

สนค. ศึกษาสถานการณ์ “ยางล้อไทย” ได้รับความสนใจจากการเติบโตของรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ทั่วโลก หนุนผลิตยางล้อสมรรถนะสูง ชี้ดีมานด์นี้ไทยมีแต้มต่อในตลาดโลก

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ศึกษาสถานการณ์การค้ายางล้อไทย เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการยกระดับอุตสาหกรรมไปสู่การผลิต “ยางล้อสมรรถนะสูง” โดยใช้ความได้เปรียบเป็นแรงขับเคลื่อนสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตยางล้อทั่วไปและยางล้อ EV

นายันทพพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) เปิดเผยว่าการเติบโตของยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ทั่วโลก ส่งผลให้ความต้องการยางล้อเปลี่ยนไปสู่ยางที่มีสมรรถนะสูง และมีคุณสมบัติเฉพาะทางมากขึ้น ซึ่งมีราคาเฉลี่ยสูงกว่ายางล้อทั่วไปประมาณ 1.2–1.5 เท่า หรือมีมูลค่าเพิ่มต่อหน่วยสูงขึ้น สำหรับสถานการณ์การค้ายางล้อรถยนต์นั่งของโลก (HS 4011.10) ปี 2567 พบว่า มีมูลค่าการส่งออก 51,890.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.15 จากปีก่อนหน้า โดยประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรกของโลก ได้แก่ จีน มูลค่า 8,984.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เยอรมนี มูลค่า 4,164.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และไทย มูลค่า 3,795.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งอยู่ในกลุ่มผู้นำการส่งออกของโลก ขณะที่ การนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่งของโลกมีมูลค่า 49,484.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.27 จากปีก่อนหน้า โดยประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงสุด 3 อันดับแรกของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มูลค่า 9,745.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เยอรมนี มูลค่า 5,376.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และฝรั่งเศส มูลค่า 3,187.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สำหรับสถานการณ์การค้ายางล้อรถยนต์นั่งของไทย ปี 2568 พบว่า มีมูลค่าการส่งออก 3,875.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.12 จากปีก่อนหน้า ตลาดส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มูลค่า 1,997.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เกาหลีใต้ มูลค่า 316.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และญี่ปุ่น มูลค่า 204.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ ไทยมีแนวโน้มขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียและตะวันออกกลาง อาทิ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ ในส่วนของการนำเข้ายางล้อรถยนต์นั่ง พบว่ามีมูลค่า 262.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.86 จากปีก่อนหน้า แหล่งนำเข้าสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน มูลค่า 76.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ญี่ปุ่น มูลค่า 46.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอินโดนีเซีย มูลค่า 22.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ผอ.สนค. ให้ข้อมูลเพิ่มเติมจากการวิเคราะห์ว่า ไทยยืนอยู่ใน “ตำแหน่งที่ได้เปรียบ” ในอุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่ง ทั้งในเชิงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ที่แสดงถึงความสามารถในการแข่งขันของไทยในอุตสาหกรรมดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับบทบาทการเป็นผู้ส่งออกรายสำคัญในตลาดโลก โดยความได้เปรียบดังกล่าวมีพื้นฐานจากการเป็นผู้ผลิตยางธรรมชาติรายใหญ่ของโลก การมีฐานการผลิตยางล้อของผู้ผลิตทั้งไทยและต่างชาติที่ตั้งโรงงานในประเทศ และห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมยานยนต์อย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์นั่งของไทยในช่วงปี 2559–2568 มีอัตราการใช้กำลังการผลิตสูงอย่างต่อเนื่อง อยู่ที่ร้อยละ 69–92 แสดงถึงศักยภาพการผลิตที่อยู่ในระดับสูง และเชื่อว่าอุตสาหกรรมยางล้อของไทยยังคงมีพื้นที่รองรับการเติบโตตามความต้องการยางล้อรถยนต์ EV ที่เพิ่มขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยอยู่ระหว่างการศึกษานโยบายส่งเสริมการเปลี่ยนรถยนต์เก่าเป็นรถยนต์ใหม่ ภายใต้มาตรการ “รถเก่าแลกรถใหม่ 2569” ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณารายละเอียดในหลายมิติ โดยหากมีการออกแบบมาตรการอย่างเหมาะสม อาจเป็นปัจจัยสนับสนุนการบริโภคยางล้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ภายในประเทศ และช่วยต่อยอดความได้เปรียบของไทยในห่วงโซ่อุตสาหกรรมดังกล่าวในระยะต่อไป

ทั้งนี้ ความได้เปรียบของไทยสอดคล้องกับดีมานด์ยางล้อของทั้งโลกที่กำลังเปลี่ยนไปสู่สินค้าที่มีสมรรถนะสูง เปิดโอกาสให้ไทยสามารถเพิ่มการผลิตจากยางล้อรถยนต์ทั่วไปเป็นยางล้อรถยนต์ EV ซึ่งจะทำให้ไทยรักษา/เพิ่มส่วนแบ่งในตลาดโลกได้ แม้จะเผชิญแรงกดดันจากมาตรการทางการค้า

กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม และการแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง เนื่องจากไทยมี “แต้มต่อ” สำคัญ ทั้งด้านคุณภาพมาตรฐาน และความพร้อมของอุตสาหกรรม ซึ่งเอื้อต่อการต่อยอดสู่ตลาดอย่างลือสำหรับยานยนต์ไฟฟ้ามูลค่าสูงได้อย่างมีศักยภาพ

โอกาสนี้ สกค. จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายตามแนวทาง “ทำตาม – ทำเพิ่ม – ทำต่าง” แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอย่างลือของไทยไปสู่อย่างสมรรถนะสูงที่มีมูลค่าเพิ่ม และยกระดับสู่การเป็นฐานการผลิตอย่างลือรถยนต์ไฟฟ้าของภูมิภาค ดังนี้

ทำตาม (Align with Standards)

(1) ภาคเอกชนยกระดับผลิตภัณฑ์และระบบคุณภาพสู่มาตรฐานอย่างลือรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า โดยกำหนดแผนปรับแบบและสูตรอย่างให้สอดคล้องกับข้อกำหนดเชิงเทคนิคของอย่างลือรถยนต์ไฟฟ้า

(2) ภาครัฐส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานการทดสอบ วิจัย และการรับรองอย่างลือรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อยกระดับสมรรถนะการทดสอบและการรับรองมาตรฐาน

(3) กระทรวงพาณิชย์ จัดทำระบบเฝ้าระวังและเตรียมความพร้อมต่อมาตรการทางการค้าในตลาดหลัก อาทิ จัดทำ “ชุดมาตรการเตรียมความพร้อมเชิงรุก” สำหรับผู้ส่งออก เพื่อรับมือความท้าทายทางการค้า

ทำเพิ่ม (Strategic Expansion)

(4) ภาคเอกชนปรับโครงสร้างจากการผลิตเชิงปริมาณสู่อย่างสมรรถนะสูง และพัฒนาความร่วมมือ Co-develop/Co-design กับผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศ

(5) ภาครัฐต่อยอดมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่มีอยู่ ไปสู่การสร้างห่วงโซ่อุปทานอย่างลือรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าให้เกิดการใช้จริง โดยต่อยอดจากการกำหนดเงื่อนไข Local Content และการรับรอง Made in Thailand (MIT) สู่การสร้างห่วงโซ่อุปทานอย่างลือรถยนต์ไฟฟ้าภายในประเทศอย่างเป็นรูปธรรม เชื่อมโยงผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าต่างชาติกับผู้ผลิตอย่างลือและวัตถุดิบไทยในระยะยาว

(6) กระทรวงพาณิชย์ลดความเสี่ยงการพึ่งพาดตลาดหลัก ด้วยการกระจายตลาดและใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี (FTA) รวมถึงการกำหนดแผนกระจายตลาดส่งออกเชิงรุก เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยง

ทำต่าง (Differentiate with Thai Strengths)

(7) ภาคเอกชนวางตำแหน่ง “อย่างลือรถยนต์ไฟฟ้าพรีเมียมจากอย่างธรรมชาติไทย” พร้อมพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับตลอดห่วงโซ่อุปทาน

(8) ภาครัฐ ยกย่องห่วงโซ่อุปทาน “อย่างพารา - อย่างแปรรูป - อย่างลือรถยนต์นั่งสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า” ให้เป็นฐานมูลค่าเพิ่มในประเทศ

(9) กระทรวงพาณิชย์ ใช้ “ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ” เป็นฐานยกระดับการส่งเสริมการค้าเชิงคุณภาพ จัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมการค้าเชิงคุณภาพ โดยรักษาตลาดหลักที่ไทยมีความได้เปรียบสูง อาทิ สหรัฐอเมริกาและเกาหลีใต้ ควบคู่กับการเจาะตลาดใหม่ เช่น สหภาพยุโรป ตะวันออกกลาง และอาเซียน พร้อมผลักดันการสร้างแบรนด์ของผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดโลก

ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงรายงานการศึกษา ฉบับเต็มได้ตาม QR code ที่แนบมานี้



รายงานการศึกษาฯ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

29 พฤษภาคม 2569