

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม | OFFICE OF INDUSTRIAL ECONOMICS

“เจาะลึกอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย”

2563

สถาบันพลาสติก Plastics Institute of Thailand

PIC Plastics Intelligent Center

บทวิเคราะห์เรื่อง
“เจาะลึกอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย”

ผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อรถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย เนื่องด้วยเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกสำคัญที่สร้างรายได้กว่า 5,071.7 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2562 และมีอัตราการเติบโตของการส่งออกที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับอุตสาหกรรมผลิตยางล้อเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ภายในประเทศที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย โดยประเทศไทยถือได้ว่าเป็นแหล่งผลิตยานยนต์ขนาดใหญ่อันดับที่ 11 ของโลก อันดับที่ 5 ในภูมิภาคเอเชีย และอันดับที่ 1 ในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งอัตราการเติบโตของการผลิตโดยรวมขยายตัวมาโดยตลอด

ไม่เพียงเท่านี้ อุตสาหกรรมการผลิตยางล้อยังเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยให้เกิดการบริโภคและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางธรรมชาติ ซึ่งประเทศไทยถือเป็นแหล่งผลิตยางธรรมชาติที่มีขนาดใหญ่เป็นลำดับต้นๆ ของโลก กล่าวได้ว่า ทิศทางการพัฒนารวมไปถึงการส่งเสริมและยกระดับการผลิตและปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมการผลิตยางล้อรถยนต์จะมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจไทยได้ในอนาคต

1 ภาวะการผลิตยางล้อรถยนต์ไทย

จากผลการสำรวจข้อมูลของระบบฐานข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา ประจำปี 2562 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ดำเนินการสำรวจข้อมูลโดยสถาบันพลาสติกพบว่า ข้อมูลการผลิตในกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตยางล้อรถยนต์ จำนวน 23 ราย ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ยางนอกรถกระบะ ยางนอกรถบรรทุกและรถโดยสารและยางนอกรถยนต์นั่ง พบว่าการผลิตยางรถยนต์เกือบทุกประเภทมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2561 ยกเว้นยางนอกรถยนต์นั่งที่ การผลิตหดตัวจากปี 2561 ในอัตราร้อยละ 5.27 ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลการสำรวจกำลังการผลิต ปริมาณการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิต กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางล้อของไทย

หน่วย: เส้น

ปี	ยางนอกรถกระบะ			ยางนอกรถบรรทุกและรถโดยสาร			ยางนอกรถยนต์นั่ง		
	Capacity	Production	Cap. U	Capacity	Production	Cap. U	Capacity	Production	Cap. U
2557	7,952,045	7,547,521	94.9%	6,477,595	3,578,860	55.2%	50,436,872	46,347,367	91.9%
2558	8,256,783	8,035,578	97.3%	6,911,862	3,694,634	53.5%	54,151,897	49,370,852	91.2%
2559	10,080,751	8,524,664	84.6%	9,107,170	5,961,610	65.5%	64,394,824	54,264,323	84.3%
2560	12,831,073	9,502,428	74.1%	13,043,820	7,224,289	55.4%	77,186,286	60,241,602	78.0%
2561	39,218,745	15,574,304	39.7%	46,988,783	11,980,665	25.5%	202,654,822	79,149,716	39.1%
2562	50,219,412	18,305,088	36.5%	46,801,652	13,775,301	29.4%	223,360,178	74,976,576	33.6%

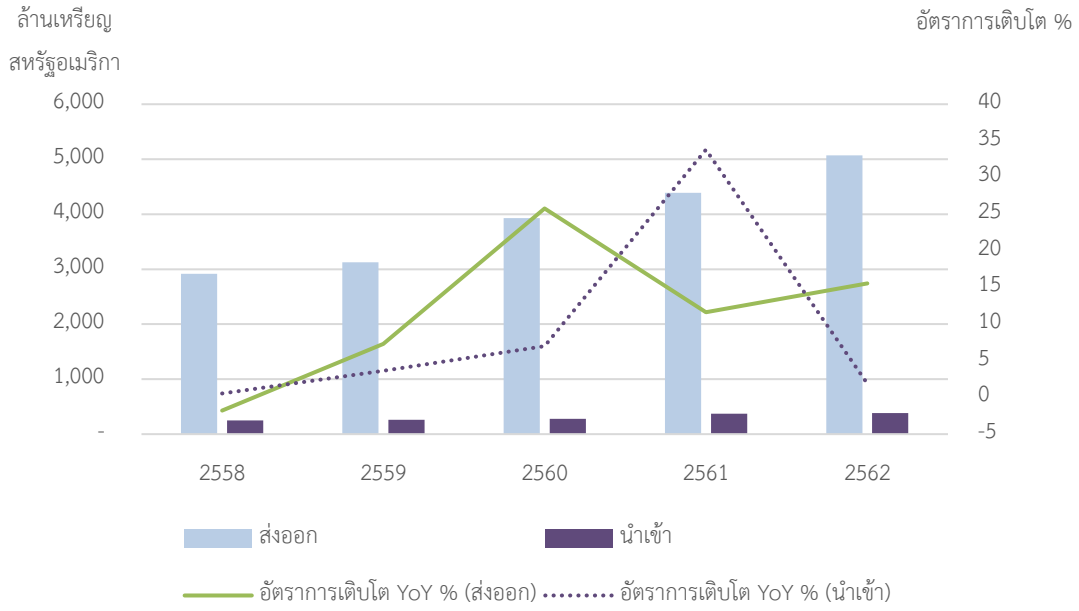
ที่มา: ระบบฐานข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา, สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ดำเนินการสำรวจโดยสถาบันพลาสติก
หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสำรวจผู้ประกอบการในกลุ่มผู้ผลิตยางล้อรถยนต์ จำนวน 23 ราย ณ เดือน กรกฎาคม 2563

จากข้อมูลใน***ตารางที่ 1*** จะเห็นได้ว่าปริมาณการผลิตของยางรถยนต์ทั้งสามประเภทในภาพรวมมีการขยายตัวมาโดยตลอดและมีการขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญในช่วงปี 2561 เป็นต้นมา ส่งผลให้อัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) ในปี 2561 ปรับตัวลดลง เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวมีบริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนเปิดโรงงานผลิตเพิ่มเติม รวมถึงบริษัทต่างชาติเดิมที่มีฐานการผลิตในประเทศไทยมีการขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับคำสั่งซื้อที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคต การปรับตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับความต้องการของตลาดยางล้อที่มีทิศทางเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต และยังเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงระดับความสามารถในการผลิต ณ ปัจจุบันของกลุ่มอุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยได้ว่ามีศักยภาพการผลิตที่สามารถขยายตัวได้อีกมาก

อย่างไรก็ตาม ภาพรวมการผลิตยางล้อรถยนต์มีแนวโน้มชะลอตัวลงตั้งแต่ช่วงกลางปี 2562 ซึ่งเป็นผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา-จีน และสถานการณ์ดังกล่าวเริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้นในช่วงต้นปี 2563 จากบรรยากาศการเจรจาที่สามารถหาข้อตกลงร่วมกันได้ของทั้งสองประเทศ จนกระทั่งเข้าสู่เดือนเมษายน ปี 2563 ระดับการผลิตของอุตสาหกรรมยางล้อที่สะท้อนจากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมกลุ่มยางนอกและยางใน (TSIC 2211) ลดลงอย่างรุนแรง จากระดับ 105 จุด ในเดือนมีนาคม ลดลงสู่ 62 จุด ในเดือนเมษายน และ 47 จุดในเดือนพฤษภาคม โดยการลดลงของดัชนีดังกล่าวเป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ทำให้สายการผลิตของอุตสาหกรรมต่างๆ ทั่วโลกหยุดชะงัก รวมไปถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมยางล้อต่างได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงทำให้ผู้ผลิตยานยนต์ทั่วโลกต้องหยุดสายการผลิตชั่วคราวตั้งแต่ช่วงเดือนเมษายน ปี 2563 ส่งผลให้ระดับความต้องการยางล้อลดต่ำลงไปด้วย อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลายเดือนพฤษภาคม 2563 ผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยเริ่มกลับมาเดินสายการผลิตได้อีกครั้ง รวมถึงผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่างๆ ได้มีการปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจให้สอดรับกับสภาวะการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ ยิ่งการฟื้นตัวเป็นไปได้รวดเร็วเท่าไหร่ก็จะส่งผลดีต่อภาคเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการผลิตเร็วขึ้นเท่านั้น

2 ภาวะการส่งออกและตลาดส่งออกสำคัญของผลิตภัณฑ์ยางล้อไทย

มูลค่าการส่งออกยางล้อของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยจากสถิติ 5 ปีที่ผ่านมาพบว่าไทยมีการส่งออกยางล้อมากกว่าการนำเข้าเฉลี่ย 12.5 เท่า และมีอัตราขยายตัวเฉลี่ยต่อปี (Annual Average Growth Rate: AAGR) ของมูลค่าการส่งออกร้อยละ 14.9 ทั้งนี้ ในปี 2562 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสุทธิ 5,071.7 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา เติบโตจากปี 2561 ในอัตราร้อยละ 15.6 โดยมูลค่าการส่งออกดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.6 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทุกประเภทของประเทศไทย (27,260.4 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา) แสดงดัง***รูปที่ 1***

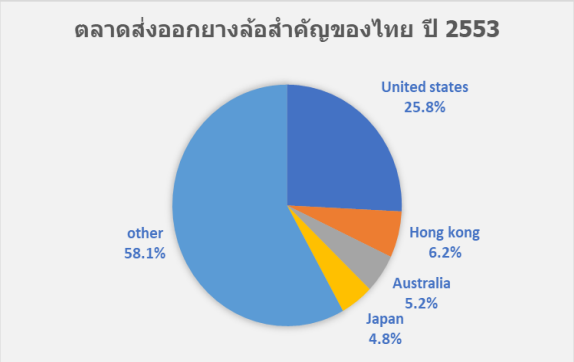


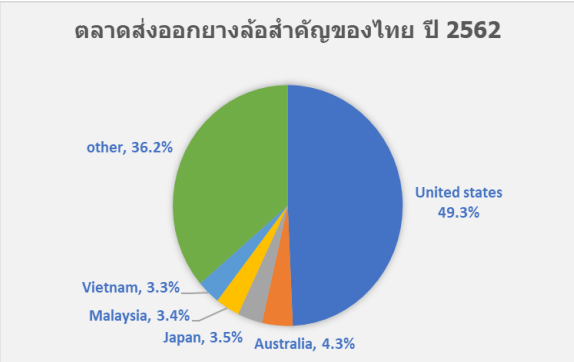
ที่มา: Global Trade Atlas

หมายเหตุ: ข้อมูลดังกล่าวประมวลผลภายใต้ H.S. Code 401110 และ H.S. Code 401120

รูปที่ 1 มูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้ายางล้อรถยนต์ของไทย ปี 2558-2562

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อของไทย ณ ปี 2562 จำแนกตามตลาดส่งออกสำคัญ พบว่า ตลาดส่งออกอันดับที่ 1 ของไทยในกลุ่มผลิตภัณฑ์ยางล้อคือตลาดสหรัฐอเมริกา ที่มีสัดส่วนมูลค่าตลาดสูงถึงร้อยละ 49.3 ของมูลค่าการส่งออกรวม คิดเป็นมูลค่ากว่า 2,518.2 ล้านเหรียญสหรัฐเอมริกา รองลงมาคือ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย และเวียดนาม มีสัดส่วนร้อยละ 4.3 3.5 3.4 และ 3.3 ตามลำดับ ทั้งนี้ หากพิจารณาการเติบโตของสัดส่วนตลาดในอดีต พบว่าเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2553) ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกยางล้อ 2,162.9 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา ตลาดส่งออกอันดับ 1 ยังคงเป็นตลาดสหรัฐอเมริกา หากแต่มีสัดส่วนการส่งออกที่ร้อยละ 25.8 ของมูลค่าการส่งออกรวม คิดเป็นมูลค่า 557.7 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ตลาดรอง ณ ช่วงนั้น ได้แก่ ฮ่องกง ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น มีสัดส่วน ร้อยละ 6.2 5.2 และ 4.8 ตามลำดับ ข้อมูลแสดงดัง***รูปที่ 2***





ที่มา: Global Trade Atlas

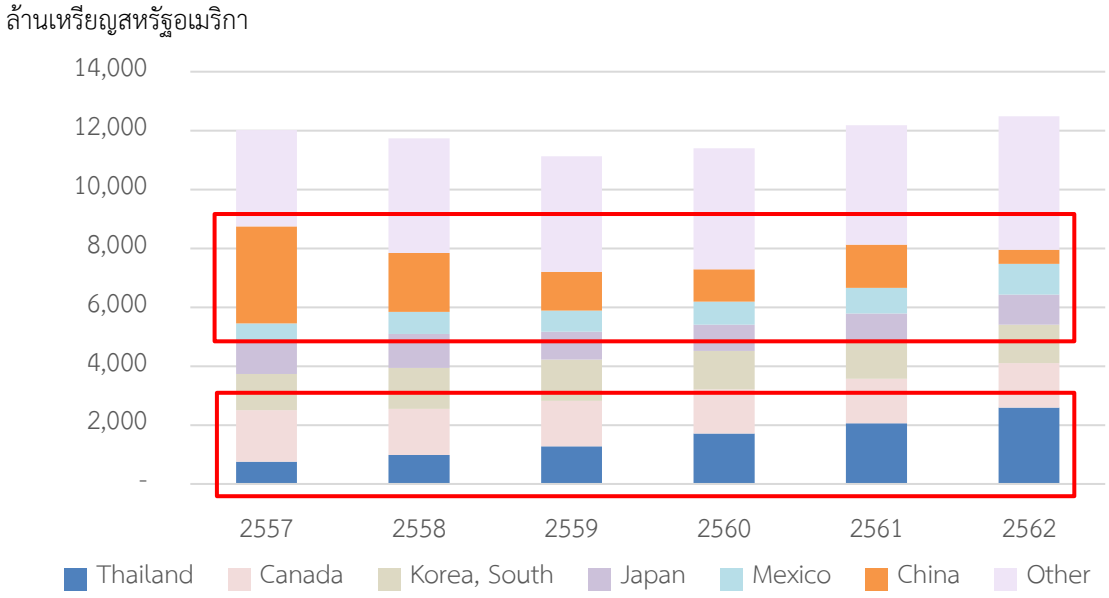
หมายเหตุ: ข้อมูลดังกล่าวประมวลผลภายใต้ H.S. Code 401110 และ H.S. Code 401120

รูปที่ 2 เปรียบเทียบสัดส่วนตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ยางล้อไทยเชิงมูลค่า ปี 2553 และ ปี 2562

จะเห็นได้ว่า โครงสร้างตลาดส่งออกกลุ่มผลิตภัณฑ์ยางล้อของประเทศไทยไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตแต่อย่างใด กล่าวคือ ประเทศไทยพึ่งพิงตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ขณะเดียวกันสัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่า จากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 50 โดยประมาณ และเมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาพบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นถึง 4.5 เท่า อย่างไรก็ตามการที่ประเทศไทยพึ่งพิงตลาดสหรัฐอเมริกา เป็นหลัก ในขณะที่สัดส่วนการส่งออกในตลาดรองมีความแตกต่างกับตลาดสหรัฐอเมริกาสูงมาก ถือเป็นปัจจัยเสี่ยงประการหนึ่ง ที่ถ้าหากตลาดสหรัฐอเมริกา มีการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะด้วยนโยบายทางการค้า หรือการแข่งขันเชิงอุตสาหกรรม ที่ส่งผลให้สหรัฐอเมริกา หันไปนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางล้อจากประเทศอื่นแทน จะมีโอกาสเกิดผลกระทบต่อการส่งออกยางล้อของไทยเป็นอย่างมาก

3 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดนำเข้ายางล้อของสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำเข้ายางล้อสูงที่สุดติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก โดยในปี 2562 ทั่วโลกมีมูลค่าการนำเข้ายางล้อที่ 60,332.9 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา จากมูลค่าดังกล่าวประเทศสหรัฐอเมริกามีมูลค่านำเข้าที่ 12,489.9 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.7 ของตลาดนำเข้าทั่วโลก โดยประเทศสำคัญที่มีความสัมพันธ์ในเชิงการค้าผลิตภัณฑ์กลุ่มยางล้อกับสหรัฐอเมริกาในอดีต จนถึงปัจจุบัน คือ ประเทศจีน และประเทศไทย กล่าวคือ ในอดีต ณ ปี 2557 ประเทศจีนเป็นแหล่งนำเข้ายางล้ออันดับที่ 1 ของสหรัฐอเมริกา ที่มีสัดส่วนร้อยละ 27.4 ของตลาดนำเข้ารวม แต่ปี 2558 เป็นต้นมาสัดส่วนการนำเข้ายางล้อของสหรัฐอเมริกา จากประเทศจีนลดลงอย่างต่อเนื่องเหลือเพียงร้อยละ 3.9 ณ ปี 2562 สวนทางกับทิศทางการนำเข้ายางล้อจากประเทศไทยที่ในอดีต ณ ปี 2557 สหรัฐอเมริกา นำเข้ายางล้อจากประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.3 ของมูลค่าการนำเข้ารวม และตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา สัดส่วนการนำเข้ายางล้อของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทยมีการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี จนปัจจุบันประเทศไทยเป็นตลาดนำเข้ายางล้ออันดับ 1 ของสหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนร้อยละ 20.8 ของมูลค่าการนำเข้ารวม แทนที่จีน ข้อมูลแสดงดัง***รูปที่ 3***



ที่มา: Global Trade Atlas

หมายเหตุ: ข้อมูลดังกล่าวประมวลผลภายใต้ H.S. Code 401110 และ H.S. Code 401120

รูปที่ 3 มูลค่าการนำเข้ายางล้อจากตลาดสำคัญของสหรัฐอเมริกา

การที่บทบาทในฐานะผู้ส่งออกยางล้อของประเทศจีนไปยังสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องดังที่กล่าวไปในข้างต้น ส่วนหนึ่งเกิดจากมาตรการป้องกันการทุ่มตลาด (Anti-Dumping) ของสหรัฐอเมริกาซึ่งจีนเน้นการทำการตลาดด้วยผลิตภัณฑ์ราคาต่ำเกินความเหมาะสม ประกอบกับในช่วงปี 2562 สหรัฐอเมริกา และจีนเกิดข้อขัดแย้งทางการค้าระหว่างกัน (Trade War) ส่งผลให้ทั้งสองฝ่ายตั้งกำแพงภาษีในสินค้าหลักที่มีการค้าขายซึ่งกันและกัน ซึ่งแน่นอนว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ยางล้อเป็นหนึ่งในสินค้าที่สหรัฐอเมริกา ขึ้นภาษีนำเข้าจากประเทศจีนด้วยเช่นกัน ทั้งสองปัจจัยดังกล่าวเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้สัดส่วนการนำเข้ายางล้อของสหรัฐอเมริกา จากจีน หดตัวอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ซึ่งชัดเจนว่าจากสถานการณ์ดังกล่าวนั้น ได้ส่งผลกระทบในทางบวกต่ออุตสาหกรรมยางล้อของประเทศไทยให้สามารถส่งออกยางล้อไปยังสหรัฐอเมริกาได้เพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตามจากเหตุการณ์ดังกล่าว ส่งผลกระทบกับการผลิตและส่งออกของจีนเป็นอย่างมาก จนทำให้จีนเริ่มย้ายฐานการผลิตยางล้อไปสู่ประเทศที่ไม่เข้าข่ายมาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกาและผลพวงจากสงครามการค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการสัญชาติจีนยังสามารถส่งออกยางล้อไปยังสหรัฐอเมริกาได้ต่อไป ซึ่งการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตในอุตสาหกรรมยางล้อไทย ที่ขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญในปี 2561 ดังที่กล่าวไปแล้วในตารางที่ 9-1 นั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากผู้ประกอบการจีนเข้ามาลงทุนจัดตั้งโรงงานใหม่ รวมไปถึงผู้ประกอบการสัญชาติจีนที่มีฐานการผลิตอยู่ในไทยแต่เดิมมีการขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้น ดังนั้น สัดส่วนการส่งออกยางล้อของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ที่เพิ่มขึ้น เกิดจากผู้ประกอบการสัญญาติจีนที่ย้ายฐานการผลิตเข้ามาตั้งในประเทศไทยเป็นหลัก กลไกการทุ่มตลาดที่จีนเคยถูกสหรัฐอเมริกาออกมาตรการตอบโต้ในอดีตนั้น อาจมีโอกาสเกิดขึ้นในประเทศไทยได้ ทั้งนี้ ปัจจุบันสหรัฐอเมริกาได้มีการไต่

สวนประเด็น Anti-Dumping กับกลุ่มประเทศที่มีการส่งออกสินค้าไปยังสหรัฐอเมริกา ได้แก่ เกาหลีใต้ ไต้หวัน เวียดนาม และไทย ซึ่งเป็นการไต่สวนในลักษณะเดียวกันกับที่เคยดำเนินการกับประเทศจีนไปแล้วในอดีต ซึ่งการไต่สวนครั้งนี้ จะทราบผลในช่วงต้นปี 2564 ดังนั้น หากผลการไต่สวนดังกล่าวสิ้นสุดลงแล้ว สหรัฐอเมริกา พิจารณาว่าไทยทุ่มตลาดจริง สหรัฐอเมริกาจะดำเนินการขึ้นภาษีเพื่อตอบโต้ โดยมีการประมาณการไว้ว่าภาษีที่จะถูกสหรัฐอเมริกาเรียกเก็บเพิ่มขึ้น มีโอกาสสูงถึงกว่าร้อยละ 100 ซึ่งถ้าหากสถานการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจริงจะถือว่าอุตสาหกรรมยางล้อไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดอันดับ 1 และมีสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกยางล้อทั้งหมด

4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมยางล้อไทย

จากข้อมูลสถานการณ์การผลิตยางล้อรถยนต์ไทยและประเด็นการวิเคราะห์เชิงความสัมพันธ์ทางการค้าผลิตภัณฑ์ยางล้อระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกาที่กล่าวมาทั้งหมด สามารถสรุปประเด็นที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมยางล้อไทย ได้ดังนี้

จุดแข็ง

- อุตสาหกรรมยางล้อไทยมีความมั่นคงทางด้านวัตถุดิบยางธรรมชาติสูง (Security of Supply) เนื่องจากประเทศไทยมีปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติสูงที่สุดในโลก
- ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมยานยนต์ขนาดใหญ่เป็นลำดับต้นๆ ในภูมิภาคเอเชีย ส่งผลให้มีความต้องการใช้ยางล้อในตลาด OEM ประมาณ 10 ล้านเส้นต่อปี
- ประเทศไทยมีแรงงานฝีมือที่มีทักษะและความชำนาญในอุตสาหกรรมยางล้อ

จุดอ่อน

- การพึ่งพาตลาดส่งออกเดียวอย่างสหรัฐอเมริกาเป็นหลักในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 50
- อุตสาหกรรมยางล้อไทยต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศเป็นหลัก

โอกาส

- ธุรกิจขนส่งสินค้าด้วยรถยนต์มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นจากพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป โดยผู้บริโภคนิยมการซื้อสินค้า Online มากขึ้น อีกทั้ง ประเด็นการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในช่วงที่ผ่านมา เป็นปัจจัยที่เร่งให้ธุรกิจขนส่งสินค้ามีการเติบโต ซึ่งการเติบโตของธุรกิจดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดความต้องการยางล้อเพิ่มสูงขึ้น

อุปสรรค

- ผู้ประกอบการยางล้อไทยอาจได้รับผลกระทบจากมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping) ของสหรัฐอเมริกาในอนาคตอันใกล้ โดยการไต่สวนของคณะกรรมาธิการการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกา (U.S. International Trade Commission: USITC) คาดว่าจะสิ้นสุดในช่วงต้นปี 2564

- เศรษฐกิจโลกที่เกิดการชะลอตัวจากประเด็นสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา-จีน และการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มใช้จ่ายกับสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ซึ่งอาจส่งผลให้มีความต้องการยางล้อลดลง

5 บทสรุป

การผลิตยางล้อของประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมามีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตยางล้อของไทยขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ปี 2561 โดยมาจากการเพิ่มขึ้นของนักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนและผู้ประกอบการรายเดิมที่มีการเพิ่มกำลังการผลิต เพื่อรองรับความต้องการของตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงที่ผ่านมา แต่ในช่วงปี 2562 ทิศทางการผลิตยางล้อเริ่มมีแนวโน้มหดตัวลงจากการชะลอตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ และสถานการณ์เริ่มจะกลับมาฟื้นตัวได้ในช่วงต้นปี 2563 แต่อย่างไรก็ตาม ในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2563 ทิศทางการผลิตและความต้องการยางล้อทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศมีการปรับตัวลดลงอีกครั้ง ซึ่งการปรับลดลงในรอบนี้มาจากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทั่วโลก ที่ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งภาคการค้า ภาคอุตสาหกรรม เกือบทั้งหมดต้องหยุดชะงัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการระบาดในตลาดส่งออกหลักของอุตสาหกรรมยางล้ออย่างสหรัฐอเมริกา ที่ยังไม่มีแนวโน้มจะยุติ ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่าอุตสาหกรรมยางล้อจะยังไม่สามารถฟื้นตัวได้ในระยะสั้น

การส่งออกยางล้อของไทยในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมามีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถสะท้อนได้จากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีในอัตราร้อยละ 14.9 โดยมีตลาดส่งออกหลักที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา ที่มีสัดส่วนการส่งออกในปี 2562 สูงเกือบร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกยางล้อทั้งหมดของไทย และไทยยังเป็นตลาดนำเข้ายางล้ออันดับหนึ่งของสหรัฐอเมริกา ซึ่งการขยายตัวของการส่งออกยางล้อของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาในช่วงที่ผ่านมานั้น มีสาเหตุมาจากความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา-จีน และมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping) ของสหรัฐอเมริกา รวมถึงผลจากการย้ายฐานการผลิตของผู้ประกอบการยางล้อในจีนมาตั้งโรงงานผลิตที่ประเทศไทย ทำให้ในปัจจุบัน ไทยกำลังถูกคณะกรรมาธิการการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกา (U.S. International Trade Commission: USITC) ไต่สวนว่ามีการทุ่มตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ยางล้อ ซึ่งถือได้ว่าเป็นความเสี่ยงต่ออุตสาหกรรมยางล้อของไทยอย่างมากหากถูกสหรัฐอเมริกาตัดสินว่ามีการทุ่มตลาดจริง

6 ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ สนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการในการขยายตลาดโดยกระจายสัดส่วนการจำหน่ายไปยังตลาดลำดับรอง เช่น ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย และเวียดนาม มากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพาตลาดสหรัฐอเมริกา และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยการจัด Business Matching ทางออนไลน์ ให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางล้อไทย