



ส่องตลาดรถหรูในไทย...

โอกาสและความท้าทายที่น่าจับตามอง

08 กุมภาพันธ์ 2022

ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์

จิราภา บุญพาสุข (jirapa.boonpasuk@scb.co.th)

นักวิเคราะห์

นงนภัส โกฎวิเชียร (nongnapat.gotiwichien@scb.co.th)

นักวิเคราะห์

EXPORT CLUSTER

ดร.ยรรยง ไทยเจริญ

รองผู้จัดการใหญ่อาวุโส ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจ Wholesale
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ปราณีดา ศยามานนท์

ผู้อำนวยการฝ่าย Industry Analysis

โชติกา ชุ่มมี

ผู้จัดการคลัสเตอร์สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมผลิต

ดร.เกียรติศักดิ์ คำสี

นักวิเคราะห์อาวุโส

จิราภา บุญพาสุข

นักวิเคราะห์

นงนภัส โกฎวิเชียร

นักวิเคราะห์



ส่งออกตลาดรถหรูในไทย...โอกาสและความท้าทายที่น่าจับตามอง

KEY SUMMARY

COVID-19 ส่งผลกระทบต่อยอดขายรถยนต์หรูน้อยกว่ารถยนต์ทั่วไป

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในปี 2020 ส่งผลให้ภาพรวมยอดขายรถยนต์ทั่วโลกหดตัวลงอย่างรุนแรง แต่จากข้อมูลพบว่ายอดขายรถยนต์หรูในทุกภูมิภาคกลับได้รับผลกระทบที่น้อยกว่าโดยเปรียบเทียบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งพบว่ายอดขายรถยนต์หรูยังคงสามารถเติบโตสวนทางกับยอดขายรถยนต์ประเภทอื่น ๆ โดยได้รับปัจจัยหนุนจากการเติบโตของยอดขายรถหรูในตลาดหลักอย่างจีน สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจจีนที่สามารถพลิกฟื้นกลับมาได้อย่างรวดเร็วจากวิกฤติ COVID-19

ตลาดรถยนต์หรูในไทยได้รับปัจจัยหนุนจากกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เพิ่มขึ้น

สถานการณ์ของตลาดรถยนต์หรูในไทยนั้นได้รับผลกระทบน้อยกว่าเช่นเดียวกัน โดยยอดจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ป้ายแดงของประเภทรถหรูในปี 2020 หดตัวเพียง -6.4%YOY เทียบกับยอดจดทะเบียนรถยนต์ประเภทอื่น ๆ ที่หดตัวสูงถึง -24.1%YOY ส่วนหนึ่งเนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของเซ็กเมนต์รถหรู คือผู้บริหารที่มีรายได้และกำลังซื้อสูงที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจน้อยกว่า สอดคล้องกับข้อมูลปริมาณเงินฝากในระบบในปี 2020 ที่เพิ่มขึ้น 9.9%YOY ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นจากบัญชีที่มีเงินฝากมากกว่า 10 ล้านบาทเป็นหลัก (56.7%) สะท้อนถึงศักยภาพและกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรถยนต์หรูในไทยที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเรายังคงเห็นแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของปริมาณเงินฝากในลักษณะดังกล่าวต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

แต่ในปี 2021 ปัญหาขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์เริ่มส่งผลกระทบต่อตลาดรถยนต์หรูชัดเจนขึ้น

สถานการณ์ในปี 2021 กลับเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม โดย EIC พบว่าตลาดรถยนต์หรูได้รับผลกระทบที่รุนแรงกว่ารถยนต์ทั่วไป ซึ่งสาเหตุหลักมาจากปัญหาการขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์ทั่วโลกที่ยังคงยืดเยื้อและทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการผลิตรถยนต์หรูที่จำเป็นต้องใช้ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ชิ้นสูงจำนวนมากกว่าโดยเปรียบเทียบ ทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถส่งมอบรถยนต์หรูได้ตามแผนที่วางไว้แม้ว่าจะมีคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่องก็ตาม สะท้อนได้จากยอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงประเภทรถหรูของไทยในปี 2021 ที่หดตัว -9.5%YOY ขณะที่ยอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงประเภทรถยนต์ทั่วไปหดตัว -4.4%YOY

ตลาดรถยนต์หรูของไทยมีแนวโน้มกลับมาขยายตัวเป็นบวกในปี 2022

สำหรับแนวโน้มในปี 2022 นั้น EIC คาดว่ายอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงของรถยนต์หรูจะกลับมาขยายตัวได้ที่ 14%YOY ตามการทยอยฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย ซึ่งจะส่งผลดีต่อการใช้จ่ายของครัวเรือนในทุกระดับ รวมถึงปัญหาขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์ที่มีแนวโน้มดีขึ้นในปีนี้จากการคาดการณ์ของผู้ประกอบการและสำนักวิจัย IHS Markit

การแข่งขันในตลาดรถยนต์หภูมิแนวโน้มรุนแรงขึ้น

ภาพรวมการแข่งขันในตลาดรถยนต์หภูมิยังเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งพบว่ากลุ่มผู้เล่นที่เป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการของค่ายรถยนต์ (Official dealer) จะมีข้อได้เปรียบมากกว่ากลุ่มผู้นำเข้าอิสระ (Grey market) ทั้งความสามารถในการแข่งขันด้านราคาที่ดีขึ้นจากการที่รถยนต์หภูมิบางแบรนด์ได้เข้ามาจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในไทย รวมถึงปรับปรุงการให้บริการหลังการขายเพื่อตอบสนองต่อการให้บริการผู้บริโภคมากขึ้นกว่าในอดีต ด้วยการขยายระยะเวลาของโปรแกรมการบำรุงรักษาให้ยาวนานขึ้นกว่าเดิม

การตอบโต้ภัยแทรกตลาดที่เปลี่ยนไปคือความท้าทายในระยะยาวที่ต้องเตรียมรับมือ

สำหรับประเด็นความท้าทายและความเสี่ยงของตลาดรถยนต์ทั่วไปและตลาดรถยนต์หภูมิที่ต้องจับตาในระยะสั้น ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์ในตลาดโลกที่อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตของรถยนต์หภูมิรุ่นที่จำเป็นต้องใช้ชิ้นส่วนเซมิคอนดักเตอร์ รวมถึงประเด็นความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ Omicron ที่อาจกระทบต่อแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและภาพรวมการใช้จ่ายของผู้บริโภค รวมไปถึงประเด็นความท้าทายในระยะยาวที่ต้องเตรียมรับมือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตอบโต้แนวโน้มตลาดที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็น เทรนด์ในเรื่องรถยนต์พลังงานไฟฟ้าที่ทำให้ค่ายรถยนต์หภูมิต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อรองรับการผลิตรถยนต์พลังงานไฟฟ้ามากขึ้น หรือแม้แต่มติเอนด์ sharing economy ที่อาจช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจ Car sharing ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต

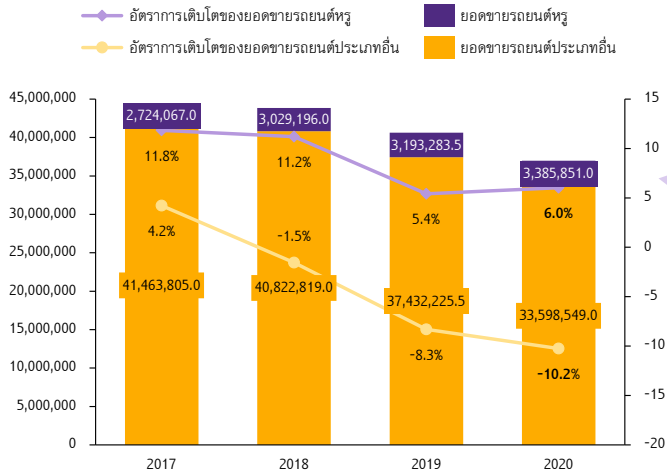
COVID-19 ส่งผลกระทบต่อตลาดรถยนต์หภูมิอย่างไร ?

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคและทำให้ยอดขายรถยนต์ทั่วโลก ในปี 2020 หดตัวค่อนข้างรุนแรง แต่ EIC กลับพบว่าตลาดรถยนต์หภูมิได้รับผลกระทบน้อยกว่า โดยเฉพาะตลาดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ยังมีการเติบโตสวนทางกับภาพรวมของทั้งตลาด ทั้งนี้จากการเปิดเผยข้อมูลของ Market Reports World ซึ่งเป็นสำนักวิจัยที่รวบรวมข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงแนวโน้มตลาดที่น่าสนใจและมีศักยภาพการเติบโตไปกับเทรนด์แห่งโลกอนาคต ระบุว่าในปี 2020 ซึ่งเกิดวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 นั้น ยอดขายยานยนต์ทั่วโลกหดตัวลงถึงกว่า -15.2%YOY ตามภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลง แต่ยอดขายรถยนต์หภูมิทั่วโลกกลับได้รับผลกระทบน้อยกว่า โดยหดตัวเพียง -8.5%YOY และมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ประมาณ 4.1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในตลาดภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้นพบว่ายอดขายรถยนต์หภูมิยังคงมีอัตราการเติบโตต่อเนื่องที่ 6%YOY สวนทางกับยอดขายรถยนต์ประเภทอื่น ๆ ที่หดตัว -10.2%YOY ตามภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา (รูปที่ 1)

รูปที่ 1 : ในปี 2020 ยอดขายรถยนต์หรูในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกยังคงขยายตัวได้ สอนทางกับยอดขายรถยนต์ประเภทอื่น ๆ ที่หดตัวลงจากภาพรวมเศรษฐกิจที่ซบเซา

ยอดขายรถยนต์จำแนกตามประเภทของรถยนต์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

หน่วย : ดัน (แกนซ้าย), %YOY (แกนขวา)



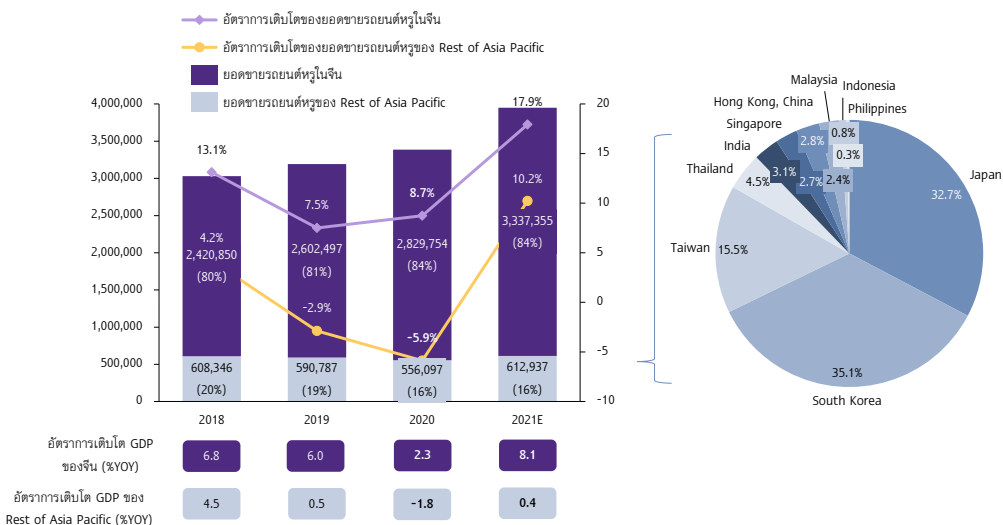
ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Euromonitor และ CEIC

ยอดขายรถยนต์หรูในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เพิ่มสูงขึ้นดังกล่าว มาจากการเติบโตของยอดขายในจีนซึ่งมีส่วนมากถึง 84% ของยอดขายรถยนต์หรูทั้งหมดในภูมิภาค ทั้งนี้จากข้อมูลในปี 2020 พบว่ายอดขายรถยนต์หรูในจีนมีอัตราการขยายตัว 8.7%YOY โดยได้รับปัจจัยหนุนจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของจีนที่รวดเร็วกว่าประเทศอื่นโดยเปรียบเทียบ (รูปที่ 2) สำหรับแบรนด์รถยนต์หรูที่ได้รับความนิยมสูงสุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้น คือ Mercedes-Benz และ BMW ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 38.3% และ 27.1% ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลงบการเงินประจำปี 2020 ของทั้งสองค่ายรถยนต์ดังกล่าวจะพบว่า ทั้ง Mercedes-Benz และ BMW พึ่งพายอดขายจากเอเชียมากที่สุดเช่นเดียวกัน (รูปที่ 3)

รูปที่ 2 : ยอดขายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เติบโตขึ้นได้รับปัจจัยหนุนหลักจากการเติบโตของยอดขายในจีนเป็นหลัก สอดคล้องกับการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจจีน

ยอดขายรถยนต์หรูของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

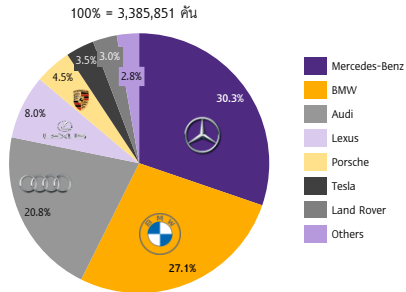
หน่วย : ดัน (แกนซ้าย), %YOY (แกนขวา)



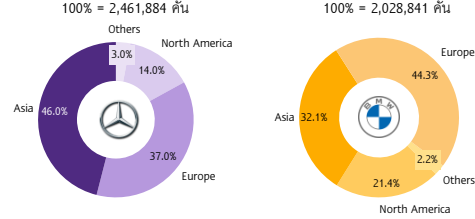
ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Euromonitor และ IMF

รูปที่ 3 : ยอดขายรถยนต์หรูในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือแบรนด์ Mercedes-Benz และ BMW โดยทั้งสองแบรนด์ดังกล่าวพึ่งพายอดขายจากภูมิภาคเอเชียมากที่สุดเช่นกัน

ยอดขายรถยนต์หรูในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจำแนกตามแบรนด์ในปี 2020
หน่วย : % ของยอดขายรถยนต์หรูทั้งหมดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก



ยอดขายตามภูมิภาคของแบรนด์รถยนต์หรูในปี 2020
หน่วย : % ของยอดขายจากภูมิภาคนั้น ๆ เมื่อเทียบกับยอดขายทั้งหมดในโลก



ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Euromonitor, Daimler Annual Report 2020 และ BMW Group Report 2020

Box : รถยนต์หรู (Luxury car) คืออะไร?

รถยนต์หรู (Luxury Car) คือรถยนต์ที่ไม่เพียงตอบโจทย์ในเรื่องความสะดวกสบายและความรู้สึกหรูหราสำหรับผู้ขับขี่เท่านั้น แต่ยังคงมีคุณสมบัติพิเศษด้านอื่น ๆ และการให้บริการที่เหนือระดับกว่ารถยนต์ทั่วไปในท้องตลาดอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณสมบัติในเรื่องสมรรถนะของเครื่องยนต์และประสิทธิภาพในการขับขี่ เช่น กำลังแรงม้าสูงสุด อัตราเร่ง ระบบส่งกำลังหรือเกียร์ ระบบเสียง คุณสมบัติด้านความปลอดภัย ฉนวนกันเสียงรบกวน ฉนวนกันไฟ เป็นต้น รวมไปถึงระบบเซ็นเซอร์อัจฉริยะต่าง ๆ ที่ช่วยลดอุบัติเหตุและเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้ขับขี่ เช่น ระบบเบรกอัตโนมัติ ระบบขับเคลื่อนอัตโนมัติ (Auto pilot) หรือแม้แต่การใช้วัสดุรวมทั้งชิ้นส่วนรถยนต์ต่าง ๆ ที่มีมาตรฐานและคุณภาพสูง อาทิ ใช้วัสดุที่ทำมาจากอะลูมิเนียมหรือคาร์บอนไฟเบอร์ (Carbon Fiber) ซึ่งมีน้ำหนักเบาและมีความยืดหยุ่นสูงกว่าเหล็กทั่วไป เป็นต้น ทั้งนี้นอกจากคุณสมบัติด้านสมรรถนะของตัวรถที่เหนือกว่าแล้ว การให้บริการหลังการขายก็ต้องมีความพิเศษเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในกลุ่มตลาดรถพรีเมียม ไม่ว่าจะเป็นบริการรับรถและส่งมอบรถที่บ้านสำหรับการบำรุงรักษาหรือการซ่อมบำรุงรถตามระยะ รวมทั้งระยะเวลาในการรับประกันที่ยาวนานกว่ารถยนต์รุ่นปกติทั่วไป ซึ่งโดยปกติแล้วรถยนต์ในกลุ่มนี้จะมีราคาขายเริ่มต้นอยู่ที่ราว 2 ล้านบาทขึ้นไป โดยแบรนด์ที่มีรถยนต์จัดอยู่ในหมวดรถยนต์หรู ได้แก่ BMW, Mercedes-Benz, Porsche, Rolls-Royce, Jaguar, Audi, Bentley, Lexus, Maserati, Lamborghini, Volvo, Ferrari, Land Rover และ Cadillac เป็นต้น

รถยนต์หรูสามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท ตามราคา ขนาด และสมรรถนะของรถยนต์

1) Entry Level Luxury : รถยนต์หรูที่เป็นรถเท่ากับรถยนต์นั่งขนาดเล็ก (Compact Car) เช่น Mercedes-Benz C-Class, Lexus IS, Audi A4 และ BMW Series 3

3) Full-Size Luxury Car : รถยนต์หรูขนาดใหญ่ ซึ่งเครื่องยนต์ของรถยนต์ประเภทนี้เป็นส่วนหนึ่งจะเป็นเครื่องยนต์ขนาด 3,000 ซีซี ถึง 4,500 ซีซี เช่น Mercedes-Benz S-Class, Lexus LS, Audi A8, BMW Series 7, Jaguar XJ, Maserati Quattroporte

5) Grand Tourer : รถสปอร์ตที่มีความหรูหราและสมรรถนะที่เพิ่มขึ้นมาซึ่งรถแข่ง Sport Car เช่น Porsche 911, Maserati GranTurismo



2) Mid-Size Luxury Car : รถยนต์หรูระดับกลาง โดยตัวรถมีขนาดใกล้เคียงรถยนต์ขนาดกลางทั่วไป เช่น Mercedes-Benz E-Class, Lexus G8, Audi A6, BMW Series 5

4) Sports Car : รถยนต์ 2 ที่นั่งบางรุ่นกับตัวถังที่เป็นแบบคูเป้ (รถ 2 ประตู) และบางรุ่นก็เป็นแบบฮาร์ดทอป (รถ 4 ประตู) มีการออกแบบที่โดดเด่นให้มากกว่ารถคันทั่วไปเพื่อเพิ่มสมรรถนะอันยิ่งยวด เช่น Toyota 86, Chevrolet Corvette, Mitsubishi Lancer Evolution, Subaru WRX STI

6) Super Car : รถยนต์หรูที่เป็นสมรรถนะสูงสุดด้วยเครื่องยนต์ที่มีขนาด 6 สูบขึ้นไป เช่น Lamborghini Huracan, Ferrari 458 Italia, Ferrari F12

7) Hypercar : รถยนต์หรูที่มีสมรรถนะที่ความเร็วสูงสุด ซึ่งทำความเร็วได้ถึง 400 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ด้วยจุดเด่นที่พละกำลังของเครื่องยนต์ที่เกิน 700-800 แรงม้า เช่น Bugatti Veyron, Pagani Huayra, Ferrari LaFerrari

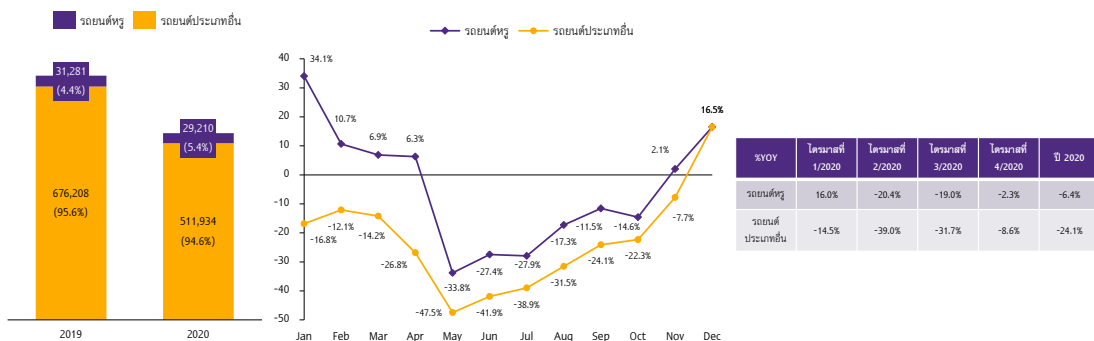
ที่มา : ข้อมูลจาก chodrod.com และเว็บไซต์ของ BMW, Mercedes-Benz, Porsche, Rolls-Royce, Jaguar, Audi, Bentley, Lexus, Maserati, Lamborghini, Volvo, Ferrari, Land Rover และ Cadillac

ในส่วนของการดำเนินงานของตลาดรถยนต์หรูในไทยนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าในปี 2020 ตลาดรถยนต์หรูได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 น้อยกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ เช่นเดียวกับกับสถานการณ์ในตลาดโลก สะท้อนได้จากยอดจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ป้ายแดงประเภทรถยนต์หรูในปี 2020 ซึ่งมีอัตราการหดตัวที่น้อยกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ โดยเปรียบเทียบ โดยหดตัวเพียง -6.4%YOY ในขณะที่ยอดจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ป้ายแดงของรถยนต์ประเภทอื่น ๆ หดตัวสูงถึง -24.1% YOY (รูปที่ 4) สำหรับปี 2020 นั้น ยอดจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ป้ายแดงในกลุ่มรถยนต์หรูมีจำนวนทั้งสิ้น 29,210 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วน 5.4% ของยอดจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ป้ายแดงประเภทรถยนต์นั่งทั้งหมดในไทยในปี 2020 อนึ่ง ยอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงของกลุ่มรถหรูที่หดตัวน้อยกว่าดังกล่าว สะท้อนถึงความต้องการและกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของรถยนต์หรูที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจน้อยกว่า เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีรายได้และกำลังซื้อสูง ในขณะที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของรถยนต์รุ่นปกติทั่วไปที่ขายในท้องตลาดนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับปานกลางลงมาซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้และกำลังซื้อต่ำกว่า รวมทั้งยังได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 มากกว่าโดยเปรียบเทียบ โดยพบว่าแบรนด์รถยนต์หรูที่ได้รับความนิยมสูงสุดในไทยคือ Mercedes-Benz ซึ่งในปี 2020 มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ 42.7% รองลงมาได้แก่ BMW และ Volvo ซึ่งทั้ง 3 แบรนด์นี้ครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันมากถึงเกือบ 90% ของยอดจดทะเบียนรถยนต์หรูทั้งหมดในไทย (รูปที่ 5)

รูปที่ 4 : ในปี 2020 ยอดจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ป้ายแดงของประเภทรถยนต์หรูนั้น ได้รับผลกระทบที่น้อยกว่ารถยนต์ประเภทอื่นโดยเปรียบเทียบสะท้อนจากอัตราการหดตัวที่น้อยกว่า

ยอดจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ป้ายแดงประเภทนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนรายปีและรายเดือนในปี 2020

หน่วย : % สัดส่วนยอดจดทะเบียนประเภทนั้น ๆ เมื่อเทียบกับยอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงของรถยนต์ทั้งหมด (กราฟซ้าย), %YOY (กราฟขวา)

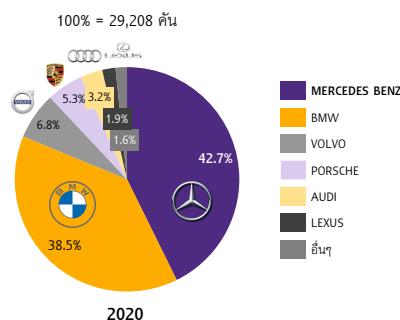


ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบก

รูปที่ 5 : แบรินด์รถยนต์หรูที่ได้รับความนิยมสูงสุดในไทยปี 2020 คือแบรนด์ Mercedes-Benz และ BMW ตามลำดับ

ยอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงของรถยนต์หรูในไทยจำแนกตามแบรนด์ในปี 2020

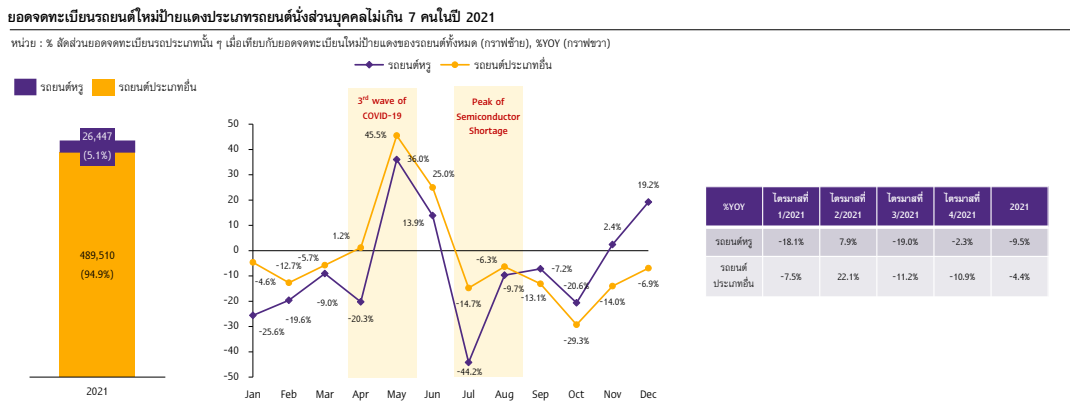
หน่วย : % ของยอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงของรถยนต์หรูทั้งหมด



ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบก

สำหรับปี 2021 ยอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงสำหรับรถยนต์หรูของไทยหดตัวมากขึ้นจากปีก่อนหน้าเล็กน้อย โดยหดตัว -9.5%YOY ซึ่งสาเหตุหลักมาจากปัญหาขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์โลกที่ยังไม่คลี่คลาย รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังฟื้นตัวได้ไม่เต็มที่ ทั้งนี้จากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบกในปี 2021 พบว่ายอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงของรถยนต์ประเภทอื่น ๆ หดตัวที่ -4.4%YOY ซึ่งการที่ ยอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงของรถยนต์หรูหดตัวสูงกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ ดังกล่าวนั้น เป็นผลมาจากปัญหาขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์ทั่วโลกที่มีแนวโน้มยาวนานกว่าที่คาดไว้ก่อนหน้านี้ ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ในอาเซียน โดยเฉพาะในประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นฐานหลักในการประกอบและทดสอบชิ้นส่วนเซมิคอนดักเตอร์ก่อนส่งมอบสินค้า ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ต้องอาศัยแรงงานคนเป็นหลัก ซึ่งกระบวนการผลิตที่ล่าช้าดังกล่าวส่งผลกระทบต่อตลาดรถยนต์หรูในไทยเช่นเดียวกัน สะท้อนได้จากการรอรับรถที่นานขึ้น จากเดิมที่เวลาการรับมอบจะอยู่ที่ไม่เกิน 3-4 เดือน แต่จากปัญหาดังกล่าว ส่งผลให้รถยนต์หรูบางรุ่นนั้นอาจต้องชะลอเวลาการส่งมอบเป็นปี อันเนื่องมาจากการที่รถยนต์หรูมีฟังก์ชันการใช้งานต่าง ๆ ในรถที่ทันสมัยกว่า จึงทำให้จำเป็นต้องใช้ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในรถยนต์มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ ตามไปด้วย ทำให้ภาวะขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์นั้น ส่งผลกระทบต่อการผลิตรถยนต์หรูมากกว่ารถยนต์ประเภทอื่นโดยเปรียบเทียบ (รูปที่ 6)

รูปที่ 6 : ยอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงของรถยนต์หรูในปี 2021 หดตัวจากปี 2020 เป็นผลจากการขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์



ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบก

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ตลาดในช่วงปลายไตรมาสที่ 3 ของปี 2021 เริ่มมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของปัญหาการขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์โลกที่เชื่อว่าจะได้ผ่านพ้นจุดต่ำสุดไปแล้ว รวมถึงการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้นต่อเนื่องตามลำดับ สะท้อนได้จากดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (CCI) ในเดือนตุลาคม 2021 ที่ปรับตัวดีขึ้นเนื่องจากเดือนกันยายน สะท้อนว่าความต้องการของผู้บริโภคเริ่มฟื้นตัวขึ้นอย่างช้า ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยหนุนสำคัญต่อความต้องการซื้อรถยนต์ในประเทศ ทั้งในส่วนของรถยนต์ทั่วไปและรถยนต์หรู นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยหนุนเพิ่มเติมจากการจัดงานแสดงรถยนต์ประจำปี โดยเมื่อช่วงต้นเดือนธันวาคมที่ผ่านมา ได้มีการจัดงาน Motor Expo 2021 โดยพบว่า มียอดจองรถยนต์หรูในงานรวมทั้งสิ้น 4,849 คัน หรือคิดเป็น 15.3% ของยอดจองรถยนต์ทั้งหมดในงาน เพิ่มขึ้นจากยอดจองรถยนต์หรูในปี 2020 ซึ่งอยู่ที่ 3,783 คัน หรือคิดเป็น 11.2% ของยอดจองรถยนต์ทั้งหมดในงาน ซึ่งยอดจองรถยนต์หรูที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าตลาดรถยนต์หรูในไทยยังคงคึกคักและได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่าแบรนด์ซึ่งได้รับความนิยมสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ Mercedes-Benz, BMW, Lexus, Volvo และ Peugeot ตามลำดับ

แนวโน้มตลาดรถยนต์หรูในไทย และภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการในระยะต่อไป

สำหรับปี 2022 EIC คาดการณ์ว่า มูลค่าตลาดรถยนต์หรูของไทยมีแนวโน้มกลับมาขยายตัวเป็นบวกราว 14%YOY ตามการทยอยฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจในประเทศ และสถานการณ์การขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์ที่คาดว่าจะเริ่มคลี่คลายดีขึ้นโดยเฉพาะในช่วงครึ่งหลังของปี แต่ยังคงจับตามองความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของไวรัสสายพันธุ์ Omicron รวมถึงสายพันธุ์ใหม่ ๆ ในไทย ทั้งนี้ยอดจดทะเบียนใหม่ป้ายแดงรถยนต์หรูในปี 2022 ที่คาดว่าจะสามารถกลับมาขยายตัวเป็นบวกได้นั้น โดยได้รับปัจจัยหนุนจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่มีแนวโน้มแข็งแกร่งมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค รวมไปถึงปัญหาการขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์ที่คาดว่าจะมีแนวโน้มคลี่คลายดีขึ้นตามลำดับในปีนี้ รวมทั้งการที่ค่ายรถยนต์ต่าง ๆ น่าจะสามารถกลับมาดำเนินธุรกิจแบบออฟไลน์ควบคู่ไปกับการทำการตลาดแบบออนไลน์ได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องเฝ้าระวังความเสี่ยงในเรื่องการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ Omicron ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาวะการใช้จ่ายในภาพรวมของประชาชนทั่วประเทศ ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องจับตามองอย่างใกล้ชิดต่อไป สำหรับแนวโน้มการเติบโตในระยะยาวนั้น EIC มองว่าตลาดรถยนต์หรูในไทยจะสามารถเติบโตไปในทิศทางเดียวกันกับการเติบโตของเศรษฐกิจ อีกทั้ง การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น ระบบขับเคลื่อนอัตโนมัติ (Autonomous Vehicle) และยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle) เพื่อตอบโจทย์ความต้องการในตลาดที่เปลี่ยนไป ก็จะมีส่วนช่วยสร้างความน่าสนใจและกระตุ้นความต้องการในตลาดรถยนต์หรูให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตอีกด้วย

แนวโน้มการแข่งขันในตลาดรถยนต์หรูรุนแรงมากขึ้น โดยหลายแบรนด์มีการเพิ่มเซ็กเมนต์ใหม่อย่างเช่น กลุ่มรถ compact car ที่มีราคาต่ำลงมาเพื่อเจาะกลุ่มกำลังซื้อปานกลางถึงบนได้มากขึ้น ทั้งนี้ หากพิจารณาจากแบรนด์รถยนต์หรูต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย จะพบว่า ค่ายรถหรูเริ่มเข้ามาเจาะตลาดใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงบนที่มีความชอบในรถยนต์หรูและเริ่มมีรายได้ที่สูงขึ้น โดยค่ายรถหรูได้ทำการปรับฐานราคาขายที่กว้างขึ้นและมีการกำหนดราคาเริ่มต้นต่ำสุดอยู่ที่ 2 ล้านบาท เพื่อกระตุ้นยอดขายในกลุ่มตลาดใหม่ เช่น รถยนต์ Mercedes-Benz รุ่น A200, รถยนต์ BMW รุ่น 2 Series Gran Coupe เป็นต้น ซึ่งรถหรูรุ่นดังกล่าวจะสามารถเป็นตัวเลือกให้แก่กลุ่มตลาดใหม่ที่ต้องการเปลี่ยนจากการใช้รถยนต์ญี่ปุ่นรุ่นแพง เช่น Honda Accord, Toyota Camry ที่มีราคาเริ่มต้นอยู่ที่ 1,500,000 บาทขึ้นไป (รูปที่ 7) ส่งผลให้กลุ่มตลาดที่เริ่มมีรายได้สูงขึ้นสามารถครอบครองรถยนต์หรูได้มากขึ้น ทั้งนี้ EIC ได้ยกตัวอย่างการคำนวณการขอสินเชื่อเพื่อซื้อรถ Mercedes-Benz รุ่น A200 ซึ่งมีราคาเริ่มต้นอยู่ที่ 1.99 ล้านบาท ซึ่งโดยปกติแล้วจะมียอดค่างวดระหว่าง 15-25% และมียอดการผ่อนชำระอยู่ที่ราว 24,000-40,000 บาทต่อเดือน (ยอดการผ่อนชำระจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในเรื่องระยะเวลาในการผ่อนและการวางเงินดาวน์) โดยหากใช้ค่ากลางของยอดผ่อนชำระดังกล่าวคือ 24,000 บาทต่อเดือน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายควรจะต้องมีรายได้ประจำมากกว่า 80,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป (คำนวณโดยให้ยอดผ่อนชำระรถยนต์มีสัดส่วนไม่เกิน 35% ของรายได้ประจำทั้งหมดต่อเดือน)

รูปที่ 7 : ราคาเฉลี่ยต่ำสุดของรถยนต์หรูที่ได้รับความนิยมในไทยอยู่ที่ราว 2 ล้านบาทขึ้นไป

ราคาของรถยนต์หรูที่ได้รับความนิยมในไทย

หน่วย : บาท

ยี่ห้อรถยนต์หรูที่ได้รับความนิยมในไทย	ราคาต่ำสุด	ราคาสูงสุด	ราคาโดยเฉลี่ย
Mercedes-Benz	1,990,000	7,190,000	3,907,212
BMW	1,999,000	17,959,000	4,182,438
Volvo	2,190,000	4,590,000	3,127,500
Porsche	5,400,000	22,100,000	11,869,792
Audi	2,699,000	18,999,000	4,771,727
Lexus	2,510,000	16,950,000	5,953,667

หมายเหตุ : ราคาโดยเฉลี่ย หมายถึง ราคารถยนต์หรูโดยเฉลี่ยที่คำนวณจากราคารถยนต์หรูทุกรุ่นโดยแยกเป็นรายยี่ห้อ

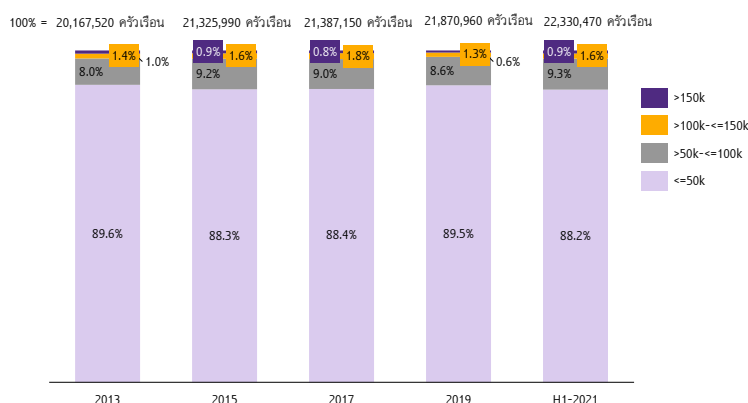
ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของใบรายการราคาล่าสุดของแบรนด์รถยนต์หรูต่าง ๆ

ตลาดรถยนต์หรูยังมีโอกาสเติบโตจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง ที่แม้ยังมีสัดส่วนไม่มากแต่มีโอกาสเพิ่มจำนวนมากขึ้นในอนาคต ทั้งนี้หากพิจารณาจากข้อมูลรายได้ครัวเรือนในไทยในช่วงที่ผ่านมา จะพบว่าจำนวนครัวเรือนซึ่งมีรายได้ต่อเดือนมากเพียงพอสำหรับผ่อนชำระและมีศักยภาพในการครอบครองรถยนต์หรูมีแนวโน้มค่อนข้างทรงตัว และไม่ได้ปรับลดลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา (รูปที่ 8) โดยจากข้อมูลล่าสุดในช่วงครึ่งแรกของปี 2021 พบว่าจำนวนครัวเรือนที่มีรายได้มากกว่า 100,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีสัดส่วน 2.5% ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดในไทย หรือมากถึงเกือบ 6 แสนครัวเรือน ซึ่งสะท้อนถึงโอกาสของตลาดรถยนต์หรูที่ยังเติบโตได้อีกมากในอนาคต

รูปที่ 8 : จำนวนครัวเรือนที่มีรายได้ต่อเดือนมากเพียงพอในการครอบครองรถยนต์หรูมีสัดส่วนราว 2.5% ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดในไทย หรือมากถึงเกือบ 6 แสนครัวเรือน

สัดส่วนของครัวเรือนจำแนกตามช่วงรายได้ต่อเดือน ณ ราคาปีฐาน 2019

หน่วย : % ของครัวเรือนทั้งหมดในประเทศไทย



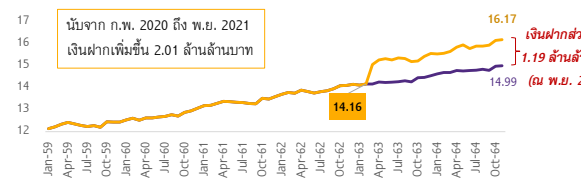
ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับการฟื้นตัวของการใช้จ่ายในประเทศในภาพรวม จะพบว่าได้รับแรงหนุนหลักมาจากการใช้จ่ายของกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากวิกฤติ COVID-19 น้อยกว่า อีกทั้ง ยังมีการสะสมเงินออมไว้จำนวนหนึ่งในช่วงก่อนหน้านี้ สะท้อนได้จากปริมาณเงินฝากในระบบในช่วงหลังเกิดวิกฤติ COVID-19 (กุมภาพันธ์ 2020 จนถึงพฤศจิกายน 2021) ที่เพิ่มขึ้นถึง 2.01 ล้านล้านบาท ซึ่งหากวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมจะพบว่าปริมาณเงินฝากในระบบที่เพิ่มสูงขึ้นดังกล่าว มาจากการเพิ่มขึ้นของบัญชีเงินฝากที่มีเงินฝากในบัญชีมากกว่า 10 ล้านบาทมากถึง 61.9% ซึ่งจำนวนบัญชีที่มีเงินฝากในระดับนั้นมีสัดส่วนที่น้อยมากหรือคิดเป็น 0.1% ของบัญชีเงินฝากทั้งหมดในประเทศเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ตัวเลขดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสัดส่วนผู้มีรายได้สูงที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักในตลาดรถหรูในไทยที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวน้อยกว่ากลุ่มรายได้อื่นโดยเปรียบเทียบและคาดการณ์ว่ายังมีแนวโน้มที่เติบโตเพิ่มขึ้นในอนาคต (รูปที่ 9)

รูปที่ 9 : การเพิ่มขึ้นของปริมาณเงินฝากในช่วง COVID-19 มาจากบัญชีเงินฝากขนาดใหญ่ (คนมีรายได้สูง) เป็นหลัก

ปริมาณเงินฝากทั้งระบบ เทียบกับ 5-year trend

หน่วย : ล้านล้านบาท



สัดส่วนของปริมาณเงินฝากที่เพิ่มขึ้น แยกตามขนาดบัญชี

หน่วย : %หมายเหตุ : สัดส่วนเงินฝากที่เพิ่มขึ้น เทียบระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2021 และกุมภาพันธ์ 2020

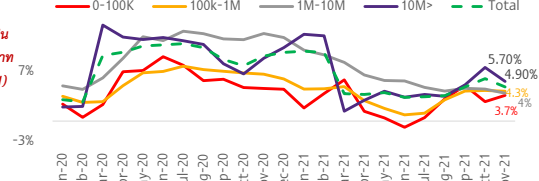
สัดส่วนของเงินฝากที่เพิ่มขึ้น	สัดส่วนมูลค่า*	สัดส่วนจำนวนบัญชี*	
0-100K	1.7%	5.1%	91.1%
100K-1M	10.3%	16.8%	7.4%
1M-10M	26.1%	25.4%	1.4%
10M+	61.9%	52.8%	0.1%
Total	100%	100%	100%

หมายเหตุ : * สัดส่วนมูลค่าและสัดส่วนจำนวนบัญชีเป็นสัดส่วนในเดือนกุมภาพันธ์ 2020

เงินฝากที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากบัญชีขนาดใหญ่ ซึ่งมีจำนวนน้อย

การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเงินฝากทั้งระบบ แยกตามขนาดบัญชี

หน่วย : % YOY



เงินฝากทั้งระบบของไทยยังอยู่ในระดับสูง โดยเพิ่มขึ้นถึง 2.01 ล้านล้านบาทนับจาก ก.พ. 2020 ส่วนข้อมูลล่าสุดในเดือนพ.ย. พบว่า อัตราการออมในระบบขยายตัว 4.9%YOY

เงินฝากยังขยายตัวเพิ่มขึ้น (YOY) ในทุกกลุ่มรายได้ แม้ในระลอกหลังมีการขยายตัวที่ชะลอลง โดยเงินฝากในบัญชีที่มากกว่า 10 ล้านบาทมีการขยายตัวสูงที่สุด (5.7%YOY) ขณะที่เงินฝากในบัญชีที่น้อยกว่า 1 แสนบาทมีการขยายตัวต่ำสุด (3.7%YOY)

ทั้งนี้การบริโภคภาคเอกชนในปี 2022 มีแนวโน้มได้แรงส่งจากอุปสงค์ค้าง (pent-up demand) ซึ่งคาดว่าจะมาจากกลุ่มคนรายได้สูงเป็นหลัก โดยคาดว่าจะธุรกิจและบริการในประเทศที่เจาะผู้บริโภคกลุ่มนี้จะได้รับประโยชน์ตามไปด้วย เช่น กลุ่มรถยนต์หรู

ที่มา : ทริวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ของ EIC พบว่าปัจจุบันกลุ่มบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์อย่างเป็นทางการ (Official dealer) มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่ากลุ่มผู้นำเข้าอิสระ หรือ Grey Market เนื่องจากสามารถทำราคาขายได้ถูกลงค่อนข้างมากจากการที่มีโรงงานประกอบรถยนต์ในไทย อีกทั้ง ยังมีการทำ การตลาดเชิงรุกมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการให้บริการหลังการขายและซ่อมบำรุงรักษารถยนต์ (After-sale services) ที่ยาวนานขึ้นกว่าในอดีต โดยจากข้อมูลพบว่า ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมซื้อรถยนต์หรู จากบริษัทตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการมากกว่าการซื้อรถจากผู้นำเข้าอิสระ หรือ Grey Market ทำให้ในระยะหลัง กลุ่มบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์เริ่มมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้นเรื่อย ๆ จากปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ 1) การเข้ามา จัดตั้งโรงงานประกอบรถหรูในไทย เช่น BMW และ Mercedes-Benz ส่งผลให้มีต้นทุนการผลิตที่ถูกลงและสามารถ ทำราคาขายได้ถูกลงจากอดีตค่อนข้างมาก 2) การผลิตรถยนต์หรูไฟฟ้าที่ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็น BMW ที่ได้เปิดตัวรถหรูรุ่น iX และ iX3 ที่ขับเคลื่อนด้วยระบบ ไฟฟ้าที่ผลิตในไทย รวมไปถึง Mercedes-Benz ที่ได้ผลิตรถหรูไฟฟ้ารุ่น The New EQS ที่เป็นรถไฟฟ้า 100%

3) การทำการตลาดเชิงรุกด้วยการขยายระยะเวลาของโปรแกรมการบำรุงรักษา เช่น BMW ที่มีการกำหนดโปรแกรมบำรุงรักษา BMW Service Inclusive (BSI) จากเดิมที่กำหนดระยะเวลาบำรุงรักษา 5 ปี หรือ 100,000 กิโลเมตร เป็นการขยายโปรแกรมบำรุงรักษา BSI นานถึง 10 ปี หรือ 100,000 กิโลเมตร ซึ่งครอบคลุมถึงการบำรุงรักษาตามระยะ (รวมค่าน้ำมัน ค่าแรงและอะไหล่แท้บีเอ็มดับเบิลยู) ส่วนค่าย Mercedes-Benz มีโปรแกรมบำรุงรักษาที่เรียกว่า MB Service Plus ซึ่งขยายการรับประกันคุณภาพของรถไม่ว่าจะเป็นการบำรุงรักษา การเปลี่ยนอะไหล่รถยนต์ ซึ่งขยายการคุ้มครองได้นานสูงสุดถึง 8 ปี และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษารถยนต์หรูในระยะยาวซึ่งค่อนข้างสูง นับเป็นประเด็นสำคัญประการหนึ่งที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์

การปรับกลยุทธ์การตลาดบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และการให้บริการแบบ Personalized services ของค่ายรถยนต์หรูต่าง ๆ ก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ทางการแข่งขันสำคัญที่ช่วยบรรเทาผลกระทบ

จาก COVID-19 ในปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงที่รัฐบาลประกาศใช้มาตรการล็อกดาวน์อย่างเข้มงวดเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดในประเทศนั้น ตัวอย่างเช่น บริษัท Mercedes-Benz (ประเทศไทย) ที่ได้มีการเปิดตัววิดีโอแนะนำรถยนต์ 10 รุ่นยอดนิยม บนหน้า Facebook เพื่อเชื่อมต่อกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในช่วงล็อกดาวน์ อีกทั้ง มีการนำเสนอบริการดูแลลูกค้าทั้งเก่าและใหม่แบบส่วนตัว (Personalized) มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังโชว์รูมรถยนต์ ไม่ว่าจะเป็นบริการด้านการซ่อมบำรุง หรือบริการด้านการขาย เช่น การทดลองขับ (Test drive) เป็นต้น เช่นเดียวกับแบรนด์ Maserati ที่ได้เปิดตัว Maserati's One-on-One Solution ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันสำหรับการติดต่อนัดหมายแบบส่วนตัวกับลูกค้าแต่ละราย เพื่อให้บริการดูแลรถตามความต้องการส่วนบุคคลของลูกค้ารายนั้น ๆ ขณะที่แบรนด์ BMW ก็มีบริการ At-Home Test Drive โดยมีบริการนำรถยนต์ไปส่งมอบให้ลูกค้าทดลองขับที่บ้าน ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดเหล่านี้ช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการดูแลที่เป็นพิเศษและเป็นส่วนตัวมากขึ้น ซึ่งช่วยตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงได้เป็นอย่างดี และเป็นอีกหนึ่งเหตุผลสำคัญที่ช่วยให้ค่ายรถหรูยังคงสามารถรักษารฐานผู้บริโภคที่มีรายได้สูงเอาไว้ได้

อีกหนึ่งปัจจัยหนุนที่มีผลต่อแนวโน้มการเติบโตของตลาดรถยนต์หรูคือ พฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูงในเรื่อง “การลงทุนตามความหลงใหล” หรือ Passion Investment ซึ่งจะเป็นการลงทุนในของสะสมหรือของรักต่าง ๆ ตามความชอบหรือความหลงใหลส่วนตัว

ไม่ว่าจะเป็นเครื่องเพชร เครื่องประดับ กระเป๋าแบรนด์เนม นาฬิกา รองเท้า ไวน์ งานศิลปะ หรือแม้แต่วินัย ซึ่งรถยนต์หรูหรือรถคลาสสิกก็เป็นหนึ่งในของสะสมที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ที่มีกำลังทรัพย์สูงค่อนข้างมาก และนับเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของการลงทุน ดังนั้น จึงเป็นปัจจัยหนุนสำคัญที่ช่วยให้ตลาดรถยนต์หรูยังคงมีแนวโน้มเติบโตได้อีกมาก โดยเราพบว่า ในช่วงหลังสถานการณ์ COVID-19 ที่รัฐบาลมีการจำกัดการเดินทางออกนอกประเทศ ทำให้กลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงและไม่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจได้หันมาลงทุนของสะสม (Passion Investment) ต่าง ๆ มากขึ้นแทน โดยไม่ได้มองว่าเป็นการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย แต่ในทางกลับกัน มองว่าการลงทุนในรถยนต์หรูเป็นของสะสม และในบางรุ่นอาจสามารถสร้างกำไรให้กลุ่มผู้ที่มีกำลังซื้อได้ โดยเฉพาะรถยนต์หรูประเภทระดับ Super car และ Hypercar ซึ่งเป็นรถที่มีสมรรถนะสูง ผลิตรออกมาจำกัดและและราคาที่สูงกว่ารถหรูทั่วไป ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างดีในอนาคต เช่น Lamborghini, Aston Martin และ Ferrari เป็นต้น

ความท้าทายของตลาดรถยนต์หรูและ mega trend ที่ต้องจับตามองในระยะต่อไป

ภายใต้โอกาสการเติบโตของตลาดรถยนต์หรูในไทยดังกล่าวข้างต้น ยังมีปัจจัยเสี่ยงและความท้าทายด้านอื่น ๆ ที่ต้องจับตามอง ทั้งในส่วนของอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์, ปัญหาขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์โลก รวมไปถึงความต้องการของตลาดที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปอีกด้วย

ประเด็นแรก คืออัตราภาษีนำเข้ารถยนต์ที่ส่งผลกระทบต่อราคารถยนต์หรูในไทย เนื่องจากรถยนต์หรูส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจำหน่ายในไทย ทั้งนี้ปัจจุบันมีเพียงค่าย Mercedes-Benz และ BMW เท่านั้น ที่มีโรงงานประกอบรถยนต์ในไทย และยังมีการผลิตแค่เพียงบางรุ่นเท่านั้น ขณะที่รถยนต์หรูแบรนด์อื่น ๆ นั้น จะเป็นการนำเข้ามาจำหน่ายทั้งหมด ดังนั้น อัตราภาษีนำเข้ารถยนต์เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ ซึ่งปัจจุบันผู้นำเข้าจะยังคงต้องแบกรับภาษีนำเข้ารถยนต์ที่สูง

ทั้งนี้การคิดอัตราภาษีรถยนต์นำเข้าในปัจจุบัน จะคำนวณจากราคาต้นทุนราคาสินค้านำเข้าแบบ CIF (COST + INSURANCE + FREIGHT) ซึ่งเป็นราคาขายรถยนต์บวกด้วยค่าอากร ค่าประกันภัย และค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยผู้นำเข้าต้องเสียอัตราภาษีรถยนต์นำเข้า ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ภาษีอากรขาเข้า 80% ของราคารถยนต์ CIF ซึ่งจะต้องจ่ายการนำรถออกจากท่าเรือ 2) ภาษีสรรพสามิต ซึ่งจะอยู่ระหว่าง 30-50 % โดยอัตราการจัดเก็บภาษีจะแตกต่างกันตามความจุระบอกลูกสูบ ขนาดเครื่องยนต์และการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งอัตราภาษีสรรพสามิตจะคำนวณจาก (ราคารถยนต์ CIF + อากรขาเข้า + ภาษีค่าธรรมเนียมอื่นที่ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) x อัตราภาษีสรรพสามิต / 1 - (1.1 x อัตราภาษีสรรพสามิต) 3) ภาษีมหาโตไทย 10% โดยอัตราการจัดเก็บภาษีกระทรวงมหาดไทย 10% ที่คำนวณจากค่าภาษีสรรพสามิต เช่น จะต้องชำระภาษีสรรพสามิต = 50,000 บาท พร้อมด้วยภาษีมหาโตไทย 10% ของค่าภาษีสรรพสามิต = 5,000 บาท รวมเสียภาษีสรรพสามิต+ภาษีมหาโตไทย = 55,000 บาท และ 4) ภาษีมูลค่าเพิ่ม VAT 7% ของราคารถยนต์ CIF ซึ่งโดยรวมแล้ว รถยนต์ที่นำเข้ามาขายในไทยในปัจจุบันจะต้องเสียภาษีรวมกันมากถึงราว 175-300% ของราคารถยนต์ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ที่กรมสรรพสามิตได้มีการปรับโครงสร้างอัตราภาษีสรรพสามิตของรถยนต์นำเข้าด้วยการคำนวณจากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์นั้น ส่งผลให้รถยนต์นำเข้าที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยมีการเสียภาษีในอัตราที่ต่ำลง ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมานิยมซื้อรถยนต์ เครื่องยนต์ไฮบริดหรือรถยนต์ไฟฟ้า (EV) แทนเครื่องยนต์แบบสันดาปภายใน (ICE) มากยิ่งขึ้น ประกอบกับมาตรการสนับสนุนรถยนต์ไฟฟ้าของภาครัฐที่อยู่ระหว่างรอการอนุมัติจากครม. ในต้นปี 2022 ที่จะทำให้ผู้บริโภคเสียภาษีนำเข้ารถยนต์ไฟฟ้าน้อยลง

ประเด็นถัดมา คือปัญหาการขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์ในตลาดโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตรถยนต์หรู โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรุ่นที่มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยและจำเป็นต้องใช้ชิ้นส่วนเซมิคอนดักเตอร์จำนวนมาก ซึ่ง ในช่วงที่ผ่านมาผู้ผลิตรถยนต์หลายค่ายจำเป็นต้องปรับแผนการผลิตใหม่ หรือต้องลดอุปกรณ์เสริมบางรายการสำหรับรถยนต์บางรุ่นชั่วคราว เพื่อลดผลกระทบจากความล่าช้าในการผลิต อาทิ Porsche ที่จำเป็นต้องตัดตัวเลือก (Option) พวงมาลัยแบบไฟฟ้าและเปลี่ยนเป็นพวงมาลัยธรรมดาที่ปรับโดยใช้มือแทน จากปัญหาขาดแคลนชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในช่วงเดือนมิถุนายนปี 2021 หรือล่าสุดเมื่อเดือนกันยายนที่ทาง Mercedes-Benz ได้ประกาศปิดสายการผลิตที่โรงงานในประเทศเยอรมนีเป็นการชั่วคราวจากปัญหาขาดแคลนชิ้นส่วนเซมิคอนดักเตอร์ เช่นเดียวกับ Jaguar และ Land Rover ที่ได้ประกาศขยายระยะเวลารอคอยสำหรับรถยนต์บางรุ่นในโมเดลปี 2022 ซึ่งภาวะดังกล่าว นอกจากจะส่งผลให้ผู้ผลิตรถยนต์จำเป็นต้องปรับลดกำลังการผลิต ลงเพราะระยะเวลาการส่งมอบ (Lead Time)

ที่นานขึ้นแล้ว ผู้ผลิตรถยนต์ยังต้องแบกรับต้นทุนที่สูงขึ้นจากต้นทุนการขนส่งและวัตถุดิบสำคัญในการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อย่างทองแดงที่ปรับราคาสูงขึ้น 40% YOY อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการในตลาดและสำนักวิจัย IHS Markit ได้คาดการณ์ว่าสถานการณ์การขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์นี้จะค่อย ๆ เริ่มปรับตัวดีขึ้นภายในปี 2022 และสามารถคลี่คลายลงได้ในปี 2023 ซึ่งจะเป็นช่วงที่โรงงานผลิตเซมิคอนดักเตอร์ส่วนใหญ่ที่กำลังอยู่ระหว่างก่อสร้างสามารถเริ่มเดินสายการผลิตได้ ซึ่งน่าจะเข้ามาช่วยเติมอุปทานที่ขาดแคลนในตลาดได้มากขึ้นพอสมควร (รูปที่ 10)

รูปที่ 10 : ไทม์ไลน์หลักของปัญหาการขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์ และผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์โลก



ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ IHS Markit

ประเด็นสุดท้าย คือแนวโน้มตลาดและความต้องการที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่สำคัญสำหรับตลาดรถยนต์หรู โดย EIC พบว่าแบรนด์รถยนต์พลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกำลังเข้ามามีบทบาทในตลาดโลกมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งค่ายรถยนต์ต่างก็มีการเปิดตัวรถยนต์ไฟฟ้ารุ่นต่าง ๆ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการดังกล่าว ปัจจุบันผู้ผลิตรถยนต์ทุกรายใหญ่หลายค่ายต่างมุ่งวิจัยและพัฒนาการผลิตรถยนต์ของตนจากที่ใช้เครื่องยนต์หรือ ICE ไปสู่รถยนต์ไฟฟ้าที่ใช้แบตเตอรี่หรือปลั๊กอินไฮบริด (Plug-in Hybrid) ตัวอย่างเช่น การเปิดตัว Mercedes-Benz EQC, Audi E-Tron GT และ Porsche Taycan ซึ่งเป็นรถยนต์รุ่นที่ใช้พลังงานไฟฟ้า 100% สำหรับในไทยเองก็มีความพยายามผลักดันการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าในไทยตามแผน 30@30 ตามที่ภาครัฐตั้งเป้าหมายผลิตยานยนต์ไฟฟ้าให้ได้ 30% ของการผลิตทั้งหมดในปี 2030 เพื่อก้าวสู่การเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของอาเซียน โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ออกมาตรการส่งเสริมการลงทุนสนับสนุนให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีแก่ผู้ผลิตรถยนต์ค่ายต่าง ๆ ที่มีการลงทุนผลิต EV ภายในประเทศ ซึ่งค่ายรถยนต์หรืออย่าง Mercedes-Benz กับ BMW ก็เข้าร่วมเช่นกัน โดย Mercedes-Benz มีการลงทุนโรงงานแบตเตอรี่เพื่อการประกอบรถไฟฟ้า และจะเริ่มผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศได้ในปี 2022 โดยในขั้นต้นจะเริ่มจากมาตรการส่งเสริมการนำเข้ารถยนต์ไฟฟ้าจากต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมให้เกิด

การใช้รถยนต์ไฟฟ้าในประเทศมากขึ้น ซึ่งล่าสุดกระทรวงการคลังได้เตรียมเสนอมาตรการทางภาษีที่ส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าหรืออีวีให้คณะรัฐมนตรีอนุมัติ เพื่อให้รถยนต์ไฟฟ้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีราคาที่ถูกลง โดยจะกำหนดให้ 1) กรณีแรก สำหรับรถยนต์ไฟฟ้านำเข้าราคาไม่เกิน 2 ล้านบาท จะลดภาษีสรรพสามิต จาก 8% เหลือ 2% (ในปี 2022-2025) และลดภาษีนำเข้าศุลกากรสูงสุด 40% (ในปี 2022-2023) 2) กรณีที่สอง สำหรับรถยนต์ไฟฟ้านำเข้าราคาสูงกว่า 2 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 7 ล้านบาท จะลดภาษีสรรพสามิต จาก 8% เหลือ 2% (ในปี 2022-2025) และลดภาษีนำเข้าศุลกากรสูงสุด 20% (ในปี 2022-2023) โดยมีเงื่อนไขว่าบริษัทรถยนต์ที่นำเข้านั้น ๆ ต้องมีแผนผลิตยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยเพื่อชดเชยการนำเข้าภายใน 2 ปี ซึ่งจะต้องผลิตชดเชยในอัตราส่วน 1 ต่อ 1.5 โดยการนำเข้ารถยนต์ไฟฟ้า 1 คัน จะต้องผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในไทยเพื่อชดเชยการนำเข้า 1.5 คัน ตามระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งนโยบายดังกล่าว นับเป็นโอกาสที่ดีสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าที่นำเข้า เมื่อเข้าร่วมโครงการ เช่น รถยนต์ไฟฟ้ายุโรปเดิมเสียภาษีนำเข้า 80% จะได้รับการลดภาษีเหลือ 60% รถยนต์ไฟฟ้าญี่ปุ่นเดิมเสียภาษีนำเข้า 20% จะได้รับการลดภาษีเหลือ 0% เมื่อลดภาษีนำเข้าจากทั้งสองประเทศผู้ส่งออกแล้วนั้น จะช่วยเพิ่มโอกาสการแข่งขันทางการตลาดของรถยนต์ไฟฟ้าสัญชาติอื่น ๆ กับรถยนต์ไฟฟ้าที่นำเข้าจากประเทศจีนที่ไม่เสียอัตราภาษีนำเข้าจากกรอบข้อตกลงทางการค้าอาเซียน-จีน ดังนั้น ในอนาคตจึงนับเป็นโอกาสที่ดีของผู้บริโภคที่มีโอกาสซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในราคาที่ต่ำลงและมีแบรนด์ให้เลือกซื้อที่หลากหลายมากขึ้น

นอกจากเทรนด์พลังงานทางเลือกแล้วค่ายรถยนต์ต่าง ๆ ก็ยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในแบบ New Normal มากขึ้น อย่างเช่น การเชื่อมต่อและส่งข้อมูลผ่านเครือข่าย 5G และ Internet of things ที่เรียกว่า Connected Car ที่ครอบคลุมการสื่อสารกับสิ่งต่าง ๆ รอบคันรถ (Vehicle-to-Everything) ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมีประสบการณ์การขับขี่ที่สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น รวมถึงผู้ผลิตรถยนต์ต่าง ๆ สามารถใช้ข้อมูลที่มีต่อยอดไปสู่ธุรกิจอื่น ๆ ต่อไปได้ เช่น ข้อมูลปลายทางส่วนใหญ่ของการขับขี่แต่ละครั้งคือร้านอาหาร ระบบจะนำข้อมูลเหล่านี้มาคำนวณและทางผู้ให้บริการจะได้เสนอโปรโมชั่นร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกและตอบสนองความชอบของผู้ขับขี่นั้น ๆ ได้อย่างตรงตามความต้องการ รวมถึงมีการให้ความสำคัญกับฟังก์ชันที่ช่วยสร้างความปลอดภัยและการลดอุบัติเหตุให้กับผู้ขับขี่ด้วยการขับเคลื่อนโดยใช้ระบบยานยนต์อัตโนมัติ เช่น ระบบควบคุมความเร็วคงที่พร้อมการปรับความเร็วอัตโนมัติ (ACC: Adaptive Cruise Control) ระบบเบรกฉุกเฉินอัตโนมัติ (AEB: Autonomous Emergency Braking) ระบบการเตือนการออกนอกช่องทางเดินรถ (LKA: Lane keeping assistance)

ขณะเดียวกัน Car sharing ก็เป็นอีกหนึ่งเทรนด์ธุรกิจในอนาคตที่น่าจับตามอง และมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นในกลุ่มธุรกิจรถหรูเช่นกัน ทั้งนี้หากเปรียบเทียบระหว่างการใช้บริการธุรกิจ Car sharing กับการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะที่มีความเสี่ยงสูงด้านสุขอนามัย เราจะพบว่าธุรกิจ Car sharing เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจกว่า เพราะนอกจากจะลดความเสี่ยงจากการเดินทางร่วมกับผู้อื่นในรถโดยสารสาธารณะแล้ว ยังช่วยลดความแออัดของการจราจร ช่วยลดมลพิษทางอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ช่วยบรรเทาปัญหาทางมลภาวะและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย โดยธุรกิจรถหรูที่เกี่ยวข้องกับเทรนด์ Car sharing ได้แก่ บริการธุรกิจที่เป็นระบบสมาชิก (Subscription) ซึ่งรูปแบบดังกล่าวจะคล้ายกับการเช่ารถยนต์แต่มีเงื่อนไขที่สั้นกว่าและยืดหยุ่นมากกว่า เพื่อให้ลูกค้าสามารถขับขีรถหรูที่มีคุณภาพสูงในราคาที่ต่ำกว่า ซึ่งโมเดลในลักษณะนี้เป็นที่นิยมมากในกลุ่มของคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับเรื่องการเป็นเจ้าของทรัพย์สินน้อยกว่าคนรุ่นเก่า โดยภายใต้ Subscription models ลูกค้าจะได้รับการบริการที่จะครอบคลุมถึงการบำรุงรักษาหรือซ่อมรถยนต์ ซึ่งมีแนวทางใกล้เคียงกันกับเป็นสมาชิกของบริการสตรีมมิ่งต่าง ๆ ที่เมื่อสมัครเป็นสมาชิกและชำระค่าสมาชิกรายเดือนแล้วจะสามารถใช้สินค้าของบริการนั้นได้หลากหลายสินค้า ซึ่งมีค่ายรถยนต์หรูหลายค่ายที่ดำเนินธุรกิจ แบบระบบสมาชิก เช่นเดียวกัน เช่น Porsche ที่เปิดตัวระบบสมาชิกรายเดือนที่ชื่อว่า Porsche Drive ในสหรัฐฯ ซึ่งลูกค้าที่เป็นสมาชิก

สามารถเช่ารถยนต์หรูได้นานสุดถึง 3 เดือน ซึ่งค่าใช้จ่ายจะแตกต่างกันไปตามจำนวนรถยนต์ที่สมาชิกต้องการใช้ โดยในขณะที่บริการ Subscription จะเป็นการเช่าในระบบสมาชิกที่ค่อนข้างเป็นระยะเวลาที่ยาวนั้น ก็มีธุรกิจบริการเช่ารถยนต์ระยะสั้น (Car Rental) ที่ได้รับความนิยมจากการตอบโคงผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความต้องการเช่ารถหรู แต่ไม่ได้มีความต้องการถือครองไว้ใช้ในระยะเวลาเพราะด้วยภาระค่าใช้จ่ายเช่นเดียวกัน เช่น บริษัท Prime Cars Rental ที่ให้บริการเช่ารถยนต์หรู ตั้งแต่ Premium Segment ไปจนถึงรุ่น Super car ซึ่งรถเช่าทุกคันมาพร้อมกับประกันภัยชั้น 1 ด้วยอัตราค่าบริการที่แตกต่างไปตามรุ่นของรถยนต์และระยะเวลาที่ต้องการเช่า เช่น ราคาเช่ารถเบนซ์รุ่นต่าง ๆ จะเริ่มต้นเพียง 8,900 บาท ไปจนถึง 65,000 บาทต่อวัน ไปจนถึงการเช่ารถยนต์หรู Ultra-luxury อย่าง Rolls-Royce Ghost ที่มีอัตราเช่า 150,000 บาทต่อวัน

โดยภาพรวมแล้ว EIC มองว่าตลาดรถยนต์หรูในไทยยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้และกำลังซื้อสูง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักและเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจน้อยกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ประกอบกับการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีรถยนต์ของค่ายรถยนต์ต่าง ๆ ให้ทันสมัย และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น รถยนต์หรูพลังงานไฟฟ้า เป็นต้น โดย EIC คาดการณ์ว่าในปี 2022 มูลค่าตลาดรถยนต์หรูของไทยจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับการทยอยฟื้นตัวของเศรษฐกิจ รวมไปถึงการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุค New normal โดยมีแนวโน้มปรับการขายเป็นผ่านช่องทาง Omni Channel มากขึ้นเรื่อย ๆ รวมไปถึงการลงทุนของสะสมตามความหลงใหล หรือ Passion Investment ในกลุ่มรถยนต์หรูที่สามารถสร้างกำไรให้กลุ่มผู้มีกำลังซื้อได้ดีในอนาคต ยิ่งไปกว่านั้น มาตรการการสนับสนุนจากภาครัฐจะมีส่วนสำคัญที่ช่วยผลักดันการเติบโตของตลาดรถยนต์ในไทย รวมไปถึงการผลิตรถยนต์หรูที่ใช้พลังงานไฟฟ้าในไทย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับยานยนต์ไฟฟ้า การให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีแก่ผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้า รวมไปถึงการลดภาษีนำเข้ารถยนต์ไฟฟ้า จะเป็นอีกหนึ่งแรงขับเคลื่อนสำคัญที่จะช่วยให้ตลาดรถยนต์หรูของไทยสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องไปกับเทรนด์ความนิยมของโลกในอนาคตต่อไป อย่างไรก็ตาม ตลาดรถยนต์หรูยังคงเผชิญกับความท้าทายล่าสุดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Omicron ที่อาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค รวมไปถึงปัญหาการขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์ในตลาดโลกที่ยังคงเป็นหัวใจสำคัญในการผลิตรถยนต์หรูบางรุ่น ซึ่งเป็นประเด็นความท้าทายที่ยังคงต้องจับตามองอย่างใกล้ชิดต่อไป

บทวิเคราะห์โดย... <https://www.scbeic.com/th/detail/product/8088>

“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