคงเหลือ (ตัน)					%YoY 66/65	CAGR (62-66)
	2562	2563	2564	2565	2566		
ศูนย์กลางซื้อขาย ล่วงหน้านครเซี่ยงไฮ้	226,250	160,570	208,410	165,010	165,220	0.13	-7.56
คลังสินค้าการค้าทั่วไป เมืองชิงต่าว	-	643,200	227,800	441,700	430,700	-2.49	N/A
คลังสินค้าทัณฑ์บน เมืองชิงต่าว	-	116,900	66,100	126,900	151,500	19.39	N/A

หมายเหตุ. ตารางแสดงราคายางพาราไทยแต่ละชนิดในตลาดประเทศจีน และปริมาณสต็อกยางพาราที่สำคัญของจีน ประจำเดือนธันวาคม 2562 – 2566 โดย ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว

3. สถานการณ์การค้าทางพาราและผลิตภัณฑ์

3.1 การค้าระหว่างประเทศของโลก

ในช่วงปีที่ผ่านมา ประเทศไทยยังคงเป็นผู้นำในการส่งออกพารา โดยมีสัดส่วนการส่งออกมากที่สุดในโลก ตามมาด้วยอินโดนีเซียและมาเลเซีย การส่งออกพาราโลกส่วนใหญ่จะถูกส่งไปยังประเทศที่มีอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ขนาดใหญ่ เช่น จีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปจากการรวบรวมข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของโลกเกี่ยวกับพาราและผลิตภัณฑ์ยาง โดย Trade Map แสดงมูลค่าการส่งออกของโลก ดังนี้

3.1.1 การส่งออกพาราและผลิตภัณฑ์ของโลก

ปี 2566 พาราและผลิตภัณฑ์มีมูลค่าการส่งออก 193,765.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ดังตารางที่ 3-1) แบ่งออกเป็นพารา (สัดส่วน 13.73% ของมูลค่าการส่งออกในปี 2566) และผลิตภัณฑ์ยาง (86.27%) โดยมูลค่าการส่งออกพาราและผลิตภัณฑ์ขยายตัว 0.10% จากปีก่อนหน้า (ปี 2565 มีมูลค่าส่งออก 193,573.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และในช่วง 5 ปี (ปี 2562 – 2566) มูลค่าการส่งออกพาราและผลิตภัณฑ์มีอัตราเติบโตเฉลี่ย (CAGR) 4.29% ต่อปี โดยประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกพาราและผลิตภัณฑ์ ปี 2566 สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (สัดส่วน 16.50% ของมูลค่าการส่งออกในปี 2566) ไทย (8.39%) เยอรมนี (8.38%) สหรัฐฯ (6.30%) และญี่ปุ่น (4.37%)

ตารางที่ 3-1

การส่งออกพาราและผลิตภัณฑ์

การส่งออก	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)	
	2562	2563	2564	2565	2566				
ยางพาราและผลิตภัณฑ์ ตามกลุ่ม									
ยางพารา	23,984.51	22,549.93	29,860.90	30,888.92	26,603.32	13.73	-13.87	2.62	
ผลิตภัณฑ์ยาง	139,783.41	135,621.87	170,252.24	162,684.13	167,162.56	86.27	2.75	4.57	
รวม	163,767.91	158,171.79	200,113.13	193,573.05	193,765.89	100.00	0.10	4.29	
ประเทศผู้ส่งออกพาราและผลิตภัณฑ์สูงสุด 10 อันดับแรก									
จีน	21,470.26	21,779.10	29,809.47	29,941.28	31,979.56	16.50	6.81	10.47	
ไทย	14,821.87	15,080.47	19,207.53	18,342.24	16,260.92	8.39	-11.35	2.34	
เยอรมนี	14,731.10	13,638.75	16,029.22	15,392.16	16,237.76	8.38	5.49	2.46	
สหรัฐฯ	11,087.65	9,379.68	10,792.21	11,879.59	12,200.55	6.30	2.70	2.42	
ญี่ปุ่น	8,423.56	6,907.92	8,516.67	8,642.32	8,464.21	4.37	-2.06	0.12	
โปแลนด์	4,736.92	4,659.66	5,633.01	5,871.13	6,233.86	3.22	6.18	7.11	
เวียดนาม	4,208.07	4,626.31	6,068.48	6,436.49	6,220.27	3.21	-3.36	10.26	
อิตาลี	4,632.50	4,221.53	5,268.92	5,418.64	5,824.03	3.01	7.48	5.89	
ฝรั่งเศส	5,378.21	4,634.49	5,476.47	5,421.12	5,808.68	3.00	7.15	1.94	
มาเลเซีย	6,770.70	10,890.43	16,201.89	7,307.57	5,282.72	2.73	-27.71	-6.02	
อื่น ๆ	67,507.07	62,353.46	77,109.28	78,920.51	79,253.33	40.89	0.42	4.09	
รวม	163,767.91	158,171.79	200,113.13	193,573.05	193,765.89	100.00	0.10	4.29	

หมายเหตุ: สัดส่วนและอันดับพิจารณาจากปี 2566 (International Trade Centre, 2024)

(1) การส่งออกยางพาราของโลก

(1.1) มูลค่าการส่งออกยางพาราโลก

ปี 2566 มูลค่าการส่งออกยางพาราโลก 26,603.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ดังตารางที่ 3-2) ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ไทย (6,116.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 22.99% ของมูลค่าการส่งออกยางพาราโลกในปี 2566) เวียดนาม (2,863.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 10.79%) อินโดนีเซีย (2,552.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 9.59%) โกลด์โคสต์ (2,051.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 7.71%) และเยอรมนี (1,624.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 6.11%)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2566 มูลค่าการส่งออกยางพาราโลกหดตัว 13.89% จากปีก่อนหน้า (ปี 2565 มีมูลค่าส่งออก 30,889 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวจาก 10 อันดับแรกของมูลค่าการส่งออกยางพาราโลก ได้แก่ โกลด์โคสต์ (+10.16%) และเยอรมนี (+7.28%)

มูลค่าการส่งออกยางพาราโลกมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (ปี 2561 - 2565) 2.62% ต่อปี ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกเติบโตเฉลี่ยต่อปีสูงสุดจาก 10 อันดับแรกของมูลค่าการส่งออกยางพาราโลก ได้แก่ โกลด์โคสต์ (+22.66% ต่อปี) จีน (+13.17% ต่อปี) เวียดนาม (+5.81% ต่อปี) เยอรมนี (+4.53% ต่อปี) และสหรัฐอเมริกา (+2.58% ต่อปี)

ตารางที่ 3-2

ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกยางพาราสูงสุด 10 อันดับแรก

ประเทศผู้ส่งออก	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
ไทย	6,142.55	5,817.05	7,732.60	8,039.82	6,116.73	22.99	-23.92	-0.11
เวียดนาม	2,285.06	2,362.33	3,255.59	3,297.29	2,863.72	10.76	-13.15	5.81
อินโดนีเซีย	3,654.98	3,246.86	4,122.79	3,655.01	2,552.29	9.59	-30.17	-8.59
โกลด์โคสต์	906.31	1,039.15	1,539.41	1,862.32	2,051.59	7.71	10.16	22.66
เยอรมนี	1,360.63	1,163.96	1,420.30	1,514.30	1,624.61	6.11	7.28	4.53
มาเลเซีย	1,534.14	1,535.52	1,766.13	1,739.60	1,419.35	5.34	-18.41	-1.93
สหรัฐอเมริกา	1,144.70	958.91	1,278.96	1,358.65	1,267.27	4.76	-6.73	2.58
อิตาลี	648.54	587.91	726.27	748.78	674.03	2.53	-9.98	0.97
เบลเยียม	610.60	481.33	707.03	709.26	638.63	2.40	-9.96	1.13
จีน	379.17	331.91	568.37	658.67	621.94	2.34	-5.58	13.17
อื่น ๆ	5,317.83	5,025.00	6,743.46	7,305.21	6,773.17	25.47	-7.28	6.23
รวม	23,984.51	22,549.93	29,860.90	30,888.92	26,603.32	100.00	-13.87	2.62

หมายเหตุ: อันดับพิจารณาจากตัวเลขปี 2566 (International Trade Centre, 2024)

(1.2) ชนิดยางพารา

ชนิดยางพาราแปรรูปชั้นกลางที่ส่งออก 11 ชนิด (ดังตารางที่ 3-3) โดยปี 2566 ชนิดยางพาราแปรรูปชั้นกลางที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ยางแท่ง (9,072.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 34.01% ของมูลค่าการส่งออกยางพาราโลกในปี 2566) ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ตาม 4001 (5,057.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 19.00%) ยางที่ผสมกับซิลิกา (4,279.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 16.09%) ของผสม

ที่ได้จากยางธรรมชาติอีพอกไซด์ (1,907.41 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 7.17%) และน้ำยางข้น (1,667.35 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 6.27%)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2566 ชนิดยางพาราแปรรูปชั้นกลางที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัว ได้แก่ ยางผสมสารละลาย (+13.29%) ยางผสมเป็นแผ่นแผ่นบาง และเป็นแถบ (+5.61%) ยางที่ผสมกับซิลิกา (+5.15%) และยางผสมอื่น ๆ (+0.46%)

ชนิดยางพาราแปรรูปชั้นกลางที่มีมูลค่าการส่งออกเติบโตเฉลี่ยต่อปีขยายตัว 5 อันดับแรก ได้แก่ ยางผสมสารละลาย (+22.21% ต่อปี) ยางพาราอื่น ๆ (+16.82% ต่อปี) ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ตาม 4001 (+7.59% ต่อปี) ยางที่ผสมกับซิลิกา (+4.57% ต่อปี) และของผสมที่ได้จากยางธรรมชาติอีพอกไซด์ (+4.06% ต่อปี)

ขณะที่มูลค่าต่อหน่วยเฉลี่ย (Unit Value) สูงสุด ได้แก่ ยางผสมสารละลาย (5,306.49 เหรียญสหรัฐต่อตัน) ของผสมที่ได้จากยางธรรมชาติอีพอกไซด์ (3,678.36 ล้านเหรียญสหรัฐต่อวัน) ยางผสมเป็นแผ่น แผ่นบาง และเป็นแถบ (3,923.18 ล้านเหรียญสหรัฐ) เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปีก่อนหน้า (YoY) ที่ขยายตัว 5 อันดับแรก ได้แก่ ยางผสมสารละลาย (+10.10%) ยางผสมเป็นแผ่น แผ่นบาง และเป็นแถบ (+9.62%) ยางที่ผสมกับซิลิกา (+6.51%) ของผสมที่ได้จากน้ำยาง (+5.84%) และของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ตาม 4001 (+5.02%) มูลค่าต่อหน่วยเติบโตเฉลี่ยต่อปีขยายตัว 2.40% ต่อปี โดยยางผสมสารละลายเติบโตเฉลี่ยขยายตัวสูงสุดอยู่ที่ +19.18% ต่อปี รองลงมา เช่น ของผสมที่ได้จากน้ำยาง (+8.82% ต่อปี) ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ตาม 4001 (+6.24% ต่อปี) ยางพาราอื่น ๆ (+6.01% ต่อปี) และยางผสมเป็นแผ่นแผ่นบาง และเป็นแถบ (+5.65% ต่อปี)

ตารางที่ 3-3

การส่งออกยางพารารายชนิด

สินค้า (พิกัดศุลกากร)	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ) ปริมาณการส่งออก (ตัน) มูลค่าต่อหน่วย (เหรียญสหรัฐ/ตัน)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
น้ำยางข้น (400110)	1,712.76	1,925.75	2,344.97	2,343.48	1,667.35	6.27	-28.85	-0.67
	1,716,834	1,851,074	1,832,911	1,890,475	1,669,346		-11.70	-0.70
	997.63	1,040.34	1,279.37	1,239.62	998.80		-19.43	0.03
ยางแผ่น (400121)	1,227.12	1,123.82	1,760.48	1,414.65	930.15	3.50	-34.25	-6.69
	775,630	672,995	862,433	781,423	581,059		-25.64	-6.97
	1,582.10	1,669.88	2,041.30	1,810.35	1,600.79		-11.58	0.29
ยางแท่ง (400122)	9,054.49	7,388.84	11,414.85	11,071.53	9,072.13	34.10	-18.06	0.05
	6,428,590	5,496,143	6,969,637	6,678,068	6,508,628		-2.54	0.31
	1,408.47	1,344.37	1,637.80	1,657.89	1,393.86		-15.93	-0.26
ยางพาราอื่น ๆ (400129)	492.16	650.41	1,039.24	1,262.74	916.64	3.45	-27.41	16.82
	503,883	697,022	834,940	864,405	743,025		-14.04	10.20
	976.73	933.12	1,244.68	1,460.82	1,233.67		-15.55	6.01
ของผสมที่ได้จาก ผลิตภัณฑ์ตาม 4001 (400280)	3,774.19	4,681.82	4,752.31	5,632.58	5,057.92	19.00	-10.20	7.59
	2,740,669	3,467,404	2,930,206	3,371,927	2,883,071		-14.50	1.27
	1,377.11	1,350.24	1,621.83	1,670.43	1,754.35		5.02	6.24
ของผสมที่ได้จากน้ำยาง (400291)	268.05	233.89	374.16	259.73	176.44	0.66	-32.07	-9.93
	178,238	162,201	182,785	130,329	83,649		-35.82	-17.23

สินค้า (พิกัดศุลกากร)	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ) ปริมาณการส่งออก (ตัน) มูลค่าต่อหน่วย (เหรียญสหรัฐ/ตัน)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
	ของผสมที่ได้จากน้ำยาง (400291) (ต่อ)	1,503.90	1,441.99	2,046.97	1,992.87			
ของผสมที่ได้จากยาง ธรรมชาติอพอกไซด์ (400299)	1,626.74	1,516.74	2,066.46	2,335.65	1,907.41	7.17	-18.33	4.06
	506,891	505,720	607,469	583,639	518,548		-11.15	0.57
	3,209.26	2,999.17	3,401.75	4,001.88	3,678.36		-8.08	3.47
ยางที่ผสมกับซิลิกา (400510)	3,579.55	3,024.58	3,742.09	4,069.97	4,279.49	16.09	5.15	4.57
	1,219,408	1,079,495	1,258,970	1,271,574	1,255,324		-1.28	0.73
	2,935.48	2,801.85	2,972.34	3,200.73	3,409.07		6.51	3.81
ยางผสมสารละลาย (400520)	103.97	116.44	165.42	204.71	231.92	0.87	13.29	22.21
	39,532	33,575	37,442	42,473	43,704		2.90	2.54
	2,630.00	3,468.12	4,418.03	4,819.79	5,306.49		10.10	19.18
ยางผสมเป็นแผ่น แผ่นบาง และเป็นแถบ (400591)	1,162.66	1,021.92	1,184.36	1,155.46	1,220.27	4.59	5.61	1.22
	369,215	338,704	375,129	322,856	311,042		-3.66	-4.20
	3,149.00	3,017.14	3,157.20	3,578.86	3,923.18		9.62	5.65
ยางผสมอื่น ๆ (400599)	982.81	865.71	1,016.57	1,138.43	1,143.61	4.30	0.46	3.86
	372,188	345,110	375,041	402,742	386,030		-4.15	0.92
	2,640.63	2,508.50	2,710.55	2,826.69	2,962.50		4.80	2.92
รวม	23,984.51	22,549.93	29,860.90	30,888.92	26,603.32	100	-13.87	2.62
	14,851,078	14,649,443	16,266,963	16,339,912	14,983,426		-8.30	0.22
	1,615.00	1,539.30	1,835.68	1,890.40	1,775.52		-6.08	2.40

หมายเหตุ: อันดับพิจารณาจากตัวเลขปี 2566 (International Trade Centre, 2024)

(2) การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของโลก

(2.1) มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางโลก

ปี 2566 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางโลก 167,162.56 ล้านเหรียญสหรัฐ (ดังตารางที่ 3-4) ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (31,357.63 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 18.76% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางโลกในปี 2566) เยอรมนี (14,613.15 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 8.74%) สหรัฐฯ (10,933.27 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 6.54%) ไทย (10,144.19 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 6.07%) และญี่ปุ่น (7,857.56 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 4.70%)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2566 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางโลกขยายตัว 2.75% จากปีก่อนหน้า (ปี 2565 มีมูลค่าส่งออก 162,684.13 ล้านเหรียญสหรัฐ) ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางสูงสุด 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัว โดยประเทศที่ขยายตัวสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สเปน (+22.46%) อิตาลี (+10.28%) เม็กซิโก (+8.38%) ฝรั่งเศส (7.36%) และจีน (+7.09%) ขณะที่ไทย และญี่ปุ่นมีมูลค่าการส่งออกหดตัว อยู่ที่ -1.54% และ -1.06% ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางโลกมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (ปี 2561 – 2565) 4.57% ต่อปี ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางสูงสุด 10 อันดับแรกส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกเติบโตเฉลี่ยต่อปีขยายตัวทุกประเทศ โดยประเทศที่ขยายตัวสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เม็กซิโก (+10.76% ต่อปี) จีน (+10.42% ต่อปี) สเปน (+8.13% ต่อปี) โปแลนด์ (+7.20% ต่อปี) และอิตาลี (+6.63% ต่อปี) ขณะที่ไทยอยู่อันดับที่ 6 มีมูลค่าการส่งออกเติบโต +3.98% ต่อปี

ตารางที่ 3-4

ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางสูงสุด 10 อันดับแรก

ประเทศ ผู้ส่งออก	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
จีน	21,091.10	21,447.19	29,241.09	29,282.60	31,357.63	18.76	7.09	10.42
เยอรมนี	13,370.46	12,474.79	14,608.92	13,877.86	14,613.15	8.74	5.30	2.25
สหรัฐฯ	9,942.96	8,420.77	9,513.26	10,520.94	10,933.27	6.54	3.92	2.40
ไทย	8,679.33	9,263.41	11,474.93	10,302.42	10,144.19	6.07	-1.54	3.98
ญี่ปุ่น	7,768.43	6,284.71	7,739.36	7,941.38	7,857.56	4.70	-1.06	0.29
โปแลนด์	4,477.11	4,414.82	5,319.66	5,533.72	5,913.15	3.54	6.86	7.20
ฝรั่งเศส	4,840.38	4,203.01	4,965.40	4,892.51	5,252.81	3.14	7.36	2.07
อิตาลี	3,983.96	3,633.62	4,542.65	4,669.86	5,150.00	3.08	10.28	6.63
สเปน	3,567.44	3,303.32	3,986.22	3,982.05	4,876.36	2.92	22.46	8.13
เม็กซิโก	2,818.82	2,646.34	3,317.02	3,913.79	4,241.70	2.54	8.38	10.76
อื่น ๆ	59,243.42	59,529.89	75,543.73	67,767.00	66,822.74	39.97	-1.39	3.06
รวม	139,783.41	135,621.87	170,252.24	162,684.13	167,162.56	100.00	2.75	4.57

หมายเหตุ: อันดับพิจารณาจากตัวเลขปี 2566 (International Trade Centre, 2024)

(2.2) ชนิดผลิตภัณฑ์ยาง

ชนิดผลิตภัณฑ์ยางที่ส่งออก 11 ชนิด (ดังตารางที่ 3-5) โดยปี 2566 ชนิดยางพาราแปรรูปชั้นปลายที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ยางนอก (98,923.05 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 59.18%) ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (32,411.52 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 19.39%) หลอด ท่อ และท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (12,376.18 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 7.4%) เครื่องแต่งกายและของที่ใช้ประกอบกับเครื่องแต่งกาย (7,792.60 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 4.66%) และสายพานลำเลียง สายพานส่งกำลัง หรือของที่ใช้เป็นสายพาน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (6,896.66 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 4.12%)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2566 ชนิดยางพาราแปรรูปชั้นปลายที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัว ได้แก่ หลอด ท่อ และท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (+6.51%) ยางนอก (+6.37%) ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (+4.48%) ยางแข็ง (+4.38%) และสายพานลำเลียง สายพานส่งกำลัง หรือของที่ใช้เป็นสายพาน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (+2.84%)

ชนิดยางพาราแปรรูปชั้นปลายที่มีมูลค่าการส่งออกเติบโตเฉลี่ยต่อปีขยายตัว 5 อันดับแรก ได้แก่ ยางแข็ง (+5.55% ต่อปี) ยางนอก (+5.44% ต่อปี) สายพานลำเลียง สายพานส่งกำลัง หรือของที่ใช้เป็นสายพาน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (+5.28% ต่อปี) ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (+4.41% ต่อปี) และหลอด ท่อ และท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (+4.30% ต่อปี)

ตารางที่ 3-5

การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางรายชนิด

สินค้า (พิกัดศุลกากร)	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
ยางวัลแคนไนซ์ (4006)	501.97	428.88	474.05	479.49	444.76	0.27	-7.24	-2.98
ด้ายและด้ายชนิด คอร์ด ทำด้วยยางวัล แคนไนซ์ (4007)	585.84	602.16	844.65	764.2	583.48	0.35	-23.65	-0.10
แผ่น แผ่นบาง แถบ เส้น และรูปทรง โพรไฟล์ทำด้วยยาง วัลแคนไนซ์ (4008)	4418.94	4,122.68	4,913.68	5,114.55	4,901.68	2.93	-4.16	2.63
หลอด ท่อ และท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (4009)	10457.87	9,227.80	11,248.44	11,619.65	12,376.18	7.40	6.51	4.30
สายพานลำเลียง สายพานส่งกำลัง หรือ ของที่ใช้เป็นสายพาน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (4010)	5614.28	5,206.66	6,223.88	6,705.94	6,896.66	4.12	2.84	5.28
ยางนอก (4011)	80042.62	70,908.64	85,987.71	93,002.73	98,923.05	59.18	6.37	5.44
ยางใน (4013)	1145.41	1,153.11	1,461.14	1,395.18	1,164.54	0.70	-16.53	0.41
ของใช้เพื่อการอนามัย หรือใช้ในทางเภสัช กรรม (4014)	1229.21	1,274.65	1,394.86	1,366.11	1,340.99	0.80	-1.84	2.20
เครื่องแต่งกายและ ของที่ใช้ประกอบกับ เครื่องแต่งกาย (4015)	8246.62	17,110.83	26,832.24	10,901.94	7,792.60	4.66	-28.52	-1.41
ของอื่น ๆ ทำด้วย ยางวัลแคนไนซ์ (4016)	27,277.15	25,335.08	30,559.92	31,020.98	32,411.52	19.39	4.48	4.41
ยางแข็ง (4017)	263.50	251.38	311.67	313.37	327.1	0.20	4.38	5.55
รวม	139,783.41	135,621.87	170,252.24	162,684.13	167,162.56	100	2.75	4.57

หมายเหตุ. จาก International Trade Centre (2024)

3.1.2 การนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ของโลก

ปี 2566 ยางพาราและผลิตภัณฑ์มีมูลค่าการนำเข้า 198,543.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็นยางพารา (สัดส่วน 14.22% ของมูลค่าการนำเข้าในปี 2566) และผลิตภัณฑ์ยาง (สัดส่วน 85.78% ของมูลค่าการนำเข้าในปี 2566) โดยมูลค่าการนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ หดตัว -4.96% จากปีก่อนหน้า (ปี 2565 มีมูลค่าส่งออก 208,899.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และในช่วง 5 ปี (ปี 2562 – 2566) มูลค่าการนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์มีอัตราเติบโตเฉลี่ย (CAGR) 3.90% ต่อปี โดยประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐฯ (สัดส่วน 16.60% ของมูลค่าการนำเข้า ปี 2566) เยอรมนี (7.55%) จีน (6.88%) เม็กซิโก (4.02%) และฝรั่งเศส (3.91%) (ดังตารางที่ 3-6)

ตารางที่ 3-6

การนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์

การนำเข้า	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
ยางพาราและผลิตภัณฑ์ ตามกลุ่ม								
ยางพารา	25,649.83	24,159.95	32,765.57	34,892.57	28,224.58	14.22	-19.11	2.42
ผลิตภัณฑ์	144,704.89	138,738.45	179,236.56	174,006.90	170,318.75	85.78	-2.12	4.16
รวม	170,354.72	162,898.40	212,002.13	208,899.47	198,543.33	100.00	-4.96	3.90
ยางพาราและผลิตภัณฑ์สูงสุด 10 อันดับแรก								
สหรัฐฯ	28,046.05	27,026.14	39,062.92	37,948.39	32,962.22	16.60	-13.14	4.12
เยอรมนี	13,309.71	12,550.93	16,160.09	15,333.58	14,995.04	7.55	-2.21	3.03
จีน	12,453.12	13,501.64	15,360.68	15,331.22	13,655.18	6.88	-10.93	2.33
เม็กซิโก	6,302.70	5,178.88	6,793.46	7,744.56	7,979.39	4.02	3.03	6.07
ฝรั่งเศส	6,462.58	5,765.63	7,652.50	7,322.48	7,766.08	3.91	6.06	4.70
แคนาดา	5,812.07	5,315.61	7,016.37	6,667.23	6,377.99	3.21	-4.34	2.35
อิตาลี	4,372.69	4,109.10	5,646.08	5,632.93	5,652.19	2.85	0.34	6.63
สหราชอาณาจักร	4,995.33	5,445.00	5,847.74	5,521.70	5,305.51	2.67	-3.92	1.52
เนเธอร์แลนด์	4,167.65	3,967.18	5,479.60	5,055.09	4,810.00	2.42	-4.85	3.65
สเปน	3,575.13	3,461.14	4,387.16	4,325.91	4,302.87	2.17	-0.53	4.74
อื่น ๆ	80,857.69	76,577.16	98,595.54	98,016.39	94,736.88	47.72	-3.35	4.04
รวม	170,354.72	162,898.40	212,002.13	208,899.47	198,543.33	100.00	-4.96	3.90

หมายเหตุ: สัดส่วนและอันดับพิจารณาจากปี 2566 (International Trade Centre, 2024)

(1) การนำเข้ายางพาราของโลก

ปี 2566 มูลค่าการนำเข้ายางพาราทั่วโลก 28,224.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (9,234.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) สหรัฐฯ (2,351.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เวียดนาม (1,506.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) มาเลเซีย (1,457.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และเยอรมนี (1,351.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในกลุ่มประเทศที่มีการนำเข้าสูงสุด 10 อันดับแรก พบว่า มูลค่าการนำเข้ายางพาราหดตัว

-19.11% จากปี 2565 (34,892.57 ล้านเหรียญสหรัฐ) เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าในปีก่อนหน้า หดตัวทุกประเทศ โดยเวียดนามหดตัวสูงสุด (-32.94% YoY) ขณะที่อัตราเติบโตเฉลี่ยในรอบ 5 ปี (ปี 2562 – 2566) ขยายตัว 2.42% ต่อปี โดยประเทศที่มีมูลค่าอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เวียดนาม (+25.72% ต่อปี) จีน (+4.85% ต่อปี) อิตาลี (+4.42% ต่อปี) อินเดีย (+2.10% ต่อปี) และเยอรมนี (+1.64% ต่อปี) (ดังตารางที่ 3-7)

ตารางที่ 3-7

ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าทางพาราสูงสุด 10 อันดับแรก

ประเทศ ผู้นำเข้า	มูลค่าการนำเข้า(ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
จีน	7,639.73	8,389.83	9,384.84	10,222.71	9,234.42	32.72	-9.67	4.85
สหรัฐฯ	2,453.02	1,913.00	3,017.26	3,326.59	2,351.50	8.33	-29.31	-1.05
เวียดนาม	602.99	885.45	2,140.89	2,246.36	1,506.39	5.34	-32.94	25.72
มาเลเซีย	1,462.97	1,602.74	1,999.89	1,817.08	1,457.03	5.16	-19.81	-0.10
เยอรมนี	1,075.30	937.40	1,301.05	1,351.91	1,147.75	4.06	-15.10	1.64
ญี่ปุ่น	1,225.38	924.55	1,417.67	1,561.28	1,053.28	3.73	-32.54	-3.71
อินเดีย	960.28	749.59	1,260.11	1,389.95	1,043.33	3.70	-24.94	2.10
โปแลนด์	745.89	658.52	837.90	895.37	786.57	2.79	-12.15	1.34
อิตาลี	523.82	476.24	694.45	725.09	622.86	2.21	-14.10	4.42
สเปน	631.50	528.80	721.56	799.44	611.18	2.16	-23.55	-0.81
อื่น ๆ	8,328.95	7,093.83	9,989.95	10,556.79	8,410.27	29.80	-20.33	0.24
รวม	25,649.83	24,159.95	32,765.57	34,892.57	28,224.58	100.00	-19.11	2.42

หมายเหตุ: อันดับพิจารณาจากตัวเลขปี 2566 (International Trade Centre, 2024)

(2) การนำเข้าผลิตภัณฑ์ของโลก

ปี 2566 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ของโลก 170,318.75 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐฯ (30,610.72 ล้านเหรียญสหรัฐ) เยอรมนี (13,847.29 ล้านเหรียญสหรัฐ) เม็กซิโก (7,407.26 ล้านเหรียญสหรัฐ) ฝรั่งเศส (7,274.97 ล้านเหรียญสหรัฐ) และแคนาดา (5,924.63 ล้านเหรียญสหรัฐ)

ในกลุ่มประเทศที่มีการนำเข้าสูงสุด 10 อันดับแรก พบว่า มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ทางหดตัว -2.12% เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าในปี 2565 (174,006.90 ล้านเหรียญสหรัฐ) โดยประเทศที่มีการนำเข้าหดตัว ได้แก่ จีน (-13.46%) สหรัฐฯ (-11.59%) สหราชอาณาจักร (-3.93%) เนเธอร์แลนด์ (-3.84%) แคนาดา (-2.93%) และเยอรมนี (-0.96%) ขณะที่ฝรั่งเศส สเปน เม็กซิโก และอิตาลี ขยายตัว +9.15% +4.69% 3.67% และ 2.48% ตามลำดับ

อัตราเติบโตเฉลี่ยในรอบ 5 ปี (ปี 2562 – 2566) ขยายตัว 4.16% ต่อปี โดยประเทศที่มีมูลค่าอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ อิตาลี (+6.92% ต่อปี) เม็กซิโก (+6.26% ต่อปี) สเปน (+5.82% ต่อปี) ฝรั่งเศส (+5.69% ต่อปี) และสหรัฐฯ (+4.58% ต่อปี) ขณะที่จีนหดตัว (-2.10% ต่อปี) (ดังตารางที่ 3-8)

ตารางที่ 3-8

ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางสูงสุด 10 อันดับแรก

ประเทศ ผู้นำเข้า	มูลค่าการนำเข้า(ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
สหรัฐฯ	25,593.03	25,113.14	36,045.66	34,621.80	30,610.72	17.97	-11.59	4.58
เยอรมนี	12,234.41	11,613.53	14,859.04	13,981.67	13,847.29	8.13	-0.96	3.14
เม็กซิโก	5,810.31	4,742.29	6,229.00	7,145.26	7,407.26	4.35	3.67	6.26
ฝรั่งเศส	5,831.35	5,281.12	7,010.97	6,664.86	7,274.97	4.27	9.15	5.69
แคนาดา	5,264.69	4,914.89	6,465.15	6,103.77	5,924.63	3.48	-2.93	3.00
สหราชอาณาจักร	4,781.24	5,313.31	5,684.42	5,337.17	5,127.53	3.01	-3.93	1.76
อิตาลี	3,848.87	3,632.86	4,951.64	4,907.85	5,029.33	2.95	2.48	6.92
เนเธอร์แลนด์	3,910.27	3,737.97	5,212.12	4,795.77	4,611.81	2.71	-3.84	4.21
จีน	4,813.39	5,111.81	5,975.84	5,108.50	4,420.76	2.60	-13.46	-2.10
สเปน	2,943.63	2,932.34	3,665.61	3,526.47	3,691.69	2.17	4.69	5.82
อื่น ๆ	69,673.70	66,345.19	83,137.11	81,813.78	82,372.76	48.36	0.68	4.27
รวม	144,704.89	138,738.45	179,236.56	174,006.90	170,318.75	100.00	-2.12	4.16

หมายเหตุ. อันดับพิจารณาจากตัวเลขปี 2566 (International Trade Centre, 2024)

3.2 การค้าระหว่างประเทศของไทย

จากการรวบรวมข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของไทยเกี่ยวกับยางพาราและผลิตภัณฑ์ โดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร พบว่า ในปี 2567 ไทยมีมูลค่าการค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ 20,161.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว +12.40% จากปี 2566 (17,937.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เกินดุลการค้า 17,076.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว +15.11% จากปี 2566 (14,835.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยผลิตภัณฑ์ยางพาราเกินดุลสูงสุด (9,463.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) รองลงมา คือ ยางพารา (7,611.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ไม้ยางพารา (2.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) แสดงมูลค่าการส่งออก - นำเข้ายางพารา ผลิตภัณฑ์ยางพารา และไม้ยางพารา

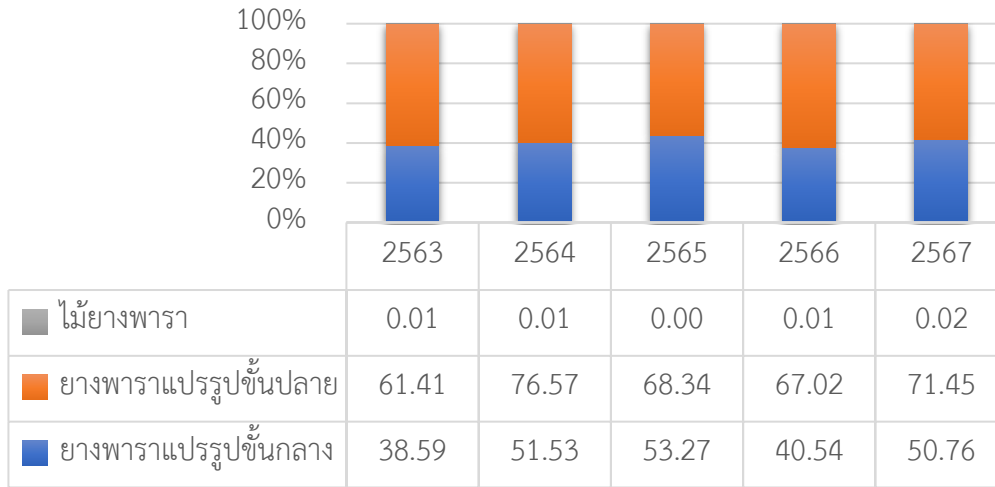
3.2.1 การส่งออกยางพาราและผลิตภัณฑ์ของไทย

ปี 2567 ไทยส่งออกยางพาราและผลิตภัณฑ์ มีมูลค่าการส่งออก 18,619.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มสินค้า (ดังภาพที่ 3-1) ได้แก่ (1) ยางพารา (มูลค่า 7,732.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสัดส่วน 41.53% ของมูลค่าการส่งออกยางและผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในปี 2567) (2) ผลิตภัณฑ์ยางพารา (มูลค่า 10,884.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสัดส่วน 58.46%) และ (3) ผลิตภัณฑ์ไม้ยางพารา (มูลค่า 2.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสัดส่วน 0.01%) โดยมูลค่าการส่งออกยางพาราและผลิตภัณฑ์ของไทย ขยายตัว +13.62% จากปี 2566 (มูลค่าส่งออก 16,386.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และในช่วง 5 ปี (ปี 2563 - 2567) มูลค่าการส่งออกยางพารา และผลิตภัณฑ์ของไทยมีอัตราเติบโตเฉลี่ย (CAGR) 5.15% ต่อปี โดยตลาดยางพาราและผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐฯ (สัดส่วน 26.90%) จีน (23.73%) ญี่ปุ่น (5.66%) มาเลเซีย (4.48%) และ เกาหลีใต้ (3.50%)

ภาพที่ 3-1

สัดส่วนมูลค่าการส่งออกยางพาราและผลิตภัณฑ์ของไทย ปี 2563 – 2567

หน่วย: ร้อยละ (%)



หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(1) การส่งออกยางพาราของไทย

การส่งออกยางเข้ามาในราชอาณาจักร ต้องได้รับใบอนุญาตการส่งออก ตามมาตรา 26 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2542 เว้นแต่การส่งออกยางนอกราชอาณาจักรเพื่อเป็นตัวอย่าง และมีน้ำหนักไม่เกิน 5 กิโลกรัมไม่ต้องขอใบอนุญาตฯ โดยยางที่จะส่งออกต้องมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานยาง และจะต้องมีการมัดและบรรจุหีบห่อยางที่ส่งออก ตามมาตรา 6 วรรค 1 (10) และประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง การกำหนดมาตรฐานยางและวิธีการมัดยางและการบรรจุหีบห่อยางเพื่อการส่งออกลงวันที่ 27 กันยายน 2548

(1.1) มูลค่าการส่งออก

มูลค่าการส่งออกยางพาราในปี 2567 มีมูลค่า 7,732.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ดังตารางที่ 3-9) ตลาดส่งออกยางพาราของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด 5 อันดับแรก ปี 2567 ได้แก่ จีน (3,900.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือสัดส่วน 50.44%) สหรัฐฯ (591.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือสัดส่วน 7.65%) ญี่ปุ่น (567.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือสัดส่วน 7.34%) มาเลเซีย (505.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือสัดส่วน 6.54%) และ อินเดีย (352.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือสัดส่วน 4.56%)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2567 ตลาดส่งออกยางพาราของไทย ขยายตัว 25.21% จากปีก่อนหน้า (6,175.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ตลาดส่งออกสำคัญของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด 10 อันดับแรก ทุกประเทศมีมูลค่าการส่งออกขยายตัวจากปีก่อนหน้า โดยตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัว 5 อันดับแรก ได้แก่ เวียดนาม (+89.36%) ญี่ปุ่น (+72.30%) อินเดีย (+58.37%) บราซิล (+56.76%) และสเปน (+53.30%)

ในช่วงปี 2563 – 2567 ไทยส่งออกมูลค่ายางพาราขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) 7.09% ต่อปี ตลาดส่งออกสำคัญของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่มีแนวโน้มเติบโตโดยตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ อินเดีย (+30.35% ต่อปี) เวียดนาม (+23.14% ต่อปี) ญี่ปุ่น (+20.57% ต่อปี) สเปน (+19.38% ต่อปี) และสหรัฐฯ (+17.51% ต่อปี) ขณะที่มาเลเซียหดตัว -6.57% ต่อปี

ตารางที่ 3-9

ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกอย่างพาราสูงสุด 10 อันดับแรก

ตลาดส่งออก สำคัญ	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
จีน	3,451.23	3,936.37	4,242.95	3,665.11	3,900.28	50.44	6.42	3.11
สหรัฐฯ	310.16	561.44	552.59	393.86	591.40	7.65	50.15	17.51
ญี่ปุ่น	268.53	433.59	430.01	329.38	567.53	7.34	72.30	20.57
มาเลเซีย	663.30	817.16	666.64	374.06	505.53	6.54	35.15	-6.57
อินเดีย	122.04	252.90	263.42	222.46	352.30	4.56	58.37	30.35
เกาหลีใต้	131.98	224.38	376.32	159.19	234.72	3.04	47.45	15.48
ตุรกี	102.21	179.74	177.02	142.00	160.30	2.07	12.89	11.91
สเปน	74.10	125.43	145.61	98.18	150.51	1.95	53.30	19.38
เวียดนาม	62.95	82.78	87.39	76.44	144.75	1.87	89.36	23.14
บราซิล	89.12	187.87	156.66	74.85	117.34	1.52	56.77	7.12
อื่น ๆ	602.85	1,048.49	1,016.05	640.34	1,008.13	13.04	57.44	13.72
รวม	5,878.47	7,850.15	8,114.66	6,175.87	7,732.79	100.00	25.21	7.09

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(1.2) ชนิดของพาราที่ส่งออก

ปี 2567 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกอย่างพารามากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ยางแท่ง (3,200.88 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 41.39%) ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภท 4001 (2,424.12 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 31.35%) น้ำยางข้น (942.76 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 12.19%) ยางแผ่น (807.57 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 10.44%) และยางที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา (273.41 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 3.54%) (ดังตารางที่ 3-10)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2567 ชนิดพาราที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัว ได้แก่ ของผสมที่ได้จากยางธรรมชาติอีพอกไซด์ (+80.83%) ยางพาราอื่น ๆ (+69.84%) ยางแผ่น (+43.19%) ยางแท่ง (+41.97%) ของผสมที่ได้จากน้ำยาง (+33.18%) น้ำยางข้น (+17.01%) ยางผสมเป็นแผ่น แผ่นบาง และเป็นแถบ (+12.14%) ยางที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา (+10.10%) และของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภท 4001 ผสมกับผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภนี้ (+7.99%) ขณะที่ยางผสมหัตถ์ -7.78% และไม่มีการส่งออกยางผสมสารละลายรวมทั้งดีสเปอร์ชันนอกจากของตามประเภทย่อย 4005.10

มูลค่าอย่างพาราต่อหน่วย (Unit Value) เฉลี่ย 5 ปี (ปี 2563 – 2567) อยู่ที่ 1,559.91 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม โดยชนิดพาราที่มีมูลค่าต่อหน่วยเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ของผสมที่ได้จากยางธรรมชาติอีพอกไซด์ (3,024.81 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม) ยางที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา (2,699.94 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม) ยางผสมเป็นแผ่น แผ่นบาง และเป็นแถบ (2,291.15 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม) ยางแผ่น (1,935.73 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม) และยางแท่ง (1,617.24 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม)

เมื่อเทียบกับมูลค่าต่อหน่วยในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2567 ชนิดยางพาราที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ยางแผ่น (+36.88%) น้ำยางข้น (+27.69%) ยางผสมอื่น ๆ (+25.13%) ยางแท่ง (+23.01%) และของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภท 4001 ผสมกับผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภนี้ (+21.50%) ขณะที่ยางผสมเป็นแผ่น แผ่นบาง และเป็นแถบหัดตัว -11.23% มูลค่าต่อหน่วยเติบโตเฉลี่ยขยายตัวเฉลี่ย 7.20% ต่อปี โดยยางผสมสารละลายเติบโตเฉลี่ยขยายตัวสูงสุดอยู่ที่ +8.35% ต่อปี รองลงมา เช่น ยางแผ่น (+7.49% ต่อปี) ยางพาราอื่น ๆ (+8.18% ต่อปี) และยางผสมอื่น ๆ (+7.42% ต่อปี)

ตารางที่ 3-10

การส่งออกยางพาราของไทยรายชนิด ปี 2563 - 2567

สินค้า (พิกัดศุลกากร)	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ) ปริมาณการส่งออก (ล้านตัน) มูลค่าต่อหน่วย (เหรียญสหรัฐ/ตัน)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
น้ำยางข้น (400110)	1,275.19	1,563.82	1,384.63	805.74	942.76	12.19	17.01	-7.27
	1.15	1.19	1.10	0.77	0.68		-12.23	-12.33
	1,110.25	1,316.57	1,253.64	1,042.15	1,389.26		27.69	5.76
ยางแผ่น (400121)	654.07	1,092.34	871.24	564.00	807.57	10.44	43.19	5.41
	0.38	0.51	0.46	0.35	0.35		-0.63	-1.94
	1,724.29	2,144.57	1,910.07	1,597.63	2,302.10		36.88	7.49
ยางแท่ง (400122)	1,550.53	2,854.60	2,818.81	2,254.56	3,200.88	41.39	41.97	19.87
	1.09	1.66	1.66	1.58	1.76		11.53	12.63
	1,419.05	1,721.06	1,696.18	1,429.78	1,820.12		23.01	6.42
ยางพาราอื่น ๆ (400129)	44.91	80.26	75.89	24.25	41.19	0.53	69.86	-2.14
	0.04	0.06	0.06	0.02	0.03		40.27	-9.54
	1,039.58	1,289.14	1,299.31	1,176.01	1,423.91		19.08	8.18
ของผสมที่ได้จาก ผลิตภัณฑ์ตาม 4001 (400280)	2,105.05	1,909.41	2,648.56	2,244.67	2,424.12	31.35	7.99	3.59
	1.58	1.17	1.63	1.62	1.40		-13.79	-3.06
	1,330.48	1,626.08	1,627.99	1,385.05	1,734.99		21.50	6.86
ของผสมที่ได้จากน้ำยาง (400291)	1.46	2.08	1.86	1.82	2.42	0.03	32.97	13.47
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		16.02	7.59
	1,406.72	1,681.18	1,629.37	1,512.74	1,736.54		13.74	5.41
ของผสมที่ได้จากยาง ธรรมชาติอีพอกไซด์ (400299)	3.26	6.03	7.08	7.48	13.54	0.18	81.02	42.76
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01		69.80	54.70
	3,025.78	3,573.25	4,273.36	2,058.95	2,192.73		3.13	-7.74
ยางที่ผสมกับซิลิกา (400510)	207.69	308.32	282.18	248.32	273.41	3.54	10.10	7.11
	0.08	0.10	0.10	0.10	0.10		0.18	5.19
	2,504.64	2,986.12	2,865.22	2,450.44	2,693.29		8.48	1.83

สินค้า (พิกัดศุลกากร)	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ) ปริมาณการส่งออก (ล้านตัน) มูลค่าต่อหน่วย (เหรียญสหรัฐ/ตัน)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
ยางผสมเป็นแผ่น แผ่น บาง และเป็นแถบ (400591)	30.12	26.97	18.80	19.26	21.60	0.28	12.15	-7.98
	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01		25.89	-15.07
	1,701.02	2,219.20	2,559.46	2,631.76	2,344.33		-11.23	8.35
ยางผสมอื่น ๆ (400599)	6.19	6.30	5.62	5.77	5.32	0.07	-7.80	-3.72
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		-26.36	-10.37
	1,334.08	1,572.85	1,423.94	1,418.55	1,776.32		25.13	7.42
รวม	5,878.47	7,850.15	8,114.66	6,175.87	7,732.79	100.00	25.21	7.09
	4.35	4.71	5.02	4.46	4.34		-2.83	-0.10
	1,350.35	1,665.06	1,616.35	1,384.15	1,783.63		24.71	7.20

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(2) การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทย

(2.1) มูลค่าการส่งออก

การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยในปี 2567 มีมูลค่า 10,884.11 ล้านเหรียญสหรัฐ (ดังตารางที่ 3-11) ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด 5 อันดับแรก ปี 2567 ได้แก่ สหรัฐฯ (4,417.60 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 40.59%) จีน (518.66 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 4.77%) ญี่ปุ่น (483.45 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 4.44%) เกาหลีใต้ (416.12 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 3.82%) ออสเตรเลีย (355.51 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 3.27%)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2567 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย ขยายตัว 6.60% จากปีก่อนหน้า (10,209.81 ล้านเหรียญสหรัฐ) ตลาดส่งออกสำคัญของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกลดลงจากปีก่อนหน้า โดยตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัว 5 อันดับแรก ได้แก่ เยอรมนี (+28.59%) บราซิล (+24.53%) เวียดนาม (+18.33%) มาเลเซีย (+10.27%) และสหรัฐฯ (+6.00%) ขณะที่อินโดนีเซีย และญี่ปุ่นหดตัว +7.51% และ -3.45% ตามลำดับ

ในช่วงปี 2563 – 2567 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) 3.86% ต่อปี โดยกลุ่มประเทศที่ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ยางที่มีมูลค่าสูงสุด 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่มีแนวโน้มเติบโต โดยตลาดที่เติบโตสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ บราซิล (+16.59% ต่อปี) เกาหลีใต้ (+14.77% ต่อปี) อินโดนีเซีย (+11.32% ต่อปี) ออสเตรเลีย (+5.48% ต่อปี) และมาเลเซีย (+5.17% ต่อปี) ขณะที่ญี่ปุ่นทรงตัว และจีนหดตัว -1.41% ต่อปี

ตารางที่ 3-11

ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางสูงสุด 10 อันดับแรก

ตลาดส่งออก สำคัญ	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
สหรัฐฯ	3,837.09	4,786.55	4,125.06	4,167.60	4,417.60	40.59	6.00	3.58
จีน	548.99	711.72	602.22	491.21	518.66	4.77	5.59	-1.41
ญี่ปุ่น	483.53	522.53	498.09	500.75	483.45	4.44	-3.45	0.00
เกาหลีใต้	239.83	321.67	325.12	404.74	416.12	3.82	2.81	14.77
ออสเตรเลีย	287.21	358.2	332.73	350.24	355.51	3.27	1.50	5.48
มาเลเซีย	267.96	298.04	336.62	297.34	327.87	3.01	10.27	5.17
เวียดนาม	258.44	288.11	329.49	251.95	298.12	2.74	18.33	3.64
บราซิล	117.62	167.25	158.44	174.54	217.35	2.00	24.53	16.59
เยอรมนี	199.03	294.06	219.62	157.25	202.2	1.86	28.59	0.40
อินโดนีเซีย	123.59	209.2	195.41	205.19	189.79	1.74	-7.51	11.32
อื่น ๆ	2,990.93	3,706.29	3,287.21	3,209.00	3,457.44	31.77	7.74	3.69
รวม	9,354.22	11,663.62	10,410.01	10,209.81	10,884.11	100.00	6.60	3.86

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(2.2) ชนิดของผลิตภัณฑ์ยางที่ส่งออก

ในปี 2567 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราที่ไทยส่งออกมากที่สุด 5 อันดับแรก (ดังตารางที่ 3-12) ได้แก่

(1) ยางนอก (มูลค่า 7,392.10 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 67.92% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพารา) ตลาดส่งออกยางนอกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐฯ (47.67%) เกาหลีใต้ (4.90%) ออสเตรเลีย (4.01%) ญี่ปุ่น (3.29%) และมาเลเซีย (3.03%) โดยยางนอกที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นยางสำหรับรถยนต์ (3,807.75 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 34.98% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยาง) รองลงมา ได้แก่ ยางนอกรถบัส และรถบรรทุก (2,679.48 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 25.54%) ยางนอกที่ใช้กับอากาศยาน (196.32 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 2.56%) ยางนอกจักรยานยนต์ (181.07 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 1.66%) ยางนอกจักรยาน (74.52 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 0.68%) และยางนอกอื่น ๆ (267.16 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 4.08%) เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า การส่งออกยางนอกขยายตัว +5.63% โดยยางนอกรถยนต์ขยายตัวสูงสุด +15.66% รองลงมา ได้แก่ ยางนอกที่ใช้กับอากาศยาน (+12.68%) และยางนอกจักรยานยนต์ (+7.73%) ขณะที่ยางนอกรถบัสและรถบรรทุก และยางนอกจักรยานหดตัว -5.81% และ -1.08% ตามลำดับ ในช่วงปี 2563 – 2567 การเติบโตเฉลี่ย +0.09% ต่อปี โดยยางนอกที่ใช้กับอากาศยาน มีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ยสูงสุด 0.33% ต่อปี

(2) เครื่องแต่งกายและของใช้ประกอบด้วยเครื่องแต่งกาย (มูลค่า 1,498.96 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 13.77%) ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐฯ (38.97%) บราซิล (6.39%) ญี่ปุ่น (5.02%) เนเธอร์แลนด์ (4.15%) และจีน (3.87%)

(3) ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (มูลค่า 760.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือสัดส่วน 6.99%) ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐฯ (18.58%) ญี่ปุ่น (10.75%) จีน (5.22%) อินโดนีเซีย (5.04%) และมาเลเซีย (5.04%)

(4) หลอด ท่อ และท่ออ่อนทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (มูลค่า 357.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือสัดส่วน 3.29%) ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐฯ (25.9%) ญี่ปุ่น (12.9%) จีน (7.55%) อาร์เจนตินา (5.23%) และเม็กซิโก (4.9%)

(5) ด้าย และด้ายชนิดคอร์ดทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (มูลค่า 322.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือสัดส่วน 2.96%) ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ จีน (64.61%) เวียดนาม (5.09%) อินโดนีเซีย (3.38%) อิหร่าน (2.87%) และบราซิล (2.12%)

ตารางที่ 3-12

การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย

สินค้า	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
ยางนอก (4011)	5,296.98	6,370.49	6,701.37	6,998.26	7,392.10	67.92	5.63	8.69
เครื่องแต่งกาย (4015)	2,354.17	3,130.71	1,564.42	1,285.55	1,498.96	13.77	16.60	-10.67
ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (4016)	601.84	788.19	806.22	751.56	760.27	6.99	1.16	6.02
หลอด ท่อ และท่ออ่อน (4009)	317.52	382.17	384.41	358.87	357.82	3.29	-0.29	3.03
ด้ายและด้ายชนิดคอร์ด (4007)	301.40	446.37	384.52	278.95	322.56	2.96	15.63	1.71
ของใช้เพื่อการอนามัยหรือใช้ในทางเภสัชกรรม (4014)	224.76	238.61	281.13	257.25	279.09	2.56	8.49	5.56
สายพานลำเลียงสายพานส่งกำลังหรือของที่ใช้เป็นสายพาน (4010)	120.82	150.96	142.17	125.46	134.51	1.24	7.21	2.72
ยางใน (4013)	76.61	83.35	70.76	53.58	63.18	0.58	17.92	-4.70
แผ่น แผ่นบาง แแถบ เส้น และรูปทรงงูโพไฟล์ (4008)	36.06	43.54	48.84	75.24	48.03	0.44	-36.16	7.43
ยางแข็ง (4017)	21.17	25.12	23.14	22.40	25.28	0.23	12.86	4.54
ยางอันวัลแคนไนซ์ (4006)	2.90	4.11	3.02	2.69	2.33	0.02	-13.38	-5.32
รวม	9,354.22	11,663.62	10,410.01	10,209.81	10,884.11	100.00	6.60	3.86

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(3) การส่งออกไม้ยางพาราของไทย

(3.1) มูลค่าการส่งออก

การส่งออกไม้ยางพาราในปี 2567 มีมูลค่า 2.38 ล้านเหรียญสหรัฐ (ดังตารางที่ 3-13) ตลาดส่งออกไม้ยางพาราของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด 5 อันดับแรก ปี 2567 ได้แก่ ญี่ปุ่น (1.99 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 83.65 ของมูลค่าการส่งออกไม้ยางพารา) จีน (0.25 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 10.54%) สหรัฐฯ (0.08 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 3.24%) ไต้หวัน (0.06 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 2.57%) และมายอต (224.39 เหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 0.01%)

เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า พบว่า ตลาดไม้ยางพาราขยายตัว 105.52% ตลาดสำคัญ ได้แก่ จีน (+281.40%) และญี่ปุ่น (+259.36%) ในช่วงปี 2563 – 2567 ไทยส่งออกมูลค่าไม้ยางพาราขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) 27.62% ต่อปี ตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตสูงสุด คือ ญี่ปุ่น (+49.57% ต่อปี)

ตารางที่ 3-13

ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกไม้ยางพาราสูงสุด 10 อันดับแรก

ตลาดส่งออก สำคัญ	มูลค่าการส่งออก (เหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
ญี่ปุ่น	397,081.64	833,595.05	651,056.08	553,054.88	1,987,436.58	83.64	259.36	49.57
จีน	437,283.48	38,182.60	0	65,668.36	250,461.25	10.54	281.40	-13.00
สหรัฐฯ	0	1,534.50	0	0	76,869.73	3.24	N/A	N/A
ไต้หวัน	0	0	0	187,226.69	61,043.40	2.57	-67.40	N/A
มายอต	0	0	0	0	224.39	0.01	N/A	N/A
เกาหลีใต้	24,916.52	239,934.37	26,909.52	0	0	0.00	N/A	-100.00
มาเลเซีย	0	0	0	19,567.24	0	0.00	-100.00	N/A
เมียนมา	12,538.80	0	0	0	0	0.00	N/A	-100.00
รัสเซีย	23,882.02	43,542.58	23,596.26	0	0	0.00	N/A	-100.00
เวียดนาม	0	243,182.36	0	0	0	0.00	N/A	N/A
อื่น ๆ	0.01	0.00	0.00	330,606.22	0.00	0.00	-100.00	-100.00
รวม	895,702.47	1,399,971.46	701,561.86	1,156,123.39	2,376,035.35	100	105.52	27.62

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(3.2) ชนิดของไม้ยางพาราที่ส่งออก

ปี 2567 ชนิดของไม้ยางพาราที่ไทยส่งออก 2 ชนิด (ดังตารางที่ 3-14) ได้แก่ (1) ไม้ยางพาราไส ขัด หรือต่อปลาย มีมูลค่า 2.06 ล้านเหรียญสหรัฐ (สัดส่วน 86.88% ของมูลค่าการส่งออกไม้ยางพารา) ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น (96.28%) และสหรัฐฯ (3.72%) เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า การส่งออกขยายตัว 273.26% จากความต้องการในตลาดญี่ปุ่น (+259.36%) การส่งออกมีมูลค่าขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) 46.69% ต่อปี

(2) ไม้ยางพาราที่เลื่อยหรือถากตามยาว ฝานหรือลอก (0.31 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 13.12%) ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ จีน (80.35%) ไต้หวัน (19.58%) และมายอต (0.07%) เมื่อเทียบกับ

ปีก่อนหน้า การส่งออกหดตัว -48.31% จากความต้องการในจีน (+281.40% YoY) ขณะที่ไต้หวัน และมาเลเซียหดตัว การส่งออกมีมูลค่าหดตัวเฉลี่ย (CAGR) -8.76% ต่อปี

ชนิดของไม้ยางพาราที่มีมูลค่าต่อหน่วยเฉลี่ย (Unit Value) สูงสุด คือ ไม้ยางพาราไส ชัด หรือต่อปลาย (920.33 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม) รองลงมา คือ ไม้ยางพาราที่เลื่อยหรือถากตามยาว ฝานหรือลอก (385.80 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม)

ตารางที่ 3-14

การส่งออกไม้ยางพาราของไทย

สินค้า	มูลค่าการส่งออก (เหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
ไม้ยางพาราที่เลื่อยหรือถากตามยาว ฝานหรือลอก (44072996)	449,822.29	281,364.97	N/A	603,068.51	311,729.04	13.12	-48.31	-8.76
ไม้ยางพาราไส ชัด หรือต่อปลาย (44092200004)	445,880.18	1,118,606.50	701,561.86	553,054.88	2,064,306.31	86.88	16.6	-10.67
รวม	895,702.47	1,399,971.46	701,561.86	1,156,123.39	2,376,035.35	100.00	6.6	3.86

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

3.2.2 การนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ของไทย

ปี 2567 ยางพาราและผลิตภัณฑ์ของไทยมีมูลค่าการนำเข้า 1,542.32 ล้านบาท (ดั่งตารางที่ 3-15) แหล่งนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (32.28%) ญี่ปุ่น (20.35%) มาเลเซีย (5.86%) สหรัฐฯ (5.42%) และ เยอรมนี (4.31%) โดยการนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มสินค้าหลัก ได้แก่ (1) ยางพารา (มูลค่า 121.25 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 7.86% ของมูลค่าการนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในปี 2567) และ (2) ผลิตภัณฑ์ยางพารา (มูลค่า 1,421.07 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 92.14%) ขณะที่ไม้ยางพารามีมูลค่าการนำเข้าในระดับต่ำ (มูลค่า 0.03 ล้านบาท) เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า มูลค่าการนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ หดตัว -0.56% และในช่วง 5 ปี (ปี 2563 - 2567) มูลค่าการนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์มีอัตราเติบโตเฉลี่ย (CAGR) 3.08% ต่อปี

ตารางที่ 3-15

ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้ายางพาราและผลิตภัณฑ์สูงสุด 10 อันดับแรก

แหล่งนำเข้าที่สำคัญ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านบาท)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
จีน	378.04	492.36	489.25	446.24	497.82	32.28	11.56	7.12
ญี่ปุ่น	302.46	363.06	333.03	363.08	313.83	20.35	-13.56	0.93
มาเลเซีย	114.37	142.08	108.48	102.81	90.44	5.86	-12.03	-5.70
สหรัฐฯ	85.44	100.11	92.63	90.26	83.61	5.42	-7.37	-0.54
เยอรมนี	70.07	94.74	82.66	74.83	66.55	4.31	-11.07	-1.28
เวียดนาม	36.12	50.8	48.98	43.69	57.22	3.71	30.97	12.19

แหล่งนำเข้า ที่สำคัญ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
อินโดนีเซีย	48.52	48.02	51.29	53.52	52.86	3.43	-1.23	2.16
เกาหลีใต้	34.78	46.52	39.15	45.55	48.14	3.12	5.69	8.47
อินเดีย	43.88	56.2	51.06	46.01	42.79	2.77	-7.00	-0.63
ฝรั่งเศส	28.19	29.84	30.61	26.45	35.15	2.28	32.89	5.67
อื่น ๆ	224.46	278.99	259.67	258.57	253.94	16.47	-1.79	3.13
รวม	1,366.33	1,702.72	1,586.81	1,551.01	1,542.35	100.00	-0.56	3.08

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(1) การนำเข้ายางพาราของไทย

การนำเข้ายางเข้ามาในราชอาณาจักร ต้องได้รับใบอนุญาตการนำเข้าเพื่อเป็นวัตถุดิบในการแปรรูป ตามมาตรา 26 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2542 เว้นแต่การนำเข้ายางมาในราชอาณาจักรเพื่อเป็นตัวอย่าง และมีน้ำหนักไม่เกิน 5 กิโลกรัม ไม่ต้องขอใบอนุญาตฯ โดยยางที่จะนำเข้ามาต้องมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานยาง และจะต้องมีการมัดและบรรจุหีบห่ออย่างที่ส่งออก ตามมาตรา 6 วรรค 1 (10) ทั้งนี้ การนำเข้ายางจะต้องไม่มีผลกระทบต่อราคาและสถานการณ์ยางในประเทศ

(1.1) มูลค่าการนำเข้า

ปี 2567 มูลค่าการนำเข้ายางพารามีมูลค่า 121.23 ล้านเหรียญสหรัฐ แหล่งนำเข้ายางพาราสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (30.24 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 24.94%) สหรัฐฯ (25.24 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 20.82%) ญี่ปุ่น (11.97 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 9.87%) มาเลเซีย (7.84 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 6.47%) และ อินเดีย (7.26 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 5.99%)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2567 ตลาดนำเข้ายางพาราของไทย ขยายตัว 28.28% แหล่งนำเข้ายางพาราสำคัญที่ขยายตัวสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (+1,073.53%) เวียดนาม (+63.33%) มาเลเซีย (+49.90%) จีน (+41.11%) และบราซิล (+20.00%)

ในช่วงปี 2563 - 2567 มูลค่าการนำเข้ายางพารายาวเฉลี่ย (CAGR) +5.33% ต่อปี แหล่งนำเข้าส่วนใหญ่มีแนวโน้มเติบโตสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (+50.71%) มาเลเซีย (+34.86%) สเปน (+23.80%) เวียดนาม (+19.85%) และจีน (+12.90%) ขณะที่สหรัฐฯ และตุรกี หดตัว -8.99% ต่อปี และ -4.28% ต่อปี ตามลำดับ

ตารางที่ 3-16

ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้ายางพาราสูงสุด 10 อันดับแรก

แหล่งนำเข้า ที่สำคัญ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
จีน	18.61	32.90	27.87	21.43	30.24	24.94	41.11	12.90
สหรัฐฯ	36.79	48.13	35.56	32.77	25.24	20.82	-22.98	-8.99
ญี่ปุ่น	2.32	2.50	1.75	1.02	11.97	9.87	1,073.53	50.71
มาเลเซีย	2.37	5.49	2.99	5.23	7.84	6.47	49.90	34.86

แหล่งนำเข้า ที่สำคัญ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
อินเดีย	6.69	8.74	10.78	7.16	7.26	5.99	1.40	2.07
เกาหลีใต้	4.58	8.60	8.90	7.21	6.66	5.49	-7.63	9.81
ตุรกี	4.92	3.41	5.25	4.60	4.13	3.41	-10.22	-4.28
สเปน	1.72	3.08	4.37	4.25	4.04	3.33	-4.94	23.80
เวียดนาม	1.90	2.68	1.82	2.40	3.92	3.23	63.33	19.85
บราซิล	2.84	5.24	5.00	3.15	3.78	3.11	20.00	7.41
อื่น ๆ	15.76	16.80	14.24	12.59	16.15	13.32	28.28	0.61
รวม	98.50	137.57	118.53	101.81	121.23	100.00	19.07	5.33

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(1.2) ชนิดของยางพาราที่นำเข้า

ปี 2567 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้ายางพารามากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ยางผสมอื่น ๆ (34.09 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 28.12%) ของผสมที่ได้จากยางธรรมชาติออฟไซค์ (28.9 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 23.84%) ยางที่ผสมกับซิลิกา (28.53 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 23.53%) น้ำยางข้น (14.18 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 11.7%) และยางผสมเป็นแผ่น แผ่นบาง และเป็นแถบ (10.8 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 8.91%) (ดังตารางที่ 3-17)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2567 ชนิดยางพาราที่มีมูลค่าการนำเข้าขยายตัว ได้แก่ น้ำยางข้น (+439.16%) ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ตาม 4001 (+88.46%) ยางแท่ง (+37.31%) ยางผสมอื่น ๆ (+28.45%) และยางผสมเป็นแผ่น แผ่นบาง และเป็นแถบ (+7.57%) ขณะที่ยางผสมสารละลาย รวมทั้งดีสเปอร์ชัน (-1.75%) ยางที่ผสมกับซิลิกา (-5.5%) และของผสมที่ได้จากน้ำยาง (-8.88%) และยางพาราแต่ละชนิดนำเข้าส่วนใหญ่มีแนวโน้มเติบโตสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ น้ำยางข้น (+54.79% ต่อปี) ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ตาม 4001 (+45.28% ต่อปี) ยางแท่ง (+19.58% ต่อปี) ยางผสมอื่น ๆ (+14.45% ต่อปี) และของผสมที่ได้จากน้ำยาง (+12.01% ต่อปี)

ตารางที่ 3-17

การนำเข้ายางพาราของไทย

สินค้า (พิกัดศุลกากร)	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
น้ำยางข้น (400110)	2.47	3.41	1.77	2.63	14.18	11.70	439.16	54.79
ยางแผ่น (400121)	0.09	N/A	0.14	N/A	N/A	N/A	N/A	-100.00
ยางแท่ง (400122)	0.45	0.88	0.4	0.67	0.92	0.76	37.31	19.58
ของผสมที่ได้จาก ผลิตภัณฑ์ตาม 4001 (400280)	0.11	0.05	0.16	0.27	0.48	0.40	88.46	45.28
ของผสมที่ได้จากน้ำ ยาง (400291)	1.76	3.2	2.77	3.04	2.77	2.28	-8.88	12.01

สินค้า (พิกัดศุลกากร)	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
ของผสมที่ได้จากยางธรรมชาติอโฟกไซต์ (400299)	30.52	43.97	36.6	27.86	28.9	23.84	3.73	-1.35
ยางที่ผสมกับซิลิกา (400510)	30.6	40.74	33.96	30.19	28.53	23.53	-5.50	-1.74
ยางผสมสารละลายรวมทั้งดีสเพอร์ชัน (400520)	0.65	0.72	0.62	0.57	0.56	0.46	-1.75	-3.66
ยางผสมเป็นแผ่น แผ่นบาง และเป็นแถบ (400591)	11.98	15.51	15.14	10.04	10.8	8.91	7.57	-2.56
ยางผสมอื่น ๆ (400599)	19.87	29.09	27.11	26.54	34.09	28.12	28.45	14.45
รวม	98.50	137.57	118.53	101.81	121.23	100.00	19.08	5.33

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(2) การนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางของไทย

(2.1) มูลค่าการนำเข้า

ปี 2567 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางมีมูลค่า 1,421.07 ล้านเหรียญสหรัฐ (ดังตารางที่ 3-18) แหล่งนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (467.56 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 32.90%) ญี่ปุ่น (288.60 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 20.31%) มาเลเซีย (86.52 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 6.09%) สหรัฐฯ (76.36 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 5.37%) และเยอรมนี (62.50 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 4.40%)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2567 ตลาดนำเข้ายางพาราของไทย หดตัว -1.94% แหล่งนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ฝรั่งเศส (+35.69%) จีน (+10.06%) และเวียดนาม (+6.05%) ในช่วงปี 2563 – 2567 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางขยายตัวเฉลี่ย 2.89% ต่อปี แหล่งนำเข้าส่วนใหญ่มีแนวโน้มเติบโตสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เวียดนาม (+7.57%) จีน (+6.80%) เกาหลีใต้ (+5.60%) ฝรั่งเศส (+5.02%) และญี่ปุ่น (+2.09%) ขณะที่มาเลเซีย เยอรมนี อินเดีย และสหรัฐฯ หดตัว -6.35% ต่อปี -2.21% ต่อปี -1.35% ต่อปี และ -0.77% ต่อปี

ตารางที่ 3-18

ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางสูงสุด 10 อันดับแรก

แหล่งนำเข้า ที่สำคัญ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
จีน	359.43	459.46	461.38	424.81	467.56	32.90	10.06	6.80
ญี่ปุ่น	265.68	314.93	297.47	330.31	288.60	20.31	-12.63	2.09
มาเลเซีย	112.47	139.40	106.67	100.41	86.52	6.09	-13.83	-6.35
สหรัฐฯ	78.75	91.37	81.85	83.10	76.36	5.37	-8.11	-0.77
เยอรมนี	68.34	91.66	78.29	70.59	62.50	4.40	-11.46	-2.21

แหล่งนำเข้า ที่สำคัญ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
อินโดนีเซีย	48.51	48.00	51.24	53.11	50.10	3.53	-5.67	0.81
เวียดนาม	33.80	48.30	47.23	42.67	45.25	3.18	6.05	7.57
อินเดีย	42.62	53.45	47.89	42.86	40.37	2.84	-5.81	-1.35
เกาหลีใต้	32.41	41.03	36.16	40.32	40.31	2.84	-0.02	5.60
ฝรั่งเศส	27.44	28.59	29.14	24.60	33.38	2.35	35.69	5.02
อื่น ๆ	198.35	248.91	230.94	236.4	230.12	16.19	-2.66	3.78
รวม	1,267.80	1,565.10	1,468.26	1,449.18	1,421.07	100.00	-1.94	2.89

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(2.2) ชนิดของผลิตภัณฑ์ยางที่นำเข้า

ปี 2567 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (586.52 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 37.47%) ยางนอก (447.86 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 28.62%) หลอด ท่อ และท่ออ่อน (169.67 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 10.84%) สายพานลำเลียง สายพานส่งกำลัง หรือของที่ใช้เป็นสายพาน (96.31 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 6.15%) และเครื่องแต่งกาย (42.74 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 2.73%) (ดังตารางที่ 3-19)

เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าในปีก่อนหน้า (YoY) พบว่า ปี 2567 ชนิดผลิตภัณฑ์ยางที่มีมูลค่าการนำเข้าขยายตัว ได้แก่ ยางวัลแคนไนซ์ (+44.91%) ยางแข็ง (+30.18%) ยางใน (+10.19%) แผ่น แผ่นบาง แล็บ เส้น และรูปทรงโปรไฟล์ (+8.25%) และสายพานลำเลียง สายพานส่งกำลัง หรือของที่ใช้เป็นสายพาน (+4.24%) ขณะที่สินค้าบางส่วนหดตัว ได้แก่ ด้ายและด้ายชนิดคอร์ต (-46.15%) ของใช้เพื่อการอนาถนัย หรือใช้ในทางเภสัชกรรม (-14.22%) ยางนอก (-7.60%) เครื่องแต่งกาย (-6.78%) และหลอด ท่อ และท่ออ่อน (-0.39%)

ผลิตภัณฑ์ยางพาราแต่ละชนิดนำเข้าส่วนใหญ่มีแนวโน้มเติบโตสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ยางวัลแคนไนซ์ (+27.05% ต่อปี) ของใช้เพื่อการอนาถนัยหรือใช้ในทางเภสัชกรรม (+16.26% ต่อปี) ยางใน (+10.50% ต่อปี) ด้ายและด้ายชนิดคอร์ต (+8.78% ต่อปี) และยางแข็ง (+8.27% ต่อปี) ขณะที่สินค้าบางรายการหดตัว ได้แก่ แผ่น แผ่นบาง แล็บ เส้น และรูปทรงโปรไฟล์ (-0.13% ต่อปี) และเครื่องแต่งกาย (-8.29% ต่อปี)

ตารางที่ 3-19

การนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางของไทย

สินค้า	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
ยางวัลแคนไนซ์ (4006)	2.13	5.01	5.67	3.83	5.55	0.35	44.91	27.05
ด้ายและด้าย ชนิดคอร์ต (4007)	0.30	0.13	0.21	0.54	0.27	0.02	-50.00	-2.60
แผ่น แผ่นบาง แล็บ เส้น และ รูปทรงโปรไฟล์ (4008)	40.08	40.91	38.52	36.83	39.87	2.55	8.25	-0.13

สินค้า	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2563	2564	2565	2566	2567			
หลอด ท่อ และท่ออ่อน (4009)	141.32	185.24	168.01	170.33	169.67	10.84	-0.39	4.68
สายพานลำเลียง สายพานส่งกำลัง หรือของที่ใช้เป็นสายพาน (4010)	84.70	88.71	89.09	92.39	96.31	6.15	4.24	3.26
ยางนอก (4011)	428.29	453.60	446.00	484.68	447.86	28.62	-7.60	1.12
ยางใน (4013)	11.90	16.29	16.44	16.10	17.74	1.13	10.19	10.50
ของใช้เพื่อการอนามัย หรือใช้ในทางเภสัชกรรม (4014)	5.25	19.48	10.19	11.18	9.59	0.61	-14.22	16.26
เครื่องแต่งกาย (4015)	60.42	147.35	61.19	45.85	42.74	2.73	-6.78	-8.29
ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์ (4016)	489.81	603.79	628.86	583.66	586.52	37.47	0.49	4.61
ยางแข็ง (4017)	3.61	4.58	4.08	3.81	4.96	0.32	30.18	8.27
รวม	1,565.10	1,468.26	1,449.18	1,421.07	1,565.10	100.00	10.14	0.00

หมายเหตุ: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดย สนค.

(3) การนำเข้าไม้ยางพาราของไทย

ปี 2567 มูลค่าการนำเข้าไม้ยางพารามีมูลค่า 28,135.91 เหรียญสหรัฐ แหล่งนำเข้าไม้ยางพาราที่สำคัญ คือ จีน (27,744.96 เหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 98.61%) และเวียดนาม (390.95 เหรียญสหรัฐ หรือสัดส่วน 1.39%) โดยชนิดของไม้ยางพาราที่ไทยนำเข้า 2 ชนิด ได้แก่

- ไม้ยางพาราไส ขัด หรือต่อปลายมีมูลค่า 27,744.96 เหรียญสหรัฐ (สัดส่วน 98.61% ของมูลค่าการส่งออกไม้ยางพารา) แหล่งนำเข้าสินค้าที่สำคัญ คือ จีน
- ไม้ยางพาราที่เลื่อยหรือถากตามยาว ผ่านหรือลอกมีมูลค่า 390.95 เหรียญสหรัฐ (สัดส่วน 1.39%) แหล่งนำเข้าสินค้าที่สำคัญ คือ เวียดนาม

3.2.3 ปัจจัยที่ส่งผลการค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ของไทย

(1) สินค้าทดแทนยางพารา

(1.1) ยางสังเคราะห์ (Synthetic Rubber, SR)

ยางสังเคราะห์ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อทดแทนยางธรรมชาติ โดยวัตถุดิบหลักที่ใช้ผลิตยางสังเคราะห์ คือ น้ำมันปิโตรเลียม และนำมาผ่านกระบวนการทางอุตสาหกรรม ทำให้ยางสังเคราะห์มีคุณสมบัติที่ทนทานต่อการขีดถู การสึกกร่อน และทนความร้อนได้ดีกว่ายางธรรมชาติ นอกจากนี้ ยางสังเคราะห์มีคุณภาพและปริมาณการผลิตได้สม่ำเสมอกว่ายางธรรมชาติ ทำให้ในปัจจุบันนิยมใช้ยางสังเคราะห์ขยายตัว ส่งผลให้ความต้องการยางพาราลดลง และราคายางพาราลดลง ในขณะที่ราคาน้ำมันดิบสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตยางสังเคราะห์และราคายางสังเคราะห์สูงขึ้น ส่งผลให้ความต้องการใช้ยางพาราและราคายางพาราขยายตัว

(1.2) ยางธรรมชาติทดแทนยางพารา

สหภาพยุโรปและสหรัฐฯ มีการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนายางธรรมชาติจากพืชชนิดอื่น ๆ ที่ทดแทนยางพารา (พิกัดศุลกากร 4001.30) เช่น บาลาตา (Balata) กัตตาเปอร์ชา (Gutta-Percha) วายูเล่ (Guayule) ชิคเคิ้ล (Chicle) แดนดิไลออน (Dandelion) เป็นต้น และมีการนำยางธรรมชาติดังกล่าวไปใช้ในการผลิตยางล้อรถยนต์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ (“ยางฐานชีวภาพ”, 2558)

จากข้อมูลสถิติการค้าโลกของ Trade Map พบว่า การส่งออกของยางธรรมชาติอื่น ๆ มีมูลค่า 9.02 ล้านเหรียญสหรัฐ หดตัว -41.35% จากปีก่อนหน้า และในช่วงปี 2563 – 2567 หดตัวเฉลี่ย -13.06% ต่อปี อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกยางพาราโลก พบว่า ส่วนต่างมูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติอื่น ๆ อยู่ที่ประมาณ 99.97% แสดงให้เห็นว่า ยางพารายังคงมีความต้องการในตลาดโลก

ตารางที่ 3-20

การนำเข้าและส่งออกยางธรรมชาติทดแทนยางพาราผลิตภัณฑ์ยาง

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
การส่งออก								
อียิปต์	9.82	7.18	10.37	11.11	4.25	47.10	-61.75	-18.89
สิงคโปร์	0.00	1.64	0.86	1.15	1.12	12.39	-2.61	N/A
สหภาพยุโรป	0.92	0.72	0.71	0.72	1.02	11.27	41.67	2.61
อินโดนีเซีย	2.00	1.60	1.02	1.19	0.98	10.87	-17.65	-16.33
สหรัฐฯ	0.17	0.30	0.25	0.55	0.44	4.85	-20.00	26.84
สหราชอาณาจักร	0.06	0.02	0.38	0.11	0.32	3.53	190.91	51.97
อื่น ๆ	2.82	1.94	1.09	0.55	0.89	9.99	61.82	-25.05
รวม	15.79	13.40	14.68	15.38	9.02	100.00	-41.35	-13.06
การนำเข้า								
สหภาพยุโรป	2.64	2.60	2.99	3.02	3.08	23.34	1.99	3.93
ไนจีเรีย	1.28	5.86	4.50	3.79	2.38	18.00	-37.20	16.77
สิงคโปร์	0.00	1.00	0.47	1.04	1.09	8.24	4.81	N/A
เวียดนาม	0.58	0.59	0.37	0.38	0.54	4.12	42.11	-1.77
ดอมินีกา	0.39	0.32	0.51	0.81	0.51	3.89	-37.04	6.94
อื่น ๆ	5.59	5.74	6.62	8.18	5.60	42.41	-31.54	0.04
รวม	10.48	16.11	15.46	17.22	13.20	100.00	-23.34	5.94

หมายเหตุ. International Trade Centre (2024) ประมวลผลโดย สนค.

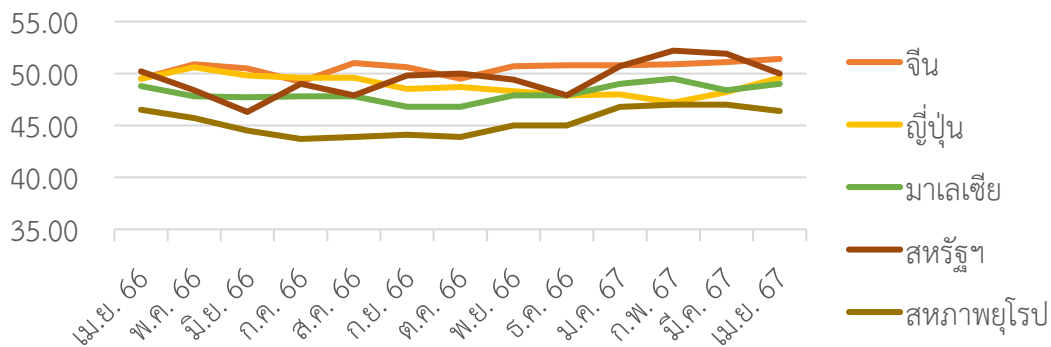
(2) เศรษฐกิจของประเทศผู้ใช้อย่างพารา

ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิต (Manufacturing Purchasing Manager Index, PMI) สะท้อนภาวะการณ์และทิศทางในเศรษฐกิจเชิงบวกรหรือลบในภาคการผลิต จากการรวบรวมและสำรวจข้อมูลตอบคำถามของผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อและจัดหารายเดือน ครอบคลุมกิจกรรมยอดคำสั่งซื้อใหม่ คำสั่งซื้อคงค้าง คำสั่งซื้อใหม่เพื่อการส่งออก การนำเข้า การผลิต การจัดส่งสินค้าของผู้จัดหา สินค้าคงคลัง สินค้าคงคลังของลูกค้า การจ้างงาน และราคา โดยดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตของประเทศคู่ค้าสำคัญ ได้แก่ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และมาเลเซีย จัดทำโดยงานวิจัยการตลาดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) ในสหรัฐฯ โดยสถาบันการจัดการอุปทาน (Institute for Supply Management, ISM) (2) ในจีน โดยภาครัฐจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (National Bureau of Statistics of China, NBS) และเอกชนจากบริษัทวิจัยการตลาดไฉซิน (Caixin Media Company Ltd.) (3) ประเทศอื่น ๆ กว่า 40 ประเทศ ครอบคลุมมาเลเซีย จัดทำโดยบริษัทวิจัยการตลาดไอเอสเอส (IHS Markit Ltd.) ถ้าค่าดัชนี PMI มากกว่า 50 หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจอยู่ในภาวะหรือมีแนวโน้มขยายตัวจากระดับปัจจุบัน และถ้าดัชนี PMI น้อยกว่า 50 หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจอยู่ในภาวะหรือมีแนวโน้มหดตัวจากระดับปัจจุบัน

ในเดือนเมษายน 2567 พบว่า ดัชนี PMI ภาคการผลิตของจีน อยู่ที่ระดับ 51.40 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเศรษฐกิจจีนขยายตัวอย่างต่อเนื่อง 6 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2566 เป็นต้นมา และสหรัฐฯ คงที่ อยู่ที่ระดับ 50.00 ขณะที่ญี่ปุ่น มาเลเซีย และสหภาพยุโรป ดัชนี PMI อยู่ที่ 49.60 49.00 และ 46.40 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า เศรษฐกิจมีแนวโน้มหดตัว และเมื่อเทียบกับเดือนเมษายน ปี 2566 พบว่า ดัชนี PMI ในจีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย ขยายตัว ขณะที่ดัชนี PMI ในสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป ลดลง (ดังภาพที่ 3-2)

ภาพที่ 3-2

ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิต



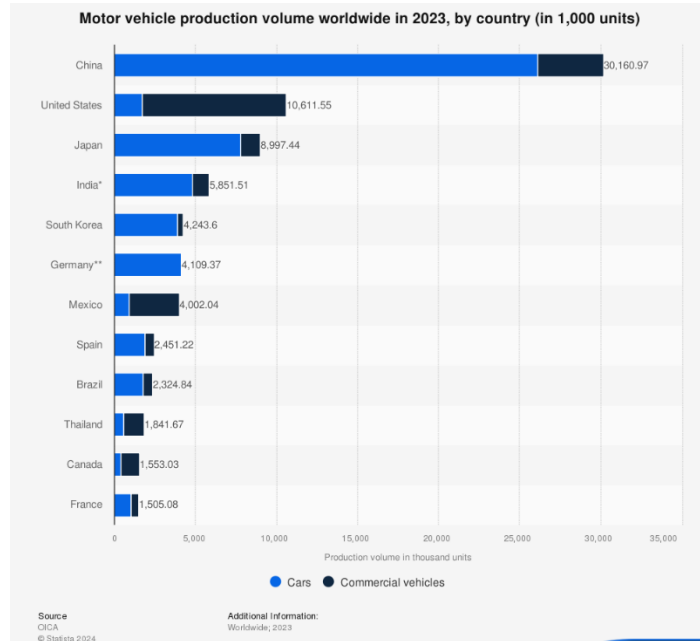
หมายเหตุ. จาก Manufacturing PMI โดย CEIC (24 พฤษภาคม 2567) ประมวลผลโดย สนค.

(3) การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์

อุตสาหกรรมยานยนต์ มีการใช้อย่างพาราในชิ้นส่วนของยานยนต์ โดยเฉพาะยางนอก และในสำหรับยานพาหนะ การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ส่งผลให้ความต้องการใช้อย่างพาราขยายตัว ซึ่งจะส่งผลให้ราคายางขยายตัว (กฤษณี พิสิฐศุภกุล, 2557) โดยประเทศผู้ผลิตยานยนต์ที่สำคัญ ในปี 2566 ได้แก่ จีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น อินเดีย และเกาหลีใต้ (ดังภาพที่ 3-3) และประเทศผู้ส่งออกรยางนอก และในสำหรับรถยนต์ รถบัส รถบรรทุก จักรยาน จักรยานยนต์ และที่ใช้กับอากาศยานที่สำคัญของโลก ในปี 2566 ได้แก่ จีน (22.2%) ไทย (7.1%) เยอรมนี (6.4%) ญี่ปุ่น (5.6%) และสหรัฐฯ (5.3%) (ITC, 2024)

ภาพที่ 3-3

แผนภูมิปริมาณการผลิตยานพาหนะในปี 2566 รายประเทศ



หมายเหตุ. จาก OICA (March 28, 2024) ประมวลผลโดย Statista

(4) อัตราแลกเปลี่ยน

การซื้อขายยางพาราในตลาดส่งมอบจริงและตลาดล่วงหน้า ส่วนใหญ่จะทำการซื้อขายด้วยเงินสกุลต่างประเทศหลักของโลกอย่างเหรียญสหรัฐ หยวน และเยน หากอัตราแลกเปลี่ยนในรูปสกุลเงินบาทต่อเหรียญสหรัฐมีค่าเพิ่มขึ้น (เงินบาทอ่อนค่าลง) ทำให้ราคายางพาราไทยเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนในรูปสกุลเงินบาทต่อเหรียญสหรัฐมีค่าลดลง (เงินบาทแข็งค่าขึ้น) ทำให้ราคายางพาราไทยลดลง

3.3 ตลาดยางพารา

ตลาดยางพาราสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ดังนี้

3.3.1 ตลาดในประเทศ

ตลาดยางพาราในประเทศไทย สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

3.3.1.1 ตลาดท้องถิ่น

ตลาดที่อยู่ใกล้กับพื้นที่เพาะปลูกหรือแหล่งผลิตของเกษตรกร จะมีการซื้อขายแบบตกลงราคาระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายแต่ละราย การซื้อขายมีลักษณะส่งมอบจริงทันที ส่วนใหญ่จะขายน้ำยางสด ยางก้อนถ้วย และยางแผ่นดิบ โดยมีผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคา และผู้ประเมินคุณภาพยาง การชำระเงินจะเป็นเงินสดหรือผ่านบัญชี ตลาดท้องถิ่นประกอบด้วย 2 ลักษณะ ดังนี้

(1) การซื้อขายในหมู่บ้าน/ตำบล ผู้ซื้อรถเร่จะเข้าไปซื้อขายในสวนยางของเกษตรกร หรือผู้ซื้อเปิดจุดรับซื้อใส่ถังน้ำยางใกล้สวนยาง หรือลานยางรับซื้ออย่างท้องถิ่น แล้วรวบรวมส่งร้านรับซื้อที่ตลาดในอำเภอหรือจังหวัดต่อไป ในลักษณะนี้ผู้ขายหรือเกษตรกรมีความสะดวกในการขนส่ง

(2) การซื้อขายในตลาดอำเภอ ส่วนใหญ่จะนำยางที่รับซื้อส่งไปขายต่อให้แก่ร้านรับซื้อระดับจังหวัด หรือส่งให้แก่ตลาดเอกชน หรือโรงงานแปรรูปโดยตรง ได้แก่ บ่อน้ำยาง ลานรับซื้อ ยางร้านรับซื้อภายในท้องถิ่น

3.3.1.2 ตลาดยางพาราเอกชน

การซื้อขายโดยโรงงานแปรรูปยางธรรมชาติ ผู้ประกอบการซื้อขายยาง หรือ ผู้ประกอบการขนส่ง ประกอบด้วย 4 ลักษณะ ดังนี้

- (1) การซื้อขายหน้าโรงงาน จากราคาเปิดรับซื้อตามเงื่อนไขของโรงงาน
- (2) การซื้อขายล่วงหน้า โดยผู้ขายรับปริมาณยาง ราคา และระยะเวลาการส่งมอบจากผู้ซื้อหรือโรงงาน
- (3) การซื้อขายฝากยางพารา โดยผู้ขายนำยางมาฝากผู้ซื้อหรือโรงงาน การตกลงราคาซื้อขายตามวันที่ผู้ขายขอแจ้งการขาย ภายในระยะเวลาที่ผู้ซื้อกำหนด และผู้ซื้อจ่ายเงินบางส่วนให้ผู้ขายตามเงื่อนไขของสัญญา
- (4) การประมูลยางพาราเอกชน โดยผู้ประกอบการซื้อขายยางหรือผู้ประกอบการขนส่งแจ้งปริมาณยางให้ผู้ซื้อแข่งขันราคา

3.3.1.3 ตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย

ตลาดที่มีการซื้อขายส่งมอบจริงภายใต้การกำกับดูแลของการยางแห่งประเทศไทย ตามระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2565 โดยชนิดยางที่ซื้อขาย ได้แก่ ยางแผ่นดิบ ยางก้อนถ้วย น้ำยางสด น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน ยาง ก้อนถ้วย ยางแท่งเอสทีอาร์ ยางเครพ และยางชนิดอื่น ๆ ตามที่การยางแห่งประเทศไทยกำหนด และมีการคัดคุณภาพโดยผู้คัดคุณภาพ ตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

(1) **ตลาดกลางยางพาราจังหวัด** ตลาดที่มีการซื้อขายยางพาราที่ดำเนินการโดยสำนักงานตลาดกลางยางพาราจังหวัด มีการซื้อขายแบบส่งมอบจริง และตลาดข้อตกลงส่งมอบจริง และการคัดคุณภาพโดยเจ้าหน้าที่คัดคุณภาพของสำนักงานตลาดกลางยางพาราจังหวัด ปัจจุบันตลาดกลางยางพาราจังหวัดมี 8 แห่ง ได้แก่ สำนักงานตลาดกลางยางพาราจังหวัดสงขลา จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดหนองคาย จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดยะลา จังหวัดระยอง และจังหวัดเชียงราย

(2) **ตลาดยางการยางแห่งประเทศไทยจังหวัด/เขต/สาขา** ตลาดที่มีการซื้อขายยางพาราที่ดำเนินการโดยการยางแห่งประเทศไทยจังหวัด/สาขา หรือดำเนินการร่วมกับสถาบันเกษตรกร/กลุ่มพัฒนาชาวสวนยาง มีการซื้อขายแบบส่งมอบจริง และการคัดคุณภาพโดยคณะกรรมการคัดคุณภาพสำหรับตลาดยางการยางแห่งประเทศไทย และตัวแทนจากสถาบันเกษตรกรชาวสวนยางที่ผ่านการอบรมจากการยางแห่งประเทศไทย และมีเจ้าหน้าที่ประจำจุดซื้อขายให้บริการซื้อขายยาง

(3) **ตลาดเครือข่ายยางพารา** ตลาดที่มีการซื้อขายยางพาราที่ดำเนินการโดยสถาบันเกษตรกร/กลุ่มพัฒนาชาวสวนยาง หรือตลาดยางการยางแห่งประเทศไทยจังหวัด/สาขาที่สมัครเป็นตลาดเครือข่าย มีการคัดคุณภาพโดยคณะกรรมการคัดคุณภาพสำหรับตลาดยางการยางแห่งประเทศไทย และตัวแทนจากสถาบันเกษตรกรชาวสวนยางที่ผ่านการอบรมจากการยางแห่งประเทศไทย ปัจจุบันตลาดเครือข่ายยางพารา รวม 500 กว่าแห่ง ทั่วประเทศ (การยางแห่งประเทศไทย, 2567)

วิธีการซื้อขายในตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 วิธีหลัก (ตาม ข้อ 12 ระเบียบการยางแห่งประเทศไทยว่าด้วยตลาดยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2565) (ดังตารางที่ 3-21) ได้แก่

(1) **การประมูล** กำหนดให้มีการประกาศราคากลางเปิดประจำวันในการซื้อขาย น้ำยางสด ยางก้อนถ้วย ยางแผ่นดิบ และยางรมควัน โดยประมูลซื้อขายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Thai Rubber Trade, TRT) ผ่านแพลตฟอร์มของการยางแห่งประเทศไทย (<https://trt.raot.co.th/>) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการยาง เกษตรกร และสถาบันเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนไว้กับ

การยางแห่งประเทศไทย ตลอดจนการเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน รองรับ การตรวจสอบย้อนกลับผลผลิต

- (2) การตกลงราคา เป็นการตกลงราคาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายตามความพึงพอใจ
- (3) การซื้อขายล่วงหน้าผ่านกระดานเสนอซื้อเสนอขาย โดยใช้ระบบการจับคู่ ผู้ซื้อผู้ขายผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Physical Forward Central Market, PFCM)
- (4) วิธีการอื่น ๆ เช่น การชะลอการขายยางพารา

ตารางที่ 3-21

วิธีการซื้อขายยางพาราแต่ละชนิด

ชนิดยางที่ซื้อขาย	การประมูล	การตกลงราคา	การซื้อขายล่วงหน้าผ่านกระดานเสนอซื้อเสนอขาย
1. น้ำยางสด	✓	✓	✓
2. ยางแผ่นดิบ	✓	-	-
3. ยางแผ่นรมควัน	✓	-	-
4. ยางก้อนถ้วย	✓	✓	-
5. ยางเครพ	✓	✓	-

หมายเหตุ. นิรนุฎวิกา จันทรศรี และคณะ, (2564)

จาก ข้อ 3.3.1.1 – 3.3.1.3 ลักษณะตลาดตามการส่งมอบ แบ่งออกได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

(1) ตลาดส่งมอบทันที (Rubber Spot Market)

ตลาดที่มีการซื้อขายยางพาราแบบส่งมอบจริง โดยมีการตกลงราคา จ่ายเงิน และส่งมอบจริงทันที หรือตามระยะเวลาที่กำหนดในระยะสั้น เช่น ภายในวันที่ซื้อหรือถัดจากวันที่ซื้อขาย 3 วันทำการ สำหรับยางแผ่นรมควันอัดก้อนและยางแท่ง เป็นต้น ผู้ซื้อผู้ขายในตลาดนี้ไม่ต้องรับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของราคาในอนาคต

(2) ตลาดข้อตกลงส่งมอบจริง (Physical Forward Market)

ตลาดที่ผู้ซื้อและผู้ขายตกลงซื้อขายในปัจจุบัน แต่มีสัญญาและเงื่อนไขต่าง ๆ ให้ส่งมอบในอนาคตหรือภายใน 7 วัน โดยกำหนดราคาอ้างอิงราคาจากตลาดล่วงหน้าและเงื่อนไขเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ล่วงหน้าก่อนส่งมอบ เช่น ปริมาณ ราคา ช่วงเวลาและสถานที่ส่งมอบ การตรวจคุณภาพ การจ่ายเงิน และการชดเชยค่าเสียหาย เป็นต้น ทั้งนี้ ตลาดข้อตกลงส่งมอบจริงไม่มีตัวกลาง จึงมีความเสี่ยงที่คู่สัญญาจะไม่ทำตามข้อตกลงในสัญญาซื้อขาย

อย่างไรก็ตาม การซื้อขายในตลาดข้อตกลงส่งมอบแตกต่างจากเกษตรพันธสัญญา⁴ โดยผู้ซื้อไม่ได้มีส่วนในกระบวนการผลิตให้แก่เกษตรกรแต่อย่างใด

⁴ นิยามระบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) ตามมาตรา 4 ของพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาระบบเกษตรพันธสัญญา พ.ศ 2560 โดยมีสาระสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

- (1) เป็นระบบการผลิตผลหรือบริการทางการเกษตร
- (2) เกิดขึ้นจากสัญญาประเภทเดียวกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจทางการเกษตรกับเกษตรกรตั้งแต่ 10 รายขึ้นไป หรือกับสหกรณ์การเกษตรหรือกลุ่มเกษตรกร หรือกับวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนซึ่งประกอบอาชีพเกษตรกรรมอีกฝ่ายหนึ่ง

3.3.1.4 ตลาดสัญญาซื้อขายยางพาราล่วงหน้า (Rubber Futures Exchange Market)

ปัจจุบันตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าของไทย คือ บริษัท ตลาดสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (Thailand Futures Exchange, TFEX) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายล่วงหน้า สินค้าเกษตร ตามพระราชบัญญัติสัญญาซื้อขายล่วงหน้า พ.ศ. 2546 เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย ราคา การรับรู้ราคาของสินค้าในอนาคต รวมทั้งตัวแปรอื่น

การซื้อขายสัญญาซื้อขายยางพาราล่วงหน้า มีรูปแบบการซื้อขายล่วงหน้าระยะ 6 เดือน โดยทำการกำหนดราคาซื้อขาย เงื่อนไข รวมถึงวันหมดอายุสัญญาหรือวันที่ส่งมอบสินค้าไว้ล่วงหน้า ซึ่งมีลักษณะของการซื้อขายสัญญามากกว่าการส่งมอบจริง ลูกค้ายของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า จะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผู้ประกันความเสี่ยง (Hedger) ที่เข้ามาซื้อล่วงหน้าและขายล่วงหน้า เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนด้านราคา และนักเก็งกำไร (Speculator) ซึ่งต้องการกำไรจากส่วนต่างของราคาซื้อและราคาขายเท่านั้น การส่งคำสั่งซื้อขายดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นการส่งคำสั่งจากสมาชิกบริษัทต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่เป็นตัวสร้างสภาพคล่องการซื้อขาย (Market Maker) และมีสำนักหักบัญชี (Clearing House) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการหักบัญชี การชำระราคา การปรับฐานะเงินประกัน การส่งมอบสินค้าเกษตร การสร้างความเชื่อมั่น และป้องกันการบิดพลิ้วสัญญาให้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทำให้การซื้อขายในตลาดนี้ส่วนใหญ่ไม่ได้มีการส่งมอบจริง อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งออกไทยส่วนใหญ่จะมีการซื้อขายล่วงหน้าในตลาดต่างประเทศ เนื่องจากมีสภาพคล่องดีกว่าในตลาด TFEX ซื้อขายในสกุลเงินบาท ทำให้ผู้ซื้อขายยางพาราล่วงหน้า คือ ผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหญ่ส่วนใหญ่ต้องการซื้อขายในสกุลเงินเหรียญสหรัฐ ส่วนผู้ใช้อย่างพาราในประเทศไม่จำเป็นต้องซื้อขายยางพาราล่วงหน้า เนื่องจากสามารถตกลงทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับผู้นำเข้าได้โดยตรง และไม่ต้องวางเงินหลักประกัน

3.3.2 ตลาดต่างประเทศ

3.3.2.1 ตลาดที่มีการซื้อขายตรง (Direct trade)

การซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้ผลิตกับผู้ใช้อย่าง วิธีนี้มีความคล่องตัว โดยเป็นการตกลงราคาและคุณภาพตามความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย ไม่มีการเปิดเผยราคาซื้อขายจริง และการซื้อขายโดยตรงจะทำสัญญาซื้อขายซึ่งเป็นสัญญามาตรฐานระหว่างประเทศตามสมาคมยางนานาชาติ โดยผู้ซื้อผู้ขายต้องปฏิบัติตามสัญญาอย่างเคร่งครัด

3.3.2.2 ตลาดเปิดหรือตลาดทางการ (Open or Official Market)

ยางพาราธรรมชาติมีการเชื่อมโยงสู่ตลาดโลกผ่านช่องทางตลาดสัญญาซื้อขายยางพาราล่วงหน้าส่วนใหญ่ในตลาดเอเชีย โดยมีตลาดซื้อขายยางธรรมชาติที่สำคัญ 5 แห่ง (Japan Exchange Group, 2023) (ดังตารางที่ 3-21)

กำหนดราคารับซื้อของผู้ส่งออกกำหนดจากราคายางในตลาดซื้อขายล่วงหน้า ซึ่งผลิตภัณฑ์ยางพาราที่ใช้อ้างอิงมากที่สุดและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล คือ ผลิตภัณฑ์ยางแผ่นรมควันชั้น 3 (RSS3) และผลิตภัณฑ์ยางแท่ง (TSR20) ซึ่งตลาดล่วงหน้าที่มีผลต่อราคายางมากที่สุด คือ ตลาดล่วงหน้าสิงคโปร์ เนื่องจากมีการส่งมอบจริงมากกว่าตลาดล่วงหน้าอื่น ๆ รองลงมา คือ ตลาดล่วงหน้าเชียงใหม่ เนื่องจาก

- (3) มีเงื่อนไขในการผลิต จำหน่าย หรือจ้างผลิตผลิตผลหรือบริการทางการเกษตรตามจำนวน คุณภาพ ราคา หรือระยะเวลาที่กำหนดไว้
- (4) ผู้ประกอบการทางการเกษตรตกลงที่จะซื้อผลิตผลดังกล่าวหรือจ่ายค่าตอบแทนตามที่กำหนดไว้ในสัญญา
- (5) ผู้ประกอบการธุรกิจทางการเกษตรเข้าไปมีส่วนในกระบวนการผลิต เช่น เป็นผู้กำหนดวิธีการผลิต จัดหาพันธ์ เมล็ดพันธุ์ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือปัจจัยการผลิตให้แก่เกษตรกร

จีนบริโภคน้ำมันมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก สำหรับการเปลี่ยนแปลงของราคาตลาดล่วงหน้าโตเกียว มีผลต่อราคายางน้อยที่สุด เนื่องจากการซื้อขายผ่านตลาดแห่งนี้ ส่วนใหญ่ไม่ได้ส่งมอบจริง แต่เป็นลักษณะ การเก็งกำไร (อิธิวิทย์ แดงนิษฐ และคณะ, 2559) ตลาดซื้อขายล่วงหน้ามีระบบตลาดที่เป็นมาตรฐานสากล และมีผู้เล่นจึงมีบทบาทสำคัญในการชี้แนะแนวโน้มการเคลื่อนไหวของราคายางพาราโลก

ตารางที่ 3-22

ตลาดสัญญาซื้อขายยางพาราล่วงหน้า

ลักษณะตลาด	สินค้าอ้างอิง (Underlying)	ขนาดสัญญา (Contract Size) เดือนที่ซื้อขาย (Contract Months)	ลักษณะของสัญญา (Statement Method)
(1) ไทย: ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าไทย (Thailand Future Exchange, TFEX)			
<ul style="list-style-type: none"> - ผู้เล่นน้อยราย - มีข้อกำหนดของผู้ลงทุนต่างชาติตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 - มีเฉพาะโบรกเกอร์ที่ชำนาญใน Equity Product และขาดความชำนาญในสินค้าเกษตร 	<u>Japanese Rubber Futures, JRF</u> ยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่ซื้อขายในตลาดสัญญาซื้อขายล่วงหน้าประเทศญี่ปุ่น	<ul style="list-style-type: none"> - 300 เท่าของราคาสินค้าอ้างอิง (Multiplier) หรือเทียบเท่ากับ 1,000 กิโลกรัม (1 ตัน) โดยไม่นำอัตราแลกเปลี่ยนมาใช้ในการคำนวณ (หน่วยราคาซื้อขาย เยนต่อกิโลกรัม) - ทุกเดือนปฏิทินที่ต่อเนื่องเรียงลำดับกัน 6 เดือนที่ใกล้ที่สุด 	<ul style="list-style-type: none"> - ชำระราคาเป็นเงินสด (Cash settlement) ด้วยราคาอย่างแผ่นรมควันชั้น 3 ล่วงหน้า โดย Osaka Exchange (OSE) ของวันสุดท้ายของการซื้อขาย และไม่นำอัตราแลกเปลี่ยนมาใช้ในการคำนวณ
	<u>RSS3D Futures</u> (เพื่อการส่งออกสินค้า) ยางแผ่นรมควันชั้น 3 (Natural Rubber Ribbed Smoked Sheet No.3: RSS3) ตามมาตรฐาน Green Book	<ul style="list-style-type: none"> - 5,000 กิโลกรัม (5 ตัน) (หน่วยราคาซื้อขาย บาทต่ออย่างแผ่นรมควัน 1 กิโลกรัม) - ทุกเดือนปฏิทินที่ต่อเนื่องเรียงลำดับกัน 7 เดือนที่ใกล้ที่สุด 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ชำระราคาด้วยการส่งมอบสินค้า (Physical Delivery) ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่สำนักหักบัญชีกำหนด ทั้งนี้ ราคาสำหรับการส่งมอบสินค้าให้เป็นไปตามที่ตลาดสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากำหนด
	<u>RSS3 Futures</u> ยางแผ่นรมควันชั้น 3 ตามมาตรฐาน Green Book ทั้งนี้ สินค้าที่ส่งมอบต้องเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานและผลิตจากผู้ผลิตตามหลักเกณฑ์ที่สำนักหักบัญชีกำหนด	<ul style="list-style-type: none"> - 5,000 กิโลกรัม (5 ตัน) (หน่วยราคาซื้อขาย บาทต่ออย่างแผ่นรมควัน 1 กิโลกรัม) - ทุกเดือนปฏิทินที่ต่อเนื่องเรียงลำดับกัน 7 เดือนที่ใกล้ที่สุด 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ชำระราคาด้วยการส่งมอบสินค้า ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่สำนักหักบัญชีกำหนด ทั้งนี้ ราคาสำหรับการส่งมอบสินค้าให้เป็นไปตามที่ตลาดสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากำหนด - กรณีที่ไม่สามารถจับคู่รับมอบ/ส่งมอบ หรือผู้ลงทุนไม่มีความสามารถในการรับมอบ/ส่งมอบสินค้า หรือไม่ยื่นความจำนงในการรับมอบ/ส่งมอบสินค้า ให้ชำระราคาเป็นเงินสด (Cash Settlement) ด้วย Final

ลักษณะตลาด	สินค้าอ้างอิง (Underlying)	ขนาดสัญญา (Contract Size) เดือนที่ซื้อขาย (Contract Months)	ลักษณะของสัญญา (Statement Method)
			Settlement Price จะใช้ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตามปริมาณการซื้อขาย (Volume Weighted Average Price, VWAP) ในวันซื้อขายวันสุดท้าย)
(2) ญี่ปุ่น: ตลาดล่วงหน้าญี่ปุ่น (Japan Exchange Group, JPX)			
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นตลาดหลักในการอ้างอิงราคา RSS3 - Volume 65% มาจากต่างชาติ (ผู้ประกอบการไทย) - มีโบรกเกอร์ที่ชำนาญด้านยางพารา 	<u>OSE RSS3</u> ยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่ได้รับรองมาตรฐานสากล	<ul style="list-style-type: none"> - 5,000 กิโลกรัม (5 ตัน) (หน่วยราคาซื้อขาย เยน (Yen, JPY) ต่อกิโลกรัม) - ทุกเดือนปฏิทินที่ต่อเนื่องเรียงลำดับกัน 12 เดือนที่ใกล้ที่สุด 	ให้ชำระราคาด้วยการส่งมอบสินค้า ทั้งนี้ ราคาสำหรับการส่งมอบสินค้าให้เป็นไปตามที่ตลาดสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากำหนด (Physically Delivered Futures Transaction)
<ul style="list-style-type: none"> - JPX เปลี่ยนจากเดิมชื่อ TOCOM (ตั้งแต่วันที่ 27 กรกฎาคม 2563 เป็นต้นมา) 	<u>OSE TSR20</u> ยางแท่ง 20 (Standard Thai Rubber No. 20, STR 20) ผลิตจากโรงงานที่ได้รับ การรับรอง และสอดคล้องกับมาตรฐานคุณภาพยางแท่ง 20 ที่กำหนดโดยสถาบันยางกรรมวิชาการเกษตร	<ul style="list-style-type: none"> - 5,000 กิโลกรัม (5 ตัน) (หน่วยราคาซื้อขาย เยนต่อกิโลกรัม) - ทุกเดือนปฏิทินที่ต่อเนื่องเรียงลำดับกัน 12 เดือนที่ใกล้ที่สุด 	ให้ชำระราคาด้วยการส่งมอบสินค้า ทั้งนี้ ราคาสำหรับการส่งมอบสินค้าให้เป็นไปตามที่ตลาดสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากำหนด
(3) สิงคโปร์: ตลาดล่วงหน้าสิงคโปร์ (Singapore Exchange, SGX/SICOM)			
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นตลาดหลักที่ใช้อ้างอิงราคา TSR20 - Volume ส่วนใหญ่มาจาก Commodities Trading Firm และ Prop Firm 	<u>SGX SICOM TSR20 Futures (TF)</u> ยางแท่ง 20 (Technically Specified Rubber No.20, TSR20) จากประเทศที่มีโรงงานที่ได้รับการรับรองจาก SICOM ตั้งอยู่ และต้องบรรจุ	<ul style="list-style-type: none"> - 5,000 กิโลกรัม (5 ตัน) (หน่วยราคาซื้อขาย เซนต์ สหรัฐ (US Cents) ต่อกิโลกรัม) - ทุกเดือนปฏิทินที่ต่อเนื่องเรียงลำดับกัน 12 เดือนที่ใกล้ที่สุด 	ให้ชำระราคาด้วยการส่งมอบสินค้า ปี 2566 การส่งมอบสินค้ายางแท่ง 20 จากสัญญาซื้อขายล่วงหน้าในตลาด SGX มี 14,555.52 ตัน

ลักษณะตลาด	สินค้าอ้างอิง (Underlying)	ขนาดสัญญา (Contract Size) เดือนที่ซื้อขาย (Contract Months)	ลักษณะของสัญญา (Statement Method)
<ul style="list-style-type: none"> - รัฐบาลให้สิทธิพิเศษทางภาษีแก่ผู้ประกอบการที่ใช้ Rubber Futures เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยง - มีโบรกเกอร์ที่ชำนาญด้านยางพารา 	<p>ตามข้อกำหนดที่ SICOM กำหนด</p> <p><u>SGX SICOM RSS3 Futures (RT)</u> ยางแผ่นรมควันชั้น 3 มีคุณภาพและการบรรจุตามมาตรฐาน Green Book</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 5,000 กิโลกรัม (5 ตัน) (หน่วยราคาซื้อขาย เซนต์สหรัฐต่อกิโลกรัม) - ทุกเดือนปฏิทินที่ต่อเนื่องเรียงลำดับกัน 12 เดือนที่ใกล้ที่สุด 	<p>ให้ชำระราคาด้วยการส่งมอบสินค้า</p> <p>ปี 2566 การส่งมอบสินค้ายางแผ่นรมควันชั้น 3 จากสัญญาซื้อขายล่วงหน้าในตลาด SGX มีปริมาณ 4,900 ตัน</p>
<p>(4) สาธารณรัฐประชาชนจีน: ตลาดล่วงหน้าเฮียงไฮ้</p> <p>- Shanghai Futures Exchange, SHFE</p>			
<ul style="list-style-type: none"> - ตลาดปิดภายในประเทศ - นักลงทุนท้องถิ่นนิยมซื้อขายเก็งกำไร - ได้รับความสนใจอ้างอิงราคามากขึ้นจากในอดีต - มีโบรกเกอร์ที่ชำนาญด้านยางพารา 	<p><u>Natural Rubber Futures Contract (SCR WF/RSS3)</u> ยางธรรมชาติที่ผลิตในประเทศจีนเกรด SCR WF (Standard China Rubber-Whole Field) มีคุณภาพมาตรฐานตาม National Standard GB/T 8081-2018 และยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่นำเข้า โดยมีคุณภาพมาตรฐานและบรรจุภัณฑ์เป็นไปตามมาตรฐานสากล Green Book (International Standards of Quality and Packing for Natural Rubber</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 10,000 กิโลกรัม (10 ตัน) (หน่วยราคาซื้อขาย หยวน (Yuan, RMB) ต่อดัน) - 10 เดือน (มกราคม มีนาคม เมษายน พฤษภาคม มิถุนายน กรกฎาคม สิงหาคม กันยายน ตุลาคม และพฤศจิกายน) 	<p>ให้ชำระราคาด้วยการส่งมอบสินค้า (Physical Delivery)</p>

ลักษณะตลาด	สินค้าอ้างอิง (Underlying)	ขนาดสัญญา (Contract Size) เดือนที่ซื้อขาย (Contract Months)	ลักษณะของสัญญา (Statement Method)
	Grades) (The Green Book, 1979 Edition)		
- Shanghai International Energy Exchange (INE)			
	<u>Standard TSR 20 Futures Contract</u> ยางแท่ง 20 เป็นไปตามที่ INE กำหนด ⁵	- 10,000 กิโลกรัม (10 ตัน) (หน่วยราคาซื้อขาย หยวน ต่อตัน) - ทุกเดือนปฏิทินที่ต่อเนื่อง เรียงลำดับกัน 12 เดือน ที่ใกล้ที่สุด	ให้ชำระราคาด้วยการส่งมอบสินค้า (Physical Delivery)
(5) อินเดีย: Indian Commodity Exchange (ICEX) /Multi Commodity Exchange (MCX)			
- ส่วนมากเป็นผู้ลงทุนในประเทศ เพราะคุณภาพสินค้าต่ำกว่ามาตรฐาน (RSS4) ทำให้ต่างชาติไม่นิยมเข้าซื้อขาย - ไม่นิยมใช้อ้างอิงในต่างประเทศ - มีโบรกเกอร์ที่ชำนาญด้านยางพารา	<u>NMCE RUBBER</u> ยางพาราแผ่นรมควัน 4 (Ribbed Smoked Sheet 4: RSS4) มีคุณภาพตามมาตรฐาน Green Book (Part II Section 1)	- 1,000 กิโลกรัม (1 ตัน) (หน่วยราคาซื้อขาย รูปี (Rs.) ต่อ 100 กิโลกรัม (Quintal)) - ทุกเดือนปฏิทินที่ต่อเนื่อง เรียงลำดับกัน 12 เดือนที่ใกล้ที่สุด หรือจะต้องมีสัญญาซื้อขายล่วงหน้ายางพาราอย่างน้อยสองสัญญาที่เปิด	

⁵ INE กำหนดคุณภาพมาตรฐานสำหรับยางแท่ง 20 6 รายการ พร้อมวิธีการทดสอบ ได้แก่ (1) Dirt retained on the 45 μ m sieve maximum 0.16% (Mass fraction) ด้วยวิธี GB/T 8086 (2) Ash Maximum 1.0% (Mass fraction) ด้วยวิธี GB/T 4498.1 (3) Nitrogen Content Maximum 0.6% (Mass fraction) ด้วยวิธี GB/T 24131.1 (4) Volatile-matter content maximum 0.8% (Mass fraction) ด้วยวิธี GB/T 3510 (5) Initial plasticity (P₀) Minimum 30 (6) Plasticity retention index (PRI) minimum 40 ด้วยวิธี GB/T 3517

ลักษณะตลาด	สินค้าอ้างอิง (Underlying)	ขนาดสัญญา (Contract Size) เดือนที่ซื้อขาย (Contract Months)	ลักษณะของสัญญา (Statement Method)
		การซื้อขายในเวลาเดียวกัน (Minimum 2 monthly contracts running concurrently)	

3.4 ราคาขางพารา

3.4.1 ราคาของขางพาราในตลาดไทย

ราคาขางพาราไทยมาจากราคาในตลาดโลก เนื่องจากโครงสร้างตลาดขางพาราโลกและไทยเป็นแบบผู้ซื้อน้อยราย ขางพาราไทยต้องพึ่งพิงตลาดส่งออกต่างประเทศเป็นหลัก ทำให้ราคาขางพาราไทยขึ้นกับราคาขางพาราในตลาดโลก และผู้ประกอบการไทยใช้ราคาขางพาราในตลาดซื้อขางล่วงหน้าต่างประเทศเป็นราคาอ้างอิงในการซื้อขางพาราในตลาดส่งมอบจริง

(1) ตลาดท้องถิ่น

ราคาขางแผ่นดิบ ปี 2567 มีราคาเฉลี่ย 71.3 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้น 53.34% จากปี 2566 (46.50 บาทต่อกิโลกรัม)

ราคาน้ำขางสด ปี 2567 มีราคาเฉลี่ย 70.74 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้น 50.53% จากปี 2566 (46.99บาทต่อกิโลกรัม)

(2) ตลาดกลางขางพารา

การขางแห่งประเทศไทยประกาศราคาขางที่มีการซื้อขางจริง และใช้อ้างอิงในการซื้อขางราคาขางแผ่นดิบชั้น 3 เฉลี่ย 3 ตลาด (หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช) ในปี 2567 มีราคาเฉลี่ย 74.65 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้น 54.68% จากปี 2566 (48.26 บาทต่อกิโลกรัม)

3.4.2 ราคาของขางพาราในตลาดต่างประเทศ

ราคาขางพาราในตลาดต่างประเทศนำมาใช้อ้างอิงในการซื้อขางตลาดขางภายในประเทศของประเทศผู้ผลิตขางธรรมชาติ

ราคาส่งออกต่างประเทศ (F.O.B กรุงเทพฯ) ราคาขางล่วงหน้า 1 เดือน พบว่า ปี 2567 ราคาขางแห้งเฉลี่ย อยู่ที่ 66.23 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้น 30.37% จากปี 2566 (50.80 บาทต่อกิโลกรัม) ส่วนราคาน้ำขางชั้นเฉลี่ย อยู่ที่ 53.36 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้น 38.78% จากปี 2565 (38.81 บาทต่อกิโลกรัม)

ในขณะที่ตลาดขางล่วงหน้าในสิงคโปร์ ปี 2567 ราคาขางแผ่นรมควันชั้น 3 เฉลี่ย อยู่ที่ 79.65 บาทต่อกิโลกรัม ลดลง 45.85% จากปี 2566 (54.61 บาทต่อกิโลกรัม) และส่วนตลาดโตเกียว ราคาขางแผ่นรมควันชั้น 3 เฉลี่ย อยู่ที่ 76.81 บาทต่อกิโลกรัม เพิ่มขึ้น 44.24% จากปี 2566 (53.25 บาทต่อกิโลกรัม)

ตารางที่ 3-22

ราคายางพารารายเดือน

สินค้า ตลาด	ปี	ผลผลิตเป็นรายเดือน												เฉลี่ย	%ΔYoY
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.		
ยางแผ่นดิบ ชั้น 3 เฉลี่ย(สงขลา, สุราษฎร์ฯ, นครศรีฯ)	2566	45.37	47.56	47.66	47.36	47.92	46.97	45.50	44.00	48.52	52.81	52.86	52.53	48.26	-0.13
	2567	59.61	70.77	83.04	79.34	78.22	79.50	65.93	75.76	82.26	78.89	70.46	72.07	74.65	54.68
น้ำยางข้น กทม. (F.O.B.)	2566	38.29	40.53	39.62	36.62	36.49	36.70	36.10	35.88	38.96	41.73	42.13	42.72	38.81	-0.13
	2567	46.96	51.59	57.86	55.29	57.79	58.27	49.84	50.05	54.48	57.90	51.46	54.82	53.86	38.78
ยางแท่ง กทม. (F.O.B.)	2566	48.83	49.13	48.66	49.34	50.41	49.74	48.98	48.11	51.30	56.07	55.14	53.85	50.80	-0.08
	2567	56.74	61.28	65.97	64.38	67.46	70.03	63.48	65.45	67.62	71.36	69.06	71.93	66.23	30.37
ยางแผ่นดิบรมควันชั้น 3 สิงคโปร์ (F.O.B.)	2566	53.82	54.54	54.15	52.41	52.82	53.12	53.01	51.17	55.45	58.18	59.01	57.67	54.61	-0.13
	2567	62.67	72.01	84.23	81.96	78.05	82.51	74.38	80.71	87.47	87.20	80.25	84.35	79.65	45.85
โตเกียว (C&F)	2566	54.43	54.34	53.07	51.86	50.57	50.01	46.83	48.04	54.26	58.69	60.34	56.61	53.25	-0.15
	2567	62.62	68.62	78.10	76.08	74.10	77.87	72.66	79.79	85.40	86.10	78.77	81.61	76.81	44.24

หมายเหตุ: สนค. ประมวลผลจาก ความเคลื่อนไหวราคายางชนิดต่างๆ (Thailand rubber price) โดย การยางแห่งประเทศไทย (2568)

4. มาตรการเกี่ยวกับยางพาราและสินค้า

4.1 มาตรการระหว่างประเทศ

4.1.1 คุณภาพและการผลิต

มาตรฐานคุณภาพยางพาราและสินค้านี้ระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน การกำหนดเกณฑ์คุณภาพที่ชัดเจน และลดความขัดแย้งระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย สนับสนุนตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Futures Market) และส่งเสริมการค้าในตลาดจริง (Physical Market) เช่น

(1) มาตรฐาน International Standard of Quality and Packing for Natural Rubber Grades (The Green Book) ของ International Rubber Association (IRA) ที่นิยมใช้ในตลาดโลก เพื่อกำหนดมาตรฐานสากลสำหรับคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ของยางธรรมชาติในเกรดต่าง ๆ โดยเน้นความสม่ำเสมอและความเชื่อถือได้ของผลิตภัณฑ์ เพื่อรองรับความต้องการของอุตสาหกรรมยางทั่วโลกซึ่งมาตรฐานนี้ใช้กำหนดสินค้าอ้างอิงในการซื้อขายสำหรับตลาดล่วงหน้า (เช่น TOCOM SICOM และ SHFE) และครอบคลุมยางธรรมชาติหลากหลายเกรด เช่น

- ยางแผ่นรมควัน (Ribbed Smoked Sheets: RSS) กำหนดคุณภาพตามสี ความสะอาด ความสม่ำเสมอของแผ่น และความชื้น เช่น RSS1 ถึง RSS5

- ยางแท่ง (Technically Specified Rubber: TSR) ระบุค่ามาตรฐาน เช่น ความหนืด (Mooney Viscosity) สิ่งเจือปน (Dirt Content) และสีของยางในรูปแบบ TSR10 และ TSR20 เป็นต้น

- ยางเครพ (Crepe Rubber) ควบคุมสิ่งเจือปน สี และระดับความสะอาด โดยยางเครพจะต้องปราศจากสิ่งปนเปื้อน

- มาตรฐานการบรรจุภัณฑ์ ยางธรรมชาติต้องบรรจุในรูปแบบที่ป้องกันความชื้น สิ่งปนเปื้อน และความเสียหาย และการจัดส่งจะเน้นการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม เช่น พาเลทหรือกล่องไม้

(2) มาตรฐาน ISO ขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) สำหรับยางพาราและสินค้านี้กำหนดเกณฑ์คุณภาพ วิธีการตรวจสอบ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับยางพาราและสินค้า เพื่อสนับสนุนการค้าและการผลิตที่มีมาตรฐานควบคู่กับเพิ่มความสามารถการแข่งขันในตลาดโลก และสร้างความมั่นใจให้กับคู่ค้าและผู้บริโภคในเรื่องคุณภาพและความยั่งยืน (ดังตารางที่ 4-1)

ตารางที่ 4-1

ตัวอย่างมาตรฐาน ISO ของยางพาราและสินค้านี้ยางพารา

ประเภท	ตัวอย่างมาตรฐาน	
ยางพาราแปรรูปขั้นต้น	ISO 7681:2024	Natural rubber field latex — Determination of dry rubber content
ยางพาราแปรรูปขั้นกลาง	ISO 126:2005	Natural rubber latex concentrate — Determination of dry rubber content
ยางพาราแปรรูปขั้นกลาง	ISO 2000:2020	Rubber, raw natural — Guidelines for the specification of technically specified rubber (TSR)
	ISO 24376:2022	Rubber, raw natural — Guidelines and requirements for technically specified low-protein natural rubber

ประเภท	ตัวอย่างมาตรฐาน	
ยางพาราแปรรูปชั้น ปลาย	ISO 20437:2017	Natural rubber latex cleanroom gloves — Specification
	ISO 6134:2024	Rubber hoses and hose assemblies for saturated steam — Specification
ไม้	ISO 3129:2019	Wood — Sampling methods and general requirements for physical and mechanical testing of small clear wood specimens
อื่น ๆ	ISO 14001:2015	Environmental management systems — Requirements with guidance for use
	ISO 26000:2010	Guidance on social responsibility
	ISO 50001:2018	Energy management systems — Requirements with guidance for use

หมายเหตุ. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2567) และ ISO (n.d.)

(3) มาตรฐาน ASTM (American Society for Testing and Materials) เป็นมาตรฐานจากสหรัฐฯ ที่มุ่งเน้นการกำหนดคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของยางพาราและสินค้า (ดังตารางที่ 4-2)

ตารางที่ 4-2

ตัวอย่างมาตรฐาน ASTM ของยางพาราและสินค้ายางพารา

ประเภท	ตัวอย่างมาตรฐาน	
ยางพาราแปรรูปชั้น กลาง	D2227-96(2020)	Standard Specification for Natural Rubber (NR) Technical Grades
	D1076-23	Standard Specification for Rubber - Concentrated, Ammonia Stabilized, Creamed, and Centrifuged Natural Latex
ยางพาราแปรรูปชั้น ปลาย	D3577-19(2023)	Standard Specification for Rubber Surgical Gloves
ไม้	D1037-12(2020)	Standard Test Methods for Evaluating Properties of Wood-Base Fiber and Particle Panel Materials

หมายเหตุ. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2567)

4.1.2 สิ่งแวดล้อม

4.1.2.1 การรับรองป่าไม้ (Program for the Endorsement of Forest Certification: PEFC)

มาตรฐานการรับรองป่าไม้ ของ PEFC แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

(1) กลุ่มการรับรองการจัดการป่าไม้ที่ยั่งยืน (Sustainable Forest Management

Certification: SFM)

การรับรองนี้จะประเมินการจัดการป่าไม้ในแต่ละขั้นตอนในพื้นที่ โดยคำนึงถึงหลายปัจจัยทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จากการผลิตยางและไม้ยาง จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้มูลค่าทางเศรษฐกิจของพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับป่าไม้สวนป่า ทรัพยากรป่าไม้ และป่าธรรมชาติ การรับรองในกลุ่มนี้ใช้วิธีการ 2 แบบ คือ:

- การรับรองแบบกลุ่ม : เกษตรกรรายย่อยจำนวนมากสามารถใช้การรับรองของ PEFC SFM ร่วมกัน ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนและแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการบรรลุเป้าหมายร่วมของ PEFC
- ไม้นอกเขตป่า (TOF) : วิธีนี้จะสอดคล้องกับระบบการผลิตยางธรรมชาติมากขึ้น โดยมีประโยชน์ในประเทศที่ไม่ได้กำหนดให้สวนยางเป็นป่าไม้

(2) การตรวจสอบย้อนกลับ (Chain of Custody Certification: CoC)

การรับรองนี้ควบคุมการเคลื่อนย้ายไม้จากสวนป่าไปยังจุดสุดท้ายจนถึงมือผู้ซื้อ โดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการที่ใช้ผลิตภัณฑ์ไม้ PEFC ซึ่งสามารถติดตามการรับรอง PEFC Certified Material บนสินค้าได้ ซึ่งการรับรองนี้แสดงถึงการดูแลคุณภาพตลอดห่วงโซ่การควบคุมผลิตภัณฑ์จากป่าไม้ (CoC) เพื่อส่งเสริมการจัดการป่าไม้ที่มีคุณภาพ และให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูปที่ได้รับการรับรองนั้นผ่านกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงมาตรฐานสูงสุดด้านนิเวศวิทยา สังคม และจริยธรรม โดยสินค้าที่ได้รับการรับรอง PEFC Certified Material จะต้องประกอบด้วยวัสดุไม้จากป่าที่ได้รับการรับรองจาก PEFC อย่างน้อย 70% และวัสดุรีไซเคิล (Recycled material) รวมไม่เกิน 100%

นอกจากนี้ PEFC กำลังพัฒนา PEFC EUDR DDS ใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับ EUDR และการรับรองไม้ระดับประเทศโดยแต่ละประเทศสามารถออกแบบมาตรฐานที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของตนเอง แต่ยังคงยึดหลักการและเกณฑ์ของ PEFC ในประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดูแลคือ สำนักงานการรับรองไม้เศรษฐกิจไทย (Thailand Forest Certification Council: TFCC) ภายใต้สถาบันอุตสาหกรรมเพื่อการเกษตร (สอก.)

4.1.2.2 มาตรฐานการรับรองป่าไม้ตามแนวทางของ FSC

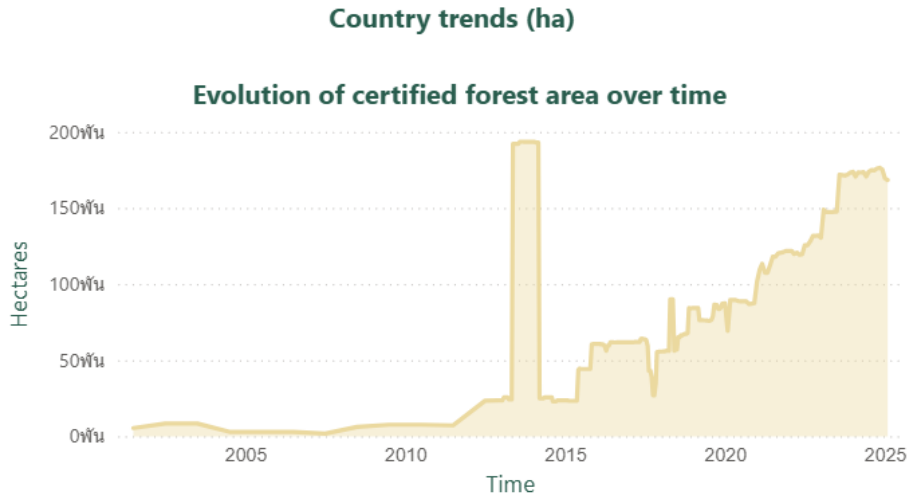
สภาควบคุมป่าไม้ (Forest Stewardship Council: FSC) ออกมาตรฐานสำหรับการปฏิบัติด้านป่าไม้ เพื่อสนับสนุนการจัดการป่าไม้บนความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม โดยไม้และสินค้าจากไม้ (เช่น ไม้แปรรูป ผลิตภัณฑ์ยางพารา ยางธรรมชาติ และยางล้อรถยนต์ เป็นต้น) ที่ได้รับการรับรอง FSC แสดงว่า ไม้และสินค้าจากไม้มาจากป่าธรรมชาติ หรือป่าปลูกที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีการปลูกป่าทดแทนไม้ที่นำมาใช้ มาตรฐานนี้แบ่งการรับรองออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้:

(1) การรับรองการจัดการป่าไม้ที่ยั่งยืน (Forest Management Certification)

- ประเมินการจัดการป่าไม้ที่ตอบสนองต่อหลักเกณฑ์สำคัญ ได้แก่ การรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ การปกป้องสิทธิมนุษยชนของชุมชนและแรงงานท้องถิ่น การป้องกันการตัดไม้ทำลายป่า และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ป่า
- ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรป่าไม้โดยไม่ทำลายศักยภาพในระยะยาว
- ไทยมีพื้นที่ที่ได้รับการรับรองป่าไม้ที่ยั่งยืน 168,375 เฮกตาร์ หรือ 1.05 ล้านไร่ (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มกราคม 2568) เป็น 0.11% ของพื้นที่ที่ได้รับการรับรองป่าไม้ที่ยั่งยืนทั่วโลก (จำนวน 159,515,626 เฮกตาร์ หรือ 996.97 ล้านไร่) (FSC, 2025) และสัดส่วน 4.72% ของเนื้อที่กรีดยางได้ของไทยปี 2567 (22.47 ล้านไร่) (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2568)
- **แนวโน้มพื้นที่ที่ได้รับการรับรองป่าไม้ที่ยั่งยืนของไทยขยายตัวเฉลี่ย 13.44% ต่อปี** (ดังภาพที่ 4-1)

ภาพที่ 4-1

แนวโน้มพื้นที่ที่ได้รับรองป่าไม้ยั่งยืน FSC ของไทย



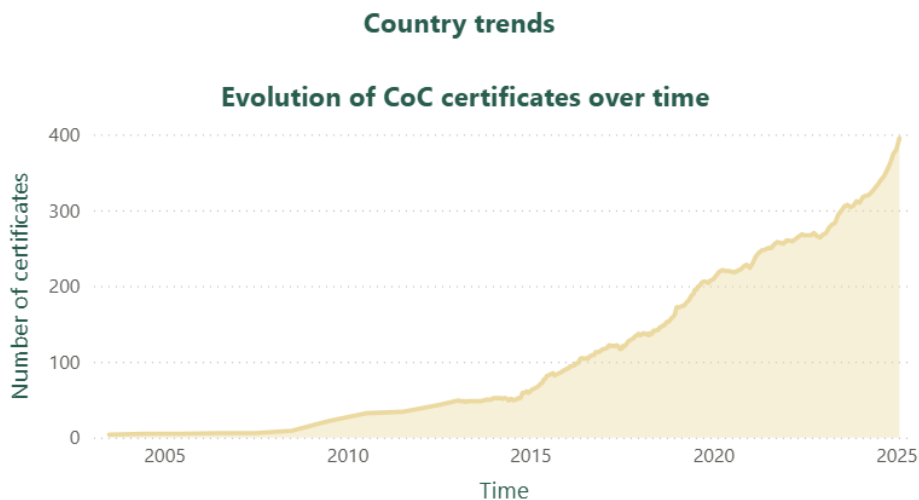
หมายเหตุ. จาก Country trends: Evolution of certified forest area over time โดย FSC (2025).

(2) การรับรองห่วงโซ่อุปทาน (Chain of Custody Certification: CoC)

- รับรองกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้และกระดาษ ตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบจนถึงผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าไม่มีแหล่งที่มาที่ยั่งยืน
- ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลาก FSC จะต้องใช้วัตถุดิบจากป่าที่ได้รับการรับรอง FSC หรือวัสดุรีไซเคิล
- ไทยมีจำนวนการรับรองห่วงโซ่อุปทานของไทย 380 รายการ (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มกราคม 2568) เป็น 0.60% ของจำนวนการรับรองห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก (จำนวน 63,834 รายการ) (FSC, 2025)
- แนวโน้มจำนวนการรับรองห่วงโซ่อุปทานของไทยขยายตัวเฉลี่ย 14.13% ต่อปี (ดังภาพที่ 4-2)

ภาพที่ 4-2

กราฟแนวโน้มจำนวนใบรับรองไม้และสินค้าไม้จากป่าไม้ยั่งยืน FSC ของไทย



หมายเหตุ. จาก Country trends: Evolution of CoC Certificates over time โดย FSC (2024).

นอกจากนี้ ยังมีมาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและการผลิตอย่างยั่งยืน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมไม้และยางพารา เช่น **มาตรฐาน Fair Rubber** เน้นการสร้างความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทานยางพารา โดยให้การสนับสนุนเกษตรกรรายย่อยผ่านราคาที่ยุติธรรมและเงื่อนไขการผลิตที่เหมาะสม **มาตรฐาน The Rainforest Alliance** ส่งเสริมการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ป่าไม้ โดยยึดหลักการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน **มาตรฐาน Global Organic Latex Standard (GOLS)** กำหนดข้อกำหนดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ทำจากยางธรรมชาติอินทรีย์ ตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบไปจนถึงกระบวนการผลิต และ**มาตรฐาน eco-INSTITUT** รับรองความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ในด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการตรวจสอบสารเคมีอันตรายและคุณภาพของวัสดุ เป็นต้น มาตรฐานเหล่านี้ล้วนมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน การปกป้องสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในตลาดโลก

4.1.2.3 แพลตฟอร์มยางยั่งยืนสากล (Global Platform for Sustainable Natural Rubber: GPSNR)

แพลตฟอร์มนี้ก่อตั้งขึ้นในปี 2018 ภายใต้การอุปถัมภ์ของ WBCSD Asia Pacific Ltd. (World Business Council for Sustainable Development: WBCSD) ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่จดทะเบียนในสิงคโปร์ GPSNR ทำหน้าที่เป็นเวทีความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมยางธรรมชาติ ตั้งแต่ผู้ผลิต เกษตรกร ผู้แปรรูป ผู้ค้า ไปจนถึงผู้ใช้ปลายทาง เช่น ผู้ผลิตยางรถยนต์ รวมถึงภาคประชาสังคม สมาคม และองค์กรภาครัฐ

วิสัยทัศน์ของ GPSNR คือ “ห่วงโซ่มูลค้ายางธรรมชาติที่เป็นธรรม เท่าเทียม และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” GPSNR มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาห่วงโซ่มูลค้ายางธรรมชาติให้เกิดความสมดุลระหว่างความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการจัดการปัญหาต่าง ๆ เช่น การทำลายป่า การเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศ การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ การละเมิดสิทธิมนุษยชนและแรงงาน รวมถึงความไม่เท่าเทียมกันในห่วงโซ่อุปทาน

เมื่อผู้ประกอบการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสามัญของ GPSNR จะต้องปฏิบัติตามนโยบายที่สอดคล้องกับกรอบนโยบายขององค์กร ซึ่งครอบคลุม หลักการ 12 ประการของยางธรรมชาติที่ยั่งยืน เพื่อสนับสนุนสมาชิกในการปฏิบัติตามกรอบนโยบายดังกล่าว GPSNR ได้พัฒนาข้อกำหนดในการรายงาน (Reporting Requirements: RR) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของ โมเดลการรับประกัน (Assurance Model)

ในปี 2565 GPSNR มีแผนพัฒนาโมเดลการรับประกันเพิ่มเติม เช่น การตรวจสอบความถูกต้อง การติดตาม และการประเมินผลกระทบในระดับภาคธุรกิจและสมาชิก โดยจะกำหนดพารามิเตอร์สำหรับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง พร้อมกลไกที่ช่วยสร้างความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ ทั้งในมิติของธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business: B2B) และการสนับสนุนจากภาคประชาสังคม (Civil Society Organizations: CSOs)

สมาชิกของ GPSNR คิดเป็นกว่า 60% ของปริมาณยางธรรมชาติทั่วโลก โดยสมาชิกได้พัฒนาหรือปรับปรุงนโยบายการจัดการซื้อและการผลิตยางธรรมชาติอย่างยั่งยืนในทุกแง่มุมของความยั่งยืน ได้แก่ การปฏิบัติตามกฎหมาย การคุ้มครองสิทธิมนุษยชน การรักษาชุมชนท้องถิ่น การปกป้องระบบนิเวศที่ดีและไม่ตัดไม้ทำลายป่า โดยลงนามในพันธสัญญาว่าจะดำรงไว้ซึ่งองค์ประกอบของนโยบายที่สมาชิกของ GPSNR ให้คำมั่นสัญญา ดังนี้

(1) การปฏิบัติตามกฎหมายการต่อต้านการทุจริต

- การเคารพกฎหมายท้องถิ่น ระดับชาติ และระหว่างประเทศในด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน การใช้ที่ดิน และสิ่งแวดล้อม
- การต่อต้านการทุจริตในทุกมิติ รวมถึงการกรรโชกและการติดสินบน

(2) ระบบนิเวศที่สมบูรณ์และทำงานได้

- หลีกเลี่ยงการตัดไม้ทำลายป่าและพื้นที่ที่มีคุณค่าด้านการอนุรักษ์ (HCVs)
- การคุ้มครองระบบนิเวศ ป่าไม้ และพื้นที่ชุ่มน้ำที่เสื่อมโทรม
- การจัดการที่ดินโดยไม่ใช้การเผา การป้องกันการปนเปื้อนของน้ำ ดิน และสารเคมี
- ห้ามใช้พื้นที่ดินพรุในการเพาะปลูก

(3) การเคารพสิทธิมนุษยชนทั้งหมด

- การเคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักการ UNGP และอนุสัญญา ILO
- กลไกรับเรื่องร้องทุกข์ การยอมรับสิทธิที่ดินของชนเผ่าพื้นเมืองและชุมชนท้องถิ่น
- การปฏิบัติตามกระบวนการ FPIC ในกรณีที่กิจกรรมส่งผลกระทบต่อชุมชน

(4) ความเป็นอยู่ของชุมชน

- การพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดี เช่น น้ำดื่ม สุขอนามัย อาหาร และการศึกษา
- การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม

(5) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

- การฝึกอบรมผู้ผลิตยางธรรมชาติและสนับสนุนการผลิตที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการขยายผลผลิตในแนวตั้ง (เพิ่มผลผลิตและคุณภาพ) มากกว่าการขยายพื้นที่ปลูกในแนวนอน
- การลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซคาร์บอน

(6) ระบบและกระบวนการต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนการนำองค์ประกอบของนโยบายไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

- การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน มีระยะเวลา และตัวชี้วัดที่ตรวจสอบได้
- การสื่อสารอย่างโปร่งใสกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

(7) การตรวจประเมินห่วงโซ่อุปทาน การตรวจสอบย้อนกลับ และการบริหารจัดการ

- การจัดทำแผนที่ห่วงโซ่อุปทาน ประเมินความเสี่ยง และตรวจสอบย้อนกลับ
- การสร้างข้อกำหนดและแรงจูงใจให้ผู้จำหน่ายปฏิบัติตามนโยบาย
- การจัดตั้งกลไกการร้องเรียนที่โปร่งใส เปิดเผย และเป็นอิสระ

(8) การติดตามและรายงานความคืบหน้าและความสอดคล้องกับองค์ประกอบของนโยบาย

- การติดตามความคืบหน้าและประเมินผลการดำเนินงานของบริษัท
- รายงานความคืบหน้าต่อสาธารณะอย่างน้อยปีละครั้งเป็นประจำทุกปี โดยสมาชิกจะต้องส่งข้อมูลในปีที่ผ่านมาตามกำหนดเวลาการรายงานดังต่อไปนี้:
 - ผู้ผลิตหรือผู้แปรรูปและผู้ค้าวัตถุดิบ: ภายในหรือก่อนวันที่ 30 มิถุนายน
 - ผู้ผลิตและผู้ค้าวัสดุแปรรูป: ภายในหรือก่อนวันที่ 30 กันยายน
 - ผู้ใช้ปลายทาง: ภายในหรือก่อนวันที่ 31 ธันวาคม

4.1.2.4 EcoVadis

EcoVadis เป็นแพลตฟอร์มประเมินความยั่งยืนระดับโลก (Global Sustainability Assessment Platform) ที่ช่วยให้บริษัทต่าง ๆ สามารถประเมิน ตรวจสอบ และปรับปรุงประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance: ESG) ของตนเองได้ EcoVadis เป็นที่นิยมในบริษัทขนาดใหญ่และองค์กรระดับโลกที่ต้องการตรวจสอบและปรับปรุงความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน เช่น บริษัทในอุตสาหกรรมยานยนต์ การเกษตร เคมีภัณฑ์ และสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงองค์กรที่ให้ความสำคัญกับ ESG อย่างจริงจัง เพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์องค์กร: ช่วยให้บริษัทแสดงถึงความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืนและจริยธรรม **ลดความเสี่ยง:** ช่วยระบุและแก้ไขความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน **สร้างความไว้วางใจ:** ส่งเสริมความเชื่อมั่นในความโปร่งใสและความยั่งยืนระหว่างคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

EcoVadis มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก โดยให้คะแนนและรายงานที่ช่วยบริษัทในการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน

คุณสมบัติและบทบาทของ EcoVadis

(1) ระบบการให้คะแนน (EcoVadis Scorecard) ใช้เกณฑ์ที่ครอบคลุมด้าน ESG ใน 4 หัวข้อ ได้แก่

- **สิ่งแวดล้อม (Environment):** การจัดการพลังงาน การลดก๊าซเรือนกระจก การจัดการของเสีย
- **แรงงานและสิทธิมนุษยชน (Labor & Human Rights):** สิทธิของพนักงาน ความหลากหลาย การป้องกันการละเมิดแรงงาน
- **จริยธรรม (Ethics):** การต่อต้านการทุจริต การแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- **ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน (Sustainable Procurement):** การส่งเสริมความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน

(2) การประเมินที่ปรับให้เหมาะสมกับแต่ละองค์กร ปรับการประเมินตามอุตสาหกรรม ขนาดบริษัท และสถานที่ตั้ง เพื่อให้ผลลัพธ์ที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

(3) **ความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน** ช่วยสร้างความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน โดยเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนของคู่ค้า ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถเลือกพันธมิตรที่สอดคล้องกับเป้าหมาย ESG

(4) **การส่งเสริมความร่วมมือด้านความยั่งยืน** เป็นตัวกลางที่ช่วยให้บริษัทต่าง ๆ และคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานร่วมมือกันเพื่อปรับปรุงความยั่งยืน

4.1.2.5 แผนงานการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT)

เขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT) ก่อตั้งขึ้นในปี 2536 โดยครอบคลุม 14 จังหวัดภาคใต้ของไทย 11 รัฐทางเหนือและตะวันตกของมาเลเซีย และ 10 จังหวัดในเกาะสุมาตราของอินโดนีเซีย มีเป้าหมายส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจระดับภูมิภาค โดยอาศัยข้อได้เปรียบด้าน ภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม ศาสนา และภาษา ที่คล้ายคลึงกัน

ปัจจุบัน IMT-GT ดำเนินงานภายใต้วิสัยทัศน์ IMT-GT Vision 2036 ซึ่งมุ่งเน้นให้ภูมิภาคนี้เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจที่บูรณาการนวัตกรรม ลดความเหลื่อมล้ำ และเติบโตอย่างยั่งยืน ภายในปี 2579 โดยมี 3 เป้าหมายหลัก ได้แก่

- (1) ภาคเกษตรที่ยั่งยืน ลดความเหลื่อมล้ำ และใช้นวัตกรรม
- (2) ฐานอุตสาหกรรมที่เข้มแข็งและเป็นอุตสาหกรรมขั้นสูง
- (3) ภาคการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและลดความเหลื่อมล้ำ

แผนดำเนินงาน 5 ปี (IMT-GT Implementation Blueprint 2022–2026)

กำหนด 8 เสายุทธศาสตร์ โดยการเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตร (WGAA) เป็นหนึ่งในสาขาหลัก ซึ่งมีกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของไทย เป็นหน่วยงานประสานหลัก เป้าหมายสำคัญ ได้แก่

- (1) ส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืนและใช้เทคโนโลยี
- (2) พัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตรที่สำคัญ เช่น อาหาร ยางพารา น้ำมันปาล์ม สมุนไพร พลังงานชีวมวลจากปาล์ม น้ำมัน และผลไม้ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง
- (3) บูรณาการเศรษฐกิจสีเขียว เศรษฐกิจภาคทะเล และเศรษฐกิจหมุนเวียนเข้ากับห่วงโซ่อุปทานของ IMT-GT

การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับยางพารา คือ โครงการเมืองยางพารา (Rubber Cities Project) และความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมยาง โดยทั้ง 3 ประเทศกำลังเร่งรัดการดำเนินงานเพื่อเป็นไปตามบันทึกความเข้าใจว่าโครงการเมืองยางพาราและความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมยางในอนุภูมิภาค IMT-GT เพื่อกระตุ้นการลงทุน พัฒนาประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ยางพารา อำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ และกระจายรายได้สู่เกษตรกร โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2568) เช่น

(1) Kedah Rubber City (มาเลเซีย)

- พื้นที่ 1,200 เอเคอร์ ใน Ladang Bukit Ketapang, Kedah
- เชื่อมต่อเส้นทาง North-South Expressway (E1) ไปยัง ปีนัง อลอร์สตาร์ และสงขลา

(2) นิคมอุตสาหกรรมสงขลา (Songkhla Industrial Estate, ไทย)

- พื้นที่ 248.69 เอเคอร์ ในเขตเศรษฐกิจพิเศษสงขลา (เฟส 1)
- รองรับอุตสาหกรรม โลจิสติกส์ ผลิตภัณฑ์ยาง เกษตรแปรรูป อาหารฮาลาล สิ่งทอและบริการ ภายใต้การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- ตั้งอยู่ใกล้เส้นทางหลัก (Highway No. 4) เชื่อมต่อกับชายแดนมาเลเซีย

4.1.3 การค้า

4.1.3.1 สภาไตรภาคียางระหว่างประเทศ (International Tripartite Rubber Council: ITRC)

ประกอบด้วย ไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก มีบทบาทในการควบคุมปริมาณการผลิตและส่งออกยางพารา เพื่อรักษาเสถียรภาพของราคายางในตลาดโลก โดยดำเนินมาตรการบริหารจัดการยางพารา เช่น การควบคุมปริมาณการผลิต กระตุ้นการใช้ยาง และรักษาสมดุลของอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลก เพื่อป้องกันภาวะล้นตลาดและสนับสนุนราคายางธรรมชาติให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

จากการประชุมครั้งที่ 39 ณ กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 26 - 27 กันยายน 2567 ITRC ได้ร่วมกันทบทวนความก้าวหน้าของโครงการสำคัญ เช่น โครงการจัดหายาง โครงการริเริ่มด้านความยั่งยืน และโครงการส่งเสริมการใช้ยาง พร้อมทั้งหารือแนวทางขับเคลื่อนมาตรการเพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบ EUDR

4.1.3.2 International Rubber Conference Organisation (IRCO) เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้น

เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราระหว่างประเทศ โดยมีการจัดการประชุมวิชาการนานาชาติด้านยางพารา (International Rubber Conference: IRC) เป็นประจำทุกปี หมุนเวียนไปตามประเทศสมาชิก มีบทบาทสำคัญในการเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีด้านยางพารา นำเสนอผลงานวิจัยและนวัตกรรมใหม่ ๆ ในอุตสาหกรรมยาง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างนักวิจัย ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญด้านยางพารา โดยในปี 2568 จะมีการจัดประชุม IRC 2025 ในวันที่ 1 - 3 ธันวาคม 2568

4.2 มาตรการต่างประเทศ

4.2.1 จีน

จีนมีนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับยางพารา เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านอุปทาน และสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศ ดังนี้:

(1) **การเพิ่มกำลังการผลิตภายในประเทศ:** รัฐบาลจีนได้ดำเนินแผนเพิ่มความสามารถในการผลิตยางธรรมชาติระหว่างปี 2564 - 2568 โดยมุ่งเน้นการประกันรายได้ของชาวสวนยาง ส่งเสริมพื้นที่ปลูกยางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการปลูกยางพาราแบบผสมผสาน รวมถึงการกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมยางผสมต่าง ๆ (ฝ่ายเกษตรประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567)

(2) **การลงทุนในต่างประเทศ:** เนื่องจากความสามารถในการพึ่งพาผลผลิตในประเทศอยู่ในระดับต่ำ จีนจึงมีนโยบายลงทุนขยายสวนยางพารา และอุตสาหกรรมต่อเนื่องในต่างประเทศ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2566) เพื่อสร้างความมั่นคงด้านอุปทานให้กับอุตสาหกรรมของตน

(3) **การสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพารา:** รัฐบาลจีนส่งเสริมอุตสาหกรรมการเกษตรที่โดดเด่นในแต่ละพื้นที่ โดยประกาศบัญชีรายชื่ออุตสาหกรรมเกษตรพิเศษ 50 รายการ ซึ่งอุตสาหกรรมยางธรรมชาติของมณฑลไห่หนานเป็นหนึ่งในนั้น นอกจากนี้ รัฐบาลท้องถิ่นยังสนับสนุนการปลูกยางพารา เช่น การวางแผนสร้างศูนย์การค้ายางพาราและศูนย์กำหนดราคายาง รวมถึงการให้เงินช่วยเหลือชาวสวนในการซื้อประกันภัยต้นยางและการประกันราคายาง (ฝ่ายเกษตรประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567)

(4) **การสนับสนุนจากตลาด:** ตลาด Shanghai Futures Exchange ได้เพิ่มเงินสนับสนุนยางพาราผ่านการใช้ระบบประกันภัยร่วมกับตราสารอนุพันธ์สินค้าเกษตรในตลาดล่วงหน้า และปรับอัตราหลักประกันซื้อขายยางพาราและอัตราค่าความผันผวนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร (ฝ่ายเกษตรประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567)

(5) **การพัฒนาการวิจัยและเทคโนโลยี:** จีนส่งเสริมและสนับสนุนเทคโนโลยีการกรีดยาง เช่น การใช้มีดกรีดยางแบบพิเศษที่ไม่ต้องลับมีด และมีดกรีดยางไฟฟ้า เพื่อเพิ่มผลผลิตน้ำยาง (ฝ่ายเกษตรประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567)

(6) **มาตรการทางการค้า** จีนใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดกับยางในชนิดที่ใช้กับรถจักรยานยนต์ (พิกัดศุลกากร 4013.90.20) จากไทย โดยกำหนดอัตราอากร AD ที่ 30.34% - 112.51% ของราคา CIF มีผลตั้งแต่วันที่ 30 พฤศจิกายน 2567 ถึง 29 พฤศจิกายน 2572 (กรมการค้าต่างประเทศ, 2567)

4.2.2 สหรัฐฯ

4.2.2.1 การพัฒนาการผลิตยางธรรมชาติภายในประเทศ

สมาคมผู้ผลิตรายรถยนต์แห่งสหรัฐฯ (U.S. Tire Manufacturers Association: USTMA) ได้เผยแพร่เอกสารเกี่ยวกับความสำคัญของการพัฒนาการผลิตยางธรรมชาติภายในประเทศสหรัฐฯ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและความปลอดภัยของประเทศ เนื่องด้วยยางธรรมชาติเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตรายรถยนต์ที่มีคุณภาพสูง ยางธรรมชาติมีคุณสมบัติที่ไม่สามารถทดแทนได้ด้วยยางสังเคราะห์ เช่น ความทนทานต่อการฉีกขาดและความยืดหยุ่น แต่มีความเสี่ยงจากการพึ่งพาการนำเข้า ซึ่งในปัจจุบันสหรัฐฯ พึ่งพาการนำเข้ายางธรรมชาติจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากกว่า 90% การพึ่งพาการนำเข้าเช่นนี้ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อห่วงโซ่อุปทาน หากเกิดปัญหาในภูมิภาคนั้น โดยมีแนวทางการพัฒนายางธรรมชาติภายในประเทศ ดังนี้

(1) ส่งเสริมการปลูกพืชที่สามารถผลิตยางธรรมชาติได้ในสหรัฐฯ เช่น วายูเล่ (Guayule) และแดนดีไลออน (Dandelion)

(2) สนับสนุนเกษตรกรในการปรับตัวเพื่อปลูกพืชเหล่านี้ และลงทุนในโรงงานแปรรูปเพื่อสกัดยางธรรมชาติ

(3) เพิ่มการลงทุนในการวิจัยเพื่อพัฒนาการผลิตยางธรรมชาติจากพืชในประเทศ

4.2.2.2 การรีไซเคิลยางรถยนต์

USTMA ยังได้ก่อตั้ง มูลนิธิการรีไซเคิลยาง (Tire Recycling Foundation) เพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาตลาดสำหรับยางที่หมดอายุการใช้งาน โดยมีเป้าหมายในการรีไซเคิลยางให้ได้ 100% ในอนาคต ตลอดจน USTMA ยังมีส่วนร่วมในโครงการ "Global Platform for Sustainable Natural Rubber (GPSNR)" ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี 2560 (ค.ศ. 2017) โดยสภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (WBCSD) และโครงการอุตสาหกรรมยางรถยนต์ (TIP) เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่คุณค่ายางธรรมชาติ การมีส่วนร่วมใน GPSNR มีเป้าหมายเพื่อสร้างมาตรฐานที่สอดคล้องกันในการเคารพสิทธิมนุษยชน ป้องกันการยึดครองที่ดินและการตัดไม้ทำลายป่า ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพและแหล่งน้ำ ปรับปรุงผลผลิตและเพิ่มความโปร่งใสและการตรวจสอบย้อนกลับในห่วงโซ่อุปทาน

4.2.2.3 มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด

สหรัฐฯ ได้ใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (AD) กับสินค้านำเข้ายางรถยนต์จากประเทศไทย เพื่อแก้ไขการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบกิจการส่งออกยางพาราและสินค้านำเข้าจากไทย ทำให้ความสามารถในการแข่งขันทางด้านราคาลดลง โดยกำหนดอัตราอากรที่แตกต่างกันตามประเภทสินค้า (ดังตารางที่ 4-3)

ตารางที่ 4-3

มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดจากสหรัฐฯ

สินค้าที่ไทยถูกใช้มาตรการ AD (พิกัดศุลกากร)	อัตราอากรที่เรียกเก็บ	วันที่เริ่มเรียกเก็บอากร	วันที่สิ้นสุดเรียกเก็บอากร
ยางนอกชนิดอัดลมสำหรับรถบรรทุกและรถบัส (4011.20.10 และ 4011.20.5020)	12.33% -48.39%	17 ธ.ค. 67	2 เม.ย. 68
ยางรถยนต์โดยสารและรถบรรทุกขนาดเล็ก (4011.10.10.10, 4011.10.10.20, 4011.10.10.30, 4011.10.10.40, 4011.10.10.50, 4011.10.10.60, 4011.10.10.70, 4011.10.50.00, 4011.20.10.05, 4011.20.50.10, 4011.90.10.10, 4011.90.10.50, 4011.90.20.10, 4011.90.20.50, 4011.90.80.10, 4011.90.80.50, 8708.70.45.30, 8708.70.45.46, 8708.70.45.48, 8708.70.45.80, 8708.70.60.30, 8708.70.60.45 และ 8708.70.60.60)	-	19 ก.ค. 64	อยู่ระหว่างการไต่สวน
หนังยางรัดของ (4016.99.3510 และ 4016.99.6050)	0 - 5.87%	7 มี.ค. 62	26 เม.ย. 67

หมายเหตุ: กรมการค้าต่างประเทศ (2567) ประมวลผล โดย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

4.2.2.4 มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม

สำนักงานคุ้มครองสิ่งแวดล้อมสหรัฐฯ (EPA) ได้ออกการแก้ไขกฎระเบียบภายใต้ National Emission Standards for Hazardous Air Pollutants (NESHAP) : Rubber Tire Manufacturing สำหรับการผลิตรายรถยนต์ตามข้อกำหนดของ Clean Air Act (CAA) National Emission Standards for Hazardous Air Pollutants มุ่งเน้นการควบคุมมลพิษจากโรงงานผลิตรายรถยนต์ ซึ่งรวมถึงสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่าย (Volatile Organic Compounds: VOCs) และสารเคมีอันตรายอื่น ๆ ปรับกระบวนการผลิตตามมาตรฐานที่ใกล้เคียงกัน และกำหนดให้ผู้ผลิตรายรถยนต์ในสหรัฐฯ แจ้งรายละเอียดการผลิต การตรวจสอบ รายงานผล และการเก็บสถิติในกระบวนการผลิตรายรถยนต์เพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซของเสียออกสู่ชั้นบรรยากาศและผลกระทบจากกระบวนการผลิตต่อสิ่งแวดล้อม มาตรการดังกล่าวจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 พฤศจิกายน 2567 เป็นต้นไป

4.2.3 ญี่ปุ่น

มาตรการเกี่ยวกับยางพาราของญี่ปุ่นมีหลายด้านที่มุ่งเน้นการพัฒนาและการจัดการอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในด้านการผลิต การตลาด และการวิจัย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ยางพารา และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลก

(1) **การพัฒนาระบบ Traceability:** ญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับระบบการติดตามและตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) สำหรับยางพารา (Japan Rubber Trading Association, n.d.) โดยผู้ผลิต เช่น บริษัท Yokohama Rubber ได้พัฒนาระบบเพื่อให้สามารถติดตามแหล่งที่มาของวัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ยางพารา (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2566)

(2) **ความร่วมมือระหว่างประเทศ:** การยางแห่งประเทศไทย ได้ร่วมมือกับ Nomura Jimusho Inc. ของญี่ปุ่น ในการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับเมล็ดยางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยมุ่งหวังที่จะนำเมล็ดยางมาแปรรูปเป็นเชื้อเพลิงชีวภาพ ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ใหม่ให้กับเกษตรกรและส่งเสริมการทำเกษตรกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กรุงเทพธุรกิจ, 2567)

(3) **การสำรวจและเผยแพร่ข้อมูล:** Japan Rubber Manufacturers Association (JRMA) เป็นหน่วยงานทำหน้าที่สำรวจและเผยแพร่ข้อมูลด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริโภคในอุตสาหกรรมยางพารา (Japan Rubber Manufacturers Association, n.d.)

(4) **การดำเนินการด้านเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม:** JRMA ดำเนินการและเสนอแนะแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับเทคโนโลยี แรงงาน สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และมาตรฐานในอุตสาหกรรมยางพารา นอกจากนี้ยังมีการสำรวจและเผยแพร่ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมภายใต้คณะกรรมการย่อยต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อมขั้นสูง คู่มือการปกป้องสิ่งแวดล้อม และการติดตามผลการลดสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่าย

(5) **มาตรฐานการผลิต:** ญี่ปุ่นมีมาตรฐานอุตสาหกรรมญี่ปุ่น (Japanese Industrial Standards: JIS) กำหนดข้อกำหนดและคุณสมบัติสำหรับผลิตภัณฑ์ยางพาราหลายประเภท เพื่อรับรองคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ มาตรฐาน JIS ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ยางพารา เช่น JIS D 4230:1998 กำหนดข้อกำหนดสำหรับยางล้อรถยนต์ (Automobile tyre) JIS T 9113:2000 ถุงมือยางแบบใช้ครั้งเดียวสำหรับทันตแพทย์ JIS T 9113:2000 กำหนดข้อกำหนดสำหรับถุงมือยางแบบใช้ครั้งเดียวสำหรับทันตแพทย์ JIS T 9115:2000 กำหนดข้อกำหนดสำหรับถุงมือยางแบบใช้ครั้งเดียวสำหรับการตรวจโรค JIS Z 4810:2005 กำหนดข้อกำหนดสำหรับถุงมือยางที่ใช้ป้องกันการปนเปื้อนน้ำมันตรังสี

(6) การสนับสนุนลงทุน: Japan Bank for International Cooperation (JBIC) สนับสนุนการลงทุนของผู้ประกอบการญี่ปุ่นในต่างประเทศ เช่น การสนับสนุนเงินกู้ให้แก่ ATC Tires AP Private Limited (ATCAP) อยู่ในเครือ Yokohama Rubber เพื่อขยายกำลังการผลิตยางรถยนต์ในอินเดีย เมื่อเดือนมิถุนายน 2567 เป็นต้น (Global Trade Alert, 2024)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับยางพาราในญี่ปุ่น ได้แก่

- Japan Rubber Trading Association (RTAJ) สมาคมการค้ายางแห่งญี่ปุ่น เป็นองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการค้าส่งออกและนำเข้ายางพาราในญี่ปุ่น โดยทำหน้าที่ส่งเสริมการค้าและกำหนดมาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมยางพารา รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

- Japan Rubber Manufacturers Association (JRMA) สมาคมผู้ผลิตยางแห่งญี่ปุ่น สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมยางนอก ยางใน และผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ โดยมีสมาชิก 110 ราย (Japan Rubber Manufacturers Association, 2025)

- Japan Automobile Tire Manufacturers Association (JATMA) สมาคมผู้ผลิตยางรถยนต์แห่งญี่ปุ่น กำกับดูแลมาตรฐานและความปลอดภัยของยางรถยนต์ในประเทศ

- Japan Exchange Group (JPX) บริษัทโฮลดิ้งที่บริหารตลาดหลักทรัพย์หลักของญี่ปุ่น ซึ่งมีการซื้อขายสัญญาล่วงหน้าของยางพาราธรรมชาติ

4.2.4 มาเลเซีย

มาเลเซียเน้นการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราให้มีความเข้มแข็งและแข่งขันในตลาดโลก โดยสรุปได้ดังนี้

(1) การวิจัยและพัฒนา: ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพาะปลูกและดูแลต้นยาง เพื่อเพิ่มผลผลิตและปรับปรุงคุณภาพของยาง รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์ (การยางแห่งประเทศไทย, 2566)

(2) การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม: มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปยางให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น ถุงมือยาง ผลิตภัณฑ์ยางเทคโนโลยีสูงและสินค้าแบรนด์เนม

(3) การสนับสนุนทางการเงินและภาษี: มีนโยบายช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการยางพารา รวมถึงการลดภาระภาษีและจัดสรรเงินช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ

(4) การสนับสนุนการผลิต: เสริมสร้างความแข็งแกร่งในอุตสาหกรรมเกษตร โดยส่งเสริมการปลูกทดแทนด้วยพันธุ์ยางที่ให้ผลผลิตสูง สนับสนุนการรวมกลุ่มของเกษตรกรรายย่อยและการปลูกพืชผสมกับยางเพื่อเพิ่มรายได้และลดความเสี่ยง ตลอดจนให้ความช่วยเหลือด้านต้นทุนการผลิต ภายใต้แนวทางพัฒนาสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(5) ความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม: มุ่งเน้นการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการเพาะปลูกอย่างยั่งยืน เพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติในระยะยาว ตลอดจนตรวจสอบย้อนกลับของแหล่งที่มาของสินค้าตามความต้องการของตลาดโลก เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมถุงมือยาง

(6) ความร่วมมือภาครัฐ-เอกชน: สร้างเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาเทคโนโลยีและตลาดของอุตสาหกรรมยางพารา

(7) มาตรฐานการผลิต: Malaysian Rubber Board (MRB) ควบคุมคุณภาพการผลิตยางตามมาตรฐาน Standard Malaysian Rubber (SMR) และ ISO 9001

(8) มาตรการนำเข้ายางรถยนต์ (ประกาศวันที่ 1 สิงหาคม 2559 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2559):

- ยกเลิกข้อกำหนดการขออนุญาตนำเข้าสำหรับยางรถยนต์ใหม่ในพิกัดศุลกากร 401110000, 401120000, 401199000, 401211000, 401212000 และ 401219900 ซึ่งเดิมต้องได้รับอนุมัติจากกระทรวงการค้าระหว่างประเทศและอุตสาหกรรม

- เพิ่มข้อกำหนดการขออนุญาตนำเข้าสำหรับยางรถยนต์ใช้แล้วในพิกัดศุลกากร 401213, 401220 และ 401290 โดยผู้นำเข้าต้องได้รับหนังสืออนุมัติจาก SIRIM (Standards and Industrial Research Institute of Malaysia) (Global Trade Alert, 2016)

(9) การควบคุมการส่งออก

- ผลิตภัณฑ์ยาง (ประกาศวันที่ 22 กรกฎาคม 2556 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 23 กรกฎาคม 2556): ผู้ส่งออกต้องได้รับหนังสืออนุมัติจาก MRB ก่อนการส่งออกสินค้าในกลุ่มยางและผลิตภัณฑ์ยางในพิกัดศุลกากร 4001-4006 รวมถึงถุงมือยางในพิกัดศุลกากร 401511 และ 401519 (Global Trade Alert, 2013)

- มาเลเซียร่วมกับไทยและอินโดนีเซียเห็นชอบให้มีมาตรการควบคุมการส่งออกยางพารา โดยกำหนดโควตาการส่งออกไม่เกิน 350,000 ตัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามในการรักษาเสถียรภาพของราคายางในตลาดโลก (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2560) การควบคุมนี้จะช่วยให้สามารถจัดการกับปัญหาราคายางที่ผันผวนได้ดีขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับยางพาราในมาเลเซีย ได้แก่

- **Malaysian Rubber Board (MRB)** คณะกรรมการยางมาเลเซีย ทำหน้าที่กำกับดูแล วิจัย และพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศ

- **Malaysian Rubber Council (MRC)** สภายางมาเลเซีย ดูแลด้านการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมยาง รวมถึงการตลาดและการค้าระหว่างประเทศ

- **Malaysian Rubber Glove Manufacturers Association (MARGMA)** สมาคมผู้ผลิตถุงมือยางมาเลเซีย สนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมถุงมือยาง

- **Malaysian Rubber Products Manufacturers' Association (MRPMA)** สมาคมผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางมาเลเซีย ดูแลผู้ประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์ยางแปรรูป

4.2.5 อินเดีย

อินเดียมีมาตรการหลายประการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตยางพารา โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมยางในประเทศให้มีความยั่งยืนและลดการพึ่งพาการนำเข้า ดังนี้

(1) **การสนับสนุนทางการเงิน:** รัฐบาลอินเดียได้จัดสรรงบประมาณเพิ่มขึ้น 23% สำหรับปีงบประมาณ 2567 - 2569 เพื่อสนับสนุนเกษตรกรผู้ปลูกยาง โดยเฉพาะในรัฐเกรละ รัฐकर्ณาฏกะ และรัฐทมิฬนาฑู (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2567)

(2) **การผลิตยาง:** มีการดำเนินโครงการ Indian Natural Rubber Organisation for Assisted Development (INROAD) เพื่อส่งเสริมการปลูกยางในพื้นที่ตะวันออกเฉียงเหนือของอินเดียโดยมุ่งหวังให้พื้นที่นี้กลายเป็นฐานการผลิตยางธรรมชาติขนาดใหญ่ในอนาคต (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2567)

(3) **การจำกัดการนำเข้า:** อินเดียจำกัดการนำเข้ายางธรรมชาติปลอดภาษีภายใต้โครงการ Advance Authorisation (AA) จนถึง 31 มีนาคม 2559 ซึ่งโครงการ AA อนุญาตให้นำเข้าวัตถุดิบโดยไม่เสียภาษีเพื่อนำไปผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก ตั้งแต่วันที่ 21 มกราคม 2559 (Global Trade Alert, 2016) ตลอดจนอินเดียออกประกาศข้อจำกัดการนำเข้ายางธรรมชาติ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2561 โดยระบุว่า การนำเข้าจะต้องดำเนินการผ่านท่าเรือทะเลเฉพาะที่คือ Chennai และ Nhava Sheva ในมุมไบเท่านั้น (Global Trade Alert, 2018) เพื่อควบคุมปริมาณการนำเข้าและปกป้องผู้ผลิตในประเทศ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2567)

(4) **อัตราภาษีนำเข้า:** อินเดียเรียกเก็บภาษีนำเข้ายางธรรมชาติอยู่ที่ 25% เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตในประเทศ แม้ว่าจะมีการร้องขอให้ลดภาษีจากกลุ่มผู้ผลิต (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2567)

(5) **การวิจัยและพัฒนา:** รัฐบาลมีแผนที่จะลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตยาง เพื่อเพิ่มผลผลิตและคุณภาพของยางพารา

(6) **มาตรฐานการผลิตยางธรรมชาติ:** Bureau of Indian Standards (BIS) ได้กำหนดมาตรฐานการผลิตยางธรรมชาติ เช่น IS 3400 และ IS 15361:2003 เพื่อควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ยาง นอกจากนี้ ยังมีการควบคุมการผลิตยางแปรรูป เช่น ยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้น เพื่อรักษาคุณภาพของยางพาราในตลาด สร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ยางจากอินเดีย และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมยางในประเทศให้มีคุณภาพที่สูงขึ้น

(7) **การตลาด:** (The Rubber Board, 2024)

- **วิเคราะห์ตลาดรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลราคา** ยางธรรมชาติในเกรดต่าง ๆ จากตลาดภายในประเทศ (เช่น Kottayam, Kochi, Agartala) และตลาดต่างประเทศ (Bangkok, Kuala Lumpur) ทั้งในรูปแบบรายวัน รายสัปดาห์และราย 3 ครั้งต่อสัปดาห์

- **ส่งเสริมการส่งออกต่างประเทศ** ด้วยการดำเนินการออกและต่ออายุ RCMCs เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งออกยางธรรมชาติ และส่งเสริมสิทธิประโยชน์ เช่น โครงการส่งเสริมส่งออก Concentrated Latex และ Sheet Rubber ที่ให้เงินช่วยเหลือ Rs.5/Kg เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

- **สร้างแบรนด์ยางธรรมชาติ** สำหรับตลาดส่งออก “Indian Natural Rubber” โดยตรวจสอบคุณภาพผ่านการทดสอบในห้องปฏิบัติการก่อนการส่งออก

- **นวัตกรรมและระบบดิจิทัล** ปรับปรุงระบบเอกสารส่งออก-นำเข้าผ่าน e-SANCHIT และเผยแพร่ข้อมูลการค้าผ่าน Trade Information Portal ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางโดยใช้วิดีโอในช่อง YouTube ของ Rubber Board จัดงาน Virtual Trade Fair สำหรับยางและผลิตภัณฑ์ยาง และพัฒนาและเปิดตัวแพลตฟอร์ม e-trade “mRube” เพื่อเป็นตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการซื้อขายยางธรรมชาติ

หน่วยงานสำคัญที่เกี่ยวข้องกับยางพาราในอินเดีย ได้แก่

- **Rubber Board of India** คณะกรรมการยางพาราแห่งชาติอินเดีย จัดตั้งขึ้นภายใต้ the Rubber Act 1947 (ปี 2490) มีหน้าที่หลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางของประเทศ

- **Rubber Research Institute of India (RRII)** สถาบันวิจัยยางแห่งชาติ ก่อตั้งในปี 1955 เพื่อทำการวิจัยและพัฒนาด้านชีวภาพและเทคโนโลยียางธรรมชาติ

- **National Institute for Rubber Training (NIRT)** สถาบันฝึกอบรมยางแห่งชาติ ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างงานวิจัยและการส่งเสริม เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยี

- **Indian Rubber Institute (IRI)** สถาบันวิจัยและพัฒนายางอินเดีย ให้การศึกษา อบรม และพัฒนาเทคโนโลยียาง

- **All India Rubber Industries Association (AIRIA)** สมาคมอุตสาหกรรมยางแห่งอินเดีย สนับสนุนผู้ผลิตและส่งเสริมการค้าผลิตภัณฑ์ยาง

- **Automotive Tyre Manufacturers’ Association (ATMA)** สมาคมผู้ผลิตยางล้อรถยนต์อินเดีย ดูแลอุตสาหกรรมยางรถยนต์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

4.2.6 สหภาพยุโรป

สหภาพยุโรปประเมินรายชื่อวัตถุดิบที่มีความสำคัญอย่างมาก (Critical Raw Materials: CRMs) โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์การกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบที่มีใช้พลังงาน เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้กับห่วงโซ่อุตสาหกรรมและคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเน้นลดการพึ่งพาในทุกด้านผ่านแนวทางต่าง ๆ ได้แก่ การจัดหาวัตถุดิบขั้นต้นจากภายในสหภาพยุโรปและประเทศนอกภูมิภาค การเพิ่มปริมาณวัตถุดิบทุติยภูมิด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน รวมถึงการพัฒนาแนวทางทดแทนสำหรับวัตถุดิบที่หายากหรือขาดแคลน โดยวางธรรมชาติเคยจัดให้เป็น CRMs ตั้งแต่ปี 2557 – 2563 เนื่องจากมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมหลายประเภท และการพึ่งพิงแหล่งวัตถุดิบจากภายนอกสูง อย่างไรก็ตาม ในปี 2566 ธรรมชาติไม่ได้รับการระบุในปี 2563 เนื่องจากอุตสาหกรรมยางรถยนต์มีอัตราการนำวัสดุรีไซเคิลกลับมาใช้ใหม่เพิ่มขึ้นจาก 1% เป็น 5% (European Commission, 2023) ประกอบกับความหลากหลายของแหล่งจัดหาและการใช้ธรรมชาติอื่นแทนการใช้ยางพารา เช่น วายูเล่ (Guayule) หรือ Parthenium argentatum เป็นต้น ตามมาตรการ SIP Action I.9.(Substitution of Hevea brasiliensis-based natural rubber in tyres) เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้ายาง และจัดหาแหล่งผลิตที่หลากหลาย ซึ่งนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันแก่อุตสาหกรรมของสหภาพยุโรป

4.2.6.1 กฎหมายสินค้าปลอดการตัดไม้ทำลายป่า (EU Deforestation Regulation: EUDR)⁶

หลักเกณฑ์การของ EUDR

EUDR เป็นกฎหมายของสหภาพยุโรปที่ ห้ามค้าขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการตัดไม้ทำลายป่า โดยสินค้าที่นำเข้าและส่งออกจากสหภาพยุโรป ต้องปฏิบัติตาม 3 เงื่อนไขหลัก ดังนี้

(1) **ปลอดการตัดไม้ทำลายป่า (Deforestation-free)** หมายความว่า สินค้า วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสินค้า 7 กลุ่มดังกล่าว ต้องไม่มาจากพื้นที่ที่ถูกตัดไม้ทำลายป่า ตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นต้นไป และสำหรับผลิตภัณฑ์จากไม้ ต้องไม่ทำให้ป่าเสื่อมโทรม (Forest degradation) หลังจากวันดังกล่าว

(2) **ผลิตถูกต้องตามกฎหมายของประเทศต้นทาง** ของประเทศผู้ผลิต อาทิ กฎหมายที่ดิน แรงงาน สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ป่าไม้ และภาษี

(3) **ผ่านการตรวจสอบและประเมินสินค้า (Due Diligence)** ตามขั้นตอนที่สหภาพยุโรปกำหนด โดยผู้ประกอบการต้องจัดทำรายงานการตรวจสอบ (Due Diligence Statement) และส่งก่อนจะนำเข้าหรือส่งออกสินค้า ซึ่งต้องดำเนินการตรวจสอบและประเมิน 3 ขั้นตอน ดังนี้

(3.1) **การรวบรวมข้อมูลและเอกสารหลักฐาน (Data Collection)** ตลอดห่วงโซ่การผลิต เพื่อตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของสินค้าและวัตถุดิบ (Traceability) ตามมาตรา 9 เช่น ปริมาณและรหัสของสินค้า ประเทศที่ผลิต พิกัดทางภูมิศาสตร์ของแปลงที่ผลิต (Geographic coordinate) วันที่และระยะเวลาการผลิต รายชื่อผู้จัดหา (Supplier) หลักฐานการเก็บเกี่ยวตามกฎหมาย หลักฐานที่แสดงว่าสินค้าไม่ได้มาจากการตัดไม้ทำลาย และหลักฐานแสดงว่าสินค้ามาจากการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

(3.2) **การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)** ใช้ข้อมูลจากข้อ (3.1) เพื่อประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทำลายป่าและการละเมิดกฎหมายในกระบวนการผลิตสินค้า (non-compliance) ปนมากับ

⁶ Regulation (EU) 2023/1115 of the European Parliament and of the Council of 31 May 2023 on the making available on the Union market and the export from the Union of certain commodities and products associated with deforestation and forest degradation and repealing Regulation (EU) No 995/2010

สินค้าที่เป็นไปตามระเบียบ ตามมาตรา 10 โดยประเมินออกมาในรูปเอกสารที่มีผลสรุปความเสี่ยง และต้องทบทวนอย่างน้อยทุกปี

(3.3) การลดความเสี่ยง (Risk Mitigation) หากพบความเสี่ยง ต้องดำเนินการมาตรการแก้ไข เช่น จัดทำเอกสารเพิ่มเติม เอกสารผลสำรวจ และมาตรการลดความเสี่ยงที่ยอมรับได้หรือแผนการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามข้อกำหนด

ขอบเขตการบังคับใช้ EUDR

- กลุ่มสินค้าที่อยู่ภายใต้ EUDR

ระยะแรก EUDR บังคับใช้กับสินค้าโภคภัณฑ์ 7 กลุ่ม ได้แก่ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน วัว ไม้ กาแฟ โกโก้ และถั่วเหลือง โดยรายการสินค้าที่เข้าข่ายจะถูกระบุไว้ใน ภาคผนวกที่ 1 ของกฎหมาย EUDR (Regulation (EU) 2023/1115) ซึ่งครอบคลุม

(1) **ยางธรรมชาติ** (พิกัดศุลกากร 4001 ยกเว้น 4005 4006 4007 4008 4010 4011 4012 4013 4015 4016 และ 4017)

(2) **ไม้** (พิกัดศุลกากร 4401 4402 4403 4404 4405 4406 4407 4408 4410 4411 4412 4413 4414 4415 4416 4417 4418 4419 4420 4421 ยกเว้น 49)

(3) **สินค้าที่แปรรูปจากยางพาราอื่น ๆ (Relevant products)** เช่น ยางรถยนต์ เฟอ์ริเจอร์ ทั้งนี้ สหภาพยุโรปจะทบทวนรายการสินค้า ทุก ๆ 2 ปี และอาจขยายขอบเขตการบังคับใช้ให้ครอบคลุมสินค้ามากขึ้นในอนาคต

- กลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องปฏิบัติตาม EUDR

ผู้ประกอบการที่เข้าข่ายจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและขั้นตอนการตรวจสอบ Due Diligence ของสินค้าที่กำหนดข้างต้น ซึ่งจะมีผลบังคับใช้กับ

(1) **กลุ่มผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้ส่งออก (Operators)**

(2) **กลุ่มผู้ค้ารายใหญ่ (Non-SMEs Traders)** ในสหภาพยุโรป เช่น ร้านขายปลีกขนาดใหญ่

ขณะที่กลุ่มผู้ค้ารายย่อย (SMEs Traders) ไม่จำเป็นต้องทำ Due Diligence รายงานโดยตรง แต่ต้องเก็บข้อมูลเกี่ยวกับห่วงโซ่การค้า และหมายเลขอ้างอิงรายงาน Due Diligence จากซัพพลายเออร์ เพื่อเตรียมพร้อมหากถูกตรวจสอบ

ระยะเวลาบังคับใช้กฎหมาย EUDR

กฎหมาย EUDR ประกาศเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566 และขยายระยะเวลาการเปลี่ยนผ่านกฎหมายจากเดิมเพิ่มอีก 12 เดือน⁷ ก่อนเริ่มบังคับใช้จริง ดังนี้

- **กลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ (Large Operators and Traders)** ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย EUDR ตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2568

⁷ Regulation (EU) 2024/3234 of the European Parliament and of the Council of 19 December 2024 amending Regulation (EU) 2023/1115 as regards provisions relating to the date of application

- กลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดเล็ก และขนาดย่อม (Micro, Small and Medium-sized Enterprise Operators and Traders) ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย EUDR ตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน 2569

ผลกระทบต่ออย่างพารา

ปี 2566 ไทยส่งออกอย่างพาราและผลิตภัณฑ์ไปยังสหภาพยุโรป 1,386.42 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ สัดส่วน 7.98% ของมูลค่าการส่งออกอย่างพาราและผลิตภัณฑ์ของ ไทย เมื่อพิจารณาห่วงโซ่อุปทานของอย่างพารา (ดังตารางที่ 4-4) พบว่า

- **อย่างพาราแปรรูป** ไทยส่งออกอย่างพาราชั้นกลาง ไปยังสหภาพยุโรปมีมูลค่า 436.95 ล้านเหรียญสหรัฐ (สัดส่วน 7.14% ของมูลค่าการส่งออกอย่างพาราแปรรูปขั้นต้นของ ไทย) หดตัว -38.84% จากปี 2565 ขณะที่สหภาพยุโรปมีมูลค่าการนำเข้าอย่างพารา 6,526.41 ล้านเหรียญสหรัฐ หดตัว -16.01% จากปี 2565 โดยไทยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 6.70%

- **ผลิตภัณฑ์ยาง** ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไปยังสหภาพยุโรปมีมูลค่า 949.47 ล้านเหรียญสหรัฐ (สัดส่วน 9.36% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของ ไทย) หดตัว -13.32% จากปี 2565 ขณะที่สหภาพยุโรปมีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาง 58,592.77 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัว +1.80% จากปี 2565 โดยไทยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 1.62%

- **ไม้** ไทยไม่มีการส่งออกไม้ไปยังสหภาพยุโรปในปี 2566 ขณะที่สหภาพยุโรปมีมูลค่าการนำเข้าไม้ 724.67 ล้านเหรียญสหรัฐ หดตัว -12.23% จากปี 2565

แสดงให้เห็นว่า EUDR จะส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานอย่างพาราไทยตามสัดส่วนการส่งออก ดังนี้

- (1) ผลิตภัณฑ์ยาง
- (2) อย่างพารา
- (3) ไม้ยาง

ตารางที่ 4-4

การค้าอย่างพาราและผลิตภัณฑ์ของสหภาพยุโรป รายสินค้า

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
อย่างพารา								
EU นำเข้าจากทั่วโลก	6,256.96	5,318.36	7,328.76	7,770.16	6,526.41	9.91	-16.01	1.06
ไทยส่งออกไป EU	523.80	383.82	704.77	714.46	436.95	31.52	-38.84	-4.43
ส่วนแบ่งตลาดของ ไทย	8.37	7.22	9.62	9.19	6.70			
ไทยส่งออกไปโลก	6,142.55	5,817.05	7,732.60	8,039.82	6,116.73			
สัดส่วนไทยส่งออกไป EU	8.53	6.60	9.11	8.89	7.14			
ผลิตภัณฑ์ยาง								

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)					สัดส่วน (%)	YoY (%)	CAGR (% ต่อปี)
	2562	2563	2564	2565	2566			
EU นำเข้าจากทั่วโลก	48,511.14	46,807.14	60,575.40	57,559.33	58,592.77	88.99	1.80	4.83
ไทยส่งออกไป EU	817.31	909.35	1,228.19	1,095.39	949.47	68.48	-13.32	3.82
ส่วนแบ่งตลาดของไทย	1.68	1.94	2.03	1.90	1.62			
ไทยส่งออกไปโลก	8,679.33	9,263.41	11,474.93	10,302.42	10,144.19			
สัดส่วนไทยส่งออกไป EU	9.42	9.82	10.70	10.63	9.36			
ไม้ (พิกัดศุลกากร 440349 และ 440729)								
EU นำเข้าจากทั่วโลก	759.38	663.06	823.49	825.67	724.67	1.10	-12.23	-1.16
ไทยส่งออกไป EU	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	N/A	N/A
ส่วนแบ่งตลาดของไทย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	-	N/A	N/A
ไทยส่งออกไปโลก	959.30	933.92	1,056.84	985.55	1,230.46			
สัดส่วนไทยส่งออกไป EU	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00			
รวม								
EU นำเข้าจากทั่วโลก	55,527.48	52,788.56	68,727.66	66,155.16	65,843.84	100.00	-0.47	4.35
ไทยส่งออกไป EU	1,341.12	1,293.17	1,932.96	1,809.86	1,386.42	100.00	-23.40	0.83
ส่วนแบ่งตลาดของไทย	2.42	2.45	2.81	2.74	2.11			
ไทยส่งออกไปโลก	15,781.17	16,014.39	20,264.37	19,327.80	17,491.37			
สัดส่วนไทยส่งออกไป EU	8.50	8.08	9.54	9.36	7.93			

หมายเหตุ: International Trade Centre (2024)

4.2.6.2 กฎหมายควบคุมการค้าไม้ของสหภาพยุโรป (EU Timber Regulation: EUTR)

กฎหมาย EUTR มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2556 โดยกำหนดให้ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ไม้เข้าสู่สหภาพยุโรปต้องดำเนิน Due Diligence เพื่อตรวจสอบย้อนกลับว่าไม้และผลิตภัณฑ์ไม้มาจากแหล่งที่ถูกกฎหมายสำหรับไม้จากประเทศไทย หลักฐานกรรมสิทธิ์การใช้ที่ดินอย่างถูกต้องมีความสำคัญในการพิสูจน์ว่าไม้ไม่ได้มาจากการตัดไม้ทำลายป่า โดยกรมป่าไม้เป็นหน่วยงานหลักที่กำกับดูแลกิจกรรมในห่วงโซ่การค้าไม้ ซึ่งรวมถึง การขึ้นทะเบียนสวนป่า การอนุญาตให้ตัดไม้ การออกใบอนุญาตตั้งโรงงานแปรรูปไม้ การออกหนังสือรับรองไม้ และผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก มาตรการเหล่านี้ช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้เป็นหลักฐานยืนยันการปฏิบัติ

ตามกฎหมายภายในประเทศ และสอดคล้องกับข้อกำหนดของ EUTR เพื่อให้สามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ไม้ไปยังสหภาพยุโรปได้อย่างถูกต้อง

4.2.6.3 มาตรการ FLEGT

มาตรการ FLEGT (Forest Law Enforcement, Governance and Trade) มีเป้าหมายลดการทำไม้ผิดกฎหมายผ่านกลไกทางการค้าและธรรมาภิบาล โดยกำหนดให้ประเทศผู้ผลิตไม้ไม่สามารถเข้าร่วมข้อตกลง VPA (Voluntary Partnership Agreement) เพื่อรับรองความถูกต้องตามกฎหมายของไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ แผนปฏิบัติการริเริ่มจากความตกลงในที่ประชุม World Summit on Sustainable Development ปี 2545 และได้รับการอนุมัติจากคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปในปี 2546 ปัจจุบันอยู่ระหว่างการดำเนินงานเพื่อนำมาตรฐานไปปรับใช้ในอุตสาหกรรมไม้และยางพารา (สำนักงานเลขานุการไทย-อียู เฟล็กที, ม.ป.ป.)

โครงการ EU FLEGT VPA Programme เป็นโครงการของสหภาพยุโรปภายใต้แผนปฏิบัติการ FLEGT ซึ่งดำเนินการโดย Agence Française de Développement (AFD) เพื่อสนับสนุนการลดการค้าไม้ผิดกฎหมายและส่งเสริมการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน โดยเน้นการพัฒนากระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของไม้ (Timber Legality Assurance System: TLAS) เพื่อให้มั่นใจว่าไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ที่ส่งออกไปยังยุโรปมีแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามกฎหมายและมาตรฐานความยั่งยืน โครงการฯ มีระยะเวลาดำเนินงาน 5 ปี (2564 – 2568) และมุ่งเน้นใน 8 ประเทศหลัก ได้แก่ แคนเมอรูน สาธารณรัฐแอฟริกากลาง กานา กายอานา ฮอนดูรัส โลบีเรีย สาธารณรัฐคองโก และเวียดนาม

4.2.6.4 มาตรการควบคุมสารเคมีในผลิตภัณฑ์ยางของสหภาพยุโรปภายใต้กฎระเบียบ REACH

สหภาพยุโรปได้ออก Regulation (EC) No 1907/2006 หรือ REACH Regulation (Registration, Evaluation, Authorization, and Restriction of Chemicals) ซึ่งเป็นกฎระเบียบที่ใช้ควบคุมและบริหารจัดการสารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึง อุตสาหกรรมยาง พลาสติก เฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง โดยมาตรการนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2550 มีเป้าหมายควบคุมสารเคมีอันตราย ที่อาจมีผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้าต้องลงทะเบียนสารเคมีที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ของตน และต้องผ่านกระบวนการประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) การขออนุญาตใช้สารบางชนิด (Authorization) และข้อจำกัดการใช้ (Restriction) หากสารเหล่านั้นก่อให้เกิดอันตรายต่อมนุษย์หรือสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ยางและอุตสาหกรรมไทย กฎระเบียบ REACH ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของยาง เช่น ยางรถยนต์ พื้นยาง ถูมียาง รองเท้ายาง และของเล่นที่ทำจากยาง เนื่องจากผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีสารเคมีที่อยู่ภายใต้การควบคุมของ REACH เช่น สารก่อมะเร็ง (Carcinogenic) สารก่อกลายพันธุ์ (Mutagenic) และสารที่เป็นพิษต่อระบบสืบพันธุ์ (Reproductive Toxicity, CMR Substances)

4.2.7 เวียดนาม

เวียดนามกำหนดมาตรการและนโยบายเพื่อสร้างความสมดุลในอุตสาหกรรมยางพาราของเวียดนาม ลดความผันผวนของราคาภายในตลาดโลก เพิ่มศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ยางพารา ดังนี้

(1) การลดพื้นที่ปลูกและเพิ่มมูลค่า: ลดพื้นที่ปลูกต้นยางที่มีอายุมากและผลผลิตต่ำ โดยเปลี่ยนเป็นพื้นที่สำหรับการผลิตสินค้าเกษตรที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น เขตอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงใน Phuic Hia และ Dong Phu รวมพื้นที่ 4,300 เฮกตาร์ ตลอดจนส่งเสริมการปลูกต้นยางเพื่อผลิตน้ำยางควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปยางพารา (การยางแห่งประเทศไทย, 2566)

(2) **การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน:** กำหนดมาตรฐานคุณภาพภาคสมัครใจ เช่น TCVN 6314:2013 (ISO 2004:2010) เพื่อควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติ ควบคู่กับการสร้างแบรนด์ "Vietnam Rubber" เพื่อรับรองคุณภาพตามมาตรฐานระดับสากล และส่งเสริมความเชื่อมั่นในตลาดโลก (สถาบันพลาสติก, ม.ป.ป.)

(3) **การเติบโตสีเขียว:** มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราแบบเติบโตสีเขียว โดยใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการวิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิต รวมทั้งสนับสนุนความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ปลูกยางเพื่อลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร, 2567)

(4) **การขยายการลงทุน:** Vietnam Rubber Group (VRG) ลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาวและกัมพูชา เพื่อส่งผลผลิตกลับมาแปรรูปในเวียดนาม และขยายพื้นที่ป่ายางรวมทั้งหมด 410,000 เฮกตาร์ (2.56 ล้านไร่) ตลอดจนส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติผ่านสิทธิพิเศษด้านภาษี เช่น การลดภาษีบริโภคพิเศษ (SCT) และการจัดตั้งเขตปลอดภาษี (สถาบันพลาสติก, ม.ป.ป.)

(5) **การควบคุมอุปทานและเสถียรภาพราคา:** รัฐบาลเวียดนามร่วมมือกับประเทศผู้ผลิตรายใหญ่อื่น ๆ ในภูมิภาค เช่น ไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เพื่อควบคุมปริมาณการส่งออกและรักษาเสถียรภาพราคายางในตลาดโลก (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์, 2563)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเวียดนาม ได้แก่

- **Vietnam Rubber Association (VRA):** เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจระหว่างสมาชิกผู้ผลิตและหน่วยงานกำหนดนโยบาย
- **Ministry of Agriculture and Rural Development (MARD):** ดูแลการผลิตยางเป็นจุดเริ่มต้นของห่วงโซ่อุปทาน
- **Vietnam's Ministry of Industry and Trade (MOIT):** รับผิดชอบด้านการแปรรูปการส่งออก และการนำเข้า
- **Vietnam Rubber Research Institute (RRIV):** แนะนำพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงและแนวทางแก้ไขทางเทคนิค

4.3 มาตรการในประเทศ

4.3.1 ภาพรวม

4.3.1.1 พระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2542

วัตถุประสงค์เพื่อควบคุมและกำกับดูแลการประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับยางให้เป็นระบบครบวงจรตั้งแต่การผลิต การค้า การแปรรูปตลอดจนการตลาด มีสาระสำคัญในการควบคุมและกำกับการผลิตยาง การค้า ยาง การนำเข้า ยาง และการส่งยางออก⁸ โดยกำหนดให้ต้องมีการขออนุญาตในการทำกิจการใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับยางจากกองการยาง กรมวิชาการเกษตร ดังนี้

(1) **การนำเข้าหรือส่งออกซึ่งต้นยาง ดอก เมล็ด หรือตาของต้นยางหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของต้นยางที่อาจใช้เพาะพันธุ์ได้**

⁸ มาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมยาง พ.ศ. 2542 กำหนดไว้ว่า เพื่อประโยชน์ในการผลิตยาง การค้า ยาง การนำเข้า ยาง และการส่งยางออก ให้รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนด

(2) การควบคุมการขนย้ายยางเข้ามาในเขตควบคุมขนย้ายยาง รวมทั้งนำยางผ่านหรือออกจากเขตควบคุมการขนย้ายยาง⁹

(3) การขยายพันธุ์ต้นยางเพื่อการค้า โดยต้องได้รับใบอนุญาตขยายพันธุ์ต้นยางเพื่อการค้า

(4) การค้ายาง หมายความว่ารวมถึงการซื้อขาย ขยายยาง ตามตราสารที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดเป็นผู้ออกตราสารนั้น หรือโดยประการอื่น แต่ไม่รวมถึงผู้ทำสวนยาง ขายน้ำยางสด ยางก้อน เศษยางหรือยางแผ่นดิบซึ่งเป็นผลผลิตจากสวนยางของตน

- ใบอนุญาตค้ายาง โดยผู้ที่ซื้อ ขาย หรือแลกเปลี่ยนยาง ซึ่งต้องได้รับใบอนุญาตต้องทำบัญชีการซื้อขาย และการจำหน่ายยาง ปริมาณยางคงเหลือ และรายงานการค้ายาง ของทุกเดือน และจัดส่งบัญชีให้พนักงานเจ้าหน้าที่ภายในวันที่ 10 ของเดือนถัดไป (มาตรา 23) และการค้ายางต้องตรวจใบอนุญาตค้ายางของแต่ละฝ่าย และจัดปริมาณยางที่ซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนกันได้ (มาตรา 24)

(5) การตั้งโรงงานยาง สถานที่ที่ทำน้ำยางสด ยางก้อน เศษยาง หรือยางแผ่นดิบมาแปรรูปเป็นน้ำยางชั้น ยางแผ่นผึ่งแห้ง ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ ยางดิบชนิดอื่น ๆ รวมถึงยางผสม แต่ไม่รวมสถานที่ที่ทำยางแผ่นดิบ

- ใบอนุญาตตั้งโรงทำยาง ผู้ประกอบกิจการโดยมีสถานที่แปรรูปหรือผลิตน้ำยางสด ยางก้อน เศษยาง หรือยางแผ่นดิบมาเป็นน้ำยางชั้น ยางผึ่งแห้ง ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางเครพ ยางดิบชนิดอื่น ๆ หรือยางผสม ยกเว้นสถานที่ที่ทำยางแผ่นดิบ (มาตรา 25)

(6) การนำเข้าในหรือส่งยางไปนอกราชอาณาจักร ยกเว้นเพื่อเป็นตัวอย่างและน้ำหนักไม่เกิน 5 กิโลกรัม

- ใบอนุญาตเป็นผู้ส่งออกยางออกไปนอกราชอาณาจักร ผู้ส่งยางออกต้องส่งยางที่ได้มาตรฐาน และต้องให้มีการมัดและบรรจุหีบห่อยางที่ส่งออก (มาตรา 28) ยกเว้นในกรณีส่งยางออกนอกราชอาณาจักรไม่เกิน 5 กิโลกรัม และในแต่ละครั้งต้องได้รับใบอนุญาตผ่านด่านศุลกากรและต้องส่งยางออกทางด่านศุลกากรที่ระบุไว้ในใบผ่านด่านศุลกากร (มาตรา 27)

- ใบอนุญาตเป็นผู้นำยางเข้ามาในราชอาณาจักร ผู้นำเข้ายางเพื่อเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปจะต้องนำเข้ายางที่มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานยาง (มาตรา 6 วรรค 1(10)) ยกเว้นในกรณีนำเข้ามาเพื่อเป็นตัวอย่างต้องมีน้ำหนักไม่เกิน 5 กิโลกรัม (มาตรา 26) และในแต่ละครั้งต้องได้รับใบอนุญาตผ่านด่านศุลกากรและต้องนำเข้าทางด่านศุลกากรที่ระบุไว้ในใบผ่านด่านศุลกากร (มาตรา 27) ทั้งนี้ การนำเข้ายางจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของพระราชบัญญัติกักพืช

(7) การวิเคราะห์หรือการทดสอบคุณภาพยาง โดยต้องได้รับอนุญาตเป็นผู้จัดให้มีการวิเคราะห์หรือการทดสอบคุณภาพยาง

ทั้งนี้ หากมีการฝ่าฝืนจะมีบทลงโทษตามกฎหมาย

4.3.1.2 พระราชบัญญัติการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558

การยางแห่งประเทศไทยจัดตั้งเป็นองค์กรกลางตามพระราชบัญญัติการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 เพื่อรับผิดชอบการบริหารจัดการเกี่ยวกับยางพาราทั้งระบบของประเทศอย่างครบวงจร มีเอกภาพสามารถดำเนินการไปได้อย่างอิสระ การใช้ยางพาราและผลิตผลจากยางพาราให้เกิด

⁹ มาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมยางพารา พ.ศ. 2542 กำหนดไว้ว่า เมื่อได้ประกาศของรัฐมนตรีกำหนดเขตควบคุมการขนย้ายยางตามมาตรา 6(7) ในท้องที่หนึ่งท้องที่ใดแล้ว ผู้ใดจะขนย้ายยางเข้าใน ผ่าน หรือออกจากเขตดังกล่าวต้องได้รับใบอนุญาตจากผู้อนุญาต

ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด และให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการ การรักษาเสถียรภาพด้านราคาของยางพารา การสนับสนุนการปลูกทดแทน และความร่วมมือกับต่างประเทศ

4.3.1.3 แผนยุทธศาสตร์ยางพารา ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)

แผนยุทธศาสตร์ยางพาราระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) โดยมีวิสัยทัศน์ “ประเทศผู้ผลิตยางคุณภาพดี เกษตรกรมีรายได้มั่นคง” ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรชาวสวนยางและสถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มประสิทธิภาพและการยกระดับคุณภาพและมาตรฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุน ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เสนอ

4.3.1.4 แผนปฏิบัติการด้านยางพารา พ.ศ. 2566 - 2580

แผนปฏิบัติการโดยการยางแห่งประเทศไทย เป็นแนวทางการดำเนินงานด้านยางพาราของไทยในการขับเคลื่อนยางพาราทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ **มีวัตถุประสงค์ 8 ด้าน** คือ (1) พัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรให้มีความความเข้มแข็ง และมีความมั่นคงทางรายได้ (2) ส่งเสริมการผลิตยางและสินค้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐานระดับสากล (3) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า (4) ส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจแปรรูปยางและไม้ยางพารา ควบคู่กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแปรรูปยางและไม้ยางพารา (5) พัฒนาระบบตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายยางและสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ (6) ส่งเสริมการใช้ยางภายในประเทศ (7) ปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับยางพาราทั้งระบบให้มีความเป็นเอกภาพมีความสมบูรณ์ถูกต้อง ชัดเจน และทันสมัย และ (8) ปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบและกฎหมาย ตลอดจนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพารา

แผนปฏิบัติการฯ มีเป้าหมาย 5 เรื่อง ได้แก่ (1) การลดจำนวนพื้นที่ปลูกยางจาก 23.3 ล้านไร่ ในปี 2559 เป็น 18.4 ล้านไร่ในปี 2580 (2) การเพิ่มปริมาณผลผลิตยางจาก 224 กิโลกรัม/ไร่/ปี ในปี 2559 เป็น 360 กิโลกรัม/ไร่/ปี ในปี 2580 (3) การเพิ่มสัดส่วนการใช้ยางภายในประเทศจาก 13.6% ในปี 2559 เป็น 35.0% ในปี 2580 (4) การเพิ่มมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพารา จาก 250,000 ล้านบาท/ปี ในปี 2559 เป็น 800,000 ล้านบาท/ปี ในปี 2580 และ (5) การเพิ่มรายได้จากการทำสวนยางจาก 11,984 บาท/ไร่/ปี ในปี 2559 เป็น 19,800 บาท/ไร่/ปี ในปี 2580 และ**กำหนดยุทธศาสตร์ 5 ด้าน** ได้แก่ (1) การสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรชาวสวนยางและสถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง (2) การเพิ่มประสิทธิภาพ และการยกระดับคุณภาพและมาตรฐาน (3) การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม (4) การพัฒนาตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย และ (5) การพัฒนาปัจจัยสนับสนุน โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ที่ 4 ที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์ (ดังตารางที่ 4-5)

ตารางที่ 4-5

ตัวชี้วัดและเป้าหมายด้านการพัฒนาตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย

ตัวชี้วัด	เป้าหมายระยะ		
	6 - 10 ปี (2566 - 2570)	11 - 15 ปี (2571 - 2575)	16 - 20 ปี (2576 - 2580)
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย			
(1) ปริมาณการซื้อขายยางในตลาดยางกยท. ในแต่ละระยะ (ล้านตัน)	0.7	1.0	1.4

ตัวชี้วัด	เป้าหมายระยะ		
	6 - 10 ปี (2566 - 2570)	11 - 15 ปี (2571 - 2575)	16 - 20 ปี (2576 - 2580)
(2) มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพารา (รวมไปถึงสินค้าจากยางพาราในชั้นกลางน้ำและปลายน้ำ) (ล้านล้านบาท)	0.6	0.7	0.8

หมายเหตุ. การยางแห่งประเทศไทย (2566).

นอกจากนี้ แผนวิสาหกิจการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566 - 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2567) และแผนปฏิบัติการประจำปี งบประมาณ 2567 ของการยางแห่งประเทศไทย

4.3.2 การผลิต

4.3.2.1 ต้นน้ำ

(1) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กำหนดมาตรฐานระบบการผลิตและรวบรวมยางพาราขั้นต้นเป็นมาตรฐานทั่วไป จำนวน 3 ฉบับ ได้แก่

- มาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) เลขที่ 5908-2562 : การปฏิบัติทางเกษตรที่ดีสำหรับยางพารา เล่ม 1: การผลิตน้ำยางสด
- มกษ. เลขที่ 5910-2563 : การปฏิบัติทางเกษตรที่ดีสำหรับยางพารา เล่ม 2 การผลิตยางก้อนถ้วย
- มกษ. เลขที่ 5911-2564 : การปฏิบัติที่ดีสำหรับศูนย์รวมน้ำยางสด

(2) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดมาตรฐานสินค้ายางพาราชั้นกลางเป็นมาตรฐานทั่วไป คือ มอก. เลขที่ 980-2552 เรื่อง น้ำยางชั้นธรรมชาติ

(3) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดต้นยางพันธุ์ดี เขตทำสวนยาง การแจ้งเนื้อที่สวนยาง ปริมาณยางที่ผู้สวนยางทำได้ในแต่ละปี และวิธีทำสวนยาง ตามประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดเขตทำสวนยาง วิธีการทำสวนยาง และต้นยางพันธุ์ดี ตลอดจนการจดทะเบียนขยายพันธุ์และจำหน่ายพันธุ์ยาง ตามประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง การจดทะเบียนแปลงขยายพันธุ์ยางและจำหน่ายพันธุ์ยาง

4.3.2.2 กลางน้ำ

(1) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กำหนดมาตรฐานระบบการผลิตและมาตรฐานสินค้ายางพาราชั้นกลางเป็นมาตรฐานทั่วไป จำนวน 4 ฉบับ ได้แก่

- มกษ. เลขที่ 5906-2556 : การปฏิบัติที่ดีสำหรับการผลิตยางแผ่นรมควัน กำหนดการปฏิบัติที่ดีสำหรับการผลิตยางแผ่นรมควัน ตั้งแต่การรับวัตถุดิบ การผลิต จนถึงการขนส่งและจำหน่าย และกำหนดขั้นคุณภาพและลักษณะทางกายภาพยางแผ่นรมควัน

- มกษ. เลขที่ 5907-2561 : การปฏิบัติที่ดีสำหรับการผลิตยางเครพ

- มกษ. เลขที่ 5706-2565 : ยางแผ่นรมควันเกรดพรีเมียม

- มกษ. เลขที่ 5707-2565 : ยางเครพบางสีน้ำตาลเกรดพรีเมียม

(2) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดมาตรฐานสินค้ายางพาราชั้นกลางเป็นมาตรฐานทั่วไป คือ มอก. เลขที่ 2423-2567 เรื่อง ไม้ยางพาราแปรรูป

(3) กองการยาง กรมวิชาการเกษตร ได้ออกประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง การกำหนดมาตรฐานยางและวิธีการมัดยางและการบรรจุหีบห่อเพื่อการส่งออก ลงวันที่ 24 สิงหาคม 2548 กำหนดมาตรฐานยางแท่งเอสทีอาร์ (Standard Thai Rubber) มี 8 ชั้น ครอบคลุมคุณสมบัติ สัญลักษณ์

มาตรฐานยางแท่งเอสทีอาร์ รหัสสี่ประจำชั้นยาง น้ำหนักและขนาดแท่งยาง และการบรรจุหีบห่อ ตลอดจน การขออนุญาตเป็นผู้ผลิตยาง ตามระเบียบกรมวิชาการเกษตร ว่าด้วยการอนุญาตให้เป็นผู้ผลิตยางแท่งเอสทีอาร์ พ.ศ. 2538 และ ระเบียบกรมวิชาการเกษตร ว่าด้วยการกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาในการออกใบอนุญาต เป็นผู้ผลิต และไปรับรอง คุณภาพยางแท่งเอสทีอาร์และน้ำยางชั้น พ.ศ. 2542

4.3.2.3 ปลายน้ำ

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดมาตรฐานสินค้ายางพารา ชั้นปลายน้ำเป็นมาตรฐานบังคับ จำนวน 8 ฉบับ ได้แก่

- มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เลขที่ 1056 เล่ม 1-2556 เรื่อง ถุงมือสำหรับการตรวจวินิจฉัยทางการแพทย์ชนิดใช้ครั้งเดียว เล่ม 1: เกณฑ์กำหนดสำหรับถุงมือที่ทำจากน้ำยางหรือสารละลายยาง (วันที่มีผลใช้บังคับ 19 เมษายน 2565)

- มอก. เลขที่ 2718-2560 : ยางล้อแบบสุบลมสำหรับรถยนต์และส่วนพ่วง (วันที่มีผลใช้บังคับ 21 มกราคม 2562)

- มอก. เลขที่ 2719-2560 : ยางล้อแบบสุบลมสำหรับรถยนต์เชิงพาณิชย์และส่วนพ่วง (วันที่มีผลใช้บังคับ 21 มกราคม 2562)

- มอก. เลขที่ 2720-2560 : ยางล้อแบบสุบลมสำหรับรถจักรยานยนต์และโมเปด (วันที่มีผลใช้บังคับ 21 มกราคม 2562)

- มอก. เลขที่ 2721-2560 ยางล้อสุบลม : ข้อกำหนดด้านเสียงจากยางล้อที่สัมผัสผิวถนน การยึดเกาะถนนบนพื้นเปียก และความต้านทานการหมุน (วันที่มีผลใช้บังคับ 24 กันยายน 2562)

- มอก. เลขที่ 683-2562 : ยางในรถจักรยานยนต์ (วันที่มีผลใช้บังคับ 1 มิถุนายน 2564)

- มอก. เลขที่ 969-2562 : หัวนมยางสำหรับขวดนม (วันที่มีผลใช้บังคับ 13 ธันวาคม 2564)

- มอก. เลขที่ 1025-2562 : หัวนมยางดูดเล่น (วันที่มีผลใช้บังคับ 13 ธันวาคม 2564)

นอกจากนี้ สินค้ายางพาราชั้นปลายกำหนดเป็นมาตรฐานทั่วไป เช่น ยางนอกรถจักรยาน (มอก. 571-2562) ยางในรถจักรยาน (มอก. 652-2562) ถุงมือยางปราศจากเชื้อสำหรับการศัลยกรรมชนิดใช้ครั้งเดียว (มอก. 538-2560) ประตูดั้ม (มอก. เอส 104-2566) หน้าต่างดั้ม (มอก. เอส ข105-2566) ที่นอนน้ำยางพารา (มอก. 2881-2560) เป็นต้น

4.3.2.4 การลงทุน

(1) สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรจากการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ในเขตประกอบการเสรี (IFAT-Free Zone) เช่น การยกเว้นอากรนำเข้า การลดหย่อนภาษีและภาษีมูลค่าเพิ่มของเครื่องจักรและวัตถุดิบ การยกเว้นหรือให้คืนอากรนำเข้าสินค้าท้องถิ่นมายังเขตอุตสาหกรรมส่งออก เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าส่งออก และการยกเว้นอากรส่งออก การยกเว้นภาษีและภาษีมูลค่าเพิ่มของสินค้าส่งออก

(2) สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำหรับส่งเสริมการลงทุนกิจการแปรรูปยางพาราและสินค้า ยกเว้น การผลิตยางรัดของ ลูกโป่ง และแหวนยาง โดยกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องมีปริมาณการใช้ยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบไม่น้อยกว่า 51% ของปริมาณการใช้วัตถุดิบ จึงจะได้สิทธิประโยชน์ (A2) เช่น การยกเว้นภาษีอากรนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยโครงการที่ได้รับการส่งเสริมอาจได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สูงสุดถึง 8 ปี ขึ้นอยู่กับประเภทกิจการและเงื่อนไข ในกรณีที่โครงการตั้งอยู่ในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ (เช่น EEC หรือในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้) หรือเขตพัฒนาเศรษฐกิจชายแดน อาจมีสิทธิพิเศษเพิ่มเติม เช่น การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานหรือบริการที่เกี่ยวข้อง มาตรการพิเศษสำหรับอุตสาหกรรมที่สนับสนุน

การพัฒนาเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต หรือการแปรรูปที่เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ยางพารา เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน เป็นต้น

4.3.3 การค้าและการลงทุน

4.3.3.1 การค้าภายในประเทศ

การค้ายางพาราในประเทศต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น ความผันผวนของราคาในตลาดโลก การแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตรายอื่น และความต้องการในตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม เพื่อสนับสนุนและกำกับดูแลการค้ายางพารา รวมถึงสินค้าเกษตรอื่น ๆ ภายในประเทศ รัฐบาลได้ออกกฎหมาย ระเบียบ และนโยบายต่าง ๆ (ดังตารางที่ 4-6) เพื่อสร้างความโปร่งใส เสถียรภาพ และความยั่งยืนในระบบการค้า ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการขายระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการโรงงานแปรรูป นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนการค้ายางพาราในด้านอื่น ๆ เช่น

(1) **การยางแห่งประเทศไทย (กยท.)** ดำเนินการตรวจสอบย้อนกลับผลผลิตยางพารา เพื่อจัดทำฐานข้อมูลสำหรับการตรวจสอบและประเมินที่มาของสินค้า รวมทั้งได้พัฒนาระบบ Thai Rubber Trade (TRT) ซึ่งเป็นระบบการซื้อขายยางพาราที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของผลผลิต รวมทั้งหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่สอดคล้องกับมาตรการ EUDR เช่น ไม่มีการบุกรุกทำลายป่าไม้ รวมทั้งมีการใช้แรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมายแรงงาน เป็นต้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการยางไทย และกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้ายางพาราของไทย

(2) **กระทรวงพาณิชย์** มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการค้าและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมยางพารา โดยมีหลายหน่วยงานที่ทำงานร่วมกันเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของภาคธุรกิจ เช่น

- **กรมทรัพย์สินทางปัญญา** จัดทำเว็บไซต์ตลาดกลางทรัพย์สินทางปัญญา (IP Mart) เป็นช่องทางในการเสนอซื้อขายผลงานทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเชื่อมโยงภาคธุรกิจกับกลุ่มนักวิจัย และศูนย์ให้คำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม (IP IDE Center) ที่ให้คำปรึกษาในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม ตั้งแต่การสร้างสรรค์ การคุ้มครอง และการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์

- **กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ** จัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ
 - งานแสดงสินค้าสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น เช่น Style Bangkok Fair จัดขึ้นในวันที่ 2 - 6 เมษายน 2568

- **กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ** จัดงานแสดงสินค้าขึ้นส่วน อะไหล่ยานยนต์ และอุปกรณ์ตกแต่ง (TAPA) จัดขึ้นในวันที่ 3 - 5 เมษายน 2568

- **กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ** จัดงานแสดงสินค้าเครื่องมือทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ (MEDICA) จัดขึ้นในวันที่ 11 - 14 พฤศจิกายน 2567 เป็นต้น

- **กรมการค้าต่างประเทศ** มีการจัดตั้งสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (API) เพื่อให้การสนับสนุนความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ และส่งเสริมด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- **สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า** จัดทำข้อมูลแดชบอร์ดยางพารา และสินค้าอุตสาหกรรมยางพารา เผยแพร่บนเว็บไซต์ คิคค้า.com โดยให้ข้อมูลวางแผนและตัดสินใจด้านการผลิตและการตลาด มีทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ

ตารางที่ 4-6

กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้ายางพาราภายในประเทศ

กฎหมาย/ระเบียบ	ขอบเขตสินค้า	รายละเอียด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ว่าด้วยแนวทางการแจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ และจัดทำบัญชีสินค้ายางพารา พ.ศ. 2567 ลงวันที่ 2 กรกฎาคม 2567	น้ำยางสด ยางก้อน เศษยาง น้ำยางข้น ยางแผ่น ยางแท่ง และยางเครพ เป็นสินค้าควบคุม	ผู้ประกอบการกิจการยางพารา (ได้แก่ ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตให้ตั้ง โรงทำยางจากกรมวิชาการเกษตร ผู้ส่งออกยาง ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยาง) ที่มีปริมาณรับซื้อตั้งแต่ เดือนละ 5,000 กิโลกรัมขึ้นไป ต้องแจ้งปริมาณการจำหน่าย ปริมาณการใช้ไป ปริมาณคงเหลือ ปริมาณสถานที่เก็บ และจัดทำบัญชีสินค้าควบคุม รายวัน และให้แสดงราคาซื้อขายรับซื้อ น้ำยางสด ยางแผ่นดิบ เศษยาง เพื่อให้เกษตรกรเปรียบเทียบราคาซื้อขาย และไม่ถูกเอาเปรียบราคาซื้อขาย โดยไม่เป็นธรรม	คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (กกร.) กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ 55 พ.ศ. 2567 ลงวันที่ 1 กรกฎาคม 2567 โดยบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ถัดจากวันประกาศ เป็นต้นไป เป็นระยะเวลา 1 ปี หรือจนกว่าจะมีการออกประกาศใหม่	ยางรถจักรยานยนต์ และยางรถยนต์	ผู้ประกอบการธุรกิจ (ผู้ผลิต ผู้นำเข้าในราชอาณาจักร เพื่อจำหน่าย หรือผู้แทนจำหน่าย แต่เพียงผู้เดียวของผู้ผลิต) แจ้งราคาและรายละเอียดสินค้า ได้แก่ ชื่อ ชื่อทางการค้า ราคาจำหน่าย ราคาซื้อ ขนาด เส้นผ่านศูนย์กลาง และรุ่นของยาง	คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (กกร.) กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
พระราชบัญญัติสัญญาซื้อขายล่วงหน้า พ.ศ. 2546	ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง	กำกับดูแลและควบคุมตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าในประเทศไทยโดยมีบริษัท ตลาดสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นศูนย์ซื้อขายอนุพันธ์ ภายใต้พระราชบัญญัติสัญญาซื้อขายล่วงหน้า พ.ศ. 2546	คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

หมายเหตุ. ประมวลผลโดย สนค.

4.3.3.2 การค้าระหว่างประเทศ

การค้าชายพาราระหว่างประเทศของไทยได้รับการควบคุมและกำกับดูแลโดยกฎหมายและระเบียบที่ครอบคลุมหลายด้าน เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในและรักษาสมดุลทางการค้าของยางพาราในตลาดโลก โดยการบังคับใช้ข้อกำหนดและมาตรการดังกล่าวสะท้อนถึงความสำคัญของการรักษาคุณภาพสินค้าและการป้องกันการนำเข้าสินค้าที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของประเทศ (ดังตารางที่ 4-7) และมาตรการอื่น ๆ เช่น

(1) **การยางแห่งประเทศไทย** สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) จัดเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษจากการส่งออกยางออกนอกราชอาณาจักร (CESS) หรือเงินเซส แบบอัตราคงที่ โดยตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2560 เป็นต้นมา ได้กำหนดอัตรา CESS ที่ 2 บาทต่อกิโลกรัม เพื่อนำมาใช้พัฒนาภาคอุตสาหกรรมยางพาราและเกษตรกร (ประชาชาติธุรกิจ, 2562)

(2) **กระทรวงพาณิชย์** พิจารณาการเปิดตลาดยางพาราและสินค้าของไทย การยกเว้นหรือลดภาษีการนำเข้าของสินค้ายางพาราจากไทยกับประเทศคู่ภาคีภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ทำให้สินค้าจากไทยสามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ ในด้านการยกเว้นภาษีนำเข้าสินค้ายางพาราจากไทยมีจำนวน 16 ประเทศ ได้แก่ ไทยและประเทศคู่ภาคี ภายใต้ความตกลง FTA ประเทศคู่ค้าที่ยกเว้นภาษีนำเข้าสินค้ายางพาราจากไทย จำนวน 16 ประเทศ ได้แก่ อาเซียน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ซิลิ เปรู ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฮ่องกง ส่วนสินค้ายางพาราจากไทยมีประเทศคู่ค้าที่ไม่เก็บภาษีนำเข้า จำนวน 15 ประเทศ ได้แก่ อาเซียน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น ซิลิ เปรู และฮ่องกง (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2567)

นอกจากนี้ คณะกรรมการพิจารณาการทุ่มตลาดและการอุดหนุนเรียกเก็บอากรตอบโต้การทุ่มตลาดจากการนำเข้าสินค้ายางและผลิตภัณฑ์ยางจากต่างประเทศ เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในที่ได้รับความเสียหาย หรือมีแนวโน้มที่จะได้รับความเสียหายจากการทุ่มตลาดอันเกิดจากการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศที่ไม่เป็นธรรม (กรมการค้าต่างประเทศ, 2567) เช่น ยางในชนิดที่ใช้กับรถจักรยานยนต์ (พิกัดศุลกากร 4013.90.20)¹⁰ เป็นต้น

ตารางที่ 4-7

กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายพาราระหว่างประเทศ

กฎหมาย/ระเบียบ	ขอบเขตสินค้า	รายละเอียด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
พระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ. 2507 และแก้ไขเพิ่มเติม	น้ำยางสด ยางก้อน ยางเนา และชียาง	การนำเข้าทุกส่วนของสินค้ายางพารา เป็นสิ่งต้องห้าม ที่อนุญาตให้นำเข้านำเข้าผ่าน ทั้งนี้ ประกอบการที่ประสงค์นำเข้า ต้องผ่านการวิเคราะห์ความเสี่ยงศัตรูพืช	สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร กรมวิชาการเกษตร

¹⁰ ประกาศคณะกรรมการพิจารณาการทุ่มตลาดและการอุดหนุน เรื่อง ผลการพิจารณาทบทวนความจำเป็นในการใช้บังคับอากรตอบโต้การทุ่มตลาดต่อไป ตามมาตรา 57 กรณีสินค้ายางในชนิดที่ใช้กับรถจักรยานยนต์ ที่มีแหล่งกำเนิดจากสาธารณรัฐประชาชนจีน พ.ศ. 2567 ลงวันที่ 22 ตุลาคม 2567 มีผลใช้บังคับตั้งแต่ 30 พฤศจิกายน 2567 ถึงวันที่ 29 พฤศจิกายน 2572 โดยอัตราอากรที่เรียกเก็บ 30.34% ของราคา CIF จากบริษัท Qingdao Morechi Rubber Co., Ltd. และ 112.51% ของราคา CIF จากผู้ผลิตรายอื่น

กฎหมาย/ระเบียบ	ขอบเขตสินค้า	รายละเอียด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		และยื่นขอใบอนุญาตนำสิ่ง ต้องห้ามเข้ามาใน ราชอาณาจักรเพื่อการค้า (พ.ก.2-1) หรือใบอนุญาตนำ ผ่านราชอาณาจักรซึ่ง สิ่งต้องห้ามตามเงื่อนไข การนำเข้า (พ.ก.4-1)	
	ไม้ยางพารา (Hevea brasiliensis)	ผู้นำเข้าไม้ยางพาราจาก ● สาธารณรัฐแห่งสหภาพ เมียนมา ต้องยื่นขอ ใบอนุญาตนำเข้าไม้ยางพารา มีหลักฐานแสดงการดำเนิน ธุรกิจแปรรูปไม้ยางพารา ในกระบวนการผลิต หรือ หนังสือรับรองนิติบุคคล ตาม ประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง เงื่อนไขการนำเข้า ยางพาราจากสาธารณรัฐ แห่งสหภาพพม่า พ.ศ. 2556 ● สาธารณรัฐอินโดนีเซีย ตามประกาศกรมวิชาการ เกษตร เรื่อง สิ่งต้องห้าม ที่ผ่านการวิเคราะห์ ความเสี่ยงศัตรูพืช พ.ศ. 2562	
ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดให้ยางรถที่ใช้ แล้วเป็นสินค้าที่ต้องห้าม หรือต้องขออนุญาตและ ต้องปฏิบัติตามมาตรการจัด ระเบียบในการนำเข้ามาใน ราชอาณาจักร พ.ศ. 2556 ลงวันที่ 16 สิงหาคม 2556	ยางรถยนต์ที่ใช้แล้ว พิกัดศุลกากร 4012.11.00 4012.20.10 4012.12.10 4012.12.90 4012.20.21 4012.20.29 4012.19.10 4012.19.20 4012.20.40 4012.20.50 และ 4004.00.00	ห้ามนำเข้ายางรถยนต์ที่ใช้ แล้ว เพื่อป้องกันปัญหา มลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม ด้านสุขอนามัยของประชาชน	กรมการค้าต่างประเทศ

กฎหมาย/ระเบียบ	ขอบเขตสินค้า	รายละเอียด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการอนุญาตให้นำยางรถที่ใช้แล้วเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อการหล่อดอกแล้วส่งออกไปนอกราชอาณาจักร พ.ศ. 2556 ลงวันที่ 30 กันยายน 2556	ยางรถบัสหรือยางรถบรรทุกที่ใช้แล้ว พิกัดศุลกากร 4012.12.10 4012.12.90 4012.20.21 4012.20.29	ยางรถบัสหรือรถบรรทุกที่ใช้แล้วต้องขออนุญาตในการนำเข้ามาเพื่อการหล่อดอกยางแล้วส่งกลับออกไปนอกราชอาณาจักรเท่านั้น เพื่อความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้าและการผลิตยางรถในปัจจุบัน	กรมการค้าต่างประเทศ
ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดให้ไม้ท่อนไม้แปรรูป และสิ่งประดิษฐ์ของไม้ เป็นสินค้าที่ต้องห้ามหรือต้องมีหนังสือรับรองในการนำเข้ามาในราชอาณาจักร พ.ศ. 2566 ลงวันที่ 28 เมษายน 2566	ไม้ยางพาราที่ยังไม่แปรรูป พิกัดศุลกากร 4403.49.10.010 4403.49.90.010 ไม้ยางพาราที่เลื่อยหรือถากตามยาว ฝานหรือลอกจะไส ขัดหรือต่อปลาย พิกัดศุลกากร 4407.29.96 4407.29.97	<ul style="list-style-type: none"> ● ห้ามนำเข้า ไม้ท่อนตามบัญชีท้ายประกาศฯ เฉพาะที่มีชื่อหรือชนิดตรงกับไม้หวงห้ามตามกฎหมายว่าด้วยป่าไม้ ทางด่านศุลกากรในเขตจังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดตาก และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ● ห้ามนำเข้า ไม้แปรรูปตามบัญชีท้ายประกาศฯ เฉพาะที่มีชื่อหรือชนิดตรงกับไม้หวงห้ามตามกฎหมายว่าด้วยป่าไม้ ทางด่านศุลกากรในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอน 	กรมการค้าต่างประเทศ

หมายเหตุ. ประมวลผลโดย สนค.

4.3.3.3 การลงทุน

(1) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ส่งเสริมการลงทุนกิจการแปรรูปยางขึ้นต้น และกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ ยกเว้น การผลิตยางรัดของ ลูกโป่ง และแหวนยาง โดยกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องมีปริมาณการใช้ยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบไม่น้อยกว่า 51% ของปริมาณการใช้วัตถุดิบ จึงจะได้สิทธิประโยชน์ (A2) เช่น ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี ยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร ยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุที่จำเป็นเพื่อวิจัย หรือผลิตเพื่อการส่งออก เป็นต้น จากรายงานประจำปี 2566 ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน พบว่า ในปี 2566 โครงการที่ขอรับการส่งเสริมในกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ จำนวน 17 โครงการ มีมูลค่า 1,608 ล้านบาท

(2) การยางแห่งประเทศไทย อยู่ระหว่างการศึกษความเป็นไปได้และความเหมาะสมในการจัดตั้งเขตส่งเสริมนวัตกรรมยางพาราระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคใต้ (Southern Economic Corridor of

Rubber Innovation: SECri) ณ จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อส่งเสริมนวัตกรรมยางพาราและอุตสาหกรรมยางพารา รวมทั้งผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราทั้งระบบ (ไทยโพสต์, 2567)

4.3.4 สิ่งแวดล้อม

4.3.4.1 สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับยางพารา และสินค้า ดังนี้

(1) มาตรฐานการตรวจสอบและรับรองแห่งชาติการจัดการสวนป่าไม้เศรษฐกิจ อย่างยั่งยืน ข้อกำหนดมาตรฐานเลขที่ มตช. 14061-2566 มีผลใช้ตั้งแต่วันที่ 10 กรกฎาคม 2566 เป็นต้นไป กำหนดระยะเวลาปรับเปลี่ยน 3 ปี นับจากวันที่มีการประกาศใช้ (วันที่ 9 กรกฎาคม 2569) มีจุดประสงค์ให้มั่นใจในผลผลิตที่ยั่งยืน ลดหรือกำจัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ที่กำหนดไว้ รวมถึงการทำหน้าที่เพื่อสังคม มาตรฐานนี้สามารถใช้กับป่าเศรษฐกิจ สวนป่า และไม้นอกเขตป่าได้ โดยบุคคลหรือนิติบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ

(2) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ห่วงโซ่การควบคุมผลิตภัณฑ์จากป่าไม้ (มอก. 2861 เล่ม 1-2560) โดยข้อกำหนดอธิบายถึงกระบวนการต่าง ๆ เกี่ยวกับข้อมูลของแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่มีการจัดหาไปจนถึงข้อมูลเกี่ยวกับที่มาของผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายโดยองค์กร และครอบคลุมข้อกำหนดด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และแรงงาน

4.3.4.2 ความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อม การยางแห่งประเทศไทย (กยท.) และองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก. หรือ TGO) ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือเพื่อพัฒนาโครงการบริหารจัดการคาร์บอนเครดิตในพื้นที่สวนยางพารา มีวัตถุประสงค์บริหารจัดการคาร์บอนเครดิตในพื้นที่สวนยางพารา เพิ่มการดูดซับและกักเก็บก๊าซเรือนกระจกในภาคการเกษตร และกระตุ้นให้เกษตรกรชาวสวนยางและผู้ประกอบการกิจการยางให้ความสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดย อบก. ดำเนินการตรวจสอบและรับรองคาร์บอน รวมทั้งคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงหรือกักเก็บได้ เพื่อจัดทำเป็นคาร์บอนเครดิตภายใต้โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานประเทศไทย (Thailand Voluntary Emission Reduction Project: T-VER) (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน), 13 มีนาคม 2567) ซึ่งโครงการนี้จะช่วยสร้างรายได้เสริมให้กับเกษตรกรผ่านการขายคาร์บอนเครดิต โดยเฉพาะเกษตรกรสวนยางที่ผ่านการรับรอง EUDR และ จะมีได้เปรียบในการดำเนินการ T-VER มากกว่าเกษตรกรสวนยางที่ไม่ผ่านการรับรอง EUDR เนื่องจากชุดข้อมูล และกระบวนการใกล้เคียงกัน (ไทยพับลิก้า, 1 มีนาคม 2568)

นอกจากนี้ การยางแห่งประเทศไทยดำเนินโครงการลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต สร้างรายได้ อย่างยั่งยืนให้แก่เกษตรกรชาวสวนยาง ก้าวสู่การพัฒนาสวนยาง Low Carbon ในพื้นที่นำร่อง : การยางพาราแห่งประเทศไทย เขตภาคกลาง-ตะวันออก มีวัตถุประสงค์ลดต้นทุน เพิ่มผลผลิตยางให้กับเกษตรกร รวมถึงสร้างรายได้ที่ตีเกิดความยั่งยืนให้เกษตรกรชาวสวนยาง โดยการตรวจวิเคราะห์ดิน และสร้างสูตรปุ๋ยให้เหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อสนับสนุนการผลิตสินค้าส่งออกในรูปแบบ Low carbon และให้เกิดขึ้นแบบนำร่องตามเป้าหมาย ซึ่งครอบคลุมพื้นที่โดยรวมประมาณ 2 ล้านไร่ ใน 24 จังหวัด จังหวัดเป้าหมายที่มีสวนยางประกอบด้วย 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตราด จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดอุทัยธานี และจังหวัดกาญจนบุรี (ฐานเศรษฐกิจ, 19 กุมภาพันธ์ 2568)

4.3.4.3 การดำเนินธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมยางพาราได้ให้ความสำคัญกับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) อย่างกว้างขวาง โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand: SET) ได้จัดทำคู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน รวมทั้งเอกสารแนะนำตัวชี้วัดความยั่งยืนสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร และอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม เพื่อเป็นแนวทางให้บริษัท

จดทะเบียนในการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน โดยครอบคลุมกรอบมาตรฐานสากล เช่น GRI Standards และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) เป็นต้น และในปี 2566 ผู้ประกอบการกิจการ ยางพาราได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน (SET ESG Metrics) เช่น บริษัท อีโนเว รับเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) บริษัท เอ็น.ดี.รับเบอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท นอร์ทอีส รับเบอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ศรีตรังแอโกร อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) บริษัท ศรีตรังโกลฟส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นต้น แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินงานที่ยั่งยืนและโปร่งใส รวมถึงการสร้างคุณค่าในระยะยาวสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด

4.3.4.4 สำนักงานเลขานุการความร่วมมือไทย-สหภาพยุโรปการบังคับใช้กฎหมายป่าไม้ การปกครอง และการค้า (Thai-EU FLEGT Secretariat Office: TEFSO) เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นภายใต้กรมป่าไม้ โดยได้รับการสนับสนุนร่วมกันจากรัฐบาลไทยและสหภาพยุโรป ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2013 ภายใต้กรอบ FLEGT (Forest Law Enforcement, Governance and Trade) ซึ่งมุ่งเน้นด้านการค้าไม้และสินค้าจากไม้ที่ถูกต้องตามกฎหมายและยั่งยืน แม้จะไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมยางธรรมชาติ แต่สามารถนับว่าเป็นความร่วมมือที่เกี่ยวข้องในเชิงอ้อมสำหรับประเทศไทยในด้านทรัพยากรธรรมชาติและการส่งเสริมมาตรฐานที่ยั่งยืน ซึ่ง TEFSO มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนกระบวนการเจรจาข้อตกลงการเป็นหุ้นส่วนโดยสมัครใจ (Voluntary Partnership Agreement: VPA) ระหว่างไทยและสหภาพยุโรป เพื่อพัฒนาระบบการรับรองความถูกต้องตามกฎหมายของไม้ (Timber Legality Assurance System: TLAS) ของไทย ปัจจุบัน TEFSO ยังคงดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีภารกิจหลักในการให้ความช่วยเหลือด้านเลขานุการและเทคนิคแก่กระบวนการ VPA ระหว่างไทยและสหภาพยุโรป

นอกจากนี้ TEFSO ยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบและเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงการตรวจสอบย้อนกลับของไม้ไทย และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคมในกระบวนการ FLEGT VPA ดังนั้น TEFSO จึงถือเป็นความร่วมมือที่สำคัญระหว่างไทยและสหภาพยุโรปในการส่งเสริมการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืนและการค้าสินค้าไม้ที่ถูกต้องตามกฎหมาย

5. การปรับตัวของยางพาราสู่การค้ายุคใหม่

เนื้อหาในบทนี้เป็นการวิเคราะห์ความท้าทายและรวบรวมแนวทางการปรับตัวของยางพาราสู่การค้ายุคใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อมาจัดทำข้อเสนอแนวทางการปรับตัวของยางพาราไทย อันจะสร้างความเข้มแข็งให้ยางพาราของไทยสอดรับกับการค้ายุคใหม่อย่างยั่งยืน

5.1 ความท้าทายของยางพารา

ปัจจุบัน ยางพารากำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี ความท้าทายเหล่านี้ ส่งผลต่อผู้ประกอบการยางพาราทุกระดับ ตั้งแต่เกษตรกรรายย่อย ผู้ผลิตยางแปรรูป ไปจนถึงผู้ส่งออกและอุตสาหกรรมปลายน้ำ ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานยางพาราจำเป็นต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วน ดังนั้น การเข้าใจถึงปัจจัยที่เป็นความท้าทายหลักในอุตสาหกรรมยางพาราจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับตัวอย่างรอบด้าน ไม่เพียงช่วยลดผลกระทบจากความท้าทาย แต่ยังช่วยสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับยางพาราไทย

5.1.1 ต้นน้ำ

(1) การผลิตสินค้าที่ยั่งยืน

- **การพัฒนาที่ยั่งยืนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** : มีการพัฒนาอย่างชีวภาพในยุโรปและสหรัฐฯ เพื่อสร้างทางเลือกที่ยั่งยืนสำหรับยางธรรมชาติ และมีการพัฒนาสายสังเคราะห์จากวัสดุรีไซเคิล หรือวัสดุทางเลือกที่ทดแทนยางธรรมชาติ เช่น ยางจากต้นดอกแดนดิไลอัน และวายุเล่ (Guayule) ยางรีไซเคิล โดยมุ่งเน้นที่การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แม้ว่าจะช่วยลดขยะแต่ก็ทำให้ความต้องการยางพาราใหม่ลดลงไปด้วย

- **การจัดการสวนยางอย่างยั่งยืน** : มีความสำคัญในการจัดการสวนยางตามมาตรฐานสากล ทั้งมาตรการบังคับและสมัครใจ เพื่อได้รับรองความยั่งยืนลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างโอกาสการเข้าถึงตลาด แต่ก็ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตยางพาราเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยในการปรับเปลี่ยนนำแนวปฏิบัติการทำเกษตรอย่างยั่งยืนมาใช้มากขึ้น ซึ่งทำให้เกษตรกรรายย่อยเผชิญกับการใช้ต้นทุนในการบริหารจัดการสวนยางเพิ่มขึ้นและสูงเกินกว่าที่เกษตรกรรายย่อยจะสามารถจ่ายได้

- **การขาดเอกสารสิทธิ์ในที่ดิน** : เมื่อไม่มีเอกสารสิทธิ์ที่ชัดเจน เกษตรกรไม่สามารถพิสูจน์กรรมสิทธิ์ในที่ดินได้ ซึ่งอาจนำไปสู่การสูญเสียสิทธิในการใช้ประโยชน์จากที่ดินนั้น และทำให้เกิดปัญหาการบุกรุกพื้นที่จากผู้ที่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่ถูกต้องตามกฎหมาย เกษตรกรที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์จะไม่สามารถเข้าถึงการสนับสนุนจากรัฐ และไม่สามารถลงทุนในการปรับปรุงสวนยางหรือเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนไม่สามารถให้พิกัดภูมิศาสตร์หรือแผนที่เขตแดนในระบบการตรวจสอบย้อนกลับได้

(2) ความผันผวนของราคายางในตลาดโลก

ราคายางมีความผันผวนตามอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งส่งผลให้ราคายางไม่สะท้อนต้นทุนจริง เนื่องจากมีการเก็งกำไรในตลาดซื้อขายล่วงหน้า ส่งผลต่อรายได้ของเกษตรกรและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

(3) ศัตรูพืชและโรคพืช

การแพร่ระบาดของโรคใบยางร่วงและศัตรูพืชอื่น ๆ ส่งผลกระทบต่อผลผลิตในหลายประเทศ ทำให้ผลผลิตลดลงและต้นทุนในการจัดการสวนเพิ่มขึ้น

(4) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง เช่น ฝนตกหนักและภัยแล้ง ส่งผลกระทบต่อการเก็บเกี่ยวและคุณภาพของยาง

(5) ความเปลี่ยนแปลงในแหล่งผลิตยางพาราหลัก

ในอนาคตมีแนวโน้มที่แหล่งผลิตยางพาราจะเปลี่ยนแปลงไปสู่ประเทศอื่น ๆ ที่กำลังขยายพื้นที่ปลูกและพัฒนาอุตสาหกรรมยางพารา เช่น ลาว เวียดนาม อินเดีย แม็กซิโก โบลิเวีย โกลดีวีร์ และกาบอง ที่มีผลผลิตต่อไร่สูงกว่าไทย ขณะที่ฟิลิปปินส์และไทยมีแนวโน้มลดลง เกษตรกรในไทยยังขาดความรู้ในการจัดการสวนยางที่มีประสิทธิภาพ

(6) การขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตร

อายุเฉลี่ยของเกษตรกรสูงขึ้น และมีการพึ่งพาแรงงานต่างชาติ ส่งผลให้เกิดปัญหาขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตรกรรม (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2567)

(7) ข้อจำกัดการใช้เทคโนโลยีใหม่

การลงทุนในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ และบุคลากรที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุน เช่น การใช้ระบบอัตโนมัติในการผลิต รวมทั้งระดับการเข้าถึงเทคโนโลยีต่ำ เนื่องจากกระบวนการแบบเดิมที่เน้นแรงงานและข้อจำกัดด้านเงินทุน ทำให้เกษตรกรไม่สามารถใช้วิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุดได้

5.1.2 กลางน้ำ**(1) เทคโนโลยีและนวัตกรรม**

การพัฒนาคุณภาพและคุณสมบัติของยางธรรมชาติให้ตอบสนองความต้องการเฉพาะด้าน เช่น การผลิตยางที่มีความทนทานสูงขึ้น การผลิตยางที่มีโปรตีนต่ำ ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสทางการค้าให้แก่สินค้าเพิ่มขึ้น

(2) มาตรฐาน ข้อบังคับ กฎระเบียบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานยางพารา

การกำหนดมาตรฐาน ข้อบังคับ กฎระเบียบใหม่ทั้งจากคู่ค้าและภาครัฐใหม่ แม้ว่าจะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทั้งเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ค้า และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะผู้ค้าที่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการส่งออกผลิตภัณฑ์จากยางพาราไปยังตลาดต่างประเทศที่มีข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมสูงขึ้น แต่หากไม่สามารถปฏิบัติตามได้ อาจส่งผลให้ยางพาราไทยถูกกีดราคา

(3) ความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมยางพาราเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการประสานงานระหว่างผู้เล่นในตลาดหลายระดับ โดยเฉพาะบทบาทของพ่อค้าคนกลางที่มีความสำคัญในประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้:

(3.1) โครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน

- พ่อค้าคนกลางหลายชั้น: ห่วงโซ่อุปทานของยางพารามักมีพ่อค้าคนกลางหลายชั้นที่ทำหน้าที่รวบรวมและจำหน่ายยางจากเกษตรกรไปยังผู้แปรรูปหรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยาง ทำให้เกิดความซับซ้อนในการติดตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบ
- การผสมยางจากแหล่งที่มาหลายแห่ง: พ่อค้าคนกลางมักจะผสมยางจากแหล่งที่มาหลายแห่งในศูนย์รวบรวม ส่งผลให้การตรวจสอบคุณภาพและต้นกำเนิดของยางทำได้ยาก

(3.2) ความสำคัญของการลงทะเบียนพ่อค้าคนกลาง

- การลงทะเบียนในระบบ RAOT: การลงทะเบียนพ่อค้าคนกลางในระบบของการยางแห่งประเทศไทย (RAOT) จะช่วยให้สามารถบันทึกข้อมูลการซื้อขายได้อย่างเป็นทางการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถติดตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบได้อย่างถูกต้อง

- ข้อกำหนด EUDR: ข้อกำหนดใหม่จากสหภาพยุโรป (EUDR) จะมีบทบาทสำคัญในการจูงใจให้พ่อค้าคนกลางลงทะเบียนอย่างเป็นทางการ ซึ่งจะช่วยลดความไม่แน่นอนและเพิ่มความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน (European Forest Institute, 2024)

(3.3) ความท้าทายในการประสานงาน

- การขาดการเชื่อมโยง: การขาดการเชื่อมโยงหรือการไม่ประสานงานระหว่างผู้เล่นในห่วงโซ่อุปทานอาจนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ เช่น การสูญเสียข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพและต้นกำเนิดของวัตถุดิบ

- ธุรกรรมที่ไม่เป็นทางการ: ธุรกรรมในห่วงโซ่อุปทานของพ่อค้าคนกลางมักจะไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดความยากต่อการจัดการและติดตามข้อมูล ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดการค้าสินค้า

(4) ความต้องการส่งออกอย่างแปรรูปขั้นกลางที่มีกำไรสูงกว่าการใช้ภายในประเทศ

ไทยจะมีความต้องการยางแปรรูปขั้นกลางสำหรับตลาดภายในประเทศของอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น ยานยนต์ และอุตสาหกรรมการแพทย์ แต่ก็ไม่สามารถดึงดูดการใช้ภายในประเทศได้เท่าที่ควร เนื่องจากการส่งออกให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า

5.1.3 ปลายน้ำ

(1) การแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง

● การขยายตัวการผลิตในกลุ่มประเทศ CLMV: กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม กำลังขยายการผลิตยางพาราและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งจีนที่หันไปนำเข้ายางจากประเทศเหล่านี้มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ผู้ผลิตไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น

● การลงทุนจากจีน: จีนได้ขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมยางพาราทั้งต้นน้ำและกลางน้ำ ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นสำหรับผู้ผลิตไทย ซึ่งอาจทำให้ส่วนแบ่งตลาดของไทยลดลง

(2) ความต้องการและแนวโน้มตลาด

● ความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงและคุณสมบัติที่มีความจำเพาะ: ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมปลายน้ำต้องตอบสนองต่อความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงและคุณสมบัติจำเพาะ เช่น ยางที่ใช้ในอุตสาหกรรมการบิน ต้องมีคุณสมบัติที่ทนทานต่อแรงกดดันสูง ความร้อน และสารเคมี รวมถึงต้องมีน้ำหนักเบาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบินสำหรับอุตสาหกรรมการบิน และถุงมือยาง ถุงยางอนามัย และวัสดุทางการแพทย์อื่น ๆ ที่ต้องมีคุณสมบัติปลอดภัยต่อสุขภาพ สามารถป้องกันโรคได้ และไม่ส่งผลให้เกิดอาการแพ้จากการใช้งานสำหรับอุตสาหกรรมการแพทย์

● ความต้องการด้านความยั่งยืน: ผู้ประกอบการเผชิญกับความท้าทายในการสร้างความสมดุลระหว่างต้นทุนและความยั่งยืน เนื่องจากผู้บริโภคยินดีจ่ายเพิ่มในระดับที่เหมาะสมสำหรับสินค้าที่ยั่งยืน

● ผลกระทบจากเศรษฐกิจโลก: เศรษฐกิจโลกที่มีความไม่แน่นอนส่งผลต่อกำลังซื้อทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมยานยนต์และรถยนต์ไฟฟ้า อาจมีแนวโน้มเติบโตชะลอตัว

(3) ความจำเป็นในการวิจัยและพัฒนา

ผู้ประกอบการรายข้างขึ้นปลายจำเป็นต้องลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ยางพารา เช่น การแปรรูปไปสู่สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากความผันผวนด้านราคา ควบคู่กับการลงทุนในนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

5.2 การปรับตัวของยางพาราของไทยในปัจจุบัน

การปรับตัวของภาคยางพาราไทยในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการยกระดับมาตรฐานการผลิตและการพัฒนานวัตกรรมเพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาด เช่น

(1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่า

- **การแปรรูปยางพาราขั้นสูง:** สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีมูลค่าสูง เช่น ยางล้อประหยัดพลังงาน ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมยางพารา เช่น สถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมยางพารา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และศูนย์วิจัยเทคโนโลยียาง (RTEC) มหาวิทยาลัยมหิดล ควบคู่กับการสร้างทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับยางพารา เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก (ตั้งภาคผนวก ข และ ค)

- **การส่งเสริมการใช้ยางพาราในประเทศ:** โดยการยางแห่งประเทศไทย สนับสนุนการใช้ยางพาราในโครงการของภาครัฐและเอกชน เช่น การสร้างถนน การผลิตอุปกรณ์กีฬา การผลิตเฟอร์นิเจอร์ เพื่อเพิ่มอุปสงค์การใช้ผลิตภัณฑ์ยางพาราในประเทศการพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปเบื้องต้นในระดับฟาร์ม เช่น การผลิตยางก้อนถ้วยคุณภาพสูง หรือยางแผ่นดิบคุณภาพดี ช่วยให้เกษตรกรสามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตก่อนการจำหน่าย

(2) การปรับตัวด้านการตลาดและการค้า

- **การเจาะตลาดใหม่:** การยางแห่งประเทศไทยจัดทำแผนการตลาดเชิงรุกเพื่อขยายตลาดใหม่นอกเหนือจากตลาดยุโรป ควรให้ความสำคัญกับการขยายตลาดไปยังประเทศที่มีศักยภาพ เช่น อินเดีย กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และแอฟริกา ขณะที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ส่งออกไทยกับผู้นำเข้าจากตลาดเป้าหมายใหม่ และสนับสนุนการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ

- **การสร้างความร่วมมือกับต่างประเทศ:** การยางแห่งประเทศไทยสร้างความร่วมมือกับประเทศผู้ผลิตและผู้ใช้อย่างพารารายใหญ่อื่น ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และเทคโนโลยี

(3) การรับมือกับมาตรการ EUDR และกฎระเบียบอื่น ๆ :

- **การตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability):** พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับของยางพาราเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทยไม่ได้มาจากการบุกรุกป่า และเป็นไปตามข้อกำหนดของ EUDR โดยการยางแห่งประเทศไทยพัฒนาแอปพลิเคชัน RAOT GIS

- **การส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม:** สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการให้ปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การยางแห่งประเทศไทยดำเนินโครงการบริหารจัดการคาร์บอนเครดิตในสวนยาง

- **การให้ความรู้และฝึกอบรม:** ให้ความรู้และฝึกอบรมแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการเกี่ยวกับ EUDR และกฎระเบียบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถปรับตัวและปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง

(4) การสนับสนุนจากภาครัฐ:

- **การให้เงินทุนสนับสนุน:** จัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา การปรับปรุงกระบวนการผลิต และการตลาดของผลิตภัณฑ์ยางพารา เช่น กรมส่งเสริมสหกรณ์ สนับสนุนสินเชื่อแก่สถาบันเกษตรกรแปรรูปยางพารา และส่งเสริมการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นสหกรณ์ หรือกลุ่มเกษตรกร

- **การสร้างแรงจูงใจ:** สร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรและผู้ประกอบการปรับตัว เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การให้เงินอุดหนุน และการให้คำปรึกษา
- **การปรับปรุงกฎระเบียบ:** ปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพารา และสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการลงทุนและการแข่งขัน

5.3 ข้อเสนอแนะทางการปรับตัวของยางพาราของไทยสู่การค้ายุคใหม่

จากผลการศึกษาข้อมูลการผลิต ความต้องการใช้ การค้า มาตรการที่เกี่ยวข้องกับยางพาราและสินค้ายางพารา และกรณีศึกษาการปรับตัวของยางพาราสู่การค้ายุคใหม่ พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจ และสามารถนำมาวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของยางพาราของไทยสู่การค้ายุคใหม่ เพื่อผลักดันให้เกษตรกรสวนยาง และผู้ประกอบการกิจการยางเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสามารถดำเนินธุรกิจและเติบโตอย่างยั่งยืน ดังนี้

5.3.1 การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี

- **พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**
สนับสนุนการวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิตที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนในอุตสาหกรรมยางพารา เช่น พลังงานแสงอาทิตย์หรือชีวมวล พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการปรับระบบการค้ายางพาราอย่างยั่งยืน เช่น เครื่องมือการตรวจวัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสำหรับสวนยางพาราและการจำกัดของเสียจากกระบวนการผลิตสินค้ายางที่สอดคล้องมาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในตลาดคาร์บอนโลก เป็นต้น
- **ส่งเสริมการใช้ระบบการผลิตอัตโนมัติ**
พัฒนาและส่งเสริมการใช้ระบบการผลิตอัตโนมัติหรือหุ่นยนต์ในกระบวนการผลิตยางแปรรูปขั้นต้น เช่น การกรีดยาง การรวบรวมน้ำยาง และการแปรรูปยางแผ่น ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี IoT และอุปกรณ์ตรวจจับ ติดตาม และประเมินผลข้อมูล เพื่อช่วยในการบริหารจัดการสวนยาง ช่วยให้เกษตรกรสามารถวางแผนการปลูก การกรีดยาง การผลิต ติดตามผลผลิต และจัดการคนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาระบบการควบคุมคุณภาพอัตโนมัติ เพื่อลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีความแม่นยำสูงขึ้น ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพทั้งปริมาณและคุณภาพยางพาราและสินค้า
- **พัฒนาระบบการจัดการความเสี่ยง**
พัฒนาระบบการจัดการความเสี่ยงด้านราคาและสภาพอากาศโดยใช้เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อคาดการณ์ความผันผวนของราคายางและสภาพอากาศ และให้คำแนะนำในการปรับแผนการผลิตและการขายที่เหมาะสม
- **พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสินค้ายางพารา**
พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทำให้การผลิตยางพารามีคุณภาพและคุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการของตลาดสูง และกระแสการบริโภค เช่น วิจัยและพัฒนาคุณสมบัติพิเศษของยาง เช่น ความทนทานต่อสภาพอากาศ ความยืดหยุ่นสูง และพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะทาง เช่น ถู่มือยางธรรมชาติโปรตีนต่ำ
- **ปรับปรุงพันธุ์ยางเพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน**
ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ยางที่ให้ผลผลิตสูง พัฒนาสายพันธุ์ยางที่ทนทานต่อโรค แมลง และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พัฒนาเทคนิคการจัดการสวนยางที่เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่เพื่อเพิ่มผลผลิตต่อหน่วยพื้นที่ และลดต้นทุนการผลิตต่อกิโลกรัมยาง

- **วิจัยการใช้ยางในอุตสาหกรรมใหม่**

ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการใช้ยางธรรมชาติในอุตสาหกรรมใหม่และเทคโนโลยีเกิดใหม่ เช่น อุตสาหกรรมการแพทย์ขั้นสูง วัสดุนาโน และสินค้าที่ใช้ในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่กำลังเปลี่ยนไปสู่ยานยนต์ไฟฟ้า (EV)

5.3.2 การพัฒนาระบบดิจิทัลและการจัดการข้อมูล

- **พัฒนาระบบฐานข้อมูลและการตรวจสอบย้อนกลับ**

พัฒนาระบบฐานข้อมูลดิจิทัลแบบรวมศูนย์ที่เชื่อมโยงข้อมูลการผลิตยางพารากับการคำนวณคาร์บอนเครดิต เพื่อลดต้นทุนและความซับซ้อนในการดำเนินงาน พัฒนาเทคโนโลยีการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) โดยใช้ QR Code หรือ Blockchain เพื่อติดตามการผลิต การแปรรูป และการจำหน่ายยางพารา เช่น การพัฒนาระบบรับรองสินค้าอย่างคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Rubber Certification) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในตลาดคาร์บอนโลกจะช่วยสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้ายางพาราไทย ตลอดจนผลักดันเกษตรกรผู้ประกอบการแปรรูปยางขึ้นกลางและขึ้นปลาย ให้เข้าสู่การรับรองมาตรฐานสากลตลอดห่วงโซ่อุปทาน

- **เชื่อมโยงตลาดคาร์บอนเครดิตกับตลาดยางและสินค้า**

พัฒนาระบบการซื้อขายคาร์บอนเครดิตที่เชื่อมโยงกับตลาดยางและสินค้า จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้ายางพาราไทยและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ควรมีการพัฒนาแพลตฟอร์มการซื้อขายคาร์บอนเครดิตที่เชื่อมโยงข้อมูลกับระบบการตรวจสอบย้อนกลับของยางและสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของสินค้ายางที่ซื้อได้

- **พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการค้าและห่วงโซ่อุปทาน**

พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เชื่อมโยงเกษตรกรกับตลาดยางพาราและการซื้อขายคาร์บอนเครดิตให้ครอบคลุม ช่วยให้เกษตรกรสามารถตัดสินใจเรื่องการขายผลผลิตได้อย่างเหมาะสม เพิ่มอำนาจต่อรองและผลตอบแทนจากการขายยางพารา พัฒนาระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานดิจิทัลที่เชื่อมโยงข้อมูลตั้งแต่เกษตรกรผู้ปลูกยางไปจนถึงผู้ผลิตสินค้าปลายน้ำ เพื่อลดความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า ลดการเก็บสินค้าคงคลังที่มากเกินไป และเพิ่มความแม่นยำในการคาดการณ์อุปสงค์และอุปทาน รวมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับรวบรวมกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการเพื่อการจัดซื้อปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบร่วมกัน และการกระจายสินค้าร่วมกัน

- **บูรณาการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย**

พัฒนาระบบบูรณาการข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อการวิเคราะห์ตลาด การคาดการณ์แนวโน้ม และการกำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพ โดยนำเทคโนโลยี AI และ Big Data มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกและช่วยในการตัดสินใจทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ

5.3.3 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

- **พัฒนาศักยภาพบุคลากร**

จัดฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีใหม่อย่างต่อเนื่อง และการพัฒนาทักษะด้านการผลิต การตลาด และการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลได้ รวมทั้งสร้างผู้เชี่ยวชาญด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนบุคลากรระหว่างองค์กรเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์อย่างกว้างขวาง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพที่สอดคล้องกับการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตและการค้ายางพารา

- **บูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และองค์กรระหว่างประเทศ**
ภาครัฐเข้ามาเป็นตัวกลางในการเชื่อมความสัมพันธ์ สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาแบบร่วมมือ (Collaborative Research) เพื่อแก้ปัญหาและสร้างนวัตกรรมใหม่ในอุตสาหกรรม และถ่ายทอดเทคโนโลยี และนวัตกรรม ส่งเสริมความเข้าใจและการปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล เช่น มาตรฐาน ESG (Environmental, Social, and Governance) และ Fair Rubber สร้างความร่วมมือกับประเทศผู้ใช้อย่างรายใหญ่ เพื่อพัฒนาแนวปฏิบัติด้านการค้าอย่างยั่งยืน ตลอดจนร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ เช่น การเข้าร่วมเป็นสมาชิกใน GPSNR เพื่อสร้างโอกาสทางการค้า ความร่วมมือกับหน่วยรับรองมาตรฐานระหว่างประเทศ เพื่อพัฒนาระบบการรับรอง ตลอดจนการพัฒนาระบบพี่เลี้ยงที่จะช่วยให้คำแนะนำและติดตามการนำเทคโนโลยีไปใช้อย่างใกล้ชิด รวมถึงการจัดทำฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาที่พร้อมให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการ
- **เสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้าต่างประเทศ**
จัดกิจกรรมแสดงสินค้าในเวทีโลก เพื่อให้ผู้ค้าต่างชาติรู้จักและมั่นใจในคุณภาพสินค้า ยางพาราไทย ตลอดจนเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงตลาดโลก รวมทั้งการขยายตลาดใหม่ เช่น อินเดีย ตะวันออกกลาง เป็นต้น
- **ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง**
มุ่งเน้นการสนับสนุนผู้ผลิตสินค้ายางปลายน้ำให้มากขึ้น ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น และซ้ำซ้อน ควบคู่กับส่งเสริมให้เกิดการบริการแบบครบวงจร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
- **กำหนดเป้าหมายการส่งออกและการค้ายางพาราที่มุ่งเน้นการเพิ่มราคาต่อหน่วย**
กำหนดเป้าหมายที่มุ่งเน้นการเพิ่มราคาต่อหน่วยจะช่วยยกระดับมูลค่าการส่งออกยางพาราโดยรวม แม้ว่าปริมาณการส่งออกอาจไม่เพิ่มขึ้นมากนัก การเพิ่มราคาต่อหน่วยเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการในห่วงโซ่คุณค่ายางพาราทั้งระบบ จากการยกระดับคุณภาพ และมาตรฐานการผลิตสำหรับยางพาราชั้นกลาง จะช่วยให้สินค้ายางพาราไทยมีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดโลก เนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียวทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบประเทศคู่แข่งที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า และการสร้างความแตกต่างของสินค้ายางพาราชั้นปลายผ่านการพัฒนาคุณสมบัติพิเศษ และมาตรฐานคาร์บอนต่ำ สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของตลาดโลกที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นทิศทางสำคัญของการค้ายุคใหม่

5.3.4 การสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรและผู้ประกอบการ

- **มอบรางวัลและสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมความยั่งยืน**
จัดตั้งกลไกในการให้รางวัลและสนับสนุนโครงการที่มีส่วนช่วยยกระดับมาตรฐานความยั่งยืนของภาคการผลิตและแปรรูปยางพารา โดยอาจอยู่ในรูปแบบของกองทุนสนับสนุนสำหรับโครงการที่ใช้วัตถุดิบยางพาราในการพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสนับสนุนการลงทุนในเทคโนโลยีที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต นอกจากนี้ ควรมีการจัดมอบรางวัลให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ และองค์กรที่มีผลการดำเนินงานโดดเด่นด้านความยั่งยืน ทั้งในแง่ของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมสวัสดิการแรงงาน และการบริหารจัดการ เพื่อสร้างต้นแบบที่ดีในการพัฒนายางพาราอย่างยั่งยืน
- **ให้แรงจูงใจทางภาษีและเงินทุนแก่ผู้ที่พัฒนานวัตกรรมและผู้ใช้นวัตกรรม**
กำหนดมาตรการจูงใจในการพัฒนาและการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ เช่น การลดหย่อนภาษีสำหรับธุรกิจที่ลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา และการนำสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องกับยางพาราไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในนวัตกรรมมากขึ้น

- **สนับสนุนทางการเงิน**

- **สนับสนุนแหล่งเงินทุน** เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ค้า และเกษตรกร สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีในการเกษตร การผลิต และการค้าที่จำเป็นได้ง่ายขึ้น เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับการค้าประกันสินเชื่อ การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์ จัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมยางพารา หรือการสนับสนุนผ่านรูปแบบอื่น ๆ เช่น เงินอุดหนุน (grants) หรือโครงการร่วมลงทุน (co-investment)

- **ลดอุปสรรคทางการเงิน** เช่น การปรับปรุงกระบวนการอนุมัติสินเชื่อให้รวดเร็วและมีความยืดหยุ่น หรือการให้คำปรึกษาทางการเงินแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ การค้าประกันสินเชื่อสำหรับการลงทุนด้านเทคโนโลยีในการเกษตร การผลิต และการค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเก็บเกี่ยวและการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการปรับปรุงคุณภาพสินค้าเกษตร การพัฒนาเครื่องมือทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยง (Hedging Instruments) สำหรับเกษตรกรรายย่อย เพื่อลดความเสียหายจากความผันผวนของราคาและผลผลิต

5.3.5 การปรับตัวด้านการตลาดและการค้า

- **สร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงระบบการซื้อขายยางพาราที่ได้มาตรฐาน**

พัฒนาระบบการซื้อขายที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้ทุกระดับ ตั้งแต่เกษตรกรรายย่อยไปจนถึงผู้ค้า และผู้ใช้อย่างพาราขนาดใหญ่ สร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เชื่อมโยงเกษตรกรกับตลาดกลาง รวมถึงพัฒนากลไกการประกันราคายางพาราเพื่อสร้างความมั่นคงด้านรายได้ให้กับเกษตรกร

- **การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ**

ภาครัฐควรให้ความสำคัญในการจัดซื้อสินค้าที่ได้รับรองมาตรฐานความยั่งยืน

- **พัฒนาระบบการซื้อขายและกลไกราคา**

การใช้ AI Market Intelligence ที่สามารถวิเคราะห์แนวโน้มตลาดยางพาราและช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางกลยุทธ์เชิงรุก

5.3.6 การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

- **การรับมือกับปัจจัยเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม**

ให้ความรู้เกษตรกรเกี่ยวกับการปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศ เช่น การจัดการน้ำและการป้องกันโรคพืช พร้อมทั้งส่งเสริมการสร้างความยืดหยุ่นในการผลิตยางพารา เช่น การปลูกพืชชนิดอื่นร่วมด้วย

- **การเสริมสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน**

สนับสนุนระบบประเมินและติดตามความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เป็นกลไกสำคัญในการรักษาและยกระดับความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานยางพารา เช่น การกำหนดตัวชี้วัดความยั่งยืนที่ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การพัฒนาระบบการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน และการจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี และการเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะเพื่อสร้างความโปร่งใส และใช้ในการพัฒนาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการผลิตและการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

5.3.7 การใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในการขับเคลื่อนการค้ายางพารายุคใหม่

- **ใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ**

พัฒนาและบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มมูลค่าสินค้า และปกป้องนวัตกรรมของภาคเกษตรและอุตสาหกรรม มีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

- **พัฒนาฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับเกษตรกรและอุตสาหกรรมยางพารา**

ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับเกษตรและอุตสาหกรรมยางพารา เช่น ออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูลใหม่ที่คำนึงถึงผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง โดยจัดหมวดหมู่ทรัพย์สินทางปัญญาตามห่วงโซ่คุณค่าของยางพารา เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตนได้ง่าย เพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในเชิงพาณิชย์ ทัศนศึกษาความสำเร็จ และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินศักยภาพในการนำเทคโนโลยีไปใช้ในธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะนำไปสู่การต่อยอดในการพัฒนาสินค้าใหม่และการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการเผยแพร่นวัตกรรมและเทคโนโลยีองค์ความรู้ เพื่อต่อยอดผลงานวิจัยในเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ยางพารา

- ส่งเสริมการใช้สิทธิบัตรแบบเปิด (Open Patent)

ในบางเทคโนโลยีแนวทางการให้ใช้สิทธิบัตรแบบเปิดควรได้รับการสนับสนุน โดยเฉพาะสำหรับเกษตรกรหรือผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ต้องการนำเทคโนโลยีมาใช้แต่มีข้อจำกัดด้านงบประมาณหรือการอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาบางส่วนเพื่อลดภาระของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ควรมีการกำหนดกรอบแนวทางการออกใบอนุญาตแบบเป็นธรรม (Fair Licensing) เพื่อให้ผู้พัฒนาเทคโนโลยีได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม และภาคอุตสาหกรรมสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น

● สร้างกลไกการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ภาคธุรกิจและเกษตรกร

- จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาด้านยางพารา เพื่อให้คำแนะนำและฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา การสนับสนุนผู้ประกอบการและเกษตรกรให้สามารถใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นเครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

- จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาด้านการเจรจาและการทำสัญญาอนุญาตใช้สิทธิ เพื่อให้การอนุญาตใช้สิทธิเป็นไปอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

- ให้บริการ ประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา และกระบวนการตรวจสอบสถานะทางกฎหมาย (Due Diligence) เพื่อสร้างความมั่นใจในการลงทุนและการถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างภาคธุรกิจ

- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย ศูนย์วิจัย และภาคเอกชน เพื่อเร่งกระบวนการพัฒนาสินค้าจากงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ โดยอาจดำเนินการผ่านกลไกความร่วมมือ เช่น โครงการวิจัยร่วม (Collaborative Research) ศูนย์วิจัยและพัฒนา (R&D Centers) ภายในภาคเอกชน หรือโครงการบ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubation) สำหรับการพัฒนาและต่อยอดเทคโนโลยีใหม่

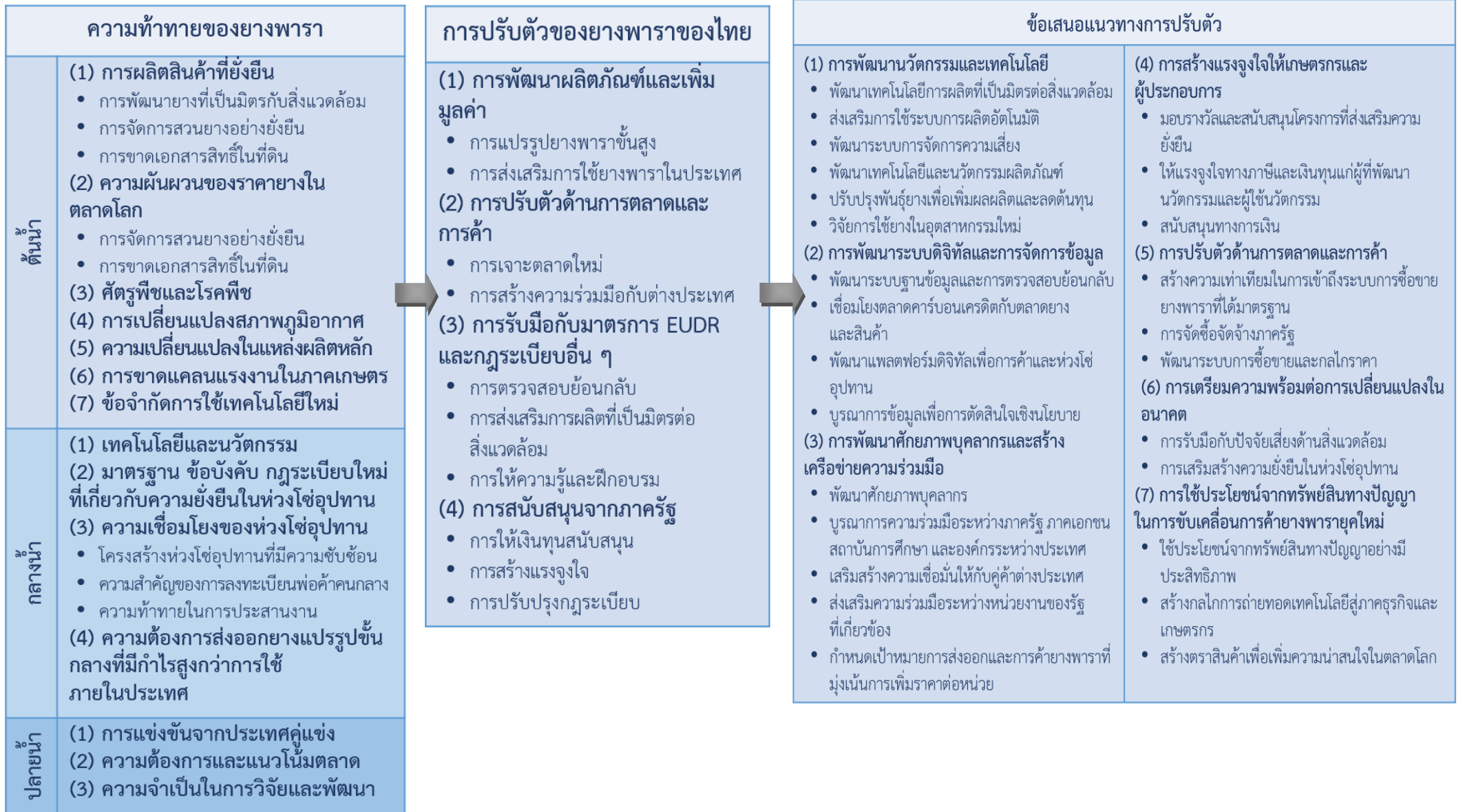
● สร้างตราสินค้าเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในตลาดโลก

สร้างตราสินค้าระดับชาติที่แสดงถึงคุณภาพและความยั่งยืนของสินค้ายางพาราไทย ใช้การตลาดแบบ Storytelling เพื่อเพิ่มคุณค่าทางอารมณ์และสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า ตลอดจนสร้างโอกาสการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ผ่านการได้รับการรับรองมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ เช่น เกษตรอินทรีย์ (Organic) มาตรฐานเกษตรกรรมยั่งยืนของ Rainforest alliance เป็นต้น

ทั้งนี้ การลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรชาวสวนยางเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมยางพาราไทยในยุคการค้ายุคใหม่ ด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ การสนับสนุนทางการเงินที่เหมาะสม และการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ เกษตรกรจะสามารถลดภาระต้นทุน เพิ่มผลผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางพาราไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม นำไปสู่ความมั่นคงในอาชีพและการเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมยางพาราไทยในเวทีโลก

ภาพที่ 5-1

ความท้าทาย การปรับตัว และข้อเสนอแนวทางการปรับตัวของยางพาราสู่การค้ายุคใหม่



หมายเหตุ. ประมวลผลโดย สนค.

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กฤษฎณี พิสิฐศุภกุล. (2557). เบื้องหลังตลาดและการกำหนดราคายางพาราไทย. Focused and Quick (FAQ) Issue 90. ธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://content.botlc.or.th/mm-info/BOTCollection/BOTFAQ/FAQ90.pdf>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2560). ไทย-อินโด-มาเลย์ พร้อมเริ่มควบคุมส่งออกยาง เห็นชอบให้เดินหน้า มาตรการ AETS ร่วมกำหนดโควตาการส่งออกยางพาราร่วมกันทั้ง 3 ประเทศ รวมไม่เกิน 350,000 ตัน ตั้งแต่บัดนี้จนถึง 31 มี.ค. 61 มุ่งสร้างเสถียรภาพด้านราคาให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.moac.go.th/news-preview-392991791293>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2567, 24 มีนาคม). กยท. ร่วม ญี่ปุ่น เกือบเมล็ดยางพารา ทำเชื้อเพลิงชีวภาพ เพิ่มรายได้เกษตรกร. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/environment/1119020>
- กรมการค้าภายใน. (2567). ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ว่าด้วยแนวทางการแจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ และจัดทำบัญชีคัมสินค้ายางพารา พ.ศ. 2567 ลงวันที่ 2 กรกฎาคม 2567. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://law.dit.go.th/Upload/Document/44318beb-087f-44c8-8f35-52bac9e85c6b.pdf>
- กรมการค้าต่างประเทศ. (2556). ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดให้ยางรถที่ใช้แล้วเป็นสินค้าที่ต้องห้ามหรือต้องขออนุญาตและต้องปฏิบัติตามมาตรการจัดระเบียบในการนำเข้ามาในราชอาณาจักร พ.ศ. 2556. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.dft.go.th/th-th/Detail-Law/ArticleId/2671/2556-12-2556>
- กรมการค้าต่างประเทศ. (2567). มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://thaitr.dft.go.th/en/measure_info/ad/info
- กรมการค้าต่างประเทศ. (2567). มาตรการ AD: สินค้าที่ไทยใช้มาตรการ สำหรับยางในชนิดที่ใช้กับรถจักรยานยนต์. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://thaitr.dft.go.th/th/search/AD1019>
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2567). สินค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ ข้อมูลสถิติการส่งออกและนำเข้า พันธกรณีการเปิดตลาดระหว่างไทยและประเทศคู่ภาคีภายใต้ความตกลง FTA. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.dtn.go.th/th/content/page/index/id/12818>
- กรมป่าไม้. (2560). มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมห่วงโซ่การควบคุมผลิตภัณฑ์จากป่า มอก. 2861 เล่ม 1 ข้อกำหนด. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://www.forest.go.th/cert/wp-content/uploads/sites/98/2018/03/text_tis2861.pdf

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2567, 25 ตุลาคม). ข้อมูลโรงงาน. <https://www.diw.go.th/webdiw/search-factory/>

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2566, 21 กันยายน). สถานการณ์ตลาดยางธรรมชาติในประเทศไทยญี่ปุ่น.

สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.ditp.go.th/post/149756>

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2567, 8 ตุลาคม). เวียดนามเริ่มส่งเสริมการเติบโตสีเขียวของอุตสาหกรรม

ยางพารา. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.ditp.go.th/post/184941>

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2567, 28 มีนาคม). การพัฒนาของอุตสาหกรรมยางในอินเดีย สืบค้นเมื่อ

วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.ditp.go.th/post/167442>

กองพัฒนาสหกรณ์ภาคการเกษตรและกลุ่มเกษตรกร กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2566). ข้อมูลกลาง: ยางพารา (One page).

กองยาง กรมวิชาการเกษตร. (2566). สถิติยางประจำปี 2566.

การยางแห่งประเทศไทย. (2566). แผนปฏิบัติการด้านยางพารา พ.ศ. 2566 - 2580.

<https://www.raot.co.th/download/plan66-80.pdf>

การยางแห่งประเทศไทย. (2567). กยท. จัดประกวด "ตลาดเครือข่ายตลาดกลางยางพาราดีเด่น ประจำปี 2567"

ชิงโล่และเงินรางวัล ยื่นสมัครตั้งแต่วันที่ - 31 พฤษภาคม. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2567, จาก

https://www.raot.co.th/ewt_news.php?nid=92538

การยางแห่งประเทศไทย. (2567). แผนวิสาหกิจการยางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566 - 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ.

2567). <https://shorturl.asia/KkFzg>

การยางแห่งประเทศไทย ฝ่ายเศรษฐกิจยาง. (2564). บทวิเคราะห์สถานการณ์ยางและสารสนเทศทางการตลาด

ยางพาราของการยางแห่งประเทศไทย.

ชลันธร จิวภูมิพงศ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาส่งออกยางพาราแผ่นรมควันชั้น 3 ของประเทศไทย ณ

ท่าเรือกรุงเทพฯ. <https://searchlib.utcc.ac.th/library/onlinethesis/309447.pdf>

ชัยวัช โขวเจริญสุข. (2567). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2568-2570: อุตสาหกรรมยางพาราแปรรูป. สืบค้น

เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2568, จาก [https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/agriculture/rubber/io/rubber-2025-2027)

[outlook/agriculture/rubber/io/rubber-2025-2027](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/agriculture/rubber/io/rubber-2025-2027)

ชัยวัช โขวเจริญสุข. (2566). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-2568: อุตสาหกรรมยางพาราแปรรูป. สืบค้น

เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2567, จาก [https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/agriculture/rubber/io/rubber-2023-2025)

[outlook/agriculture/rubber/io/rubber-2023-2025](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/agriculture/rubber/io/rubber-2023-2025)

ฐานเศรษฐกิจ. (19 กุมภาพันธ์ 2568). ดัน "ระยอง" 2 ล้านไร่ ต้นแบบโมเดล "เมืองยางคาร์บอนต่ำ" หนุนเศรษฐกิจ

BCG. เข้าถึง ณ วันที่ 12 มีนาคม 2568. [https://www.thansettakij.com/economy/trade-](https://www.thansettakij.com/economy/trade-agriculture/620048)

[agriculture/620048](https://www.thansettakij.com/economy/trade-agriculture/620048)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). คู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน.

https://setsustainability.com/libraries/1119/item/SD_REPORTING

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). ผลประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ปี 2566 และรายชื่อหุ้นยั่งยืน THSI ปี 2558-2565. <https://setsustainability.com/libraries/1258/item/set-esg-ratings>

ไทยพับลิก้า. (1 มีนาคม 2568). ยางไทยไม่ใช่ยางเทา: EUDR โอกาสและการปรับตัวยกเครื่องอุตสาหกรรมยางพาราไทย-เพิ่มรายได้ชาวสวนยาง. เข้าถึง ณ วันที่ 12 มีนาคม 2568.

<https://thaipublica.org/2025/03/setthakittiddin05-eudr/>

ไทยโพสต์. (26 กรกฎาคม 2567). ครบรอบ 9 ปี กยท. จัดใหญ่ “Thai Rubber, The Next Chapter” พร้อมผ่าผลงาน 4 ปี “ฉกรรณ ตรรกวิรพีท”. <https://www.thaipost.net/public-relations-news/627087/>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). อุตสาหกรรมยางพาราไทย เร่งพัฒนา คิวโอกาส บนความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง. <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications-pdf/articles-and-publications/articles/regional/2024/2024-rl-09-rubber-competitiveness.pdf>

นักธุรกิจ จันท์ศรี และคณะ. (2564). การพัฒนามาตรการทางกฎหมายตลาดซื้อขายยางพาราเพื่อส่งเสริมราคายางพาราในประเทศไทย.

บริษัท ทูฟ ซูด (ประเทศไทย) จำกัด. (n.d.). รับรองมาตรฐานระบบป่าไม้ PEFC CoC.

<https://www.tuvsud.com/th-th/services/auditing-and-system-certification/pefc-coc-certification>

ประชาชาติธุรกิจ. (2562). เงิน CESS ถูกนำไปใช้จ่ายอะไรบ้าง ?. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-290843>

ฝ่ายเกษตรประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2567). สถานการณ์และแนวโน้มตลาดยางพาราในประเทศจีน. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก

https://www.opsmoac.go.th/shanghai-situation_price-files-431691791816

พิชิตพล แก้วงาม. (ม.ป.ป.). ไม้ยางพารา มูลค่าและโอกาสอุตสาหกรรมไม้ไทย.

<https://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/ArticlesAnalysis/rubberwood19.pdf>

ภาวนิศร์ ชั่ววัลลี และกฤตยา ตีรวรรณไชย. (2567). อุตสาหกรรมยางพาราไทย: เร่งพัฒนา คิวโอกาส บนความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง. <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/regional-articles/reg-article-2029-09.html>

ศูนย์ข้อมูลธุรกิจอุตสาหกรรม ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (13 มีนาคม 2568). สถิติสะสมจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ ตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 และ

พ.ร.บ. โรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 จำแนกตามประเภท รายจำพวก ณ สิ้นปี 2567.

<https://www.diw.go.th/webdiw/static-fac/>

ศูนย์ติดตามและแก้ไขปัญหาภัยพิบัติด้านการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2567). รายงานสถานการณ์ภัยพิบัติด้านการเกษตร. <https://www.moac.go.th/helpcenter-warning>

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2567). ttb analytics เตือนแรงงานภาคเกษตรหายไปกว่า 4 ล้านคนในรอบ 10 ปี. <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/ttba-agricultural-labor-2024>

สถาบันพลาสติก. (ม.ป.ป.). แนวทางการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางไทยสู่ความยั่งยืนตามแนวคิด ESG. <https://tinyurl.com/yrb6xb7n>

สถาบันพลาสติก. (ม.ป.ป.). บทวิเคราะห์เรื่อง "ก้าวกระโดดของยางธรรมชาติประเทศไทยเพื่อนบ้านที่ไทยไม่เคยมองข้าม". <https://shorturl.asia/8J24W>

สถาบันวิจัยยาง การยางแห่งประเทศไทย. (2566). การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อยางพารา. วารสารยางพารา, 45(1), 25-30.

สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2564). ยกระดับภาคเกษตรต้นน้ำในภาคใต้ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม. <https://www.pier.or.th/forums/2021/02/>

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). ฉลาก PEFC Certified Material.

[https://thaigreendirectory.com/label-](https://thaigreendirectory.com/label-detail/42/%E0%B8%89%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%81%20PEFC%20Certified%20Material)

[detail/42/%E0%B8%89%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%81%20PEFC%20Certified%20Material](https://thaigreendirectory.com/label-detail/42/%E0%B8%89%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%81%20PEFC%20Certified%20Material)

สำนักงานการรับรองไม้เศรษฐกิจไทย. (2566). มาตรฐาน TFCC / PEFC. <https://tfcc.fti.or.th/standard/>

สำนักงานการรับรองไม้เศรษฐกิจไทย. (2566). ประกาศ มาตรฐานการตรวจสอบและรับรองแห่งชาติการจัดการสวนป่าไม้เศรษฐกิจอย่างยั่งยืน - ข้อกำหนด มาตรฐานเลขที่ มตช. 14061-2566. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://tfcc.fti.or.th/contents/tis14061-2566/>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2567). รายงานประจำปี 2566. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน.

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำสหภาพยุโรป. (2564). ข่าวสารด้านการเกษตรสหภาพยุโรป: ยางธรรมชาติและแนวโน้มในตลาดสหภาพยุโรป. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://appdb.tisi.go.th/tis_devs/regulate/eu/pdf/Natural_Rubber_290764.pdf

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2567). ผลิตภัณฑ์ที่มีกฎหมายกำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ). สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://www.tisi.go.th/website/standardlist/comp_thai/th

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2558). ยางฐานชีวภาพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2567, จาก

<https://rubber.oie.go.th/EDocument.aspx?pid=1171&cid=1172>

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2566). ราคาขางร่วงหนัก 7 เดือนแรกวบ 25.1% จากความต้องการทั่วโลก. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2567, จาก <https://rubber.oie.go.th/Article.aspx?id=65648>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2567). ต้นทุนโลจิสติกส์สินค้าขางพาราต่อยอดขายของเกษตรกร.

<https://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2567/Logisticscostsofrubber.pdf>

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2567). มาตรฐานไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ต่างประเทศ. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://rubber.oie.go.th/EDocument.aspx?pid=1194&cid=1227>

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2567). มาตรฐานผลิตภัณฑ์ขางต่างประเทศ. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://rubber.oie.go.th/EDocument.aspx?pid=1194&cid=1217>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงฮานอย. (2567). เวียดนามเริ่มส่งเสริมการเติบโตสีเขียวของอุตสาหกรรมขางพาราสืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568. จาก <https://www.ditp.go.th/post/184941>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์. (2563). รายงานอุตสาหกรรมขางพาราของเวียดนาม. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/657124/657124.pdf

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป). แผนงานการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย. <https://inter.nesdc.go.th/imt-gt/>

สำนักงานเลขานุการไทย-อียู เฟล็กที. (ม.ป.ป). แผนปฏิบัติการ FLEGT. <https://tefso.org/th/flegt-action-plan/>

อธีวีน แดงนิษฐ์ และอรอุมา ประเสริฐ. (2559). ตลาดขางพาราไทย. วารสารขางพารา ฉบับอิเล็กทรอนิกส์ 4 มกราคม - มีนาคม 2559.

อัท พิศาลวานิช. (2560, 20-22 เมษายน). มณฑลขางตง ตลาดกลาง-อูตฯ ขางพาราโลก. ฐานเศรษฐกิจ, 37(3,254). สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.thansettakij.com/columnist/141688>

องค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล สำนักงานประเทศไทย. (2564). คู่มือการจัดการสวนขางพาราอย่างยั่งยืนสำหรับเกษตรกรรายย่อย เพื่อมุ่งสู่มาตรฐานการจัดการป่าไม้ยั่งยืน (FSC). WWF-ประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://wwfasia.awsassets.panda.org/downloads/1__e_book__wwf_sr4sh_edit_20211116_nk_ss_1.pdf

องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน). (13 มีนาคม 2567). TGO จับมือ กยท. บริหารจัดการคาร์บอนเครดิตในสวนขาง เพิ่มรายได้เสริมแก่เกษตรกร มุ่งสู่เป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศ. <https://shorturl.at/dTwFy>

ภาษาอังกฤษ

Animal and Plant Health Inspection Agency, Ministry of Agriculture. (2024). Quarantine requirements for the importation of wood (2024.07.31).

<https://www.aphia.gov.tw/en/ws.php?id=11711>

Bureau of Standards, Metrology and Inspection, Ministry of Economic Affairs. (2024).

Amendments to the legal inspection for automobile tyres.

https://members.wto.org/cnattachments/2024/TBT/TPKM/final_measure/24_08216_00_e.pdf

Center for WTO and International Trade Vietnam Chamber of Commerce and Industry. (2024).

Rubber industry adaptive to EU Deforestation Regulation. <https://wtocenter.vn/chuyen-de/26540-rubber-industry-adaptive-to-eu-deforestation-regulation>

European Commission. (2022). European natural rubber substitute from Guayule. <https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/raw-materials/eip/raw-materials-commitment/european-natural-rubber-substitute->

European Commission. (2024). Regulation on Deforestation-free products – EUDR. https://green-business.ec.europa.eu/deforestation-regulation-implementation_en

European Commission: Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Grohol, M., & Veeh, C. (2023). Study on the critical raw materials for the EU 2023: Final report. Publications Office of the European Union.

<https://data.europa.eu/doi/10.2873/725585>

European Forest Institute. (2024). Thailand's natural rubber producers are preparing for new market requirements. <https://shorturl.asia/ZRLM4>

European Tyre & Rubber Manufacturers' Association. (2009). REACH: Identification of uses for the rubber sector tyre. <https://www.etrma.org/wp-content/uploads/2019/09/etrma-identification-of-uses-for-the-rubber-sector-tyre-ver-1.1-2.pdf>

European Tyre & Rubber Manufacturers' Association. (n.d.). The Natural Rubber Supply Chain.

Food and Agriculture Organization. (2024). Crops and livestock products on FAOSTAT Database. <https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL>

FSC. (2024). Facts & Figures. <https://connect.fsc.org/impact/facts-figures>

Global Platform for Sustainable Natural Rubber. (2020). GPSNR Policy Framework.

<https://sustainablenaturalrubber.org/policy-framework/>

Global Platform for Sustainable Natural Rubber. (n.d.). A global collaboration making natural rubber sustainable. <https://sustainablenaturalrubber.org/>

Global Trade Alert. (2013). Malaysia: Export restrictions on rubber and rubber products. <https://globaltradealert.org/state-act/36194>

Global Trade Alert. (2016). India: Temporary restriction of duty-free import of natural rubber to manufacture export goods. <https://globaltradealert.org/state-act/10903>

Global Trade Alert. (2016). Malaysia: Changes of import licensing requirements on certain pneumatic tyres. <https://globaltradealert.org/state-act/36234>

Global Trade Alert. (2018). India: Port restriction imposed on natural rubber. <https://globaltradealert.org/state-act/30868-india-port-restriction-imposed-on-natural-rubber>

Global Trade Alert. (2024). Japan: JBIC announces a USD 49 million loan agreement with ATC Tires AP Private Limited. <https://globaltradealert.org/intervention/137260>

International Trade Centre. (2024). Trademap. <https://www.trademap.org/>

ISO. (n.d.). Online Browsing Platform (OBP). <http://www.iso.org>

Japan Exchange Group. (2023). JPX Commodity Futures Report on Natural Rubber Futures (RSS, TSR 20) Factsheet December 4 2023.

Japan Rubber Manufacturers Association. (n.d.). About JRMA. Retrieved February 14, 2025, from <https://www.rubber.or.jp/english.html>

Japan Rubber Trading Association. (n.d.). Business Overview. Retrieved February 14, 2025, from <https://www.rtaj.gr.jp/about>

Malaysian Rubber Board, Ministry of Plantation and Commodities. (2024). Natural Rubber Statistics 2024 (Jan–Aug). <https://www.lgm.gov.my/webv2/pdfViewer/nrStatistic>

Malaysian Rubber Council. (2024). MRC Incentive Updates. <https://www.myrubbercouncil.com/incentives/guidelines/IncentiveAnnouncement2024.pdf>

Ministry of Plantation and Commodities. (2022). Data Statistics on Commodities 2022: Rubber. https://www.kpk.gov.my/kpk/images/mpi_statistik/2023_statistik_on_commodity/Getah_2023.pdf

OICA. (2024, March 28). Motor vehicle production volume worldwide in 2023, by country (in 1,000 units) [Graph]. Statista. <https://www.statista.com/statistics/584968/leading-car-manufacturing-countries-worldwide/>

Programme for the Endorsement of Forest Certification International. (ม.ป.ป.). ส่งเสริมอย่างยั่งยืน. <https://cdn.pefc.org/rubber.pefc.org/media/2021-07/818df473-951a-4d59-b1bc-8b95575723d3/62839d7c-63aa-5520-b6b6-4433ea14121a.pdf>. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2568.

Rubber Trade Association of Singapore. (2019). ASEAN RUBBER BUSINESS COUNCIL (ARBC) use INFORMATION ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF NATURAL RUBBER (SDNR). https://www.rtas.sg/wp-content/uploads/2019/05/Information-on-Sustainable-Natural-Rubber-Development_EN.pdf

S&P Global. (2024). EU (External Trade) Import Statistics on NR.

SCREEN. (2020). Factsheets updates based on the EU Factsheets 2020 – Natural Rubber. https://screen.eu/wp-content/uploads/2023/08/SCREEN2_factsheets_NATURAL-RUBBER.pdf

Statistics & Planning Department, Rubber Board. (2024). Monthly Rubber Statistical News (2019-2024). <https://rubberboard.gov.in/menuview>

The Rubber Board. (2024). Annial Report 2023 – 24. <https://rubberboard.gov.in/rbfilereader?fileid=1113>

The Vietnam Rubber Association. (2024). List of "Reliable Exporters" 2022 for rubber sector. <https://www.vra.com.vn/hoat-dong/vras-activites/list-of-reliable-exporters-2022-for-rubber-sector.15639.html>

Tran, T. T. H., et al. (2019). Vietnam rubber industry: Current status and sustainable development solutions. <https://www.vra.com.vn/thong-tin/vietnam-rubber-industry/vietnam-rubber-industry-current-status-and-sustainable-development-solutions.11616.html>

U.S. Tire Manufacturers Association. (2023). USTMA Supports the Development of a Domestic Supply of Natural Rubber. <https://members.ustires.org/sites/default/files/2023-04/USTMA%20domestic%20natural%20rubber.pdf>

Viet Nam News. (2023). VRG remains committed to sustainable development.

<https://vietnamnews.vn/economy/1595051/vrg-remains-committed-to-sustainable-development.html>

World Bank. (2024). Commodity Markets Outlook. <https://bit.ly/4fFrHZ1>

Zhong Securities Research Institute. (2024). Securities Research Report on Natural rubber investment framework and hot issues [证券研究报告 - 天然橡胶投资框架及热点问题探究].

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก พิกัดศุลกากร

1. การจัดกลุ่มพิกัดศุลกากรตามประเภทของสินค้า

ตารางที่ ก-1 ประเภทของยางพาราหรือยางพาราแปรรูปชั้นกลาง

พิกัดศุลกากร (HS Code)	ประเภทของยางพารา
400110	(1) น้ำยางข้น
400121	(2) ยางแผ่น
40012110	(2.1) ยางแผ่นรมควัน ชั้นที่ 1
40012120	(2.2) ยางแผ่นรมควัน ชั้นที่ 2
40012130	(2.3) ยางแผ่นรมควัน ชั้นที่ 3
40012140	(2.4) ยางแผ่นรมควัน ชั้นที่ 4
40012150	(2.5) ยางแผ่นอื่น ๆ
40012190	
400122	(3) ยางแท่ง (TSNR)
40012210	(3.1) ยางธรรมชาติที่กำหนดไว้ในทางเทคนิคชั้น 10
40012220	(3.1) ยางธรรมชาติที่กำหนดไว้ในทางเทคนิคชั้น 20
40012230	(3.2) ยางแท่งอื่น ๆ
40012240	
40012250	
40012260	
40012290	
400129	(4) ยางพาราอื่น ๆ
40012910	(4.1) ยางแผ่นผึ่งแห้ง
40012920	(4.2) ยางเครฟ
40012930	
40012950	
40012960	(4.3) ยางเอสพี
40012970	(4.4) ยางสกีม
40012980	(4.5) ยางก้อนจับตัวและยางก้นถ้วย
40012994	(4.6) อื่น ๆ
40012996	
40012999	
	ของผสมที่ได้จากยางพาราหรือยางผสม
400280	(5) ของผสมที่ได้จากผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภท 4001 ผสมกับผลิตภัณฑ์ใด ๆ ตามประเภทนี้
400291	(6) ของผสมที่ได้จากน้ำยาง
400299	(7) ของผสมที่ได้จากยางธรรมชาติอีพอกไซด์

พิกัดศุลกากร (HS Code)	ประเภทของยางพารา
400510	(8) ยางที่ผสมกับคาร์บอนแบล็กหรือซิลิกา
400520	(9) ยางผสมสารละลาย รวมทั้งดีสเพอร์ชัน นอกจากของตามประเภทย่อย 4005.10
400591	(10) ยางผสมเป็นแผ่น แผ่นบาง และเป็นแถบ
400599	(11) ยางผสมอื่น ๆ

ตารางที่ ก-2 ประเภทของผลิตภัณฑ์ยางหรือยางพาราแปรรูปชั้นปลาย

พิกัดศุลกากร (HS Code)	ประเภทของผลิตภัณฑ์ยาง
4006	(1) ยางอันวัลแคนไนซ์
4007	(2) ด้ายและด้ายชนิดคอร์ด ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์
4008	(3) แผ่น แผ่นบาง แถบ เส้น และรูปทรงโพรไฟล์ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์
4009	(4) หลอด ท่อ และท่ออ่อน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์
4010	(5) สายพานลำเลียง สายพานส่งกำลัง หรือของที่ใช้เป็นสายพาน ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์
4011	(6) ยางนอก
401110	(6.1) ยางนอกรถยนต์
401120	(6.2) ยางนอกรถบัส และรถบรรทุก
401130	(6.3) ยางนอกที่ใช้กับอากาศยาน
401140	(6.4) ยางนอกจักรยานยนต์
401150	(6.5) ยางนอกจักรยาน
401170	(6.6) ยางนอกอื่น ๆ
401180	
401190	
4013	(7) ยางใน
401310	(7.1) ยางในรถยนต์ รถบัส หรือรถบรรทุก
401320	(7.2) ยางในจักรยาน
40139020	(7.3) ยางในจักรยานยนต์
40139040	(7.4) ยางในที่ใช้กับอากาศยาน
40139011	(7.5) ยางในอื่น ๆ
40139019	
40139031	
40139039	
40139091	
40139099	
4014	(8) ของใช้เพื่อการนอมน้ำหรือใช้ในทางเภสัชกรรม (เช่น หัวนม ถุงยางคุมกำเนิด ปลอกนินวียาง เป็นต้น)
4015	(9) เครื่องแต่งกายและของที่ใช้ประกอบกับเครื่องแต่งกายทำด้วยยางวัลแคนไนซ์
40151210	(9.1) ถุงมือยางทางการแพทย์ทำด้วยยางธรรมชาติวัลแคนไนซ์ (พันคู่)

พิกัดศุลกากร (HS Code)	ประเภทของผลิตภัณฑ์ยาง
40151290	(9.2) ถุงมือยางทางการแพทย์ทำด้วยยางธรรมชาติวัลแคนไนซ์อื่น ๆ (พั่นคู่)
40151910	(9.3) ถุงมือยางอื่น ๆ ทำด้วยยางธรรมชาติวัลแคนไนซ์ (พั่นคู่)
40151990	(9.4) ถุงมือยางอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์อื่น ๆ (พั่นคู่)
401590	(9.4) เครื่องแต่งกายอื่น ๆ เช่น ชุดป้องกันรังสี ชุดดำน้ำ เป็นต้น
4016	(10) ของอื่น ๆ ทำด้วยยางวัลแคนไนซ์
401610	(10.1) ของอื่น ๆ ทำด้วยยางเซลลูลาร์
401691	(10.2) สิ่งปูพื้นและเสื่อ
401692	(10.3) ยางลบ
401693	(10.4) ประเก็น แหวนรอง และซีลอื่น ๆ
401699	(10.5) ของอื่น ๆ ที่อัดลมได้
40169930	(10.6) ยางรัด
4017	(11) ยางแข็ง

ตารางที่ ก-3 ประเภทของไม้ยางพารา

พิกัดศุลกากร (HS Code)	ประเภทของไม้ยางพารา
	ไม้ที่ยังไม่แปรรูป
44034910010	เส้าอมใส่ซุงไม้เลื่อย และซุงไม้บางของยางพารา
44034990010	ไม้ที่ยังไม่แปรรูปของยางพารา
	ไม้แปรรูป
44072996	ไม้ยางพาราที่เลื่อยหรือถากตามยาว ผานหรือลอก ใส ชัด หรือต่อปลาย
44092200004	ไม้ยางพาราที่มีขอบ ปลาย หรือหน้าไม้ ทำเป็นรูปทรงอย่างต่อเนื่อง จะใส ชัด หรือต่อปลาย

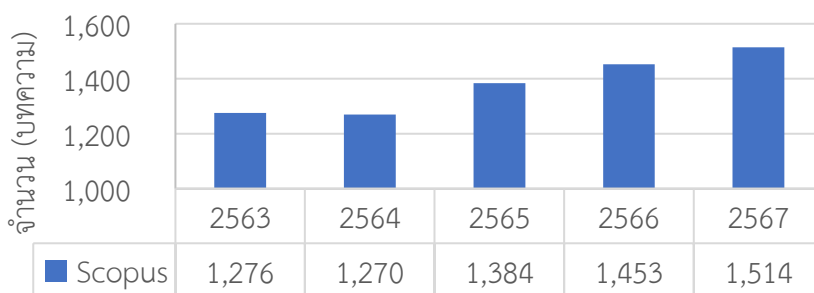
ภาคผนวก ข งานวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับยางพารา

จากการสืบค้นข้อมูลบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวกับยางพาราธรรมชาติ (Natural Rubber) ตั้งแต่ปี 2563 – 2567 จากฐานข้อมูล Scopus พบว่า ในช่วง 5 ปี มีบทความรวมทั้งสิ้น 6,897 รายการ (ดังภาพที่ ก-1) โดยอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) 4.4% ต่อปี และจำนวนบทความแบ่งตามประเทศ 5 อันดับแรก (ดังตารางที่ ก-1) ส่วนใหญ่จากประเทศจีน โดยไทย อยู่อันดับที่ 3 สัดส่วนบทความที่เกี่ยวกับยางพาราแบ่งตามสาขางานวิจัย ตั้งแต่ ปี 2563 – 2567 สูงสุด คือ วัสดุศาสตร์ (ดังภาพที่ ก-2)

อย่างไรก็ตาม การนำงานวิจัยยางพาราไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มีจำนวนน้อย จากงานสัมมนาเรื่อง โจทย์วิจัยและนวัตกรรมกับการส่งเสริมสินค้ายางพาราไทยสู่เชิงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2567 รศ.ดร.เอกวิภู กาลกรณ์สุรปราณี ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมยางพารา เปิดเผยการใช้ประโยชน์จากผลงานวิชาการระดับนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับยางพาราของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์มีเพียง 26 ผลงาน จาก 720 ผลงาน หรือ 3.6% ของผลงานวิชาการระดับนานาชาติ (ข้อมูล ณ วันที่ 20 กันยายน 2565) ดังนั้น จึงควรมีการวางแผนส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในอุตสาหกรรมยางพาราให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพเชิงพาณิชย์และการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

ภาพที่ ข-1

จำนวนบทความที่เกี่ยวกับยางพารา ตั้งแต่ ปี 2563 – 2567 รายปี



หมายเหตุ. จากฐานข้อมูล Scopus (สืบค้น ณ วันที่ 3 มกราคม 2568)

ตารางที่ ข-1

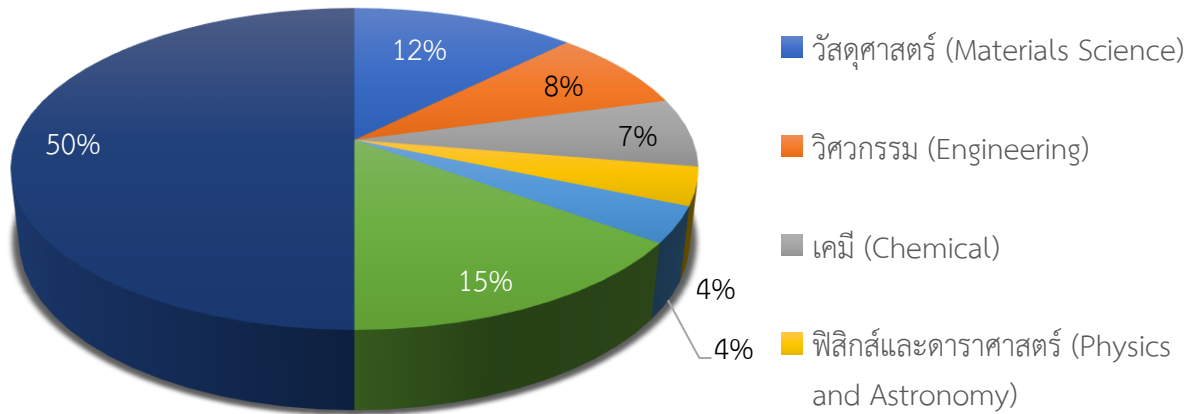
สัดส่วนบทความที่เกี่ยวกับยางพารา ตั้งแต่ ปี 2563 - 2567 สูงสุด 5 อันดับแรก แบ่งตามประเทศ

ที่	ประเทศ	สัดส่วน (%)	CAGR (% ต่อปี)
1	จีน	22.03	59.61
2	อินเดีย	9.72	54.19
3	ไทย	9.72	54.44
4	มาเลเซีย	6.59	50.43
5	สหรัฐฯ	4.67	51.94
	อื่น ๆ	47.27	48.38
	รวม	100.00	51.99

หมายเหตุ. จากฐานข้อมูล Scopus (สืบค้น ณ วันที่ 3 มกราคม 2568)

ภาพที่ ข-2

สัดส่วนบทความที่เกี่ยวข้องกับยางพาราแบ่งตามสาขางานวิจัย ตั้งแต่ ปี 2563 – 2567 สูงสุด 5 อันดับแรก



หมายเหตุ. จากฐานข้อมูล Scopus (สืบค้น ณ วันที่ 3 มกราคม 2568)

ภาคผนวก ค ข้อมูลสิทธิบัตรเกี่ยวกับยางพารา

การสร้างความเข้มแข็งในด้านทรัพย์สินทางปัญญาเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในอุตสาหกรรมยางพารา โดยเฉพาะในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้ายางพาราและการขยายโอกาสในการเจาะตลาดใหม่ในระดับโลก ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลสิทธิบัตรในระดับประเทศและระดับโลกสามารถสะท้อนถึงศักยภาพด้านนวัตกรรม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และความพร้อมในการนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจยางพาราในเชิงพาณิชย์

1. ทรัพย์สินทางปัญญาในไทย

จากการสืบค้นข้อมูลในฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาในไทย โดยค้นหาด้วยคำว่าค้นหาด้วยคำว่า “ยาง หรือ Rubber หรือ Latex หรือ Pararubber” ในช่วง 5 ปี (ตั้งแต่ปี 2562 – 2566) นับจากวันที่ประกาศโฆษณา มีจำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่ได้รับอนุมัติ รวมทั้งสิ้น 144 รายการ 57.60% ของจำนวนคำขอที่ประกาศโฆษณาแล้วและเกี่ยวกับยางทั้งหมด (250 รายการ) (ดังตารางที่ ก-2)

ตารางที่ ก-1

จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรในไทยที่เกี่ยวข้องกับยางพารา ตั้งแต่ ปี 2562 – 2566 แบ่งตามสาขา

ประเภทกลุ่มสิทธิบัตร	คำขอที่ประกาศ (รายการ)	คำขอที่อนุมัติ (รายการ)
สิทธิบัตรการประดิษฐ์	110	4
1) ปิโตรเคมีและพอลิเมอร์	74	0
2) วิศวกรรมเคมี	13	1
3) เคมีและวัสดุศาสตร์	10	1
4) เภสัชภัณฑ์	5	1
5) ฟิสิกส์	5	0
6) วิศวกรรม	1	1
7) เทคโนโลยีชีวภาพ	1	0
8) อาหารและเครื่องสำอาง	1	0
อนุสิทธิบัตร	140	140
1) เคมี	87	87
2) วิศวกรรม	53	53
รวมทั้งสิ้น	250	144

หมายเหตุ. นับจำนวนคำขอจากปีที่ประกาศ (Publication year) ตั้งแต่ปี 2562 - 2566 จาก IP Search โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ (สืบค้น ณ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2567)

ในช่วง 5 ปี (ตั้งแต่ปี 2562 - 2566) ไทยมีสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรเกี่ยวกับยางพาราที่ประกาศ 68 รายการ และที่ได้รับการอนุมัติแล้ว จำนวน 144 รายการ โดยแบ่งเป็น สิทธิบัตร 4 รายการ และอนุสิทธิบัตร 140 รายการ ส่วนต่างประเทศที่ยื่นคำขอสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่เกี่ยวกับยางพาราที่ประกาศมากที่สุดคือ ฝรั่งเศส มีจำนวน 16 รายการ แต่ยังไม่มียุโรปใดได้รับอนุมัติ (ดังตารางที่ ก-3)

ตารางที่ ค-2

จำนวนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรในไทยที่เกี่ยวข้องกับยางพารา ตั้งแต่ ปี 2562 – 2566 แบ่งตามประเทศที่ยื่นคำขอ

ประเทศผู้ยื่นคำขอ	คำขอที่ประกาศ (รายการ)		คำขอที่อนุมัติ (รายการ)	
	สิทธิบัตร	อนุสิทธิบัตร	สิทธิบัตร	อนุสิทธิบัตร
ไทย	68	140	4	140
ฝรั่งเศส	16	-	-	-
ญี่ปุ่น	9	-	-	-
เกาหลี	8	-	-	-
มาเลเซีย	3	-	-	-
อิตาลี	3	-	-	-
สหรัฐฯ	1	-	-	-
สิงคโปร์	1	-	-	-
จีน	1	-	-	-
รวม	110	140	4	140
รวมทั้งสิ้น	250		144	

หมายเหตุ. นับจำนวนคำขอจากปีที่ประกาศ (Publication year) ตั้งแต่ปี 2562 - 2566 จาก IP Search โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ (สืบค้น ณ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2567)

ในช่วง 5 ปี (ปี 2562 – 2566) คำขอสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องกับยางพาราในไทย สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- กระบวนการผลิต (Manufacturing Process) เช่น
 - การกรีดยาง เช่น เครื่องกรีดยางพาราอัตโนมัติด้วยระบบสมองกลฝังตัว (คำขอเลขที่ 1801002444) อุปกรณ์ช่วยการกรีดยางพารา (คำขอเลขที่ 2001004615) ฝาครอบถ้วยรับน้ำยางและที่ปิดหน้ายางกันน้ำฝน (คำขอเลขที่ 1801005816)
- สูตรส่วนผสม (Composition) เช่น
 - การเตรียมยางธรรมชาติ (คำขอเลขที่ 1801000485 และ 1801000487)
 - สูตรการผลิตยาง ยางผสม (คำขอเลขที่ 2301000169 1901001283)
- การประยุกต์ใช้ (Application) เช่น
 - กระดาษชีวมวลควบคุมการปลดปล่อยปุ๋ย (คำขอเลขที่ 2201001337)
 - ยางล้อรถ (คำขอเลขที่ 1801002081, 2001005700 และ 1801007667)
 - ที่นอนยางพาราไฮบริด (1801001319)

นอกจากนี้ กรมทรัพย์สินทางปัญญา มีโครงการเร่งรัดสิทธิบัตรมุ่งเป้า (Target Patent Fast-track) และขยายสาขานวัตกรรมรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มช่องทางเร่งรัดการตรวจสอบคำขอสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้รับการจดทะเบียนโดยเร็ว ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ การจัดการน้ำและอากาศเพื่อสิ่งแวดล้อม พลังงานงานสะอาด ระบบขนส่งและยานพาหนะไฟฟ้า สถาปัตยกรรมสีเขียว การทดแทนการใช้พลาสติก และการจัดการขยะและสิ่งปฏิกูล และบริการตลาดกลางทรัพย์สินทางปัญญา (IP Mart) เพื่อเสริมให้เจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญามีช่องทางการเสนอข้อเสนอทรัพย์สินทางปัญญา

2. ทรัพย์สินทางปัญญาโลก

จากการสืบค้นสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องกับยางพารา จากฐานข้อมูลสิทธิบัตรจากทั่วโลก (PATENSCOPE) ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) โดยค้นหาด้วยคำว่า “*Hevea brasiliensis*” (ชื่อวิทยาศาสตร์ของยางพารา) “Natural Rubber” (ยางธรรมชาติ) “Latex” (น้ำยาง) และ “Pararubber” (ยางพารา) พบว่า ในช่วง 5 ปี (ตั้งแต่ปี 2562 – 2566) คำขอสิทธิบัตรเกี่ยวกับยางพาราที่ประกาศแล้ว 2,035 รายการ โดยมีคำขอที่อนุมัติแล้ว จำนวน 617 รายการ (ดังตารางที่ ก-4) โดยสหรัฐอเมริกามีจำนวนสิทธิบัตรเกี่ยวกับยางพารามากที่สุด (ดังตารางที่ ก-5)

การที่สหรัฐอเมริกาครองอันดับหนึ่งในจำนวนสิทธิบัตรเกี่ยวกับยางพาราสะท้อนถึงการลงทุนในงานวิจัยที่มีมูลค่าสูงและความสามารถในการแปลงนวัตกรรมเป็นสิทธิบัตรเชิงพาณิชย์ ประเทศไทยควรพิจารณาแนวทางการเรียนรู้จากประเทศผู้นำ เช่น การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อเพิ่มจำนวนคำขอและคำขอที่ได้รับอนุมัติ เพิ่มการลงทุนใน R&D เพื่อสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับยางพาราที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ส่งเสริมการจดสิทธิบัตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ พัฒนากลไกสนับสนุนด้านทรัพย์สินทางปัญญา เช่น การให้คำปรึกษา การลดค่าใช้จ่ายในการจดสิทธิบัตร และการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความเข้าใจด้านการคุ้มครองสิทธิบัตร

ตารางที่ ค-3

จำนวนคำขอสิทธิบัตรระหว่างประเทศเกี่ยวกับยางพารา ตั้งแต่ปี 2562 - 2566 รายปี

ปี	คำขอสิทธิบัตรที่ประกาศ (รายการ)	คำขอสิทธิบัตรที่อนุมัติ(รายการ)
2562	436	116
2563	379	115
2564	420	79
2565	402	45
2566	398	9
รวม	2,035	364

หมายเหตุ. นับจำนวนคำขอจากปีที่ประกาศ (Publication year) ตั้งแต่ปี 2562 - 2566 จาก PATENSCOPE โดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (สืบค้น ณ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2567)

ตารางที่ ค-4

จำนวนคำขอสิทธิบัตรระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับยางพารา ตั้งแต่ปี 2562 - 2566 แบ่งตามประเทศ

ที่	ประเทศ	คำขอสิทธิบัตรที่ประกาศ (รายการ)	คำขอสิทธิบัตรที่อนุมัติ(รายการ)
1	สหรัฐฯ	777	285
2	คำขอสิทธิบัตรระหว่างประเทศ Patent Cooperation Treaty: PCT	497	-
3	สำนักงานสิทธิบัตรยุโรป European Patent Office	182	-

ที่	ประเทศ	คำขอสิทธิบัตรที่ประกาศ (รายการ)	คำขอสิทธิบัตรที่อนุมัติ(รายการ)
4	แคนาดา	175	5
5	ออสเตรเลีย	153	-
6	จีน	101	31
7	อินเดีย	65	12
8	ญี่ปุ่น	28	10
9	สาธารณรัฐเกาหลี	23	5
10	เนเธอร์แลนด์	6	6
15	ไทย	3	-
	อื่น ๆ	25	10
	รวม	2,035	364

หมายเหตุ. นับจำนวนคำขอจากปีที่ประกาศ (Publication year) ตั้งแต่ปี 2562 - 2566 จาก PATENSCOPE โดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (สืบค้น ณ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2567)



**กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์**