

บทที่ 5

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

ในบทนี้จะเป็นการศึกษาถึง ปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในระดับประเทศของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยที่ส่งไปยังตลาดโลก ซึ่งอาศัยหลักการของทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Micheal E. Porter โดยนำแบบจำลองที่เรียกว่า Diamond Model มาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศมีอยู่ 6 ปัจจัย คือ เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน รัฐบาล และเหตุสุดวิสัย รวมถึงมีการวิเคราะห์ในเชิงพลวัต และแนวโน้มในอนาคตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สภาพปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions)

สภาพปัจจัยการผลิตภายในประเทศถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของประเทศนั้นๆ เนื่องจากหากประเทศใดมีสภาพปัจจัยการผลิตที่อุดมสมบูรณ์ ก็จะทำให้ประเทศนั้นสามารถผลิตปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพและมีต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมที่ใช้ปัจจัยการผลิตชนิดนั้น จากการศึกษาสามารถสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยได้ดังนี้

5.1.1 วัตถุดิบ

ในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะต้องใช้วัตถุดิบต่างๆ ได้แก่ ยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์ ผงเขม่าดำ สารเคมี ผ้าใบ/เส้นใย เส้นขอบลวด (bread wire) เส้นใยลวด (steel cord) เป็นต้น ประเทศไทยสามารถผลิตวัตถุดิบเหล่านี้ได้เป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะยางธรรมชาติ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตโดยมีการใช้ยางสังเคราะห์ร่วมด้วยหรือทดแทน ซึ่งสัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ขึ้นกับชนิดของยางยานพาหนะและเทคโนโลยีหรือนโยบายของแต่ละบริษัท เช่น ยางล้อรถยนต์นั่งอาจใช้ยางสังเคราะห์มากกว่ายางธรรมชาติได้ แต่ยางล้อรถบรรทุก รถใช้ในอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม ที่ต้องรับน้ำหนักมาก จำเป็นต้องใช้ยางธรรมชาติเป็นส่วนประกอบหลักหรือทั้งหมด ซึ่งประเทศไทยสามารถผลิตยางธรรมชาติได้มากกว่าความต้องการใช้ในประเทศ อย่างไรก็ตาม การที่ราคายางธรรมชาติในปัจจุบันค่อนข้างสูงและ

มีความผันผวน เช่นเดียวกับราคายางสังเคราะห์ที่มีความผันผวนตามราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก ทำให้มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ รัฐบาลจึงควรเร่งหามาตรการแก้ไข เพื่อรักษาความสมดุลระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะซึ่งเป็น อุตสาหกรรมปลายน้ำ

ทั้งนี้หากพิจารณาวัตถุดิบอื่นร่วมด้วย คือ ยางสังเคราะห์ ผงเขม่าดำ สารเคมี ผ้าใบ/เส้นใย เส้นขอบลวด (bread wire) เส้นใยลวด (steel cord) พบว่า ประเทศไทยสามารถผลิตได้เองเกือบทั้งหมด แต่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ (ยกเว้นผงเขม่าดำที่สามารถผลิตได้ เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ) จึงยังคงต้องนำเข้าวัตถุดิบบางส่วนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะ สารเคมี เนื่องจากประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเคมีภัณฑ์ที่ไม่ดีนัก แต่เนื่องจากการผลิตมีการใช้ สารเคมีในปริมาณน้อย จึงไม่น่าจะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต และความสามารถในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยมากนัก (ชโย ตรังอดิศักดิ์กุล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552 และ ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์, 2551, น.3-55.)

5.1.2 ทรัพยากรมนุษย์

ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะนั้น ปัจจุบันแรงงานนับว่ามีความสำคัญมาก โดยจะต้องเป็นแรงงานที่มีศักยภาพ ทักษะฝีมือ และวุฒิการศึกษา เนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าว ต้องใช้เครื่องจักรกลและเทคโนโลยีที่ซับซ้อน แรงงานโดยส่วนใหญ่จะทำงานเกี่ยวข้องกับ เครื่องจักรกลหรืองานที่เครื่องจักรไม่สามารถทำได้ อาทิเช่น ฝ่ายควบคุมเทคนิค ฝ่ายควบคุมวัสดุ ฝ่ายทดสอบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาของบริษัท ไอเอฟซีที แอดไวเซอร์ จำกัด พบว่า กลุ่มผู้ผลิตต่างชาติและกลุ่มผู้ผลิตร่วมทุน จะมีสัดส่วนแรงงานระดับปริญญาตรีขึ้นไปประมาณ ร้อยละ 10 และร้อยละ 7 ตามลำดับ ขณะที่ผู้ประกอบการคนไทยจะมีสัดส่วนแรงงานระดับ ปริญญาตรีขึ้นไปเพียงร้อยละ 4 เท่านั้น และเป็นเพียงกลุ่มเดียวที่มีสัดส่วนแรงงานระดับปริญญาตรี ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งอุตสาหกรรม จึงเห็นได้ว่า ระดับของวุฒิการศึกษาในภาคแรงงานของ อุตสาหกรรมนี้มีความสัมพันธ์กับระดับเทคโนโลยีอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องค่าจ้างแรงงานของไทยสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านอย่างจีน ทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการสูงขึ้น จำนวนแรงงานมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ เห็นได้จาก ในช่วงที่มีการขยายกิจการ ผู้ประกอบการไม่สามารถหาแรงงานที่มีประสิทธิภาพทำงานโดยตรงได้ หรือต้องรับแรงงานที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา ซึ่งต้องใช้เวลาในการฝึกหัดและสั่งสมประสบการณ์ แต่ก็ ยังได้แรงงานที่ไม่ตรงกับเป้าหมายที่ต้องการมากนัก แรงงานในระดับปฏิบัติการมีการเปลี่ยนงาน

บ่อยกว่าระดับวิศวกรรมควบคุม แรงงานและบุคลากรในอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ขาดความรู้พื้นฐานทางด้านเคมียาง เทคโนโลยียาง หรือวิศวกรรมการผลิต จำนวนบุคลากรที่จบการศึกษาทางด้านเทคโนโลยียางโดยตรงมีไม่เพียงพอ ขาดผู้เชี่ยวชาญที่มีทั้งความรู้และประสบการณ์ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและวิศวกรรมยาง แรงงานไทยขาดทักษะในการใช้เครื่องจักร และเทคโนโลยีการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (ชโย ตรังอดิษฐ์กุล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552 และ ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์, 2551, น.3-56)

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้ภาครัฐให้ความสำคัญกับการศึกษาเกี่ยวกับยางเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากการที่มหาวิทยาลัยของรัฐหลายแห่งได้เพิ่มหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับยาง อาทิเช่น หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยียางและสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมยาง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี หลักสูตรสาขาวัสดุศาสตร์ (อุตสาหกรรมยาง) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นต้น แต่เนื่องจากบางหลักสูตรเพิ่งเริ่มเปิดการเรียนการสอน จึงทำให้มีจำนวนบุคลากรไม่มากนัก (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550, น.3-15)

5.1.3 ระดับเทคโนโลยี

ผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทคนไทย มีระดับเทคโนโลยีในการผลิตต่ำกว่าผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติและผู้ประกอบการในต่างประเทศ เนื่องจากเทคโนโลยีที่ใช้อยู่เป็นเทคโนโลยีเก่า หรือการได้รับถ่ายทอดที่ไม่ถูกต้องมาจากผู้ขายเครื่องจักรหรือสารเคมี อีกทั้งยังขาดแหล่งข้อมูลทางวิชาการในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยียาง หนังสือหรือวารสารทางวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เป็นภาษาไทย การขาดความสามารถในการเสาะหาเทคโนโลยีทั้งจากในและนอกประเทศ ขาดความสามารถในการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี เหล่านี้ทำให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีได้หรือพัฒนาได้ช้า มีผลให้อุตสาหกรรมมีประสิทธิภาพการผลิตและผลิตภาพการผลิตต่ำ เช่น เทคโนโลยีการผลิตยางล้อทุกประเภทของผู้ประกอบการไทยต่ำกว่าผู้ประกอบการในอินเดีย เนื่องจากส่วนใหญ่สามารถผลิตได้เฉพาะยางผ้าใบ (bias) ในขณะที่ผู้ประกอบการในประเทศอื่นๆ สามารถผลิตยางล้อรถบรรทุกที่เป็นยางเรเดียลได้ร้อยละ 80-90 แล้วแต่ชนิดของยางล้อที่ผลิต อุตสาหกรรมยางล้อในอินเดียสามารถผลิตยางเรเดียลได้ และมีแนวโน้มที่จะผลิตยางเรเดียลมากขึ้นเรื่อยๆ แม้แต่ในอุตสาหกรรมยางล้อของจีนก็เช่นเดียวกัน มีการพัฒนาไปในทางผลิตยางเรเดียล มากขึ้นโดยใช้วิธีก้าวกระโดด คือ ร่วมลงทุนกับบริษัทผลิตยางล้อชั้นนำของโลก

สำหรับยางล้อรถใช้ในอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมก็เช่นเดียวกัน ผู้ประกอบการไทยที่ผลิตยังเป็นบริษัทขนาดกลางและเล็ก เทคโนโลยียังไม่ก้าวหน้าและมีประสิทธิภาพต่ำ หากเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมนี้ในประเทศศรีลังกา ซึ่งผู้ประกอบการเป็นบริษัทต่างชาติชั้นนำที่ลงทุนในประเทศ อุตสาหกรรมยางล้อรถใช้ในอุตสาหกรรมของศรีลังกาย่อมมีระดับของเทคโนโลยีสูงกว่าของผู้ผลิตในประเทศไทย (ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจศาสตร์, 2551, น.3-56 – 3-57)

นอกจากนี้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่า การที่เทคโนโลยีของผู้ประกอบการไทยยังล้าหลังจากผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทร่วมทุนหรือคู่แข่งในต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยไม่สามารถผลิตและพัฒนาเครื่องจักรกลได้เอง ในขณะที่ต่างชาติสามารถผลิตเครื่องจักรได้เอง โดยการจะพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตยานพาหนะได้นั้น หัวใจสำคัญอยู่ที่การผลิตและพัฒนาเครื่องจักร และจากการที่เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตยานพาหนะเป็นเทคโนโลยีที่สลับซับซ้อน ดังนั้นแม้ว่าผู้ประกอบการไทยจะใช้เครื่องจักรแบบเดียวกันกับบริษัทต่างชาติ แต่ก็ยังไม่สามารถใช้งานเครื่องจักรเหล่านั้นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากคนไทยยังไม่มีศักยภาพเพียงพอ (ชโย ตรังอดิษฐ์กุล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552) ภาครัฐจึงควรส่งเสริมให้มีการศึกษาและถ่ายทอดความรู้ด้านเทคโนโลยี พร้อมไปกับการวิจัยและพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อให้คนไทยสามารถผลิตและพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีต่างๆ ได้เอง และลดการพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างชาติ

5.1.4 เงินทุน

เงินทุนถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทในการประกอบกิจการของอุตสาหกรรม รวมถึงพัฒนาอุตสาหกรรม เพราะการประกอบกิจการและการขยายการผลิตของอุตสาหกรรมจำเป็นต้องใช้เงินลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยานพาหนะที่มีเงินลงทุนสูง ซึ่งผู้ผลิตที่เป็นผู้ประกอบการคนไทยยังประสบปัญหาด้านเงินทุนโดยเฉพาะเพื่อการขยายงาน ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิต เช่น การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา การเปลี่ยนเครื่องจักรให้ทันสมัยขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตจากการผลิตยางผ้าใบให้เป็นการผลิตยางเรเดียล อย่างไรก็ตามรัฐได้พยายามดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหานี้ โดยปัจจุบันมีหลายหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนเงินทุนสำหรับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก เช่น บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) บรรษัทสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น (ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจศาสตร์, 2551, น.3-16 , 3-57)

หน่วยงานเหล่านี้ ปัจจุบันเริ่มดำเนินงานในเชิงรุกมากขึ้น เช่น จัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการ นอกเหนือจากการให้บริการเงินกู้เพื่อการลงทุน การค้าประกันประเภทต่างๆ เช่น ค้าประกัน L/C ค้าประกันงานก่อสร้าง/การจัดซื้อวัตถุดิบ การบริการการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนการวิจัยพัฒนาและวิศวกรรมของภาคเอกชนของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

นอกเหนือจากหน่วยงานสนับสนุนด้านเงินกู้สำหรับการลงทุนแล้ว ยังมีตลาดหลักทรัพย์ใหม่เป็นแหล่งระดมทุนให้แก่บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กที่กำลังเติบโตและมีศักยภาพ ทำให้บริษัทเหล่านี้มีโอกาสใช้ประโยชน์จากตลาดทุนเช่นเดียวกับบริษัทขนาดใหญ่ (หน่วยเทคโนโลยียาง, 2545, น.66-67)

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่างๆ อยู่ที่การกู้ยืมเงินจำเป็นต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันที่มีมูลค่าสูงเพียงพอ ในขณะที่ผู้ประกอบการบางส่วนไม่มีหลักทรัพย์ที่จะนำมาค้ำประกันเงินกู้ได้ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีน หากเป็นอุตสาหกรรมที่ภาครัฐให้การสนับสนุนผู้ประกอบการจะได้รับเงินทุนช่วยเหลืออย่างเต็มที่โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันแต่อย่างใด (ชโย ตระกูลดี, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552) ดังนั้น แม้ว่าภาครัฐจะมีหน่วยงานต่างๆ เข้ามาให้ความช่วยเหลือในเรื่องเงินทุน แต่หากไม่สามารถแก้ไขประเด็นปัญหานี้ได้ ผู้ประกอบการบางส่วนก็ยังคงมีอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

5.1.5 การวิจัยและพัฒนา

การวิจัยและพัฒนา มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ เนื่องจากการแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้จำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และลดต้นทุนการผลิตตลอดเวลา แต่ผู้ประกอบการไทยยังขาดการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องจากการขาดบุคลากรที่มีการศึกษาเทคโนโลยีที่มีอยู่ และเงินลงทุนในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงส่วนใหญ่ยังไม่เห็นความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาอย่างแท้จริง

หน่วยงานของรัฐที่มีการช่วยเหลือสนับสนุนเงินลงทุนในการวิจัยและพัฒนา ได้แก่ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) การวิจัยและพัฒนาที่มีโอกาสส่งผลสำเร็จเป็นรูปธรรมได้ คือ การวิจัยและพัฒนาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ

ในอุตสาหกรรมซึ่งเป็นผู้ใช้ผลการวิจัย ผู้ที่มีความรู้ความสามารถด้านการวิจัย คือ มหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานวิจัยทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน และหน่วยงานผู้ให้ทุนวิจัย การบริหารจัดการให้เกิดการวิจัยและพัฒนาพร้อมดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการ (ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์, 2551, น.3-57)

5.1.6 ระบบสาธารณูปโภค

ระบบสาธารณูปโภคนับได้ว่า เป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการลงทุนและพัฒนา ในอุตสาหกรรมต่างๆ โดยถ้าประเทศใดมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ก็จะจูงใจให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมต่างๆ ทำให้เกิดการแข่งขันและพัฒนาในอุตสาหกรรมนั้นๆ

ประเทศไทยมีความพร้อมทางด้านระบบสาธารณูปโภคที่ดีสำหรับนักลงทุนต่างชาติ มีนิคมอุตสาหกรรมที่กระจายตัวอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ โดยเฉพาะในภาคตะวันออก เช่น นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นพื้นที่ศักยภาพการลงทุนที่เป็นศูนย์กลางในภูมิภาค ตะวันออก และใกล้กับท่าเรือแหลมฉบัง รวมทั้งมีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคในนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งการที่ภาครัฐมีการจัดแบ่งพื้นที่ให้เป็นเขตอุตสาหกรรม และสนับสนุนให้โรงงานอุตสาหกรรม เข้าไปดำเนินงานในเขตอุตสาหกรรมหรือนิคมอุตสาหกรรมให้มากขึ้น ทำให้เกิดประสิทธิภาพ ในการจัดการด้านสาธารณูปโภค การกำจัดน้ำเสียหรือของเสีย ซึ่งจะยิ่งทำให้อุตสาหกรรม ผลิตรถยนต์ที่ยานพาหนะมีระบบสาธารณูปโภคที่ดีขึ้น

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีระบบขนส่งและคมนาคมเชื่อมต่อกับทั่วทุกภาคของประเทศ และเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยถนนสายหลักมีความยาวเกือบ 4,000 กิโลเมตร ท่าอากาศยาน ระหว่างประเทศ 6 แห่ง สนามบินพาณิชย์ 28 แห่ง และสนามบินนานาชาติแห่งใหม่ คือ สนามบิน สุวรรณภูมิ ท่าเรือคลองเตย ท่าเรือแหลมฉบัง และท่าเรือมาบตาพุด การขนส่งทางน้ำติดต่อกันถึง ลาว กัมพูชา พม่า เวียดนาม และจีน ด้วยโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างศักยภาพ ด้านโลจิสติกส์และการกระจายสินค้าให้สามารถเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีโครงข่ายระบบคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงทั่วประเทศ ทั้งรถไฟ รถไฟฟ้าและ รถไฟใต้ดิน รวมถึงเทคโนโลยีการสื่อสารและสาธารณูปโภคที่ทันสมัย เอื้ออำนวยต่อการลงทุน ทางธุรกิจ แต่ยังคงพัฒนาทางด้านความสามารถทางเทคโนโลยีและความสามารถของบุคลากร ในอุตสาหกรรม (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550, น.3-30)

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่า แม้ว่าประเทศไทยจะมีความพร้อม ทางด้านระบบสาธารณูปโภค ระบบขนส่งและคมนาคม แต่ยังมีปัญหาสำคัญอยู่ที่การบริหารจัดการ

ด้านโลจิสติกส์ที่มีต้นทุนสูง เนื่องจากการขนส่งและกระจายสินค้าในประเทศไทยยังคงพึ่งพาการขนส่งทางบกด้วยรถยนต์และรถบรรทุกเป็นหลัก ซึ่งมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงมาก ในขณะที่ต่างประเทศมีการพัฒนาระบบรางและการขนส่งทางน้ำเพื่อใช้ในการขนส่งและกระจายสินค้า ซึ่งสามารถขนส่งสินค้าได้คราวละมากๆ โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ดังนั้นประเทศไทยจึงควรเร่งพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อลดต้นทุนให้กับผู้ประกอบการและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรม (ชโย ตระกูลดิษฐ์กุล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

5.2 สภาพความต้องการหรืออุปสงค์ในประเทศ (Demand Condition)

อุปสงค์ภายในประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่จะเป็นตัวผลักดันให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอุปสงค์ภายในประเทศเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาศักยภาพสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ซึ่งความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตในปริมาณมาก และจะช่วยให้เกิดการขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย

เมื่อพิจารณาถึงอุปสงค์ภายในประเทศของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะพบว่า ปริมาณผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะที่ผลิตได้ ประมาณร้อยละ 60 เป็นการจำหน่ายในประเทศ ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 40 เป็นการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ซึ่งในส่วนของการจำหน่ายในประเทศนั้น มีทั้งส่วนที่ส่งเข้าไปยังตลาดโรงงานประกอบรถยนต์ (OEM) ประมาณร้อยละ 30 ที่เหลือเป็นการจำหน่ายในตลาดยางทดแทนหรืออะไหล่ (REM) ประมาณร้อยละ 70 ของความต้องการใช้ยางรถยนต์ทั้งหมดในประเทศ ซึ่งปริมาณความต้องการใช้ยางรถยนต์ขึ้นอยู่กับจำนวนการใช้รถยนต์ในประเทศ สภาพการใช้งาน สภาพอากาศ สภาพถนน และกำลังซื้อที่จะสัมพันธ์กับการใช้จ่ายตามกำหนดอายุการใช้งาน แต่เนื่องจากปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจอยู่ในช่วงชะลอตัว จึงมีผลให้ผู้ซื้อชะลอการใช้จ่าย โดยการยืดอายุการเปลี่ยนยางให้นานขึ้นไปอีก เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของยางรถยนต์ที่สามารถยืดอายุการใช้งานให้นานขึ้น และช่วยประหยัดน้ำมัน ซึ่งส่งผลให้ผู้ผลิตต้องเร่งพัฒนายางรถยนต์รุ่นใหม่เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้ นอกจากนี้การที่ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสินค้ามากขึ้นจากการบริโภคสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย มีผลให้ผู้บริโภคเลือกใช้จ่ายโดยคำนึงถึงคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับยางรถยนต์มากขึ้น ดังนั้นจึงส่งผลให้ความต้องการภายในประเทศเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย

นอกจากนี้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑียางยานพาหนะของไทย ยังคงต้องพึ่งพาอุปสงค์จากต่างประเทศ โดยเป็นการส่งออกยางรถยนต์ในรูปอะไหล่ไปยังตลาดโลก ซึ่งความต้องการยางรถยนต์จากประเทศไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ทำให้ผู้ซื้อเชื่อมั่นในคุณภาพและตราสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่ผลิตโดยบริษัทข้ามชาติ 3 รายใหญ่ของโลกที่มีฐานการผลิตอยู่ในประเทศไทย ดังนั้นจึงส่งผลดีต่อผู้ประกอบการไทยในการอาศัยประสบการณ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐาน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าจากประเทศไทย เนื่องจากจะสามารถเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งจากต่างประเทศได้มากขึ้น

5.3 อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน (Supporting and Related Industries)

อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมของประเทศ เนื่องจากมีความเชื่อว่า อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าจะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันได้นั้น ต้องมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้นได้ โดยจะต้องมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

เมื่อพิจารณาถึงอุตสาหกรรมผลิตภัณฑียางยานพาหนะของไทย พบว่า อุตสาหกรรมผลิตภัณฑียางยานพาหนะเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็น อุตสาหกรรมปิโตรเคมีซึ่งผลิตยางสังเคราะห์ อุตสาหกรรมเคมีซึ่งผลิตสารเคมียาง (เขม่าดำ ซิลิกา) อุตสาหกรรมเหล็ก เส้นลวดและเส้นใยเหล็ก อุตสาหกรรมเครื่องกลและแม่พิมพ์ อุตสาหกรรมเส้นใยและสิ่งทอ ซึ่งผลิตวัสดุเสริมแรงสำหรับผลิตภัณฑียาง (สตีลคอร์ด ผ้าใบ) รวมถึงอุตสาหกรรมในประเทศอื่นๆ ที่เป็นผู้บริโภคมผลิตภัณฑียางที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งมีแนวโน้มจะขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องเหล่านี้ พบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑียางยานพาหนะในประเทศไทย ส่วนใหญ่ยังขาดอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เข้มแข็ง วัตถุดิบ เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต รวมถึงเครื่องมือทดสอบ ยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนที่ผลิตได้ในประเทศยังมีเพียงส่วนน้อย ผู้ประกอบการคนไทยยังต้องความสามารถในการออกแบบและผลิตแม่พิมพ์ยาง สำหรับแนวทางการแก้ไขปัญหานี้ที่น่าจะเกิดผลได้เร็วที่สุด คือ การเชิญชวนให้บริษัทต่างชาติมาลงทุนหรือร่วมลงทุน

ในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยขาดพื้นฐานทางด้านวิศวกรรมการผลิต ตลอดจนบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการสร้างเครื่องจักร (ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์, 2551, น.3-58) ขณะเดียวกันก็ควรเร่งพัฒนาทางด้านวิศวกรรมและด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพึ่งพาตนเองได้ในอนาคต

5.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

สภาพการแข่งขันในประเทศ เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ เพราะผู้แข่งขันในประเทศจะพยายามผลิตสินค้าและบริการของตนให้ดีกว่าคู่แข่ง ทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านความหลากหลายของตัวสินค้า คุณภาพสินค้า รวมทั้งการจัดการที่มีประสิทธิภาพ

ในปัจจุบันสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางรถยนต์มีแนวโน้มที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ประเทศไทยเป็นศูนย์รวมของผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหญ่ของโลก คือ บริษัทไทยบริดจสโตน จำกัด, บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัท สยามมิชลิน จำกัด อีกทั้งยังมีบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่จากทวีปเอเชียเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย คือ บริษัท แมกซิส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ชูมิโตโม รับเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โยโกฮามา ไทร์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด ล่าสุดคือ บริษัท ฟินิกส์ นิวเทคโนโลยี จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างไทย จีนและสวีเดน รวมถึงมีการนำเข้ายางรถยนต์หลายๆ ตราสินค้า เช่น Hankook เป็นต้น และยางรถยนต์ราคาถูกจากประเทศจีนที่พยายามเข้ามาช่วงชิงตลาดอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ขนาดใหญ่ที่สำคัญเกือบทั้งหมดของโลกมีฐานการผลิตในประเทศไทย ทำให้การแข่งขันในตลาดโรงงานประกอบรถยนต์เป็นไปอย่างค่อนข้างดุเดือด

สำหรับสภาพการแข่งขันของตลาดโรงงานประกอบรถยนต์ (OEM) และตลาดยางทดแทน (REM) จะมีความแตกต่างกัน โดยตลาด OEM จะมีการแข่งขันที่รุนแรงกว่า เน้นการแข่งขันในด้านเทคโนโลยีและราคาเป็นหลัก โดยลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตรถยนต์จะมีการกำหนดคุณสมบัติยางรถยนต์ที่ต้องการ ก่อนที่จะมีการแข่งขันทางด้านราคาในลำดับต่อไป ส่วนตลาด REM แม้ผู้บริโภครถยนต์จะมีแนวโน้มยึดติดตราสินค้าที่ติดมากับรถยนต์ แต่ข้อมูลข่าวสาร (Information) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภค มีการบริโภคยางรถยนต์ที่หลากหลายขึ้น ผู้ผลิตรถยนต์จึงพยายามหาช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

ในส่วนของกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขัน ตลาด OEM จะใช้กลยุทธ์ด้านการพัฒนาสินค้าด้วยเทคโนโลยีและกลยุทธ์ด้านราคาเป็นสำคัญ แต่ในส่วนในตลาด REM จะมีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ อาทิเช่น

1. กลยุทธ์ด้านการผลิต โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภค เช่น มิซลินเสนอย่างรถยนต์ระบบ PAX ที่สามารถวิ่งได้แม้ไร้ลมยาง ในขณะที่พินิกส์ นิว เทคโนโลยี เสนอรถยนต์ที่มีคุณสมบัตินิรภัย เป็นต้น

2. กลยุทธ์ด้านการตลาด โดยใช้ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ จำหน่ายโดยตรงไปยังตลาด OEM และจำหน่ายผ่านศูนย์บริการหรือร้านค้าในตลาด REM ใน 3 ลักษณะ คือ 1) ศูนย์บริการหรือร้านค้าที่ผู้ผลิตยางรถยนต์ดำเนินการเอง 2) ศูนย์บริการหรือร้านค้าที่ผู้ผลิตเข้ามาช่วยจัดการดูแล และ 3) ศูนย์บริการหรือร้านค้าโดยทั่วไป ซึ่งผู้ประกอบการคนไทยจะเสียเปรียบบริษัทข้ามชาติในตลาด REM เนื่องจากจำหน่ายสินค้าได้เฉพาะในศูนย์บริการหรือร้านค้าทั่วไปเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการตลาดโดยใช้การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาเพื่อจูงใจลูกค้าที่มีความอ่อนไหวด้านราคา

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการกลยุทธ์การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติกับบริษัทคนไทย พบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ 3 รายใหญ่ ครองส่วนแบ่งตลาดในประเทศเป็นส่วนใหญ่ทั้งที่มีราคาขายอยู่ในระดับสูง แต่เนื่องจากผู้บริโภคคนไทยคุ้นเคยกับยางรถยนต์ของบริษัทข้ามชาติทั้ง 3 ราย จึงเลือกซื้อยางรถยนต์โดยพิจารณาจากตราสินค้า คุณลักษณะ และราคา ตามลำดับ ซึ่งในปัจจุบันบริษัทข้ามชาติทั้ง 3 ราย มีการแข่งขันในด้านราคากันมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคยังคงเลือกซื้อยางรถยนต์จากบริษัทข้ามชาติเหล่านี้ เนื่องจากความคุ้นเคย ความเชื่อถือ และระดับราคาที่ยังพอรับได้ ทั้งหมดนี้เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ประกอบการคนไทยที่ต้องแข่งขันกับบริษัทข้ามชาติ เนื่องจากคุณภาพและตราสินค้ายังไม่เป็นที่ยอมรับมากนัก แม้ว่าจะมีราคาขายต่ำกว่าก็ตาม ดังนั้นกลยุทธ์หนึ่งที่บริษัทคนไทยในปัจจุบันให้ความสำคัญ คือ การเข้าไปจำหน่ายโดยตรงกับกลุ่มรถบรรทุก รถโดยสารและรถแท็กซี่ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับราคาค่อนข้างมาก (ชโย ตรังอดิษฐ์กุล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

สำหรับการแข่งขันในตลาดโลก พบว่า ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศจีน โดยเฉพาะยางเรเดียลสำหรับรถยนต์นั่งและรถบรรทุก เนื่องจากจีนสามารถพัฒนาการผลิตยางประเภทนี้ได้ดี สำหรับยางผ้าใบและยางยานพาหนะประเภทอื่นๆ ยังไม่ได้รับผลกระทบมากนัก (ชโย ตรังอดิษฐ์กุล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552) ทั้งนี้ประเทศจีนมีความได้เปรียบเรื่องต้นทุนแรงงาน ทำให้สามารถจำหน่ายยางรถยนต์ได้ในราคาที่ต่ำกว่ายางที่ผลิตในประเทศไทย

แต่ก็มีปัญหาในเรื่องคุณภาพยางรถยนต์ที่ผลิตออกมายังไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้นประเทศไทยจึงควรอาศัยการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นปัจจัยหลักที่จะช่วยให้สามารถแข่งขันกับยางรถยนต์ราคาถูกลงจากประเทศจีนได้

ในส่วนของการแข่งขันกับยางรถยนต์จากประเทศเกาหลีใต้ อาทิ Hankook ต้องอาศัยการแข่งขันทางด้านราคา เนื่องจากเป็นยางรถยนต์ที่อยู่ในตลาดระดับเดียวกันกับยางรถยนต์ของไทย แต่มีราคาสูงกว่าเล็กน้อย สำหรับประเทศเวียดนามนั้น ยังผลิตยางรถยนต์ได้ไม่มากนัก จึงยังไม่มีศักยภาพเพียงพอในการแข่งขันกับประเทศไทยในตลาดโลก (ชโย ตังอติศัยกุล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

5.5 รัฐบาล (Government)

รัฐบาลถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นและเสริมสร้างความก้าวหน้าของอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นตัวกลางคอยประสานงาน ผู้สร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (Infrastructure) ผู้ควบคุมและรับรองคุณภาพสินค้า และตัวแทนของประเทศในการจัดหาตลาดหรือนำสินค้าออกแสดงในต่างประเทศ ดังนั้นจึงถือได้ว่า รัฐบาลเป็นตัวแปรสำคัญที่มีบทบาทต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบของอุตสาหกรรมในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ

สำหรับบทบาทของรัฐบาลที่มีต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทย พบว่า อุตสาหกรรมนี้ยังขาดองค์กรหรือหน่วยงานของรัฐ ที่ดูแลรับผิดชอบการพัฒนาของอุตสาหกรรมอย่างมีเอกภาพ ขาดแผนปฏิบัติการที่ชัดเจนในการพัฒนาอุตสาหกรรม และขาดหน่วยงานสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาที่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง ในส่วนของภาคเอกชนมีเพียงกลุ่มตัวแทนของอุตสาหกรรมในสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนสมาชิกไม่มากนัก

เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในประเทศอื่นๆ เช่น อินเดียและจีน พบว่า ประเทศอินเดียมี Indian Rubber Board ดูแลกิจการด้านยางทั้งหมดของอินเดียอย่างมีเอกภาพ และมี Rubber Research Institute of India ให้การสนับสนุนด้านการวิจัยการผลิตยางธรรมชาติ และมี Indian Rubber Institute ดูแลด้านการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมยาง มี Indian Rubber Manufacturers Research Association ให้การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนา การแก้ปัญหาของอุตสาหกรรม และการวิเคราะห์และทดสอบ มี Rubber Technology Center ที่ผลิตบุคลากรระดับสูงให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางโดยตรง 2 แห่ง มีสมาคมของผู้ประกอบการ

ที่ดูแลผลประโยชน์ของอุตสาหกรรมโดยรวม คือ Automotive Tyre Manufacturers Association (ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจศาสตร์, 2551: น.3-59)

ส่วนประเทศจีน แม้จะไม่มีองค์กรของรัฐดูแลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางโดยตรง เช่นเดียวกับ Indian Rubber Board ของประเทศอินเดีย แต่ก็มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนทางด้านวิชาการ เช่น ประเทศจีนมี Research and Design Institute of Rubber Industry 2 แห่ง มีมหาวิทยาลัยที่เน้นการผลิตบุคลากรและการวิจัยด้านยาง คือ มหาวิทยาลัยแห่งเมืองชิงเต่า (ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจศาสตร์, 2551: น.3-59)

สำหรับบทบาทของรัฐบาลจีนได้เข้ามาปฏิรูประบบการมาตรฐานแห่งชาติในเดือนเมษายน พ.ศ.2544 เพื่อปฏิบัติตามพันธกรณีภายใต้องค์การการค้าโลก (WTO) โดยยุบรวม 2 หน่วยงานเดิมที่มีหน้าที่ซ้ำซ้อนเข้าด้วยกัน และจัดตั้งเป็นหน่วยงานใหม่ คือ สำนักงานใหญ่กำกับคุณภาพ ตรวจสอบ และกักกันโรคแห่งชาติ (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the Republic of China: AQSIQ) โดยมีคณะกรรมการรับรองระบบงานของสาธารณรัฐประชาชนจีน (Certification Accreditation Administration of People's of China: CNCA) 1 ใน 2 หน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ดูแลการรับรองตามกฎระเบียบทางเทคนิค ซึ่งมาตรการสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ คือ เครื่องหมายรับรอง “China Compulsory Certification” หรือ CCC Mark มีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ.2546 โดยกำหนดให้ต้องขอและติดเครื่องหมาย CCC Mark สำหรับสินค้าที่จะนำเข้าและจำหน่ายในประเทศจีน นอกจากนี้ยังมีการกำหนดมาตรฐานครอบคลุมทุกระดับ โดยแบ่งออกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่ มาตรฐานแห่งชาติ (National Standard) มาตรฐานแขนงอุตสาหกรรม (Professional Standard) มาตรฐานท้องถิ่น (Local Standard) และมาตรฐานวิสาหกิจ (Enterprise Standard) (ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจศาสตร์, 2552: น.6)

นอกจากนี้ ประเทศจีนยังมีสมาคมของผู้ประกอบการที่ดูแลผลประโยชน์ของอุตสาหกรรมโดยรวม อาทิ สมาคมอุตสาหกรรมยางพาราแห่งประเทศไทย (China Rubber Industry Association) มีภาระหน้าที่หลัก เช่น ศึกษาวิจัยการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ วัสดุใหม่ จัดการสัมมนาเผยแพร่ผลงานวิจัย รวมทั้งการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และ สมาคมย่อยยางล้อยานยนต์ (Automotive Tyre Manufacturers' Association) ซึ่งมีบทบาทในการสนับสนุนการเผยแพร่การใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ เทคโนโลยีใหม่และวัสดุใหม่ เพื่อพัฒนาสินค้าใหม่ของจีน และเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจศาสตร์, 2552: น.7-7 – 7-9)

ตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นได้ชัดเจนถึงบทบาทของรัฐบาลจีน คือ การที่ผู้ประกอบการรายเล็กของจีนสามารถผลิตยางเรเดียลได้ ซึ่งเกิดขึ้นได้เพราะรัฐบาลจีนให้การสนับสนุนเรื่องเงินทุนและมีระยะเวลาผ่อนชำระที่ยาวนาน ดังนั้นเมื่อผู้ประกอบการมีเงินทุนก็สามารถซื้อเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูงหรือซื้อใบอนุญาตจากเจ้าของเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้ในการผลิตยางเรเดียลได้ นอกจากนี้ ยังมีสถาบันวิจัยที่มีการวิจัยอย่างต่อเนื่อง มีการถ่ายทอดผลงานวิจัยและเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการเพื่อใช้พัฒนาคุณภาพสินค้า รวมถึงมีสถาบันการศึกษาเฉพาะทาง คือ มหาวิทยาลัยแห่งเมืองชิงเต่า ซึ่งร่วมมือกับโรงงานผู้ผลิต บริษัทผลิตเครื่องจักร ทำให้สามารถพัฒนาได้อย่างก้าวกระโดด จนปัจจุบันสามารถผลิตเครื่องจักรเพื่อจำหน่าย นอกเหนือจากการผลิตเครื่องจักรเพื่อใช้ในการผลิตยางรถยนต์ภายในประเทศเท่านั้น (ชโย ตระกูลดิษฐ์กุล, การสนทนาทางโทรศัพท์, 3 ธันวาคม 2552)

จากตัวอย่างข้างต้น แสดงให้เห็นถึงบทบาทของรัฐบาลจีนที่ช่วยเหลือสนับสนุนผู้ประกอบการของตนทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การกำหนดมาตรฐานต่างๆ การถ่ายทอดเทคโนโลยี แต่เมื่อพิจารณาในมุมมองของบริษัทต่างชาติหรือแม้แต่ผู้ประกอบการไทย กลับมองว่ารัฐบาลจีนมีบทบาทแทรกแซงด้านกฎระเบียบสูง ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมไปถึงการออกกฎระเบียบต่างๆ จำนวนมากและมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างบ่อย มีการเลือกปฏิบัติ ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุปสรรคการค้าที่มีใช้ภาษี ในกรณีของเครื่องหมาย CCC Mark บริษัทต่างชาติบางรายมีความเห็นว่า การปฏิบัติตามกฎระเบียบนี้ทำให้เกิดความล่าช้า มีความยุ่งยากและต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ต้องกระทำ ณ ห้องปฏิบัติการทดสอบที่ได้รับอนุญาตและตั้งอยู่ในประเทศจีนเท่านั้น รวมถึงต้องยื่นเอกสารทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมากและต้องใช้ภาษาจีนที่สำคัญคือ ฝ่ายจีนมีสิทธิในการยกเลิกหรือเพิกถอนเครื่องหมายรับรอง CCC Mark ที่ออกให้แล้วเช่นกัน (ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์, 2552: น.19)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอุตสาหกรรมผลิตภัณท์ยานพาหนะของไทยจะขาดองค์กรหรือหน่วยงานของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบการพัฒนาของอุตสาหกรรมอย่างมีเอกภาพ แต่หน่วยงานต่างๆ ของรัฐก็มีความพยายามที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณท์ยานพาหนะอยู่อย่างต่อเนื่องเห็นได้จากโครงการที่ต่างๆ ที่ได้ดำเนินการ อาทิเช่น (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550, น.3-35 – 3-36)

1. โครงการยกระดับขีดความสามารถในการทดสอบผลิตภัณฑ์ยางครบวงจร เพื่อการรับรองตามมาตรฐานระดับชาติ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ลงนามความร่วมมือกับ กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑืยาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เรื่อง “การพัฒนามาตรฐานการทดสอบและข้อกำหนดคุณภาพล้อยางตัน” ซึ่งเป็นการต่อยอดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุปกรณ์และเกณฑ์ทดสอบ เพื่อใช้ในการวัดระดับมาตรฐานคุณภาพของล้อรถยนต์ ประเภทยางล้อตัน โดยเป็นการนำผลงานวิจัยที่ได้มีการวิจัยเสร็จสิ้นแล้วในห้องปฏิบัติการ มาขยายผลงานพัฒนาสู่อุตสาหกรรมในเชิงพาณิชย์ เพื่อพัฒนามาตรฐานการทดสอบ และเสนอข้อกำหนดคุณภาพความทนทานของล้อยางตันของประเทศต่อไป ซึ่งสภาอุตสาหกรรมได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาล เพื่อนำมาพัฒนามาตรฐานและข้อกำหนดคุณภาพให้กับอุตสาหกรรมล้อยางตัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งแก่ผู้ผลิตยางล้อตัน และเพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ผู้ใช้ยางรถยนต์ประเภทยางล้อตันมากขึ้น ประกอบกับในปัจจุบันยังไม่มีประเทศใดที่จะกำหนดมาตรฐานเกณฑ์วัดคุณภาพล้อยางตันอย่างจริงจัง

2. โครงการพัฒนาความสามารถบุคลากรทางวิศวกรรมและด้านเทคโนโลยี ยางกระบวนการผลิต การบริหารจัดการและด้านการตลาดในอุตสาหกรรมยาง เพื่อยกระดับโรงงานและผู้ประกอบการสู่เวทีการค้าโลกและมาตรฐานสากล

สถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับยาง เช่น การฝึกอบรมกระบวนการผลิตผลิตภัณฑืจากยางแห้ง เป็นต้น อีกทั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยางไทย ก็มีการจัดฝึกอบรมเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น เทคโนโลยียางพื้นฐาน เป็นต้น

3. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลยางพาราและผลิตภัณฑืยางพารา

การจัดตั้งศูนย์ฐานข้อมูลยางพารา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อให้เป็นแหล่งรวบรวมความรู้เกี่ยวกับยางพารา <http://www.dbrubber.org/oaeweb/index.jsp>

ล่าสุดคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ออกประกาศที่ 2/2551 เรื่องมาตรการพิเศษเพื่อเร่งรัดการลงทุนในปีแห่งการลงทุน 2551-2552 ลงวันที่ 28 พฤศจิกายน 2551 กำหนดให้สิทธิและประโยชน์สูงสุดแก่ 6 กลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งรวมถึงกิจการผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะ (การผลิตยางยานพาหนะ) โดยเป็นกิจการสำคัญที่เป็นประโยชน์อย่างสูงกับประเทศและสามารถเริ่มต้นลงทุนได้เร็ว และกำหนดให้พื้นที่ทั่วประเทศ (ยกเว้นกรุงเทพฯ) เป็นเขตส่งเสริมการลงทุน และได้รับสิทธิและประโยชน์ดังนี้

- (1) มาตรา 28 ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรทุกเขต
- (2) มาตรา 31 ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี ทุกเขต (ไม่กำหนดวงเงิน)
- (3) มาตรา 35 สิทธิและประโยชน์ในเขตส่งเสริมการลงทุน ดังนี้

- ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการลงทุนในอัตรา

ร้อยละ 50 เป็นเวลาไม่เกิน 5 ปี

- หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้าและค่าประปา 2 เท่า ตามเงื่อนไข วิธีการและระยะเวลาที่คณะกรรมการกำหนด

- หักเงินค่าติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกจากกำไรสุทธิเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 25 ของเงินที่ลงทุนในการนั้น นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ

ทั้งนี้ จากการที่อุตสาหกรรมผลิตยางยานพาหนะต้องใช้ยางธรรมชาติเป็นจำนวนมาก และแม้ประเทศไทยจะส่งออกยางพารามากที่สุดในโลก แต่ร้อยละ 90 เป็นการส่งออกยางธรรมชาติในรูปผลิตภัณฑ์ขั้นต้น ในขณะที่มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ขั้นปลายน้ำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มภายในประเทศเพียงร้อยละ 10 ของปริมาณการผลิต ดังนั้นหากสามารถเพิ่มปริมาณการผลิตยางยานพาหนะภายในประเทศจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ยางธรรมชาติของไทยเป็นอย่างมาก คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงได้มีมติเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2552 กำหนดให้กิจการผลิตยางสำหรับยานพาหนะเป็นกิจการที่ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ โดยอยู่ในข่ายได้รับสิทธิยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรและยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี ทุกเขต สำหรับผลของมาตรการดังกล่าว ปรากฏว่า ในช่วงตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 – 31 สิงหาคม 2552 มีผู้ยื่นขอรับการส่งเสริมฯ ตามมาตรการนี้ทั้งสิ้น 105 โครงการ เงินลงทุนรวม 22,000 ล้านบาท แต่ในจำนวนนี้ยังไม่มีกิจการผลิตยางยานพาหนะยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนแต่อย่างใด (“นโยบายส่งเสริมการลงทุนใหม่”, 2552)

ในส่วนของข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่า บทบาทสำคัญที่รัฐบาลพึงกระทำมากที่สุดคือ การสร้างเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand condition) ด้วยการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะให้สูงขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความรู้และเกิดความต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานที่สูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็เพื่อกระตุ้นผู้ประกอบการไทยที่เคยผลิตได้เพียงสินค้าคุณภาพต่ำ ให้มีการยกระดับและพัฒนาเทคโนโลยีให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสูงขึ้น โดยที่ยังคงรักษาระดับราคาสินค้าให้อยู่เกณฑ์ที่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ได้ ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ (ชโย ตรังอดิศักดิ์กุล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

5.6 เหตุสุตวิสัย (Chance)

เหตุสุตวิสัยเป็นปัจจัยภายนอกที่อยู่เหนือการควบคุม ซึ่งมีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศเป็นอย่างมาก การเกิดการเปลี่ยนแปลงจากเหตุสุตวิสัยอาจทำให้ประเทศคู่แข่งสามารถเข้ามาแข่งขันและได้เปรียบผู้ผลิตรายเดิม ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตรายเดิมก็อาจได้รับผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงได้เช่นเดียวกัน

ในช่วงเวลาประมาณ 2 ปีที่ผ่านมา มีเหตุการณ์สุดวิสัยหลายเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทย อาทิเช่น

1. การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก เนื่องจากวิกฤติการณ์ทางการเงินในสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีผลทำให้ความต้องการรถยนต์ลดลง กระทบถึงความต้องการใช้ยางรถยนต์ที่ลดต่ำลงตามไปด้วย โดยผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ ผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ 3 รายใหญ่ ได้แก่ กู๊ดเยียร์ มิซลินและบริดจิสโตน เนื่องจากความต้องการรถยนต์ที่ต่ำลง ทำให้ปริมาณการผลิตรถยนต์ลดลง ส่งผลให้ยอดขายของบริษัทข้ามชาติทั้ง 3 ราย ลดต่ำลงไปด้วย เพราะยอดขายส่วนหนึ่งมาจากการส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายในตลาดโรงงานประกอบรถยนต์ (OEM) ในขณะที่ผู้ประกอบการคนไทยไม่ได้รับผลกระทบมากนัก เนื่องจากความต้องการใช้ยางรถยนต์ที่ต่ำลงเป็นส่วนของการซื้อรถยนต์ใหม่ แต่ความต้องการใช้ยางรถยนต์ในตลาดอะไหล่ (REM) ยังคงมีอยู่ เนื่องจากต้องเปลี่ยนตามอายุการใช้งาน ดังนั้นยางรถยนต์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการคนไทย และมีราคาไม่สูงมากนัก จึงยังคงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในภาวะที่เศรษฐกิจกำลังชะลอตัว (ชโย ตรังอดิษฐ์กุล, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552)

2. ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบที่มาจากผลิตภัณฑ์น้ำมัน เช่น ยางสังเคราะห์ สารเคมี มีราคาสูงขึ้น อีกทั้งยางธรรมชาติก็มีแนวโน้มราคาที่สูงขึ้นเนื่องจากยางธรรมชาติถือเป็นสินค้าทดแทนกับยางสังเคราะห์ เมื่อยางสังเคราะห์มีราคาเพิ่มสูงขึ้น จึงมีการบริโภคยางธรรมชาติทดแทน ประกอบกับการขยายตัวของเศรษฐกิจประเทศจีน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมรถยนต์และยางรถยนต์ของจีน ประเทศจีนมีความต้องการยางธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ราคายางธรรมชาติในตลาดโลกปรับเพิ่มสูงขึ้น กระทบต่อต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

3. อุตสาหกรรมยางยานพาหนะของจีนมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้จีนสามารถดึงดูดผู้ผลิตยางรายใหญ่ทั่วโลกไม่น้อยกว่า 20 ราย เข้าไปลงทุนในจีน อาทิ บริดจิสโตน มิซลิน กู๊ดเยียร์ คอนติเนนตัล เป็นต้น ผู้ผลิตยางข้ามชาติเหล่านี้เข้าสู่ตลาดจีนโดยใช้วิธีร่วมทุนกับผู้ประกอบการชาวจีนหรือควบรวมกิจการกับผู้ประกอบการรายย่อยของจีนเป็นหลัก ประกอบกับการแข่งขันอย่างรุนแรงของตลาดรถยนต์ในประเทศจีนที่ทำให้ผู้ผลิตต้องหาช่องทางลดต้นทุนของชิ้นส่วนรถยนต์ จึงเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตจากเกาหลีและไต้หวันเข้ามาแข่งขันมากขึ้น ทั้งหมดนี้เป็นแรงกดดันให้ผู้ผลิตยางรถยนต์ของจีนหันมาพัฒนาตัวเองให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้นและเพิ่มการส่งออกเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ประกอบกับการที่ค่าจ้างแรงงานในจีนต่ำกว่าในประเทศไทย ทำให้ยางรถยนต์ที่ผลิตจากจีนมีราคาถูกกว่าล้อยางที่นำเข้ามาจากประเทศอื่นและล้อยางที่ผลิตขึ้นในประเทศไทยเอง

ปัจจุบันนี้ยางรถยนต์จากจีนเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าเชิงอุตสาหกรรมและเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นตลาดระดับกลางและล่างที่นิยมเลือกซื้อล้อยาง โดยพิจารณาปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก นอกเหนือจากปัจจัยด้านคุณภาพและตราสินค้า ทั้งนี้มีการนำเข้าล้อยางหลายประเภท อาทิ ยาง OTR (Off-The-Road) ซึ่งเป็นยางที่ใช้สำหรับรถลาก รถแทรกเตอร์ เครื่องจักรการเกษตร รวมถึงล้อยางสำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์อีกด้วย ซึ่งเป็นการนำเข้ายางยี่ห้อต่างๆ ที่ผลิตโดยผู้ผลิตชาวจีน เช่น Superstone, Double Coin และ Aeolus เป็นต้น

ในอนาคตคาดการณ์ว่า ยางรถยนต์นำเข้าจากจีนจะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดระดับกลางและระดับล่างมากขึ้น และจะเพิ่มแรงกดดันให้กับผู้ผลิตล้อยางขนาดกลางและขนาดเล็กของไทย ซึ่งแต่เดิมมีฐานลูกค้าเป็นกลุ่มผู้ซื้อระดับกลางและล่าง หากผู้ผลิตไทยเหล่านี้ไม่สามารถลดต้นทุนการผลิตและพัฒนาคุณภาพสินค้าและตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของตลาดมากขึ้น ก็อาจจะต้องเผชิญความเสี่ยงค่อนข้างมาก ส่วนผู้ผลิตล้อยางรายใหญ่ของไทยอาจจะยังไม่ได้รับผลกระทบมากนักในระยะสั้น เนื่องจากตลาดของผู้ผลิตเหล่านี้เป็นตลาดระดับบน ซึ่งจีนยังไม่สามารถเข้าถึงได้ แต่เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต รัฐบาลไทยควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตของไทยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีด้วยต้นทุนที่ต่ำลง นอกจากนี้ภาครัฐยังควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตของไทยพิจารณาขยายสายการผลิตไปสู่ล้อยางที่หลากหลายประเภทมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตยางเรเดียลที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น

5.7 การวิเคราะห์ในเชิงพลวัต

จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมา พบว่า โดยแท้จริงแล้วผลกระทบของแต่ละปัจจัยไม่ได้แบ่งแยกจากกันอย่างชัดเจน แต่กลับมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ โดยผลกระทบจากปัจจัยหนึ่งอาจส่งผลกระทบไปยังอีกปัจจัยหนึ่ง และส่งผลให้ผลของปัจจัยอีกตัวหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะส่งผลกระทบเป็นระบบลูกโซ่ต่อไป กันไป ดังนั้น หากต้องการศึกษาถึงความสามารถในเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยให้เข้าใจอย่างแท้จริง จะต้องศึกษาถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของอุตสาหกรรมนี้อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตและการส่งออก

โดยในอดีตที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี พ.ศ.2505 อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยเริ่มต้นด้วยการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าและสนับสนุนอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ และขยายตัวมากขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2514 -2520 เนื่องจากรัฐบาลกำหนดนโยบายบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ (Local Content) ส่งผลให้มีการขยายการลงทุนจากบริษัทต่างชาติในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ในประเทศไทย ต่อมาในช่วงปี พ.ศ.

2521-2530 รัฐบาลไทยหันไปส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออก (Export Oriented Industrialization) ลดการนำเข้าและเพิ่มการคุ้มครองอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศ โดยในช่วงเวลาเดียวกันนี้อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยยังคงมีการขยายการลงทุนของบริษัทข้ามชาติทั้ง 3 ราย และการเกิดขึ้นของบริษัทคนไทยที่เคยทำงานกับบริษัทข้ามชาตินั้นนานมาก่อน ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2539 มีการเปิดเสรีอุตสาหกรรมรถยนต์ ส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์มีการขยายตัวตามไปด้วย จนกระทั่งเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540 รัฐบาลไทยประกาศลอยตัวค่าเงินบาท ทำให้ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงอย่างมาก ซึ่งมีผลให้ราคาสินค้าส่งออกของประเทศไทยมีราคาตลาดต่ำลง ช่วยให้สามารถส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้มากขึ้น ผู้ผลิตจึงหันไปเน้นการส่งออกมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์เกิดการขยายตัวอย่างมาก และตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2543 ประเทศไทยยกเลิกมาตรการกำหนดสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนชิ้นต่ำในประเทศ (Local content requirement) แต่ก็มี การปรับภาชนะนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์สำเร็จรูป (CKD) เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพื่อคุ้มครองผู้ประกอบการชิ้นส่วนรถยนต์ภายในประเทศ จนกระทั่งปี พ.ศ.2546 เป็นต้นมาที่รัฐบาลตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางผลิตรถยนต์ในเอเชีย ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์เติบโตอย่างมาก รวมไปถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างชิ้นส่วนยานยนต์และยางยานพาหนะ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ในช่วงเวลาที่ผ่านมาอุตสาหกรรมผลิตภัณท์ยางยานพาหนะของไทยเติบโตและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ โดยอาศัยนโยบายของรัฐบาลที่ให้การคุ้มครองต่ออุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์ ประกอบกับนโยบายเรื่องค่าเงินบาท รวมถึงนโยบายที่ส่งเสริมการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ จนกระทั่งปัจจุบันประเทศไทยได้กลายเป็นฐานการผลิตยานยนต์ของบริษัทยักษ์ใหญ่ของโลก และบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่จากทวีปเอเชีย

เมื่อพิจารณาอุตสาหกรรมผลิตภัณท์ยางยานพาหนะของไทยในช่วงปี พ.ศ.2550-2552 ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะชะงักงัน พบว่า อุตสาหกรรมนี้ต้องประสบปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของราคายางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์และวัตถุดิบอื่นๆ ค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่าประเทศคู่แข่งอย่างจีน รวมถึงต้นทุนด้านโลจิสติกส์ที่สูงแม้ว่าจะมีความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีโดยเฉพาะ เนื่องจากสถาบันการศึกษาในประเทศยังผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถตรงกับสายงานได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรม ประกอบกับการวิจัยและพัฒนาในประเทศไทยยังไม่สามารถนำมาใช้งานในเชิงพาณิชย์ มีผลให้ผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทคนไทยยังคงต้องพึ่งพาการซื้อเทคโนโลยีจากต่างประเทศเช่นเดียวกับเมื่อครั้งที่เริ่มก่อตั้งบริษัทผลิตรถยนต์ขึ้นในประเทศไทยเป็นครั้งแรก

นอกจากนี้ การที่ผู้ประกอบการคนไทยซึ่งส่วนมากเป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็ก มีปัญหาเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเนื่องจากขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน ทำให้โอกาสที่จะขยายกิจการ หรือปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีให้ทันสมัยเป็นไปได้ยากยิ่งขึ้น ซึ่งการที่ประเทศไทย ไม่สามารถผลิตและพัฒนาเครื่องจักรได้เอง ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นคนไทยขาดจุดแข็ง ที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรม ในขณะที่ผู้ประกอบการที่เป็นบริษัท ข้ามชาติใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ ทำให้ผู้ผลิตกลุ่มนี้สามารถครอง ส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่เอาไว้ได้ และมีความสามารถในการแข่งขันทั้งในตลาดภายในประเทศ และตลาดโลก ในส่วนของอุตสาหกรรมสนับสนุนยังขาดความเข้มแข็ง ส่วนบทบาทของรัฐบาลนั้น ขาดเอกภาพในการทำงานและไม่มีแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน ดังนั้นแม้ว่าจะมีหลายหน่วยงานเข้ามา เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้ ก็ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้ไม่มากนัก

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม จะพบว่า การที่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยานพาหนะของไทย ยังคงมีความสามารถในการแข่งขันเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง ก็โดยอาศัยความสามารถของ ผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติยักษ์ใหญ่ของโลกและบริษัทขนาดใหญ่ในเอเชีย ที่เข้ามาตั้งฐาน การผลิตในประเทศไทยตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา เนื่องจากบริษัทเหล่านี้มีความพร้อมทั้งด้านเครื่องจักร เทคโนโลยี เงินทุน ความรู้และบุคลากร รวมทั้งการวิจัยและพัฒนาในด้านกระบวนการผลิตและ ผลิตภัณท์อย่างต่อเนื่อง สำหรับผู้ประกอบการคนไทยแม้จะไม่ใช่กำลังหลักในอุตสาหกรรมนี้ แต่ก็ยังคงมีบทบาทในการผลิตและจำหน่ายยานยนต์ในตลาด REM ทั้งระดับกลางและระดับล่าง และมีความได้เปรียบในด้านของคุณภาพและมาตรฐานสินค้าที่เชื่อถือได้ในตลาดโลก เนื่องจาก ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยานพาหนะของไทย มีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ (ดังแบบจำลอง Diamond Model) ทำให้เมื่อเกิดปัญหา กับ ส่วนหนึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อส่วนอื่นๆ ด้วย ดังนั้นการแก้ปัญหา ก็ควรทำ อย่างเป็นระบบตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยเริ่มจากการรักษาความสมดุลระหว่างอุตสาหกรรม ต้นน้ำกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยานพาหนะซึ่งเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ เพื่อลดความผันผวน ของราคาวัตถุดิบ การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้วยการใช้ระบบรางและการขนส่งทางน้ำ เพื่อลด ต้นทุนค่าขนส่งให้ต่ำลงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น การพัฒนาหลักสูตรการศึกษาให้สามารถผลิต บุคลากรที่มีความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมและเทคโนโลยีอย่างโดยเฉพาะ การจัดตั้งหน่วยงาน ที่มีอำนาจหน้าที่ดูแลและส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้อย่างเป็นทางการ ขณะเดียวกันก็ควรเน้นให้ ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้คนไทยสามารถผลิตและพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยี

ได้เองในประเทศไทย มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้สิ่งที่มีผลผลิตต้องให้ความสำคัญ คือ การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงที่สม่ำเสมอ และได้มาตรฐาน เพื่อรักษาชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ รวมทั้งเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันให้มีความยั่งยืน

ดังนั้น โดยรวมแล้วประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าประเภทนี้ เพียงแต่ไม่มีกรอบหรือแนวทางที่ชัดเจนในการพัฒนาอย่างเป็นระบบตลอดห่วงโซ่การผลิต ทำให้ยากต่อการควบคุมและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น จึงส่งผลต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ ดังที่ผ่านมา ดังนั้น ในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นโอกาสที่ดีในการเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส เนื่องจากทำให้ประเทศไทยหันกลับมามองปัญหาตั้งแต่จุดเริ่มต้นของปัญหา และมีแนวคิดที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยอย่างเป็นระบบมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการคนไทย ดังนั้น หากประเทศไทยมีการแก้ไขปัญหาทั้งระบบอย่างจริงจัง เชื่อได้ว่า ประเทศไทยจะยังคงสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

5.8 แนวโน้มในอนาคตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทย

สำหรับแนวโน้มในอนาคตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะของไทยนั้น จากการรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูจากแหล่งต่างๆ และจากการสัมภาษณ์ ดร.ชโย ตรีงอดิษฐ์กุล ประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

จากการที่เศรษฐกิจโลกต้องประสบภาวะวิกฤติอันเนื่องมาจากวิกฤติการเงินในสหรัฐอเมริกา นั้น รัฐบาลประเทศต่างๆ ได้มีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจออกมาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ตลาดรถยนต์โลก ในปัจจุบันเริ่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในประเทศที่เป็นตลาดรถยนต์ขนาดใหญ่ของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา จีนและญี่ปุ่น ซึ่งมีผลดีสืบเนื่องมายังตลาดยางรถยนต์ด้วยเช่นกัน โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลประเทศต่างๆ โดยเฉพาะมาตรการทางด้านภาษีและการให้เงินสนับสนุนการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน เช่น โครงการ Cash for Clunkers ของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา โครงการเปลี่ยนรถใหม่ของรัฐบาลจีน และโครงการ Green Car ของรัฐบาลญี่ปุ่น (“ส่งออกรถยนต์ไทยครั้งหลัง 2552 มีสัญญาณดีขึ้น”, 2552)

เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มที่ดีขึ้นของอุตสาหกรรมรถยนต์ดังกล่าวข้างต้น จึงคาดการณ์ได้ว่า การผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะในอนาคตจะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ตามการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ ประกอบกับการเติบโตของรถยนต์ประหยัดพลังงาน

มาตรฐานสากล หรืออีโคคาร์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือบีโอไอ ได้อนุมัติส่งเสริมการลงทุนให้กับบริษัทรถยนต์ในโครงการผลิตรถยนต์นั่งประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล หรืออีโคคาร์ เพิ่มเติมอีก 3 ราย เมื่อวันที่ 2 เมษายน พ.ศ.2551 ได้แก่ บริษัท มิตรชุบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด มูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น 4,711 ล้านบาท บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มูลค่าเงินลงทุน 4,642 ล้านบาท และบริษัท ทาทา มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด มูลค่าเงินลงทุน 7,317 ล้านบาท จากเดิมที่อนุมัติไปแล้ว 3 ราย เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ.2550 คือ บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล จำกัด มูลค่าเงินลงทุน 7,588 ล้านบาท บริษัท สยามนิสสัน ออโตโมบิล จำกัด มูลค่าเงินลงทุน 5,500 ล้านบาท และบริษัท ชูทูกิ มอเตอร์ จำกัด มูลค่าเงินลงทุน 9,500 ล้านบาท รวมจำนวนทั้งสิ้น 6 โครงการ โดยคาดว่าจะผลิตอีโคคาร์ออกสู่ตลาดตั้งแต่นั้นปี พ.ศ.2553 เป็นต้นไป (“อีโคคาร์ ‘มิตรชุบิชิ-ทาทา’ เปิดราคาไม่เกิน 3.5 แสน”, 2551)

สำหรับข้อกำหนดหลักของอีโคคาร์ คือ เครื่องยนต์เบนซินขนาดไม่เกิน 1,300 ซีซี หรือเครื่องยนต์ดีเซลไม่เกิน 1,400 ซีซี มาตรฐานไอเสีย ยูโร 4 ปล่องก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่า 200 กรัม/กม. อัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงต้องทำได้ 5 ลิตร/100 กม. มีการผลิต 1 แสนคัน ภายในปีที่ 5 และมาตรฐานความปลอดภัย UNECE 94/95 (“นิสสัน ประกาศความพร้อมขาย อีโคคาร์”, 2552)

นอกจากนี้ยังมีการเติบโตของรถยนต์ขนาดเล็กซึ่งมีราคาถูกและประหยัดพลังงาน เห็นได้จากการที่ฟอร์ด มอเตอร์ คัมปะนีและมาสด้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น ได้ร่วมลงทุนเมื่อ พ.ศ.2550 เงินลงทุนประมาณ 17,000 ล้านบาท ในโรงงานผลิตรถยนต์นั่งขนาดเล็กแห่งใหม่ของ บริษัท ออโต้อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ เอเอที ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากของผู้ผลิตรายยนต์ชั้นนำระดับโลกทั้งสอง โดยได้เริ่มผลิตรถยนต์ขนาดเล็กหรือประเภท “บี-คาร์” ของฟอร์ดและมาสด้าในพ.ศ.2552 และในอนาคตจะสามารถรองรับการผลิตรถยนต์ต่างๆ หลายรุ่น รวมไปถึงรถยนต์ขนาดกลางด้วย (“ฟอร์ด-มาสด้าประกาศลงทุนเพิ่มกว่า 500 ล้านเหรียญสหรัฐ”, 2550) รวมทั้งมีความเป็นไปได้สูงที่จะมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาแข่งขันในตลาดยางรถยนต์ ดังนั้นเมื่อราคารถยนต์ถูกลง และสามารถประหยัดพลังงานได้มากขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อ และมีการใช้รถยนต์มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความต้องการยางรถยนต์ใหม่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

ในเรื่องของเทคโนโลยีนั้น ยางรถยนต์ที่ใช้เทคโนโลยีซึ่งช่วยทำให้ยางรถยนต์สามารถซ่อมแซมตัวเองเมื่อเกิดรอยรั่ว เป็นเพียงความต้องการในตลาดเล็กเท่านั้น ในขณะที่ตลาดยุโรป ต้องการยางที่ใช้เทคโนโลยี run-flat tire technology ซึ่งโครงยางได้ออกแบบใหม่เพื่อรองรับน้ำหนักรถยนต์ ดังนั้น แม้ยางรถยนต์จะรั่วจนไม่มีลมเหลืออยู่เลย แต่รถยนต์ก็ยังสามารถแล่นด้วยความเร็ว 80 กม./ชม. ได้เป็นระยะทาง 200 กิโลเมตร ซึ่งช่วยให้ผู้ขับขี่มีเวลามากพอที่จะขับรถยนต์

ไปถึงศูนย์บริการเพื่อเปลี่ยนยางเส้นใหม่ ทั้งนี้ได้มีการกำหนดข้อบังคับ (Regulation) ให้รถยนต์ใหม่ ต้องติดเซ็นเซอร์ส่งสัญญาณให้ผู้ขับขี่ทราบเมื่อยางรถยนต์รั่ว โดยเซ็นเซอร์ที่ใช้อยู่มี 2 ประเภท คือ

1. แบบ Passive จะทำหน้าที่วัดการหมุนของล้อทั้ง 4 ซึ่งในภาวะปกติยางรถยนต์ ทั้ง 4 เส้น จะหมุนด้วยความเร็วที่เท่ากัน แต่หากยางรถยนต์เส้นใดรั่ว ปริมาณลมภายในยางลดลง ทำให้ยางมีขนาดเล็กลง การหมุนของยางเส้นนั้นจะช้าลง เซ็นเซอร์จะส่งสัญญาณบอกให้ผู้ขับขี่ ทราบว่ายางรถยนต์มีความผิดปกติเกิดขึ้น แต่ไม่สามารถระบุได้ว่า เกิดขึ้นกับยางรถยนต์ที่ตำแหน่งใด ซึ่งเซ็นเซอร์แบบนี้จะมีราคาถูกและมีค่าบำรุงรักษาต่ำ

2. แบบ Active จะสามารถวัดปริมาณลมภายในยางรถยนต์แต่ละเส้นได้ในขณะที่ล้อหมุน สามารถบอกได้ว่ายางรถยนต์เส้นใดเกิดการรั่ว ซึ่งเซ็นเซอร์ประเภทนี้ผลิตได้ยากและมีราคาแพง

นอกจากนี้ ในปัจจุบันสหภาพยุโรปกำลังอยู่ระหว่างพิจารณาร่างข้อเสนอกฎระเบียบ ในเรื่องการติดฉลากยางรถยนต์โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพในการประหยัดเชื้อเพลิง และตัวชี้วัด ที่สำคัญอื่นๆ (Labelling of tyres with respect to fuel efficiency and other essential parameters) และเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2552 สหภาพยุโรปได้สรุปผลเรื่องการร่างระเบียบ การติดฉลากยางรถยนต์ สรุปได้ว่า ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2555 เป็นต้นไป ยางรถยนต์ สำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล (C1) รถประเภท Light utility vehicle (C2) และยานพาหนะขนาดใหญ่ (C3) จะต้องมีฉลากที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการประหยัดเชื้อเพลิงและตัวชี้วัดที่สำคัญอื่นๆ เรียงจาก A ประสิทธิภาพสูงสุด ถึง G ประสิทธิภาพต่ำสุด โดยตัวชี้วัดมี 3 ประเภท ได้แก่ ประสิทธิภาพในการประหยัดเชื้อเพลิง (fuel efficiency) สภาพการเกาะติดถนนในยามพื้นเปียก (wet grip class) ระดับเสียงจากยาง (external rolling noise)

หลังจากวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2555 เป็นต้นไป ผู้จัดจำหน่ายยางรถยนต์จากโรงงาน สำหรับรถยนต์ประเภท C1 และ C2 จะต้องให้ข้อมูลแก่ผู้ซื้อ (ร้านค้าหรืออู่ซ่อมรถยนต์) ถึงประสิทธิภาพ ในการประหยัดเชื้อเพลิงของยางซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการติดสติ๊กเกอร์บนสินค้า หรือการแสดงฉลาก ควบคู่กับสินค้าในการจัดจำหน่าย นอกจากการจัดระดับ A ถึง G แล้ว ยังมีการจัดระดับสำหรับยาง ที่มีระดับเสียงต่างกันในขณะที่ขับเคลื่อน โดยสภายุโรปเสนอให้มีการออกแบบรูปภาพใหม่บนฉลาก และแสดงระดับเสียงจากยางเป็นหน่วยเดซิเบล ทั้งนี้ ยางรถยนต์ที่อยู่ภายใต้ระเบียบดังกล่าว ไม่รวมถึงยางประเภท Re-treaded tyres, off-road tyres และ racing tyres ทั้งนี้คณะกรรมการ มาตรฐานยุโรปจะเป็นหน่วยงานที่อธิบายความหมายของสิ่งที่ยูอยู่บนฉลากยางรถยนต์ และการคำนวณ การประหยัดเชื้อเพลิงบนเว็บไซต์ภายในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2555 และร่างระเบียบดังกล่าวจะต้อง ผ่านการรับรองจากคณะมนตรียุโรป (ตัวแทนประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป) ก่อนที่จะได้รับการรับรอง อย่างเป็นทางการขั้นสุดท้ายจากสภายุโรปต่อไป

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ ภายในสหภาพยุโรปมีการวิจารณ์ว่า ร่างระเบียบนี้ มีความเข้มงวดน้อยลง เนื่องจากได้รับแรงกดดันจากผู้ผลิตยางรถยนต์ภายในสหภาพยุโรป โดยมีทางเลือกให้มีการติดสติ๊กเกอร์บนสินค้าหรือแสดงฉลากให้กับผู้ซื้อก่อนที่จะจัดจำหน่ายยาง ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางโดยสมัครใจและไม่สามารถบังคับใช้ได้จริง แทนที่จะบังคับให้ติดสติ๊กเกอร์บนตัวสินค้าโดยตรง อย่างไรก็ตามผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหญ่ คือ มิซลิน ให้ความเห็นว่า จะแสดงฉลากบนยางรถยนต์โดยตรง แม้ว่าการกระทำดังกล่าวจะไม่ใช้มาตรการบังคับก็ตาม ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้ผู้ผลิตรายอื่นดำเนินการเช่นเดียวกับมิซลินเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดผู้บริโภค (“ความคืบหน้าร่างข้อบังคับอียูเรื่องการติดฉลากยางรถยนต์”, 2552)

ในส่วนของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดยางรถยนต์แห่งใหญ่อีกแห่งของโลก ก็เห็นด้วยกับสหภาพยุโรปในการกำหนดกฎระเบียบเรื่องการติดฉลากยางรถยนต์ แต่ยังไม่สรุปรูปแบบของฉลากที่ใช้ และเมื่อพิจารณาศักยภาพของผู้ประกอบการไทย พบว่า ผู้ประกอบการไทยสามารถทำได้เฉพาะมาตรฐานเรื่องเสียงเท่านั้น เนื่องจากปัจจุบันมาตรฐานเรื่องเสียงยังอยู่ในระดับต่ำ และในอนาคตเมื่อสหภาพยุโรปมีการปรับปรุงมาตรฐานยางรถยนต์ให้สูงขึ้น จะเป็นเรื่องยากสำหรับผู้ประกอบการไทยในการที่จะพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานดังกล่าว

ดังนั้น จากการวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ จะเห็นได้ว่ากฎระเบียบเรื่องการติดฉลากยางรถยนต์จะมีผลกระทบโดยตรงต่อผู้ผลิตยางรถยนต์ ดังนั้นผู้ประกอบการไทยควรเร่งศึกษารายละเอียดของข้อกำหนดการติดฉลากยางรถยนต์ของสหภาพยุโรปโดยละเอียด และเร่งหาแนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามมาตรฐานดังกล่าว เพื่อประโยชน์ในการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังตลาดยุโรปในอนาคต