



ปีกอ์พไฮบริด...ต่อยอดโปรดัคส์แซมเปียนไทย กุญแจหนุนส่งออกปีกอ์พสู่ยุโรปโตสูงกว่า 47% ใน 5 ปี

CURRENT ISSUE

ปีที่ 25 ฉบับที่ 3048

วันที่ 5 พฤศจิกายน 2562

▶ ประเด็นสำคัญ

- ตลาดยุโรปนับเป็นตลาดสำคัญหนึ่งของการส่งออกรถปีกอ์พไทย อย่างไรก็ตาม การทวีความเข้มข้นขึ้นของมาตรการควบคุมด้านสิ่งแวดล้อมในกลุ่มรถเพื่อการพาณิชย์ ทำให้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ในอนาคตอันใกล้รถปีกอ์พที่ขายในสหภาพยุโรปต้องมีการพัฒนาขึ้นเป็นรถปีกอ์พไฮบริดอย่างไม่อาจเลี่ยง ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีตั้งฐานการผลิตรถปีกอ์พไฮบริดขนาดกลางซึ่งเป็นที่นิยมในตลาดยุโรปที่ประเทศใด จึงเป็นโอกาสของไทยที่มีความพร้อมในด้านต่างๆครบถ้วน ในการที่จะดึงดูดการลงทุนผลิตรถประเภทดังกล่าวมาที่ไทย ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนส่งเสริมจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การผลิตรถปีกอ์พไฮบริดเกิด Economies of Scale ได้เร็วขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องมีการเร่งเจรจาการค้าเสรีกับกลุ่มสหภาพยุโรปให้เกิดขึ้นโดยเร็ว เพื่อช่วงชิงโอกาสในการเป็นฐานการผลิตรถปีกอ์พไฮบริดให้ได้ก่อนแอฟริกาใต้ ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญในการผลิตปีกอ์พส่งออกไปยังยุโรป
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า หากสามารถดำเนินการได้ตามที่กล่าว อาจจะทำให้ในระยะไม่เกิน 5 ปีข้างหน้า รถปีกอ์พจากไทยจะมีโอกาสขยับสัดส่วนในตลาดยุโรปไปเป็นร้อยละ 30 ถึง 37 เพิ่มขึ้นจากระดับปัจจุบันที่มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 20 ของตลาดรถปีกอ์พรวมในยุโรป ทำให้มูลค่าการส่งออกรถปีกอ์พของไทยมีโอกาสที่จะเพิ่มขึ้นไปสู่ระดับ 1,300 ถึง 1600 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวขึ้นมากกว่าร้อยละ 47 ถึง 81 จากปี 2562 นี้ที่คาดว่าไทยจะส่งออกรถปีกอ์พไปยุโรปได้เป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 884 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

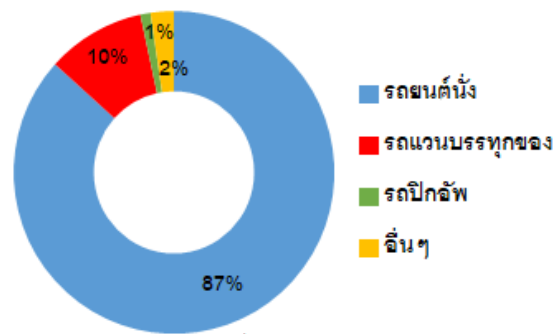
ประเทศในกลุ่มทวีปยุโรปนับว่าเป็นตลาดรถยนต์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลกมาอย่างยาวนาน และเป็นตลาดส่งออกอีกแห่งที่เคยสำคัญมากกับไทย อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลังมานี้ยอดการส่งออกรถยนต์จากไทยไปยุโรปกลับมีแนวโน้มที่หดตัวลง โดยพบว่ารถยนต์นั่งไทยมีอัตราการเติบโตของค่าเฉลี่ยยอดส่งออกที่หดตัวลงสูงถึงร้อยละ 28.4 ในช่วง 3 ปีล่าสุด จากปัจจัยสำคัญเรื่องการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทานค่ายรถยนต์ในทวีปยุโรปเอง ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนเพิ่มฐานการผลิตรถยนต์นั่งไฟฟ้าเพิ่มขึ้นในทวีปยุโรปและประเทศใกล้เคียง เพื่อตอบสนองมาตรฐานการปล่อยมลพิษของสหภาพยุโรปที่เข้มงวดขึ้นมาอย่างต่อเนื่องตลอดช่วง 5 ปีหลังนี้ ขณะที่รถปีกอ์พซึ่งในอดีตราว 10 กว่าปีก่อน ยุโรปเป็นตลาดส่งออกที่กินส่วนแบ่งกว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่าการส่งออกรถปีกอ์พไทย ทว่าปัจจุบันกลับเหลือสัดส่วนเพียงร้อยละ 10 เท่านั้น และล่าสุดยังมีอัตราการเติบโตของค่าเฉลี่ยยอดส่งออกที่หดตัวลงร้อยละ 0.8 ในช่วง 3 ปีล่าสุดอีกด้วย โดยสาเหตุหลักมาจากการที่ยุโรปนำเข้ารถปีกอ์พของจากแอฟริกาใต้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้ารถยนต์ของยุโรปจากไทยในช่วงที่ผ่านมาลดน้อยลงตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทยเห็นว่า ทิศทางการกำหนดมาตรฐานค่าการปล่อยมลพิษที่มีแนวโน้มเข้มข้นขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะกับตลาดรถเพื่อการพาณิชย์ที่เริ่มจริงจังขึ้นนับจากนี้ อาจะกลายมาเป็นโอกาสให้ไทยสามารถดึงดูดการผลิตรถปิกอัพไฟฟ้าเข้ามาในประเทศเพื่อส่งไปตลาดยุโรปเพิ่มขึ้น และรวมถึงยังอาจจะสามารถดึงส่วนแบ่งตลาดส่งออกทวีปยุโรปบางส่วนกลับมาจากแอฟริกาใต้ได้อีกทาง โดยเฉพาะเมื่อปัจจุบันยังไม่มีค่ายใดลงทุนผลิตรถปิกอัพไฟฟ้าอย่างจริงจัง แม้ความต้องการในตลาดกำลังจะเกิดขึ้น ขณะที่แอฟริกาใต้ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญยังมีจุดอ่อนหลายด้าน ทำให้โอกาสในการพัฒนาขึ้นมาเป็นฐานการผลิตรถปิกอัพไฟฟ้าเกิดขึ้นได้ยากกว่าไทย ส่วนตลาดรถยนต์นั่งไฟฟ้า ไทยอาจมีโอกาสน้อยกว่าในการที่จะพัฒนาขึ้นมาเป็นฐานการผลิตสำคัญเพื่อป้อนตลาดยุโรป เนื่องจากประเทศในแถบยุโรปเองมีการพัฒนาสายการผลิตรถยนต์นั่งไฟฟ้าหลายรุ่นมาอย่างต่อเนื่องเพื่อป้อนตลาดภายในทวีปกันเองอยู่แล้ว อีกทั้งยังสามารถนำเข้าจากประเทศผู้ผลิตรถยนต์นั่งไฟฟ้าที่มีการตกลงการค้าเสรีกัน เช่น ตุรกี ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ได้อีกทาง

ไทยควรส่งเสริมปิกอัพไฮบริดและเร่งทำ FTA กับยุโรป...เพื่อสร้างโอกาสแข่งขันที่มากขึ้นกับแอฟริกาใต้

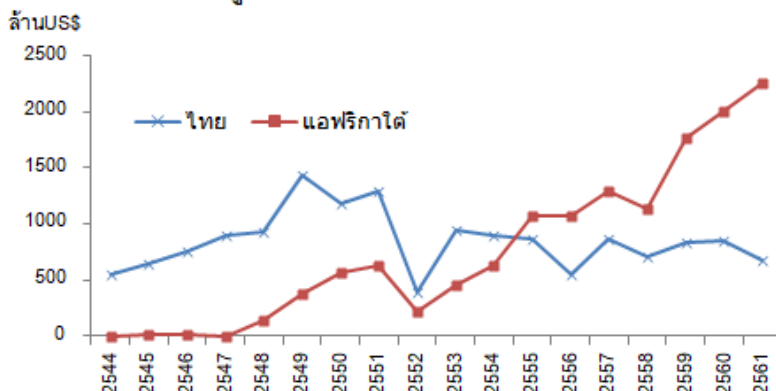
จากสภาพอากาศในทวีปยุโรปที่เปลี่ยนแปลงบ่อย และลักษณะถนนในเมืองที่มีขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ประเภทรถยนต์ที่เป็นที่นิยมในภูมิภาคจะเป็นกลุ่มรถยนต์นั่ง และถ้าเป็นกลุ่มรถเพื่อการพาณิชย์ ก็จะนิยมใช้รถแวนในการบรรทุกของ อย่างไรก็ตาม จากความจำเป็นต้องใช้ในภาคการเกษตรและธุรกิจก่อสร้าง ทำให้รถปิกอัพขนาดกลางแบบเดียวกับที่ไทยผลิตซึ่งมีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป และมีการปรับรูปลักษณะให้ดูมีระดับขึ้นนั้น เป็นประเภทที่ได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาดเช่นกัน แม้ว่าจะมีสัดส่วนเพียงประมาณร้อยละ 9.3 หรือมีเพียง 1.8 แสนคัน ในตลาดยุโรป ปี 2561 ก็ตาม โดยรถปิกอัพมากกว่า 2 ใน 3 ของตลาดจะนำเข้ามาจากประเทศฐานการผลิตนอกทวีปยุโรป เช่น แอฟริกาใต้และไทยเป็นสำคัญ

ตลาดรถยนต์ในกลุ่มยุโรปปี 2561 แยกตามประเภท



ที่มา : OICA, Automotive News Europe

เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกรถปิกอัพ HS Code : 870421 ช่วง 20 ปี



ที่มา : Trademap

ขยับขึ้นมามีขนาดใหญ่กว่าการส่งออกจากไทยถึง 3.3 เท่า ขณะที่การส่งออกรถปิกอัพจากไทยอยู่ในลักษณะทรงตัวหรือลดต่ำลงในบางปี ซึ่งนั่นแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงตามลำดับของไทยในตลาดนี้

อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า รูปการณ์การแข่งขันส่งออกธัญพืชไปทวีปยุโรประหว่างไทยกับแอฟริกาได้อาจจะเปลี่ยนแปลงไปได้ในอนาคตอันใกล้ หลังความเข้มข้นของการควบคุมการปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรปได้ยกระดับเข้มงวดมากขึ้นกับตลาดรถเพื่อการพาณิชย์ ซึ่งมีรถปิกอัพเป็นส่วนหนึ่ง โดยได้กำหนดให้รถปิกอัพแต่ละคันปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ไม่เกิน 147 g/km ภายในปี 2563 นอกจากนี้ ยังได้ออกข้อกฎหมายควบคุมค่าเฉลี่ยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยออกมาจากรถเพื่อการพาณิชย์ขนาดเล็กทั้งหมดที่ขายในสหภาพยุโรปซึ่งรวมรถปิกอัพของแต่ละค่ายรถด้วย ซึ่งข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆเหล่านี้อยู่ในแผนที่จะต้องเพิ่มความเข้มงวดขึ้นตามลำดับในอนาคตภายใน 2 ปีข้างหน้านี้ ส่งผลให้ค่ายรถปิกอัพที่ขายในตลาดยุโรปต้องเผชิญกับแรงกดดัน 2 ด้าน ทำให้มีแนวโน้มที่ต้องเร่งขยับไปสู่การผลิตรถปิกอัพไฟฟ้าเร็วขึ้น โดยคาดว่าจะเริ่มต้นที่รถปิกอัพไฮบริดก่อนเป็นลำดับแรก เนื่องจากค่ายรถมีเทคโนโลยีดังกล่าวอยู่แล้ว ในขณะที่เทคโนโลยีรถปิกอัพที่ขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้าอย่างเดียวกำลังอยู่ในช่วงพัฒนา ซึ่งต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งจึงจะออกสู่ตลาดได้

โดยในมุมมองของศูนย์วิจัยกสิกรไทยนั้น จุดเปลี่ยนที่สำคัญของไทย คือ การที่จะสามารถดึงดูดค่ายรถให้เข้ามาลงทุนในประเทศได้ก่อนแอฟริกาได้ เนื่องจากขนาดตลาดรถปิกอัพของยุโรปในปัจจุบันมีจำนวนไม่สูงมากเพียง 1.8 แสนคันเท่านั้น ทำให้หากต้องมีการพัฒนาตลาดขึ้นเป็นรถปิกอัพไฮบริดซึ่งต้องใช้เทคโนโลยีสูงชันและยังมีความต้องการในตลาดโลกไม่มากในระยะแรก การใช้ฐานการผลิตเพียงแห่งเดียวนอกทวีปยุโรปสำหรับแต่ละค่ายรถอาจเพียงพอต่อความต้องการ เพื่อให้สามารถเกิดการผลิตในระดับ Economies of Scale ได้

ซึ่ง ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ไทยนั้นเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพจะดึงดูดให้ค่ายรถมาตั้งฐานการผลิตรถปิกอัพไฮบริดเพื่อส่งออกไปยังตลาดยุโรปได้มาก โดยมีข้อได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งอย่างแอฟริกาได้ ในปัจจัยต่างๆต่อไปนี้

- ✓ ไทยมีอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถปิกอัพที่พร้อมสรรพ โดยปัจจุบันมีสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนในประเทศสูงถึงกว่าร้อยละ 90 ขณะที่แอฟริกาอยู่ต่ำกว่าร้อยละ 40 และปัจจุบันได้มีการลงทุนตั้งโรงงานผลิตแบตเตอรี่ในไทยสำหรับรองรับตลาดรถยนต์ไฟฟ้าประเภทต่างๆแล้ว โดยเฉพาะแบตเตอรี่ลิเทียมทัลไฮดรไรด์สำหรับรถยนต์ไฮบริดของค่ายรถโตโยต้าที่มีเพียง 2 แห่งในโลก
- ✓ สายการผลิตรถยนต์ในแอฟริกาได้ยังคงมุ่งเน้นที่การผลิตรถยนต์เครื่องยนต์สันดาปภายในเพื่อป้อนตลาดในประเทศตลาดทวีปแอฟริกา และทวีปยุโรปเป็นสำคัญ ขณะที่ไทยได้มีการลงทุนพัฒนาห่วงโซ่อุปทานรถยนต์นั่งไฟฟ้ารูปแบบต่างๆในประเทศแล้ว ทำให้สามารถต่อยอดสู่รถปิกอัพไฮบริดได้ไม่ยากนักในอนาคต
- ✓ อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยมีแรงงานฝีมือระดับสูง และกำลังพัฒนาไปสู่การใช้ Automation ในการผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนมากยิ่งขึ้นเพื่อเสริมประสิทธิภาพการผลิต ทำให้สามารถผลิตรถยนต์ที่มีคุณภาพและได้ปริมาณสูงขึ้นในอนาคต ขณะที่แอฟริกาได้ยังมีปัญหาในเรื่องการขาดแคลนแรงงานฝีมืออยู่พอสมควร

อย่างไรก็ตาม แม้ไทยจะมีศักยภาพต่างๆที่สูงกว่าแอฟริกาได้ แต่ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยเห็นว่า สิ่งสำคัญที่ไทยยังขาด ซึ่งแอฟริกาได้มีเหนือกว่าและทำให้เกิดกระแสการลงทุนเพื่อผลิตและส่งออกไปยังยุโรปสูงมากอย่างต่อเนื่องในช่วงกว่า 8 ปีที่ผ่านมา คือ การที่แอฟริกาได้มีข้อตกลงการค้าเสรีกับสหภาพยุโรป ดังนั้นการเร่งเจรจาตกลงการค้าเสรีกับประเทศในกลุ่มยุโรปให้สำเร็จโดยเร็ว และอาจรวมไปถึงการเจรจาการค้าเสรีกับสหราชอาณาจักร (ตลาดนำเข้ารถปิกอัพใหญ่เป็นอันดับ 2 ของทวีปยุโรป) ในอนาคตด้วย หลังจากที้ออกจากกลุ่มสหภาพยุโรปเรียบร้อยแล้วนั้น จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจในการดึงดูดการลงทุน โดยเฉพาะจากค่ายรถญี่ปุ่น ซึ่งส่งรถปิกอัพไปยังยุโรปจากฐานผลิตในแอฟริกาได้

ดังนั้น การที่ไทยสามารถส่งเสริมให้ค่ายรถพัฒนารถปิกอัฟไฮบริดขึ้นมาได้ก่อนแอฟริกาได้ ก็น่าจะเป็นโอกาสให้ไทยสามารถเพิ่มสัดส่วนการส่งออกรถปิกอัฟในตลาดยุโรปได้มากขึ้นในระยะยาว โดยภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอาจจำเป็นต้องเร่งสร้างโอกาสให้ไทยเป็นฐานการผลิตรถปิกอัฟไฮบริดในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 2 ปีข้างหน้าด้วยแนวทางต่างๆ เช่น การสร้างแรงจูงใจจากภาษีสรรพสามิตที่ลดต่ำลงเพื่อให้คนไทยเข้าถึงรถปิกอัฟไฮบริดง่ายขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสให้ค่ายรถสามารถผลิตรถให้เกิด Economies of Scale ได้เร็วขึ้นจากทั้งเพื่อรองรับตลาดส่งออกและความต้องการภายในประเทศ รวมทั้งทำให้ค่ายรถมีความเชื่อมั่นและกล้าที่จะเริ่มลงทุนอย่างจริงจังในไทย เพื่อรับมือกับตลาดที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงในอนาคตอันใกล้

โดยสรุป การที่สหภาพยุโรปเพิ่มความเข้มงวดด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้นกับค่ายรถยนต์ที่จำหน่ายรถในประเทศสมาชิกกลุ่ม โดยเฉพาะรถเพื่อการพาณิชย์ที่จริงจังมากขึ้นในช่วงนี้ เป็นโอกาสที่ไทยควรรีบเร่งดำเนินการดึงดูดการลงทุนพัฒนารถปิกอัฟไฮบริดขึ้นในประเทศ เนื่องจากไทยมีความพร้อมในหลายด้านอยู่แล้ว และยังมีค่ายใดตั้งฐานการผลิตรถยนต์กลุ่มดังกล่าวอย่างจริงจัง ซึ่ง **ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า** หากปัจจัยทุกอย่างเอื้ออำนวย ทั้งการตอบรับที่ดีของตลาดในประเทศจากมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ความสำเร็จของการเจรจาการค้าเสรีกับสหภาพยุโรปในระยะอันใกล้ และการพัฒนาเทคโนโลยีรถปิกอัฟที่ไม่ก้าวกระโดดไปสู่ประเภทใช้แบตเตอรี่เพียงอย่างเดียวอย่างรวดเร็ว ในระยะไม่เกิน 5 ปีข้างหน้า รถปิกอัฟจากไทยจะมีโอกาสขยับสัดส่วนในตลาดยุโรปไปเป็นร้อยละ 30 ถึง 37 เพิ่มขึ้นจากระดับปัจจุบันที่มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 20 ของตลาดรถปิกอัฟรวมในยุโรป ทำให้มูลค่าการส่งออกรถปิกอัฟของไทยมีโอกาสที่จะเพิ่มขึ้นไปสู่ระดับ 1,300 ถึง 1,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวขึ้นมากกว่าร้อยละ 47 ถึง 81 จากปี 2562 นี้ที่คาดว่าไทยจะส่งออกรถปิกอัฟไปยุโรปได้เป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 884 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม หากเทคโนโลยีรถปิกอัฟไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่พัฒนาขึ้นเร็วกว่าที่คาด โดยเฉพาะรถปิกอัฟค่ายจีนที่มีโอกาสจะทำราคาต่ำได้ ซึ่งปัจจัยนี้อาจทำให้รูปแบบการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไป และค่ายรถปิกอัฟจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรับมืออย่างรวดเร็ว

สำหรับอนาคต หากไทยมีการผลิตรถปิกอัฟไฮบริดในประเทศแล้ว โอกาสที่จะต่อยอดไปสู่รถปิกอัฟไฟฟ้ารูปแบบอื่นที่มีระดับเทคโนโลยีสูงขึ้นก็เป็นเรื่องที่เกิดได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้การที่ไทยจะสามารถดึงดูดฐานการผลิตรถปิกอัฟไฮบริดมาได้แล้วอาจจะทำให้ความสามารถในการแข่งขันของไทยเพิ่มขึ้น ทว่าคู่แข่งในอนาคตอาจไม่ได้มีเพียงแอฟริกาได้ แต่อาจเป็นประเทศอื่นๆ ที่มีศักยภาพเป็นฐานการผลิตประเภทดังกล่าวได้เช่นกัน เช่น ประเทศในแถบทวีปอเมริกา

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
EASIKORN RESEARCH CENTER



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใดหรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ