



จักรยานยนต์ไทยปี 64 ยังซบจากโควิดเหลือโตเพียง 1%... จักรยานยนต์ไฟฟ้ากำลังโตค่ายรถหน้าใหม่เร่งรุกตลาดแม่ไม่ถ่าง

CURRENT ISSUE

ปีที่ 27 ฉบับที่ 3286

วันที่ 19 พฤศจิกายน 2564

ตลาดจักรยานยนต์ไทยในปีนี้ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ที่กดดันกำลังซื้อของผู้บริโภคโดยเฉพาะในกลุ่มฐานรากซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อหลัก โดยเฉพาะในช่วงไตรมาส 3 ของปีซึ่งมีการแพร่ระบาดของเชื้อเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ทำให้จากที่ยอดขายรถจักรยานยนต์ในประเทศขยายตัวได้กว่า 19% (YoY) ในช่วงครึ่งแรก กลับพลิกมาหดตัวอย่างรวดเร็วในช่วงครึ่งหลังโดยคาดว่าจะมีโอกาสที่จะหดตัวลงถึง -16% (YoY) ยังผลให้ตลอดทั้งปีนี้ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่าจะมียอดขายรถจักรยานยนต์ปี 2564 อาจปิดที่ราว 1.53 ล้านคัน หรือขยายตัวเพียง 1% จากปีที่แล้วเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม ในบรรดารถจักรยานยนต์ประเภทต่างๆ พบ 2 กลุ่มที่กลับขยายตัวได้ดีสวนกระแสตลาด โดยกลุ่มแรกคือ จักรยานยนต์บิ๊กไบค์รุ่นขนาด 251 ถึงไม่เกิน 400 ซีซี ที่ได้รับปัจจัยบวกจากการเป็นกลุ่มจักรยานยนต์ไลฟ์สไตล์ที่ได้รับความนิยมในตลาดผู้บริโภคที่มีฐานรายได้มั่นคงซึ่งได้รับผลกระทบน้อยกว่าจากการแพร่ระบาดของโควิด ส่วนอีกกลุ่มคือ รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าที่กำลังอยู่ในช่วงขาขึ้นอันเนื่องมาจากการสนับสนุนของภาครัฐภายใต้แผนนโยบาย 30/30 (ส่งเสริมให้ในปี 2573 มีการผลิตรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศ 675,000 คัน คิดเป็น 30% ของการผลิต) และบีโอไอยังสนับสนุนให้ผู้ลงทุนผลิตรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าจะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปีด้วย ก่อให้เกิดการขยายการลงทุนจากทางฝั่งนักลงทุนเพิ่มขึ้น ประกอบกับหากเทียบต้นทุนในการถือครองที่ต่ำกว่ารถจักรยานยนต์ใช้น้ำมัน (หากใช้งานเพื่อการเดินทางทั่วไปในชีวิตประจำวันด้วยระยะทางและอัตราเร่งไม่สูง) รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าจึงกลายมาเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากขึ้นในปัจจุบัน

ค่าใช้จ่ายในการถือครองรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเปรียบเทียบกับที่ใช้น้ำมัน

| ต้นทุนการถือครอง | รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า | | | รถจักรยานยนต์น้ำมัน |
|--|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|
| | ชาร์จไฟเอง | ใช้บริการเปลี่ยนแบตเตอรี่ | รถเช่า+บริการเปลี่ยนแบตเตอรี่* | |
| ราคาารถจักรยานยนต์รุ่นกลาง | 36,900 บาท | 49,700 บาท | ไม่มี | 36,900 บาท |
| ค่าพลังงาน (ใช้วันละ 60 กม. เป็นเวลา 3 ปี) | ประมาณ 0.08 บาท / กม. (5,184 บาท) | | ประมาณ 90 บาท / วัน (108,000 บาท) | 0.47 บาท / กม. ** (30,456 บาท) |
| ค่าบำรุงรักษาหลัก (เปลี่ยนแบตเตอรี่เมื่อครบ 3 ปี) | 13,500 บาท (ราคาน่าจะลดลงในอนาคต) | ไม่มี | ไม่มี | 8,700 บาท |
| รวมค่าใช้จ่าย (3 ปี) | 55,584 บาท | 54,884 บาท | 108,000 บาท | 76,056 บาท |
| ปัจจัยที่จะทำให้ตลาดขยายตัวได้ | ราคาแบตเตอรี่ที่ลดลง | จุดเปลี่ยนแบตเตอรี่กระจายทั่วถึง | จุดเปลี่ยนแบตเตอรี่กระจายทั่วถึง | การลดอัตราสิ้นเปลืองน้ำมัน |

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทยรวบรวมข้อมูลเฉลี่ยจากค่ายรถจักรยานยนต์และการใช้จริงของผู้บริโภคในตลาด (ข้อมูลวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564)

* รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าที่จัดให้บริการเช่าเป็นกลุ่มรถที่มีกำลังสูงกว่ารถจักรยานยนต์ไฟฟ้ารุ่นล่างอื่น ราคาจึงสูงกว่าประมาณ 45,000 บาท

** คำนวณจากราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 เฉลี่ยปี 2564 ถึงปัจจุบันที่ประมาณ 28 บาท/ลิตร

อย่างไรก็ตาม รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าที่มีการทำตลาดในปัจจุบันยังเป็นเพียงกลุ่มที่ทำตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้ากระแสใหม่ทั้งรูปแบบการนำเข้าและที่ผลิตโดยคนไทยเอง ซึ่งประกอบไปด้วย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มธุรกิจพลังงานที่ต้องการเข้ามารุกตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเพื่อโอกาสในการสร้างรายได้จากพลังงานทางเลือกอื่นทดแทนน้ำมันที่จะลดบทบาทลงเรื่อยๆ ในอนาคต และกลุ่มผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าหรือที่ร่วมทุนกับนักลงทุนต่างประเทศซึ่งเป็นหน้าใหม่ในวงการรถจักรยานยนต์ ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้รวมกันสามารถสร้างส่วนแบ่งการตลาดให้กับรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าได้เพียง 0.2% ของตลาดรถจักรยานยนต์รวมในปัจจุบัน สาเหตุหลักที่การเติบโตของตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้ายังมีอยู่จำกัดน่าจะมาจากจุดอ่อนสำคัญ 2 ประการ ที่ไปมีผลทำให้กลุ่มผู้ใช้หลักของรถจักรยานยนต์ที่เป็นกลุ่มฐานรากและกว่า 75% อยู่ต่างจังหวัดยังไม่เชื่อมั่นในตลาดนี้ ได้แก่

1. **ระดับราคาแบตเตอรี่ที่ยังอยู่ในระดับสูง** ทำให้ยังไม่เหมาะต่อการนำมาพัฒนาจักรยานยนต์ไฟฟ้าสำหรับการใช้งานของผู้บริโภคในต่างจังหวัด ซึ่งต้องวิ่งระยะทางไกลและต้องการอัตราเร่งที่สูงสำหรับขับขึ้นบนถนนใหญ่ โดยรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าปัจจุบันของไทยรุ่นที่ทำได้ต่างต้องใช้ความจุแบตเตอรี่ที่มากขึ้น ทำให้ราคาสูงขึ้นไปตาม ตรงข้ามกับรถจักรยานยนต์ใช้น้ำมันที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันนอกจากราคาจะไม่สูงแล้วยังได้เพิ่มความจุของถังน้ำมันและพัฒนาอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันให้น้อยลงด้วยจนสามารถวิ่งได้ไกลขึ้นจากอดีตด้วยต้นทุนที่ถูกลง

2. **ความสะดวกและระยะเวลาในการชาร์จพลังงานไฟฟ้ายังไม่ตอบโจทย์ผู้ใช้หลัก** ซึ่งรถจักรยานยนต์แต่ละยี่ห้อต่างก็มีโจทย์ที่แตกต่างกันโดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- **กลุ่มที่ชาร์จไฟแบตเตอรี่เอง ณ ที่พักอาศัย** พบว่านอกจากจะใช้เวลานานในการชาร์จไฟต่อครั้งแล้ว บางรุ่นที่ไม่สามารถถอดแบตเตอรี่ออกมาชาร์จได้ก็อาจไม่เหมาะกับผู้ที่ไม่ได้อยู่บ้านพักส่วนตัว ในขณะที่เดียวกันรุ่นที่ถอดแบตเตอรี่ไปชาร์จได้ก็อาจไม่เหมาะกับผู้ที่อาศัยอยู่ในตึกคอนโดหรือหอพักที่มีระบบคิดค่าไฟสูงกว่าค่าไปปกติซึ่งจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการชาร์จไฟแพงขึ้น
- **กลุ่มที่ใช้วิธีเปลี่ยนแบตเตอรี่** แม้จะขจัดปัญหาในเรื่องระยะเวลาในการชาร์จไฟต่อครั้งไปได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแบตเตอรี่ใช้เวลาไม่นานคล้ายกับการเติมน้ำมัน แต่ก็ยังมีปัญหาในเรื่องของการกระจายตัวของจุดให้บริการเปลี่ยนแบตเตอรี่ที่ยังน้อยมาก และการที่รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าแต่ละยี่ห้อต่างมีการออกแบบลักษณะแบตเตอรี่รวมถึงระบบการติดตั้งแบตเตอรี่ในตัวรถที่แตกต่างกัน ทำให้ไม่สามารถใช้แบตเตอรี่ร่วมกันได้ การเปลี่ยนแบตเตอรี่จึงไม่สะดวกเหมือนการเติมน้ำมันอย่างที่คิด และการไม่มีแพลตฟอร์มร่วมระหว่างผู้ผลิตดังกล่าว ทำให้ต้นทุนผลิตรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าและการวางโครงข่ายจุดเปลี่ยนแบตเตอรี่ของผู้ผลิตในประเทศที่ใช้วิธีเปลี่ยนแบตเตอรี่ในปัจจุบันสูงเกินจำเป็น

ซึ่งจุดอ่อนสำคัญดังกล่าวทำให้ แม้ปัจจุบันจะเป็นจังหวะดีที่สุดในการเร่งขยายตลาดของกลุ่มผู้ผลิตรถจักรยานยนต์กระแสใหม่ของไทยเพราะกลุ่มค่ายรถจักรยานยนต์กระแสหลักยังไม่ลงมาลุยตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในไทย แต่ก็ดูจะไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายที่จะผลักดันรถจักรยานยนต์ไฟฟ้ายี่ห้อที่มีอยู่ปัจจุบันให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้างเร็ว ๆ นี้ และนี่ก็อาจเป็นหนึ่งในสาเหตุสำคัญที่ค่ายรถจักรยานยนต์กระแสหลักเองก็ยังไม่เข้ามาลุยในตลาดแม้จะมีเทคโนโลยีรองรับ อย่างไรก็ตาม ในอีกไม่เกิน 3 ปีข้างหน้า ทิศทางดังกล่าวของค่ายรถจักรยานยนต์กระแสหลักน่าจะเปลี่ยนไป จากความคืบหน้าล่าสุดที่บรรดาค่ายรถจักรยานยนต์กระแสหลักทั้งหลายในไทยต่างบรรลุข้อตกลงที่จะร่วมมือกันพัฒนารถจักรยานยนต์ให้ใช้แบตเตอรี่ร่วมกันได้ในรูปแบบของการถอดเปลี่ยนแบตเตอรี่แล้ว ทั้งนี้เพื่อเป้าหมายในการพัฒนาให้เกิดโครงข่ายจุดเปลี่ยนแบตเตอรี่ขึ้นอย่างรวดเร็ว และเพื่อให้เกิดการสร้างแพลตฟอร์มร่วมอันจะทำให้ต้นทุนการผลิตรถจักรยานยนต์ลดลงอย่างรวดเร็วจากผลของการเกิด Economies of Scale นอกจากนี้ จาก

แผนการผลิตล่าสุดพบว่าบางค่ายมีการประกาศพร้อมจะทำตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าสำหรับกลุ่มลูกค้าระดับ Mass แล้วภายในปี 2567 ซึ่งเมื่อถึงเวลานั้นคาดว่าจะการแข่งขันของตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในไทยก็น่าจะรุนแรงขึ้นตามลำดับ

ในมุมมองของ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** จึงเห็นว่า สำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการอาศัยจังหวะนี้รุกชิงส่วนแบ่งตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในลักษณะที่มั่นคงระยะยาว อาจต้องแสวงหาความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น ในการพัฒนารูปแบบการใช้แบตเตอรี่ไฟฟ้าซึ่งเป็นชิ้นส่วนสำคัญและมีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจพลังงานที่มีโอกาสสูญเสียรายได้เมื่อน้ำมันเป็นที่ต้องการน้อยลงเรื่อยๆ และค่ายรถจักรยานยนต์กระแสหลักเองก็หันมาพัฒนาแบตเตอรี่ใช้เอง

ทั้งนี้ หากการพัฒนาตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศสามารถเติบโตขึ้นได้ ซึ่งอาจต้องอาศัยทั้งการให้การส่งเสริมจากภาครัฐ การลงทุนพัฒนารถจักรยานยนต์ไฟฟ้าที่ตอบสนองต่อความต้องการใช้ของผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการกระจายจุดชาร์จไฟฟ้าหรือให้บริการเปลี่ยนแบตเตอรี่ที่เหมาะสม ก็อาจทำให้ตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเติบโตขึ้นได้อย่างต่อเนื่องในประเทศ โดยปีที่เป็นคาดว่าจะรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าจะกลายเป็นสินค้าระดับ Mass คือ ช่วงหลังจากปี 2567 เป็นต้นไป ที่รถจักรยานยนต์ไฟฟ้ารุ่นตลาด Mass ของค่ายรถจักรยานยนต์กระแสหลักคาดว่าจะมีการทยอยเปิดตัวออกมาสู่ตลาด ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองแนวโน้มตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของไทยว่ามีโอกาสที่จะเติบโตในปี 2564 และ 2565 ดังตาราง

ประมาณการทิศทางอนาคตตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของไทย

| ปี | 2563 | 2564f | 2565f | เป้าหมายในปี 2573 ของรัฐบาล |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------------------------|
| รถจักรยานยนต์รวม (คัน) | 1,516,096 | 1,530,000 | 1,550,000 | 2,200,000 |
| รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (คัน) | 1,591 | 3,500 | 6,500 | 650,000 |
| ส่วนแบ่งตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า | 0.1% | 0.2% | 0.4% | 30% |

ที่มา: สถาบันยานยนต์, กรมการขนส่งทางบก ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (ณ วันที่ 11 พฤศจิกายน 2564)

หมายเหตุ : ประมาณการนี้ไม่รวมกรณีที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคอาจออกข้อกำหนดที่กระทบกับธุรกิจเช่าซื้อรถจักรยานยนต์

โดยสรุป แม้ตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าจะมีโอกาสเติบโตได้ในอนาคตทั้งจากการสนับสนุนของภาครัฐ และจากแผนการพัฒนาก้าวเข้าสู่ยุคยานยนต์ไฟฟ้าในอนาคต แต่การขยายตลาดในช่วงแรกนั้นไม่ถนัดเนื่องจากแบตเตอรี่ซึ่งเป็นต้นทุนหลักยังมีราคาแพงและใช้เวลานานในการชาร์จ ส่วนถ้าหากจะใช้การสับเปลี่ยนแบตเตอรี่ซึ่งสะดวกและรวดเร็วกว่าก็ยังมีประเด็นเรื่องการกระจายตัวของจุดเปลี่ยนแบตเตอรี่ที่มีไม่มาก ทั้งนี้เนื่องจากการที่แบตเตอรี่ของแต่ละยี่ห้อยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน จึงทำให้การลงทุนตั้งจุดเปลี่ยนแบตเตอรี่ให้ทั่วถึงนั้นยังมีต้นทุนที่สูง ซึ่งอาจต้องอาศัยการพัฒนาทั้งเทคโนโลยีแบตเตอรี่และรถจักรยานยนต์ร่วมกันในประเทศจึงจะทำให้เกิดการขยายตัวได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น

อนึ่งในช่วงก่อนปี 2567 ที่ค่ายรถจักรยานยนต์กระแสหลักยังไม่ลงมาลุยตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า กลุ่มลูกค้าหลักที่น่าจะทำตลาดได้ของรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าคาดว่าจะน่าจะเป็นผู้บริโภคในกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยปัจจัยสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น คือ ราคารถจักรยานยนต์ไฟฟ้าที่ถูกลง โดยเฉพาะในรุ่นที่มีมอเตอร์แรงขึ้น (ต้องใช้แบตเตอรี่มากกว่า 1 ก้อน) เพื่อการใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ ควบคู่ไปกับการกระจายจุดเปลี่ยนแบตเตอรี่ หรือจุดชาร์จไฟ (กรณีสำหรับรุ่นที่ต้องชาร์จไฟฟ้า) ให้ครอบคลุมพื้นที่ใช้งาน ซึ่งจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า และทำให้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภคในวงกว้าง

ส่วนตลาดรถจักรยานยนต์รวมในประเทศปี 2565 แม้จะมีโอกาสฟื้นตัวขึ้นแต่ก็น่าจะยังเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากกำลังซื้อของประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศยังฟื้นตัวได้ไม่เต็มที่ นอกจากนี้ ยังมีประเด็นสำคัญที่อาจต้อง

ติดตามอย่างการที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะออกข้อกำหนดต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการใช้บริการธุรกิจเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ ที่แม้จะยังอยู่ในช่วงการทำประชาพิจารณ์และหาข้อสรุป แต่ข้อกำหนดสำคัญที่หากเกิดขึ้นจริงอย่างการกำหนดเพดานอัตราดอกเบี้ยเช่าซื้อไม่เกิน 15% ต่อปี การคืนรถจบหนี้ การให้ส่วนลดดอกเบี้ยไม่น้อยกว่า 80% หากมีการปิดหนี้ก่อนครบสัญญา และการยืดเวลาในการขายทอดตลาดเป็น 2 เดือน เหล่านี้ย่อมกระทบต่อความสามารถในการหากำไรของธุรกิจให้เช่าซื้อ และอาจเพิ่มความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้นและกระทบต่อยอดขายรถจักรยานยนต์ในอนาคตได้

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
开票研究中心 KASIKORN RESEARCH CENTER



Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏจะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือมุ่งใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงถึงความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง คัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ