



➤ การจำหน่ายในประเทศ

การจำหน่ายยางล้อในประเทศมีทั้งช่องทางการจำหน่ายโดยตรง ซึ่งผู้ผลิตจะจำหน่ายให้แก่โรงงานประกอบรถยนต์โดยตรง (เฉพาะยางล้อเพื่อโรงงานประกอบรถยนต์) และการจำหน่ายผ่านตัวแทน (เฉพาะยางล้ออะไหล่) ทั้งที่เป็นศูนย์บริการครบวงจร และตัวแทนจำหน่ายทั่วไป (dealer) ส่วนปริมาณการจำหน่ายจะขึ้นอยู่กับความต้องการใช้และการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลการจำหน่ายจากการสำรวจผู้ประกอบการโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปริมาณการจำหน่ายยางนอกรถยนต์นั่ง/รถกระบะ ยางนอกรถบรรทุก/รถโดยสาร ยางนอกจักรยานยนต์ และยางนอกอื่นๆ ระหว่างปี 2553-2557

ประเภท	2553	2554	2555	2556	2557
ยางนอกรถยนต์นั่ง/รถกระบะ (เส้น)	16,584,305	15,024,472	19,492,001	20,795,211	19,353,044
% Δ	32.25	-9.41	29.74	6.69	-6.94
ยางนอกรถบรรทุก/รถโดยสาร (เส้น)	3,593,998	3,196,145	3,400,018	3,157,100	2,616,954
% Δ	9.95	-11.07	6.38	-7.14	-17.11
ยางนอกรถจักรยานยนต์ (เส้น)	13,414,820	13,535,211	17,031,016	16,902,246	16,482,104
% Δ	8.87	0.90	25.83	-0.76	-2.49
ยางนอกอื่นๆ (เส้น)	52,306	31,063	37,779	32,294	28,874
% Δ	-5.60	-40.61	21.62	-14.52	-10.59

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สำรวจผู้ผลิตยางนอกรถยนต์นั่ง/รถกระบะ 10 ราย ยางนอกรถบรรทุก/รถโดยสาร 9 ราย ยางนอกรถจักรยานยนต์ 8 ราย ยางนอกอื่นๆ 5 ราย

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ในระหว่างปี 2553-2557 มีการจำหน่ายยางนอกรถยนต์นั่ง/รถกระบะในประเทศมากที่สุด โดยในปี 2556 จำหน่ายสูงถึง 20,795,211 เส้น ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 6.69 และอัตราการขยายตัวในปี 2553 และปี 2555 พุ่งสูงถึงร้อยละ 32.25 และ 29.74 ตามลำดับ แต่กลับมาหดตัวลงเล็กน้อยในปี 2557 สำหรับยางนอกรถจักรยานยนต์/จักรยานจำหน่ายในประเทศมากเป็นอันดับสอง โดยมีการจำหน่ายเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปี 2555 โดยในปี 2555 มีปริมาณการจำหน่ายสูงสุด 17,031,016 เส้น ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ถึงร้อยละ 25.83 แต่หดตัวเล็กน้อยในช่วง 2 ปีหลัง ส่วนยางนอกรถบรรทุก/รถโดยสาร และยางนอกอื่นๆ มีการจำหน่ายในประเทศมากเป็นอันดับ 3 และ 4 ตามลำดับ และขยายตัวเพิ่มขึ้นมากในปี 2555 ร้อยละ 25.83 และ 21.62 ตามลำดับ แต่กลับมาหดตัวในปี 2556 และปี 2557 ซึ่งการจำหน่ายโดยรวมมีทิศทางเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลจากการจำหน่ายยางนอกรถยนต์นั่งที่มีปริมาณการจำหน่ายสูงสุด เนื่องจากได้รับผลดีจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ที่ขยายตัวค่อนข้างมากในระยะหลัง

➤ **การส่งออกและตลาดส่งออก** (เฉพาะยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่พิกัดศุลกากร HS 4011)

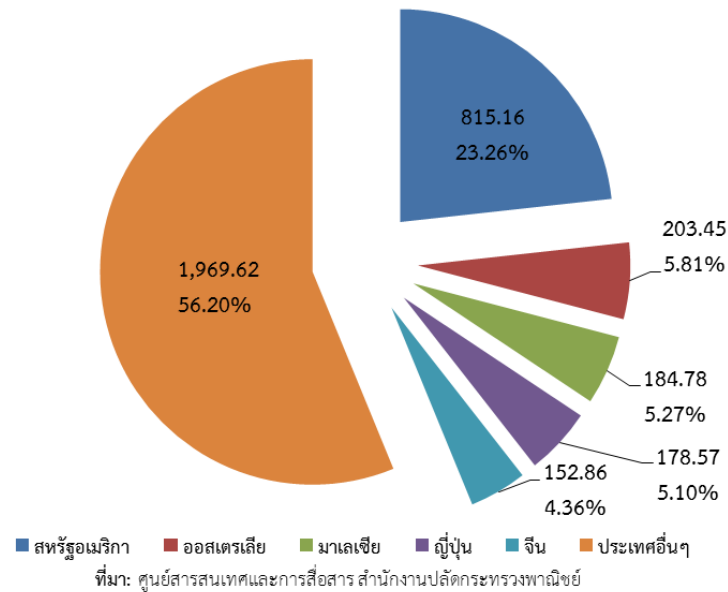
ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ ซึ่งประกอบด้วยยางล้อรถยนต์นั่ง/รถกระบะ ยางล้อรถโดยสาร/รถบรรทุก ยางล้อรถที่ใช้งานด้านการเกษตร ยางล้อรถจักรยานยนต์/จักรยาน สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกมากที่สุดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ยางสำเร็จรูปชนิดอื่นๆ ของไทย โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกถึงร้อยละ 54 และมีมูลค่าการส่งออกมากเป็นลำดับที่ 7 ของโลก แสดงมูลค่าการส่งออกดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS 4011) ระหว่างปี 2553-2557

ลำดับ	ประเทศ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					% Δ	% Δ	% Δ	% Δ
		2553	2554	2555	2556	2557	54/53	55/54	56/55	57/56
1	สหรัฐอเมริกา	641.23	1,050.82	841.88	844.93	815.16	63.88	-19.88	0.36	-3.52
2	ออสเตรเลีย	138.84	206.32	185.16	201.55	203.45	48.60	-10.26	8.85	0.94
3	มาเลเซีย	134.58	170.06	179.72	189.00	184.78	26.36	5.68	5.16	-2.23
4	ญี่ปุ่น	128.32	129.87	167.38	158.81	178.57	1.21	28.88	-5.12	12.44
5	จีน	46.03	86.54	99.51	148.79	152.86	88.01	14.99	49.52	2.74
6	ประเทศอื่นๆ	1,463.78	1,973.88	1,823.27	1,894.61	1,969.62	34.85	-7.63	3.91	3.96
	รวม	2,552.78	3,617.49	3,296.92	3,437.69	3,504.44	41.71	-8.86	4.27	1.94

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

จากตารางที่ 2 ภาพรวมมูลค่าการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ไปยังตลาดโลกในระหว่างปี 2553-2557 มีทิศทางขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยมูลค่าการส่งออกรวมในปี 2554 ขยายตัวเพิ่มขึ้นมากจากปี 2553 แต่หดตัวเล็กน้อยในปี 2555 ก่อนที่จะมาเพิ่มขึ้นใน 2 ปีหลัง โดยในปี 2557 มีมูลค่าการส่งออกถึง 3,504.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐ การขยายตัวดังกล่าวได้รับอานิสงค์จากการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกและการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ของโลก รวมถึงกรอบข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) และสิทธิพิเศษทางการค้าที่ประเทศต่างๆ ให้กับไทยมีส่วนช่วยผลักดันการส่งออกยางล้อได้มากขึ้น และประเทศไทยจัดเป็นผู้นำในการส่งออกยางล้อในภูมิภาคอาเซียน เพราะมีความได้เปรียบเนื่องจากเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบยางได้มากเป็นอันดับ 1 ของโลก และเป็นฐานการผลิตยางล้อที่สำคัญของบริษัทข้ามชาติรายใหญ่ที่พร้อมทั้งเงินทุนและเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง แต่อย่างไรก็ตาม ยางล้อของไทยยังมีข้อจำกัดด้านความสามารถในการแข่งขันเมื่อเทียบกับคู่แข่งเพราะมาตรฐานที่ใช้ในประเทศยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และไม่เป็นที่ยอมรับของประเทศคู่ค้าที่ส่วนใหญ่ใช้มาตรฐาน UNECE



รูปที่ 1 ตลาดส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของไทยในปี 2557

ตลาดส่งออกของไทยที่มีส่วนแบ่งมูลค่าทางการตลาดสูงสุด คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนถึงร้อยละ 23.26 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รองลงมา คือ ออสเตรเลีย มาเลเซีย ญี่ปุ่น และจีน ตามลำดับ ซึ่งทุกตลาดมีทิศทางเติบโตขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมยานยนต์ของทุกประเทศเติบโตตามอุปสงค์รถยนต์ที่ขยายตัวดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปี 2557 สาเหตุสำคัญประการหนึ่งเนื่องจากทางการจีนมีนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 11 (2549-2553) ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ในจีนเติบโตขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ในปี 2557 ภาพรวมการส่งออกชะลอลงเล็กน้อยเนื่องจากการหดตัวของตลาดสหรัฐฯ และมาเลเซีย (ตารางที่ 2 และรูปที่ 1)

➤ **การนำเข้าและแหล่งนำเข้า** (เฉพาะยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่พิกัดศุลกากร HS 4011)

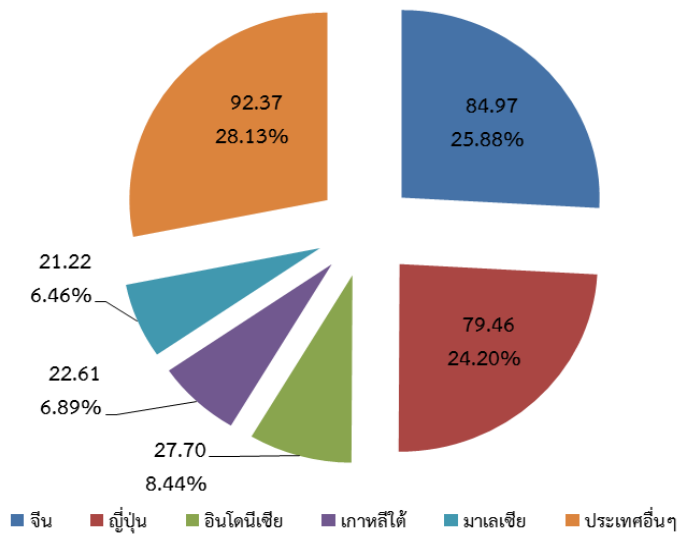
ประเทศไทยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่มีมูลค่าสูงสุดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ยางสำเร็จรูปชนิดอื่นๆ โดยในปี 2557 มีมูลค่าการนำเข้า 328.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่การนำเข้ายังมีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับการส่งออก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ายางล้อรุ่นที่ไม่มีการผลิตในประเทศไทยหรือผลิตไม่เพียงพอ ทำให้ราคานำเข้าค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับยางล้อที่จำหน่ายในประเทศ อีกทั้งยางล้อนำเข้าบางชนิดเน้นคุณภาพพิเศษที่เหมาะสมกับรถยนต์บางรุ่น เช่น ยางล้อสำหรับรถแข่ง

ตารางที่ 3 มูลค่าการนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS 4011) ระหว่างปี 2553-2557

ลำดับ	ประเทศ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					% Δ 54/53	% Δ 55/54	% Δ 56/55	% Δ 57/56
		2553	2554	2555	2556	2557				
1	จีน	61.13	71.75	96.84	108.30	84.97	17.37	34.97	11.83	-21.54
2	ญี่ปุ่น	54.99	63.20	88.29	84.52	79.46	14.93	39.70	-4.27	-5.99
3	อินโดนีเซีย	24.39	33.89	35.75	29.77	27.70	38.95	5.49	-16.73	-6.95
4	เกาหลีใต้	22.11	38.14	42.07	33.22	22.61	72.50	10.30	-21.04	-31.94
5	มาเลเซีย	20.46	27.71	31.61	28.35	21.22	35.43	14.07	-10.31	-25.15
6	ประเทศอื่นๆ	56.38	73.58	122.38	97.03	92.37	30.51	66.31	-20.71	-4.80
	รวม	239.46	308.27	416.94	381.19	328.33	28.74	35.25	-8.57	-13.87

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

จากตารางที่ 3 ภาพรวมมูลค่าการนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของไทยในระหว่างปี 2553-2557 เพิ่มขึ้นในปี 2554 และปี 2555 โดยขยายตัวถึงร้อยละ 28.74 และร้อยละ 35.25 ตามลำดับ หรือมีมูลค่าการนำเข้า 308.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 416.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ หลังจากนั้นกลับมาหดตัวตั้งแต่วันที่ 2556 จนถึงปี 2557 สาเหตุสำคัญเนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจในประเทศ และสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในช่วงท้ายของปี 2556 จนถึงครึ่งปีแรกของปี 2557 ส่งผลให้ภาคการผลิตและอุปสงค์รถยนต์ชะลอตัว



รูปที่ 2 แหล่งนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของไทยในปี 2557

ประเทศไทยนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่จากประเทศจีนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.26 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด รองลงมา คือ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ และมาเลเซีย ตามลำดับ ซึ่งการนำเข้าจากทุกประเทศขยายตัวมากในปี 2554 และปี 2555 แต่ลดลงในปี 2556 และปี 2557 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2557 การนำเข้าจากจีน มาเลเซีย และเกาหลีใต้ลดลงค่อนข้างมาก (ตารางที่ 3 และรูปที่ 2)