

## บทที่ 4

# ความเป็นมา การผลิต การตลาดยางพาราของไทย และนโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น

### 4.1 ความเป็นมาของยางพาราในประเทศไทย

ยางพาราเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำยางที่กรีดยางต้นยางพารา "Hevea Brasiliensis" ต้นยางพาราไม่ใช่พืชพื้นเมืองของไทยแต่มาพร้อมกับอังกฤษที่เข้ามาในเอเชีย โดยได้นำยางพาราจากบราซิลมาทดลองปลูกในศรีลังกาจากนั้นเมื่อเห็นว่าได้ผลดีจึงนำมาปลูกในมลายูที่มีภูมิอากาศคล้ายกับศรีลังกา เพื่อที่จะป้อนให้กับโรงงานอุตสาหกรรมของตน แต่ต้นยางพาราได้เข้ามาปลูกในไทยนั้นเนื่องจากพระยารัชฎานุประดิษฐ์ มหิศรภักดี (คอซิมบี๊ ณ ระนอง) เห็นว่ายางจะเป็นพืชเศรษฐกิจทำรายได้ให้กับเมืองไทยจึงเริ่มนำเข้ามาปลูกในภาคใต้ของไทยเมื่อปีพ.ศ.2443 และพบว่า เป็นพืชที่สามารถสร้างรายได้ได้ดีจึงนิยมปลูกทั่วภาคใต้ ต่อมาก็ได้ขยายไปทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือในปัจจุบัน (ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย, 2552)

ต่อมาได้มีการร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศในการวิจัยและพัฒนาอย่างกว้างขวางในระยะต่อมาศูนย์วิจัยการยางได้เปลี่ยนชื่อเป็นศูนย์วิจัยยางสงขลาในปี 2527 และมีการก่อตั้งศูนย์วิจัยขึ้นใหม่อีก 3 ศูนย์ ที่สุราษฎร์ธานี ฉะเชิงเทรา หนองคาย และ นครราชสีมาเพื่อขยายงานวิจัย และพัฒนาองให้ครอบคลุมพื้นที่ปลูกยางของประเทศ การวิจัยและพัฒนาเหล่านี้เป็นพื้นฐานที่สำคัญทำให้การปลูกแทนในพื้นที่ปลูกยางเดิมและการปลูกใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประสบความสำเร็จมากขึ้น (องค์การสวนยาง, 2553: ออนไลน์)

## 4.2 พันธุ์ยาง

พันธุ์ยางเป็นปัจจัยสำคัญประการแรกของเกษตรกรชาวสวนยางที่จะต้องตัดสินใจเลือกใช้ให้ถูกต้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เป็นอยู่ในแต่ละพื้นที่ การแนะนำพันธุ์ยางให้เกษตรกรชาวสวนยางทั่วไปปลูกนั้น สถาบันวิจัยยาง จะสามารถใช้แนะนำให้เกษตรกรที่ปลูกยางทั่วไปในแหล่งปลูกยางเดิมและในแหล่งปลูกยางใหม่ ซึ่งแบ่งพันธุ์ยางออกเป็น 3 ชั้น

พันธุ์ยางชั้นที่ 1 แนะนำให้ปลูกโดยไม่จำกัดเนื้อที่ปลูก พันธุ์ยางในชั้นนี้ได้ผ่านการทดลองและศึกษาลักษณะต่างๆ โดยละเอียด สามารถต้านทานโรคใบร่วงที่เกิดจากเชื้อราต่างๆ ได้ดี ได้แก่ พันธุ์สงขลา 36, BPM 24, PB 260, PB 235, PB 260, PR 255, PRIC 110, PRIM 600

พันธุ์ยางชั้นที่ 2 แนะนำให้ปลูกโดยจำกัดเนื้อที่ปลูก ปลูกได้ไม่เกินร้อยละ 30 ของเนื้อที่ปลูกยางที่ถือครอง แต่ละพันธุ์ควรปลูกไม่น้อยกว่า 7 ไร่ พันธุ์ยางชั้นนี้อยู่ในระหว่างศึกษาลักษณะบางประการเพิ่มเติม ได้แก่ PBM 1, PBL 35, RRIC 100, RRIC101, RRIT 250, RRIT 21

พันธุ์ยางชั้นที่ 3 แนะนำให้ปลูกโดยจำกัดเนื้อที่ปลูก ปลูกได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของเนื้อที่ปลูกยางที่ถือครอง พันธุ์ยางชั้นนี้ส่วนใหญ่อยู่ในระหว่างการทดลองและต้องศึกษาลักษณะต่างๆ เพิ่มเติม ได้แก่ PR302, PR 3051, PRIC 121, PRIT 163, PRIT 209, RRIT 214, RRIT 218, RRIT 225, RRIT 26 (กรมวิชาการเกษตร, 2552: ออนไลน์)

การปลูกยางในประเทศไทยได้ถูกพัฒนาเทคโนโลยีการปลูกยางอย่างต่อเนื่องและได้นำผลผลิตจากยางไปใช้สำหรับการส่งออกและใช้ภายในประเทศทั้งในรูปแบบยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์และผลิตภัณฑ์จากยางพารา โดยอุตสาหกรรมยางพาราเป็นอุตสาหกรรมการแปรรูปยางพาราขั้นต้นที่นำเอาน้ำยางสดที่กรี๊ดได้จากต้นยางพารามาแปรรูปให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมและสะดวกในการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ยาง ยางพาราที่ผลิตได้แบ่งออกได้เป็น 5 ชนิด ได้แก่

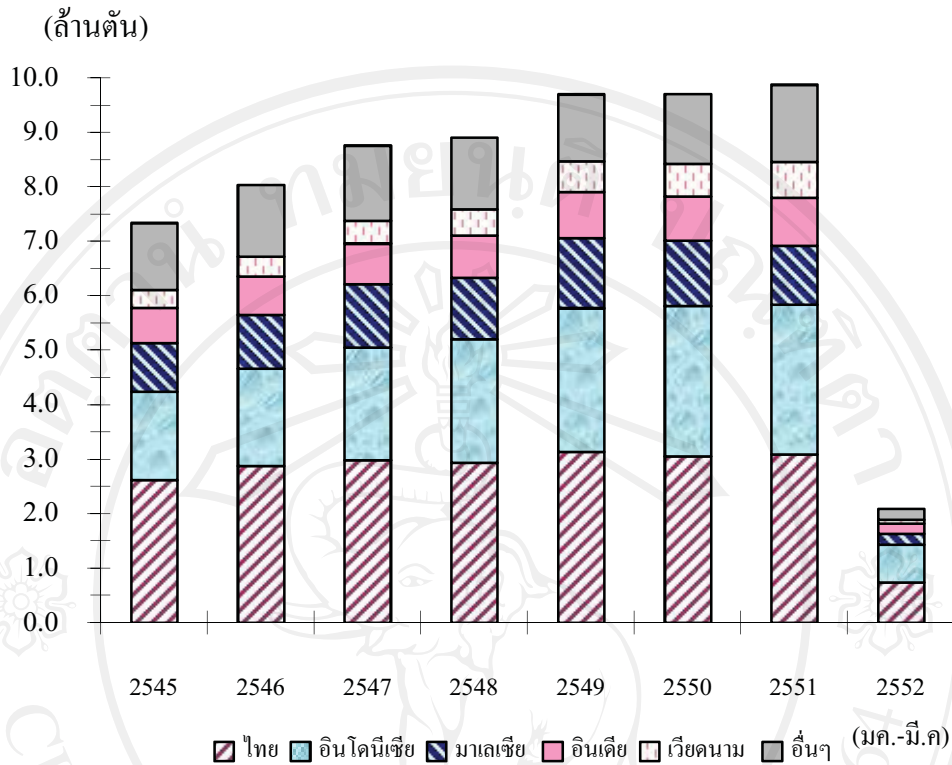
1. ยางแผ่นรมควัน
2. ยางแท่ง
3. ยางเครป
4. ยางผึ่งแห้ง
5. น้ำยางข้น

ยางพาราเหล่านี้จะนำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอื่น ๆ เช่น ยางยานพาหนะ ประกอบด้วย ยางรถยนต์ ยางรถจักรยานยนต์ ยางรถจักรยาน ถู่มือยาง ถูยางอนามัย ยางรัดซอง และท่อต่าง ๆ เป็นต้น

#### 4.3 การผลิตยางพาราของโลก

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2545- 2551) ผลผลิตยางธรรมชาติของโลก (โดยภาพรวม) มีการผลิตเฉลี่ยเพิ่มขึ้น โดยในปี 2551 การผลิตยางของโลกมีการเพิ่มขึ้นถึง 9,942 พันตันจาก 9,726 พันตันในปี 2550 (ตารางที่ 1.3)

สำหรับประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก 4 ใน 6 ประเทศอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม อินโดนีเซีย และมาเลเซีย และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (รูปที่ 4.1) ซึ่งทั้ง 4 ประเทศนี้มีการแบ่งตลาดยางธรรมชาติที่ค่อนข้างชัดเจนคือ ประเทศไทยส่วนใหญ่จะส่งออกน้ำยางข้น และยางแผ่นรมควัน โดยที่มีตลาดหลักคือ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีนที่เทคโนโลยีการผลิตยางรถยนต์ยังนิยมใช้ยางแผ่นรมควันของประเทศไทย ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่ามีความยืดหยุ่นสูง คุณภาพดี และราคาเหมาะสม ในส่วนของประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่จะส่งออกยางแท่งไปยังยุโรปและสหรัฐอเมริกาซึ่งนิยมใช้ยางแท่งในการผลิตยางรถยนต์ แต่ในช่วงหลังประเทศมาเลเซียเริ่มเปลี่ยนมาเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางแทนการส่งออกวัตถุดิบ สำหรับประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่จะผลิตยางแท่งเช่นเดียวกับประเทศมาเลเซีย แต่ตลาดหลักอยู่ที่สหรัฐอเมริกา เนื่องจากบริษัทกู๊ดเยียร์ใช้ประเทศอินโดนีเซียเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญ และสำหรับประเทศเวียดนามจะผลิตยางแท่ง และน้ำยางข้นที่มีคุณภาพดีเหมาะกับการผลิตสินค้าที่ต้องการยางคุณภาพดี เช่น ท่อยาง หรือยางที่เป็นส่วนประกอบในรถยนต์โดยที่การส่งออกส่วนใหญ่จะส่งออกไปยังประเทศจีน และสหภาพยุโรป ซึ่งประเทศผู้ส่งออกยางธรรมชาติที่สำคัญในแต่ละประเทศนี้มีโครงสร้างการผลิต และการค้ายางธรรมชาติที่แตกต่างกันไปดังนี้ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2550)



ที่มา: International Rubber Study Group (IRSG) (2009)

รูปที่ 4.1 การผลิตยางพาราของโลก

### ประเทศมาเลเซีย

เนื่องจากภาคเศรษฐกิจ ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการของมาเลเซียเติบโตเร็ว และให้ผลตอบแทนสูงกว่าการเกษตร การปลูกยางธรรมชาติในมาเลเซียจึงเป็นการปลูกแปลงใหญ่ขนาด 1,000 ไร่ ซึ่งมีความจำเป็นต้องพึ่งพาแรงงานในการกรีดยางและเก็บยางจำนวนมาก หลังจากเศรษฐกิจมาเลเซียที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ค่าแรงเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ขาดแรงงานในการทำสวนยางพาราที่เป็นแรงงานราคาถูก ยิ่งกว่านั้นการปลูกยางพาราก็ยังเป็นพืชที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่าพืชชนิดอื่น เช่น ปาล์มน้ำมัน จึงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงจากการทำสวนยางพาราเป็นสวนปาล์มน้ำมัน และเป็นการเปลี่ยนแปลงของสวนขนาดใหญ่ มีผลทำให้การปลูกยางพาราของมาเลเซียมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังมีกำลังการผลิตของโรงงานแปรรูปยางพาราเหลืออยู่ ผู้แปรรูปยางในมาเลเซียบางส่วนจึงนำเข้ายางแผ่น ยางถ้วย และวัตถุดิบอื่น เช่น น้ำยางข้นเพิ่มมากขึ้นเพื่อใช้กับกำลังการผลิตที่เหลืออยู่เพื่อผลิตยางแท่ง โดยส่วนใหญ่นำเข้าจากทางภาคใต้ของประเทศไทยประมาณ 3 - 4

แสนตันต่อปี ซึ่งการเข้ามาแย่งซื้อยางธรรมชาติของไทยในราคาที่สูงกว่าราคาที่พ่อค้าของไทยรับซื้อสาเหตุที่สามารถทำได้เช่นนี้เนื่องจากการค้าขายแดนที่สามารถเลี้ยงภาษีได้ และค่าขนส่งก็ต่ำกว่าที่ไทยขนส่งไปยังโรงงานภายในประเทศ โดยที่มาเลเซียมีความโดดเด่นในการผลิตยางแท่งรวมทั้งยางแท่งของมาเลเซียได้รับความเชื่อถือจากตลาดโลกว่า มีคุณภาพดีและมีความสม่ำเสมอสำหรับโครงสร้างอุตสาหกรรมยางในมาเลเซียจะมีความสมบูรณ์มากกว่าของไทยคือ สามารถเปลี่ยนจากการเป็นประเทศส่งออกวัตถุดิบยางธรรมชาติ เป็นประเทศที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางที่มีมูลค่าเพิ่มสูงกว่าโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ใช้กันอย่างขึ้นเป็นวัตถุดิบ เช่น ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2550)

### ประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซียมีการผลิตยางธรรมชาติประมาณ 1.6 - 1.7 ล้านตัน บนพื้นที่ประมาณ 23 ล้านไร่ โดยในปี 2540 มีการผลิตยางธรรมชาติชนิดต่างๆ ตามสัดส่วนคือ มีการผลิตยางแท่งมากกว่าร้อยละ 88 ของผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติทั้งหมด รองลงมาคือ ยางแผ่นมากกว่าร้อยละ 4 ของผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติทั้งหมด ส่วนที่เหลือจึงเป็นการผลิตน้ำยางข้น และยางเครพอย่างละเท่าๆ กัน โดยที่ยางแท่งที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จะเป็นยางแท่งชั้น SIR ขณะที่ยางแผ่นส่วนใหญ่เป็นยางแผ่นชั้น 1 การบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ยางของอินโดนีเซียทำได้ค่อนข้างดีคือ ร้อยละ 80 ของยางแท่งที่ผลิตได้ห่อด้วยพลาสติกแล้วใช้ไม่รองจึงไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการเกิดแป้ง ส่วนยางแผ่นถูกอัดเป็นก้อนหนัก 33.3 หรือ 35 กิโลกรัม แล้วห่อด้วยพลาสติก ซึ่งช่วยแก้ปัญหาด้านน้ำหนักและการเกิดแป้งในด้านท่าเรือหลักที่ใช้ในการส่งออกยางธรรมชาติของอินโดนีเซีย คือ ท่าเรือเบลาวัน ปาเลมบังจัมบี และปอนเตียนแนค แต่ท่าเรือที่ดีที่สุดในการส่งออกคือ ท่าเรือเบลาวัน โดยการส่งออกยางธรรมชาติของอินโดนีเซียส่วนใหญ่จะถูกส่งผ่านไปยังสิงคโปร์ก่อน ทำให้สิงคโปร์มีบทบาทมากต่อการส่งออกยางธรรมชาติของอินโดนีเซีย โดยที่คู่ค้าหลักของอินโดนีเซียคือ สหรัฐอเมริกาที่นำยางแท่งของอินโดนีเซียไปทำยางล้อ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2550)

การผลิตยางธรรมชาติของอินโดนีเซียจะอยู่ในบริเวณตอนเหนือ และตอนใต้ของเกาะสุมาตรา จัมบี รือ และเกาะกาลิมันตัน ทางตะวันออกของอินโดนีเซียที่เรียกว่า เกาะเซราม และอาเรนจายา โดยในปี 2539 อินโดนีเซียมีพื้นที่ปลูกยางพารารวม 22 ล้านไร่ ส่วนใหญ่อยู่ทางตอนเหนือและใต้ของเกาะสุมาตรา ซึ่งให้ผลผลิตร้อยละ 75 ของผลผลิตทั้งประเทศ รองลงมาคือบริเวณเกาะกาลิมันตันที่ให้ผลผลิตร้อยละ 20 ขณะที่พื้นที่ปลูกยางทางตอนเหนือของเกาะสุมาตราและรือกำลังมีการเปลี่ยนไปปลูกปาล์มแทน และในปี 2540 โครงสร้างการปลูกยางของอินโดนีเซียส่วนใหญ่



ประมาณร้อยละ 84 เป็นสวนยางขนาดเล็ก ซึ่งมีส่วนแบ่งการผลิตยางร้อยละ 78 และการที่ประเทศอินโดนีเซียมีการปลูกยางธรรมชาติแบบไม่เป็นระบบ และยังเป็นยางพันธุ์พื้นเมืองเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งรัฐยังคงดูแลไม่ทั่วถึง เนื่องจากขาดแคลนงบประมาณและประสบปัญหาการเมืองภายในประเทศ ทำให้การพัฒนาขึ้นมาเป็นผู้นำในการผลิตยางจึงทำได้ค่อนข้างยาก ในอนาคตประเทศอินโดนีเซียจึงมีโครงการให้เกาะกาลิมันตันเป็นพื้นที่หลักในการปลูกยางแทนและมีแผนการพัฒนาการปลูกยางที่ชัดเจน โดยจากการแบ่งสวนยางในประเทศออกเป็นสวนขนาดใหญ่และขนาดเล็ก โดยให้สวนยางขนาดใหญ่เป็นศูนย์กลางของสวนยางขนาดเล็กเพื่อพัฒนาตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2550)

### ประเทศเวียดนาม

ประเทศเวียดนามมีการปลูกยางในตอนกลางของประเทศจากการนำเข้ามาปลูกของฝรั่งเศส ในช่วงที่เป็นอาณานิคม ซึ่งฝรั่งเศสได้มีการวางรากฐานและตั้งสถาบันวิจัยยางที่ดีขึ้นในเวียดนามแต่การเกิดสงครามเป็นเวลานานของเวียดนามจึงทำให้อุตสาหกรรมยางธรรมชาติในเวียดนามไม่ค่อยพัฒนาเท่าที่ควร และเพิ่งมีการกลับมาปลูกยางพาราใหม่อีกครั้งหลังสงคราม ซึ่งต้นยางเหล่านี้ให้น้ำยางและมีคุณภาพค่อนข้างดีมาก นอกจากนี้ประเทศเวียดนามมีการนำเอาเทคโนโลยีการผลิตยางแท่งของมาเลเซียมาใช้ และเนื่องจากยังเป็นประเทศสังคมนิยมจึงสามารถจัดระบบการผลิตยางธรรมชาติได้เป็นอย่างดี โดยโรงงานจะอยู่ใกล้กับสวนยางพาราจึงสามารถนำน้ำยางดิบมาผลิตเป็นยางแท่งได้ทันทีทำให้ได้ยางคุณภาพดี และราคาถูก ในปัจจุบันเวียดนามสามารถผลิตยางธรรมชาติได้ประมาณ 300,000 ตันต่อปี โดยบางส่วนถูกขายในรูปของน้ำยางข้น ส่วนตลาดส่งออกที่สำคัญของเวียดนามคือ ประเทศจีนที่ส่วนใหญ่เป็นการค้าผ่านชายแดนที่เสียภาษีนำเข้าน้อย จึงทำให้ประเทศเวียดนามได้เปรียบประเทศผู้ส่งออกยางธรรมชาติอื่นๆ และสหภาพยุโรป เช่น ประเทศเยอรมนี และการที่ยางธรรมชาติของเวียดนามมีคุณภาพดีและราคาถูกจึงเป็นที่ต้องการของตลาดค่อนข้างมากจนผลผลิตไม่เพียงพอกับความต้องการ จึงต้องมีการขยายพื้นที่ปลูกไปยังที่ราบสูง ซึ่งให้ผลผลิตไม่ดีเท่าที่ควร นอกจากนี้เวียดนามยังได้พัฒนาการผลิตยางแท่ง SVR3L, SVR20 และน้ำยางข้นที่มีคุณภาพดี ราคาถูก โดยที่ยางธรรมชาติบางส่วนของประเทศเวียดนามถูกส่งผ่านชายแดนไปขายยังประเทศจีน เพื่อผลิตยางล้อและผลิตภัณฑ์อื่นๆ และยางธรรมชาติบางส่วนถูกส่งไปขายยังยุโรป แต่ประเทศเวียดนามก็ยังมีขีดจำกัดคือ ยังผลิตยางธรรมชาติได้ไม่มากเท่าที่ควร ซึ่งส่วนหนึ่งก็ถูกนำมาใช้ในประเทศ แต่คาดว่าในอนาคตเวียดนามน่าที่จะสามารถขยายการผลิตได้ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2550)

## 4.4 ภาพรวมยางพาราไทย

### 4.4.1 พื้นที่ปลูกยางพาราของประเทศไทย

พื้นที่ปลูกยางพาราหลักๆของไทยอยู่ในภาคใต้ 15 จังหวัด ภาคตะวันออก 6 จังหวัด รวมกับพื้นที่ปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 16 จังหวัด สำหรับเขตการปลูกยางของประเทศไทยแบ่งตามที่กำหนดจากกรมวิชาการเกษตรได้เป็น 2 เขตใหญ่ๆ คือ

1.เขตปลูกยางเดิม กระจายใน 14 จังหวัดของภาคใต้ คือ ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี กระบี่ พังงา ภูเก็ต นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สงขลา สตูล ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส รวมถึง 3 จังหวัดในภาคตะวันออก คือ ระยอง จันทบุรี และตราด ตลอดจนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาคกลาง

2.เขตปลูกยางใหม่ กระจายใน 2 จังหวัดของภาคตะวันออก คือ ชลบุรี และฉะเชิงเทรา และ 17 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ กาฬสินธุ์ นครพนม มุกดาหาร เลย สกลนคร หนองคาย อุดรธานี หนองบัวลำภู นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม ยโสธร ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ สุรินทร์ อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ

### 4.4.2 ลักษณะการปลูกยางพาราในประเทศไทย

การปลูกสวนยางในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ขนาด คือ

1.สวนยางขนาดเล็ก เป็นสวนยางที่มีพื้นที่ระหว่าง 2-50 ไร่ มีประมาณ 1,012,000 สวน หรือร้อยละ 93.01 ของสวนยางทั้งหมด และมีขนาดสวนยางเฉลี่ย 13 ไร่

2.สวนยางขนาดกลาง เป็นสวนยางที่มีพื้นที่ระหว่าง 51-250 ไร่ มีประมาณ 73,000 สวน หรือร้อยละ 6.71 ของสวนยางทั้งหมด และมีขนาดสวนยางเฉลี่ย 60 ไร่

3.สวนยางขนาดใหญ่ เป็นสวนยางที่มีพื้นที่มากกว่า 250 ไร่ มีประมาณ 3,000 สวน หรือร้อยละ 0.28 ของสวนยางทั้งหมด และมีขนาดสวนยางเฉลี่ย 395 ไร่

### 4.4.3 ปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศไทย

การผลิตยางพาราของประเทศไทยในช่วงปี 2547-2551 มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นแต่เมื่อคู่ถึงอัตราการเจริญเติบโต พบว่า อัตราการเติบโตในปี 2548 ลดลง 1.6 เปอร์เซ็นต์จากปี 2547 ในปี 2549 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 6.8 เปอร์เซ็นต์จากปี 2548 ในปี 2550 อัตราการเติบโตลดลง 2.6

เปอร์เซ็นต์จากปี 2549 และในปี 2551 อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอีก 1.1 เปอร์เซ็นต์เท่านั้นจากปี 2550 (ตารางที่ 4.2)

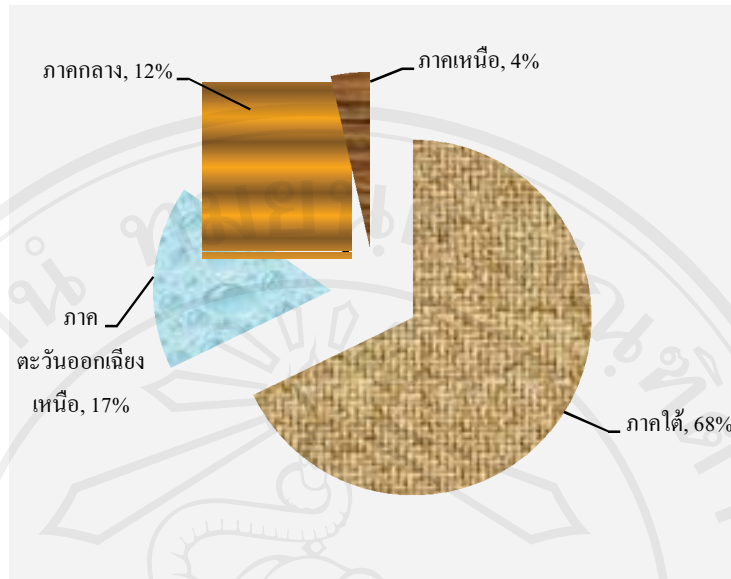
**ตารางที่ 4.1** ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย ปีพ.ศ.2547-2551

ปี	ปริมาณการผลิต (ตัน)	อัตราการเติบโต (%)
2547	2,984,293	3.8
2548	2,937,158	-1.6
2549	3,136,993	6.8
2550	3,056,005	-2.6
2551	3,089,751	1.1
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3,040,840</b>	<b>1.5</b>

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2551)

การผลิตยางพาราของประเทศไทยในปี 2551 จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ผลผลิตยางพาราของประเทศไทย มีผลผลิต 3,166,843 ตัน เป็นมีเนื้อที่ยืนต้น 16,716,945 ไร่ เนื้อที่กรีดยางได้ 11,371,407 ไร่ ผลผลิตต่อไร่ 278 กิโลกรัม โดยภาคใต้เป็นภาคที่ให้ผลผลิตมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ตามลำดับ ส่วนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีพื้นที่ยืนต้นมากกว่าภาคกลางแต่มีเนื้อที่กรีดยางและผลผลิตน้อยกว่า เนื่องจากเป็นพื้นที่ปลูกยางใหม่รอในการให้ผลผลิต (รูปที่ 4.2)





ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2551)

รูปที่ 4.2 สัดส่วนพื้นที่ปลูกยางพาราแยกตามรายภาค

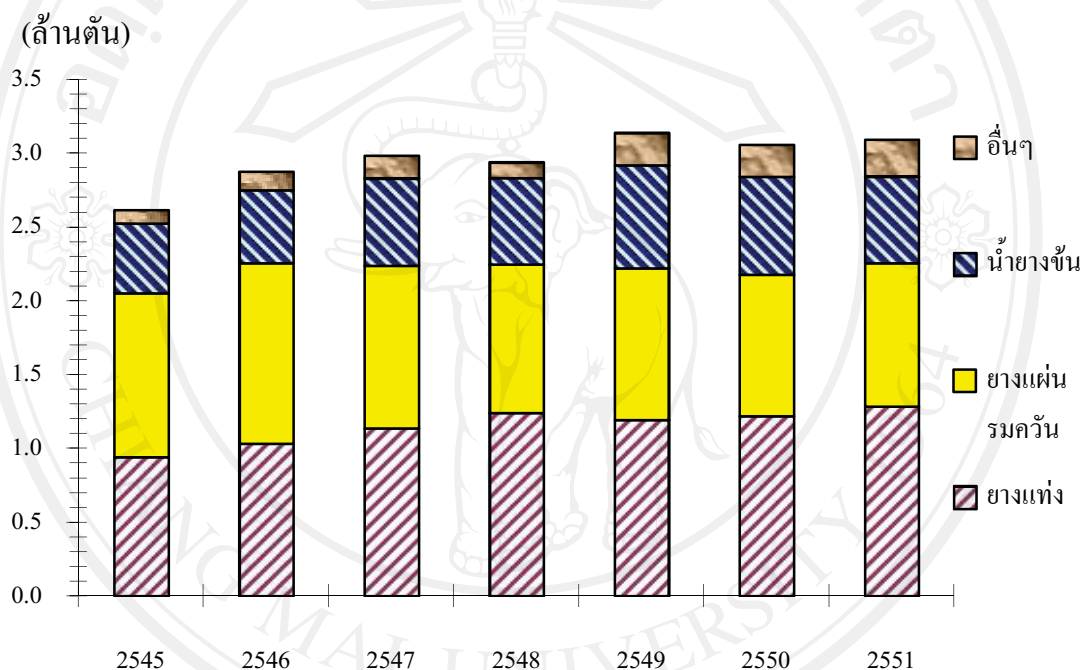
เมื่อพิจารณาในด้านประสิทธิภาพการผลิตโดยสังเกตจากผลผลิตต่อไร่ พบว่า ภาคกลางสามารถให้ผลผลิตต่อไร่มากที่สุดถึง 286 กิโลกรัมต่อไร่ รองลงมาคือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ 278, 272 และ 251 กิโลกรัมต่อไร่ ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ถึงแม้ภาคกลางจะมีเนื้อที่ในการขึ้นต้น เนื้อที่กรีดยางได้ น้อยกว่าเนื้อที่ที่ภาคใต้มากแต่ก็สามารถให้ผลผลิตต่อไร่ได้มากที่สุด (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.2 เนื้อที่ปลูก เนื้อที่กรีดยาง ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ยางพารา ปี 2551

จังหวัด	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่กรีดยาง (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
รวมทั้งประเทศ	16,716,945	11,371,407	3,166,843	278
ภาคเหนือ	600,578	14,771	3,710	251
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2,799,209	569,668	154,917	272
ภาคกลาง	1,977,460	1,272,792	364,100	286
ภาคใต้	11,339,698	9,514,176	2,644,116	278

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร(2551)

ส่วนผลผลิตยางธรรมชาติของไทยแยกตามประเภทระหว่างปี 2545-2551 นั้นพบว่าไทยผลิตยางแท่งมากที่สุด คือ 6.84 ล้านตัน รองลงมาคือ ยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น และยางชนิดอื่นๆ ซึ่งคิดเป็น 6.38, 3.39 และ 0.96 ล้านตัน ตามลำดับ โดยสัดส่วนการผลิตยางแผ่นรมควันมีแนวโน้มลดลง ขณะที่มีการผลิตยางแท่งเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้การผลิตยางทั้งสองประเภทผู้ผลิตสามารถปรับสัดส่วนได้ตามความต้องการว่าจะผลิตประเภทใดเพิ่มขึ้นหรือลดลง รวมถึงความสามารถที่จะแปรรูปยางแผ่นรมควันเป็นยางแท่งอีกด้วย (รูปที่ 4.3)



ที่มา: สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2551)

รูปที่ 4.3 ปริมาณการผลิตยางพาราของไทย 2545-2551

#### 4.4.4 การแปรรูปยางขึ้นต้นในประเทศไทย

##### 4.4.4.1 การผลิตน้ำยางข้น

การผลิตน้ำยางข้นได้จากการนำน้ำยางสดที่รักษาสภาพด้วย สารละลายแอมโมเนีย หรือ สารละลายโซเดียมซัลไฟท์ แล้วนำมาปั่นแยกด้วยเครื่องปั่นความเร็วสูง เพื่อแยกน้ำและสารอื่นๆ ที่ละลายอยู่ในน้ำออกไปบางส่วน จะได้น้ำยางแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. น้ำยางข้น 60% (Concentrated latex) รักษาสภาพด้วย 0.7% สารละลายแอมโมเนียชนิดเข้มข้นหรือ 0.2% สารละลายแอมโมเนียชนิดเจือจาง ร่วมกับสารช่วยรักษาสภาพน้ำยาง
2. หางน้ำยาง (Skim latex) นำมาใส่  $\text{NH}_3$  แล้วเติม  $\text{H}_2\text{SO}_4$  แล้วผ่านกระบวนการรีดเครฟหรือตัดย่อย เพื่อผลิตเป็นสกิมเครฟ หรือ สกิมบล็อก

#### 4.4.4.2 การผลิตยางแท่ง

ไทยเริ่มผลิตยางแท่งเมื่อปี 2511 เพื่อปรับปรุงรูปแบบให้มีขนาดเหมาะสมกับการใช้ในภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องมีการตรวจสอบคุณภาพทางวิทยาศาสตร์และจำแนกชั้นตามข้อกำหนดทำให้สินค้ามีมาตรฐานมากขึ้น

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยางแท่งใช้ได้ทั้งน้ำยางสดที่ต้องทำให้จับตัวเป็นก้อนก่อน และยางแห้งที่จับตัวแล้ว เช่น ยางแผ่นดิบ เศษยางกันด้วย โดยมีขั้นตอนการผลิตแตกต่างกัน คือ

- การใช้น้ำยางสด ทำได้โดยการนำน้ำยางสดมาเทรวมในถังรวมยางแล้วทำให้ยางจับตัวแล้วตัดเป็นก้อน จึงผ่านเข้าเครื่องเครฟ จากนั้นย่อยยางเป็นเม็ดเล็กๆ แล้วจึงอบยางให้แห้งและอัดเป็นแท่งขนาด 33.3 กิโลกรัม
- การใช้ยางแห้งที่จับตัวแล้ว สำหรับยางแผ่นดิบสามารถนำมาตัดแล้วอบแล้วอัดเป็นแท่งได้เลย ส่วนเศษยางต้องมารวมในถังรวมยางแล้วตัด ทำความสะอาด แล้วบรรจุใส่ถังรวมอีกครั้งก่อนผ่านเข้าเครื่องเครฟ ย่อยยางเป็นชิ้นเล็กๆ จึงอบให้แห้งแล้วอัดเป็นแท่งสี่เหลี่ยมขนาด 33.3 กิโลกรัม

#### 4.4.4.3 การผลิตยางแผ่นชั้นดี

มีวิธีต่างๆ ซึ่งชาวสวนยางสามารถทำได้ โดยใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว หลักสำคัญที่จะถือปฏิบัติคือ การรักษาความสะอาด โดยใช้น้ำและน้ำกรดให้ถูกส่วนรีดแผ่น ให้ต้นยางได้ขนาด ลักษณะของแผ่นยางมีความงามพอสมควร มีวิธีทำเป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมน้ำยาง
  - 1.1 ควรเช็ดถ้วยรองรับน้ำยางให้สะอาดทุกครั้งก่อนรองรับน้ำยาง
  - 1.2 ทำความสะอาดถังเก็บน้ำยางด้วยน้ำสะอาดทุกครั้งก่อนใช้
  - 1.3 อย่าใส่ขี้ยางหรือใบไม้ลงไปจนถึงถังเก็บน้ำยาง เพราะทำให้น้ำยางสกปรก จับตัวเร็ว และกรองน้ำยางได้มาก

1.4 ถังเก็บควรมีฝาปิดมิดชิด เพื่อป้องกันน้ำยางระลอกกระหว่างนำน้ำยางไปยังโรงทำยางแผ่น

## 2. การทำความสะอาดเครื่องมือ

ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ในการทำยางแผ่นชั้นดี เครื่องมือทุกชนิดควรล้างทำความสะอาดทุกครั้งก่อนและหลังใช้งาน ซึ่งเครื่องมือที่จำเป็นในการทำยางแผ่น มีเครื่องกรองลวดเบอร์ 40 และ 60 ตะกวด ถังสำหรับเก็บน้ำยางและใส่น้ำเครื่องรีดชนิดลื่นและชนิดดอก โต้ะนวดยาง โรงเรือนสำหรับทำยางแผ่น กระจบ้องตวงน้ำยาง ใบบายสำหรับกวนน้ำยาง ภาชนะผสมน้ำกรด

## 3. การกรองน้ำยาง

การกรองน้ำยาง ควรกรองน้ำยางด้วยเครื่องกรองลวดเบอร์ 40 และ 60 เพื่อเอาสิ่งสกปรกออก โดยวางเครื่องกรองซ้อนกัน 2 ชั้น คือ เบอร์ 40 ไว้ข้างบน และเบอร์ 60 ไว้ข้างล่าง

## 4. กาทวงน้ำยางใส่ตะกวด

ตวงน้ำยางที่กรองสะอาดแล้ว 3 ลิตร ใส่ตะกวดและเติมน้ำสะอาด 2 ลิตร ในตะกวด จะได้อัตราส่วนผสมระหว่างน้ำยางกับน้ำเท่ากับ 3 ต่อ 2

## 5. การผสมน้ำกรด

เพื่อให้ยางแผ่นมีคุณภาพดี ในการทำยางแผ่นควรใช้กรดฟอร์มิค ชนิดเข้มข้น 70 เปอร์เซ็นต์ และเพื่อให้ น้ำยางจับตัวภายใน 30-45 นาที ควรผสมน้ำกรด โดยใช้กรดฟอร์มิคชนิดเข้มข้น 70 เปอร์เซ็นต์ ทำให้ความเข้มข้นเหลือ 2 เปอร์เซ็นต์ โดยใช้อัตราส่วนของน้ำกรดฟอร์มิค 2 ส่วนแ่ง ผสมน้ำสะอาด 3 กระจบ้องนมหรือใช้กรดฟอร์มิค 1 ส่วนต่อน้ำสะอาด 40 ส่วน

ข้อควรระวัง ในการผสมน้ำกรด ให้เทน้ำกรดลงในน้ำหย่าเทน้ำลงในน้ำกรด อาจเป็นอันตราย และไม่ควรผสมน้ำกรดทิ้งไว้หลายวัน น้ำกรดจะเสื่อมคุณภาพ

## 6. การใส่น้ำกรดผสมน้ำยาง

ก่อนที่จะเทน้ำกรดที่ผสมแล้วลงผสมกับน้ำยางที่ผสมในตะกวด ควรใช้ใบบายกวนน้ำยางไปมา 5-6 เที้ยว เพื่อให้ น้ำกับน้ำยางผสมเข้ากันดี ตวงน้ำกรดที่ผสมแล้ว 1 กระจบ้องนม เทลงในน้ำยางให้ทั่วตะกวด และใช้ใบบายกวน 5-6 เที้ยว เพื่อให้ น้ำกรดกับน้ำยางผสมกัน ขณะที่กวนน้ำยางจะมีฟองอากาศเกิดขึ้นให้ใช้ใบบายกวาดฟองอากาศออกให้หมดฟองที่กวาด นำใบบายมาเก็บไว้เป็นจี้ยางชั้นดี ฟองอากาศถ้ากวาดไม่ออก เมื่อนำยางไปรมควันจะเห็นจุดอากาศในแผ่นยาง ทำให้ได้ยางชั้นต่ำ เมื่อผสมน้ำกรดลงในตะกวดน้ำยางแล้ว ควรใช้แผ่นสังกะสีหรือวัสดุอื่นๆ ก็ได้ ปิดตะ

กงไว้ เพื่อป้องกันมิให้ฝุ่นละอองหรือสิ่งสกปรกตกลงในน้ำยางที่กำลังจับตัวและทิ้งไว้ประมาณ 30-45 นาที

#### 7. การนวดแผ่นยาง

เมื่อยางจับตัวกันดีแล้ว ควรใช้น้ำสะอาดหล่อไว้ทุกตะกง แล้วใช้มือเลาะแผ่นยางรอบๆ ตะกง เพื่อสะดวกในการเทยางออกจากตะกง การนวดยาง ควรนวดแผ่นยางบนโต๊ะที่สะอาด ซึ่งปูด้วยสังกะสีหรืออลูมิเนียม นวดด้วยมือหรือไม้กรรมหรือท่อประปาแล้วแต่ถนัด นวดยางให้มีความหนาประมาณ 1 เซนติเมตร

#### 8. การรีดยางด้วยเครื่องรีด

นำแผ่นยางที่นวดแล้วเข้าเครื่องรีดสั้น 3-5 ครั้ง ให้มีความหนาประมาณ 3-4 มิลลิเมตร หลังจากนั้นนำแผ่นยางเข้าเครื่องรีดสั้น แล้วให้นำยางเข้าเครื่องรีดดอกอีก 1 ครั้งจะได้แผ่นยางที่มีดอก

### 4.4.5 มาตรฐานการจัดชั้นยาง

#### 1. มาตรฐานคุณภาพยางแผ่นดิบ

ตลาดกลางยางพารา สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร ได้กำหนดมาตรฐานคุณภาพยางแผ่นดิบ เพื่อใช้ในการประมูลยางในตลาดกลางยางพาราออกเป็น 4 ชั้น ดังนี้

#### 1.1 ยางแผ่นดิบคุณภาพชั้น 1 มีลักษณะเรียงตามความสำคัญดังนี้

1.1.1 ยางแผ่นมีความสะอาดและปราศจากฟองอากาศตลอดแผ่น

1.1.2 มีความชื้นในแผ่นยางไม่เกิน 1.5%

1.1.3 มีความยืดหยุ่นดี และมลายดอกเด่นชัดตลอดแผ่น

1.1.4 แผ่นยางบาง หนาของแผ่นยางไม่เกิน 3 มิลลิเมตร

1.1.5 เนื้อยางแห้งใส มีสีสวนสม่ำเสมอตลอดแผ่น ลักษณะสีเหลืองทอง หรือเหลืองอ่อน ไม่มีสีคล้ำหรือรอยดำ

1.1.6 มีน้ำหนักเฉลี่ยต่อแผ่น 800-1,200 กรัม

1.1.7 แผ่นยางเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้าง 38-46 ซม. ความยาว 80-90 เซนติเมตร

- 1.2 ยางแผ่นดิบคุณภาพชั้น 2 มีลักษณะเรียงตามความสำคัญ ดังนี้
- 1.2.1 ยางแผ่นมีความสะอาดตลอดแผ่น หรืออาจมีสิ่งสกปรกและฟองอากาศอยู่ในแผ่นยางได้บ้างเล็กน้อย
- 1.2.2 มีความชื้นในแผ่นยางไม่เกิน 2%
- 1.2.3 มีความยืดหยุ่นดี และมีลายดอกเด่นชัดเจน
- 1.2.4 แผ่นยางบาง มีความหนาของแผ่นยางไม่เกิน 4 มิลลิเมตร
- 1.2.5 เนื้อยางแห้งใส มีสีสม่ำเสมอตลอดแผ่น ลักษณะมีสีคล้ำหรือรอยดำดำได้บ้างเล็กน้อย
- 1.2.6 มีน้ำหนักเฉลี่ยต่อแผ่น 1,000-1,200 กรัม
- 1.2.7 แผ่นยางเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้าง 38-46 เซนติเมตร ความยาว 80-90 เซนติเมตร
- 1.3 ยางแผ่นดิบคุณภาพชั้น 3 มีลักษณะเรียงตามความสำคัญ ดังนี้
- 1.3.1 ยางแผ่นมีความสะอาดตลอดแผ่น หรืออาจมีสิ่งสกปรกและฟองอากาศอยู่ในแผ่นยางได้บ้างเล็กน้อย
- 1.3.2 มีความชื้นในแผ่นยางไม่เกิน 3%
- 1.3.3 มีความยืดหยุ่นดี และมีลายดอกเด่นชัดเจน
- 1.3.4 แผ่นยางบาง มีความหนาของแผ่นยางไม่เกิน 4 มิลลิเมตร
- 1.3.5 เนื้อยางแห้งมีสีคล้ำค่อนข้างทึบ ไม่โปร่งใสเท่าที่ควร
- 1.3.6 มีน้ำหนักเฉลี่ยต่อแผ่นไม่เกิน 1,500 กรัม
- 1.3.7 แผ่นยางเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้าง 38-46 เซนติเมตร ความยาว 80-90 เซนติเมตร

## 2.มาตรฐานการจัดชั้นยางแผ่นรมควัน

ยางแผ่นรมควัน (Rubber Smoked Sheet) คือยางแผ่นที่ทำให้แห้งด้วยการรมควันซึ่งจัดชั้นยางได้โดยสายตาม ซึ่งต้องอาศัยความชำนาญอย่างมาก ยางแผ่นรมควันทุกชั้นที่เปียกอบด้วยความชื้น รมควันไม่สุก มียางดิบปน หรือยางแผ่นที่ไม่แห้งสนิทในระหว่างการตรวจคุณภาพด้วยสายตาของผู้ซื้อ จะถือว่าเป็นยางไม่มีคุณภาพ มาตรฐานนี้ยกเว้นยางแผ่นรมควันชั้น 5 ที่มีบางส่วนรมควันไม่สุกเล็กน้อย จัดแบ่งได้ 5 ชั้นดังนี้

2.1 ยางแผ่นรมควันชั้น 1 พิเศษ (RSSI X) ยางแผ่นรมควันที่ห่อเรียบร้อยแล้ว ต้องไม่มีราขึ้น ยางแผ่นรมควันชั้นนี้จะต้องมีเนื้อยาแห้ง สะอาด เหนียวแน่น ไม่มีดำหนิและรมควันสุก



สม่ำเสมอ ไม่มีรอยเปื้อนหรือจุด ไม่มีราสนิมหรือราแดง หรือเป็นพุงอง ไม่มีทรายหรือสิ่งสกปรกอื่นๆ ปน ในขณะที่ทำการห่อยาง ยกเว้นฟองอากาศเล็กๆ ขนาดเท่าหัวเข็มหมุด มีการจัดกระจายเล็กน้อยได้

2.2 ยางแผ่นรมควันชั้น 1 (RSS 1) ยางแต่ละก้อนต้องไม่มีราขึ้น (ยกเว้นแผ่นยางที่ห่อหุ้ม) ยางแผ่นรมควันชั้นนี้ต้องสะอาด เหนียวแน่น ไม่มีรอยเปื้อน ไม่มีสนิมหรือเป็นพุงอง ไม่มีทรายหรือสิ่งสกปรกเจือปนในระหว่างบรรจุ ยกเว้นมีจุดบางๆ เพียงเล็กน้อยหรือมีฟองอากาศเล็กๆ ขนาดเท่าหัวเข็มหมุดกระจายเล็กน้อยได้

2.3 ยางแผ่นรมควันชั้น 2 (RSS 2) ยางมีเชื้อราสนิม ราแดงหรือราแห้งได้ไม่เกินร้อยละ 5 ยางแผ่นรมควันชั้นนี้ มีฟองอากาศขนาดเล็กและผงของเปลือกยางปนอยู่เพียงเล็กน้อย แต่จะต้องแห้ง สะอาด เหนียวแน่นและไม่มีตำหนิการรอยเปื้อนหรือพุงอง ไม่มีทรายหรือสิ่งสกปรกเจือปนอยู่ขณะทำการห่อยาง

2.4 ยางแผ่นรมควันชั้น 3 (RSS 3) ยางแผ่นที่ห่อแล้ว มีเชื้อราสนิม ราแดงหรือราแห้งได้ไม่เกินร้อยละ 10 ยางแผ่นรมควันชั้นนี้ สีไม่ใส มีฟองอากาศเล็กๆ และมีผงเปลือกยางปนเล็กน้อยได้ แต่ต้องแห้ง เหนียว ไม่มีตำหนิ ไม่พุงอง ไม่มีทราย สิ่งสกปรกหรือสารอื่นๆปน ขณะทำการห่อยาง

2.5 ยางแผ่นรมควันชั้น 4 (RSS 4) ยางแผ่นที่ห่อแล้ว มีเชื้อราสนิม ราแดง หรือราแห้งได้ไม่เกินร้อยละ 20 ยางแผ่นรมควันชั้นนี้มีผงขนาดกลางของเปลือกต้นยาง มีฟองอากาศ มีรอยเปื้อนจางๆ มีรอยเหนียวเล็กน้อย แผ่นยางถูกรมควันจนคล้ำเล็กน้อย และต้องปราศจากตำหนิพุงอง ไม่มีทรายหรือสิ่งเจือปนอื่นๆ ขณะทำการห่อยาง

2.6 ยางแผ่นรมควันชั้น 5 (RSS 5) ยางแผ่นที่ห่อแล้ว มีเชื้อราสนิม ราแดง หรือราแห้งได้ไม่เกินร้อยละ 30 ยางแผ่นรมควันชั้นนี้ มีผงเปลือกยางขนาดใหญ่ มีฟองอากาศ มีรอยพุงองเล็กๆ รอยเปื้อน มีสีคล้ำเหนียวเหนอะหนะเล็กน้อย และต้องแห้งเหนียว ไม่มีทรายหรือสารอื่นๆเจือปน ขณะห่อยาง

### 3.มาตรฐานการจัดชั้นยางแท่ง

ประเทศไทยได้เริ่มการผลิตยางแท่ง เมื่อปี 2531 และเรียกชื่อว่ายางแท่งทีทีอาร์ (TT Thai Tested Rubber) มี 5 ชั้น ได้แก่ 5L, 5, 10, 20 และ 50 เพื่อให้ทันสมัยและสอดคล้องกับภาวะอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางปัจจุบัน โดยกำหนดชั้นขีดจำกัด คุณสมบัติต่างๆ และเปลี่ยนชื่อจากทีทีอาร์

เป็น เอสทีอาร์ (STR Standard Thai Rubber) ตามสากลการเรียกชื่ออย่างแท้จริง แบ่งออกเป็น ๕ ชั้น เป็นชั้นยางเดิม 4 ชั้น ประกอบด้วย STR XL, STR 5CV, STR 10CV และ 20CV มีรายละเอียดดังนี้

3.1 ยางแท่ง STR XL มีสีประจำชั้นยาง คือ สีฟ้า ผลิตจากน้ำยางสด มีปริมาณสิ่งสกปรกไม่เกิน 0.02% เถ้าไม่เกิน 0.4% ไนโตรเจนไม่เกิน 0.5% สิ่งระเหยไม่เกิน 0.8% ความอ่อนตัวเริ่มแรกไม่ต่ำกว่า 35 ดัชนีความอ่อนตัวไม่ต่ำกว่า 60 วัดสีด้วยโลวิบอนด์ไม่เกิน 40

3.2 ยางแท่ง STR 5L มีสีประจำชั้นยาง คือ สีเขียวอ่อน ผลิตจากน้ำยางสด มีปริมาณสิ่งสกปรกไม่เกิน 0.04% เถ้าไม่เกิน 0.4% ไนโตรเจนไม่เกิน 0.6% สิ่งระเหยไม่เกิน 0.8% ความอ่อนตัวเริ่มแรกไม่ต่ำกว่า 35 ดัชนีความอ่อนตัวไม่ต่ำกว่า 60 วัดสีด้วยโลวิบอนด์ไม่เกิน 60

3.3 ยางแท่ง STR 5 มีสีประจำชั้นยาง คือ สีเขียวอ่อน ผลิตจากน้ำยางสด มีปริมาณสิ่งสกปรกไม่เกิน 0.04% เถ้าไม่เกิน 0.6% ไนโตรเจนไม่เกิน 0.6% สิ่งระเหยไม่เกิน 0.8% ความอ่อนตัวเริ่มแรกไม่ต่ำกว่า 35 ดัชนีความอ่อนตัวไม่ต่ำกว่า 30 วัดสีด้วยโลวิบอนด์ไม่เกิน 60

3.4 ยางแท่ง STR 5CV มีสีประจำชั้นยาง คือ ตัวอักษรขาวบนพื้นสีเขียวอ่อน ผลิตจากน้ำยางสด มีปริมาณสิ่งสกปรกไม่เกิน 0.04% เถ้าไม่เกิน 0.6% ไนโตรเจนไม่เกิน 0.6% สิ่งระเหยไม่เกิน 0.8% ดัชนีความอ่อนตัวไม่ต่ำกว่า 60

3.5 ยางแท่ง STR 10 มีสีประจำชั้นยาง คือ สีน้ำตาล ผลิตจากยางก้อนหรือยางดิบ มีปริมาณสิ่งสกปรกไม่เกิน 0.8% เถ้าไม่เกิน 0.6% ไนโตรเจนไม่เกิน 0.6% สิ่งระเหยไม่เกิน 0.8% ความอ่อนตัวเริ่มแรกไม่ต่ำกว่า 30 ดัชนีความอ่อนตัวไม่ต่ำกว่า 50

3.6 ยางแท่ง STR 10CV มีสีประจำชั้นยาง คือ ตัวอักษรขาวบนพื้นน้ำตาล ผลิตจากยางก้อนหรือยางแผ่นดิบ มีปริมาณสิ่งสกปรกไม่เกิน 0.8% เถ้าไม่เกิน 0.6% ไนโตรเจนไม่เกิน 0.6% สิ่งระเหยไม่เกิน 0.8% ดัชนีความอ่อนตัวไม่ต่ำกว่า 50

3.7 ยางแท่ง STR 20 มีสีประจำชั้นยาง คือ สีแดง ผลิตจากยางก้อนหรือยางแผ่นดิบ มีปริมาณสิ่งสกปรกไม่เกิน 0.16% เถ้าไม่เกิน 0.8% ไนโตรเจนไม่เกิน 0.6% สิ่งระเหยไม่เกิน 0.8% ความอ่อนตัวเริ่มแรกไม่ต่ำกว่า 30 ดัชนีความอ่อนตัวไม่ต่ำกว่า 40

3.8 ยางแท่ง STR 20CV มีสีประจำชั้นยาง คือ ตัวอักษรขาวบนพื้นแดง ผลิตจากยางก้อนหรือยางแผ่นดิบ มีปริมาณสิ่งสกปรกไม่เกิน 0.16% เถ้าไม่เกิน 0.8% ไนโตรเจนไม่เกิน 0.6% สิ่งระเหยไม่เกิน 0.8% ดัชนีความอ่อนตัวไม่ต่ำกว่า 40

#### 4.4.6 ต้นทุนการผลิต

สำหรับต้นทุนการผลิตยางแผ่นของเจ้าของสวนยางในประเทศไทย (ข้อมูลปี 2541) นั้นยังอยู่ในระดับสูง คือ กิโลกรัมละ 23.66 บาท และค่าใช้จ่ายเกือบครึ่งหนึ่งเป็นค่าแรงงานกรีดยาง เก็บน้ำยาง และทำแผ่น (ตารางที่ 4.5) ส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับการส่งออกสำหรับยางแผ่น ยางแท่ง และน้ำยางอยู่ที่ประมาณ 3.25 1.75 และ 1.20 บาทต่อกิโลกรัมตามลำดับ แต่ถ้าไม่รวมค่าปลุกทดแทน ต้นทุนการส่งออกสำหรับผู้ส่งออกจะอยู่ที่ 2.35 บาทต่อกิโลกรัม หรือโดยเฉลี่ยประมาณ 2 บาทต่อกิโลกรัม (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 ต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบของเจ้าของสวนยางขนาดเล็ก

รายการ	บาท/กิโลกรัม	ร้อยละ
<b>ต้นทุนการบำรุงรักษาช่วงยางยังไม่ให้ผลผลิต</b>	<b>6.78</b>	<b>25.65</b>
- ค่าพันธุ์ยาง	1.06	
- ค่าปุ๋ยบำรุง	1.23	
- ค่าแรงงาน	4.02	
- อื่นๆ	0.47	
<b>ต้นทุนการบำรุงรักษาช่วงที่ยางให้ผลผลิต</b>	<b>2.37</b>	<b>10.02</b>
- ค่าปุ๋ยบำรุง	0.78	
- ค่าแรงงาน	1.04	
- ค่าสารเคมี	0.55	
<b>ต้นทุนการบำรุงรักษาช่วงยางยังไม่ให้ผลผลิต</b>	<b>6.78</b>	<b>25.65</b>
- ค่าพันธุ์ยาง	1.06	
- ค่าปุ๋ยบำรุง	1.23	
- ค่าแรงงาน	4.02	
- อื่นๆ	0.47	
<b>ต้นทุนการบำรุงรักษาช่วงที่ยางให้ผลผลิต</b>	<b>2.37</b>	<b>10.02</b>
- ค่าปุ๋ยบำรุง	0.78	
- ค่าแรงงาน	1.04	
- ค่าสารเคมี	0.55	

## ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	บาท/กิโลกรัม	ร้อยละ
<b>ต้นทุนการกรีด การเก็บน้ำยาง และการทำแผ่น</b>	<b>11.72</b>	<b>49.54</b>
- ค่าอุปกรณ์เครื่องมือการเก็บน้ำยาง	0.65	
- ค่าแรงงานกรีด เก็บน้ำยางและทำแผ่น	11.07	
<b>ค่าอุปกรณ์ทำยางแผ่น</b>	<b>1.57</b>	<b>6.65</b>
- ค่าอุปกรณ์เครื่องมือทำยางแผ่น	1.27	
- ค่าน้ำกรด	0.30	
<b>ค่าที่ดิน</b>	<b>1.22</b>	<b>5.17</b>
- ค่าใช้ที่ดิน	1.17	
- ค่าภาษีที่ดิน	0.05	
<b>รวมต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบที่สวน</b>	<b>23.66</b>	<b>100</b>
ที่มา :	ข้อมูลทางวิชาการยางพารา สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2542)	

ตารางที่ 4.4 ค่าใช้จ่ายในการส่งออกยาง ปี 2541

หน่วย : บาท/กก.

รายการ	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางชั้น (60% DRC)
1. ค่ารมควัน/ห่อ	1.50	-	-
1.1 ค่ารม	0.55	-	-
1.2 ค่าไม้พิน	0.15	-	-
1.3 ค่ารถบรรทุก	0.20	-	-
1.4 ค่าสวัสดิการ	0.15	-	-
1.5 ค่าเสื่อม/ค่าซ่อม	0.10	-	-
1.6 ไฟฟ้า/ประปา/	0.10	-	-
โทรศัพท์	0.25	-	-
1.7 ดอกเบี้ย			
2. ค่าปลุกแทน	0.90	0.90	0.45
3. ค่าใช้จ่ายในการส่งออก	0.85	0.85	0.85
3.1 ค่าขนส่ง	0.50	0.50	0.50
3.2 ค่าบรรจุตู้	0.10	0.10	0.10
3.3 ค่าพิธีศุลกากร	0.10	0.10	0.10
3.4 ภาระหน้าท่า	0.15	0.15	0.15
<b>รวม</b>	<b>3.25</b>	<b>1.75</b>	<b>1.20*</b>

ที่มา : ข้อมูลทางวิชาการยางพารา สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2542)

หมายเหตุ : \* ยังไม่รวมค่าภาชนะบรรจุน้ำยาง

DRC คือ Dried Rubber Content

#### 4.4.7 การตลาดยางพารา

หากพิจารณาด้านตลาดของยางธรรมชาติของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยผู้บริโภครวมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นสามารถแบ่งลักษณะการตลาดยางธรรมชาติได้ 2 ลักษณะดังนี้

##### 4.4.7.1 วิถีตลาดยางของประเทศไทย

การตลาดยางพาราประกอบด้วย ผู้ขาย คือ เจ้าของสวนยาง และคนกรีดยาง ส่วนผู้ซื้อ ได้แก่ พ่อค้ายางระดับต่างๆ ตั้งแต่พ่อค้ายางระดับหมู่บ้าน พ่อค้าในตำบล อำเภอ จังหวัด โรงรมควันยาง และผู้ส่งออก แสดงในแผนภาพ 4 และเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายแล้ว ผู้ซื้อมีจำนวนน้อย

การตลาดยางแผ่นเริ่มต้นที่ชาวสวนยางผลิตยางแผ่นดิบ ขายผ่านพ่อค้าในระดับหมู่บ้านและตำบล หรือขายโดยตรงให้กับพ่อค้าในเมือง เพื่อขายต่อให้กับโรงงานแปรรูป และส่งออกต่อไป ส่วนการตลาดยางแท่งนั้นผู้ผลิตยางแท่งซื้อน้ำยางจากชาวสวน ซึ่งยางแผ่นดิบและซียางจากพ่อค้าคนกลาง โดยนำมาทำการแปรรูปเป็นยางแท่ง โรงงานผลิตยางแท่งต้องจดทะเบียนต่อสถาบันวิจัยยาง และต้องส่งตัวอย่างยางแท่งให้กรมวิชาการเกษตรตรวจสอบเพื่อออกใบรับรอง

##### พ่อค้ายางในแต่ละระดับ

พ่อค้าระดับหมู่บ้านและตำบล พ่อค้าเร่ พ่อค้าท้องถิ่น (ชาบั่ว) ชาวสวนที่มีรายได้น้อย ซึ่งพึ่งพ่อค้าในระดับนี้เป็นลำดับแรก เพราะชาวสวนที่มีรายได้น้อยไม่สามารถเก็บยางแผ่นไว้ได้นานๆ และขายยางทุกๆ 3-4 วัน หรือขายทันทีเมื่อต้องการใช้เงิน ปริมาณยางประมาณร้อยละ 15.62 ของปริมาณยางทั้งหมดส่งผ่านทางพ่อค้าเร่ และปริมาณยางร้อยละ 33.10 ของปริมาณยางทั้งหมดส่งผ่านทางพ่อค้าท้องถิ่น

พ่อค้าระดับอำเภอ พ่อค้าท้องถิ่น (ยี่ปั่ว) การซื้อขายยางในระดับนี้ นำส่งขายให้แก่โรงงานแปรรูปยางชั้นกลางในปริมาณมากพอที่บรรทุก โดยมีการส่งออกทุกวันหรือทุก 2 วัน ซึ่งขึ้นอยู่กับฤดูกาลและแหล่งรับซื้อ

พ่อค้าระดับจังหวัด (ยี่ปั่ว) ส่วนใหญ่จะมีที่รับซื้อใกล้บริเวณท่าจอดรถ ทำให้เกษตรกรสะดวกที่จะขายยางให้พ่อค้าระดับนี้ พ่อค้าระดับนี้บางส่วนมีโรงงานแปรรูปเป็นของตนเองอยู่ด้วย

โรงงานแปรรูปยางชั้นกลาง ส่วนใหญ่อยู่ห่างจากตัวเมือง เนื่องจากมลภาวะจากการแปรรูปบางรายของโรงงานแปรรูปยางชั้นกลางทำการส่งออกด้วย

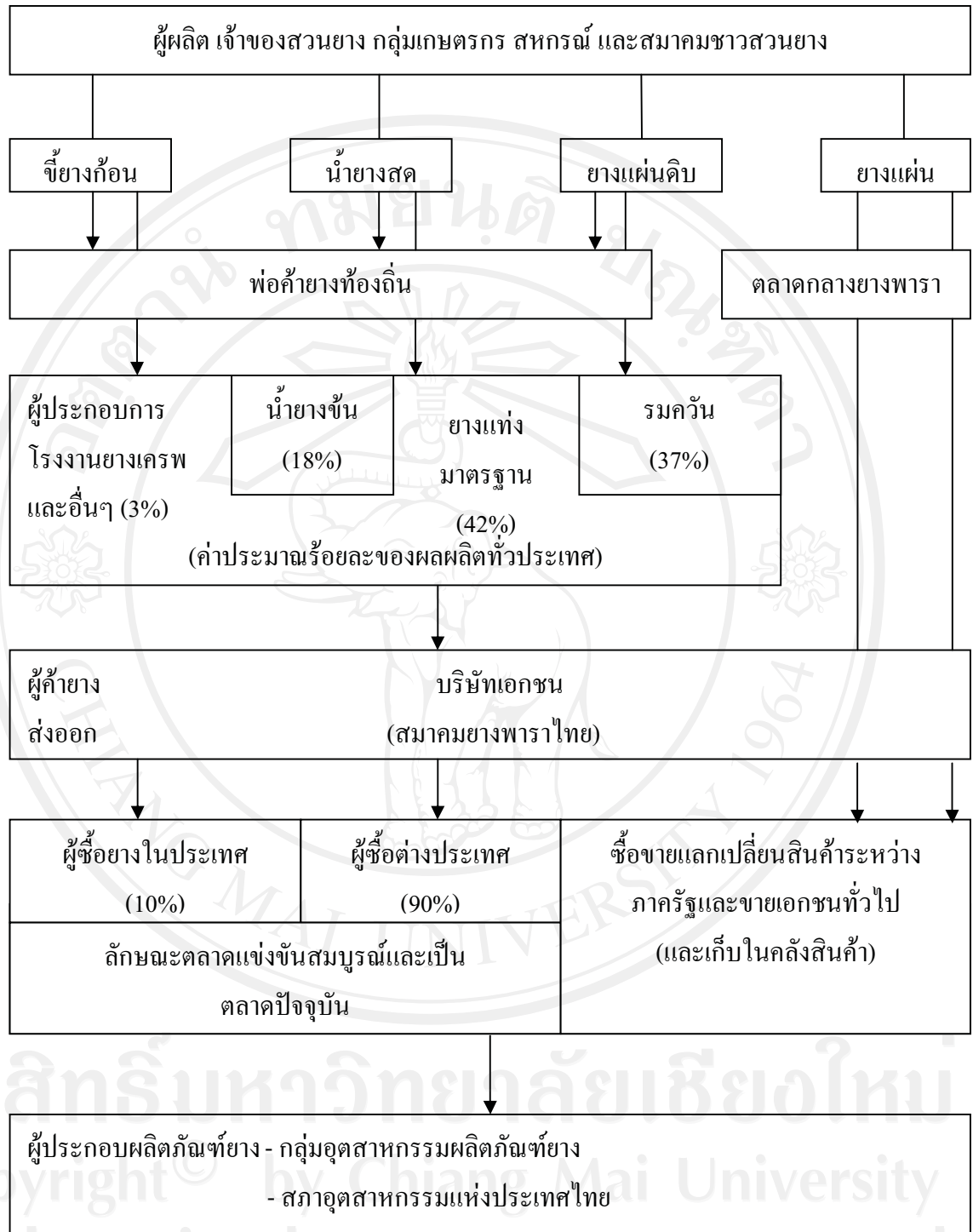


ผู้ส่งออก เป็นพ่อค้าในระดับสุดท้าย ทำการบรรจุและส่งออกประมาณร้อยละ 95 ของปริมาณทั้งหมด

การศึกษาโครงสร้างการตลาดภายในประเทศ พบว่า ระบบการตลาดยางธรรมชาติของประเทศไทยประกอบด้วยพ่อค้ารับซื้อยาง(พ่อค้าคนกลาง) จำนวนมาก เกิดจากสาเหตุที่ว่าเกษตรกรชาวสวนยางในปัจจุบันเป็นเกษตรกรรายย่อยเสียส่วนใหญ่ จากรูปที่โครงสร้างการตลาดแผนผังที่ 4.1 จะเห็นได้ว่าการผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยส่วนใหญ่จะทำการผลิตยางแผ่นรมควัน ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 37 และ ยางแท่งมีสัดส่วนการผลิตร้อยละ 42 นอกจากนั้นจะผลิต น้ำยางข้นมีสัดส่วนการผลิตร้อยละ 18 โดยส่วนที่เหลือจะเป็นการผลิตยางเครพ และยางประเภทอื่น ๆ ร้อยละ 3 ทั้งนี้ยางธรรมชาติที่ผลิตขึ้นกว่าร้อยละ 90 จะถูกนำไปขายนอกประเทศ ส่วนการบริโภคภายในประเทศจะมีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้น ซึ่งรัฐบาลควรหาหนโยบายส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศให้มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นต่อไป

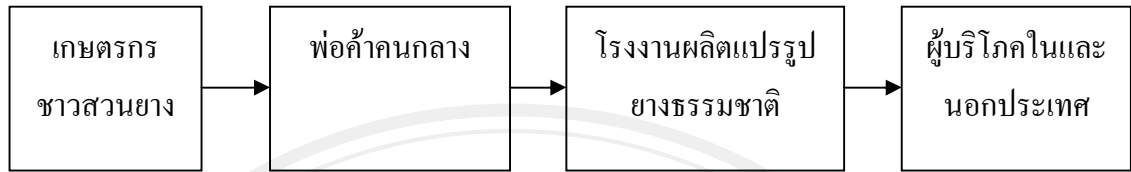
จากโครงสร้างการตลาดข้างต้นสามารถกำหนดช่องทางการซื้อขายยางธรรมชาติในประเทศที่นิยมกระทำกันอยู่ในปัจจุบัน สามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบที่ไม่ซับซ้อนดังต่อไปนี้

**รูปแบบที่ 1** กระบวนการซื้อขายยางธรรมชาติที่เริ่มตั้งแต่ เกษตรกรชาวสวนยางแต่ละรายจะทำการขายน้ำยางดิบหรือยางแผ่นดิบให้กับพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อถึงในหมู่บ้าน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93 โดยพ่อค้าเหล่านี้จะทำการขายยางให้กับ โรงงานผลิตยางแผ่นรมควันหรือยางแท่งต่อไป ซึ่งยางธรรมชาติที่ผ่านขั้นตอนการผลิตแล้วจะถูกนำไปขายต่อไปให้กับผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สามารถแสดงกระบวนการซื้อขาย ดังแผนผังที่ 4.2



ที่มา : สถาบันวิจัยยาง (2545 อ้างใน กาญจนนา, 2547)

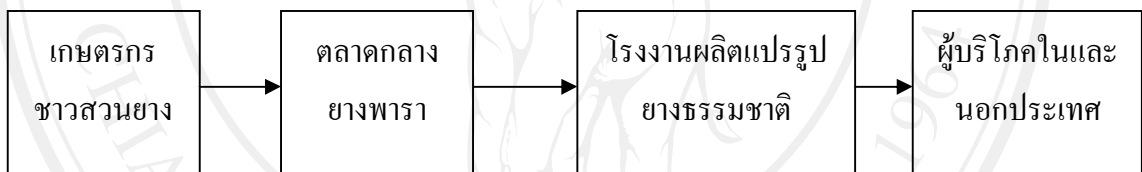
แผนผังที่ 4.1 วิธีการตลาดยางธรรมชาติภายในประเทศ



ที่มา : จากการสัมภาษณ์นายโกศล จริงสูงเนิน นักวิชาการระดับ 7 สถาบันวิจัยยาง (2547 อ้างใน กาญจนา, 2547)

แผนผังที่ 4.2 กระบวนการซื้อขายยางรูปแบบที่ 1

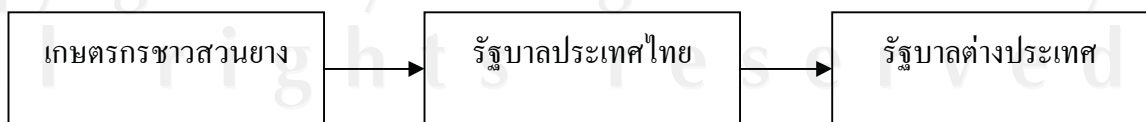
**รูปแบบที่ 2** กระบวนการซื้อขายยางในรูปแบบนี้มีการพัฒนามาจากรูปแบบที่ 1 คือเกษตรกรรวมกลุ่มเพื่อรวบรวมและคัดคุณภาพน้ำยางดิบ เมื่อสามารถรวบรวมน้ำยางดิบและยางแผ่นดิบได้ครบจำนวนแล้วจึงทำการนำไปขายในตลาดกลางยางพารา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6 ซึ่งทำการขายผลผลิตให้กับโรงงานด้วยวิธีการประมูลราคา เมื่อโรงงานสามารถประมูลยางได้ก็จะนำยางเหล่านั้นไปทำการผลิตเพื่อขายต่อไปให้กับผู้บริโภคนอกประเทศต่อไป สามารถแสดงกระบวนการซื้อขายดังแผนผังที่ 4.3



ที่มา : จากการสัมภาษณ์นายโกศล จริงสูงเนิน นักวิชาการระดับ 7 สถาบันวิจัยยาง (2547 อ้างใน กาญจนา, 2547)

แผนผังที่ 4.3 กระบวนการซื้อขายยางรูปแบบที่ 2

**รูปแบบที่ 3** กระบวนการซื้อขายยางรูปแบบนี้จะเป็นในลักษณะที่รัฐบาลในประเทศจะทำการซื้อขายโดยตรงจากเกษตรกรชาวสวนยาง เพื่อที่จะนำยางส่งขายให้กับลูกค้าที่เป็นรัฐบาลต่างประเทศต่อไป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1 เท่านั้น การซื้อขายรูปแบบนี้อยู่ในระดับระหว่างประเทศสามารถแสดงกระบวนการซื้อขายดังแผนผังที่ 4.4



ที่มา : จากการสัมภาษณ์นายโกศล จริงสูงเนิน นักวิชาการระดับ 7 สถาบันวิจัยยาง (2547 อ้างใน กาญจนา, 2547)

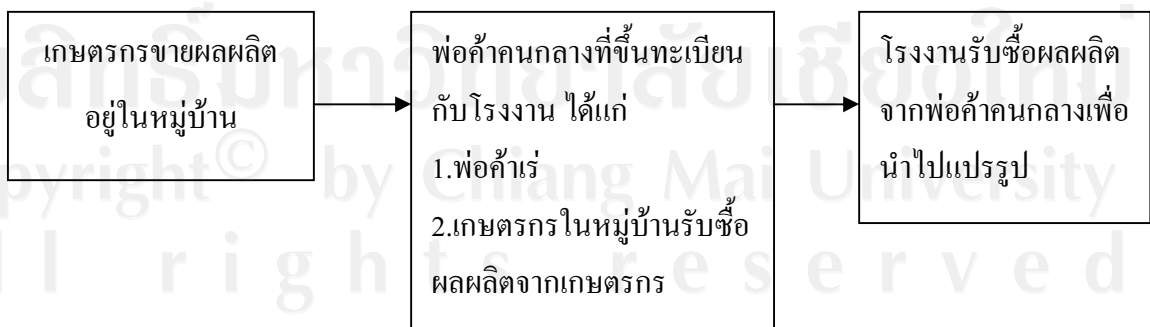
แผนผังที่ 4.4 กระบวนการซื้อขายยางรูปแบบที่ 3

จากกระบวนการตลาดที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าเกษตรกรชาวสวนยางนิยมทำการขายยางผ่านตัวกลางทางการตลาด 2 ประเภท ได้แก่ พ่อค้าคนกลาง และตลาดกลาง ทั้งนี้เพราะเกษตรกรยางส่วนใหญ่ในประเทศเป็นผู้ผลิตขนาดเล็ก มีกำลังการผลิตน้อย ดังนั้นต้องพึ่งพาตัวกลางทางการตลาดเพื่ออำนวยความสะดวกในการนำผลผลิตออกสู่ผู้บริโภค โดยรายละเอียดของตัวกลางทั้ง 2 ประเภทมีดังนี้

**พ่อค้าคนกลาง** เป็นผู้รวบรวมน้ำยางหรือยางแผ่นดิบจากเกษตรกรรายย่อยในหมู่บ้าน เพื่อนำมาขายต่อให้กับโรงงานแปรรูป ซึ่งพ่อค้าคนกลางอาจจะเป็นพ่อค้าเร่ที่มาจากท้องถิ่นอื่น หรือเป็นเกษตรกรภายในหมู่บ้านเองที่ทำหน้าที่เป็นพ่อค้าคนกลางในการรับซื้อยางในท้องถิ่น เมื่อรวบรวมยางได้แล้วจึงนำไปขายต่อให้กับโรงงานต่อไป โดยผู้ที่ทำหน้าที่เป็นพ่อค้าคนกลางนั้นจะต้องขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกกับโรงงานก่อน เพราะโรงงานไม่ทำการรับซื้อจากพ่อค้าทั่วไป เมื่อขึ้นทะเบียนแล้วทางโรงงานจะออกหมายเลขสมาชิกให้กับบุคคลเหล่านี้ (แผนผังที่ 4.5) พ่อค้าคนกลางจะได้รับผลประโยชน์จากการทำธุรกรรมดังนี้ คือ

1. พ่อค้าคนกลางจะได้อายุได้จากการรวบรวมยางจากเกษตรกรไปขายให้กับโรงงาน โดยคิดค่าใช้จ่าย 0.25-0.50 บาท ต่อยางธรรมชาติ 1 กิโลกรัม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะทางการขนส่ง
2. พ่อค้าคนกลางจะได้อายุได้จากการนำยางมาขายให้โรงงาน ซึ่งค่าตอบแทนที่ได้รับอยู่ระหว่าง 1.20-1.50 บาท ต่อยางธรรมชาติ 1 กิโลกรัม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะทางการขนส่ง

จากผลประโยชน์ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นแรงจูงใจให้พ่อค้าคนกลางพยายามรับซื้อยางธรรมชาติจากเกษตรกรให้ได้มากที่สุดในแต่ละวัน เพราะรายได้ขึ้นอยู่กับปริมาณยางที่รวบรวมได้นับว่าอาชีพพ่อค้าคนกลางสามารถทำรายได้สูงทีเดียว



ที่มา : จากการสัมภาษณ์นายโกศล จรุงสูงเนิน นักวิชาการระดับ 7 สถาบันวิจัยยาง (2547 อ้างใน กาญจนนา, 2547)

แผนผังที่ 4.5 บทบาทพ่อค้าคนกลาง

ตลาดกลาง เป็นสถานที่ให้บริการซื้อขายยางแผ่นดิบโดยวิธีการประมูลภายใต้กฎระเบียบที่ตลาดกลางกำหนด โดยเกษตรกรที่นำยางมาขาย ณ ตลาดแห่งนี้ได้รับราคาที่สูงกว่าขายนอกตลาดกลางถึงร้อยละ 7-9 เมื่อผู้ซื้อนำยางแผ่นดิบไปผลิตเป็นยางแผ่นรมควัน สามารถลดต้นทุนการรมควัน ได้ร้อยละ 21 และทำให้ได้ยางแผ่นรมควันชั้น 1-3 ถึงร้อยละ 75

หน้าที่ของตลาดกลางยางพารา

1. ศึกษาค้นคว้า รวมถึงวิจัยและพัฒนาตลาดยางพารา
  2. ประสานงานและร่วมดำเนินงานกับองค์กรยางระหว่างประเทศ เช่น IRSG INRO ANRP เป็นต้นและตลาดยางที่สำคัญของโลก เช่น ตลาดสิงคโปร์ ญี่ปุ่น เป็นต้น
  3. เผยแพร่ข่าวสารการตลาดและราคาทั้งในประเทศและต่างประเทศ
  4. กำหนดราคาและประกาศราคาอย่างเป็นทางการของประเทศ
- ขั้นตอนการซื้อขายยางตลาดกลางยางแผ่นดิบ มีดังนี้
1. ผู้ซื้อและผู้ขายต้องลงทะเบียนก่อนการใช้บริการของตลาด
  2. ผู้ขายยางต้องจัดยางแผ่นดิบที่มีคุณภาพเดียวกันเป็นมัดๆละประมาณ 15-20 แผ่น
  3. การซื้อขายใช้วิธีการประมูลดังนี้
    - 3.1 ตลาดกลางจะรวบรวมยางที่มีคุณภาพเดียวกัน เพื่อนำเข้ามาประมูลพร้อมกัน
    - 3.2 ราคาที่ประมูลเป็นราคา ณ ตลาดกลาง ไม่รวมค่าขนส่งและค่าใช้จ่ายอื่นๆ
    - 3.3 ผู้ประมูลที่ให้ราคาสูงสุดจะเป็นผู้ชนะการประมูล ในกรณีที่เสนอราคาสูงสุดเท่ากันให้ผู้นประมูลก่อนเป็นผู้ชนะการประมูล
  4. กำหนดเวลาประมูล 10.00-10.30 น. ผู้ซื้อสามารถยื่นประมูลด้วยตนเองหรือทางโทรศัพท์และโทรสาร
  5. ยางแผ่นดิบที่นำมาขายต้องมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่สถาบันวิจัยยางกำหนด
  6. เจ้าหน้าที่ของตลาดกลางเป็นผู้คัดคุณภาพยาง และการตัดสินของตลาดกลางยางพาราถือเป็นการสิ้นสุด
  7. การจ่ายเงินค่ายางให้ผู้ขายจะจ่ายเป็นเงินสด เช็คเงินสด และการโอนผ่านบัญชี
  8. ตลาดกลางเป็นผู้ให้บริการเครื่องมือชั่งมาตรฐาน และเจ้าหน้าที่ของตลาดกลางเท่านั้นที่ เป็นผู้ชั่งและควบคุมการชั่ง
  9. ผู้ประมูลยางได้ต้องรับยางในวันที่ประมูล และชำระเงินค่ายางให้กับตลาดกลางตามน้ำหนักยางและราคาทันทีที่ได้รับยางแล้ว
  10. กรณีไม่ตกลงซื้อขาย ผู้ขายยางสามารถกระทำได้อีก

10.1 รอกการประมูลครั้งต่อไป

10.2 ฝากยางไว้ที่คลังสินค้าของตลาดกลาง

10.3 นำยางออกนอกตลาดกลาง

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย จะไม่มีอำนาจในการต่อรอง และต้องพึ่งพ้อค้คนกลางในการขายยางพารา ซึ่งมีอยู่หลายระดับทำให้ขายยางได้ราคาต่ำ ในขณะที่ตลาดกลาง ยางพารามีอยู่ไม่กี่แห่ง ทำให้เกษตรกรที่อยู่ไกลไม่นำยางมาขายผ่านตลาดกลาง ผลผลิตส่วนใหญ่มาจากสวนยางที่พ้อค้คนกลางระดับต่างๆ นำมาจำหน่าย

ผลผลิตยางพาราส่วนใหญ่ร้อยละ 90 อยู่ทางภาคใต้ ดังนั้นศูนย์กลางค้ายางจึงอยู่ทางภาคใต้ เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีตลาดสำคัญๆ ดังนี้

ตลาดกลางยางพาราที่ อ.หาดใหญ่ เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด และทำการซื้อ-ขายยางแผ่นดิบโดยวิธีการประมูล และห้องค้ายาง ซึ่งการซื้อขายยางชนิดต่างๆ เป็นการซื้อขายยางเฉพาะสมาชิกของห้องค้าเท่านั้น

ศูนย์กลางการค้ายางจังหวัดตรัง เนื่องจากมีบริษัทผู้ส่งออกตั้งอยู่หลายราย มีสถาบันการเงิน มีโรงงานแปรรูปหลายแห่ง จึงทำให้ในอดีตตลาดแห่งนี้มีความสำคัญมาก

ตลาดยะลา เป็นตลาดที่มีการขนส่งสะดวก จึงทำให้ยะลาเป็นศูนย์กลางในการค้ายาง การค้าขายยางส่วนใหญ่เป็นยางในจังหวัด แต่จะมีส่วนหนึ่งมาจากสงขลา ปัตตานี และนราธิวาส

ตลาดนราธิวาส เป็นตลาดที่อยู่ทางใต้สุดของประเทศ พ้อค้ที่ทำการค้าส่วนใหญ่เป็นพ้อค้ขนาดเล็ก แต่มีจำนวนมาก คุณภาพยางพาราที่ทำการซื้อขายต่ำ การคมนาคมไม่สะดวก

ตลาดภูเก็ต เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งปลูกยางทางภาคใต้ ฝั่งตะวันตก และมีโรงงานแปรรูปยางขนาดใหญ่ มีท่าเทียบเรือที่สามารถส่งยางไปลงเรือใหญ่ที่ปีนัง ได้ทำให้ตลาดภูเก็ตมีความสำคัญ

ตลาดกรุงเทพฯ เป็นตลาดที่มีตั้งสำนักงานใหญ่ของบริษัทส่งออก แล้วยังเป็นที่ตั้งของโรงงานผลิตภัณฑ์ยางจำนวนมาก เป็นศูนย์กลางทางการเงินของประเทศ

คู่แข่งขันในการส่งออกในยางแผ่นรมควันของไทย เช่น

ตลาดเอเชีย ได้แก่ กัวลาลัมเปอร์ อินโดนีเซีย

ตลาดยุโรป ได้แก่ กัวลาลัมเปอร์ อินโดนีเซีย คาเมรูน ไออวรีโคสต์ ไนจีเรีย



## ตลาดอเมริกา ได้แก่ อินโดนีเซีย กัวลาแลมเปอร์

### การกำหนดราคาขายพาราแผ่นรมควัน

การกำหนดราคาซื้อขายอย่างแผ่นของพ่อค้าคนกลาง จะพิจารณาจากราคาขายแผ่นรมควันชั้น 3 และใช้วิธีประเมินคุณภาพยางแผ่นดิบ ด้วยการสังเกต ซึ่งต้องอาศัยความชำนาญพิจารณาปริมาณความชื้น ความหนา ความสกปรก และสีของแผ่นยาง ราคาที่รับซื้อของพ่อค้าคนกลางจะพิจารณาจากราคาขายแผ่นรมควันชั้น 3 ของบริษัทผู้ส่งออก ราคาที่สิงคโปร์ กัวลาแลมเปอร์ และญี่ปุ่น แล้วนำมาหักด้วยค่า น้ำหนัก ค่ารมควัน ค่าขนส่ง ค่าบริหาร ค่าดอกเบี้ยลงทุน และค่าจัดชั้นยาง (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2532) ราคาที่พ่อค้าคนกลางซื้อขายแผ่นดิบจากเกษตรกร เป็นราคาที่พ่อค้าระดับสูงกว่า เช่น โรงงานรมควัน หักด้วยค่าใช้จ่ายเป็นค่าขนส่งและกำไรของพ่อค้า ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละระดับของพ่อค้าคนกลาง ราคาขายพาราแผ่นดิบที่เกษตรกรได้รับในระดับนี้ จึงมีหลายราคาขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ชาวสวนยางมักเสียเปรียบในด้านการประเมินคุณภาพยางแผ่นดิบต่ำกว่าความเป็นจริง โดยประเมินความชื้นสูง และเสียเปรียบด้านการชั่งน้ำหนัก โดยพิเศษของกิโลกรัมทิ้งไป (คราตุทธี, 2540) การกำหนดราคาที่พ่อค้าคาดว่าจะขายได้ จะมีการใช้ราคาขายแผ่นดิบชั้น 3 เป็นหลักในการตั้งราคาซื้อขายจากชาวสวน โดยพ่อค้าจะประเมินความชื้นก่อน โดยถือความหนาแน่นของยางแผ่นเป็นเกณฑ์ แล้วตั้งราคาซื้อขายได้ 3 วิธี (คราตุทธี, 2540; สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง, 2529)

1. ตัดน้ำหนักความชื้นออกจากรถน้ำหนักยางที่ชั่งได้ทั้งหมด
2. หักน้ำหนักความชื้นออกจากรถแผ่นรมควันก่อน แล้วจึงหักค่าใช้จ่ายออก จะเหลือเป็นราคาซื้อขายแผ่นดิบ
3. หักน้ำหนักความชื้นออกหลังจากหักค่าใช้จ่ายอื่นๆ ออกแล้วพ่อค้าอาจใช้วิธีการตั้งราคาที่คำนวณแล้วตั้งราคาซื้อขายสูงสุดและต่ำสุด แล้วจึงประเมินความชื้นในแผ่นยาง ซึ่งวิธีการดังกล่าวเป็นวิธีการตั้งราคาอย่างหยาบ นอกจากนี้ยังถือเอาราคาขายแผ่นรมควันชั้น 3 ที่ขายได้เป็นราคาซื้อขายแผ่นดิบชั้น 1 และลดหลั่นราคาซื้อขายตามลำดับชั้น

การกำหนดราคาขายส่งยางพาราแผ่นรมควัน ณ ตลาดกลางหาดใหญ่ จะอิงราคาตลาดกลางยางพาราที่สำคัญของโลก ราคาตลาดนี้เป็นราคาที่ประกาศให้เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องทราบ ผู้ส่งออกใช้ราคานี้กำหนดเป็นราคาซื้อขายจากเกษตรกรและพ่อค้าคนกลางในระดับต่างๆ (คราตุทธี, 2541) ในอดีตเป็นการตั้งราคาโดยศูนย์วิจัยยางหาดใหญ่ หลังจากที่มีการจัดตั้งตลาดกลางยางพาราในวันที่ 1 สิงหาคม 2534 การซื้อขายยางพาราแผ่นดิบจะต้องมีการประมูลทุกครั้ง

โดยราคาที่ประมูลได้จะประกาศเป็นราคาขายพารา ณ ตลาดกลางหาดีใหญ่ ซึ่งผู้ที่เข้ามาประมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกหรือโรงรมยาง และจะมีพ่อค้าคนกลางเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยปกติผู้ส่งออกจะถือราคาขายแผ่นรมควันชั้น 3 เป็นหลัก ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ที่เข้าไปในให้บริการของตลาดกลางหาดีใหญ่ใช้ราคาที่ประมูลได้ทำการอ้างอิงราคาในการรับซื้อจากเกษตรกร โดยที่ข่าวสารด้านราคาที่ผู้ส่งออกได้รับจะถือเอาราคาที่คาดว่าจะขายได้ในการส่งออก

การกำหนดราคาขายพาราแผ่นรมควันผู้ส่งออก จะถือราคาที่ยังได้หรือราคาที่คาดว่าจะขายได้หักด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ (ค่าใช้จ่ายในการส่งออกประกอบด้วย ค่ารมควัน ค่าจัดชั้นยาง และหีบห่อ ค่าขนส่งเรือลำเลียงจากโกดังท่าเรือ ค่าประกันภัย ค่าดอกเบี้ยลงทุน ค่าบริหารการขาย) ส่วนที่เหลือจึงเป็นราคาซื้อขายแผ่นรมควัน ณ โรงงานของผู้ส่งออก สูตรอย่างง่ายในการกำหนดราคาซื้อขายของผู้ส่งออกสามารถเขียนเป็นสูตรดังนี้

ราคาซื้อขายแผ่นรมควันของผู้ส่งออก = ราคาเอฟ.โอ.บี ที่จะขายได้ - ค่าใช้จ่ายในการส่งออก - ค่าอากรขาออก - ค่าสงเคราะห์การปลูกแทน

ในอดีตผู้ซื้อจากไทย จะอิงราคาตลาดกลางอื่นๆ ของโลก และต้องอาศัยอ้างอิงราคาซื้อขายจากตลาดขงล่วงหน้าอื่นๆ เช่น ตลาดโตเกียว และตลาดสิงคโปร์ เป็นต้น (อินทัย, 2540) กำหนดราคาส่งออกของไทย (F.O.B) หลังจากวันที่ 1 ตุลาคม 2536 ห้องค้ายาง สำนักตลาดกลางยางพาราดำเนินการประกาศราคาขายแผ่นรมควันส่งออกเป็นทางการ โดยประกาศราคาขายแผ่นรมควันส่งออก F.O.B ชั้น 1-5 ระยะเวลาส่งมอบ 1-2 เดือน การซื้อขายในระดับส่งออกจะใช้ราคาที่เกิดจากการประมูลกันที่ตลาดขงที่ศูนย์การค้าขงโลก หรือราคาที่ผู้ส่งออกจะทำสัญญาขายตามความต้องการของผู้ซื้อตามแต่ละประเภท ชนิด จำนวน วันส่งมอบ และการส่งมอบ ราคาที่ซื้อขายส่วนใหญ่มักจะผ่านตัวแทนซื้อขายในต่างประเทศ

#### 4.4.7.2 การตลาดขงต่างประเทศ

หากพิจารณาถึงตลาดขงธรรมชาติต่างประเทศ สามารถแบ่งตลาดออกเป็น 2 ลักษณะ คือ **ตลาดต้นขง (Primary Markets)** หมายถึง ตลาดที่ตั้งขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้ผลิตเป็นสำคัญ โดยตลาดนี้จะตั้งอยู่ในประเทศที่เป็นแหล่งผลิตของยางพารา เช่น ตลาดกัวลาลัมเปอร์ และตลาดสิงคโปร์

**ตลาดปลายขง (Terminal Markets)** หมายถึง ตลาดที่ตั้งขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใชขง โดยตลาดจะตั้งขึ้นในประเทศที่เป็นผู้ใชขงสำคัญของโลก เช่น ตลาดนิวยอร์ก ตลาดลอนดอน ตลาดล่วงหน้าโตเกียว และ ตลาดล่วงหน้าโกเบ

รูปแบบการตลาดทางธรรมชาติสามารถกระทำได้ 2 ลักษณะ คือ

2.1 การซื้อขายโดยผ่านตลาด (Open Market) เป็นการซื้อขายในสถานที่เฉพาะซึ่งเป็นสื่อกลางในการซื้อขายสินค้าของสมาชิกโดยมีการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างครบครัน เช่น โกดังสำหรับเก็บสินค้า การให้บริการหักบัญชี การระงับข้อพิพาท การจัดชั้นคุณภาพของสินค้า เป็นต้น มีปริมาณการซื้อขายที่ผ่านตลาดหรือใช้ตลาดเป็นสื่อกลางอยู่ในสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ซึ่งนับว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณการซื้อขายที่เกิดขึ้นทั้งหมด

การซื้อขายผ่านตลาดหรือการซื้อขายในตลาดทางการมี 2 ประเภทได้แก่

2.1.1 การซื้อขายด้วยกันในปัจจุบัน (Physical Trade) คือ การซื้อขายและส่งออกด้วยความจริงตามที่ได้ตกลงซื้อขาย โดยในสัญญาซื้อขายจะต้องระบุชนิด ชั้นคุณภาพ ปริมาณ ราคา และวันที่ส่งมอบอย่างชัดเจน

2.1.2 การทำสัญญาซื้อขายกันในอนาคต (Future Market) หรืออาจเรียกว่าเป็นการซื้อขายกระดาษเพื่อส่งมอบสินค้าในอนาคต ซึ่งมีการจัดตั้งสำนักหักบัญชี (Clearing House) ในการชำระบัญชีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายกรณีที่มีการซื้อขายหลายระดับ โดยผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องติดต่อดำเนินการชำระเงินและส่งมอบสินค้ากันเอง การกระทำดังกล่าวอยู่ในความรับผิดชอบของตลาดซึ่งเป็นบริการที่ตลาดได้ให้บริการแก่สมาชิกเพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขาย

กระบวนการการซื้อขายโดยผ่านตลาดนี้เริ่มจาก ผู้ผลิตหรือผู้บริโภคที่มียางในครอบครองและมีความต้องการที่จะนำยางออกจำหน่ายต้องส่งคำสั่งโดยผ่านทางโบรกเกอร์ หรือนายหน้าของตลาดซึ่งต้องระบุชนิด ชั้นคุณภาพ ปริมาณ และราคาสินค้า หลังจากนั้นโบรกเกอร์จะนำข้อมูลนี้เข้าสู่ตลาด หากมีบุคคลใดต้องการซื้อหรือสนใจในสินค้าก็จะทำการติดต่อโดยผ่านโบรกเกอร์เช่นเดียวกัน การซื้อขายจะเกิดขึ้น โดยราคาที่จำหน่ายได้จะกลายเป็นราคาอ้างอิงของยางคุณภาพนั้นๆ ในตลาด ราคาที่ประกาศในตลาดทางการจะเป็นราคาที่เกิดขึ้นจริง และสมาชิกทุกคนของตลาดต้องรับรู้

2.2 การซื้อขายโดยตรง (Direct Market) การซื้อขายอย่างลักษณะนี้ ผู้ซื้อและผู้ขายจะติดต่อกันโดยตรงไม่ผ่านตลาด ซึ่งการติดต่อนี้อาจเป็นลักษณะการพบปะพูดคุยกันโดยตรง หรือใช้การติดต่อสื่อสารทางอื่นๆ เช่น โทรศัพท์ เทล็กซ์ หรืออินเทอร์เน็ต การซื้อขายในลักษณะนี้มีสัดส่วนสูงมากประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณการซื้อขายทั้งหมด

การกำหนดราคาซื้อขายยางในลักษณะนี้จะใช้ราคาอ้างอิงจากตลาดทางการ และทำการพิจารณาแนวโน้มของราคาขางในอนาคตร่วมด้วยในการกำหนดทิศทางราคาขางในการซื้อขาย การซื้อขายในลักษณะนี้ผู้ส่งออกแต่ละรายจะไม่สามารถรับรู้ราคาของผู้ขายรายอื่นๆ ซึ่งจะทำให้เกิดข้อได้เปรียบเสียเปรียบในการซื้อขายได้

สำหรับประเทศไทยในขณะนี้ได้มีการจัดตั้งตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าขึ้นแล้ว แต่ยังไม่เปิดทำการซื้อขายยกเว้นนั้น หากมีการเปิดทำการเต็มรูปแบบแล้ว ตลาดนี้จะมีบทบาทสำคัญอีกตลาดหนึ่ง เพราะว่าจะเกิดกลุ่มคนที่เข้าไปทำการซื้อขายเพื่อเก็งกำไร (Speculator) ในตลาดนี้ตลอดเวลา เนื่องจากประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางมากที่สุดในโลก โดยสินค้ายางธรรมชาติที่ทำการซื้อขายในตลาดนี้คือ ยางแผ่นรมควันชั้น 3 เพราะมีปริมาณการซื้อขายมาก เก็บรักษาง่าย สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก มีมาตรฐานที่ชัดเจน คือมาตรฐาน GREENBOOK ที่เป็นมาตรฐานของ International Standards of Quality and Packing for Natural Rubber Grades ที่ใช้ทั่วไปในวงการค้ายางทั้งในและต่างประเทศ

การที่ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าที่ไม่เลือกยางแท่งที่เอสอาร์เข้ามาทำการซื้อขาย เนื่องจากยางแท่งที่เอสอาร์มีต้นทุนการผลิตสูงจากการนำยางคุณภาพต่ำหรือเศษยางผ่านกระบวนการให้เป็นยางที่มีมาตรฐานซึ่งผู้ผลิตรายย่อยที่จะเข้าซื้อขายกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าไม่สามารถทำได้โดยสะดวก ถ้าต้องการแปรรูปเป็นยางแท่งที่เอสอาร์ ผู้ผลิตยางแผ่นรมควันชั้น 3 ผู้ส่งออกยังสามารถนำยางแผ่นรมควันชั้น 3 แปรรูปไปเป็นยางแท่งได้ง่าย นอกจากนี้เกษตรกรชาวสวนยางสามารถรวมกลุ่มเป็นสหกรณ์เข้ามาซื้อขายล่วงหน้า ถ้าเป็นยางแท่งเกษตรกรไม่สามารถเข้ามาซื้อขายล่วงหน้าได้ การเลือกยางแผ่นรมควันชั้น 3 จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ทุกกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับยางพาราสามารถเข้ามาซื้อขายล่วงหน้าเพื่อประกันความเสี่ยงได้ โดยเกษตรกรจะได้ประโยชน์จากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าในด้านที่ว่าผู้ส่งออกลดภาระความเสี่ยงส่งผลให้ต้นทุนการตลาดต่ำลงเป็นการช่วยยกระดับระดับราคาแก่เกษตรกรได้ ผู้ส่งออกจะได้ประโยชน์จากตลาดล่วงหน้าคือการลดความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของราคา (Hedging)

ตัวอย่างเช่น ผู้ส่งออกตกลงขายยางแผ่นรมควันชั้น 3 ล่วงหน้าให้กับผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศโดยมีนัดส่งมอบในเดือนกุมภาพันธ์ที่ราคา 35 บาทต่อกิโลกรัม แต่ตอนตกลงขายยางนั้นผู้ส่งออกไม่มียางอยู่ในมือเลยแต่คาดว่าราคาขายที่ซื้อในประเทศในเวลาใกล้การส่งมอบยางตามสัญญาแก่ผู้ซื้อในประเทศจะราคาต่ำกว่ากิโลกรัมละ 35 บาท ผู้ส่งออกสามารถลดความเสี่ยงโดยการซื้อยางจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าที่มีกำหนดส่งมอบในเดือนกุมภาพันธ์ราคา 34 บาทต่อกิโลกรัมเพื่อที่จะส่งมอบให้กับผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ แต่ในสถานการณ์จริงผู้ส่งออกอาจจะไม่ได้รอเพื่อรับมอบยางแผ่นรมควันชั้น 3 จากตลาดล่วงหน้าเนื่องจากเหตุผลหลายประการ เช่น ค่าขนส่งยางแผ่นรมควันชั้น 3 ไปให้ผู้ส่งออกอาจจะสูงกว่าถ้าซื้อยางแผ่นรมควันชั้น 3 ในตลาดจริงในแถบภาคใต้ที่สามารถส่งลงเรือที่ท่าเรือสงขลาและมีราคาถูกกว่าซื้อจากตลาดล่วงหน้า และรู้จักวิธีการขนส่งที่ถูกต้องกว่า

ดังนั้นเมื่อใกล้กำหนดส่งมอบผู้ส่งออกจะหาซื้อยางจากตลาดจริง สมมติว่าในเดือน กุมภาพันธ์ผู้ส่งออกสามารถซื้อยางในตลาดจริงราคา 37.50 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาขายในตลาดล่วงหน้านั้นจะเท่ากับ 37 บาทต่อกิโลกรัม ผู้ส่งออกจะซื้อยางในตลาดจริงและขายยางในตลาดล่วงหน้า ดังนั้นพันธะที่ต้องส่งมอบยางของผู้ส่งออกในตลาดล่วงหน้านั้นจะถูกหักล้าง (offset)หมดไป ผู้ส่งออกจึงไม่ต้องส่งมอบหรือรับสินค้าจากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า แต่ในแง่ของกำไรขาดทุนนั้น ไม่ได้หักล้างกัน ผู้ส่งออกซื้อในตลาดล่วงหน้าราคา 34 บาท แต่ขายในราคา 37 บาท ฉะนั้นจึงได้กำไรในตลาดล่วงหน้า 3 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่เดียวกันจะขาดทุนในตลาดจริงบาทเพราะซื้อในตลาดจริง (ในประเทศ) 37.50 บาท และขายในตลาดจริง(ส่งออก) 35 บาท จากกรณีนี้จะเห็นว่าผู้ส่งออกจะขาดทุนในตลาดจริงแต่กำไรในตลาดล่วงหน้าสุทธิเท่ากับ 50 สตางค์ต่อกิโลกรัม ถ้าผู้ส่งออกให้คู่สัญญาในตลาดส่งมอบผู้ส่งออกอาจจะต้องเสียค่าขนส่งมากกว่าหรือได้ยางที่มีคุณภาพไม่ตรงตามที่ตลาดต้องการก็ได้ จากตัวอย่างนี้แสดงว่าการเข้ามาประกันความเสี่ยงในตลาดล่วงหน้าสามารถช่วยผู้เข้ามาใช้บริการของตลาดล่วงหน้าในการประกันความเสี่ยงได้

#### 4.5 การบริโภคน้ำมันพืช

##### 4.5.1 การใช้ยางพาราภายในประเทศ

ประเทศไทยใช้ยางธรรมชาติที่ผลิตได้ประมาณร้อยละ 10 ในการใช้ในประเทศ โดยความต้องการใช้ยางธรรมชาติแยกตามชนิด ในปี พ.ศ.2552 พบว่ามีการใช้ยางขึ้นเพิ่มมากขึ้นในอัตราประมาณร้อยละ 22.59 จาก 81,788 ตันในปี 2551 เป็น 100,262 ตันในปี 2552 ในขณะที่ยางแผ่นรมควันที่ประเทศไทยผลิตได้มากที่สุด ความต้องการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศมีความต้องการลดลงร้อยละ 26.36 จาก 162,225 ตันในปี 2551 เป็น 119,450 ตันในปี 2552 ทางด้านยางแท่งมีความต้องการลดลงเช่นกันในอัตราร้อยละ 20.52 จาก 135,029 ตัน ในปี 2551 เป็น 107,315 ตัน ในต้นปี 2552 (ตาราง 4.7)



ตารางที่ 4.5 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติในประเทศแยกตามประเภท ปี 2542-2552

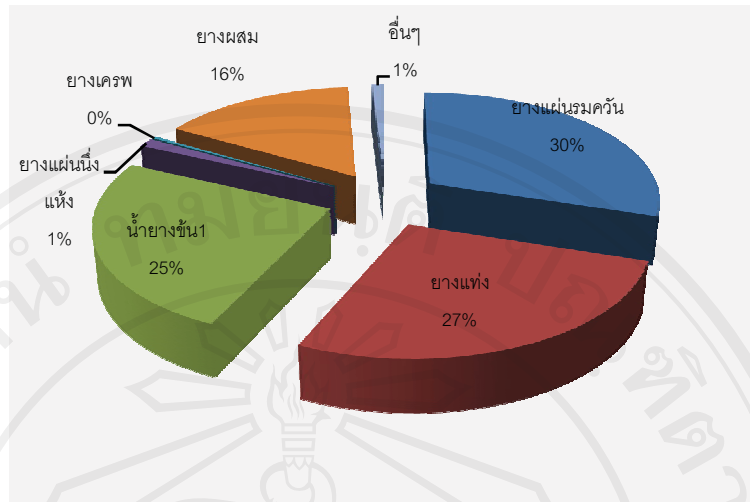
หน่วย: เมตริกตัน

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น 1	ยางแผ่นหึ่งแห้ง	ยางเครพ	ยางผสม	อื่นๆ	รวม
2542	60,960	77,699	71,454	11,021	2,245	-	3,538	226,917
2543	55,041	88,223	81,183	6,707	1,316	-	10,079	242,549
2544	61,083	96,309	75,047	10,720	3,190	-	6,756	253,105
2545	68,828	107,024	77,888	11,363	3,381	-	9,871	278,355
2546	73,573	115,352	82,742	12,270	3,578	-	11,184	298,699
2547	78,500	123,067	88,263	13,029	3,157	-	12,633	318,649
2548	82,425	129,224	92,676	13,681	3,383	-	13,260	334,649
2549	70,276	104,168	131,974	7,840	1,258	-	5,369	320,885
2550	96,308	116,292	149,659	3,372	1,012	-	7,016	373,659
2551	162,225	135,029	81,788	1,660	5,978	1,454	9,461	397,595
2552	119,450	107,315	100,262	4,998	1,290	62,455	3,645	399,415
<b>รวม</b>	<b>928,669</b>	<b>1,199,702</b>	<b>1,032,936</b>	<b>96,661</b>	<b>29,788</b>	<b>63,909</b>	<b>92,812</b>	

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร(2552)

ในปี พ.ศ.2552 การใช้ยางธรรมชาติในประเทศแยกตามประเภท พบว่า มีการใช้ยางแผ่นรมควันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ยางแท่ง น้ำยางข้น1 ยางแผ่นหึ่งแห้ง ยางเครพ ยางผสมและอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 27, 25, 1,0,16 และ 1 ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 4.4





ที่มา: สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (2552)

รูปที่ 4.4 ปริมาณการใช้ยางธรรมชาติในประเทศแยกตามประเภท ปี 2552

โดยความต้องการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศส่วนใหญ่จะใช้ในอุตสาหกรรมที่ใช้ยางเป็นวัตถุดิบ ประมาณร้อยละ 40 ของความต้องการยางภายในประเทศทั้งหมด ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตยางยานพาหนะ รองลงมาคือ ยางยืด ถุงมือยาง ยางรัดของ และยางรถจักรยานยนต์ เป็นต้น ตามลำดับ

ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552 ความต้องการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้น จาก 397,595 ตันในปี 2551 เป็น 399,415 ตัน ในปี 2552 อุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวมากที่สุดในการใช้ยางในปี 2552 คืออุตสาหกรรมยางยานพาหนะ มีอัตราการขยายตัวสูงสุดคือประมาณร้อยละ 11.67 รองลงมาคืออุตสาหกรรมผลิตยางรัดของ มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 9.92 ส่วน ในขณะที่อุตสาหกรรมยางรถจักรยานยนต์ ยางยืด และถุงมือยาง มีแนวโน้มใช้ยางธรรมชาติลดลงอาจเนื่องมาจากต้นทุนที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งเช่น ประเทศจีน ทำให้ไม่สามารถผลิตรองรับการแข่งขันกับประเทศจีนได้ในตลาดโลก จึงทำให้การผลิตลดลง (ตาราง 4.8)

ตารางที่ 4.6 ความต้องการใช้ยางธรรมชาติภายในประเทศใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง  
พ.ศ. 2549-2552

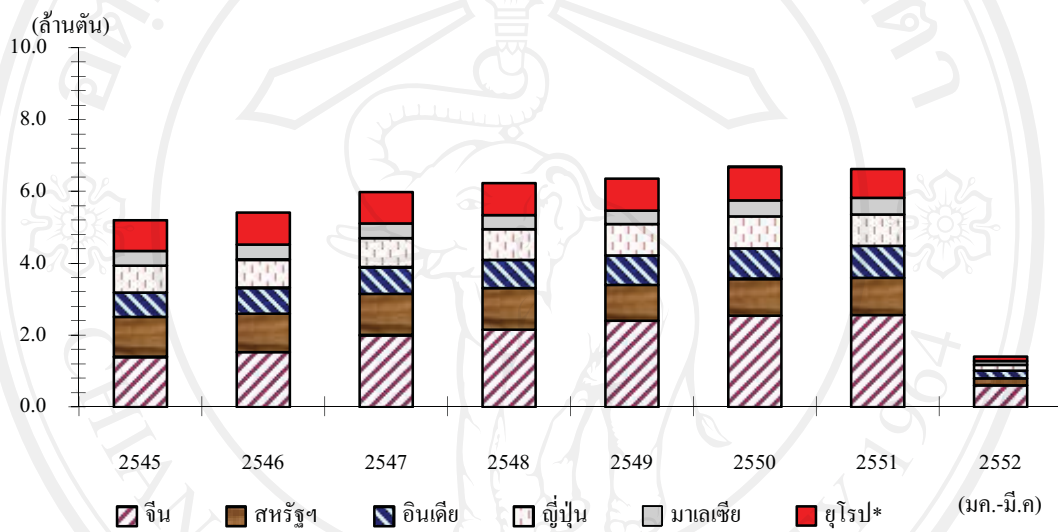
หน่วย: เมตริกตัน

ประเภทผลิตภัณฑ์	2549	2550	2551	2552
ยางยานพาหนะ	137,153	170,893	208,886	233,257
ยางรถจักรยานยนต์	21,577	29,589	29,614	22,787
ห้อยดอก	6,143	6,212	5,943	2,153
ยางรัดของ	16,382	17,232	21,657	23,806
อะไหล่รถยนต์	1,227	1,435	2,091	1,556
พื้นรองเท้า	3,632	4,162	1,249	1,422
รองเท้า	4,860	4,759	5,055	5,419
ท่อยาง	950	964	940	529
สายพาน	1,318	1,370	1,862	2,457
ยางยืด	68,179	72,193	54,108	50,107
ถุงมือยาง	52,312	54,808	52,436	42,635
ถุงยางอนามัย	210	291	281	1,396
ลูกโป่ง	28	140	139	152
ผลิตภัณฑ์ฟองน้ำ	364	419	395	371
กาว	1,553	2,430	2,591	1,659
เครื่องมือทางการแพทย์/วิทยาศาสตร์	907	840	831	1,706
อื่นๆ	4,090	5,922	9,517	8,003
<b>รวม</b>	<b>320,885</b>	<b>373,659</b>	<b>397,595</b>	<b>399,415</b>

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร(2552)

#### 4.5.2 ความใช้ยางพาราของโลก

ในช่วง 8 ปีที่ผ่านมา (2545-2552 เดือนมกราคม-มีนาคม) โดยภาพรวมแล้วการใช้ยางพาราของโลกมีปริมาณเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ประเทศที่มีปริมาณการใช้มากที่สุดในโลก 3 อันดับแรกเป็นประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญของประเทศไทยเป็น 3 อันดับแรกเช่นกัน คือ ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น โดยประเทศจีนมีอัตราการบริโภคยางเฉลี่ยเพิ่มขึ้นมากที่สุด รองลงมาคือ ประเทศญี่ปุ่น ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกากล้ามีอัตราการบริโภคเฉลี่ยลดลง (รูปที่ 4.5)



ที่มา: International Rubber Study Group (IRSG) (2009)

รูปที่ 4.5 การใช้ยางพาราของโลก และประเทศผู้ใช้สำคัญ

จากการสรุปของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2550) สรุปได้ว่า ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นมีส่วนการใช้ยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ในอุตสาหกรรมยางยานพาหนะมากกว่าในอุตสาหกรรมยางทั่วไปโดยที่อุตสาหกรรมยางยานพาหนะของประเทศจีนและประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มการใช้เพิ่มขึ้น ส่วนสหรัฐอเมริกานั้นอุตสาหกรรมยางยานพาหนะกลับมีแนวโน้มการใช้ลดลง แต่สำหรับอุตสาหกรรมยางทั่วไปกลับมีแนวโน้มการใช้เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับประเทศจีน ส่วนในอุตสาหกรรมยางทั่วไปของประเทศญี่ปุ่นนั้นมีแนวโน้มการใช้ลดลง และยางธรรมชาติที่ผลิตได้ในโลกถูกใช้เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายชนิด โดยที่ยางธรรมชาติในรูปแบบแผ่นรมควันและยางแท่งถึงร้อยละ 70 ที่ผลิตได้ในโลกใช้ผลิตยางรถยนต์ โดยในยางรถยนต์แต่ละชนิดจะมีปริมาณยางธรรมชาติในสัดส่วนที่แตกต่างกันระหว่างร้อยละ 6 - 36 ของน้ำหนักผลิตภัณฑ์ ตลาดการใช้ยางเพื่อผลิตยางรถยนต์จึงมีอิทธิพลในการกำหนดราคาของตลาดโลก ซึ่งในการผลิตยางรถยนต์นั้นบริษัทขนาดใหญ่ 3 บริษัทที่สามารถสร้างอิทธิพลโดยการจับมือกันซื้อยาง

จากส่วนกลางคือ บริษัทบริดจสโตน บริษัท มิซลินและบริษัทก๊อดเยียร์ ทำให้ตลาดยางธรรมชาติเข้าข่ายกรณีตลาดผู้ซื้อน้อยราย ส่วนน้ำยางข้นใช้ในการผลิต Dipping Product โดยผลิตภัณฑ์ที่สำคัญได้แก่ ถุงมือยาง และถุงยางอนามัย ซึ่งในระยะหลังตลาดมีการเติบโตค่อนข้างสูงมาก เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์ และผู้บริโภคนิยมใช้ผลิตภัณฑ์ถุงมือยางทางการแพทย์ และถุงยางอนามัยกันมากขึ้น

#### 4.5.3 การส่งออกยางพาราของประเทศไทย

##### การส่งออกยางพาราของประเทศไทย แยกเป็นรายประเภท

ประเภทของยางที่ประเทศต่างๆมีการนำเข้า สามารถแบ่งได้ดังนี้ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น และยางประเภทอื่นๆ ในช่วงปี 2547-2551 ยางแท่งมีปริมาณการนำเข้ามากที่สุด คือ 1,132,135 ตัน รองลงมาได้แก่ ยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น และยางประเภทอื่นๆ โดยมีปริมาณการนำเข้า 796,549 509,375 และ 184,472 ตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ปริมาณการส่งออกยางของประเทศไทยแยกตามประเภท

ปริมาณ: ตัน  
มูลค่า: ล้านบาท

ปี	ยางแผ่นรมควัน			อื่นๆ	รวม	มูลค่า (ล้านบาท)
	ยางแท่ง	น้ำยางข้น *				
2547	1,003,309	993,504	488,559	142,070	2,627,442	137,604.21
2548	920,972	1,109,327	488,675	113,424	2,632,398	148,868.45
2549	938,984	1,069,345	555,905	207,439	2,771,673	205,361.45
2550	861,326	1,103,848	510,489	183,099	2,703,762	194,356.38
2551	796,549	1,132,135	509,375	184,472	2,675,283	223,628.25

หมายเหตุ: \*น้ำหนักเนื้อยางแห้ง

ที่มา: สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร (ปริมาณ) (2551)

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (มูลค่า) (2551)

#### 4.5.4 การนำเข้ายางพาราของประเทศนำเข้าที่สำคัญจากประเทศไทย

##### 4.5.4.1 ประเทศจีน

สำหรับการนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศจีนจากประเทศไทยพบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา(พ.ศ. 2540 - 2549) ประเทศจีนมีอัตราการนำเข้ายางธรรมชาติจากประเทศไทยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.88 ต่อปี โดยประเทศจีนมีการนำเข้ายางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้นจากประเทศไทยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.17, 54.39 และ 31.72 ต่อปี ตามลำดับ ในส่วนของการนำเข้ายางประเภทอื่นๆ ของประเทศจีนจากประเทศไทยกลับลดลงร้อยละ 5.97 ต่อปี (ตารางที่ 14.8) และการที่ประเทศจีนมีการนำเข้ายางประเภทอื่นๆ จากประเทศไทยลดลงก็เพราะว่า ประเทศจีนมีการนำเข้ายางประเภทอื่นๆ จากประเทศเวียดนาม มาเลเซีย และอินโดนีเซียเพิ่มขึ้น (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2549)

**ตารางที่ 4.8** ปริมาณการนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศจีนจากประเทศไทย พ.ศ. 2540-2549  
หน่วย: ตัน

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางประเภทอื่นๆ	รวม
2540	134,503.144	38,956.614	47,566.789	49,581.689	270,608.236
2541	154,131.112	44,639.037	47,650.493	35,726.078	282,146.720
2542	108,700.103	61,383.373	40,924.132	32,850.428	243,858.036
2543	354,848.262	142,235.255	55,211.961	26,302.254	578,597.732
2544	336,056.452	163,819.615	75,961.313	29,368.509	605,205.889
2545	344,052.241	154,813.451	71,637.409	31,045.127	601,548.228
2546	356,496.299	217,267.791	99,651.755	33,106.919	706,522.764
2547	250,333.076	224,375.973	134,169.804	32,870.705	641,749.558
2548	203,118.037	242,938.387	144,062.156	21,408.045	611,526.625
2549	203,982.536	250,827.760	198,451.450	19,987.768	673,249.514
<b>เพิ่มเฉลี่ยร้อยละ</b>	<b>5.17</b>	<b>54.39</b>	<b>31.72</b>	<b>-5.97</b>	<b>14.88</b>

ที่มา: กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2549)

#### 4.5.4.2 ประเทศญี่ปุ่น

สำหรับการนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยพบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2540 - 2549) ประเทศญี่ปุ่นมีอัตราการนำเข้ายางธรรมชาติจากประเทศไทยเฉลี่ยลดลงร้อยละ 0.65 ต่อปี โดยประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้ายางแท่ง น้ำยางข้น และยางประเภทอื่นๆ จากประเทศไทยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.66, 8.60 และ 0.08 ต่อปี ตามลำดับ ในส่วนของการนำเข้ายางแผ่นรมควันของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทยกลับลดลงร้อยละ 3.01 ต่อปี (ตารางที่ 4.10) และการที่ประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้ายางแผ่นรมควันจากประเทศไทยก็เพราะว่า ประเทศญี่ปุ่นมีความต้องการใช้ยางธรรมชาติลดลงดังนั้นประเทศญี่ปุ่นจึงมีการนำเข้ายางแผ่นรมควันจากประเทศผู้ส่งออกยางธรรมชาติในทุกประเทศลดลง (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2549)

ตารางที่ 4.9 ปริมาณการนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศญี่ปุ่นจากประเทศไทย พ.ศ. 2540-2549

หน่วย: ตัน

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางข้น	ยางประเภทอื่นๆ	รวม
2540	385,218	62,540	1,898	76,756	526,412
2541	374,375	93,229	1,341	53,424	522,369
2542	400,706	114,964	1,582	49,179	566,431
2543	406,038	127,857	1,640	68,945	604,480
2544	295,388	151,668	1,413	59,409	507,878
2545	333,171	150,700	1,694	47,807	533,372
2546	324,757	183,353	3,218	27,221	538,549
2547	280,454	213,523	3,218	18,125	515,320
2548	275,523	214,887	3,250	35,403	529,063
2549	269,427	141,734	3,530	77,389	492,080
เพิ่มเฉลี่ยร้อยละ	-3.01	12.66	8.60	0.08	-0.65

ที่มา: กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2549)



#### 4.5.4.3 ประเทศสหรัฐอเมริกา

ในส่วนของการนำเข้าอย่างธรรมชาติของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2540 - 2549) พบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกามีอัตราการนำเข้าอย่างธรรมชาติจากประเทศไทยเฉลี่ยลดลงร้อยละ 1.03 ต่อปี โดยประเทศสหรัฐอเมริกามีอัตราการนำเข้าอย่างแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางขึ้นลดลงร้อยละ 0.71, 0.20 และ 5.69 ต่อปี ตามลำดับ ในขณะที่อัตราการนำเข้าอย่างประเภทอื่นๆ ของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยกลับเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 119.69 ต่อปี (ตารางที่ 4.9) สำหรับการที่ประเทศสหรัฐอเมริกามีอัตราการนำเข้าอย่างแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางขึ้นจากประเทศไทยลดลง ที่เป็นเช่นนี้อาจเพราะประเทศสหรัฐอเมริกามีการนำเข้ายางแท่งจากประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้น ส่วนการนำเข้าอย่างแผ่นรมควันของสหรัฐอเมริกาพบว่าประเทศสหรัฐอเมริกานั้นได้มีการนำเข้าอย่างแผ่นรมควันจากประเทศผู้ส่งออกอย่างธรรมชาติรายอื่นๆ เพิ่มขึ้น และสำหรับการนำเข้าน้ำยางขึ้นของสหรัฐอเมริกาได้มีการนำเข้าน้ำยางขึ้นจากประเทศไลบีเรียเพิ่มขึ้นในปริมาณที่มาก (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, 2549)

**ตารางที่ 4.10** ปริมาณการนำเข้าอย่างธรรมชาติของประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย พ.ศ. 2540-2549

ปี	ยางแผ่นรมควัน	ยางแท่ง	น้ำยางขึ้น	หน่วย: ตัน	
				ยางประเภทอื่นๆ	รวม
2540	84,259.587	105,801.932	38,097.852	516.000	228,675.371
2541	106,506.716	117,270.967	36,912.472	1,716.696	262,406.851
2542	103,872.832	90,036.746	28,722.682	1,986.240	224,618.500
2543	115,207.751	216,768.087	22,907.805	13,474.990	368,358.633
2544	78,226.256	165,054.742	20,165.006	9,838.019	273,284.023
2545	105,285.525	169,829.601	113,772.229	630.900	389,518.255
2546	115,895.548	135,117.793	26,037.783	329.895	277,381.019
2547	114,316.830	126,184.392	47,184.706	483.563	288,169.491
2548	94,557.738	129,682.151	15,783.017	454.406	240,477.312
2549	78,265.673	103,689.362	16,429.589	6,691.764	205,076.388
<b>เพิ่มเฉลี่ยร้อยละ</b>	<b>-0.71</b>	<b>-0.20</b>	<b>-5.69</b>	<b>119.69</b>	<b>-1.03</b>

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2549)

#### 4.6 นโยบายยางพาราไทย<sup>1</sup>

ยุทธศาสตร์ยางพาราไทยที่ภาครัฐได้กำหนดขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหายางพาราให้มีประสิทธิภาพนั้น แบ่งออกเป็น 9 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ปฏิรูประบบและการจัดการสถาบันยางพาราใหม่ทั้งหมด
2. ยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรชาวสวนยาง และทำให้เกษตรกรชาวสวนยางได้ประโยชน์จากสวนยางอย่างเต็มที่ ทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
3. ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ยางที่ได้มาตรฐานสากลอย่างหลากหลายจากทุกระดับสังคม
4. ปฏิรูประบบวิจัยและพัฒนายาง
5. ปฏิรูประบบตลาดยางทุกด้าน
6. สร้างฐานข้อมูลยางพาราให้ครบถ้วน ถูกต้อง และเชื่อถือได้
7. สร้างเมืองยาง เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของผลิตภัณฑ์ยางพารา
8. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรชาวสวนยางและวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในทุกด้าน
9. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาครัฐมีส่วนร่วมในทุกด้าน

และตามที่ประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ได้ตกลงความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจยางใน 3 ประเทศนั้น ก็มีเป้าหมายเพื่อยกระดับราคายางให้สูงขึ้น ทั้ง 3 ประเทศจึงได้จัดตั้งองค์การความร่วมมือด้านยางระหว่าง 3 ประเทศ (International Rubber Organization ITRO) เพื่อกำหนดมาตรการ และดำเนินงานร่วมกันให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว

ในส่วนของภาคเอกชนด้านยางพารา ได้รวมตัวกันจัดตั้งพันธมิตรทางการค้าของผู้ส่งออกยาง 3 ประเทศ (Tripartite Rubber Business Alliance TRBA) คือ ไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งประกอบด้วยสมาคมยางพาราไทย ตลาดแลกเปลี่ยนยางมาเลเซีย สหพันธ์สมาคมยางมาเลเซีย และสมาคมยางอินโดนีเซีย พันธมิตรดังกล่าวมีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อสนับสนุนและร่วมมือกับภาครัฐในการพัฒนาธุรกิจยางใน 3 ประเทศ

<sup>1</sup> พงษ์ศักดิ์ เกิดวงศ์บัณฑิต “การพัฒนายางไทยสู่การเป็นผู้นำในทศวรรษหน้า” เอกสารการประชุมวิชาการงานมหกรรมเทคโนโลยีอุตสาหกรรมยาง 2002 วันที่ 20 กรกฎาคม 2545

2. เพื่อจัดตั้งองค์กรที่ไม่เป็นทางการ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นอย่างอิสระ ตรงไปตรงมา ในการร่วมมือเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของ 3 ประเทศ

3. เพื่อกระตุ้นสมาชิกในการดำเนินงานร่วมกัน ในการพัฒนาตลาดยางและการส่งออกยาง เพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตยางในภาพรวม

4. เพื่อให้คำแนะนำและหารือเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการค้าที่สามารถใช้ได้อย่างยุติธรรม และได้มาตรฐานตามระบบการค้าอย่างทั่วไปที่ผู้ใช้อยอมรับ เพื่อประโยชน์ร่วมกันของสมาชิก รวมทั้งการร่วมหารือในการแก้ปัญหา ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากการทำธุรกิจยาง

#### 4.7 นโยบายการนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศไทย

ประเทศไทยมีการใช้ทั้งนโยบายการนำเข้ายางธรรมชาติใน 2 ลักษณะ คือ การกำหนดโควตานำเข้า และการเก็บภาษีนำเข้า ซึ่งในอดีตนั้นประเทศไทยมีกำหนดการนำเข้ายางธรรมชาติภายใต้โควตาแบบ Global Quota โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาและวางแผนแห่งชาติ (State Development and Planning Commission : SDPC) เป็นผู้จัดสรรปริมาณการนำเข้าที่ประจำอยู่ในแต่ละมณฑล และกระทรวงความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ (Ministry of Foreign Trade and Economic Cooperation : MOFTEC) เป็นหน่วยงานพิจารณาที่จะอนุญาตนำเข้าตามปริมาณโควตาที่จีนกำหนดให้นำเข้าในแต่ละปีประมาณ 450,000 - 500,000 ตัน โดยที่เป็นการนำเข้าจากประเทศไทยมากกว่า 200,000 ตัน ทั้งนี้โควตาการนำเข้ายางธรรมชาติของจีนถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนการผลิตเพื่อส่งออก ผู้ผลิตและส่งออกจะได้รับการจัดสรรโควตานำเข้าตามสัดส่วนการผลิตเพื่อส่งออก สำหรับการผลิตเพื่อส่งออกจะได้รับยกเว้นภาษีนำเข้า

2. ส่วนที่นำเข้าเพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศโดยในอดีตการกำหนดโควตาการนำเข้ายางธรรมชาติจะขึ้นอยู่กับดุลการเจรจากับรัฐบาลจีน

ความต้องการของตลาด กำลังการผลิตของอุตสาหกรรม และเกษตรกรรมที่เกี่ยวข้องกับยางธรรมชาติในประเทศ ซึ่งการนำเข้ายางธรรมชาติหากยังอยู่ในระบบคลังสินค้าทัณฑ์บนและเขตการผลิตเพื่อส่งออกก็จะได้รับการยกเว้นจากการควบคุมโดยโควตานี้ แต่จะมีศุลกากรทำหน้าที่ในการตรวจสอบและดำเนินการทางศุลกากร โดยกฎการให้โควตาการนำเข้ายางธรรมชาติอันใหม่ยังมี SDPC เป็นผู้กำหนดโควตาการนำเข้ายางธรรมชาติ ส่วน MOFTEC เป็นผู้อนุมัติออกใบอนุญาตการนำเข้ายางธรรมชาติ (Import License on Natural Rubber) โดยตัวแทนในแต่ละมณฑลของ SDPC เป็นผู้ดูแลจัดสรรโควตาและออกหนังสือรับรองโควตา (Quota Certificate of Natural Rubber

Import) ซึ่งหนังสือรับรองโควตาแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ แบบ A สำหรับสินค้าเพื่อซื้อขาย การค้าชายแดนในปริมาณน้อยๆ และการแลกเปลี่ยนสินค้า (Barter Trade) และแบบ B สำหรับ สินค้าที่นำเข้าเพื่อใช้ผลิตต่อเพื่อการส่งออกเท่านั้น โดยที่ระยะเวลาในการขอหนังสือรับรองโควตา (แบบ A) อยู่ระหว่างวันที่ 15 - 31 ตุลาคมของทุกปี ซึ่ง SDPC จะทำหน้าที่ตรวจสอบคุณสมบัติและ เอกสารของผู้ขอโควตาแล้วส่งหนังสือแจ้งล่วงหน้า (Notice of Quota Allocation on Natural Rubber Import) ของโควตาปีหน้าให้กับผู้ใช้ก่อนวันที่ 1 ธันวาคมของทุกปีนอกจากนี้การตัดสินให้ โควตาแก่ผู้ใดขึ้นกับความต้อการ ประวัติการนำเข้าในอดีต และกำลังการผลิตของผู้ขอโควตา ซึ่งผู้ ขอโควตาต้องมีเอกสารรับรองการผลิต (Approval of Processing Trade) ที่ออกโดย MOFTEC ก่อน จะขอโควตาแบบ B ส่วนโควตาที่ได้รับการอนุมัติแล้วจะเริ่มมีผลวันที่ 1 มกราคมของทุกปีและมีผล บังคับใช้เป็นเวลา 1 ปี และในการขอหนังสือรับรองโควตาแบบ A ผู้ขอจะต้องมีหนังสือแจ้งล่วงหน้าและ สัญญาซื้อขายธรรมชาติมาแสดง ส่วนการขอหนังสือรับรองโควตาแบบ B ผู้ขอต้องมีหนังสือ รับรองการผลิตจาก MOFTEC ซึ่งเมื่อผู้ขอยื่นขอโควตา ตัวแทนของ SDPC จะออกหนังสือรับรอง การนำเข้าทั้งแบบ A และแบบ B ภายใน 5 วัน หรือไม่เกิน 10 วัน ในกรณีพิเศษ สำหรับหนังสือ รับรองแบบ A นั้น หลังจาก SDPC ออกหนังสือรับรองแล้ว MOFTEC จะออกใบอนุญาตการนำเข้า ให้ ส่วนหนังสือรับรองแบบ B นั้น เมื่อผู้ขอโควตามีทั้งหนังสือรับรองการนำเข้าและหนังสือ รับรองการผลิตจาก MOFTEC จะเป็นหน้าที่ของศุลกากรในการเก็บสถิติการค้าของผู้ขอ และใน กรณีที่ผู้ขอไม่สามารถใช้โควตาที่ได้รับทั้งหมดจะต้องส่งโควตาส่วนที่เหลือพร้อมหนังสือแจ้ง ล่วงหน้ากลับมายังผู้จัดสรร โควตาก่อนวันที่ 1 กันยายนของทุกปี เพื่อจัดสรรใหม่อีกครั้งภายใน 10 วันและห้ามไม่ให้มีการซื้อขายโควตา ซึ่งถ้าจับได้ SDPC จะไม่ยอมรับการขอโควตาอีก (แต่การซื้อ ขายโควตาก็ยังเป็นที่แพร่หลายโดยทั่วไปในประเทศจีน) โดยการแบ่งโควตาในปัจจุบันเท่าที่ทราบ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า ส่วนใหญ่จะแบ่งให้มณฑลชานตง ซึ่งขึ้นท่าที่ชิงเต่า ประมาณร้อยละ 30 ของการใช้ทั้งหมด เพราะมีอุตสาหกรรมรถยนต์ และเซียมินประมาณ 6,000 ตันต่อปี ในปี 2547 (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2550)

ดังนั้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา นโยบายนำเข้าอย่างธรรมชาติที่ประเทศจีนใช้คือ การ เก็บภาษีนำเข้าแทนการกำหนดโควตานำเข้า ซึ่งในปัจจุบัน (พ.ศ. 2550) อัตราภาษีนำเข้าที่ประเทศ จีนเรียกเก็บจากประเทศผู้ส่งออกอย่างธรรมชาติเป็นดังนี้คือ สำหรับประเทศทั่วไปที่ไม่ได้เป็น สมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) และไม่ได้มีการตกลงทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีกับ ประเทศจีนประเทศจีนจะมีการเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 40 ในทุกประเภทของอย่างธรรมชาติที่

นำเข้าสำหรับประเทศทั่วไป ส่วนประเทศที่เป็นสมาชิกในองค์การการค้าโลก (WTO) จะมีการเก็บอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 20 (ตารางที่ 4.11)

สำหรับภาษีนำเข้าทางธรรมชาติในแต่ละประเภทที่ประเทศจีนเรียกเก็บจากประเทศที่มีการตกลงทำเขตการค้าเสรีกับประเทศจีนไว้จะมีอัตราที่แตกต่างกันดังนี้ สำหรับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย เมียนมาร์ เวียดนาม เป็นต้น ประเทศจีนจะมีการเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 12 สำหรับยางบาลาตา กัตตาเปอร์ชา กวายุล ชิเคิล และกัมธรรมชาติที่คล้ายกัน ซึ่งยางเหล่านี้เป็นยางที่ได้มาจากต้นยางชนิดอื่นที่ไม่ใช่ต้นยางพารา เช่น ยางบาลาตาและยางกัตตาเปอร์ชาได้จากต้นกัตตา (Guttar Tree) หรือยางชิเคิลที่ได้จากต้น Achas Sapota โดยที่ยางบาลาตาและยางชิเคิลสามารถนำไปผลิตหมวกฟรังได้ ส่วนยางกัตตาเปอร์ชาสามารถนำมาผลิตสายไฟ (องค์การสวนยาง, 2550) ส่วนสำหรับประเทศปากีสถานอัตราภาษีนำเข้าที่ประเทศจีนเรียกเก็บสำหรับยางแผ่นรมควัน และยางประเภทอื่นๆ คือร้อยละ 17 และสำหรับประเทศชิลีประเทศจีนจะเก็บภาษีนำเข้าอย่างขึ้น ยางแผ่นรมควัน และยางประเภทอื่นๆ ในอัตราร้อยละ 12 ส่วนยางแท่งจะเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 นอกจากนี้ประเทศจีนจะเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับทุกประเภทของยางธรรมชาติที่มีการนำเข้าในอัตราร้อยละ 17 (ตารางที่ 4.11)

สำหรับนโยบายการนำเข้าทางธรรมชาติที่ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่นใช้ในอดีตจนถึงปัจจุบันคือ การเก็บภาษีนำเข้าเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีการใช้การกำหนดโควตานำเข้า ซึ่งอัตราภาษีนำเข้าทางธรรมชาติในแต่ละประเภทที่ทั้งสองประเทศเรียกเก็บจากประเทศผู้ส่งออกจะมีการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละปี โดยที่ในปัจจุบัน (พ.ศ. 2550) ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่นจะไม่มีเรียกเก็บภาษีนำเข้าในทุกประเภทของยางธรรมชาติทั้งในกลุ่มประเทศทั่วไป และกลุ่มประเทศที่เป็นสมาชิกในองค์การการค้าโลก (ตารางที่ 4.11)

**4.8 นโยบายและมาตรการทางการค้าที่สำคัญของประเทศญี่ปุ่น (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2553: ออนไลน์)**

#### **มาตรการด้านภาษี**

อัตราภาษีสินค้าเกษตรและอาหารอยู่ในระดับสูง เช่น ข้าว แป้งมันสำปะหลัง น้ำตาล สับปะรดกระป๋อง ปลากระป๋อง เนื่องจากทางการญี่ปุ่นให้การปกป้องเกษตรกรในประเทศ รวมทั้งการควบคุมปริมาณการนำเข้าด้วย เช่น ข้าว แป้งมันสำปะหลัง สับปะรด

ญี่ปุ่นมีอัตราภาษีนำเข้าอยู่ 4 อัตรา ดังนี้



1. อัตราทั่วไป (General Rate) เป็นอัตราปกติสำหรับสินค้านำเข้าจากประเทศทั่วไป เป็นอัตราสูงสุด
2. อัตราภายใต้สิทธิพิเศษ (Preferential Rate) สำหรับสินค้านำเข้าจากประเทศกำลังพัฒนา และพัฒนาน้อย โดยอัตราภายใต้สิทธิ GSP มีตั้งแต่ลดหย่อนจนถึงการยกเว้นภาษีทั้งหมด
3. อัตราที่ผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลก (WTO Rate) สำหรับสินค้านำเข้าจากประเทศสมาชิก WTO ซึ่งส่วนใหญ่จะต่ำกว่าอัตราทั่วไป แต่สูงกว่าอัตราภายใต้สิทธิพิเศษ
4. อัตราชั่วคราว (Temporary Rate) เป็นอัตราที่กำหนดขึ้นเป็นการชั่วคราวและสามารถเปลี่ยนแปลง หรือยกเลิกได้ในเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้ หากอัตราที่ผูกพันไว้กับ WTO สูงกว่าอัตราชั่วคราวจะใช้อัตราชั่วคราว แต่หากต่ำกว่า อัตราชั่วคราว จะใช้อัตราที่ผูกพันไว้กับ WTO

**มาตรการที่มีใช้ภายใน/ มาตรการอื่นๆ เช่น การอุดหนุนการผลิต การค้าและการลงทุน**

1. มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชและสัตว์
2. มาตรการอุปสรรคทางเทคนิค

#### **4.9 นโยบายและมาตรการทางการค้าที่สำคัญของประเทศสหรัฐอเมริกา (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2549)**

ในปัจจุบันสหรัฐอเมริกายังคงมุ่งเน้นนโยบายการค้าเสรีทั้งในระดับหลายฝ่าย สองฝ่ายและระดับภูมิภาคเนื่องจากสหรัฐอเมริกามองเห็นว่าการเปิดการค้าเสรีกับประเทศต่างๆทั่วโลกจะเป็นการช่วยเพิ่มตลาดที่จะมารองรับสินค้าที่ผลิตได้ในสหรัฐฯ ซึ่งนับเป็นหนทางที่จะช่วยขยายการเติบโตและความเจริญทางเศรษฐกิจภายในประเทศของสหรัฐฯ นอกจากนั้นการเปิดการค้าเสรียังเป็นผลดีต่อการเมืองของสหรัฐฯ ในแง่ที่ว่าเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับประเทศต่างๆในโลก ดังนั้นในปัจจุบันสหรัฐฯจึงเร่งพยายามหาช่องทางเปิดการเจรจาการค้ากับหลายๆประเทศในภูมิภาคต่างๆทั่วโลกทั้งในยุโรป ลาตินอเมริกาและเอเชีย จะเห็นได้ว่าในปี 2005 สหรัฐฯได้มีการทำข้อตกลงทางการค้ากับประเทศคู่ค้ามากถึง 15 ประเทศ ซึ่งจากเดิมมีเพียง 3 ประเทศในปี 2001 และในปี 2006สหรัฐฯได้เพิ่มการทำข้อตกลงทางการค้ากับประเทศอื่นๆเพิ่มอีก 12 ประเทศแม้ว่าโดยหลักการแล้ว แนวนโยบายด้านการค้าต่างประเทศของสหรัฐฯ คือการเปิดการค้าเสรี แต่ในทางปฏิบัติในปัจจุบัน สหรัฐฯเริ่มมีความระมัดระวังเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆต่อการดำเนินนโยบายการค้าเสรีทั้งนี้ เป็นผลมาจากช่องว่างของการเสียดุลการค้าต่างประเทศที่ขยายกว้างออกไปมากยิ่งขึ้นทุกปี นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 80 เป็นต้นมา สภาสูงสหรัฐฯได้ลดระดับการสนับสนุนนโยบายการค้าเสรีลงเรื่อยๆและไม่สนับสนุนหลักการที่จะให้ประธานาธิบดีสหรัฐฯมีอำนาจเสรีในการเจรจาและจัดทำข้อตกลงด้านการค้า ในขณะที่สภานิติบัญญัติได้หาหนทางออกกฎหมายต่างๆ



ขึ้นมาเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมในประเทศจากผลกระทบร้ายแรงที่มาจากการค้าต่างประเทศ

อย่างไรก็ดีปัจจุบันประธานาธิบดีสหรัฐฯยังคงมีอำนาจเสรีในการตัดสินใจเจรจาและจัดทำข้อตกลงด้านการค้ากับประเทศคู่ค้าต่างๆของสหรัฐฯ โดยได้รับการแทรกแซงจากสภาสูงในระดับต่ำ และสหรัฐฯยังคงดำเนินนโยบายการค้าเสรีอย่างเข้มแข็งข้อตกลงทางการค้าที่สหรัฐฯทำกับประเทศต่างๆจะเน้นไปที่การเปิดโอกาสให้ประเทศคู่สัญญาเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯได้ฐานะคู่ค้าที่ได้รับสิทธิพิเศษบางประการ โดยแลกเปลี่ยนกับการปฏิบัติต่างๆที่จะเป็นการเพิ่มโอกาสการส่งออกของสหรัฐฯเข้าสู่ตลาดนั้นๆ เงื่อนไขสำคัญๆที่สหรัฐฯมักจะระบุเพื่อเป็นข้อแลกเปลี่ยนคือ

1. การยกเลิกข้อกีดกันทางการค้าโดยการลดพิกัดศุลกากรหรือยกเลิกข้อกีดกันอื่นทางการค้าที่ไม่ใช่พิกัดศุลกากรต่อสินค้าส่งออกของสหรัฐฯ
2. การขอให้มีการออกกฎหมายทางการค้าและการดำเนินธุรกิจการค้าอย่างโปร่งใส กล่าวคือทุกคนในประเทศคู่สัญญาควรมีความรู้และควรปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านการค้าและมีความเสมอภาคในการแข่งขันทางการค้า
3. การผ่อนผันกฎระเบียบในอุตสาหกรรมต่างๆในประเทศคู่สัญญาของสหรัฐฯ ทำกฎระเบียบนั้นๆให้โปร่งใส ให้สอดคล้องกับการปฏิบัติตามสากล และไม่เป็นการกีดกันบริษัทต่างชาติซึ่งได้แก่บริษัทของสหรัฐฯ
4. การถือปฏิบัติในเรื่องของมาตรฐานการจ้างแรงงานให้ได้มาตรฐานสากล
5. การให้ความสำคัญต่อสถานะแวดล้อมจะถูกนำมาเป็นเงื่อนไขเป็นครั้งคราวขึ้นอยู่กับนโยบายของประธานาธิบดีแต่ละคนว่าให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อมมากน้อยเพียงใด

#### มาตรการภาษีทางการค้า

ระบบพิกัดภาษีของสหรัฐฯ อยู่ที่ระดับ 8 หลัก จำนวนกว่า 10,000 รายการ โดยมีการเก็บภาษีทั้งอัตราตามราคาและอัตราตามสภาพ อัตราภาษีศุลกากรของสหรัฐฯ นั้น อยู่ในระดำนต่ำภาษีเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 4.9 โดยที่สินค้าเกษตรมีอัตราภาษีเฉลี่ยสูงกว่าที่ร้อยละ 9.7 มีสินค้าเกษตรร้อยละ 2 ที่มีโควตาภาษี สินค้าที่สหรัฐฯ ยังคงรักษาอัตราภาษีในระดับสูงได้แก่ บุหรี่ หางนม ครีม ถั่ว เสื้อผ้าสิ่งทอ เหล็ก เคมีภัณฑ์ เครื่องหนัง รองเท้าประเภทต่างๆ อัญมณีและเครื่องประดับ เซรามิก แก้ว และ รถบรรทุกนอกจากภาษีศุลกากรสหรัฐฯ มีการเก็บภาษีอื่นๆ ประกอบไปด้วยเช่นภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดโดยสินค้าส่วนใหญ่ที่สหรัฐฯ ใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด ได้แก่ สินค้ากลุ่มเหล็ก เคมี ยา เกษตร และสินค้าป่า ในช่วงปี 2547-2548 การใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดของสหรัฐฯ ลดลง ส่วนหนึ่งเนื่องจากการยกเลิก Byrd Amendment ซึ่งเป็นการลดแรงจูงใจให้เอกชนใช้มาตรการดังกล่าว

### มาตรการการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTB)

ประเทศสหรัฐฯเป็นประเทศผู้นำเข้าอย่างแท้จริง อุปทานสินค้าอุปโภคและบริโภคที่ใช้อยู่ภายในประเทศเกือบจะทั้งสิ้นมาจากการนำเข้า ดังนั้น มาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯที่เป็นไปโดยความตั้งใจให้เป็นการกีดกันทางการค้าอย่างแท้จริง ถ้ามี จะแฝงอยู่ในรูปของกฎหมายต่างๆที่สร้างขึ้นที่มีเป้าหมายเพื่อจะช่วยปกป้องคุ้มครองและเอื้อประโยชน์ในโอกาสการแข่งขันทางการค้าให้แก่อุตสาหกรรมการผลิตภายในสหรัฐฯที่เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าชนิดหรือประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับที่มีการนำเข้าสหรัฐฯในระดับจำนวนที่สหรัฐฯเชื่อว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่อุตสาหกรรมภายในประเทศ มาตรการในลักษณะนี้ที่มีการใช้บ่อยครั้งมากที่สุดคือเรื่องการค้าว่าให้มีการทุ่ม ตลาดสหรัฐฯและบังคับเรียกเก็บภาษีทุ่มตลาดเพิ่มเป็นกรณีพิเศษ เกือบจะทั้งสิ้นของการเข้าสู่กลยุทธการกีดกันทางการค้าด้วยวิธีนี้จะเกิดขึ้น โดยการริเริ่มของกลุ่มอุตสาหกรรมภายในประเทศที่อ้างว่าได้รับความเสียหายหรือมีการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมจากคู่แข่งที่เป็นการนำเข้าและกลวิธีที่รัฐบาลสหรัฐฯนำมาใช้ในการตัดสินใจได้มีการทุ่มตลาดจริงหรือไม่จะเป็นกลวิธีพิจารณาที่จะเอื้อประโยชน์ให้แก่ฝ่ายของตนมากที่สุด อย่างไรก็ตาม การดำเนินมาตรการนี้ของสหรัฐฯส่วนใหญ่แล้วจะถูกประเทศคู่ค้าที่เป็นคู่กรณีต่อสู้อย่างหนักทั้งในรูปของการเจรจาต่อรองระดับภาคีรัฐบาลและในระดับองค์การการค้าระหว่างประเทศ (WTO) การดำเนินการในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นเป็นครั้งคราวและในช่วงเวลาหนึ่งๆ ปัจจุบันสินค้าไทยที่กำลังเผชิญหน้ากับมาตรการกีดกันทางการค้าในลักษณะนี้ที่เป็นที่รับรู้กันอย่างกว้างขวางและมีผลกระทบต่อการค้าส่งออกของไทยมากที่สุดคือสินค้ากุ้งสดแช่เยือกแข็งซึ่งเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของไทยกฎหมายสหรัฐฯหลายๆรายการที่สหรัฐฯสร้างขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อปกป้องคุ้มครองประเทศชาติระบบเศรษฐกิจ และผู้บริโภคสหรัฐฯเป็นสำคัญ และไม่ได้มีความตั้งใจให้เป็นการกีดกันทางการค้าแต่เมื่อ ถูกนำมาใช้กฎหมายเหล่านั้นซึ่งมีข้อกำหนดคุณสมบัติสินค้า กรรมวิธีการผลิต การจัดการและการขนส่งที่เข้มงวดและลงลึกในรายละเอียดปลีกย่อยอย่างละเอียดได้กลายเป็นเครื่องกีดขวางความสะดวกและความราบรื่นด้านการค้าและบ่อยครั้งเป็นการปิดกั้น โอกาสทางการค้าและการเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯของสินค้าหลายๆรายการ การกีดกันทางการค้าแบบไม่ได้ตั้งใจในลักษณะนี้ เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะมีผลบังคับใช้ตลอดเวลาและในระยะเวลายาวนาน ยกแก่การถูกยกเลิกหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงผ่านทางเจรจาต่อรองระหว่างประเทศ กฎหมายเหล่านี้เกือบจะทั้งสิ้นมาจากหน่วยงาน USFDA (หน่วยงานอาหารและยา), USDA (กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ) และ ATF(หน่วยงานแอลกอฮอล์ ยาสูบ และอาวุธปืน) เป็นสำคัญสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากกฎหมายเหล่านี้มากที่สุดคือสินค้าเกษตร สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม สินค้ายารักษาโรคและสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของไทยหรือเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพ

สูงในการส่งเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ (ทั้งนี้ยกเว้นสินค้ายารักษาโรค) ระบบการปกครองในลักษณะกระจายอำนาจของสหรัฐฯ ส่งผลทำให้การกีดกันทางการค้าที่ถูกระงับทำให้เกิดขึ้นโดยตั้งใจและที่ไม่ได้ตั้งใจที่เป็นผลกระทบมาจากกฎหมายต่างๆ ที่มีเป้าหมายเพื่อปกป้องคุ้มครองประเทศชาติและผู้บริโภค สามารถเกิดขึ้นได้บ่อยครั้ง ทั้งที่มีผลกระทบหรือบังคับใช้ทั่วประเทศสหรัฐฯ และที่เฉพาะเจาะจงลงไปในแต่ละพื้นที่ กฎหมายเหล่านี้ได้กลายเป็นการกีดกันทางการค้าสินค้าบางรายการหรือจากบางประเทศผ่านทาง การปลูกฝังความกลัวและหรือการต่อต้านในตัวสินค้าหรือแหล่งผลิตสินค้าให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้บริโภค เช่นกฎหมาย Preposition 65 ของรัฐแคลิฟอร์เนียในเรื่องของปริมาณและการประกาศเตือนถึงอันตรายของสารตะกั่วตกค้างในผลิตภัณฑ์เซรามิกและเครื่องเคลือบต่างๆ หรือปริมาณและการประกาศเตือนถึงอันตรายของสารปรอทตกค้างในอาหารทะเล เป็นต้น

โดยสรุปแล้ว ในปัจจุบันนโยบายการนำเข้าอย่างธรรมชาติที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และประเทศจีนจะมีเพียงการเก็บภาษีนำเข้าเท่านั้น ซึ่งอัตราภาษีที่ทั้ง 3 ประเทศมีการเรียกเก็บจากประเทศผู้ส่งออกนั้นแตกต่างกัน แต่ก็สามารถจัดกลุ่มประเทศผู้ส่งออกที่ทั้ง 3 ประเทศเรียกเก็บภาษีนำเข้าอย่างธรรมชาติได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มประเทศทั่วไปโดยหมายถึง ประเทศผู้ส่งออกอย่างธรรมชาติที่ไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) และไม่ได้มีการตกลงทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีกับทั้ง 3 ประเทศ ส่วนกลุ่มที่สองเป็นกลุ่มประเทศผู้ส่งออกอย่างธรรมชาติที่เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) และในส่วนของกลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มประเทศผู้ส่งออกอย่างธรรมชาติที่ได้มีการตกลงทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีกับทั้ง 3 ประเทศ นอกจากนี้อัตราภาษีนำเข้าอย่างธรรมชาติในแต่ละประเภทที่ทั้ง 3 ประเทศเรียกเก็บจะมีการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ปี ดังนั้นประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศผู้ส่งออกอย่างธรรมชาติสมควรที่จะมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราภาษีนำเข้าของประเทศผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ

**ตารางที่ 4.11** อัตราภาษีนำเข้าทางธรรมชาติประเภทต่างๆ ที่ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เรียกว่า พ.ศ. 2550

ประเภทของธรรมชาติ	ประเทศจีน <sup>1</sup>						ประเทศสหรัฐอเมริกา <sup>2</sup>			ประเทศญี่ปุ่น <sup>3</sup>		
	อัตราภาษีนำเข้า			อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม			อัตราภาษีนำเข้า			อัตราภาษีนำเข้า		
	MFN	CA	CP	CC	Gen		MFN	Gen		MFN	Gen	
น้ำยางข้น	20			12	40	17	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี
ยางแผ่นรมควัน	20		17	12	40	17	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี
ยางแท่ง	20			0	40	17	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี
ยางธรรมชาติประเภทอื่นๆ	20		17	12	40	17	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี
บาลตา กัดตาเบอร์ชา กวาลูลิจิ เคิล และกัมธรรมชาติที่คล้ายกัน	20	12		12	40	17	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี	ฟรี

หมายเหตุ: MFN หมายถึง ประเทศที่เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก

Gen หมายถึง ประเทศทั่วไปที่ไม่ได้เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก

CA หมายถึง กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเพียงได้

CP หมายถึง ประเทศปากีสถาน

CC หมายถึง ประเทศชิลี

<sup>1</sup> ที่มา: Department of Customs Import and Export Tariff of the People's Republic of China (2007)

<sup>2</sup> Japan Customs (2007) และ <sup>3</sup> United States International Trade Commission (2007)