บทที่ 1
ผู้นำเชิงปริมาณที่ไร้อำนาจเชิงมูลค่า

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติอันดับหนึ่งของโลก แต่สถานะดังกล่าวไม่ได้แปลโดยอัตโนมัติเป็นอำนาจกำหนดราคามูลค่าเพิ่ม หรือความมั่นคงของเกษตรกรชาวสวนยาง ปัญหาของเศรษฐกิจยางพาราไทยคือ เหตุใดการผลิตจำนวนมากจึงยังไม่สามารถยกระดับอำนาจต่อรอง รายได้ และตำแหน่งของไทยในห่วงโซ่มูลค่าโลกได้เท่าที่ควร ผู้ถือครองทำการเกษตรที่ปลูกยางพาราราว 1.67 ล้านราย ซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นการถือครองโดยครัวเรือนเดียว (ดูกล่องที่ 1.1) ผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่ และผู้กำหนดนโยบายที่พยายามรักษาเสถียรภาพรายได้มาหลายทศวรรษ ต่างเผชิญคำถามเดียวกัน คือ เหตุใดขนาดของการผลิตจึงไม่แปรเป็นอำนาจกำหนดราคา และความมั่งคั่งที่มั่นคงของผู้ผลิตต้นน้ำ

หนังสือเล่มนี้เรียกภาวะดังกล่าวว่า ภาวะผู้นำเชิงปริมาณที่ไร้อำนาจเชิงมูลค่า (quantity leadership without value power) และใช้เป็นคำวินิจฉัยกลางของทั้งเล่ม ภาวะนี้แยกอำนาจสองชนิดออกจากกัน คือ อำนาจเชิงปริมาณที่วัดจากส่วนแบ่งผลผลิตและการส่งออกกับอำนาจเชิงมูลค่าที่วัดจากความสามารถในการกำหนดมาตรฐาน กักเก็บส่วนต่างราคา (price wedge) และจัดสรรความเสี่ยงในห่วงโซ่ ไทยมีอำนาจเชิงปริมาณสูงสุดในตลาดยางธรรมชาติแต่มีอำนาจเชิงมูลค่าต่ำ ข้อโต้แย้งของบทนี้ คือ ภาวะดังกล่าวมิใช่ผลของแรงขับเคลื่อนของกลไกตลาดที่เป็นกลาง หากเป็นผลของวงจรกับดักสี่กลไกที่ค้ำกัน ได้แก่ ห่วงโซ่มูลค่าที่ขับเคลื่อนโดยผู้ซื้อ (M1) การติดล็อกเชิงสถาบันภายในประเทศ (M2) การส่งผ่านความเสี่ยงสู่ต้นน้ำโดยแทบไม่มีกลไกรองรับ (M3) และเศรษฐศาสตร์การเมืองของรัฐผู้แทรกแซง (M4) โดยมีกติกาด้านสิ่งแวดล้อมและกฎระเบียบระหว่างประเทศเป็นแรงเปลี่ยนผ่านจากภายนอก (M5) ที่อาจใช้เปลี่ยนสมดุลของระบบได้

นัยของข้อโต้แย้งนี้ คือการปฏิรูปภาคยางพาราไทยไม่อาจจำกัดอยู่ที่การพยุงราคาเฉพาะช่วงวิกฤต หากต้องเปลี่ยนชนิดของรัฐ จากรัฐผู้แทรกแซงที่เน้นพยุงราคาไปสู่รัฐผู้กำกับที่สร้างเงื่อนไขให้ตลาดทำงานได้ดีขึ้นและสร้างอำนาจเชิงมูลค่าให้ผู้ผลิตต้นน้ำ ข้อเสนอเชิงทฤษฎีของหนังสือคือกรอบ รัฐผู้กำกับเพื่อสร้างอำนาจเชิงมูลค่าในห่วงโซ่สินค้าโภคภัณฑ์ (Regulatory State for Value Power in Commodity GVCs) ซึ่งจะพัฒนาในรายละเอียดในหัวข้อ 1.4 และนำไปใช้ตลอดทั้งเล่ม บทนี้จึงวางฐานข้อเท็จจริงและกรอบเชิงปัญญาผ่านสี่หัวข้อหลัก ได้แก่ การวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงปริมาณที่ไร้อำนาจเชิงมูลค่าในเวทียางพาราโลก (1.1) ความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ของยางพาราต่อเศรษฐกิจมหภาคและชนบทไทย (1.2) กรอบทฤษฎี วิธีวิทยา และคำถามวิจัยของหนังสือ (1.3) และกรอบสังเคราะห์แม่บทของหนังสือ (1.4)

กล่องที่ 1.1 นิยามและขอบเขตของข้อมูลฐานการผลิต: ผู้ถือครอง พื้นที่ และผลผลิต

ตัวเลขพื้นฐานของภาคยางพาราไทยที่ปรากฏในเอกสารนโยบายมักไม่ตรงกัน ทั้งจำนวนเกษตรกรที่อ้างกันตั้งแต่ 1.4 - 1.8 ล้านราย และพื้นที่สวนยางที่อ้างกันตั้งแต่ 18 - 24 ล้านไร่ เกิดจากการที่แต่ละแหล่งใช้หน่วยนับ นิยาม และปีอ้างอิงต่างกัน กล่องนี้จึงเปรียบเทียบทั้งสี่แหล่งไว้ในที่เดียว และระบุชัดว่าหนังสือเล่มนี้ใช้ชุดใดเป็นฐาน

แหล่งข้อมูล (ปี	หน่วยนับและขอบเขตข้อมูล	จำนวนที่	พื้นที่ปลูก	พื้นที่กรีดได้
สำมะโนการเกษตร-สสช. (2566)	ผู้ถือครองที่ระบุว่าปลูกยางพารา; แจงนับครบทุกราย	1,674,081 ราย	22.40	18.78
สถิติการเกษตรฯ-สศก. (2566)	ข้อมูลเนื้อที่และผลผลิตรายจังหวัดจากการสำรวจตัวอย่างและข้อมูลบริหาร	—	—[a]	22.08
ทะเบียนชาวสวนยาง-กยท. (30 มิ.ย. 2565)	ผู้ขึ้นทะเบียนตาม พ.ร.บ. กยท. พ.ศ. 2558 เพื่อรับสิทธิตามโครงการรัฐ	≈1.60 ล้านราย	—	18.18
Natural Rubber Statistics-ANRPC (2566)	ข้อมูลจากประเทศสมาชิกตามนิยามพื้นที่กรีดได้ของแต่ละประเทศ	—	—	≈22.5[b]

หมายเหตุ. ตัวเลขสำมะโนเป็นการคำนวณของผู้เขียนจากข้อมูลจุลภาคสำมะโนการเกษตร พ.ศ. 2566 ข้อควรระวังคือ 1.67 ล้านราย เป็นขอบล่างที่สำมะโนแจงนับได้จริง มิใช่จำนวนผู้ปลูกยางทั้งหมดของประเทศ

— หมายถึงไม่รายงานข้อมูล; [a] สศก. ไม่รายงานพื้นที่ปลูกทั้งหมดแยกจากพื้นที่กรีดได้; [b] ตัวเลข ANRPC มีค่าใกล้เคียงเนื้อที่ปลูกทั้งหมด (22.40 ล้านไร่) มากกว่าเนื้อที่เปิดกรีดแล้ว (18.78 ล้านไร่) จึงไม่ควรอ่านเป็นเนื้อที่กรีดได้ตามนิยามของสำมะโน และหนังสือเล่มนี้ไม่ใช้ค่านี้เป็นฐาน ตัวเลขระหว่างแหล่งไม่ควรเปรียบเทียบโดยตรงเนื่องจากใช้หน่วยนับ ขอบเขต และวิธีจัดเก็บข้อมูลต่างกัน

ที่มา. สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2566ข); สศก. (2567); ANRPC (2025)

ข้อสังเกตแรกคือ หน่วยที่นับไม่เท่ากัน สำมะโนการเกษตรนับ “ผู้ถือครองทำการเกษตร” เป็นหน่วยบริหารจัดการแปลง มิใช่ “ครัวเรือน” และมิใช่ “ราย” ตามทะเบียนของ กยท. ในทางปฏิบัติทั้งสามหน่วยใกล้เคียงกัน เพราะร้อยละ 99.14 ของผู้ถือครอง ที่ปลูกยางพาราเป็นการถือครองโดยครัวเรือนเดียว ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 0.85 เป็นการถือครองร่วมของบุคคลตั้งแต่สองคนที่อยู่ต่างครัวเรือน และร้อยละ 0.01 เป็นนิติบุคคล การใช้คำว่าครัวเรือนแทนผู้ถือครองจึงทำให้คลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 1 หนังสือเล่มนี้ใช้คำว่า ผู้ถือครอง ในบริบทเชิงสถิติทุกครั้ง และสงวนคำว่าครัวเรือนไว้สำหรับบริบทเชิงพรรณนาที่หน่วยวิเคราะห์เป็นหน่วยบริโภคของครัวเรือน

ข้อสังเกตที่สองคือ คำว่า “เนื้อที่กรีดได้” ถูกใช้ในความหมายต่างกัน ตัวเลข 22.08 ล้านไร่ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรมีขนาดใกล้เคียงกับเนื้อที่ปลูกทั้งหมดตามสำมะโน (22.40 ล้านไร่) มากกว่าเนื้อที่ที่เปิดกรีดแล้วจริงตามสำมะโน (18.78 ล้านไร่) ขณะที่ฐานทะเบียนของ กยท. ที่ใช้ในโครงการประกันรายได้ระยะที่ 4 ระบุพื้นที่กรีดได้ 18.18 ล้านไร่ ซึ่งใกล้เคียงกับสำมะโนมาก ความต่างระหว่าง 22 กับ 18 ล้านไร่ จึงเป็นความต่างของนิยาม และมีนัยโดยตรงต่อการคำนวณผลผลิตต่อไร่ ผลผลิต 4.71 - 4.81 ล้านตันหารด้วย 22 ล้านไร่ ให้ 214 กิโลกรัม/ไร่ แต่หารด้วย 18.78 ล้านไร่ ให้ 251 - 256 กิโลกรัม/ไร่ ตัวเลขทั้งสองถูกต้องทั้งคู่บนฐานคนละอย่าง การนำมาเปรียบเทียบกันโดยไม่ระบุฐานจึงเป็นที่มาของความสับสนที่พบบ่อยในเอกสารนโยบาย

หนังสือเล่มนี้จึงกำหนดฐานไว้ดังนี้ จำนวนผู้ถือครองและโครงสร้างขนาดสวนใช้สำมะโนการเกษตร พ.ศ. 2566 เนื้อที่ปลูกและเนื้อที่กรีดได้ใช้สำมะโนการเกษตร พ.ศ. 2566 เช่นกัน ผลผลิตรวมและราคาใช้สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรและ ANRPC ตามที่ระบุใต้แต่ละตาราง และเมื่อรายงานผลผลิตต่อไร่ จะระบุทุกครั้งว่าเป็นต่อไร่ปลูกหรือต่อไร่กรีด เมื่อจำเป็นต้องอ้าง ตัวเลขทะเบียนของ กยท. เช่นในการประเมินความครอบคลุมของมาตรการรัฐ จะระบุวันตัดยอดกำกับไว้ ส่วนข้อมูลการค้าระหว่างประเทศทั้งหมดในบทนี้ใช้ฐาน UN Comtrade ฉบับเผยแพร่ปี 2026 เป็นชุดเดียวตลอดบท

1.1 ตำแหน่งของไทยในเวทียางพาราโลก

หัวข้อนี้ตั้งคำถามว่า การเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติอันดับหนึ่งของโลกแปรเป็นอำนาจทางเศรษฐกิจของไทยได้เพียงใด การวิเคราะห์พิจารณาสี่มิติต่อเนื่องกัน โดยการจำแนกฐานของมูลค่าก่อนหน่วยในขั้นวัตถุดิบออกจากฐานมูลค่าของหมวดยางทั้งหมด เพื่อระบุว่าช่องว่างเชิงมูลค่าเกิดขึ้นที่ฐานใด การพิจารณาโครงสร้างการส่งออกที่มูลค่าส่งออกรวมยังไม่ได้เติบโตตามปริมาณ การประเมินตำแหน่งของไทยในห่วงโซ่ด้วยส่วนแบ่งตลาดโลกและความชำนาญเฉพาะ อีกทั้งการประเมินการกระจุกตัวของตลาดปลายทางในขั้นวัตถุดิบ หลักฐานจากทั้งสี่มิตินี้ตรงกันว่า ความเป็นผู้นำเชิงปริมาณมิได้แปรเป็นอำนาจเชิงมูลค่าโดยอัตโนมัติ

1.1.1 ส่วนแบ่งการผลิตและช่องว่างระหว่างปริมาณกับมูลค่า

ประเทศไทยครองตำแหน่งผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติอันดับหนึ่งของโลกอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ทศวรรษ 2530 ในปี 2566 ไทยผลิตยางธรรมชาติ 4.81 ล้านตัน หรือร้อยละ 33.5 ของผลผลิตโลก (ANRPC, 2025 ตามฐานที่กำหนดในกล่องที่ 1.1) และส่งออกประมาณ 4.2 – 4.5 ล้านตัน หรือร้อยละ 37 – 40 ของปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของโลก ซึ่งสูงกว่าอินโดนีเซียที่เป็นผู้ผลิตอันดับสอง และสูงกว่ามาเลเซีย เวียดนาม และโกตดิวัวร์รวมกันเมื่อพิจารณาเฉพาะปริมาณส่งออก (ANRPC, 2025; UN Comtrade, 2026) ตัวเลขส่วนแบ่งร้อยละ 37 – 40 นี้คำนวณบนฐานปริมาณ ซึ่งต่างจากส่วนแบ่งบนฐานมูลค่าที่รายงานในตารางที่ 1.3

ด้านฐานการผลิต สำมะโนการเกษตร พ.ศ. 2566 แจงนับผู้ถือครองทำการเกษตรที่ปลูกยางพาราได้ 1.67 ล้านราย โดยร้อยละ 99.1 เป็นครัวเรือน และมีเนื้อที่สวนยางรวม 22.4 ล้านไร่ โดยเป็นเนื้อที่ที่อยู่ในช่วงให้ผลผลิตหรือเปิดกรีดแล้ว 18.8 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 83.9 ของเนื้อที่ปลูก ส่วนที่เหลือเป็นยางอ่อนที่ยังไม่ให้ผลผลิตและยางแก่ที่เลิกกรีดแล้ว ขนาดสวนเฉลี่ยอยู่ที่ 13.4 ไร่ต่อผู้ถือครอง และค่ามัธยฐานเท่ากับ 10.0 ไร่ สะท้อนว่าโครงสร้างการผลิตยางพาราไทยตั้งอยู่บนเกษตรกรรายย่อย

ตัวเลขข้างต้นยืนยันสถานะผู้นำเชิงปริมาณของไทย แต่ข้อมูลด้านมูลค่าชี้ว่าความเป็นผู้นำดังกล่าวยังไม่แปรเป็นความได้เปรียบเชิงเศรษฐกิจอย่างเต็มที่ การวิเคราะห์ช่องว่างเชิงมูลค่าต้องแยกสองฐานให้ชัดเจน เพราะสองฐานให้ข้อสรุปต่างกัน

ฐานแรก คือ มูลค่าส่งออกต่อหน่วยน้ำหนักของยางธรรมชาติในรูปวัตถุดิบ (HS 4001) ซึ่งไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซียมีมูลค่าต่อกิโลกรัมใกล้เคียงกัน โดยในปี 2566 อยู่ที่ 1.34 ดอลลาร์สหรัฐ/กิโลกรัมสำหรับไทย 1.41 สำหรับมาเลเซีย และ 1.41 สำหรับอินโดนีเซีย ส่วนเวียดนามอยู่ที่ 1.26 ส่วนต่างสูงสุดระหว่าง 4 ประเทศจึงอยู่ที่ราวร้อยละ 12 และส่วนต่างระหว่างไทยกับมาเลเซีย อยู่ที่ราวร้อยละ 5 ซึ่งเป็นระดับที่อธิบายได้ด้วยองค์ประกอบของเกรด รูปแบบยาง และเงื่อนไขการส่งมอบ มิใช่ด้วยอำนาจตลาด ข้อเท็จจริงนี้สอดคล้องกับกลไกที่บทเสนอว่า ยางธรรมชาติในรูปวัตถุดิบสร้างส่วนเพิ่มราคาได้จำกัด ไม่ว่าประเทศผู้ผลิตจะมีปริมาณผลผลิตมากเพียงใด ช่องว่างเชิงมูลค่าของไทยจึงมิได้อยู่ที่ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ

ฐานที่สอง คือ มูลค่าและตำแหน่งของประเทศเมื่อวัดจากหมวดยางและผลิตภัณฑ์ยางทั้งหมด (HS 40) ฐานนี้แสดงช่องว่างระหว่างประเทศชัดเจน โดยสะท้อนองค์ประกอบของตะกร้าส่งออกและผู้ถือครองขีดความสามารถ มิใช่คุณภาพของวัตถุดิบเพียงอย่างเดียว หลักฐานเชิงปริมาณของฐานที่สองอยู่ในตารางที่ 1.3 ซึ่งแสดงว่า ไทยครองส่วนแบ่งโลกร้อยละ 29.6 ในชั้นวัตถุดิบ แต่เพียงร้อยละ 7.9 เมื่อวัดที่หมวดยางทั้งหมด การสลับสองฐานนี้ ทำให้เอกสารนโยบายมักสรุปผิดว่าไทยขายยางได้ราคาต่ำกว่าเพื่อนบ้านเพราะวัตถุดิบมีคุณภาพด้อยกว่า ข้อสรุปที่ถูกต้องคือ มูลค่าเกิดจากความสามารถในการแปรรูป การกำหนดมาตรฐาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงตลาดปลายทางที่ให้ราคาสูงกว่า

ตารางที่ 1.1 ส่วนแบ่งการผลิตยางธรรมชาติโลก ปี 2563–2566 ใน 5 ประเทศผู้ผลิตหลัก

ประเทศ	2563 (พันตัน)	2563 (%)	2564 (พันตัน)	2564 (%)	2565 (พันตัน)	2565 (%)	2566 (พันตัน)	2566 (%)
ไทย	4,860	35.5	4,893	34.0	4,786	32.8	4,810	33.5
อินโดนีเซีย	3,037	22.2	3,045	21.2	2,717	18.6	2,241	15.6
เวียดนาม	1,226	9.0	1,272	8.8	1,340	9.2	1,270	8.9
โกตดิวัวร์	950	6.9	1,047	7.3	1,286	8.8	1,548	10.8
มาเลเซีย	515	3.8	470	3.3	377	2.6	348	2.4
รวมห้าประเทศ	10,588	77.4	10,727	74.5	10,506	72.0	10,217	71.2
รวมทั่วโลก	13,680	100.0	14,395	100.0	14,598	100.0	14,350	100.0

หมายเหตุ. ตัวเลขเป็นข้อมูลทางการของ ANRPC ที่รวบรวมจากรายงานของประเทศสมาชิก เรียงลำดับตามผลผลิตปี 2566 แนวโน้มสำคัญมีสามประการ ได้แก่ ส่วนแบ่งของไทยลดจากร้อยละ 35.5 เป็น 33.5 ส่วนแบ่งของอินโดนีเซียลดจากร้อยละ 22.2 เหลือ 15.6 ซึ่งมากที่สุดในกลุ่ม และส่วนแบ่งของโกตดิวัวร์เพิ่มจากร้อยละ 6.9 เป็น 10.8 ภายใน 4 ปี ผลผลิตไทยปี 2566 ที่ 4,810 พันตันตรงกับฐาน ANRPC ในกล่องที่ 1.1 ตารางนี้แสดงหลักฐานด้านปริมาณเท่านั้น ส่วนหลักฐานด้านมูลค่าและตำแหน่งในห่วงโซ่อยู่ในตารางที่ 1.3

ที่มา. ANRPC Monthly NR Statistical Report (December 2025)

ความขัดแย้งระหว่างส่วนแบ่งเชิงปริมาณที่สูงกับมูลค่าที่กักเก็บได้ต่ำคือภาวะที่หนังสือเรียกว่า ผู้นำเชิงปริมาณที่ไร้อำนาจเชิงมูลค่า ซึ่งต่อยอดจากข้อวิเคราะห์เรื่องค่าเช่าและอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดในห่วงโซ่สินค้าโภคภัณฑ์ของ Kaplinsky (2005) ภาวะนี้ทำงานผ่านสองช่องทาง

ช่องทางแรก คือ ผลจากการเพิ่มอุปทาน (supply addition effect) เมื่อประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ขยายอุปทาน แต่ความต้องการของโลกไม่เพิ่มในอัตราเดียวกัน ราคาดุลยภาพย่อมมีแนวโน้มลดลง ช่องทางที่สอง คือ การขาดอำนาจกำหนดราคา (price-setting incapacity) เนื่องจากยางธรรมชาติในรูปวัตถุดิบมีความแตกต่างด้านคุณภาพที่จำกัด ผู้ซื้อจึงจ่ายส่วนเพิ่มราคาเฉพาะสินค้าที่มีมาตรฐาน คุณภาพ หรือ

บริการประกอบแตกต่างกันอย่างแท้จริง การเพิ่มผลผลิตจึงอาจเพิ่มรายได้รวมในบางช่วง แต่ไม่ได้เพิ่มรายได้ต่อหน่วยหรืออำนาจต่อรองของผู้ผลิตต้นน้ำ หลักฐานเชิงประจักษ์ของไทยจะวิเคราะห์ผ่านอีกสามมิติที่เหลือ ได้แก่ โครงสร้างการส่งออก (1.1.2) ตำแหน่งในห่วงโซ่ (1.1.3) และการกระจุกตัวของตลาดปลายทาง (1.1.4)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด: ห่วงโซ่มูลค่ายางพาราที่ขับเคลื่อนโดยผู้ซื้อ และตำแหน่งของเกษตรกรไทยในห่วงโซ่

หมายเหตุ. ภาพนี้เป็นกรอบแนวคิด โดยแสดงลำดับของห่วงโซ่ที่ขับเคลื่อนโดยผู้ซื้อและตำแหน่งของผู้ถือครองไทย 1.67 ล้านรายในชั้นต้นน้ำ โดยเกษตรกรรับความเสี่ยงสูงสุด แต่ได้ส่วนแบ่งมูลค่าน้อยที่สุด จากความผันผวนของราคา การเข้าถึงเครื่องมือจัดการความเสี่ยงและมูลค่าส่งออกต่อหน่วย หลักฐานอยู่ในตารางของบทที่ 2 และ 3

ที่มา. Gereffi (1994); ANRPC (2025)

กลไกดังกล่าวอธิบายได้ด้วยกรอบ buyer-driven global value chain ของ Gereffi (1994) ชี้ว่าผู้ซื้อและผู้ผลิตปลายทางขนาดใหญ่เป็นผู้กำหนดมาตรฐาน สเปก เงื่อนไขการส่งมอบ และช่วงราคาที่ยอมรับได้ ขณะที่ผู้ผลิตวัตถุดิบต้นน้ำแข่งขันกันด้านราคาและปริมาณ ในกรณีของยางธรรมชาติ ผู้ซื้อรายใหญ่คือบริษัทผู้ผลิตยางล้อข้ามชาติ เช่น Bridgestone, Michelin, Goodyear, Continental และ Pirelli ซึ่ง

สลับแหล่งอุปทานไปมาได้อย่างอิสระระหว่างไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ได้บางส่วน รวมทั้งปรับสัดส่วนยางสังเคราะห์ในสูตรผสมตามภาวะราคาได้ในระดับหนึ่ง

ในทางตรงกันข้าม เกษตรกรไทยส่วนใหญ่ต้องขายผลผลิตในตลาดซื้อขายทันที (spot) เพื่อรักษากระแสเงินสด และไม่มีศักยภาพกักตุนหรือรอจังหวะราคา ความไม่สมมาตรนี้ทำให้มูลค่าส่วนเกินสะสมในชั้นปลายน้ำ ซึ่งถือครองแบรนด์ เทคโนโลยี และความสัมพันธ์กับผู้บริโภค มากกว่าชั้นต้นน้ำที่ผลิตวัตถุดิบ

นัยเชิงโครงสร้างคือ ไทยไม่ควรใช้ปริมาณผลผลิตหรือส่วนแบ่งตลาดเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จหลักของภาคยาง เพราะการขยายอุปทานยางดิบภายใต้ห่วงโซ่ที่ผู้ซื้อกำหนดเงื่อนไขอาจกดมูลค่าต่อหน่วยให้ลดลง ทางออกจึงอยู่ที่การยกระดับห่วงโซ่มูลค่า (value chain upgrading) ทั้งด้านคุณภาพ มาตรฐาน การแปรรูป และบทบาทของไทยในห่วงโซ่มูลค่าโลก

1.1.2 โครงสร้างการส่งออกและช่องว่างเชิงมูลค่า

โครงสร้างการส่งออกยางพาราไทยเปลี่ยนแปลงอย่างมากในรอบทศวรรษที่ผ่านมา และสวนทางกับภาพจำที่ใช้กันทั่วไปในเวทีนโยบาย เมื่อคำนวณจากมูลค่าส่งออกตามพิกัดศุลกากรในฐาน UN Comtrade ยางในรูปวัตถุดิบและกึ่งวัตถุดิบ ได้แก่ ยางธรรมชาติในรูปขั้นต้น (HS 4001) และยางผสมยังไม่วัลคาไนซ์ (HS 4005) ซึ่งพิกัดหลังมิได้จำกัดเฉพาะยางธรรมชาติ รวมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.2 ของมูลค่าส่งออกยางหลักสี่กลุ่ม ในปี 2557 แต่ลดลงเหลือร้อยละ 32.1 ในปี 2566 ขณะที่ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ได้แก่ ยางล้อ (HS 4011) และถุงมือยาง (HS 4015) เพิ่มจาก ร้อยละ 37.8 เป็นร้อยละ 67.8 ในช่วงเดียวกัน กล่าวคือ องค์ประกอบของตะกร้าส่งออกยางไทยพลิกจากวัตถุดิบเป็นหลัก ไปสู่ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเป็นหลักภายใน 10 ปี

การลดลงของสัดส่วนเชิงมูลค่าในกลุ่มยางวัตถุดิบมิได้กระจายสม่ำเสมอในสองพิกัด ยางธรรมชาติขั้นต้นลดลง 19.3 จุดร้อยละตลอดสิบปี ขณะที่ยางผสมยังไม่วัลคาไนซ์ลดลง 10.8 จุด หรือราวหนึ่งในสามของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด และเกือบทั้งหมดของการลดลงนี้เกิดขึ้นระหว่างปี 2557 - 2559 ซึ่งสัดส่วนร่วงจากร้อยละ 13.0 เหลือ 3.5 การเปลี่ยนแปลงเชิงระดับที่เกิดขึ้นเป็นรูปแบบของการเปลี่ยนกติกา

มิใช่ของการปรับโครงสร้างการผลิต ข้อสันนิษฐานที่สอดคล้องกับลำดับเวลา คือ การที่จีนปรับกฎการจำแนกพิกัดยางผสมในปี 2558 เพื่อปิดช่องเลี่ยงอากรนำเข้ายางธรรมชาติ ทำให้ปริมาณที่เคยส่งออกในรูป HS 4005 ย้ายกลับไปเป็น HS 4001

ข้อเท็จจริงเรื่ององค์ประกอบขัดกับข้อสรุปที่มักกล่าวว่าไทยยังส่งออกยางในรูปวัตถุดิบเป็นส่วนใหญ่ ตัวเลขในเอกสารนโยบายจำนวนมากที่ระบุว่าวัตถุดิบมีสัดส่วนราวสองในสามของมูลค่าส่งออก สอดคล้องกับสถานการณ์ช่วงต้นทศวรรษ 2550 มากกว่าสถานการณ์ปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงนี้มิได้หักล้างข้อเสนอหลักของหนังสือ แต่ทำให้คำถามคมชัดขึ้นจาก "เหตุใดไทยจึงยังไม่ยกระดับ" ไปเป็น "เหตุใดการยกระดับที่เกิดขึ้นแล้วจึงไม่แปรเป็นอำนาจเชิงมูลค่า" ซึ่งมีนัยเชิงนโยบายต่างออกไป

การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบมิได้เกิดขึ้นในปีเดียว แต่สะสมต่อเนื่องและเร่งตัวในช่วงท้าย สัดส่วนยางล้อในตะกร้าส่งออกยางหลักสี่กลุ่มเพิ่มจากร้อยละ 28.6 ในปี 2557 เป็นร้อยละ 38.4 ในปี 2559 ร้อยละ 44.5 ในปี 2561 ร้อยละ 48.8 ในปี 2565 และร้อยละ 57.3 ในปี 2566 การเพิ่มขึ้น 8.5 จุดร้อยละ ระหว่างปี 2565 - 2566 ต้องอ่านด้วยความระมัดระวัง เพราะในปีเดียวกันนั้น สัดส่วนยางขั้นต้นลดลงจากร้อยละ 37.5 เหลือ 29.9 ซึ่งสอดคล้องกับภาวะราคายางธรรมชาติโลก ที่อ่อนตัวในปี 2566 เมื่อแยกผลของตัวเศษออกจากผลของตัวส่วน พบว่ามูลค่าส่งออกยางล้อเพิ่มจาก 6.70 เป็น 7.00 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพียงร้อยละ 4.4 ขณะที่มูลค่าส่งออกยางธรรมชาติขั้นต้นลดจาก 5.15 เหลือ 3.65 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 29.2 และตะกร้ารวมหดตัวร้อยละ 11.1 การเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด 8.5 จุด จึงมาจากการหดตัวของตัวส่วนเป็นหลัก มิใช่จากการขยายตัวของยางล้อ สัดส่วนในปีที่ราคาวัตถุดิบผันผวนจึงอ่านเป็นการยกระดับโดยตรงไม่ได้

เมื่อพิจารณามูลค่าสัมบูรณ์ ภาพเปลี่ยนไปอย่างสำคัญ มูลค่าส่งออกยางล้อเพิ่มจาก 3.51 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2557 เป็น 7.00 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 หรือเกือบเท่าตัว ขณะที่ยางธรรมชาติขั้นต้นลดจาก 6.02 เหลือ 3.65 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือลดลงร้อยละ 39 แต่มูลค่ารวมของตะกร้าสี่พิกัดอยู่ที่

12.24 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ปี 2557 และ 12.21 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ปี 2566 กล่าวคือแทบไม่เปลี่ยนแปลง เส้นทางระหว่างสองปีนี้ผันผวนมาก โดยลดต่ำสุดที่ 9.31 พันล้านดอลลาร์ในปี 2559 และขึ้นสูงสุดที่ 13.73 พันล้านดอลลาร์ในปี 2565 แต่ปลายทางกลับมาที่จุดเดิม การพลิกองค์ประกอบ 30 จุดร้อยละจึงเป็นการสับเปลี่ยนภายในตะกร้าที่มีขนาดเท่าเดิม มิใช่การขยายตัวของตะกร้า

อย่างไรก็ตาม เมื่อปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.7 ระหว่างปี 2557 - 2566 มูลค่าที่แท้จริงของตะกร้าส่งออกยางไทยลดลงร้อยละ 22.5 ในรอบสิบปี ในทางกลับกัน มูลค่าส่งออกยางล้อที่แท้จริงเพิ่มขึ้นร้อยละ 55 ในช่วงเดียวกัน การเติบโตของชั้นปลายน้ำจึงเกิดขึ้นจริง แต่ไม่มากพอจะชดเชยการหดตัวของชั้นวัตถุดิบ ตะกร้าการส่งออกยางมีการยกระดับองค์ประกอบ ส่วนแบ่งยางล้อเพิ่มเกือบเท่าตัว เนื่องจากมีการลงทุนของต่างชาติเข้ามาตั้งฐานการผลิต และผลลัพธ์รวมคือรายรับจากการส่งออกยางของประเทศเท่าเดิมในรูปตัวเงิน แต่ปรับตัวลดลงในรูปของมูลค่าที่แท้จริง ข้อสังเกตนี้สร้างความชัดเจนระหว่าง "การยกระดับอุตสาหกรรมยาง" กับ "การยกระดับผลตอบแทนในยางของไทย" และเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ตรงที่สุดของกับดักสินค้าโภคภัณฑ์ที่เป็นกรอบวินิจฉัยของหนังสือ

นอกจากนั้น แรงขับเคลื่อนสำคัญของการขยายกำลังผลิตยางล้อในไทยมิใช่การยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย แต่เป็นการย้ายฐานของผู้ผลิตยางล้อจีนเพื่อหลีกเลี่ยงมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุน ลำดับเหตุการณ์สนับสนุนการอธิบายความนี้ คือ สถานการณ์ที่สหรัฐอเมริกาเรียกเก็บอากรยางล้อรถยนต์นั่งจากจีนในปี 2558 และกับยางล้อรถบรรทุกในช่วงปี 2560 - 2562 พร้อมกับสหภาพยุโรปก็ออกมาตรการทำนองเดียวกันในปี 2561 หลังจากนั้นการลงทุนตั้งโรงงานยางล้อของทุนจีนในไทยและเวียดนามมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และการส่งออกยางล้อของไทยเพิ่มขึ้นเร็วกว่าอุปสงค์ในตลาดปลายทาง ต่อมาสหรัฐอเมริกาเปิดไต่สวนยางล้อจากไทยในปี 2563 และเรียกเก็บอากรในเดือนกรกฎาคม 2564