



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย

An Analysis of Export Potential of Latex Glove Industry in Thailand

ของ

นางสาวกฤติกา จรุงเรืองไสว

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2543

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

(ดร. วิรัช กระแสร์ตรี)

6 / 3 / 2543

กรรมการปัญหาพิเศษ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย)

6 / 2.3 / 2543

หัวหน้าภาควิชา

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

6 / 2.3 / 43

16916

15 ส.ค. 2543

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปพ

16916

2542



สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย

An Analysis of Export Potential of Latex Glove Industry in Thailand



T097696

โดย

นางสาวกฤติกา จรุงเรืองไสว

พ.ศ.

๒๕๔๓

๒๕๔๓

เลขหมู่..... 97696

เลขทะเบียน.....

วัน,เดือน,ปี.....

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2543

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



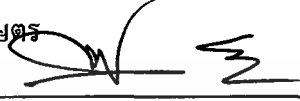
บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมถั่วเขียวของไทย

โดย: นางสาวกฤติกา จรุงเรืองไสว

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์:  6/2564

(วิรัช กระแสร์ฉัตร)

ถั่วเขียวเป็นสินค้าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของไทย โดยใช้น้ำยางขึ้นเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ยางธรรมชาติ ทำให้เกิดระบบการผลิตแบบครบวงจรในอุตสาหกรรมยาง ผลิตภัณฑ์ประมาณร้อยละ 90 ถูกส่งออกไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศ ดังนั้นจึงเห็นสมควรมีการศึกษาด้านการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกถั่วเขียวของไทย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาด เพื่อการส่งออกถั่วเขียวให้ดีขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต การตลาดส่งออก และวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันในประเด็นความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ตลอดจนนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางพัฒนาการผลิตและการตลาดส่งออกถั่วเขียวของไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากหนังสือเอกสาร งานวิจัย และจากหน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งจะวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

จากการศึกษาภาวะการผลิตและการตลาด พบว่า ถั่วเขียวที่ผลิตส่วนใหญ่จะเป็นถั่วเขียวที่ใช้ในงานตรวจโรค ซึ่งมีตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น โดยมีมูลค่าการส่งออกไปสหรัฐอเมริกามากที่สุด ส่วนปัญหาของอุตสาหกรรมถั่วเขียว ได้แก่ ข้อจำกัดทางเทคโนโลยี ด้านปัจจัยการผลิต การตลาด เงินทุน โครงสร้างภาษี สิ่งแวดล้อมและการวิจัยพัฒนา สำหรับผลการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2534-2541 ประเทศไทยมีความได้เปรียบทั้ง 3 ตลาด โดยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเฉลี่ยของการส่งออกถั่วเขียวไปสหรัฐอเมริกา เยอรมันนีและญี่ปุ่นเท่ากับ 9.78, 29.81 และ 5.99 ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่ามากกว่า 1 แสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้า แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ มาเลเซีย ซึ่งมีผลการคำนวณเท่ากับ 35.26, 65.18 และ 19.86 ตามลำดับ ส่วนจีนมีค่าการคำนวณเท่ากับ 0.55, 1.30 และ 0.24 ตามลำดับ จะเห็นว่าแม้ประเทศไทยจะมีความได้เปรียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการส่งออกถุงมือยางในตลาดสำคัญ แต่มาเลเซียมีความได้เปรียบมากกว่าไทยในสัดส่วนที่สูงกว่ามาก แต่ไทยก็มีความได้เปรียบมากกว่าจีนในสัดส่วนที่สูง และเมื่อพิจารณาจากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกถุงมือยางของไทยและจีน พบว่า มีค่ามากกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกในทุกตลาด แต่มาเลเซียมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก เฉพาะในตลาดญี่ปุ่นเท่านั้น

จากผลการศึกษาเรื่องนี้จะเห็นว่า ไทยยังคงมีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกถุงมือยางรายอื่นในตลาดโลก โดยเฉพาะในบางตลาดส่งออก ฉะนั้นการเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันได้แก่ การพัฒนาระบบตลาด เพิ่มประสิทธิภาพการแปรรูปสินค้าให้ดีขึ้น พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ พร้อมทั้งขยายตลาดส่งออกไปสู่ตลาดอื่น ๆ มากยิ่งขึ้น จึงมีความสำคัญในอันดับแรกและภาครัฐ เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น ควรให้การสนับสนุนในด้านการอำนวยความสะดวกในการส่งออก ด้านข่าวสาร ด้านการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้า เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ ได้ดีขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ในการจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ดร. วิรัช กระแสร์ฉัตร อาจารย์ที่ปรึกษาการทำปัญหาพิเศษ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ รังสรรค์ โนชัย กรรมการปัญหาพิเศษใน ครั้งนี้ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขการทำปัญหาพิเศษด้วยดีตลอดมา และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุก ๆ ท่าน ที่กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้การจัด ปัญหาพิเศษฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลสำหรับใช้ในการอ้างอิงการศึกษาครั้งนี้

พร้อมกันนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดาและมารดาที่ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจในการศึกษาครั้งนี้แก่ผู้เขียนด้วยดีตลอดมา และที่ขาดเสียมิได้ต้องขอขอบคุณ คุณวัชรชัย กิตติหิรัญวัฒน์ คุณวีราภรณ์ มณีรัตน์ คุณฉวีรัฐศิริ งามพรรคพันธ์ และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือ และคำแนะนำที่ดีต่อผู้เขียนตลอดมา ประโยชน์อันใดที่การทำปัญหาพิเศษฉบับนี้พึงจะมี ขอมอบให้แก่บิดาและมารดา และท่านอาจารย์ทุก ๆ ท่านที่ได้ให้ความรู้มาโดยตลอด

กฤติกา จรุงเรืองไสว
มีนาคม 2543

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญตารางผนวก	(4)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	5
วิธีการศึกษา	6
การเก็บรวบรวมข้อมูล	6
การวิเคราะห์ข้อมูล	6
บทที่ 2 เค้าโครงสร้างทฤษฎี	8
การตรวจเอกสาร	8
สมมติฐานของการศึกษา	15
แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ	15
การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	16
บทที่ 3 ภาวะการผลิตและการตลาดอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย	19
ความเป็นมาของอุตสาหกรรมถุงมือยาง	19
อุตสาหกรรมถุงมือยางในประเทศไทย	21
โครงสร้างทางการผลิต	23
โครงสร้างต้นทุนการผลิต	23
กระบวนการผลิตถุงมือยาง	26
โครงสร้างทางการตลาด	29
ภาวะการค้าและการตลาดถุงมือยาง	29
วิธีการตลาดถุงมือยาง	31

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดส่งออกถุงมือยางที่สำคัญของประเทศไทย	34
ภาวะตลาดนำเข้าถุงมือยางของประเทศไทยคู่ค้าที่สำคัญของไทย	38
ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมถุงมือยาง	50
นโยบายและมาตรการที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมถุงมือยาง	53
นโยบายและมาตรการต่างๆ ต่ออุตสาหกรรมถุงมือยาง	53
ผลกระทบของนโยบายและมาตรการที่มีต่อการส่งออก ถุงมือยางของไทย	56
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย	59
ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	59
ความหมายในเชิงนโยบาย	64
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	66
สรุป	66
ข้อเสนอแนะ	68
เอกสารอ้างอิง	71
ภาคผนวก	75

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าผลิตภัณฑ์ส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537-2541 (ล้านบาท)	3
2	รายชื่อผู้ผลิตดุมมือยางรายใหญ่ 10 รายแรก (จำแนกตามเงินลงทุน)	24
3	โครงสร้างต้นทุนการผลิตดุมมือยางประเภทที่ใช้ในงาน ตรวจโรค (ร้อยละของมูลค่าต้นทุนการผลิต)	25
4	มูลค่าและอัตราการขยายตัวของตลาดส่งออกดุมมือยาง 10 ประเทศ แรกของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2541	35
5	สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกดุมมือยางของประเทศไทยจำแนก ตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2541	37
6	มูลค่าและอัตราการขยายตัวการนำเข้าดุมมือยางทุกประเภท ของประเทศสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541	40
7	สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าดุมมือยางทุกประเภทของประเทศสหรัฐ อเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541	41
8	มูลค่าและอัตราการขยายตัวการนำเข้าดุมมือยางทุกประเภท ของประเทศเยอรมันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541	44
9	สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าดุมมือยางทุกประเภทของประเทศ เยอรมันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541	45
10	มูลค่าและอัตราการขยายตัวการนำเข้าดุมมือยางทุกประเภท ของประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541	47
11	สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าดุมมือยางของทุกประเทศประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541	49
12	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออก ดุมมือยางของประเทศต่างๆ ไปสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541	60
13	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออก ดุมมือยางของประเทศต่างๆ ไปเยอรมันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541	61
14	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออก ดุมมือยางของประเทศต่างๆ ไปญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541	62

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวกที่		หน้า
1	มูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 (พื้นที่เศรษฐกิจสหรัฐ)	76
2	มูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศเยอรมนี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 (พื้นที่เศรษฐกิจสหรัฐ)	77
3	มูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 (พื้นที่เศรษฐกิจสหรัฐ)	78



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ขั้นตอนการผลิตถุงมือยาง	27
2	วิธีการจำหน่ายถุงมือยางภายในประเทศ	32
3	วิธีการจำหน่ายถุงมือยางไปต่างประเทศ	33



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกยางธรรมชาติอันดับ 1 ของโลกมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 โดยก้าวขึ้นมาแทนที่ประเทศมาเลเซีย ซึ่งลดการผลิตลงเนื่องจากประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานกรีดยาง และผลตอบแทนจากการใช้ที่ดินเพาะปลูกยางพาราต่ำลงเมื่อเทียบกับการผลิตปาล์มน้ำมัน (กนกวรรณ, 2542: 29) แต่ประเทศไทยกลับมีความต้องการใช้ในประเทศในปี พ.ศ. 2539 เพียงร้อยละ 9 ส่วนที่เหลือส่งออกต่างประเทศทั้งหมดในรูปของผลิตภัณฑ์ยางพาราที่ผ่านการแปรรูปขั้นต้นเท่านั้น ซึ่งมีมูลค่าต่ำเมื่อเทียบกับการนำไปแปรรูปเป็นสินค้าอุตสาหกรรม ดังนั้นตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 7 จึงกำหนดให้มีนโยบายส่งเสริมการใช้ยางธรรมชาติในประเทศ และเพิ่มการส่งออกในรูปสินค้าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพารา เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกให้สูงขึ้นและทำรายได้ให้กับประเทศมากขึ้น

สำหรับการผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ยาง ไม่ว่าจะเป็นยางที่ใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ (รถยนต์ จักรยานยนต์ และจักรยาน) ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ยางยืด ยางรัดของ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ยางประเภทหลอดและท่อแล้ว ประเทศไทยของเรายังเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศมาเลเซีย ซึ่งยังคงเป็นคู่แข่งและเป็นผู้นำทางด้านตลาดอยู่เช่นเคย (ปรารักษ์ทิพย์, 2542: 55) ในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางประเภทยางยานพาหนะ หลอดและท่อจะใช้วัตถุดิบ คือ ยางแผ่นรมควัน ส่วนยางรัดของจะใช้ยางแผ่นผึ่งแห้งเป็นวัตถุดิบ สำหรับถุงมือยางและถุงยางอนามัยจะใช้น้ำยางข้นเป็นวัตถุดิบ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีปริมาณการใช้เพื่อผลิตสินค้าอุตสาหกรรมยางในประเทศสูงขึ้นทุกปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528-2539 โดยในปี พ.ศ. 2528 มีความต้องการใช้เท่ากับ 714 เมตริกตัน และเพิ่มขึ้นเป็น 39,105 เมตริกตันในปี พ.ศ. 2539 โดยเฉพาะถุงมือยาง เป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการใช้น้ำยางข้นมากที่สุดคือ มากกว่าร้อยละ 50 ของน้ำยางข้นที่ใช้ในประเทศ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2540) ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2532 อุตสาหกรรมการผลิตถุงมือยางเป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ประกอบการสนใจและเข้ามาลงทุนกันมากทั้งภายในและต่างประเทศ ทั้งนี้เนื่องมาจากความต้องการในตลาดโลกมีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตามปริมาณการเพิ่มของประชากร โดยเฉพาะตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา ซึ่งความต้องการที่เพิ่มขึ้นนี้มีสาเหตุมาจากความกลัวต่อโรคเอดส์และโรคติดเชื้อระหว่างกัน โดยเฉพาะในปัจจุบัน โรคเอดส์กำลังเป็นโรคที่แพร่ระบาดอยู่ในขณะนี้ จึงทำให้เกิดความต้องการใช้ถุงมือยางเพื่อป้องกันการติดเชื้อมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งผลให้ความต้องการถุงมือยางเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันความต้องการถุงมือยางของโลกมีประมาณ 40,000-50,000 ล้านชิ้น และมีตลาดหลักของโลกอยู่ที่สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีความต้องการถุงมือยางประมาณ 18,000-19,000 ล้านชิ้น คิดเป็นร้อยละ 40-50 ของความต้องการของโลก

ในปัจจุบันเรานิยมใช้ถุงมือยางกันอย่างแพร่หลายทั้งภายในบ้านเรือน โรงงานอุตสาหกรรมและโรงพยาบาล เนื่องจากมีความทนทาน สามารถทำความสะอาดได้ง่ายและราคาไม่แพง สำหรับโรงงานอุตสาหกรรม ร้านอาหารและบ้านเรือน จะนิยมใช้ถุงมือยางเพื่อป้องกันอันตรายและสิ่งสกปรก ส่วนทางการแพทย์จะใช้เพื่อป้องกันการติดเชื้อจากสิ่งสกปรกและเชื้อโรค โดยแพทย์จะนิยมใช้เนื่องจากถุงมือยางมีความยืดหยุ่นในตัว กระจับมือ มีน้ำหนักเบา ซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษของยางธรรมชาติที่ไม่สามารถนำยางสังเคราะห์มาผลิตแทนได้อย่างสมบูรณ์ (นิรนาม, 2535)

สำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมถุงมือยางรายใหญ่ ๆ ของโลกล้วน อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ จอห์นสันแอนด์จอห์นสัน ออมมิเกรซและเซฟสกิน แต่ถ้าเป็นการผลิตถุงมือยางที่ใช้ในงานตรวจโรคแล้ว เซฟสกินจะเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด ซึ่งสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดในสหรัฐอเมริกาได้มากกว่าร้อยละ 20 สำหรับการผลิตถุงมือยางของไทยในระยะเริ่มแรกนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตถุงมือยางที่ใช้ทางการแพทย์อันได้แก่ ถุงมือยางสำหรับการศัลยกรรม และถุงมือยางที่ใช้สำหรับการตรวจโรค ซึ่งจะใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้ง นอกนั้นจะเป็นการผลิตถุงมือยางที่ใช้ในงานอุตสาหกรรมและถุงมือยางที่ใช้ในครัวเรือนรวมกันไม่มากนัก แต่ต่อมาในระยะหลังนี้ผู้ผลิตของไทยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 จะผลิตถุงมือยางประเภทที่ใช้ในงานตรวจโรค เนื่องจากเป็นถุงมือยางที่ผลิตได้ง่าย ไม่ต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ซับซ้อนมาก เป็นถุงมือที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง และยังเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมาก โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ถุงมือยางของไทยยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้กำหนดมาตรฐานด้านคุณภาพ ทำให้เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ จึงเป็นสินค้าที่ตลาดมีความต้องการสูง โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มที่พัฒนาแล้ว เช่น ประเทศแถบยุโรปและสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

สำหรับปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยเรามีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปีในช่วงเวลาดังแต่ ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา โดยเฉพาะถุงมือยาง ซึ่งมีภาวะการส่งออกที่ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้าในกลุ่มสหภาพยุโรป แล้วก็ตาม แต่ก็ไม่ทำให้ปริมาณการส่งออกของไทยลดลงแต่อย่างใด มูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทยยังคงเพิ่มขึ้นทุกปี และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นด้วย เห็นได้จากในปี พ.ศ. 2537 ได้มีการส่งออกถุงมือยางจำนวน 3,794.60 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2538 มีมูลค่าการส่งออกถึง 5,076.50 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2539 มีการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 6,626.80 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2540 มีมูลค่าการส่งออก

จำนวน 8,610 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่าการส่งออกถุงมือยางทั้งสิ้น 12,848 ล้านบาท (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 มูลค่าผลิตภัณฑ์ยางส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537-2541 (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	2537	2538	2539	2540	2541
ยางยานพาหนะ	4,843.60	5,789.20	6,320.60	8,795.80	13,388.60
ถุงมือยาง	3,794.60	5,076.50	6,626.80	8,610.00	12,848.00
ยางรัดข้อ	900.50	1,310.10	1,279.70	1,252.60	1,387.80
สายพานลำเลียงและสายพานส่งกำลัง	380.20	389.00	481.00	569.70	619.30
หลอดและท่อ	292.20	325.10	381.40	570.00	967.10
ยางลบ	28.20	31.20	32.30	30.90	24.30
ผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ในทางเภสัชกรรม	318.70	454.10	578.70	826.30	945.90

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ก)

ส่วนตลาดส่งออกถุงมือยางของไทยซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี แคนาดา ญี่ปุ่น และประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปนั้น จากตารางที่ 1 ถ้าหากพิจารณาจะเห็นว่า ในปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป 3,844.40 ล้านบาท คิดเป็นมูลค่าการส่งออกร้อยละ 27.20 โดยมีประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ มาเลเซีย เป็นผู้ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 43.60 ส่วนไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 11.40 เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาด้านการผลิต ยังไม่ได้มาตรฐานดีพอ เพราะไม่สามารถควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอได้ ในขณะที่มาเลเซียมีมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพที่ดี มีการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมถุงมือยางมานานกว่าไทย จึงทำให้มาเลเซียมีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมนี้ นอกจากนี้ยังมีประเทศที่มีความพร้อมในเรื่องวัตถุดิบน้ำยางชั้น และอัตราค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าไทย เช่น จีน อินโดนีเซีย และศรีลังกา ซึ่งกำลังพัฒนาอุตสาหกรรมถุงมือยางเพื่อจำหน่ายยังตลาดโลก และจะกลายมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย จึงทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้มีสูงมาก

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น อุตสาหกรรมถุงมือยางซึ่งเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการผลิตน้ำยางชั้น และเป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกสูงกว่าการส่งออกสินค้าในรูปน้ำยางชั้น ทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงาน และทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก แต่จากการแข่งขันกันสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในตลาดต่างประเทศซึ่งเป็นตลาดหลักที่สำคัญของถุงมือยาง จึงทำให้ประเทศไทยต้องแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ มากขึ้น ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาถึงภาวะการผลิต การตลาดส่งออก วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกถุงมือยางของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน วางแผนและกำหนดนโยบายการผลิต การตลาดส่งออกให้ตอบสนองต่อความต้องการนำเข้าถุงมือยางของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ และรักษาอัตราการขยายตัวด้านการส่งออกให้อยู่ในระดับสูงและต่อเนื่อง สามารถขยายส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกให้ได้ตามเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต และการตลาดส่งออกอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของไทยกับประเทศคู่แข่งในการส่งออกอุตสาหกรรมถุงมือยาง
3. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิต และการตลาดส่งออกถุงมือยางของไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดส่งออกอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย
2. ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกถุงมือยางของไทยไปยังประเทศคู่ค้า เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง
3. สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปหาแนวทางการพัฒนา เพื่อปรับปรุงการตลาดส่งออกถุงมือยางของไทยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ถึงการผลิตและตลาดการส่งออกถุงมือยางของไทย พร้อมทั้งวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไทยกับประเทศคู่แข่ง โดยจะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ 2 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซียและจีน ในตลาดผู้นำเข้าถุงมือยางจากประเทศไทยที่สำคัญ 3 ตลาด คือ สหรัฐอเมริกา เยอรมันและญี่ปุ่น เนื่องจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดงูมื่ออย่างที่ใหญ่ที่สุด รองลงมา คือ เยอรมันนี้ สำหรับประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศในเอเชียประเทศเดียวที่อยู่ในตลาดส่งออกงูมื่ออย่าง 10 ประเทศแรกของไทย และทั้งสามประเทศนี้มีมูลค่าการนำเข้างูมื่ออย่างจากไทยมากที่สุด และมีแนวโน้มความต้องการนำเข้างูมื่ออย่างสูงขึ้นทุกปี และจะศึกษาเฉพาะงูมื่ออย่างที่ใช้ในงานตรวจโรค ซึ่งเป็นชนิดที่ผลิตได้มากที่สุด ในอุตสาหกรรมงูมื่ออย่างของไทย และเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศสูงมาก ตลอดจนทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมงูมื่ออย่างเพื่อการส่งออกของไทย โดยระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้จะอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2534-2541 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายปีที่เก็บรวบรวม โดยองค์การสหประชาชาติ (United Nation) ซึ่งจัดผลิตภัณฑ์งูมื่ออย่างอยู่ในระบบเอสไอทีซี (Standard International Trade Code: SITC) 5 หลัก คือ รหัส 84822 กลุ่มสินค้านี้จะรวมงูมื่ออย่างที่ใช้ในทางการแพทย์และงูมื่ออย่างที่ใช้ในงานตรวจโรคไว้ด้วยกันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2539 และมีการแบ่งงูมื่ออย่างออกเป็น 2 ประเภทตามระบบฮาร์โมนไนส์ (Harmonize System: HS) ของกรมศุลกากร คือ รหัส 4015110003 เป็นงูมื่ออย่างที่ใช้ในทางศัลยกรรม และรหัส 4015190000 เป็นงูมื่ออื่น ๆ ที่ทำด้วยยางตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2541

นิยามศัพท์

งูมื่ออย่างสำหรับการตรวจโรค หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้สวมมือสำหรับการตรวจวินิจฉัยหรือรักษาในทางการแพทย์ที่มีใช้การผ่าตัด สามารถสวมใส่ได้ทั้งมือซ้ายและมือขวา มีทั้งชนิดปราศจากเชื้อและไม่ผ่านการฆ่าเชื้อ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนระหว่างผู้ป่วยกับผู้สวมงูมื่ออย่าง หรือใช้สำหรับการจับหรือสัมผัสกับวัสดุทางการแพทย์ที่อาจปนเปื้อน

งูมื่ออย่างสำหรับการศัลยกรรม หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้สวมมือสำหรับการผ่าตัด

น้ำยางชั้น หมายถึง น้ำยางสดที่ผ่านกรรมวิธีการผลิต จนทำให้มีความเข้มข้นร้อยละ 60 ของเนื้อยางแห้ง สามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางได้หลายประเภท เช่น งูมื่ออย่าง งูยางอนามัย ลูกโป่ง แลบยางยืด หัวนมยาง เป็นต้น (แสงทอง, 2531)

ภาวะการผลิต หมายถึง การศึกษาความสัมพันธ์ของการดำเนินงานด้านการผลิต กรรมวิธีการผลิต แหล่งวัตถุดิบ ปริมาณวัตถุดิบและการแปรรูปร่างขึ้นต้น

ภาวะการตลาด หมายถึง การศึกษาความสัมพันธ์ของการดำเนินงานทางการตลาด ส่วนแบ่งการตลาดของอุตสาหกรรมงูมื่ออย่าง

อุตสาหกรรมต้นน้ำ หมายถึง อุตสาหกรรมขั้นต้นในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพารา ที่ต้องใช้เงินทุน พลังงาน ตลอดจนเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต เช่น อุตสาหกรรมน้ำยางข้น อุตสาหกรรมยางแผ่นรมควัน เป็นต้น

อุตสาหกรรมปลายน้ำ หมายถึง อุตสาหกรรมขั้นปลายของอุตสาหกรรมยางพารา

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยมีรายละเอียดของข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลการศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต การตลาดส่งออกถุงมือยางของประเทศไทยซึ่งได้จากการค้นคว้าและเก็บรวบรวมจากหนังสือ เอกสาร วารสาร งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและจากหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลไว้ เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น
2. ข้อมูลที่ใช้ศึกษาวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ จะเป็นข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลา ซึ่งได้จากการค้นคว้า และเก็บรวบรวมจากหนังสือข้อมูลทางด้านสถิติที่หน่วยงานราชการและหน่วยงานระหว่างประเทศต่าง ๆ ได้เก็บรวบรวมไว้ เช่น กระทรวงพาณิชย์ สถานเอกอัครราชทูตและองค์การสหประชาชาติ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีวิเคราะห์ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดส่งออกถุงมือยางของประเทศไทย โดยอาศัยวิธีการทางสถิติอย่างง่ายในรูปอัตราส่วนร้อยละ และค่าเฉลี่ยในรูปตารางประกอบการอธิบาย
2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) เป็นการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อดูความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดโลก เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการส่งออกของโลกในการส่งออกถุงมือยาง ดังนั้นจึงทำการวัดค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏทั้งของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ โดยการคำนวณนี้จะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 แล้วนำมาเปรียบเทียบกันว่า ประเทศใดมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่าหรือน้อยกว่ากัน เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกถูงมืออย่างทั้งของไทยและประเทศคู่แข่ง โดยการพิจารณาคัดเลือกช่วงเวลาที่ใช้ในการวิเคราะห์จากความเหมาะสมและความพร้อมของข้อมูล



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เค้าโครงทางทฤษฎี

ในบทนี้เป็นการนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการศึกษา และเทคนิคการวิเคราะห์ของการศึกษาที่สร้างขึ้นจากพื้นฐานแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ตลอดจนนำเสนอผลงานการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง สิ่งที่น่าสนใจในบทนี้ทั้งหมด เพื่อประโยชน์โดยตรงต่อการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมยางมือยางของไทยของการศึกษาในครั้งนี้ โดยการนำเสนอจะเป็นไปตามลำดับดังนี้

ส่วนแรกเป็นการนำเสนอผลงานการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการศึกษาในครั้งนี้

ส่วนที่สองเป็นการนำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (comparative advantage) ซึ่งเป็นแนวความคิดที่กล่าวถึงว่า ประเทศใดเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าใด และผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้ต้นทุนต่ำกว่า ก็ควรจะผลิตสินค้านั้นเพื่อนำไปขายหรือแลกเปลี่ยนกับประเทศอื่น แนวความคิดนี้ได้สอดคล้องและสนับสนุนอุตสาหกรรมยางมือยางของไทยเป็นอย่างดี เนื่องจากไทยมีข้อได้เปรียบหลายประการ โดยเฉพาะในด้านวัตถุดิบน้ำยางข้นที่มีเป็นจำนวนมากและอัตราค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ เมื่อเทียบกับหลายประเทศที่มีการส่งออกยางมือยาง

ส่วนที่สามจะเป็นการนำทฤษฎีมาปรับใช้ โดยแบบจำลองที่นำมาใช้วิเคราะห์ คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความได้เปรียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างของประเทศใดประเทศหนึ่งในสินค้าใด ๆ ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกอุตสาหกรรมยางมือยางมากน้อยเพียงใด

การตรวจเอกสาร

ธนาคารกสิกรไทย (2531) ได้วิเคราะห์ในสรุปข่าวธุรกิจไว้ดังนี้ ปัจจัยส่งเสริมการส่งออกให้มีแนวโน้มแจ่มใสก็คือ ประเทศไทยสามารถผลิตยางมือยางที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเพียงพอและมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ อันเป็นผลมาจากความได้เปรียบในเรื่องวัตถุดิบและแรงงาน กอปรกับความต้องการยางมือยางในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ยุโรป มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมาก เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ ก่อนปี พ.ศ. 2529 ตลาดส่งออกยางมือยางที่สำคัญของไทย คือ สิงคโปร์ ส่วนตลาดอื่น ๆ เช่น บรูไน ลาว อฟกานิสถาน เป็นเพียงผู้นำเข้ารายย่อยและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาณการนำเข้าไม่แน่นอน สำหรับปัจจุบันตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการส่งออกไปตลาดนี้ถึงร้อยละ 79.20 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดในปี พ.ศ. 2529 ตลาดรองลงมา คือ เยอรมัน ตะวันตกและแคนาดา อุตสาหกรรมผลิตดุนมีอย่างนี้มีมูลค่าเพิ่มจากการส่งออกสูงกว่าการส่งออกในรูปแบบน้ำยางข้น อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าลงทุนควรจะคำนึงถึงอย่างมากก็คือ ทัศนคติของผู้บริโภคที่นิยมใช้ของต่างประเทศ กอปรกับการผลิตดุนมีอย่างโดยเฉพาะดุนมีอย่างแพทย์ยังต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ดังนั้น การเข้ามาลงทุนที่มีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากขึ้น คือ การร่วมทุนกับบริษัทต่างประเทศ ที่มีเครื่องหมายการค้าเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป เพื่อหวังผลด้านเทคโนโลยีที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพผลผลิต และด้านการตลาดที่มีขอบข่ายกว้างใหญ่อยู่แล้ว คงจะช่วยให้ดุนมีอย่างของไทยมีโอกาสทางการตลาดสูงตามไปด้วย

กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม (2532) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ทดสอบและรับรองคุณภาพดุนมีอย่าง สรุปได้ว่า ระหว่างปี พ.ศ. 2530-2531 อุตสาหกรรมดุนมีอย่างในประเทศไทยขยายตัวมาก มีผู้สนใจตั้งโรงงานผลิตน้ำยางข้นและดุนมีอย่างมากมาย จนสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ต้องประกาศระงับการส่งเสริมการลงทุนด้านอุตสาหกรรมน้ำยางข้นและดุนมีอย่าง ทำให้เกิดการซื้อขายใบส่งเสริมการลงทุนในราคาสูงมาก จนต้องเปิดให้มีการส่งเสริมใหม่อีกครั้ง แต่จะต้องมีเงินประกันจำนวน 1 ล้านบาทด้วย ในปี พ.ศ. 2532 ราคาดุนมีอย่างตกต่ำลง จนโรงงานบางแห่งต้องเลิกกิจการไป โรงงานที่ยังดำเนินการอยู่ก็ลดกำลังการผลิตลง เพราะนอกจากราคาจะตกต่ำแล้วประเทศผู้นำเข้า เช่น สหรัฐอเมริกา ได้ส่งเจ้าหน้าที่องค์การอาหารและยา (Food and Drug Association: FDA) เข้ามายกมาตรฐานของดุนมีอย่าง ก่อนที่จะส่งเข้าไปจำหน่ายให้ผู้ผลิตในไทย ทราบ และกรมวิทยาศาสตร์บริการได้ตระหนักถึงปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของดุนมีอย่าง จึงให้ความช่วยเหลือโดยให้บริการวิเคราะห์ทดสอบดุนมีอย่างชนิดต่าง ๆ แก่โรงงานอุตสาหกรรม ให้บริการรับรองคุณภาพดุนมีอย่าง ให้คำปรึกษาแนะนำการปรับปรุงคุณภาพดุนมีอย่าง และให้การฝึกอบรมวิธีการวิเคราะห์ทดสอบดุนมีอย่าง โดยโรงงานผลิตดุนมีอย่างที่ต้องการขอคำแนะนำการปรับปรุง รับรองคุณภาพ หรือต้องการทราบผลการวิเคราะห์ทดสอบดุนมีอย่าง เพื่อปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น ติดต่อได้ที่กองฟิสิกส์และวิศวกรรม กรมวิทยาศาสตร์บริการ

กาญจนา รุจิเกียรติกำจร (2532) ได้วิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรมส่งออกดุนมีอย่างที่ใช้ในทางการแพทย์ สรุปได้ว่า ความต้องการใช้ดุนมีอย่างทางการแพทย์มีมากขึ้น โดยตลาดที่มีความต้องการสูงสุด คือ สหรัฐอเมริกา รองลงมา คือ เยอรมันนี แคนาดา และเดนมาร์ก สำหรับประเทศไทยมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยตลาดใหญ่สุดของไทย คือ สหรัฐอเมริกา ในขณะที่การนำเข้าลดลงเรื่อย ๆ และมีแนวโน้มว่า ไทยจะสามารถผลิตดุนมีอย่างทดแทนการนำเข้าได้ทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมด้านวัตถุดิบและแรงงาน แต่ก็ต้องอาศัยเทคโนโลยีและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ ดังนั้นผู้ผลิตจึงมักเป็นบริษัทข้ามชาติ สำหรับโครงสร้างต้นทุนการผลิตนั้น ร้อยละ 60 เป็นค่าวัตถุดิบ ร้อยละ 15 เป็นค่าจ้างแรงงาน ดังนั้นการขยายตัวในการผลิตน้ำยางจะส่งผลไปยังอุตสาหกรรมถุงมือยางทางการแพทย์ และก่อให้เกิดการจ้างงานในประเทศ นอกจากนี้ในส่วนของภาครัฐ ก็มีนโยบายส่งเสริมการลงทุน และมาตรการด้านภาษีรวมทั้งสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ในการสนับสนุนผู้ผลิตเพื่อส่งออก ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า แนวโน้มภาวะถุงมือยางที่ใช้ทางการแพทย์นั้นมีแนวโน้มที่สดใส

กระทรวงอุตสาหกรรม (2535) ได้ศึกษาภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์สรุปได้ว่า อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศมาก ในปี พ.ศ. 2534 ประเทศไทยสามารถผลิตยางได้ประมาณ 1.34 ล้านตัน ประมาณร้อยละ 90.20 ส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ โดยตลาดการส่งออกขยายตัวประมาณร้อยละ 8.90 ต่อปี และพยากรณ์ความต้องการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศเพิ่มร้อยละ 10.70 ต่อปี โดยยางธรรมชาติที่มีแนวโน้มความต้องการใช้มาก คือ ยางแผ่นผึ่งแห้ง น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน และยางแท่ง สำหรับผลิตภัณฑ์ยางที่มีการผลิตและการส่งออก สามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศมีมูลค่าปีละมาก ๆ ได้แก่ ยางล้อยานพาหนะ ถุงมือยาง ยางรัดของ ท่อและสายยาง สายพินชนิดต่าง ๆ และแถบยางยืด เป็นต้น อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางดังกล่าวของประเทศส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ปัญหาที่สำคัญที่อุตสาหกรรมเหล่านี้ประสบอยู่ คือ การขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตและการจัดการ รวมทั้งปัญหาด้านคุณภาพวัตถุดิบที่ไม่สม่ำเสมอ ทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ยางค่อนข้างแคบและจำกัดอยู่เพียงไม่กี่ประเทศ เช่น ถุงมือยาง มีตลาดสำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา และประเทศในกลุ่มทวีปยุโรปเท่านั้น สำหรับการพยากรณ์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางที่จะมีการขยายตัวมาก คือ ยางรถจักรยาน จักรยานยนต์ ถุงมือยาง ยางยืดและอะไหล่รถยนต์

กิติวุฒิ พิมพาหุ (2539) ได้วิเคราะห์การผลิตและการส่งออกยางพาราของไทย ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมที่มีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ยางมากที่สุด คือ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์รถยนต์และยางล้อเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 40 ของความต้องการใช้ยางทั้งหมด รองลงมา คือ อุตสาหกรรมถุงมือยาง ยางรัดของ ยางยืด ยางรถจักรยานยนต์และจักรยาน รองเท้าและอะไหล่รถยนต์ และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 13, 12, 9, 5, 3 และ 1 ตามลำดับ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530-2539 การใช้ยางภายในประเทศของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด มีการใช้ยางในรูปของยางแผ่นรมควัน และยางแท่งในปริมาณใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 31 และ 30 ของปริมาณการใช้ยางทั้งหมด รองลงมาเป็นน้ำยางข้น ร้อยละ 24.80 ที่เหลือร้อยละ 14.10 เป็นยางชนิดอื่น ๆ และคาดว่าในอนาคตการใช้ยางแท่งและน้ำยางข้นจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ไทยยังคงนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางปีละ 6,000-7,000 ล้านบาท ซึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ยางนำเข้าที่มีมูลค่าสูงสุด คือ ผลิตภัณฑ์ยางชนิดอ่อน รองลงมาเป็น ยางวงล้อ ท่อน้ำ สายยาง และยางในของล้อรถต่าง ๆ สายพาน สิ่งที่ถูกกล่าวข้างต้นชี้ให้เห็นว่า อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางภายในประเทศมีศักยภาพการขยายตัวได้สูง และเป็นอุตสาหกรรมที่ให้ผลตอบแทนในระดับสูงพอสมควร

ศรัณย์ จันประเทือง (2540) ได้ศึกษาภาวะเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดยางดิบในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง พบว่า ประเทศไทยเริ่มมีการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางจากน้ำยางขึ้นกันอย่างจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เช่น กุ้งมือแพทย์ กุ้งยางอนามัย เป็นอุตสาหกรรมที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยกุ้งมือยางมีความต้องการใช้น้ำยางขึ้นเพิ่มจาก 5,978 ตัน ในปี พ.ศ. 2530 และในปี พ.ศ. 2537 มีความต้องการใช้เพิ่มขึ้นมาถึง 18,057 ตัน เป็นผลมาจากความต้องการของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากความตื่นตัวในการป้องกันโรคเอดส์ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลก ก่อให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมผลิตน้ำยางขึ้น อุตสาหกรรมกุ้งมือยาง กุ้งยางอนามัยภายในประเทศซึ่งใช้น้ำยางขึ้นเป็นวัตถุดิบถึงร้อยละ 90 สำหรับกุ้งมือยางนั้นประเทศไทยมีโรงงานผู้ประกอบการอยู่ประมาณ 23 ราย และเป็นบริษัทผู้ผลิตกุ้งมือยางที่ใช้ในงานตรวจโรคเป็นส่วนใหญ่ มีเพียง 2 รายเท่านั้นที่ทำการผลิตกุ้งมือที่ใช้ในงานผ่าตัด กุ้งมือยางที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ มีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่ใช้ภายในประเทศ นอกจากน้ำยางขึ้นจะใช้ในการผลิตกุ้งมือยาง กุ้งยางอนามัยแล้ว น้ำยางขึ้นยังใช้ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีก เช่น ลูกโป่ง หัวนมยาง สายยางยืดชนิดกลม อุปกรณ์ทางการแพทย์ กาว ที่นอนฟองน้ำ เป็นต้น

นิรนาม (2540) ได้ศึกษาเรื่องตลาดกุ้งมือยางแคนาดาเพื่อการแพทย์ ในวารสารผู้ส่งออกสรุปได้ว่า ประเทศแคนาดาไม่มียางธรรมชาติเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ ดังนั้นจึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ สำนักงานสถิติแคนาดาไม่ได้ประมวลข้อมูลเกี่ยวกับโรงงานผู้ผลิตยางและกุ้งมือยางซึ่งประกอบขึ้นโดยทางเคมีเอาไว้ ในปี พ.ศ. 2538 การนำเข้าของกุ้งมือยางมีมูลค่าทั้งสิ้น 755,000 เหรียญแคนาดา หรือนำเข้ามาประมาณ 3.90 ล้านกิโลกรัม จากยอดรวมนี้จะแยกเป็นมูลค่าการนำเข้าของกุ้งมือยางที่ใช้ในการผ่าตัด 681,000 เหรียญแคนาดา หรือประมาณ 3.60 ล้านกิโลกรัม ที่เหลืออีก 74,000 เหรียญแคนาดา หรือประมาณ 308.50 พันกิโลกรัม จะเป็นการนำเข้ากุ้งมือยางชนิดอื่น ๆ ในปี พ.ศ. 2539 ยอดรวมการนำเข้ากุ้งมือยางที่ใช้ในการผ่าตัดมีมูลค่า 52.20 ล้านเหรียญแคนาดา และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา มีมูลค่าการนำเข้าขึ้น ๆ ลง ๆ เช่น ลดลงร้อยละ 2.35 ในปี พ.ศ. 2537 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.78 ในปี พ.ศ. 2538 และลดลงอีกร้อยละ 2.63 ในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2539 เมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงเดียวกันของปีก่อน ผู้ที่ส่งกุ้งมือยางมาจำหน่ายในแคนาดาмаกที่สุดในปี พ.ศ. 2538 คือ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา และไทย โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 53.42, 20 และ 16.75 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระทรวงพาณิชย์ (2541ข) ได้จัดสัมมนาเป้าหมายการส่งออกปี พ.ศ. 2541 ในหัวข้อเรื่อง หนทางฝ่าวิกฤตเศรษฐกิจของไทย สรุปได้ว่า ภูมิของไทย มีมูลค่าการส่งออกปี พ.ศ. 2539 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2536 ประมาณเท่าตัว คือ เพิ่มขึ้นจาก 3,717.20 ล้านบาท เป็น 6,626.50 ล้านบาท และในช่วง 9 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2540 การส่งออกมีมูลค่า 5,831.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 20.80 มีตลาดหลัก คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมันนี ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร อิตาลี ในสถานการณ์ปี พ.ศ. 2540 ไทยเป็นผู้ผลิตยางรายใหญ่ที่สุด แต่การใช้ยาง ภายในประเทศยังอยู่ในปริมาณที่ค่อนข้างต่ำ คือ ประมาณร้อยละ 8-10 ของผลผลิตรวม เนื่องจาก ประเทศขยายการผลิตเพิ่มขึ้นทุกปี ผลิตภัณฑ์ยางที่ไทยผลิตเพื่อการส่งออก ได้แก่ ยางยานพาหนะ ภูมิของไทย ยางรัดของ และผลิตภัณฑ์ยางทางเกษตรกรรม โดยส่งออกประมาณร้อยละ 33.90, 34.90, 5.20 และ 3.30 ของมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ยางทั้งหมด โดยมีประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมันนี ฮองกง และอิตาลี

จันทร์จิรัส สมจิต (2541) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพในการผลิตและการแข่งขันอุตสาหกรรม ภูมิของไทยของประเทศไทย สรุปได้ว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2540 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในตลาดที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปและญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศ คู่แข่ง คือ มาเลเซีย โดยไทยมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเฉลี่ยของการส่งออก ภูมิของไทยไปยังตลาดทั้งสามเท่ากับ 10.40, 20.70 และ 19.80 ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่ามากกว่า 1 แสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประเทศคู่ค้า แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ มาเลเซีย ซึ่งมีผลการคำนวณเท่ากับ 36.84, 76.20 และ 19.58 ตามลำดับ จะเห็นว่า แม้ประเทศไทย จะมีความได้เปรียบในการส่งออกภูมิของไทยในตลาดที่สำคัญ แต่มาเลเซียก็มีความได้เปรียบมากกว่า ไทยในสัดส่วนที่สูง ยกเว้น ตลาดญี่ปุ่นที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน สำหรับผลการศึกษาเรื่องต้นทุน การใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (Domestic Resource Cost: DRC) อุตสาหกรรมภูมิของไทย มีค่า DRC เท่ากับ 0.69 ซึ่งน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศไทยมีต้นทุนการใช้ทรัพยากรในประเทศน้อยกว่า ต้นทุนการนำเข้า มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการใช้ทรัพยากรในประเทศเป็นวัตถุดิบเพื่อผลิต สินค้า

เสาวลักษณ์ ตันท์เอกคุณ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกภูมิของไทยของ ประเทศไทย สรุปได้ว่า อุตสาหกรรมภูมิของไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ส่งออกจำหน่ายตลาด ต่างประเทศซึ่งมีความต้องการสูง ทำให้อุตสาหกรรมนี้มีการแข่งขันสูง ประเทศไทยมีอัตราการ ขยายตัวช่วงปี พ.ศ. 2531-2532 ตลาดที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา เยอรมันนี ปัจจัยที่มี ผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออก คือ ผลิตภัณฑ์ประชาชาติ ปัจจัยรองลงมา คือ ราคาส่งออก ส่วนผลการวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกภูมิอื่น ๆ ที่ทำด้วยยางของไทยไปสหรัฐอเมริกา พบว่า ปัจจัย

ที่สำคัญ คือ ผลิตภัณฑ์ประชาชาติ และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกถูงมืออื่น ๆ ที่ทำด้วยยางของ ไทยไปเยอรมันนี คือ ผลิตภัณฑ์ประชาชาติและราคาส่งออก จากผลการศึกษาทำให้ได้แนวทางเพื่อ เพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกถูงมืออย่างที่ใช้ในทางศัลยกรรมของไทยไปสหรัฐอเมริกาและ ญี่ปุ่น คือ ควรลดระดับราคาส่งออกสำหรับสหรัฐอเมริกา แต่รักษาราคาสำหรับประเทศญี่ปุ่น โดย ใช้ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อให้ปริมาณและมูลค่าการส่งออก สูงขึ้นอย่างมีเสถียรภาพ ส่วนแนวทางสำหรับถูงมืออื่น ๆ ที่ทำด้วยยางของไทย ควรใช้นโยบาย รักษาระดับราคาในตลาดสหรัฐอเมริกาและเยอรมันนี และควรพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ พัฒนาดลาด และใช้นโยบายส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มความต้องการซื้อให้มากขึ้น เมื่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งสองดีขึ้น โดยเฉพาะในตลาดเยอรมันนี ควรกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจด้าน อุตสาหกรรมอาหารของประเทศเยอรมันนีด้วย เพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกให้สูงขึ้น

พรรณทิภา ศรีคง และอภิรัช ฉัตรโชติกุล (2542) ได้ศึกษาเรื่องอนาคตอุตสาหกรรม ถูงมือยางในภาคใต้ สรุปได้ว่า เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจเลือกไทยเป็นฐานการผลิตถูงมือยางในเอเชีย ประการแรก ไทยมีวัตถุดิบ คือ น้ำยางข้นมากพอ ประการที่สอง ไทยมีแรงงานหาง่ายกว่าและค่าแรง ถูกกว่าในมาเลเซีย ประการที่สาม รัฐบาลไทยมีเสถียรภาพมากกว่าอินโดนีเซีย และการส่งเสริม การลงทุนดึงดูดมากกว่าประเทศอื่น ๆ ปัจจุบันความต้องการถูงมือยางของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากเมื่อประเทศพัฒนามากขึ้น ความต้องการของคนในด้านสุขภาพอนามัยก็มีมากขึ้น ไปด้วย แม้ว่าจะเป็นช่วงเศรษฐกิจตกต่ำก็ตาม แต่ก็ยังมีผู้ป่วย แพทย์ต้องการใช้ถูงมือยางเพิ่มขึ้น ปัจจุบัน ความต้องการถูงมือยางของโลกมีประมาณ 40,000-50,000 ล้านชิ้น ตลาดหลักของโลกอยู่ที่ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีประมาณ 18,000-19,000 ล้านชิ้น คิดเป็นร้อยละ 40-50 ของความต้องการของโลก ผู้ผลิตถูงมือยางรายใหญ่ ๆ ของโลกล้วนอยู่ในสหรัฐอเมริกา ได้แก่ จอห์นสันแอนด์จอห์นสัน ออมมิเกรซ และเซฟสกิน แต่ถ้าเป็นการผลิตถูงมือยางที่ใช้ในงานตรวจโรคแล้ว เซฟสกินเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด ซึ่งสามารถครองตลาดในสหรัฐอเมริกาได้มากกว่าร้อยละ 20

นิรนาม (2542ก) ได้ศึกษาเกี่ยวกับถูงมือยาง ในวารสารส่งเสริมการลงทุน สรุปได้ว่า การผลิต และการส่งออกถูงมือยางยังมีคู่แข่งที่ดี โดยเฉพาะการผลิตของบริษัทต่างประเทศ หรือร่วมทุนกับ ต่างประเทศยังไปได้ดี เนื่องจากบริษัทเหล่านี้มีตลาดส่งออกอยู่แล้ว และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่ ยอมรับของตลาด สำหรับกิจการผลิตถูงมือยางของคนไทยยังประสบปัญหาทางด้านตลาดและคุณภาพ บางรายประสบการขาดทุนและต้องเลิกกิจการไป ในช่วงระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา ผู้ผลิตชาวต่างประเทศ ได้ย้ายฐานการผลิตจากมาเลเซียมาไทยมากขึ้น เนื่องจากมาเลเซียมีปัญหาการขาดแคลนแรงงานและ วัตถุดิบ ผู้ผลิตรายใหญ่ที่ย้ายการผลิตมายังไทย เช่น บริษัทเซฟสกินของสหรัฐอเมริกา บริษัทอมมิเกรซ ของมาเลเซีย เป็นต้น ในช่วง 9 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2541 การส่งออกถูงมือยางมีปริมาณทั้งสิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8,000 ล้านจิ้น โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 50 และมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 230 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ผลจากการที่ตลาดส่งออกยังขยายตัวได้ดี ทำให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมถลุงมือยางมากขึ้น โดยในช่วงเดือนมกราคมถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2541 มีผู้ได้รับอนุมัติให้ส่งเสริมแล้ว 13 โครงการ คิดเป็นเงินลงทุนประมาณ 5,800 ล้านบาท กำลังการผลิตรวม 8,000 ล้านจิ้นต่อปี เทียบกับปีที่แล้วทั้งปีที่มีผู้ได้รับอนุมัติให้ส่งเสริมเพียง 5 โครงการ กำลังการผลิตประมาณ 5,000 ล้านจิ้นต่อปี สำหรับราคาขายในประเทศได้ปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 ประมาณร้อยละ 5 หรือจาก 78-80 บาทต่อ 100 จิ้น เป็น 82-85 บาทต่อ 100 จิ้น ซึ่งเป็นผลมาจากราคาค้นทุนค่าขนส่งและวัสดุหีบห่อเพิ่มขึ้น ส่วนราคาส่งออกยังอยู่ในระดับคงที่เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2540 คือ ประมาณ 2.70-3 เหรียญสหรัฐ ต่อ 100 จิ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตคาดว่าในปี พ.ศ. 2542 ราคาถลุงมือยางมีแนวโน้มลดลง ประมาณร้อยละ 5 จากภาวะการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น

นิรนาม (2542ข) ได้ศึกษาเรื่องโรงงานถลุงมือยางยังคงขยายตัวในปี พ.ศ. 2542 สรุปได้ว่า จากการรายงานของศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคใต้ 1 จังหวัดสงขลา พบว่า มีจำนวนโครงการที่ได้รับอนุมัติการลงทุนในภาคใต้ในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2542 (มกราคม-มีนาคม) รวม 17 โครงการ มูลค่าเงินลงทุนรวม 2,958 ล้านบาท มีการจ้างแรงงานไทย 5,513 คน เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว พบว่า จำนวนโครงการและการจ้างแรงงานไทยลดลง แต่จำนวนเงินลงทุนสูง โดยกิจการที่มีโครงการลงทุนและเงินลงทุนมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์จากยาง โดยเฉพาะถลุงมือยาง ถลุงน้ำยาง ถลุงยางอนามัย มีโครงการลงทุน 4 โครงการ เงินลงทุนรวม 2,356 ล้านบาท มีการจ้างแรงงานไทย 4,202 คน รองลงมา คือ อุตสาหกรรมผลิตน้ำยางข้น ยางแท่ง ยางแผ่น โครงการส่วนใหญ่มีขนาดการลงทุนต่ำกว่า 100 ล้านบาท (13 โครงการ) ส่วนโครงการที่มีเงินลงทุนมากกว่า 500 ล้านบาท มี 2 โครงการ คือ โครงการผลิตถลุงมือยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ (จังหวัดสงขลา) จำนวนเงินลงทุน 850 ล้านบาท และโครงการผลิตถลุงยางอนามัยและถลุงมือยางของบริษัทซัวร์เท็กซ์ จำกัด (จังหวัดสุราษฎร์ธานี) จำนวนเงินลงทุน 746 ล้านบาท

นิรนาม (2542ค) ได้ศึกษาเรื่อง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมั่นใจอุตสาหกรรมยางช่วยทำเงิน ในวารสารข่าวสมาคมยางพาราไทย สรุปได้ว่า ภาวะการลงทุนของอุตสาหกรรมในภาคใต้ โดยเฉพาะยางพาราได้มีการลงทุนลดลงร้อยละ 10 จากภาพรวมทั้งหมดที่ลดลงร้อยละ 20 ทั้งนี้เป็นผลกระทบจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของโลก สำหรับประเทศญี่ปุ่นที่เศรษฐกิจก็ยังไม่ดีขึ้น และจีนซึ่งเป็นตลาดรับซื้อยางจากไทยรายใหญ่ก็ยังคงประสบปัญหาเดียวกันอยู่ อย่างไรก็ตาม คาดว่า อุตสาหกรรมที่จะทำรายได้ให้ประเทศหลังเศรษฐกิจดีขึ้นก็คือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยาง คือ ถลุงมือยางที่ใช้ในทางการแพทย์ ชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งธุรกิจรถยนต์กำลังจะเริ่มดีขึ้น ถลุงยางอนามัยและลูกโป่ง ก็ยังมีโอกาสคืออยู่เช่นกัน เนื่องจากความต้องการจากต่างประเทศยังมีสม่ำเสมอ และยังมี

คู่ทางสำหรับตลาดใหม่ ๆ แถบตะวันออก ทางศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคใต้ จึงเน้นการสร้าง ความเชื่อมั่นในคนไทยและประเทศไทยต่อนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อสร้างศักยภาพ การลงทุนของไทย

สมมติฐานของการศึกษา

ในการศึกษาค้างนี้สามารถจะตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

1. ประเทศไทยจะอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถูงมืออย่าง ซึ่งจะ มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) มากกว่า 1 และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งจะมีค่า มากกว่าประเทศคู่แข่งด้วย
2. ประเทศไทยจะมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกถูงมืออย่าง ไปยังประเทศคู่ค้าต่าง ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี ญี่ปุ่น เพิ่มขึ้น

แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

แนวความคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศนั้น มีผู้ได้พยายามอธิบายไว้มากมาย ในยุคของนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก อัดัม สมิท (Adam Smith) ได้เสนอแนวคิดว่าการค้า ระหว่างประเทศสองประเทศเกิดขึ้นจากการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ นั่นคือ ถ้าประเทศสองประเทศ มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าสองชนิดแตกต่างกันแล้ว ประเทศทั้งสองควรค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน โดยแต่ละประเทศควรจะผลิตและส่งออกสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตมากกว่าหรือได้เปรียบอย่าง สมบูรณ์ แล้วนำเข้าสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำกว่าหรือเสียเปรียบอย่างสมบูรณ์

อย่างไรก็ตาม อาจเป็นไปได้ที่ประเทศหนึ่งไม่มีการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิต สินค้าใด ๆ เลยเหนือประเทศอื่น ๆ ในขณะที่อีกประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิต สินค้าทุกชนิดเหนือประเทศอื่น ต่อมา เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) ได้อาศัยแนวความคิด ของอัดัม สมิท และได้ปรับปรุงให้กว้างขวางครอบคลุมมากยิ่งขึ้น สามารถอธิบายแบบแผนของการค้า ได้ชัดเจนขึ้น ริคาร์โดไม่ได้คัดค้านการวิเคราะห์ของอัดัม สมิท แต่ริคาร์โด เสนอให้การได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ เป็นตัวกำหนดแบบแผนของการค้าระหว่างประเทศ นั่นคือ ประเทศควรเลือกและ ส่งออกสินค้าที่ตนได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับมากที่สุด และนำเข้าสินค้าที่ตนได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับ น้อยที่สุด หรือสินค้าที่ตนเสียเปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับมากที่สุด และริคาร์โดยังคงมีความเชื่อถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่นเดียวกับอดัม สมิท ในเรื่องนโยบายการค้าว่า ควรเป็นนโยบายการค้าเสรี และยึดหลักการกำหนดมูลค่าสินค้าตามทฤษฎีมูลค่าแรงงาน

ในระยะต่อมา ฮาร์เบอร์เลอร์ (Harberler) ได้เสนอแนวความคิดในการใช้ต้นทุนค่าเสียโอกาส มาใช้ในการวิเคราะห์ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ แนวความคิดพื้นฐานของฮาร์เบอร์เลอร์มีอยู่ว่า ถ้าประเทศใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศทำการผลิตสินค้าได้สองชนิด การผลิตสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ประเทศจะต้องเสียโอกาสในการทำการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ถ้าการผลิตในแต่ละขั้นตอนนั้นมีการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อย่างเต็มที่และเต็มประสิทธิภาพ นั่นคือ แต่ละประเทศควรเลือกผลิต และส่งออกสินค้าที่ตนเสียค่าเสียโอกาสในการผลิตน้อยที่สุด และนำเข้าสินค้าที่ตนเสียค่าเสียโอกาสในการผลิตมากที่สุด ซึ่งในที่สุดจะทำให้ทุกประเทศได้ประโยชน์จากการทำการค้าซึ่งกันและกัน

ในปี พ.ศ. 2473 ได้มีนักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดน 2 ท่าน คือ อีไล เฮคเชอร์ (Eli Heckscher) และเบอร์ทิล โอห์ลิน (Bertil Ohlin) อธิบายว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างในราคาเปรียบเทียบก่อนการค้า คือ ความแตกต่างในปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศต่าง ๆ สาเหตุสำคัญของทฤษฎี คือ ถ้าประเทศใดเป็นประเทศที่มีแรงงานมาก ประเทศนั้นก็ส่งสินค้าที่เน้นการใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลัก ในทางตรงกันข้าม ประเทศที่มีสินค้าประเภททุนมาก ก็จะส่งออกสินค้าที่เน้นการใช้สินค้าประเภททุนเป็นปัจจัยหลัก

ภายหลังจากทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเชอร์และโอห์ลิน ก็ยังได้มีทฤษฎีต่อเนื่องติดตามมาโดยเป็นการเสนอแนวความคิดที่ว่า ภายหลังการค้าระหว่างประเทศ ราคาเปรียบเทียบและราคาสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตจะมีแนวโน้มเข้ามาเท่ากันที่สุดในที่สุด อย่างไรก็ตาม แนวความคิดของเฮคเชอร์และโอห์ลินนี้ ได้รับการโต้แย้งจากลีออนตีฟ (Leontief) เป็นอย่างมาก ซึ่งวิจารณ์ว่า มีลักษณะเป็นเชิงสถิต (static) ทำให้นักเศรษฐศาสตร์หลายท่านเริ่มตระหนักว่า การค้าระหว่างประเทศควรจะขึ้นอยู่กับปัจจัยการผลิตที่มีลักษณะเป็นเชิงพลวัต (dynamic) เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคนิคการผลิตและการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ (เกษร, 2528)

การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

แต่ละประเทศมีสภาพทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทุน แรงงานฝีมือและความเชี่ยวชาญของคนและอื่น ๆ จึงทำให้ผลิตสินค้าขึ้นได้แตกต่างกันทั้งราคาและคุณภาพ ประเทศหนึ่งจะผลิตสินค้าได้ทุกอย่างนั้นเป็นไปได้ยาก ดังนั้นควรผลิตสินค้าตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่าง ซึ่งก็เป็นไปตามหลักการของการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักเศรษฐศาสตร์หลายท่าน พยายามพัฒนาเครื่องมือขึ้นมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการค้าระหว่างประเทศ เครื่องมือเหล่านี้ถูกนำมาใช้ในการสร้างแบบจำลองที่มีลักษณะเป็นพรรณนาและเชิงปริมาณ ในปี พ.ศ. 2508 บาลาสซา (Balassa) ได้นำเอาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งเป็นดัชนีอย่างหนึ่งที่แสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะ มาประกอบการอธิบายแนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่บาลาสซาก็ได้ยอมรับว่า ในการนำค่า RCA มาใช้นั้นมีข้อจำกัด คือ การคำนวณหาค่า RCA ได้ใช้ข้อมูลการส่งออกหรือการนำเข้า แต่ไม่ได้เชื่อมโยงไปให้ทราบถึงระบบหรือกระบวนการทางการผลิตของสินค้าชนิดนั้นได้ และกรณีที่มีการกีดกันทางการค้า ค่า RCA ก็ไม่สามารถแสดงผลการกีดกันทางการค้าออกมาได้เลย (Balassa, 1965)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ก็ได้ใช้ค่า RCA มาเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมถลุงแร่ของไทยว่า จะสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้มากน้อยเพียงใด ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏก็คือ ค่าที่แสดงถึงความได้เปรียบทางการผลิต ตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างของประเทศใดประเทศหนึ่งในสินค้าใด ๆ สามารถวัดได้จากอัตราการผลิต-นำเข้าของประเทศนั้น เมื่อเทียบกับอัตราการผลิต-นำเข้ารวมของโลก (Dagenais and Muet, 1992) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$RCA_{ik} = (X_{ik} / X_i) / (X_{wk} / X_w)$$

กำหนดให้

$$RCA_{ik} = \text{ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้า } k \text{ ของประเทศ } i \text{ ในประเทศ } w$$

$$X_{ik} = \text{มูลค่าการส่งออกของสินค้า } k \text{ ของประเทศ } i \text{ ไปยังประเทศ } w$$

$$X_i = \text{มูลค่าการส่งออกของทั้งหมดของประเทศ } i \text{ ไปยังประเทศ } w$$

$$X_{wk} = \text{มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของสินค้า } k \text{ ของประเทศ } w$$

$$X_w = \text{มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ } w$$

$$k = \text{มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ถลุงแร่}$$

$$i = \text{ประเทศต่าง ๆ ที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ถลุงแร่}$$

$$w = \text{ประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ถลุงแร่}$$

ซึ่งสามารถแปรความหมายของค่า RCA ได้ดังนี้

ถ้า RCA มากกว่า 1 แสดงว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i สูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าสินค้า k ของโลกต่อการนำเข้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศ i อยู่ในสถานะที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้า k

ถ้า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าสินค้า k ของโลกต่อการนำเข้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศ i อยู่ในสถานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้า k

ถ้า RCA เท่ากับ 1 แสดงว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i เท่ากับสัดส่วนการนำเข้าสินค้า k ของโลกต่อการนำเข้าทั้งหมดของโลก หรือประเทศ i อยู่ในสถานะที่ไม่เสียเปรียบและไม่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้า k

ค่าดัชนี RCA นี้แสดงให้เห็นภาพรวมของการส่งออกของสินค้า k ของประเทศ i เมื่อเปรียบเทียบกับการนำเข้าสินค้าดังกล่าวของโลก และทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของไทยและประเทศคู่แข่งว่า มีความได้เปรียบหรือสูญเสียความได้เปรียบ แต่ก็มีข้อเสีย คือ

ถ้า RCA มากกว่า 1 หมายความว่า ประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า แต่ไม่ได้บอกความสามารถนั้นเกิดขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยใด และถ้าประเทศทั้งสองมีค่า RCA มากกว่า 1 จะไม่สามารถระบุให้แน่ชัดลงไปได้ว่า ประเทศใดมีความสามารถในการส่งออกสินค้ามากกว่าหรือน้อยกว่ากัน ดังนั้นจึงควรวิเคราะห์ร่วมกับแบบจำลองอื่น ๆ เช่น แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ซึ่งจะสามารถอธิบายถึง การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันของแต่ละประเทศว่ามาจากสาเหตุใดบ้าง

บทที่ 3

ภาวะการผลิตและการตลาดอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย

เนื้อหาของบทนี้จะกล่าวถึง ความเป็นมาของอุตสาหกรรมถุงมือยาง การประกอบอุตสาหกรรมถุงมือยางในประเทศไทย ทั้งด้านสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมถุงมือยาง พร้อมทั้งนโยบายและมาตรการที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกถุงมือยางของไทย

ความเป็นมาของอุตสาหกรรมถุงมือยาง

อุตสาหกรรมถุงมือยางเริ่มต้นจากกลุ่มประเทศในยุโรปและอเมริกาเหนือ เป็นสินค้าที่ใช้ในทางการแพทย์ เช่น การผ่าตัด การตรวจโรคเพื่อเป็นการป้องกันการติดเชื้อ การใช้งานในอุตสาหกรรมและครัวเรือนเพื่อความสะอาดและถูกสุขลักษณะ ประเทศที่พัฒนาแล้วมีการใช้ถุงมือยางอย่างแพร่หลาย ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนายังมีการใช้น้อยอยู่ แต่ในปัจจุบันมีความต้องการใช้ถุงมือยางทางการแพทย์สูง เพื่อป้องกันการติดเชื้อเอดส์ทางบาดแผล

ในปี พ.ศ. 2463 ประเทศอังกฤษและฝรั่งเศส เริ่มเคลื่อนย้ายฐานการผลิตน้ำยางซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตถุงมือยางไปยังประเทศที่สามารถปลูกยางธรรมชาติได้ เช่น ศรีลังกา บราซิล มาเลเซียและไทย การกรีดยางเพื่อนำมาแปรรูปเป็นน้ำยางข้นนั้นใช้แรงงานมาก จึงเหมาะที่จะผลิตในประเทศที่มีแรงงานมากและมีค่าจ้างแรงงานต่ำ ได้แก่ ประเทศแถบอเมริกาใต้และเอเชีย ซึ่งมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมในการปลูกยางพารา ในช่วงปี พ.ศ. 2523 ผู้ประกอบการชาวจีนและไต้หวันเห็นศักยภาพการเติบโตของตลาดถุงมือยางในประเทศสหรัฐอเมริกา จึงได้ลงทุนในอุตสาหกรรมถุงมือยางส่งไปขายในตลาดสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ จีนและไต้หวันได้สร้างและพัฒนาเครื่องจักรที่ใช้ผลิตถุงมือยาง สูตรเคมีน้ำยาง จนสามารถผลิตเครื่องจักรขายได้ในราคาที่ต่ำกว่าของประเทศในแถบยุโรป และมีบุคลากรที่ได้สะสมประสบการณ์ทั้งด้านเครื่องจักรกลและเคมีน้ำยาง พัฒนาประสิทธิภาพของแรงงานในการผลิต จนทำให้ไต้หวันและจีนเป็นประเทศผู้นำในการส่งออกถุงมือยางในช่วงนั้น

ต่อมาประมาณกลางปี พ.ศ. 2523 ไต้หวันเริ่มประสบภาวะค่าจ้างแรงงานสูงและค่าขนส่งน้ำยางจากประเทศผู้ผลิตเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากราคาน้ำมันสูงขึ้น ผู้ประกอบการชาวไต้หวันจึงเริ่มย้ายไปลงทุนในประเทศที่มีแหล่งวัตถุดิบพร้อม ต่อมารัฐบาลมาเลเซียได้เล็งเห็นถึงโอกาสที่อุตสาหกรรมนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะเติบโตในด้านการผลิตเพื่อส่งออกสู่ตลาดโลก จึงได้พัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมถุงมือยาง ลงทุนซื้อสถาบันวิจัยด้านยางในประเทศอังกฤษเพื่อพัฒนางานด้านวิจัย ให้เงินสนับสนุนด้านการวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำยางข้น ชักชวนนักลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาลงทุน โดยการให้สิทธิ พิเศษต่าง ๆ เช่น การหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมถุงมือยางของมาเลเซีย เพิ่งจะมีการขยายตัวทั้งในด้านการผลิตและการส่งออกสู่ตลาดโลกเป็นอย่างมากในปี พ.ศ. 2530 ซึ่งเป็นปีที่ทั่วโลกเกิดการหวาดระแวง ตื่นกลัวต่อการแพร่กระจายของเชื้อโรคเอดส์ ในปีนั้นปริมาณ ความต้องการใช้ถุงมือยางชนิดที่ใช้ในทางการแพทย์เพิ่มสูงขึ้นมาก จนกระทั่งผู้ผลิตในมาเลเซีย ไม่สามารถผลิตจำหน่ายสู่ตลาดได้ทัน นักลงทุนต่างประเทศโดยเฉพาะได้หวัน จึงได้หันไปหา แหล่งผลิตในประเทศใกล้เคียงที่มีการปลูกยางพารา คือ ไทย และอินโดนีเซีย แม้ว่าไทยจะเป็นแหล่งผลิต ยางธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุดในโลก แต่มาเลเซียก็เป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำยางที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ยางที่มีมูลค่าเพิ่มมากกว่ายางธรรมชาติ ส่วนไทยและอินโดนีเซียเพิ่งเริ่มที่จะพัฒนา อุตสาหกรรมเมื่อปี พ.ศ. 2531 เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ถุงมือยาง ซึ่งเพิ่มมากขึ้น จากการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ โดยประเทศมาเลเซียเป็นผู้ผลิต และส่งออกถุงมือยางที่ใช้ในห้อง ผ่าตัดรายใหญ่ของโลก ส่วนประเทศไทยเป็นผู้ผลิตถุงมือยางที่ใช้ในงานตรวจโรคมากที่สุด

น้ำยางข้นของมาเลเซียเป็นที่รู้จักและเชื่อถือในตลาดโลกมานาน เพราะเคยเป็นอาณานิคมของ อังกฤษมาก่อน สำหรับประเทศไทยนั้นเริ่มมีการผลิตน้ำยางข้นได้มากกว่า 20 ปีแล้ว ผู้ส่งออกของไทย เริ่มส่งออกน้ำยางข้นไปยังตลาดต่างประเทศได้ในปี พ.ศ. 2518 โดยมีการว่าจ้างบริษัทของมาเลเซีย ซึ่งมีสาขาอยู่ที่อังกฤษเป็นตัวแทนจำหน่ายให้ เพื่อจัดปัญหาเรื่องความเชื่อถือด้านคุณภาพ แต่ ปริมาณการส่งออกยังคงมีน้อยอยู่ อุตสาหกรรมน้ำยางข้นเพิ่งเริ่มขยายตัวอย่างมากในปี พ.ศ. 2529 ก่อนหน้าที่อุตสาหกรรมถุงมือยางจะเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2529-2530 ปัจจุบันคุณภาพ น้ำยางข้นของไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศมากกว่า 10 ปีแล้ว และสามารถนำไปผลิตถุงมือยาง คุณภาพดีได้ แม้ว่ามูลค่าการส่งออกน้ำยางข้นจะเพิ่มขึ้น แต่สัดส่วนการส่งออกกลับลดลง แสดงว่า อุตสาหกรรมที่ใช้น้ำยางข้นในประเทศมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาอันสั้น อุตสาหกรรมเหล่านี้ ได้แก่ การผลิตถุงมือยาง และถุงยางอนามัย

ถุงมือยางเป็นอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปประเภทหนึ่งที่ใช้น้ำยางข้นเป็นวัตถุดิบ สำคัญในการผลิต ถุงมือยางที่ผลิตได้แบ่งตามลักษณะการใช้งานได้ 3 ชนิด คือ (ธนาวรรณและ นิพนธ์, 2537)

1. ถุงมือยางที่ใช้ในทางการแพทย์ (medical glove) จัดเป็นอุปกรณ์การแพทย์ประเภทใช้ แล้วทิ้ง (medical disposal product) ซึ่งสามารถใช้อย่างธรรมชาติ หรือพลาสติกเป็นวัตถุดิบได้ แต่ส่วนใหญ่

จะนิยมใช้ทางธรรมชาติ เนื่องจากมีความกระชับมือ ทนทาน และยืดหยุ่นมากกว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ จะต้องมีความสะอาดสูงและคุณภาพดี ถุงมือชนิดนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ถุงมือที่ใช้ในการศัลยกรรม (surgical glove) ถุงมือชนิดนี้จะต้องมีลักษณะ เนื้อบาง แข็งแรง มีความยาวถึงข้อศอก และต้องผ่านกรรมวิธีการฆ่าเชื้อโดยใช้รังสีแกมมา การบรรจุหีบห่อต้องมีความประณีต ถูกสุขลักษณะ และสะดวกในการเปิดนำไปใช้งาน โดยปกติจะใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้ง

1.2 ถุงมือที่ใช้ในงานตรวจโรค (examination glove) การผลิตต้องออกแบบให้ เหมาะสมกับการใช้ คือ ต้องสวมใส่ได้ง่าย ไม่มีการบรรจุหีบห่อแยกกันอย่างถุงมือที่ใช้ใน การศัลยกรรม ถุงมือประเภทนี้ไม่มีข้างซ้าย ข้างขวา ทั้งสองข้างจะเหมือนกัน ถุงมือจะมีความบาง กระชับมือ และสั้นแค่ข้อมือ จะใช้ครั้งเดียวทิ้ง ไม่มีการนำมาหมุนเวียนกลับมาใช้อีก เพื่อป้องกันการ แพร่กระจายของเชื้อโรค ราคาจะต้องไม่แพง

2. ถุงมือที่ใช้ในครัวเรือน (household glove) เป็นถุงมืออย่างถาวร มีขนาดใหญ่ แข็งแรง ทนทานต่อการใช้งานที่ต้องสัมผัสกับน้ำ ผงซักฟอก มีอายุการใช้งานนาน การออกแบบถุงมือจะ ต้องสวยงาม สวมใส่สบาย นุ่มมือและบรรจุหีบห่ออย่างประณีต เพื่อดึงดูดความสนใจของแม่บ้าน ข้างในถุงมือจะบุด้วยผ้า ขนสัตว์หรือวัสดุอื่น ๆ เพื่อความนุ่มและให้ความอบอุ่นแก่ผู้ใช้งาน

3. ถุงมือที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม (industrial glove) เป็นถุงมืออย่างที่มีขนาดใหญ่ เทอะทะ เพื่อความทนทานต่อการใช้งานในโรงงานอุตสาหกรรม เช่น โรงงานอาหารกระป๋อง โรงงานผลไม้กระป๋อง โรงงานเตรียมผลิตภัณฑ์เนื้อสดต่าง ๆ เป็นต้น การบรรจุหีบห่อนั้นไม่จำเป็นต้องสวยงาม

อุตสาหกรรมถุงมือยางในประเทศไทย

ประเทศไทยต้องนำเข้าถุงมือยางทั้งหมดจากต่างประเทศในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2520 เนื่องจาก ยังไม่มีโรงงานผลิตถุงมือยางในประเทศไทย ซึ่งในช่วงนั้นประเทศไทยมีความต้องการถุงมือยางที่ใช้ ในทางการแพทย์ และถุงมือยางที่ใช้ในงานอุตสาหกรรมรวมกันทั้ง 2 ชนิด ประมาณปีละ 2 ล้านคู่ ซึ่งส่วนใหญ่จะนำเข้าจากมาเลเซีย เกาหลี และสหรัฐอเมริกา มีโรงงานแห่งแรกที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อผลิต ถุงมือยางโดยเฉพาะ คือ บริษัท สยามซูพีเรียลฟลีสแอนด์การ์เมนต์ จำกัด ซึ่งได้รับการส่งเสริม การลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และเริ่มดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2520 เป็นการร่วมทุนกับนักลงทุนชาวอินเดีย มีกำลังการผลิต 700,000 คู่ต่อปี ทำการผลิตถุงมือยาง จำหน่ายให้ตลาดในประเทศเป็นหลัก ในปี พ.ศ. 2521 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้อนุมัติให้การส่งเสริมบริษัท สยามอเมริกา จำกัด ซึ่งผลิตถุงมือหนัง รองเท้าหนังและถุงมือยาง ต่อมาในปี พ.ศ. 2525 บริษัทข้ามชาติของออสเตรเลีย คือ บริษัท แอนเชลล์ จำกัด (ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2448 โดยอิริค แอนเชลล์ อดีตพนักงานของดันลอป ที่กรุงเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย) ได้เข้ามาตั้งฐานการผลิตถุงมือยางที่ใช้ในครัวเรือน และถุงมือที่ใช้ในงานตรวจโรคเพื่อการส่งออกขึ้นที่ นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ซึ่งนับว่าเป็นบริษัทใหญ่แห่งแรกในประเทศไทยที่ใช้เทคโนโลยีการผลิต และการจัดการที่ทันสมัยสำหรับถุงมือยางที่ใช้ในทางการแพทย์ งานครัวเรือน และงานอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมถุงมือยางของไทยก็ยังไม่ขยายตัวเท่าที่ควร แม้ว่าไทยจะมีวัตถุดิบ คือน้ำยางชั้นจำนวนมาก และค่าจ้างแรงงานที่ต่ำก็ตาม

อุตสาหกรรมถุงมือยางขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2531-2532 โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2531 มีบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนถึง 44 ราย คิดเป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 947 ล้านบาท โดยที่ประมาณครึ่งหนึ่งเป็นบริษัทที่ร่วมทุนกับต่างประเทศ ในช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. 2532-2536 มีบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเพิ่มขึ้นเป็น 82 แห่ง ดังนั้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2530 ก่อนการขยายตัวของการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ จำนวนโรงงานเพิ่มขึ้นถึง 11 เท่าตัว การจ้างงานเพิ่มขึ้น 10 เท่าตัว การขยายตัวดังกล่าวทำให้ประเทศไทยสามารถเพิ่มรายได้จากการนำวัตถุดิบไปผลิตเป็นสินค้าแปรรูปที่มีมูลค่าสูงขึ้น

เหตุที่มีผู้ประกอบการสนใจเข้ามาลงทุนมากในช่วงปี พ.ศ. 2531-2532 เนื่องจากความต้องการใช้ถุงมือยางประเภทที่ใช้ในอุตสาหกรรมในตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และโรงงานที่มีอยู่ทั่วโลกในขณะนั้นไม่สามารถผลิตจำหน่ายส่งตลาดได้เพียงพอ มาเลเซียและไต้หวัน ซึ่งเป็นแหล่งผลิตรายใหญ่ก็ไม่สามารถเพิ่มการผลิตได้ทันที เนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ คือน้ำยางชั้น ราคาถุงมือยางในตลาดโลกจึงเพิ่มขึ้นมาก ประเทศไทยซึ่งมีวัตถุดิบและค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ จึงเป็นแหล่งดึงดูดนักลงทุนจากไต้หวันให้เข้ามาตั้งโรงงานผลิต เพื่อจำหน่ายยังตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก เนื่องจากได้สิทธิพิเศษด้านภาษีศุลกากร ผู้ประกอบการของไทยได้สังเกตเห็นว่าการลงทุนจะได้ผลกำไรดี และสามารถคืนทุนได้ภายในเวลา 3 ปี ด้วยปริมาณเงินลงทุนเพียง 30-50 ล้านบาท ซึ่งสามารถจะผลิตถุงมือยางได้ปีละ 50 ล้านชิ้น ทำให้มีผู้ประกอบการไทยจำนวนมากเข้ามาลงทุน ทั้ง ๆ ที่ไม่มีความรู้ด้านน้ำยางและถุงมือยางมาก่อน

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการกิจการผลิตถุงมือยางที่ได้ขึ้นทะเบียนโรงงานตามพระราชบัญญัติโรงงาน จำนวน 59 บริษัท ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดเล็กและขนาดกลาง ซึ่งเป็นการลงทุนของนักลงทุนชาวไทย หรือการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวต่างประเทศ เช่น ไต้หวัน มาเลเซีย ออสเตรเลีย เป็นต้น เป็นผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม

การลงทุน จำนวน 24 ราย (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2540) ในจำนวนผู้ผลิตทั้งหมดนี้บางรายได้หยุดการผลิตลง และกลายเป็นผู้จำหน่ายและส่งออกแทน สำหรับผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่เข้ามาลงทุนในไทย ได้แก่ บริษัท เซฟสกินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นบริษัทที่ครองตลาดถุงมือยางมากเป็นอันดับ 1 ของสหรัฐอเมริกา และมีสาขาอยู่ทั่วโลก ปัจจุบันบริษัทฯ นี้เป็นผู้ส่งออกถุงมือยางอันดับ 1 ของประเทศไทย และอันดับ 2 ได้แก่ บริษัท สยามเซมเพอร์เมด จำกัด (นิรนาม, 2542) ในการผลิตถุงมือยางนั้นผลผลิตส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 ถูกส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ ส่วนที่เหลือร้อยละ 10 จะใช้ภายในประเทศ (ตารางที่ 2)

ผู้ประกอบการผลิตถุงมือยางของประเทศไทยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. บริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตถุงมือยางทุกประเภท มากกว่า 500 ล้านชิ้นต่อปี ซึ่งจะผลิตเป็นถุงมือยางที่ใช้ในงานตรวจโรคประมาณร้อยละ 90 ที่เหลือจะเป็นถุงมือยางที่ใช้ในครัวเรือนและในโรงงานอุตสาหกรรม

2. ผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลาง มีกำลังการผลิตต่ำกว่า 100 ล้านชิ้นต่อปี และอยู่ระหว่าง 100-500 ล้านชิ้นต่อปี ตามลำดับ ส่วนมากเป็นกิจการที่ลงทุนโดยคนไทย หรือร่วมทุนกับผู้ประกอบการชาวต่างประเทศ เช่น ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ ส่วนใหญ่เป็นกิจการที่ก่อตั้งขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2531 ซึ่งเป็นช่วงที่คนทั่วไปหวาดกลัวการติดเชื้อเอดส์

โครงสร้างทางการผลิต

โครงสร้างต้นทุนการผลิต

โครงสร้างต้นทุนการผลิตถุงมือยางทั้งบริษัทขนาดใหญ่และบริษัทขนาดเล็ก พอจะสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 3)

ต้นทุนการผลิตถุงมือยางแบ่งได้เป็น 6 ประเภท คือ น้ำยางชั้น เคมีภัณฑ์ พลังงาน แรงงาน ค่าใช้จ่ายในสำนักงาน และอื่น ๆ เช่น ค่าดำเนินการด้านการตลาด ต้นทุนที่เกิดจากสินค้าถูกส่งคืน

น้ำยางชั้น ประมาณร้อยละ 30 นี้ เมื่อพิจารณาแล้วไทยจะได้เปรียบประเทศคู่แข่งมากที่สุด เนื่องจากสามารถผลิตได้เองและมีคุณภาพ สารเคมีและพลังงานประมาณร้อยละ 30-40 ซึ่งไทยเสียเปรียบมากที่สุด เนื่องจากมีอัตราภาษีนำเข้าสารเคมีสูงและค่าไฟฟ้าก็แพงกว่าประเทศคู่แข่ง และสัดส่วนต้นทุนค่าสารเคมีของผู้ประกอบการขนาดใหญ่จะต่ำกว่าผู้ประกอบการขนาดเล็ก เนื่องจากบริษัทขนาดใหญ่สามารถซื้อสารเคมีคราวละมาก ๆ โดยตรงจากผู้ผลิต ทำให้ต้นทุนการซื้อลดลง ส่วนค่าจ้างแรงงานและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ มีประมาณร้อยละ 30-40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 รายชื่อผู้ผลิตถุงมือยางรายใหญ่ 10 รายแรก (จำแนกตามเงินลงทุน)

บริษัท	จำนวนเงินลงทุน (ล้านบาท)	สัดส่วนการส่งออก (ร้อยละ)	ประเภทถุงมือยาง	ได้รับการส่งเสริมการลงทุน
สยามเซมเพอร์เมค	682.00	100	Examination	ได้
เซฟสกินคอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย)	639.00	n.a.	Rubber glove	ได้
แอนเชลล์ (ประเทศไทย)	332.58	100	Medical, Household	ได้
เมดิโกลพลัส	315.00	90	Surgical	ได้
ไฮแคร์ อินเตอร์เนชั่นแนล	217.00	n.a.	Rubber glove	ไม่ได้
ยูนิโกลพลัส	166.00	93	Examination, Surgical	ได้
ค็อกเตอร์นู	127.00	80	Examination	ได้
โพรเทคอินดัสตรีส์	123.50	90	Examination	ได้
ไทยฟูจิลาทีกซ์	120.00	95	Surgical	ได้
ยูนิเวอร์แซลลาเท็กซ์โปรดักซ์	99.50	80	Rubber glove	ได้

ที่มา: (บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2540: 54)

ตารางที่ 3 โครงสร้างต้นทุนการผลิตถุงมือยางประเภทที่ใช้ในงานตรวจโรค (ร้อยละของมูลค่า
ต้นทุนการผลิต)

รายการ	บริษัทขนาดใหญ่	บริษัทขนาดเล็ก
น้ำยางชั้น	30	30
เคมีภัณฑ์	15	21
แก๊สและไฟฟ้า	15	19
แรงงาน	12	17
ค่าใช้จ่ายในสำนักงาน	20	10
อื่น ๆ เช่น ค่าดำเนินงานด้านการตลาด ต้นทุนที่ เกิดจากสินค้าถูกส่งคืน เป็นต้น	8	3
ราคาส่งออกเฉลี่ย (บาท) ต่อ 100 ชิ้น	70 ¹	70-75 ²

หมายเหตุ ¹ บริษัทขนาดใหญ่หรือโรงงานในเครือของบริษัทข้ามชาติ จะขายผ่านบริษัทแม่
ในต่างประเทศ ราคาขายจึงต่ำกว่าราคาที่โรงงานไทยได้รับ

² ถ้าเป็นโรงงานขนาดเล็กที่ขายผ่านให้บริษัทอื่นในประเทศ ราคาขายเฉลี่ย 60-65 บาท
ต่อ 100 ชิ้น บริษัทส่งออกจะขายได้ในราคา 70-75 บาท

ที่มา: (ธนาวรรณและนิพนธ์, 2537)

อุตสาหกรรมถุงมือยางจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก ต้นทุนค่าแรงงาน คิดเป็น
สัดส่วนประมาณร้อยละ 12-17 ของต้นทุนการผลิต แต่ในขั้นตอนการผลิตตอนต้นจะใช้เครื่องจักร
เป็นหลัก กล่าวคือ กระบวนการจุ่มแบบพิมพ์ลงในน้ำยางและอบแห้ง จะกระทำโดยเครื่องจักรซึ่ง
จะทำงานตลอด 24 ชั่วโมง มีพนักงานคุมเครื่อง 1 คน และมีคนงานคอยดึงถุงมือออกจากแบบพิมพ์
เครื่องละ 2-6 คน ซึ่งขึ้นอยู่กับชนิดของเครื่องจักร บางโรงงานก็ใช้เครื่องจักรทำงานอัตโนมัติ โดยใช้น้ำ
ฉีดถุงมือออกจากแบบพิมพ์

ขั้นตอนที่ใช้แรงงานมากที่สุด คือ การตรวจคุณภาพถุงมือ ตรวจครู่รั่ว จะใช้คนงาน
ประมาณ 1 ใน 3 ของคนงานทั้งหมดในโรงงาน การตรวจสอบจะใช้วิธีการฉีดลมเข้าไปในถุงมือ
เนื่องจากในการผลิตถุงมือแต่ละครั้ง คุณภาพถุงมือยางจะขึ้นอยู่กับคุณภาพของน้ำยางชั้น ซึ่งถ้า
ควบคุมไม่ดีจะเกิดปัญหาแก่ถุงมือยางได้ง่าย ดังนั้นจึงต้องสุ่มถุงมือยางมาตรวจสอบตลอดเวลา ถ้าพบ
ถุงมือรั่วมากก็จำเป็นที่จะต้องตรวจสอบถุงมือทุกชิ้น บางครั้งจำเป็นต้องตรวจสอบด้วยการฉีดน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เข้าไปหารู้ว่า ขั้นตอนการนับจำนวนและบรรจุถุงมือลงกล่องก็ใช้แรงงานมากประมาณ 1 ใน 3 ของคนงานทั้งหมด การลงทุน 1 ล้านบาทจะก่อให้เกิดการจ้างงานตั้งแต่ 1-4 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงงานด้วย (ธนาวรรณและนิพนธ์, 2537)

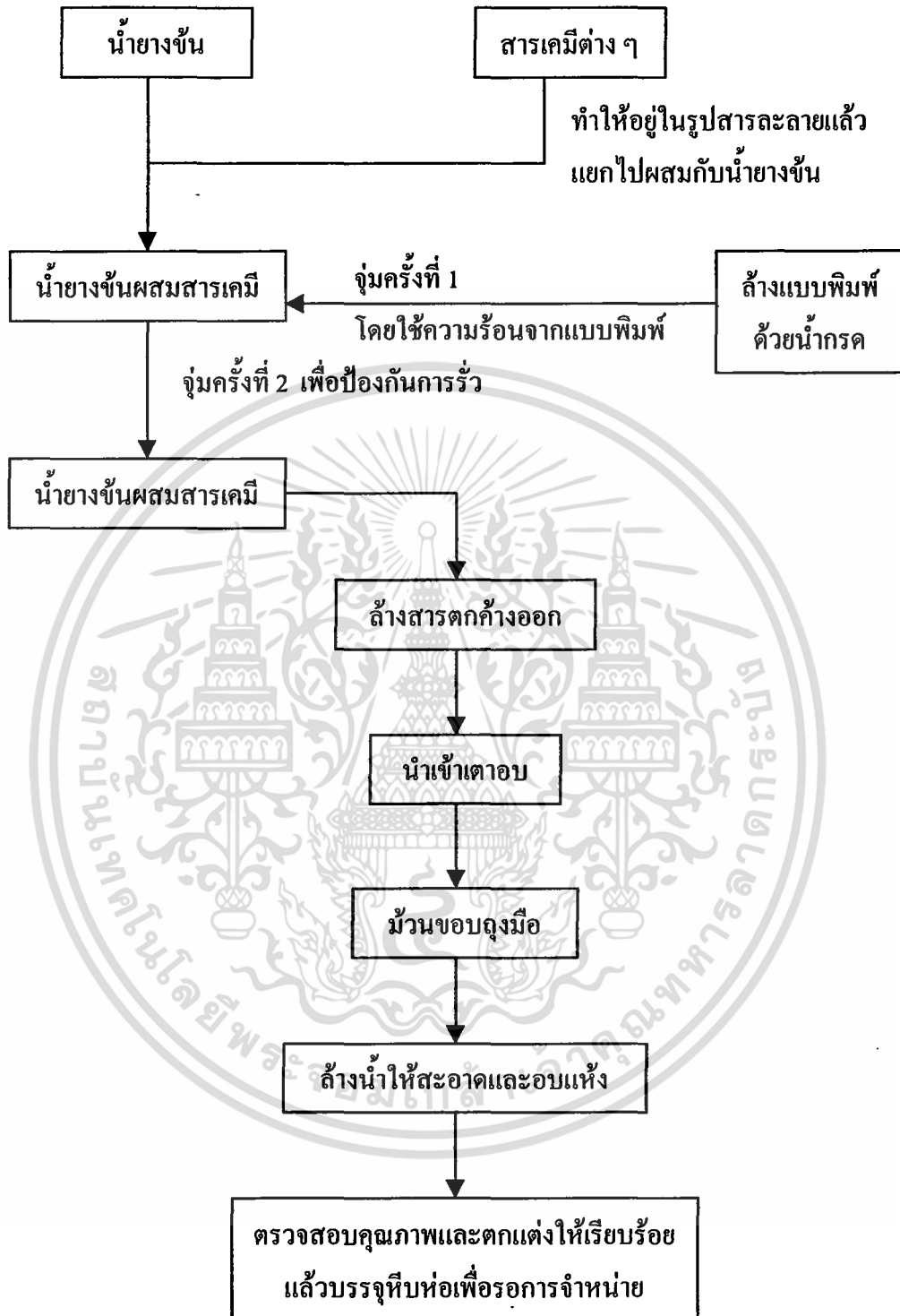
กระบวนการผลิตถุงมือยาง

ถุงมือยางเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากน้ำยางโดยกระบวนการจุ่มแบบพิมพ์ (latex dipping process) ซึ่งกระบวนการผลิตโดยทั่ว ๆ ไปแล้วมีหลักการผลิตคล้ายกัน อาจแตกต่างกันบ้างในเรื่องของแบบพิมพ์ สูตรสารเคมีที่ใช้ผสม เพื่อให้ได้ถุงมือยางชนิดต่าง ๆ กัน กระบวนการที่สำคัญในการผลิตถุงมือยาง เริ่มจากการเตรียมน้ำยางผสมกับสารเคมีซึ่งทำให้อยู่ในสถานะที่เหมาะสมในอัตราส่วนและลำดับการผสมที่ถูกต้อง น้ำยางข้นผลิตโดยการนำน้ำยางสดมาผ่านเครื่องแยกน้ำและเนื้อยางออกจากกัน ปกติแล้วน้ำยางสดจะมีเนื้อยางประมาณร้อยละ 30-40 โดยจะต้องนำมาแยกน้ำออกเพื่อให้มีเนื้อยางประมาณร้อยละ 60 ซึ่งเป็นระดับความเข้มข้นที่เหมาะสมใช้ในอุตสาหกรรมถุงมือยาง สำหรับการจุ่มแบบพิมพ์ลงในน้ำยางผสมสารเคมีจะทำให้ฟิล์มยางที่จับแบบพิมพ์แห้งและคงรูป ซึ่งสามารถแสดงกระบวนการผลิต (ภาพที่ 1) และมีรายละเอียดตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การออกสูตรและเตรียมน้ำยางผสมสารเคมี จำเป็นต้องมีข้อพิจารณาต่าง ๆ เพื่อความสอดคล้องเกี่ยวกับชนิดของถุงมือ ข้อกำหนดคุณสมบัติต่าง ๆ หรือคุณภาพของถุงมือ อายุการใช้งาน ความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนความสามารถและการทำงานของเครื่องจักรในโรงงาน

1.1 วัตถุดิบและสารเคมีหลักที่ต้องใช้ ได้แก่

1.1.1 น้ำยางข้น (concentrated latex) โดยทั่วไปจะใช้น้ำยางธรรมชาติ ยกเว้น การผลิตถุงมือชนิดที่ต้องการความทนทานต่อสารประเภทน้ำมัน กรีส หรือโอโซน จะใช้น้ำยางสังเคราะห์โพลีคลอโรพรีน โดยปกติมีความนิยมใช้น้ำยางข้นร้อยละ 60 ที่ผลิตโดยวิธีการปั่น (centrifuging) มากกว่าน้ำยางข้นที่ผลิตโดยวิธีทำครีม (creaming) หรือโดยวิธีระเหยน้ำ (evaporating) เพราะน้ำยางข้น 2 ชนิดหลังหาซื้อได้ยาก มีราคาแพงและไม่มีข้อได้เปรียบไปกว่าการใช้น้ำยางข้นจากการปั่น น้ำยางข้นที่จะใช้ผลิตถุงมือใช้ได้ทั้งน้ำยางข้นปกติที่ยังไม่ได้ทำให้คงรูป และน้ำยางที่ทำให้คงรูปแล้ว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะตลอดจนคุณสมบัติของถุงมือที่จะผลิต



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการผลิตถุงมือยาง

ที่มา: (สุธาสินี, 2533; ธนาวรรณและนิพนธ์, 2537)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1.2 สารเพิ่มความคงตัว (stabilizer) โดยทั่วไปใช้เป็นตัวเติมและสบู่ของกรดไขมัน ได้แก่ โปแทสเซียมไฮดรอกไซด์ ซึ่งทำหน้าที่เพิ่มความคงตัวให้น้ำยาง โดยการช่วยรักษาความเป็นด่างของน้ำยาง และลดการเกิดคริมที่ผิวหน้ายางอีกด้วย ส่วนสารพวกสบู่ของกรดไขมัน เช่น โปแทสเซียมแคปรีเลต และโปแทสเซียมลอรเตต จะช่วยให้น้ำยางมีความคงตัวต่อเครื่องมือกลดี ขึ้น แต่ไม่ควรใส่สารนี้มากเกินไปเพราะจะทำให้เกิดฟองได้ และไม่ควรใช้สารเพิ่มความคงตัวมากเกินไป เพราะจะทำให้การจุ่มแบบพิมพ์ได้ฟิล์มยางที่มีความหนาไม่สม่ำเสมอ

1.1.3 สารในระบบการคงรูป (vulcanising system) ประกอบด้วย ซัลเฟอร์ เป็นสารทำใหยางคงรูป มีซิงค์ออกไซด์เป็นสารกระตุ้น และใช้สารเร่งปฏิกิริยายางคงรูปชนิดเดียวหรือสองชนิดขึ้นไป เช่น ซิงค์ไดเอทริล ไดโอคาร์บามเท

1.1.4 สารป้องกันยางเสื่อมเนื่องจากออกซิเดชัน (antioxidant) ใช้เพื่อยืดอายุการใช้งานหรือการเก็บรักษามี 2 กลุ่ม คือ เอมีนหรืออนุพันธ์ของเอมีน และฟินอลหรืออนุพันธ์ของฟินอล ซึ่งนิยมใช้สารกลุ่มอนุพันธ์ของฟินอลมากกว่า เนื่องจากไม่ทำใหยางเปลี่ยนสี

1.1.5 สารอื่น ๆ เติมลงไปเพื่อปรับคุณสมบัติบางประการของถุงมือยาง เช่น ทิทาเนียมไดออกไซด์ เพื่อช่วยใหยางมีสีขาวขึ้น เป็นต้น

1.2 การผสมสารเคมีกับน้ำยาง ควรตรวจสอบสถานะของน้ำยางและสารเคมีก่อนการผสมและหลังจากการผสมเสร็จแล้ว โดยพิจารณาความเป็นกรด-ด่างของสารเคมีที่เกี่ยวข้องกับสถานะความคงตัวของน้ำยางดังนี้ สถานะความเป็นกรดจะทำให้ยางเสีย คือ จับตัวง่าย ส่วนสถานะความเป็นด่างจะช่วยรักษาน้ำยางไว้ดีกว่า แต่ถ้าเป็นด่างมากเกินไป น้ำยางจะมีความคงตัวมาก ทำให้น้ำยางไม่เกาะแบบพิมพ์ในขณะที่ต้องการจะพิมพ์

ลำดับการเติมสารเคมีผสมกับน้ำยาง

1. เติมน้ำให้ได้ความเข้มข้นของเนื้อยางที่ต้องการ
2. เติมสารกลุ่มช่วยใหยางคงตัว
3. เติมสารกลุ่มทำหน้าที่ใหยางคงรูป ควรเติมซิงค์ออกไซด์ (ZnO) หลังสุด เพื่อกันน้ำยางหนัก
4. เติมสารป้องกันยางเสื่อม
5. เติมสารสี (ถ้าต้องการ)

สารที่เติมลงไปในน้ำยางแต่ละครั้งจะต้องผสมเข้ากับน้ำยางเป็นอย่างดี ก่อนที่จะเติมสารตัวต่อไปลงไป ในการกวนผสมน้ำยางจะใช้เครื่องกวนติดใบกวนใหญ่ ความเร็วของการกวนประมาณ 50-60 รอบ/นาที และภายหลังการผสมน้ำยางกับสารเคมีเสร็จแล้ว ควรตรวจสอบคุณสมบัติที่จำเป็นของน้ำยางผสม ก่อนใช้งานหรือระหว่างการใช้งาน เช่น ทดสอบปริมาณสารของแข็ง

ความหนืดของน้ำยาง ความเป็นกรด-ด่าง เป็นต้น เพื่อควบคุมเงื่อนไขต่าง ๆ ให้ใกล้เคียงกับเงื่อนไขของกระบวนการผลิตจริง

1.3 การบ่มน้ำยางผสม (maturation) เพื่อให้สารต่าง ๆ ที่ผสมลงไปกระจายอย่างทั่วถึง เป็นเนื้อเดียวกับน้ำยาง ช่วยทำให้น้ำยางมีความหนืดสม่ำเสมอ และทำให้ผลผลิตสุดท้ายมีความคงรูปอย่างทั่วถึง โดยใช้อุณหภูมิการบ่มประมาณ 25-30 องศาเซลเซียส และต้องกวนน้ำยางสม่ำเสมอ

2. ขั้นตอนพื้นฐานของการจุ่ม เมื่อบ่มน้ำยางผสมจนได้อายุที่เหมาะสมแล้ว ต่อไปจะเป็นการเตรียมแบบพิมพ์ การจุ่ม การล้าง การอบแห้งและการทำให้ยางคงรูป การม้วนขอบและการถอดถุงมือออกจากพิมพ์

3. เทคนิคอื่น ๆ นอกจากขั้นตอนพื้นฐานดังกล่าวแล้ว การผลิตถุงมืออย่างบางชนิดยังต้องการเทคนิคอื่น ๆ อีก เช่น การทำฟลอคกิ้ง คลอริเนชั่น และการทำผิวให้ลื่น

4. การตรวจสอบ หลังจากได้ถุงมืออย่างตามขั้นตอนการผลิตที่ 2 และ 3 แล้ว จะต้องมีการตรวจสอบก่อนนำถุงมือที่ผลิตได้ไปบรรจุหีบห่อ เพื่อรอจำหน่ายออกสู่ตลาดต่อไป

โครงสร้างทางการตลาด

ภาวะการค้าและการตลาดถุงมือยาง

ในช่วงปี พ.ศ. 2528-2529 ประชาชนโดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว มีความตื่นตัวเกี่ยวกับเชื้อโรคเอดส์ จึงทำให้ปริมาณความต้องการถุงมือเพื่อใช้ทางการแพทย์ในสาขาต่าง ๆ เพิ่มขึ้น และรวมไปถึงธุรกิจทางด้านอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ เช่น อุตสาหกรรมด้านอาหาร คอมพิวเตอร์และอื่น ๆ ก็ได้ตระหนักถึงปัญหาเชื้อโรคเอดส์ด้วยเช่นกัน และนอกจากปัญหาเรื่องโรคเอดส์แล้ว ยังมีการใช้ถุงมือยางในโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งจะใช้เพื่อป้องกันมือ ไม่ว่าจะเป็ นถุงมือขนาดใหญ่หรือบางก็ตาม จะต้องมีความสมบัติเพื่อป้องกันมือของคนงานจากอันตรายต่าง ๆ จากภายนอก และในบางครั้งโรงงานจำเป็นต้องให้พนักงานใส่ถุงมือ เพื่อป้องกันการสัมผัสผลิตภัณฑ์บางชนิดจากคนงาน เพราะความเปียกชื้น และน้ำมันจากร่างกายอาจทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายได้ เช่น ทำให้ความเงางามของกล่องใส่เครื่องสำอางมัวหมองไป การประกอบชิ้นส่วนของเครื่องคอมพิวเตอร์ ก็เป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่ต้องป้องกันความเสียหายจากการทำงานของพนักงาน ดังนั้นถุงมือยางที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ จะใช้เพื่อป้องกันทั้งคนงานและผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปพร้อมกัน โดยมีกลุ่มลูกค้าเป็น โรงงานอุตสาหกรรม และธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งจะใช้ถุงมือตามความต้องการของแต่ละอุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรมใหญ่ ๆ ที่ใช้ถุงมืออย่างในการทำงาน (กระทรวงพาณิชย์, 2540) ได้แก่

1. อุตสาหกรรมอาหาร จะใช้ถุงมืออย่างในกระบวนการแปรรูปอาหาร เพื่อป้องกันความสกปรกและเชื้อโรค

2. การแพทย์ โรงพยาบาลเป็นสถานที่ที่ซื้อถุงมืออย่างอย่างบางมาใช้มากที่สุด ซึ่งแพทย์พยาบาล พนักงานของโรงพยาบาลที่ให้บริการช่วยเหลือคนไข้ ไม่ว่าจะเป็นคนไข้ที่มีเชื้อเอชไอวีหรือไม่ก็ตาม และผู้ที่ต้องใช้เครื่องมือของโรงพยาบาล เช่น เข็มฉีดยา จะต้องใช้ถุงมืออย่างเพื่อป้องกันเชื้อโรคทั้งหมด

3. งานทันตกรรมหรืองานเกี่ยวกับอนามัยของฟัน ทันตแพทย์และผู้ช่วยทันตแพทย์ จะต้องใช้ถุงมืออย่างทุกครั้งเมื่อต้องการบริการผู้ป่วยด้านฟัน

4. อุตสาหกรรมการซ่อมแซม การประกอบชิ้นส่วนต่าง ๆ ของสินค้า อุตสาหกรรมเหล่านี้จะต้องใส่ถุงมือเพื่อป้องกัน ทั้งป้องกันมือจากวัตถุภายนอกที่จับต้องและป้องกันผลิตภัณฑ์จากน้ำมันจากมือ ในขณะที่กำลังปฏิบัติงานด้วยมือ

ในช่วงตั้งแต่เริ่มต้นการผลิตจนถึงปี พ.ศ. 2528 ตลาดถุงมืออย่างของไทยส่วนใหญ่จะเป็นตลาดภายในประเทศ ซึ่งมีการจำหน่ายเฉพาะถุงมืออย่างที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและครัวเรือนเท่านั้น เพราะในขณะนั้นประเทศไทยยังไม่มีการผลิตถุงมืออย่างที่ใช้ในวงการแพทย์ ซึ่งต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงมาก ส่วนการส่งออกก็มีเพียงเล็กน้อย เนื่องจากปริมาณการผลิตถุงมืออย่างของไทยมีจำนวนน้อยมาก ประกอบกับโรงงานส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็ก คุณภาพของถุงมืออย่างยังไม่เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ จึงไม่สามารถผลิตเพื่อการส่งออกได้

แต่หลังจากปี พ.ศ. 2528 เป็นต้นมา ตลาดถุงมืออย่างของไทยส่วนใหญ่จะเป็นตลาดต่างประเทศ เนื่องจากการกำหนดเงื่อนไขของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่เน้นให้ผู้ประกอบการผลิตเพื่อส่งออกมากขึ้น ซึ่งช่วยลดการแข่งขันภายในประเทศให้มีน้อยลง และทำให้เริ่มมีผู้ผลิตจำนวนมากขึ้น ตลาดถุงมืออย่างจึงมีลักษณะเป็นตลาดผู้ซื้อน้อยราย คือ ผู้ซื้อมีน้อยในขณะที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายมีมาก ทำให้ผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรอง การกำหนดราคาและเงื่อนไขในการซื้อขายได้ นอกจากนี้ผู้ซื้อในต่างประเทศยังให้ความสำคัญกับระบบการจัดการในโรงงานมาก โดยก่อนจะทำการตัดสินใจซื้อจะต้องส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาดูโรงงานก่อน ถ้าโรงงานนั้นมีการจัดการอย่างเป็นระบบจะทำให้ผู้ซื้อมีความมั่นใจว่าสินค้านั้นมีคุณภาพแน่นอน หลังจากนั้นจึงตัดสินใจซื้อขายกัน ซึ่งยังมีโรงงานอีกหลายแห่งที่กำลังพยายามปรับปรุงประสิทธิภาพระบบการจัดการและการบริหาร เพื่อให้ได้มาตรฐานไอเอสโอด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการตลาดถุงมือยาง

การจำหน่ายถุงมือยางของไทยส่วนใหญ่จะส่งออกจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ มีการจำหน่ายในประเทศเพียงเล็กน้อย บริษัทขนาดใหญ่มักจะผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ เช่น บริษัท แอนเซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด จะผลิตถุงมือยางจำหน่ายต่างประเทศทั้งหมด แม้จะได้รับ การยกเว้นจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนให้สามารถจำหน่ายถุงมือยางในประเทศได้ร้อยละ 3 ก็ตาม ส่วนบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กจะผลิตเพื่อการส่งออกและจำหน่ายในประเทศ โดยมี ช่องทางการตลาดของตลาดในประเทศและต่างประเทศดังนี้

การจำหน่ายถุงมือยางในประเทศไทย (สุรารัตน์, 2529: 10) จะมีลักษณะแตกต่างกันตาม วัตถุประสงค์ของการใช้งาน เช่น จำหน่ายให้กับสถานพยาบาล โรงงานอุตสาหกรรมโดยตรง และการจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายให้กับลูกค้ารายย่อย โดยผลิตตามคำสั่งซื้อ ซึ่งระบุปริมาณ ชนิด และคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ หรือผลิตและจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนให้ กับโรงงานอุตสาหกรรมและเป็นตัวแทนส่งออก แล้วจึงจำหน่ายผ่านร้านค้าให้กับลูกค้ารายย่อย ทั่วไปอีกด้วย ซึ่งมีวิธีการจำหน่ายดังนี้ (ภาพที่ 2)

สำหรับการจำหน่ายถุงมือยางของไทยไปตลาดต่างประเทศ (ธนาวรรณและนิพนธ์, 2537) สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

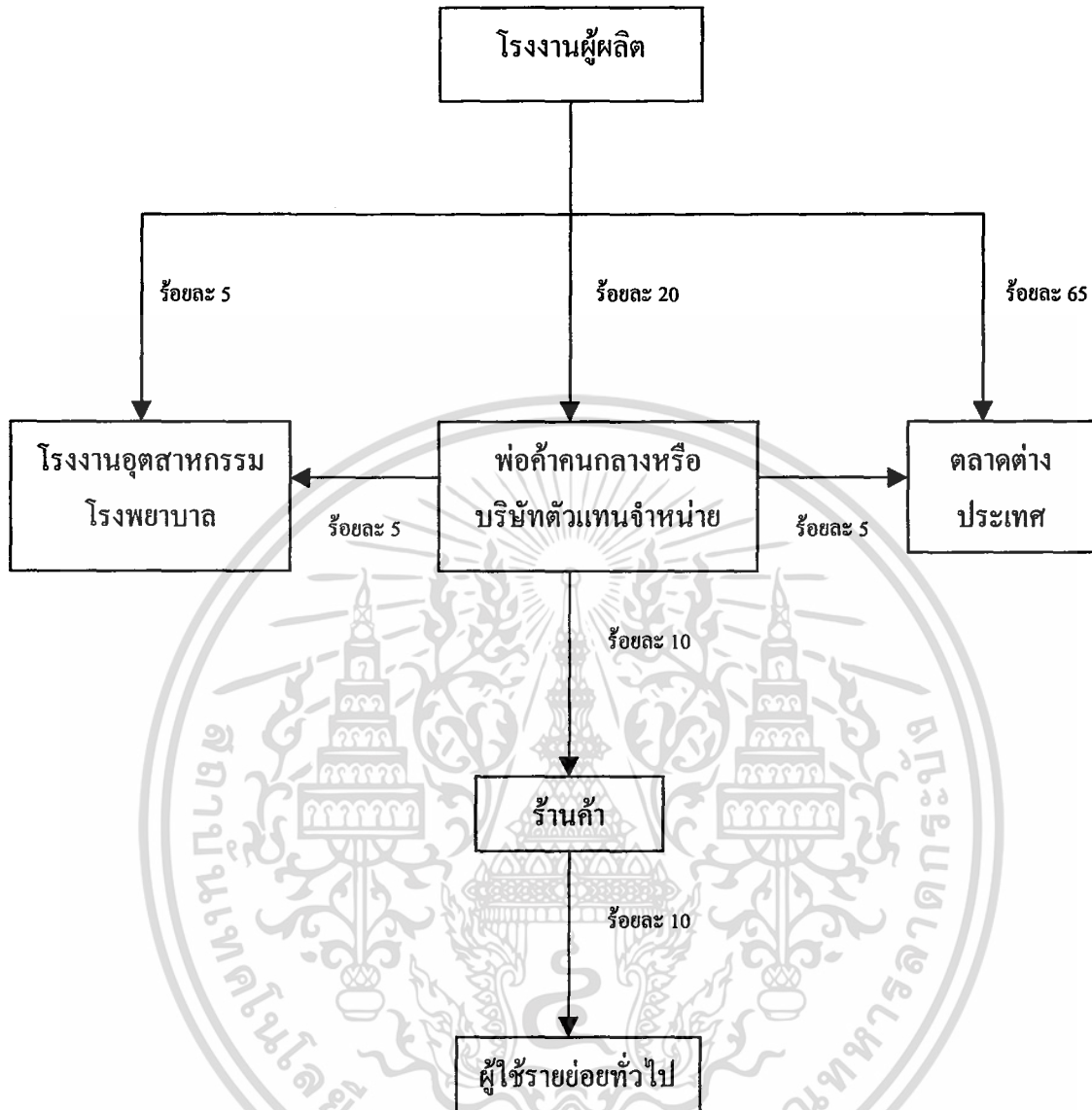
1. บริษัทขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติ มีผู้ถือหุ้นเป็นชาวต่างประเทศ มีตราสินค้า เป็นที่รู้จักและนิยมไปทั่วโลก มักจะมีฝ่ายการตลาดในแต่ละภูมิภาค ทำหน้าที่หาตลาดแล้วส่ง ใบบินค้ำมายังฝ่ายการผลิต โรงงานที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยก็จะผลิตถุงมือยางส่งให้กับบริษัทแม่ เพียงอย่างเดียวตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

2. บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก มีวิธีการจำหน่ายสินค้า 3 แบบ (ภาพที่ 3) คือ

- 2.1 จำหน่ายผ่านบริษัทการค้าระหว่างประเทศ โดยการจ่ายค่านายหน้าให้กับบริษัท เหล่านี้ประมาณร้อยละ 2-3 ของมูลค่าการขาย

- 2.2 จำหน่ายผ่านบริษัทผลิตถุงมือยางขนาดใหญ่ของไทย

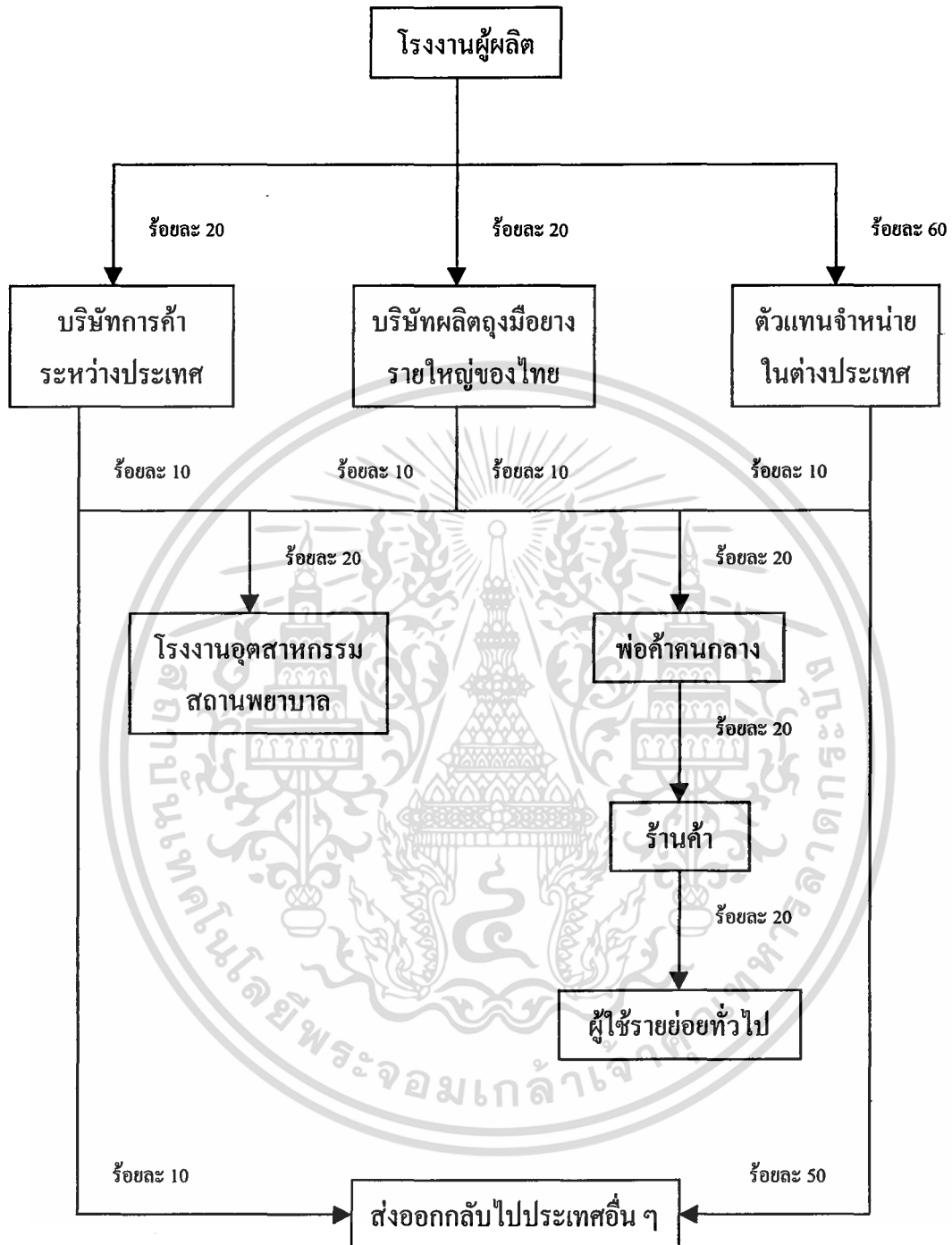
- 2.3 จำหน่ายโดยตรงให้แก่ลูกค้าต่างประเทศ โดยลูกค้าจะเข้ามาติดต่อว่าจ้างให้ผลิต ถุงมือ แล้วนำไปติดตราสินค้าเองหรือให้ผู้ผลิตติดให้ หรือผู้ผลิตไปติดต่อหาลูกค้าในต่างประเทศ เอง โดยให้ชื่อตราสินค้าของบริษัทเอง ซึ่งวิธีนี้ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จในด้านการตลาด มากที่สุด เนื่องจากความพยายามในการหาตลาดส่งออกด้วยตนเองตั้งแต่ต้น จึงทำให้ผู้ผลิตทราบถึง ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ซึ่งข้อมูลนี้จะมีประโยชน์โดยตรงต่อการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงตาม ความต้องการของลูกค้า สร้างความเชื่อถือในคุณภาพสินค้าแก่ลูกค้า และมีตราสินค้าเป็นของตนเอง



ภาพที่ 2 วิธีการจำหน่ายถุงมือยางภายในประเทศ

ที่มา: (สุธาสินี, 2533: 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 วิธีการจำหน่ายถุงมือยางไปต่างประเทศ

ที่มา: (ธนาวรรณและนิพนธ์, 2537)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดส่งออกถั่วมือยางที่สำคัญของประเทศไทย

เนื่องจากโครงสร้างอุตสาหกรรมถั่วมือยางของไทยถูกกำหนดโดยตลาดส่งออกประมาณร้อยละ 90 ของการผลิตทั้งหมด ซึ่งถั่วมือยางเกือบทั้งหมดจะถูกส่งออกไปยังประเทศที่พัฒนาแล้ว ตลาดถั่วมือยางภายในประเทศจะมีขนาดเล็กใช้เฉพาะในวงการแพทย์และบางอุตสาหกรรมเท่านั้น ตลาดที่มีการใช้ถั่วมือยางมากที่สุด คือ สหรัฐอเมริกา รองลงมา คือ เยอรมันนี สหราชอาณาจักร อิตาลี ญี่ปุ่น และมีคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศมาเลเซีย และการส่งออกถั่วมือยางนั้นมีทั้งถั่วมือที่ใช้ในทางสัณยกรรมและถั่วมืออื่น ๆ ที่ทำด้วยยาง แต่ถั่วมือยางส่วนใหญ่ที่ไทยส่งออกจะเป็นถั่วมือยางที่ใช้ในงานตรวจโรค สาเหตุที่นักลงทุนชาวต่างประเทศใช้ประเทศไทยเป็นฐานการส่งออกถั่วมือยางไปสหรัฐอเมริกา เนื่องจากประเทศไทยมีวัตถุดิบ คือ น้ำยางข้นมากที่สุดและค่าจ้างแรงงานไม่แพง และยังได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากรอีกด้วย ในขณะที่มาเลเซียเริ่มมีปัญหาวัตถุดิบไม่เพียงพอ และห้ามไม่ให้มีการนำเข้าน้ำยางข้น กอปรกับค่าจ้างแรงงานค่อนข้างสูงและเริ่มขาดแคลน จึงทำให้นักลงทุนชาวต่างประเทศสนใจเข้ามาร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการของไทย

ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา เยอรมันนีและญี่ปุ่น โดยจะกล่าวถึงตลาดส่งออกที่สำคัญของถั่วมือยางของประเทศไทย เพื่อทราบถึงภาวะการส่งออกถั่วมือยางของประเทศไทยในตลาดประเทศคู่ค้าที่สำคัญ แล้วจึงกล่าวถึงภาพรวมของการนำเข้าถั่วมือยางทั้งหมดของประเทศเหล่านี้ ทั้งจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งอื่น ๆ เพื่อทราบถึงความต้องการถั่วมือยางและภาวะการแข่งขันในประเทศเหล่านี้

ด้านการส่งออกถั่วมือยางของไทยมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี (ตารางที่ 4) จากปี พ.ศ. 2536 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3,717.20 ล้านบาท เป็น 12,828.80 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2541 และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.07 เมื่อพิจารณาในด้านตลาดส่งออกถั่วมือยางของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยของถั่วมือยางของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2541 พบว่า ตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุด 3 ตลาดแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี ญี่ปุ่น

สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกถั่วมือยางของประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541 มากเป็นอันดับหนึ่ง เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกถั่วมือยางไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าเพิ่มขึ้นจาก 1,926.80 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2536 เป็น 7,342.90 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.89 ต่อปี (ตารางที่ 4) ในด้านสัดส่วนการส่งออกถั่วมือยางจากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.83 ในปี พ.ศ. 2536 เป็นร้อยละ 57.24 ของมูลค่าการส่งออกถั่วมือยางทั้งหมดของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 มูลค่าและอัตราการขยายตัวของตลาดส่งออกถุงมือยาง 10 ประเทศแรกของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2541

ประเทศผู้นำเข้า	2536	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
สหรัฐอเมริกา							
มูลค่า (ล้านบาท)	1,926.80	1,657.40	2,265.50	3,562.70	4,498.70	7,342.90	3,542.33
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		(13.98)	36.69	57.26	26.27	63.22	33.89
เยอรมันนี							
มูลค่า (ล้านบาท)	268.40	388.50	454.90	605.80	859.00	1,353.50	655.02
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		44.75	17.09	33.17	41.80	57.57	38.88
สหราชอาณาจักร							
มูลค่า (ล้านบาท)	144.30	163.90	191.10	255.10	340.60	432.40	254.57
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		13.58	16.60	33.49	33.52	26.95	24.83
อิตาลี							
มูลค่า (ล้านบาท)	68.90	128.50	142.70	186.10	283.60	413.30	203.85
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		86.50	11.05	30.41	52.39	45.73	45.22
ฝรั่งเศส							
มูลค่า (ล้านบาท)	45.60	88.00	128.40	180.80	240.90	334.60	169.72
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		92.98	45.91	40.81	33.24	38.90	50.37
สเปน							
มูลค่า (ล้านบาท)	45.20	114.10	132.70	102.80	250.40	330.30	162.58
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		52.43	16.30	(22.53)	143.58	31.91	44.34
ญี่ปุ่น							
มูลค่า (ล้านบาท)	223.70	229.30	258.80	235.50	279.60	321.70	258.10
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		2.50	12.87	(9.00)	18.73	15.06	8.03

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเทศผู้นำเข้า	2536	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
บราซิล							
มูลค่า (ล้านบาท)	9.60	12.90	37.90	133.40	185.10	290.80	111.62
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		34.38	193.80	251.98	38.76	57.10	115.20
ออสเตรเลีย							
มูลค่า (ล้านบาท)	112.20	181.50	178.40	214.80	177.10	211.60	179.27
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		61.76	(1.71)	20.40	(17.55)	19.48	16.48
แคนาดา							
มูลค่า (ล้านบาท)	143.50	142.20	176.00	252.50	224.00	204.90	190.52
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		(0.91)	23.77	43.47	(11.29)	(8.53)	9.30
รวม 10 ประเทศ							
มูลค่า (ล้านบาท)	2,988.20	3,106.30	3,966.30	5,729.40	7,338.90	11,236.00	5,727.52
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		3.95	27.69	44.45	28.09	53.10	31.46
อื่นๆ							
มูลค่า (ล้านบาท)	729	688.10	1,110.20	897.40	1,271.10	1,592.80	1,048.10
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		(5.61)	61.34	(19.17)	41.64	25.31	20.70
รวมทุกประเทศ							
มูลค่า (ล้านบาท)	3,717.20	3,794.40	5,076.50	6,626.80	8,610.00	12,828.80	6,775.62
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		2.08	33.79	30.54	29.93	49.00	29.07

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ค)

ตารางที่ 5 สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกถูงมือยางของประเทศไทย จำแนกตามประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2541

ประเทศผู้ส่งออก	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	51.83	43.68	44.63	53.76	52.25	57.24
เยอรมันนี	7.22	10.24	8.96	9.14	9.98	10.55
สหราชอาณาจักร	3.88	4.32	3.76	3.85	3.96	3.37
อิตาลี	1.85	3.39	2.81	2.81	3.29	3.22
ฝรั่งเศส	1.23	2.32	2.53	2.73	2.80	2.61
สเปน	1.22	3.01	2.61	1.55	2.91	2.57
ญี่ปุ่น	6.02	6.04	5.10	3.55	3.25	2.51
บราซิล	0.26	0.34	0.75	2.01	2.15	2.27
ออสเตรเลีย	3.02	4.78	3.51	3.65	2.06	1.65
แคนาดา	3.86	3.75	3.47	3.81	2.60	1.60
อื่นๆ	19.61	18.13	21.87	13.54	14.76	12.42
รวมทุกประเทศ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 4)

เยอรมันนี เป็นตลาดส่งออกถุงมือยางที่มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541 มากเป็นอันดับที่ 2 ส่วนมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2541 เท่ากับ 655.02 ล้านบาท ต่อปี มูลค่าการส่งออกถุงมือยางไปยังประเทศเยอรมันนีเพิ่มขึ้นจาก 268.40 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2536 เป็น 1,353.50 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.88 ต่อปี (ตารางที่ 4) ในด้านสัดส่วนการส่งออกถุงมือยางของไทยไปยังประเทศเยอรมันนีเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.22 ในปี พ.ศ. 2536 เป็นร้อยละ 10.55 ของมูลค่าการส่งออกถุงมือยางทั้งหมดของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 5)

ประเทศญี่ปุ่น เป็นตลาดส่งออกถุงมือยางที่มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541 เป็นอันดับที่ 3 รองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและเยอรมันนี ส่วนมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541 มีค่าเท่ากับ 258.10 ล้านบาทต่อปี มูลค่าการส่งออกถุงมือยางไปยังประเทศญี่ปุ่น เพิ่มขึ้นจาก 223.70 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2536 เป็น 321.70 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.03 ต่อปี (ตารางที่ 4) ในด้านสัดส่วนการส่งออกถุงมือยางจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นลดลงจากร้อยละ 6.02 ในปี พ.ศ. 2536 เป็นร้อยละ 2.51 ของมูลค่าการส่งออกถุงมือยางทั้งหมดของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 5)

เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของตลาดส่งออกถุงมือยางจากประเทศไทยทั้ง 3 ประเทศ จากสัดส่วนครองตลาดส่งออกถุงมือยางจากไทย พบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพสูงที่สุด เนื่องจากมีส่วนครองตลาดมูลค่าการส่งออกถุงมือยางจากประเทศไทยสูงที่สุดถึงร้อยละ 57.24 ในปี พ.ศ. 2541 และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูง แต่มีอัตราการขยายตัวในแต่ละปีไม่แน่นอน ประเทศเยอรมันนี เป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพสูงเป็นอันดับที่ 2 รองจากประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากมีส่วนครองตลาดมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากสหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนครองตลาดอยู่ ร้อยละ 10.55 ในปี พ.ศ. 2541 และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่สูง ส่วนประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีศักยภาพการส่งออกสูงเป็นอันดับที่ 7 เนื่องจากมีส่วนครองตลาดอยู่เพียงร้อยละ 2.51 แต่มีการขยายตัวในด้านมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

ภาวะตลาดนำเข้าถุงมือยางของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย

ปัจจุบันตลาดหลักของถุงมือยาง คือ ตลาดต่างประเทศ และประเทศไทยมีตลาดหลักที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี ญี่ปุ่น ซึ่งจะทำการพิจารณามูลค่าและสัดส่วนการนำเข้าถุงมือยางของแต่ละตลาด และเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งต่าง ๆ ของไทยว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการส่งออกถุงมือยางไปยังประเทศคู่ค้าได้มากกว่าหรือน้อยกว่ากัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาวะตลาดนำเข้าถูงมือยางของประเทศสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกา เป็นประเทศผู้นำเข้าถูงมือยางจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก สำหรับมูลค่าการนำเข้าถูงมือยางของสหรัฐอเมริกา ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2534-2541 พบว่า มูลค่าการตลาดนำเข้าถูงมือยางของสหรัฐอเมริกาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีจาก 275 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2534 เพิ่มขึ้นเป็น 1,057.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 22.45 ต่อปี เนื่องจากในปี พ.ศ. 2535 มีอัตราการขยายตัวสูงสุดถึงร้อยละ 59.60 จึงทำให้ค่าเฉลี่ยของอัตราการขยายตัวสูง (ตารางที่ 6)

ประเทศมาเลเซีย เป็นประเทศที่สหรัฐอเมริกานำเข้าถูงมือยางมากที่สุด เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าถูงมือยางจากมาเลเซียแล้ว พบว่า มูลค่าการนำเข้ามีมูลค่าสูงขึ้นทุกปี โดยมีมูลค่าเท่ากับ 172.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2534 เพิ่มขึ้นเป็น 647.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 แต่อัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าลดลง จากปี พ.ศ. 2535 มีค่าเท่ากับร้อยละ 67.41 ลดลงเหลือร้อยละ 8.91 ในปี พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 6) ในด้านสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าถูงมือยางของสหรัฐอเมริกาจากประเทศมาเลเซีย ในช่วงระยะปี พ.ศ. 2534-2541 มีมูลค่าสูงขึ้นทุกปี จากร้อยละ 62.57 ในปี พ.ศ. 2534 เป็นร้อยละ 70.21 ของมูลค่าการนำเข้าถูงมือยางทั้งหมดของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2538 แต่ปี พ.ศ. 2541 มีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าจากมาเลเซียลดลงเหลือร้อยละ 61.22 เนื่องจากเสียสัดส่วนให้กับประเทศไทย (ตารางที่ 7)

ประเทศไทย เป็นประเทศที่สหรัฐอเมริกานำเข้าถูงมือยางมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากมาเลเซีย แต่เป็นผู้นำเข้ารายเล็กเมื่อเทียบกับประเทศมาเลเซีย สหรัฐอเมริกานำเข้าจากประเทศไทยไม่เกินร้อยละ 16 ของปริมาณนำเข้าถูงมือยางทั้งหมด มูลค่าการนำเข้าถูงมือยางจากไทยนั้นมีค่าเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ยกเว้น ปี พ.ศ. 2537 ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้ามูลค่าลดลง แต่ในปี พ.ศ. 2539-2541 มีมูลค่าการส่งออกสูงขึ้นมาก ทำให้อัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าถูงมือยางจากไทยสูงขึ้นมากกว่าอัตราการขยายตัวของตลาดเกือบทุกปี (ตารางที่ 6) ในด้านสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าถูงมือยางของสหรัฐอเมริกาจากไทยสูงขึ้นในช่วงระยะปี พ.ศ. 2534-2536 และลดลงในปี พ.ศ. 2537 แต่ก็สูงขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2538-2541 (ตารางที่ 7)

ประเทศจีน เป็นประเทศที่สหรัฐอเมริกานำเข้าถูงมือยางมากเป็นอันดับที่ 4 รองจากประเทศมาเลเซีย ไทยและอินโดนีเซีย และเป็นผู้นำเข้ารายเล็กเช่นเดียวกับประเทศไทย โดยมีมูลค่าการนำเข้าถูงมือยางจากจีนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี แม้ว่าในปี พ.ศ. 2537 จะมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าต่ำ แต่โดยเฉลี่ยแล้วสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าถูงมือยางจากจีนสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของมูลค่าตลาดนำเข้ารวมของสหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 6) ในด้านสัดส่วนมูลค่าการนำเข้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 มูลค่าและอัตราการขยายตัวการนำเข้าถลุงมือยางทุกประเภทของประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541¹

ประเทศผู้ส่งออก	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
มาเลเซีย									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	172,063	288,044	372,234	421,843	533,894	601,273	594,129	647,094	453,821.75
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		67.41	29.23	13.23	26.67	12.62	(1.19)	8.91	22.41
ไทย									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	34,038	58,083	80,199	65,026	84,155	141,255	146,482	222,464	103,962.75
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		70.64	38.08	(18.92)	29.42	67.82	3.70	51.87	34.66
อินโดนีเซีย									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	5,354	16,469	22,031	23,010	34,022	57,137	63,711	68,752	36,310.75
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		207.60	33.77	4.44	47.86	67.94	11.51	7.91	54.43
จีน									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	8,750	9,796	16,067	17,457	20,711	38,704	36,881	39,188	23,444.25
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		11.95	64.02	8.65	18.64	86.88	(4.71)	6.26	27.38
ฮ่องกง									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	383	402	267	136	371	228	811	250	356
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		4.96	(33.58)	(49.06)	172.79	(38.54)	255.70	(69.17)	34.73
อื่น ๆ									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	54,415	66,120	72,943	78,843	87,231	92,404	77,874	79,328	76,144.75
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		21.51	10.32	8.09	10.64	5.93	(15.72)	1.87	6.09
รวมทุกประเทศ									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	275,003	438,914	563,741	606,315	760,384	931,001	919,888	1,057,076	694,040.25
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		59.60	28.44	7.55	25.41	22.44	(1.19)	14.91	22.45

หมายเหตุ ¹ จากไมโครพิกซ์ รหัส SITC M 84822 และรหัสฮาร์โมนี 4015110003 และ 4015190000

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ง)

ตารางที่ 7 สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าดูมมือขงทุกประเภทของประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541

ประเทศผู้ส่งออก	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
มาเลเซีย	62.57	65.63	66.03	69.52	70.21	64.58	64.59	61.22
ไทย	12.38	13.23	14.23	10.72	11.07	15.17	15.92	21.05
อินโดนีเซีย	1.95	3.75	3.91	3.80	4.47	6.14	6.93	6.50
จีน	3.18	2.23	2.85	2.88	2.72	4.16	4.01	3.71
ฮ่องกง	0.14	0.09	0.05	0.02	0.05	0.02	0.09	0.02
อื่น ๆ	19.79	15.06	12.94	13.00	11.47	9.93	8.47	7.50
รวมทุกประเทศ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 6)

ถูงมีอย่างของสหรัฐอเมริกาจากไทยสูงขึ้นในช่วงระยะปี พ.ศ. 2534-2536 และลดลงในปี พ.ศ. 2537 แต่ที่สูงขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2538-2541 (ตารางที่ 7)

ประเทศจีน เป็นประเทศที่สหรัฐอเมริกานำเข้าถูงมีอย่างมากเป็นอันดับที่ 4 รองจากประเทศมาเลเซีย ไทยและอินโดนีเซีย และเป็นผู้นำเข้ารายเล็กเช่นเดียวกับประเทศไทย โดยมีมูลค่าการนำเข้าถูงมีอย่างจากจีนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี แม้ว่าในปี พ.ศ. 2537 จะมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าต่ำ แต่โดยเฉลี่ยแล้วสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าถูงมีอย่างจากจีนสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของมูลค่าตลาดนำเข้ารวมของสหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 6) ในด้านสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าถูงมีอย่างของสหรัฐอเมริกาจากจีนเพิ่มสูงขึ้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535-2537 และลดลงในปี พ.ศ. 2538 แต่ที่สูงขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2539 และค่อยลดลงเรื่อย ๆ (ตารางที่ 7)

เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการนำเข้าถูงมีอย่างของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศทั้งสามแล้ว พบว่า ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้าสูงสุด เนื่องจากมีส่วนแบ่งมูลค่าการตลาดนำเข้าถูงมีอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกาสูงที่สุดถึงร้อยละ 61.22 ในปี พ.ศ. 2541 และขยายตัวทั้งในด้านมูลค่าการส่งออกและอัตราการขยายตัว ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้าถูงมีอย่างรองลงมาจากประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมีส่วนแบ่งมูลค่าการตลาดนำเข้าถูงมีอย่างมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากมาเลเซีย โดยมีสัดส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 21.05 ในปี พ.ศ. 2541 และประเทศไทยมีการขยายตัวทั้งในด้านมูลค่าการส่งออกและอัตราการขยายตัวสูง ส่วนประเทศจีน เป็นประเทศที่มีความสามารถรองจากมาเลเซียและไทย เนื่องจากมีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 3.71 แต่จีนมีการขยายตัวทั้งในด้านมูลค่าการส่งออกและอัตราการขยายตัวสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย

ภาวะตลาดนำเข้าถูงมีอย่างของประเทศเยอรมันนี

เยอรมันนีเป็นประเทศที่มีความเจริญทั้งทางด้านการแพทย์ และด้านอุตสาหกรรม ทำให้มีความต้องการใช้ถูงมีอย่างสูง สำหรับมูลค่าการตลาดนำเข้าถูงมีอย่างของเยอรมันนี ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2534-2541 พบว่า มูลค่าการตลาดนำเข้าถูงมีอย่างสูงขึ้นทุกปี ยกเว้น ปี พ.ศ. 2536 ซึ่งมีมูลค่าลดลงจากปี พ.ศ. 2535 เล็กน้อย โดยในปี พ.ศ. 2534 มีมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 96.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐและเพิ่มสูงขึ้นเป็น 159.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539 อัตราการขยายตัวของมูลค่าตลาดนำเข้าถูงมีอย่างของเยอรมันนีในช่วงปี พ.ศ. 2535-2541 มีค่าไม่แน่นอน โดยในปี พ.ศ. 2535 มีอัตราการขยายตัวสูงสุด และในปี พ.ศ. 2536 มูลค่าตลาดได้ลดลง ทำให้อัตราการขยายตัวเป็นลบ ตลาดนำเข้าหรือมูลค่าความต้องการนำเข้าหดตัวลง แต่ก็เพิ่มขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2537-2538 และในปี พ.ศ. 2540

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าตลาดนำเข้าลดลง โดยมีอัตราการขยายตัวต่ำซึ่งมีค่าเป็นลบ เมื่อเทียบกับอัตราการขยายตัวของมูลค่าตลาดนำเข้าถุงมือยางเฉลี่ยของเยอรมันนี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 8.40 ต่อปี (ตารางที่ 8)

ประเทศเยอรมันนีนำเข้าถุงมือยางจากมาเลเซียมากเป็นอันดับ 1 ในด้านมูลค่าการนำเข้าถุงมือยางของประเทศเยอรมันนีจากมาเลเซียมีค่าเพิ่มสูงขึ้นทุกปีตามมูลค่าตลาดนำเข้าของเยอรมันนีที่เพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2534 เยอรมันนีนำเข้าถุงมือยางจากมาเลเซียในมูลค่า 39.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเพิ่มขึ้นจนปี พ.ศ. 2539 มีมูลค่าเท่ากับ 68.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีมูลค่าลดลงในปี พ.ศ. 2540 โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าถุงมือยางจากมาเลเซียเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.36 ซึ่งต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของมูลค่านำเข้ารวมของเยอรมันนี (ตารางที่ 8) สำหรับสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าถุงมือยางจากประเทศมาเลเซียมีค่าเท่ากับร้อยละ 38.18-42.99 ของมูลค่าที่เยอรมันนีนำเข้าทั้งหมด โดยมีสัดส่วนมูลค่านำเข้าในปี พ.ศ. 2534 เท่ากับร้อยละ 40.72 และลดลงเป็นร้อยละ 38.18 ในปี พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 9)

ประเทศไทย เป็นประเทศที่เยอรมันนีนำเข้าถุงมือยางมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากมาเลเซีย เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าถุงมือยางจากไทยนั้นมีค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 โดยในปี พ.ศ. 2534 เยอรมันนีมีมูลค่าการนำเข้าถุงมือยางจากไทยเท่ากับ 11.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเพิ่มขึ้นเป็น 38.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าถุงมือยางจากไทยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 19.21 ซึ่งสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของมูลค่าการนำเข้ารวมของเยอรมันนี และมาเลเซีย (ตารางที่ 8) ในด้านสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าถุงมือยางของจากไทยในช่วงปี พ.ศ. 2534-2541 มีค่าร้อยละ 9.32-23.70 ของมูลค่าที่เยอรมันนีนำเข้าทั้งหมด โดยมีสัดส่วนมูลค่านำเข้าในปี พ.ศ. 2534 เท่ากับร้อยละ 12.10 และเพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 23.70 ในปี พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 9)

ประเทศจีน เป็นประเทศที่เยอรมันนีนำเข้าถุงมือยางเป็นอันดับที่ 4 รองจากประเทศมาเลเซีย ไทยและศรีลังกา เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าถุงมือยางของประเทศเยอรมันนีจากประเทศจีนแล้วพบว่า มูลค่าการนำเข้าไม่แน่นอน คือ มีค่าความต้องการนำเข้าขึ้น-ลงทุกปี ในปี พ.ศ. 2534 มีมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 2.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 4.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 16.11 ทั้งนี้เนื่องจากในปี พ.ศ. 2538 และ 2541 มีอัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนสูงขึ้นมาก จึงส่งผลให้ประเทศจีนมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของมูลค่าการนำเข้าถุงมือยางไปยังประเทศเยอรมันนีสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของมูลค่าการนำเข้ารวมของเยอรมันนี (ตารางที่ 8) ในด้านสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าถุงมือยางนั้น จีนมีสัดส่วนลดลงโดยในปี พ.ศ. 2536 มีค่าเท่ากับร้อยละ 3.52 แต่ในปี พ.ศ. 2541 ลดลงเหลือเพียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 มูลค่าและอัตราการขยายตัวการนำเข้าถลุงมือยางทุกประเภทของประเทศเยอรมันนี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541¹

ประเทศผู้ส่งออก	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
มาเลเซีย									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	39,219	48,386	50,189	54,254	66,620	68,586	60,936	61,984	56,271.75
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		23.37	3.73	8.10	22.79	2.95	(11.15)	1.72	7.36
ไทย									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	11,653	11,664	12,467	17,265	20,791	25,631	29,902	38,473	20,980.75
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		0.09	6.88	38.49	20.42	23.28	16.66	28.66	19.21
ศรีลังกา									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	1,137	1,075	2,743	3,596	4,254	5,517	11,652	7,302	4,659.50
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		(5.45)	155.16	31.10	18.30	29.69	111.20	(37.33)	43.24
จีน									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	2,168	2,946	4,126	4,488	7,394	5,239	4,216	4,722	4,412.38
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		35.89	40.05	8.77	64.75	(29.15)	(19.53)	12.00	16.11
อินโดนีเซีย									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	111	617	1,159	1,366	4,102	3,958	4,569	4,536	2,552.25
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		455.86	87.84	17.86	200.29	(3.51)	15.44	(0.72)	110.44
อื่น ๆ									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	42,029	60,496	46,524	49,288	55,049	50,599	46,076	45,323	49,423
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		43.94	(23.10)	5.94	11.69	(8.08)	(8.94)	(1.63)	2.83
รวมทุกประเทศ									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	96,317	125,184	117,208	130,257	158,210	159,530	157,351	162,340	138,299.62
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		29.97	(6.37)	11.13	21.46	0.83	(1.37)	3.17	8.40

หมายเหตุ ¹ จากไมโครพีซ รหัส SITC M 84822 และรหัสฮาร์โมนี 4015110003 และ 4015190000

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541จ)

ตารางที่ 9 สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าดูมมือยางทุกประเภทของประเทศเยอรมันนี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541

ประเทศผู้ส่งออก	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
มาเลเซีย	40.72	38.65	42.82	41.65	42.11	42.99	38.73	38.18
ไทย	12.10	9.32	10.64	13.25	13.14	16.07	19.00	23.70
ศรีลังกา	1.18	0.86	2.34	2.76	2.69	3.46	7.41	4.50
จีน	2.25	2.35	3.52	3.45	4.67	3.28	2.68	2.91
อินโดนีเซีย	0.12	0.49	0.99	1.05	2.59	2.48	2.90	2.79
อื่น ๆ	43.64	48.33	39.69	37.84	34.79	31.72	29.28	27.92
รวมทุกประเทศ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 8)

ร้อยละ 2.91 ของมูลค่าการนำเข้าถูงมืออย่างทั้งหมดของเยอรมันนี (ตารางที่ 9)

เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการนำเข้าถูงมืออย่างของประเทศเยอรมันนีจากประเทศทั้งสามแล้ว พบว่า ประเทศมาเลเซีย เป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้าถูงมืออย่างที่สุด เนื่องจากมีส่วนแบ่งมูลค่าการตลาดนำเข้าถูงมืออย่างในประเทศเยอรมันนีสูงที่สุดถึงร้อยละ 38.18 ในปี พ.ศ. 2541 และขยายตัวทั้งในด้านมูลค่าการส่งออกและมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่ำกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของประเทศเยอรมันนี ประเทศไทย เป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้าถูงมืออย่างรองลงมาจากประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมีส่วนแบ่งมูลค่าการตลาดนำเข้าถูงมืออย่างมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากมาเลเซีย โดยมีสัดส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 23.70 ในปี พ.ศ. 2541 แต่ประเทศไทยมีการขยายตัวทั้งในด้านมูลค่าการส่งออก และอัตราการขยายตัวที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศมาเลเซีย ส่วนประเทศจีน เป็นประเทศที่มีความสามารถรองจากมาเลเซีย ไทยและศรีลังกา เนื่องจากมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 2.91 ในปี พ.ศ. 2541 แต่ประเทศจีนมีความไม่แน่นอนในความสามารถในการส่งออกถูงมืออย่างไปประเทศเยอรมันนี เนื่องจากมีส่วนแบ่งตลาดและอัตราการขยายตัวที่ไม่แน่นอน แต่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูงกว่าอัตราการขยายตัวของประเทศเยอรมันนี

ภาวะตลาดนำเข้าถูงมืออย่างของประเทศญี่ปุ่น

ญี่ปุ่น เป็นตลาดถูงมืออย่างในเอเชียที่ประเทศไทยส่งออกมากที่สุด แต่ถ้าเทียบมูลค่าการส่งออกถูงมืออย่างของไทยทั้งหมดแล้ว ในปี พ.ศ. 2541 ญี่ปุ่นอยู่ในอันดับที่ 7 ซึ่งญี่ปุ่นนำเข้าถูงมืออย่างจากไทยเป็นอันดับที่ 2 รองจากมาเลเซีย สำหรับมูลค่าการนำเข้าถูงมืออย่างของประเทศญี่ปุ่น ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2534-2541 มีค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2534 มีมูลค่าการตลาดนำเข้าเท่ากับ 31.45 ล้านเหรียญสหรัฐ และเพิ่มขึ้นจนปี พ.ศ. 2539 มีมูลค่าเท่ากับ 75.45 ล้านเหรียญสหรัฐ และลดลงในปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่าเท่ากับ 69.86 ล้านเหรียญสหรัฐ แต่มูลค่าความต้องการนำเข้าเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าในปี พ.ศ. 2534 เท่ากับร้อยละ 26.05 และขยายตัวลดลงอย่างต่อเนื่องทุกปี จนปี พ.ศ. 2539 มีอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 9.37 และในปี พ.ศ. 2541 มีอัตราการขยายตัวเป็นลบเท่ากับร้อยละ 1.61 แต่โดยเฉลี่ยแล้วในช่วง 8 ปี มีอัตราการขยายตัวเท่ากับร้อยละ 12.71 (ตารางที่ 10)

ประเทศญี่ปุ่น มีมูลค่านำเข้าถูงมืออย่างจากประเทศมาเลเซียมากเป็นอันดับที่ 1 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมดของประเทศ เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าถูงมืออย่างของประเทศญี่ปุ่นจากมาเลเซียในช่วงปี พ.ศ. 2534-2541 มีค่าสูงขึ้นและลดลงอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยมีค่าเท่ากับ 51.41 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539 และลดลงเป็น 43.44 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 มูลค่าและอัตราการขยายตัวการนำเข้าจากมือของทุกประเภทของประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541¹

ประเทศผู้ส่งออก	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	เฉลี่ย
มาเลเซีย									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	16,275	21,757	29,469	36,300	43,171	51,406	48,454	43,438	36,283.75
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		33.68	35.45	23.18	18.93	19.08	(5.74)	(10.35)	16.32
ไทย									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	6,222	7,206	8,706	9,589	10,164	9,383	9,613	11,935	9,102.25
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		15.81	20.82	10.14	6.00	(7.68)	24.51	24.15	13.39
สหรัฐอเมริกา									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	4,681	4,386	4,671	4,856	5,164	4,356	4,243	5,825	4,772.75
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		(6.30)	6.50	3.96	6.34	(15.65)	(2.59)	37.28	4.22
ออสเตรเลีย									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	1,285	1,478	1,492	1,521	2,311	2,260	2,086	1,643	1,759.50
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		15.02	0.95	1.94	51.94	(2.21)	(7.70)	(21.24)	5.53
จีน									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	43	253	262	369	889	1,145	724	1,608	661.63
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		488.37	3.56	40.84	140.92	28.80	(36.77)	122.10	112.55
อื่น ๆ									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	2,943	4,560	5,140	4,562	7,286	6,896	5,882	5,411	5,335
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		54.94	12.72	(11.25)	59.71	(5.35)	(14.7)	(8.01)	12.58
รวมทุกประเทศ									
มูลค่า (พันเหรียญสหรัฐ)	31,449	39,640	49,740	57,197	68,985	75,446	71,002	69,860	57,914.88
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		26.05	25.48	14.99	20.61	9.37	(5.89)	(1.61)	12.71

หมายเหตุ ¹ จากไมโครฟิช รหัส SITC M 84822 และรหัสฮาร์โมนี 4015110003 และ 4015190000

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ด)

มูลค่าตลาดนำเข้าถั่วมีอย่างของประเทศญี่ปุ่นทั้งหมด (ตารางที่ 10) ในด้านสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าถั่วมีอย่างจากประเทศมาเลเซีย มีค่าสูงมากโดยในปี พ.ศ. 2534 มีค่าเท่ากับร้อยละ 51.75 ของมูลค่าการนำเข้าถั่วมีอย่างทั้งหมด และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนมีค่าเท่ากับร้อยละ 68.14 ในปี พ.ศ. 2539 และลดลงในปี พ.ศ. 2541 จนมีค่าเท่ากับร้อยละ 62.18 (ตารางที่ 11)

ประเทศไทย เป็นประเทศที่ญี่ปุ่นนำเข้าถั่วมีอย่างมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากมาเลเซีย เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าถั่วมีอย่างของประเทศญี่ปุ่นจากไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 มีค่าเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2534 มีมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 6.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเป็น 10.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 และลดลงในปี พ.ศ. 2539 เหลือเท่ากับ 9.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเพิ่มขึ้นเป็น 11.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ย 8 ปีเท่ากับร้อยละ 13.39 ต่อปี ซึ่งมีค่าสูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของมูลค่าการนำเข้าถั่วมีอย่างทุกชนิดของประเทศญี่ปุ่น (ตารางที่ 10) ในด้านสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าถั่วมีอย่างของญี่ปุ่นจากไทยมีค่าเท่ากับร้อยละ 19.78 ในปี พ.ศ. 2534 และลดลงอย่างต่อเนื่องจนเหลือเพียงร้อยละ 12.44 ในปี พ.ศ. 2539 แต่ก็สูงขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2541 เป็นร้อยละ 17.08 (ตารางที่ 11)

ประเทศจีน เป็นประเทศที่ญี่ปุ่นมีมูลค่านำเข้าถั่วมีอย่างมากเป็นอันดับที่ 5 รองจากประเทศมาเลเซีย ไทย สหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าถั่วมีอย่างของญี่ปุ่นจากจีนมีค่าเพิ่มสูงขึ้นจากเพียง 0.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2534 เพิ่มขึ้นเป็น 1.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวสูงทุกปี ยกเว้น ปี พ.ศ. 2540 ที่มีอัตราการหดตัวหรืออัตราการขยายตัวเป็นลบ แต่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยในช่วง 8 ปี เท่ากับร้อยละ 112.55 (ตารางที่ 10) สำหรับสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าถั่วมีอย่างจากจีนของประเทศญี่ปุ่นมีการขยายตัว โดยมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 0.14 ในปี พ.ศ. 2534 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 2.30 ในปี พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 11)

เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการนำเข้าถั่วมีอย่างของประเทศญี่ปุ่นจากทั้งสามประเทศแล้วพบว่า ประเทศมาเลเซีย เป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้าสูงที่สุด เนื่องจากมีส่วนแบ่งมูลค่าการตลาดนำเข้าถั่วมีอย่างในประเทศญี่ปุ่นสูงที่สุดถึงร้อยละ 62.18 ในปี พ.ศ. 2541 และยังมี การขยายตัวทั้งมูลค่าการส่งออกและอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น ประเทศไทย เป็นประเทศที่มีความสามารถในการนำเข้าถั่วมีอย่างรองลงมาจากประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมีส่วนแบ่งมูลค่าการตลาดนำเข้าถั่วมีอย่างไปประเทศญี่ปุ่นมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากประเทศมาเลเซีย โดยมีสัดส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 17.08 ในปี พ.ศ. 2541 โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งมูลค่าการตลาดนำเข้าเพิ่มขึ้น แต่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าถั่วมีอย่างไปประเทศญี่ปุ่นลดลงโดยตลอด ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากประเทศมาเลเซียมีการพัฒนาในอุตสาหกรรมมานานกว่าไทย ทำให้สินค้ามีคุณภาพมากกว่า และแย่งส่วนแบ่งการตลาดของไทยไป ส่วนประเทศจีน เป็นประเทศที่มีความสามารถใน

ตารางที่ 11 สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าถูงมือยางทุกประเภทของประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541

ประเทศผู้ส่งออก	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
มาเลเซีย	51.75	54.89	59.25	63.46	62.58	68.14	68.24	62.18
ไทย	19.78	18.18	17.50	16.76	14.73	12.44	13.54	17.08
สหรัฐอเมริกา	14.88	11.06	9.39	8.49	7.49	5.77	5.98	8.34
ออสเตรเลีย	4.09	3.73	3.00	2.66	3.35	3.00	2.94	2.35
จีน	0.14	0.64	0.53	0.65	1.29	1.52	1.02	2.30
อื่น ๆ	9.36	11.50	10.33	7.98	10.56	9.14	8.28	7.75
รวมทุกประเทศ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 10)

การนำเข้าถั่วมือง่ายไปญี่ปุ่นเป็นอันดับที่ 5 รองจากมาเลเซีย ไทย สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย เนื่องจากมีส่วนแบ่งมูลค่าตลาดนำเข้าเพียงร้อยละ 2.30 ในปี พ.ศ. 2541 แต่มีส่วนแบ่งมูลค่าการตลาด และอัตราการขยายตัวของการนำเข้าสูง โดยเฉพาะอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของมูลค่าการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่นจากจีน มีสูงถึงร้อยละ 112.55 ซึ่งจัดว่ามีค่าสูงมากเมื่อเทียบกับอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของตลาดนำเข้าถั่วมือง่ายของประเทศญี่ปุ่น

วิกฤตการณ์เศรษฐกิจเอเชีย ปี พ.ศ. 2540 เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อภาวะการค้าต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมถั่วมือง่าย ซึ่งผู้ผลิตรายใหญ่ คือ มาเลเซีย ไทย และอินโดนีเซีย เมื่อรวมการส่งออกของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีประมาณร้อยละ 75 ของถั่วมือง่ายในตลาดโลก การเปลี่ยนมาใช้อัตราการแลกเปลี่ยนลอยตัวของไทย ซึ่งทำให้ค่าเงินบาทลดลงจากเดิม ราคาส่งออกของถั่วมือง่ายจึงลดลง ทำให้มีปริมาณการสั่งซื้อจากต่างประเทศมาก แต่ก็ไม่ได้เกิดประโยชน์ต่อการส่งออกของอุตสาหกรรมถั่วมือง่ายมากนัก เพราะผู้ผลิตรายอื่น เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ต่างก็ประสบภาวะค่าเงินที่ลดลงด้วยกันทั้งภูมิภาค ทำให้ความได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศไม่ค่อยแตกต่างกันเท่าที่ควร ผู้ที่ได้ประโยชน์จากวิกฤตการณ์เอเชียในอุตสาหกรรมถั่วมือง่าย คือ ผู้ซื้อ ซึ่งสามารถซื้อถั่วมือง่ายในตลาดโลกได้ในราคาถูกลง เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากค่าเงินที่ลดลง

ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมถั่วมือง่าย

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของอุตสาหกรรมถั่วมือง่ายของไทย สามารถสรุปได้ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ (ธนาวรรณและนิพนธ์, 2537)

1. ปัญหาด้านเทคโนโลยีการผลิต ความหลากหลายในระดับของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่จะนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้มีปัญหาสำคัญหลายประการ อาทิเช่น

1.1 ความแตกต่างของระดับเทคโนโลยีในการผลิต บริษัทข้ามชาติหรือบริษัทที่มีการร่วมทุนจากต่างประเทศขนาดใหญ่มักมีเทคโนโลยีการผลิตในระดับสูงกว่า ในขณะที่บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กมีข้อจำกัดทางด้านการปรับปรุงเทคโนโลยี แม้ว่าเทคโนโลยีสามารถหาซื้อจากต่างประเทศได้ แต่ก็ขาดความสามารถในการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

1.2 การผลิตสินค้ามีอัตราการเสียหายสูง และมีปริมาณของเสียมาก เช่น ถั่วมือง่ายมีรูรั่ว ไม่ผ่านการตรวจสอบ ผู้ประกอบการบางรายกล่าวว่า กำไรในปัจจุบันสำหรับอุตสาหกรรมถั่วมือง่ายอยู่ที่การลดของเสียให้เหลือน้อยที่สุด ดังนั้นความชำนาญในการผลิตเทคโนโลยี จึงมีความสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 โรงงานส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 ยังไม่ได้มาตรฐานไอเอสโอ ซึ่งเป็นปัญหาต่อการส่งออกในอนาคต เพราะมาตรการที่ไม่เกี่ยวกับภาษีจะถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

2. ปัญหาด้านปัจจัยการผลิตและสาธารณูปโภค ปัญหาวัตถุดิบมีทั้งปัญหาทางด้านราคาและคุณภาพ สามารถสรุปได้ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ความไม่แน่นอนของราคาน้ำมันยางขึ้น ซึ่งขึ้นอยู่กับราคากลางโลกและการพยุงราคาของรัฐ

2.2 ความเข้มข้นของน้ำมันยางขึ้นไม่ได้มาตรฐาน บางครั้งอาจมีสิ่งสกปรกเจือปน ทำให้สินค้าที่ผลิตได้ มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน

2.3 สารเคมีที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ต้องสั่งเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง

2.4 อัตราค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น อุตสาหกรรมถุงมือยางเป็นกิจการที่ใช้แรงงานมาก คนงานเปลี่ยนงานบ่อยทำให้ขาดความชำนาญในการทำงาน ทำให้มีปริมาณของเสียสูง

2.5 สาธารณูปโภคของไทยไม่เพียงพอและมีราคาแพง ปัญหาไฟฟ้าดับบ่อย ทำให้เกิดความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ ถ้าผู้ประกอบการต้องลงทุนติดตั้งเครื่องปั่นไฟสำรอง จะทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

3. ปัญหาด้านการตลาด อุตสาหกรรมถุงมือยางของไทยถูกส่งออกร้อยละ 90 ของการผลิต การตลาดจึงเป็นส่วนสำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมนี้ ปัญหาด้านการตลาดมีหลายประเด็น ได้แก่

3.1 การแข่งขันในตลาดต่างประเทศมีสูงมาก ผู้ผลิตในตลาดต่างประเทศสามารถผลิตได้คุณภาพดีกว่า เนื่องจากมีเทคโนโลยีที่ดีกว่า และมีการพัฒนามานานกว่าไทย ทำให้สามารถจำหน่ายได้ในราคาต่ำกว่าของไทย ดังนั้นการขยายตลาดจึงทำได้ค่อนข้างจำกัด

3.2 บริษัทขนาดใหญ่ที่มีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวต่างประเทศ มักจะมีตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน ในขณะที่โรงงานขนาดกลางและขนาดเล็ก มีปัญหาในการหาตลาดต่างประเทศ จนต้องลดกำลังการผลิตลง จึงเป็นเรื่องปกติที่มักจะเห็นบริษัทขนาดใหญ่รับนโยบายจากบริษัทแม่มากกว่าที่จะให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

3.3 ผู้ประกอบการขาดข้อมูลของประเทศคู่แข่งในเรื่องปริมาณการผลิต คุณภาพ และการตลาด โดยเฉพาะข้อมูลของประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมถุงมือยาง

3.4 การกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ โดยใช้มาตรการที่ไม่เกี่ยวกับภาษี เช่น การตั้งเงื่อนไขให้โรงงานต้องได้มาตรฐานไอเอสโอ หรือการวางมาตรการเพิ่มเติมในเรื่อง ปริมาณโปรตีนในผลิตภัณฑ์จากน้ำยางธรรมชาติ ซึ่งเป็นสาเหตุของอาการแพ้ถุงมือยางทางการแพทยจาก

น้ำยาธรรมชาติของสหรัฐอเมริกา โดยมีหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านสาธารณสุข (Food and Drug Administration: FDA) คอยพิจารณาเพิ่มมาตรการการนำเข้าผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเครื่องมือที่ใช้ในทางศัลยกรรมและเครื่องมือที่ใช้ในงานตรวจโรค

3.5 การประกาศใช้เงินยูโรของกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป ในระยะแรกอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนไม่แน่นอน ทำให้ต้นทุนการบริหาร ความเสี่ยงของผู้ส่งออกและผู้นำเข้าของไทยสูงขึ้น

4. ปัญหาด้านทุน การขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุน เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่ขาดความรู้ความชำนาญ และเข้ามาดำเนินการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมดุนึ่งมือในช่วงที่ตลาดกำลังขยายตัว บริษัทเหล่านี้ต้องประสบกับภาวะขาดทุน ต้องเลิกกิจการเป็นจำนวนมาก ทำให้สถาบันการเงินไม่ยอมปล่อยกู้ให้แก่ผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุน หรือขยายโรงงานผลิตดุนึ่งมืออย่างผู้ประกอบการต้องใช้วิธีการระดมเงินทุนจากผู้ถือหุ้นด้วยตนเอง ซึ่งทำให้การขยายกิจการทำได้ไม่เต็มที่

5. ปัญหาด้านโครงสร้างภาษี แม้ว่าดุนึ่งมือจะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบในประเทศ สร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นการผลิตเพื่อส่งออก แต่ก็มีปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างภาษีอยู่หลายประการ เช่น

5.1 อัตราภาษีนำเข้าสารเคมีสูง ประมาณร้อยละ 5-30 ในขณะที่มาเลเซียมีภาษีนำเข้าสารเคมีเพียงร้อยละ 0-2 เท่านั้น สารเคมีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ และมีสัดส่วนของต้นทุนการผลิตสูงเฉลี่ยประมาณร้อยละ 20 ของมูลค่าการผลิต ปัญหานี้ได้รับการแก้ไขไปบ้างแล้ว โดยลดภาษีการนำเข้าสารเคมีลงเหลือร้อยละ 5 ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2536

5.2 ความล่าช้าของกระทรวงการคลังในขั้นตอนการคืนเงินภาษีตามมาตรา 19 ทวิ ทำให้ผู้ผลิตขนาดเล็กและขนาดกลางเสียโอกาสในการนำเงินส่วนนี้มาเป็นทุนหมุนเวียนในธุรกิจ

6. ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมดุนึ่งมือต้องใช้น้ำอย่างสิ้น โรงงานดุนึ่งมืออย่างส่วนใหญ่จึงมักจะมีโรงงานน้ำยางขึ้นด้วย การขยายตัวของโรงงานน้ำยางขึ้นทำให้เกิดกลิ่นเหม็นรุนแรงและมีปัญหาน้ำเสียที่มีสารเคมีเจือปน แม้ว่าปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมจะกำหนดมาตรฐานน้ำเสียจากโรงงาน โดยต้องสร้างบ่อบำบัดและบ่อกักน้ำเสีย แต่กลิ่นของน้ำยางขึ้นและน้ำเสียที่ปล่อยสู่แหล่งน้ำสาธารณะ ได้สร้างปัญหาและความรำคาญแก่ผู้อยู่อาศัยใกล้เคียง จนเกิดการร้องเรียน ประท้วงหรือถึงขั้นต้องปิดโรงงาน

7. ปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนา ข้อจำกัดของงบประมาณทำให้งานวิจัยและพัฒนาในทุกอุตสาหกรรมของประเทศไทยไม่ค่อยได้รับความสนใจ ทั้งที่มีความสำคัญมากต่อความเจริญก้าวหน้าของแต่ละอุตสาหกรรม ปัญหาที่สำคัญ ได้แก่

7.1 การขาดแคลนเครื่องมือ เครื่องจักรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิตถุงมือยางที่ใช้ในการศัลยกรรม จะต้องมีเครื่องมือมาเชื้อโรคโดยใช้รังสีแกมมา ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการไทยไม่มีเครื่องมือชนิดนี้ เนื่องจากพบว่ายังไม่คุ้มค่าสำหรับการลงทุน

7.2 การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ในเรื่องเคมียาง นักเคมียางในประเทศไทยมีน้อยมาก และไม่มีการลงทุนทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงมือยางอย่างจริงจัง

นโยบายและมาตรการที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมถุงมือยาง

สำหรับนโยบายและมาตรการของรัฐบาลที่มีความสำคัญอย่างเด่นชัด ในอันที่จะมีส่วนสนับสนุน ส่งเสริมและแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมถุงมือยาง ซึ่งจะนำมาพิจารณาในครั้งนี้ คือ

1. การให้สิทธิและประโยชน์ด้านภาษีอากรสำหรับ โครงการลงทุนที่ตั้งในเขตส่งเสริมการลงทุน ภายใต้การดูแลของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งเป็นนโยบายและมาตรการภายในประเทศ

2. เขตการค้าเสรีอาเซียนและการปฏิรูปภาษีนำเข้า ซึ่งเป็นนโยบายการค้าระหว่างประเทศ โดยมีการจัดรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศในอาเซียนด้วยกัน

นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ต่ออุตสาหกรรมถุงมือยาง

นโยบายและมาตรการที่นำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมถุงมือยางนี้มีทั้งนโยบายภายในประเทศและนโยบายต่างประเทศ ซึ่งได้แก่

สิทธิและประโยชน์ด้านภาษีอากรสำหรับโครงการลงทุนที่ตั้งในเขตส่งเสริมการลงทุน

โครงการที่ตั้งอยู่ในเขต 2 และเขต 3 จะได้รับสิทธิและประโยชน์ด้านภาษีอากรดังนี้

เขต 2 ได้แก่ โครงการที่ประกอบการหรือตั้งโรงงานในจังหวัดสมุทรสงคราม กาญจนบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา สระบุรี นครนายก ฉะเชิงเทราและชลบุรี ซึ่งจะได้รับสิทธิประโยชน์ดังนี้

1. ให้ได้รับการลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรลงกึ่งหนึ่ง เฉพาะรายการที่ไม่อยู่ในประกาศกระทรวงการคลังที่ ศก. 13/2533 ลงวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2533 เว้นแต่รายการเครื่องจักรที่มีอากรขาเข้าต่ำกว่าร้อยละ 10 จะไม่ได้รับการลดหย่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ให้ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 3 ปี และเพิ่มขึ้นเป็น 7 ปี หากตั้งแหล่งประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมหรือในเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

3. ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็น สำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปี สำหรับโครงการที่ส่งออกไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่ายอดขาย เขต 3 จะได้รับสิทธิประโยชน์ดังนี้ คือ

1. ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร

2. ให้ได้รับภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี

3. ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็น สำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 5 ปี สำหรับโครงการที่ส่งออกไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่ายอดขาย

4. ให้ได้รับลดหย่อนอากรขาเข้าร้อยละ 75 ของอัตราปกติสำหรับวัตถุดิบ หรือวัสดุจำเป็นที่นำเข้ามาผลิตเพื่อจำหน่ายในราชอาณาจักรเป็นระยะเวลา 5 ปี โดยคณะกรรมการจะอนุมัติให้คราวละ 1 ปี แต่วัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นนั้นต้องไม่เป็นของที่ผลิตหรือมีกำเนิดในราชอาณาจักร ซึ่งมีคุณภาพใกล้เคียงกันกับชนิดที่จะนำเข้ามาในราชอาณาจักรและมีปริมาณเพียงพอที่จะจัดหามาใช้ได้ ทั้งนี้ ไม่รวมถึงโครงการที่ประกอบการหรือตั้งโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง

5. ให้ได้รับสิทธิและประโยชน์พิเศษดังนี้

5.1 ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 ของอัตราปกติเป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลาการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

5.2 อนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้าและค่าประปาเป็น 2 เท่า เป็นระยะเวลา 10 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้

5.3 อนุญาตให้หักค่าติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก จากกำไรสุทธิร้อยละ 25 ของเงินที่ลงทุนในการนั้น

นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนยังให้การสนับสนุนการลงทุนสำหรับการขยายกิจการผลิตเพื่อการส่งออก ตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2537 โดยผ่อนผันให้กิจการที่มีเงื่อนไขว่าจะต้องตั้งสถานประกอบการในพื้นที่เขต 2 หรือเขต 3 สามารถตั้งสถานประกอบการในพื้นที่เขต 1 ได้โดยมีเงื่อนไขเพิ่มเติมดังนี้

1. จะต้องตั้งโรงงานในที่ดินบริเวณเดียวกับโรงงานที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

2. จะต้องส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่างประเทศในแต่ละปีไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่ายอดขาย

3. จะไม่ได้รับสิทธิและประโยชน์เกี่ยวกับอากรขาเข้าเครื่องจักรและภาษีเงินได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. จะต้องยื่นคำขอรับการส่งเสริมภายในปี พ.ศ. 2544

เนื่องจากมีข่าวเกี่ยวกับการขายสิทธิการได้รับการส่งเสริมกันขึ้น คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงได้กำหนดเงื่อนไขให้ผู้ที่ได้รับการอนุมัติส่งเสริมการลงทุนในโครงการผลิตถุงมือยางแต่ละโครงการ ต้องนำเงินมาค้ำประกันกับทางคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนโครงการละ 1 ล้านบาท เพื่อเป็นการประกันการดำเนินการตามโครงการ ตามหลักการและตามขั้นตอนที่คณะกรรมการฯ กำหนด โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1. จะต้องนำหนังสือค้ำประกันของธนาคาร 2 ฉบับ วงเงินค้ำประกันฉบับละ 500,000 บาท มาวางไว้กับคณะกรรมการฯ

2. เมื่อผู้ได้รับการส่งเสริมได้แสดงหลักฐานการก่อสร้างรากฐานแล้วเสร็จ และมีหลักฐานการสั่งซื้อเครื่องจักรมูลค่าไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของมูลค่าเครื่องจักรทั้งหมด ตามระยะเวลาที่กำหนดแล้ว จึงจะได้รับหนังสือค้ำประกัน 1 ฉบับ

3. เมื่อได้ก่อสร้างโรงงานเสร็จและนำเครื่องจักรมาติดตั้ง พร้อมเปิดดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่กำหนดแล้ว จะได้รับหนังสือค้ำประกันคืนอีก 1 ฉบับที่เหลือ

4. คณะกรรมการฯ จะไม่อนุมัติให้ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับการขยายเวลาการดำเนินการตามโครงการในทุกขั้นตอน

เขตการค้าเสรีอาเซียนและการปฏิรูปภาณินำเข้า

ประเทศในอาเซียน ซึ่งได้แก่ ประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และบรูไนนั้น มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือยางสู่ตลาดโลก คิดเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าการค้าในตลาดโลก ซึ่งตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศในอาเซียน คือ สหรัฐอเมริกา ยุโรปและออสเตรเลีย แต่สำหรับปริมาณการซื้อขายสินค้าถุงมือยางภายในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกันมีมูลค่าน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 1.20 ของปริมาณการค้าในตลาดโลก ซึ่งมีสาเหตุมาจากปริมาณการใช้ถุงมือยางภายในประเทศอาเซียนนั้นมีค่อนข้างน้อย และเกือบทุกประเทศ ยกเว้น สิงคโปร์ และบรูไน ต่างสามารถผลิตน้ำยางขึ้น ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตถุงมือยางได้ และเมื่อพิจารณาปริมาณการค้าถุงมือยางระหว่างประเทศในอาเซียนด้วยกัน พบว่า ในระยะสั้นมาเลเซียจะสามารถส่งออกถุงมือยางที่ใช้ในทางศัลยกรรมและถุงมือยางที่ใช้ในครัวเรือนมายังประเทศไทยและฟิลิปปินส์ได้มากขึ้น และในระยะยาวปริมาณการค้าระหว่างประเทศในอาเซียนมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น โดยลดการนำเข้าจากประเทศนอกอาเซียนลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับถูงมือที่ใช้ในงานตรวจโรคนั้น ปริมาณการค้าระหว่างประเทศในอาเซียนอาจเพิ่มขึ้นไม่มาก เนื่องจากแต่ละประเทศต่างสามารถผลิตเองได้ และความต้องการใช้ถูงมืออย่างยังมีน้อยอยู่ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะส่งออกถูงมือที่ใช้ในงานตรวจโรคและที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมไปจำหน่ายยังฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และบรูไนได้เพิ่มขึ้น เพราะทั้งสามประเทศจัดถูงมืออยู่ในรายการเร่งรัดการลดภาษี ซึ่งจะลดอัตราภาษีนำเข้าถูงมือลดลงเหลือเพียงร้อยละ 5

เมื่อพิจารณาอัตราภาษีนำเข้าถูงมือของประเทศในอาเซียนในปี พ.ศ. 2539 พบว่า อัตราภาษีนำเข้าถูงมือของไทยและมาเลเซียค่อนข้างสูง คือ ร้อยละ 25 และ 26 ตามลำดับ ส่วนอินโดนีเซียมีอัตราภาษีนำเข้า ร้อยละ 13 ฟิลิปปินส์ ร้อยละ 13-50 สิงคโปร์ ร้อยละ 5 และบรูไน ร้อยละ 0 เกือบทุกประเทศจัดถูงมืออยู่ในกลุ่มสินค้าประเภทเร่งรัดภาษี (fast track) ยกเว้นอินโดนีเซียที่จัดไว้ในโปรแกรมยกเว้นภาษี (exclusion list) แผนการลดภาษีสินค้ากลุ่มเร่งรัดภาษี จะลดภาษีนำเข้าเหลือร้อยละ 5 ภายในระยะเวลา 10 ปี หลังจากการเริ่มดำเนินงานของเขตการค้าเสรีอาเซียน ดังนั้นในปี พ.ศ. 2548 อัตราภาษีนำเข้าถูงมือทุกประเภทของไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ จะลดลงเหลือเพียงร้อยละ 5 ส่วนสิงคโปร์และบรูไน มีอัตราภาษีเท่ากับร้อยละ 0 แต่อินโดนีเซียจะไม่ได้ประโยชน์จากตลาดอาเซียน เพราะจัดถูงมืออยู่ในโปรแกรมยกเว้นภาษี (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2539)

ผลกระทบของนโยบายและมาตรการที่มีผลต่อการส่งออกถูงมือของไทย

ผลการดำเนินงานของนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เสนอมาช้างต้นนั้น สามารถที่จะช่วยแก้ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมถูงมืออย่างได้ดังนี้

ผลกระทบของสิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรสำหรับโครงการที่ตั้งในเขตส่งเสริมการลงทุน

1. มีส่วนช่วยทำให้ผู้ประกอบการสามารถจัดระบบการบริหารและการจัดการของอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับสิทธิและประโยชน์ที่จะได้รับตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุน ทำให้ได้รับความสะดวกในการดำเนินงาน และช่วยลดปัญหาได้หลายด้าน

2. สามารถแก้ปัญหาด้านปัจจัยการผลิตและสาธารณูปโภคต่าง ๆ ผู้ผลิตจะมีต้นทุนในการผลิตลดลง เนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้จัดให้มีนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตส่งเสริมการลงทุน ซึ่งอยู่ในแหล่งที่มีความพร้อมของสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างครบครัน มีสถาบันการเงินที่จะให้การสนับสนุนในด้านเงินลงทุนของกิจการ มีความพร้อมในด้านการให้สินเชื่อ ช่วยให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมดงมืออย่างสามารถกู้ยืมเงินไปลงทุนได้

3. ช่วยแก้ปัญหาด้านแหล่งเงินทุน โดยกระทรวงการคลังได้ให้การยกเว้นการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล ทำให้มีเงินทุนมาหมุนเวียนในกิจการ ซึ่งช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการได้

4. ช่วยในการแก้ปัญหาด้านโครงสร้างภาษี โดยกระทรวงการคลังอนุญาตให้ได้รับการลดหย่อนภาษีนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบ ทำให้สามารถผลิตและจำหน่ายดงมืออย่างในราคาใกล้เคียงกับประเทศคู่แข่งได้ ซึ่งยังช่วยแก้ปัญหาการแข่งขันด้านการตลาดในการจำหน่ายดงมืออย่างไปยังตลาดโลกได้ด้วย ทำให้สามารถขยายตลาดส่งออกดงมืออย่างได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากเดิมไม่สามารถขยายตลาดได้ เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูง ส่งผลให้ราคาจำหน่ายสูงขึ้นตาม ดังนั้นการส่งออกจึงมีน้อย

5. ช่วยแก้ปัญหาด้านเทคโนโลยีการผลิตได้ เนื่องจากสามารถนำเข้าเครื่องจักรที่มีความทันสมัย มีระดับเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงซึ่งมีราคาแพง มาใช้ในการผลิตดงมืออย่างให้มีคุณภาพดีขึ้นได้ เพราะผู้ผลิตได้รับการลด หรือยกเว้นอัตราภาษีนำเข้าสำหรับเครื่องจักรจากกระทรวงการคลัง

6. ปัญหาที่ยังไม่สามารถแก้ไขได้ หรือได้รับการแก้ไขเพียงบางส่วน คือ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เพราะขาดการควบคุมดูแลและร่วมมืออย่างจริงจัง และปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนา เนื่องจากกระทรวงต่าง ๆ เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และมีงบประมาณจำนวนจำกัดในการพัฒนามักแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ ไม่มีการลงทุนทำการวิจัยและพัฒนาอย่างจริงจัง

ผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียนและการปฏิรูปภาษีนำเข้า

1. ประเทศไทยสามารถที่จะส่งออกดงมืออย่างชนิดที่ใช้ในงานตรวจโรค และดงมืออย่างที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม เข้าไปจำหน่ายประเทศในอาเซียน เช่น ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ และบรูไนได้เพิ่มขึ้น ซึ่งช่วยในการแก้ปัญหาด้านการตลาด ทำให้สามารถขยายตลาดได้มากขึ้น และเป็นการลดลงการพึ่งพาทลาดหลัก คือ สหรัฐอเมริกา ทำให้มีตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน เนื่องจากประเทศในอาเซียนเหล่านี้ จัดดงมืออย่างอยู่ในรายการเร่งรัดการลดภาษี ซึ่งจะทำให้ประเทศผู้ส่งออกเสียอัตราภาษีนำเข้าลดลงจากเดิมเหลือเพียงร้อยละ 5 ยกเว้น อินโดนีเซีย ที่จัดดงมืออย่างไว้ในโปรแกรมยกเว้นภาษี

2. ยังไม่สามารถแก้ปัญหาด้านทุนได้ ผู้ประกอบการชาวไทยยังคงมีต้นทุนการผลิตสูง และไม่มีการร่วมลงทุนกับบริษัทต่างประเทศ เนื่องจากข้อตกลงของเขตการค้าเสรีอาเซียนนี้ ไม่มีผลกระทบในการดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศ ให้เข้ามาตั้งโรงงานผลิตดูมมือยางในประเทศไทย เพื่อเป็นฐานการส่งออกไปในประเทศอาเซียนได้ เนื่องจากปริมาณการใช้ดูมมือยางในประเทศเหล่านี้ มีน้อย มูลค่าการค้าดูมมือยางในอาเซียนต่ำมาก ตลาดมีขนาดเล็ก และมีโรงงานผลิตเกินปริมาณความต้องการในประเทศอยู่แล้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมถั่วเหลืองของไทย

เนื้อหาในบทนี้จะเป็นส่วนสำคัญในการตอบคำถามของวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ว่า อุตสาหกรรมถั่วเหลืองของไทยจะมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการผลิตหรือไม่ หรือมีความได้เปรียบทางการค้ามากน้อยเพียงใด โดยทำการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในแต่ละตลาด พร้อมทั้งทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ และในตอนท้ายของบทนี้ คือ ความหมายในเชิงนโยบาย ซึ่งเป็นการนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางนโยบาย เพื่อสนับสนุนส่งเสริมตลาดส่งออกถั่วเหลืองของไทยให้มีความได้เปรียบทางการค้ามากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมถั่วเหลืองของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญว่า จะมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการผลิตหรือไม่ ซึ่งเป็นการศึกษาความสามารถในการแข่งขันเบื้องต้น เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ถึงศักยภาพในการผลิตความสามารถในการส่งออก ซึ่งจะเป็นแนวทางในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ หรือขยายตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมถั่วเหลือง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งจะศึกษาเปรียบเทียบกับ 2 ประเทศคู่แข่ง คือ มาเลเซียและจีน ในตลาดประเทศคู่ค้า 3 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา เยอรมันนีและญี่ปุ่น ในช่วงเวลาดังแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 ซึ่งผลการวิเคราะห์มีดังนี้ (ตารางที่ 12, 13 และ 14)

ผลการคำนวณค่า RCA ทั้งของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งมีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏทั้งสิ้น โดยการเปลี่ยนแปลงของค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในแต่ละช่วงเวลา พบว่า

สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดของผลิตภัณฑ์ถั่วเหลืองของไทย ในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ ตั้งแต่ พ.ศ. 2534-2541 มีส่วนแบ่งการตลาดโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 50 ของการส่งออกถั่วเหลืองของไทย และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี เมื่อพิจารณาดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกถั่วเหลืองของประเทศไทยต่าง ๆ ไปยังสหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 12) พบว่าประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกปี ในปี พ.ศ. 2534 มีค่า RCA เท่ากับ 9.77 และลดลงในปี พ.ศ. 2537 และ 2538 มีค่า RCA เหลือเพียง 7.20 โดยในปี พ.ศ. 2541 มีค่ามากที่สุด คือ 14.23 และมี

ค่า RCA เฉลี่ยทั้ง 8 ปีเท่ากับ 9.78 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า RCA ของประเทศมาเลเซียและจีน ในช่วงเวลาเดียวกันนั้น ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA ของการส่งออกถุงมือยางไปสหรัฐอเมริกาเฉลี่ย 8 ปี สูงถึง 35.26 โดยมีค่าสูงสุดในปี พ.ศ. 2534 เท่ากับ 50.21 และมีค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2539 และมีค่าเพิ่มเป็น 31.31 ในปี พ.ศ. 2540 และลดลงเท่ากับ 29.62 ในปี พ.ศ. 2541 ซึ่งประเทศมาเลเซียก็ยังมีค่า RCA สูงกว่าไทยทุกปี ส่วนจีนมีค่า RCA ของการส่งออกถุงมือยางไปสหรัฐอเมริกาสูงสุดในปี พ.ศ. 2534 คือ 0.80 โดยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 0.55 จะเห็นได้ว่าค่า RCA ของประเทศจีนมีค่าไม่แน่นอน และในปี พ.ศ. 2541 จีนมีค่า RCA เพียง 0.47 และมีค่าน้อยกว่า 1 ทุกปี แสดงว่า ประเทศจีนมีความเสียเปรียบในการส่งออกถุงมือยางไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาค่า RCA เฉลี่ยแล้ว จะเห็นว่า มาเลเซียมีความได้เปรียบในการส่งออกถุงมือยางไปยังสหรัฐอเมริกามากกว่าทั้งประเทศไทยและประเทศจีน แต่ประเทศไทยก็มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถุงมือยางมากกว่าประเทศจีน เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 ประเทศแล้ว พบว่า ประเทศจีนมีความเสียเปรียบในการส่งออกถุงมือยางไปประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด โดยมี มาเลเซียเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในการส่งออกถุงมือยางไปสหรัฐอเมริกามากที่สุด อย่างไรก็ตาม สหรัฐอเมริกายังคงเป็นตลาดที่สำคัญอันดับแรกสำหรับการส่งออกถุงมือยางของไทย

ตารางที่ 12 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกถุงมือยางของประเทศต่าง ๆ ไปสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	RCA
ผู้ส่งออก									เฉลี่ย
ไทย	9.77	9.23	9.50	6.85	7.20	10.51	10.95	14.23	9.78
มาเลเซีย	50.21	42.47	36.27	33.26	30.10	28.81	31.31	29.62	35.26
จีน	0.80	0.45	0.55	0.48	0.43	0.63	0.55	0.47	0.55

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 6 และตารางผนวกที่ 1)

เยอรมันนี้ เป็นตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ถุงมือยางของประเทศไทย ที่มีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับสอง รองจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งในระยะเวลาที่ศึกษานี้มีส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยร้อยละ 9 ของการส่งออกถุงมือยางทั้งหมดของไทย และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกถุงมือยางของประเทศต่าง ๆ ไปประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เยอรมันนี (ตารางที่ 13) พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 29.81 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 ทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2537 มีค่า RCA เท่ากับ 23.64 จากนั้นมีค่าเพิ่มขึ้นทุกปี และเพิ่มขึ้นสูงสุดอีกในปี พ.ศ. 2541 เท่ากับ 50.27 เยอรมันนีจึงเป็นประเทศหนึ่งที่ผู้ประกอบการชาวไทยให้ความสนใจในการส่งออกถุงมือยาง ในขณะที่มาเลเซียมีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงมาก มีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 65.18 โดยปี พ.ศ. 2534 มีค่า RCA สูงสุด คือ 84 และมีค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่องกันทุกปี ยกเว้น ในปี พ.ศ. 2539 ที่มีค่าเพิ่มขึ้นเป็น 61.50 แต่ก็ลดลงอีกในปี พ.ศ. 2541 เท่ากับ 58.41 ส่วนประเทศจีน มีดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเฉลี่ยเท่ากับ 1.30 มีค่า RCA สูงสุดในปี พ.ศ. 2538 คือ 1.87 และลดลงเหลือเท่ากับ 1.05 ในปี พ.ศ. 2541 เมื่อเปรียบเทียบค่า RCA ของทั้งสามประเทศแล้ว จะเห็นว่า มาเลเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถุงมือยางไปประเทศเยอรมันนีสูงกว่าประเทศไทยและจีน และประเทศไทยก็ยังเป็นผู้ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าประเทศคู่แข่งอย่างจีน ซึ่งการส่งออกถุงมือยางไปประเทศเยอรมันนีของทั้งสามประเทศนี้ มีความได้เปรียบในการส่งออกถุงมือยางทุกประเทศ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยเยอรมันนีก็ยังเป็นตลาดที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ถุงมือยางของไทยอีกตลาดหนึ่งรองจากสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 13 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกถุงมือยางของประเทศต่าง ๆ ไปเยอรมันนี ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2534-2541

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	RCA
ผู้ส่งออก									เฉลี่ย
ไทย	26.86	20.02	18.47	23.64	25.67	32.84	40.58	50.27	29.81
มาเลเซีย	84.00	69.80	68.55	63.06	59.19	61.50	56.89	58.41	65.18
จีน	1.26	1.27	1.39	1.35	1.87	1.23	0.95	1.05	1.30

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 8 และตารางผนวกที่ 2)

ญี่ปุ่น เป็นประเทศเดียวในภูมิภาคเอเชียที่อยู่ใน 10 อันดับแรกของตลาดส่งออกถุงมือยางของไทย เพราะประเทศในภูมิภาคเอเชียส่วนใหญ่สามารถผลิตถุงมือยางได้ ในช่วงปี พ.ศ. 2534-2541 มีส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยประมาณร้อยละ 5 ของปริมาณการส่งออกถุงมือยางทั้งหมดของไทย และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ยกเว้น ในปี พ.ศ. 2539 ที่มีมูลค่าการส่งออกลดลงเล็กน้อย และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2540 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกถุงมือยางของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศต่าง ๆ ไปประเทศญี่ปุ่น (ตารางที่ 14) พบว่า ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ทุกปี ซึ่งในระยะเวลาที่พิจารณามีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 5.99 โดยในปี พ.ศ. 2534 มีค่า RCA สูงสุดเท่ากับ 8.90 และมีค่าลดลงทุกปี แล้วเพิ่มขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2541 เท่ากับ 5.86 ญี่ปุ่นจึงเป็นอีกประเทศหนึ่ง ที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทยต้องให้ความสนใจ ในขณะที่ประเทศมาเลเซียซึ่งมีค่า RCA สูงกว่าไทยทุกปี มีค่า RCA สูงสุดในปี พ.ศ. 2537 เท่ากับ 21.21 และมีค่า RCA เฉลี่ย คือ 19.86 แต่ค่า RCA ของมาเลเซียมีความไม่แน่นอน ส่วนประเทศจีนมีค่า RCA น้อยกว่าประเทศไทยและมาเลเซียทุกปี และมีค่าน้อยกว่า 1 ด้วย แสดงว่า ประเทศจีนมีความเสียเปรียบในการส่งออกถุงมือยางไปยังประเทศญี่ปุ่นสูงมาก แต่ค่า RCA ของประเทศจีนนั้นมีค่าเพิ่มขึ้นทุกปี ยกเว้น ในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งมีค่าลดลงเท่ากับ 0.24 และเพิ่มขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2541 เป็น 0.60 ดังนั้นประเทศจีนอาจจะกลายมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญทางการส่งออกถุงมือยางในอนาคตได้ เมื่อเปรียบเทียบค่า RCA ของไทยกับมาเลเซีย และจีนในการส่งออกถุงมือยางไปญี่ปุ่น จะเห็นได้ว่า มาเลเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าไทยและจีนในสัดส่วนที่สูงกว่า และไทยก็ยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถุงมือยางไปยังประเทศญี่ปุ่นมากกว่าจีน

ตารางที่ 14 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกถุงมือยางของประเทศต่าง ๆ ไปญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541

ประเทศ	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	RCA
ผู้ส่งออก									เฉลี่ย
ไทย	8.90	7.11	6.48	5.62	4.89	4.25	4.79	5.86	5.99
มาเลเซีย	18.96	19.49	18.65	21.21	19.91	20.25	20.33	20.11	19.86
จีน	0.03	0.12	0.10	0.14	0.30	0.35	0.24	0.60	0.24

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 10 และตารางผนวกที่ 3)

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา เยอรมัน ญี่ปุ่น แต่ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ก็เป็นเพียงข้อมูลเบื้องต้นในการวัดความสามารถในการแข่งขันการส่งออก ซึ่งเราจำเป็นจะต้องนำประเด็นอื่น ๆ เข้ามาพิจารณาประกอบด้วย เช่น ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ การขยายตัวของ การส่งออกโดยแบบจำลองส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมถลุงมือยางของไทยแล้ว สามารถทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังนี้ คือ

1. ประเทศไทยและมาเลเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถลุงมือยางของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญทั้ง 3 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี ญี่ปุ่น ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) มากกว่า 1 แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างมาเลเซีย ซึ่งมีการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้มานานกว่าไทย และมีการพัฒนาที่ต่อเนื่องและจริงจังแล้ว ประเทศไทยยังคงมีความเสียเปรียบมาเลเซียอยู่ เนื่องจากมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏน้อยกว่ามาเลเซียมากถึง 3 ตลาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่ถ้าเปรียบเทียบกับจีน ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถลุงมือยางไปยังประเทศคู่ค้าต่าง ๆ สูงกว่าประเทศจีน และมีความสอดคล้องกับสมมติฐาน เนื่องจากประเทศจีนมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏน้อยกว่า 1 ซึ่งประเทศจีนจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถลุงมือยางไปประเทศเยอรมันนีเท่านั้น

2. ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกถลุงมือยางไปยังประเทศคู่ค้าต่าง ๆ ดังนี้ คือ ในตลาดสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี (ตารางที่ 4) พบว่า อัตราการขยายตัวในปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่าสูงสุดเท่ากับร้อยละ 63.22 สำหรับตลาดเยอรมันนี ไทยก็มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2541 โดยในปี พ.ศ. 2541 มีอัตราการขยายตัวสูงสุด คือ ร้อยละ 57.57 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ สำหรับตลาดญี่ปุ่น มีอัตราการขยายตัวที่ไม่แน่นอน คือ มีค่าขึ้น-ลง โดยในปี พ.ศ. 2541 มีอัตราการขยายตัวเท่ากับร้อยละ 15.06 ซึ่งลดลงจากปีก่อน ดังนั้นจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ซึ่งอาจเนื่องมาจากผลของวิกฤติเศรษฐกิจเอเชียปี พ.ศ. 2540 ที่หลายประเทศในเอเชียต่างประสบกับภาวะค่าเงินที่ลดลงด้วยกันทั้งภูมิภาค โดยปกติการเปลี่ยนมาใช้อัตราแลกเปลี่ยนลอยตัวของไทย หรือการลดค่าเงินบาท จะเป็นการเพิ่มอำนาจการซื้อให้กับผู้บริโภคในต่างประเทศ เช่น ในสหรัฐอเมริกา ถ้าเงินบาทมีค่าลดลง จะมีผลให้ค่าแลกเปลี่ยน (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ) สูงขึ้น เงินดอลลาร์สหรัฐมีค่ามากขึ้นเมื่อเทียบกับค่าเงินบาท จะทำให้ราคาส่งออกถลุงมือยางของไทยในสายตาชาวต่างประเทศลดลง มีผลทำให้ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าถลุงมือยางจากไทยสูงขึ้นมาก ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกถลุงมือยางไปยังประเทศคู่ค้าต่าง ๆ เพิ่มขึ้น แต่ประเทศญี่ปุ่นซึ่งอยู่ในทวีปเอเชียก็ได้รับผลกระทบจากค่าเงินที่ลดลงด้วย ประเทศญี่ปุ่นต้องเสียเงินจำนวนมากขึ้นในการซื้อสินค้า ถึงแม้ว่าราคาส่งออกถลุงมือยางจะลดลง ซึ่งมีผลทำให้การนำเข้าถลุงมือยางจากไทยเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จึงส่งผลให้อัตราการขยายตัวลดลงจากปีก่อน

ความหมายในเชิงนโยบาย

จากการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมถั่วเหลืองของไทย ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาเพื่อปรับปรุงการตลาดส่งออกถั่วเหลืองให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อวัดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ ซึ่งแสดงถึง ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถั่วเหลืองของไทยไปยังประเทศคู่ค้าต่าง ๆ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี ญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบประเทศคู่แข่ง เช่น มาเลเซียและจีน พบว่า ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกถั่วเหลืองของไทยไปยังประเทศคู่ค้าทั้งสามนั้น มีค่ามากกว่า 1 ซึ่งหมายความว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถั่วเหลืองไปจำหน่ายยังประเทศเหล่านั้น โดยมีค่า RCA เฉลี่ยของการส่งออกถั่วเหลืองของไทยไปสหรัฐอเมริกาเท่ากับ 9.78 สำหรับการส่งออกถั่วเหลืองของไทยไปเยอรมันนีมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 29.81 และค่า RCA เฉลี่ยของการส่งออกถั่วเหลืองของไทยไปญี่ปุ่นมีค่าเท่ากับ 5.99 (ตารางที่ 12, 13 และ 14) ส่วนอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกถั่วเหลืองของไทยไปสหรัฐอเมริกา เยอรมันนี และญี่ปุ่น มีค่าเท่ากับร้อยละ 34.66, 19.21 และ 13.39 ตามลำดับ (ตารางที่ 6, 8 และ 10) ซึ่งประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกถั่วเหลืองไปยังประเทศทั้งสามสูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของโลก และเมื่อพิจารณาในแต่ละตลาดแล้ว พบว่า ค่า RCA ของไทยมากกว่า 1 ในทุกประเทศ แต่ที่น่าสังเกตก็คือ ค่า RCA ของไทยเพิ่มขึ้นตลอดเวลาในตลาดสหรัฐอเมริกาและเยอรมันนี ขณะที่ประเทศมาเลเซียและจีนมีค่า RCA ลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจเป็นเพราะประเทศไทยมีการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตและการส่งออกดีขึ้น นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกถั่วเหลืองไปสหรัฐอเมริกาและเยอรมันนี สูงกว่ามาเลเซียและจีนด้วย

ดังนั้น นโยบายที่ควรนำมาใช้เพื่อพัฒนาการส่งออกให้มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้น คือ นโยบายที่ไม่เกี่ยวกับภาษี เช่น การรักษาคุณภาพของถั่วเหลืองให้ได้ตามมาตรฐานระหว่างประเทศ เช่น FDA ของสหรัฐอเมริกา เพื่อสร้างความเชื่อถือด้านคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ เพราะถ้าหากผ่านมาตรฐานของ FDA แล้วจะถือว่าคุณภาพของถั่วเหลืองเหมือนกัน สินค้าที่ไม่ผ่านมาตรฐานจะมีราคาตกลงมาก ซึ่งในจุดนี้ผู้ผลิตของมาเลเซียจะได้เปรียบกว่าผู้ผลิตของไทย เนื่องจากถั่วเหลืองของมาเลเซียเป็นที่รู้จักในตลาดยุโรปและสหรัฐอเมริกามาานานว่าเป็นแหล่งผลิตน้ำยางข้นและสินค้าที่ผลิตจากน้ำยางข้นมีคุณภาพดี นอกจากนี้แล้วควรมีนโยบายสนับสนุนประสิทธิภาพระบบการบริหารและการจัดการของโรงงาน ให้ได้รับมาตรฐานไอเอสโอมากขึ้น เพื่อทำให้ผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศมีความมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้น ช่วยลดข้อกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี หรืออาจใช้นโยบายด้านราคามาเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่น ในช่วงแรก ๆ ที่มีการแนะนำสินค้า เพื่อเป็นการเอาใจลูกค้า อาจใช้วิธีลดราคาขาย ขอมขายต่ำกว่าต้นทุนเพื่อดึงดูดลูกค้า หรือเพื่อเป็นการหาตลาดใหม่ ซึ่งอาจทำให้ได้จำนวนลูกค้าจากกลุ่มประเทศเดิมเพิ่มขึ้น หรือมีลูกค้าจากกลุ่มประเทศใหม่เข้ามาเพิ่ม นอกจากนั้นอาจใช้นโยบายการส่งเสริมการขาย เช่น มีการประกันคุณภาพสินค้า รับคืนสินค้าที่มีปัญหา หรือมีการแข่งขันด้วยวิธีให้บริการที่ดี เช่น ลดระยะเวลาการส่งมอบสินค้า (lead time) ส่งมอบให้ตรงเวลา รักษาสัญญา และพบปะลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถครองตลาดไว้ได้ และยังเป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้า ส่วนนโยบายที่เกี่ยวกับภาษี เช่น อาจลดอัตราภาษีนำเข้าสารเคมีให้เหลือใกล้เคียง หรือเท่ากับมาเลเซีย จากเดิมที่มีอัตราภาษีร้อยละ 5 ให้เหลือเพียงร้อยละ 0-2 เพื่อทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง ส่งผลให้สามารถตั้งราคาขายสูงมีอย่างแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ เมื่อเปรียบเทียบสินค้าที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน ทำให้ผู้นำเข้าประเทศต่าง ๆ หันมาซื้อสินค้าจากไทยมากขึ้น เป็นผลให้ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสูงมีอย่างเพิ่มขึ้น

ดังนั้น โอกาสที่ประเทศไทยจะมีความได้เปรียบทางการค้าสูงมีอย่างจากประเทศคู่ค้าต่าง ๆ มากขึ้นจึงเป็นไปได้ เพียงแต่ประเทศไทยจะต้องพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สูงมีอย่างให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศมากขึ้น หรือมีการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อลดต้นทุนการผลิตให้น้อยลง ซึ่งจะส่งผลให้มีความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมสูงมีอย่างกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ มากขึ้น

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ถุงมือยางเป็นอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่สำคัญประเภทหนึ่งที่ใช้กันอย่างขึ้นเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางธรรมชาติซึ่งเป็นวัตถุดิบภายในประเทศและเป็นการผลิตเพื่อส่งออกทำให้เกิดระบบการผลิตแบบครบวงจรในธุรกิจอุตสาหกรรมยาง ปัจจุบันนิยมใช้ถุงมือยางกันอย่างแพร่หลายทั้งในบ้านเรือน โรงงานอุตสาหกรรมและโรงพยาบาล ตลาดหลักของถุงมือยาง คือ ตลาดต่างประเทศ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 2 รองจากมาเลเซีย และยังมีคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย จีน ออสเตรเลียและศรีลังกา จึงทำให้ประเทศไทยต้องแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกถุงมือยางรายอื่น ๆ มากขึ้น

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดอุตสาหกรรมถุงมือยางของประเทศไทย รวมถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมดังกล่าวว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตหรือไม่ โดยการใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งเป็นสัดส่วนการส่งออกของสินค้าชนิดหนึ่งของประเทศเทียบกับสัดส่วนการส่งออกเฉลี่ยของสินค้าชนิดนั้นในตลาดโลก สามารถเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ และพิจารณาในปีต่าง ๆ ได้ ถ้ามีค่าต่ำกว่า 1 แสดงว่า การส่งออกของสินค้านั้นน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของโลก เป็นการขาดความสามารถในการแข่งขัน และนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการตลาดส่งออกถุงมือยางของไทยต่อไป

จากการศึกษาภาวะการผลิตและการตลาดอุตสาหกรรมถุงมือยางของไทย พบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 จะผลิตถุงมือยางที่ใช้ในงานตรวจโรค เนื่องจากผลิตได้ง่าย และมีขั้นตอนการผลิตไม่ซับซ้อนมาก ซึ่งมีตลาดหลักที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่นและอิสราเอล ปัจจุบันประเทศไทยเริ่มหาตลาดใหม่เพิ่มมากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพาทลาดหลัก คือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมักจะใช้มาตรการที่ไม่เกี่ยวกับภาษีมาเป็นเครื่องมือในการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ ประเด็นที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ถุงมือยางในปัจจุบัน คือ รายงานวิชาการเกี่ยวกับการแพ้ถุงมือยางทางการแพทย์จากนํ้ายางธรรมชาติ และกำลังวางมาตรการเพิ่มเติมในเรื่องปริมาณโปรตีนในผลิตภัณฑ์จากนํ้ายางธรรมชาติ ตลาดที่มีแนวโน้มการส่งออกที่ดี คือ สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น เนื่องจากมีแนวโน้มการนำเข้าจากประเทศไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกถุงมือยางของไทย โดยการใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เป็นเครื่องมือที่ได้นำมาศึกษาใน 3 ตลาดที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา เยอรมันนีและญี่ปุ่น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เช่น มาเลเซียและจีน ในช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 พบว่า มีค่า RCA เฉลี่ยของการส่งออกถุงมือยางของไทยไปสหรัฐอเมริกา เยอรมันนี และญี่ปุ่น มีค่าเท่ากับ 9.78, 29.81 และ 5.99 ตามลำดับ ซึ่งมีค่า RCA มากกว่า 1 หมายความว่า ประเทศไทยในช่วงเวลาตั้งแต่ปีที่ศึกษามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถุงมือยางไปยังตลาดทั้งสามประเทศ แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมถุงมือยาง พบว่า ค่า RCA เฉลี่ยในการส่งออกถุงมือยางไปสหรัฐอเมริกา เยอรมันนี และญี่ปุ่น มีค่าเท่ากับ 35.26, 65.18 และ 19.86 ตามลำดับ ส่วนจีนมีค่า RCA เฉลี่ยของการส่งออกถุงมือยางไปสหรัฐอเมริกา เยอรมันนี ญี่ปุ่น มีค่าเท่ากับ 0.55, 1.30 และ 0.24 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่า RCA ของไทย มาเลเซียและจีน จะเห็นว่า ทั้งประเทศไทยและมาเลเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงมือยางไปสหรัฐอเมริกา เยอรมันนี และญี่ปุ่น โดยที่มาเลเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าไทยทุกปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2534-2541 ทั้งใน 3 ตลาดดังกล่าว ส่วนประเทศจีนจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกถุงมือยางไปเยอรมันนีเท่านั้น และเมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกถุงมือยางของไทยไปยังประเทศคู่ค้าทั้ง 3 พบว่า ตลาดสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 34.66 สำหรับเยอรมันนีและญี่ปุ่นมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 19.21 และ 13.39 ตามลำดับ และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกในแต่ละตลาด ส่วนมาเลเซียมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกถุงมือยางไปยังสหรัฐอเมริกา เยอรมันนีและญี่ปุ่น เท่ากับร้อยละ 22.41, 7.36 และ 16.32 ตามลำดับ ซึ่งอัตราการขยายตัวเฉลี่ยในการส่งออกถุงมือยางของมาเลเซียจะสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก เฉพาะในตลาดญี่ปุ่นเท่านั้น สำหรับประเทศจีนซึ่งมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกในทุกตลาดเช่นเดียวกับไทย โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่สูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกมากกว่าร้อยละ 112.55

จากที่กล่าวสรุปมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพในการแข่งขันการส่งออกถุงมือยางกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ในตลาดโลก ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่า การผลิตของอุตสาหกรรมถุงมือยางมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และมีความสามารถในการแข่งขันผ่านระยะเวลาที่เป็นอุตสาหกรรมทารกมาแล้ว การมีประสิทธิภาพในการผลิตจึงมาจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดังนั้นภาครัฐควรดูแลเฉพาะส่วนของการวิจัยและพัฒนา การผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพ เช่น นักเคมี

นักวิจัยช่างเทคนิค เป็นต้น และปล่อยให้ความสามารถในการแข่งขันเป็นตัววัดศักยภาพของผู้ผลิต เพื่อให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ระบบการค้าเสรี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาระวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกของประเทศไทย ทำให้ได้ข้อเสนอแนะบางประการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งออกของประเทศไทยดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ พบว่าค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกของไทยไปยังประเทศทั้ง 3 นั้นสูงมาก โดยเฉพาะตลาดเยอรมันนี ฉะนั้นเพื่อพัฒนาการส่งออกให้ดีขึ้น กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงอุตสาหกรรม ควรให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาระบบการผลิต และการตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น ศึกษาความต้องการของสินค้า ศึกษาธรรมเนียมของผู้ใช้ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ มีการติดต่อประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง การบริการหลังการขาย พร้อมทั้งพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารทางการตลาดทั้งของประเทศคู่ค้าและคู่แข่ง ให้มีความแม่นยำถูกต้อง เพียงพอ และทันต่อเหตุการณ์ เพื่อประโยชน์สำหรับการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่จะนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ถูกต้อง

2. จากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏที่มีค่าสูงอยู่แล้ว หากต้องการให้มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับประเทศคู่แข่งอย่างมาเลเซีย ควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพการแปรรูปของอุตสาหกรรมให้ดีขึ้น ดังนั้นกระทรวงเกษตรและสหกรณ์โดยกรมวิชาการเกษตร ควรให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ผลิต โดยการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบที่จะใช้แปรรูปตั้งแต่เริ่มต้น มีการคัดเลือกพันธุ์อย่าง ปรับปรุงการผลิตน้ำยางให้มีคุณภาพ เพื่อให้สามารถผลิตยางที่มีคุณภาพดีและได้มาตรฐาน ถ้าน้ำยางไม่มีคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐานดีพอ ขั้นตอนที่จะนำไปใช้ในกระบวนการผลิตแปรรูปต่อไป จะมีปัญหาด้านคุณภาพของยางด้วย นอกจากนี้ยังเป็นการพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพระบบการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง เพราะเกิดอัตราปริมาณของเสียน้อย สินค้าที่ได้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ ซึ่งทำให้สินค้านี้มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น

3. จากการที่ประเทศไทยมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสูงกว่าประเทศคู่แข่งอื่น ๆ แสดงว่า ไทยมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของไทยไปประเทศต่าง ๆ แต่ควรให้ความสนใจกับตลาดอื่น ๆ นอกเหนือจากประเทศคู่ค้าที่สำคัญทั้ง 3 ด้วย เพื่อรองรับการสูญเสียตลาดทั้งที่อาจเกิดจากมาตรการทางภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีของประเทศคู่ค้า ดังนั้นกระทรวงพาณิชย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยกรมส่งเสริมการส่งออก ควรจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการส่งออก เช่น จัดกิจกรรมเผยแพร่และเสนอขายผลิตภัณฑ์ร่วมกับบริษัทของต่างประเทศ เพื่อเป็นการขยายหรือหาตลาดใหม่ให้มากขึ้น สร้างความสัมพันธ์กับผู้ซื้อในต่างประเทศ ลดการพึ่งพาสหรัฐอเมริกาที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา และยุโรปเพียงอย่างเดียว พยายามหาช่องทางตลาดอื่นมาเสริม เช่น ตลาดแถบเอเชีย แอฟริกา เป็นต้น ซึ่งถ้าไม่กระทำด้วยตนเองก็ควรเป็นสื่อกลางในการประสานงานให้กับผู้ประกอบการ

4. จากการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกถุงมือยางของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญต่าง ๆ พบว่า มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกเพิ่มขึ้นในทุกตลาด และมีค่ามากกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก ดังนั้นควรมีการร่วมมือจากภาครัฐมากขึ้น เช่น กระทรวงพาณิชย์โดยกรมส่งเสริมการส่งออก ควรจะมีมาตรการเสริมและสนับสนุนอย่างเต็มที่ในด้านการอำนวยความสะดวกในการส่งออก ในด้านข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนมีการควบคุมด้านคุณภาพและมาตรฐานให้อยู่ในระดับเป็นที่ยอมรับของชาวต่างประเทศ โดยให้กระทรวงอุตสาหกรรมซึ่งมีสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเป็นผู้รับผิดชอบในการรับรองคุณภาพถุงมือยาง และมีกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม โดยกรมวิทยาศาสตร์บริการ คอยให้การวิเคราะห์ทดสอบถุงมือยาง เพื่อปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น รวมทั้งรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้วย เพราะโรงงานส่วนใหญ่ยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ และอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า เนื่องจากการมีเครื่องมืออุปกรณ์และบุคลากรการทดสอบที่พร้อมเพียง จะมีส่วนทำให้โรงงานต้องเสียค่าใช้จ่ายและมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และให้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนรับผิดชอบเพิ่มเติมในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม จัดให้มีบริการด้านการกำจัดของเสียจากอุตสาหกรรมในอนาคต นอกเหนือจากการจัดพื้นที่โรงงานอุตสาหกรรมให้อยู่ในนิคมอุตสาหกรรม หรือเขตการส่งเสริมการลงทุนต่าง ๆ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน (infrastructure) ซึ่งจะเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ทางหนึ่ง และควรมีการพิจารณาโครงการด้วยความรวดเร็ว เพื่อช่วยให้นักลงทุนสามารถวางแผนการผลิตได้เร็วขึ้น และไม่เสียโอกาสทางการตลาด ซึ่งจะช่วยให้สามารถแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตอื่น ๆ ได้ดีขึ้น

5. จากข้อมูลที่ศึกษาในปี พ.ศ. 2540-2541 ซึ่งแยกประเภทถุงมือยางไว้ พบว่า มูลค่าถุงมือยางที่มากที่สุด คือ ถุงมือยางที่ใช้ทางศัลยกรรม ส่วนมูลค่าถุงมือที่ใช้ในงานตรวจโรค หรือถุงมือยางอื่น ๆ มีมูลค่าไม่มากนัก ถึงแม้ว่าไทยจะผลิตถุงมือที่ใช้ในงานตรวจโรคได้มาก แต่ราคาค่อนข้างต่ำ มูลค่าของถุงมือยางชนิดนี้จึงไม่สูงเท่ากับถุงมือที่ใช้ในทางศัลยกรรมที่ผลิตได้ปริมาณน้อย แต่มีราคาแพง มูลค่าของถุงมือยางที่ใช้ทางศัลยกรรมจึงสูงกว่า และประเทศไทยยังคงมีปัญหาในการผลิตถุงมือยางชนิดนี้ เนื่องจากต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง ดังนั้นจึงควรมีนโยบายส่งเสริมให้มีการผลิตถุงมือยางที่ใช้ในทางศัลยกรรมให้มากขึ้น โดยให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีสถาบันวิจัยยางเป็นผู้ให้บริการ และถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตแก่ผู้ประกอบการ ให้การสนับสนุนทางวิชาการและ

เทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาทำการผลิตดูมมืออย่างชนิดนี้มากขึ้น และยังเป็นการเพิ่มระดับการตลาดให้เป็นตลาดสินค้าคุณภาพสูง และรองรับความต้องการทางการตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงไป และในขณะเดียวกันนั้นจะต้องพยายามรักษาส่วนแบ่งการตลาดดูมมืออย่างคุณภาพต่ำของเดิมไว้ด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกดูมมืออย่างมากขึ้น

6. การศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ควรเป็นไปในลักษณะที่เป็นพลวัต เนื่องจากมีปัจจัยหลายอย่าง เช่น ราคา อัตราแลกเปลี่ยน นโยบายและมาตรการของรัฐที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่ในการศึกษารุ่นนี้ได้กำหนดคัดเลือกความเหมาะสมและความพร้อมของข้อมูลจากช่วงเวลาปกติ โดยสมมติให้ตัวแปรหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อการวิเคราะห์อยู่ในลักษณะคงที่ ซึ่งอาจจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่คลาดเคลื่อนกับความเป็นจริง นอกจากนั้นค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏยังไม่สามารถระบุได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกนั้นเกิดขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยใด ดังนั้นจึงควรศึกษาร่วมกับแบบจำลองส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่

7. สำหรับการศึกษาระยะวิเคราะห์ในครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรจะใช้ข้อมูลมากกว่านี้ โดยมีระยะเวลาในการศึกษาที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้การวิเคราะห์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งในการศึกษารุ่นนี้ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ยังมีน้อยอยู่ เนื่องจากการส่งออกดูมมือของประเทศไทยเริ่มมีมาไม่นาน และหน่วยงานราชการที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการส่งออก เช่น กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก องค์การสหประชาชาติ สถานเอกอัครราชทูต เป็นต้น ยังมีความพร้อมในการบริการข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพอ และประสิทธิภาพในการจัดเก็บข้อมูลยังอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ เช่น มีข้อมูลไม่เพียงพอ อาจขาดข้อมูลย้อนหลังหรือข้อมูลปัจจุบัน สืบค้นข้อมูลได้ยาก และบุคลากรที่บริการด้านข้อมูลขาดประสิทธิภาพในการทำงาน และยังมีข้อจำกัดอื่น ๆ เช่น จะให้สิทธิเฉพาะผู้ที่ประกอบอาชีพแล้ว เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ สุธิรนาถ. 2542. “บนเส้นทางหนึ่งศตวรรษของพาราไทย”. วารสารส่งเสริมการลงทุน.

10(6): น. 28-33.

กระทรวงพาณิชย์. 2540. รายงานการค้า: อู่มืออย่าง. นครแวนคูเวอร์: (อัคราณา)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ก. สถิติการค้าและเครื่องใช้ภาวะเศรษฐกิจของไทยปี พ.ศ. 2537-2541.

กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ข. เอกสารประกอบการสัมมนาสถานการณ์ส่งออกสินค้าที่สำคัญปี 2540 และ
แนวโน้มปี 2541. เรื่องเป้าหมายการส่งออกปี 2541: หนทางฝ่าวิกฤตเศรษฐกิจของไทย,
24 ธันวาคม 2540 โรงแรมปรี๊นท์พาเลซ. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ค. สถิติตลาดส่งออกอู่มืออย่าง 10 ประเทศแรกของไทยปี พ.ศ. 2536-2541.

กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ง. มูลค่าการนำเข้าอู่มืออย่างทุกประเภทของประเทศสหรัฐอเมริกาปี

พ.ศ. 2534-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541จ. มูลค่าการนำเข้าอู่มืออย่างทุกประเภทของประเทศเยอรมันนี ปี

พ.ศ. 2534-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ฉ. มูลค่าการนำเข้าอู่มืออย่างทุกประเภทของประเทศญี่ปุ่นปี พ.ศ. 2534-

2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม. 2532. รายงานกิจกรรมกรมวิทยาศาสตร์บริการ

ปีงบประมาณ 2532. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2535. รายงานการศึกษาภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม: อุตสาหกรรมยาง และผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2540. รายการขึ้นทะเบียนโรงงานตามพระราชบัญญัติ. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2540. สถิติยางประเทศไทยปี 2540. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กิติวุฒิ พิมพาหุ. 2539. การวิเคราะห์การผลิตและการส่งออกยางพาราของไทย. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กาญจนา รุจิเกียรติกำจร. 2532. การวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรมส่งออกถุงมือยางพาราที่ใช้ในทางการแพทย์. กรุงเทพมหานคร: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เกษร จันทรภูติรัตน์. 2528. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จันทร์จรัส สมจิต. 2541. ศักยภาพในการผลิตและการแข่งขันอุตสาหกรรมถุงมือยางของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ธนาคารกสิกรไทย. 2531. “อุตสาหกรรมผลิตถุงมือยาง”. สรุปข่าวธุรกิจ. 19(5): น. 10.

ธนาวรรณ กิจประไพอำพล. 2540. คู่ทางและโอกาสการส่งออกและผลกระทบจากการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน (สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง). กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

ธนาวรรณ กิจประไพอำพล และนิพนธ์ พัวพงศกร. 2537. โครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรมยางสาขาปี 2536: อุตสาหกรรมถุงมือยาง. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

นิรนาม. 2535. “อุตสาหกรรมถุงมือยาง”. เศรษฐกิจสนเทศ. (มิถุนายน 2535): น. 11-16.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิตนาม. 2540. “ตลาดถุงมือยางแคนาดาเพื่อการแพทย์-ธุรกิจลุลย”. ผู้ส่งออก. (มิถุนายน 2540): น. 63-66.

นิตนาม. 2542ก. “ถุงมือยาง”. วารสารส่งเสริมการลงทุน. 10(1): น. 52.

นิตนาม. 2542ข. “โรงงานถุงมือยางยังคงขยายตัวในปี 2542”. วารสารยางพาราไทย. (เมษายน-มิถุนายน 2542): น. 55-58.

นิตนาม. 2542ค. “BOI มั่นใจอุตสาหกรรมยางช่วยทำเงิน”. วารสารข่าวสมาคมยางพาราไทย. 4(9): น. 23.

นิตนาม. 2542ง. “แนวโน้มอุตสาหกรรมถุงมือยาง”. อุตสาหกรรมสาร. (พฤษภาคม-มิถุนายน 2542): น. 42-47.

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2540. ภาวะธุรกิจอุตสาหกรรมปี 2540 และแนวโน้มในอนาคต. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

ปรังก์ทิพย์ บุญศรี. 2542. “จับตามองการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไทย”. อุตสาหกรรมสาร. (พฤษภาคม-มิถุนายน 2542): น. 55-58.

พรหมทิภา ศรีคง และอภิชัย ฉัตรโชติกุล. 2542. “อนาคตอุตสาหกรรมถุงมือยางในภาคใต้”. วารสารส่งเสริมการลงทุน. 10(2): น. 55-58.

วรารณณ์ ขจรไชยกูล. 2532. “การผลิตถุงมือยาง”. ยางพารา. (สิงหาคม 2532): น. 60-86.

ศรัณย์ จันประเทือง. 2540. ภาวะเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดยางดิบในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2539. รายงานเรื่องสู่ทางการส่งออกและผลกระทบจากการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน เล่มที่ 2 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายใต้แผนการเร่งลดภาษี. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุธารัตน์ ประทุมรัตน์. 2529. **สู่ทางการลงทุนอุตสาหกรรมผลิตภัณ์ที่สำเร็จรูป: ถู่มืออย่าง.**
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

สุธาสินี ขวัญสง่า. 2533. **ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมถู่มืออย่าง.** กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

เสาวลักษณ์ ตัณฑ์เอกคุณ. 2541. **การวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกถู่มืออย่างของไทย.** กรุงเทพมหานคร:
การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

แสงทอง ชื่นยง. 2531. “ถู่มืออย่าง: สินค้าที่กำลังจะรุ่ง”. **บริษัทปริทรรศน์.** 9(2): น. 7-9.

Balassa, Bela. 1965. **Trade Liberlization and Revealed Comparative Advantage.** Manchester:
The Manchester school of Economic and Social Studies.

Dagenais, C. and H. Muet. 1992. **International Trade Modeling.** London.

International Monetary Fund. 1998. **Direction of Trade Statistic.** New York.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 มูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ไทย	6,451,000	7,927,000	8,982,000	10,799,000	11,854,385	11,798,399	13,055,715	13,970,539
มาเลเซีย	6,347,000	8,540,000	10,923,000	14,419,000	17,980,832	18,330,710	18,522,835	19,518,778
อินโดนีเซีย	3,567,000	4,704,000	5,887,000	7,020,000	7,954,815	8,742,580	9,736,644	9,973,033
จีน	20,305,000	27,413,000	31,183,000	41,362,000	48,505,594	54,396,461	65,811,607	75,094,922
อื่น ๆ	472,629,000	504,015,000	543,032,000	615,710,000	684,525,885	724,359,051	790,898,726	825,792,874
รวมทุกประเทศ	509,299,000	552,599,000	600,007,000	689,310,000	770,821,511	817,627,201	898,025,527	944,350,146

ที่มา: (International Monetary Fund, 1998)

ตารางผนวกที่ 2 มูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศเยอรมันนี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ไทย	1,757,000	1,877,000	1,899,000	2,083,000	2,261,015	2,174,196	2,044,024	2,183,762
มาเลเซีย	1,891,000	2,233,000	2,060,000	2,454,000	3,153,018	3,106,658	2,971,130	3,028,254
อินโดนีเซีย	1,191,000	1,394,000	1,610,000	1,853,000	1,989,296	2,189,134	2,344,097	2,200,426
จีน	6,986,000	7,493,000	8,326,000	9,478,000	11,105,621	11,911,128	12,251,179	12,890,587
อื่น ๆ	378,285,000	390,226,000	315,880,000	355,643,000	424,714,882	425,014,883	416,847,737	442,930,126
รวมทุกประเทศ	390,110,000	403,223,000	329,775,000	371,511,000	443,223,832	444,395,999	436,458,167	463,233,155

ที่มา: (International Monetary Fund, 1998)

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ไทย	5,258,000	5,950,000	6,526,000	8,181,000	10,119,957	10,212,284	9,574,516	8,178,334
มาเลเซีย	6,458,000	6,556,000	7,676,000	8,201,000	10,564,382	11,750,420	11,376,124	8,676,208
อินโดนีเซีย	12,783,000	12,239,000	12,537,000	12,883,000	14,225,667	15,193,831	14,638,105	10,843,616
จีน	14,248,000	16,972,000	20,651,000	27,569,000	36,017,105	40,436,102	41,875,223	37,088,487
อื่น ๆ	197,865,000	191,092,000	194,214,000	217,289,000	265,167,096	271,593,498	261,366,530	215,847,240
รวมทุกประเทศ	236,612,000	232,809,000	241,604,000	274,123,000	336,094,207	349,186,135	338,830,498	280,633,885

ที่มา: (International Monetary Fund, 1998)