

# ภาวะการค้าและการตลาด



## ➤ การจำหน่ายในประเทศ

การจำหน่ายยางล้อในประเทศมีทั้งช่องทางการจำหน่ายโดยตรง ซึ่งผู้ผลิตจะจำหน่ายให้แก่โรงงานประกอบรถยนต์โดยตรง (เฉพาะยางล้อเพื่อโรงงานประกอบรถยนต์) และจำหน่ายผ่านตัวแทน (เฉพาะยางล้ออะไหล่) ทั้งที่เป็นศูนย์บริการครบวงจร และตัวแทนจำหน่ายทั่วไป (Dealer) ส่วนปริมาณการจำหน่ายขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ และการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลการจำหน่ายจากการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปริมาณการจำหน่ายยางนอกรถยนต์/รถกระบะ ยางนอกรถบรรทุก/รถโดยสาร ยางนอกจักรยานยนต์ และยางนอกอื่นๆ ระหว่างปี 2556-2560

ประเภท	2556	2557	2558	2559	2560
ยางนอกรถยนต์นั่ง/รถกระบะ (เส้น)	20,795,211	19,353,044	20,406,991	21,515,815	21,146,982
%Δ	6.69	-6.94	5.45	5.43	-1.71
ยางนอกรถบรรทุกและรถโดยสาร (เส้น)	3,157,100	2,632,402	2,766,550	2,761,232	2,778,708
%Δ	-7.14	-17.11	5.10	-0.19	0.63
ยางนอกรถจักรยานยนต์ (เส้น)	16,902,246	16,482,104	17,130,133	17,534,724	18,370,391
%Δ	-0.76	-2.49	3.93	2.36	4.77
ยางนอกอื่นๆ (เส้น)	32,294	28,874	29,066	28,312	130,294
%Δ	-14.52	-10.59	0.66	-2.59	360.21

หมายเหตุ: ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าในระหว่างปี 2556-2560 มีการจำหน่ายยางนอกรถยนต์นั่ง/รถกระบะในประเทศมากที่สุด โดยในปี 2559 จำหน่ายสูงสุดถึง 21,515,815 เส้น ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2558 ร้อยละ 5.43 แต่กลับมามีอัตราการลดลงเล็กน้อยในปี 2560 สำหรับยางนอกรถจักรยานยนต์จำหน่ายในประเทศมากเป็นอันดับสอง โดยในปี 2560 มีปริมาณการจำหน่ายสูงสุด 18,370,391 เส้น ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 4.77 ส่วนยางนอกรถบรรทุกและรถโดยสารและยางนอกอื่นๆ มีการจำหน่ายในประเทศเป็นอันดับ 3 และ 4

ตามลำดับ ซึ่งการจำหน่ายโดยรวมมีทิศทางเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลจากการจำหน่ายยางนอกรถยนต์นั่ง/รถกระบะ ที่มีปริมาณการจำหน่ายสูงสุด เนื่องจากได้รับผลดีจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ที่ขยายตัวค่อนข้างมากในระยะหลัง

➤ **การส่งออกและตลาดส่งออก (เฉพาะยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่พิกัดศุลกากร HS 4011)**

ยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ ซึ่งประกอบด้วยยางล้อรถยนต์นั่ง/รถกระบะ ยางล้อรถโดยสาร/รถบรรทุก ยางล้อรถที่ใช้งานด้านการเกษตร ยางล้อรถจักรยานยนต์/จักรยาน สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกมากที่สุดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปชนิดอื่นๆ ของไทย โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกถึงร้อยละ 30 แสดงมูลค่าการส่งออกดังตารางที่ 2

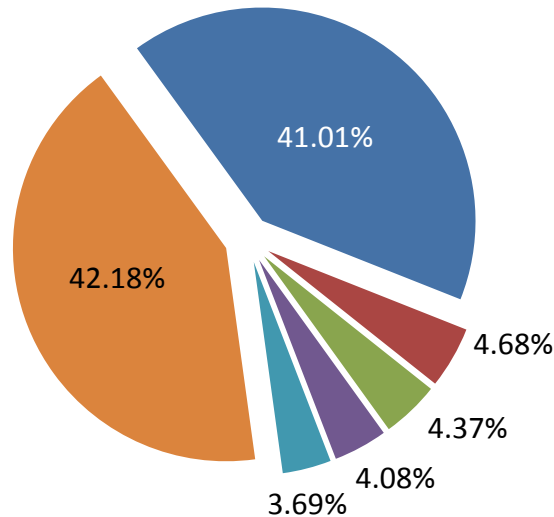
ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS Code 4011) ของไทย

ปี 2556-2560

ลำดับ	ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)					%Δ	%Δ	%Δ	%Δ
		2556	2557	2558	2559	2560	57/56	58/57	59/58	60/59
1	สหรัฐอเมริกา	25,548	26,205	35,623	46,173	61,001	2.57	35.94	29.61	32.11
2	มาเลเซีย	5,721	5,937	5,930	5,938	6,956	3.78	-0.12	0.13	17.14
3	ญี่ปุ่น	4,796	5,743	6,583	5,819	6,503	19.73	14.64	-11.61	11.76
4	ออสเตรเลีย	6,088	6,541	5,843	5,824	6,071	7.44	-10.68	-0.31	4.24
5	เวียดนาม	3,917	4,402	3,789	4,154	5,483	12.37	-13.92	9.63	32.00
6	ประเทศอื่นๆ	57,812	63,826	58,644	57,387	62,738	10.40	-8.12	-2.14	9.32
	รวม	103,882	112,653	116,412	125,295	148,753	8.44	3.34	7.63	18.72

ที่มา: กรมศุลกากร

จากตารางที่ 2 ภาพรวมมูลค่าการส่งออกยางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ไปยังตลาดโลกในระหว่างปี 2556-2560 มีทิศทางขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าการส่งออกรวมในปี 2560 ขยายตัวจากปี 2559 ร้อยละ 18.72 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 148,863 ล้านบาท โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากตลาดยานยนต์ของจีนที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อต้องการลดมลพิษทางอากาศ จึงมีการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านมาใช้รถอีโคคาร์เพื่อลดมลภาวะมากขึ้น และตลาดยานยนต์สหรัฐฯ ที่ยังมีความต้องการใช้รถยนต์เพิ่มขึ้น เพราะเศรษฐกิจสหรัฐฯ กลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง



■ สหรัฐอเมริกา ■ มาเลเซีย ■ ญี่ปุ่น ■ ออสเตรีย ■ เวียดนาม ■ ประเทศอื่นๆ

ที่มา: กรมศุลกากร

### รูปที่ 1 ตลาดส่งออกภายนอกชนิดอัตโนมัติที่เป็นของใหม่ของไทยปี 2560

ตลาดส่งออกของไทยที่มีส่วนแบ่งมูลค่าตลาดสูงสุด คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนถึงร้อยละ 41.01 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รองลงมา คือ ประเทศมาเลเซีย ประเทศญี่ปุ่น และประเทศออสเตรีย ตามลำดับ ซึ่งทุกตลาดมีทิศทางเติบโตตามอุปสงค์รถยนต์ที่ขยายตัวดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 จนถึงปี 2560 สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งเป็นเพราะว่าตลาดรถยนต์อีวี กำลังเติบโต ทำให้ความต้องการยางฯ เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากรถยนต์ระบบเชื้อเพลิงที่พื้นตัวเช่นกัน เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจโลกที่กลับมาเติบโตได้ดีอีกครั้ง

#### ➤ การนำเข้าและแหล่งนำเข้า (เฉพาะยางนอกชนิดอัตโนมัติที่เป็นของใหม่พิกัดศุลกากร HS 4011)

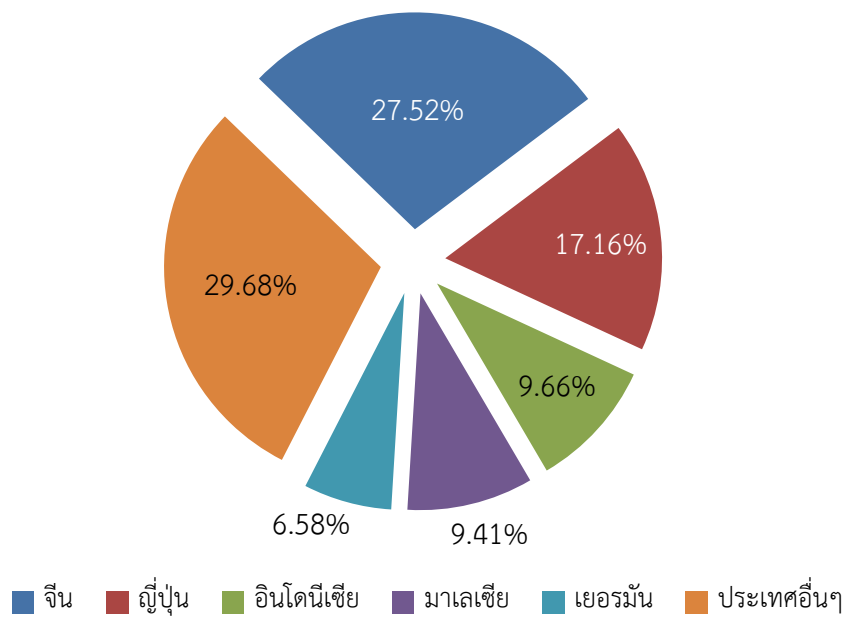
ประเทศไทยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางนอกชนิดอัตโนมัติที่เป็นของใหม่มีมูลค่าสูงสุดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปชนิดอื่นๆ โดยในปี 2560 มีมูลค่าการนำเข้า 11,917 ล้านบาท แต่การนำเข้ายังมีสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ายางล้อรุ่นที่ไม่มีผลิตในประเทศหรือผลิตไม่เพียงพอ ทำให้ราคานำเข้าค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับยางล้อที่จำหน่ายในประเทศ อีกทั้งยางล้อนำเข้าบางชนิดเน้นคุณภาพพิเศษที่เหมาะสมกับรถยนต์บางรุ่น เช่น ยางล้อสำหรับรถแข่ง

ตารางที่ 3 มูลค่าการนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ (HS Code 4011) ของไทย  
ปี 2556-2560

ลำดับ	ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)					%Δ	%Δ	%Δ	%Δ
		2556	2557	2558	2559	2560	57/56	58/57	59/58	60/59
1	จีน	3,316	2,763	2,813	3,112	3,279	-16.69	1.84	10.60	5.38
2	ญี่ปุ่น	2,591	2,584	2,230	2,366	2,045	-0.29	-13.70	6.13	-13.60
3	อินโดนีเซีย	909	901	1,218	1,017	1,151	-0.89	35.12	-16.46	13.13
4	มาเลเซีย	861	690	781	857	1,121	-19.91	13.18	9.77	30.87
5	เยอรมัน	464	456	537	725	784	-1.70	17.60	35.07	8.18
6	ประเทศอื่นๆ	3,513	3,281	3,535	3,925	3,537	-6.60	7.74	11.05	-9.90
	รวม	11,655	10,674	11,113	12,002	11,917	-8.41	4.11	8.00	-0.71

ที่มา: กรมศุลกากร

จากตารางที่ 3 ภาพรวมมูลค่าการนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของไทยระหว่างปี 2556-2560 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นใน 2558 และ 2559 แต่หดตัวลงเล็กน้อยในปี 2560 เล็กน้อย โดยในปี 2560 มีมูลค่าการนำเข้า 11,917 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.71 เนื่องจากผลผลิตยางฯ ภายในประเทศเพียงพอ และแบรนด์ต่างประเทศมีการสร้างโรงงานที่ไทยมากขึ้น



ที่มา: กรมศุลกากร

รูปที่ 2 แหล่งนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่ของไทยปี 2560

ประเทศไทยนำเข้ายางนอกชนิดอัดลมที่เป็นของใหม่จากประเทศจีนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.52 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด รองลงมาคือ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซีย ตามลำดับ ซึ่งการนำเข้าจากประเทศจีน ประเทศมาเลเซีย และประเทศเยอรมัน การนำเข้ามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง