

ธุรกิจยางพารา

สรุปแนวโน้มธุรกิจ

ISIC: 52221000 การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง

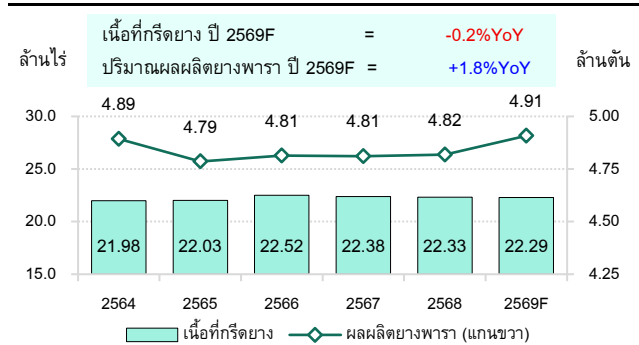
ในระยะ 1 ปีข้างหน้า ธุรกิจยางพารามีแนวโน้ม “Neutral (-)” โดยยังเผชิญแรงกดดันจากการส่งออกยางธรรมชาติที่ฟื้นตัวไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะในตลาดจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ ขณะที่ราคาวัตถุดิบยางที่อยู่ในระดับสูงเพิ่มแรงกดดันต่อความสามารถในการทำกำไรของผู้แปรรูปและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางที่มีข้อจำกัดในการส่งผ่านต้นทุน นอกจากนี้ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางบางกลุ่มยังเผชิญความเสี่ยงจากมาตรการทางการค้าของสหรัฐฯ และการแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตรายอื่น ประกอบกับภาวะเอลนีโญที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงในช่วงปลายปี 2569 ถึงต้นปี 2570 อาจเพิ่มความผันผวนของผลผลิตในช่วงเวลาดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม อุปทานยางธรรมชาติที่มีแนวโน้มตึงตัวในระยะข้างหน้ายังเป็นปัจจัยช่วยพยุงราคายางให้อยู่ในระดับสูง ส่งผลดีต่อรายได้ของเกษตรกรและธุรกิจยางพาราต้นน้ำ ขณะที่ความต้องการจากอุตสาหกรรมปลายน้ำบางกลุ่ม โดยเฉพาะยางล้อรถยนต์นั่ง รถบรรทุกและรถโดยสาร รวมถึงผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปบางประเภทยังช่วยประคองอุปสงค์ของธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเร่งกระจายตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม และระบบตรวจสอบย้อนกลับตามมาตรฐานสากล เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะต่อไป

ภาพรวมธุรกิจ

ในปี 2569 คาดว่าเนื้อที่กรีดยางพาราจะทรงตัวถึงลดลงเล็กน้อยที่ประมาณ 0.2%YoY เนื่องจากเกษตรกรในภาคใต้และภาคกลางทยอยโค่นต้นยางที่มีอายุมาก และปรับเปลี่ยนพื้นที่ไปปลูกพืชที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า เช่น พืชไร่และปาล์มน้ำมัน อย่างไรก็ตาม ผลผลิตยางพารารวมคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 4.91 ล้านตัน หรือขยายตัว 1.8%YoY จากผลผลิตต่อไร่ที่สูงขึ้น เนื่องจากต้นยางส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุที่ให้ผลผลิตดี ประกอบกับราคายางที่อยู่ในเกณฑ์สูง จูงใจให้เกษตรกรดูแลสวนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ขณะที่ปริมาณฝนที่ลดลงในบางช่วงช่วยเพิ่มจำนวนวันกรีดยางของเกษตรกร อย่างไรก็ดี หากภาวะเอลนีโญทวีความรุนแรงจนเกิดภาวะแห้งแล้งต่อเนื่องจะเป็นปัจจัยกดดันด้านอุปทานซึ่งจะจำกัดปริมาณน้ำยางและการเพิ่มขึ้นของผลผลิต

รูปที่ 1 เนื้อที่กรีดยางและผลผลิตยางพารา



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ในปี 2568 การผลิตยางธรรมชาติ โดยเฉพาะยางแผ่นขยายตัวที่ 22.4%YoY ขณะที่น้ำยางข้นและยางแท่งลดลง 3.4%YoY และ 4.3%YoY ตามลำดับ ส่วนผลิตภัณฑ์ยางโดยเฉพาะยางนอกรถกระบะ รถบรรทุกและรถโดยสารขยายตัว ขณะที่ผลิตภัณฑ์บางประเภท เช่น ยางนอกรถแทรกเตอร์และกลุ่มยางในหดตัว

สำหรับปริมาณการผลิตยางธรรมชาติในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 พบว่า หดตัวในทุกประเภท โดยยางแผ่นลดลงมากที่สุด 19.0%YoY รองลงมา ได้แก่ น้ำยางข้นลดลง 13.9%YoY และยางแท่งลดลง 1.4%YoY ในส่วนของผลิตภัณฑ์ยาง การผลิตมีทิศทางแตกต่างกันตามประเภทสินค้า โดยกลุ่มยางล้อที่ยังขยายตัว ได้แก่ ยางนอกรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้น 3.2%YoY ยางนอกรถจักรยานยนต์และยางนอกอื่นๆ เพิ่มขึ้น 2.8%YoY เท่ากัน และยางนอกรถบรรทุกและรถโดยสารเพิ่มขึ้น 2.6%YoY ขณะที่ยางนอกรถจักรยานและยางนอกรถแทรกเตอร์ลดลง 4.5%YoY และ 2.0%YoY ตามลำดับ สำหรับกลุ่มยางใน พบว่า ยางในรถจักรยานขยายตัวสูงสุด 6.6%YoY และยางในรถบรรทุกและรถโดยสารเพิ่มขึ้น 4.5%YoY ขณะที่ยางในรถจักรยานยนต์ลดลง 9.4%YoY ส่วนผลิตภัณฑ์ยางทางการแพทย์และสุขอนามัยยังอ่อนตัว โดยถุงมือยางทางการแพทย์ลดลง 2.2%YoY และถุงยางอนามัยลดลง 14.8%YoY ภาพรวมจึงสะท้อนว่า การผลิตยางธรรมชาติต้นน้ำอ่อนตัวลงค่อนข้างชัดเจน ขณะที่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางปลายน้ำยังมีแรงพยุงจากกลุ่มยางล้อรถยนต์บางประเภท โดยเฉพาะรถยนต์นั่ง รถจักรยานยนต์ และรถบรรทุก/รถโดยสาร แต่การฟื้นตัวยังไม่กระจายตัวไปทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 1 ปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ยาง

ประเภท	2568	2568 (%YoY)	7M69	7M69 (%YoY)
ยางธรรมชาติ (ตัน)				
น้ำยางข้น	753,069	-3.4	354,230	-13.9
ยางแผ่น	343,715	22.4	151,079	-19.0
ยางแท่ง	2,570,092	-4.3	1,511,433	-1.4
ผลิตภัณฑ์ยาง (เส้น)				
ยางนอกรถกระบะ	16,003,895	5.7	9,503,407	-1.4
ยางนอกรถจักรยาน	14,935,425	1.5	8,800,030	-4.5
ยางนอกรถจักรยานยนต์	27,912,987	-2.8	17,264,322	2.8
ยางนอกรถแทรกเตอร์	506,736	-14.4	325,821	-2.0
ยางนอกรถบรรทุกและรถโดยสาร	12,119,711	4.8	7,355,409	2.6
ยางนอกรถยนต์นั่ง	67,291,023	0.4	41,424,108	3.2
ยางนอกอื่น ๆ	2,142,507	4.7	1,269,389	2.8
ยางในรถจักรยาน	19,866,654	-4.4	13,231,051	6.6
ยางในรถจักรยานยนต์	48,209,162	-4.2	26,413,129	-9.4
ยางในรถบรรทุกและรถโดยสาร	268,030	-13.4	163,392	4.5
ถุงมือยางทางการแพทย์ (ล้านชิ้น)	41,739	-2.0	24,061	-2.2
ถุงยางอนามัย (ล้านชิ้น)	3,871	-1.8	1,975	-14.8

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ในปี 2568 ปริมาณการจำหน่ายยางธรรมชาติ โดยเฉพาะยางแผ่นขยายตัว 15.8%YoY ขณะที่น้ำยางข้นและยางแท่งลดลง 2.4%YoY และ 4.8%YoY ตามลำดับ ส่วนผลิตภัณฑ์ยางส่วนใหญ่ยังขยายตัว โดยเฉพาะยางนอกรถกระบะ รถจักรยาน รถบรรทุกและรถโดยสาร ขณะที่กลุ่มยางในและผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์บางประเภทหดตัวสอดคล้องกับปริมาณการผลิต

สำหรับปริมาณการจำหน่ายยางธรรมชาติในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 พบว่า หดตัวในทุกประเภท สอดคล้องกับทิศทางการผลิตโดยน้ำยางข้นลดลง 9.3%YoY ยางแผ่นลดลง 4.9%YoY และยางแท่งลดลง 2.6%YoY สะท้อนว่าความต้องการใช้ยางธรรมชาติแปรรูปในช่วงดังกล่าวยังคงอ่อนตัว โดยเฉพาะน้ำยางข้น

สำหรับปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาง พบว่า มีทิศทางแตกต่างกันตามประเภทสินค้า โดยยางนอกรถยนต์หนึ่งเพิ่มขึ้น 3.7%YoY ยางนอกรถบรรทุกและรถโดยสารเพิ่มขึ้น 1.8%YoY ขณะที่ยางนอกรถกระบะและรถจักรยานยนต์ทรงตัวใกล้เคียงปีก่อน ส่วนยางนอกรถจักรยานและรถแทรกเตอร์ลดลง 5.6%YoY และ 2.1%YoY ตามลำดับในกลุ่มยางใน พบว่ายางในรถจักรยานเพิ่มขึ้น 4.7%YoY ขณะที่ยางในรถจักรยานยนต์และยางในรถบรรทุกและรถโดยสารลดลงค่อนข้างมากที่ 14.5%YoY และ 17.2%YoY ตามลำดับ สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ถุงมือยางทรงตัวจากปีก่อน โดยเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.3%YoY ขณะที่ถุงยางอนามัยลดลง 13.1%YoY สะท้อนว่าความต้องการผลิตภัณฑ์ยางปลายน้ำยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึง โดยแรงพุงหลังภัยยังมาจากยางล้อรถยนต์บางประเภท โดยเฉพาะรถยนต์หนึ่งและรถบรรทุก/รถโดยสาร

ตารางที่ 2 ปริมาณการจำหน่ายยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ยาง

ประเภท	2568	2568 (%YoY)	7M69	7M69 (%YoY)
ยางธรรมชาติ (ตัน)				
น้ำยางข้น	832,715	-2.4	434,696	-9.3
ยางแผ่น	326,815	15.8	169,765	-4.9
ยางแท่ง	2,627,022	-4.8	1,537,138	-2.6
ผลิตภัณฑ์ยาง (เส้น)				
ยางนอกรถกระบะ	15,715,304	4.8	9,364,781	0.2
ยางนอกรถจักรยาน	15,172,306	3.7	8,558,202	-5.6
ยางนอกรถจักรยานยนต์	28,255,994	-1.3	16,871,501	0.2
ยางนอกรถแทรกเตอร์	510,405	-12.2	329,826	-2.1
ยางนอกรถบรรทุกและรถโดยสาร	12,044,973	3.7	7,229,894	1.8
ยางนอกรถยนต์หนึ่ง	66,680,253	0.9	40,971,917	3.7
ยางนอกอื่น ๆ	2,106,216	3.7	1,318,926	6.5
ยางในรถจักรยาน	19,776,529	-3.4	12,891,366	4.7
ยางในรถจักรยานยนต์	47,557,576	-5.0	24,747,834	-14.5
ยางในรถบรรทุกและรถโดยสาร	545,509	-19.9	277,697	-17.2
ถุงมือยางทางการแพทย์ (ล้านชิ้น)	57,276	-1.2	33,310	0.3
ถุงยางอนามัย (ล้านชิ้น)	3,828	-0.5	1,941	-13.1

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

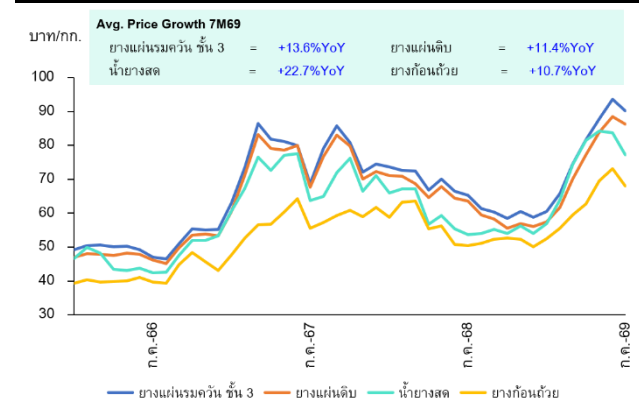
สถานการณ์ด้านราคา

ราคายางธรรมชาติในประเทศสามารถพิจารณาผ่านราคายาง 4 ประเภทหลัก ซึ่งสะท้อนภาวะตลาดในแต่ละช่วงของห่วงโซ่อุปทานแตกต่างกัน ได้แก่ ยางแผ่นรมควันชั้น 3 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปขั้นต้นที่มีมาตรฐานและมีการซื้อขายเพื่อใช้ในภาคอุตสาหกรรมและการส่งออก จึงช่วยสะท้อนภาวะราคายางในตลาดการค้าโดยรวม ขณะที่ยางแผ่นดิบ เป็นยางที่ยังไม่ผ่านกระบวนการรมควัน ราคาจึงสะท้อนมูลค่าวัตถุดิบยางพาราในระดับต้นน้ำและต้นทุนของผู้ประกอบการที่นำยางพาราไปแปรรูปต่อ ส่วนน้ำยางสด เป็นวัตถุดิบสำคัญสำหรับการผลิตน้ำยางข้นและผลิตภัณฑ์ยางแบบจุ่ม เช่น ถุงมือยางและถุงยางอนามัย

จึงสะท้อนความต้องการของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากน้ำยางโดยตรง ขณะที่ยางก้นถ้วย เป็นวัตถุดิบหลักของการผลิตยางแท่ง ซึ่งถูกนำไปใช้จำนวนมากในอุตสาหกรรมยางล้อ จึงเป็นราคาที่ช่วยสะท้อนภาวะอุปสงค์จากอุตสาหกรรมยานยนต์และยางล้อได้อีกทางหนึ่ง

ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ราคายางทั้ง 4 ประเภทปรับตัวสูงขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 79.1 บาท/กก. เพิ่มขึ้น 13.6%YoY ยางแผ่นดิบเฉลี่ย 75.0 บาท/กก. เพิ่มขึ้น 11.4%YoY น้ำยางสดเฉลี่ย 74.5 บาท/กก. เพิ่มขึ้น 22.7%YoY และยางก้นถ้วยเฉลี่ย 63.0 บาท/กก. เพิ่มขึ้น 10.7%YoY สะท้อนว่าราคายางในประเทศยังอยู่ในระดับสูงกว่าปีก่อน โดยมีแรงสนับสนุนจากความต้องการใช้ยางของอุตสาหกรรมปลายน้ำ ประกอบกับปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดในแต่ละช่วงยังมีความแตกต่างตามฤดูกาล ทั้งนี้ ราคาน้ำยางสดปรับตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดเมื่อเทียบกับปีก่อน ขณะที่ในช่วงล่าสุดราคายางหลายประเภทเริ่มชะลอลงจากระดับสูงในช่วงไตรมาส 2 สอดคล้องกับปริมาณผลผลิตที่ทยอยออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น

รูปที่ 2 ราคายางจำแนกรายประเภท



ที่มา : กองวิจัยเศรษฐกิจยาง ฝ่ายเศรษฐกิจยาง การยางแห่งประเทศไทย

สถานการณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศ

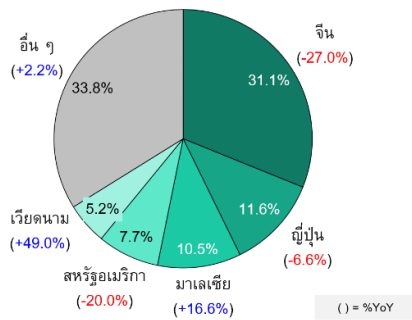
ในปี 2568 มูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติของไทยค่อนข้างทรงตัว โดยมูลค่าขยายตัวเพียงเล็กน้อยที่ราว 0.4%YoY จากการเติบโตของมูลค่าการส่งออกยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้นเป็นสำคัญ ขณะที่ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 มูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติของไทยอยู่ที่ 2,790.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 9.3%YoY โดยการหดตัวเกิดขึ้นในสินค้าส่งออกหลัก โดยเฉพาะยางแท่งและน้ำยางข้น ซึ่งมีมูลค่าลดลง 11.4%YoY และ 10.4%YoY ตามลำดับ ขณะที่ยางแผ่นรมควันลดลงเล็กน้อย 1.8%YoY สอดคล้องกับการส่งออกไปยังตลาดหลักที่ปรับลดลง โดยเฉพาะ จีน ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 มีสัดส่วน 31.1% ของมูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติทั้งหมด และมีมูลค่าส่งออกลดลงถึง 27.0%YoY รวมถึงสหรัฐฯ และญี่ปุ่นที่ลดลง 20.0%YoY และ 6.6%YoY ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม การส่งออกไป เวียดนามและมาเลเซีย ซึ่งมีสัดส่วน 5.2% และ 10.5% ยังขยายตัวได้ดีที่ 49.0%YoY และ 16.6%YoY ตามลำดับ

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกยางธรรมชาติของไทย (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ประเภทยางธรรมชาติ	2568	2568 (%YoY)	7M69	7M69 (%YoY)
ยางแผ่นรมควัน	1,025.5	26.5	542.4	-1.8
ยางแท่ง	2,944.0	-8.0	1,672.8	-11.4
น้ำยางข้น	1,016.3	7.8	558.4	-10.4
ยางอื่นๆ	27.6	-27.2	17.1	8.0
รวม	5,013.3	0.4	2,790.6	-9.3

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 3 ตลาดส่งออกยางธรรมชาติของไทย 7M69



ที่มา : ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

แม้การส่งออกยางธรรมชาติของไทยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 จะหดตัว โดยเฉพาะการส่งออกไปตลาดจีนที่ลดลงค่อนข้างมาก แต่ในอีกด้านหนึ่งการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางในภาพรวมยังขยายตัวได้ต่อเนื่องจากปีก่อน โดยในปี 2568 การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางขยายตัวที่ 9.6%YoY และขยายตัวต่อเนื่องในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ที่ 4.7%YoY โดยมีมูลค่าอยู่ที่ 9,620.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนว่ายังคงมีความต้องการสินค้าผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปในตลาดต่างประเทศ โดยสินค้าที่ขยายตัวได้ดี ได้แก่ ยางสายพานลำเลียงและสกรูกำลังที่ขยายตัวได้ดีที่ 32.7%YoY รองลงมา คือ ยางผสม (คอมพาวด์) ขยายตัวที่ 29.9%YoY และถุงมือยางขยายตัวที่ 6.9%YoY ขณะที่ยางยานพาหนะซึ่งเป็นสินค้าส่งออกหลักทรงตัวใกล้เคียงปีก่อน

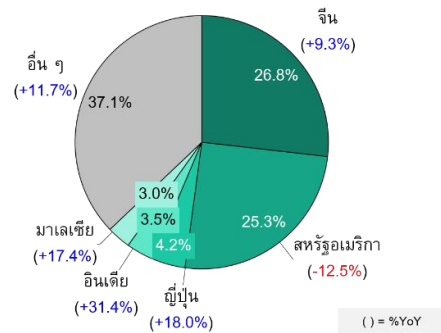
ในด้านของตลาดปลายทาง ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ตลาดจีนยังเป็นแหล่งส่งออกผลิตภัณฑ์ยางอันดับ 1 ของไทย โดยมีสัดส่วน 26.8% และมีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นที่ 9.3%YoY ขณะที่ตลาดอินเดีย ญี่ปุ่น และมาเลเซียขยายตัว 31.4%YoY, 18.0%YoY, และ 17.4%YoY ตามลำดับ ส่วนสหรัฐฯ ซึ่งมีสัดส่วน 25.3% มีมูลค่าส่งออกลดลง 12.5%YoY ทั้งนี้ การลดลงของการส่งออกยางธรรมชาติของไทยไปจีนไม่ได้สะท้อนถึงการหดตัวของความต้องการใช้ยางของจีนทั้งหมด แต่ส่วนหนึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการนำเข้าวัตถุดิบยางและการกระจายแหล่งจัดหาจากประเทศผู้ผลิตอื่น ขณะที่มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยไปจีนยังเพิ่มขึ้น 9.3%YoY สะท้อนว่าความต้องการสินค้ายางจากไทยยังแตกต่างกันตามประเภทสินค้า มากกว่าจะเป็นการอ่อนตัวของอุปสงค์ยางโดยรวมพร้อมกันทั้งหมด

ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ประเภทผลิตภัณฑ์ยาง	2568	2568 (%YoY)	7M69	7M69 (%YoY)
ยางยานพาหนะ	7,794.2	3.1	4,628.8	-0.1
ยางรัดของ	81.0	24.6	45.2	-3.1
ถุงมือยาง	1,400.6	-5.4	897.5	6.9
หลอดและท่อยาง	383.7	7.2	232.4	5.9
ยางสายพานลำเลียงและสกรูกำลัง	148.1	10.1	106.7	32.7
ผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ทางเภสัชกรรม	290.1	3.9	154.6	-6.9
ยางวัลแคนไนซ์	335.9	-9.9	179.5	-10.3
ยางผสม (คอมพาวด์)	446.8	48.8	325.4	29.9
ผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ	4,716.8	28.2	3,050.4	10.8
รวม	15,597.2	9.6	9,620.6	4.7

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 4 ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย 7M69



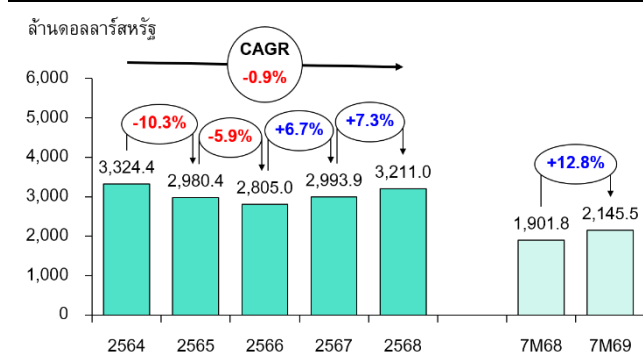
ที่มา : ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

แม้ไทยจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติรายใหญ่ของโลก แต่ยังมีความต้องการนำเข้ายางและผลิตภัณฑ์ยางบางประเภทเนื่องจากโครงสร้างการนำเข้าของไทยไม่ได้เป็นการนำเข้ายางธรรมชาติเข้ามามากแต่แทนผลผลิตในประเทศเป็นหลัก แต่เป็นการนำเข้าทั้งวัตถุดิบและสินค้าขั้นกลางที่ใช้ร่วมกับยางธรรมชาติในการผลิต ตลอดจนผลิตภัณฑ์ยางสำเร็จรูปบางประเภทที่ไทยไม่ได้ผลิตหรือผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ดังนั้น การนำเข้าจึงมีบทบาทในการเติมเต็มห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางไทยและรองรับการผลิตสินค้าปลายน้ำมากกว่าการสะท้อนถึงการขาดแคลนยางธรรมชาติภายในประเทศ

ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ไทยมีมูลค่าการนำเข้ายางและผลิตภัณฑ์ยาง 2,145.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 12.8%YoY โดยจีนเป็นแหล่งนำเข้าหลักโดยมีสัดส่วน 32.2% และมีมูลค่านำเข้าเพิ่มขึ้นถึง 31.2%YoY รองลงมา ได้แก่ ญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วน 15.4% เกาหลีใต้ 9.7% สหรัฐฯ 5.4% และไต้หวัน 3.9% สะท้อนว่าการนำเข้าที่เร่งตัวในช่วงดังกล่าวมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากสินค้าจากจีนเป็นหลัก และสอดคล้องกับบทบาทของไทยในฐานะฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ยางที่ต้องพึ่งพาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ยางบางประเภทจากต่างประเทศควบคู่กับการใช้ยางธรรมชาติในประเทศ

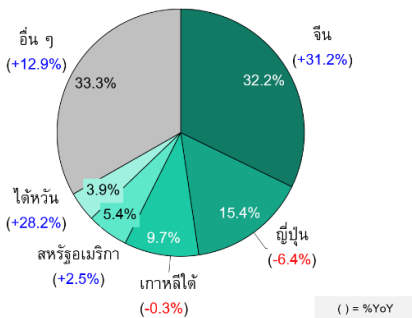
ทั้งนี้ การที่จีนเป็นทั้งตลาดส่งออกยางธรรมชาติรายสำคัญและเป็นแหล่งนำเข้ายางและผลิตภัณฑ์ยางอันดับหนึ่งของไทย สะท้อนการแบ่งบทบาทตามขั้นการผลิตภายในห่วงโซ่มูลค่าระหว่างสองประเทศ โดยไทยส่งออกยางธรรมชาติไปจีน ขณะเดียวกันก็มีการนำเข้าวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ยางบางประเภทจากจีน

รูปที่ 5 มูลค่าการนำเข้ายางและผลิตภัณฑ์ยางของไทย



ที่มา : ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
หมายเหตุ : อ้างอิง HS Code 40 ยางและของที่ทำได้ด้วยยาง

รูปที่ 6 ตลาดนำเข้ายางและผลิตภัณฑ์ยาง 7M69



ที่มา : ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
หมายเหตุ : อ้างอิง HS Code 40 ยางและของที่ทำได้ด้วยยาง

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

ธุรกิจยางพาราในระยะ 1 ปีข้างหน้า ยังเผชิญแรงกดดันจากการส่งออกยางธรรมชาติที่มีแนวโน้มฟื้นตัวไม่ถึงครึ่ง ตามคำสั่งซื้อจากตลาดหลักอย่างจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ ที่ยังมีความผันผวน โดยเฉพาะตลาดจีนที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการนำเข้าวัตถุดิบยาง และมีการกระจายแหล่งจัดหาไปยังประเทศผู้ผลิตอื่นมากขึ้น ขณะที่ประเทศผู้ผลิตในกลุ่ม CLMV บางประเทศ มีบทบาทเพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่ปลูกและฐานการแปรรูปที่เชื่อมโยงกับตลาดจีน ส่งผลให้ผู้ส่งออกไทยเผชิญการแข่งขันสูงขึ้นและมีความเสี่ยงต่อส่วนแบ่งตลาดในจีน ด้านอุปสงค์ในประเทศ การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ยังไม่แข็งแกร่งเพียงพอที่จะหนุนความต้องการยางในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ขณะเดียวกัน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยาง โดยเฉพาะกลุ่มที่พึ่งพาตลาดสหรัฐฯ ยังเผชิญความเสี่ยงจากมาตรการภาษีและนโยบายการค้าของสหรัฐฯ ซึ่งอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคา นอกจากนี้ ความขัดแย้งในตะวันออกกลางยังเพิ่มความเสี่ยงต่อความผันผวนของราคาพลังงาน ค่าระวางเรือ และต้นทุนโลจิสติกส์ ซึ่งอาจเพิ่มต้นทุนการผลิตและการส่งออกของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ความเสี่ยงจากเอลนีโญ สภาพอากาศแปรปรวน โรคใบร่วง และการขาดแคลนแรงงานกรีดยาง อาจทำให้ปริมาณวัตถุดิบออกสู่ตลาดไม่สม่ำเสมอและเพิ่มความผันผวนของต้นทุนโรงงานแปรรูป

อย่างไรก็ตาม ภาวะสมดุลอุปสงค์และอุปทานยางธรรมชาติโลกที่ยังค่อนข้างตึงตัวช่วยพยุงราคายางให้อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นผลบวกต่อรายได้ของเกษตรกร และผู้ประกอบการต้นน้ำ แต่เพิ่มแรงกดดันด้านต้นทุนแก่โรงงานแปรรูปและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางที่มีข้อจำกัดในการส่งผ่านต้นทุนไปยังราคายาง ส่งผลให้ผลกระทบจากราคายางแตกต่างกันตามตำแหน่งของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน ขณะเดียวกันความต้องการผลิตภัณฑ์ยางปลายน้ำบางกลุ่ม โดยเฉพาะยางล้อรถยนต์นั่งยางล้อรถบรรทุกและรถโดยสาร รวมถึงยางผสม (คอมพาวด์) และผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปบางประเภทยังช่วยพยุงกิจกรรมของธุรกิจ สะท้อนโอกาสของไทยในการขยับจากการส่งออกวัตถุดิบไปสู่สินค้ามูลค่าเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ข้อกำหนด EUDR ของสหภาพยุโรป ซึ่งจะเริ่มบังคับใช้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ในช่วงสิ้นปี 2569 จะเพิ่มภาระด้านการตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของยางและต้นทุนการจัดการข้อมูลตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะธุรกิจที่พึ่งพาวัตถุดิบจากเกษตรกรรายย่อยจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม การที่ไทยได้รับการจัดอยู่ในกลุ่มประเทศความเสี่ยงต่ำ (Low Risk) ช่วยลดภาระด้านการตรวจสอบบางส่วน และเป็นปัจจัยสนับสนุนความสามารถในการแข่งขัน หากผู้ประกอบการสามารถพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ให้เป็นไปตามข้อกำหนดได้

ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรเร่งปรับโครงสร้างธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกในระยะต่อไป โดยลดการพึ่งพาการส่งออกยางธรรมชาติขั้นต้นและเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ยางที่มีมูลค่าเพิ่มกระจายตลาดเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาจีนและสหรัฐฯ มากเกินไป พร้อมเร่งพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ให้รองรับ EUDR และมาตรฐานด้านความยั่งยืน รวมถึงบริหารจัดการหัววัตถุดิบสต็อก และต้นทุนอย่างยืดหยุ่นเพื่อรองรับความผันผวนจากสภาพอากาศและราคายาง โดยผู้ประกอบการที่สามารถรักษาคุณภาพ มาตรฐาน และประสิทธิภาพการผลิตควบคู่กับการพัฒนาสินค้ามูลค่าเพิ่ม จะมีความสามารถในการแข่งขันและรับมือกับแรงกดดันดังกล่าวได้ดีกว่า

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. ธนพล ศรีธัญพงศ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



วัชรพันธ์ นียม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิลันดา ดิศรเตติวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



ศรีอำไพ อิงคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธัญพร เล้าโสภากิรมย์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



ภราดร หิมมูเต็น

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบโจทย์



Scan Here

For More Articles

<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>