

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม | OFFICE OF INDUSTRIAL ECONOMICS

การศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมผลิตยางล้อรถยนต์ของไทยเพื่อการส่งออก

2567

สถาบันพลาสติก Plastics Institute of Thailand

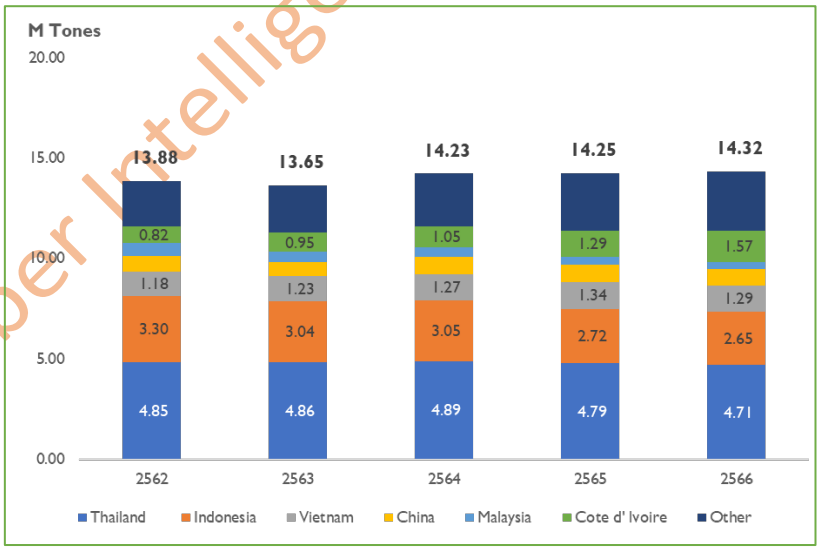
PIC Plastics Intelligent Center

การศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์ของไทยเพื่อการส่งออกเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันในกลุ่มประเทศอาเซียน

สถานการณ์ยางธรรมชาติ

ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติ

ภาพรวมรวมปริมาณการผลิตยางธรรมชาติย้อนหลัง 5 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 ประเทศไทยผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งอย่างต่อเนื่อง มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ -1.09 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ -0.73 รองมาคือประเทศอินโดนีเซียมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ -6.0 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ -5.34 ถ้าพิจารณาจากสองปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 ถึง พ.ศ. 2566) พบว่าประเทศโกตดิวัวร์แซงประเทศเวียดนามขึ้นมาเป็นประเทศที่ผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดเป็นอันดับสาม ประเทศโกตดิวัวร์มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 20.44 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 25.92 และประเทศเวียดนามเป็นอันดับสี่ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 2.64 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 3.25 ส่วนอันดับห้านั้นเป็นประเทศจีนและอินเดียที่จะสลับอันดับกันอยู่ตลอด แต่ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติต่อปีของทั้งสองประเทศนั้นไม่เคยมากกว่า 1 ล้านตัน (ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา)



รูปที่ 1 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติประเทศที่สำคัญย้อนหลัง 5 ปี (ที่มา : ANRPC)

พื้นที่เพาะปลูกยางพาราและผลผลิตต่อพื้นที่เพาะปลูก

ข้อมูลจากองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO: Food and Agriculture Organization of the United Nations) ช่วง 5 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2561 ถึง พ.ศ. 2565 (เนื่องจาก FAO รวบรวม

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก

ข้อมูลย้อนหลัง 1 ปี ณ ปีปัจจุบัน) โดยเราได้คัดเลือกประเทศผลิตยางธรรมชาติมากที่สุด 5 อันดับ (รูปที่ 1) พบว่า พ.ศ. 2565 ประเทศอินโดนีเซียที่เป็นประเทศผลิตยางธรรมชาติมากที่เป็นอันดับสองมีพื้นที่เพาะปลูกยางพารามากที่สุด รองมาคือประเทศไทย และประเทศมาเลเซียเป็นอันดับที่สาม

	2561	2562	2563	2564	2565
Thailand	3,203,696	3,272,927	3,517,511	3,516,091	3,508,546
Indonesia	3,671,387	3,683,482	3,726,173	3,776,486	3,826,451
Viet Nam	689,486	708,733	728,764	752,373	727,909
China	693,838	707,102	745,000	746,000	809,872
Malaysia	1,082,992	1,113,131	1,139,140	1,137,140	1,136,140
Côte d'Ivoire	385,314	481,801	578,500	646,300	796,204

ตารางที่ 1 พื้นที่เพาะปลูกยางธรรมชาติประเทศที่สำคัญย้อนหลัง 5 ปี (หน่วย: เฮกเตอร์[1]) (ที่มา : FAO[2])

แต่หากเราพิจารณาผลผลิตยางธรรมชาติต่อพื้นที่เพาะปลูกประกอบ พบว่าประเทศเวียดนามได้ผลผลิตต่อพื้นที่คุ้มค่ามากที่สุด รองมาคือประเทศโกตดิวัวร์ และประเทศไทยเป็นอันดับสามที่ให้ผลผลิตยางธรรมชาติต่อพื้นที่เพาะปลูกมากสุด

ซึ่งผลผลิตต่อพื้นที่เพาะปลูกของไทยลดลงมาตลอดช่วง 5 ปี ส่วนหนึ่งมาจากหลายปัจจัย ทั้งการขาดแคลนแรงงานช่วงโควิดและแรงงานย้ายออกจากภาคเกษตรกรรมปสู่ภาคอุตสาหกรรมที่ให้ผลตอบแทนด้านค่าจ้างหรือรายได้ที่ดีกว่า หรือนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนเกษตรกรโค่นต้นยางพาราที่อายุมากและให้น้ำยางน้อยลง และหันไปปลูกพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น เพื่อช่วยลดปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติภายในประเทศเพื่อพยุงราคายางพาราในประเทศให้เพิ่มขึ้นตามหลักอุปสงค์อุปทาน แต่นโยบายนี้ไม่ได้รับการตอบสนองมากเท่าไรนัก เนื่องจากเกษตรกรบางส่วนมองว่าการโค่นต้นยางพาราเพื่อนำไปขายให้หน่วยงานรัฐนั้นมีค่าใช้จ่ายทั้งการโค่น การเลื่อย และการขนส่ง ซึ่งไม่คุ้มค่ากับราคารับซื้อไม้ยางพาราตามประกาศของภาครัฐ ปัจจุบันจึงยังมีเกษตรกรบางส่วนที่กรีดน้ำยางจากต้นยางพาราแก่อยู่ถึงแม้ว่าจะให้ผลผลิตน้อยลงก็ตาม

และการที่สัดส่วนผลผลิตยางพาราต่อพื้นที่เพาะปลูกประเทศมาเลเซียอยู่ในระดับที่ต่ำ เพราะว่าช่วง พ.ศ. 2520 ถึง พ.ศ. 2530 มาเลเซียเคยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติมากที่สุดอันดับ 1 แต่ พ.ศ. 2531 มาเลเซียประสบปัญหาราคายางตกต่ำและยางแปรรูปล้นตลาดโลก ประกอบกับการขาดแคลนแรงงานกรีดยางช่วงที่อุตสาหกรรมขยายตัว ในทางกลับกัน ปริมาณการผลิตยางของประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นในช่วง พ.ศ. 2525 ถึง พ.ศ. 2535 เนื่องจากไทยมีการขยายพื้นที่เพาะปลูกยางพารามากขึ้นทั้งในภาคใต้ ภาค

[1] 1 เฮกตาร์ = 10, 000 ตารางเมตร = 6 ไร่ 1 งาน

[2] https://www.fao.org/ (Food and Agriculture Organization of the United Nations)

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันวิจัยยาง

ตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขณะเดียวกันสำนักงานกองทุนสงเคราะห์สวนยางได้ปรับปรุงพันธุ์ยางพาราและส่งเสริมการปลูกยางพันธ์ดีที่ให้ผลผลิตสูงทดแทนยางพันธุ์พื้นเมือง จนประเทศไทยกลายเป็นผู้ส่งออกยางแปรรูปมากที่สุดในโลกตั้งแต่ พ.ศ. 2534 เป็นต้นมา

	2561	2562	2563	2564	2565
Thailand	1,502.50	1,478.80	1,381.60	1,391.40	1,375.50
Indonesia	988.80	936.30	815.10	806.40	819.40
Viet Nam	1,650.10	1,668.40	1,682.40	1,690.70	1,840.20
China	1,187.70	1,187.80	923.00	1,004.00	1,040.90
Malaysia	557.1	574.8	451.8	413	331.9
Côte d'Ivoire	1,619.8	1,619	1,618.1	1,702.6	1,615.2

ตารางที่ 2 ผลผลิตยางธรรมชาติต่อพื้นที่เพาะปลูกยางธรรมชาติประเทศที่สำคัญย้อนหลัง 5 ปี (หน่วย: กิโลกรัมต่อเฮกเตอร์) (ที่มา : FAO)

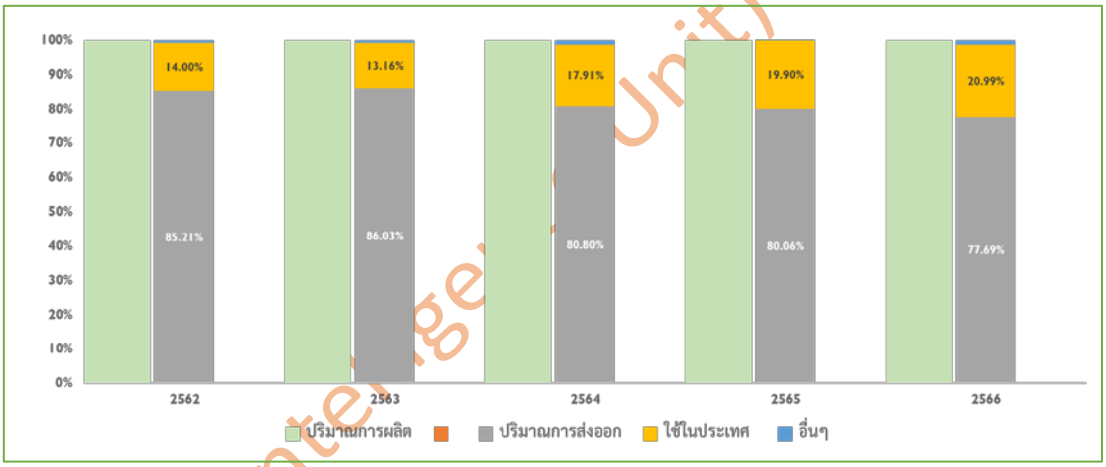
เพื่อแก้ไขปัญหาราคายางตกต่ำและการขาดแคลนแรงงานกรีดยางเพราะการไหลออกของแรงงานภาคเกษตรกรรมไปสู่ภาคอุตสาหกรรม มาเลเซียจึงออกนโยบายลดพื้นที่ปลูกยางพาราเนื่องจากต้นยางพาราส่วนใหญ่ในขณะนั้นมีอายุมากทำให้ได้น้ำยางพาราน้อยลง และมาเลเซียส่งเสริมการปลูกพืชเศรษฐกิจอื่นที่ให้ผลผลิตตอบแทนเร็วกว่ายางพารา (ต้นยางพาราต้องใช้เวลาปลูกประมาณ 7 ปี จึ้งสามารถกรีดน้ำยางได้) อาทิ โกโก้และปาล์มน้ำมัน ทำให้ต่อมาประเทศมาเลเซียเป็นประเทศผลิตและส่งออกปาล์มน้ำมันอันดับหนึ่งของโลก แต่มาเลเซียยังคงมีพื้นที่ปลูกยางมากอยู่ เพื่อส่งเสริมการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ สนับสนุนภาคแรงงานให้มีงานทำ และสนับสนุนอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางด้วยการใช้ยางพาราภายในประเทศให้มากขึ้นเพื่อดูดซับอุปทานส่วนเกินยางพาราในตลาดภายในประเทศ มาเลเซียจึงมุ่งเน้นเพิ่มการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ยาง เพราะเมื่อแปรรูปยางพาราเป็นผลิตภัณฑ์ยางแล้วจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ยางพารามากกว่าการส่งออกยางพาราในรูปแบบของวัตถุดิบ ด้วยการแปรรูปยางพาราเป็นยางก้อนถ้วย (cup lump rubber) เนื่องจากขาดแคลนแรงงานสำหรับเก็บน้ำยาง และนำยางก้อนถ้วยแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยาง อาทิ ชิ้นส่วนยานยนต์ ยางล้อ รองเท้าและวัสดุประกอบ ท่อยาง และส่งเสริมการแปรรูปน้ำยางจากการนำเข้าเป็นผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้น้ำยาง อาทิ ถุงมือยาง ถุงยาง จากนโยบายที่เป็นยุทธศาสตร์ชาติ มาเลเซียจัดตั้งคณะกรรมการยางแห่งมาเลเซีย (Malaysian Rubber Board) ทำหน้าที่กำกับ ดูแล ขับเคลื่อนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับยางพาราทั้งหมดตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการแปรรูปและส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพารา ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพาราทั้งระบบ และมีสภายางพารามาเลเซีย (Malaysian Rubber Council: MRC) โดยจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัดโดยการค้ำประกันภายใต้กระทรวงการเพาะปลูกและสินค้าโภคภัณฑ์ (the Ministry of Plantation and Commodities: KPK) สภายางพารามาเลเซียอยู่ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้ง

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันวิจัยยาง

จากกระทรวงอุตสาหกรรมการเพาะปลูกและสินค้าโภคภัณฑ์ และได้รับมอบหมายให้ดำเนินการส่งเสริมตลาดยางและผลิตภัณฑ์ยางคุณภาพของมาเลเซียในตลาดโลก “ยิ่งไปกว่านั้นสาเหตุหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้มาเลเซียก้าวขึ้นเป็นประเทศผู้นำการส่งออกถุงมือยางรายใหญ่ของโลก คือการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนทำให้มีเทคโนโลยีการผลิตที่รวดเร็วและทันสมัย กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพสูง มาเลเซียสามารถผลิตถุงมือยางได้มากกว่าไทยประมาณ 4 เท่า ผู้ผลิตถุงมือยางของมาเลเซียกว่าครึ่งได้รับมาตรฐาน SMG (Standard Malaysian Gloves) ของมาเลเซียที่เป็นไปตามมาตรฐานที่สำนักงานอาหารและยาสหรัฐอเมริกา (U.S. Food and Drug Administration: USFDA) กำหนด โดยเฉพาะถุงมือทางการแพทย์ที่อยู่ในระดับพรีเมียมที่มีคุณภาพและราคาสูง เป็นที่ยอมรับจากประเทศคู่ค้าสำคัญ”[3]

ภาพรวมการผลิตและการส่งออกยางพาราประเทศไทย

ปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566) อยู่ระดับมากกว่า 4 ล้านตัน ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่การส่งออกเป็นวัตถุดิบไปต่างประเทศเพื่อนำไปแปรรูป แต่ช่วงสองปีล่าสุดประเทศไทยมีสัดส่วนการแปรรูปในประเทศมากขึ้น



รูปที่ 2 สัดส่วนผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี [4]

แนวโน้มผลผลิตยางธรรมชาติต่อพื้นที่เพาะปลูกของไทยภาคเหนือมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ ส่วนตะวันออกเฉียงเหนือค่อนข้างทรงตัว ส่วนภาคใต้มีแนวโน้มลดลง และเมื่อพิจารณาปี พ.ศ. 2565 พบว่าจังหวัดบึงกาฬให้ผลผลิตต่อไร่มากที่สุดอยู่ที่ 248 กิโลกรัมต่อไร่ รองมาคือ สุราษฎร์ธานีให้ผลผลิตต่อไร่เท่ากันอยู่ที่ 233 กิโลกรัมต่อไร่ หนองคายและบุรีรัมย์ให้ผลผลิตต่อไร่เท่ากันอยู่ที่ 232 กิโลกรัมต่อไร่ และสตูลให้ผลผลิตต่อไร่เท่ากันอยู่ที่ 231 กิโลกรัมต่อไร่

[3] ที่มา “ความเป็นไปได้และความคาดหวังในการพัฒนาน้ำยางข้นไปสู่ถุงมือยาง” ธนาคารแห่งประเทศไทย

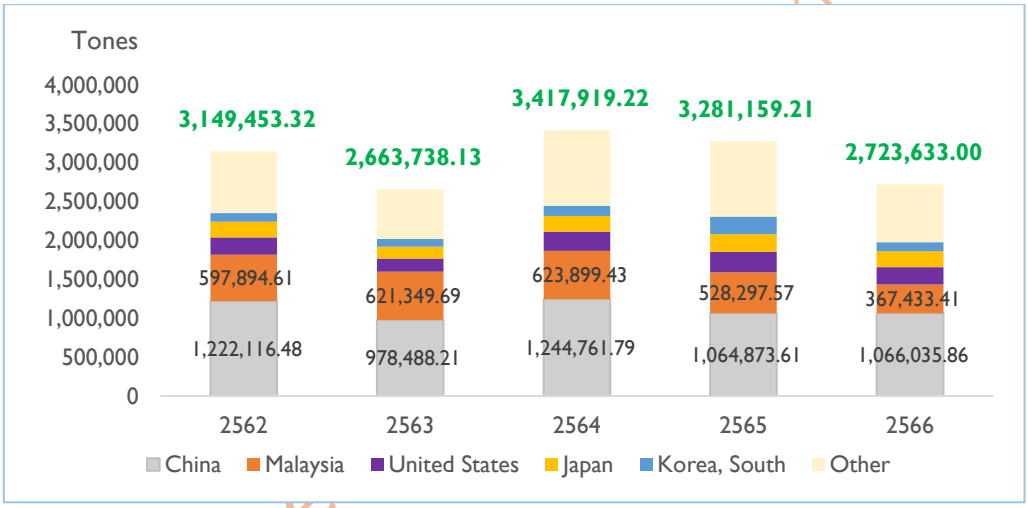
[4] ที่มา : กองการยาง กรมวิชาการเกษตร , จัดทำข้อมูลโดยฝ่ายข้อมูลฯ สถาบันพลาสติก

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก

	2561	2562	2563	2564	2565
ภาคเหนือ	177	177	181	187	195
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	222	215	218	224	225
ภาคกลาง	206	200	192	188	179
ภาคใต้	254	240	232	232	223
รวมทั้งประเทศ (เฉลี่ย)	237	226	221	223	217

ตารางที่ 3 ผลผลิตยางธรรมชาติต่อพื้นที่เพาะปลูกยางธรรมชาติของประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี (หน่วย: กิโลกรัมต่อไร่)[5]

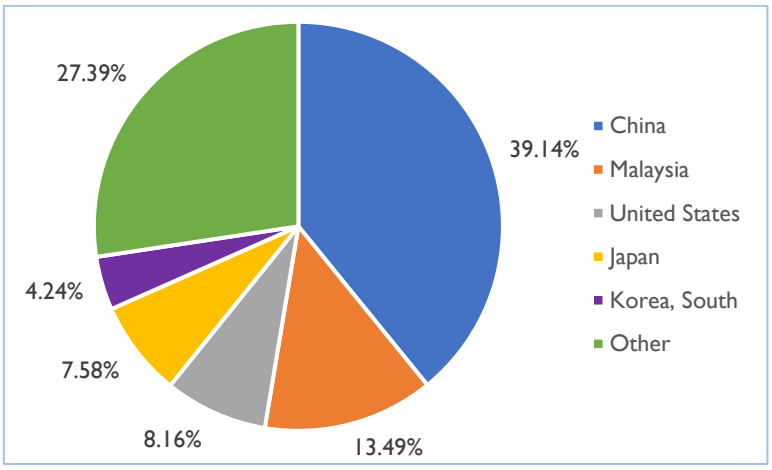
ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของประเทศไทยไปประเทศคู่ค้าสำคัญ 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่จะส่งออกไปประเทศจีนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และประเทศมาเลเซียเป็นอันดับสอง



รูปที่ 3 ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติ (HS code: 4001) ประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี (ที่มา : GTA)

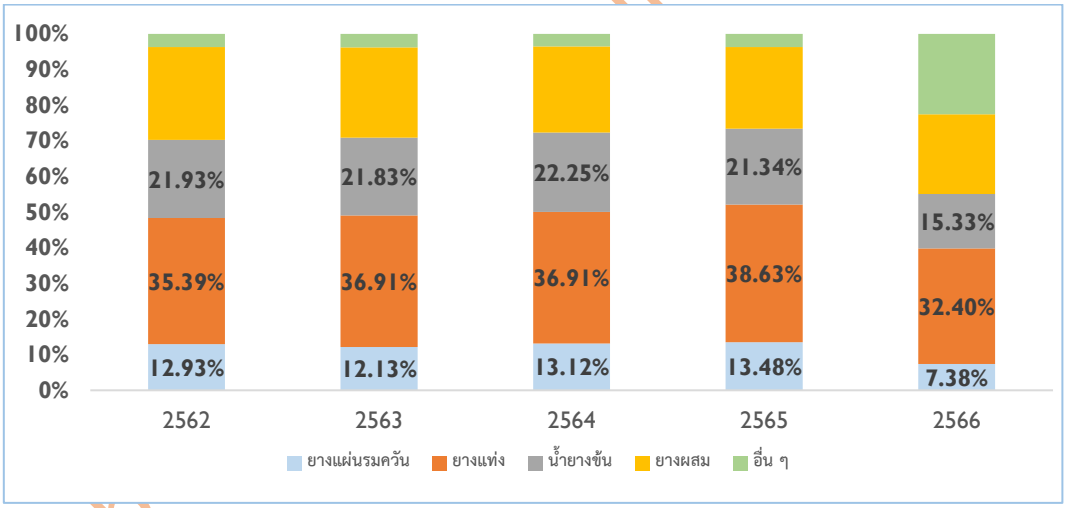
เมื่อพิจารณาจากปี พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมา ประเทศไทยส่งออกยางธรรมชาติไปประเทศจีนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.14 รองมาคือประเทศมาเลเซียคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.49 และประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับสามคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.16

[5] ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



รูปที่ 4 สัดส่วนการส่งออกยางธรรมชาติ (HS code: 4001) ประเทศไทยไปประเทศคู่ค้าสำคัญ พ.ศ. 2566 (ที่มา : GTA)

และเมื่อพิจารณาปริมาณการผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยแบ่งออกเป็นยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และน้ำยางข้น พบว่าประเทศจะผลิตยางแท่งเป็นสัดส่วนมากที่สุด รองมาคือน้ำยางข้น และยางแผ่น (ส่วนยางผสมนั้นผู้จัดทำคาดว่าจะเป็นกลุ่ม Mixed rubber หรือ Compound rubber ที่มีการเติมสารต่างๆ หรือยางสังเคราะห์ประเภทต่างๆ เพื่อเพิ่มคุณสมบัติ หรือปรับปรุงคุณภาพของยางเหล่านั้น ส่วนกลุ่มอื่นๆ คาดว่าจะเป็นยางก้อนถ้วย ยางเครฟ ยางสกิม และเศษยางธรรมชาติอื่นๆ)

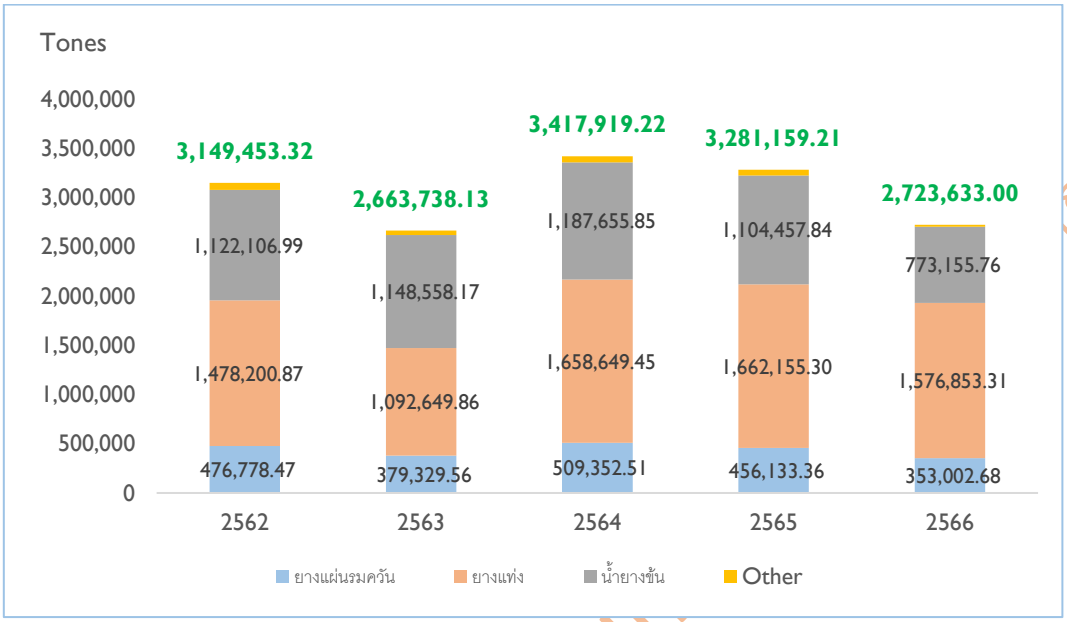


รูปที่ 5 สัดส่วนการผลิตยางธรรมชาติแบ่งตามประเภทของประเทศไทยย้อนหลัง (พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566)[6]

ในทิศทางเดียวกันกับการผลิตยางธรรมชาติ ประเทศไทยส่งออกยางธรรมชาติจำแนกตามประเภทเช่นเดียวกันกับสัดส่วนการผลิต คือส่งออกยางแท่งเป็นปริมาณมากที่สุด รองมาคือน้ำยางข้น และยางแผ่นรมควัน ตามลำดับ ปริมาณการส่งออกยางแท่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 3.49 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 1.63 ปริมาณการส่งออกน้ำยางข้นมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ -8.96 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate:

[6] ที่มา : กองการยาง กรมวิชาการเกษตร , จัดทำข้อมูลโดยฝ่ายข้อมูลฯ สถาบันพลาสติก

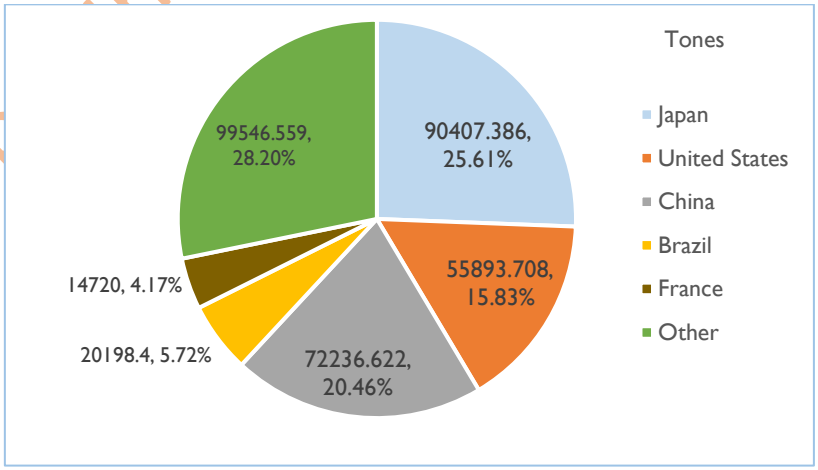
CAGR) อยู่ที่ร้อยละ -8.89 และปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ -6.77 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ -7.24



รูปที่ 6 ปริมาณการส่งออกยางแผ่น ยางแท่ง น้ำยางข้น[7] ของประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี (ที่มา : GTA)

ลำดับถัดมาเราจะพิจารณาสัดส่วนการส่งออกยางพาราประเภทต่างๆ ที่สำคัญของประเทศไทย พ.ศ. 2566 ไปประเทศคู่ค้าสำคัญเพื่อเป็นข้อมูลว่าประเทศคู่ค้าสำคัญของไทยนั้นมีความต้องการยางพาราประเภทใดบ้าง

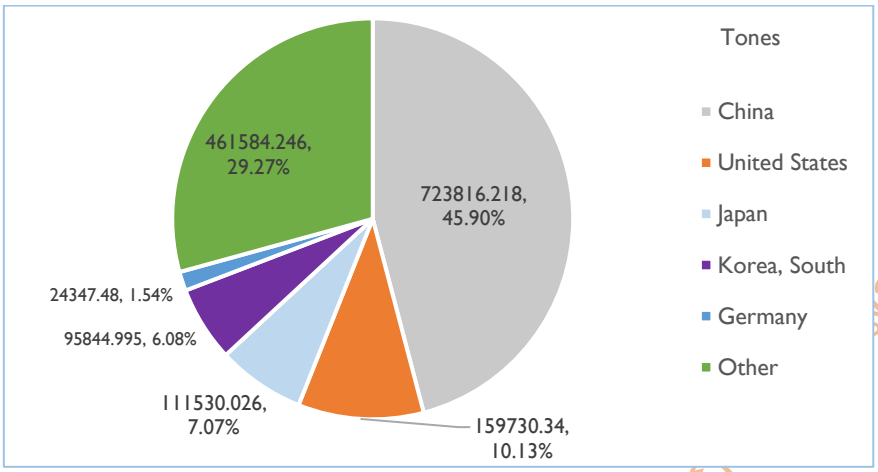
พ.ศ. 2566 ประเทศไทยส่งออกยางแผ่นรมควัน (HS code: 400121) มีปริมาณรวมทั้งหมด 353,002.68 ตัน ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับ 1 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.61 รองมาคือประเทศสหรัฐอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.83 และอันดับสามคือประเทศจีนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.46



รูปที่ 7 สัดส่วนปริมาณการส่งออกยางแผ่นรมควันของประเทศไทยไปประเทศต่างๆ ที่สำคัญ พ.ศ. 2566 (ที่มา : GTA)

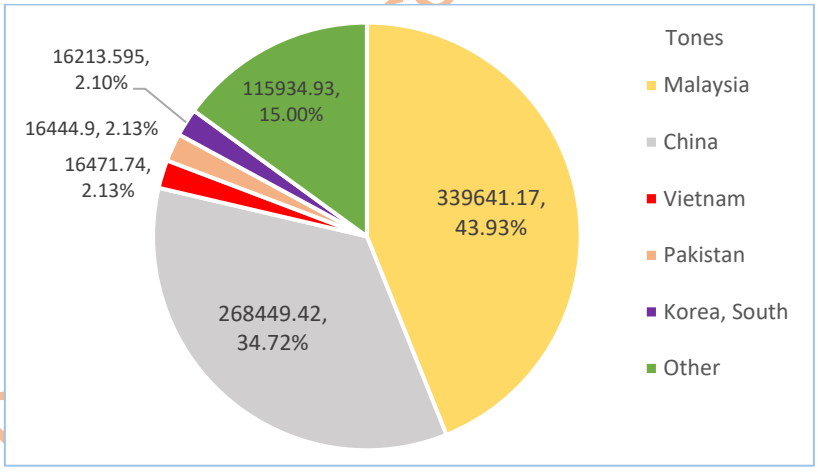
[7] ยางแผ่น HS code: 400121 , ยางแท่ง HS code: 400122 , น้ำยางข้น HS code: 400110 ; ที่มา GTA

พ.ศ. 2566 ประเทศไทยส่งออกยางแผ่นแท่ง (HS code: 400122) มีปริมาณรวมทั้งหมด 1,576.853.31 ตัน ส่งออกไปประเทศจีนเป็นอันดับ 1 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.90 รองมาคือประเทศสหรัฐอเมริกาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.13 และอันดับสามคือประเทศญี่ปุ่นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.07



รูปที่ 8 สัดส่วนปริมาณการส่งออกยางแท่งของประเทศไทยไปประเทศต่างๆ ที่สำคัญ พ.ศ. 2566 (ที่มา : GTA)

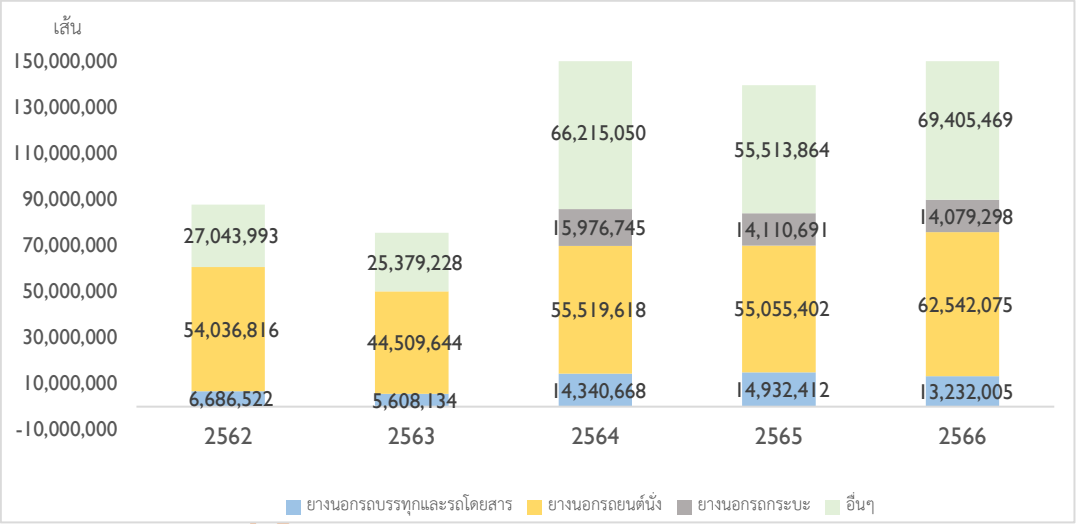
พ.ศ. 2566 ประเทศไทยส่งออกน้ำยางข้น (HS code: 400110) มีปริมาณรวมทั้งหมด 773,155.76 ตัน ส่งออกไปประเทศมาเลเซียเป็นอันดับ 1 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.93 รองมาคือประเทศจีนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.72 และอันดับสามคือประเทศเวียดนามคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.13



รูปที่ 9 สัดส่วนปริมาณการส่งออกน้ำยางข้นของประเทศไทยไปประเทศต่างๆ ที่สำคัญ พ.ศ. 2566 (ที่มา : GTA)

ภาพรวมปริมาณการผลิต การส่งออก ผลิตภัณฑ์ยางล้อประเทศไทย

จากข้อมูลสำรวจกลุ่มผู้ประกอบการผลผลิตยางล้อประเทศไทยโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (เฉพาะกลุ่มยางนอก) พบว่ายางนอกรถยนต์นั่งมีสัดส่วนปริมาณการผลิตมากที่สุด อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 2.93 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 3.72 รองมาคือยางนอกรถบรรทุกและรถโดยสาร อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 26.16 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 18.61 และยางนอกรถกระบะ (เริ่มเก็บข้อมูลแยกออกมาตั้งแต่พ.ศ. 2564) อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ -3.97 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ -6.13 ส่วนกลุ่มอื่นๆ นั้นประกอบด้วย ยางนอกรถจักรยาน ยางนอกรถจักรยานยนต์ ยางนอกรถแทรกเตอร์ และยางนอกอื่นๆ



รูปที่ 10 สัดส่วนปริมาณการผลิตยางนอกรถยนต์ประเภทต่างๆ ของประเทศไทย พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566

สัดส่วนวัสดุ องค์ประกอบยางล้อ

เราได้รวบรวมข้อมูลสัดส่วนวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ผลิตยางล้อ เพื่อเปรียบเทียบและอ้างอิง ซึ่งจากการสืบค้นพบว่ามีหลายข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

Materials (%)	Passenger/Light Truck tire	Truck tire
Natural rubber	19	34
Synthetic rubber	24	11
Steel	12	21
textile	4	0
fillers	26	24
Antioxidant, antiozonants, curing systems	14	10

ที่มาจาก https://www.ustires.org/whats-tire-0

ส่วนประกอบของยางล้อรถยนต์ (ร้อยละ)	รถยนต์นั่ง		รถบรรทุก	
	โครงสร้างธรรมดา	โครงสร้างเรเดียล	โครงสร้างธรรมดา	โครงสร้างเรเดียล
ยางธรรมชาติ	6	19	29	36
ยางสังเคราะห์	37	25	21	11
เขม่าถ่านดำ	27	25	25	23
สารประกอบเคมี	19	13	11	7
ผ้าใบ/เส้นยาง	7	7	10	1
เส้นลวดขอบ	4	5	4	4
โครงสร้างใยเหล็ก	0	6	0	18

ที่มาจาก บทวิเคราะห์เรื่อง "ทิศทางอุตสาหกรรมยางล้อของไทย"; https://rubber.oie.go.th/

Materials (%)	In USA		In European Union	
	Passenger tire	Truck tire	Passenger tire	Truck tire
Natural rubber	14	27	22	30
Synthetic rubber	27	14	23	15
Carbon bloack	28	28	28	20
Steel	14 - 15	15 - 15	13	25
Fabric, fillers, acclertors, antiozonant, etc	16 - 17	17 - 17	14	10
Average weight	New 11 kg, Scrap 9 kg	New 54 kg, Scrap 45 kg	New 8.5 kg, Scrap 7 kg	New 65 kg, Scrap 56 kg

ที่มาจาก https://contec.tech/what-are-tires-made-of/

ลำดับถัดไปเราจะพิจารณาการส่งออกของกลุ่มผลิตภัณฑ์ยางล้อ เนื่องจากยางล้อเป็นส่วนประกอบสำคัญของรถยนต์ และอุตสาหกรรมผลิตยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจประเทศไทยมาอย่างยาวนาน โดยเจาะศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่งและยางล้อรถบรรทุกเพราะว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนมากที่สุดในกลุ่มยางล้อ

มูลค่าการส่งออกรวมของประเทศไทย พ.ศ. 2566

มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย พ.ศ. 2566 อยู่ที่ 9,809,007.72 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 1.49 (%YoY)

กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางมีมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 456,492.21 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.65 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย พ.ศ. 2566 เมื่อเทียบกับพ.ศ. 2565 หดตัวร้อยละ 4.95 (% YoY)

(Rubber Intelligence Unit)

ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านบาท		อัตราขยายตัว (%YoY)	สัดส่วน (%)
	2565	2566	2566	2566
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	990,658.45	1,069,596.00	7.97%	10.90%
อัญมณีและเครื่องประดับ	517,812.38	509,830.76	-1.54%	5.20%
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	716,958.08	615,014.91	-14.22%	6.27%
ผลิตภัณฑ์ยาง	480,270.65	456,492.21	-4.95%	4.65%
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	242,298.15	240,097.24	-0.91%	2.45%
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	303,425.98	302,901.18	-0.17%	3.09%
แผงวงจรไฟฟ้า	323,350.87	333,664.41	3.19%	3.40%
เม็ดพลาสติก	368,743.10	305,840.30	-17.06%	3.12%
น้ำมันสำเร็จรูป	350,336.05	353,010.52	0.76%	3.60%
เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	243,590.62	223,213.01	-8.37%	2.28%
เคมีภัณฑ์	331,449.80	277,589.82	-16.25%	2.83%
สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	212,970.25	237,562.79	11.55%	2.42%
ข้าว	138,697.52	178,135.66	28.43%	1.82%
เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	189,297.34	222,883.91	17.74%	2.27%
เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่น ๆ	172,095.73	184,227.72	7.05%	1.88%
อื่น ๆ	4,375,117.70	4,298,947.30	-1.74%	43.83%
รวมทั้งสิ้น (ล้านบาท)	**9,957,072.66**	**9,809,007.72**	**-1.49%**	**100**

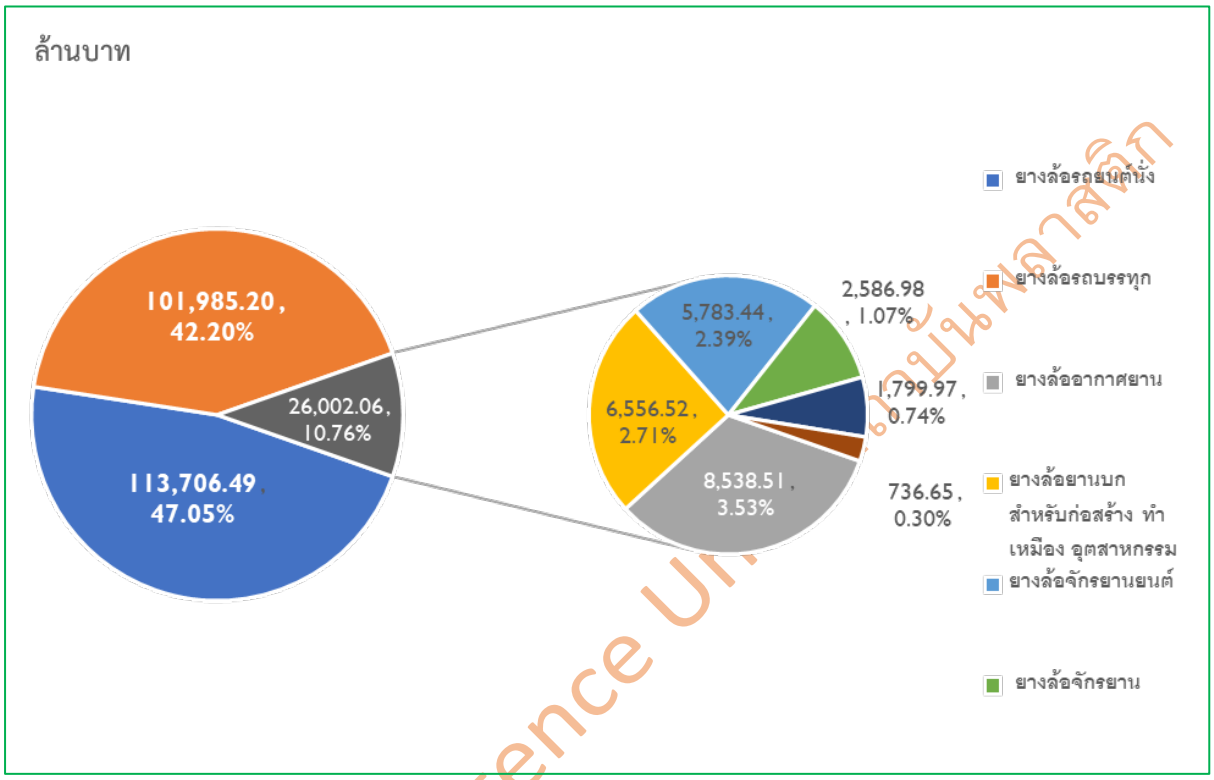
ตารางที่ 4 มูลค่าสินค้าส่งออก 15 อันดับแรกของไทย[8]

ภาพรวมการส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อของไทย พ.ศ. 2566

กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางมีมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 456,492.21 ล้านบาท โดยที่กลุ่มยางล้อทั้งหมดมีมูลค่าส่งออก 241,693.76 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.95 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยาง

[8] ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

และมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อทั้งหมดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.46 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย พ.ศ. 2566 และเมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2565 ที่มีมูลค่าการส่งออก 231,862.04 ล้านบาท พบว่า พ.ศ. 2566 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อทั้งหมดมีการขยายตัวร้อยละ 4.24 (% YoY)



รูปที่ 11 สัดส่วนมูลค่าการส่งผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อของประเทศไทย พ.ศ. 2566

ปี พ.ศ. 2566 ผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อของประเทศไทย[9]ที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดได้แก่ ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110)[10] มีมูลค่า 113,706.49 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.05 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อทั้งหมด รองมาคือ ยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120)[11] มีมูลค่า 101,985.20 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.20 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อทั้งหมด อันดับสามได้แก่ ยางล้ออากาศยาน (HS code 401130)[12] มีมูลค่า 8,538.51 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.53 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อทั้งหมด

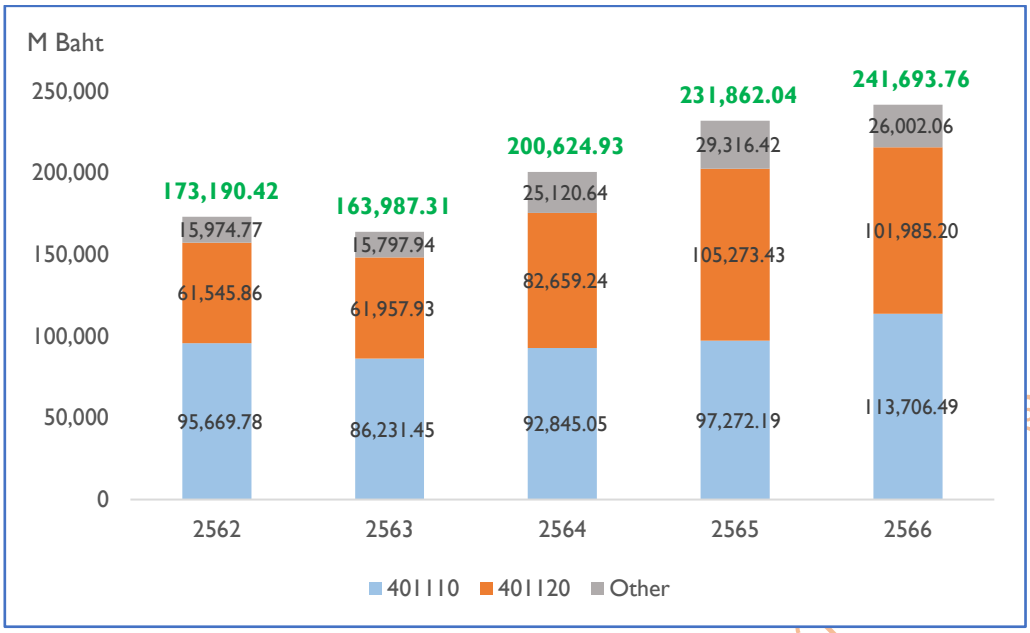
(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก

[9] ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

[10] HS code 401110 ยางนอกอัดลมที่เป็นของใหม่ ชนิดที่ใช้กับรถยนต์นั่ง (รวมถึงสเตชันแวกอนและรถแข่ง)

[11] Hs code 401120 ยางนอกอัดลมที่เป็นของใหม่ ชนิดที่ใช้กับรถบัสหรือรถบรรทุก

[12] Hs code 401130 ยางนอกอัดลมที่เป็นของใหม่ ชนิดที่ใช้กับอากาศยาน



รูปที่ 12 มูลค่าการส่งผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อของประเทศไทย พ.ศ. 2562 ถึงพ.ศ. 2566

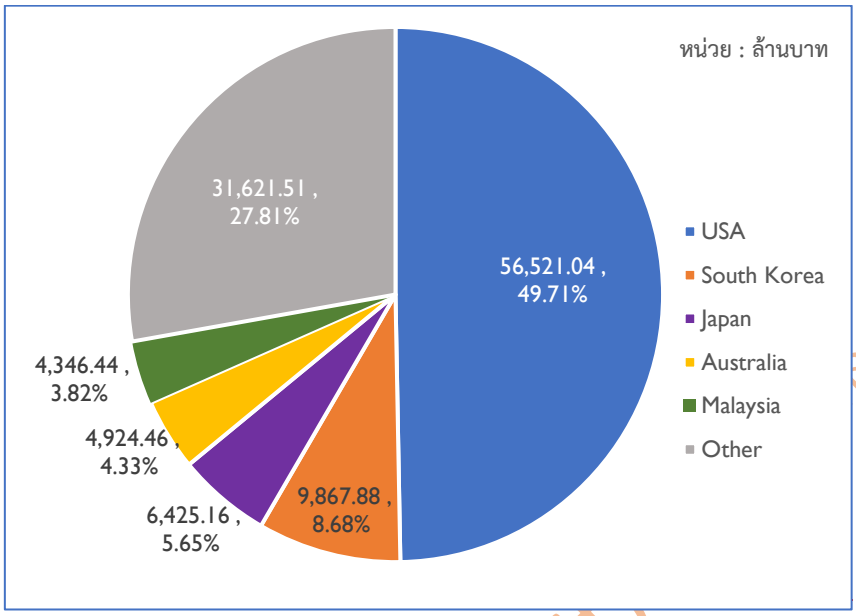
มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อทั้งหมดตั้งแต่พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ.2566 มีมูลค่าการส่งออก 173,190.42 ล้านบาท 163,987.31 ล้านบาท 200,624.93 ล้านบาท 231,862.04 ล้านบาท และ 241,693.76 ล้านบาท ตามลำดับ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 8.69 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 9.22

และเมื่อพิจารณาการเติบโตของมูลค่าการส่งออกจำแนกประเภท ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) และยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) ย้อนหลัง 5 ปีที่ผ่านมาของประเทศไทย (พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ.2566) พบว่ายางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 5.26 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 4.41 และยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 15.18 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 13.46

ตั้งแต่ พ.ศ. 2564 เป็นต้นมา มูลค่าการส่งออกยางล้อทั้งหมดเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ ส่วนหนึ่งจากการที่ประเทศจีนมีการลงทุนสร้างฐานการผลิตในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน และการย้ายฐานการผลิตเนื่องจากผลกระทบจากช่วงโควิดที่ประเทศจีนเป็นฐานการผลิตขนาดใหญ่ของโลก (Global supply chain) และจีนใช้มาตรการเข้มงวดปิดประเทศส่งผลให้ธุรกิจ อุตสาหกรรมการผลิตที่พึ่งพาฐานการผลิตของจีนไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ จึงเกิดการเคลื่อนย้ายฐานการผลิตออกจากจีน และขยายฐานการผลิตไปประเทศอื่นมากขึ้น

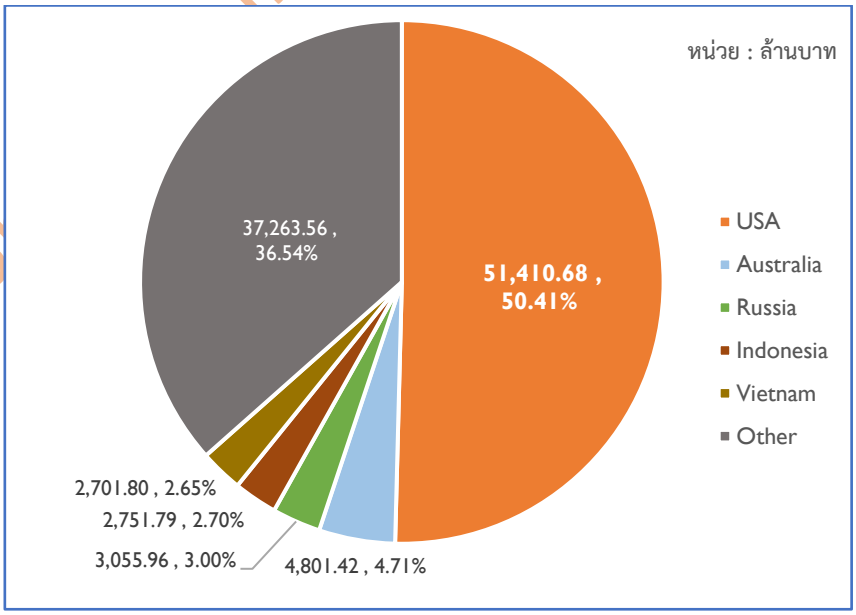
(Rubber Intelligence Unit) สถาบันวิจัยยาง

ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) และยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) สำคัญของประเทศไทย



รูปที่ 13 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) ของประเทศไทย ไปประเทศคู่ค้าสำคัญ พ.ศ. 2566

การส่งออกยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) ไปประเทศคู่ค้าสำคัญของประเทศไทย พ.ศ. 2566 มูลค่าการส่งออกทั้งหมด 113,706.49 ล้านบาท ส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด มูลค่า 56,521.04 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.71 รองมาคือประเทศเกาหลีใต้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.68 และอันดับที่ 3 คือประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.65



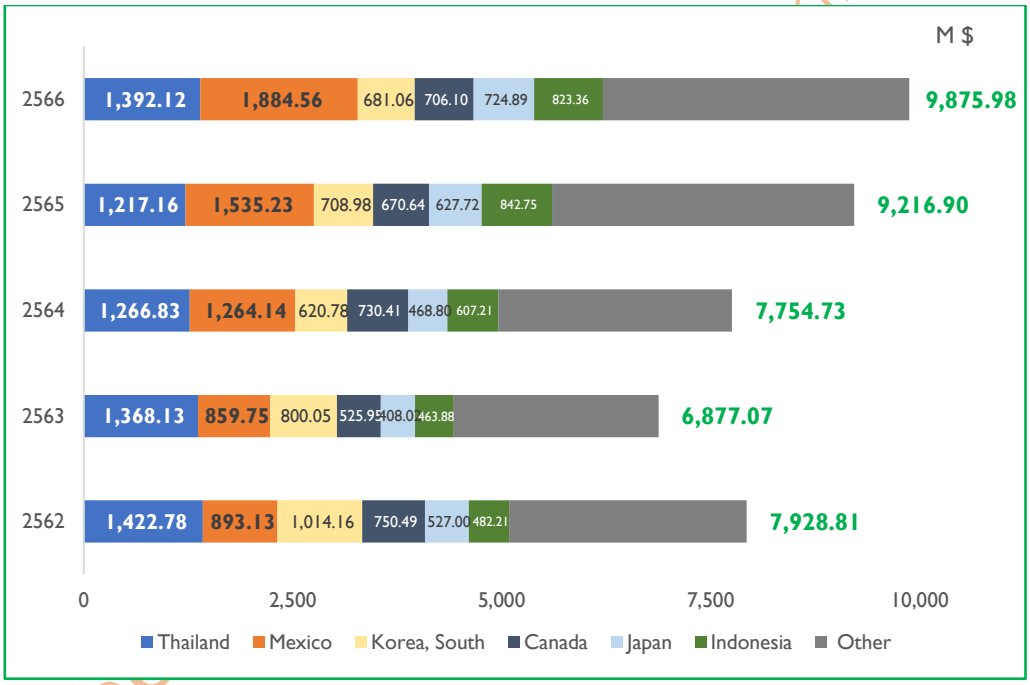
รูปที่ 14 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) ของประเทศไทย ไปประเทศคู่ค้าสำคัญ พ.ศ. 2566

และการส่งออกยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) ไปประเทศคู่ค้าสำคัญของประเทศไทย พ.ศ. 2566 มูลค่าการส่งออกทั้งหมด 101,985.20 ล้านบาท ส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด มูลค่า 51,410.68 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.41 รองมาคือประเทศออสเตรเลีย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.71 และอันดับที่ 3 คือประเทศรัสเซีย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.0

การนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งและยางล้อรถบรรทุกของประเทศสหรัฐอเมริกา

เมื่อพิจารณาจากการมูลค่าส่งออกทั้งยางล้อรถยนต์นั่งและยางล้อรถบรรทุกของประเทศไทย พบว่าการส่งออกสินค้าทั้งสองกลุ่มส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด ดังนั้นเราจึงควรมาพิจารณาประเทศสหรัฐอเมริกาที่เป็นประเทศคู่ค้าสำคัญอันดับ 1 ของประเทศไทยสำหรับการส่งออกทั้งยางล้อรถยนต์นั่ง และยางล้อรถบรรทุก

การนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งของประเทศสหรัฐอเมริกา



รูปที่ 15 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) ของประเทศสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566[13]

มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) ของประเทศสหรัฐอเมริกา (พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ.2566) พ.ศ. 2562 มีมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด 7,928.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จนถึง พ.ศ. 2566 ที่มีมูลค่าการนำเข้า 9,875.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 5.75 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 5.64

[13] ข้อมูลการนำเข้า ส่งออกของต่างประเทศแต่ละประเทศในบทความจะมีที่มาจาก GTA โดยใช้หน่วยเงินตราเป็นดอลลาร์สหรัฐทั้งหมด

ช่วงพ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 พบว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) จากประเทศไทยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 จนถึง พ.ศ. 2565 โดยที่สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าจากประเทศไทยเทียบกับมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดตั้งแต่พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.94, 19.89, 16.34, 13.21 และ 14.10 ตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 2.31 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ -0.54 (มูลค่าการนำเข้า พ.ศ. 2566 ลดลงเมื่อเทียบกับพ.ศ. 2562)

ที่น่าสนใจคือตั้งแต่พ.ศ. 2565 ประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่งจากประเทศเม็กซิโกแซงหน้าขึ้นมาเป็นอันดับ 1 มีการนำเข้าจากประเทศเม็กซิโกเพิ่มขึ้น สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าจากประเทศเม็กซิโกเทียบกับมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดตั้งแต่พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.26, 12.50, 16.30, 16.66 และ 19.08 ตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 20.63 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 20.52

การนำเข้าจากประเทศเม็กซิโกที่ปีล่าสุด (พ.ศ. 2566) ทั้งมูลค่าการนำเข้า สัดส่วน และอัตราการเติบโตทั้งอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) ถือว่าเติบโตแบบก้าวกระโดด ทั้งนี้เป็นผลจากข้อตกลงการค้าฉบับใหม่ ที่สหรัฐฯ เม็กซิโก แคนาดา ทำข้อตกลงร่วมกันแทนที่ NAFTA (North American Free Trade Agreement) เรียกว่า USMCA (United States – Mexico – Canada Agreement) โดยมีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง คือ

- **ถิ่นกำเนิดสินค้า** อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ว่าด้วยเรื่องถิ่นกำเนิดสินค้า (Rule of Origin) ข้อตกลงใหม่ปรับปรุงเพิ่มในเรื่องสัดส่วนของชิ้นส่วนที่นำมาใช้ผลิตเป็นร้อยละ 75 หมายถึง รถยนต์ รถบรรทุกต้องใช้ส่วนประกอบที่ผลิตในประเทศสมาชิกร้อยละ 75 จะต้องผลิตโดยแรงงานที่มีค่าแรงอย่างน้อย 16 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อชั่วโมง ซึ่งบริษัทผลิตรถยนต์มีเวลาในการปรับตัวเพื่อปฏิบัติตามเงื่อนไขภายใน 5 ปีหลังจากข้อตกลงมีผลบังคับใช้ และบริษัทจะต้องผ่านเงื่อนไขทั้งหมดถึงจะได้รับสิทธิประโยชน์ไม่เสียภาษีนำเข้า

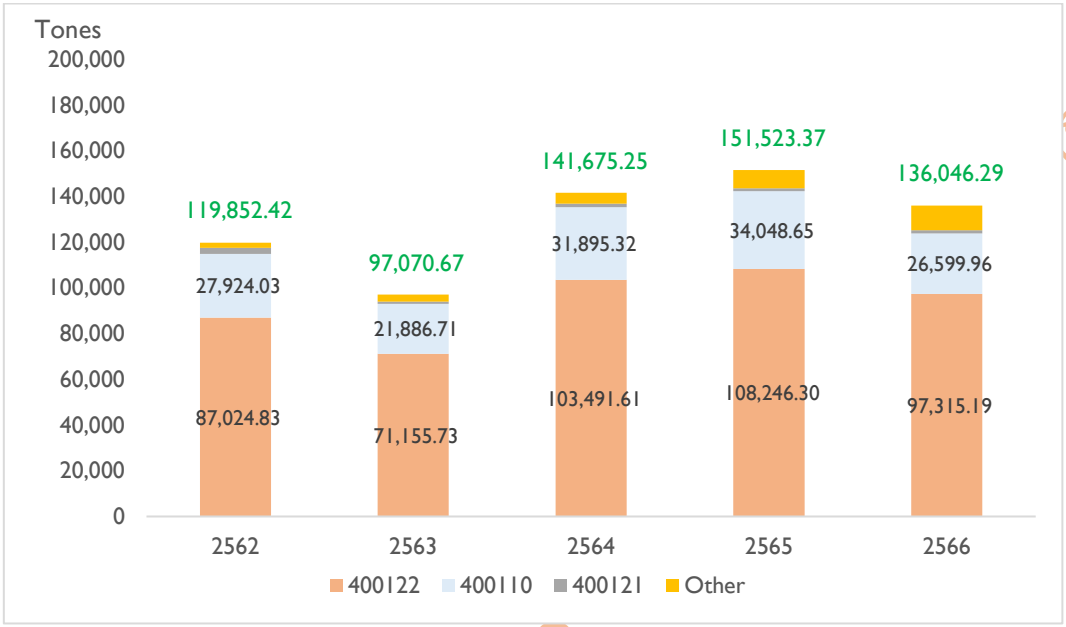
จากรายละเอียดของข้อตกลงการค้าดังกล่าวทำให้อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ที่มีฐานการผลิตอยู่ประเทศเม็กซิโกและประเทศแคนาดาที่ต้องการผลิตรถยนต์เพื่อส่งออกไปประเทศสหรัฐฯ จำเป็นต้องนำเข้าชิ้นส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งรวมถึงยางล้อรถยนต์ เพื่อให้ครอบคลุมข้อกำหนดร้อยละ 75 เพื่อให้ได้สิทธิประโยชน์ไม่เสียภาษีนำเข้าจากสหรัฐฯ

จากข้อมูลการนำเข้ายางล้อรถยนต์จากประเทศเม็กซิโกของประเทศสหรัฐอเมริกา เราจึงพิจารณาเพิ่มเติมว่าเม็กซิโกมีการนำเข้ายางพาราเพื่อนำมาผลิตยางล้อมากน้อยอย่างไร และนำเข้าจากที่ใดบ้าง

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันวิจัยยาง

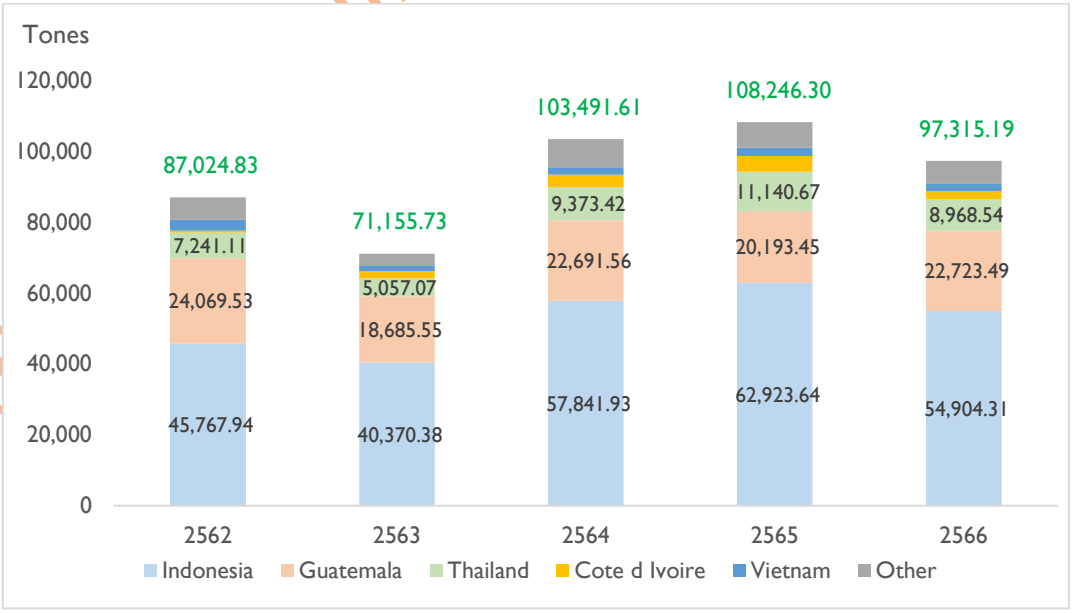
ข้อมูลการนำเข้ายางแท่งของประเทศเม็กซิโก

ประเทศเม็กซิโกนำเข้ายางแท่ง (HS code: 40122) มากที่สุด พ.ศ. 2566 คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 71.53 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 8.28 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 2.83



รูปที่ 16 ปริมาณการนำเข้ายางธรรมชาติจำแนกประเภทที่สำคัญของประเทศเม็กซิโก พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 (ที่มา GTA)

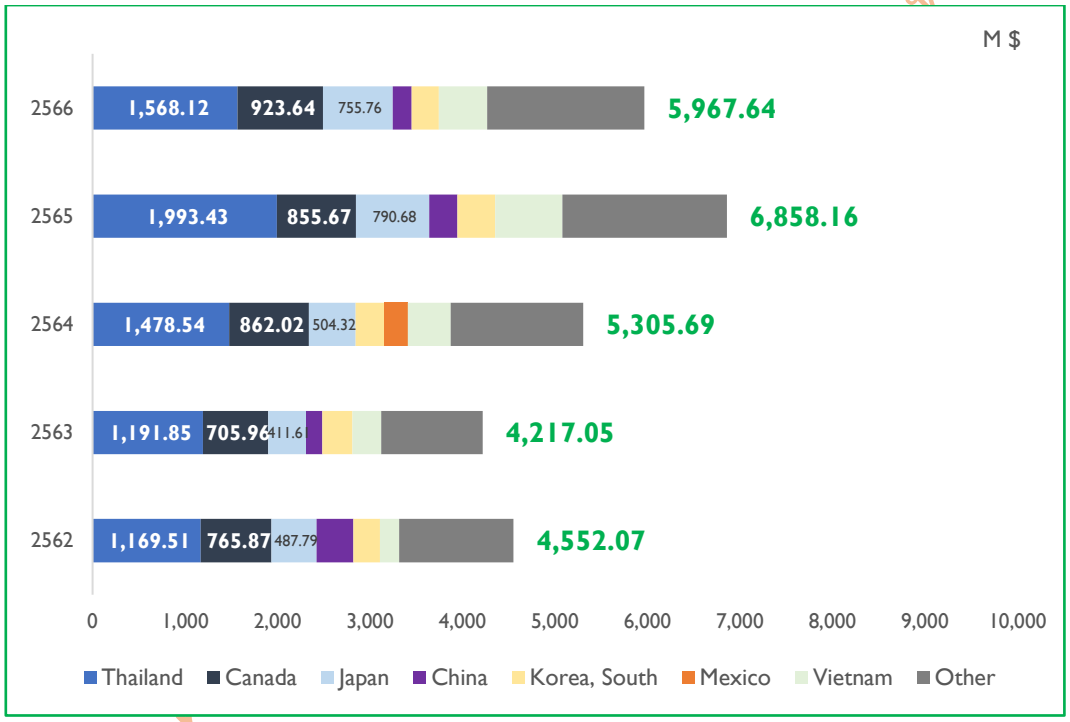
ประเทศเม็กซิโกนำเข้ายางแท่งจากประเทศอินโดนีเซียมากที่สุด รองมาคือประเทศกัวเตมาลา และประเทศไทย โดย พ.ศ. 2566 มีสัดส่วนการนำเข้าร้อยละ 56.42 ร้อยละ 23.35 และร้อยละ 9.22 ตามลำดับ



รูปที่ 17 สัดส่วนการนำเข้ายางแท่งจากประเทศต่างๆ ของประเทศเม็กซิโก พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 (ที่มา GTA)

การนำเข้ายางแท่งจากประเทศอินโดนีเซียของประเทศเม็กซิโกมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 13.31 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 4.66 การนำเข้ายางแท่งจากประเทศกัวเตมาลาของประเทศเม็กซิโกมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ -3.36 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ -1.43 และการนำเข้ายางแท่งจากประเทศไทยของประเทศเม็กซิโกมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 22.13 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 5.49

การนำเข้ายางล้อรถบรรทุกของประเทศสหรัฐอเมริกา



รูปที่ 18 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) ของประเทศสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566[14]

มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) ของประเทศสหรัฐอเมริกา (พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ.2566) พบว่ายางล้อรถยนต์บรรทุก (HS code 401120) พ.ศ. 2562 ที่มีมูลค่าการนำเข้า 4,552.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จนถึง พ.ศ. 2566 ที่มีมูลค่าการนำเข้า 5,967.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 7.18 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 7.0

[14] ที่มา GTA

ช่วงพ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 ประเทศสหรัฐอเมริกามีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) จากประเทศไทยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยที่สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าจากประเทศไทยเทียบกับมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดตั้งแต่พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.69, 28.26, 27.87, 29.07 และ 26.28 ตามลำดับ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 17.37 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 7.61 อันดับสองได้แก่ประเทศแคนาดา มูลค่าการนำเข้าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.82, 16.74, 16.25, 12.48 และ 15.48 ตามลำดับ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 5.08 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 4.79 อันดับสามได้แก่ประเทศญี่ปุ่น มูลค่าการนำเข้าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.72, 9.76, 9.51, 11.53 และ 12.66 ตามลำดับ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 14.76 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 11.57

ต่อมาเพื่อศึกษาการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกาที่เป็นประเทศคู่ค้าสำคัญ ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage : RCA) เพื่อศึกษาศักยภาพการแข่งขันด้านการส่งออกสินค้าแต่ละชนิดไปประเทศเป้าหมายโดยการเปรียบเทียบค่า RCA ของแต่ละประเทศคู่แข่งที่ต้องการศึกษา และส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) เพื่อศึกษาสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้าของแต่ละประเทศเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งตลาดประเทศเป้าหมาย

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage : RCA)

$$RCA_i = \frac{X_{ik}/X_k}{M_{iu}/M_u}$$

โดยที่ RCA_i คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสินค้า i

X_{ik} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ k

X_k คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ k

M_{iu} คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า i ของประเทศ u

M_u คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ u

ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

$$MS_{iu} = \frac{X_{ik}}{M_{iu}} (\%)$$

โดยที่ MS_{iu} คือ ดัชนีส่วนแบ่งตลาดสินค้า i ของประเทศ u

X_{ik} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของประเทศ k

M_{iu} คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า i ของประเทศ u

เพื่อพิจารณาศักยภาพการส่งออกของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งอื่นๆ ที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์ทั้ง 2 ประเภทไปประเทศสหรัฐอเมริกา

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก

มูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาย้อนหลัง 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ระดับมากกว่าพันล้านดอลลาร์สหรัฐตลอดมา แต่มีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ พ.ศ. 2563 ซึ่งสวนทางกับมูลค่าการนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งของประเทศสหรัฐอเมริกาที่แนวโน้มกลับมาเพิ่มขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2564 เป็นต้นมา (รูปที่ 5)

	Thailand	Mexico	South Korea	Canada	Japan	Indonesia
2562	1,422.78	893.13	1,014.16	750.49	527.00	482.21
2563	1,368.13	859.75	800.05	525.95	408.02	463.88
2564	1,266.83	1,264.14	620.78	730.41	468.80	607.21
2565	1,217.16	1,535.23	708.98	670.64	627.72	842.75
2566	1,392.12	1,884.56	681.06	706.10	724.89	823.36

ตารางที่ 5 มูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของ 6 ประเทศสำคัญไปประเทศสหรัฐอเมริกา (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่ง และมีส่วนแบ่งตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ในระดับสูง แต่เริ่มสูญเสียความได้เปรียบและส่วนแบ่งตลาด ตั้งแต่ พ.ศ. 2564 เป็นต้นมาให้แก่ ประเทศเม็กซิโก ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอินโดนีเซีย RCA index และ Market Share ของประเทศไทยลดลงมาตลอด ส่วน RCA index ของทั้งสามประเทศ ประเทศเม็กซิโก ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอินโดนีเซียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าความได้เปรียบด้านการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของทั้ง 3 ประเทศยังเป็นรองประเทศไทยก็ตาม

	Thailand		Mexico		South Korea		Canada		Japan		Indonesia	
	RCA	MS%	RCA	MS%	RCA	MS%	RCA	MS%	RCA	MS%	RCA	MS%
2562	13.37	17.94%	0.79	11.26%	4.11	12.79%	0.74	9.47%	1.15	6.65%	7.54	6.08%
2563	12.35	19.89%	0.90	12.50%	3.57	11.63%	0.66	7.65%	1.16	5.93%	7.79	6.75%
2564	9.76	16.34%	1.21	16.30%	2.38	8.01%	0.75	9.42%	1.27	6.05%	8.19	7.83%
2565	7.30	13.21%	1.19	16.66%	2.16	7.69%	0.54	7.28%	1.49	6.81%	8.58	9.14%
2566	7.71	14.10%	1.24	19.08%	1.83	6.90%	0.52	7.15%	1.54	7.34%	9.59	8.34%

ตารางที่ 6 RCA Index และ Market Share การส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของ 6 ประเทศสำคัญไปประเทศสหรัฐอเมริกา

แต่สำหรับมูลค่าการส่งออกยางล้อรถบรรทุกของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกานั้น ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออก พ.ศ. 2566 จะลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แต่ยังทิ้งห่างประเทศอันดับสองและอันดับสามอยู่พอสมควร แต่อย่างได้ก็ดี อันดับสองอย่างประเทศแคนาดานั้นมูลค่าการส่งออกเริ่มเพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

	Thailand	Canada	Japan	China	Korea, South	Mexico	Vietnam
2562	1,169.51	765.87	487.79	395.92	290.03	148.59	205.81
2563	1,191.85	705.96	411.61	175.36	325.30	160.66	310.37
2564	1,478.54	862.02	504.32	205.50	315.48	246.66	465.26
2565	1,993.43	855.67	790.68	304.34	410.46	262.89	724.17
2566	1,568.12	923.64	755.76	200.98	296.36	197.41	522.38

ตารางที่ 7 มูลค่าการส่งออกยางล้อรถบรรทุกของ 6 ประเทศสำคัญไปประเทศสหรัฐอเมริกา (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

แต่ประเทศไทยไม่ควรจะนิ่งนอนใจกับมูลค่าการส่งออกยางล้อรถบรรทุกไปประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับ 1 อย่างต่อเนื่อง เพราะว่า RCA index ของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงบ่งบอกถึงความได้เปรียบด้านการส่งออกยางล้อรถบรรทุกลดลง ถึงแม้ว่าในช่วงเวลาอันใกล้ประเทศคู่แข่งของประเทศไทยที่ตามหลังอยู่จะยังไม่ก้าวขึ้นมาเป็นผู้ท้าชิงก็ตาม

	Thailand		Canada		Japan		China		South Korea		Mexico		Vietnam	
	RCA	MS%	RCA	MS%	RCA	MS%	RCA	MS%	RCA	MS%	RCA	MS%	RCA	MS%
2562	19.14	25.69%	1.32	16.82%	1.86	10.72%	0.48	8.70%	2.05	6.37%	0.23	3.26%	1.70	4.52%
2563	17.55	28.26%	1.45	16.74%	1.90	9.76%	0.22	4.16%	2.37	7.71%	0.27	3.81%	2.16	7.36%
2564	16.65	27.87%	1.29	16.25%	1.99	9.51%	0.22	3.87%	1.77	5.95%	0.34	4.65%	2.43	8.77%
2565	16.07	29.07%	0.93	12.48%	2.52	11.53%	0.27	4.44%	1.68	5.99%	0.27	3.83%	2.69	10.56%
2566	14.38	26.28%	1.13	15.48%	2.65	12.66%	0.24	3.37%	1.32	4.97%	0.21	3.31%	2.36	8.75%

ตารางที่ 8 RCA Index และ Market Share การส่งออกยางล้อรถบรรทุกของ 7 ประเทศสำคัญไปประเทศสหรัฐอเมริกา

อันดับบริษัทยางล้อ พ.ศ. 2566

เราจะพิจารณาข้อมูลบริษัทผู้ผลิตยางล้อ โดยพิจารณาจากยอดขายยางล้อทั้งหมดเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบว่ายางล้อแบรนด์อะไรจากประเทศอะไรที่เป็นที่ต้องการของตลาด หรือเป็นที่นิยมของผู้ใช้ส่วนใหญ่ โดยอ้างอิงข้อมูลจาก www.rubbersnew.com ที่ได้จัดอันดับบริษัทยางล้อไว้ โดยมีรายละเอียดโดยสังเขปดังนี้

พ.ศ. 2566 มีการจัดอันดับบริษัทยางล้อจากยอดขายยางล้อรวมทุกประเภท (มูลค่า) มากที่สุด พ.ศ. 2565 (ไม่รวมรายได้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับยางล้อรถยนต์ เช่น การขายวัสดุอื่น (เส้นเหล็ก ยางสังเคราะห์ คาร์บอนแบล็ก ฯลฯ) รวมถึง การบริการอื่นๆ โดยเครือข่ายการขายยางล้อรถยนต์ปลีกหรือเชิงพาณิชย์ของบริษัทผู้ผลิตยาง) พบว่าบริษัท Michelin ยังครองอันดับ 1 มียอดขายยางล้อที่ 28,260 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 10 อันดับแรกบริษัทที่มียอดขายยางล้อมากที่สุดยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากปีก่อน

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันวิจัยยาง

ที่น่าสนใจคือจากการจัดอันดับ 75 อันดับแรกของบริษัทที่มียอดขายยางล้อมากที่สุด พ.ศ. 2565 พบว่า มีบริษัทสัญชาติจีนมากที่สุด 31 บริษัท มี 3 บริษัทที่อยู่ใน 20 อันดับแรก รองมาคือสัญชาติอินเดีย 8 บริษัท และจากญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และไต้หวัน 4 บริษัทเท่ากัน อิตาลีและตุรกีประเทศละ 3 บริษัท ปากีสถาน รัสเซีย และเวียดนามประเทศละ 2 บริษัท และประเทศละ 1 บริษัทคือ อาร์เจนตินา เบลารุส ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมนี อิหร่าน สิงคโปร์ และไทย

Top Ten ranking Global tire company maker

NAME	COUNTRY	Million $		%YoY	2565 Proportion
		2565	2564		
Michelin	France	28,260	26,295	7.47%	15.13%
Bridgestone	Japan	26,600	23,653	12.46%	14.24%
Goodyear	USA	17,892.3	14,916	19.95%	9.58%
Continental	Germany	12,420	12,000	3.50%	6.65%
Sumitomo	Japan	7,160	7,249.6	-1.24%	3.83%
Pirelli	Italy	6,956.5	6,340.2	9.72%	3.72%
Hankook	South Korea	6,310	5,975.8	5.59%	3.38%
Yokohama	Japan	5,744.9	5,259.9	9.22%	3.08%
ZC Rubber	China	4,175.8	4,528.3	-7.78%	2.24%
Maxxis	Taiwan	3,766.9	3,866.2	-2.57%	2.02%
Other		67,535.50	75,916.0	-11.04%	36.15%
Total		18,6821.90	18,6000.0	0.44%	

ตารางที่ 9 10 บริษัทที่มียอดขายยางล้อรวมสูงสุดทั่วโลก (มูลค่า) พ.ศ. 2566[15]

การผลิตและจำหน่ายรถยนต์

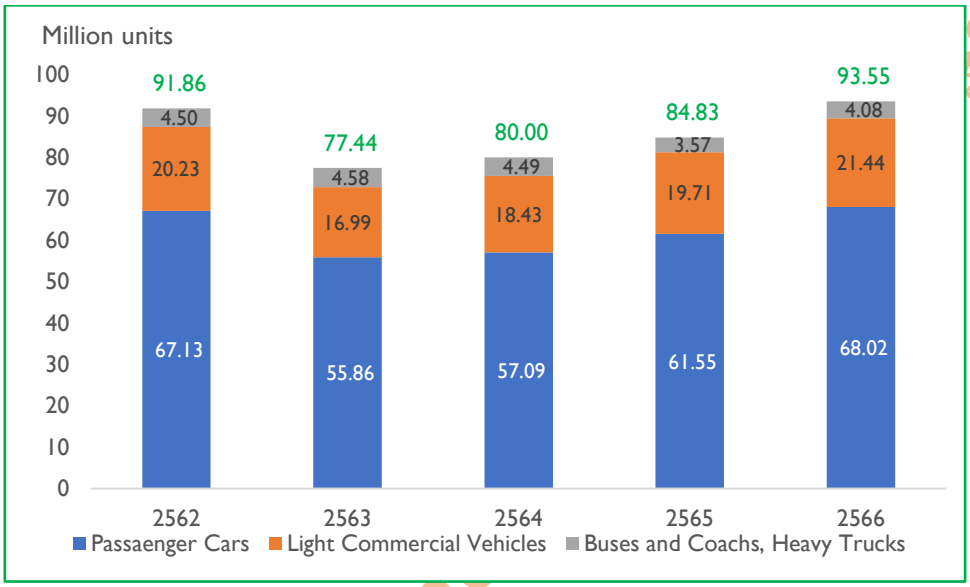
เนื่องจากยางล้อรถยนต์เป็นสินค้าที่พึ่งพารถยนต์เป็นหลัก เราจึงพิจารณาภาพรวมการผลิต การจำหน่ายรถยนต์ทั่วโลกประกอบด้วย มีข้อมูลโดยสังเขป ดังนี้

ภาพรวมการผลิตรถยนต์รวมทั้งโลกตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 มียอดรวมทั้งหมด 91.86 ล้านคัน 77.44 ล้านคัน 80.0 ล้านคัน 84.83 ล้านคัน และ 93.55 ล้านคัน ตามลำดับ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี

[15] ที่มา www.rubbernews.com เป็นการจัดอันดับบริษัทจำหน่ายยางล้อทั่วโลกประจำปี พ.ศ. 2566 ด้วยยอดขายยางล้อทั้งหมดของปีก่อนหน้า

(Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ -0.12 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 0.46 (ช่วงพ.ศ. 2562 ถึง 2566)

และเมื่อจำแนกการผลิตตามประเภทรถยนต์ ได้แก่ Passenger cars , Light commercial Vehicles และ Bus and Coaches, Heavy Trucks อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ -0.23 ร้อยละ 0.84 และร้อยละ -1.65 ตามลำดับ และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 0.33 ร้อยละ 1.46 และร้อยละ -2.42 ตามลำดับ

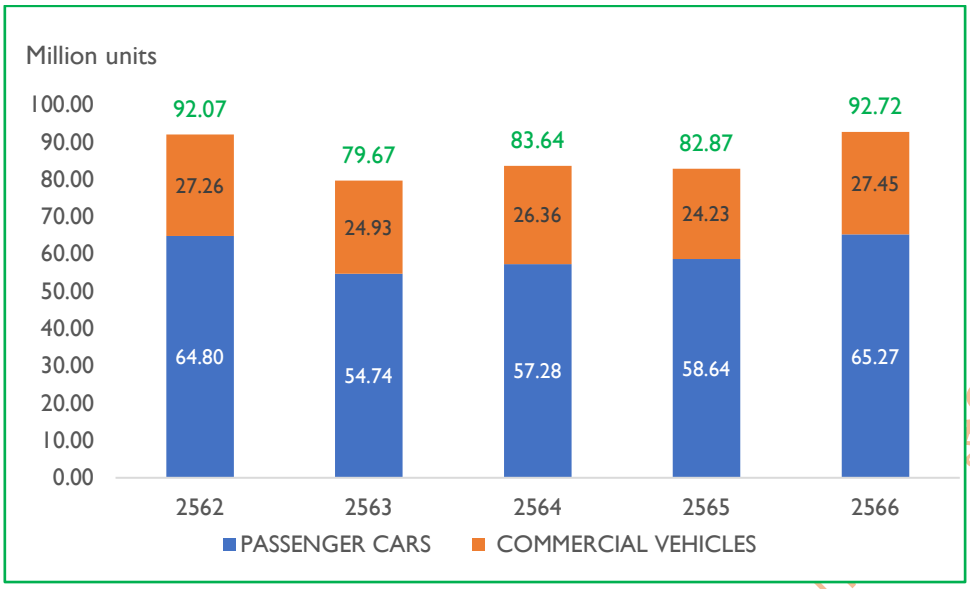


รูปที่ 19 ปริมาณการผลิตรถยนต์ทั้งหมด (World Total) จำแนกรายประเภท พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566[16]

และภาพรวมการจำหน่ายรถยนต์รวมทั้งโลกตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 มียอดรวมทั้งหมด 92.07 ล้านคัน 79.67 ล้านคัน 83.64 ล้านคัน 82.87 ล้านคัน และ 92.72 ล้านคัน ตามลำดับ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ -0.13 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 0.18 (ช่วงพ.ศ. 2562 ถึง 2566)

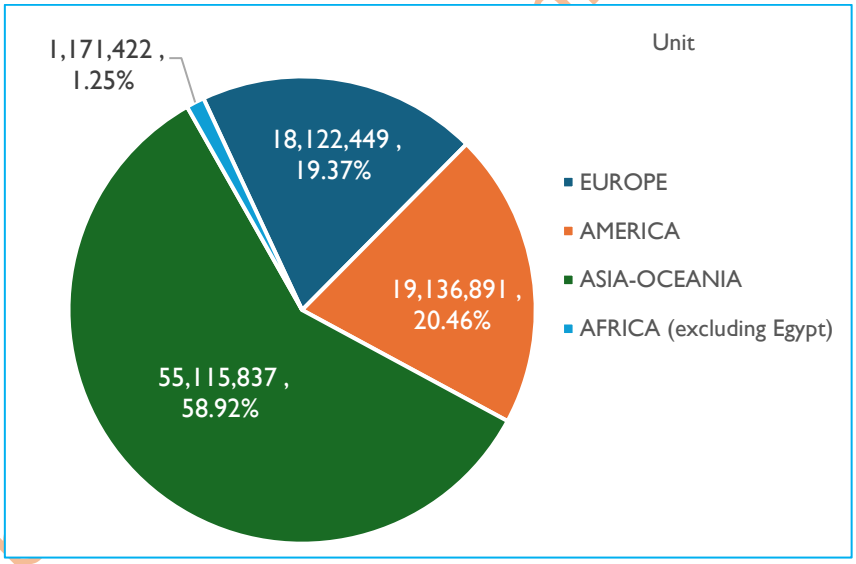
และเมื่อจำแนกการจำหน่ายตามประเภทรถยนต์ Passenger cars และ Commercial Vehicles อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ -0.57 และร้อยละ 1.16 ตามลำดับ และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 0.18 และร้อยละ 0.17 ตามลำดับ

[16] ที่มา OICA , ข้อมูลการผลิต และการจำหน่ายรถยนต์จำแนกรายประเภทตาม OICA



รูปที่ 20 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ทั้งหมด (World Total) จำแนกรายประเภท พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566

และเมื่อพิจารณาการผลิตรถยนต์ทุกประเภทจำแนกตามภูมิภาคปีล่าสุด พบว่าภูมิภาค ASIA-OCENIA มีสัดส่วนการผลิตรถยนต์มากที่สุด ร้อยละ 58.92



รูปที่ 21 ปริมาณการผลิตรถยนต์ทั้งหมด (World Total) จำแนกตามภูมิภาค พ.ศ. 2566

เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายประเทศพบว่าประเทศจีนมีการผลิตรถยนต์รวมทุกประเภทมากที่สุด 30.16 ล้านคัน เติบโตร้อยละ 11.62 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.24 ของยอดการผลิตรถยนต์ทั้งหมด 93.54 ล้านคัน ลำดับถัดมาคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อินเดีย และเกาหลีใต้ เติบโตร้อยละ 5.56 ร้อยละ 14.83 ร้อยละ 7.22 และร้อยละ 12.95 ตามลำดับ

ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของโลก พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมียอดการผลิตรถยนต์ถึง 1.84 ล้านคันมากที่สุดในอาเซียน และเป็นอันดับ 10 ของโลก

และพบว่าใน 15 อันดับแรกมีเพียง 3 ประเทศ ได้แก่ บราซิล ไทย และอินโดนีเซีย ที่มียอดการผลิตรถยนต์ลดลงจากปีที่ผ่านมา แต่ก็มีประเทศอื่นที่มียอดการผลิตรถยนต์ลดลงจากปีที่ผ่านมาเช่นกัน เพียงแต่ยอดการผลิตรถยนต์รวมทุกประเภทของแต่ละประเทศที่ยอดการผลิตรถยนต์ลดลงนั้นปริมาณการผลิตปีที่ผ่านมาต่ำกว่าล้านคันทั้งสิ้น

COUNTRY	UNITS		% YoY	2566 propotion
	2566	2565		
China	30,160,966	27,020,615	11.62%	32.24%
USA	10,611,555	10,052,958	5.56%	11.34%
Japan	8,997,440	7,835,539	14.83%	9.62%
India	5,851,507	5,457,242	7.22%	6.26%
Korea, South	4,243,597	3,757,049	12.95%	4.54%
Germany (cars and LCV only)	4,109,371	3,480,357	18.07%	4.39%
Mexico	4,002,047	3,509,101	14.05%	4.28%
Spain	2,451,221	2,219,436	10.44%	2.62%
Brazil	2,324,838	2,369,769	-1.90%	2.49%
Thailand	1,841,663	1,883,515	-2.22%	1.97%
Canada	1,553,026	1,233,360	25.92%	1.66%
France (cars and LCV only)	1,505,076	1,383,173	8.81%	1.61%
Turkey	1,468,393	1,352,648	8.56%	1.57%
Czech Republic	1,404,501	1,224,456	14.70%	1.50%
Indonesia	1,395,717	1,470,146	-5.06%	1.49%
Other	11,625,691	10,581,012	9.87%	12.43%
Total	**93,546,609**	**84,830,376**	**10.27%**	**100.00%**

ตารางที่ 10 ประเทศที่มีการผลิตรถยนต์รวมทุกประเภทมากที่สุด 15 อันดับแรก[17]

[17] ที่มา OICA ; CARS: Audi, BMW, JLR, Mercedes not reported COMMERCIAL VEHICLES: SINCE 2015: Scania, Daimler Trucks, Volvo Buses not reported

มุมมองของผู้ประกอบการผลิตยางล้อในประเทศไทย

จากการเข้าพบหารือกับผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ยางล้อของไทย ซึ่งได้ให้ความเห็นที่น่าสนใจว่าไม่แปลกใจที่อุตสาหกรรมยางล้อของไทยมีมูลค่าการส่งออกมากกว่าประเทศเวียดนามและอินโดนีเซีย เพราะว่าอุตสาหกรรมการผลิตยางล้อของเวียดนามและอินโดนีเซียยังตามหลังประเทศไทย เนื่องจากฐานการผลิตยางล้อของเวียดนามและอินโดนีเซียยังพัฒนาได้ไม่เต็มที่ และประเทศไทยยังเป็นผู้ผลิตยางล้อรายใหญ่ของตลาดการผลิตยางล้อของโลก เนื่องจากอุตสาหกรรมการผลิตยางล้อของไทยได้รับอานิสงค์จาก **"ดีทรอยต์แห่งเอเชีย"** ที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ขนาดใหญ่หลายรายมาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย ทำให้เกิดการสั่งสมประสบการณ์ ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ ด้านการผลิตยานยนต์ ซึ่งส่งผลมาถึงอุตสาหกรรมที่พึ่งพาและสนับสนุนการผลิตยานยนต์ อาทิ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ รวมถึงอุตสาหกรรมผลิตยางล้อด้วยเช่นกัน ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตยางล้อของไทยมีการสะสมทั้งองค์ความรู้ และมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และการพัฒนาสาธารณูปโภคต่างๆ เพื่อสนับสนุนและรองรับอุตสาหกรรมการผลิตยางล้อของประเทศมาอย่างยาวนาน และประเทศไทยยังเป็นประเทศผู้เพาะปลูกยางธรรมชาติรายใหญ่ของโลก จึงมีความพร้อมด้านวัตถุดิบอย่างยางธรรมชาติ ทำให้ไม่จำเป็นต้องกังวลว่าจะเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบหรือไม่

ปริมาณการผลิตและการส่งออกรวมถึงการจำหน่ายภายในประเทศของผลิตภัณฑ์ยางล้อประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ผู้ประกอบการผลิตยางล้อทั้งต่างชาติและสัญชาติจีนส่วนหนึ่งย้ายฐานการผลิตยางล้อมาที่ประเทศไทย เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบจาก **trade war** ระหว่างสหรัฐฯ และจีน และกำแพงภาษีนำเข้ายางล้อของสหรัฐฯ จากมาตรการ **Anti dumping** ที่สหรัฐฯ ออกมาตรการมาเพื่อตอบโต้การทุ่มราคาสินค้าจากต่างประเทศเพื่อปกป้องผู้ประกอบการภายในประเทศสหรัฐอเมริกาเอง อย่างไรก็ดี ไม่เพียงแต่จีนเองที่โดนมาตรการภาษีจากสหรัฐฯ ยังมีผลิตภัณฑ์ยางล้อจากประเทศไทย เวียดนาม เกาหลีใต้ และไต้หวันที่โดนมาตรการ Anti dumping นี้ด้วยเช่นกัน

แต่ผู้ประกอบการจีนไม่เพียงมาตั้งฐานการผลิตที่ประเทศไทยเพียงที่เดียว ผู้ประกอบการผลิตยางล้อสัญชาติจีนยังได้ตั้งฐานการผลิตที่ประเทศเวียดนามและประเทศเม็กซิโกเพิ่มอีกด้วย ซึ่งการสร้างโรงงานต้องใช้เวลาประมาณสามปี โรงงานถึงเสร็จสมบูรณ์พร้อมเดินเครื่องเริ่มผลิตได้

เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ซึ่งมีการลงทุนสร้างฐานการผลิตยางล้อทั้งในประเทศไทยเอง ประเทศอื่นๆ หรือตามภูมิภาคต่างๆ ตามความเหมาะสมของแผนหรือนโยบายของบริษัทนั้นๆ และฐานการผลิตยางล้อที่อยู่ในประเทศไทยจะผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ บริษัทข้ามชาติผู้ผลิตยางล้อส่วนใหญ่จึงให้น้ำหนักและความสนใจกับคู่ค้าที่ต่างประเทศมากกว่า และคู่ค้าส่วนใหญ่จะเป็นตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นหลักจากข้อมูลข้างต้น

แต่อย่างไรก็ดี การกระจายความเสี่ยงสำหรับการประกอบธุรกิจเป็นหัวใจหลักของแผนการดำเนินธุรกิจเช่นกัน บริษัทข้ามชาติที่มีฐานการผลิตยางล้อในประเทศไทย จึงมองหาตลาดรองเพิ่ม เพื่อกระจายความเสี่ยงหรือรองรับเหตุไม่คาดคิด อย่างเช่น สหรัฐอเมริกาออกมาตรการ Anti dumping ซึ่งผลกระทบต่อปริมาณ

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันวิจัยยาง

การผลิต การส่งออก ผลิตภัณฑ์ยางล้อของผู้ประกอบการในไทยเช่นกัน โดยตลาดอื่นที่น่าสนใจที่ผู้ประกอบการได้กล่าวถึง อาทิ ตลาดกลุ่มประเทศยุโรป ประเทศอินเดีย ประเทศอินโดนีเซีย เป็นต้น แต่ปัจจุบันการส่งออกไปตลาดดังกล่าวยังมีอุปสรรคติดขัดด้านกฎระเบียบการค้าบางประการ อาทิ อินเดียมีการเก็บภาษีนำเข้ายางเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรอินเดียภายในประเทศ หรือประเทศอินโดนีเซียมีการควบคุมโควต้าปริมาณการนำเข้ายางและการขออนุญาตการนำเข้าต้องผ่านการพิจารณาจากกระทรวงการค้าอินโดนีเซีย และส่วนแบ่งตลาดมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อของประเทศไทยในตลาดกลุ่มประเทศยุโรปยังต่ำอยู่ โดยที่กลุ่มผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ยางล้ออยากให้ภาครัฐช่วยเหลือ ด้วยการผลักดันข้อตกลง **1958 agreement** ซึ่งเป็นข้อตกลงการส่งออก นำเข้า สินค้าของประเทศสมาชิกด้วยการ certificate ร่วมกัน ภายใต้ข้อตกลง **The United Nation Economic Commission for Europe (UNECE)** ซึ่งจะลดความยุ่งยากกฎระเบียบขั้นตอนต่างๆ เนื่องจากหากประเทศใดไม่ได้เป็นสมาชิกข้อตกลงนี้ จำเป็นต้องขอ certificate ของแต่ละประเทศปลายทางเพื่อให้สามารถส่งออกได้ ยกตัวอย่างหากไทยต้องส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อไปที่ประเทศสมาชิก 10 ประเทศ จำเป็นต้องขอ certificate ทั้ง 10 ประเทศด้วย ดังนั้นหากประเทศไทยสามารถเข้าร่วม 1958 agreement จะช่วยลดขั้นตอน เพิ่มความสามารถทางการแข่งขันด้านส่งออก และเปิดตลาดใหม่ของผลิตภัณฑ์ยางล้อของประเทศไทยได้มากยิ่งขึ้น และอยากให้ภาครัฐผลักดันศูนย์ทดสอบยานยนต์และยางล้อแห่งชาติให้เสร็จสมบูรณ์พร้อมให้บริการแบบครบวงจรทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ และขยายศักยภาพให้เป็นศูนย์กลางของการทดสอบยางล้อของภูมิภาคอาเซียน

และบริษัทข้ามชาติผู้ผลิตยางล้อส่วนใหญ่มีแผนและนโยบายระยะยาวที่จะมุ่งหน้าไปสู่การผลิตที่ยั่งยืนและดำเนินการด้วยกระบวนการต่างๆ ทั้ง **circular economy recycle, end of life tire** หรือ **green tire** ไม่ว่าจะเป็นการลดการใช้พลังงานฟอสซิลในกระบวนการผลิต เพิ่มเทคโนโลยีให้ยางล้อสามารถยืดอายุการใช้งานมากขึ้น หรือลดการใช้พลังงานขณะขับขี่ เพิ่มการใช้วัตถุดิบจากชีวภาพมากขึ้น หรือการใช้วัตถุดิบจากการรีไซเคิลให้ได้ 100% บริหารจัดการรีไซเคิลยางล้อที่หมดอายุการใช้งาน (end of life tire) และนำวัสดุที่ได้จากการรีไซเคิลนำกลับมาใช้ใหม่อีกครั้ง และภาครัฐควรเป็นหน่วยงานกลางประสานให้เอกชนร่วมมือกันตั้งศูนย์รีไซเคิลยางล้อที่หมดอายุการใช้งาน (end of life tire) เพื่อการนำยางล้อทุกขนาด ทุกยี่ห้อมารีไซเคิลร่วมกัน

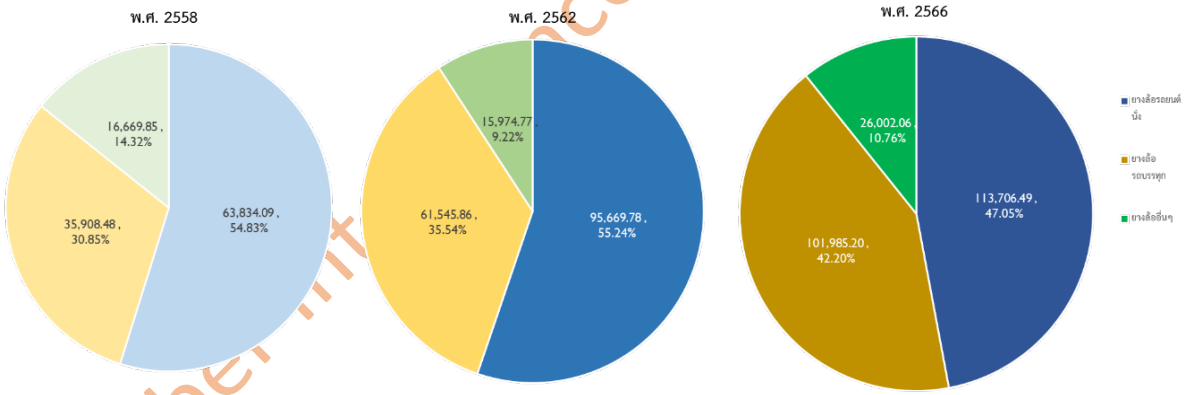
(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก

สรุป

พ.ศ. 2566 ผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อทั้งหมด (HS code: 4011) มีมูลค่าส่งออก 241,693.76 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.46 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย มีการขยายตัวร้อยละ 4.24 (%YoY)

เมื่อเราพิจารณามูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อทั้งหมด ทุก 5 ปี เพื่อเปรียบเทียบพบว่า พ.ศ. 2558 พ.ศ. 2562 และ พ.ศ. 2566 มีมูลค่าส่งออก 116,412.42 ล้านบาท 173,190,42 ล้านบาท และ 241,693.76 ล้านบาท ตามลำดับ และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) จาก พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2562 อยู่ที่ร้อยละ 10.44 และจาก พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 อยู่ที่ร้อยละ 8.69

มูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งและยางล้อรถบรรทุกของประเทศไทย พ.ศ. 2566 มีมูลค่า 113,706.49 ล้านบาท และ 101,985.20 ล้านบาท ตามลำดับคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยร้อยละ 1.16 และร้อยละ 1.04 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566) พบว่า ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) มีอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 4.41 และยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) มีอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 13.46



รูปที่ 22 มูลค่าการส่งออกยางล้อประเทศไทยย้อนหลังทุก 5 ปี (พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2566)

แต่ถ้าพิจารณาย้อนหลังพบว่าอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) ระหว่างช่วงพ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2562 ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) มีอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 10.64 และยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) มีอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 14.42 เปรียบเทียบกับช่วง พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 พบว่าช่วง พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566 อัตราการเติบโตจะเติบโตแบบชะลอตัวกว่า

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก

ทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์นี้ประเทศไทยส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด ยางล้อรถยนต์นั่งมูลค่า 56,521.04 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.71 ของมูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งทั้งหมด และยางล้อรถบรรทุกมูลค่า 51,410.68 ล้านบาท สัดส่วนร้อยละ 50.41 ของมูลค่าการส่งออกยางล้อรถบรรทุกทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญสำหรับตลาดยางล้อรถยนต์นั่งและยางล้อรถบรรทุกของประเทศไทยมาตลอด ส่วนประเทศคู่ค้าอันดับ 2 ของไทยทั้งสองผลิตภัณฑ์นั้น มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ของมูลค่าการส่งออกซึ่งถือว่าเป็นเรื่องที่น่ากังวลสำหรับการ **Diversification Strategy** ที่ไม่ทั่วถึงยังตลาดอื่น

และประเทศไทยยังมีคู่แข่งด้านการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งไปประเทศสหรัฐอเมริกาคือเม็กซิโกที่มีมูลค่าการส่งออกแซงหน้าไทยมา 2 ปีต่อเนื่อง เนื่องจากการทำข้อตกลงทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และประเทศที่ค่า RCA index มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างญี่ปุ่นและอินโดนีเซีย ส่วนการส่งออกยางล้อรถบรรทุกของประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกานั้นยังเป็นอันดับ 1 ต่อเนื่อง แต่อันดับสองอย่างประเทศแคนาดานั้นมีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นมาเช่นเดียวกัน รวมถึงควรพิจารณา Diversification Strategy ตลาดอื่นไว้ด้วย

จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค โอกาส

จากข้อมูลและการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่งและยางล้อรถบรรทุกของไทย สามารถสรุปประเด็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ได้ดังนี้

จุดแข็ง

- ประเทศไทยมีปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตยางล้อในประเทศไทยมีความมั่นคงทางด้านวัตถุดิบสูง (Security of Supply)
- ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยางล้อขนาดใหญ่ในภูมิภาค และเป็นฐานการผลิตยางล้อของบริษัทผลิตยางล้อขนาดใหญ่ข้ามชาติ ที่ติดอันดับ Top Ten ยอดขายยางล้อมากที่สุดในโลก พ.ศ. 2565 ถึง 8 บริษัท
- ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์ขนาดใหญ่ในภูมิภาค เป็นหนึ่งในสิบประเทศที่มีการผลิตยานยนต์มากที่สุดในโลก โดยประเทศไทยอยู่ลำดับที่ 10 ที่มียอดการผลิตรถยนต์รวมทั้งหมด 1,841,663 คัน (พ.ศ. 2566)
- ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อทั้ง 2 ปรเภท จากการพิจารณา RCA Index สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อรถบรรทุก แต่การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่ง ถึงแม้ว่า RCA Index ของประเทศเม็กซิโกยังต่ำ แต่เม็กซิโกได้ช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยไปแล้ว

จุดอ่อน

- อุตสาหกรรมการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งและยางล้อรถบรรทุกของไทยส่วนใหญ่เพื่อการส่งออกเป็นหลัก มีการกระจายความเสี่ยงต่ำ พึ่งพาตลาดสหรัฐฯ เป็นหลักในสัดส่วนเกือบ

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก

ร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ และตลาดส่งออกลำดับรองลงมายังมีสัดส่วนต่ำกว่าร้อยละ 10

- อุตสาหกรรมการผลิตยางล้อรถยนต์ส่วนใหญ่ของไทยเป็นผู้รับจ้างผลิตภายใต้แบรนด์ของบริษัทต่างประเทศ ปริมาณการผลิต แผนการผลิตขึ้นอยู่กับคำสั่งผลิตสินค้าของบริษัทแม่จากต่างประเทศ
- ถึงแม้ประเทศไทยจะมีผลผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก แต่ผลผลิตยางธรรมชาติต่อพื้นที่เพาะปลูกไทยให้ผลตอบแทนน้อยกว่าประเทศโกตดิวัวร์และประเทศเวียดนาม ซึ่งอาจจะส่งผลต่อมุมมองของผู้ประกอบการผลิตยางล้อว่าต้นทุนการผลิตที่ถูกลงในประเทศเหล่านั้น (โกตดิวัวร์ หรือ เวียดนาม) จะมีความน่าสนใจเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งในการตัดสินใจสำหรับการย้ายฐานการผลิตหรือไม่

โอกาส

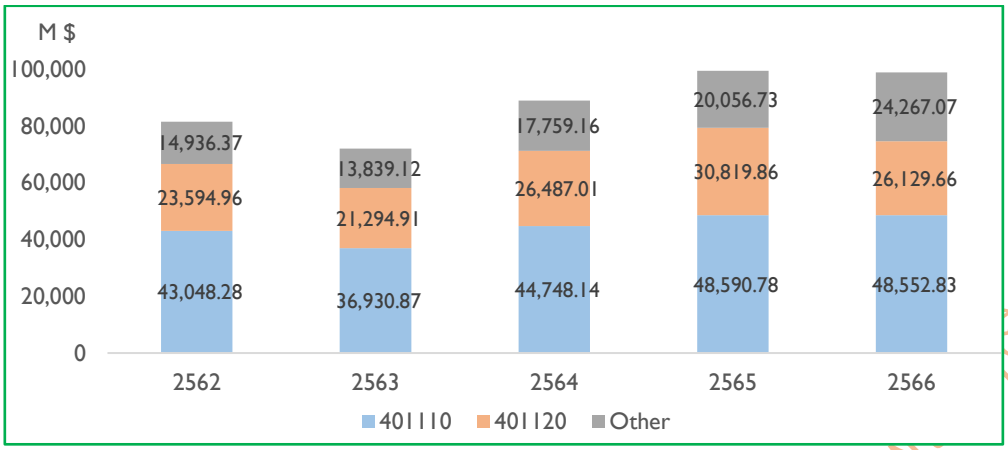
- ความยั่งยืนเป็นเป้าหมายหลักของบริษัทข้ามชาติผู้ผลิตยางล้อ
- ตลาดใหม่ที่ยังนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อจากประเทศไทยในระดับต่ำ

อุปสรรค

- อุตสาหกรรมยางล้อไทยมีความเสี่ยงจากมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping)
- ความผันผวนทางเศรษฐกิจ เงินเฟ้อ หนี้ครัวเรือนส่งผลต่อการใช้จ่ายของภาคประชาชน
- เทคโนโลยี ทำให้อายุการใช้งานยางล้อยาวนานขึ้น การเปลี่ยนยางล้อใหม่มีระยะเวลานานกว่าเดิม
- ความผันผวนของราคาวัตถุดิบส่งผลต่อต้นทุนการผลิต
- การแข่งขันด้านการเพาะปลูกยางพารา ประเทศอื่นๆ ภาครัฐสนับสนุนการปลูกยางพารามากขึ้น อาทิ ประเทศเวียดนาม โกตดิวัวร์ แอฟริกาใต้ เป็นต้น

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก

ข้อเสนอแนะ



รูปที่ 23 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) และยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) รวมทั้งหมด (World Total) พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2566[18]

มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) รวมทั่วโลก พ.ศ. 2566 มีมูลค่ารวม 48,552.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 2.84 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 3.05 (ช่วงพ.ศ. 2562 ถึง 2566) และมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) รวมทั่วโลก พ.ศ. 2566 มีมูลค่ารวม 26,129.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Average annual growth rate: AAGR) อยู่ที่ร้อยละ 3.18 และอัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 2.58 (ช่วงพ.ศ. 2562 ถึง 2566)

ภาครัฐ ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการผลิตยางล้อรถยนต์ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมถึงภาคการส่งออกและภาคเอกชนควรร่วมมือกันมองหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบจาก trade war ระหว่างสหรัฐฯ และจีน ที่สหรัฐฯ ขึ้นภาษีนำเข้ายางล้อยานพาหนะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 จากเดิมที่เก็บร้อยละ 10 และกำแพงภาษีนำเข้ายางล้อของสหรัฐฯ จากมาตรการ Anti dumping ที่สหรัฐฯ ออกมาตรการมาเพื่อตอบโต้การทุ่มราคาสินค้าจากต่างประเทศเพื่อปกป้องผู้ประกอบการภายในประเทศสหรัฐอเมริกาเอง อย่างไรก็ดี ไม่เพียงแต่จีนเองที่โดนมาตรการภาษีจากสหรัฐฯ ยังมีผลิตภัณฑ์ยางล้อจากประเทศไทย เวียดนาม เกาหลีใต้ และไต้หวันที่โดนAnti dumping นี้ด้วยเช่นกัน โดยอัตราภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti dumping: AD) ที่สหรัฐเรียกเก็บจากประเทศไทยอยู่ระหว่างร้อยละ 17 – 22 ประเทศเวียดนามอยู่ระหว่างร้อยละ 0 – 22 ประเทศเกาหลีใต้อยู่ระหว่างร้อยละ 14 – 27 และประเทศไต้หวันอยู่ระหว่างร้อยละ 20 – 100

[18] ที่มา Trade map , GTA

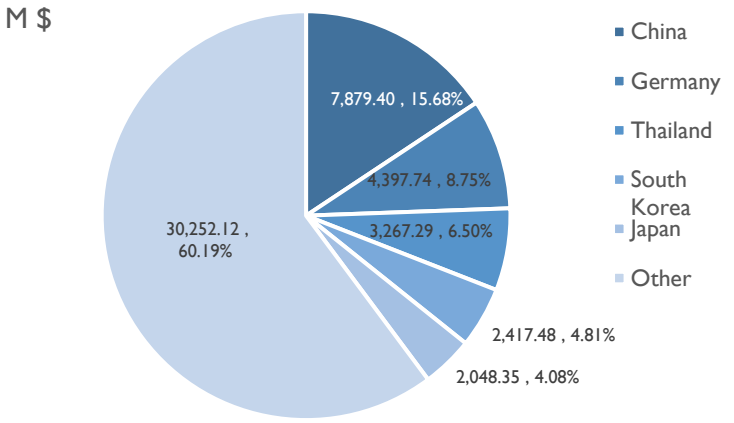
(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพ

ภาครัฐควรช่วยเหลือผู้ประกอบการสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดประเทศใหม่ที่มีศักยภาพ ประสานแบบรัฐต่อรัฐเพื่อให้เกิดการจับคู่ทางธุรกิจใหม่ๆ เพราะการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์ยางล้อทั่วโลกยังมีแนวโน้มที่ดี

ทางเลือกแรกพิจารณาประเทศอื่นๆ ที่ส่วนแบ่งตลาดยางล้อของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ โดยอาจจะศึกษาหรือพิจารณาจากปัจจัยอื่นประกอบเพิ่มเติม อาทิ จำนวนประชากร อัตราการเกิด (ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น) GDP per Capita และรายได้ครัวเรือนอยู่ในระดับสูง กลุ่มประชากรมีกำลังซื้อ หรือประเทศที่มีถนนรวมกันยาวที่สุด เป็นต้น

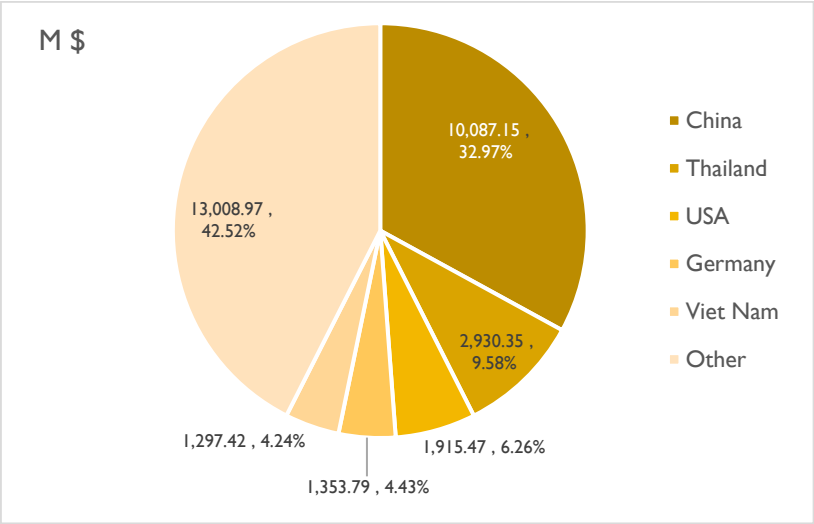
ทางเลือกที่สอง เราอาจจะเริ่มพิจารณาจากประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกยางล้อมากที่สุด เพื่อศึกษาตลาดของประเทศคู่แข่งและช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดของประเทศคู่แข่ง

พ.ศ. 2566 มูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งทั้งหมด 50,262.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งมากที่สุด 5 ประเทศแรก คือ ประเทศจีน เยอรมนี ไทย เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ตามลำดับ โดยที่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออก 3,267.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.50 ส่วนประเทศอินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 1,477.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.94 และประเทศเวียดนามมีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 853.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.69 ที่น่าสนใจคือสัดส่วนระหว่างประเทศเยอรมนีและไทยใกล้เคียงกันแต่ทั้งอันดับสองและอันดับสามยังห่างจากประเทศจีนที่เป็นอันดับ 1 พอสมควร



รูปที่ 24 มูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่ง พ.ศ. 2566 จำแนกรายประเทศ 5 อันดับแรก

พ.ศ. 2566 มูลค่าการส่งออกยางล้อรถบรรทุกทั้งหมด 30,593.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกยางล้อรถบรรทุกมากที่สุด 5 ประเทศแรก คือ ประเทศจีน ไทย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และเวียดนาม ตามลำดับ โดยที่มูลค่าการส่งออกของประเทศจีนที่เป็นอันดับ 1 และ ประเทศไทยที่เป็นอันดับ 2 นั้นต่างกันมาก ส่วนประเทศอินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออก 60.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.68 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด

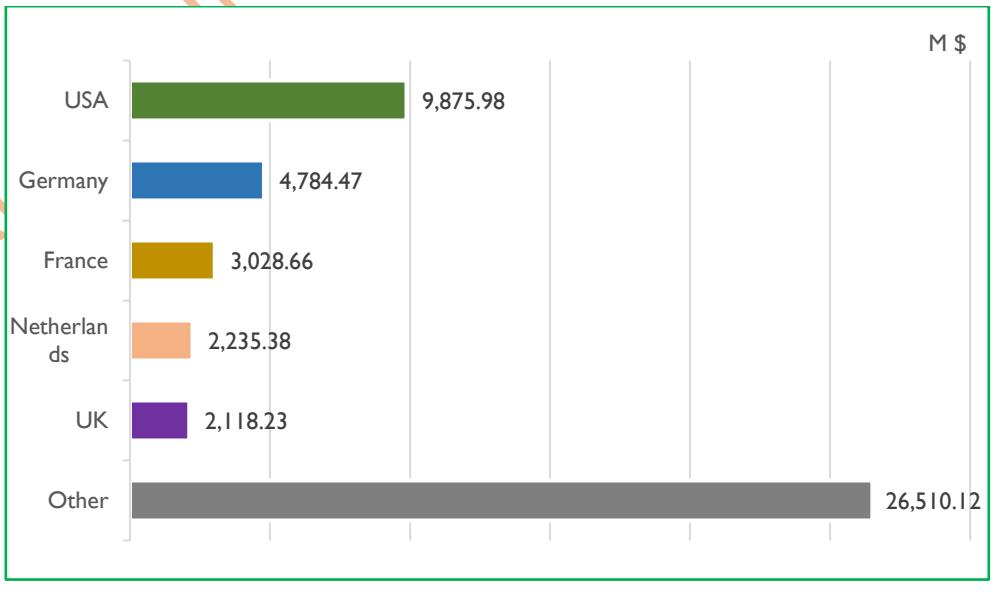


รูปที่ 25 มูลค่าการส่งออกยางล้อรถบรรทุก พ.ศ. 2566 จำแนกรายประเทศ 5 อันดับแรก

มูลค่าการส่งออกยางล้อทั่วโลก ทั้งสองผลิตภัณฑ์ทั้งยางล้อรถยนต์และยางล้อรถบรรทุกของประเทศไทยนั้นมากกว่าประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียนอยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นประเทศอินโดนีเซียหรือเวียดนามก็ตาม

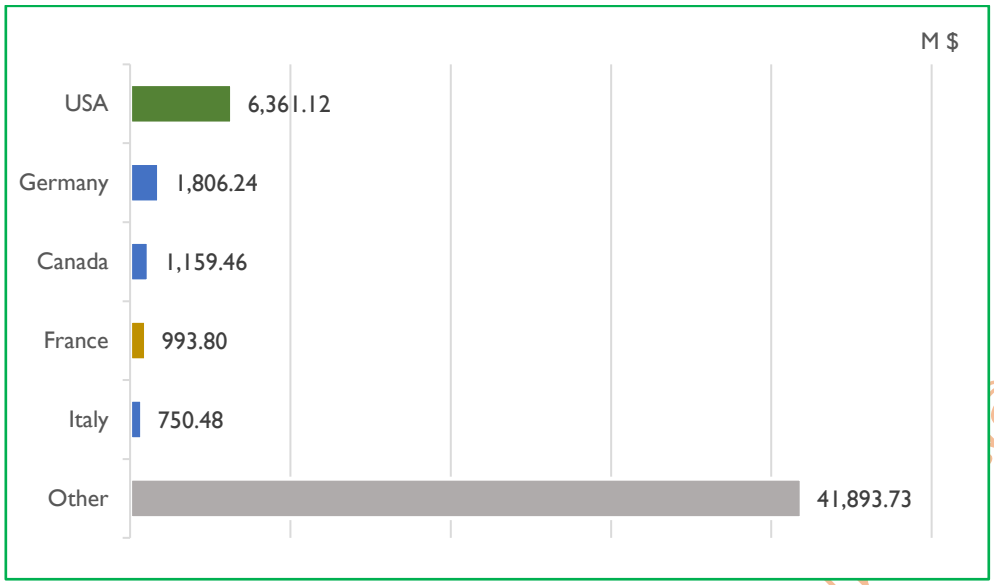
มูลค่าการส่งออกทั้งยางล้อรถยนต์นั่งและยางล้อรถบรรทุกของประเทศจีนเป็นอันดับ 1 ทั้งสองผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งเป็นเพราะประเทศจีนมีบริษัทผลิตยางล้อสัญชาติจีนถึง 31 บริษัท และติดอันดับบริษัทผลิตยางล้อที่มียอดขายมากที่สุด 75 อันดับแรก และประเทศจีนยังเป็นประเทศที่ผลิตรถยนต์มากที่สุดในปีที่ผ่านมาอีกด้วย ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นเพราะภาครัฐของจีนมีการสนับสนุนให้เงินช่วยเหลือแก่อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทำให้อุตสาหกรรมการผลิตยางล้อของจีนได้รับอานิสงค์ด้วย

ในทิศทางเดียวกันพิจารณาศึกษาเพิ่มเติมประเทศผู้นำเข้ายางล้อ อันดับ 2 อันดับ 3 หรือประเทศอื่นที่มีศักยภาพว่าไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพียงใด มีโอกาสที่ไทยจะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในประเทศเหล่านี้ได้หรือไม่



รูปที่ 26 สัดส่วนการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 401110) จำแนกรายประเทศ 5 อันดับแรก พ.ศ. 2566

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก



รูปที่ 27 สัดส่วนการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อรถบรรทุก (HS code 401120) จำแนกรายประเทศ 5 อันดับแรก พ.ศ. 2566

และการสนับสนุนอื่นเพิ่มเติม ภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยตระหนักถึงความสำคัญของความยั่งยืนที่บริษัทข้ามชาติผู้ผลิตยางล้อหรือประเทศขนาดเศรษฐกิจขนาดใหญ่ให้ความสำคัญผ่านกระบวนการต่างๆ ทั้งการประกอบธุรกิจ หรือการผลิต อาทิ **Circular Economy, Green tyre, Net Zero Emissions, Carbon Neutrality** เช่น การผลิตที่ใช้วัตถุดิบหมุนเวียน 100% ด้วยการนำวัสดุรีไซเคิลกลับมาใช้ใหม่อีกครั้ง หรือการใช้พลาสติก PET รีไซเคิล (rPET) เป็นส่วนหนึ่งของวัตถุดิบสำหรับผลิตยางล้อ การผลิตยางล้อด้วยวัสดุชีวภาพ การใช้พลังงานทดแทนแทนการใช้พลังงานฟอสซิลในกระบวนการผลิต การคิดค้นเทคโนโลยีที่ช่วยลดพลังงานในกระบวนการผลิตหรือสร้างยางล้อที่ประหยัดพลังงานขณะขับขี่หรือยืดอายุการใช้งานยางล้อให้ยาวนานขึ้น เป็นต้น หรือการจัดการยางล้อที่หมดอายุการใช้งาน **(End of Life Tire)** ด้วยการพยายามนำวัสดุทั้งหมดที่ได้จากการรีไซเคิลล้อยางที่หมดอายุนำกลับมาใช้ใหม่อีกครั้ง ซึ่งหลายๆ กระบวนการเริ่มมีการใช้กันมากขึ้นในต่างประเทศ หรือให้การสนับสนุนภาคเอกชนจัดตั้งศูนย์รีไซเคิลยางล้อศูนย์กลางขึ้นเพื่อรีไซเคิลยางล้อทุกยี่ห้อให้นำวัสดุกลับมาใช้ใหม่เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ประเทศคู่ค้าและส่งผลเป็นแรงจูงใจต่อบริษัทผลิตยางล้อข้ามชาติมาตั้งฐานการผลิตในไทยมากขึ้นเพื่อรับสิทธิพิเศษทางการค้าที่เกี่ยวข้อง ภาครัฐควรส่งเสริมด้วยการปรับปรุงขั้นตอน กระบวนการทางกฎหมายให้มีความกระชับรวดเร็ว ชัดเจน หรือเพิ่มแรงจูงใจทางภาษีสำหรับการมีส่วนร่วมให้ครอบคลุมทุกมิติของอุตสาหกรรมผลิตยางล้อ รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งการผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายในประเทศ และการส่งออก

ภาครัฐควรผลักดันกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านต่างประเทศ อาทิ **1958 Agreement** ที่บางข้อเกี่ยวข้องกับการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อโดยตรง เนื่องจากบางข้อกำหนดมีหลายหน่วยงานที่แตกต่างทั้งหน้าที่ความรับผิดชอบของงานภายในหน่วยงาน แต่รับผิดชอบร่วมกันในข้อกำหนดนั้น ทำให้ต้องใช้เวลาสำหรับศึกษาข้อกำหนดร่วม และยังไม่สามารถหาข้อสรุปเพื่อการเข้าร่วมได้ หรือสนับสนุนการเข้าร่วม EUDR

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันวิจัยยาง

(European Union Deforestation-free Regulation)[19] ให้ครอบคลุมมากที่สุดเพื่อผลประโยชน์โดยตรงแก่อุตสาหกรรมยางพาราตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ หรือสนับสนุนให้มีการใช้มาตรฐานหรือ Certificate ต่างๆ ที่ภาครัฐต่างประเทศให้การรับรอง เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการผลิตยางล้อในประเทศไทยสามารถเพิ่มโอกาสสำหรับการส่งออกและขยายตลาดไปประเทศอื่นได้มากขึ้น

(Rubber Intelligence Unit) สถาบันพลาสติก

[19] สหภาพยุโรป (EU) ได้กำหนดกฎระเบียบใหม่เพื่อพยายามลดปัญหาการทำลายพื้นที่ป่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม ตลอดจนปัญหาการละเมิดสิทธิแรงงานจากภาคการเกษตรทั่วโลก คือ EU Deforestation Regulation หรือ EUDR ครอบคลุม 7 กลุ่มสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อการทำลายป่า ได้แก่ โกโก้ กาแฟ ถั่วเหลือง ยางพารา ปาล์มน้ำมัน วัว และไม้ ตลอดจนผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสินค้าดังกล่าว