



ตลาด BEV ในระยะสั้นเป็นของผู้เล่นที่มีความพร้อม...แต่ระยะยาวยังมีโจทย์ท้าทายให้ข้ามผ่าน เมื่อวงการนี้ยังพัฒนาต่อไม่หยุด

ปัจจุบัน หน้าตาการแข่งขันของตลาดรถยนต์ในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปพอสมควร โดยเฉพาะในตลาดรถยนต์ BEV หลังไทยพยายามเปิดรับการลงทุนเพื่อรักษาอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ให้ยังอยู่ในประเทศให้ได้มากที่สุด ด้วยการเร่งให้แรงสนับสนุนต่างๆ นับตั้งแต่ปีนี้ถึงปี 2568 ซึ่งผลก็คือ ค่ายรถที่มีรถยนต์ BEV พร้อมทำตลาดก่อน เช่น จีนหรือไทยที่จับพันธมิตรกับจีน ต่างก็เร่งลุยทำตลาด BEV กันที่เพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดก่อน เช่นเดียวกับค่ายรถตะวันตกที่ก็เตรียมตัวจะก้าวเข้ามาลุยตลาดด้วย ส่วนค่ายรถญี่ปุ่นที่เป็นเจ้าตลาดเดิมแม้จะยังเน้นสร้างยอดขายจากรถยนต์ไฮบริดเพื่อสร้างรายได้จากกลุ่มผู้ซื้อรถส่วนใหญ่ที่ยังกังวลต่อการใช้รถยนต์ BEV แต่ก็พร้อมหาจังหวะเหมาะเพื่อก้าวเข้าสู่ตลาด BEV ในอนาคต

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ด้วยกลยุทธ์ที่แตกต่างนี้ แม้ส่งผลให้ในระยะสั้นส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ BEV อาจเป็นของผู้เล่นที่มีความพร้อมที่จะนำเสนอรถยนต์ BEV ออกมาได้ก่อน แต่ในระยะยาว ส่วนแบ่งตลาดที่เห็นอาจเปลี่ยนไปได้ เพราะตลาดรถยนต์ BEV ยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง นอกจากนี้ ผู้ซื้อรถในไทยยังพิจารณาปัจจัยอีกหลายด้านก่อนซื้อ เช่น การบริการหลังการขายและความพร้อมอะไหล่ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เราอาจได้เห็นการเปลี่ยนมาใช้รถยนต์ BEV ก่อนในตลาดรถเช่าระยะยาว หลังองค์กรต่างๆ กำลังปรับเข้าสู่โหมด Carbon Neutral

โอกาสทำตลาดรถ BEV ไทย ในระยะสั้นอาจเป็นของผู้เล่นที่พร้อมก่อน แต่วงการรถยนต์ BEV ที่ยังพัฒนาไม่หยุดนิ่ง ทำให้ตลาดนี้จะเป็นของใครอาจต้องตัดสินกันในระยะยาว

หลังรัฐบาลออกมาตรการควบคุมกันเพื่อส่งเสริมการสร้างตลาดรถยนต์ BEV ขึ้นในประเทศอย่างรวดเร็ว โดยการกระตุ้นทั้งในฝั่งผู้ซื้อและค่ายรถ ไม่ว่าจะเป็นการลดภาษีนำเข้าและภาษีสรรพสามิต รวมไปถึงการให้ส่วนลดเพิ่มเติมระหว่าง 70,000 ถึง 150,000 บาท ก็จะทำให้เห็นว่า ภาพตลาดรถยนต์ BEV ในประเทศพลิกกลับมาคึกคักขึ้นทันที ทำให้ภาพตัวเลขคาดการณ์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทยที่เคยมองไว้เมื่อต้นปี 2565 ว่า ยอดขายรถยนต์ BEV ในปีนี้จะมีโอกาสพุ่งขึ้นไปอยู่ที่ระดับใกล้เคียงกับ 10,000 คัน เข้าใกล้ความจริงมากขึ้น และมีแนวโน้มที่ยอดขายรถยนต์ BEV จะยังคงเร่งตัวต่อเนื่องในปีถัดๆ ไป

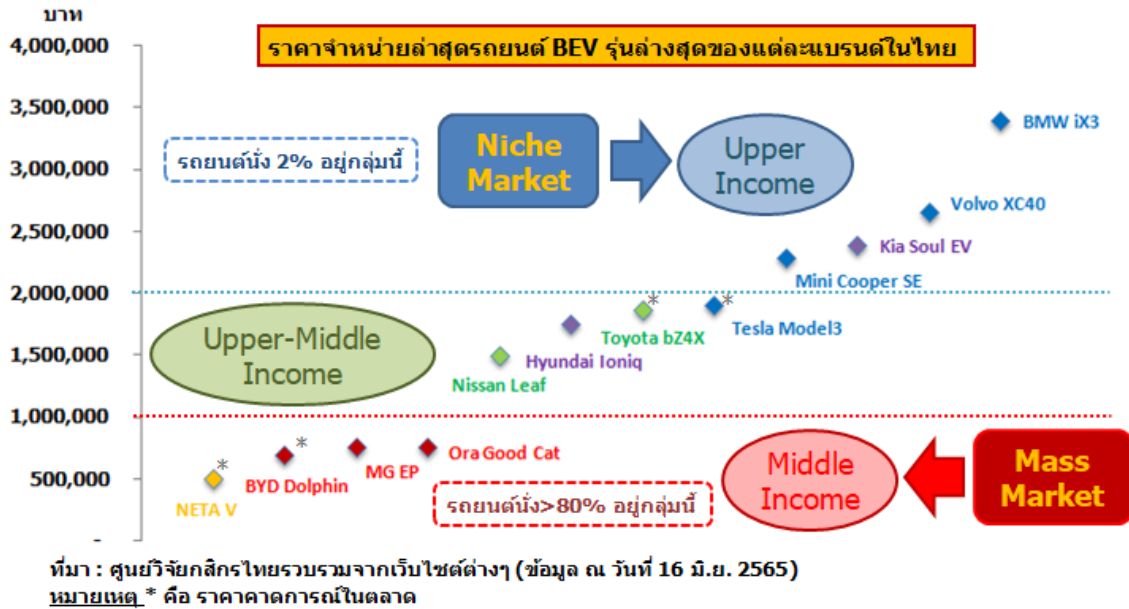
การเปิดใจยอมรับรถยนต์ BEV ได้อย่างรวดเร็วเกินคาดแบบนี้ของผู้ซื้อรถชาวไทย ทำให้ปัจจุบันอุปสงค์การเติบโตของตลาดรถยนต์ BEV ในระยะข้างหน้า อาจมีเพียงปัญหาการขาดแคลนชิปอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งผลให้การผลิตรถเพื่อส่งมอบทำได้ไม่ทันต่อความต้องการ และอาจต้องมีการปรับขึ้นราคารถยนต์ BEV ในบางรุ่น ซึ่งหากปัญหาดังกล่าวคลี่คลายลงได้เร็ว ก็มีความเป็นไปได้สูงเลยว่า ยอดซื้อรถยนต์ BEV ที่แท้จริงในประเทศอาจพุ่งสูงไปมากกว่าที่คาดอีกมาก ดังนั้น ในช่วง 4 ปี ที่รัฐบาลจะใช้มาตรการต่างๆ ดังกล่าวเพื่อสนับสนุนตลาดรถยนต์ BEV นี้ จึงเป็นช่วงเวลาสำคัญสำหรับผู้ผลิตรถยนต์ BEV แต่ละราย ที่จะใช้โอกาสนี้ในการเร่งทำตลาดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วให้มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการลุยตลาดรถยนต์ BEV ในไทยของแต่ละค่ายรถอาจไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับการวางกลยุทธ์ ทำให้เราได้เห็นทั้งการเร่งเข้ามาทำตลาดรถยนต์ BEV ของค่ายรถหน้าใหม่หลายราย เพื่อพยายามเจาะตลาดรถยนต์ไทยโดยใช้รถยนต์ BEV เป็นตัวนำ เช่น กลุ่มค่ายรถจีนและไทยที่เป็นพันธมิตรกับจีน หรือในส่วนของค่ายรถหลักเดิม เช่น ญี่ปุ่น กลับยังคงเน้นเดินหน้าลุยทำตลาดรถยนต์ไฮบริด เพื่อสร้างรายได้ในจังหวะนี้ที่ผู้ซื้อรถส่วนใหญ่ยังคงกังวลกับการใช้รถยนต์ BEV อยู่ และไม่หยุดพัฒนาเทคโนโลยี BEV สำหรับลุยตลาดในจังหวะเหมาะสมภายหลัง

จึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ในช่วงระยะสั้นนี้ เฉพาะสำหรับตลาดรถยนต์ BEV ไทยแล้ว ก็อาจจะเป็นโอกาสให้ค่ายที่มีรถยนต์ BEV พร้อมนำเสนอก่อนชิงส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ BEV ไทยไปได้ก่อน อย่างจีนรวมถึงไทยที่จับมือกับพันธมิตรจีนที่แม้จะเป็นหน้าใหม่แต่ก็อาศัยจังหวะนี้ในการเข้ามาสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักของผู้ซื้อรถมากขึ้นได้ เช่นเดียวกันกับค่ายตะวันตกทั้งรายเดิมและหน้าใหม่ที่ผู้ซื้อรถคนไทยพร้อมเปิดรับอยู่แล้วก็เห็นโอกาสนำรถยนต์ BEV มาลุยตลาดในไทยมากขึ้น จากทิศทางดังกล่าว ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าอาจทำให้ค่ายญี่ปุ่นที่เป็นเจ้าตลาดรถยนต์ไทยอยู่เดิมต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้น ตอนที่เข้ามาลุยตลาดรถยนต์ BEV ในอนาคต ได้แก่

- การมีผู้เล่นหน้าใหม่อย่างจีนและไทยเข้ามาชิงส่วนแบ่งตลาดกลุ่ม Mass ราคาต่ำกว่า 1 ล้านบาทต่อคัน ด้วยกลยุทธ์ราคาเพื่อเร่งสร้างฐานตลาดผู้บริโภครายได้ปานกลางก่อน เพราะกลุ่มนี้มีส่วนแบ่งขนาดใหญ่ถึงมากกว่า 80% ของยอดขายรถยนต์นั่งในแต่ละปี ในจังหวะที่ญี่ปุ่นยังไม่มีรถยนต์ BEV ในกลุ่มนี้เข้ามาทำตลาด
- ตลาดรถยนต์ BEV ราคา 1 ถึง 2 ล้านบาทต่อคัน ที่รถยนต์ BEV ญี่ปุ่นกำลังมีแผนทำตลาดก่อนมีโอกาสเจอคู่แข่งนำกลัวยุโรปใหม่ที่ผู้บริโภคให้การยอมรับ โดยเฉพาะแบรนด์ระดับโลกทั้งจากซีกโลกตะวันตกและจากจีนที่ต่างมีแผนจะเข้ามาลุยตลาดในไทย ซึ่งจะทำให้การแข่งขันในกลุ่มนี้สูงขึ้นมาก (ตลาดกลุ่มนี้มีส่วนแบ่งราวกว่า 10% ของตลาดรถยนต์นั่งไทย)

- รถยนต์ BEV ในกลุ่มตลาด Niche ที่เป็นรถราคาเกิน 2 ล้านบาทต่อคัน มีโอกาสขยับราคาลงมาชนกับรถยนต์ BEV ญี่ปุ่นที่อยู่ระดับราคาใกล้ 2 ล้านบาท โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการผลิตในประเทศ ทำให้ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ค่อนข้างสูงมีทางเลือกในตลาดรถหรูมากขึ้น



อย่างไรก็ดี การแข่งขันเพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ไทย โดยเฉพาะรถยนต์ BEV นั้น อาจต้องมองกันในระยะยาว และไม่อาจตัดสินได้ในตอนนี้ว่าการเข้ามาช้าหรือเร็วในตลาดจะมีผลต่อยอดขายในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญ เพราะตลาดรถยนต์ BEV สำหรับไทยและโลกยังเป็นตลาดใหม่ เทคโนโลยีรถยนต์ BEV เองก็ยังมีเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมากและพัฒนาไม่หยุด นอกจากนี้ ความสำเร็จของค่ายรถ โดยเฉพาะในไทย ยังมีอีกหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้ซื้อใช้ในการพิจารณา โดยนอกจากเรื่องความรู้สึกดีในการขับขี่ซึ่งอาจมาจากฟีเจอร์ประกอบต่างๆที่ให้มาในรถแล้ว ยังรวมถึงไปถึงราคาจำหน่ายในตลาดมือสอง หรือความพร้อมของการให้บริการหลังการขาย การเข้าถึงความช่วยเหลือได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในเรื่องการหาอะไหล่ส่ง การใช้เวลาไม่นานในการซ่อมบำรุง การมีรถสำรองให้ใช้ระหว่างซ่อม เป็นต้นด้วย ซึ่งในระยะยาวข้างหน้า ค่ายรถที่สามารถตอบโจทย์ในเรื่องเหล่านี้ได้ดี ก็จะมีโอกาสได้ส่วนแบ่งตลาดเยอะกว่าค่ายอื่น

หนึ่ง กลุ่มสำคัญที่จะเห็นภาพชัดเจนของการเปลี่ยนมือไปใช้รถยนต์ BEV ก่อน คือ กลุ่มตลาดรถเช่าระยะยาว (ปัจจุบันกลุ่มนี้มีความต้องการเปลี่ยนรถใหม่ถึงปีละกว่า 20,000 คัน) หลังจากองค์กรต่างๆต้องปรับโหมดเข้าสู่ยุค Carbon Neutral กันมากขึ้น และบางองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เคยเป็นลูกค้าผู้เช่ารถอยู่เดิมก็กำลังผันตัวลงมาสู่ธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมรถยนต์ BEV เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น สถานีชาร์จ การผลิตแบตเตอรี่ การประกอบรถยนต์ รวมถึงการให้บริการเช่ารถเองด้วย เป็นต้น และเนื่องจากในระยะข้างหน้า เทคโนโลยีรถยนต์ BEV ยังมีโอกาสพัฒนาอย่างรวดเร็วและเปลี่ยนแปลงไปได้อีกมาก ทำให้เทรนด์การถือครองรถในอนาคต

อาจเปลี่ยนไป โดยตลาดรถเช่าระยะยาวอาจเติบโตไปได้ถึงระดับผู้เช่าบุคคลรายย่อยเป็นวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะหากค่ายรถหรือผู้ให้บริการเช่ารถมีการวางระบบต่างๆไว้รองรับผู้เช่าได้ดี เช่น อัตราค่าเช่าที่ดึงดูดใจ โครงข่ายสถานีชาร์จที่เข้าถึงง่าย และสถานบริการซ่อมบำรุงที่กระจายทั่วถึง เป็นต้น ซึ่งก็จะยิ่งทำให้ตลาดรถยนต์ BEV ในกลุ่มนี้ขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว และทำให้การแข่งขันในตลาดรถยนต์ BEV มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้รับวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในการการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ