



จุดเครื่องก่อนสตาร์ทบริการ car sharing



Highlight

- ธุรกิจ car sharing เป็นธุรกิจให้บริการรถเช่าระยะสั้นที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลกกว่า 39% ต่อปี จากการที่ธุรกิจมีการเชื่อมโยงกับระบบขนส่งสาธารณะในเมืองใหญ่ที่มีประชากรหนาแน่น และบริการที่จอดรถสาธารณะครอบคลุม รวมถึงมีความสอดคล้องกับแนวคิดของกลุ่ม gen Y ที่จะกลายเป็นกำลังซื้อหลักในอนาคต มีการปรับตัวไปสู่การใช้ระบบขนส่งสาธารณะมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนี้ในไทยยังมีข้อจำกัดในการแข่งขันด้านราคากับรูปแบบการเดินทางประเภทอื่น ซึ่งต่างจากประเทศในยุโรปและสหรัฐฯ
- อีไอซีมองว่าธุรกิจ car sharing สามารถปรับไปสู่การให้บริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการเดินทางด้วยตัวเอง และต้องการความยืดหยุ่นในการเดินทางมากกว่ารถเช่ารายวัน และมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าในกรณีที่ใช้บริการไม่เกินครึ่งวัน นอกจากนี้ การเข้ามาของธุรกิจนี้ยังเป็นโอกาสที่ดีต่อธุรกิจบริการที่จอดรถ และธุรกิจประกันภัยในการนำเสนอฟิลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

ธุรกิจ car sharing เป็นธุรกิจให้บริการรถเช่าระยะสั้นที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลก โดยการให้บริการในรูปแบบ Business to Consumer เติบโต 39% ต่อปี วัตถุประสงค์ของการให้บริการ car sharing จะมุ่งเน้นไปสู่การลดปริมาณการใช้รถยนต์บนท้องถนน โดยธุรกิจมีรูปแบบการให้บริการ 2 ประเภท คือ 1) รูปแบบ Peer to Peer (P2P) ที่มองว่าเวลากว่า 80% ใน 1 วัน รถยนต์มักถูกจอดทิ้งไว้ ซึ่งรูปแบบนี้เป็นการจับคู่ระหว่างเจ้าของรถที่ต้องการหารายได้เสริมด้วยการปล่อยเช่ารถในช่วงเวลาที่ไม่ได้ใช้งานกับสมาชิกที่ต้องการเช่ารถในช่วงเวลาดังกล่าว และ 2) รูปแบบ Business to Consumer (B2C) ที่พัฒนามาจากรูปแบบแรก เป็นการให้บริการรถเช่าระยะสั้นแก่สมาชิก โดยรถที่ให้เช่าเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท ไม่ใช่รถส่วนบุคคล ซึ่งรูปแบบนี้จะมีจุดแข็งในการให้บริการในลักษณะ one way trip สมาชิกสามารถใช้บริการ ณ จุดที่สะดวกและไม่จำเป็นต้องนำรถมาจอดคืนที่เดิม เนื่องจากมีบริการจุดจอดรถจำนวนมาก ทั้งนี้ ปัจจุบันธุรกิจ car sharing มีสมาชิกทั่วโลกประมาณ 6 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 26 ล้านคนภายในปี 2020 โดยในเอเชีย-แปซิฟิกซึ่งมีอัตราการเติบโตของจำนวนสมาชิกจากปี 2012 - 2015 สูงถึง 65% ต่อปี มีจำนวนสมาชิกมากที่สุดที่ 2.3 ล้านคน รองลงมาเป็น ยุโรป 2.2 ล้านคน และอเมริกาเหนือ 1.6 ล้านคน และรถที่ให้บริการรวม 1 แสนคัน นอกจากนี้ ยังมีบางประเทศที่รัฐบาลให้การสนับสนุนจัดตั้งโครงการ National car sharing ขึ้นเพื่อสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เช่น ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ โดยสิงคโปร์มีการสนับสนุนให้นำรถยนต์ไฟฟ้ามาให้บริการ

ในประเทศที่การให้บริการ car sharing มีการเติบโตต่อเนื่อง พบว่ามีองค์ประกอบ 4 อย่างที่คล้ายคลึงกัน คือ 1) ความหนาแน่นของประชากรสูง เป็นปัจจัยสำคัญต่อความคุ้มค่าในการลงทุน เพราะพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรต่ำมักจะมีการลงทุนในระบบขนส่งสาธารณะต่ำเช่นกัน หรืออีกนัยหนึ่ง ประชาชนจะยังคงมีความสะดวกจากการใช้รถยนต์ส่วนตัวมากกว่า อย่างไรก็ตาม ความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่ที่เหมาะสมควรมากกว่า 500 คนต่อตารางกิโลเมตร ซึ่งปัจจุบันความหนาแน่นของประชากรในกรุงเทพฯ สูงกว่า 3,000 คนต่อตารางกิโลเมตร และสูงกว่า 1,000 คนต่อตารางกิโลเมตร ในเขต



ปริมาตร 2) ระบบขนส่งสาธารณะที่ครอบคลุมในหลากหลายพื้นที่ จนทำให้ประชาชนลดความจำเป็นในการใช้รถยนต์ส่วนตัว หรือหากจำเป็นต้องใช้ก็ใช้เพื่อเดินทางต่อจากระบบขนส่งสาธารณะในระยะเวลาสั้นๆ เพียง 10-15 นาที 3) นโยบายและการรณรงค์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ในการสนับสนุนการลดมลพิษทางอากาศจากก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในการจราจรทางบก ด้วยการจัดสร้างและให้บริการระบบขนส่งสาธารณะ และ 4) ปริมาณจุดจอดรถสาธารณะที่ครอบคลุมในหลากหลายพื้นที่ โดยมีการสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดเตรียมจุดจอดรถพิเศษสำหรับรถยนต์ที่ให้บริการ car sharing โดยเฉพาะ

ปัจจุบันสัดส่วนของประชากรในกลุ่ม gen Y ในเมืองใหญ่มีแนวโน้มจะปรับตัวไปสู่การเดินทางในระบบสาธารณะมากยิ่งขึ้น ประชากรในกลุ่ม gen Y มีแนวโน้มในการใช้รถยนต์ส่วนตัวลดลง จากผลสำรวจประชากรในกลุ่ม gen Y ซึ่งมีสัดส่วนกว่า 40% ของประชากรสหรัฐฯ ทั้งหมด ในปี 2015 มีเพียง 15% ที่มองว่ารถยนต์ส่วนตัวเป็นสิ่งจำเป็น สอดคล้องกับสัดส่วนการซื้อรถยนต์ของกลุ่ม gen Y ในสหรัฐฯ ที่มีเพียง 50 คันต่อประชากร 1,000 คน ซึ่งต่ำกว่ากลุ่ม gen X และ baby boomer ที่มีสัดส่วนการซื้อรถยนต์ที่ 80 คันต่อประชากร 1,000 คน ทั้งนี้ ในกรุงเทพฯ ซึ่งมีสัดส่วนของประชากรในกลุ่ม gen Y สูงถึง 30% ที่เติบโตมาพร้อมกับการใช้ระบบขนส่งสาธารณะอย่าง BTS และ MRT แล้ว (BTS และ MRT เปิดให้บริการในปี 1999 และ 2004 ตามลำดับ) รวมถึงเริ่มรู้จักและใช้บริการการเดินทางร่วมกัน (ride sharing) ตั้งแต่ปี 2015

อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจ car sharing ในไทยยังพบว่ามีข้อจำกัดทั้งการครอบคลุมของระบบขนส่งสาธารณะและปริมาณจุดจอดรถไม่เพียงพอ อีกทั้งไม่สามารถตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคไทยได้มากนัก แม้กรุงเทพฯ และปริมณฑล จะเป็นเมืองที่มีประชากรจำนวนมากและมีระบบขนส่งสาธารณะในหลากหลายรูปแบบ ทั้งขนส่งระบบรางอย่าง BTS, MRT, เรือด่วนคลองแสนแสบและแม่น้ำเจ้าพระยา รวมไปถึงรถประจำทาง แต่ระบบขนส่งสาธารณะเหล่านี้ยังไม่ครอบคลุมในทุกพื้นที่ และไม่มีการเชื่อมโยงกันมากพอที่จะทำให้ผู้บริโภคพิจารณาการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รวมถึงจุดจอดรถ เช่น อาคารจอดแล้วจร ยังมีปริมาณน้อยและไม่กระจายตัวไปยังบริเวณชานเมือง อีกทั้งยังไม่มีการกำหนดพื้นที่จอดรถสาธารณะในเขตชุมชนหรือย่านการค้า ส่งผลกระทบให้การบริการ car sharing ในรูปแบบ B2C ไม่สามารถให้บริการในลักษณะ one way trip ได้และหากพิจารณาในแง่ของการเดินทางหลายๆ ต่อ รูปแบบการเดินทางขั้นสุดท้ายก่อนถึงจุดหมายปลายทาง ยังคงมีตัวเลือกอื่นที่เหมาะสมกว่า เช่น แท็กซี่ หรือรถจักรยานยนต์รับจ้าง รวมถึงยังมีบริการ ride sharing ประเภทอื่นเป็นต้น ซึ่งมีความคล่องตัวและมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่ต่ำกว่า ทั้งนี้ การให้บริการ car sharing มีการจัดเก็บค่าบริการเป็น 2 ส่วน คือ ค่าสมาชิกรายเดือน (member subscription fee) และค่าใช้จ่ายต่อครั้งตามระยะเวลา (pay per usage) ซึ่งขัดต่อลักษณะการบริโภคของคนไทยที่มักใช้จ่ายกับค่าบริการที่คิดเป็นรายครั้ง มากกว่าการที่มีค่าสมาชิกรายเดือนร่วมด้วย เช่น ในธุรกิจเพลงดิจิทัลซึ่งมีการให้บริการในรูปแบบการจำหน่ายเพลงสำหรับดาวน์โหลด และบริการฟังเพลงออนไลน์ (music streaming) ที่คิดค่าบริการเป็นรายเดือน ซึ่งพบว่าสัดส่วนมูลค่าตลาดเพลงในปี 2015 เป็นของ music streaming เพียง 2% เท่านั้น

นอกจากนี้ มาตรการควบคุมค่าบริการแท็กซี่ของภาครัฐ ในไทยยังไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งต่างจากประเทศในยุโรป และสหรัฐฯ แม้ว่าธุรกิจ car sharing จะเป็นธุรกิจให้บริการรถเช่าที่ไม่ได้เป็นการนำรถยนต์ส่วนบุคคลมาให้บริการรับจ้างขนส่งบุคคลสาธารณะที่ขัดต่อ พ.ร.บ. รถยนต์¹ แต่เมื่อจะเข้ามาแข่งขันในด้านค่าบริการกลับพบว่าตามข้อกำหนดของกระทรวงคมนาคมมีการควบคุมค่าบริการรถแท็กซี่ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการใช้ car sharing ในระยะทางไม่เกิน 10 กิโลเมตร และภายในเวลา 30 นาที สูงกว่าการใช้บริการแท็กซี่ประมาณ 10-20 บาท ซึ่งต่างจากประเทศในยุโรปและสหรัฐฯ ที่ค่าบริการรถแท็กซี่ค่อนข้างสูงกว่ามาก รวมถึงการที่ภาครัฐ ออกมาตรการให้ผู้บริโภคหันมาใช้

¹ พ.ร.บ.รถยนต์ พ.ศ. 2522 ระบุให้ "รถยนต์บริการให้เช่า" คือรถยนต์ที่จัดไว้ให้เช่าแต่ห้ามนำไปรับจ้างบรรทุกคนหรือขนส่งสิ่งของอีกต่อหนึ่ง

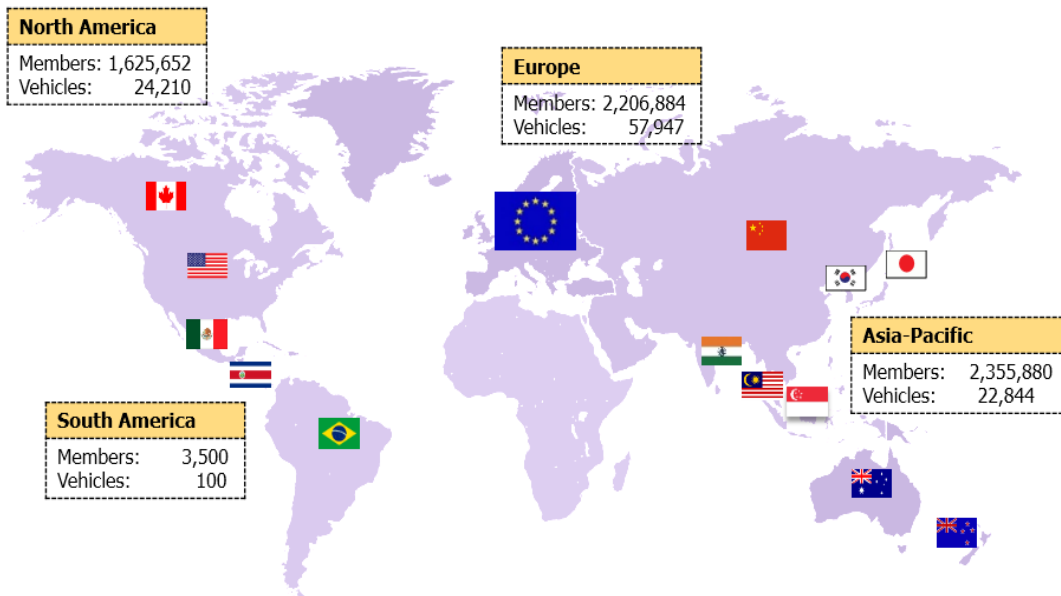
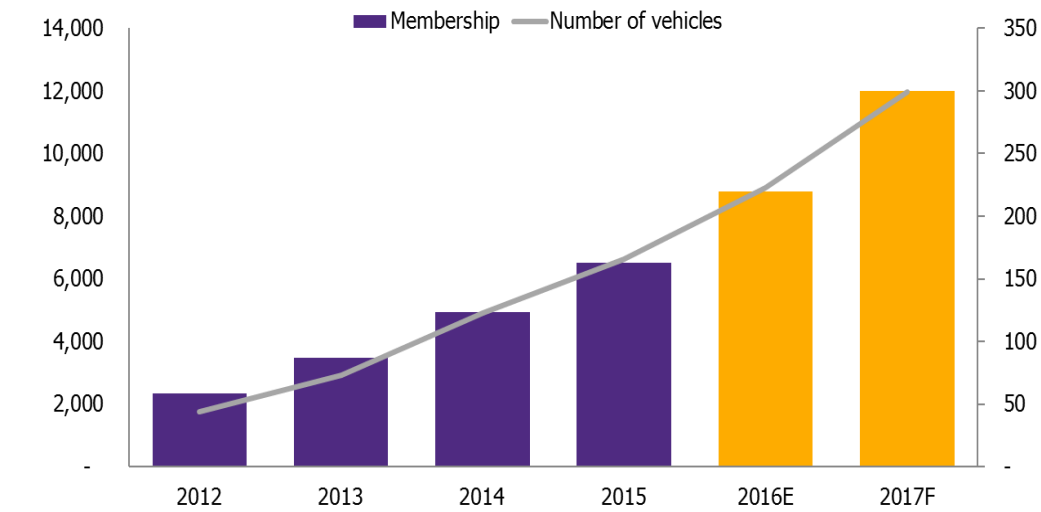
บริการ car sharing แทนรถยนต์ส่วนตัวเพื่อสนับสนุนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เช่น รัฐอิลลินอยส์ ในสหรัฐฯ มอบสิทธิลดหย่อนทางภาษีแก่องค์กรที่สนับสนุนให้พนักงานเดินทางมาทำงานด้วย car sharing หรือขนส่งสาธารณะรูปแบบอื่นที่ 60 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนต่อปี หรือนโยบายของอิตาลีที่มอบสิทธิการเป็นสมาชิก car sharing โดยลดวันค่าสมาชิกในปีแรกและส่วนลด 50% ในปีที่ 2 รวมถึงนโยบายสิ่งแวดล้อมของสหราชอาณาจักรและเยอรมนีในการจัดเตรียมจุดจอดรถสาธารณะพิเศษหรือ ส่วนลดค่าจอดรถสำหรับ car sharing

Implication

- **อีไอเอ็มมองว่าในระยะเริ่มต้นธุรกิจ car sharing ที่มุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยว มีโอกาสทางตลาดสูงกว่า** โดยการจัดเตรียมสถานที่รับและส่งรถตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ หรือให้บริการสำหรับการเดินทางที่ยาวนานกว่า 1 ชั่วโมง แต่ไม่เกินครึ่งวัน พบว่าจะมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าการเช่ารถยนต์รายวัน และเหมาะกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กที่ไม่เกิน 5 คน ที่ชื่นชอบการเดินทางด้วยตนเอง พร้อมทั้งลดข้อจำกัดของการเช่ารถรายวันที่ต้องส่งคืนที่สนามบินหรือจุดรับรถของตัวเองแทนเมื่อครบกำหนดเวลาด้วยค่าบริการแบบเหมาจ่าย ทำให้มีความยืดหยุ่นในการเลือกประเภทการเดินทางได้มากขึ้น
- **ถ้าธุรกิจ car sharing ขยายตัวได้มากขึ้นจะเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจให้บริการที่จอดรถ และธุรกิจประกันภัย** เพื่อทดแทนการแข่งขันด้านราคา ผู้ให้บริการจำเป็นต้องเสริมจุดเด่น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความสะดวกสบายในการใช้บริการ เช่น ร่วมมือกับที่พักอาศัยอย่างคอนโด หมู่บ้าน หรือ ร่วมมือกับอาคารสำนักงานในบริการแบบ business to business รวมถึงความร่วมมือกับผู้ให้บริการสถานที่จอดรถเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการรับและคืนรถในรูปแบบ network parking นอกจากนี้ ยังเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจประกันภัยในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เหมาะสมต่อการให้บริการ car sharing สำหรับผู้ให้บริการ (B2C) และสำหรับเจ้าของรถให้เช่า (P2P) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้ให้บริการและความมั่นใจของผู้บริโภค

รูปที่ 1: จำนวนของสมาชิกที่ใช้บริการ car sharing ในรูปแบบ B2C และปริมาณรถยนต์ที่ให้บริการปี 2012 - 2015

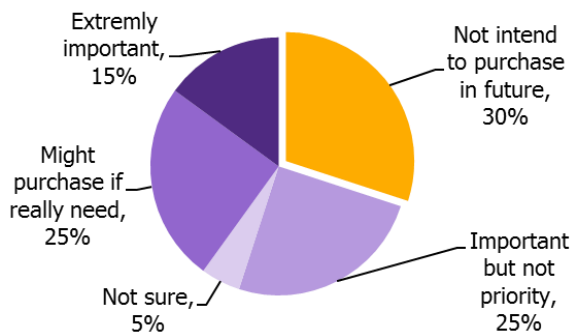
หน่วย: พันคน (ซ้าย), พันคัน (ขวา)



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Car sharing association และ TSRC

รูปที่ 2: ผลสำรวจความต้องการซื้อรถยนต์ของประชากรกลุ่ม gen Y ในสหรัฐฯ

หน่วย:%



ที่มา: Goldman Sachs

รูปที่ 3: ตารางเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ car sharing กับ การเดินทางรูปแบบอื่น

	เดินทาง 10 กิโลเมตรภายใน 30 นาที			เดินทางครึ่งวัน	
	แท็กซี่	Ride hailing (eg. Uber)	B2C Car Sharing	B2C Car Sharing	รถเช่ารายวัน (eg. Budget, Avis)
พนักงานขับ	มี	มี	ไม่มี	ไม่มี	มี
เชื้อเพลิง	รวม	รวม	รวม	รวม	ไม่รวม
จุดจอด	ไม่ต้องใช้	ไม่ต้องใช้	มีบริการ ณ จุดที่กำหนด	มีบริการ ณ จุดที่กำหนด	ไม่มีบริการ
เส้นทาง	ทางเดียว	ทางเดียว	ทางเดียว/ไป-กลับ	ทางเดียว/ไป-กลับ	ไป-กลับ
ระยะเวลา	ตามระยะทาง	ตามระยะทาง	ขั้นต่ำ 30 นาที	ขั้นต่ำ 30 นาที	ขั้นต่ำ 1 วัน
วัตถุประสงค์	เดินทางทั่วไป	เดินทางทั่วไป	เดินทางทั่วไป/ท่องเที่ยว	เดินทางทั่วไป/ท่องเที่ยว	ท่องเที่ยว
ค่าบริการ	B 80 - 105	B 65 - 125	B 100 - 110	B 550 - 650	B1,000/วัน ไม่รวมเชื้อเพลิง

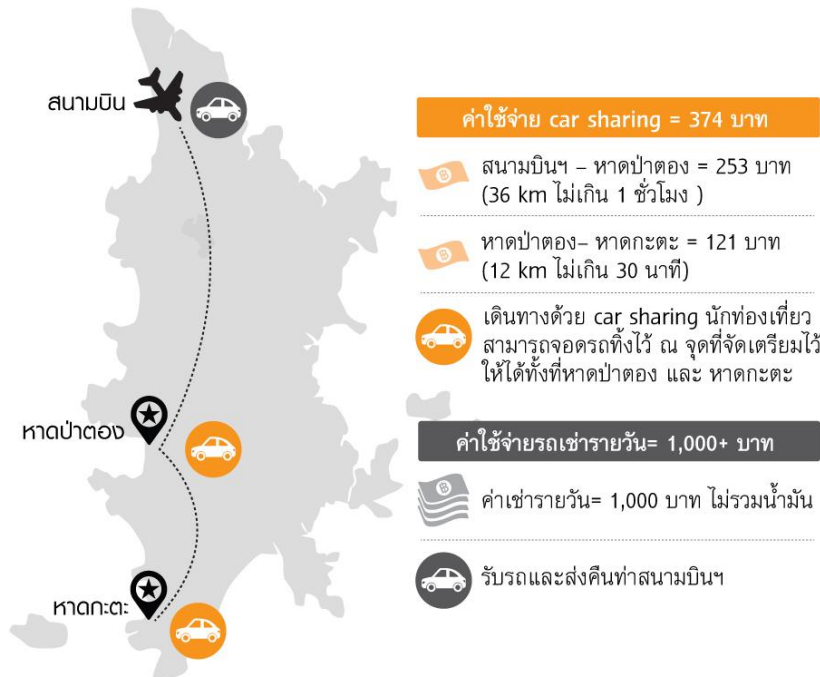
ค่าใช้จ่าย W

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของการมการขนส่งทางบก, Uber, Haupcar และ Budget

รูปที่ 4: การนำธุรกิจ car sharing มาให้บริการด้านการท่องเที่ยว

ตัวอย่าง: ภูเก็ต

กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางจากสนามบินฯ ไปยังหาดตะกั่ว โดยจะแวะหาดป่าตองก่อน



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Haupcar และ Budget

โดย : นันทพงศ์ พันทวีศักดิ์ (nantapong.pantaweesak@scb.co.th)
Economic Intelligence Center (EIC)
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
EIC Online: www.scbeic.com