

รายงานการศึกษา

KEEP ROLLING

ยางล้อไทยหมุนต่อไปไม่หยุด



กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
สินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

บทสรุปผู้บริหาร

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เป็นแรงผลักดันสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านจากรถยนต์สันดาปไปสู่ “อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next Generation Automotive)” จากข้อมูลขององค์กรพลังงานระหว่างประเทศ ในปี 2567 พบว่าแนวโน้มความต้องการใช้รถยนต์ภาพรวมของทั้งโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2563 - 2567) เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.20 ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการรถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.82 โดยมีปัจจัยสำคัญ อาทิ ความกังวลเรื่องสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้รถยนต์ไฟฟ้าเป็นทางเลือกในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของรถยนต์ไฟฟ้าที่มีแรงขับเคลื่อนที่สำคัญมาจากแบตเตอรี่ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของรถยนต์ไฟฟ้า โดยแบตเตอรี่มีน้ำหนักคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 25 ของน้ำหนักรถทั้งหมดและน้ำหนักของแบตเตอรี่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามความจุ เพื่อรองรับการวิ่งในระยะทางที่ไกลขึ้น ส่งผลให้ยางรถยนต์ต้องรองรับน้ำหนักและแรงที่มากขึ้น ทำให้ยางรถยนต์ไฟฟ้าเกิดการสึกหรอเร็วกว่ายางรถยนต์ทั่วไปประมาณร้อยละ 20 ทั้งนี้ อุตสาหกรรมยางล้อของไทยสามารถยกระดับการผลิตยางล้อทั่วไปไปสู่ยางล้อรถยนต์ไฟฟ้าต่อยอดขีดความสามารถเดิมของผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง

อุตสาหกรรมการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งของไทย ถือเป็นภาคการผลิตที่มีบทบาทสำคัญต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยในช่วงปี 2559 - 2568 ไทยมีอัตราการใช้กำลังการผลิต อยู่ที่ร้อยละ 69 - 92 สะท้อนว่าภาพรวมอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยยังคงมีศักยภาพในการการผลิต โดยผู้ประกอบการในไทยที่ผลิตยางล้อรถยนต์นั่ง แบ่งเป็น **นิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทย** จำนวน 15 ราย (คิดเป็นร้อยละ 62 ของนิติบุคคลที่ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งทั้งหมด) รองลงมาคือ **นิติบุคคลที่มีทั้งบุคคลต่างชาติและสัญชาติไทยถือหุ้น** จำนวน 5 ราย (ร้อยละ 18) และ **นิติบุคคลที่มีบุคคลต่างชาติถือหุ้นทั้งหมด** จำนวน 4 ราย (ร้อยละ 17) แม้ว่านิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยมีจำนวนมากที่สุด แต่มูลค่าเงินลงทุนส่วนใหญ่กลับกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มนิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้นต่างชาติและกลุ่มร่วมทุนไทยและต่างชาติ

สำหรับสถานการณ์การค้ายางล้อรถยนต์นั่งของไทย ในช่วงปี 2559 - 2568 การส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทย มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 6.86 ต่อปี โดยไทยมีการส่งออกมากกว่าการนำเข้ามาโดยตลอด ในปี 2568 ไทยมีมูลค่าการส่งออก 3,875.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.12 (YoY) ตลาดส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ **สหรัฐอเมริกา** มูลค่า 1,997.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 51.53) **เกาหลีใต้** มูลค่า 316.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 8.16) และ **ญี่ปุ่น** มูลค่า 204.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 5.27) แม้ว่าสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักในการส่งออกของไทย แต่การขยายตัวในช่วงหลัง (5 ปีล่าสุด) เริ่มกระจายไปยังตลาดเอเชียและตะวันออกกลางมากขึ้น อาทิ **เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และสหรัฐอเมริกา** อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนของสถานการณ์โลก อาจส่งผลต่อเศรษฐกิจไทยและโลก อาทิ สถานการณ์ความขัดแย้งสหรัฐอเมริกา-อิสราเอล และอิหร่าน ซึ่งหากยืดเยื้ออาจส่งผลต่อการส่งออก จากข้อมูลการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทยไปยังตลาดตะวันออกกลาง ในปี 2568 มีมูลค่า 247.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีสัดส่วนร้อยละ 6.39 ของการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทยไปตลาดโลก ขณะที่การส่งออกไปยังอิหร่าน มีมูลค่า 2.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.06 ของการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทยไปตลาดโลก บ่งชี้ว่าตลาดอิหร่านมีมูลค่าการค้าที่จำกัดและมีผลกระทบต่อส่งออกของไทยในระดับต่ำเมื่อเทียบกับตลาดตะวันออกกลาง ทั้งนี้ หากความขัดแย้งขยายวงกว้าง อาจกระทบต่อการค้ากับตลาดสำคัญของไทยในภูมิภาคดังกล่าว อาทิ สหรัฐอเมริกา และซาอุดีอาระเบีย ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าและการกระจายสินค้าในตะวันออกกลาง

ขณะที่ การนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งของไทย ในช่วงปี 2559 - 2568 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.82 ต่อปี ในปี 2568 ไทยมีมูลค่าการนำเข้า 262.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.86 (YoY) แหล่งนำเข้าสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน มูลค่า 76.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 29.11) ญี่ปุ่น มูลค่า 46.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 17.64) และอินโดนีเซีย มูลค่า 22.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 8.45)

ในส่วนของสถานการณ์การค้ายางล้อรถยนต์นั่งของโลก ในช่วง 5 ปีล่าสุด (ปี 2563 - 2567) มีจำนวนความต้องการใช้งานเพิ่มขึ้นและขยายตัวอย่างก้าวกระโดด การส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของโลก มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 9.46 ต่อปี ในปี 2567 มีการส่งออกมีมูลค่า 51,890.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.15 (YoY) ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน มูลค่า 8,984.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 17.32) เยอรมนี มูลค่า 4,164.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 8.03) และไทย มูลค่า 3,795.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 7.31) ขณะที่ การนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งของโลก ในช่วงปี 2563 - 2567 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9.49 ต่อปี โดยในปี 2567 มีการนำเข้ามูลค่า 49,484.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.27 (YoY) ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มูลค่า 9,745.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 19.69) เยอรมนี มูลค่า 5,376.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 10.87) และฝรั่งเศส มูลค่า 3,187.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 6.44)

จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (RCA) ของสินค้ายางล้อรถยนต์นั่งของไทยในตลาดโลก ภายใต้พิกัดศุลกากร HS 4011.10 ในช่วงปี 2558 - 2567 พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ในอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่ง สะท้อนจากค่าดัชนี RCA ที่มากกว่า 1 อย่างต่อเนื่อง บ่งชี้ว่าอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในตลาดโลก เมื่อวิเคราะห์การส่งออกของประเทศที่สำคัญ พบว่า โรมาเนีย มีค่า RCA สูงกว่าไทย ซึ่งมาจากการสนับสนุนเงินช่วยเหลือจากรัฐบาลให้แก่ผู้ผลิต ส่งผลให้เกิดการลงทุนในโรงงานผลิตยางล้อรถยนต์นั่ง เพื่อจำหน่ายในตลาดยุโรปโดยตรง ขณะที่ ฮังการี มีค่า RCA ใกล้เคียงกับไทย การเข้ามาตั้งฐานการผลิตของผู้ผลิตรถยนต์ (OEM) ก่อให้เกิดอุปสงค์ต่อเนื่องต่อชิ้นส่วนยานยนต์และยางล้อรถยนต์นั่ง เพื่อใช้ในกระบวนการผลิตภายในประเทศและเพื่อการส่งออก ส่วนกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพด้านการส่งออกในตลาดโลก ได้แก่ จีน มีห่วงโซ่อุปทานยานยนต์ที่ครบวงจรและลดการพึ่งพาต่างประเทศ มีนโยบายสำคัญ Made in China 2025 และการพัฒนา Local Content และเม็กซิโก มีกรอบความตกลงทางการค้า อาทิ USMCA และเป็นฐานการผลิตของผู้ผลิตรถยนต์ (OEM) เพื่อส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ

เมื่อพิจารณาจากอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ในช่วงปี 2558 - 2567 ควบคู่กับสัดส่วนการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทย พบว่า สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และมาเลเซีย เป็นตลาดสำคัญที่ยังมีศักยภาพ จึงนำมาวิเคราะห์ RCA รายตลาดเทียบกับคู่แข่งสำคัญ พบว่า ตลาดสหรัฐอเมริกา แม้ไทยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (RCA สูงกว่า) แต่ค่า RCA ของคู่แข่งอย่างเม็กซิโกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องมาจากความได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์และกรอบความตกลง USMCA ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยในระยะยาว หากไม่สามารถยกระดับไปสู่การแข่งขันเชิงคุณภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ตลาดเกาหลีใต้ ไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ขณะที่ จีนมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 แม้จะมีมูลค่าการส่งออกในระดับสูง แต่การส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งไม่ได้เป็นสินค้าหลักของจีนในตลาดเกาหลีใต้ ตลาดมาเลเซีย ไทยยังคงรักษาความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบได้ แม้จะเผชิญกับการแข่งขันจากจีนที่มีความได้เปรียบตลอดห่วงโซ่อุปทาน เช่น ยานยนต์ไฟฟ้า (EV) อย่างไรก็ตาม หากไทยไม่เร่งต่อยอดความได้เปรียบเชิงโครงสร้างไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนที่ตอบสนองตลาด อาจส่งผลให้ประเทศคู่แข่งที่มีความพร้อมเข้ามาแทนที่ในห่วงโซ่อุปทานยานยนต์ได้

การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยยกระดับจากการแข่งขันเชิงปริมาณไปสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องเร่งพัฒนาขีดความสามารถ เพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลก ดังนี้ (1) ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบต้นน้ำ ไทยเป็นผู้ผลิตยางธรรมชาติรายใหญ่ที่สุดของโลก ซึ่งช่วยสร้างเสถียรภาพด้านวัตถุดิบและความยืดหยุ่นในการพัฒนาสูตรยางสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า (2) การแปรรูปสินค้ากลางน้ำ โดยมีฐานการผลิตของแบรนด์ยางล้อระดับโลกในประเทศเอื้อต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีและยกระดับผู้ประกอบการไทยจากการผลิตยางแปรรูปเชิงสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และ (3) ความแข็งแกร่งในการผลิตและจัดการสินค้าปลายน้ำ นโยบาย EV Hub ของภาครัฐและมาตรการส่งเสริมการลงทุนของ BOI สร้างแรงจูงใจให้เกิดการเชื่อมโยง Tire-EV Cluster ภายในประเทศควบคู่กับการที่ไทยเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าในอาเซียนภายใต้กรอบความตกลงการค้าเสรีอย่าง AFTA และ RCEP ขณะที่ ความท้าทายของการยกระดับยางล้อรถยนต์นั่ง มีดังนี้ (1) มาตรการทางการค้า อาทิ มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด มาตรา 232 ภายใต้กฎหมาย Trade Expansion Act of 1962 และมาตรา 122 ของกฎหมาย Trade Act of 1974 ที่บังคับใช้แล้ว และประเด็นที่ต้องติดตาม เช่น การไต่สวนภายใต้มาตรา 301 ของกฎหมาย Trade Act of 1974 (2) มาตรการสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปทั้ง EUDR และมาตรฐาน Euro 7 ที่จะกระตุ้นให้ผู้ผลิตรถยนต์ต้องพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ (3) ความท้าทายด้านเทคโนโลยีและสูตรยางที่สูงกว่ายางล้อรถยนต์นั่งทั่วไป (4) ข้อจำกัดด้านมาตรฐานและการทดสอบภายในประเทศ ทั้งในมิติของสมรรถนะ ความปลอดภัย และความยั่งยืน และ (5) แรงกดดันจากคู่แข่งสำคัญ อาทิ จีน และเม็กซิโก ที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุน และภูมิรัฐศาสตร์

จากการสอบถามมุมมองของผู้ประกอบการ พบว่า ความต้องการยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุนมาจากการขยายตัวของตลาดรถยนต์ไฟฟ้าและการเข้ามาตั้งฐานการผลิตของผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าจากจีนในประเทศไทย แม้ว่าสถานการณ์การแข่งขันในระยะสั้นจะมีความรุนแรงจากผู้ผลิตจีนที่มีความได้เปรียบด้านราคา แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อ ในด้านการผลิต ผู้ประกอบการมีมุมมองที่แตกต่างกัน โดย Westlake เห็นว่าจำเป็นต้องลงทุนเปิดสายการผลิตและนำเข้าเครื่องจักรเฉพาะทางใหม่ ขณะที่ Continental ระบุว่าสามารถปรับกระบวนการผลิตจากยางล้อทั่วไปไปสู่ยางล้อรถยนต์ไฟฟ้าได้โดยอาศัยการปรับสูตรและส่วนผสมวัตถุดิบเป็นหลัก โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนโครงสร้างพื้นฐานใหม่ทั้งหมด

ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงโครงสร้างในอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่ง จึงมีความพร้อมในการต่อยอดเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ยานยนต์ไฟฟ้าที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกภายใต้กติกาการค้าและมาตรฐานที่เข้มข้นขึ้น จำเป็นต้องยกระดับไปสู่ “การผลิตที่มีมูลค่าเพิ่ม” ดังนั้น สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายตามแนวคิด “ทำตาม-ทำเพิ่ม-ทำต่าง” ดังนี้

- **ทำตาม (Align with Standards):** ภาคเอกชน ยกระดับผลิตภัณฑ์และระบบคุณภาพสู่มาตรฐานยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า กำหนดแผนปรับแบบและสูตรยางให้สอดคล้องกับ “ข้อกำหนดเชิงเทคนิคของยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า” ภาครัฐ เสริมโครงสร้างพื้นฐานการทดสอบ วิจัย และการรับรองยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า เร่งยกระดับ “สมรรถนะการทดสอบและการรับรองมาตรฐาน” และ กระทรวงพาณิชย์ จัดทำระบบเฝ้าระวังและเตรียมความพร้อมต่อมาตรการทางการค้าในตลาดหลัก จัดทำ “ชุดมาตรการเตรียมความพร้อมเชิงรุก” สำหรับผู้ส่งออก เพื่อรับมือความท้าทายทางการค้า

- **ทำเพิ่ม (Strategic Expansion):** ภาคเอกชน ปรับโครงสร้างจากการผลิตเชิงปริมาณสู่ยางสมรรถนะสูงและพัฒนาความร่วมมือ Co-develop/Co-design กับผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศ ภาครัฐ ต่อยอดมาตรการ

ส่งเสริมการลงทุนที่มีอยู่ ไปสู่การสร้างห่วงโซ่อุปทานยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าให้เกิดการใช้จริง โดยต่อยอดจากการกำหนดเงื่อนไข Local Content และการรับรอง Made in Thailand (MIT) สู่การสร้างห่วงโซ่อุปทานยางล้อรถยนต์ไฟฟ้าภายในประเทศอย่างเป็นรูปธรรม เชื่อมโยงผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าต่างชาติกับผู้ผลิตยางล้อและวัตถุดิบไทยในระยะยาว และกระทรวงพาณิชย์ ลดความเสี่ยงการพึ่งพาสถาตหลัก ด้วยการกระจายตลาดและใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี (FTA) กำหนดแผนกระจายตลาดส่งออกเชิงรุก เพื่อบริหารจัดการและลดความเสี่ยง

- **ทำต่าง (Differentiate with Thai Strengths):** ภาครัฐฯ วางตำแหน่ง "ยางล้อรถยนต์ไฟฟ้าพรีเมียมจากยางธรรมชาติไทย" พร้อมระบบตรวจสอบย้อนกลับตลอดห่วงโซ่อุปทาน ภาครัฐฯ ยกกระดับห่วงโซ่อุปทาน "ยางพารา - ยางแปรรูป - ยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า" ให้เป็นฐานมูลค่าเพิ่มในประเทศ และกระทรวงพาณิชย์ ใช้ "ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ" เป็นฐานยกระดับการส่งเสริมการค้าเชิงคุณภาพ จัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมการค้าเชิงคุณภาพ โดยรักษาตลาดหลักที่ไทยมีความได้เปรียบสูง อาทิ สหรัฐอเมริกาและเกาหลีใต้ ควบคู่กับการเจาะตลาดใหม่ เช่น สหภาพยุโรป ตะวันออกกลาง และอาเซียน พร้อมผลักดันการสร้างแบรนด์ของผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดโลก

สารบัญ

	หน้า
1. บทนำ.....	1
2. สถานการณ์การผลิตและการค้าอย่างล้ารยนต์นึ่ง.....	3
3. ศักยภาพของยางล้ารยนต์นึ่งของไทย.....	14
4. โอกาสและความท้าทายในการยกระดับและเชื่อมต๋อยางล้ารยนต์นึ่งท้วยไปสู๋ยางล้ารยนต์ไฟฟ้า..	22
5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	30
เอกสารอ้างอิง	33

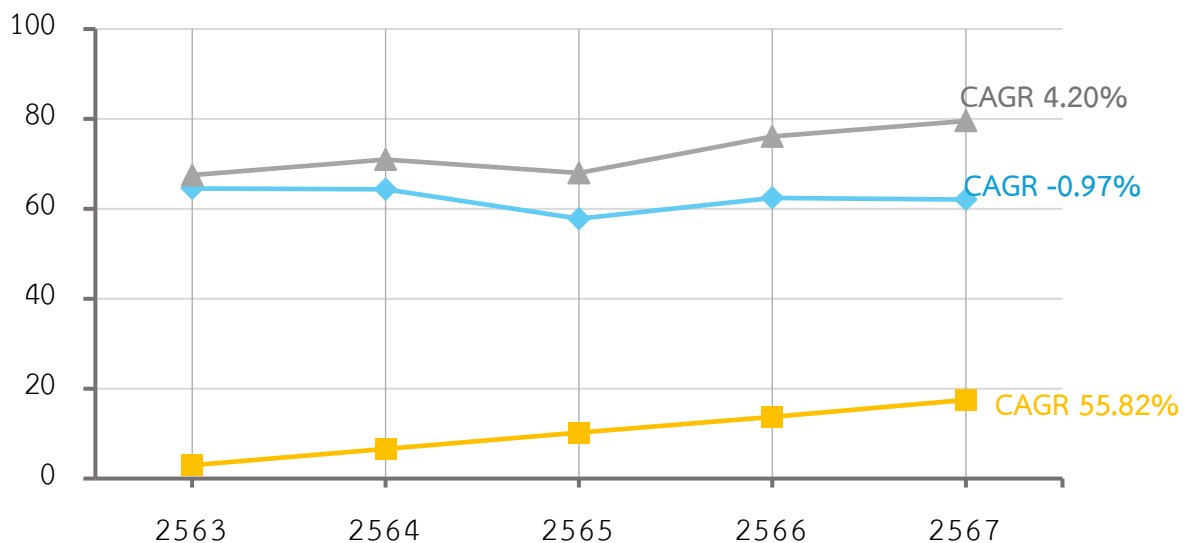
1. บทนำ

ท่ามกลางจุดเปลี่ยนสำคัญของประวัติศาสตร์โลก เมื่อวิกฤตการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ไม่ใช่เรื่องไกลตัว แต่เป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ผู้คนทั่วทุกมุมโลกตัดสินใจเปลี่ยนผ่านจากรถยนต์สันดาปไปสู่ "อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next Generation Automotive)" อย่างเต็มรูปแบบ ความพยายามที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโลก ทำให้ยานยนต์สมัยใหม่มีบทบาทสำคัญ เนื่องจากการคมนาคมทางถนนมีส่วนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงขึ้นบรรยากาศในสัดส่วนที่สูงประมาณร้อยละ 15 ของปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดที่เกิดจากของกิจกรรมของมนุษย์

จุดเริ่มต้นของความนิมยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ทั่วโลก มีมาตั้งแต่ช่วงปี 2373 โดยรถยนต์ไฟฟ้าเคยมีบทบาทสำคัญและสามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้ในระดับหนึ่ง แต่รถยนต์ไฟฟ้าไม่สามารถแข่งขันกับรถยนต์สันดาปได้ เนื่องจากในยุคนั้นยังมีข้อจำกัดด้านแบตเตอรี่และราคาน้ำมันที่อยู่ในระดับต่ำ ต่อมาความนิยมของยานยนต์ไฟฟ้าในยุคใหม่เริ่มกลับมาได้รับความสนใจอีกครั้งภายหลังการลงนามในความตกลงปารีส (Paris Agreement) ในปี 2558 ซึ่งนานาประเทศได้แสดงเจตนารมณ์ร่วมกันในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้ความจําหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 1 : สถิติจําหน่ายรถยนต์ทั่วโลก ปี 2563 - 2567

หน่วย: ล้านคัน



	2563	2564	2565	2566	2567
ยานยนต์สันดาป	64.53	64.37	57.80	62.41	62.05
ยานยนต์ไฟฟ้า	2.97	6.62	10.22	13.71	17.51
รวม	67.50	70.99	68.02	76.12	79.56

ที่มา: องค์กรพลังงานระหว่างประเทศ (IEA)

จากข้อมูลขององค์การพลังงานระหว่างประเทศ (International Energy Agency: IEA) ภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความต้องการใช้รถยนต์ภาพรวมของทั้งโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งพิจารณาได้จากอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2563 - 2567) เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.20 สอดคล้องกับทิศทางแนวโน้มของรถยนต์ไฟฟ้าในปัจจุบันยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าทั่วโลก โดยในปี 2567 มีจำนวน 17.51 ล้านคัน เพิ่มขึ้นจากในปี 2566 จำนวน 13.71 ล้านคัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.72 และอัตราการเติบโตเฉลี่ยช่วง 5 ปี (ปี 2563 - 2567) เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.82 ซึ่งมาจากปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนมาใช้ยานยนต์ไฟฟ้า 4 ด้าน ได้แก่

1. ความคุ้มค่าในระยะยาว (Total Cost of Ownership): แม้ว่าราคาของรถยนต์ไฟฟ้าอาจอยู่ในระดับสูงกว่ารถยนต์สันดาป อย่างไรก็ตาม ในปี 2569 มีข้อมูลว่าต้นทุนการเป็นเจ้าของโดยรวมของยานยนต์ไฟฟ้าอยู่ในระดับต่ำกว่ารถยนต์สันดาป ทั้งนี้ เป็นผลมาจากค่าชาร์จไฟฟ้ามียุทธศาสตร์ที่ต่ำกว่าค่าน้ำมันเชื้อเพลิงประมาณร้อยละ 60 รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านการบำรุงรักษาที่ต่ำกว่า เนื่องจากรถยนต์ไฟฟ้ามีจำนวนชิ้นส่วนที่เคลื่อนไหวและต้องการการซ่อมบำรุงน้อยกว่ารถยนต์สันดาป ส่งผลให้ยานยนต์ไฟฟ้ามีความคุ้มค่าในระยะยาวมากขึ้นในมิติของต้นทุนรวมตลอดอายุการใช้งาน

2. ความกังวลเรื่องสิ่งแวดล้อม: ผู้บริโภคมีความตระหนักต่อปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในปี 2569 ซึ่งผลกระทบจากสภาพอากาศที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นส่งผลให้รถยนต์ไฟฟ้าเป็นทางเลือกสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากภาคการขนส่ง ตลอดจนมีส่วนช่วยปรับปรุงคุณภาพอากาศในเขตเมืองและลดมลพิษทางอากาศ

3. ความล้ำสมัยของเทคโนโลยี: ปัจจุบันรถยนต์ไฟฟ้ามีให้เลือกหลากหลายกว่า 785 รุ่นทั่วโลก (เพิ่มขึ้นจากปี 2567 ประมาณร้อยละ 15) โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดและการแข่งขันด้านเทคโนโลยีในระดับสากล โดยรถยนต์ไฟฟ้ารุ่นใหม่มาพร้อมกับสมรรถนะที่มีประสิทธิภาพ แรงบิดในระดับสูง และการพัฒนาเทคโนโลยีแบตเตอรี่ที่สามารถรองรับการขับขี่ในระยะทางที่ไกลขึ้น ควบคู่กับความสามารถในการชาร์จไฟที่รวดเร็วขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4. การผลักดันทางนโยบาย: หลายรัฐบาลทั่วโลกได้ประกาศเป้าหมายอย่างชัดเจนที่จะยุติการจำหน่ายรถยนต์สันดาปภายในปี 2578 ควบคู่กับการดำเนินมาตรการสนับสนุนเพื่อส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า อาทิ การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การอุดหนุนทางการเงิน และมาตรการจูงใจอื่น ๆ ซึ่งมีส่วนช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้บริโภค และเอื้อให้การเข้าถึงยานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น

อย่างไรก็ดี ความเจ็บและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของรถยนต์ไฟฟ้ามีแรงขับเคลื่อนที่สำคัญมาจากแบตเตอรี่ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของโครงสร้างรถยนต์ไฟฟ้า โดยแบตเตอรี่มีน้ำหนักตั้งแต่ 100 - 900 กิโลกรัม เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 450 - 500 กิโลกรัม คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 25 ของน้ำหนักทั้งหมด และน้ำหนักของแบตเตอรี่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามความจุ เพื่อรองรับการวิ่งในระยะทางที่ไกลขึ้น ส่งผลให้รถยนต์ไฟฟ้ามีน้ำหนักรวมสูงกว่ารถยนต์สันดาป ประมาณร้อยละ 20 - 30 ทั้งนี้ การขับเคลื่อนของรถยนต์ไฟฟ้าที่มีอัตราเร่งสูงและแรงบิดที่เกิดขึ้นทันที ส่งผลให้ยางรถยนต์ต้องรองรับน้ำหนักและแรงกระทำที่มากขึ้น เมื่อเทียบกับยางรถยนต์ทั่วไป ทำให้ยางรถยนต์ไฟฟ้าเกิดการสึกหรอเร็วกว่ายางรถยนต์ทั่วไปประมาณร้อยละ 20

นอกจากนี้ หากเปรียบเทียบคุณสมบัติของยางรถยนต์ทั่วไปกับยางรถยนต์ไฟฟ้า (ตารางที่ 1) พบว่ายางรถยนต์ไฟฟ้ามีข้อกำหนดด้านสมรรถนะที่สูงขึ้น อาทิ ค่าแรงต้านการหมุนที่ต่ำกว่า ระดับเสียงรบกวนที่เรียกว่า ความสามารถในการรองรับน้ำหนักและแรงบิดที่สูงขึ้น และน้ำหนักยางต่อเส้นที่หนักกว่ายางทั่วไป

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบคุณสมบัติยางรถยนต์ทั่วไปกับยางรถยนต์ไฟฟ้า

คุณสมบัติ	ยางรถยนต์ทั่วไป (ICE/Hybrid)	ยางรถยนต์ไฟฟ้า (EV Tire)	ความแตกต่างของการผลิตในอุตสาหกรรมยางรถยนต์
แรงต้านการหมุน (Rolling Resistance)	มาตรฐาน	ต่ำกว่า	ต้องใช้ซิลิกา/โพลีเมอร์พิเศษ ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น
เสียงรบกวนจากยาง (Noise)	ระดับทั่วไป	เงียบเป็นพิเศษ	พัฒนาแบบดอกยาง/แม่พิมพ์ใหม่
น้ำหนักที่รองรับ (Load Index)	มาตรฐาน	สูงกว่า	เสริมโครงสร้าง/แก้มยาง ทำให้ต้นทุนวัสดุการผลิตเพิ่ม
ความทนสึก (UTQG Treadwear)	มาตรฐาน	สูงกว่า	สูตรเนื้อยางทนสึก และสารเติมแต่งเฉพาะ ส่งผลให้ต้นทุน compound สูงขึ้น
แรงบิดที่รองรับ	มาตรฐาน	สูงพิเศษ	ต้องเพิ่ม R&D และการทดสอบโครงสร้าง
การยึดเกาะถนนเปียก (Wet Grip)	มาตรฐาน	สูงกว่า	ปรับสูตรยึดเกาะ ส่งผลให้ต้นทุนสารเคมีและการรับรองมาตรฐานเพิ่ม
ความแข็งแก้มยาง (Sidewall Stiffness)	มาตรฐาน	แข็งแรงกว่า	ใช้วัสดุเสริมแรงมากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนต่อเส้นสูงขึ้น
การสูญเสียพลังงานในเนื้อยาง (Hysteresis)	สูงกว่า	ต่ำกว่า	ใช้ซิลิกาเกรดสูง/โพลีเมอร์เฉพาะ จึงต้องพึ่งพาวัตถุดิบนำเข้า ทำให้ต้นทุนเพิ่ม
น้ำหนักยางต่อเส้น	เบากว่า	หนักกว่า	ปริมาณวัสดุและพลังงานการผลิตต่อเส้นสูงขึ้น
อายุการใช้งาน	ปกติ	ต่ำกว่า	ความถี่การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น
ราคาเฉลี่ย (ดัชนี)	100	120 - 150	มูลค่าเพิ่มต่อหน่วยเพิ่มขึ้น แต่ต้องมีการลงทุนในเครื่องจักรและเทคโนโลยี

ที่มา: รวบรวมโดย สกค.

ในเชิงโอกาสทางอุตสาหกรรม การยกระดับการผลิตไปสู่ยางรถยนต์ไฟฟ้าสามารถต่อยอดจากขีดความสามารถเดิมของผู้ประกอบการไทย ทั้งในด้านการพัฒนาสูตรยาง การออกแบบดอกยางและโครงสร้างยาง การควบคุมคุณภาพ และการทดสอบตามมาตรฐานสากล ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าเพิ่มต่อหน่วยการผลิต และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางไทยในระยะยาว ทั้งนี้ หากมีการสนับสนุนเชิงนโยบายด้านการวิจัยและพัฒนา การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการพัฒนาทักษะแรงงานอย่างต่อเนื่อง จะช่วยเร่งให้ประเทศไทยสามารถก้าวขึ้นเป็นฐานการผลิตยางรถยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญในภูมิภาค และใช้การเปลี่ยนผ่านไปสู่ยานยนต์ไฟฟ้าเป็นโอกาสในการยกระดับโครงสร้างอุตสาหกรรมยางของประเทศ

2. สถานการณ์การผลิตและการค้ายางล้อรถยนต์นั่ง

2.1 สถานะของประเทศไทยในฐานะฐานการผลิตและผู้ส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งระดับโลก

ประเทศไทยได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการผลิตและการค้าสินค้ายางล้อรถยนต์นั่งที่สำคัญของโลก โดยในปี 2567 ไทยมีมูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีส่วนแบ่งตลาดโลกคิดเป็นร้อยละ 7.32 ส่งผลให้ไทยเป็นผู้ส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งอันดับที่ 3 ของโลก สถานะดังกล่าว สะท้อนถึงศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งที่มีความเข้มแข็งและเชื่อมโยงกับตลาดยานยนต์สำคัญทั่วโลก

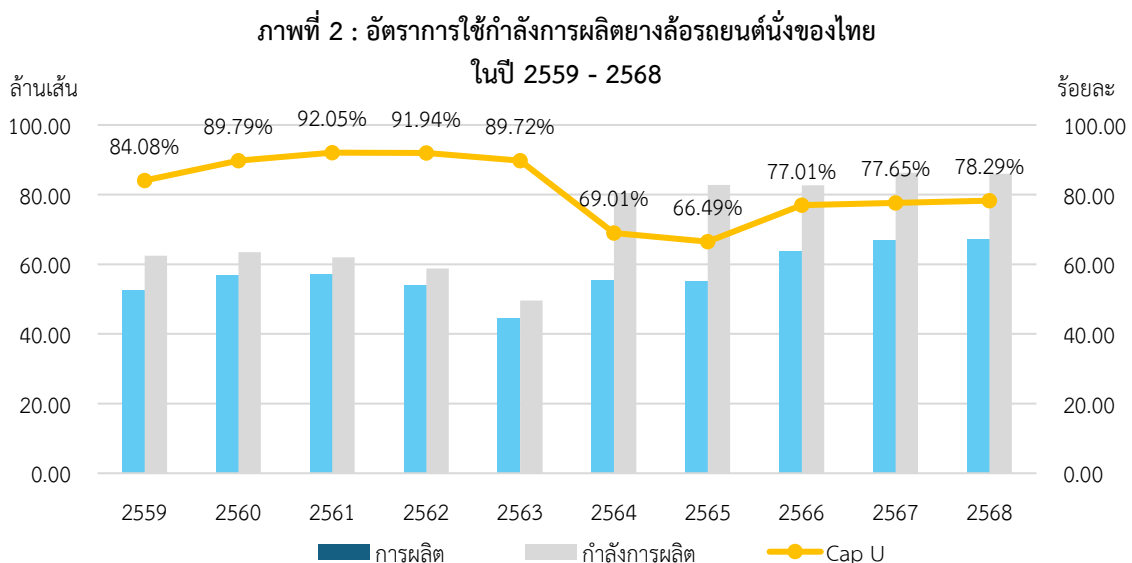
ด้านโครงสร้างอุตสาหกรรม ประเทศไทยมีโรงงานผลิตยางล้อรถยนต์นั่งที่ครอบคลุมทั้งการผลิตเพื่อผู้ประกอบการรายใหญ่ (Original Equipment Manufacturer: OEM) และตลาดทดแทนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีผู้ประกอบการรายสำคัญระดับโลก พิจารณาเลือกไทยเป็นฐานการผลิต อาทิ Bridgestone, Michelin, Continental และ Goodyear ซึ่งช่วยยกระดับมาตรฐานการผลิตและเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

ความได้เปรียบเชิงโครงสร้างของไทยเป็นผลมาจากการเป็นหนึ่งในประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติรายใหญ่ของโลก ซึ่งช่วยสร้างเสถียรภาพด้านวัตถุดิบ ลดความเสี่ยงด้านต้นทุน และสนับสนุนการวางแผนการผลิตระยะยาวให้แก่อุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งในประเทศ ประกอบกับทำเลที่ตั้งและระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงตลาดโลกอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ไทยสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งได้ครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

มิติการค้าระหว่างประเทศ ยางล้อภายใต้พิกัดศุลกากร HS 4011.10 (ยางล้อรถยนต์นั่ง) จัดเป็นสินค้าส่งออกเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศไทย มีตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น โดยในปี 2567 มีสัดส่วนการส่งออกรวมกันมากถึงร้อยละ 65 ทั้งนี้ ตลาดดังกล่าวเป็นตลาดที่มีมาตรฐานสูงและมีระดับการแข่งขันรุนแรง แต่ไทยยังสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดและขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่องแม้ว่าต้องเผชิญกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและแรงกดดันจากประเทศคู่แข่ง สถานะดังกล่าวจึงเป็นฐานสำคัญที่เอื้อต่อการยกระดับอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยไปสู่การผลิตยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า (EV Tire) ซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าเพิ่มสูงในระยะยาว

2.2 สถานการณ์การผลิตยางล้อรถยนต์นั่งของไทย

อุตสาหกรรมการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งของไทยถือเป็นภาคการผลิตที่มีบทบาทสำคัญต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งในด้านการรองรับความต้องการของตลาดภายในประเทศและการผลิต เพื่อการส่งออก โดยประเทศไทยมีฐานการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งที่ครบวงจร ตั้งแต่วัตถุดิบต้นน้ำ (ยางธรรมชาติ) การผลิตไปจนถึงการเชื่อมโยงกับผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ในระดับโลก อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งของไทยต้องเผชิญกับความผันผวนจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ อาทิ ภาวะเศรษฐกิจโลก การชะลอตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตลอดจนการเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมยานยนต์สู่รถยนต์ไฟฟ้า (EV) ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการจะต้องมีการวางแผนทั้งปริมาณการผลิตและกำลังการผลิตที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และประมวลผลโดย สนค.

จากข้อมูลอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization: Cap U) ยางล้อรถยนต์นั่งของไทย ในช่วงปี 2559 - 2568 (ภาพที่ 2) พบว่า ในช่วงปี 2559 - 2562 อุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยมีการใช้กำลังการผลิตอยู่ในระดับสูง โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 84.08 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 91.94 ในปี 2562 สะท้อนถึงภาวะการผลิตที่ใกล้ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี 2563 - 2565 อัตราการใช้กำลังการผลิตปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 69.01 ในปี 2564 และร้อยละ 66.49 ในปี 2565 สอดคล้องกับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจและการชะลอตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ตั้งแต่ปี 2566 เป็นต้นมา อัตราการใช้กำลังการผลิตเริ่มฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ในช่วงร้อยละ 77 - 78 สะท้อนถึงการฟื้นตัวของอุปสงค์ในตลาดยางล้อรถยนต์นั่งและการกลับมาใช้กำลังการผลิตในระดับที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่ายังไม่กลับสู่ระดับเดียวกับในช่วงก่อนปี 2563 อย่างไรก็ดี ภาพรวมสะท้อนว่าอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยยังคงมีศักยภาพในการขยายการผลิตเพิ่มเติมได้ในอนาคต

เมื่อพิจารณาโรงงานที่ประกอบกิจการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งของไทย พบว่า ไทยมีฐานการผลิตที่มีขนาดใหญ่และครบวงจร ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กิจการผลิตยางล้อและยางในสำหรับรถยนต์ กิจการผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนกิจการผลิตยางเฉพาะทางสำหรับการใช้งานอุตสาหกรรมและยานพาหนะพิเศษ โดยประเทศไทยมีโรงงานที่ผลิตยางล้อรถยนต์นั่ง รวมทั้งสิ้น 28 แห่ง ดังนี้

ตารางที่ 2 โรงงานที่ผลิตยางล้อรถยนต์นั่ง จำนวน 28 แห่ง (ณ วันที่ 23 มกราคม 2569)

ลำดับ	โรงงาน	ประกอบกิจการ	เครื่องจักร (HP ¹)	เงินทุน (ล้านบาท)	แรงงาน (คน)
1	บริษัท คอนติเนนทอล ไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตยางล้อสำหรับรถยนต์ ผลิตยางล้อสำหรับรถจักรยานยนต์ และผลิตยางผสม (compounded rubber)	154,072.00	9,601.84	543
2	บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด	ผลิตยางรถยนต์ เช่น เศษยาง คอมเปอร์ เศษยางผสม เป็นวัตถุดิบในการผลิตยางนอก รถยนต์	131,019.30	2,500.00	1,618
3	บริษัท โอตานิ เรเดียล จำกัด	ผลิตยางรถยนต์	77,775.46	5,390.00	550
4	บริษัท โยโกฮามา ไทร์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตยางรถยนต์, curing bladder, ยางผสม (compound rubber), ไนลอน เฟบริค โคท รีบเบอร์	64,103.00	9,385.80	1,754
5	บริษัท สยามมิชลิน จำกัด	ผลิตยางนอกและยางในรถยนต์ รถจักรยานยนต์	58,765.15	7.52	1,134
6	บริษัท สวิซซ์-วัน คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ผลิตยางรถยนต์	58,316.69	2,369.42	500
7	บริษัท ยางโอตานิ จำกัด	ผลิตยางรถยนต์	57,051.37	1,528.36	704
8	บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด	ผลิตยางนอก ยางใน ยางรอง และยางหล่อตอก (สำหรับ รถยนต์)	55,065.38	3,913.61	987
9	บริษัท ป.สยามอุตสาหกรรมยาง จำกัด	ผลิตยางรถยนต์และ หล่อตอกยางรถยนต์	51,969.70	1,230.00	86
10	บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	ผลิต ซ่อม หล่อตอกยางนอก ยางใน	34,655.79	1,079.82	671
11	บริษัท สยามมิชลิน จำกัด	ผลิตยางรถยนต์	28,277.78	6,995.57	1,710

¹ HP คือ แรงม้า

ลำดับ	โรงงาน	ประกอบกิจการ	เครื่องจักร (HP ¹)	เงินทุน (ล้านบาท)	แรงงาน (คน)
12	บริษัท ดีสโตน จำกัด	ผลิตยางนอกยางในรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และรถจักรยาน	26,057.13	58.23	370
13	บริษัท อุตสาหกรรมตราอุฐ จำกัด	ผลิตยางใน ยางนอก รถจักรยานยนต์ จักรยานสองล้อ และผลิตยางนอกรถยนต์	22,645.26	126.13	840
14	บริษัท ฮิวฟง รับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)	ผลิตยางนอกและยางใน รถทุกชนิด	21,797.00	2,172.28	619
15	บริษัท วีรับเบอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ผลิตยางนอกและยางในสำหรับ รถยนต์ รถจักรยานยนต์และ รถจักรยาน	18,730.15	495.35	1,478
16	บริษัท อุตสาหกรรมผลิตยาง ไทยสิน จำกัด	ผลิตยางนอก ยางในรถยนต์ จักรยานยนต์ จักรยาน และกาวน้ำ	18,308.95	5.70	577
17	บริษัท วีไทร์ แอนด์ รับเบอร์ จำกัด	ผลิตยางนอก ยางในรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ พร้อมหน้ายางหล่อดอก	17,328.77	210.00	711
18	บริษัท มินบุรี รับเบอร์ เทค จำกัด	ผลิตยางนอก ยางในรถยนต์ รถจักรยานยนต์	16,142.96	353.00	550
19	บริษัท สยามทรีค เรเดียล จำกัด	ผลิตยางรถยนต์	14,227.24	1,969.56	1,873
20	บริษัท ชุ่นจิ้น เทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น ยางรถยนต์	10,573.80	617.74	100
21	บริษัท วีรับเบอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ผลิตยางนอก ยางใน รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ รถใช้ในกิจการอุตสาหกรรมและ เกษตรกรรม	4,641.00	65.00	290
22	บริษัท ดีสโตน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	ผลิตยางนอกและยางในรถยนต์ จักรยานยนต์และจักรยาน	4,618.50	1,535.82	2,905
23	บริษัท เซ็นจูรี่ รับเบอร์ จำกัด	ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับยางและ ส่วนประกอบที่เป็นโลหะ	3,449.80	12.50	30
24	บริษัท ยูเนี่ยนไทร์ จำกัด	ผลิตยางนอก ยางในรถยนต์และ รถจักรยานยนต์ ทำยางนอก ยางในรถจักรยาน และรถเข็น	2,149.62	13.00	64
25	บริษัท ซุปเปอร์สโตน รับเบอร์ จำกัด	ผลิต จำหน่ายยางรถยนต์	1,750.00	366.00	220
26	บริษัท เอส.อาร์.ไทร์ จำกัด	ผลิตยางนอกและยางใน รถจักรยานยนต์ รถยนต์นั่ง รถยนต์บรรทุก รถยนต์ที่ใช้ในการเกษตร รถยนต์ที่ใช้ในการอุตสาหกรรม	1,339.00	3,400.00	1,820
27	บริษัท ยางเทรลเลอร์ โปรดักส์ จำกัด	ผลิตยาง อัดหล่อดอกยาง รถยนต์	497.00	21.00	24
28	บริษัท วีรับเบอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	ผลิตยางนอก ยางในจักรยาน จักรยานยนต์ รถยนต์	146.50	365.80	1,800

ที่มา: กรมโรงงานอุตสาหกรรม

จากข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย (ตารางที่ 2) พบว่า ประเทศไทยมีบริษัทที่ประกอบกิจการผลิตยางล้อที่หลากหลาย ส่งผลให้ระบบการผลิตที่มีความยืดหยุ่นและสามารถรองรับความต้องการของตลาดที่หลากหลายทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ นอกจากนี้ การมีโรงงานที่ใช้กำลังเครื่องจักรและเงินลงทุน

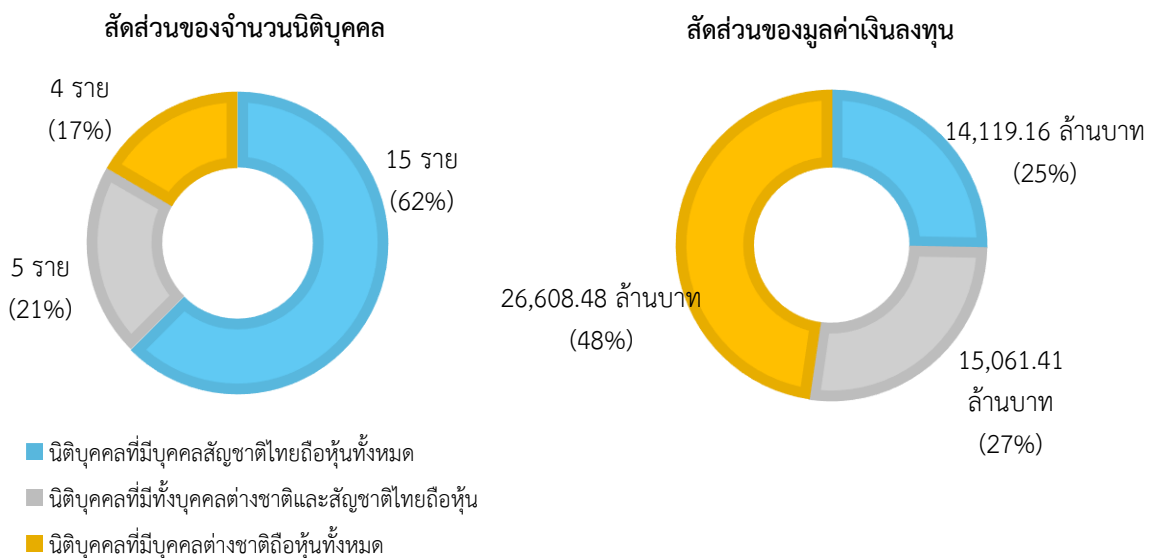
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ในระดับสูง อาทิ บริษัท คอนติเนนทอล ไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด แสดงให้เห็นว่า มีการใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรขั้นสูง และระบบอัตโนมัติในการผลิตระดับสูง ทำให้มีกำลังการผลิตมากถึง 7.8 ล้านเส้น/ปี (ข้อมูล ณ ปี 2567) หากพิจารณาในภาพรวมของบริษัทที่ผลิตยางล้อรถยนต์ในไทย พบว่า ไทยมีความสามารถในการผลิตในปริมาณมาก รวมถึงสามารถปรับเปลี่ยนกำลังการผลิตได้ตามภาวะตลาด ตลอดจนมีศักยภาพในการยกระดับไปสู่การผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น ยางล้อรถยนต์นั่งที่มีสมรรถนะพิเศษ และยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น

สำหรับสัดส่วนของนิติบุคคลที่ผลิตยางล้อรถยนต์นั่ง เมื่อจำแนกตามสัญชาติของผู้ถือหุ้น (ภาพที่ 3) พบว่า **นิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยทั้งหมด**มีจำนวนมากที่สุดอยู่ที่ 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 62 ของนิติบุคคลที่ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งทั้งหมด อาทิ บริษัท สวิซซ์-วัน คอร์ปอเรชั่น จำกัด และบริษัท ยางโอตานิ จำกัด รองลงมาคือ **นิติบุคคลที่มีทั้งบุคคลต่างชาติและสัญชาติไทยถือหุ้น** จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 18 ของนิติบุคคลที่ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งทั้งหมด อาทิ บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด และบริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และ**นิติบุคคลที่มีบุคคลต่างชาติถือหุ้นทั้งหมด**มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 17 ของนิติบุคคลที่ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งทั้งหมด อาทิ บริษัท คอนติเนนทอล ไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท โยโกฮามา ไทร์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด

จากข้อมูลสัญชาติของผู้ถือหุ้น แสดงให้เห็นว่า ฐานผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยังคงมีสัดส่วนผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยเป็นหลักในเชิงจำนวน หากพิจารณามูลค่าเงินทุน พบว่า **นิติบุคคลที่มีบุคคลต่างชาติถือหุ้นทั้งหมด**มีมูลค่าเงินลงทุนสูงสุดอยู่ที่ 26,608.48 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48 ของมูลค่าเงินลงทุนรวม รองลงมาคือ เงินลงทุนของนิติบุคคลที่มีทั้งบุคคลต่างชาติและสัญชาติไทยถือหุ้น จำนวน 15,061.41 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27 ของมูลค่าเงินลงทุนรวม และเงินลงทุนของนิติบุคคลที่มีบุคคลสัญชาติไทยถือหุ้นทั้งหมด จำนวน 14,119.16 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25 ของมูลค่าเงินลงทุนรวม ตามลำดับ

ภาพที่ 3 สัดส่วนของจำนวนนิติบุคคลและมูลค่าเงินทุน จำแนกตามสัญชาติของผู้ถือหุ้น
(ณ วันที่ 23 มกราคม 2569)



ที่มา: กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และประมวลผลโดย สนค.

แม้ว่านิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยทั้งหมดจะมีจำนวนมากที่สุด แต่มูลค่าเงินลงทุนส่วนใหญ่กลับกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มนิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้นต่างชาติทั้งหมดและกลุ่มร่วมทุนไทย-ต่างชาติ ซึ่งรวมกันคิดเป็นสัดส่วนในระดับสูงที่ร้อยละ 75 ของมูลค่าเงินลงทุนรวม แสดงให้เห็นว่า เงินทุนจากต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการลงทุนขนาดใหญ่และการนำเทคโนโลยีขั้นสูงเข้าสู่ระบบการผลิตของประเทศ ซึ่งเป็น

การส่งเสริมการลงทุนที่เอื้อต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยี การยกระดับกระบวนการผลิต และการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย ส่งผลให้ประเทศไทยมีฐานการผลิตยานยนต์ที่มีขนาดใหญ่ มีศักยภาพสูง และมีความพร้อมในการรองรับการผลิตทั้งเพื่อการบริโภคภายในประเทศและเพื่อการส่งออก สอดคล้องกับบทบาทของประเทศไทยในฐานะหนึ่งในศูนย์กลางการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของภูมิภาคเอเชีย

จากรายงานของ Mordor Intelligence ระบุว่า ตลาดยานยนต์ของประเทศไทย (รวมทุกประเภท) มีมูลค่าประมาณ 3,620 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 โดยคาดว่าจะในช่วงปี 2568 - 2573 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 5.83 ครอบคลุมทั้งตลาดภายในประเทศและการใช้งานในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การใช้งานเพื่อการผลิตรถยนต์ (Original Equipment Manufacturer: OEM) และตลาดทดแทน (Replacement) ทั้งนี้ ในปี 2567 มูลค่าตลาดยานยนต์นั่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 45.54 ของมูลค่าตลาดยานยนต์ไทยทั้งหมด ดังนั้น หากตั้งสมมติฐานให้สัดส่วนยานยนต์นั่งของไทย เท่ากับร้อยละ 45.54 ในทุกปี (ปี 2568 - 2573) เพื่อนำมาประมาณการมูลค่าตลาดยานยนต์นั่งของไทยให้เห็นภาพมูลค่าตลาดในภาพรวม (ตารางที่ 3) จะพบว่า มูลค่าตลาดยานยนต์นั่งของประเทศไทยในช่วงปี 2568 - 2573 อยู่ในช่วงประมาณ 1,600 - 2,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี

ตารางที่ 3 ประมาณการมูลค่าตลาดยานยนต์นั่งของไทย^{1/}

ปี	มูลค่าตลาดยานยนต์รวม (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนยานยนต์นั่ง (ร้อยละ)	มูลค่าตลาดยานยนต์นั่ง (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)
2568	3,620.00	45.54	1,648.55
2569	3,831.05	45.54	1,744.66
2570	4,054.40	45.54	1,846.37
2571	4,290.77	45.54	1,954.02
2572	4,540.92	45.54	2,067.93
2573	4,805.65	45.54	2,188.50

ที่มา: Mordor Intelligence ประมวลผลโดย สนค.

หมายเหตุ: ^{1/} ข้อมูลประมาณการมูลค่าตลาดยานยนต์จากสัดส่วนตลาดของยานยนต์นั่ง โดยกำหนดให้ (1) อัตราการขยายตัวเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 5.83 ต่อปี และ (2) สัดส่วนยานยนต์นั่งอยู่ที่ร้อยละ 45.54 (ใช้ตัวเลขอ้างอิงปี 2567) และกำหนดให้คงที่ทุกปี

ตลาดยานยนต์รวมถึงรถยนต์นั่งของประเทศไทยถือว่ามีความอุปสงค์ที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากมีมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงถึงความต้องการใช้ยานยนต์ในประเทศที่มีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากไทยเป็นฐานการผลิตหลักอันดับที่ 3 ของโลก (รองจากจีนและเยอรมนี) โดยได้รับอานิสงส์จากการย้ายฐานการผลิตของต่างชาติ ความต้องการยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ที่เพิ่มขึ้น และการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและมีชีพพลายางธรรมชาติเพียงพอ

2.3 สถานการณ์การค้ายานยนต์นั่งของไทย

แนวโน้มการส่งออกยานยนต์นั่งของไทยภายใต้พิกัดศุลกากร 4011.10 ในช่วงปี 2559 - 2568 แสดงให้เห็นถึงบทบาทของประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตและผู้ส่งออกรายสำคัญของโลก โดยมีมูลค่าการส่งออก 2,132.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2559 เพิ่มขึ้นเป็น 3,875.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 81.74 และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 6.86

ตารางที่ 4 มูลค่าและปริมาณการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทย ปี 2559 - 2568

ปี	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ปริมาณการส่งออก (ล้านชิ้น)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (% YoY)
2559	2,132.74	61.55	14.52
2560	2,603.51	69.51	22.08
2561	2,769.98	71.47	6.40
2562	3,083.34	73.58	11.31
2563	2,760.52	67.20	-10.47
2564	2,900.22	71.06	5.06
2565	2,787.44	64.34	-3.89
2566	3,268.30	79.57	17.25
2567	3,795.67	88.78	16.14
2568	3,875.98	91.16	2.12

ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย สนค.

จากตารางที่ 4 พบว่า มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แม้จะหดตัวในปี 2563 และปี 2565 ซึ่งได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม การส่งออกสามารถกลับมาขยายตัวในเกณฑ์สูงได้ในช่วงปี 2566 จนถึงปัจจุบัน สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของปริมาณการส่งออกในช่วงเวลาเดียวกัน การขยายตัวดังกล่าวสะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทย

ในช่วงปี 2564 - 2568 การส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทยไปโลกขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 มีมูลค่าการส่งออก 2,900.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเป็น 3,875.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 และอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5 ปีย้อนหลัง ร้อยละ 7.52 อย่างไรก็ตาม การส่งออกมีลักษณะการกระจุกตัวสูงในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทย ทำให้มีอิทธิพลต่อทิศทางการส่งออกของยางล้อรถยนต์นั่งของไทย

ตารางที่ 5 ตลาดส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทยสูงสุด 10 อันดับแรก ปี 2564 - 2568

ประเทศ	มูลค่าส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) / ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการเปลี่ยนแปลง 2568/2567 (%)	CAGR ปี 2564 - 2568 (%)
	2564	2565	2566	2567	2568		
โลก	2,900.22	2,787.44	3,268.30	3,795.67	3,875.98	2.12	7.52
1. สหรัฐอเมริกา	1,502.16 (51.79%)	1,229.71 (44.12%)	1,621.650 (49.62%)	2,003.60 (52.79%)	1,997.48 (51.53%)	-0.31	7.38
2. เกาหลีใต้	159.68 (5.51%)	192.18 (6.89%)	283.62 (8.68%)	293.82 (7.74%)	316.35 (8.16%)	7.67	18.64
3. ญี่ปุ่น	155.06 (5.35%)	175.24 (6.29%)	185.14 (5.66%)	174.82 (4.61%)	204.11 (5.27%)	16.76	7.11
4. มาเลเซีย	106.74 (3.68%)	147.19 (5.28%)	125.18 (3.83%)	145.10 (3.82%)	153.30 (3.96%)	5.66	9.47
5. ออสเตรเลีย	152.57 (5.26%)	136.07 (4.88%)	141.99 (4.34%)	137.06 (3.61%)	124.56 (3.21%)	-9.12	-4.94
6. เวียดนาม	57.00 (1.97%)	87.77 (3.15%)	60.59 (1.85%)	91.24 (2.40%)	99.41 (2.56%)	8.96	14.92

ประเทศ	มูลค่าส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) / ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการเปลี่ยนแปลง 2568/2567 (%)	CAGR ปี 2564 - 2568 (%)
	2564	2565	2566	2567	2568		
7. เม็กซิโก	54.79 (1.89%)	54.94 (1.97%)	47.09 (1.44%)	57.25 (1.51%)	66.29 (1.71%)	15.78	4.88
8. ชาอูดีอาระเบีย	40.93 (1.41%)	48.39 (1.74%)	68.48 (2.10%)	89.10 (2.35%)	65.71 (1.70%)	-26.26	12.56
9. ฟิลิปปินส์	31.75 (1.09%)	46.76 (1.68%)	42.33 (1.30%)	57.64 (1.52%)	64.69 (1.67%)	12.22	19.48
10. สหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์	32.96 (1.14%)	45.93 (1.65%)	52.37 (1.60%)	62.57 (1.65%)	62.91 (1.62%)	0.54	17.54

ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย สนค.

จากตารางที่ 5 พบว่า สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักในการส่งออกของไทย แต่การขยายตัวในช่วงหลังเริ่มกระจายไปยังตลาดเอเชียและตะวันออกกลางมากขึ้น เมื่อพิจารณาจากอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อยู่ในระดับสูง ซึ่งขยายตัวมากกว่าค่าเฉลี่ยการส่งออกรวมของโลกที่ร้อยละ 7.52 อาทิ **เวียดนาม** ร้อยละ 14.92 **ฟิลิปปินส์** ร้อยละ 19.48 และ**สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์** ร้อยละ 17.54 จะเห็นว่าไทยมีมูลค่าการส่งออกอย่างลือรณยนต์นึ่งไปยังประเทศดังกล่าวไม่มากนัก แต่ความต้องการนำเข้าสินค้าในตลาดนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับตลาดอื่น จึงทำให้ประเทศเหล่านี้เป็นตลาดศักยภาพใหม่ (Rising Stars) ขณะที่ออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกหลักแห่งเดียวที่การส่งออกอย่างลือรณยนต์นึ่งของไทยมีแนวโน้มหดตัว เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 4.94 ต่อปี เนื่องจากการลดลงของยอดขายรถยนต์ใหม่ในประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มรถยนต์นึ่ง ประกอบกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากประเทศผู้ผลิตต้นทุนต่ำ ส่งผลให้ความต้องการนำเข้าอย่างลือรณยนต์นึ่งจากไทยลดลงในช่วงที่ผ่านมา ทั้งนี้ การส่งออกอย่างลือรณยนต์นึ่งของไทยในช่วงปี 2564 - 2568 ยังคงพึ่งพาทลาดสหรัฐอเมริกาเป็นหลักควบคู่กับการขยายตัวของตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูง ซึ่งมีส่วนช่วยกระจายความเสี่ยงด้านตลาดในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนของสถานการณ์โลก อาจส่งผลต่อการค้าและการส่งออกของไทยและเศรษฐกิจโลก อาทิ สถานการณ์ความขัดแย้งสหรัฐอเมริกา-อิสราเอล และอิหร่าน ซึ่งหากสถานการณ์ยืดเยื้อ ไทยอาจได้รับผลกระทบจากการส่งออก การส่งออกอย่างลือรณยนต์นึ่งของไทยไปยังตลาดตะวันออกกลาง ในปี 2568 มีมูลค่า 247.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.39 ของการส่งออกอย่างลือรณยนต์นึ่งของไทยไปตลาดโลก ขณะที่การส่งออกไปยังอิหร่านในปี 2568 มีมูลค่า 2.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.06 ของการส่งออกอย่างลือรณยนต์นึ่งของไทยไปตลาดโลก บ่งชี้ว่าตลาดอิหร่านมีมูลค่าการค้าที่จำกัดและมีผลกระทบต่อส่งออกของไทยในระดับต่ำเมื่อเทียบกับตลาดตะวันออกกลาง ทั้งนี้ หากความขัดแย้งขยายวงกว้าง อาจกระทบต่อการค้ากับตลาดสำคัญของไทยในภูมิภาคดังกล่าว อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และชาอูดีอาระเบีย ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าและการกระจายสินค้าในตะวันออกกลาง

การนำเข้าอย่างลือรณยนต์นึ่งของไทยในช่วงปี 2559 - 2568 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.82 ต่อปี โดยในปี 2559 มีมูลค่าการนำเข้า 187.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ ในปี 2562 มีการนำเข้าที่ระดับสูงสุดในช่วง 10 ปี (2559 - 2568) ก่อนจะปรับตัวลดลงต่อเนื่องในช่วงปี 2563 - 2567 อย่างไรก็ตาม ในปี 2568 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 262.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 16.86 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งสอดคล้องกับยอดจำหน่ายรถยนต์ใหม่ในประเทศที่เพิ่มขึ้นในปีเดียวกัน

ตารางที่ 6 มูลค่าและปริมาณการนำเข้าอย่างลํอรรถยนต์นํงของไทย ปี 2559 - 2568

ปี	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ปริมาณการนำเข้า (ล้านชิ้น)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (% YoY)
2559	187.38	4.00	6.69
2560	201.56	4.19	7.56
2561	274.25	5.49	36.07
2562	276.76	5.54	0.91
2563	261.07	5.61	-5.67
2564	257.39	5.22	-1.41
2565	252.83	5.18	-1.77
2566	239.27	4.74	-5.37
2567	224.68	4.44	-6.10
2568	262.56	4.64	16.86

ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย สนค.

แหล่งนำเข้าอย่างลํอรรถยนต์นํงของไทยในช่วงปี 2563 - 2568 มีลักษณะกระจุกตัวในประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ของเอเชีย ได้แก่ จีน และญี่ปุ่น โดยในปี 2568 จีนยังคงเป็นแหล่งนำเข้าหลักของไทย มูลค่า 76.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 29.11 ของมูลค่านำเข้าอย่างลํอรรถยนต์นํงทั้งหมด ซึ่งลดลงจากในปี 2564 ที่มีสัดส่วนนำเข้าร้อยละ 31.67 ขณะที่สัดส่วนการนำเข้าจากญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นในปี 2564 ที่ร้อยละ 11.75 เป็นร้อยละ 17.64 ในปี 2568

ตารางที่ 7 แหล่งนำเข้าอย่างลํอรรถยนต์นํง 10 อันดับแรกของไทย ปี 2564 - 2568

ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) / ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการเปลี่ยนแปลง 2568/2567 (%)	CAGR ปี 2564 - 2568 (%)
	2564	2565	2566	2567	2568		
โลก	257.39	252.83	239.27	224.68	262.56	16.86	0.50
1. จีน	81.52 (31.67%)	78.18 (30.92%)	63.25 (26.43%)	65.65 (29.22%)	76.43 (29.11%)	16.41	-1.60
2. ญี่ปุ่น	30.24 (11.75%)	36.97 (14.62%)	41.28 (17.25%)	40.64 (18.09%)	46.30 (17.64%)	13.93	11.24
3. อินโดนีเซีย	18.81 (7.31%)	19.59 (7.75%)	21 (8.78%)	19.08 (8.49%)	22.18 (8.45%)	16.21	4.21
4. โปแลนด์	6.69 (2.6%)	7.99 (3.16%)	13.03 (5.45%)	10.88 (4.84%)	14.15 (5.39%)	30.09	20.60
5. เยอรมนี	11.47 (4.46%)	11.73 (4.64%)	9.56 (3.99%)	8.32 (3.7%)	13.30 (5.07%)	59.87	3.76
6. มาเลเซีย	21.57 (8.38%)	24.45 (9.67%)	22.69 (9.48%)	12.78 (5.69%)	12.27 (4.67%)	-3.95	-13.15
7. ฝรั่งเศส	12.35 (4.8%)	11.89 (4.7%)	9.11 (3.81%)	11.64 (5.18%)	10.91 (4.15%)	-6.31	-3.07
8. อิตาลี	12.95 (5.03%)	9.91 (3.92%)	8.97 (3.75%)	8.28 (3.68%)	10.55 (4.02%)	27.48	-4.99
9. เวียดนาม	4.54 (1.76%)	4.36 (1.72%)	3.65 (1.52%)	4.96 (2.21%)	9.09 (3.46%)	83.32	18.97
10. ฮังการี	4.07 (1.58%)	5.73 (2.27%)	4.71 (1.97%)	5.02 (2.23%)	8.97 (3.42%)	78.72	21.88

ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย สนค.

จากตารางที่ 7 พบว่า ในช่วงปี 2564 - 2568 มูลค่าการนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งของไทยขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 0.50 ต่อปี ขณะที่การนำเข้าจากโปแลนด์ เวียดนาม และฮังการีขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 20.60, 18.97 และ 21.88 ต่อปี ตามลำดับ แม้ประเทศเหล่านี้มีมูลค่าและสัดส่วนการนำเข้าไม่สูงมากนัก แต่แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนว่าไทยเริ่มมีการกระจายแหล่งนำเข้าเพิ่มขึ้น และลดการพึ่งพาประเทศคู่ค้าหลักเพียงกลุ่มเดียว นอกจากนี้ ยังคงมีความต้องการนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งคุณภาพสูง (Premium & High-Performance Tires) เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และการเติบโตของเทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่

2.4 สถานการณ์การค้ายางล้อรถยนต์นั่งของโลก

ในช่วงปี 2563 - 2567 มูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของโลกขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จาก 36,152.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563 เป็น 51,890.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2567 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5 ปี อยู่ที่ร้อยละ 9.46 เนื่องจากการฟื้นตัวของอุปสงค์ในอุตสาหกรรมยานยนต์โลก แม้ว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของไทยจะอยู่ที่ร้อยละ 8.29 ซึ่งต่ำกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของโลก แต่ไทยยังคงรักษาสถานะผู้ส่งออกรายสำคัญอันดับ 3 ของโลก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.31 ของมูลค่าส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของโลก โดยในปี 2567 ไทยมีการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.14 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

ตารางที่ 8 ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งสูงสุด 10 อันดับแรก ปี 2563 - 2567

ประเทศ	มูลค่าส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) / ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการเปลี่ยนแปลง 2567/2566 (%)	CAGR ปี 2563 - 2567 (%)
	2563	2564	2565	2566	2567		
โลก	36,152.58	42,582.41	43,995.84	49,349.08	51,890.81	5.15	9.46
1. จีน	4,867.20 (13.46%)	6,119.04 (14.37%)	6,738.31 (15.32%)	7,863.38 (15.93%)	8,984.94 (17.32%)	14.26	16.56
2. เยอรมนี	3,407.30 (9.42%)	3,904.82 (9.17%)	4,049.30 (9.20%)	4,429.82 (8.98%)	4,164.24 (8.03%)	-6.00	5.14
3. ไทย	2,760.52 (7.64%)	2,900.22 (6.81%)	2,787.44 (6.34%)	3,268.30 (6.62%)	3,795.67 (7.31%)	16.14	8.29
4. เกาหลีใต้	1,944.39 (5.38%)	2,059.21 (4.84%)	2,218.56 (5.04%)	2,417.48 (4.90%)	2,617.53 (5.04%)	8.28	7.72
5. เม็กซิโก	950.93 (2.63%)	1,441.26 (3.38%)	1,562.96 (3.55%)	1,931.88 (3.91%)	2,000.75 (3.86%)	3.57	20.44
6. ญี่ปุ่น	1,499.35 (4.15%)	1,871.74 (4.40%)	1,873.18 (4.26%)	2,047.63 (4.15%)	1,999.93 (3.85%)	-2.33	7.47
7. สาธารณรัฐเช็ก	1,104.31 (3.05%)	1,354.27 (3.18%)	1,484.39 (3.37%)	1,610.15 (3.26%)	1,988.58 (3.83%)	23.50	15.84
8. โรมานี	1,244.30 (3.44%)	1,494.84 (3.51%)	1,791.91 (4.07%)	2,022.94 (4.10%)	1,963.78 (3.78%)	-2.92	12.08
9. ฮังการี	1,330.91 (3.68%)	1,591.66 (3.74%)	1,632.18 (3.71%)	1,833.05 (3.71%)	1,926.06 (3.71%)	5.07	9.68
10. เนเธอร์แลนด์	1,710.12 (4.73%)	2,021.86 (4.75%)	1,806.24 (4.11%)	1,886.06 (3.82%)	1,895.26 (3.65%)	0.49	2.60

ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย สนค.

จากตารางที่ 8 พบว่า การส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของโลกในช่วงปี 2563 - 2567 มีแนวโน้มกระจุกตัวมากขึ้นในประเทศผู้ผลิตหลัก โดยจีนมีศักยภาพการส่งออกอย่างโดดเด่น มูลค่าส่งออกเพิ่มจาก 4,867.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 8,984.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 16.56 ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดของจีนเพิ่มเป็นร้อยละ 17.32 ในปี 2567 ขณะที่ยุโรปตะวันออก อาทิ สาธารณรัฐเช็ก โรมาเนีย และฮังการี มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยโลกอย่างชัดเจน จากการย้ายฐานการผลิตของผู้ประกอบการข้ามชาติเพื่อเข้าถึงตลาดสหภาพยุโรป เนื่องจากต้นทุนแรงงานที่ยังแข่งขันได้เมื่อเทียบกับยุโรปตะวันตก ทั้งนี้ ภายใต้บริบทการแข่งขันดังกล่าว ไทยยังคงรักษาสถานะผู้ส่งออกรายสำคัญของโลก โดยมีปัจจัยความพร้อมด้านวัตถุดิบยางธรรมชาติ โครงสร้างอุตสาหกรรมที่ครบวงจร และบทบาทในฐานะฐานการผลิตของผู้ประกอบการข้ามชาติในการรองรับตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง

ในช่วงปี 2563 - 2567 มูลค่าการนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งของโลกขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จาก 34,428.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563 เพิ่มขึ้นเป็น 49,484.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2567 หรือมีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9.49 ต่อปี เนื่องจากมีการฟื้นตัวของอุปสงค์ยานยนต์โลกหลังโควิด-19 ทั้งนี้ ประเทศผู้นำเข้าหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป มีอุปสงค์ในตลาดทดแทนยางล้อ (replacement market) เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ ส่งผลให้ทั้งสองตลาดรวมกันคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่านำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งทั้งหมด

ตารางที่ 9 ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งสูงสุด 10 อันดับแรก ปี 2563 - 2567

ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) / ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการเปลี่ยนแปลง 2567/2566 (%)	CAGR ปี 2563 - 2567 (%)
	2563	2564	2565	2566	2567		
โลก	34,428.96	41,790.92	44,509.98	47,005.36	49,484.03	5.27	9.49
1. สหรัฐอเมริกา	6,877.07 (19.97%)	7,759.05 (18.57%)	9,160.99 (20.58%)	9,844.23 (20.94%)	9,745.01 (19.69%)	-1.01	9.11
2. เยอรมนี	3,799.77 (11.04%)	4,366.07 (10.45%)	4,602.09 (10.34%)	4,879.63 (10.38%)	5,376.81 (10.87%)	10.19	9.07
3. ฝรั่งเศส	1,841.65 (5.35%)	2,528.31 (6.05%)	2,545.82 (5.72%)	3,026.31 (6.44%)	3,187.93 (6.44%)	5.34	14.70
4. สหราชอาณาจักร	1,590.54 (4.62%)	1,944.20 (4.65%)	1,998.34 (4.49%)	2,117.37 (4.5%)	2,314.89 (4.68%)	9.33	9.84
5. เนเธอร์แลนด์	1,713.29 (4.98%)	2,156.65 (5.16%)	2,263.19 (5.08%)	2,238.43 (4.76%)	2,294.36 (4.64%)	2.50	7.57
6. อิตาลี	1,259.31 (3.66%)	1,566.95 (3.75%)	1,764.94 (3.97%)	1,930.12 (4.11%)	1,930.77 (3.9%)	0.03	11.28
7. แคนาดา	1,144.90 (3.33%)	1,366.67 (3.27%)	1,485.87 (3.34%)	1,498.34 (3.19%)	1,587.77 (3.21%)	5.97	8.52
8. สเปน	915.38 (2.66%)	1,148.21 (2.75%)	1,201.15 (2.7%)	1,426.04 (3.03%)	1,563.83 (3.16%)	9.66	14.33
9. เม็กซิโก	961.94 (2.79%)	1,258.62 (3.01%)	1,576.74 (3.54%)	1,552.86 (3.3%)	1,487.17 (3.01%)	-4.23	11.51
10. โปแลนด์	694.91 (2.02%)	910.49 (2.18%)	907.12 (2.04%)	1,029.74 (2.19%)	1,256.74 (2.54%)	22.04	15.97

ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย สนค.

จากตารางที่ 9 จะเห็นว่า สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำเข้าอันดับหนึ่งของโลก มีมูลค่านำเข้า 9,745.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 คิดเป็นร้อยละ 19.69 ของมูลค่านำเข้าอย่างลํอรรถยนต์นึ่งของโลก ขณะที่ตลาดยุโรป อาทิ เยอรมนี ฝรั่งเศส มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยในช่วงปี 2563 - 2567 อยู่ในช่วงร้อยละ 9 - 15 และเป็นตลาดผู้ใช้ปลายทางรายใหญ่และเป็นฐานอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของการนำเข้าอย่างลํอรรถยนต์นึ่งในประเทศเหล่านี้ อาทิ โปแลนด์ และอิตาลี มาจากการกระจายตัวของฐานการผลิตและห่วงโซ่อุปทานยานยนต์ภายในยุโรป ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ไทยควรนำมากำหนดทิศทางและยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และรักษาตลาดเดิม เพื่อขยายโอกาสทางการค้าในระยะต่อไป

ทั้งนี้ สถานการณ์การค้าอย่างลํอรรถยนต์นึ่งของไทย ซึ่งให้เห็นถึงบทบาทของผู้ส่งออกรายสำคัญของโลก โดยมีการขยายตัวการส่งออกอย่างต่อเนื่องควบคู่กับการลดการพึ่งพาการนำเข้าอย่างมีนัยสำคัญ แม้การส่งออกพึ่งพาสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก แต่เริ่มมีการกระจายความเสี่ยงไปยังตลาดศักยภาพในเอเชียและตะวันออกกลางมากขึ้น ขณะที่ ทิศทางตลาดโลกเริ่มให้ความสำคัญกับยางลํอรรถยนต์นึ่งที่มีคุณภาพสูง การรับรองมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของกระบวนการผลิต ภายใต้บริบทดังกล่าว อุตสาหกรรมยางลํอไทยจึงเผชิญความท้าทายความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการปรับตัวให้สอดคล้องกับกติกาการค้าโลกที่มีความเข้มงวดมากขึ้น เพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันในระยะยาว

3. ศักยภาพของยางลํอรรถยนต์นึ่งของไทย

ไทยเป็นผู้ส่งออกยางลํอรรถยนต์นึ่งอันดับที่ 3 ของโลก รองจากจีนและเยอรมนี โดยมีส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกยางลํอรรถยนต์นึ่งในตลาดโลกร้อยละ 7.31 ในปี 2567 และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีในช่วง 5 ปีย้อนหลังร้อยละ 8.29 ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราการขยายตัวของตลาดโลก แม้จะเผชิญความผันผวนจากเศรษฐกิจโลก ยางลํอรรถยนต์นึ่งของไทยยังคงสามารถแข่งขัน และรักษาส่วนแบ่งตลาดได้อย่างต่อเนื่อง บ่งชี้ถึงความแข็งแกร่งด้านการผลิต ประสิทธิภาพการส่งออก และการยอมรับในตลาดนำเข้าหลักของโลก

เพื่อประเมินความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของไทย รายงานฉบับนี้ใช้ดัชนี Revealed Comparative Advantage (RCA) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ตำแหน่งของอุตสาหกรรมยางลํอรรถยนต์นึ่งของไทยในตลาดโลก ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่พิจารณาจากสัดส่วนการส่งออกของประเทศเทียบกับโครงสร้างการส่งออกของโลก

สูตรการคำนวณ RCA ในตลาดโลก

$$RCA_{ik} = (X_{ik} / X_i) / (X_{wk} / X_w)$$

โดยกำหนดให้

- RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังตลาดโลก
- X_{ik} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i
- X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i
- X_{wk} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลก (W)
- X_w = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก (W)
- k = สินค้าส่งออก คือ ยางลํอรรถยนต์นึ่ง (HS 4011.10)

ค่า RCA ที่คำนวณได้แสดงถึงระดับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของสินค้ายางลํอรรถยนต์นึ่ง ของประเทศ i เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก โดยสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

- กรณี RCA_{ik} > 1 แสดงว่าประเทศ i มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ยางลํอรรถยนต์นึ่ง (HS 4011.10) ไปยังตลาดโลก
- กรณี RCA_{ik} = 1 แสดงว่าประเทศ i มีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกสินค้า k ยางลํอรรถยนต์นึ่ง (HS 4011.10) ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยของโลก

• กรณี $RCA_{ik} < 1$ แสดงว่าประเทศ i ยังไม่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS 4011.10) ไปยังตลาดโลก หรือมีความสามารถในการแข่งขันต่ำกว่าโลก

ค่าดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของไทย ภายใต้พิกัดศุลกากร HS 4011.10 ในช่วงปี 2558 - 2567 เป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนบทบาททางล้อรถยนต์นั่ง ในโครงสร้างการส่งออกของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก โดยผลการคำนวณพบว่า ค่า RCA ของไทยมีค่ามากกว่า 1 อย่างต่อเนื่อง บ่งชี้ว่าอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในตลาดโลก

ตารางที่ 10 ค่า RCA ของประเทศไทยสำหรับยางล้อรถยนต์นั่ง (HS 4011.10) ปี 2558 - 2567

ปี	มูลค่าการส่งออก ยางล้อรถยนต์นั่งของไทย (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าการส่งออก ยางล้อรถยนต์นั่งของโลก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ส่วนแบ่งยางล้อรถยนต์ นั่งของไทยในตลาดโลก (%)	ค่า RCA
2558	1,862.29	37,369.04	4.98	3.63
2559	2,132.74	37,113.50	5.75	4.03
2560	2,603.51	39,492.07	6.59	4.60
2561	2,769.98	41,326.25	6.70	4.81
2562	3,083.34	41,198.00	7.48	5.41
2563	2,760.52	36,152.58	7.64	5.55
2564	2,900.22	42,582.41	6.81	5.36
2565	2,787.44	43,995.84	6.34	5.05
2566	3,268.30	49,349.08	6.62	5.18
2567	3,795.67	51,890.81	7.31	5.45

ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย สศค.

จากตารางที่ 10 พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่ง โดยค่า RCA ของไทย มีค่ามากกว่า 1 อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ค่า RCA มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงก่อนปี 2562 และชะลอตัวลงในช่วงปี 2563 - 2565 จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และความผันผวนของเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2566 เป็นต้นมา ค่า RCA ของไทยกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง ควบคู่กับการเพิ่มขึ้นของมูลค่าและการขยายส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งในตลาดโลก ซึ่งให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยในระยะยาว

เมื่อพิจารณาระดับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศผู้ส่งออกล้อรถยนต์นั่งรายสำคัญของโลกในช่วงปี 2558 - 2567 พบว่า โรมานีเป็นประเทศที่มีค่า RCA สูงที่สุดอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ประเทศไทยมีค่า RCA อยู่ในระดับสูงเป็นอันดับ 2 - 3 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเช่นกัน ซึ่งเห็นว่าประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบด้านการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่ง เมื่อเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่นในตลาดโลก

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบ RCA ของประเทศผู้ส่งออกล้อรถยนต์นั่งสำคัญของโลก ปี 2558 - 2567

ประเทศ	RCA ของประเทศผู้ส่งออกล้อรถยนต์นั่งรายสำคัญ									
	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
1. สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.88	0.87	0.92	0.95	0.96	0.87	0.91	0.98	1.03	1.08
2. เยอรมนี	1.23	1.22	1.23	1.20	1.18	1.14	1.19	1.24	1.15	1.07
3. ไทย	3.63	4.03	4.60	4.81	5.41	5.55	5.36	5.05	5.18	5.45
4. เกาหลีใต้	1.84	1.93	1.75	1.76	1.90	1.75	1.58	1.67	1.69	1.64

ประเทศ	RCA ของประเทศผู้ส่งออกอย่างลํอรรถยนต์นํงรายลําคัญ									
	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
5. เม็กซิโก	0.96	0.89	1.01	1.00	1.22	1.45	1.95	1.87	1.64	1.56
6. ญี่ปุ่น	1.53	1.31	1.15	1.17	1.15	1.08	1.22	1.29	1.27	1.22
7. สาธารณรัฐเช็ก	3.41	3.19	3.00	2.71	2.52	2.65	2.95	3.15	2.79	3.25
8. โรมานี	7.47	7.31	7.20	7.52	7.40	8.11	8.45	9.53	8.91	8.41
9. ฮังการี	4.88	5.06	4.84	4.98	4.13	5.09	5.54	5.46	4.94	5.20
10. เนเธอร์แลนด์	1.31	1.36	1.26	1.14	1.11	1.17	1.19	0.96	0.89	0.88

ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย สทศ.

จากตารางที่ 11 พบว่า ประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมอย่างลํอรรถยนต์นํงอย่างตํอเนื่อง ได้แก่ โรมานี ฮังการี และไทย โดยประเทศดังกล่าวมีค่า RCA สูงกว่าระดับ 1 ในช่วงปี 2558 - 2567 ซึ่งให้เห็นว่าอย่างลํอรรถยนต์นํงมีบทบาทลําคัญในโครงสร้างการส่งออกของประเทศเหล่านี้เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก

เมื่อพิจารณากลุ่มประเทศที่มีค่า RCA อยู่ในระดับสูง พบว่า โรมานี ฮังการี และไทย แม้จะมีค่า RCA สูงกว่าระดับ 1 แต่ค่า RCA มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงในบางช่วงเวลา ขณะที่ประเทศผู้ส่งออกรายลําคัญของโลก อาทิ สาธารณรัฐประชาชนจีนและเม็กซิโก ค่า RCA มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นและมากกว่า 1 ในช่วงหลัง ซึ่งบ่งชี้ว่าอย่างลํอรรถยนต์นํงเริ่มมีบทบาทเพิ่มขึ้นในการส่งออกของประเทศดังกล่าว

เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยเชิงนโยบายที่อยู่เบื้องหลังระดับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศผู้ส่งออกอย่างลํอรรถยนต์นํง ตารางที่ 12 ได้นำเสนอการเปรียบเทียบประเทศตัวอย่างภายใต้บริบทของนโยบายของภาครัฐ และผลการดำเนินนโยบายที่เกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นประเทศที่มีค่า RCA มากกว่า 1 หรือมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นในตลาดโลก การวิเคราะห์ดังกล่าวช่วยให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างการดำเนินนโยบายภาครัฐที่สอดคล้องกับความต้องการของห่วงโซ่อุปทานยานยนต์สมัยใหม่และนำไปสู่ข้อคิดเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับประเทศไทยในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยจำแนกประเทศออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

- (1) ประเทศที่มีค่า RCA สูงกว่าไทย ได้แก่ โรมานี
- (2) ประเทศที่มีค่า RCA ใกล้เคียงกับไทย ได้แก่ ฮังการี
- (3) กลุ่มประเทศที่มีศักยภาพด้านการส่งออกในตลาดโลก ได้แก่ จีน และเม็กซิโก

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบนโยบายของประเทศผู้ส่งออกอย่างลํอรรถยนต์นํงที่ลําคัญ

ประเทศ/บริบท	นโยบายหลักของรัฐบาล	ผลการดำเนินนโยบาย	ข้อคิดเชิงกลยุทธ์สำหรับไทย
ประเทศที่มีค่า RCA สูงกว่าไทย			
โรมานี			
โรมานีเป็นฐานการผลิตอย่างลํอรรถยนต์นํงที่ลําคัญของยุโรปตะวันออก	รัฐบาลโรมานีใช้นโยบายดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ภายใต้กรอบ EU State Aid สนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์และยางล้อที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	การสนับสนุนเงินช่วยเหลือจากรัฐบาลให้แก่ผู้ผลิต ส่งผลให้เกิดการลงทุนในโรงงานผลิตอย่างลํอรรถยนต์นํง เพื่อจำหน่ายในตลาดยุโรปโดยตรง ทำให้ยางล้อยนต์นํงมีบทบาทสูงในการส่งออกของประเทศ สะท้อนผ่านค่า RCA ที่มากกว่า 1 อย่างตํอเนื่อง	การใช้นโยบายสนับสนุนการลงทุนแบบมีเป้าหมายควบคู่กับการยกระดับเทคโนโลยีการผลิต สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมยางล้อได้อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวทางที่ไทยสามารถนำมาปรับใช้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้

ประเทศ/บริษัท	นโยบายหลักของรัฐบาล	ผลการดำเนินนโยบาย	ข้อคิดเชิงกลยุทธ์สำหรับไทย
<p>ประเทศที่มีค่า RCA ใกล้เคียงกับไทย</p> <p>ฮังการี</p> <p>ฮังการีทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการผลิตและชิ้นส่วนยานยนต์ส่งออกไปยังตลาดยุโรป และเป็นที่ตั้งของฐานการผลิตผู้ผลิตรถยนต์ระดับโลก อาทิ Audi, Mercedes-Benz, BMW และ Suzuki</p>	<p>รัฐบาลฮังการีใช้นโยบายสำคัญ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategic Partnership Agreement (SPA) เพื่อสร้างความร่วมมือระยะยาวกับผู้ผลิตรถยนต์ (OEM) และซัพพลายเออร์รายสำคัญ - มาตรการเงินอุดหนุนการลงทุน (Cash Grants) และการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรม เพื่อช่วยลดต้นทุนของผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ ทำให้ประเทศสามารถดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายได้รวดเร็ว 	<p>การเข้ามาตั้งฐานการผลิตของผู้ผลิตรถยนต์ (OEM) ก่อให้เกิดอุปสงค์ต่อเนื่องต่อชิ้นส่วนยานยนต์และยางล้อรถยนต์นั่ง ทั้งเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตภายในประเทศและเพื่อการส่งออกผ่านเครือข่ายการจำหน่ายของ OEM ในตลาดยุโรป ส่งผลให้อุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งมีบทบาทเพิ่มขึ้นในโครงสร้างการส่งออกของฮังการี สะท้อนผ่านค่า RCA ที่มากกว่า 1</p>	<p>การรักษาและเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งสามารถเกิดขึ้นได้จากนโยบายอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนโดยการสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตรถยนต์ และซัพพลายเออร์ควบคู่กับการใช้มาตรการเงินอุดหนุนการลงทุนและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นแนวทางที่ประเทศไทยสามารถนำมาใช้เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทานยานยนต์และยางล้อในระยะยาว</p>
<p>กลุ่มที่มีศักยภาพในการส่งออกจีน</p> <p>จีนเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกรถยนต์รายใหญ่ของโลก และทำหน้าที่เป็นฐานการผลิตยานยนต์ แบบครบวงจรครอบคลุมตั้งแต่การผลิตรถยนต์ เครื่องยนต์ ชิ้นส่วนยานยนต์ ไปจนถึงยางล้อรถยนต์นั่ง โดยมีตลาดภายในประเทศขนาดใหญ่เป็นฐานรองรับการผลิต ควบคู่กับการผลิตเพื่อการส่งออกในตลาดโลก</p>	<p>รัฐบาลจีนดำเนินนโยบายอุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - Made in China 2025 มุ่งยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตขั้นสูง โดยกำหนดยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายและสนับสนุนการพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศให้เชื่อมโยงกับผู้ผลิตรถยนต์ - นโยบาย Local Content และการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศ เพื่อเพิ่มสัดส่วนการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ รวมถึงยางล้อรถยนต์นั่งภายในประเทศ สำหรับใช้ในการผลิตรถยนต์เพื่อจำหน่ายในประเทศและเพื่อการส่งออก 	<p>นโยบายดังกล่าวส่งผลให้จีนมีห่วงโซ่อุปทานยานยนต์ที่ครบวงจรและลดการพึ่งพาต่างประเทศ ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งมีบทบาทเพิ่มขึ้นทั้งในตลาดภายในประเทศและการส่งออก ซึ่งสะท้อนผ่านค่า RCA ของจีนที่มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นในช่วงหลัง</p>	<p>การส่งเสริมการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งอย่างมีประสิทธิภาพควรตั้งอยู่บนฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศและการสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานยานยนต์อย่างครบวงจร ซึ่งเอื้อต่อการขยายขนาดการผลิต การเพิ่มสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ และการลดต้นทุน ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันและการสร้างความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในตลาดโลก</p>
<p>เม็กซิโก</p> <p>เม็กซิโกเป็นที่ตั้งของฐานการผลิตของผู้ผลิตรถยนต์ระดับโลกหลายราย และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญ</p>	<p>รัฐบาลเม็กซิโกดำเนินนโยบายอุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความตกลงสหรัฐอเมริกา - เม็กซิโก - แคนาดา (USMCA) ซึ่งกำหนดกฎถิ่นกำเนิดสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ 	<p>การที่เม็กซิโกเป็นฐานการผลิตของผู้ผลิตรถยนต์ (OEM) เพื่อส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ ส่งผลให้อุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งเติบโตควบคู่กับอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยยางล้อ</p>	<p>การเชื่อมโยงอุตสาหกรรมยางล้อให้เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของผู้ผลิตรถยนต์ (OEM) ภายใต้กรอบความตกลงทางการค้า ช่วยเพิ่มบทบาทของยางล้อในภาคการส่งออก</p>

ประเทศ/บริษัท	นโยบายหลักของรัฐบาล	ผลการดำเนินนโยบาย	ข้อคิดเชิงกลยุทธ์สำหรับไทย
เพื่อส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ และแคนาดา	<p>เพื่อส่งเสริมการใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในภูมิภาคอเมริกาเหนือ</p> <p>- โครงการ Maquiladora / IMMEX เพื่อสนับสนุนการนำเข้าวัตถุดิบและชิ้นส่วนโดยปลอดอากรสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออก</p> <p>- สิทธิประโยชน์ด้านภาษีและการอำนวยความสะดวกด้านการลงทุนภาคการผลิต</p> <p>เพื่อดึงดูดผู้ผลิตรถยนต์ (OEM) และซัพพลายเออร์ให้ตั้งฐานการผลิตใกล้ตลาดปลายทางในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา</p>	<p>ถูกผลิตเพื่อใช้ในสายการผลิตและเพื่อการส่งออกภายใต้กรอบการค้าเสรี ทำให้ยางล้อรถยนต์นั่งมีบทบาทเพิ่มขึ้นในโครงสร้างการส่งออกของประเทศ และสะท้อนผ่านค่า RCA ที่ปรับเพิ่มขึ้นมาอยู่ใกล้หรือสูงกว่าระดับ 1 ในช่วงหลัง</p>	<p>ได้อย่างชัดเจน ดังนั้น ไทยควรมุ่งพัฒนานโยบายที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมยางล้อเข้ากับตลาดปลายทางโดยตรง โดยใช้ประโยชน์จากความตกลงทางการค้าและความร่วมมือกับผู้ผลิตรถยนต์ระดับโลก</p>

ที่มา: รวบรวมโดย สนค.

จากข้อมูลนโยบายของประเทศผู้ส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งที่สำคัญดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกับประเทศไทย อาทิ โรมานีและฮังการี มีปัจจัยสนับสนุนมาจากการใช้นโยบายอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับผู้ผลิตรถยนต์ระดับโลก (OEM) ผ่านการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ทำให้เกิดการลงทุนในโรงงานผลิตยางล้อรถยนต์นั่งเพื่อส่งออกไปยังตลาดยุโรป ขณะที่จีนและเม็กซิโก ใช้กลยุทธ์ฐานการผลิตขนาดใหญ่ควบคู่กับนโยบายของภาครัฐ เช่น Made in China 2025 การพัฒนา Local Content และกรอบความตกลงทางการค้า อาทิ USMCA ของเม็กซิโก เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานและขยายตลาดส่งออก ดังนั้น นโยบายที่ไทยควรนำมาเป็นแนวทางในการเพิ่มความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งในตลาดโลก คือ การมุ่งเน้นการใช้นโยบายสนับสนุนการลงทุนของภาครัฐ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีการผลิต การเชื่อมโยงกับผู้ผลิตระดับโลก และการเสริมสร้างบทบาทของไทยในห่วงโซ่อุปทานรถยนต์ในระดับสากล

เมื่อพิจารณาจากอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของมูลค่าการส่งออก (CAGR) ในช่วงปี 2558 - 2567 ซึ่งอยู่ในระดับสูง ควบคู่กับสัดส่วนการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทยที่มีขนาดใหญ่ จะเห็นได้ว่า สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และมาเลเซีย เป็นตลาดสำคัญที่ยังมีศักยภาพในการขยายการส่งออกของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทย ดังนั้น เพื่อประเมินระดับความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดหลักดังกล่าว จึงได้วิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของสินค้ายางล้อรถยนต์นั่งในแต่ละประเทศสำคัญ ดังต่อไปนี้

สูตรการคำนวณ RCA ในตลาดเป้าหมาย

$$RCA_{ijk} = (X_{ijk} / X_{ij}) / (X_{wjk} / X_{wj})$$

โดยกำหนดให้

- RCA_{ijk} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ j
- X_{ijk} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ j
- X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ j
- X_{wjk} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลก (W) ไปยังประเทศ j
- X_{wj} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก (W) ไปยังประเทศ j

k = สินค้าส่งออก คือ ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS 4011.10)

j = ประเทศเป้าหมายที่ต้องการพิจารณา

ค่า RCA ที่คำนวณได้แสดงถึงระดับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของสินค้ายางล้อรถยนต์นั่ง ของประเทศ i ในตลาดประเทศ j เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก โดยสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

- กรณี $RCA_{ijk} > 1$ แสดงว่าประเทศ i มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS 4011.10) ไปยังประเทศเป้าหมาย j
- กรณี $RCA_{ijk} = 1$ แสดงว่าประเทศ i มีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกสินค้า k ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS 4011.10) ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยของโลก
- กรณี $RCA_{ijk} < 1$ แสดงว่าประเทศ i ยังไม่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS 4011.10) ไปยังประเทศเป้าหมาย j หรือมีความสามารถในการแข่งขันต่ำกว่าโลก

ประเทศสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำเข้าสินค้านยางล้อรถยนต์นั่งที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยในช่วงปี 2563 - 2567 ในช่วง 5 ปีย้อนหลัง มูลค่าการนำเข้ามีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 9.11 สะท้อนถึงความต้องการยางล้อรถยนต์นั่งที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ สหรัฐอเมริกายังเป็นตลาดส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งอันดับ 1 ของไทย โดยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสูงสุดเมื่อเทียบกับตลาดอื่น นอกจากนี้ ตลาดสหรัฐอเมริกายังเป็นเวทีการแข่งขันของประเทศผู้ส่งออกหลักจากหลายภูมิภาคทั่วโลก ส่งผลให้เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และระดับการแข่งขันสูง ดังนั้น เพื่อประเมินตำแหน่งและระดับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา รายงานฉบับนี้จึงใช้ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยพิจารณาจากมูลค่าการนำเข้าในช่วงปี 2563 - 2567 เพื่อประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งไทยในตลาดดังกล่าว (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ยางล้อรถยนต์นั่งของ เม็กซิโก ไทย และแคนาดา ในตลาดสหรัฐอเมริกา ปี 2563 - 2567

ประเทศ/ปี	2563	2564	2565	2566	2567
เม็กซิโกส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					
-ยางล้อรถยนต์นั่งไปตลาด สหรัฐอเมริกา	931.13	1,323.75	1,482.63	1,717.15	1,775.80
-สินค้าทั้งหมดไปตลาด สหรัฐอเมริกา	261,106.39	306,395.55	359,737.45	443,887.11	477,620.86
ไทยส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					
-ยางล้อรถยนต์นั่งไปตลาด สหรัฐอเมริกา	1,569.78	1,502.16	1,229.71	1,621.65	2,003.60
-สินค้าทั้งหมดไปตลาด สหรัฐอเมริกา	34,062.44	41,142.07	47,030.60	47,775.09	54,766.53
แคนาดาส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					
-ยางล้อรถยนต์นั่งไปตลาด สหรัฐอเมริกา	549.05	744.93	694.18	728.01	841.10
-สินค้าทั้งหมดไปตลาด สหรัฐอเมริกา	286,341.84	379,929.20	460,786.67	440,207.45	434,942.80

ประเทศ/ปี	2563	2564	2565	2566	2567
โลกส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					
- ยางล้อรถยนต์นั่งไปตลาดสหรัฐอเมริกา	7,721.21	9,009.35	9,380.29	10,439.75	10,407.10
- สินค้าทั้งหมดไปตลาดสหรัฐอเมริกา	2,266,851.43	2,757,183.27	3,025,897.60	3,022,695.05	3,221,281.62
RCA เม็กซิโก	1.05	1.32	1.33	1.12	1.15
RCA ไทย	13.53	11.17	8.43	9.83	11.32
RCA แคนาดา	0.56	0.60	0.49	0.48	0.60

ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย สนค.

จากตารางที่ 13 พบว่า เม็กซิโกและไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (RCA) ของยางล้อรถยนต์นั่งในตลาดสหรัฐอเมริกา ขณะที่แคนาดามีค่า RCA ต่ำกว่า 1 อย่างต่อเนื่อง สะท้อนว่าไม่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในตลาดสหรัฐอเมริกาเมื่อเทียบกับทั้งสองประเทศ

แม้ไทยจะเป็นประเทศที่มีค่า RCA สูงสุด แต่มีแนวโน้มลดลง ขณะที่คู่แข่งอย่างเม็กซิโกค่า RCA มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากความได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์ที่ใกล้กับสหรัฐอเมริกา รวมถึงการดำเนินการภายใต้กรอบความตกลง USMCA ซึ่งช่วยลดผลกระทบจากความผันผวนด้านอุปสงค์และต้นทุนโลจิสติกส์ ความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานระดับภูมิภาคที่เข้มแข็งกว่าของเม็กซิโก อาจเป็นข้อจำกัดต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยในระยะยาว หากไม่สามารถยกระดับไปสู่การแข่งขันเชิงคุณภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มได้

ประเทศเกาหลีใต้

เกาหลีใต้เป็นตลาดนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งที่มีศักยภาพสูงในเอเชียตะวันออก มีบทบาทเป็นฐานการผลิตยานยนต์ระดับโลกของผู้ผลิตรายสำคัญ อาทิ Hyundai และ Kia ในช่วงปี 2563 - 2567 มูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทยไปยังเกาหลีใต้เพิ่มขึ้นจาก 117.81 เป็น 293.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยในช่วง 5 ปีย้อนหลัง อยู่ที่ร้อยละ 25.67 แสดงถึงการยกระดับบทบาทของไทยในห่วงโซ่อุปทานยานยนต์ของเกาหลีใต้ ท่ามกลางการแข่งขันโดยตรงกับประเทศผู้ส่งออกรายสำคัญอย่างจีน หากพิจารณาความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) โดยพิจารณาจากมูลค่าการนำเข้าในช่วงปี 2563 - 2567 เพื่อประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งไทยในตลาดดังกล่าว (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ยางล้อรถยนต์นั่งของไทยและจีน
ในตลาดเกาหลีใต้ ปี 2563 - 2567

ประเทศ/ปี	2563	2564	2565	2566	2567
ไทยส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					
- ยางล้อรถยนต์นั่งไปตลาดเกาหลีใต้	117.81	159.68	192.18	283.62	293.82
- สินค้าทั้งหมดไปตลาดเกาหลีใต้	4,203.14	5,795.22	6,317.36	6,016.43	5,912.22
จีนส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					
- ยางล้อรถยนต์นั่งไปตลาดเกาหลีใต้	82.29	120.32	96.57	129.70	151.84
- สินค้าทั้งหมดไปตลาดเกาหลีใต้	112,476.83	145,931.34	160,487.69	148,975.94	145,873.89
โลกส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					
- ยางล้อรถยนต์นั่งไปตลาดเกาหลีใต้	564.52	626.12	614.29	690.12	686.71
- สินค้าทั้งหมดไปตลาดเกาหลีใต้	412,504.08	532,391.90	579,473.21	520,520.58	512,637.73
RCA ไทย	20.48	23.43	28.70	35.56	37.10
RCA จีน	0.53	0.70	0.57	0.66	0.78

ที่มา: Global Trade Atlas และประมวลผลโดย สนค.

จากตารางที่ 14 พบว่า ไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (RCA) ของยางล้อรถยนต์นั่งในตลาดเกาหลีใต้ และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยมาตรฐานของผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ จีนมีค่า RCA ต่ำกว่า 1 แม้จะมีมูลค่าการส่งออกในระดับสูง แต่การส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งไม่ได้เป็นสินค้าหลักของจีนในตลาดเกาหลีใต้ และยังมีข้อจำกัดในการเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของผู้ผลิตรถยนต์ระดับสากลที่สำคัญ นอกจากนี้ ค่า RCA ของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันของไทย ไม่ได้เกิดจากการขยายตัวของปริมาณการส่งออก แต่เกิดจากการ “ถูกเลือก” ให้เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานยานยนต์ที่เน้นคุณภาพและมาตรฐานสูง มากกว่าการแข่งขันด้านต้นทุนเพียงอย่างเดียว

ประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียเป็นหนึ่งในตลาดส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งที่มีความสำคัญของไทยในระดับภูมิภาคอาเซียน แม้จะมีขนาดตลาดเล็กกว่าสหรัฐอเมริกาและเกาหลีใต้ แต่มีลักษณะเด่นด้านความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ ในช่วงปี 2563 - 2567 มูลค่าการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทยไปยังมาเลเซียเพิ่มขึ้นจาก 94.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 145.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5 ปีย้อนหลัง อยู่ที่ร้อยละ 11.30 แสดงถึงบทบาทของมาเลเซียในฐานะตลาดระดับภูมิภาคที่เป็นแหล่งรองรับการขยายตัวของการส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งของไทย หากพิจารณาความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) โดยพิจารณาจากมูลค่าการนำเข้าในช่วงปี 2563 - 2567 เพื่อประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งไทยในตลาดดังกล่าว (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ยางล้อรถยนต์นั่งของไทยและจีน
ในตลาดมาเลเซีย ปี 2563 - 2567

ประเทศ/ปี	2563	2564	2565	2566	2567
ไทยส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					
-ยางล้อรถยนต์นั่งไปตลาดมาเลเซีย	94.56	106.74	147.19	125.18	145.10
-สินค้าทั้งหมดไปตลาดมาเลเซีย	8,661.71	11,865.99	12,405.58	11,675.03	12,254.81
จีนส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					
-ยางล้อรถยนต์นั่งไปตลาดมาเลเซีย	110.58	126.00	154.72	158.64	170.52
-สินค้าทั้งหมดไปตลาดมาเลเซีย	56,301.31	76,404.34	90,906.85	87,369.13	101,456.77
โลกส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)					
-ยางล้อรถยนต์นั่งไปตลาดมาเลเซีย	313.06	344.11	461.48	430.44	446.82
-สินค้าทั้งหมดไปตลาดมาเลเซีย	196,549.74	255,403.90	296,580.96	274,813.17	317,145.49
RCA จีน	1.23	1.22	1.09	1.16	1.19
RCA ไทย	6.85	6.68	7.63	6.85	8.40

ที่มา: Global Trade Atlas และประมวลผลโดย สศค.

จากตารางที่ 15 พบว่า ไทยและจีนเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (RCA) ของยางล้อรถยนต์นั่งในตลาดมาเลเซีย โดยมีค่า RCA สูงกว่า 1 ความได้เปรียบของจีนอยู่ที่ขนาดเศรษฐกิจ ปริมาณการส่งออกโดยรวม และความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนและเทคโนโลยี โดยเฉพาะในบริบทการเปลี่ยนผ่านสู่ยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ซึ่งจีนมีความได้เปรียบเชิงระบบตลอดห่วงโซ่อุปทาน แม้ค่า RCA ของไทยในช่วง 5 ปีจะเพิ่มขึ้น แต่เป็นการพึ่งพาความเชี่ยวชาญเฉพาะสินค้า คุณภาพ และการเชื่อมโยงกับฐานการผลิตยานยนต์ในภูมิภาคเป็นหลัก ดังนั้น หากไทยไม่เร่งต่อยอดความได้เปรียบเชิงโครงสร้างไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนที่ตอบโจทย์ตลาด EV และมาตรฐานเทคโนโลยีใหม่ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่มีอยู่ในปัจจุบันอาจค่อย ๆ ลดความสำคัญลง และเปิดโอกาสให้ประเทศคู่แข่งที่มีความพร้อมด้าน EV เข้ามาแทนที่ในห่วงโซ่อุปทานยานยนต์ของภูมิภาคในระยะยาว

จากการวิเคราะห์ค่า RCA ควบคู่กับนโยบายอุตสาหกรรมของประเทศผู้ส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งรายสำคัญข้างต้น ซึ่งให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อในแต่ละประเทศไม่ได้ขึ้นอยู่กับปริมาณการส่งออกเพียงอย่างเดียว หากแต่พิจารณาจากระดับความร่วมมือในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เทคโนโลยีการผลิต และความสามารถในการเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานยานยนต์ระดับโลก ซึ่งจะเป็นปัจจัยกำหนดทิศทางการแข่งขันของไทย นอกจากนี้ ประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมยางล้ออย่างต่อเนื่องทั้งในด้านฐานการผลิต วัตถุดิบยางธรรมชาติ และบทบาทในห่วงโซ่อุปทานยานยนต์โลก การพัฒนาและการผลิตยางล้อสำหรับยานยนต์ไฟฟ้าจึงเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับศักยภาพของประเทศ และเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับความได้เปรียบเชิงปริมาณไปสู่ความได้เปรียบเชิงคุณภาพ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านไปสู่ยานยนต์ไฟฟ้ามาพร้อมทั้งโอกาสและความท้าทาย ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางล้อของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

4. โอกาสและความท้าทายในการยกระดับและเชื่อมต่ออย่างลึกรถยนต์นั่งทั่วไปสู่ยางล้อรถยนต์ไฟฟ้า

การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยยกระดับจากการแข่งขันเชิงปริมาณไปสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมาพร้อมความท้าทายทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องเร่งพัฒนาขีดความสามารถ เพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลก

4.1 โอกาสในการยกระดับยางล้อรถยนต์นั่ง

1. ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบต้นน้ำ (Upstream)

1.1 เสถียรภาพด้านวัตถุดิบต้นน้ำ ไทยมีวัตถุดิบยางธรรมชาติ (Natural Rubber) ปริมาณมาก ทำให้ผู้ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งในประเทศสามารถเข้าถึงวัตถุดิบได้ง่าย ต้นทุนโลจิสติกส์ต่ำ และมีความต่อเนื่องของอุปทาน โดยข้อมูลจากสมาคมประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติ (Association of Natural Rubber Producing Countries: ANRPC) ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างรัฐบาลที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสร้างความร่วมมือและวางนโยบายเพื่อรักษาเสถียรภาพราคายางพารา ประเมินว่า ในปี 2568 ไทยสามารถครองตำแหน่งผู้ผลิตยางธรรมชาติรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีผลผลิตอยู่ที่ 5.35 ล้านตัน คิดเป็นส่วนแบ่งการผลิตร้อยละ 36 ของผลผลิตยางธรรมชาติทั้งหมดของโลก รองลงมา ได้แก่ อินโดนีเซีย ร้อยละ 14 เวียดนาม ร้อยละ 9 อินเดีย ร้อยละ 7 จีน ร้อยละ 6 เกาหลีใต้ ร้อยละ 5 มาเลเซีย ร้อยละ 4 ฟิลิปปินส์ ร้อยละ 3 กัวเตมาลา ร้อยละ 3 และเมียนมา ร้อยละ 2 ทั้งนี้ ประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติรายใหญ่ของโลกส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคอาเซียน

ตารางที่ 16 ประเทศที่ผลิตยางธรรมชาติสูงสุด 10 อันดับแรกของโลก ปี 2568

Rank	Country	Estimated Production (metric tons, 2025)	Global Share (%)	Key Highlights
1	Thailand	5,350,000	36%	Remains the world leader, boosted by favorable climate and advanced tapping methods
2	Indonesia	2,040,000	14%	Faced 9.8% decline due to farmer shift toward palm oil cultivation
3	Vietnam	1,280,000	9%	Growing export hub with advanced plantation technology
4	India	1,060,000	7%	Kerala contributes 78% of India's total production; steady rise amid favorable prices
5	China	890,000	6%	Expanding mid-Yunnan plantations; sharp domestic demand growth for tire industries

Rank	Country	Estimated Production (metric tons, 2025)	Global Share (%)	Key Highlights
6	Ivory Coast	800,000	5%	Africa's largest producer; investments in processing units boosting yield
7	Malaysia	535,000	4%	Once a global leader, now focused on high-quality latex and replanting
8	Philippines	450,000	3%	Southern Mindanao becoming a regional rubber hub
9	Guatemala	380,000	3%	Latin America's top producer, exporting mainly to the US and Japan
10	Myanmar	310,000	2%	Production expanding in Mon and Tanintharyi regions despite political instability

ที่มา: The Association of Natural Rubber Producing Countries (ANRPC)

การมีเสถียรภาพด้านวัตถุดิบถือเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการผลิตยางล้อรถยนต์นั่ง เนื่องจากช่วยลดความผันผวนของต้นทุนการผลิตและสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในการส่งออกของผู้ผลิตไทย สำหรับยางล้อรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งต้องการทั้งยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ในสัดส่วนที่ปรับเฉพาะ การมีฐานการผลิตยางธรรมชาติที่เข้มแข็งภายในประเทศยิ่งเพิ่มความได้เปรียบเชิงโครงสร้าง โดยช่วยให้ผู้ผลิตมีความยืดหยุ่นในการพัฒนาสูตรยาง (compound design) และปรับแต่งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง ภายใต้ความเสี่ยงด้านอุปทานที่ต่ำลงและความมั่นคงของวัตถุดิบที่สูงขึ้น

1.2 การยกระดับคุณภาพยางธรรมชาติให้ตอบโจทย์ทั้งยางล้อรถยนต์นั่งทั่วไปและยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า โดยประเทศไทยมีวัตถุดิบยางธรรมชาติจำนวนมากเอื้อต่อการลงทุนวิจัยและพัฒนายางธรรมชาติคุณภาพสูง (high-grade NR) ซึ่งมีคุณสมบัติด้านความยืดหยุ่น ความทนทานต่อการสึกหรอ และการกระจายความร้อนที่ดีขึ้น เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงสูตรผสมและโครงสร้างยาง (advanced compounding) ให้ตอบโจทย์ทั้งยางล้อรถยนต์นั่งทั่วไปและยางล้อรถยนต์นั่ง EV นอกจากนี้ ผู้ผลิตยางพาราไทยได้เริ่มพัฒนาระบบรองรับการตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) ของแหล่งที่มาผลผลิต โดยใช้เทคโนโลยี GPS และการจัดทำฐานข้อมูลที่ดินปลูกยาง เพื่อยืนยันว่าพื้นที่เพาะปลูกไม่เกี่ยวข้องกับการตัดไม้ทำลายป่าและไม่ใช่พื้นที่บุกรุกป่า ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ และขยายโอกาสในการส่งออกของอุตสาหกรรมยางไทย ภายใต้ข้อกำหนดด้านความยั่งยืนที่เข้มงวดมากขึ้นในตลาดโลก

2. การแปรรูปสินค้ากลางน้ำ (Midstream)

2.1 ไทยเป็นฐานการผลิตของแบรนด์ยางล้อรถยนต์นั่งระดับโลก ทำให้โอกาสการดำเนินการกระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) ตลอดจนการทดสอบเทคโนโลยีทั้งยางล้อรถยนต์นั่งทั่วไปและยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าเกิดขึ้นภายในประเทศเพิ่มขึ้น โดยผู้ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งในระดับสากลสามารถนำมาตรฐานและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในโรงงานที่ตั้งในไทย ทั้งในมิติของสูตรยาง (compound) โครงสร้างยางล้อรถยนต์นั่ง การออกแบบให้มีน้ำหนักเบา แรงต้านการหมุนต่ำ และการจัดการเสียงและการสั่นสะเทือน ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ผู้ผลิตยางแปรรูปขั้นกลาง ผู้ผลิตเคมีภัณฑ์ยาง ไปจนถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้อง สามารถเรียนรู้และปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรฐานดังกล่าว และยกระดับคุณภาพสินค้าให้รองรับความต้องการยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าได้ควบคู่กัน ดังนั้น ผู้ผลิตไทยจึงไม่ได้จำกัดบทบาทอยู่เพียงการผลิตยางแปรรูปขั้นกลางเชิงสินค้าโภคภัณฑ์ (commodity) เท่านั้น แต่สามารถขยับขั้นสู่การผลิตยางแปรรูปมูลค่าสูงที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีของผู้ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งระดับโลก ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าในห่วงโซ่การผลิตยางพาราของไทย ลดการพึ่งพาการส่งออกยางดิบและยางแปรรูปขั้นกลางที่มีราคาต่ำ และเอื้อต่อการยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยางไทยในระยะยาว

2.2 การที่ไทยเป็นทั้งฐานการผลิตยางล้อรถยนต์นั่ง และฐานการลงทุนยานยนต์ไฟฟ้า ภายใต้นโยบายสนับสนุนรถยนต์ไฟฟ้าของภาครัฐ ทำให้เกิดการเชื่อมโยง “Tire-EV Cluster” ภายในประเทศอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทผู้ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งระดับโลกสามารถพัฒนาร่วมกับค่ายรถยนต์ที่ตั้งโรงงานในไทย ทั้งในด้านการออกแบบและทดสอบยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าบนสภาพถนนและรูปแบบการใช้งานจริงในประเทศ พร้อมทั้งเพิ่มสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนและวัตถุดิบจากผู้ประกอบการไทยในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจะทำการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งทั่วไปในไทยมี “เส้นทางการอุปเกรด” ไปสู่การผลิตยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าโดยไม่จำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตไปต่างประเทศ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยก้าวข้ามบทบาทจากการเป็นเพียงผู้รับจ้างผลิต (OEM) ไปสู่การเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าสูงด้านเทคโนโลยียางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าในระดับภูมิภาค ซึ่งจะช่วยยกระดับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งและอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยในระยะต่อไป

3. ความแข็งแกร่งในการผลิตและจัดการสินค้าปลายน้ำ (Downstream)

3.1 การใช้ประโยชน์จากสถานะ “EV Hub” ของไทย ภายใต้นโยบายส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า รวมถึงยางล้อรถยนต์นั่ง มีส่วนสำคัญในการเสริมความแข็งแกร่งให้กับการผลิตสินค้าปลายน้ำของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทย โดยการดึงดูดค่ายรถยนต์ไฟฟ้าระดับโลกให้เข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศ ส่งผลให้เกิดอุปสงค์ยางล้อรถยนต์นั่งประสิทธิภาพสูงอย่างต่อเนื่องภายในประเทศ และเอื้อต่อการจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้ผลิตต่างชาติ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยก้าวเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานโลก ควบคู่กับการยกระดับความร่วมมือภายในประเทศสู่การพัฒนาเทคโนโลยีร่วมกัน ขณะเดียวกันสิทธิประโยชน์ด้านภาษีและมาตรการส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐยังช่วยลดต้นทุนการลงทุนในเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง ห้องทดสอบเฉพาะทาง และระบบวิจัยและพัฒนา (R&D) สำหรับสินค้าปลายน้ำ ทำให้ผู้ประกอบการไทยมีแรงจูงใจในการยกระดับจากการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งมาตรฐาน ไปสู่การผลิตยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า และยางล้อรถยนต์นั่งสมรรถนะสูงมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ห่วงโซ่มูลค่า “ยางพารา → ยางแปรรูป → ยางล้อรถยนต์นั่ง” มีความครบวงจรและแข็งแกร่งมากขึ้นภายในประเทศ ช่วยเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทย และลดการพึ่งพาการส่งออกสินค้าในลักษณะสินค้าโภคภัณฑ์ในระยะยาว

ตัวอย่างนโยบายและมาตรการการส่งเสริมการลงทุนที่เกี่ยวข้องจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (The Board of Investment of Thailand: BOI) อาทิ

- มาตรการส่งเสริมการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ (Local Content) สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า กำหนดให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าและผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศได้รับสิทธิประโยชน์ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 หากมีการใช้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศตามเกณฑ์สัดส่วนที่กำหนด พร้อมได้รับการรับรอง Made in Thailand (MIT) มาตรการดังกล่าวมุ่งกระตุ้นให้เกิดการผลิตร่วมกับพันธมิตรภายในประเทศ และเกิดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้ผลิตต่างชาติ เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าโลกได้อย่างแท้จริง

ตารางที่ 17 กำหนดสัดส่วนการใช้ Local Content สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า

ประเภทกิจการ	สัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนในประเทศไทย
กิจการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า	
- Battery Electric Vehicle (BEV)	40%
- Plug-in Hybrid Electric Vehicle (PHEV)	45%
กิจการผลิตรถโดยสารไฟฟ้าและรถบรรทุกไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่	40%
กิจการผลิตอุปกรณ์สำหรับยานยนต์ไฟฟ้า	15%

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม 2568

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

กรณียางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า หากโครงการลงทุนได้รับการจัดอยู่ในกลุ่มกิจการที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนพิจารณาเป็นกิจการผลิตอุปกรณ์สำหรับยานยนต์ไฟฟ้า ตามขอบเขตการส่งเสริมและปฏิบัติตามเกณฑ์ Local Content ที่กำหนด ต้องใช้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศมากกว่าร้อยละ 15 ของมูลค่าวัตถุดิบทั้งหมด ตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ในตารางที่ 17 พร้อมทั้งได้รับการรับรอง Made in Thailand (MIT) จึงจะมีคุณสมบัติและสามารถได้รับสิทธิประโยชน์จากมาตรการดังกล่าว

- มาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศมีการปรับเปลี่ยนเครื่องจักร ฝึกอบรมบุคลากร นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อยกระดับมาตรฐานและการแข่งขัน ขยายธุรกิจไปสู่อุตสาหกรรมใหม่ ๆ เช่น ชิ้นส่วนรถยนต์ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ อากาศยาน เครื่องมือแพทย์ เครื่องจักรและอุปกรณ์ เป็นต้น

- มาตรการส่งเสริมการร่วมทุนระหว่างบริษัทไทยและต่างชาติในกิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ มุ่งสนับสนุนให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยมีโอกาสเข้าร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในกิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มากขึ้น โดยนิติบุคคลไทยต้องถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ซึ่งไม่เพียงสร้างโอกาสทางธุรกิจแต่ยังช่วยให้ผู้ประกอบการไทยยกระดับขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้ทันต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ยานยนต์สมัยใหม่

3.2 ไทยเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าในอาเซียน จากทั้งข้อได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ ตลอดจนการได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ความตกลงต่าง ๆ อาทิ เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP) และความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA) ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่ออุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทย โดยช่วยเพิ่มความคุ้มค่าในการใช้ไทยเป็นฐานการผลิตและกระจายสินค้ายางล้อรถยนต์นั่งไปยังตลาดปลายทางในประเทศเพื่อนบ้านและประเทศคู่ค้าที่มีข้อตกลง FTA ภายใต้อัตราภาษีนำเข้าที่ลดลงหรือเป็นศูนย์ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยในห่วงโซ่อุปทานยางล้อรถยนต์นั่ง ตั้งแต่ผู้ผลิตยางพาราแปรรูป ผู้ผลิตเคมีภัณฑ์ยาง ไปจนถึงผู้ให้บริการโลจิสติกส์และคลังสินค้า สามารถเชื่อมโยงเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานระดับภูมิภาคและระดับโลกได้อย่างเป็นรูปธรรม อันเป็นการยกระดับมูลค่าเพิ่มและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยในระยะยาว

4.2 ความท้าทายการยกระดับยางล้อรถยนต์นั่ง

1. มาตรการทางการค้า

1.1 มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping: AD) เป็นมาตรการทางการค้าที่ประเทศผู้นำเข้าใช้เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศที่ได้รับความเสียหาย หรือมีแนวโน้มที่จะได้รับความเสียหายจากการทุ่มตลาดอันเกิดจากการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศที่ไม่เป็นธรรม โดยการทุ่มตลาดคือ การส่งออกสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งเพื่อประโยชน์ในทางพาณิชย์ ซึ่งมีราคาส่งออกต่ำกว่ามูลค่าปกติของสินค้าชนิดเดียวกันที่จำหน่ายเพื่อการบริโภคภายในประเทศผู้ส่งออก/ผู้ผลิตเอง

ในปี 2564 สหรัฐฯ ดำเนินมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดสินค้ายางรถยนต์และรถบรรทุกขนาดเล็กต่อไทย โดยเรียกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดในอัตราร้อยละ 14.59 - 21.09 และมีการทบทวนประจำปี (administrative review) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในการทบทวนประจำปี ครั้งที่ 3 (2566 - 2567) มีการประกาศผลภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดที่เรียกเก็บเบื้องต้น (Preliminary Dumping Rates) ในอัตราร้อยละ 0.00 - 17.06 เมื่อวันที่ 14 ม.ค. 2569

1.2 มาตรา 232 ภายใต้กฎหมาย Trade Expansion Act of 1962 เป็นอำนาจฝ่ายบริหารของสหรัฐฯ ในการใช้มาตรการทางการค้า เช่น การขึ้นภาษี การกำหนดโควตา เพื่อปรับการนำเข้าสินค้าที่ “กระทบต่อความมั่นคงแห่งชาติ”

ผลิตภัณฑ์ยางล้อรถยนต์นั่ง (HS code 4011.10.10 และ 4011.10.50) อยู่ภายใต้สินค้ากลุ่มขึ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ถูกเก็บภาษีตามมาตรา 232 ในอัตราร้อยละ 25 เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2568

1.3 มาตรา 122 ของกฎหมาย Trade Act of 1974 เก็บค่าธรรมเนียมนำเข้าชั่วคราว (temporary import surcharge) สำหรับสินค้าจากทั่วโลกในอัตราร้อยละ 10 เพื่อแก้ไขปัญหาดุลการชำระเงินขาดดุลของสหรัฐฯ หรือป้องกันไม่ให้เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯอ่อนค่าลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 24 ก.พ. 2569 จนถึงวันที่ 24 ก.ค. 2569 คิดเป็นระยะเวลา 150 วัน เว้นแต่จะได้รับการขยายระยะเวลาจากรัฐสภาสหรัฐฯ

ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ยางล้อที่ไม่เข้าเงื่อนไขขึ้นส่วนยานยนต์ตามมาตรา 232 จะถูกจัดเก็บค่าธรรมเนียมนำเข้าชั่วคราวตามมาตรา 122

1.4 การประกาศไต่สวนภายใต้มาตรา 301 ของกฎหมาย Trade Act of 1974 กรณีกำลังการผลิตส่วนเกิน (excess capacity) เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2569 ต่อ 16 ประเทศ รวมถึงไทย ซึ่งสหรัฐฯ ระบุว่า ไทยมีการเกินดุลการค้าสินค้าในระดับโลก (global trade surplus) ในภาคการผลิตสาขาต่าง ๆ อาทิ รถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ และยาง จึงยังเป็นประเด็นที่ต้องติดตามว่าจะครอบคลุมถึงสินค้ายางล้อรถยนต์นั่งหรือไม่

2. มาตรการทางสิ่งแวดล้อม

2.1 กฎหมายว่าด้วยสินค้าปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่า (Deforestation-free Products Regulation: EUDR) คือกฎระเบียบของสหภาพยุโรปที่บังคับให้สินค้านำเข้าต้องปลอดจากการทำลายป่าและทำให้ป่าเสื่อมโทรม ครอบคลุมสินค้า 7 กลุ่มหลัก คือ ไม้ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน โค กาแฟ โกโก้ และถั่วเหลือง รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสินค้านี้ โดยต้องมีการตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาว่าสินค้าผลิตบนพื้นที่ที่ไม่มีการตัดไม้ทำลายป่าหรือทำให้ป่าเสื่อมโทรม หลังวันที่ 31 ธ.ค. 2563 และปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายประเทศผู้ผลิต เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและส่งเสริมการเกษตรที่ยั่งยืน

หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของ EUDR หน่วยงานที่ได้รับมอบหมายจะต้องแจ้งให้ผู้ประกอบการดำเนินการแก้ไขตามมาตราที่กำหนดอย่างน้อยหนึ่งมาตรการ กล่าวคือ ดำเนินการแก้ไขสิ่งที่ปฏิบัติไม่ถูกต้องให้เป็นไปตามกฎหมาย ห้ามไม่ให้วางจำหน่ายหรือส่งออกสินค้าควบคุมในตลาด เก็บคืน/เรียกคืน หรือริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ นอกจากนี้ บทลงโทษของกฎหมายดังกล่าว ประกอบด้วย ค่าปรับยึดสินค้าที่ปฏิบัติไม่ถูกต้อง ยึดรายได้จากการจำหน่าย ยกเว้นชั่วคราวจากกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างสาธารณะ และจากการเข้าถึงแหล่งทุนสาธารณะเป็นระยะเวลาสูงสุด 12 เดือน ห้ามวางจำหน่ายหรือส่งออกสินค้าชั่วคราว (ในกรณีกระทำผิดร้ายแรงหรือกระทำผิดซ้ำ)

ทั้งนี้ การบังคับใช้ EUDR ถูกเลื่อนออกมาเป็นวันที่ 30 ธ.ค. 2569 สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ และวันที่ 30 มิ.ย. 2570 สำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

2.2 มาตรฐาน Euro 7 เป็นมาตรฐานจากสหภาพยุโรปที่ครอบคลุมการปล่อยมลพิษทั้งหมดจากยานพาหนะทุกประเภท รวมถึงรถยนต์ไฟฟ้า โดยมีเป้าหมายลดมลพิษจากท่อไอเสีย (เช่น NOx, PM) และมลพิษที่ไม่ใช่จากท่อไอเสีย ครอบคลุมไปถึงการสึกหรอของยาง (Tire Abrasion) และฝุ่นจากเบรก (Brake Emissions) ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดสำคัญของไมโครพลาสติกและฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM10) ในสิ่งแวดล้อม

มาตรฐานนี้จะกระตุ้นให้ผู้ผลิตรถยนต์ต้องพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ระบบดูดซับฝุ่นเบรกและผู้ผลิตยางต้องใช้เวลาที่ทนทานต่อการสึกหรอมากขึ้นเพื่อลดมลพิษและปรับปรุงคุณภาพอากาศ ทั้งนี้ มาตรฐาน Euro 7 กำลังจะเริ่มบังคับใช้ในสหภาพยุโรปช่วงปลายปี 2569

3. ด้านเทคโนโลยีและสูตรยางต่างจากยางล้อรถยนต์นั่งทั่วไป

การพัฒนายางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้ามีความท้าทายด้านเทคโนโลยีและสูตรยางสูงกว่ายางล้อรถยนต์นั่งทั่วไป เนื่องจากรถยนต์ไฟฟ้ามีแรงบิดสูงตั้งแต่การออกตัว น้ำหนักมากกว่า และมีข้อกำหนดด้านสมรรถนะที่เข้มงวดกว่า ส่งผลให้ยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าต้องได้รับการออกแบบโครงสร้างและสูตรเนื้อยางให้สามารถรองรับแรงเฉือนและแรงดึงที่สูงขึ้น ควบคุมการสะสมความร้อน และลดการสูญเสียพลังงานภายในเนื้อยาง ในขณะที่เดียวกันยังต้องรักษาระดับแรงต้านการหมุนให้อยู่ในระดับต่ำ เพื่อสนับสนุนระยะทางการวิ่งต่อการชาร์จหนึ่งครั้ง

นอกจากนี้ ยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า ยังเผชิญข้อจำกัดด้านการควบคุมเสียงรบกวนและความทนทานต่อการสึกหรอที่สูงกว่ายางล้อรถยนต์นั่งทั่วไป เนื่องจากเสียงจากยางกลายเป็นแหล่งกำเนิดเสียงหลักของรถยนต์ไฟฟ้า และการใช้งานที่สูงจากน้ำหนักและแรงบิดอย่างต่อเนื่อง ความท้าทายดังกล่าวทำให้การพัฒนายางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าต้องอาศัยสูตรยางและสารเติมแต่งเฉพาะทางการออกแบบดอกยางและโครงสร้างที่ซับซ้อน รวมถึงกระบวนการทดสอบและการรับรองมาตรฐานที่เข้มงวดมากขึ้น ซึ่งสะท้อนว่ายางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มสูงที่แตกต่างจากยางล้อรถยนต์นั่งทั่วไปอย่างชัดเจน และต้องใช้ขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีในระดับที่สูงกว่ายางล้อรถยนต์นั่งทั่วไป

4. ด้านมาตรฐานและการทดสอบ

การเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมยานยนต์สู่รถยนต์ไฟฟ้า (EV) ทำให้มาตรฐานและการทดสอบยางล้อรถยนต์นั่งต้องเผชิญกับความท้าทายเชิงโครงสร้างและเชิงเทคนิคที่ซับซ้อนมากขึ้น ทั้งในมิติของสมรรถนะความปลอดภัย และความยั่งยืน โดยสามารถสรุปความท้าทายสำคัญได้ดังนี้

4.1 การปรับมาตรฐานให้ทันต่อเทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้าที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว

แม้ในปัจจุบันจะยังไม่มีมาตรฐานยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าที่แยกเฉพาะอย่างเป็นทางการ แต่ในเชิงสมรรถนะ ยางสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าต้องเผชิญเงื่อนไขการใช้งานที่เข้มงวดกว่ายางรถยนต์นั่งทั่วไป เนื่องจากลักษณะเฉพาะของรถยนต์ไฟฟ้าที่มีน้ำหนักตัวรถสูง และให้แรงบิดฉับพลัน ส่งผลให้ยางจำเป็นต้องได้รับการออกแบบให้มีคุณสมบัติรองรับภาระดังกล่าวอย่างเหมาะสม ทั้งในมิติความสามารถในการรับน้ำหนักที่สูงขึ้น ความสามารถในการต้านทานการสึกหรอและแรงเฉือนจากแรงบิด ตลอดจนการควบคุมเสียงและแรงสั่นสะเทือนให้อยู่ในระดับต่ำ เพื่อรักษาความสบายในการขับขี่และความปลอดภัยตลอดอายุการใช้งาน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และกรมการขนส่งทางบก จำเป็นต้องพิจารณาปรับปรุงมาตรฐานยางล้อรถยนต์นั่งให้สามารถรองรับลักษณะการใช้งานดังกล่าวได้ โดยต้องสร้างสมดุลระหว่างการยกระดับความปลอดภัยและสมรรถนะกับการไม่เพิ่มภาระต้นทุนแก่ผู้ประกอบการมากเกินไป

4.2 ข้อจำกัดด้านขีดความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบ

การยกระดับมาตรฐานนำไปสู่ความต้องการการทดสอบที่มีความละเอียดและความแม่นยำสูงขึ้น ทั้งการทดสอบแรงต้านการหมุน การยึดเกาะถนน และระดับเสียงรบกวน ซึ่งต้องอาศัยห้องปฏิบัติการ เครื่องมือ และบุคลากรที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากล อย่างไรก็ตาม ขีดความสามารถของระบบการทดสอบภายในประเทศอาจยังมีข้อจำกัด ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการทดสอบหรือการพึ่งพาการทดสอบจากต่างประเทศมากขึ้น

4.3 ความท้าทายในการสร้างความเทียบเท่าสากล

การพัฒนามาตรฐานจำเป็นต้องคำนึงถึงความสอดคล้องและการยอมรับร่วมกับมาตรฐานสากล เพื่อหลีกเลี่ยงการเป็นอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barriers to Trade: TBT) ในขณะเดียวกัน หากการกำหนดมาตรฐานยึดตามกรอบสากลทั้งหมดโดยไม่คำนึงถึงบริบทของอุตสาหกรรมภายในประเทศ

อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการปรับตัวของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

4.4 ต้นทุนการปฏิบัติตามมาตรฐานของผู้ประกอบการ

การปฏิบัติตามมาตรฐานและการทดสอบที่เข้มงวดมากขึ้นย่อมนำไปสู่ต้นทุนที่สูงขึ้นทั้งในด้านการปรับกระบวนการผลิต การทดสอบซ้ำ และการรับรองมาตรฐาน โดยเฉพาะในช่วงเปลี่ยนผ่าน ผู้ผลิตอาจจำเป็นต้องพัฒนาสูตรยาใหม่ ปรับปรุงโครงสร้างผลิตภัณฑ์ และเพิ่มขึ้นตอนการควบคุมคุณภาพซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในระยะสั้น

5. แรงกดดันจากคู่แข่ง

อุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยกำลังเผชิญกับแรงกดดันจากการแข่งขันที่เข้มข้นจากหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะจากประเทศคู่แข่งทางการค้าที่เป็นผู้ส่งออกหลักในตลาดส่งออกสำคัญของไทย อาทิ

5.1 **จีน** มีศักยภาพการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งในปริมาณมากและดำเนินยุทธศาสตร์การส่งออกเชิงรุก โดยได้รับแรงหนุนจากทั้งการขยายตัวของภาคเอกชนและนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ผู้ผลิตจีนสามารถยกระดับขีดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มมูลค่าสูง และการลงทุนในเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยดังกล่าวช่วยเพิ่มบทบาทให้จีนในตลาดโลก ทั้งในมิติปริมาณและคุณภาพ อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของอุปทานจากจีนในตลาดโลกก่อให้เกิดแรงกดดันด้านราคา ทำให้ระดับราคาขายเฉลี่ย (average selling price) มีแนวโน้มลดลง และปีส่วนต่างกำไรของผู้ผลิตในประเทศคู่แข่ง ส่งผลเชิงลบต่ออุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทย โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่แข่งขันด้วยราคาและมีความแตกต่างของสินค้าไม่สูงนัก ทั้งนี้ สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนความจำเป็นที่ไทยต้องเร่งปรับโครงสร้างการแข่งขันไปสู่การสร้างความแตกต่างด้านสมรรถนะ มาตรฐาน และนวัตกรรม ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

5.2 **เม็กซิโก** มีความได้เปรียบเชิงภูมิรัฐศาสตร์และเชิงโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้สหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดยางล้อรถยนต์นั่งสำคัญของโลก และเชื่อมโยงกับเครือข่ายการผลิตในอเมริกาเหนือ ส่งผลให้สามารถบริหารจัดการจัดส่งได้รวดเร็ว ลดความเสี่ยงด้านโลจิสติกส์ และมีต้นทุนการขนส่งต่ำกว่าเมื่อเทียบกับประเทศนอกภูมิภาค

นอกจากนี้ การเป็นภาคีข้อตกลงการค้า USMCA ยังเอื้อให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกในเม็กซิโกได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าและความมั่นคงด้านกฎระเบียบมากกว่าประเทศอื่น ๆ ส่งผลให้ผู้ซื้อและผู้ผลิตรถยนต์ในสหรัฐฯ มีแรงจูงใจเพิ่มขึ้นในการจัดหายางล้อรถยนต์นั่งและชิ้นส่วนจากฐานการผลิตภายใต้ USMCA เพื่อเพิ่มความแน่นอนของอุปทาน ลดต้นทุนรวม และบริหารความเสี่ยงจากมาตรการกีดกันทางการค้าต่อประเทศนอกภูมิภาค สถานการณ์ดังกล่าวจึงเป็นแรงกดดันต่ออุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทย โดยเฉพาะในตลาดสหรัฐฯ และกลุ่มลูกค้า OEM / ผู้ประกอบรถยนต์ที่ให้ความสำคัญกับความต่อเนื่องของอุปทานและต้นทุนโลจิสติกส์ ทั้งนี้ ไทยมีความจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การแข่งขัน เช่น การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพและสมรรถนะ การเพิ่มความใกล้ชิดตลาดผ่านคลังสินค้า/ศูนย์กระจายสินค้าในต่างประเทศ และการยกระดับการปฏิบัติตามกฎระเบียบเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน

4.3 มุมมองจากผู้ประกอบการต่ออุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า

กระทรวงพาณิชย์มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและผลักดันการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและขับเคลื่อนการเติบโตของเศรษฐกิจการค้าอย่างต่อเนื่อง โดยอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ถือเป็นหนึ่งในกลไกหลักที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย การพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและการบูรณาการการดำเนินงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวม

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ดำเนินการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้แทนผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่ง เพื่อศึกษาภาพรวมของธุรกิจ รวมถึงโอกาสและความท้าทายของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งทั่วไปและยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับยานยนต์ไฟฟ้า ดังนี้

1. ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายยางล้อรถยนต์นั่งแบรนด์ Westlake ให้ข้อมูลว่า ในช่วงระยะเวลา 3 - 5 ปี ข้างหน้า แนวโน้มความต้องการใช้ยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการขยายตัวของการใช้รถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค โดยมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญจากการนำเข้ารถยนต์ไฟฟ้าจากประเทศจีนซึ่งมีราคาจำหน่ายในระดับที่สามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ เนื่องจากแบรนด์ Westlake เป็นบริษัทที่มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศจีน ส่งผลให้สาขาในประเทศไทยสามารถเป็นทั้งผู้จัดหาและผู้ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งเพื่อรองรับความต้องการของผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าจากจีนที่เข้ามาตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับสถานการณ์การแข่งขันในตลาดยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า พบว่า มีความรุนแรงในช่วงระยะสั้น เนื่องจากผู้ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งจากประเทศจีนพยายามขยายส่วนแบ่งตลาดในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความได้เปรียบด้านราคาจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการบางรายไม่สามารถดำเนินธุรกิจในตลาดไทยได้ในระยะยาว เนื่องจากขาดความเชื่อมั่นจากผู้บริโภค และไม่มีฐานการผลิตภายในประเทศเพื่อรองรับการจัดส่งสินค้าอย่างต่อเนื่อง

ในด้านการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าภายในประเทศ บริษัทมีความจำเป็นต้องเปิดสายการผลิตใหม่ เนื่องจากยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้ามีคุณสมบัติทางเทคนิคที่แตกต่างจากยางล้อรถยนต์นั่งทั่วไป อาทิ การรองรับน้ำหนักรถยนต์ที่สูงขึ้น ความสามารถในการยึดเกาะถนน การลดเสียงรบกวนจากการเสียดสี และโครงสร้างของยางล้อรถยนต์นั่งที่เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานของรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งการจัดตั้งสายการผลิตดังกล่าวจำเป็นต้องนำเข้าเครื่องจักรเฉพาะทางสำหรับการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า ส่งผลให้ต้องมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีและเครื่องจักรเพิ่มเติมในโรงงานภายในประเทศไทย

2. ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายยางล้อรถยนต์นั่งแบรนด์ Continental ให้ข้อมูลว่า ความต้องการใช้ยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้ายังคงอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของผู้บริโภคที่หันมาใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น โดยภาพรวมของตลาดยางล้อรถยนต์นั่งและยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้ามีการแข่งขันอย่างต่อเนื่องจากผู้ผลิตยางล้อรถยนต์นั่งจากต่างประเทศที่ต้องการเข้าสู่ตลาดไทย ซึ่งการแข่งขันส่วนใหญ่มุ่งเน้นด้านราคาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในระยะสั้น อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคโดยทั่วไปยังคงให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อยางล้อรถยนต์นั่ง

ในด้านการผลิต บริษัทระบุว่า การผลิตยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า และยางล้อรถยนต์นั่งทั่วไปมีความแตกต่างกันในสูตรและส่วนผสมของวัตถุดิบเป็นหลัก ขณะที่เครื่องจักร แม่พิมพ์ และสายการผลิตสามารถใช้ร่วมกันได้ ส่งผลให้สามารถปรับกระบวนการผลิตให้รองรับการผลิตยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าได้โดยไม่ต้องลงทุนโครงสร้างพื้นฐานใหม่ทั้งหมด

สำหรับประเด็นด้านมาตรฐานอุตสาหกรรม การผลิตยางล้อรถยนต์นั่งทั่วไปและยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าจำเป็นต้องเป็นไปตามมาตรฐานสินค้าที่กำหนดโดยภาครัฐ ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค และเป็นปัจจัยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งมากกว่าที่จะเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมในระยะยาว

5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษา พบว่า ไทยมีฐานความได้เปรียบเชิงโครงสร้างในอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งและยางธรรมชาติ พร้อมต่อยอมรับการเปลี่ยนผ่านสู่ยานยนต์ไฟฟ้าที่ขยายตัวต่อเนื่อง ทั้งนี้ การรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกภายใต้กติกาการค้าและมาตรฐานที่เข้มข้นขึ้น จำเป็นต้องยกระดับไปสู่ “การผลิตที่มีมูลค่าเพิ่ม” ดังนั้น รายงานนี้จึงเสนอกรอบแนวทางเชิงนโยบายตามแนวคิด “ทำตาม-ทำเพิ่ม-ทำต่าง” เพื่อกำหนดกลยุทธ์การปรับตัวของภาคเอกชน การสนับสนุนของภาครัฐ และการขับเคลื่อนด้านการค้าในการกิจกรรมทรวงพาณิชย์ให้สอดคล้องประสานกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขับเคลื่อนของไทยไปสู่ตลาด EV อย่างยั่งยืนและแข่งขันได้

ทำตาม (Align with Standards)

- **ภาคเอกชน:** ยกระดับผลิตภัณฑ์และระบบคุณภาพสู่มาตรฐานยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า กำหนดแผนปรับแบบและสูตรยางให้สอดคล้องกับ “ข้อกำหนดเชิงเทคนิคของยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า” เช่น การลดแรงต้านการหมุน ควบคุมเสียง เสียงรบกวนจากยาง เพิ่มน้ำหนักที่รองรับ และความทนสี รวมถึงควบคุมการสูญเสียพลังงานในเนื้อยางให้ต่ำลง เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดและรักษาความเชื่อมั่นด้านคุณภาพในกลุ่มรถยนต์ไฟฟ้า ทั้งนี้ ต้องบริหารความเสี่ยงวัตถุดิบและต้นทุน เนื่องจากการลดแรงต้านการหมุน และการสูญเสียพลังงานในเนื้อยาง จำเป็นต้องใช้ซิลิกาคุณภาพสูงและโพลีเมอร์เฉพาะ ซึ่งมาจากการนำเข้า

- **ภาครัฐ:** เสริมโครงสร้างพื้นฐานการทดสอบ วิจัย และการรับรองยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า เร่งยกระดับ “สมรรถนะการทดสอบและการรับรองมาตรฐาน” ในประเทศ โดยใช้ศูนย์ทดสอบยานยนต์และยางล้อแห่งชาติ (ATTRIC) เป็นกลไกหลัก เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการในการทดสอบและพัฒนาคุณสมบัติยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าตามมาตรฐานสากล ลดต้นทุนการปฏิบัติตาม และเพิ่มความเร็วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- **กระทรวงพาณิชย์:** จัดทำระบบเฝ้าระวังและเตรียมความพร้อมต่อมาตรการทางการค้าในตลาดหลัก จัดทำ “ชุดมาตรการเตรียมความพร้อมเชิงรุก” สำหรับผู้ส่งออกยางล้อรถยนต์นั่ง โดยเฉพาะการรับมือความท้าทายทางการค้า จากมาตรการทางการค้า อาทิ มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping: AD) และมาตรการทางภาษีของสหรัฐฯ ภายใต้มาตรา 232 ของกฎหมาย Trade Expansion Act of 1962 และมาตรา 301 ของกฎหมาย Trade Act of 1974 เพื่อรักษาความต่อเนื่องของการส่งออก และลดความเสี่ยงด้านต้นทุนเมื่อเกิดการไต่สวนหรือปรับกฎระเบียบทางการค้า

ทำเพิ่ม (Strategic Expansion)

- **ภาคเอกชน:** ปรับโครงสร้างจากการผลิตเชิงปริมาณสู่อย่างสมรรถนะสูง และพัฒนาความร่วมมือ Co-develop/Co-design กับผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศ เพื่อใช้ประโยชน์จากศักยภาพกำลังการผลิตที่ยังมีอยู่และรองรับโอกาสการขยายตัวของตลาดยางล้อรถยนต์ EV เร่งปรับโครงสร้างการผลิตจาก “ยางรถยนต์นั่งมาตรฐาน” ไปสู่ยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าและยางสมรรถนะสูง และยกระดับมูลค่าเพิ่มต่อหน่วย เนื่องจากยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้ามีราคาเฉลี่ยสูงกว่ายางล้อรถยนต์นั่งทั่วไปร้อยละ 20 - 50 แม้การปรับเปลี่ยนดังกล่าวจะจำเป็นต้องลงทุนเพิ่มเติมด้านเครื่องจักรและเทคโนโลยีก็ตาม

- **ภาครัฐ:** ต่อยอดมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่มีอยู่ ไปสู่การสร้างห่วงโซ่อุปทานยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าให้เกิดการใช้จริง โดยต่อยอดจากการกำหนดเงื่อนไข Local Content และการรับรอง Made in Thailand (MIT) สู่การใช้มาตรการส่งเสริมการลงทุนเป็นกลไกจูงใจให้ผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าที่ตั้งฐานการผลิตในประเทศ เชื่อมโยงกับผู้ผลิตยางล้อและผู้ผลิตวัตถุดิบภายในประเทศในลักษณะความร่วมมือระยะยาว เช่น การวิจัยและพัฒนายางล้อ EV ร่วมกันตั้งแต่ขั้นออกแบบและทดสอบ การใช้ยางล้อที่ผลิตในประเทศเป็นมาตรฐานในสายการผลิต (OEM) และการถ่ายทอดข้อกำหนดทางเทคนิคจากผู้ผลิตรถยนต์สู่ผู้ผลิตยางล้อไทย เพื่อสร้างอุปสงค์ฐานการผลิตในประเทศและยกระดับผู้ประกอบการไทยจากการเป็นผู้ผลิตตามคำสั่งซื้อ ไปสู่การเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานยานยนต์ไฟฟ้าโลกอย่างเป็นรูปธรรม ไม่ใช่เพียงการดำเนินการตามเกณฑ์ขั้นต่ำของมาตรการเดิม

- **กระทรวงพาณิชย์:** ลดความเสี่ยงการพึ่งพาสถาปัตยกรรมหลัก ด้วยการกระจายตลาดและใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี (FTA) กำหนดแผนกระจายตลาดส่งออกเชิงรุก เพื่อบริหารจัดการและลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาสถาปัตยกรรมหลักในสัดส่วนสูง (Market Concentration Risk) โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีส่วนแบ่งการนำเข้าจากประเทศไทยอยู่ในระดับสูงและเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 52.79 ในปี 2567 ควบคู่กับการใช้ประโยชน์จาก FTA เพื่อช่วยยกระดับห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยการลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มความยืดหยุ่นในการกระจายแหล่งวัตถุดิบ (Sourcing) และใช้กฎถิ่นกำเนิดสินค้า (ROO) เชื่อมโยงกับคู่ค้าในภูมิภาค ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนในระยะยาว

ทำต่าง (Differentiate with Thai Strengths)

- **ภาคเอกชน:** วางตำแหน่ง “ยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าพรีเมียมจากยางธรรมชาติไทย” พร้อมระบบตรวจสอบย้อนกลับตลอดห่วงโซ่อุปทาน ยกระดับการใช้ยางธรรมชาติคุณภาพสูง (High-Grade NR) ร่วมกับเทคโนโลยีการผสมยางขั้นสูง (Advanced Compounding) เพื่อสร้างความได้เปรียบด้านความทนทาน การกระจายความร้อน และการยืดอายุการใช้งานในยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า พร้อมทั้งพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) การใช้ข้อมูลพิกัดพื้นที่เพาะปลูก (GPS) และฐานข้อมูลแหล่งที่มา เพื่อรองรับข้อกำหนดด้านความยั่งยืนที่มีแนวโน้มเข้มงวดมากขึ้น และยกระดับความน่าเชื่อถือของสินค้าในตลาดเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการมุ่งเน้นให้ประเทศไทยหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา และสร้างความแตกต่างด้วยคุณภาพ การตรวจสอบย้อนกลับ และความยั่งยืน (Quality - Traceability - Sustainability)

- **ภาครัฐ:** ยกระดับห่วงโซ่อุปทาน “ยางพารา - ยางแปรรูป - ยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า” ให้เป็นฐานมูลค่าเพิ่มในประเทศ ผลักดันการยกระดับห่วงโซ่มูลค่าอุตสาหกรรมยางให้มีความครบวงจรและเข้มแข็งภายในประเทศ เพื่อลดการพึ่งพาการส่งออกในลักษณะสินค้าโภคภัณฑ์ และเพิ่มมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยในระยะยาว โดยอาศัยปัจจัยสนับสนุนจากบทบาทของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในภูมิภาค ซึ่งจะก่อให้เกิดอุปสงค์ต่อชิ้นส่วนและวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ รวมถึงยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าที่มีข้อกำหนดทางเทคนิคและมาตรฐานสูง

- **กระทรวงพาณิชย์:** ใช้ “ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ” เป็นฐานยกระดับการส่งเสริมการค้าเชิงคุณภาพ จัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมการค้าสำหรับยางล้อรถยนต์นั่งที่มุ่งคัดเลือกตลาดเป้าหมายที่มีมูลค่าสูง และให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐาน ทั้งนี้ จากข้อมูลดัชนี RCA ที่ไทยอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่องสะท้อนว่าไทยมีศักยภาพแข่งขันในตลาดที่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานยานยนต์โลก กระทรวงพาณิชย์ จึงควรมุ่งรักษาและต่อยอดตลาดหลักที่ไทยมีความได้เปรียบเชิงโครงสร้างอยู่แล้ว เช่น สหรัฐอเมริกาและเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นตลาดที่ไทยมีความได้เปรียบสูงและเป็นฐานการผลิตยานยนต์รายสำคัญ ควบคู่กับการเจาะตลาดที่มี

การย้ายฐานการผลิตยานยนต์และความต้องการยางล้อคุณภาพสูงเพิ่มขึ้น เช่น สหภาพยุโรป โดยเฉพาะเยอรมนี และกลุ่มยุโรปตะวันออก อาทิ เช็ก ฮังการี และโรมาเนีย รวมถึง ตลาดศักยภาพใหม่ในตะวันออกกลาง และอาเซียน ที่มีอัตราการเติบโตของการนำเข้ายางล้อจากไทยสูง แนวทางดังกล่าวจะช่วยเปลี่ยนบทบาทของไทยจากผู้ส่งออกยางล้อเชิงปริมาณ ไปสู่ผู้ส่งออกยางล้อคุณภาพสูงที่สอดคล้องกับโครงสร้างตลาดโลก และเสริมสร้างสถานะของไทยในฐานะผู้ส่งออกยางล้อรถยนต์นั่งรายสำคัญของโลกอย่างยั่งยืน

● **กระทรวงพาณิชย์:** ควรมีบทบาทเชิงรุกในการผลักดันการสร้างแบรนด์ยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าที่เป็นแบรนด์ของผู้ประกอบการไทย โดยต่อยอดจากฐานผู้ผลิตยางล้อไทยที่มีแบรนด์ของตนเองอยู่แล้ว เช่น โอตานิ ดีสโตน หรือผู้ผลิตไทยรายอื่น ปัจจุบันยังมีบทบาทจำกัดในตลาดยางล้อสมรรถนะสูงและตลาด EV ทั้งนี้ ควรใช้กลไกการส่งเสริมการค้า การคัดเลือกตลาดเป้าหมายมูลค่าสูง และการใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านจากการผลิตยางธรรมชาติและการรับจ้างผลิต (OEM) ไปสู่การทำตลาดภายใต้แบรนด์ไทย ควบคู่กับการสื่อสารอัตลักษณ์แบรนด์ที่เชื่อมโยงจุดแข็งของไทยด้านยางธรรมชาติมาตรฐานสากล และความยั่งยืน เพื่อยกระดับการรับรู้มูลค่า เพิ่มอำนาจต่อรอง และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าของไทยในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าโลกอย่างยั่งยืน

มีนาคม 2569

เอกสารอ้างอิง

- กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2569. **มาตรการ AD: ลินค้ายางรถยนต์โดยสารและรถบรรทุกขนาดเล็ก (Passenger Vehicle and Light Truck Tires)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://thaitr.dft.go.th/th/search/AD2215>. [วันที่เข้าถึง 18 มกราคม 2569]
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. 2569. **ข้อมูลโรงงาน**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.diw.go.th/webdiw/search-factory/>. [วันที่เข้าถึง 23 มกราคม 2569]
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2569. **สัดส่วนการลงทุนจำแนกตามสัญชาติ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://datawarehouse.dbd.go.th/>. [วันที่เข้าถึง 21 มกราคม 2569]
- คิดค้า. 2569. **ติดตามผลกระทบมาตรการสหรัฐฯ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://briefing.xn--42ca1c5gh2k.com/usa-factsheet?tab=track-impact-measures>. [วันที่เข้าถึง 18 มกราคม 2569]
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). 2568. **สงครามการค้า 2.0: ความเสี่ยงที่รออยู่เบื้องหน้า**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/trade-war-2-2025>. [วันที่เข้าถึง 18 มกราคม 2569]
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2566. **อุตสาหกรรมยางพาราไทย: เร่งพัฒนา ค้าโอกาส บนความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/regional-articles/reg-article-2029-09.html>. [วันที่เข้าถึง 18 มกราคม 2569]
- บริษัท บริดจส์โตนเชลล์ (ประเทศไทย) จำกัด. 2566. **ยางรถยนต์ไฟฟ้า (EV) แตกต่างจากยางรถยนต์ทั่วไปอย่างไร**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.cockpit.co.th/post/928/ยางรถยนต์ไฟฟ้า-EV-แตกต่างจากยางรถยนต์ทั่วไปอย่างไร>. [วันที่เข้าถึง 13 มกราคม 2569]
- บริษัท ดันลอป ไทร์ (ไทยแลนด์) จำกัด. 2568. **ยางรถไฟฟ้า (EV) ต่างจากยางทั่วไปอย่างไร เลือกแบบไหนจึงเหมาะสม?**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://dunloptire.co.th/tire-knowledge/ev-tires-vs-regular-tires/>. [วันที่เข้าถึง 13 มกราคม 2569]
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายที่ดินแห่งชาติ. 2568. **รู้จักกฎหมายว่าด้วยสินค้าที่ปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่า (EU Regulation on Deforestation-free products: EUDR)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.onlb.go.th/product-blog/a2685>. [วันที่เข้าถึง 18 มกราคม 2569]
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. 2568. **มาตรการส่งเสริมการใช้ชิ้นส่วนในประเทศไทย สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าและเครื่องใช้ไฟฟ้า**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: https://www.boi.go.th/th/measure_EV. [วันที่เข้าถึง 18 มกราคม 2569]
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2568. **สถิติอุตสาหกรรม**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://i.index.oie.go.th/industrialStatisticsReport.aspx>. [วันที่เข้าถึง 12 มกราคม 2569]

- Association of Natural Rubber Producing Countries. 2568. **Top 10 Rubber Producing Countries (2025)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: [https://www.anrpc.org/news/top-10-rubber-producing-countries-\(2025\)](https://www.anrpc.org/news/top-10-rubber-producing-countries-(2025)). [วันที่เข้าถึง 18 มกราคม 2569]
- European Commission. 2567. **EU State Aid Rules for the Automotive and Green Industry**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://competition-policy.ec.europa.eu/state-aid>. [วันที่เข้าถึง 5 มกราคม 2569]
- European Union. 2563. **Regulation (EU) 2020/740 of the European Parliament and of the Council of 25 May 2020 on the labelling of tyres with respect to fuel efficiency and other parameters, amending Regulation (EU) 2017/1369 and repealing Regulation (EC) No 1222/2009**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2020/740/oj>. [วันที่เข้าถึง 14 มกราคม 2569]
- Evalueserve. 2568. **Unlocking Momentum: New Growth Pathways for Thailand's Rubber Sector**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.evalueserve.com/blog/unlocking-momentum-new-growth-pathways-for-thailands-rubber-sector/#:~:text=As%20the%20world's%20leading%20producer,and%20upgrading%20the%20value%20chain>. [วันที่เข้าถึง 18 มกราคม 2569]
- Global Trade Atlas. 2567. **International Trade Statistics Database**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.gtis.com/gta>. [วันที่เข้าถึง 20 ธันวาคม 2568]
- Hungarian Investment Promotion Agency. 2567. **Strategic Partnership Agreements and Investment Incentives in Hungary**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://hipa.hu>. [วันที่เข้าถึง 5 มกราคม 2569]
- International Energy Agency. 2567. **EV sales**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.iea.org/data-and-statistics/data-tools/global-ev-data-explorer>. [วันที่เข้าถึง 27 มกราคม 2569]
- Michelin Group. 2567. **Pioneer and technological leader in tires for electric vehicles**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.michelin.com/en/media/magazine/michelin-s-innovation-is-taking-up-the-challenge-of-electromobility>. [วันที่เข้าถึง 13 มกราคม 2569]
- Mordor Intelligence. 2568. **Thailand Tire Market Analysis Source**: https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/thailand-tire-market?utm_source=chatgpt.com. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/thailand-tire-market>. [วันที่เข้าถึง 12 มกราคม 2569]
- Office of the United States Trade Representative. 2563. **United States - Mexico - Canada Agreement (USMCA)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://ustr.gov/trade-agreements>. [วันที่เข้าถึง 10 มกราคม 2569].

Organisation for Economic Co-operation and Development. 2566. **Local Content Policies in the Automotive Industry**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.oecd.org>. [วันที่เข้าถึง 5 มกราคม 2569]

Secretaría de Economía. 2566. **IMMEX Program and Automotive Industry Development in Mexico**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://www.gob.mx/se>. [วันที่เข้าถึง 13 มกราคม 2568]

State Council of the People's Republic of China. 2558. **Made in China 2025**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://english.www.gov.cn>. [วันที่เข้าถึง 5 มกราคม 2569]

ที่ปรึกษา

นายบัณฑิตพงษ์ จิระเลิศพงษ์

ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

นางสาวณัฐิยา สุจินดา

รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

นางสาววรพักตร์ ชีตะดิolk

ผู้อำนวยการกองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
สินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

คณะผู้จัดทำ

นางสาวจุฑารัตน์ พรหมทัต

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

นางศุจิรัตน์ สิทธิโรจน์

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

นางสาวพัชชา ต้องเชื้อ

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

นางสาวพรปวีณ์ รัสมี

นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

นายธนโชติ อุษย

นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

นางสาวฐิติรัตน์ ทิพย์สุราษฎร์

นักวิชาการพาณิชย์

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์



สำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า



@TPSO.Tradeinsights



คิดค่า.com
ข้อมูลและบทวิเคราะห์
ด้านเศรษฐกิจการค้า



www.tps.go.th



วารสารในรูปแบบ
ออนไลน์

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 02 507 8510 หรือ 02 507 7049