

บทที่ 3

อุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย

3.1 ความเป็นมาของผู้ผลิตและผู้ค้ายางรถยนต์ในประเทศไทย

ในอดีตประเทศไทยยังไม่มีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตยางรถยนต์เกิดขึ้น ยางรถยนต์ทั้งหมดเป็นการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ทั้งในรูปแบบของยางทดแทนและในลักษณะ ชิ้นส่วนของรถยนต์นำเข้าสำเร็จรูป รวมไปถึงยางที่นำเข้ามาเป็นชิ้นส่วนสำหรับใช้ในโรงงาน ประกอบรถยนต์ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อจำนวนรถยนต์ในประเทศเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะ เศรษฐกิจของประเทศมีการพัฒนาเติบโตมากขึ้นอัตราการขยายตัวมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ส่งผลให้ จำนวนความต้องการรถยนต์ในประเทศเพื่อการใช้งานส่วนตัว, งานบริการและการขนส่ง มีมากขึ้น อย่างต่อเนื่อง เมื่อเป็นเช่นนี้รัฐบาลในสมัยนั้น (จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี) จึงมีนโยบายที่ส่งเสริมการลงทุนให้มีการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ขึ้นในประเทศเพื่อทดแทน การนำเข้าเมื่อพ.ศ.2505 จากนั้นยางรถยนต์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจึงได้รับการส่งเสริมการลงทุนในพ.ศ.2506

ผู้ผลิตยางรถยนต์รายแรกที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยคือ บริษัท ไฟร์สโตน จำกัด ของ ประเทศอเมริกา เมื่อพ.ศ.2507 เป็นการเข้ามาลงทุนร่วมกับนักลงทุนชาวไทย อาทิเช่น บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด และธนาคารพาณิชย์บางแห่ง ต่อมาบริษัท ยางสยาม จำกัด ได้เข้าซื้อกิจการ ในส่วนของโรงงาน เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2525 และปัจจุบันคือ บริษัท สยามมิซลิน จำกัด ส่วนตราสินค้าไฟร์สโตนนั้นปัจจุบันเป็นส่วนหนึ่งของบริดจสโตนหลังการเข้าครอบครองกิจการ

บริษัทต่างชาติอื่นที่เข้ามาลงทุนอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในเวลาต่อมา คือ บริษัท บริดจสโตนคอร์ปอเรชันจากประเทศญี่ปุ่น ร่วมกับนักลงทุนชาวไทยตระกูลชั้นชื่อ ก่อตั้ง โรงงานผลิตยางรถยนต์เป็นรายที่สองในนาม บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด เมื่อพ.ศ.2510 หลังจากนั้นอีก 2 ปีก็ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board Of Investment : BOI) ในพ.ศ.2512

ระยะเวลาใกล้เคียงกันนั้นโรงงานผลิตยางรถยนต์รายที่สามได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อพ.ศ.2511 คือ บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยเป็นการร่วมลงทุนระหว่างนักธุรกิจตระกูลศรีเพ็ญพุ่ม

และบริษัท กู๊ดเยียร์ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ จำกัด ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้รับการส่งเสริมการลงทุน จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในพ.ศ.2513

จากนั้นคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเห็นว่า กำลังการผลิตเพียงพอกับความ ต้องการในประเทศแล้ว จึงประกาศงดให้การส่งเสริมการลงทุนแก่กิจการประเภทนี้เป็นการชั่วคราว ตั้งแต่วันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ.2515

ในส่วนของบริษัท ยางสยาม จำกัด หลังจากซื้อกิจการของบริษัท ไฟร์สโตน จำกัด ใน พ.ศ.2525 โดยมีบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์โดยใช้ตราสินค้ายางสยามมาโดยตลอด แต่ด้วยข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีทำให้การพัฒนา เป็นไปได้ล่าช้า มีข้อจำกัดด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถึงแม้จะมีความสามารถในการ ออกแบบลายดอกยางเอง แต่ก็ยังไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ ด้วยข้อจำกัดเหล่านี้ ทำให้บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด ในฐานะผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัท ยางสยาม จำกัด จึงร่วมลงทุน กับ บริษัท มิซลิน จำกัด ของประเทศฝรั่งเศส ก่อตั้งเป็นบริษัท ยางสยามมิซลิน จำกัด ใน พ.ศ.2532 เพื่อรับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี แล้วทำการเปลี่ยนชื่อมาเป็นบริษัท สยามมิซลิน กรุ๊ป จำกัด ในภายหลัง ทำให้ปัจจุบันมีผู้ผลิตรายสำคัญซึ่งครองส่วนแบ่งในตลาดโลกสูงสุดทั้ง สามอันดับตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย

กลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศรายใหญ่ทั้งสามบริษัทเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่าง ประเทศ คือ ประเทศญี่ปุ่น, ประเทศฝรั่งเศส, และประเทศสหรัฐอเมริกา โดยในการผลิตได้อาศัย เทคโนโลยีการผลิตจากบริษัทแม่ในต่างประเทศทั้งในส่วนของเทคโนโลยีเครื่องจักร, การออกแบบ โครงสร้างยาง, ดอกยาง, สัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์ สารเคมีต่างๆ ที่ผสมเป็นยาง ผสม (Compound Rubber) ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก รวมไปถึงการจัดการและการบริหาร จะมาจากบริษัทแม่เกือบทั้งหมดซึ่งนับได้ว่าเป็นส่วนส่งเสริมให้ตลาดยางรถยนต์ในประเทศไทย เติบโตขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบันทั้งสามบริษัทมีกำลังการผลิตรวมประมาณร้อยละ 80 ของกำลังการผลิตยางรถยนต์ทั้งประเทศ ผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งสามรายนั้น ได้แก่

1.) บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด เป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัท บริดจสโตนคอร์ปอเรชั่น จำกัด จากประเทศญี่ปุ่น (ถือหุ้นประมาณร้อยละ 60) กับผู้ผลิตในไทย (ถือหุ้นประมาณ ร้อยละ 40) มีโรงงาน 2 แห่ง คือ โรงงานไทยบริดจสโตนรังสิต จังหวัดปทุมธานี ตั้งอยู่บนพื้นที่ 110 ไร่ มีกำลังการผลิตยาง 10,800 เส้นต่อวัน โดยจะทำการผลิตยางรถบรรทุก, ยางรถโดยสารขนาดใหญ่, ยางตัน, ยางรถยนต์เพื่อการเกษตรกรรม, ยางรถยนต์ที่ใช้ในอุตสาหกรรม รวมไปถึงยางรอง และยางในด้วย และโรงงานไทยบริดจสโตนอำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี ตั้งอยู่บนพื้นที่ 300 ไร่

กำลังการผลิต 28,000 เส้นต่อวัน โดยจะผลิตยางรถยนต์นั่งและยางรถกระบะแบบเรเดียลเท่านั้น ทั้งนี้ยางรถยนต์และยางรถบรรทุกจะผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของ “บริดจสโตน และ ไฟร์สโตน” เครื่องหมายการค้าดังแสดงในตารางที่ 3.1

2.) บริษัท ยางสยาม จำกัด (มหาชน) ได้ก่อตั้งบริษัท สยามมิชลินกรุ๊ป จำกัด ขึ้นมาเพื่อดูแลทางด้านการผลิตยางรถยนต์ โดยเป็นการร่วมทุนระหว่างกลุ่มบริษัทเครือซีเมนต์ไทยกับบริษัท มิชลิน จำกัด จากประเทศฝรั่งเศส ปัจจุบันมีโรงงาน 3 แห่ง คือ โรงงานสยามพระประแดง ซึ่งทำการผลิตยางรถยนต์นั่งและยางรถบรรทุก โรงงานยางสยามอุตสาหกรรมหนองแค จังหวัดสระบุรี ซึ่งเน้นการผลิตยางรถบรรทุก และโรงงานสยามมิชลินแหลมฉบัง ซึ่งเน้นการผลิตยางรถยนต์นั่ง โดยโรงงานทั้ง 3 แห่งมีกำลังการผลิตรวม 17,500 เส้นต่อวัน หรือประมาณ 5 ล้านเส้นต่อปี ซึ่งยางรถยนต์นั่งที่ผลิตจะจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า คือ “สยามไทร์, มิชลิน และ บีเอฟ กู๊ดริช” ซึ่งมีคุณภาพแตกต่างกันบ้างตามสัญลักษณ์ทางการค้า เครื่องหมายการค้าดังแสดงในตารางที่ 3.1

3.) บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัท กู๊ดเยียร์ จำกัด ของประเทศสหรัฐอเมริกา กับนักลงทุนชาวไทย โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นระหว่างบริษัท กู๊ดเยียร์ และนักลงทุนไทยประมาณร้อยละ 53 และ 47 ตามลำดับ มีโรงงานผลิตแห่งเดียวตั้งอยู่ที่รังสิต จังหวัดปทุมธานี โดยมีกำลังการผลิต 8,000 เส้นต่อวัน ซึ่งจะผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้า คือ “กู๊ดเยียร์” ดังแสดงในตารางที่ 3.1

โดยรายชื่อและตราสินค้าของผู้ผลิตขนาดใหญ่แสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1

รายชื่อบริษัท และเครื่องหมายการค้ากลุ่มผู้ผลิตขนาดใหญ่

บริษัท	เครื่องหมายการค้า
1. บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด	
2. บริษัท สยามมิชลินกรุ๊ป จำกัด	
3. บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	

ที่มา : กรมการค้าภายใน

นอกจากผู้ผลิตขนาดใหญ่ทั้งสามบริษัทแล้ว ยังมีผู้ผลิตชาวไทยซึ่งเคยทำงานอยู่ในบริษัทข้ามชาติมาก่อนได้แยกตัวออกมาทำกิจการผลิตยางรถยนต์ด้วยตัวเอง โดยอาศัยความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ที่ได้จากบริษัทใหญ่ รวมทั้งรับเทคโนโลยีการผลิตที่มีมาพร้อมกับเครื่องจักรในการผลิต โดยร่วมทุนกับไต้หวัน มาเลเซีย โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจะเป็นยางสำหรับรถบรรทุกและโดยสารขนาดใหญ่ทั้งหมดเนื่องจากใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ไม่สูงมาก มีทั้งหมด 6 บริษัท ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2

รายชื่อบริษัทและเครื่องหมายการค้ากลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์ขนาดกลาง
และขนาดย่อมในประเทศไทย

บริษัท	เครื่องหมายการค้า
1. บริษัท ไอตานิ ไทร์แอนด์ รีบเบอร์ จำกัด	ไอตานิ
2. บริษัท ฟาร์อีสท์ อุตสาหกรรม จำกัด	ไฮ ฮีโร
3. บริษัท วีรับเบอร์อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	วีรับเบอร์
4. บริษัท ดีสโตน จำกัด	ดีสโตน
5. ห้างหุ้นส่วนจำกัด อุตสาหกรรมยางไทยสิน	แชมเปียน
6. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ป.สยามอุตสาหกรรมยาง	ซูเปอร์สโตน

ที่มา : กรมการค้าภายใน

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลสามารถสรุป รายชื่อผู้ผลิตยางรถยนต์, สถานที่ตั้งโรงงาน, กำลังการผลิต, เงินลงทุน, และจำนวนคนงาน ของผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งสาม รวมทั้งผู้ผลิตขนาดกลาง และขนาดย่อมได้ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3

รายชื่อผู้ผลิต ที่ตั้ง กำลังการผลิต เงินลงทุน และจำนวนคนงานของผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย

บริษัท	ที่ตั้ง	กำลังการผลิต (เส้น/วัน)	เงินลงทุน (ล้านบาท)	คนงาน (คน)
1. บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด	14/3 ถ.พหลโยธิน ม.1 ต.คลองหนึ่ง	10,800	4,975	1,286
	อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี และ 75 ถ.พหลโยธิน กม.82 ม.2 ต.ไผ่ ต่ำ อ.หนองแค จ.สระบุรี	28,000		1,602
2. บริษัท สยามมิชลินกรุ๊ป จำกัด	87/11 นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ถ.สุขุมวิท ม.2 ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรี ราชา จ.ชลบุรี 57 ถ.หนองปลากระดี ม.6 ต.หนอง ปลาหมอ อ.หนองแค จ.สระบุรี 32 ถ.ปู่เจ้าสมิงพลาย ม.2 ต.สำโรง กลาง จ.สมุทรปราการ	17,500	4,210	1,700
3. บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศ ไทย) จำกัด (มหาชน)	50/9 ถ.พหลโยธิน ม.1 ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี	8,000	1,080	460
4. บริษัท ไอตานิ ไทร์แอนด์ รับเบอร์ จำกัด	55 ถ.เพชรเกษม ม.7 ต.คลองใหม่ อ.สามพราน จ.นครปฐม	1,250	580	140
5. บริษัท ฟาร์อีสท์ อุตสาหกรรม จำกัด	ม.6 ซ.วัดลำมหาเมฆ ถ.ลาดหลุม แก้ว-ไม้ตรา ต.บ่อเงิน อ.ลาดหลุม แก้ว จ.ปทุมธานี	830	325.40	150
6. บริษัท วีรับเบอร์อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด	22/3 ม.2 ถ.บ้านแพ้ว-สมุทรสาคร ต.ชัยมงคล อ.เมือง จ.สมุทรสาคร	n.a.	365.80	180
7. บริษัท ดีสโตน จำกัด	4 ถ.สายบางเลน ม.7 ต.อ้อมน้อย อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร	n.a.	80	320
8. ห้างหุ้นส่วนจำกัด อุตสาหกรรมยางไทยสิน	65 ม.3 ถ.เศรษฐกิจ 1 ต.อ้อมน้อย อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร	n.a.	5.7	577
9. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ป.สยาม อุตสาหกรรมยาง	9 ถ.เศรษฐกิจ 1 ม.3 ต.อ้อมน้อย อ. กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร	n.a.	41	370

ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรม, มีนาคม พ.ศ.2550

หมายเหตุ : n.a. ข้อมูลไม่ปรากฏ

ยางรถบรรทุกและรถโดยสารขนาดใหญ่ยังคงใช้ยางโครงสร้างผ้าใบเป็นหลักอยู่ แต่จากการที่บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด ได้ผลิตยางโครงสร้างเรเดียลเส้นลวดสำหรับรถบรรทุกและรถโดยสารขนาดใหญ่ออกจำหน่ายเพียงรายเดียวเมื่อพ.ศ.2534 จึงครอบครองส่วนแบ่งการตลาด แต่เพียงผู้เดียวจนกระทั่งพ.ศ.2540 บริษัท สยามมิชลิน จำกัด ได้เริ่มผลิตยางเรเดียลเส้นลวดสำหรับรถบรรทุกและรถโดยสารขนาดใหญ่ออกจำหน่ายเป็นรายที่สอง ทำให้ตลาดยางประเภทนี้มีการแข่งขันการเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตที่เข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอีก เช่น บริษัท โยโกฮาม่าไทร์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเปิดทำการผลิตแล้วตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2548 และปลายปีเดียวกันก็มีบริษัทผู้ผลิตยางจากประเทศไต้หวันเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยอีก คือ บริษัท แม็กซิส อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด

สำหรับรถยนต์นั่งและรถกระบะมีการพัฒนาคุณภาพและสมรรถนะสูงขึ้น จนกระทั่งในพ.ศ.2520 บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด จึงนำเทคโนโลยี การผลิตยางเรเดียลเส้นลวด สำหรับรถยนต์นั่งและรถกระบะ เข้ามาผลิตในประเทศไทยเพื่อทดแทนการนำเข้าและป้อนสู่โรงงานประกอบรถยนต์ และรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นเมื่อรับทราบถึงคุณสมบัติการใช้งานที่ดีกว่ายางรถยนต์แบบโครงสร้างผ้าใบธรรมดา เมื่อความต้องการยางเรเดียลเส้นลวดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากรถรุ่นใหม่ที่มีสมรรถนะสูงกว่าเดิมและความต้องการของผู้บริโภคเพื่อทดแทนยางโครงสร้างผ้าใบแบบเดิม รวมถึงสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศที่กำลังเติบโต ทำให้ในพ.ศ.2531 บริษัท สยามมิชลิน จำกัด เข้ามาตั้งฐานการผลิตภายในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นในการผลิตยางโครงสร้างเรเดียลโดยเฉพาะ และในพ.ศ.2532 บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด มหาชน เริ่มผลิตยางโครงสร้างเรเดียลเส้นลวด สำหรับรถยนต์นั่งและรถกระบะเช่นเดียวกัน

นอกจากผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งสามที่ผลิตยางโครงสร้างเรเดียลออกจำหน่ายแล้วนั้น ในขณะเดียวกันตลาดยางรถยนต์ในประเทศไทยก็มีการนำเข้าจากต่างประเทศมาจำหน่ายด้วย แต่ส่วนแบ่งการตลาดยังน้อยอยู่ ดังแสดงในตารางที่ 3.4 เป็นรายชื่อบริษัทผู้นำเข้ายางรถยนต์มาจำหน่ายในประเทศไทย ด้วยเครื่องหมายการค้าต่างๆ กัน

ตารางที่ 3.4

รายชื่อบริษัทนำเข้ายางรถยนต์ในประเทศไทย

บริษัท	เครื่องหมายการค้า
บริษัท ไลฟ์เซฟเวอร์ อินเทอร์เน็ต จำกัด	DUNLOP
บริษัท ต.สยาม คอมเมอร์เชียล จำกัด	YOKOHAMA
บริษัท สแตมฟอร์ด ไทร์ส ดิสทริบิวเตอร์ จำกัด	FALKEN , CONTINENTAL
บริษัท เอ็ม เอส เอ็ม เอส จำกัด	BF GOODRICH
บริษัท ท็อปฟอร์ม จำกัด	REGAL
บริษัท อิตัลสยาม มอเตอร์ จำกัด	PIRELLI

ที่มา : จากการรวบรวมของ www.marketinfo.in.th, กรกฎาคม พ.ศ.2549

เห็นได้ว่าในปัจจุบันนี้ทั้งตลาดยางรถยนต์นั่งและรถกระบะ ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาจากยางโครงสร้างผ้าใบมาเป็นยางโครงสร้างเรเดียลเส้นลวดแทบจะเรียกได้ว่าเกือบทั้งหมดแล้วตามพัฒนาการของรถยนต์

3.2 ระบบการจำหน่ายยางรถยนต์ในประเทศไทย

ช่องทางการจัดจำหน่ายยางรถยนต์ของผู้ผลิตรายใหญ่จะแบ่งตามลักษณะตลาดเป็นหลัก กล่าวคือ ผู้ผลิตจะจำหน่ายให้กับโรงงานประกอบรถยนต์โดยตรง (Original Equipment Market : OEM) หรือผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดทดแทน (Replacement Equipment Market : REM) หรือเพื่อการส่งออก (Export) ซึ่งโดยทั่วไปผู้ผลิตแต่ละรายจะผลิตเพื่อป้อนในทั้ง 3 ตลาดผสมกันไป ซึ่งขั้นตอนการจำหน่ายจะแบ่งได้เป็น 2 วิธี คือ

1. จำหน่ายโดยตรงให้แก่โรงงานประกอบรถยนต์หรือตัวแทนจำหน่ายต่างๆ
2. จำหน่ายโดยผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายซึ่งบริษัทจะไปกระจายให้แก่โรงงานประกอบรถยนต์หรือตัวแทนจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง ดังแสดงในภาพที่ 3.1

สำหรับขั้นตอนการจำหน่ายที่ใช้กันอย่างวิธึที่ 1 คือบริษัทผู้ผลิตจะทำการจำหน่ายโดยตรง สำหรับขั้นตอนการจำหน่ายแบบวิธึที่ 2 นั้นมีเพียง บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด โดยจะจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายคือ บริษัท มิตรชูบิชิ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ยางไฟร์สโตน จำกัด จำหน่ายผ่านบริษัท เซาว์ไทยพาณิชย์ จำกัด ซึ่งต่อมาเมื่อบริดจสโตนรวมกับไฟร์สโตน ก็มีการจัดตั้งบริษัทเพื่อดูแลทางด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายเป็นของตัวเองได้แก่ บริษัท บริดจสโตน เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในขณะที่เดียวกันกลุ่มยางสยามก็จัดตั้ง บริษัท สยามมิชลินมาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เซลส์ จำกัด เป็นผู้ดูแลเรื่องการตลาดและการจัดจำหน่ายเช่นเดียวกัน (สื่อธุรกิจ , 2539, น. 16)

หากไม่รวมการส่งออกยางรถยนต์ออกนอกประเทศแล้ว ตลาดภายในประเทศมีการจำหน่ายยางรถยนต์ให้แก่สองตลาดดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น คือ ขายให้ตลาดโรงงานประกอบรถยนต์และขายให้ตลาดยางทดแทน สำหรับการขายให้กับตลาดยางทดแทนนั้นสามารถแบ่งร้านค้าจำหน่ายได้หลายลักษณะเช่นเดียวกัน ได้แก่

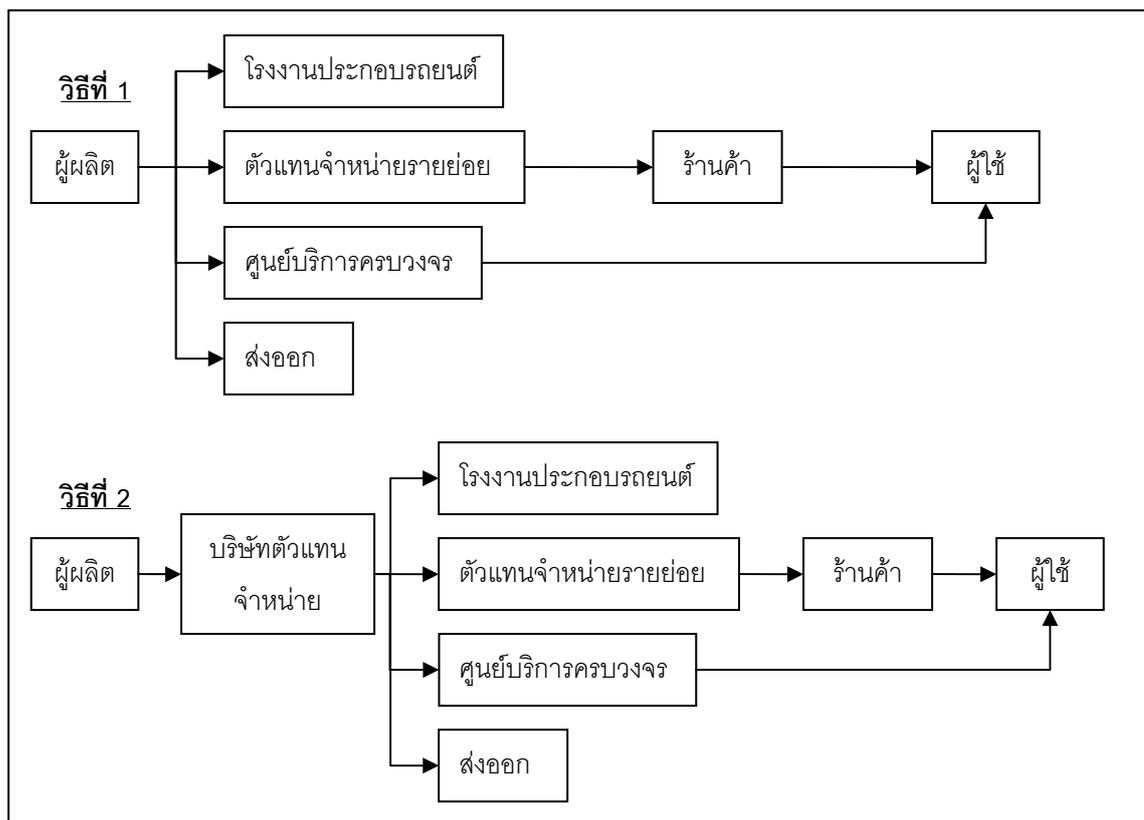
- 1.) ตัวแทนจำหน่ายรายย่อยทั่วไป (Dealer) ซึ่งจะซื้อยางมาจากผู้ผลิตแล้วทำการกระจายสินค้าต่อไปให้กับร้านค้าปลีกทั่วไป
- 2.) ตัวแทนจำหน่ายที่เป็นศูนย์ครบวงจร โดยแบ่งได้ 3 ประเภท คือ
 - 2.1) ศูนย์บริการครบวงจรที่มีบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์เป็นเจ้าของ เช่น ศูนย์บริการครบวงจร “Cockpit” ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท บริดจสโตนเซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด จะมีสินค้าเฉพาะยี่ห้อ บริดจสโตน และ ไฟร์สโตน เท่านั้น ศูนย์บริการครบวงจร “Tyre Plus” ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท สยามมิชลิน มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เซลส์ จำกัด จะมีสินค้าเฉพาะยี่ห้อ มิชลิน เท่านั้น และศูนย์บริการครบวงจร “Eagle Store” ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) จะมีสินค้าเฉพาะยี่ห้อ กู๊ดเยียร์ เท่านั้น
 - 2.2) ศูนย์บริการครบวงจรที่บุคคลทั่วไปซื้อลิขสิทธิ์หรือแฟรนไชส์จากผู้ผลิตยางรถยนต์ เช่น “Cockpit” ของบริษัท บริดจสโตนเซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยสามารถขายยางรถยนต์ได้ทุกยี่ห้อ แต่มีเงื่อนไขว่า ร้านค้าแห่งนั้นต้องแสดงสินค้ายี่ห้อบริดจสโตนและไฟร์สโตนเท่านั้น ส่วนสินค้ายี่ห้ออื่นต้องขายหลังร้าน ทำให้ลูกค้าโดยทั่วไปเข้าใจว่าร้านค้าลักษณะนี้ขายเฉพาะยางบริดจสโตนและไฟร์สโตน เหมือนกับ Cockpit ที่บริษัท บริดจสโตนเซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด

เป็นผู้ดำเนินการเอง เพราะผู้ซื้อแฟรนไชส์ Cockpit ต้องจัดรูปแบบร้านค้าให้เหมือนกันทั่วประเทศ (จากการสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่าย) และ “Goodyear Eagle Store” ที่เป็นของบริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีการกำหนดให้ขายสินค้าที่ห่อกู๊ดเยียร์ ประมาณร้อยละ 65 ของสินค้าทั้งหมด และสัดส่วนที่เหลือสามารถขายยางรถยนต์ยี่ห้ออื่นได้ (จากการสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่าย)

- 2.3) ศูนย์บริการครบวงจรทั่วไป ที่มีชื่อเป็นของบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์ เช่น Shell Autoserve, B-Quik, AUTOBAC, เป็นต้น

ภาพที่ 3.1

ขั้นตอนการจำหน่ายยางรถยนต์ในแต่ละวิธี



ที่มา : สอบถามจากผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย, พ.ศ.2549

แม้ผู้ซื้อแฟรนไชส์ Cockpit, Tyre Plus, และ Goodyear Eagle Store จะมีเงื่อนไขที่ผู้ผลิตกำหนด เช่น ให้อ่างสินค้าที่ห่ออื่นหลังร้าน หรือการกำหนดสัดส่วนของสินค้าที่ห่อตนเองใน

ร้าน แต่ผู้ซื้อแฟรนไชส์เหล่านี้ก็จะได้รับความช่วยเหลือจากผู้ผลิตยางรถยนต์เช่นกัน ทั้งในด้านการเงิน, การตกแต่งร้านให้เป็นศูนย์บริการครบวงจรตามรูปแบบที่ผู้ผลิตยางรถยนต์ออกแบบไว้, การจัดร้านแสดงสินค้า, การจัดหาใบแสดงรายการสินค้า (Catalog), การส่งเจ้าหน้าที่ช่างเทคนิค ออกพอลูกค้าเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ใช้ยางรถยนต์ เป็นต้น จึงถือเป็นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกันมากกว่า

สำหรับศูนย์บริการครบวงจรอิสระทั่วไปที่ไม่ได้ซื้อแฟรนไชส์จากผู้ผลิตยางรถยนต์ เช่น Shell Autoserve หรือ B-Quik หรือตัวแทนจำหน่ายทั่วไปนั้น สามารถจำหน่ายยางรถยนต์ได้ทุกยี่ห้อ เพราะตัวแทนเหล่านี้ต้องตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ซึ่งอาจเป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าราคาประหยัด หรือต้องการสินค้ามีคุณภาพก็ได้ อีกทั้งในภาวะที่ความต้องการใช้ยางรถยนต์น้อยลงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ผู้ผลิตไม่มีอำนาจที่จะจำกัดการจำหน่ายสินค้าของตัวแทนจำหน่ายเพียงบางยี่ห้อได้ ในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้ใช้ยางรถยนต์เริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคจะนิยมใช้บริการแบบครบวงจร มีมาตรฐานและเชื่อถือได้มากขึ้น กล่าวคือ ผู้บริโภคจะซื้อยางรถยนต์ตามร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่มีบริการหลังการขาย เช่น การเปลี่ยนยาง, การตั้งศูนย์ถ่วงล้อ, การเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง, บริการแบตเตอรี่ เป็นต้น ดังนั้นการแข่งขันระหว่างศูนย์บริการครบวงจรจะทวีความรุนแรงมากขึ้น สำหรับตัวแทนจำหน่ายรายเล็กก็ต้องมีการปรับตัวในด้านการให้บริการที่ดีขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับศูนย์บริการครบวงจร และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น Shell Autoserve และ B-Quik ได้ด้วย

ในส่วนของผู้บริโภคนั้นจะค่อนข้างยึดติดกับยี่ห้อสินค้าที่เป็นที่รู้จักในตลาด เช่น ยี่ห้อมิชลิน, บริดจสโตน, และก๊าดเยียร์ เนื่องจากผู้บริโภคบางที่จะทราบถึงคุณภาพของยาง, ความปลอดภัยในการขับขี่ ฯลฯ ทำให้ผู้ใช้มักเลือกยี่ห้อสินค้าที่เป็นที่รู้จัก และเชื่อถือได้มากกว่ายี่ห้ออื่นที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด

อย่างไรก็ตาม ตลาดยางรถยนต์ในปัจจุบันเริ่มมีการปรับตัวเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลายระดับ เนื่องจากยางรถยนต์ยี่ห้อที่ได้รับความนิยมทั่วโลก เช่น มิชลิน, บริดจสโตน, และก๊าดเยียร์ จะมีราคาค่อนข้างสูง ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มไม่สามารถซื้อได้ จึงเกิดการแข่งขันในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่ายาง “House Brand” คือ ยางที่ศูนย์บริการว่าจ้างให้ผู้ผลิตยางรถยนต์ผลิตให้ โดยมียี่ห้อเฉพาะของศูนย์บริการนั้นเท่านั้น ซึ่งในประเทศไทยมีศูนย์บริการอยู่ 3 แห่งที่ใช้การแข่งขันในรูปแบบนี้ คือ Shell Autoserve, B-Quik และ AUTOBAC โดยแต่ละศูนย์บริการจะมียี่ห้อของตัวเอง ยกตัวอย่างเช่น

- 1.) B-Quik มียางเฮาส์แบรนด์อยู่ 3 รุ่น คือ ไทร์มาสเตอร์, ไทร์มาสเตอร์ ซาเลนจ์, และ เคลลี ซึ่งยาง ไทร์มาสเตอร์, ไทร์มาสเตอร์ ซาเลนจ์ มีผู้ผลิตเป็นกลุ่มบริษัท ยางสยาม จำกัด (มิชลิน) และยาง เคลลี ถูกผลิตโดยบริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
- 2.) Shell Autoserve มียางยี่ห้อ โรเคน ที่ผลิตโดย กลุ่มบริษัทยางสยาม จำกัด (มิชลิน) และยางรุ่นอื่นๆ ที่ผลิตโดยบริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ราคาของรถยนต์เฮาส์แบรนด์ที่ขายอยู่ในปัจจุบันนี้จะมีราคาต่ำกว่ายางของผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งสามประมาณร้อยละ 15-25 เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายด้านการตลาด และไม่ต้องกังวลด้านภาพพจน์ในยี่ห้อสินค้า หากผู้บริโภคไม่ยึดติดกับยี่ห้อ ก็จะเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภคสามารถเลือกซื้ออย่างได้ราคาถูกลง

3.2.1 การจัดจำหน่ายของ บริษัท ไทยบริดจสโตน จำกัด

ช่องทางการจำหน่ายหลักคือ ตลาดโรงงานประกอบรถยนต์ (OEM) ซึ่งในช่วง พ.ศ. 2537-2539 บริดจสโตนถูกบริษัทในกลุ่มยางสยาม (มิชลิน) และกู๊ดเยียร์แย่งส่วนแบ่งตลาดตรงนี้ไปค่อนข้างมากจากเดิมที่มีส่วนแบ่งอยู่ร้อยละ 80 ได้ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 60 ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตของบริดจสโตนในช่วงนั้นไม่เพียงพอกับความต้องการเพราะกำลังทำการก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ที่อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี ส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตรายอื่นหันมาสั่งยางจากบริษัทยางสยามและกู๊ดเยียร์แทน ซึ่งการแก้ปัญหาในตอนนั้นของบริดจสโตนแก้ปัญหาโดยการนำเข้ายางจากบริษัทแม่ในต่างประเทศมาขาย และก็พยายามเพิ่มเครือข่ายในตลาดทดแทนให้มากขึ้นเพื่อให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด ซึ่งตัวแทนการจำหน่ายจากที่มีอยู่ประมาณ 50 แห่งในพ.ศ. 2537 เพิ่มขึ้นเป็น 200 แห่งใน พ.ศ. 2539 โดยจะรุกในตลาดต่างจากหวัดค่อนข้างมาก เนื่องจากตลาดรถในต่างจังหวัดในช่วงนั้นมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตามนโยบายของบริษัทการตั้งตัวแทนจำหน่ายจะแบ่งกันเป็นเขตเพื่อไม่ให้มีการแย่งลูกค้ากันซึ่งส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นร้านขายส่งขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังมีช่องทางขายตรงถึงมือผู้บริโภคอีกด้วย กล่าวคือ มีการจัดตั้งร้านจำหน่ายสินค้าแบบครบวงจรเพื่อเป็นการเสริมภาพลักษณ์ของการบริการดูแลรักษายางรถยนต์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน โดยใช้ชื่อร้านว่า Cockpit และ Cockpit Mega ในส่วนของ Cockpit บริษัท บริดจสโตน เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด จะดูแลเองทั้งหมด โดยจะออกมาในรูปแบบของการดำเนินการเองและแบบขายลิขสิทธิ์(แฟรนไชส์) ซึ่งผู้ประกอบการค้าปลีกจะจัดหาอาคารสถานที่ รวมถึงพนักงานทุกคนในองค์กรมาเอง แล้วทางบริดจสโตนจะมาช่วยเหลือตกแต่งร้านค้าให้และให้

งบประมาณจำนวนหนึ่งสำหรับค่าเครื่องมือรวมถึงแบบฟอร์มของพนักงานด้วย พร้อมกับอนุญาตให้ใช้ตราสินค้า Cockpit สำหรับส่วนของ Cockpit Mega บริษัท บริดจิสโตน เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ไทย เอ็ม ซี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือมิตซูบิชิ ถือหุ้นร่วมกันในอัตราส่วนบริษัท ละ 50 : 50

3.2.2 การจัดจำหน่ายของ บริษัทในกลุ่มยางสยาม จำกัด (มหาชน)

ด้านการตลาดของบริษัทในกลุ่มยางสยาม แต่เดิมจะมีบริษัท ยางสยาม จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดูแล ซึ่งมาในพ.ศ.2538 บริษัท ยางสยาม จำกัด (มหาชน) ได้จัดตั้งบริษัท สยาม มิซลิน มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เซลส์ จำกัด เป็นบริษัทที่ทำหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการตลาดและการขายสินค้ายางมิซลิน, ยางสยามไทร์, และยางบีเอฟ กู๊ดริช ทั้งในตลาดทดแทน, ตลาดโรงงาน ประกอบรถยนต์และตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานด้านการจัดจำหน่ายคล่องตัว และมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยเฉพาะการพัฒนาระบบบริการให้สะดวก รวดเร็ว สำหรับรองรับการขยายตัวของลูกค้าในอนาคต โดยที่ตลาดหลักของบริษัท ยางสยาม จำกัด (มหาชน) คือ ตลาดทดแทน (REP)

3.2.3 การจัดจำหน่ายของ บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ตลาดหลักของกู๊ดเยียร์จะเป็นตลาดยางทดแทนเหมือนกับกลุ่มยางสยาม ซึ่งในช่วงที่เศรษฐกิจขยายตัวพ.ศ.2535-2539 จะมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 65 ส่งให้โรงงานประกอบรถยนต์ ประมาณร้อยละ 20 และส่งออกอีกประมาณร้อยละ 15 ในส่วนของตลาดทดแทนจะจำหน่ายผ่านตัวแทนรายใหญ่ของบริษัท โดยจะขายสินค้าทั้งในลักษณะปลีกและส่ง ตลอดจนทั้งร้านจำหน่ายยางรายย่อยที่ติดต่อกับบริษัทโดยตรงซึ่งทั้งตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่และร้านจำหน่ายรายย่อยก็ได้จัดจำหน่ายต่อให้กับผู้ใช้โดยตรง พร้อมทั้งการให้บริการในด้านอื่นๆ ควบคู่กันไปด้วยนอกจากนี้บริษัท ยังจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าประเภท Emerging Channels ได้แก่ร้าน Shell Aotuserve ซึ่งจะเป็นตัวแทนจำหน่ายยางของกู๊ดเยียร์ในร้อยละที่มากกว่ายางยี่ห้ออื่น ส่วนของตลาดโรงงาน ประกอบรถยนต์บริษัทจะจำหน่ายโดยตรงให้แก่โรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศ และตลาดส่งออกจะเน้นส่งออกในภูมิภาคเอเชีย เช่น เกาหลี, ญี่ปุ่น, มาเลเซีย, ใต้หวัน, อินโดนีเซีย, และฟิลิปปินส์ เป็นต้น ซึ่งบริษัทแม่ได้แต่งตั้งให้ไทยเป็นฐานการผลิตในภูมิภาคนี้ เช่นเดียวกับ อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, และฟิลิปปินส์

3.3 การผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทย

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมีมติเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ.2529 ให้โครงการผลิตยางรถยนต์ที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่นี้เป็นกิจการในข่ายที่จะให้การส่งเสริมการลงทุนได้ ในปีพ.ศ.2530 บริษัทไทยบริดจสโตน จำกัด จึงได้รับอนุมัติส่งเสริมขยายกิจการเพื่อผลิตยางรถยนต์ส่งออกในปริมาณร้อยละ 95 ของกำลังการผลิต ซึ่งข้อกำหนดนี้มีผลจนกระทั่งถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ตั้งแต่พ.ศ.2547 เป็นต้นมาได้มีผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหม่ อันได้แก่ บริษัท บริดจสโตน ไทร์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด, บริษัท โยโกฮามา รับบเบอร์ จำกัด และ บริษัท แม็กซิด อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด เข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยโดยเน้นการส่งออกเป็นหลัก

พิจารณาปริมาณการผลิตยางรถยนต์ชนิดต่างๆของประเทศ ระหว่างพ.ศ.2545-2549 ดังแสดงในตารางที่ 3.5 เห็นได้ว่ามีปริมาณการผลิตยางทุกชนิดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะมีการผลิตลดลงในพ.ศ.2548 และพ.ศ.2549 ทั้งๆที่ความเป็นจริงน่าจะมีแนวโน้มการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมการผลิตยางที่รัฐต้องการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตยางรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ทั้งนี้เป็นผลมาจากปัจจัยภาวะทางเศรษฐกิจที่หดตัวลงจากความผันผวนของราคายางธรรมชาติและราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตยางรถยนต์ นอกจากนี้ภาวะเศรษฐกิจดังกล่าวยังส่งผลให้อุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์ในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงด้วย

ตารางที่ 3.5

ปริมาณการผลิตยางนอกรถยนต์ประเภทต่างๆของประเทศไทย ระหว่างพ.ศ.2545-2549

ปริมาณการผลิต	หน่วย	2545	2546	2547	2548	2549
ยางนอกรถยนต์นั่ง	เส้น	8,248,304	10,101,266	13,680,209	13,307,590	13,194,634
ยางนอกรถกระบะ	เส้น	4,324,131	4,813,007	5,114,585	5,695,564	5,453,556
ยางนอกรถบรรทุกและรถโดยสาร	เส้น	3,791,296	4,080,377	4,973,626	4,268,193	4,186,861
ยางนอกรถแทรกเตอร์	เส้น	143,750	184,597	189,870	185,538	174,917
ยางนอกอื่นๆ	เส้น	1,845,430	878,226	1,257,958	590,541	530,211

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, พ.ศ.2550