



RECAP MOTOR SHOW 2026 :

จับสัญญาณยอดขายพุ่ง // กระทบต่อเศรษฐกิจไทย

17 เมษายน 2026

RECAP MOTOR SHOW 2026

: จับสัญญาณยอดขายสูง และนับต่อเศรษฐกิจไทย

KEY SUMMARY

มหกรรม Motor Show 2026 มียอดขายสูงสุดเป็นประวัติการณ์ จากแรงหนุนของกระแสรถยนต์ไฟฟ้า และพฤติกรรมทางเลือกซื้อรถที่เปลี่ยนไป

มหกรรม Motor Show 2026 ทำสถิติยอดขายสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 1.3 แสนคัน สะท้อนถึงบทบาทของค่ายผู้ผลิตรถยนต์จากจีนที่ครองส่วนแบ่งตลาดไทยมากขึ้นต่อเนื่อง เพราะกระแสความตื่นตัวต่อรถยนต์ไฟฟ้าที่ถูกเร่งด้วยการปรับเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันจากพลพวงความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ขณะเดียวกัน พฤติกรรมการซื้อรถของผู้บริโภคไทยก็เปลี่ยนไปเช่นกัน โดยหันมาให้ความสำคัญกับ “ความคุ้มค่าและครบครันของเทคโนโลยี” มากกว่าการยึดติดกับแบรนด์เดิม นอกจากนี้ การที่รถ EV มักถูกเลือกเป็นพาหนะคันที่ 2+ ของครัวเรือนยังเอื้อต่อการเปิดรับรถรุ่นใหม่ๆ ทำให้ค่ายผู้ผลิตที่เพิ่งเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยไม่นานต่างก็ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

70% ของยอดขายในงาน Motor Show 2026 จะถูกส่งมอบจริง ขณะที่อานิสงส์ต่อเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มอยู่ในวงจำกัด เพราะยอดขายมาจากกลุ่มรถนำเข้าเป็นหลัก

SCB EIC ประเมินว่า อัตราการส่งมอบรถจริงภายหลังมหกรรม Motor Show 2026 จะอยู่ที่ 70% ของยอดขายทั้งหมด (เดิมอยู่ที่เฉลี่ย 75% - 80% ระหว่างปี 2022 - 2025) เนื่องจากกระบวนการอนุมัติสินเชื่อที่ยังอยู่ในเกณฑ์เข้มงวด โดยเฉพาะในกลุ่มรถ EV ที่มักมีเงื่อนไขเงินดาวน์สูงและระยะเวลาผ่อนชำระสั้น ประกอบกับความเป็นไปได้ของการยกเลิกการจองจากผู้บริโภคเอง อันเป็นผลจากการเปิดตัวรถรุ่นใหม่ ๆ ที่มีความน่าสนใจมากกว่า หรือระยะเวลาการส่งมอบที่ยาวนาน ประเด็นสำคัญที่ต้องจับตาเพิ่มเติม คือ ความคึกคักของตลาดรถยนต์ไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มพึ่งพายอดขายจากรถนำเข้าในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อานิสงส์ต่อมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจยังคงอยู่ในวงจำกัด แม้ยอดขายรถยนต์จะขยายตัวได้ก็ตาม ขณะเดียวกัน ความพร้อมของห่วงโซ่อุปทานในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นอุปทานชิ้นส่วนยานยนต์ โครงสร้างพื้นฐานสถานีชาร์จ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะประกันภัย ก็จำเป็นต้องเร่งพัฒนาและปรับตัวเพื่อรองรับการเติบโตของตลาด EV และลดต้นทุนแพงในการครอบครองรถยนต์ไฟฟ้าในระยะยาว

การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคยานยนต์ไฟฟ้ากำลังเกิดขึ้นอย่างชัดเจน แต่การสนับสนุนค่ายรถจากห่วงโซ่อุปทานดั้งเดิมให้แข่งขันได้ ก็เป็นประเด็นที่ต้องเร่งดำเนินการควบคู่กันไป

การส่งเสริมการลงทุนเพื่อสร้างฐานการผลิต EV ในประเทศควรดำเนินการควบคู่ไปกับการยกระดับสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ ตลอดจนการพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศให้สามารถเข้ามามีบทบาทในห่วงโซ่อุปทาน EV ได้มากขึ้น ขณะเดียวกัน การสร้าง Level playing field ที่เหมาะสม จะช่วยให้ผู้ผลิตทั้งรายเดิมและรายใหม่สามารถแข่งขันกันอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม แนวทางดังกล่าวจะมีส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ลดการพึ่งพาการนำเข้า และสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยอย่างยั่งยืนในระยะยาว

KEY POINTS

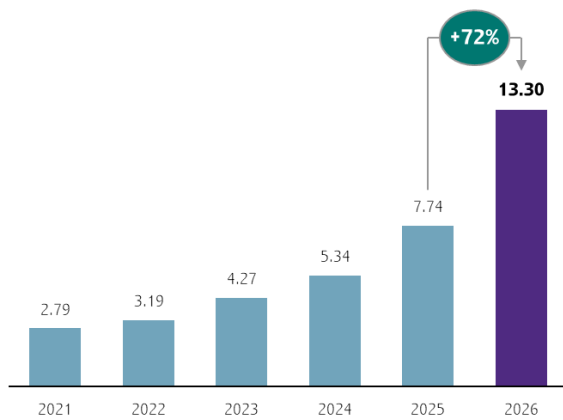
ยอดจอง Motor Show ปีนี้บอกระยะอะไรบ้าง ?

มหกรรม Motor Show 2026 มียอดจองรถยนต์สูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยรถยนต์ไฟฟ้าได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างมีนัย เพราะแรงหนุนของราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น กอปรกับการเปิดตัว BEV รุ่นใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายทั้งในด้านระดับราคา รูปร่าง และเทคโนโลยีการขับขี่ งานมหกรรม Bangkok International Motor Show ครั้งที่ 47 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 23 มีนาคม – 5 เมษายน 2026 ได้สร้างสถิติใหม่ให้กับวงการรถยนต์ไทยด้วยยอดจองรวมกว่า 1.3 แสนคัน ถือเป็นระดับสูงสุดในประวัติการณ์ อีกทั้ง ยังสะท้อนถึงพัฒนาการเชิงโครงสร้างของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยเฉพาะบทบาทของผู้ผลิตรถยนต์จากจีนที่ก้าวขึ้นมาครองส่วนแบ่งยอดจองสูงถึง 65% (รูปที่ 1) นำโดยผู้เล่นหลักอย่าง BYD, MG และ Changan รวมถึงแบรนด์น้องใหม่ที่เพิ่งเข้ามาทำตลาดในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ต่างก็มียอดการจองเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทั้ง OMODA & JAECOO, XPENG และ ZEEKR

รูปที่ 1 : ยอดจองรถยนต์ในมหกรรม Motor Show 2026 ทำสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยค่ายรถจากประเทศจีนได้รับความสนใจสูงสุด และครองส่วนแบ่งการจองมากถึง 65%

ยอดจองรถยนต์ในงานมหกรรม Motor Show

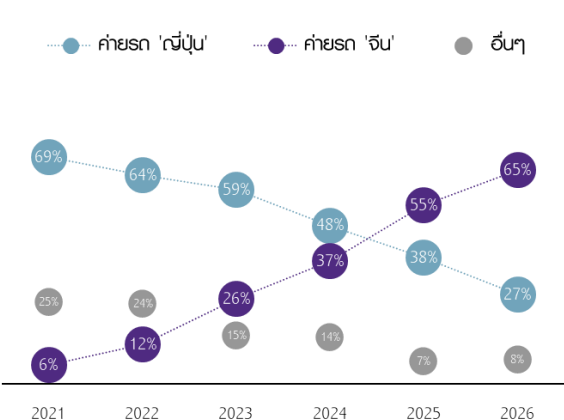
หน่วย : หมื่นคัน



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Motor Show 2026 และ Auto life Thailand

สัดส่วนการจองจำแนกตาม Brand origin

หน่วย : % ของยอดจองรถยนต์ทั้งหมดในงาน Motor show ปี 2021 - 26



ตัวเลขการจองรถยนต์จากงานมหกรรม Motor Show 2026 นอกจากจะสะท้อนการฟื้นตัวของอุปสงค์ในตลาดยานยนต์ท่ามกลางความผันผวนทางเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศแล้ว ยังถือเป็นสัญญาณสำคัญที่บ่งชี้ว่า **จุดเปลี่ยนของตลาดรถยนต์ไทยสู่ยุคยานยนต์ไฟฟ้ากำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว สะท้อนผ่านพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปใน 3 มิติหลัก ได้แก่**

1. ต้นทุนด้านพลังงานกำลังกลายเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อรถยนต์

กระแสการจองรถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในมหกรรม Motor Show 2026 ส่วนหนึ่งได้รับแรงหนุนจากวิกฤติพลังงานอันเป็นผลจากความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่มีแนวโน้มยืดเยื้อ ส่งผลให้ตั้งแต่เดือนมีนาคมที่ผ่านมา ราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศทยอยปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง อีกทั้ง ยังก่อให้เกิดความกังวลต่อความเพียงพอของอุปทานน้ำมันในระยะข้างหน้า ปัจจัยดังกล่าวทำให้ความได้เปรียบด้านต้นทุนพลังงานของรถยนต์ไฟฟ้าชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดย SCB EIC ประเมินว่า ภายใต้ค่าไฟบ้านแบบ TOU และราคาน้ำมัน

แก๊สโซฮอลล์ 95 ณ วันที่ 16 เมษายน 2026 ค่าใช้จ่ายการชาร์จไฟฟ้ารถ EV อยู่ที่ 0.5 บาทต่อกิโลเมตร ขณะที่ต้นทุนเชื้อเพลิงของรถสันดาปเพิ่มขึ้นเป็น 2.2 บาทต่อกิโลเมตร (จากเดิม 1.7 บาทต่อกิโลเมตร ในเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา) ดังนั้น ความน่าสนใจของรถยนต์ไฟฟ้าจึงเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับแนวโน้มราคาน้ำมันที่อยู่ในช่วงขาขึ้น และถือเป็นหนึ่งในปัจจัยเร่งที่ผลักดันให้ตลาดรถยนต์ไทยเปลี่ยนผ่านสู่ยุคยานยนต์ไฟฟ้าได้อย่างรวดเร็ว

2. Brand loyalty ได้ถูกแทนที่ด้วยความหลากหลายของตัวเลือกใหม่ ๆ

การเข้ามาของค่ายรถยนต์ไฟฟ้าจากประเทศจีนได้เพิ่มความหลากหลายของตัวเลือกในตลาดรถยนต์ไทย โดยเฉพาะกลุ่มรถขนาดเล็ก (City car) ที่มีการเปิดตัวโมเดล BEV รุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง พร้อมราคาจำหน่ายเริ่มต้นเฉลี่ยเพียง 5.5 แสนบาทต่อคัน ต่ำกว่ารถยนต์จากค่ายญี่ปุ่นที่มีราคาเฉลี่ยประมาณ 7 แสนบาทต่อคัน อีกทั้ง หากเป็นรุ่นไฮบริด ราคาจะสูงขึ้นอีกราว 20-25% นอกจากนี้ การนำเสนอเทคโนโลยี ฟังก์ชันการใช้งานที่ทันสมัยและครบครันในระดับราคาที่เข้าถึงง่าย ก็ยิ่งกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคให้มีการเปิดรับรถยนต์ไฟฟ้าในวงกว้าง ในทางกลับกัน ผู้ผลิตรถยนต์เจ้าตลาดเดิมบางส่วนปรับตัวต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ยานยนต์ไฟฟ้าได้ค่อนข้างช้า โดยยังคงนำเสนอเพียงรถยนต์สันดาปเป็นหลัก รวมถึงเน้นการปรับโฉมแบบ Minor change ที่ไม่ได้สร้างความแตกต่างอย่างชัดเจน

ภายใต้บริบทดังกล่าว ความภักดีต่อแบรนด์ (Brand loyalty) ของผู้บริโภคไทยจึงมีแนวโน้มทยอยปรับลดลง และถูกแทนที่ด้วยการตัดสินใจซื้อที่หันมาให้ความสำคัญกับ “ความคุ้มค่า” โดยเฉพาะการเข้าถึงรถยนต์ในระดับราคาที่จับต้องได้ ควบคู่กับความทันสมัยและความครบครันของเทคโนโลยี ดังนั้น จึงไม่แปลกที่ผู้ผลิตรถยนต์เจ้าตลาดเดิมบางส่วนจะเผชิญกับยอดจองในงาน Motor Show ที่ปรับลดลง โดยเฉพาะกลุ่มที่ยังไม่มีการเปิดตัวรถพลังงานทางเลือก (xEV) หรือไม่มีโมเดลใหม่เข้าสู่ตลาดในช่วงที่ผ่านมา

3. Risk Buffer ในการซื้อ EV ของผู้บริโภคไทยสูงขึ้น

ค่ายรถยนต์ไฟฟ้าจากจีนที่เพิ่งเข้ามาทำตลาดในไทยได้ไม่นานกลับได้รับความสนใจอย่าง ล้นหลามในมหกรรม Motor Show ครั้งนี้ อาทิ OMODA & JAECOO, Chery และ Geely ซึ่งมียอดจองรวมกันถึงกว่า 3.6 หมื่นคัน ทั้งที่ ผู้ผลิตบางรายยังไม่ได้เริ่มสายการผลิตในประเทศ หรือยังอยู่ระหว่างการศึกษารองทุนในไทย ประเด็นดังกล่าวสะท้อนว่า ผู้บริโภคชาวไทยมีความกล้าตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น แม้ยังมีความไม่แน่นอนด้านบริการหลังการขาย อุปทานอะไหล่ยนต์ และความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจในระยะยาว โดยปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการเปิดรับแบรนด์ EV รายใหม่ ๆ เป็นผลจากผู้จอร์ถยนต์ไฟฟ้ากลุ่มนี้ มักครอบครองรถยนต์สันดาปอยู่เดิม และเลือกซื้อ EV เป็นรถคันที่ 2 หรือคันถัดไปของครัวเรือน เพื่อใช้สำหรับการเดินทางระยะสั้น เช่น ไปทำงาน การจ่ายใช้สอย หรือการรับ-ส่งในเขตเมือง ลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคสามารถรองรับความเสี่ยงได้มากขึ้น เนื่องจากยังคงมีรถยนต์สันดาปไว้ใช้สำรอง ในทางกลับกัน ผู้บริโภคที่พิจารณาซื้อรถยนต์ไฟฟ้าเป็นพาหนะหลักของครัวเรือน มักให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของแบรนด์ บริการหลังการขาย และความพร้อมของเครือข่ายศูนย์บริการ ส่งผลให้มีแนวโน้มเลือกซื้อจากค่ายที่มีฐานการผลิต ดำเนินธุรกิจในไทยมาระยะหนึ่ง และมีห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศรองรับอย่างชัดเจน เช่น BYD, MG และ GWM เป็นต้น

สิ่งที่ต้องติดตามหลังงาน Motor Show 2026

ความคึกคักที่เกิดขึ้นในมหกรรม Motor Show สะท้อนเพียงส่วนหนึ่งของอุปสงค์ในตลาดรถยนต์ไทย อีกทั้ง ยอดจองที่เกิดขึ้นก็ยังไม่สามารถประเมินเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจริงได้ งาน Motor Show ที่จัดขึ้นในแต่ละปี ถือเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดความคึกคักของกำลังซื้อและระดับความตื่นตัวต่อเทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้เข้าชมและผู้ที่ตัดสินใจจองรถภายในงานยังคงกระจุกตัวอยู่ในผู้บริโภคเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นหลัก โดยมีมุมมองเน้นไปที่ตลาดรถยนต์นั่งหรือรถใช้ในครัวเรือน ทั้งนี้ การที่ยอดจองรถยนต์ภายในงานทำสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคไทยส่วนหนึ่งให้ความสนใจในรถยนต์กลุ่มพลังงานทางเลือกมากขึ้น ดังนั้น **สิ่งที่ต้องติดตามในระยะถัดไป คือ การส่งผ่านความคึกคักภายในงานไปสู่กิจกรรมทางเศรษฐกิจจริง ซึ่งพิจารณาได้จาก 3 ประเด็นหลัก ได้แก่**

1. อัตราการส่งมอบรถยนต์จริงภายหลังมหกรรม Motor Show ล้นสุดลง

แม้ว่าการจองรถยนต์ภายในมหกรรม Motor Show 2026 จะมีความคึกคักอย่างมาก แต่ยังไม่สามารถการันตีได้ว่ายอดขายจะเกิดขึ้นได้ทั้งหมด เนื่องจากตัวเลขดังกล่าวยังไม่ได้นำถึง 1) อัตราการอนุมัติสินเชื่อของสถาบันการเงิน ซึ่งพิจารณาทั้งจากคุณสมบัติทางการเงินของผู้กู้ ภาวะเศรษฐกิจในระยะข้างหน้าที่จะกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ รวมถึงมูลค่าหลักประกันของรถยนต์ และ 2) อัตราการยกเลิกการจองโดยผู้บริโภคเองที่อาจเกิดจากการเปิดตัวรุ่นใหม่ที่มีความน่าสนใจมากกว่า ความไม่แน่นอนของกำลังซื้อ ตลอดจนระยะเวลาการส่งมอบที่ยาวนาน

SCB EIC ประเมินว่า การส่งมอบรถยนต์ที่เกิดขึ้นจริงจะอยู่ที่ประมาณ 9.1 หมื่นคัน หรือ 70% ของจำนวนการจองทั้งหมด (ลดลงเล็กน้อยจากค่าเฉลี่ยการส่งมอบเดิมในอดีตที่ราว 75% - 80% ในช่วงปี 2022 - 2025) โดยปริมาณการส่งมอบนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 14% ของประมาณการยอดขายรถยนต์ในประเทศปี 2026 ที่ 6.17 แสนคัน และคาดว่าจะสามารถทยอยส่งมอบได้เป็นส่วนใหญ่ภายในเดือนกรกฎาคม 2026 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทรถ พบว่า อัตราการส่งมอบรถยนต์ไฟฟ้ามีแนวโน้มต่ำกว่ารถสันดาป เนื่องจากสถาบันการเงินยังคงระมัดระวังการปล่อยสินเชื่อมากกว่า โดยมักกำหนดอัตราเงินดาวน์สูงและระยะเวลาผ่อนชำระที่สั้นลง เพื่อรองรับความเสี่ยงจากการเสื่อมมูลค่าอันเป็นผลจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง รวมถึงความไม่แน่นอนของแบรนด์ผู้ผลิตบางราย นอกจากนี้ รถ EV โดยเฉพาะกลุ่มนำเข้า มักมีระยะเวลาการส่งมอบที่ยาวนานกว่า ซึ่งเพิ่มโอกาสในการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้บริโภคในระหว่างรอรับรถ ในทางกลับกัน รถยนต์สันดาปมีความได้เปรียบในด้านอัตราการส่งมอบจากความคุ้นเคยของทั้งผู้บริโภคและสถาบันการเงิน รวมถึงความพร้อมของสต็อกสินค้าและเครือข่ายการผลิต ส่งผลให้กระบวนการอนุมัติสินเชื่อและการส่งมอบสามารถดำเนินได้รวดเร็วและมีความแน่นอนมากกว่า (รูปที่ 2)

รูปที่ 2 : การส่งมอบรถจะเกิดขึ้นราว 70% จากยอดจองในงานมหกรรม Motor Show 2026

ประมาณการอัตราการส่งมอบรถยนต์ที่มีการจองจากมหกรรม Motor Show 2026*

	Unit	รถสันดาป/ไฮบริด	รถ EV (ค่ายรถดั้งเดิม) ตลาดไทย > 2 ปี	รถ EV (ค่ายรถใหม่) ตลาดไทย < 2 ปี	Total
ยอดจองภายในงาน Motor Show 2026	คัน	46,533	50,147	36,271	132,951
SCB EIC estimated Motor show 2026 delivery rate : Bank approval rate * (1 - Cancellation rate)	%	77%	68%	60%	70%
คาดการณ์การส่งมอบจริง	คัน	35,598	34,100	21,763	91,460

หมายเหตุ: * ประเมินความน่าจะเป็นในการส่งมอบยอดจองโดยพิจารณาจาก 2 ปัจจัย คือ 1) อัตราการอนุมัติสินเชื่อเข้าสู่ของสถาบันการเงิน และ 2) อัตราการยกเลิกการจองของลูกค้า โดยอ้างอิงข้อมูลจาก 1) แนวโน้มการอนุมัติสินเชื่อ และ 2) ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมอนุมัติสินเชื่อและพฤติกรรมผู้บริโภคจากตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ พนักงานขาย และผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Motor Show 2026 และ Auto life Thailand

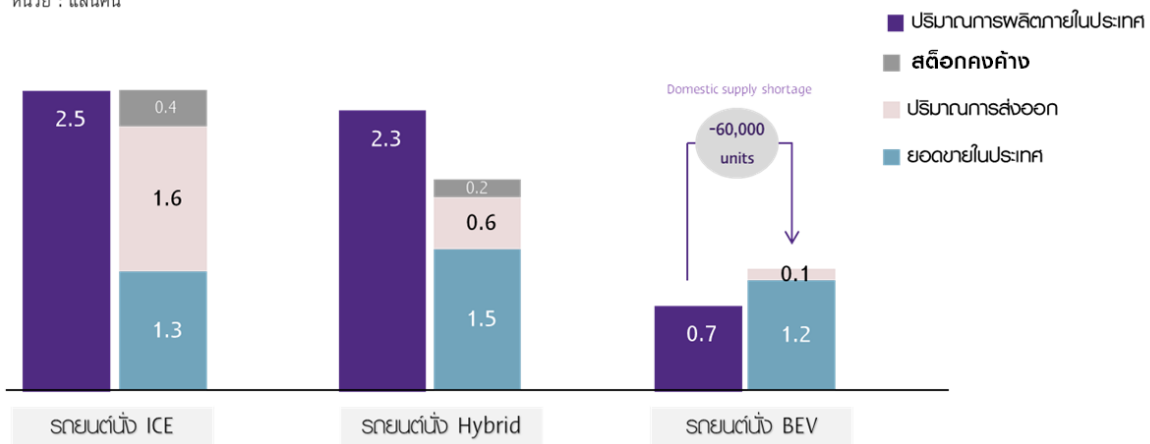
2. อานิสงส์ต่อมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอยู่ในวงจำกัด เมื่อรถนำเข้าได้รับความนิยมนมากขึ้น

การเปิดตัว EV รุ่นใหม่ ๆ เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคถือเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างมาก สะท้อนจากสัดส่วนราว 1 ใน 3 ของการจองภายในงาน Motor Show 2026 มาจากค่ายรถใหม่ที่นำเข้ารถมาทำตลาดในประเทศไทยเป็นเวลาไม่เกิน 2 ปี ทั้งนี้การใช้กลยุทธ์ดังกล่าวส่งผลให้ตลาดรถยนต์ไฟฟ้าของไทยยังคงพึ่งพาการนำเข้าในระดับสูง โดยในปี 2025 ประเทศไทยมีการนำเข้ารถ EV เพื่อจำหน่ายในประเทศไม่น้อยกว่า 6 หมื่นคัน แม้ว่าปริมาณการผลิต EV ภายในประเทศจะขยายตัวอย่างก้าวกระโดดสู่ระดับ 7 หมื่นคัน (เพิ่มขึ้น 800%YOY) แต่เมื่อเทียบกับความต้องการรวมทั้งในประเทศและการส่งออกที่สูงถึง 1.3 แสนคัน พบว่า อุปทานจากการผลิตในประเทศยังไม่เพียงพอ และไม่สามารรถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม (รูปที่ 3)

รูปที่ 3 : ปริมาณการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยยังไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ ส่งผลให้ยอดขายส่วนหนึ่งยังคงพึ่งพาการนำเข้ารถ EV จากต่างประเทศ

ปริมาณการผลิต ยอดจำหน่ายในประเทศ และปริมาณการส่งออกรถยนต์นั่ง ในปี 2025

หน่วย : แสนคัน



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของสมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.)

แม้ว่ายอดขายรถยนต์ในประเทศจะมีแนวโน้มที่ฟื้นตัวได้จากแรงหนุนของกระแสความนิยมยานยนต์ไฟฟ้า แต่อานิสงส์ต่อมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของไทยอาจเกิดขึ้นอย่างจำกัด เนื่องจาก 1) สัดส่วนรถนำเข้ายังอยู่ในระดับสูง และ 2) การผลิตรถ EV ของไทยใช้ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Local content) ในสัดส่วนค่อนข้างต่ำ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 40% ขณะที่รถยนต์สันดาปและรถยนต์ไฮบริดมีสัดส่วนการใช้ Local content สูงถึงราว 80% ของมูลค่าการผลิตทั้งหมด¹ ทั้งนี้เมื่อบทบาทของรถยนต์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศได้สูง กำลังถูกทดแทนด้วยความนิยมของรถ EV ดังนั้น การเร่งดึงดูดการลงทุนเพื่อสร้างฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าจึงต้องดำเนินควบคู่ไปกับการกำหนดและติดตามสัดส่วนการใช้ Local content อย่างเข้มงวด รวมถึงการสร้าง Level playing field เพื่อให้ผู้ผลิตรถยนต์ดั้งเดิมสามารถแข่งขันและปรับตัวได้อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม โดยเฉพาะในช่วงการเปลี่ยนผ่านอันจะช่วยให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืนในทุกมิติ

3. ความพร้อมของห่วงโซ่อุปทานและต้นทุนแฝงในการครอบครองรถ EV

SCB EIC คาดการณ์ว่า จำนวนรถยนต์ไฟฟ้าสะสมบนท้องถนนไทยในปี 2026 จะเพิ่มขึ้นสู่ 4.3 แสนคัน และสามารถครองส่วนแบ่งได้มากถึง 1 ใน 4 ของยอดขายรถยนต์ในประเทศทั้งหมด อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องพิจารณา

¹ อ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

ควบคู่กันคือ ความพร้อมของห่วงโซ่อุปทานในประเทศสำหรับรองรับอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วนี้ ซึ่งองค์ประกอบสำคัญที่เร่งพัฒนาประกอบด้วย 3 ด้านสำคัญ ดังนี้

3.1 อุปทานชิ้นส่วนและอะไหล่ยนต์ EV ที่ผลิตในประเทศ

แม้ไทยจะมีธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มากกว่า 4,000 แห่งทั่วประเทศ แต่มีเพียงผู้ประกอบการขนาดใหญ่ บางส่วนเท่านั้นที่สามารถก้าวเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทาน EV ได้ ส่งผลให้ปัจจุบันเรายังคงต้องพึ่งพาการนำเข้า ชิ้นส่วนสำคัญและอะไหล่ของรถ EV ในเกือบทุกหมวด อาทิ แบตเตอรี่ มอเตอร์ ระบบควบคุมไฟฟ้า รวมถึง ชิ้นส่วนตัวถังอีกหลากหลายประเภท ซึ่งการพึ่งพาชิ้นส่วนนำเข้าทำให้กระบวนการจัดหาอะไหล่ยนต์ ใช้ระยะเวลายาวนานกว่ารถสันดาปและไฮบริดซึ่งมีเครือข่ายผู้ผลิตในประเทศที่พร้อมและครอบคลุม มากกว่า ก่อให้เกิดต้นทุนแฝงแก่ผู้บริโภคในระยะยาว ดังนั้น การพัฒนา EV ecosystem ของไทย จึงควรมุ่งเน้นการยกระดับผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศ ผ่านมาตรการสนับสนุนด้านการปรับปรุงเทคโนโลยี ถ่ายทอดองค์ความรู้ และยกระดับมาตรฐานการผลิต เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าสู่ ห่วงโซ่อุปทาน EV ในระดับสากลได้มากขึ้น

3.2 โครงสร้างพื้นฐานสถานีชาร์จ

สถานีชาร์จสาธารณะในประเทศไทย ณ ปี 2025 กระจายทั่วประเทศมากกว่า 4.6 พันแห่ง โดยมีสัดส่วน การรองรับอยู่ที่ประมาณ 1 สถานีต่อรถ EV 20 คัน นับว่าค่อนข้างแออัดเมื่อเทียบกับประเทศจีน สิงคโปร์ และ เวียดนาม ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ราว 10-15 คันต่อสถานี² อีกทั้ง ยังสะท้อนว่า การขยายตัวของ สถานีชาร์จสาธารณะอาจไม่ทันกับจำนวนรถ EV ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แม้ว่าผู้ใช้รถ EV ส่วนใหญ่จะพึ่งพา การชาร์จจากที่อยู่อาศัยเป็นหลัก แต่ข้อจำกัดของโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะมีแนวโน้มจะชัดเจนมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่มีความต้องการใช้งานพร้อมกัน เช่น วันหยุดยาวหรือเทศกาล ซึ่งจะกระทบต่อประสิทธิภาพ การใช้งานของผู้บริโภคในระยะถัดไป ด้วยเหตุนี้ การเร่งขยายเครือข่ายสถานีชาร์จสาธารณะจึงต้องอาศัย มาตรการจูงใจการลงทุนจากภาครัฐ ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของภาคเอกชน อาทิ ระบบ Fast charge และ Smart charging เพื่อให้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสามารถรองรับอุปสงค์ที่ เพิ่มขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

3.3 ประกันภัยรถยนต์ EV

ประกันภัยรถยนต์ไฟฟ้าถือเป็นต้นทุนระยะยาวที่ผู้บริโภคต้องแบกรับ โดยปัจจุบันค่าเบี้ยประกันของรถ EV ถือว่าอยู่ในระดับสูง และมีตัวเลือกบริษัทประกันภัยค่อนข้างจำกัด โดยรถ EV ในกลุ่ม Mass market (ราคา ต่ำกว่า 8 ล้านบาท) มีค่าเบี้ยประกันชั้นหนึ่งเฉลี่ยประมาณ 26,000 บาทต่อปี สูงกว่ารถยนต์สันดาปและ รถยนต์ไฮบริดเกือบเท่าตัว³ ปัจจัยสำคัญมาจากความกังวลของบริษัทประกันภัยต่อมูลค่าหลักประกัน และต้นทุนการซ่อมที่อยู่ในระดับสูง ทั้งนี้แนวทางที่จะช่วยให้เบี้ยประกันภัย EV ปรับลดลงและเอื้อให้มี ผู้เล่นในตลาดเพิ่มขึ้น สามารถเกิดขึ้นได้หากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประเมินทุนประกันครบถ้วนและ คาดการณ์ได้ง่าย ทั้งในด้านต้นทุนและระยะเวลาการซ่อม รวมถึงความถี่ของการเคลม ไม่เพียงเท่านั้น การเพิ่มความพร้อมของห่วงโซ่อุปทานอะไหล่และศูนย์ซ่อมในประเทศ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัย ให้สอดคล้องกับลักษณะความเสี่ยงของรถ EV ก็จะมีส่วนช่วยลดความไม่แน่นอนและส่งเสริมการแข่งขัน ในตลาดประกันภัยในระยะยาว

² การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลสมาคมยานยนต์ไฟฟ้าไทย และ STATISTA

³ การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูล InsureX

มหกรรม Motor Show 2026 สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ความตื่นตัวและพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคไทยได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว โดยหันมาให้ความสำคัญกับ “ความคุ้มค่าและความครบครันของเทคโนโลยี” มากกว่าการยึดติดกับแบรนด์เป็นหลัก กอปรกับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคยานยนต์ไฟฟ้าที่กำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจากแรงหนุนของราคาน้ำมันที่ปรับสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม การเติบโตของอุปสงค์นี้ก็นำมาซึ่งความเสี่ยงที่ผู้บริโภคต้องแบกรับ โดยเฉพาะในช่วงที่ห่วงโซ่อุปทานในประเทศยังไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเท่าทัน ดังนั้น ความคึกคักของตลาดรถยนต์ไทยที่เกิดขึ้นอาจสะท้อนเพียงการขยายตัวของยอดขาย มากกว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง หากไทยไม่สามารถเร่งยกระดับการผลิตและพัฒนาห่วงโซ่อุปทานในประเทศให้เกิดขึ้นอย่างครบวงจร

บทวิเคราะห์โดย... <https://www.scbeic.com/th/detail/product/MotorShow2026-170426>

Disclaimer: This article is made by The Siam Commercial Bank ("SCB") for the purpose of providing information and analysis only. Any information and analysis herein are collected and referred from public sources which may include economic information, marketing information or any reliable information prior to the date of this document. SCB makes no representation or warranty as to the accuracy, completeness and up-to-dateness of such information and SCB has no responsibility to verify or to proceed any action to make such information to be accurate, complete, and up-to-date in any respect. The information contained herein is not intended to provide legal, financial or tax advice or any other advice, and it shall not be relied or referred upon proceeding any transaction. In addition, SCB shall not be liable for any damages arising from the use of information contained herein in any respect.

ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์

ฐิตา เกกานนท์ (tita.phekanonth@scb.co.th)

นักวิเคราะห์อาวุโส

INDUSTRY ANALYSIS

ดร. ยรรยง ไทยเจริญ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานวิจัยเศรษฐกิจและความยั่งยืน, ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC)

ปราณีดา ศยามานนท์

ผู้อำนวยการฝ่าย Industry Analysis

โชติกา ชุ่มมี

ผู้จัดการกลุ่มธุรกิจสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมการผลิต

ฐิตา เกกานนท์

นักวิเคราะห์อาวุโส

จิรภา บุญพาสุข

นักวิเคราะห์

ชณานิศ สมสุข

นักวิเคราะห์



ท่านพึงพอใจต่อบทวิเคราะห์นี้เพียงใด?

ความเห็นของท่าน สำคัญกับเรา

ร่วมตอบแบบสอบถาม 7 ข้อ
เพื่อนำไปพัฒนาบทวิเคราะห์ของ
SCB EIC ต่อไป

คลิกเพื่อทำ
แบบสอบถาม



“Economic and business intelligence for effective decision making”



ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



เจาะลึก

สถานการณ์เศรษฐกิจ



เกาะติด

การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ



อัปเดต

ประเด็นร้อนที่ไม่ควรพลาด



Stay connected

Find us at



@scbeic | 🔍

www.scbeic.com