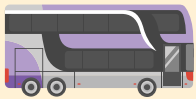




เรื่องเครื่องบินไทย ดริฟท์รับโอกาสภาคบริการ



Highlight

- ตลาดรถบัสไทยเป็นตลาดที่มีขนาดเล็กโดยมีเพียงสัดส่วนของรถบัสโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวเท่านั้นที่ยังคงเติบโตอยู่ และส่วนใหญ่เป็นรถบัสนำเข้าจากจีนซึ่งมีราคาถูกกว่ารถบัสที่ประกอบในประเทศอยู่มาก ทั้งนี้ ในด้านของผู้ประกอบการไทยยังคงต้องเผชิญกับปัญหาด้านต้นทุนของชิ้นส่วนสำคัญในการประกอบรถที่ต้องนำเข้าและมีราคาสูง
- อีไอซีมองว่าผู้ประกอบการไทยควรศึกษาความเป็นไปได้และมองหาแนวทางปรับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในการที่จะคว้าโอกาสทางธุรกิจในภาคบริการ

ตลาดรถบัสและรถเมลไทยเป็นตลาดที่มีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับตลาดรถยนต์นั่ง โดยนับตั้งแต่ปี 2011 - 2015 มีการซื้อขายและจดทะเบียนรถใหม่เฉลี่ยประมาณ 1,500 คัน ต่อปี และเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนการจดทะเบียนสะสมในช่วงเวลาเดียวกันพบว่า มีการจดทะเบียนเพิ่มขึ้น 8,700 คันต่อปี รวมเป็น 300,000 คันในปัจจุบัน ทั้งนี้ ส่วนต่างระหว่างยอดขายและยอดจดทะเบียนกว่า 7,200 คันนั้นเป็นการนำรถเก่ามาดัดแปลงหรือปรับปรุงแล้วนำมาจดทะเบียน การที่รถเก่าได้รับความนิยมมากกว่าเป็นเพราะความแตกต่างอย่างมากระหว่างราคารถมือหนึ่งและรถมือสอง โดยรถมือหนึ่งมีราคาประมาณ 5-10 ล้านบาท ในขณะที่รถมือสองมีราคาประมาณ 0.3-2 ล้านบาท ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของโครงสร้าง (เช่น รถ 6 ล้อ 8 ล้อ และ 10 ล้อ) และอายุการใช้งาน

สัดส่วนของรถบัสโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวหรือรถโค้ชเพิ่มขึ้นจาก 34% ในปี 2011 เป็น 68% ในปี 2015 ในขณะที่รถโดยสารสาธารณะกลับมีสัดส่วนลดลงอย่างมาก ส่วนหนึ่งมาจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางของผู้ใช้บริการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล สะท้อนได้จากปริมาณผู้โดยสารรถเมล์ ขสมก ในปี 2015 ลดลงจากปี 2011 เฉลี่ยมากกว่า 1 แสนคนต่อวัน หรือคิดเป็น 7% ของจำนวนผู้โดยสารในแต่ละวัน โดยเปลี่ยนไปใช้บริการ BTS และ MRT หรือการเดินทางระยะไกลที่ผู้ให้บริการนิยมเลือกใช้รถตู้แทนรถบัสซึ่งมีความคล่องตัวในการให้บริการมากกว่า และมีค่าใช้จ่ายซ่อมบำรุงที่ต่ำกว่า ทั้งนี้ ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ความต้องการรถบัสโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยนับจากปี 2010 เป็นต้นมา ปริมาณการนำเข้ารถบัสจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนในปัจจุบัน พบว่าสัดส่วนของยอดขายมากกว่า 50% เป็นรถบัสจีน และรถบัสญี่ปุ่น 18% และรถบัสยุโรป 15%

ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นผู้รับจ้างประกอบตัวถัง ด้วยตลาดที่มีขนาดเล็กและปริมาณต่อรุ่นที่น้อยมากจึงไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดการผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศ อีกทั้งข้อจำกัดทางด้านปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการผลิตแรงงานทักษะ การขาดแคลนวัตถุดิบประเภทเหล็กต้นน้ำ รวมถึงความสามารถด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งยังไม่ดึงดูดให้เกิดการลงทุน ทำให้ชิ้นส่วนสำคัญในการประกอบรถบัสหรือรถเมล์ส่วนใหญ่จำเป็นต้องนำเข้าจากญี่ปุ่น และยุโรป ซึ่งมีราคาสูง อย่างไรก็ตาม ชิ้นส่วนสำคัญดังกล่าวนั้นยังเป็นที่นิยมของผู้บริโภค เพราะคุณภาพของโครงสร้างรถช่วงล่างหรือ



chassis มีความเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานในไทยซึ่งสามารถใช้งานได้นานมากกว่า 10 ปี อีกทั้งสามารถซื้อแล้วนำมาประกอบกับตัวถังใหม่ได้ อย่างไรก็ตาม มีผู้ประกอบการไทยบางรายพยายามลงทุนด้านวิจัยและพัฒนาเพื่อผลิตรถบัสและรถเมล์ไฟฟ้าเชิงพาณิชย์ให้ได้ แต่ขนาดของตลาดก็ยังเป็นข้อจำกัดอยู่ดี ทั้งนี้ ในมุมมองของผู้นำเข้ารถบัสและรถเมล์ซึ่งมีความได้เปรียบในเรื่องของการประหยัดต่อขนาดหรือการผลิตจำนวนมากโดยเฉพาะจากจีน ทำให้มีต้นทุนนำเข้าที่ต่ำและสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่ถูกลงกว่ารถที่ประกอบโดยผู้ประกอบการไทย

รถบัสจีนกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากผู้ประกอบการในภาคบริการโดยเฉพาะรถบัสโดยสารเพื่อการท่องเที่ยว ในช่วงปี 2010 - 2015 พบว่าสัดส่วนการจดทะเบียนของรถบัสจีนเพิ่มขึ้น 34% เฉลี่ยต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของปริมาณนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เพิ่มขึ้น 48% เฉลี่ยต่อปี ปัจจัยที่เพิ่มขึ้นนั้น นอกจากราคาของรถบัสจีนที่ถูกกว่าแล้ว การนำเข้ารถบัสจีนนั้นยังตรงตามเงื่อนไขของความตกลงเขตการค้าเสรี อาเซียน-จีน (FTA ASEAN-CHINA) ซึ่งทำให้ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีนำเข้าลดลงจาก 40% เหลือ 0% อีกด้วย ณ ปัจจุบัน รถบัสจีน 1 คันจะมีราคาอยู่ที่ราว 3-8 ล้านบาท ซึ่งขึ้นอยู่กับขนาดรถ อุปกรณ์ตกแต่ง และคุณสมบัติอื่นๆ ส่งผลให้ราคากลางในโครงการประมูลรถโดยสารสาธารณะหรือรถเมล์ 489 คันของ ขสมก. ตามประกาศร่าง TOR ลดลงจากราคากลางเมื่อต้นปี 2014 โดยระบุราคากลางเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2016 อยู่ที่ 3.5 ล้านบาท/คัน จากเดิมอยู่ที่ 4.5 ล้านบาท/คัน

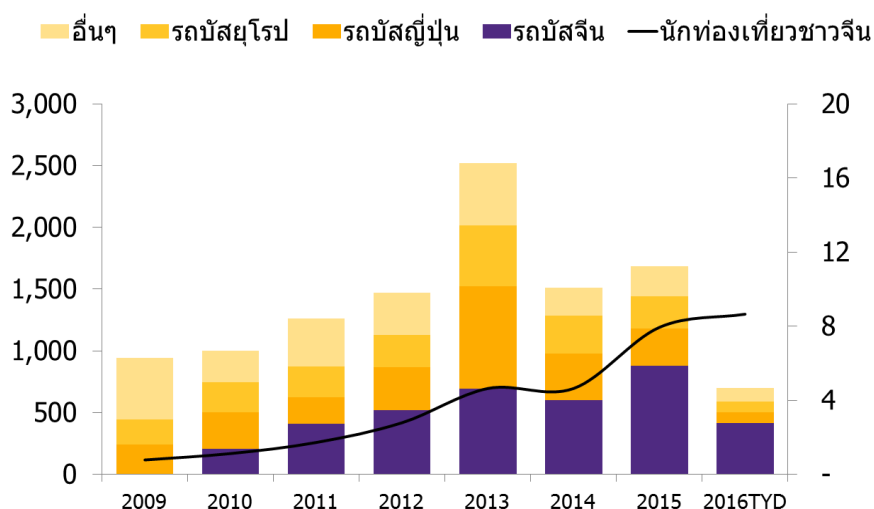
อีอีซีมองว่ามีโอกาสในธุรกิจภาคบริการและช่องทางในการปรับตัวภายใต้การแข่งขันที่มีปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก โดยผู้ประกอบการที่ประกอบรถบัสสามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ เช่น สำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปใช้การนำเข้าโครงสร้างรถช่วงล่างและชิ้นส่วนอื่นๆ ของจีนมาใช้แทนเพื่อลดต้นทุนและราคา แต่ยังคงสามารถใช้ชิ้นส่วนและวัสดุจากยุโรป หรือญี่ปุ่นเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าระดับบน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถปรับตัวไปเป็นผู้ให้บริการในธุรกิจอื่นๆ เช่น บริการนำเที่ยว บริการด้านรถบัสเช่า หรือเสริมธุรกิจเป็นผู้นำเข้าชิ้นส่วนและอะไหล่รถบัสจากจีน รวมถึงให้บริการและซ่อมบำรุง โดยในปัจจุบันนั้นปริมาณของศูนย์บริการและอะไหล่ยังไม่เพียงพอต่อปริมาณรถบัสที่มีอยู่ตามภูมิภาค อีกทั้งลักษณะการใช้งานรถบัสในไทยมักจะเน้นการใช้งานยาวนานหลายปีจึงทำให้มีความต้องการในด้านของอะไหล่และการซ่อมบำรุงสูง

Implication

■ **อีอีซีแนะผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถบัสศึกษาโอกาสทางธุรกิจและช่องทางในการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ** เนื่องจากอุตสาหกรรมรถบัสในไทยเป็นลักษณะการรับจ้างประกอบช่วงล่างและตัวถัง โดยชิ้นส่วนสำคัญต่างๆ ยังต้องพึ่งพาการนำเข้า ทำให้เป็นไปได้ยากที่จะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาโดยตรง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน เช่น ปรับเปลี่ยนแหล่งนำเข้าชิ้นส่วนและวัสดุ การสร้างความแตกต่างภายในห้องผู้โดยสารด้วยการตกแต่ง หรือศึกษาความเป็นไปได้ในการเพิ่มช่องทางธุรกิจอื่นๆ บนห่วงโซ่ธุรกิจที่มีความใกล้เคียงกับความถนัดที่มีอยู่ อาทิ ปรับรูปแบบธุรกิจเป็นศูนย์บริการซ่อมบำรุงควบคู่ไปกับการประกอบรถเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเป็นการกระจายความเสี่ยงในธุรกิจด้วย

รูปที่ 1: ยอดขายรถบัสเปรียบเทียบกับปริมาณนักท่องเที่ยวชาวจีน

หน่วย: คัน(แกนซ้าย), ล้านคน(แกนขวา)



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ DLT และ DOC

โดย : นันทพงศ์ พันทวีศักดิ์ (nantapong.pantaweesak@scb.co.th)

Economic Intelligence Center (EIC)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

EIC Online: www.scbeic.com