



ภาพรวมธุรกิจ

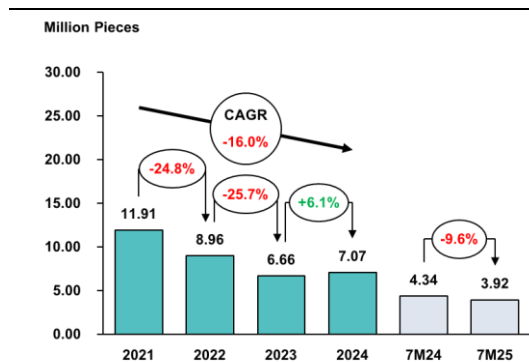
- ยางพารานับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย สะท้อนจากมูลค่าการส่งออกยางและผลิตภัณฑ์ยางในปี 2567 มีมูลค่าสูงถึง 19,223.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีพื้นที่ปลูกยางประมาณ 24.04 ล้านไร่ (ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) มากเป็นอันดับสองของโลกรองจากประเทศอินโดนีเซีย สำหรับไม้ยางพารานับเป็นผลพลอยได้จากการผลิตยางธรรมชาติ ซึ่งอายุของต้นยางที่สามารถให้ผลผลิตที่คุ้มค่าจะอยู่ที่ราว 25-30 ปี ดังนั้น เมื่อครบอายุเกษตรกรจะโค่นทิ้งเพื่อปลูกต้นยางใหม่ทดแทน สำหรับปริมาณไม้ยางพาราของไทยที่ออกสู่ตลาดสามารถคำนวณเบื้องต้นได้จากพื้นที่โค่นยางประมาณปีละ 200,000 ไร่ (ข้อมูลจากการยางแห่งประเทศไทยในปีงบประมาณ 2568 อนุมัติวงเงินสนับสนุนการโค่นต้นยางเพื่อปลูกพืชอื่นทดแทน 2,800 ล้านบาท โดยจ่ายชดเชยไร่ละ 16,000 บาท) ทั้งนี้ การโค่นไม้ยางพาราในพื้นที่ 1 ไร่ จะได้ไม้ยางพาราประมาณ 44.6 ลูกบาศก์เมตร (ข้อมูลจากสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง) ดังนั้น ปริมาณวัตถุดิบไม้ยางพาราในแต่ละปีจะมีปริมาณไม้ อยู่ที่ราว 8.9 ล้านลูกบาศก์เมตร โดยโครงสร้างตลาดของไม้ยางพาราแปรรูปส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อส่งออก 80% และอีกประมาณ 20% เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ (ข้อมูลจากสภาอุตสาหกรรมภาคใต้, 2568)
- สำหรับห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมไม้ยางพาราจะเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ 3 ส่วน ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมต้นน้ำ (Primary Industry) ประกอบด้วยกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา นายหน้าหรือผู้รับจ้างโค่นยางและขนส่งไม้ยางพารา 2) อุตสาหกรรมกลางน้ำ (Secondary Industry) ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจแปรรูปไม้ยางพารา เช่น โรงเลื่อยไม้ โรงอบไม้ โรงงานผลิตชิ้นไม้อัดและแผ่นไม้อัด การผลิตในอุตสาหกรรมกลางน้ำของไม้ยางพาราและผลิตภัณฑ์ เป็นการนำวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมต้นน้ำมาทำการแปรรูปในขั้นต้น โดยไม้ยางพาราที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จะถูกส่งไปเป็นวัตถุดิบที่สำคัญให้กับอุตสาหกรรมปลายน้ำต่อไป ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ของเล่นเด็ก แผ่นชิ้นไม้อัด แผ่นไม้อัดความหนาแน่นปานกลาง ไม้ปาร์เกต์ กรอบรูปและเครื่องใช้ในครัวเรือน นอกจากนี้ยังนำไปใช้ในงานเสาเข็มก่อสร้าง ล้อมรั้วสายไฟขนาดใหญ่ ทำพื้น ถ่านไม้ ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสิ่งไม้หรือแทนไม้สำหรับวางสินค้า รวมถึงเยื่อกระดาษ เป็นต้น และ 3) อุตสาหกรรมปลายน้ำ (Tertiary Industry) ประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมเครื่องเรือนและผลิตภัณฑ์จากไม้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นกลุ่มสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มจากไม้ยางพารามากที่สุด และมีการแข่งขันกับต่างประเทศค่อนข้างสูงมาก โดยมีคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ จีน มาเลเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยยังมีปัญหาผลผลิตไม้ยางพาราที่ไม่แน่นอน ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐและงบประมาณสนับสนุนการโค่นต้นยาง รวมถึงความต้องการของเกษตรกรในการโค่นต้นยาง ซึ่งจะถูกกำหนดจากราคายางพาราในแต่ละช่วงเวลาเป็นสำคัญ
- นอกจากนี้ หากพิจารณาห่วงโซ่อุปทานของไม้ยางพาราแปรรูปที่จำแนกตามประเภทของผลผลิตที่ได้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ไม้เลื่อยที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 14 เซนติเมตร จะถูกนำไปทำเป็นไม้ยางพาราแปรรูปประมาณ 70% ซึ่งส่วนใหญ่นำไปใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ก่อสร้าง ส่วนที่เหลืออีกราว 30% จะนำไปผลิตเป็นไม้อัดและไม้บาง ขณะที่ไม้ยางพาราที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางต่ำกว่า 14 เซนติเมตร เช่น ไม้พิน กิ่งไม้ และปลายไม้ จะนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงประมาณ 59.3% ส่วนที่เหลืออีก 40.7% จะถูกแปรรูปเป็นแผ่นไม้อัด (ข้อมูลจากรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ การวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไม้ยางพาราแปรรูปในประเทศไทย, 2559)

Disclaimer:

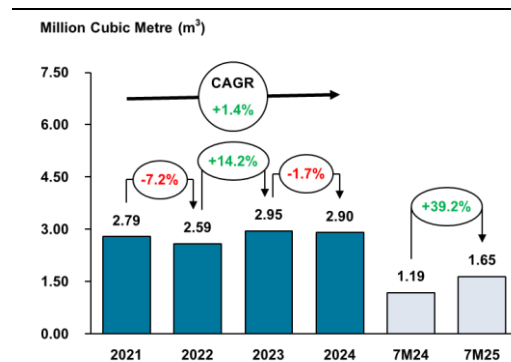
ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

- สถานการณ์ด้านอุปสงค์ต่อไม้ยางพาราแปรรูปของไทยจะขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมปลายน้ำเป็นสำคัญ โดยเฉพาะการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบรายใหญ่ตลอดห่วงโซ่ โดยในช่วงปี 2564 – 2567 ปริมาณการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้หดตัวต่อเนื่อง สะท้อนจากอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีที่ลดลง 16.0% ตามแรงกดดันจากคำสั่งซื้อต่างประเทศที่อ่อนตัว โดยมูลค่าการส่งออกหดตัวเฉลี่ย 11.8% ต่อปี โดยเฉพาะตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ (มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็น 75.3% ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งหมดของไทย) ที่ชะลอตัวลงชัดเจนจากภาวะดอกเบี้ยสูง การระบายสต็อก และความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่เปราะบาง ขณะเดียวกันยอดขายภายในประเทศก็อ่อนแรงโดยหดตัวเฉลี่ย 4.2% ต่อปี ตามภาวะตลาดที่อยู่อาศัยที่ซบเซาและการเลื่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า กึ่งคงทนของครัวเรือนบางส่วน ส่งผลให้การใช้ผลิตภัณฑ์ไม้ยางพาราแปรรูปชั้นกลางที่เกี่ยวข้องอย่างเช่นแผ่นไม้ไฟเบอร์บอร์ดและไม้ปาร์ติเกิ้ล ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของเฟอร์นิเจอร์ลอยตัวและงานบิลท์อิน ซึ่งภาพรวมผลผลิตมีทิศทางทรงตัวมากกว่าเติบโต โดยไฟเบอร์บอร์ดขยายตัวเฉลี่ยเพียง 1.4% ต่อปี ขณะที่ไม้ปาร์ติเกิ้ลหดตัวเล็กน้อยเฉลี่ยที่ 0.1% ต่อปี สะท้อนการชะลอตัวของความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมปลายน้ำและการแข่งขันจากสินค้านำเข้าบางส่วน

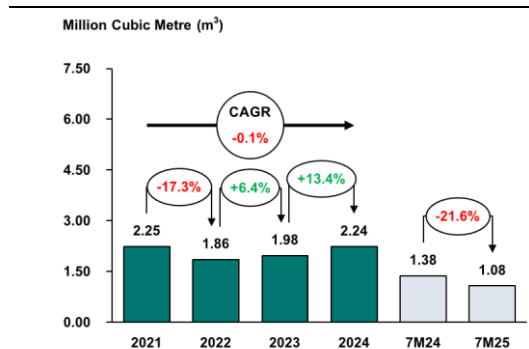
รูปที่ 1 ปริมาณการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย



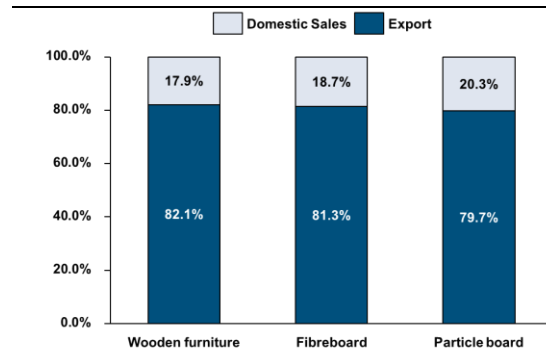
รูปที่ 2 ปริมาณการผลิตแผ่นไม้ไฟเบอร์บอร์ดของไทย



รูปที่ 3 ปริมาณการผลิตไม้ปาร์ติเกิ้ลของไทย



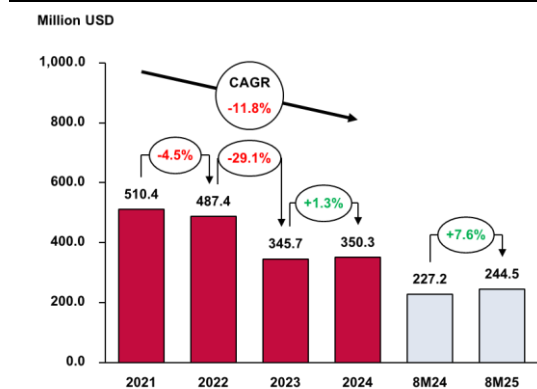
รูปที่ 4 โครงสร้างตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ของไทย



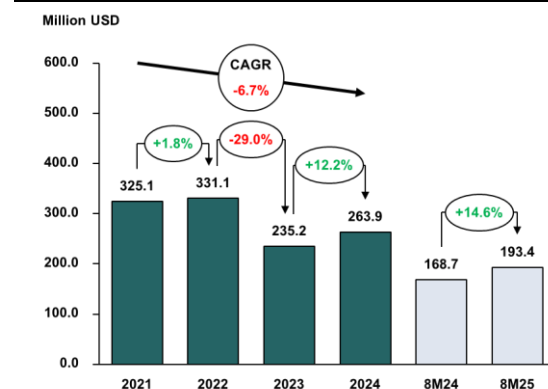
ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาкарแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

- นอกจากความต้องการใช้ไม้ยางพาราแปรรูปในอุตสาหกรรมปลายน้ำแล้ว ผลิตภัณฑ์ไม้ยางพาราแปรรูปชั้นกลางเป็นอีกกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มเติบโตดี สะท้อนจากอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมของมูลค่าการส่งออกในช่วงปี 2564 – 2567 ที่เติบโตเฉลี่ย 5.3% ต่อปี โดยในปี 2567 มีมูลค่าอยู่ที่ 1,237.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวจากปีก่อน 5.6%YoY ขณะที่ปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 4.21 ล้านลูกบาศก์เมตร เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 24.6%YoY ซึ่งการส่งออกเกือบทั้งหมดส่งไปประเทศจีน ครองส่วนแบ่งตลาดกว่า 97.0% สะท้อนบทบาทของจีนในฐานะที่เป็นฐานการผลิตเฟอร์นิเจอร์และวัสดุไม้แปรรูปรายใหญ่ของโลกที่ดึงดูดอุปทานไม้ยางพาราจากไทยอย่างต่อเนื่อง

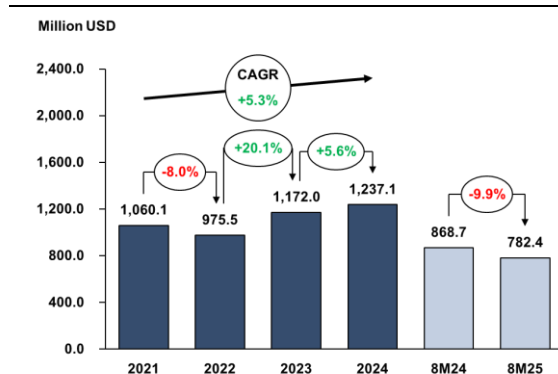
รูปที่ 5 มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย



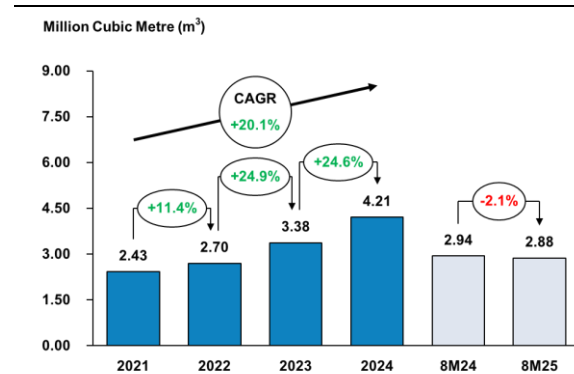
รูปที่ 6 มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยไปตลาดสหรัฐฯ



รูปที่ 7 มูลค่าการส่งออกไม้ยางพาราแปรรูปของไทย



รูปที่ 8 ปริมาณการส่งออกไม้ยางพาราแปรรูปของไทย



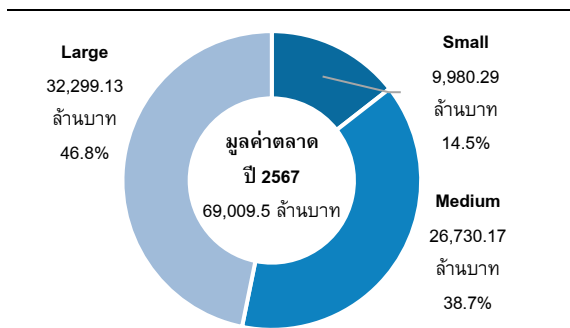
ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

หมายเหตุ : "ไม้ยางพาราแปรรูป ประกอบด้วยสินค้าในกลุ่ม HS Code 44034910010, 44072996000, 44072997000 และ 44092200004

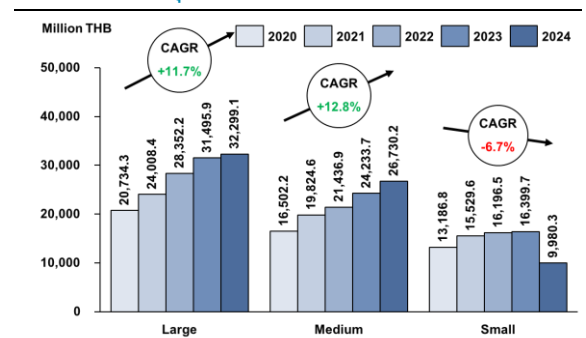
- สถานการณ์ด้านผู้ประกอบการและการแข่งขัน พบว่า ในปี 2567 อุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพารามีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 69,009.5 ล้านบาท โดยมีจำนวนผู้ประกอบการที่ยังดำเนินกิจการอยู่ทั้งสิ้น 897 ราย (เฉพาะผู้ประกอบการที่ส่งงบการเงิน) โครงสร้างอุตสาหกรรมยังมีลักษณะกระจุกตัวในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ จำนวน 147 ราย ครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันถึง 85.5% ขณะที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กซึ่งมีจำนวนมากถึง 750 ราย แต่ครองส่วนแบ่งตลาดเพียง 14.5% โดยกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่มีข้อได้เปรียบด้านเงินทุนในเครื่องจักรสำคัญ เช่น เตาอบควบคุมความชื้น ระบบอัดน้ำยา และไลน์คัดเกรดอัตโนมัติ ซึ่งยังมีขนาดใหญ่ยิ่งลดต้นทุนต่อหน่วยได้ดีกว่า อีกทั้งตลาดส่งออกที่เป็นปลายทางหลักมีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และการส่งมอบตรงเวลา ทำให้ผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีระบบมาตรฐานในการควบคุมคุณภาพ มีระบบโลจิสติกส์ที่ดี และมีการทำสัญญาซื้อท่อนซุงระยะยาวกับเกษตรกร ทำให้มีข้อได้เปรียบเหนือกว่าในเชิงต้นทุนและการจัดหาวัตถุดิบได้อย่างต่อเนื่อง

- เมื่อพิจารณาการเติบโตของอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพาราในช่วงปี 2563 - 2567 พบว่า ภาพรวมรายได้ของธุรกิจมีทิศทางเติบโตต่อเนื่อง โดยรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่มีแนวโน้มเติบโตดีสะท้อนจากอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ในช่วงดังกล่าวเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 12.8% และ 11.7% ตามลำดับ ขณะที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีแนวโน้มแข่งขันได้ยากขึ้น สะท้อนจากอัตราการเติบโตของรายได้ที่มีทิศทางปรับลดลง โดยหดตัวเฉลี่ย 6.7% ต่อปี นอกจากนี้ หากพิจารณาความสามารถในการทำกำไร พบว่า ผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดกลางยังคงรักษาความสามารถในการทำกำไรไว้ได้แต่ทิศทางของอัตรากำไรสุทธิมีแนวโน้มชะลอลง โดยผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 1.92% ส่วนผู้ประกอบการขนาดกลางมีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 0.67% ขณะที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กเผชิญกับภาวะขาดทุน ส่วนหนึ่งจากปัญหาด้านต้นทุนที่สูงขึ้นจากต้นทุนเงินลงทุนในเครื่องจักรและเทคโนโลยีสำคัญ และอำนาจการต่อรองในตลาดที่ต่ำลงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

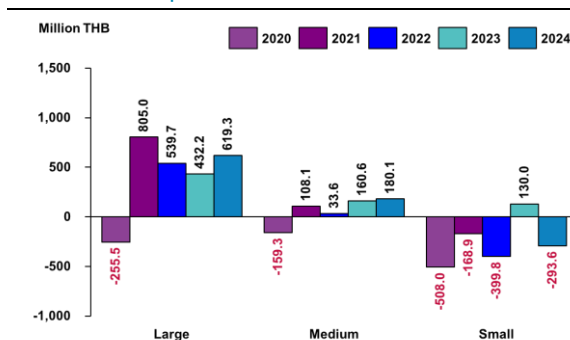
รูปที่ 9 โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพารา



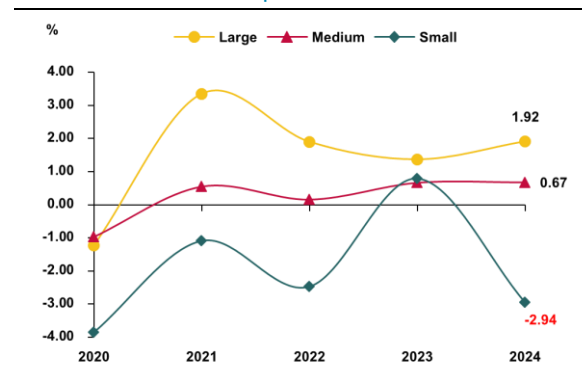
รูปที่ 10 รายได้รวมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพารา จำแนกตามขนาดธุรกิจ



รูปที่ 11 กำไรสุทธิของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพารา จำแนกตามขนาดธุรกิจ



รูปที่ 12 อัตรากำไรสุทธิของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพารา จำแนกตามขนาดธุรกิจ



ที่มา : วิเคราะห์โดยวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาकरแลนต์ แอนด์ แฮส จากข้อมูลของ BOL Enlite

หมายเหตุ : 1) อุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพารา TSIC 16101 และ 16102

2) ขนาดธุรกิจแบ่งตามนิยามของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า



แนวโน้มธุรกิจ

- อุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพาราของไทยในระยะ 1 ปีข้างหน้า คาดว่าจะมีแนวโน้มชะลอตัว โดยเฉพาะอุตสาหกรรมผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ ซึ่งตลาดในประเทศถูกกดดันจากการชะลอตัวของภาคสังหาริมทรัพย์ สาเหตุจากกำลังซื้อที่เปราะบางจากหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง และภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีแนวโน้มชะลอตัว ขณะที่ตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ คาดว่าจะชะลอตัวเช่นกันตามภาวะเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับลดลง โดยเฉพาะตัวเลขการว่างงานที่ขยับสูงขึ้นท่ามกลางอัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูง แม้ในช่วงครึ่งแรกของปี 2568 มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ไปสหรัฐฯ จะยังเติบโตได้ถึง 14.6%YoY แต่เป็นแรงหนุนชั่วคราวจากการเร่งนำเข้าเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบก่อนที่มาตรการภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ จะมีผลบังคับใช้เต็มรูปแบบ ดังนั้น ในระยะต่อไปคาดว่าคำสั่งซื้อใหม่มีโอกาสสูงที่จะชะลอลง สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ยางพาราแปรรูปชั้นกลางคาดว่าจะความต้องการจะชะลอตัวเช่นกัน สะท้อนจากช่วงครึ่งแรกของปี 2568 มูลค่าการส่งออกหดตัว 9.9%YoY สาเหตุสำคัญมาจากตลาดอสังหาริมทรัพย์ในจีนที่ยังมีแนวโน้มหดตัวสูง โดยในปี 2567 การลงทุนพัฒนาอสังหาริมทรัพย์หดตัวถึง 10.6%YoY และในช่วง 8 เดือนแรกปี 2568 ยังคงหดตัวต่อเนื่องที่ 12.9%YoY (ข้อมูลจาก National Bureau of Statistics of China) ประกอบกับผลกระทบจากมาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐฯ ซึ่งล่าสุดได้มีการประกาศขึ้นภาษีนำเข้ากลุ่มเฟอร์นิเจอร์บางรายการเพิ่มเติม ได้แก่ ตู้ใส่ของในครัวและเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องนอน 50% และเฟอร์นิเจอร์หุ้มเบาะ 30% นับเป็นปัจจัยที่กดดันให้การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากจีนไปตลาดหลักในสหรัฐฯ มีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ความต้องการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไม้ยางพาราแปรรูปชั้นกลางเพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ต่างๆ ภายในบ้านปรับลดลงตามไปด้วย
- สำหรับแนวทางการปรับตัวเพื่อรับมือกับความเสี่ยงในระยะต่อไปของผู้ประกอบการไทยควรต้องมีความยืดหยุ่นสูง ลดความผันผวน และยกระดับมูลค่าของสินค้าไปพร้อม ๆ กันใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านตลาด โดยผู้ประกอบการที่พึ่งพิงตลาดจีนหรือสหรัฐฯ ในสัดส่วนสูงควรเร่งกระจายคำสั่งซื้อไปยังตลาดอื่นที่มีศักยภาพ อาทิ อาเซียน ตะวันออกกลาง และอินเดีย เพื่อลดความเสี่ยงจากคำสั่งซื้อในตลาดหลักที่มีความไม่แน่นอนสูง ควบคู่ไปกับการหาตลาดใหม่ในกลุ่มพรีเมียมที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความโปร่งใสของซัพพลายเชน 2) ด้านสินค้า โดยการยกระดับมาตรฐานในระดับสากล และการรับรองระบบห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ไม้ที่ตรวจสอบและรับรองว่าผลิตภัณฑ์ไม้ที่เข้าสู่ระบบ CoC มาจากป่าที่ได้รับการจัดการอย่างยั่งยืน ถูกกฎหมาย และมีความรับผิดชอบ (Forest Stewardship Council - Chain of Custody : FSC-CoC และ Program for the Endorsement of Forest Certification : PEFC) จะเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่จะขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรปที่มีมาตรฐานสูง และกลุ่มลูกค้าพรีเมียมอื่นๆ ทั่วโลกได้ นอกจากนี้ ควรพัฒนาสินค้าไม้แปรรูปพื้นฐานสู่สินค้าที่ใช้นวัตกรรมมากขึ้น อาทิ engineered rubberwood ในกลุ่มแผ่นประกอบเกรดตกแต่ง หน้aban หน้าท็อป และแผ่นบุสำเร็จรูป รวมถึงการต่อยอดไปยังไม้แผ่นเรียบและวัสดุผสมระหว่างไม้ยางและโพลีเมอร์ (RWPC) สำหรับใช้งานหนักและกึ่งกลางแจ้ง เพื่อลดข้อจำกัดด้านความทนทานและเพิ่มมูลค่าเฉลี่ยต่อหน่วยให้กับสินค้า และ 3) ด้านการบริหารความเสี่ยงและต้นทุน ต้นทุนหลักกว่า 70% ในอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพารา คือ วัตถุดิบไม้ยางพารา โดยปัญหาที่พบมาจากราคาไม้ยางพาราไม่สม่ำเสมอ จากความไม่แน่นอนของอุปทานไม้ยางพาราที่ขึ้นอยู่กับราคายางพาราในแต่ละช่วงเวลา และคุณภาพไม้ยางพาราที่ไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้น ควรมีการทำสัญญาจัดหาวัตถุดิบกับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกยาง ซึ่งต้องมีการกำหนดมาตรฐานความชื้น ขนาด ลำหนี่ และอายุไม้ รวมถึงระบุช่วงเวลาส่งมอบที่แน่นอน โดยให้สอดคล้องกับกำลังการผลิตและคำสั่งซื้อ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ นอกจากนี้ สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กควรรวมกลุ่มกันในรูปแบบคลัสเตอร์ เพื่อร่วมลงทุนหรือใช้เทคโนโลยีร่วมกันทั้งเตาอบและระบบอัดน้ำยาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งช่วยลดต้นทุนที่ซ้ำซ้อน อีกทั้งยังช่วยยกระดับสินค้าให้มีมาตรฐานและคุณภาพได้เร็วขึ้น และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ารายใหญ่ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าได้ในระยะต่อไป

ผู้จัดทำบทวิเคราะห์

นายเชียวชาญ ศรีชัยยา (cheawchans@lhb.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. ธนพล ศรีธัญพงศ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬหพัศ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธรรตล ศรีทองเดิม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



เชียวชาญ ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิลันดา ดิสเรตติวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วัชรพันธ์ นียม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)



ศรีอำไพ อิงคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบโจทย์



Scan Here

For More Articles

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

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง