



AD สหรัฐฯเพิ่มความเสี่ยงส่งออกยางรถยนต์ไทยปี 2564 ขณะปี 2563 ต้องเผชิญวิกฤตโควิด-19 ทำติดลบกว่า 21%

CURRENT ISSUE

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3122

วันที่ 30 มิถุนายน 2563

▶ ประเด็นสำคัญ

- สหรัฐฯประเทศผู้นำเข้ายางรถยนต์จากไทยเป็นอันดับ 1 เริ่มเปิดไต่สวนกรณีทุ่มตลาดยางรถยนต์กับไทย ซึ่ง **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** คาดว่าผลกระทบน่าจะอยู่ในวงจำกัดและในระยะสั้น ทั้งนี้เนื่องจากในระยะยาวไทยน่าจะยังเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ดีที่สุดสำหรับเป็นฐานการผลิตยางรถยนต์โลกด้วยปัจจัยบวกสำคัญที่เหนือกว่าคู่แข่ง คือ ต้นทุนโดยรวมที่ต่ำกว่าในระยะยาว ขณะที่การนำระบบอัตโนมัติมาใช้ของผู้ผลิตก็ยิ่งเสริมให้เกิด Economies of scale รวดเร็วขึ้น เป็นการเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายและเหมาะสมแก่ผู้ผลิตในการวางราคาจำหน่ายยางรถยนต์ในอนาคต นอกจากนี้ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** มองว่า การเพิ่มการลงทุนวิจัยและพัฒนาเพื่อผลิตยางรถยนต์ที่ได้รับการยอมรับจากตลาดมากขึ้น น่าจะเป็นทางแก้ปัญหาค่าตอบโต้การทุ่มตลาดจากประเทศต่างๆได้ในระยะยาวที่เหมาะสมกว่าที่ผู้ผลิตจะเลือกใช้แทนการย้ายฐานการผลิตไปเรื่อยๆเพื่อหลบเลี่ยงปัญหาดังกล่าว
- อย่างไรก็ตาม สำหรับในปี 2563 นี้ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** คาดว่า มูลค่าการส่งออกยางรถยนต์ของไทยทั้งปี น่าจะหดตัวลงกว่าร้อยละ 21 คิดเป็นมูลค่าการส่งออกที่น่าจะทำได้เพียง 4,000 ล้านดอลลาร์ฯ จากที่ส่งออกได้เป็นมูลค่า 5,070 ล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2562 อันเป็นผลจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกจากโควิด-19 ได้ ส่วน AD สหรัฐฯที่คาดว่าจะสร้างผลไต่สวนรอบสุดท้ายในเดือนมกราคมปีหน้านั้น มีโอกาสที่จะเพิ่มความเสี่ยงให้กับการส่งออกยางรถยนต์ไทยนอกเหนือจากอุปสงค์ในตลาดโลกที่ชะลอตัวแล้ว

กว่า 5 ปีแล้วที่ไทยได้รับอันติดงส์จากการทยอยเข้ามาลงทุนขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่องของผู้ผลิตยางรถยนต์สัญชาติจีน นับตั้งแต่สหรัฐฯซึ่งเป็นตลาดนำเข้ายางรถยนต์หลักของโลกได้ใช้มาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti-Dumping: AD) กับจีนในปี 2558 ผนวกกับการทยอยปรับขึ้นภาษีนำเข้ายางรถยนต์จากจีนของสหรัฐฯจากเดิมที่ร้อยละ 3.5 และ 3.7 ขึ้นเป็นร้อยละ 25 ทำยที่สุดในวันที่ 1 มกราคม 2562 ทำให้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาจีนได้หันทยอยเข้ามาลงทุนในไทยเพื่อผลิตยางรถยนต์ส่งออกจากไทยไปตลาดสหรัฐฯแทนที่ โดยเฉพาะยางอะไหล่ (REM) ยังผลให้การส่งออกยางรถยนต์ไทยสำหรับรถยนต์นั่งและรถเพื่อการพาณิชย์ที่อยู่ในพิกัด 401110 และ 401120 ไปยังสหรัฐฯเติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดดนับตั้งแต่ปี 2558 จนปัจจุบันสหรัฐฯพึ่งพิงการนำเข้ายางรถยนต์จากไทยเป็นอันดับ 1 ด้วยส่วนแบ่งตลาดกว่าร้อยละ 21 และจากทิศทางการลงทุนที่ได้เข้ามาต่อเนื่องทำให้ในอนาคตไทยมีแนวโน้มจะครองส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐฯมากขึ้น

ทว่า ปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อให้บริษัทผลิตยางรถยนต์ในสหรัฐฯต้องหยุดการผลิตไปนั้น ยังผลให้สภาพแรงงานเหล็กสหรัฐฯซึ่งได้รับผลกระทบยื่นฟ้องให้เปิดการไต่สวนการทุ่มตลาดกับยางรถยนต์นำเข้าจากไทย เกาหลีใต้ เวียดนาม และไต้หวัน ภายใต้ข้อสังเกตว่าอาจมีการทุ่มตลาดเกิดขึ้นจากประเทศเหล่านี้ หลังช่วง

ไม่กี่ปีที่ผ่านมาสหรัฐอเมริกานำเข้ายางรถยนต์จากประเทศเหล่านี้เพิ่มขึ้นมาก อีกทั้งยังพบว่าจีนซึ่งเป็นอดีตคู่กรณีที่มีการฟ้องร้องเรื่องการทุ่มตลาดมาก่อนได้เข้าไปขยายการลงทุนหรือเข้าไปควมรวมกิจการยางรถยนต์ในประเทศเหล่านี้ด้วย หนึ่งในกรณีของไทยนั้นโดนกล่าวหาว่ามีการทุ่มตลาดโดยมีส่วนเหลือของการทุ่มตลาด (Dumping Margin) สูงสุดในบรรดา 4 ประเทศที่ร้อยละ 106 ถึง 217.5 แสดงให้เห็นว่าราคายางรถยนต์ที่นำเข้าจากไทยไปน่าจะมียุทธศาสตร์ที่ต่ำกว่ายางรถยนต์นำเข้าจากประเทศอื่นค่อนข้างมาก โดย **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** มองว่าต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าแหล่งผลิตอื่นน่าจะเป็นปัจจัยสำคัญ โดยหากได้สัดส่วนแล้วพบว่าผิวดิจจริง ผู้ผลิตยางรถยนต์ในไทยที่โดนตัดสินมีโอกาที่จะถูกสหรัฐอเมริกา กำหนดอัตราภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดที่สูงกว่าประเทศอื่นตามแต่ละบริษัทและส่งผลกระทบต่อราคายางรถยนต์ไทยพอสมควร

โดยสถานการณ์ปัจจุบัน กระทรวงพาณิชย์ได้ประกาศให้มีการพิจารณาไต่สวนกรณีทุ่มตลาดของยางรถยนต์จากทั้ง 4 ประเทศแล้ว ซึ่งขั้นตอนในขณะนี้คณะกรรมการการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐฯ จะเริ่มทำการไต่สวนเบื้องต้นและหาข้อสรุปในวันที่ 17 กรกฎาคมนี้ว่ามีข้อบ่งชี้เพียงพอหรือไม่ว่าอุตสาหกรรมยางรถยนต์สหรัฐฯ ได้รับความเสียหายหรือมีแนวโน้มจะเสียหายจริง เพื่อนำไปสู่กระบวนการไต่สวนต่อไป โดยในกรณีที่มีข้อบ่งชี้เพียงพอทางกระทรวงพาณิชย์จะดำเนินการไต่สวนต่อและคาดว่าจะได้ผลสรุปเบื้องต้นในวันที่ 9 พฤศจิกายนนี้ ซึ่งถ้าหากสรุปผลเบื้องต้นว่ามีความผิดซึ่งจะพิสูจน์เป็นรายบริษัท หน่วยงานศุลกากรของสหรัฐฯ จะเรียกเก็บเงินตามความเหมาะสมจากบริษัทที่นำเข้ายางรถยนต์ยี่ห้อที่มีความผิดจากทั้ง 4 ประเทศมาไว้ที่หน่วยงานก่อนระหว่างรอผลการไต่สวนในขั้นสุดท้ายว่ามีความผิดจริงซึ่งมีกำหนดไว้เบื้องต้นว่าจะเกิดขึ้นในวันที่ 25 มกราคม 2564 หากไม่มีการเปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม กรณีที่พิสูจน์ว่าอุตสาหกรรมยางรถยนต์สหรัฐฯ ไม่ได้รับผลกระทบ การสืบสวนดังกล่าวก็จะตกไปและจะไม่มีการเรียกเก็บภาษี

อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ยังไม่อาจสรุปได้ว่าจะมีบริษัทใดในไทยบ้างที่ต้องโดนปรับขึ้นภาษีต่อต้านการทุ่มตลาดและในระดับใด **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** ได้ประเมินแนวโน้มเบื้องต้นที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากประเด็นดังกล่าว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

หากผู้ผลิตยางรถยนต์ในไทยโดนขึ้นภาษี AD ในสหรัฐฯ...ผลกระทบที่เกิดแตกต่างกันไปตามกลุ่มผู้ผลิต

แม้สถานการณ์ปัจจุบันยังไม่อาจคาดเดาได้ว่าจะมีบริษัทในไทยที่จะโดนข้อกล่าวหาการทุ่มตลาดบ้างหรือไม่ แต่เนื่องจากสภาพการดำเนินธุรกิจของแต่ละบริษัทมีความแตกต่างกัน ทำให้ในกรณีหากโดนเรียกเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาด ระดับผลกระทบที่เกิดขึ้นย่อมไม่เหมือนกัน ซึ่ง **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** ได้แยกพิจารณาผลกระทบตามกลุ่มบริษัทดังนี้

- **กลุ่มบริษัทที่ไม่น่าจะมียุทธศาสตร์ด้าน AD** ซึ่งมักเป็นกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจและเป็นที่ยอมรับในระดับโลกมาอย่างยาวนาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหญ่สัญชาติตะวันตกและญี่ปุ่น ที่ปัจจุบันมีสัดส่วนราวร้อยละ 30 ของการส่งออกยางรถยนต์ไทยไปสหรัฐฯ และมีตลาดรองรับในประเทศทั้งที่ส่งเข้าโรงงานประกอบรถยนต์และยางอะไหล่ รวมถึงมีฐานการผลิตกระจายไปอยู่ตามประเทศต่างๆ ทั่วโลก ลักษณะการดำเนินงานของแต่ละบริษัทมีการวางกลยุทธ์และจัดสรรห่วงโซ่อุปทานของแต่ละประเทศฐานการผลิตที่ชัดเจนและมีมาตรฐานตรวจสอบได้ ทำให้ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** มองว่ากลุ่มนี้นอกจากจะมีโอกาสต่ำที่จะโดนข้อหา AD แล้ว หากโดนก็สามารถหาตลาดอื่นทดแทนให้กับยางรถยนต์ที่ผลิตในไทยได้ในช่วงระหว่างปรับแก้ไขให้หลุดจากข้อกล่าวหา ขณะที่ให้ฐานผลิตอื่นส่งออกไปยังสหรัฐฯ แทนก่อน
- **กลุ่มบริษัทที่อาจต้องจับตาประเด็นด้าน AD** ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์ที่ผลิตยางอะไหล่เป็นหลักและไม่ได้อยู่ในห่วงโซ่อุปทานการผลิตรถยนต์ทั้งในประเทศและระดับโลก เช่น **ผู้ผลิตยางรถยนต์สัญชาติจีน** ที่เข้ามาลงทุนในไทยไม่นานในช่วงหลังจากจีนโดนเรียกเก็บภาษีการทุ่มตลาดและโดนสหรัฐฯ ขึ้นภาษียางรถยนต์เป็น

ร้อยละ 25 ด้วยจากสงครามการค้า ซึ่งกลุ่มนี้มีสัดส่วนราวร้อยละ 50 ของการส่งออกยางรถยนต์ไทยไปสหรัฐฯ และผู้ผลิตรายรถยนต์สัญชาติไทย ที่มีส่วนแบ่งกว่าร้อยละ 20 ของการส่งออกยางรถยนต์ไทยทั้งหมดที่ไปยังสหรัฐฯ

โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ในการโจมตีเรื่องการทุ่มตลาดครั้งนี้ ถ้าหากผู้ผลิตชาติผลิตเงินโดนตัดสินว่ามีความผิดจริง น่าจะเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เน้นผลิตรายรถยนต์เพื่อส่งออกไปยังสหรัฐฯเป็นหลัก นอกจากนี้ กว่า 2 ใน 3 ของนักลงทุนที่เข้ามาในไทยนั้น มีไทยเป็นฐานการผลิตเดียวนอกประเทศจีน ทำให้ไม่มีแหล่งผลิตอื่นส่งออกไปทดแทนในช่วงระหว่างปรับแก้ไขให้หลุดจากข้อหา ขณะที่การส่งออกจากจีนเองก็มีอุปสรรค หลังปัจจุบันจีนโดนสหรัฐฯขึ้นภาษียางรถยนต์เป็นร้อยละ 25 ด้วยจากสงครามการค้า ซึ่งจะแตกต่างจากผู้ผลิตสัญชาติไทยที่ถ้าโดนตัดสินว่าผิด ก็น่าจะได้รับผลกระทบอยู่พอสมควรเหมือนกัน แต่ในระดับที่น้อยกว่า เนื่องจากผู้ผลิตไทยมีการทำตลาดในประเทศด้วยไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ผนวกกับมีการกระจายตลาดส่งออกไปยังภูมิภาคต่างๆ โดยเน้นตลาดอาเซียน และยุโรปเป็นหลัก ขณะที่สหรัฐฯเป็นตลาดรองเท่านั้น นอกจากนี้ บางรายยังมีการขยายฐานการผลิตออกสู่ตลาดต่างประเทศที่อยู่ใกล้เคียง เช่น อินเดีย เป็นต้น ทำให้ยังพอจะมีหนทางในการกระจายสินค้าไปยังตลาดอื่นได้ในระยะสั้น

อนึ่ง จะเห็นได้ว่าแม้ปัจจุบันจะยังไม่เป็นที่แน่ชัดว่าผู้ผลิตรายรถยนต์ในไทยรายใดจะโดนข้อกล่าวหาทุ่มตลาดในสหรัฐฯบ้าง แต่ศูนย์วิจัยกสิกรไทยยังคงมองว่า แนวทางการย้ายฐานการผลิตออกจากไทยไปยังประเทศอื่นอาจยังไม่ใช่วิธีทางเลือกแรกในกลุ่มผู้ผลิตรายรถยนต์แต่ละสัญชาติจะพิจารณาเลือกทำได้ไว้เบื้องต้น ทั้งนี้ เนื่องจากการย้ายฐานเพื่อหาแหล่งลงทุนใหม่ที่ยังไม่ถูกเพ่งเล็งจากกรณีการทุ่มตลาดเป็นเพียงทางแก้ปัญหาในระยะสั้นที่ไม่ยั่งยืนเท่านั้น เพราะสหรัฐฯอาจตามไปสอบสวนการทุ่มตลาดใหม่ได้อีกในประเทศนั้นๆ แต่สิ่งสำคัญกว่าที่ผู้ผลิตรายรถยนต์น่าจะนำมาพิจารณาสำหรับเรื่องฐานการผลิตในอนาคตมากที่สุด คือ การเลือกลงทุนในฐานการผลิตที่มีต้นทุนโดยรวมในทุกด้านที่ต่ำกว่าแหล่งอื่น มีศักยภาพในการเป็นฐานการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงขึ้นได้เพื่อให้เกิด Economies of scale ได้ง่ายสำหรับการผลิตและส่งออกไปยังภูมิภาคต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ห่วงโซ่อุปทานเริ่มหดสั้นลงและธุรกิจเลือกรวมศูนย์การผลิตในฐานการผลิตศักยภาพของแต่ละภูมิภาคมากยิ่งขึ้น โดยใช้ระบบอัตโนมัติมาช่วยในการผลิต

ไทยเป็นแหล่งผลิตรายรถยนต์ที่มีศักยภาพที่สุดแห่งหนึ่งของโลก... จากจุดแข็งด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า

แม้สถานการณ์ตลาดยางรถยนต์โลกปัจจุบันจนถึงอย่างน้อยกลางปี 2564 จะยังไม่เป็นใจนักต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทย ซึ่งนอกจากจะเจอกับภาวะการหดตัวลงทั่วโลกของตลาดรถยนต์จากผลของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แล้ว ผู้ผลิตรายรถยนต์ในไทย โดยเฉพาะสัญชาติจีน ก็ยังเป็นเป้าที่อาจจะโดนเรียกเก็บภาษีต่อต้านการทุ่มตลาดจากสหรัฐฯอีกด้วย ทว่า ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ไทยเป็นประเทศที่มีจุดแข็งหลายด้านที่เหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ทำให้ไทยน่าจะยังคงเป็นทางเลือกลำดับต้นๆสำหรับผู้ผลิตรายรถยนต์สัญชาติต่างๆในการเข้ามาลงทุนเป็นฐานการผลิตที่สำคัญเพื่อส่งออกไปยังสหรัฐฯและภูมิภาคอื่นๆทั่วโลก ด้วยปัจจัยหลักต่อไปนี้

- ✓ **การเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบหลักที่มีคุณภาพ** โดยเฉพาะ ยางดิบธรรมชาติ ซึ่งปัจจุบันไทยนับเป็นประเทศผู้ผลิตอันดับ 1 ของโลก มีสัดส่วนผลผลิตกว่าร้อยละ 36 ของการผลิตทั่วโลก ตามด้วยอินโดนีเซีย (ร้อยละ 23) และเวียดนาม (ร้อยละ 9) ตรงข้ามกับประเทศผู้ผลิตรายรถยนต์รายอื่นที่ยังต้องอาศัยการนำเข้ายางธรรมชาติมาผลิตยางรถยนต์ โดยยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบสำคัญอันดับ 1 ในการผลิตรายรถบรรทุกและรถบัสขนาดต่างๆ ด้วยสัดส่วนสูงถึงประมาณร้อยละ 34 ของปริมาณส่วนผสมทั้งหมด ขณะที่รถยนต์นั่งทั่วไปต้องการใช้ยางธรรมชาติน้อยกว่าด้วย

บริการทุกระดับประทับใจ

สัดส่วนประมาณร้อยละ 19 (ข้อมูลจากสมาคมผู้ผลิตยางรถยนต์สหรัฐฯ) ไม่เพียงเท่านั้น วัตถุประสงค์สำคัญอื่น เช่น ยางสังเคราะห์ รวมถึงผ้าใบจากเส้นใยสังเคราะห์และธรรมชาตินั้น ไทยสามารถผลิตได้เอง เนื่องจากไทยมีอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและสิ่งทอที่มีความแข็งแกร่งในประเทศ

- ✓ **ไทยได้ประโยชน์จากการมีที่ตั้งอยู่ใกล้กับจีนซึ่งเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบสำคัญอื่น ๆ** เช่น เขม่าดำและขดลวด เป็นต้น ทำให้สามารถขนส่งวัตถุดิบเหล่านี้จากจีนด้วยเส้นทางบกเข้าไทยได้โดยสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งในอนาคตหากมีการพัฒนาระบบการขนส่งทางรางจากจีนโดยตรงเข้ามายังไทยสำเร็จก็น่าจะยิ่งส่งผลดีต่อต้นทุนด้านการขนส่งในระยะยาวให้ลดลงได้อย่างมีนัยสำคัญ
- ✓ **ปริมาณความต้องการใช้ยางรถยนต์ทั้งในประเทศและประเทศข้างเคียงอยู่ในระดับสูง** โดยในส่วนของความต้องการยางรถยนต์ OEM นั้นอยู่ในระดับสูงพอสมควรในแต่ละปี จากที่ปัจจุบันไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยางรถยนต์ลำดับที่ 11 ของโลก ด้วยปริมาณการผลิตมากกว่า 2 ล้านคันต่อปี รวมทั้งมีการผลิตรถยนต์ในประเทศอื่นของภูมิภาคอาเซียนอีกกว่า 2 ล้านคัน นอกจากนี้ สำหรับปริมาณความต้องการยางอะไหล่ซึ่งแปรผันตามปริมาณรถยนต์ที่ใช้ในประเทศนั้น พบว่าในไทยรวมถึงประเทศแถบอาเซียน โอเชียเนียและเอเชียใต้ ซึ่งเป็นประเทศที่อยู่ใกล้เคียงกัน และไทยมีโอกาสส่งออกยางอะไหล่ไปได้ง่ายนั้นน่าจะมีปริมาณรถยนต์ทั้งสิ้นประมาณ 110,000,000 คัน แสดงให้เห็นถึงโอกาสอีกมากสำหรับยางอะไหล่จากไทย โดยเฉพาะเมื่อประเทศส่วนใหญ่ที่อยู่ใกล้เคียงเหล่านี้เป็นประเทศกำลังพัฒนาซึ่งมีโอกาสที่จะเพิ่มจำนวนรถยนต์บนท้องถนนในประเทศขึ้นอีกมากในอนาคต
- ✓ **การส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐในด้านต่าง ๆ** ไม่ว่าจะเป็นการให้สิทธิพิเศษทางภาษีในโครงการต่างๆของหน่วยงานภาครัฐไทย รวมไปถึงการพัฒนาศูนย์ทดสอบยานยนต์และยางล้อแห่งชาติขึ้นมาจนสำเร็จ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเทคโนโลยียางรถยนต์ในประเทศ และเปิดโอกาสในการก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางการวิจัยและพัฒนายางล้อให้กับค่ายผู้ผลิตต่างๆในอนาคตได้ ไม่เพียงเท่านั้น การเริ่มเข้ามาช่วยดูแลราคายางพาราให้มีเสถียรภาพอย่างจริงจังมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดตั้งนิคมยางพาราในภาคใต้ หรือการผลักดันให้เกิดการใช้ยางพาราในโครงการภาครัฐต่างๆ เป็นต้น ยังช่วยให้การบริหารจัดการต้นทุนสำคัญอย่างราคายางธรรมชาติให้อยู่ในระดับคงที่นั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนธุรกิจและการจัดหาวัตถุดิบอื่นๆ เพื่อการดูแลต้นทุนโดยรวมให้อยู่ในระดับต่ำได้อย่างต่อเนื่อง

ในมุมมองของศูนย์วิจัยกสิกรไทย จากปัจจัยบวกหลักต่างๆนั้น ทำให้เห็นว่าจุดแข็งสำคัญของไทยที่เหนือกว่าคู่แข่งในการถูกเลือกเป็นฐานการผลิตยางรถยนต์ คือ ต้นทุนการผลิตโดยรวมที่มีแนวโน้มจะอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าในระยะยาว จากผลของปัจจัยที่ได้กล่าวถึงข้างต้นประกอบกับการที่ผู้ผลิตยางรถยนต์ต่างนำเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ระบบอัตโนมัติ เข้ามาช่วยในการผลิต ทำให้โอกาสเกิด Economies of Scale สูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตยิ่งมีโอกาสปรับตัวลดลง และยางรถยนต์ที่ได้มีมาตรฐานมากขึ้น ซึ่งหากมองเรื่องของการแข่งขันในระยะยาว โดยเฉพาะผู้ผลิตยางรถยนต์สัญชาติจีน ในการหลุดออกจากวงจรปัญหาการตอบโต้การทุ่มตลาดจากประเทศต่างๆอย่างถาวร การจัดการต้นทุนให้อยู่ในระดับต่ำเป็นประเด็นที่สำคัญ ควบคู่ไปกับความจำเป็นที่ต้องมีการพัฒนาในเรื่องของคุณภาพยางรถยนต์โดยเพิ่มการลงทุนวิจัยและพัฒนามากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีมุมมองเชิงบวกต่อสินค้าอันจะช่วยเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตสามารถทำการตลาดได้ด้วยกลยุทธ์ราคาที่หลากหลายและเหมาะสมมากขึ้น ดังเช่นกรณีรถยนต์สัญชาติจีนที่มีการพัฒนาขึ้นจนปัจจุบันได้รับการตอบรับค่อนข้างดีจากตลาดในระดับโลก

อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญในระยะข้างหน้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ทั้งภาครัฐภาคเอกชนและเกษตรกรผู้ปลูกยางพารา อาจจะต้องติดตามเนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการใช้ยางพาราใน

อุตสาหกรรมยางรถยนต์ในอนาคตได้ ไม่ว่าจะเป็น การพัฒนาสูตรการผลิตยางรถยนต์ที่ใช้ยางจากธรรมชาติลดน้อยลง หรือการนำยางธรรมชาติจากแหล่งผลิตอื่น เช่น ต้นรัสเซียแคนดิไลน์และต้นวายยูลีมา ใช้ทดแทนยางพารา เป็นต้น ซึ่งอาจจะกระทบต่อจุดแข็งสำคัญของไทยในการถูกเลือกเป็นฐานผลิตยางรถยนต์ในระยะข้างหน้า การวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศจึงเป็นเรื่องสำคัญ ทั้งการพัฒนากระบวนการปลูกและผลิตยางพาราให้น้ำยางมีคุณภาพมากขึ้น รวมถึงมีผลผลิตต่อไร่ที่สูงขึ้นโดยปลอดจากปัญหาโรคระบาด เป็นต้น

ตลาดใหม่...หนึ่งในทางเลือกฝ่าวิกฤติเพื่อความมั่นคงของตลาดในระยะยาว

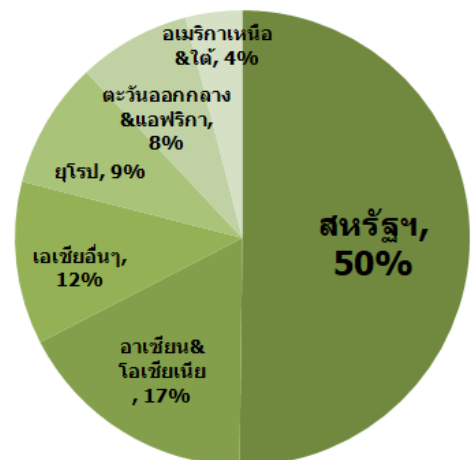
จากที่ได้กล่าวถึงไปทั้งหมดข้างต้น ชี้ให้เห็นถึงความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ไทยในปัจจุบัน ซึ่งยังสามารถดึงดูดการลงทุนอย่างต่อเนื่องจากผู้ผลิตยางรถยนต์สัญชาติต่างๆ ทำให้เมื่อเทียบกับประเทศอื่นโดยดูจากรายงานของผู้ผลิตรายใหญ่ระดับโลก ไทยเป็นรองเพียง สหรัฐฯ จีน และอินเดีย เท่านั้น ยังผลให้ปัจจุบันมูลค่าการส่งออกยางรถยนต์นั่งและรถเพื่อการพาณิชย์ของไทยเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจากจีนและเยอรมนีเท่านั้น ซึ่งจากสถานการณ์การลงทุนและส่งออกยางรถยนต์ไทยปัจจุบัน หากไม่มีอุปสรรคใดไทยก็มีโอกาสที่จะแซงเยอรมนีขึ้นเป็นประเทศผู้ส่งออกยางรถยนต์อันดับ 2 ของโลกได้ภายในปี 2564 อย่างไรก็ตาม การขอให้มีการไต่สวนกรณีทุบตลาดยางรถยนต์จากไทยไปสหรัฐฯ ซึ่งนับเป็นตลาดส่งออกสำคัญที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 50 ของไทย อาจส่งผลให้เกิดการหดตัวของการลงทุนจากไทยได้ในระยะสั้นหากมีบางบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์โดนเรียกเก็บภาษีต่อต้านการทุบตลาด

แผนที่จำนวนโรงงานยางรถยนต์รายใหญ่นอกประเทศจีนในแต่ละภูมิภาค



- โรงงานยางรถยนต์รายได้สูง 15 อันดับแรก (ไม่รวมโรงงานของจีน)
- โรงงานยางรถยนต์จีนที่ลงทุนต่างประเทศ

ส่วนแบ่งตลาดส่งออกยางรถยนต์ไทยปี 2562



อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากภาพแผนที่โรงงานยางรถยนต์ในแต่ละภูมิภาคจะพบว่า ไทยเองแท้จริงแล้วยังมีโอกาสที่จะส่งออกยางรถยนต์ไปตลาดอื่นได้อีกนอกเหนือจากสหรัฐฯ เมื่อพบว่าปัจจุบันการเข้าไปตั้งโรงงานของจีนในภูมิภาคอื่นนอกอาเซียนยังมีอยู่น้อยมาก ซึ่งผู้ผลิตยางรถยนต์ในไทย โดยเฉพาะยางอะไหล่ราคาประหยัดสัญชาติจีนและไทย อาจใช้โอกาสนี้มองช่องทางในการขยายการแข่งขันเพิ่มขึ้นในอนาคตจากที่เป็นอยู่ได้ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้วิเคราะห์ถึงตลาดที่น่าจะเป็นโอกาสได้ก่อนในการขยายการส่งออกยางรถยนต์จากระดับปัจจุบันขึ้นในอนาคต เพื่อกระจายความเสี่ยงออกจากสหรัฐฯ ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตลาดที่มีโอกาสขยายการส่งออกยางรถยนต์จากไทยเพิ่มขึ้นในอนาคต

ตลาดที่มีโอกาสส่งออกเพิ่มขึ้น	ปัจจัยหลักที่ทำให้นำจะเป็นตลาดศักยภาพสำหรับยางรถยนต์ไทยในอนาคต
ตะวันออกกลาง : ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อียิปต์	ไม่มีฐานการผลิตยางรถยนต์หลักในภูมิภาคเลย ทำให้ต้องอาศัยการนำเข้ายางอะไหล่เป็นหลัก ซึ่งเป็นโอกาสให้ไทยส่งยางอะไหล่ทางเรือเข้าไปทำตลาดได้ไม่ยาก อย่างไรก็ตามทิศทางการนำเข้าจะขึ้นอยู่กับระดับราคาน้ำมันซึ่งมีผลกับกำลังซื้อของผู้บริโภค
ยุโรปตะวันออก : รัสเซีย สโลวาเกีย ฮังการี สาธารณรัฐเช็ก โรมาเนีย สโลวีเนีย โปแลนด์	แม้จะมีโรงงานผลิตยางรถยนต์ไปตั้งฐานผลิตในภูมิภาคแล้ว แต่ปริมาณยอดขายรถยนต์ที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ความต้องการยางอะไหล่ในอนาคตเพิ่มขึ้น ขณะที่โรงงานยางอะไหล่จีนยังมีเพียงแห่งเดียว ทำให้เป็นโอกาสของยางอะไหล่นำเข้าราคาประหยัดจากแหล่งอื่น
ยุโรปตะวันตก (ตอนบน) : เยอรมนี สเปน ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม	แม้จะมีโรงงานผลิตยางรถยนต์อยู่เป็นจำนวนมากในภูมิภาค แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ ซึ่งในประเทศต่างๆเหล่านี้ตลาดรถยนต์มีแนวโน้มขยายตัวค่อนข้างดีกว่าประเทศอื่นชัดเจน แสดงให้เห็นถึงทิศทางการขยายอะไหล่ในระยะข้างหน้าที่จะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะยางรถยนต์ระดับราคาประหยัดจากเอเชีย
อเมริกา : เม็กซิโก แคนาดา บราซิล และชิลี	แม้จะมีโรงงานผลิตยางรถยนต์อยู่ระดับหนึ่งในภูมิภาค แต่ยังคงขาดโรงงานผลิตยางรถยนต์ระดับราคาประหยัดจากเอเชีย ทำให้ความต้องการนำเข้ายางอะไหล่ราคาประหยัดยังมีอีกมาก โดยเฉพาะเมื่อประเทศเหล่านี้มีแนวโน้มการเติบโตของตลาดรถยนต์ค่อนข้างดี
แอฟริกา : แอฟริกาใต้ โมร็อกโก	เป็นตลาดที่มีขนาดการเติบโตของตลาดรถยนต์ในประเทศค่อนข้างดี และยังมีโรงงานผลิตยางรถยนต์ไม่มาก และขาดแคลนยางอะไหล่ราคาประหยัดซึ่งต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ
เอเชียและโอเชียเนีย : ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และอาเซียน	แม้ว่าในประเทศเหล่านี้จะมีจำนวนผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ทว่ายังเป็นตลาดที่มีการขยายตัวของตลาดรถยนต์ดี และค่อนข้างเปิดกว้างต่อการเข้ามาแข่งขันของยางอะไหล่ราคาประหยัดจากไทย ซึ่งเป็นประเทศหนึ่งที่มีผู้ผลิตยางประเภทนี้อยู่หลายบริษัท

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

โดยสรุป แม้ไทยจะเป็นหนึ่งในประเทศที่สหรัฐฯกำลังเปิดได้ส่วนกรณีทุ่มตลาดยางรถยนต์ ทว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้น**ศูนย์วิจัยกสิกรไทย**คาดว่าจะยังอยู่ในวงจำกัดและในระยะสั้น ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากปัจจัยต่างๆแล้วในระยะยาวไทยน่าจะยังเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ดีที่สุดในการลงทุนเป็นฐานการผลิตยางรถยนต์ของโลกด้วยปัจจัยบวกสำคัญที่เหนือกว่าคู่แข่ง คือ ต้นทุนโดยรวมที่ต่ำกว่าในระยะยาว ขณะที่การนำระบบอัตโนมัติมาใช้ในโรงงานผลิตยางรถยนต์ของผู้ผลิตยังเป็นปัจจัยเสริมให้เกิดการผลิตระดับ Economies of scale รวดเร็วขึ้น ซึ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ผลิตมีทางเลือกที่หลากหลายและเหมาะสมมากขึ้นในการวางราคาจำหน่ายยางรถยนต์ในอนาคต และหากผู้ผลิตยางรถยนต์เพิ่มความสำคัญในด้านการลงทุนวิจัยและพัฒนาเพื่อผลิตยางรถยนต์ที่ได้รับการยอมรับจากตลาดมากขึ้น ก็จะช่วยเสริมให้ธุรกิจหลุดพ้นจากปัญหาการตอบโต้การทุ่มตลาดจากประเทศต่างๆได้ในระยะยาว อันน่าจะเป็นหนทางที่เหมาะสมกว่าที่ผู้ผลิตจะเลือกใช้ใช้แทนการย้ายฐานการผลิตเพื่อหลบเลี่ยงปัญหาดังกล่าวไปเรื่อยๆ

อย่างไรก็ตาม สำหรับปี 2563 นี้ที่**ศูนย์วิจัยกสิกรไทย**มองว่ามูลค่าการส่งออกยางรถยนต์ของไทยน่าจะลดลงเหลือเพียง 4,000 ล้านดอลลาร์ฯ โดยเป็นผลจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 หรือหดตัวร้อยละ 21 จากปี 2562 ที่ส่งออกยางรถยนต์ไปเป็นมูลค่า 5,070 ล้านดอลลาร์ฯ โดยหากแยกระดับผลกระทบที่ได้รับของยางรถยนต์แต่ละประเภท ในช่วงที่เศรษฐกิจโลกหดตัวอย่างรุนแรงเช่นนี้ การส่งออกยางรถยนต์สำหรับตลาดอะไหล่รถยนต์แม้ว่าจะหดตัวเช่นกัน แต่น่าจะยังพอมีโอกาสเดินหน้าต่อไปได้ดีกว่าตลาดยางรถยนต์ OEM ซึ่งต้องเผชิญกับปัจจัยลบจากปริมาณการผลิตรถยนต์ใหม่ที่ตกลงอย่างหนักทั่วโลก

ส่วนในปี 2564 ผลสรุปสุดท้ายของการไต่สวนประเด็น AD ของสหรัฐฯต่อayangรถยนต์ไทย ที่คาดว่าจะทราบในช่วงเดือนมกราคมปีหน้า น่าจะเป็นปัจจัยเพิ่มความเสี่ยงต่อโอกาสในการส่งออกayangรถยนต์ไทยไปสหรัฐฯได้ในกรณีหากเกิดเหตุที่บางบริษัทโดนตัดสินว่ามีความผิดฐานทุ่มตลาดจริงจนโดนขึ้นภาษีตอบโต้ ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้วิเคราะห์ถึงผลกระทบแบ่งออกเป็นกรณีตามโอกาสที่อาจจะโดนไต่สวนว่ามีความผิด ดังนี้

- **กรณีร้อยละ 10 ของการส่งออกayangรถยนต์ไปสหรัฐฯโดนขึ้นภาษี AD** อาจทำให้มูลค่าการส่งออกayangรถยนต์ในปี 2564 ลดลงกว่าที่ควรจะเป็นประมาณ 250 ล้านดอลลาร์ฯ
- **กรณีร้อยละ 25 ของการส่งออกayangรถยนต์ไปสหรัฐฯโดนขึ้นภาษี AD** อาจทำให้มูลค่าการส่งออกayangรถยนต์ในปี 2564 ลดลงกว่าที่ควรจะเป็นประมาณ 640 ล้านดอลลาร์ฯ
- **กรณีร้อยละ 50 ของการส่งออกayangรถยนต์ไปสหรัฐฯโดนขึ้นภาษี AD** อาจทำให้มูลค่าการส่งออกayangรถยนต์ในปี 2564 ลดลงกว่าที่ควรจะเป็นประมาณ 1,270 ล้านดอลลาร์ฯ

อนึ่ง การส่งออกไปสหรัฐฯแม้จะมีโอกาสปรับลดลงเป็นมูลค่าสูงดังกล่าวเมื่อมองโดยทางตรงหากเกิดกรณีที่ผู้ผลิตโดนขึ้นภาษี AD อันน่าจะมีผลทำให้ไทยได้รับผลกระทบค่อนข้างมากเพิ่มเติมจากที่อุปสงค์ตลาดayangรถยนต์โลกอ่อนแออยู่แล้วเป็นทุนเดิม ซึ่งจะมีผลต่อเนื่องไปยังความต้องการใช้ยางพาราในอุตสาหกรรมต้นน้ำของไทยที่หน่วยงานต่างๆน่าจะต้องเฝ้าระวังและเข้ามาดูแลในระยะสั้นอย่างเร่งด่วนเพื่อให้เกิดความต้องการใช้ยางพาราในอุตสาหกรรมอื่น ทั้งนี้เพื่อไม่ให้ระดับราคายางตกลงไปมากจากผลของอุปทานที่ล้นตลาด

อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าหากเกิดกรณีโดนปรับขึ้นภาษี AD ผู้ผลิตayangรถยนต์ที่พอมีสช่องทางสลับทำตลาดกับภูมิภาคอื่นได้น่าจะได้รับผลกระทบน้อย หรือแม้แต่บริษัทที่ไม่โดนภาษี AD อาจมีโอกาสในการส่งออกไปสหรัฐฯมากขึ้นเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐฯแทนที่บริษัทที่โดนปรับขึ้นภาษี AD ได้เช่นกัน นอกจากนี้ ยังมีผู้ผลิตayangรถยนต์ที่อยู่ระหว่างก่อสร้างโรงงานและเตรียมผลิตจำหน่ายในสหรัฐฯปีหน้า ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังไม่โดนไต่สวนจากทางสหรัฐฯ และมีโอกาสเห็นตัวอย่างจากบริษัทอื่นทำให้สามารถปรับเรื่องราคาขายให้เหมาะสมได้ ยังผลให้โดยรวมแล้วผลกระทบที่เกิดกับไทยกรณีโดนภาษี AD จากสหรัฐฯ อาจไม่ได้รุนแรงมากอย่างที่มองกัน โดยเฉพาะเมื่อธุรกิจจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับตัวขึ้นตลอดเวลาเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในทุกตลาดในระยะยาว



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้อธิบายบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้คำแนะนำหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น