

## บทที่ 5

## สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะ

## สรุป

อุตสาหกรรมยางรถยนต์ของไทย ในช่วงแรกเป็นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ แต่ต่อมาภายหลังสามารถผลิตได้จำนวนมากและส่งเป็นสินค้าออก นำเงินตราเข้าประเทศปีละไม่น้อย

อุตสาหกรรมยางรถยนต์ของอาศัยเงินทุนอันมหาศาลสำหรับเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัย เพื่อให้สามารถผลิตได้จำนวนมาก (mass production) จึงจำเป็นต้องร่วมลงทุนกับต่างชาติ และสนับสนุนแรงงานในประเทศ

ขั้นตอนการผลิตยางรถยนต์นั้น วัตถุดิบที่สำคัญคือยางธรรมชาติและยางเขม่าดำ ซึ่งสามารถผลิตขึ้นได้ในประเทศ สำหรับวัตถุดิบอื่น ๆ ที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ประกอบด้วย ยางสังเคราะห์ น้ำมันสังเคราะห์ เส้นลวดขอบยางและเคมีภัณฑ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นอีกหลายชนิด

การตลาดของยางรถยนต์ ในช่วงแรกไม่มีการแข่งขันเพราะความต้องการมีมากกว่าการผลิต แต่ต่อมาในระยะหลังเมื่อโรงงานชั้นนำขยายกำลังการผลิตสามารถผลิตได้มากขึ้น ประกอบกับมีโรงงานย่อย ๆ และโรงงานหลักรองยางเกิดขึ้นมากพร้อมกันนั้น ยางรถยนต์จากต่างประเทศได้ระบายสต็อกเก่าเข้ามาในประเทศเป็นจำนวนมากด้วยราคาที่ถูกลง ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างหนัก เพื่อแย่งส่วนการตลาด บริษัทผู้ผลิตชั้นนำ จึงได้มีการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานทางด้านการตลาด ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดมากขึ้น

ในการทดสอบสมรรถนะ (AON) ที่ว่า แนวโน้มการส่งออกของไทยมีปริมาณสูงขึ้น ได้ทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ถึงตัวเลขและมูลค่าการส่งออก



ที่กรมศุลกากร ได้รวบรวมไว้ แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยได้มีการส่งออกเพิ่มขึ้น  
อย่างรวดเร็ว ระหว่างปี พ.ศ. 2520 ถึง พ.ศ. 2523 (ตามตารางที่ 2.12  
ในปี พ.ศ. 2520 สามารถส่งออกประมาณ 17,000 เส้น มูลค่าประมาณ 9 ล้านบาท  
ในปี พ.ศ. 2521 ส่งออกเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 34,000 เส้น มูลค่าประมาณ 28  
ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2522 ส่งออกเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 90,000 เส้น มูลค่าประมาณ  
77 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2523 สามารถส่งออกเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนถึงประมาณ  
300,000 เส้น มูลค่าประมาณ 268 ล้านบาท ภายหลังจากปี พ.ศ. 2523 เกิด  
วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ เนื่องจากกลุ่มประเทศผู้ค้าน้ำมันได้ขึ้นราคาน้ำมันดิบซึ่ง  
เป็นเชื้อเพลิงที่จำเป็นสำหรับทุกชาติอีกประมาณ 100% เกิดผลชะงักชะงันทางเศรษฐกิจ  
สำหรับประเทศไทยได้ถูกผลกระทบนี้เช่นเดียวกัน ทำให้การส่งออกเริ่มลดลงเป็นในปี  
พ.ศ. 2524 ส่งออกประมาณ 200,000 เส้น มูลค่าประมาณ 166 ล้านบาท ในปี  
พ.ศ. 2525 ได้ประสบปัญหาเนื่องจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้  
ซึ่งมีกำลังผลิตที่สูงกว่าประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ได้ระบายสต็อกยางรถยนต์เก่าออก  
สู่ทั่วโลกด้วยราคาที่ต่ำกว่า ทำให้การส่งออกของประเทศไทยลดลงเหลือจำนวนประมาณ  
100,000 เส้น มูลค่าประมาณ 80 ล้านบาท ส่งผลถึงปี พ.ศ. 2526 ส่งออกลดลง  
เหลือจำนวนประมาณ 90,000 เส้น มูลค่าประมาณ 78 ล้านบาท เมื่อพิจารณาการส่ง  
ออกในปี พ.ศ. 2523 ซึ่งเป็นปีที่ส่งออกได้สูงสุด ลำดับมูลค่าของประเทศยางรถยนต์  
ที่ส่งออกมีดังนี้คือ (ตารางที่ 2.11) ยางรถบรรทุกและโดยสาร จำนวน 162,359 เส้น  
มูลค่าประมาณ 200 ล้านบาท ยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 131,063 เส้น มูลค่า  
ประมาณ 47 ล้านบาท และรถคณนแทรกเตอร์ จำนวน 8,072 เส้น มูลค่าประมาณ  
21 ล้านบาท เมื่อพิจารณาในปี พ.ศ. 2526 ยางรถบรรทุกและโดยสารส่งออกจำนวน  
27,076 เส้น มูลค่าประมาณ 39 ล้านบาท ยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 54,025  
เส้น มูลค่าประมาณ 19 ล้านบาท และยางรถคณนแทรกเตอร์ จำนวน 9,636 เส้น  
มูลค่าประมาณ 19 ล้านบาท ซึ่งเป็นประเภทเดียวที่มีจำนวนและมูลค่าเพิ่มขึ้น ประเภท  
อื่น ๆ มีจำนวนและมูลค่าลดลงเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การส่งออกของไทยนำมา  
เทียบกับในระยะแรก ๆ จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ในระยะหลังแนวโน้มเริ่มลดลง ตาม  
ภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งตกต่ำทั่วโลก การทดสอบสมมติฐาน (Ho) -) ที่ว่า แนวโน้มการ

การส่งออกของไทยมีปริมาณสูงขึ้น มีส่วนที่เป็นจริงมีในระยะแรก จาก พ.ศ. 2520-2503 แต่ไม่เป็นจริงหลังจาก พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา สิ่งที่จะต้องพิจารณารวมประกอบได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจทั่วโลก ปริมาณการผลิตของประเทศคู่แข่ง และแนวโน้มของราคาวัตถุดิบ ซึ่งจะมีผลต่อการลงทุนการผลิต

ในการทดสอบสมมติฐาน (H<sub>0</sub>) - ที่ว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคาของยางรถยนต์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ทำการทดสอบโดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิต ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย บริษัทผู้ขายน้ำมัน บริษัทที่มีรถยนต์สำหรับการใช้งานในส่วนบุคคล และ หน่วยงานรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจที่มีรถยนต์สำหรับการใช้งานในส่วนบุคคล และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามผู้ใช้รถยนต์โดยทั่วไป ในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า การดำเนินกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ คุณภาพ และยี่ห้อ รวมทั้งราคาของยางรถยนต์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นเป็นจริง โดยจะเห็นได้ว่า บริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์ชั้นนำได้ดำเนินการผลิตยางรถยนต์นั่งและยางรถบรรทุกโดยสารขนาดเล็ก ชนิดยางเรเดียล ซึ่งให้ความปลอดภัย เนื่องจากเกาะถนนได้ดีกว่าออกสู่ตลาด ซึ่งในเวลาต่อมาได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ทุกวันนี้ปริมาณการผลิตยางรถยนต์นั่งชนิดยางเรเดียลมีมากกว่าชนิดยางธรรมดา (ความตารางที่ 2.4) โดยในปี พ.ศ. 2526 บริษัทผู้ผลิตยางชั้นนำมีปริมาณการผลิตยางธรรมดาประมาณ 176,937 เส้น และยางเรเดียลประมาณ 559,089 เส้น และจากการวิจัยจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องของความตารางที่ 10, 11, 16, 17, 18 และ 19 ของบทที่ 4 แสดงให้เห็นว่า คุณภาพ ราคา และยี่ห้อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยสามารถเรียงลำดับทัศนคติได้ดังนี้

คุณภาพ	เป็นอันดับที่ 1
ราคา	เป็นอันดับที่ 2
ยี่ห้อ	เป็นอันดับที่ 3

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและวิจัยจากแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ต่อยางรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์ โรงงานประกอบรถยนต์ ตลอดจนตัวแทนของกลุ่มผู้ใช้ยางรถยนต์ทดแทนของเก่า

ซึ่งได้แก่ ร้านค้า (Dealer) บริษัทผู้ขายน้ำมัน (TBA Tyre Battery and Assambly) บริษัทที่มีรถยนต์สำหรับการใช้งานในส่วนของตน (Fleet) และหน่วยงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจที่มีรถยนต์สำหรับการใช้งานในส่วนของตน (Government) สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 20-40 ปี ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มทำงานและอยู่ในระหว่างการทำงาน นอกจากนี้ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมากเป็นเพศชาย แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้รถยนต์ที่เป็นเพศหญิงมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น สำหรับอัตราส่วนของเพศชาย : เพศหญิง ของผู้กรอบแบบสอบถามเป็น 3 : 1
2. ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมากมีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน สำหรับอาชีพที่รองลงไปได้แก่ ข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ นอกจากนี้ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมากมีรายได้โดยประมาณอยู่ในช่วง 3,001-6,000 บาท
3. ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมาก ใช้รถยนต์ที่ประกอบในประเทศยี่ห้ออื่นมากกว่า ยี่ห้อยุโรปและอเมริกา เป็นอัตราส่วน 5 : 2 แสดงว่ารถยนต์ยี่ห้อญี่ปุ่นครองตลาดเมืองไทย
4. ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนมากใช้ยางเรเดียมากกว่ายางธรรมดา โดยมีอัตราส่วนของยางธรรมดาต่อยางเรเดียลเท่ากับ 3 : 5 และใช้ยางรถยนต์ที่ผลิตในประเทศมากกว่าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยี่ห้อที่ได้รับความนิยมเรียงลำดับดังนี้คือ บริคส์โตน ไฟร์สโตน และกุกเกียร์
5. ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมากจะเปลี่ยนยางรถยนต์ต่อเมื่อยางรถยนต์นั้นหมดสภาพลง ซึ่งตามความเป็นจริงควรเปลี่ยนตามคู่มือแนะนำไว้ เพราะจะปลอดภัยมากกว่า
6. ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมาก รู้มาก่อนแล้วว่ายางรถยนต์ยี่ห้อกุกเกียร์ ไฟร์สโตน และบริคส์โตน สามารถผลิตภายในประเทศ
7. ผู้ใช้รถยนต์ที่เคยใช้ยางรถยนต์ที่นำเข้าส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่ายางรถยนต์เหล่านั้นมีความทนทานและปลอดภัยสูงกว่า

8. ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมาก มีความคิดเห็นในการ เปลี่ยนยางรถยนต์โดยจะเปลี่ยนตามของเดิมที่ใช้อยู่ เพราะมีความเชื่อถือต่อยี่ห้อ

9. ผู้ใช้รถยนต์ที่ใช้อย่างรถยนต์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ส่วนมากมีความเห็นว่า ปลอดภัยกว่า แต่ยังมีอีกไม่น้อยที่ยังไม่สามารถระบุความคิดเห็น

10. ผู้ใช้รถยนต์ที่เคยใช้อย่างรถยนต์ที่นำเข้ามา และยางที่ผลิตในประเทศส่วนมาก มีความเห็นว่า คุณภาพเท่าเทียมกัน

11. ผู้ใช้รถยนต์ ส่วนมากมีทัศนคติว่า คุณภาพ ยี่ห้อ และราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเขา โดยมีลำดับความสำคัญ คือ

คุณภาพ เป็นอันดับที่ 1

ราคา เป็นอันดับที่ 2

ยี่ห้อ เป็นอันดับที่ 3

12. ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมาก มีความคิดเห็นทางด้านราคาของยางรถยนต์ว่าเป็นราคาที่พอสมควร

13. ผู้ใช้รถยนต์ที่มีอายุในช่วง 31-40 ปี เห็นว่า คุณภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ

14. ผู้ใช้รถยนต์ ที่มีอาชีพ เป็น นักเรียน นิสิต นักศึกษา เห็นว่า ยี่ห้อ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ แต่เป็นกลุ่มที่ไม่ได้จ่ายเงินซื้อเอง

15. ผู้ใช้รถยนต์ที่มีรายได้ประมาณ 1,000-3,000 บาทต่อเดือน เห็นว่า ราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ

16. บริษัทผู้ผลิต ยี่ห้อ ยางรถยนต์ และร้านค้า ส่วนใหญ่มีความเห็นต่อการจำหน่ายยางรถยนต์นี้บุคคลว่าอย่างไร เคยจำหน่ายได้ดีกว่ายางธรรมดา

17. บริษัทผู้ผลิต ยี่ห้อ ยางรถยนต์ และกลุ่มตัวแทนผู้ใช้ยางรถยนต์ทดแทนยางเก่า ส่วนมากมีความเห็นว่า อายุการใช้งานของยางรถยนต์อยู่ระหว่าง 1 ปีถึง 1 ปีครึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการใช้งานของรถยนต์และถนนหนทาง

18. บริษัทผู้ผลิต ตัวแทนนำเข้า ร้านค้า และกลุ่มตัวแทนผู้ใช้อย่างรถยนต์ ทดแทนยางเก่า ส่วนมากมีความเห็นว่าการเปลี่ยนยางรถยนต์มีสาเหตุมาจากการหมดสภาพของยางรถยนต์ที่ใช้อยู่

19. บริษัทผู้ผลิต ตัวแทนนำเข้า โรงงานประกอบรถยนต์ ร้านค้า และกลุ่มผู้ใช้อย่างรถยนต์ทดแทนยางเก่า มีความเห็นพ้องกันว่า คุณภาพ ยี่ห้อ และราคาของยางรถยนต์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

สรุปได้ว่าในการดำเนินการตลาดยางรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบกิจการ ควรทำการวิจัยถึงรายละเอียดส่วนตัวของผู้ใช้รถยนต์และทัศนคติของเขาเหล่านั้น เพื่อมาทำการวิเคราะห์ และสรุปผลสำหรับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด โดยคำนึงถึง คุณภาพ ราคา และยี่ห้อของยางรถยนต์ ในส่วนที่บริษัทผลผลิตชั้นนำทั้ง 3 โรงงานได้ปฏิบัติอย่างเป็นขั้นเป็นตอน จึงประสบความสำเร็จตามที่ควร เป็นแบบอย่างที่ดีของโรงงานผู้ผลิตรายย่อย ๆ จะได้ระลึกถึงและปฏิบัติตาม

๑๖/๑๑/๖๖

### ปัญหา แนวทางแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ

สำหรับอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในประเทศไทย ประสบปัญหาต่าง ๆ โดยแยกเป็นปัญหาทางด้านการผลิต ปัญหาทางด้านการตลาดในประเทศและปัญหาทางด้านการส่งออก

#### ปัญหาทางด้านการผลิต

1. ปัญหาทางด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ถึงแม้ว่าวัตถุดิบบางชนิด เช่น ยางธรรมชาติ และยางเขม่าดำ สามารถจัดหาได้ภายในประเทศ แต่มูลค่าที่ใช้มีเพียงประมาณร้อยละ 30.8 เมื่อเทียบกับมูลค่าของวัตถุดิบชนิดอื่น ๆ เช่น ยางสังเคราะห์ น้ำมันสังเคราะห์ และเส้นลวดขอบยางที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ มีปริมาณถึงร้อยละ 69.2 ของมูลค่าวัตถุดิบทั้งหมด ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการควบคุมปริมาณการผลิตและต้นทุนการผลิต เนื่องจากในบางครั้งวัตถุดิบที่นำเข้าเกิดขาดแคลน บริษัทผู้ผลิตต้องลดปริมาณการผลิตลง และเมื่อวัตถุดิบที่นำเข้ามีราคาสูงขึ้น ต้นทุนการผลิตจะสูงขึ้นทันที

การแก้ปัญหาทางก้านวัตถุดิบ รัฐบาล โดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมในการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งโรงงานผลิตผ้าใบสังเคราะห์ และเส้นลวดขบขยง เป็นการทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตยางรถยนต์ และป้องกันการขาดแคลนของวัตถุดิบเหล่านั้น

2. ปัญหาทางก้านเทคโนโลยี เมื่อเทคโนโลยีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาขึ้น โดยเฉพาะทางก้านเครื่องจักร อุปกรณ์ในการผลิต ตลอดจนคุณภาพของยางรถยนต์ ทำให้บริษัทผู้ผลิตต้องปรับปรุง แก้ไข แผนงานการผลิต เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาทางก้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งในบางครั้งจำเป็นต้องสั่งซื้อเครื่องจักรอุปกรณ์แบบใหม่มาเพิ่มเติม

เนื่องจากเทคโนโลยีต้องก้าวไปข้างหน้าอยู่เสมอจึงควรสนับสนุนให้มีการพัฒนาทางก้านคุณภาพของยางรถยนต์มากขึ้น เช่น พัฒนายาง เรเดียลสำหรับรถบรรทุกขนาดใหญ่ เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้ใช้มากขึ้น

3. ปัญหาทางก้านกรณีพิพาทแรงงาน ในบางปีเมื่อไม่สามารถตกลงกันได้ คนงานจะรวมกันนัดหยุดงาน เพื่อทำการประท้วงมีผลทำให้การผลิตของหยุดชะงักไป

การแก้ไขปัญหกรณีพิพาทแรงงาน ปัญหาที่สำคัญโดยมากเป็นปัญหาทางก้านสวัสดิการ และผลตอบแทนแก่คนงาน ซึ่งทั้งฝ่ายลูกจ้างและฝ่ายบริหารควรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดความยุติธรรม ตลอดจนความพอใจของทั้งสองฝ่ายในกรณีที่เกิดปัญหาควรรีบทำการระงับให้คลี่คลายโดยเร็วที่สุด

4. ปัญหาอันเนื่องมาจากกำลัง ไฟฟ้าไม่สม่ำเสมอ ทำให้เกิดความเสียหายของการผลิต และเครื่องจักรอุปกรณ์เสื่อมสภาพเร็วกว่ากำหนด

การแก้ไขปัญหาคือเป็นหน้าที่ของกาว ไฟฟ้าที่จะคง คอยดูแล ให้กำลัง ไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรมเป็นไปด้วยดี เพราะผลเสียหายที่เกิดขึ้นมีมาก บริษัทผู้ผลิตอาจติดตั้งเครื่องกำเนิดไฟฟ้าขนาดย่อมของตนเอง เพื่อไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน

#### ปัญหาทางก้านการตลาดในประเทศ

1. ปัญหาทางสภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมทุกประเภท สำหรับอุตสาหกรรมยางรถยนต์มีผลเกี่ยวข้องกับอื่นเนื่องมาจากความตกต่ำของอุตสาหกรรม

ประกอบรถยนต์ที่มีสาเหตุจากวิกฤตการณ์น้ำมันในปี พ.ศ. 2523 และผลที่ตามมา เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก ความจำเป็นทางด้านการใช้รถยนต์มีน้อยลง ผู้คน ประหยัดการใช้จ่ายมากขึ้น ทำให้ความต้องการของยางรถยนต์ลดน้อยไปทั่ว โดยในปี พ.ศ. 2523 ปริมาณการจำหน่ายรวมของยางรถยนต์ที่ผลิตภายในประเทศ ประมาณ 2,265,771 เส้น ไกลกลงเป็น 2,178,747 เส้น ในปี พ.ศ. 2524 และไกลกลง เป็น 2,093,475 เส้น ในปี พ.ศ. 2525

การแก้ไขปัญหาทางสภาวะเศรษฐกิจ เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เป็นการยากที่จะควบคุมได้ทั้งหมด แต่สามารถทำให้ลดน้อยลงได้ทั่วความระมัดระวัง โดยการศึกษาทิศทางข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของภาวะเศรษฐกิจทั้งในอดีตและปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความทันตัวและเตรียมพร้อมอยู่เสมอ

2. ปัญหาของบริษัทผู้ผลิตต่อโรงงานประกอบรถยนต์ ประกอบด้วยปัญหาต่าง ๆ ดังนี้

- ปัญหาในกรณีที่รถยนต์มีการเปลี่ยนรุ่นต่าง ๆ มากขึ้น บริษัทผู้ผลิตจำเป็นต้องผลิตยางรถยนต์ให้เหมาะสมกับรุ่นดังกล่าว เป็นการสิ้นเปลืองค่าแบบที่ใช้ในการผลิตเพิ่มขึ้น

การแก้ไขปัญหานี้เนื่องจากในระยะหลังรัฐบาลไทยกระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกข้อกำหนดสำหรับโรงงานประกอบรถยนต์ ให้ใช้วัตถุดิบในประเทศ (local content) มีมูลค่าอย่างต่ำร้อยละ 45 ของมูลค่าวัตถุดิบทั้งหมด ทำให้รุ่นต่าง ๆ ของรถยนต์ลดน้อยลงไปมาก

- ปัญหาเนื่องจากโรงงานประกอบรถยนต์ส่วนมากในประเทศเป็นรถยนต์ยี่ห้อญี่ปุ่น มีแนวโน้มในการเลือกใชยางรถยนต์ยี่ห้อญี่ปุ่นสูงกว่ายี่ห้ออื่น ๆ เพราะความเป็นชาตินิยม โรงงานประกอบรถยนต์บางแห่ง ได้เลือกใชยางยี่ห้อญี่ปุ่นทั้งหมด

การแก้ไขปัญหานี้ โรงงานประกอบรถยนต์ควรให้ความเป็นธรรมต่อบริษัทผู้ผลิตรายอื่น ๆ ในกรณีที่คุณภาพเท่าเทียมกัน เพื่อป้องกันการผูกขาดและป้องกันการขาดแคลนสินค้า



- ปัญหาที่บริษัทผู้ผลิตจะให้ความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อให้โรงงานประกอบรถยนต์ได้เลือกใช้ได้เหมาะสม

การแก้ปัญหา บริษัทผู้ผลิตควรมีพนักงานซึ่งมีความรู้ความสามารถทางเทคนิค เป็นผู้คอยประสานงาน บางครั้งอาจจัดสัมมนา โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญพิเศษจากต่างประเทศมาบรรยายสรุปถึงคุณภาพและความเหมาะสม

### 3. ปัญหาของบริษัทผู้ผลิตที่กลุ่มผู้ใช้ทดแทนยางเก่า

- ปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้ยังไม่เข้าใจผลิตภัณฑ์ของยางรถยนต์ชนิดต่าง ๆ และความเหมาะสมต่อสภาพการใช้งาน

การแก้ปัญหาอาจทำได้โดยการจัดอบรมกลุ่มตัวแทนขายเพื่อเพิ่มทักษะความรู้ ตลอดจนคำแนะนำต่อบริโภค พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้ทั่วโลกได้รับรู้และเข้าใจมากขึ้น

- ปัญหาทางด้านราคา รัฐบาลโดยคณะกรรมการควบคุมการค้ากำไรเกินควร ได้กำหนดให้ยางรถยนต์เป็นสินค้าที่อยู่ในข่ายควบคุมราคา ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานทางการตลาด เนื่องจากไม่สามารถเรียกร้องราคาตามที่ต้องการได้

การแก้ปัญหา รัฐบาลควรมีการพิจารณาถึงความเหมาะสมในการประกาศควบคุมราคา เช่น พิจารณาถึงต้นทุนของสินค้าและระยะเวลาในการควบคุม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

- ปัญหาเกี่ยวกับผู้จำหน่าย เนื่องจากปริมาณจำหน่ายประมาณร้อยละ 50 ต้องผ่านผู้จำหน่าย เช่น ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีก ทำให้ในบางครั้งบริษัทผู้ผลิตไม่สามารถกำหนดแนวทางในการจำหน่ายให้เป็นไปตามเป้าหมาย เช่น เมื่อบริษัทผู้ผลิตบางรายได้ให้ส่วนลดของราคามากกว่า ร้านค้าเหล่านั้นจะสนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นมากขึ้น เพราะได้กำไรเพิ่มขึ้น

การแก้ปัญหา เมื่อบริษัทผู้ผลิตจำเป็นต้องขายสินค้าผ่านผู้จำหน่าย ควรมีการศึกษาค้นคว้าหาความเคลื่อนไหวทางการตลาดของคู่แข่งกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาคงกล่าว

- ปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณา เนื่อง กบว. (คณะกรรมการบริหารวิทยุ และโทรทัศน์) ได้ควบคุมและห้ามใช้ค่าโฆษณาที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้อย่างชัดเจน เช่น การโฆษณาทางรถยนต์ว่าใช้งานได้ถึง 60,000 กิโลเมตร ทำให้บริษัทผู้ผลิตไม่สามารถเน้นให้เห็นถึงคุณภาพเท่าที่ควร

การแก้ปัญหา บริษัทผู้ผลิตอาจเปลี่ยนแนวทางในการโฆษณาโดยเน้นให้เห็นถึงขั้นตอนการควบคุมคุณภาพ ตลอดจนการทดสอบจนเป็นที่เชื่อถือก่อนนำออกจำหน่าย พร้อมทั้งออกใบรับรองคุณภาพการใช้งานให้กับผู้บริโภค

#### 4. ปัญหาทางด้านการแข่งขัน

4.1 การแข่งขันกับยางรถยนต์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จากสถิติการนำเข้าของกรมศุลกากร เป็นที่น่าสังเกตว่าบางปีมีปริมาณนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นมาก เช่น ในปี พ.ศ. 2525 ปริมาณนำเข้าประมาณ 170,000 เส้น มูลค่าประมาณ 173 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2526 ปริมาณนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 280,000 เส้น มูลค่าประมาณ 208 ล้านบาท สำหรับยางรถยนต์ประเภทที่นำเข้ามามากที่สุดได้แก่ ยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ซึ่งมีปริมาณนำเข้าในปี พ.ศ. 2526 ประมาณ 258,000 เส้น มูลค่าประมาณ 144 ล้านบาท ประกอบด้วยต่างประเทศ เช่น เกาหลี ไต้หวัน ญี่ปุ่น ไต้หวัน กระจายสัดส่วนเข้ามาในประเทศไทยด้วยราคาที่ถูก ทำให้ราคาไม่แตกต่างจากราคาของยางรถยนต์ในประเทศ และกลุ่มผู้ใช้รถยนต์จำนวนหนึ่งยังคงมีค่านิยมในการเลือกซื้อสินค้าจากต่างประเทศ

การแก้ปัญหา ในกรณีที่ยางรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาต่ำกว่าหรือใกล้เคียงกับราคายางรถยนต์ภายในประเทศ บริษัทผู้ผลิตควรร่วมมือร้องขอความช่วยเหลือจากรัฐบาลเพื่อพยุงอุตสาหกรรมภายในประเทศ ซึ่งรัฐบาลอาจแก้ไขโดยเพิ่มภาษีการนำเข้าให้สูงขึ้น หรือรักษาระดับปริมาณการนำเข้าในปริมาณที่ไม่เกิดผลกระทบต่อภาระจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ

4.2 การแข่งขันกับยางล้อดอก ซึ่งมีการลงทุนที่ต่ำกว่ามาก และขั้นตอนง่ายกว่าเพียงแต่นำโครงเก่ามาหล่อคอกยางใหม่ มีการจัดตั้งโรงงานเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะมีราคาต่ำกว่ายางรถยนต์ใหม่มาก

การแก้ปัญหา ถึงแม้ว่ายางหลอดกอกจะมีราคาถูกกว่ายางรถยนต์ใหม่ แต่คุณภาพและความปลอดภัยยังคงน้อยกว่ามาก บริษัทผู้ผลิตจึงควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงความจริงข้อนี้มากขึ้น

### ปัญหาทางด้านการส่งออก

1. ปัญหาทางด้านการขยายตลาดในต่างประเทศ เนื่องจากประเทศที่พัฒนาแล้ว มีอุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์และยางรถยนต์ของตนเอง การส่งออกของยางรถยนต์จากประเทศไทย ส่วนใหญ่จึงต้องส่ง ไปยังประเทศที่กำลังพัฒนาหรือกึ่งพัฒนา ซึ่งในบางปีประเทศคู่แข่งชั้นที่สามารถผลิตได้ในปริมาณมากกว่า กองการระบายดีก็อาจเก้กวยราคาที่ถูกกว่า เป็นผลทำให้การส่งออกของไทยลดปริมาณลงอย่างมาก เช่นในปี พ.ศ. 2524 มีการส่งออกประมาณ 200,000 เส้น มูลค่าประมาณ 166 ล้านบาท ใกล้เคียงเหลือ 100,000 เส้น มูลค่าประมาณ 80 ล้านบาท ในปีพ.ศ. 2525 และลดลงเป็น 90,000 เส้น มูลค่าประมาณ 78 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2526

การแก้ปัญหา รัฐบาลควรเพิ่มการสนับสนุนการส่งออกให้มากขึ้น พร้อมกันนั้นบริษัทผู้ผลิต และกระทรวงการต่างประเทศควรมีการร่วมมือในการขยายตลาด เช่น การจัดงานแสดงสินค้า นักพบตัวแทนบริษัทผู้ผลิตกับผู้นำเข้าของต่างประเทศ เพื่อเป็นการแนะนำสินค้าและกระตุ้นให้เกิดความสนใจของสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยมากขึ้น

2. ปัญหาทางด้านการเชื่อถือคุณภาพของสินค้า มีประเทศต่าง ๆ อีกหลายประเทศที่ยังขาดความเชื่อถือคุณภาพของยางรถยนต์จากประเทศไทย เมื่อเทียบกับจากประเทศเกาหลีใต้ และญี่ปุ่น

การแก้ปัญหา ทำได้โดยบริษัทผู้ผลิตต้องให้ความสนใจก่อนขั้นตอนการควบคุมคุณภาพโดยสม่ำเสมอ และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งตั้งใจให้ต่างประเทศ ลองสิ่งเข้าไปใช้โดยมิได้รีบประกันคุณภาพ ซึ่งในการนี้อาจต้องใช้ระยะเวลาเป็นเครื่องพิสูจน์บ้างพอควร

3. ปัญหาเกี่ยวกับการควบคุมปริมาณการส่งออกของบริษัทต่างชาติที่เป็น  
 ผู้ร่วมลงทุน อุตสาหกรรมที่เป็นไปในลักษณะบริษัทร่วมทุน ส่วนใหญ่การบริหารงาน  
 ทางด้านการส่งออกจะอยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทแม่ ที่เป็นผู้ร่วมทุน ซึ่งจะเป็นผู้  
 กำหนดของเขต และปริมาณการส่งออก ทำให้ในบางครั้งไม่สามารถ ขยายตลาด  
 ต่างประเทศได้เท่าที่ควร

การแก้ปัญหา รัฐบาลมีส่วนต่อการแก้ปัญหาในครั้งนี้มาก โดยเพิ่ม  
 การสนับสนุนการส่งออก ให้ความช่วยเหลือประโยชน์บางประการมากขึ้น เช่น การลด  
 ภาษีวิศกุกิย ตลอดจนเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิต โดยกำหนดระยะเวลาช่วงเวลา  
 หนึ่ง เช่น 3 ปี 5 ปี เป็นต้น หรืออาจมีการตกลงเงื่อนไขในลักษณะที่ทั้งฝ่ายรัฐบาล  
 และบริษัทแม่ผู้ร่วมลงทุนพอใจทั้งสองฝ่าย เพื่อที่จะสามารถขยายขอบเขตและปริมาณ  
 การส่งออกได้มากขึ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย