

NATURAL RUBBER INDUSTRY ANALYSIS AND OUTLOOK

แนวโน้มอุตสาหกรรมยางพารา

29 July 2025

NATURAL RUBBER INDUSTRY ANALYSIS AND OUTLOOK

แนวโน้มอุตสาหกรรมยางพารา



KEY SUMMARY

SCB EIC คาดว่ารายได้อุตสาหกรรมยางพาราในปี 2025 มีแนวโน้มหดตัว โดยมีปัจจัยลบจากเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มเติบโตชะลอลง และปริมาณพลผลิตยางพาราโลกที่มีแนวโน้มฟื้นตัว กดดันให้ราคายางพาราปรับตัวลดลง แม้มูลค่าการส่งออกยางพาราของไทยในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2025 จะปรับตัวเพิ่มขึ้น 22.3%YOY ตามราคาส่งออกที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น 24.2%YOY แต่ SCB EIC คาดว่ามูลค่าการส่งออกยางพาราโดยรวมในปี 2025 จะหดตัว 3.8%YOY มาอยู่ที่ 4.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากในช่วง 7 เดือนที่เหลือของปี ราคาส่งออกมีแนวโน้มปรับตัวลดลงค่อนข้างมาก เนื่องจาก 1) ภาวะขาดดุลในตลาดยางพาราโลกมีแนวโน้มคลี่คลาย จากความต้องการใช้ยางพาราโลกที่จะเติบโตชะลอลง ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก จากผลของมาตรการภาษีตอบโต้ของทรัมป์ และ 2) ปริมาณพลผลิตยางพาราโลกมีแนวโน้มฟื้นตัวดี จากปัญหาภัยแล้งที่คลี่คลายและโรคระบาดในพืชที่ลดลง นอกจากนี้ ราคาน้ำมันดิบโลกที่มีแนวโน้มลดลงในปี 2025 จะเป็นอีกปัจจัยที่กดดันให้ราคายางพาราปรับตัวลดลงตามไปด้วย ซึ่งจากข้อมูลเรือของการยางแห่งประเทศไทย พบว่าในเดือน มิ.ย. (ข้อมูลถึงวันที่ 23 มิ.ย.) ราคาส่งออกยางแท่งลดลง 11.2%YOY ซึ่งเป็นการหดตัวลงครั้งแรกในปี ในขณะที่ยางแผ่นรมควันปรับตัวลดลง 23.0%YOY และ 7.8%YOY ตามลำดับ โดย SCB EIC คาดว่าราคาส่งออกยางพาราเฉลี่ยในปี 2025 จะอยู่ที่ 1,737 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน ปรับตัวลดลง 2.0%YOY สำหรับปริมาณการส่งออกยางพาราในปี 2025 คาดว่าจะลดลง 1.8%YOY เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีแนวโน้มเติบโตชะลอลง ส่งผลให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ยางมีแนวโน้มเติบโตต่ำ ซึ่งปริมาณการส่งออกที่ลดลง จะมีส่วนกดดันให้กำไรโดยรวมของอุตสาหกรรมยางพาราในปี 2025 ลดลงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ยังต้องจับตาความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจโลก สภาวะภูมิอากาศสุดขั้ว การแพร่ระบาดของโรคใบร่วงยางพาราชนิดใหม่และปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ที่จะกระทบต่อราคาและปริมาณการส่งออกยางพารา

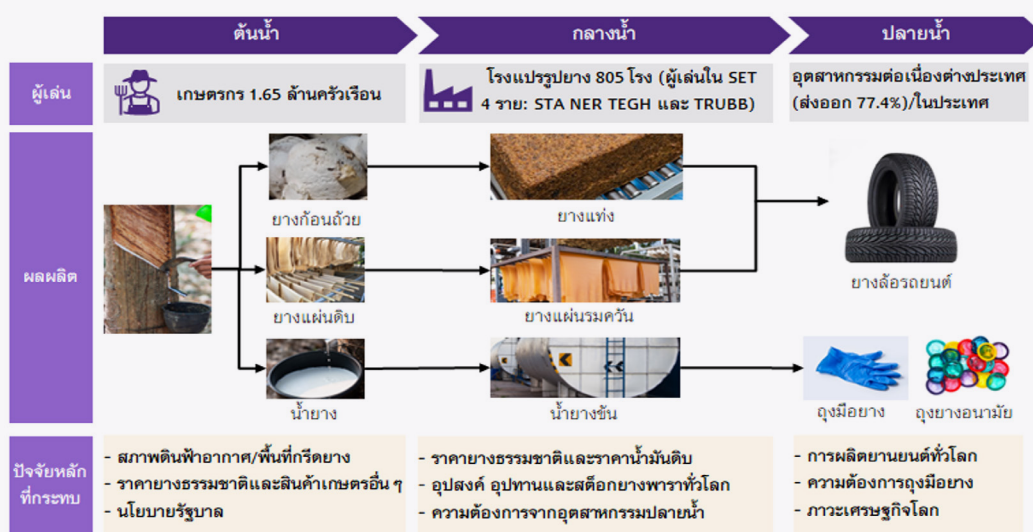
อนึ่ง อุตสาหกรรมยางพาราไทยมีผู้เล่นสี่รายครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ โดยผู้เล่นจะแข่งขันกัน
ในด้านการกระจายแหล่งรายได้/ตลาด/วัตถุดิบ การบริหารความเสี่ยงด้านราคาและการมุ่งสู่ความยั่งยืน
 อุตสาหกรรมยางพาราเป็นอุตสาหกรรมที่มีการประหยัคต่อขนาด ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของผู้เล่นรายใหญ่อยู่ในระดับต่ำ กดดันให้ผู้เล่นประกอบการรายเล็กที่มีต้นทุนสูงกว่า แข่งขันไม่ได้และต้องออกจากตลาดในที่สุด และทำให้ผู้เล่นรายใหญ่ครองส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยในปี 2024 ส่วนแบ่งตลาดส่งออกยางพาราราว 70% กระจุยตัวอยู่กับผู้เล่นประกอบการรายใหญ่เพียง 4 ราย โดยกลุ่มบริษัทที่จะประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมนี้และเติบโตได้อย่างยั่งยืน จะต้องสามารถจัดการความเสี่ยงด้านตลาด แหล่งวัตถุดิบ และราคาได้ดี มีต้นทุนการผลิตต่ำและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมีการดำเนินธุรกิจที่ตอบโจทย์ความยั่งยืนทั้งในมิติสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล เช่น การดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยสินค้าที่ปลอดภัยจากการตัดไม้ทำลายป่าของสหภาพยุโรป (EUDR) ซึ่งจะเปิดโอกาสให้ผู้เล่นประกอบการไทยคว้าส่วนแบ่งตลาดยางพาราตลาดโลกเพิ่มขึ้น เนื่องจากไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศเสี่ยงต่ำในด้านปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า ทำให้การนำเข้ายางพาราจากไทยจะมีต้นทุนการดำเนินการตาม EUDR ที่ต่ำกว่าการนำเข้าจากประเทศคู่แข่งอย่างอินโดนีเซีย มาเลเซียและโกตดิวัวร์ที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มเสี่ยงปกติ ❁



Industry overview

อุตสาหกรรมยางพาราของไทยมีผู้เกี่ยวข้องที่หลากหลายและพึ่งพารายได้จากตลาดโลกในระดับสูง โดยไทยเป็นผู้ส่งออกยางพาราอันดับ 1 ของโลก อุตสาหกรรมยางพาราเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย โดยผู้เล่นในอุตสาหกรรมนี้จะรับซื้อผลผลิตยางพาราขั้นต้นจากเกษตรกรต้นน้ำ มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางพาราชั้นกลาง เช่น ซ้อยาก้อนถ้วยเพื่อมาแปรรูปเป็นยางแท่ง เป็นต้น (รูปที่ 1) ซึ่ง 77.4% ของผลิตภัณฑ์ที่ได้จะใช้เพื่อการส่งออก โดยในปี 2024 ไทยเป็นผู้ส่งออกยางพาราอันดับ 1 ของโลก มีมูลค่าการส่งออก 4,992 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น 31.4% ของมูลค่าการส่งออกยางพาราโลก และราว 1.7% ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทย โดยตลาดส่งออกหลัก คือ จีน, ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่งออกโดยส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์ สะท้อนได้จากปริมาณการส่งออกยางแท่งและยางแผ่นรมควันซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางล้อคิดเป็นสัดส่วนต่อปริมาณการส่งออกทั้งหมดราว 62.4% และ 12.5% ตามลำดับ ในขณะที่การส่งออกน้ำยางข้นเพื่อไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตถุงมือยาง, ถุงยางอนามัย และอื่น ๆ คิดเป็น 24.1% ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด

รูปที่ 1 : โครงสร้างอุตสาหกรรมยางพารา



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรและกองการยาง

ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลกและความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ เป็นความท้าทายสำคัญที่อุตสาหกรรมยางพาราต้องเผชิญในระยะ 1-3 ปีที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกยางพาราของไทยในปี 2023 หดตัวสูงถึง 29.3%YOY เนื่องจากปริมาณผลผลิตยางพาราไทยลดลง จากปัญหาภัยแล้งและโรคระบาดในพืช และความต้องการบริโภคในอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์ของประเทศคู่ค้าปรับตัวลดลง จากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและการปรับลดระดับการสต็อกสินค้า ซึ่งทำให้การผลิตเพื่อเก็บไว้ในสต็อกลดลง อย่างไรก็ตาม ในปี 2024 ความต้องการบริโภคของประเทศคู่ค้ากลับมาฟื้นตัว ท่ามกลางปัญหาการขาดแคลนอุปทานยางพาราโลก ส่งผลให้ราคายางพาราปรับตัวเพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก โดยในปี 2024 ราคาส่งออกยางพาราของไทยปรับตัวเพิ่มขึ้นถึง 32.3%YOY ในขณะที่ปริมาณการส่งออกปรับตัวเพิ่มขึ้น 3.4%YOY ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงถึง 36.8%YOY ซึ่งราคาและปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว ส่งผลดีต่อรายได้และกำไรของผู้ประกอบการธุรกิจยางพาราในตลาดหลักทรัพย์ (ตารางที่ 1) โดยในปี 2024 รายได้และกำไรโดยรวมของผู้ประกอบการปรับตัวเพิ่มขึ้นสูงถึง 29.9%YOY และ 279.6%YOY ตามลำดับ

ตารางที่ 1 : ภาพรวมผลประกอบการบริษัทจดทะเบียน หมวดธุรกิจยางพารา

ตัวชี้วัด	2023	2024	การเปลี่ยนแปลง	1Q2024	1Q2025	การเปลี่ยนแปลง
รายได้ (ล้านบาท)	128,037	166,313	29.9%YOY	35,749	50,881	42.3%YOY
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	964	3,659	279.6%YOY	133	1,460	999.6%YOY
อัตรากำไรสุทธิ (%)	0.8	2.2	1.4 pp	0.4	2.9	2.5 pp
ROE (%)	5.7	6.4	0.7 pp	3.9	9.2	5.3 pp

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Bloomberg



Industry outlook and trend

มูลค่าการส่งออกยางพารา
ในปี 2025 มีแนวโน้มหดตัว

3.8% YOY

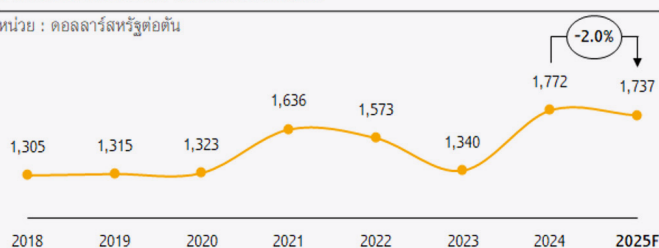
SCB EIC คาดว่ารายได้อุตสาหกรรมยางพาราในปี 2025 มีแนวโน้มหดตัว โดยมีปัจจัยลบจากเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มเติบโตชะลอลงและปริมาณผลผลิตยางพาราโลกที่มีแนวโน้มฟื้นตัว กดดันให้ราคาปรับตัวลดลง แม้มูลค่าการส่งออกยางพาราในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2025 จะปรับตัวเพิ่มขึ้น 22.3%YOY ตามราคาส่งออกที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น 24.2%YOY แต่ SCB EIC คาดว่ามูลค่าการส่งออกยางพาราโดยรวมในปี 2025 จะหดตัว 3.8%YOY มาอยู่ที่ 4.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากในช่วง 7 เดือนที่เหลือของปี ราคาส่งออกมีแนวโน้มปรับตัวลดลงค่อนข้างมาก เนื่องจากภาวะขาดดุลหรือภาวะที่ผลผลิตน้อยกว่าความต้องการใช้ในตลาดยางพาราโลกมีแนวโน้มคลี่คลายลง (รูปที่ 2) จาก 1) ความต้องการยางพาราโลกมีแนวโน้มเติบโตชะลอลง ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก จากผลของมาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐฯ โดยเฉพาะสหรัฐฯ ซึ่งเป็นผู้ใช้อย่างล้นเกินที่สำคัญของโลก โดย SCB EIC คาดว่า GDP สหรัฐฯ จะขยายตัวเพียง 1.5%YOY ในปี 2025 จากที่ขยายตัว 2.8%YOY ในปี 2024 ซึ่ง GDP ที่เติบโตชะลอลงจะทำให้ความต้องการใช้อย่างล้นเกินในสหรัฐฯ เติบโตชะลอลงตามไปด้วย และ 2) ปริมาณผลผลิตยางพาราโลกมีแนวโน้มฟื้นตัว จากปัญหาภัยแล้งที่คลี่คลายและโรคระบาดในพืช

ที่ลดลงโดยเฉพาะในไทย (รูปที่ 3) นอกจากนี้ราคาน้ำมันโลกที่มีแนวโน้มลดลงในปี 2025 ยังเป็นอีกปัจจัยกดดันให้ราคาส่งออกยางพาราปรับตัวลดลง ซึ่งจากข้อมูลเร็วของการยางแห่งประเทศไทย พบว่าในเดือน มิ.ย. (ข้อมูลถึงวันที่ 23 มิ.ย.) ราคาส่งออกยางแท่งลดลง 11.2%YOY ซึ่งเป็นการหดตัวครั้งแรกในปี ในขณะที่ยางแผ่นรมควันปรับตัวลดลง 23.0%YOY และ 7.8%YOY ตามลำดับ โดย SCB EIC คาดว่าราคาส่งออกยางพาราเฉลี่ยในปี 2025 จะอยู่ที่ 1,737 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน ปรับตัวลดลง 2.0%YOY สำหรับปริมาณการส่งออกยางพาราในปี 2025 คาดว่าจะลดลง 1.8%YOY มาอยู่ที่ 2.8 ล้านตัน เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีแนวโน้มเติบโตชะลอลง ส่งผลให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ยาง โดยเฉพาะยางล้อรถยนต์มีแนวโน้มเติบโตต่ำ โดยในช่วง 5 เดือนแรกของปีนี้ ปริมาณการส่งออกปรับตัวลดลง 1.5%YOY ซึ่งปริมาณการส่งออกที่ลดลง จะมีส่วนทำให้กำไรโดยรวมของอุตสาหกรรมยางพาราแปรรูปลดลงตามไปด้วย เนื่องจากผู้ประกอบการมีกลยุทธ์การตั้งราคาแบบบวกจากต้นทุน (Cost Plus Pricing) ซึ่งจะทำให้กำไรโดยรวม (กำไรต่อหน่วยคูณปริมาณการขาย) ปรับตัวในทิศทางเดียวกับปริมาณการส่งออก

รูปที่ 2 : ราคาส่งออกยางพาราโดยเฉลี่ยในปี 2025 มีแนวโน้มลดลงมาอยู่ที่ราว 1,737 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน จากภาวะขาดดุลในตลาดยางพาราโลกที่มีแนวโน้มดีขึ้นและราคาน้ำมันดิบมีแนวโน้มปรับตัวลดลง

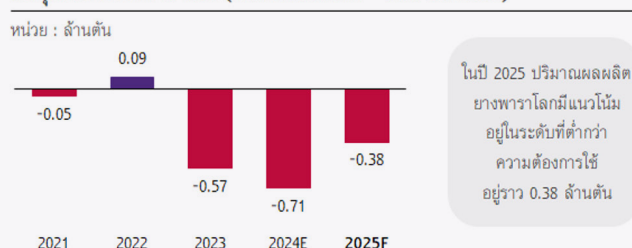
ราคาส่งออกยางพาราโดยเฉลี่ยของไทย

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน



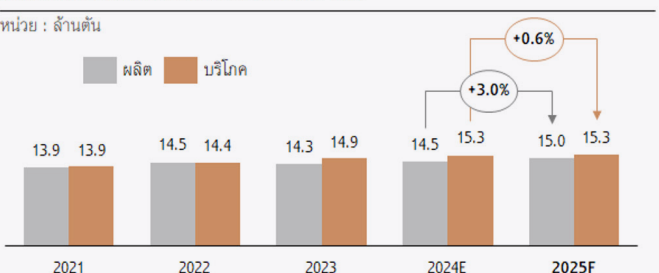
สมดุลตลาดยางพาราโลก (ปริมาณผลผลิต - ปริมาณการใช้)

หน่วย : ล้านตัน



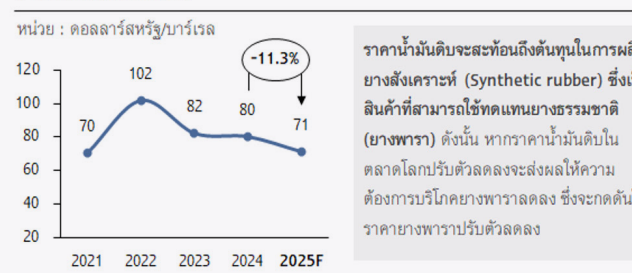
ปริมาณการผลิตและการบริโภคยางพาราโลก

หน่วย : ล้านตัน



ราคาน้ำมันดิบ Brent

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐ/บาร์เรล

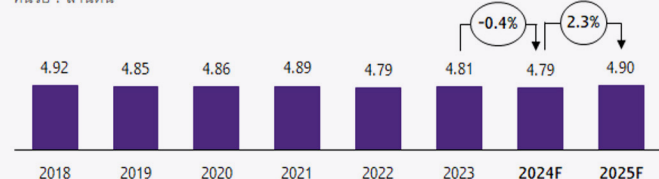


ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของการยางแห่งประเทศไทย, IRSG และสมาคมผู้ค้ายางพาราไทย

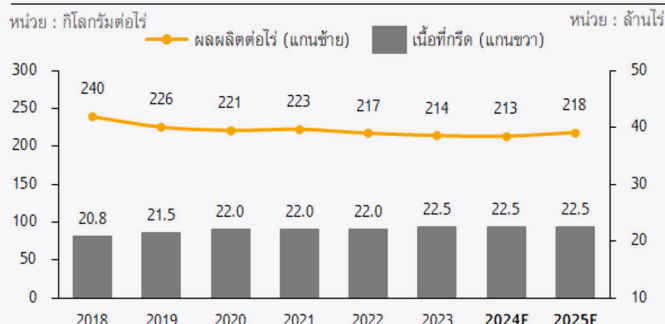
รูปที่ 3 : ปริมาณผลผลิตยางพาราของไทยในปี 2025 มีแนวโน้มฟื้นตัวมาอยู่ที่ราว 4.9 ล้านตัน จากปัญหากัญแล้ง ที่คาดว่าจะคลี่คลายและการระบาดของโรคใบร่วงยางพาราชนิดใหม่ที่ลดลง

ปริมาณผลผลิตยางพาราของไทย

หน่วย : ล้านตัน

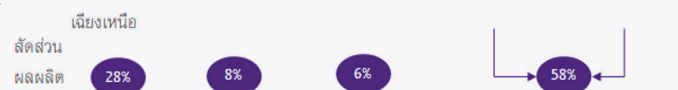
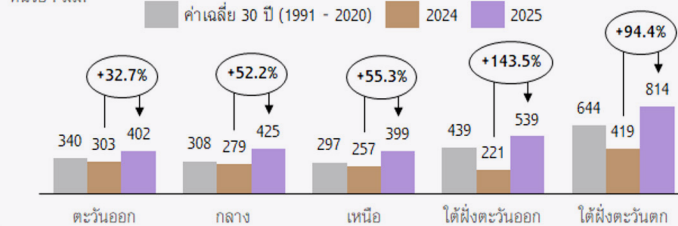


ผลผลิตต่อไร่และเนื้อที่กรีดยางพารา

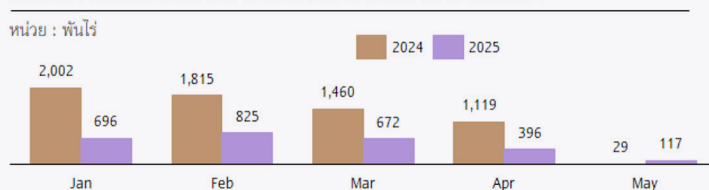


ปริมาณน้ำฝนสะสมตั้งแต่ 1 ม.ค. - 31 พ.ค. ของแต่ละปี

หน่วย : มม.



พื้นที่ระบาดของโรคใบร่วงยางพาราชนิดใหม่ ณ สิ้นเดือน ของแต่ละปี



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และ IRSG

อนึ่ง อุตสาหกรรมยางพารายังต้องเผชิญความเสี่ยง จากภาวะเศรษฐกิจโลก สภาวะภูมิอากาศสุดขั้ว การแพร่ระบาดของโรคใบร่วงยางพาราชนิดใหม่และปัญหามลพิษทางอากาศ

โดยภาวะเศรษฐกิจโลกจะส่งผลกระทบต่อความต้องการบริโภคยางพาราโลก ซึ่งหากเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มเติบโตต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้จากผลกระทบของนโยบายภาษีที่รุนแรงกว่าคาด (Downside risk) ก็จะมีผลกระทบต่อความต้องการบริโภคยางพาราโลกเติบโตต่ำกว่าที่ประเมินไว้ และส่งผลให้ราคาและปริมาณส่งออกยางพาราของไทยลดลงมากกว่าที่ประมาณการไว้ ในทางตรงกันข้าม หากเศรษฐกิจโลกเติบโตดีกว่าคาด (Upside risk) ก็จะมีผลกระทบต่อราคาและปริมาณส่งออกยางพาราของไทยปรับตัวลดลงน้อยกว่าคาดหรืออาจปรับตัวเพิ่มขึ้น ในขณะที่ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศและการแพร่ระบาดของโรคใบร่วงยางพาราชนิดใหม่ จะส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตยางพาราทั้งในไทยและต่างประเทศ โดยหากปัญหากัญแล้งและการแพร่ระบาดของโรคในพืชไม่คลี่คลายอย่างที่ประเมินไว้ หรือมีปัญหาน้ำท่วมเกิดขึ้น ปริมาณผลผลิตยางพาราโลกก็จะไม่ฟื้นตัวดี ผลักดันให้ราคาส่งออกยางพาราปรับตัวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ อุตสาหกรรมยางพารายังต้องเผชิญความไม่แน่นอนจากปัญหามลพิษทางอากาศ เช่น ความขัดแย้งระหว่างอิสราเอลและอิหร่าน ที่อาจจะทำให้ราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มขึ้น

ซึ่งจะเป็นปัจจัยหนุนราคายางพาราในตลาดโลก และทำให้ราคาส่งออกยางพาราไทยปรับตัวลดลงน้อยกว่าคาดหรือปรับตัวเพิ่มขึ้น

ในระยะต่อไป อุตสาหกรรมยางพารายังต้องเผชิญกับความท้าทายจากกระแสความยั่งยืน

โดยเมกะเทรนด์ความยั่งยืน (Sustainability) จะทำให้ผู้บริโภคหรืออุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบหันมาให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาลมากขึ้นในอนาคต ซึ่งกฎระเบียบว่าด้วยสินค้าที่ปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่าของสหภาพยุโรป (EUDR) ที่จะเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่ 30 ธ.ค. 2025 เป็นตัวอย่างความท้าทายที่กำลังเกิดขึ้นจากกระแสความยั่งยืน โดย EUDR กำหนดให้ผู้ประกอบการที่ส่งสินค้ายางพาราหรือสินค้าที่ผลิตจากยางพาราไปยังตลาด EU จะต้องมีการตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่จะต้องมาจากพื้นที่ปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่า ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการไทยเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยคว้าวางส่วนแบ่งตลาดยางพาราใน EU หรือในประเทศที่ส่งสินค้าที่ผลิตจากยางพาราไป EU ได้เพิ่มขึ้น เนื่องจาก EU จัดไทยอยู่ในกลุ่ม “เสี่ยงต่ำ” จากปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า ทำให้ผู้นำเขาสินค้ายางพาราจากไทยไปยัง EU จะได้รับสิทธิพิเศษในการไม่ต้องดำเนินการตามกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ

(Due diligence) ในทุกขั้นตอน กล่าวคือ ผู้นำเข้าจะต้องดำเนินการเฉพาะในขั้นตอนที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูล แต่ไม่ต้องดำเนินการในขั้นตอนที่ 2 ประเมินความเสี่ยง และขั้นตอนที่ 3 ลดความเสี่ยงในกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีความซับซ้อนและมีต้นทุนสูง ดังนั้น การที่ไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มเสี่ยงต่ำ จะทำให้ต้นทุนการนำเข้าจากไทยต่ำกว่าการนำเข้าจากประเทศคู่แข่งของไทยทั้ง อินโดนีเซีย, มาเลเซีย และโกตดิวัวร์ ซึ่งถูกจัดอยู่ในกลุ่มเสี่ยงปกติและต้องดำเนินการกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับครบทั้ง 3 ขั้นตอน โดยในปี 2024 EU นำเข้ายางพาราจากโกตดิวัวร์, อินโดนีเซีย และมาเลเซีย

รวมกันกว่า 680,000 ตัน หรือมากกว่าที่นำเข้าจากไทยถึง 2.3 เท่า ผู้นำเข้า EU จึงมีแนวโน้มหันมานำเข้าจากไทยมากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงภาระด้านกฎระเบียบ นอกจากนี้ ไทยยังจะได้ประโยชน์ทางอ้อมจากการที่จีนซึ่งเป็นผู้ผลิตยางล้อรายใหญ่และส่งออกไปยัง EU จำนวนมาก ก็มีแนวโน้มหันมานำเข้ายางพาราจากไทยเพิ่มขึ้นเพื่อลดต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของ EUDR (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในบทความ EU จัดไทยอยู่ในกลุ่มเสี่ยงต่ำด้านการตัดไม้ทำลายป่า หนุนโอกาสส่งออก ‘ยางพารา-ปาล์ม น้ำมัน’ สู่ตลาดยุโรป)



Competitive landscape

อุตสาหกรรมยางพารามีผู้เล่นสักรายครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ โดยผู้เล่นจะแข่งขันกัน
ในด้านการกระจายแหล่งรายได้/ตลาด/วัตถุดิบ
การบริหารความเสี่ยงด้านราคาและการมุ่งสู่ความยั่งยืน อุตสาหกรรมยางพาราเป็นอุตสาหกรรมที่มีการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดกระจุกตัวอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย โดยในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ผู้เล่นในอุตสาหกรรมยางพารานำการแข่งขันในด้านการขยายกำลังการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด ตัวอย่างเช่น กลุ่มศรีตรังมีการเพิ่มกำลังการผลิตที่เหมาะสม (Optimum capacity) จาก 1.3 ล้านตันในปี 2013 มาอยู่ที่ 2.9 ล้านตันในปี 2024 โดยกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตของผู้ผลิตรายใหญ่ปรับตัวลดลง ซึ่งต้นทุนที่ต่ำลงส่งผลให้ผู้ประกอบการขนาดเล็ก (ซึ่งไม่ใช่ผู้ผลิตยางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ) ไม่สามารถแข่งขันได้และต้องออกไปจากตลาดในที่สุด และทำให้ผู้เล่นรายใหญ่ครองส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดย SCB EIC พบว่าในปี 2024 กลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ 4 อันดับแรกครองส่วนแบ่งตลาดส่งออกยางพารารวมกันสูงถึง 69.8% โดยกลุ่มศรีตรัง (STA) มีส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับ 1 ตามมาด้วยไทยฮั้ว เซาท์แลนด์ และไทยอีสเทิร์น (TEGH)

ผู้ประกอบการจะเน้นแข่งขันในด้านการกระจายรายได้/ตลาด/แหล่งวัตถุดิบ การบริหารความเสี่ยงด้านราคา และการมุ่งสู่ความยั่งยืน ความไม่แน่นอนของภาวะ

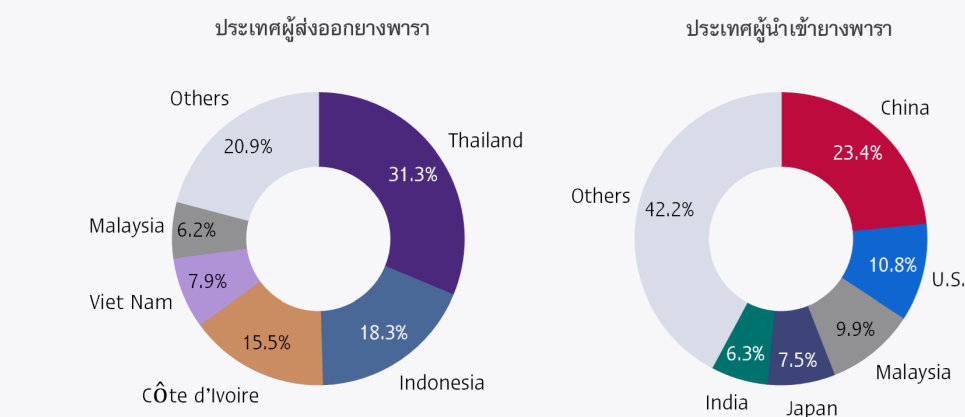
เศรษฐกิจโลกและความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศในปัจจุบัน ส่งผลให้ความต้องการใช้ยางพาราของคู่ค้า ราคาและปริมาณวัตถุดิบยางพารามีความผันผวนและไม่แน่นอนสูงขึ้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความเสี่ยงที่ปริมาณการสั่งซื้อจะลดลงกะทันหัน ไม่สามารถจัดหาสินค้ามาส่งมอบให้กับลูกค้าตามที่สัญญา และมีความเสี่ยงที่จะเผชิญภาวะขาดทุน จากความผันผวนของราคา โดยความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้นดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ประกอบการแข่งขันกันกระจายการส่งออกไปยังตลาดส่งออกที่หลากหลายและกระจายการผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย เพื่อหลีกเลี่ยงการพึ่งพาตลาดใดตลาดหนึ่งหรือรายได้จากสินค้าใดสินค้าหนึ่งมากเกินไป พร้อมกันนั้น ผู้ประกอบการก็มีการแข่งขันกันพัฒนาขีดความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบ ผ่านการซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่หลากหลาย ไม่พึ่งพาพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมากเกินไปและเน้นพัฒนาความสามารถในการจัดการความเสี่ยงด้านราคา ผ่านการบริหารจัดการสต็อกและการใช้สัญญาซื้อขายยางพาราในตลาดซื้อขายล่วงหน้า นอกจากนี้ ผู้เล่นในตลาดยังมีการแข่งขันในด้านการมุ่งสู่ความยั่งยืน เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดการใช้น้ำ การปฏิบัติตามมาตรฐานและกฎระเบียบด้านความยั่งยืน เป็นต้น ดังนั้น กลุ่มผู้ผลิตที่สามารถจัดการความเสี่ยงด้านตลาด แหล่งวัตถุดิบและราคาได้ดี มีต้นทุนการผลิตต่ำและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมีการดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล จะประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้และเติบโตได้อย่างยั่งยืน

¹ <https://www.scbeic.com/th/detail/product/EUDR-implication-290525>

ทั้งนี้ในระดับประเทศ อินโดนีเซีย และโกตดิวัวร์ คือ คู่แข่งที่สำคัญของไทย โดยในปี 2024 ไทยมีส่วนแบ่งตลาดยางพาราโลกมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลกที่ 31.1% ตามมาด้วยอินโดนีเซีย และโกตดิวัวร์ โดยโกตดิวัวร์เป็นคู่แข่งสำคัญที่ไทยต้องจับตา เนื่องจาก 1) ส่วนแบ่งตลาดยางพาราโลกปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จาก 3.6% ในปี 2014 มาอยู่ที่ 15.5% ในปี 2024 ซึ่งส่วนแบ่งตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากปริมาณผลผลิตยางพาราที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการขยายพื้นที่เพาะปลูก โดยข้อมูลขององค์กรศึกษาเรื่องยางระหว่างประเทศ (IRSG) ชี้ให้เห็นว่า ผลผลิตยางพาราในโกตดิวัวร์ปรับตัวเพิ่มขึ้นค่อนข้างมากจาก 0.3 ล้านตันในปี 2014 มาอยู่ที่ 1.8 ล้านตันในปี 2024 และ 2) โกตดิวัวร์มีผลผลิตต่อไร่ (Yield) สูงกว่าไทย โดยในปี 2023 โกตดิวัวร์มีผลผลิตยางพาราต่อไร่อยู่ที่ 261 กิโลกรัม

ต่อไร่ หรือสูงกว่าไทยอยู่ราว 47 กิโลกรัมต่อไร่ (ผลผลิตต่อไร่ของไทยอยู่ที่ 214 กิโลกรัมต่อไร่) ส่วนอินโดนีเซียเป็นคู่แข่งที่ไทยไม่ต้องกังวลมากนัก เนื่องจากปริมาณผลผลิตยางพารามีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ตามพื้นที่เพาะปลูกที่ลดลงและปัญหาโรคระบาด โดยในปี 2024 อินโดนีเซียมีผลผลิตยางพาราเพียง 1.9 ล้านตัน จากที่เคยมีสูงถึง 3.2 ล้านตันในปี 2014 ซึ่งผลผลิตที่ลดลงส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดยางพาราโลกหดตัว จาก 28.0% ในปี 2014 มาอยู่ที่ 18.3% ในปี 2024 นอกจากนี้ ในปี 2023 อินโดนีเซียมีผลผลิตยางพาราต่อไร่ต่ำกว่าไทยราว 94 กิโลกรัมต่อไร่ (ผลผลิตต่อไร่ของอินโดนีเซียอยู่ที่ 120 กิโลกรัมต่อไร่) ในแง่ของการใช้ยางพารา จีน, สหรัฐฯ และมาเลเซียเป็นตลาดนำเข้ายางพาราที่สำคัญของโลก มีสัดส่วนการนำเข้ารวมกันสูงถึง 44.1% ของมูลค่าการนำเข้ายางพาราทั้งหมดของโลก (รูปที่ 4) ๕

รูปที่ 4 : ส่วนแบ่งตลาดผู้ส่งออกและนำเข้ายางพารา 5 อันดับแรกของโลกปี 2024



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Trademap



Author

ดร. เกียรติศักดิ์ คำสี่

นักวิเคราะห์อาวุโส

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (SCB EIC)

ข้อสงวนสิทธิ์ : บทความนี้จัดทำขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (“ธนาคาร”) เพื่อวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข้อมูลและบทวิเคราะห์เท่านั้น ข้อมูลและบทวิเคราะห์ใด ๆ ที่ปรากฏในบทความนี้ ได้ถูกรวบรวมและอ้างอิงมาจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ ซึ่งอาจรวมถึงข้อมูลทางเศรษฐกิจ ข้อมูลทางการตลาด หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่มีความน่าเชื่อถือก่อนวันที่บทความนี้ได้ถูกจัดทำขึ้น ธนาคารไม่รับประกันหรือรับรองว่าข้อมูลดังกล่าวมีความถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ และเป็นปัจจุบัน รวมถึงธนาคารไม่มีหน้าที่ในการตรวจสอบข้อมูลหรือดำเนินการใด ๆ ให้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ และเป็นปัจจุบันไม่ว่าในกรณีใด ๆ ทั้งนี้ บทความนี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คำแนะนำทางกฎหมายทางการเงิน ทางภาษี หรือคำแนะนำอื่นใด และไม่ควรถูกใช้เป็นเอกสารอ้างอิงในการดำเนินการใด ๆ นอกจากนี้ ธนาคารไม่ยอมรับผิดในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการใช้ข้อมูลในเอกสารนี้ ไม่ว่าในกรณีใด ๆ ก็ตาม

“Economic and business
intelligence for effective
decision making”



ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



เจาะลึก

สถานการณ์เศรษฐกิจ



เกาะติด

การเปลี่ยนแปลงที่ส่งพล
ต่อภาคธุรกิจ



อัปเดต

ประเด็นร้อนที่ไม่ควรพลาด



Stay connected

Find us at



@scbeic | 

www.scbeic.com