

จับกระแสยานยนต์ ยอดนิยมของคนไทย ขับอะไรแล้วอินเตอร์นด์?

ตลาดรถยนต์ไทยกำลังกลับมาคึกคักหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 คลี่คลาย โดยพบว่ากว่า 65% วางแผนซื้อ
ยานยนต์ส่วนตัวใหม่ภายในระยะเวลา 1-2 ปีนี้



Content

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	3
จับกระแสยานยนต์ยอดนิยมของคนไทย รถที่ใช้ของ “กลุ่ม” “สาว” และ “ชาว LGBTQIA+” รถคู่ “ครัวเรือนไทย”	5
เจาะลึกตลาดรถมือ 2	12
เกาะเทรนด์ยานยนต์ไฟฟ้า (EVs) เปิดประสบการณ์ผู้ใช้งานรถ EVs ตลาดจะโตดี ธุรกิจ EVs ต้องมีอะไรเพิ่ม	15
Main takeaways	23

Executive Summary



ตลาดรถยนต์ไทยกำลังกลับมาคึกคักเพราะอุปสงค์ที่ฟื้นตัวหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 คลี่คลาย โดยผลสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างกว่า 65% วางแผนซื้อพาหนะส่วนตัวใหม่ภายในระยะเวลา 1-2 ปีนี้ โดยยานยนต์ที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงสุด ในภาพรวมกระจุกตัวอยู่ในกลุ่ม “รถ SUV” และ “รถเก๋งขนาดกลาง” ขณะที่ “รถยนต์ประเภทสัปดาห์” ยังคงเป็นตัวเลือกหลักสำหรับแผนการซื้อยานยนต์ในระยะ 1-2 ปีนี้ อย่างไรก็ตาม หากเจาะลึกตัวเลือกการซื้อ โดยจำแนกตามข้อมูลประชากร อาทิ เพศ และระดับรายได้ จะพบรูปแบบความสนใจที่แตกต่างกัน



สำหรับตลาดรถมือ 2 ถือเป็นขวัญใจของกลุ่มที่ประกอบอาชีพอิสระ เนื่องจากบางส่วนซื้อไว้เพื่อประกอบอาชีพ ทั้งสำหรับค้าขาย รวมถึงเพื่อรับส่งคน และสิ่งของบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยจากผลสำรวจพบว่า ผู้ที่มีแผนซื้อรถมือ 2 จะคำนึงถึงข้อจำกัดด้านงบประมาณและความคุ้มค่าด้านราคาเป็นสำคัญ แต่ก็มีบางส่วนที่ตั้งใจซื้อรถมือ 2 ไว้ใช้ชั่วคราว เพื่อรอเปลี่ยนเป็นรถ EVs ในอนาคต ซึ่ง SCB EIC พบว่ามีคุณลักษณะร่วมบางประการของกลุ่มตัวอย่างนี้ ได้แก่ 1) มีรายได้เฉลี่ยสูงกว่าผู้วางแผนซื้อรถมือ 2 เพื่อใช้งานระยะยาว และ 2) ปัจจุบันอยู่ระหว่างศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรถ EVs ทั้งด้านสมรรถนะ การขับขี่และความคุ้มค่า รวมถึงรอความพร้อมของสถานีชาร์จให้ครอบคลุมมากขึ้น



คนไทยส่วนใหญ่ค่อนข้างตื่นตัวกับกระแสยานยนต์ไฟฟ้า (EVs) ส่วนหนึ่งเพราะราคาพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงเทรนด์ใส่ใจสิ่งแวดล้อมที่กำลังมาแรง อย่างไรก็ตาม สัดส่วนการครอบครองยานยนต์ EVs ในปัจจุบันยังคงอยู่ในระดับต่ำ และกระจุกตัวในกลุ่มผู้มีรายได้สูง ในระยะถัดไป ตลาดรถ EVs มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับความสนใจและความเชื่อมั่นที่ทยอยปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะด้านความครอบคลุมของสถานีชาร์จ นอกจากนี้ ผลสำรวจยังชี้ให้เห็นถึงธุรกิจดาวรุ่งที่ผู้ใช้งานรถ EVs ต้องการให้มีเพิ่มขึ้น อาทิ อู่ซ่อมเฉพาะทาง ร้านขายอะไหล่ รวมถึงร้านขายอุปกรณ์ตกแต่ง ซึ่งถือเป็นช่องทางสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่จะเข้ามาเกาะกระแสยานยนต์ EVs ขณะที่มาตรการรัฐที่มีอยู่ยังคงตอบโจทย์ แต่ต้องดำเนินการควบคู่กับการเร่งสร้างสถานีชาร์จ เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด

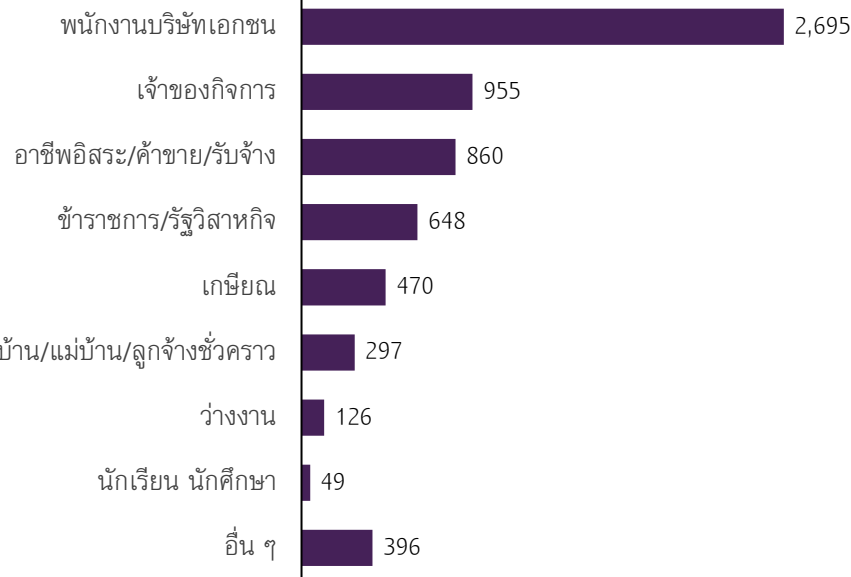
การสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคของ EIC (EIC Consumer survey) ผ่านช่องทางออนไลน์ SurveyMonkey ระหว่างวันที่ 19 มกราคม ถึง 2 กุมภาพันธ์ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 6,496 คน



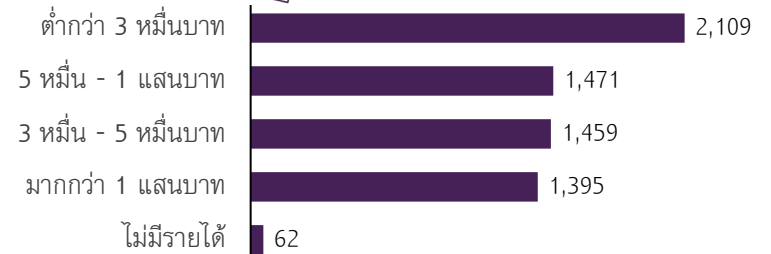
IWF



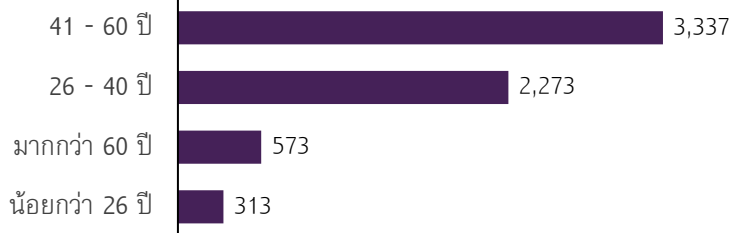
อาชีพปัจจุบัน



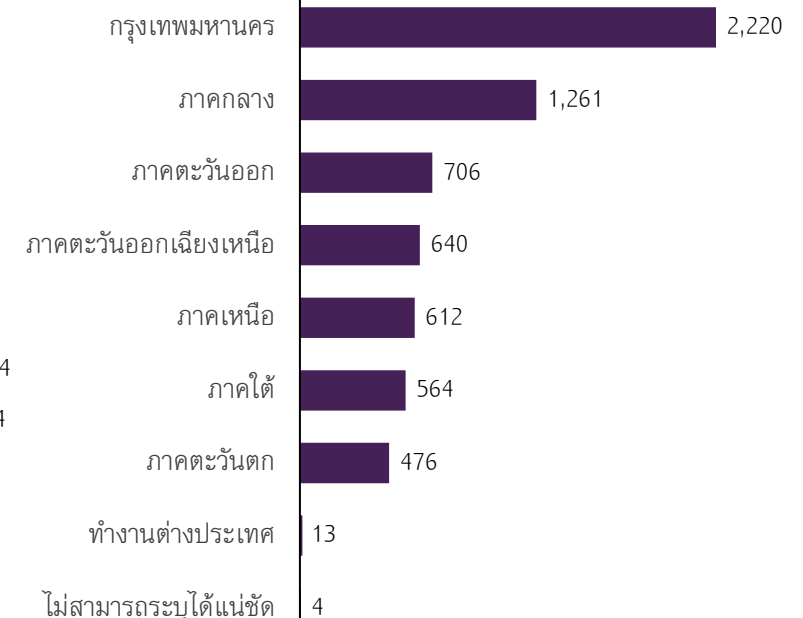
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย/เดือน



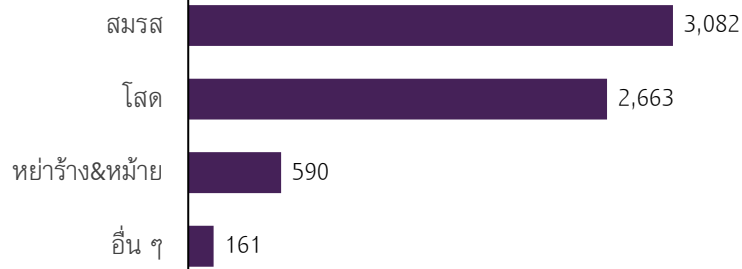
ช่วงอายุ



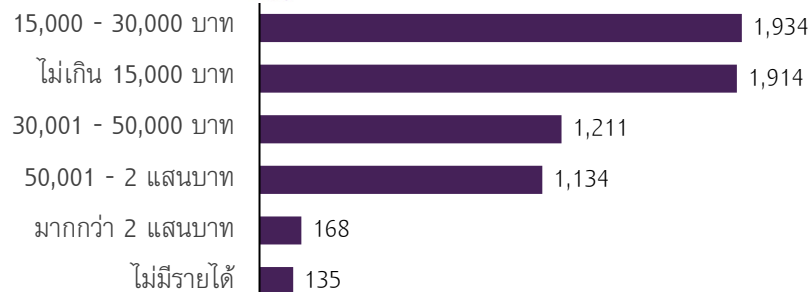
ที่อยู่อาศัย



สถานภาพ



รายได้เฉลี่ย/เดือน



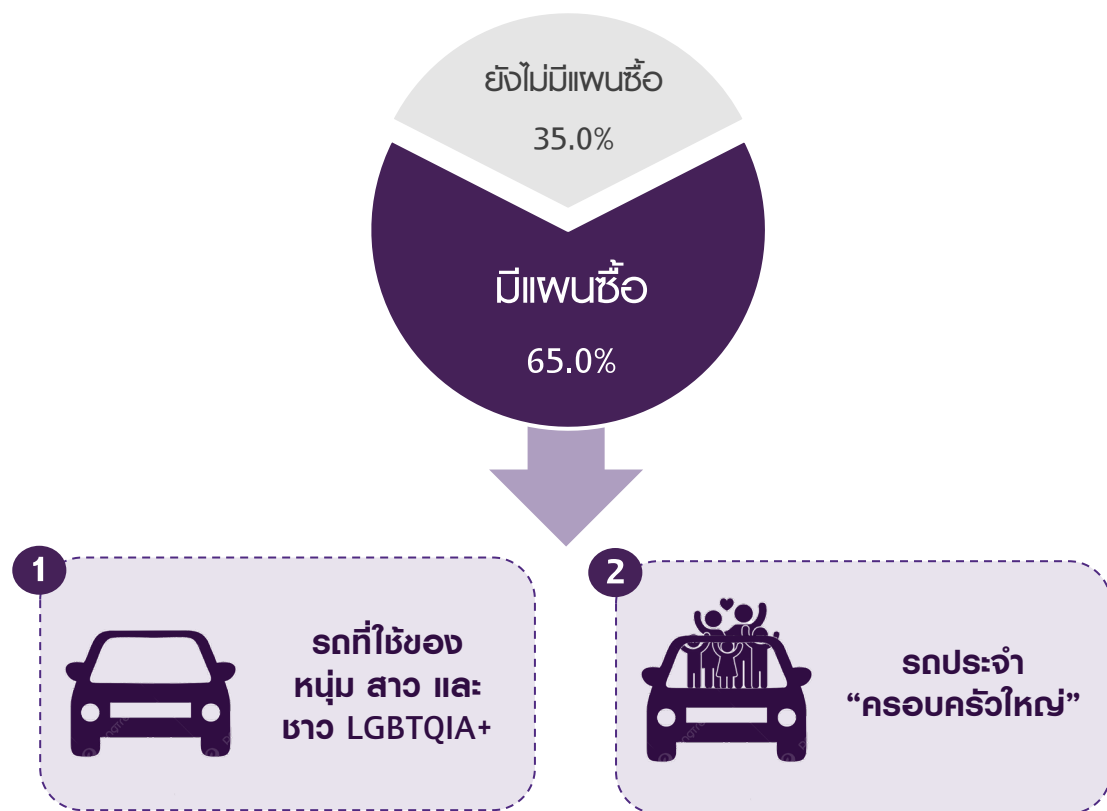


จับกระแสยานยนต์ยอดนิยมของคนไทย

SCB EIC ประเมินยานยนต์ยอดนิยมของคนไทย โดยวิเคราะห์แผนการซื้อพาหนะส่วนตัว ซึ่งในภาพรวมพบว่า ยานยนต์ในระบบสันดาปยังคงได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉพาะรถกลุ่ม SUV และรถเก๋งขนาดกลาง

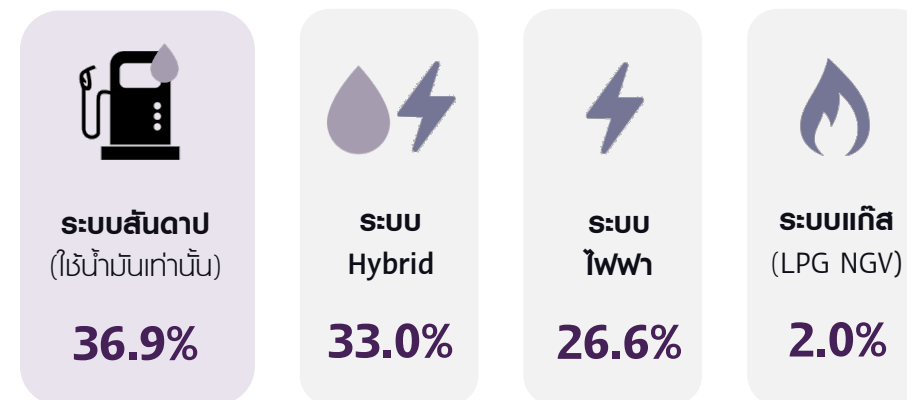
คำถาม : คุณมีแผนที่จะซื้อพาหนะส่วนตัวหรือไม่

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม



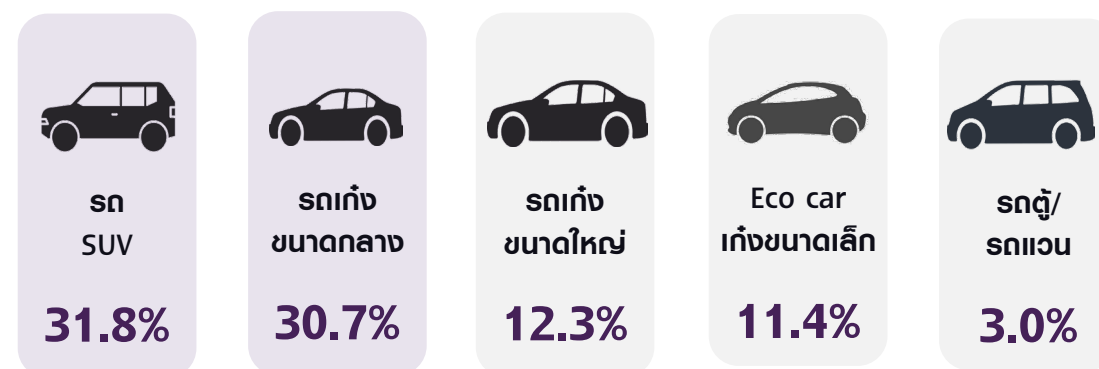
คำถาม : คุณวางแผนซื้อพาหนะส่วนตัวที่ใช้เชื้อเพลิงประเภทใด

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนซื้อพาหนะส่วนตัว



คำถาม : คุณวางแผนซื้อพาหนะส่วนตัวประเภทใด

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนซื้อพาหนะส่วนตัว



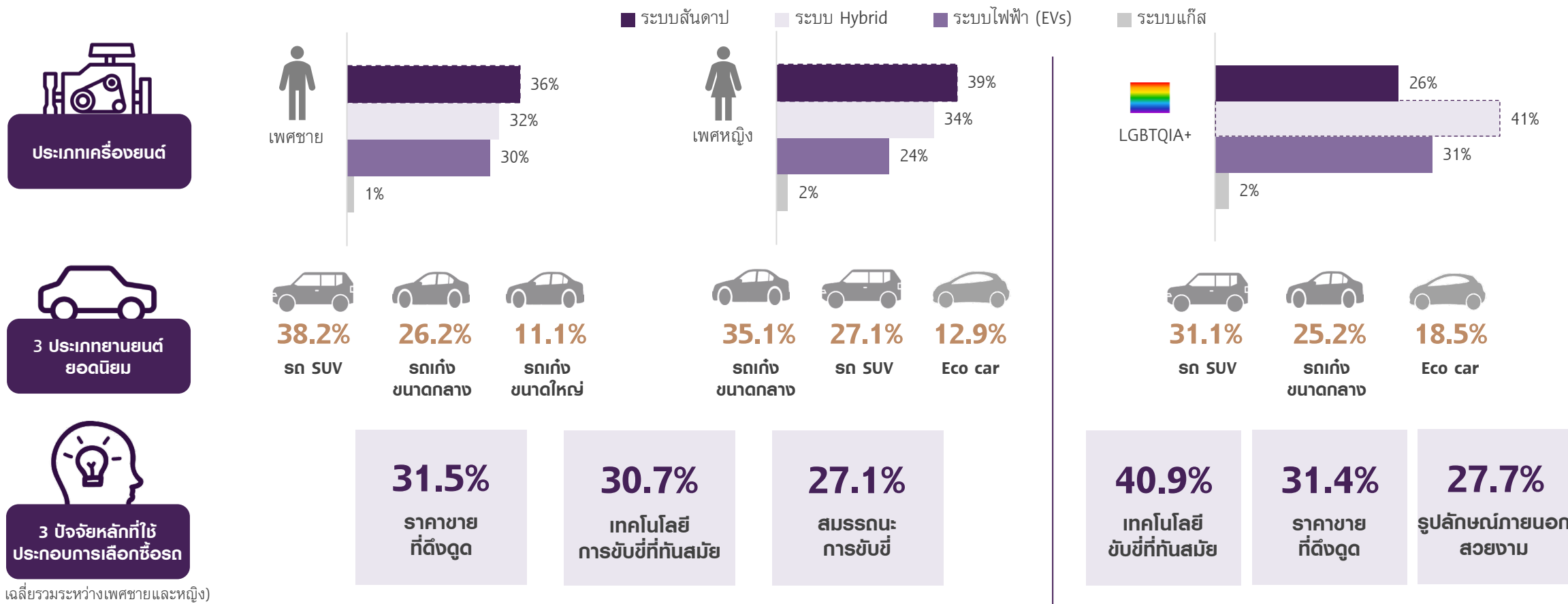


รถที่ใช้ของ “หนุ่ม” “สาว” และ “ชาว LGBTQIA+”

แผนการซื้อรถของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงมีรูปแบบใกล้เคียงกัน ขณะที่กลุ่ม LGBTQIA+ ค่อนข้างตื่นตัวกับกระแสนยานยนต์ไฟฟ้า ส่วนหนึ่งเพราะถูกดึงดูดจากเทคโนโลยีการขับขี่และรูปลักษณ์ภายนอกที่ทันสมัย

คำถาม : คุณวางแผนซื้อพาหนะส่วนตัวประเภทใด และปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจคืออะไร

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนการซื้อพาหนะส่วนตัว จำแนกตามเพศ



หมายเหตุ : รถยนต์ระบบ Hybrid ถือเป็นหนึ่งในประเภทของยานยนต์ไฟฟ้า อาทิ HEV (ไฮบริด) และ PHEV (ไฮบริดปลั๊กอิน)

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคของ (EIC Consumer survey) ระหว่างวันที่ 19 มกราคม ถึง 2 กุมภาพันธ์ 2023 มีผู้ตอบแบบสอบถามครบถ้วนทั้งสิ้น 6,496 คน

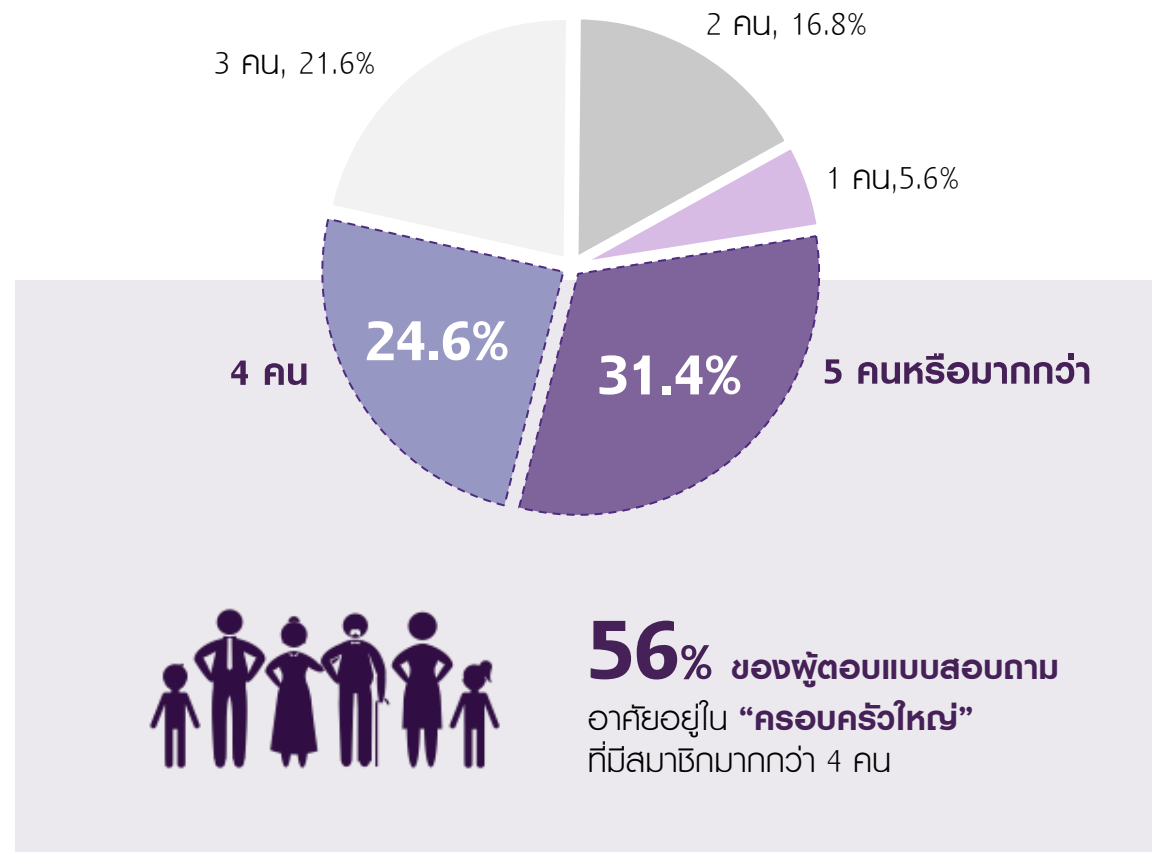


รถคู่ “ครัวเรือนไทย”

กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งอาศัยอยู่ใน “ครอบครัวใหญ่” ที่มีสมาชิกมากกว่า 4 คน โดยพบว่าจำนวนพาหนะจะมากขึ้นตามจำนวนผู้อาศัยในครัวเรือน อีกทั้ง บางส่วนยังมีแผนซื้อรถยนต์ใหม่เพิ่มเติมอีกด้วย

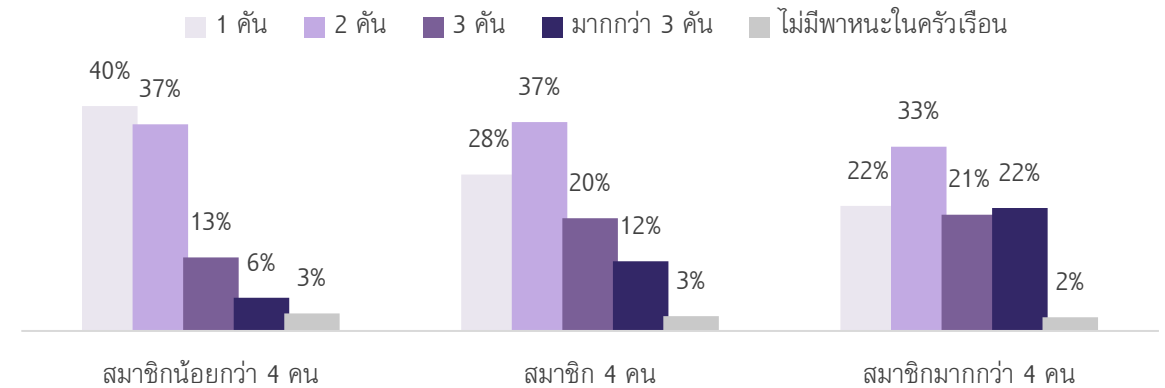
คำถาม : จำนวนสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน (นับรวมผู้ตอบด้วย)

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถาม



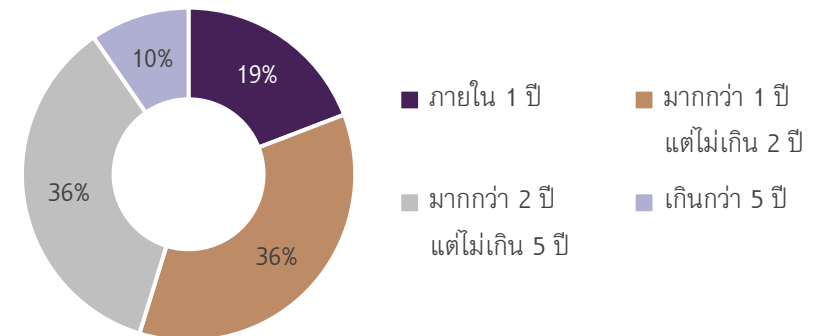
คำถาม : จำนวนพาหนะในครัวเรือนของคุณ ณ ปัจจุบัน

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน



คำถาม : คุณวางแผนซื้อพาหนะส่วนตัวภายในช่วงเวลาใด

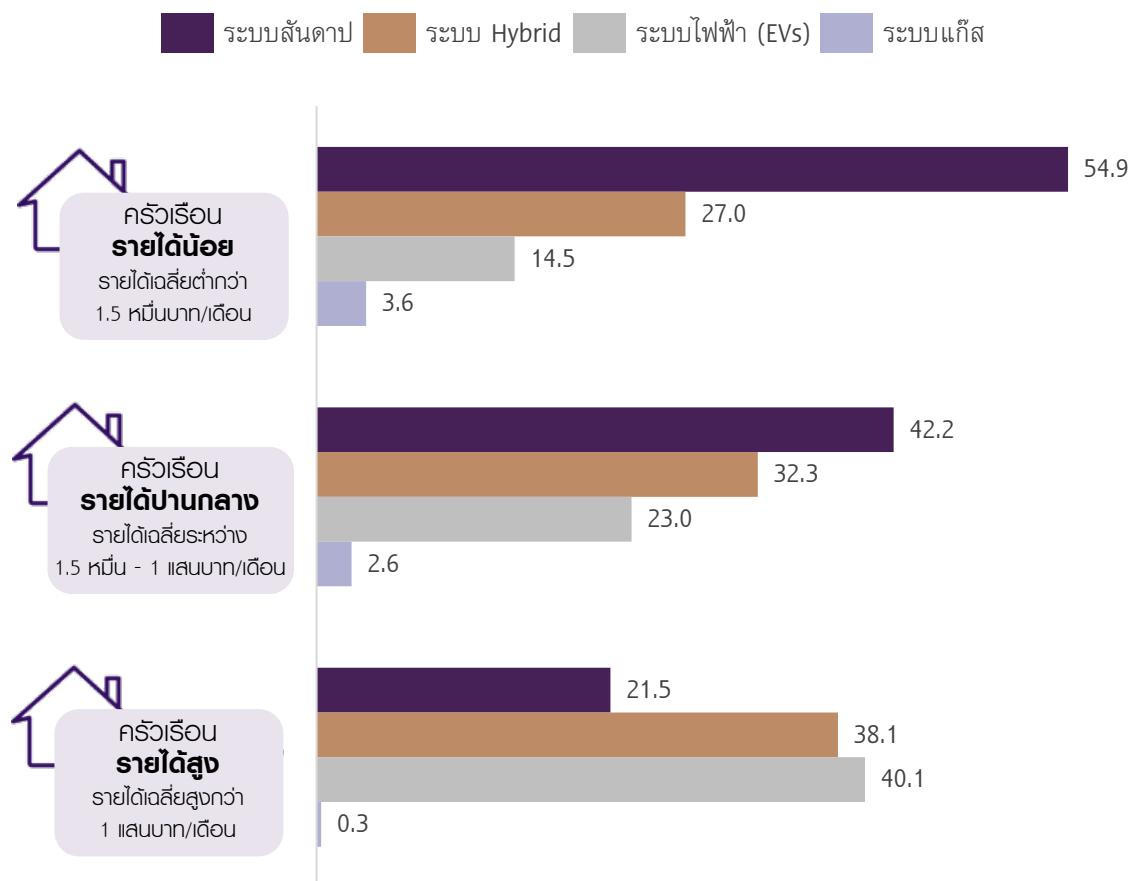
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในครอบครัวใหญ่และมีแผนซื้อพาหนะส่วนตัว



ระดับรายได้ครัวเรือนมีส่วนทำให้ความสนใจต่อยานยนต์แต่ละประเภทแตกต่างกันไป โดยรถ EVs เป็นที่นิยมในครอบครัวที่มีรายได้สูง ขณะที่รถสันดาปเป็นตัวเลือกหลักของครอบครัวรายได้น้อย – ปานกลาง

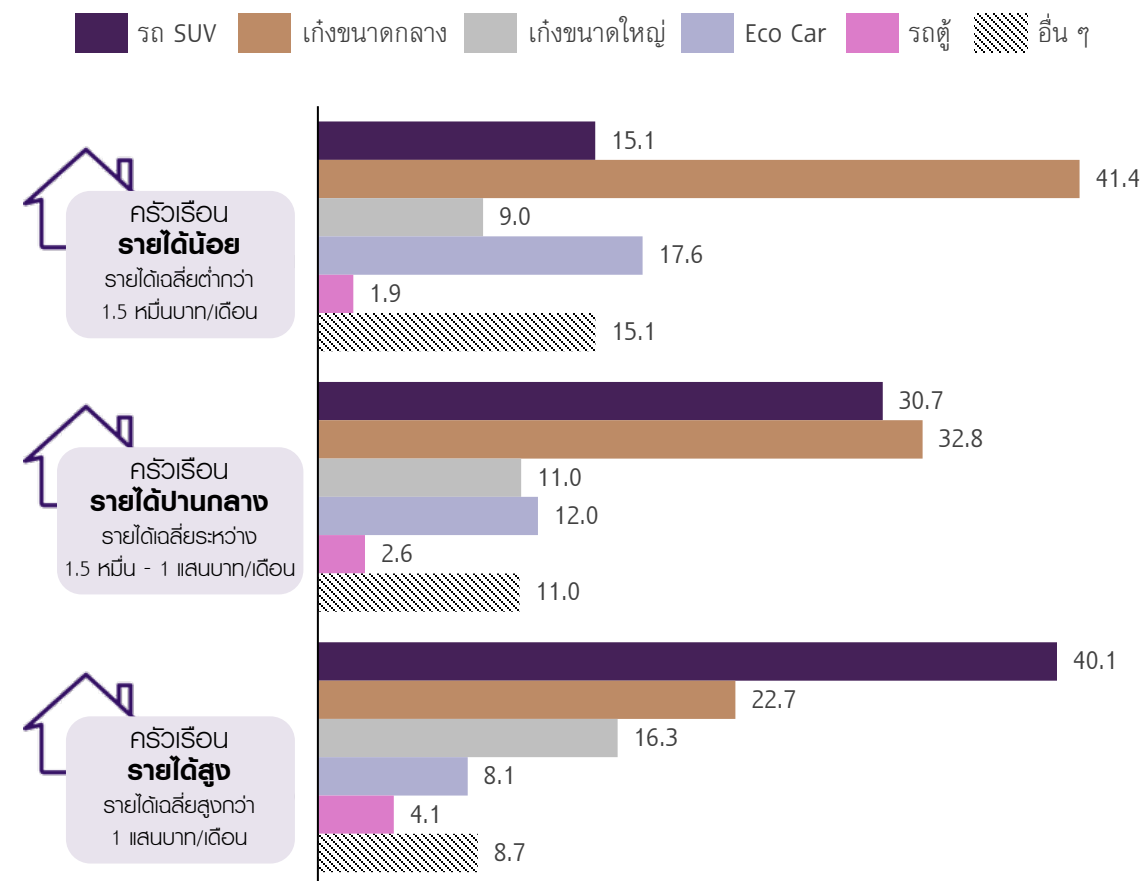
คำถาม : คุณวางแผนซื้อพาหนะส่วนตัวที่ใช้เครื่องยนต์ประเภทใด

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า 4 คน



คำถาม : คุณวางแผนซื้อพาหนะส่วนตัวประเภทใด

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า 4 คน



หมายเหตุ : เกณฑ์การจัดกลุ่มรายได้ครัวเรือนอ้างอิงข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2564 จัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคของ (EIC Consumer survey) ระหว่างวันที่ 19 มกราคม ถึง 2 กุมภาพันธ์ 2023 มีผู้ตอบแบบสอบถามครบถ้วนทั้งสิ้น 6,496 คน

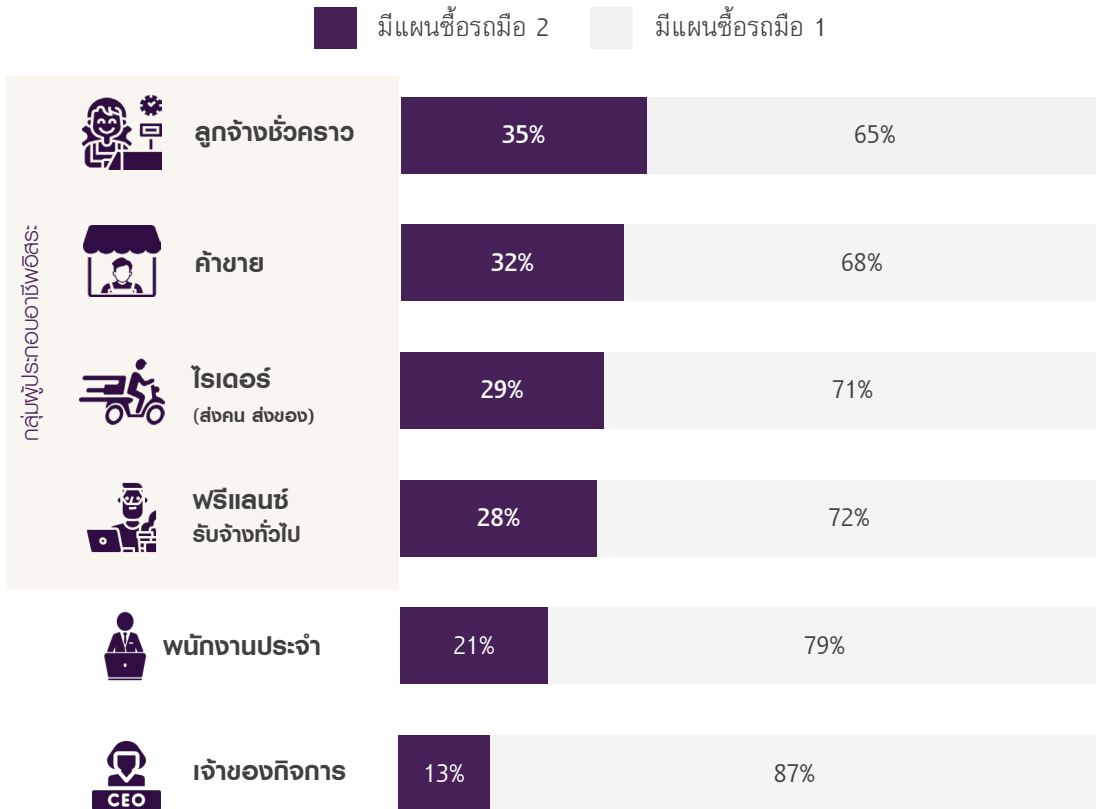


เจาะลึกตลาดรถมือ 2

ผลสำรวจ พบว่า รถมือ 2 คือ “ขวัญใจของกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอิสระ” โดยแหล่งสินเชื่อหลักจะกู้ซื้อผ่านธนาคารพาณิชย์ แต่มีบางส่วนนิยมใช้ไฟแนนซ์จากเต็นท์รถ จากเงื่อนไขการวงเงินดาวน์ที่ต่ำกว่า

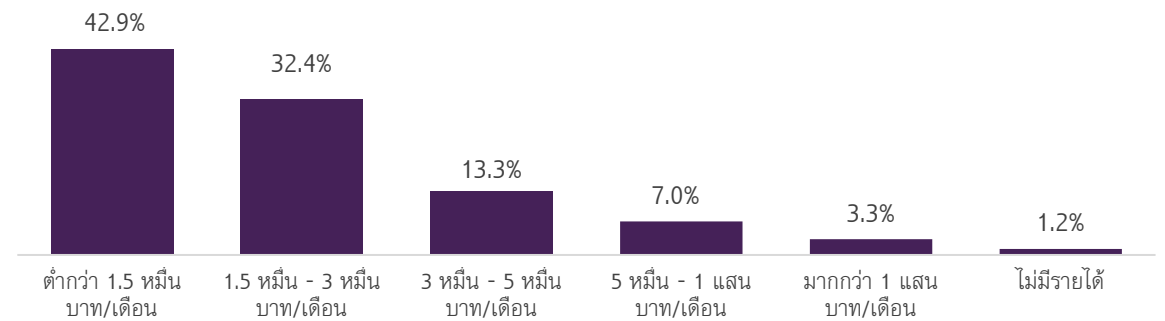
คำถาม : อาชีพปัจจุบันของคุณคืออะไร

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนซื้อรถในอนาคต



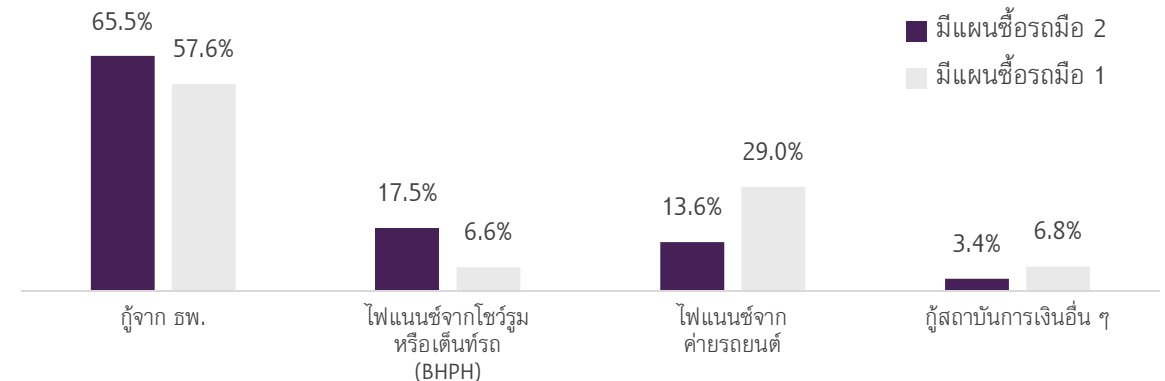
คำถาม : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของคุณ ณ ปัจจุบัน

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนซื้อรถมือ 2



คำถาม : แหล่งสินเชื่อที่คุณคาดว่าจะใช้บริการ

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนซื้อรถมือ 2 ด้วยการขอสินเชื่อ



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมรถมือ 2 ในระบบเครื่องยนต์สันดาป โดยเฉพาะรถเก๋งขนาดกลางและกระบะ ขณะที่แผนการซื้อจะคำนึงถึงข้อจำกัดของงบประมาณและความคุ้มค่าด้านราคาเป็นสำคัญ

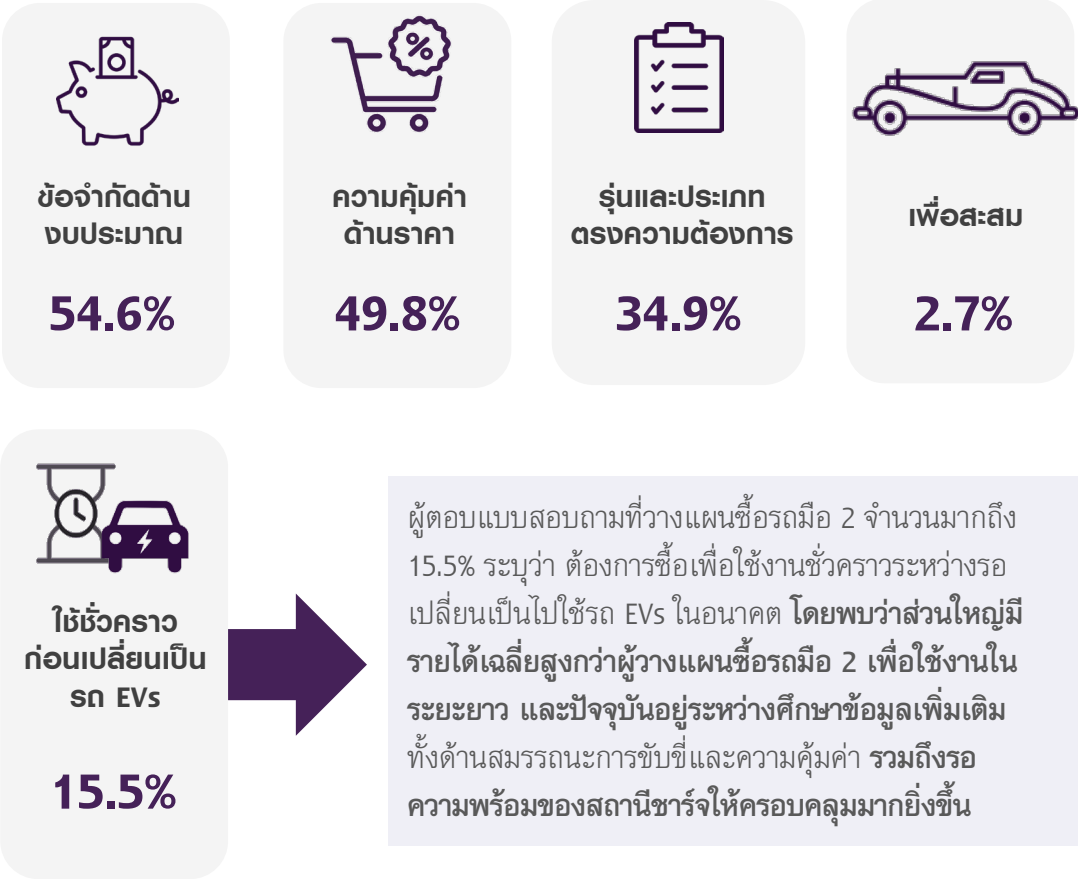
คำถาม : คุณวางแผนซื้อพาหนะส่วนตัวประเภทใด และใช้เครื่องยนต์แบบใด

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนซื้อรถมือ 2

		ประเภทเครื่องยนต์				
ประเภทยานยนต์		ระบบสันดาปภายใน	ระบบ Hybrid	ระบบไฟฟ้า (EVs)	ระบบแก๊ส	รวม
	เก๋งขนาดกลาง (Segment B & C)	17.7%	5.8%	4.1%	2.2%	29.7%
	รถ SUV	7.8%	9.4%	3.7%	0.6%	21.5%
	Eco car	8.5%	4.9%	3.0%	1.0%	17.4%
	รถกระบะ	10.2%	1.6%	0.6%	0.2%	12.6%
	เก๋งขนาดใหญ่ (Segment D)	5.0%	2.6%	1.1%	1.1%	9.8%
	รถตู้	2.0%	1.0%	1.1%	0.2%	4.3%
	Luxury / Supercar	1.6%	0.8%	0.2%	0.1%	2.8%
	Motorbike Big bike	1.9%		0.1%		2.0%
รวม	54.7%	26.0%	13.9%	5.4%	100.0%	

คำถาม : เหตุผลที่คุณวางแผนซื้อพาหนะมือ 2 (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนซื้อรถมือ 2



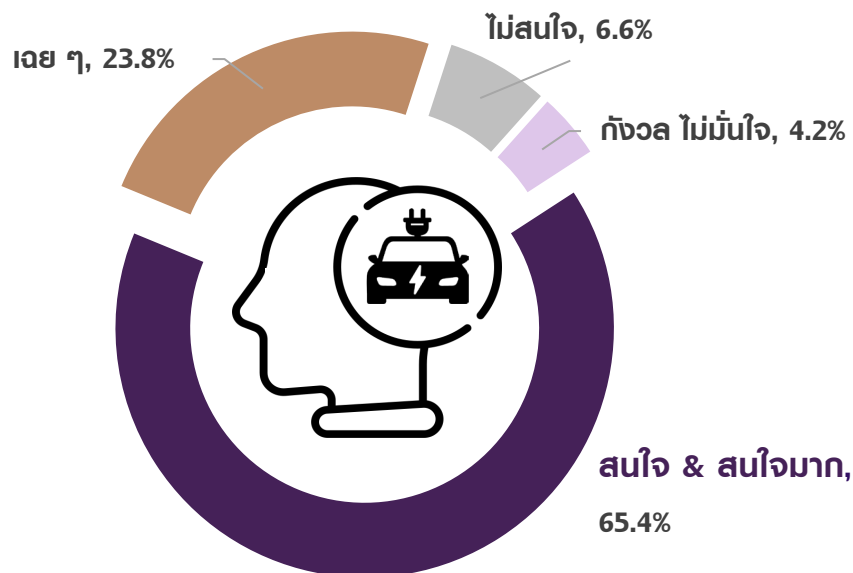


เกาะทรนดยานยนต์ไฟฟ้า (EVs)

ผลสำรวจพบว่า คนไทยส่วนใหญ่มีความตื่นตัวกับกระแส EVs ส่วนหนึ่งเพราะราคาพลังงานที่เพิ่มขึ้น ขณะที่บางส่วนไม่สนใจและไม่มั่นใจ จากความกังวลเรื่องความครอบคลุมของสถานีชาร์จและราคาขายที่อยู่ในระดับสูง

คำถาม : คุณมีความสนใจต่อกระแสนยานยนต์ไฟฟ้ามากน้อยแค่ไหน

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถาม



กลุ่มที่มีความตื่นตัวกับกระแส EVs มากที่สุด



กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง-สูง
รายได้เฉลี่ยสูงกว่า 30,000 บาท/เดือน



Gen X และ Baby boomer
(อายุ 40 ปีขึ้นไป)



สาขาอาชีพ
โทรคมนาคม/สื่อสาร
บริการวิชาชีพ อสังหาริมทรัพย์
และการเงิน/ธนาคาร

คำถาม : ปัจจัยที่ทำให้คุณหันมาสนใจกระแสนยานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น (ตอบได้ไม่เกิน 5 ข้อ)

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสนใจในกระแสนยานยนต์ไฟฟ้า



ราคาพลังงานสูงขึ้น
54.6%



สถานีชาร์จติดตั้งง่ายและสะดวกขึ้น
37.6%



กระแสนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
36.7%



ราคาขายดึงดูด (กว่าสินค้าป)
31.5%



เทคโนโลยีทันสมัย
31.1%

คำถาม : ปัจจัยที่ทำให้คุณไม่สนใจ/กังวลต่อการใช้นยานยนต์ไฟฟ้า (ตอบได้ไม่เกิน 5 ข้อ)

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่สนใจและกังวลต่อการใช้นยานยนต์ไฟฟ้า



สถานีชาร์จไม่ครอบคลุม
39.9%



ราคาขายแพงเกินไป
36.1%



ไม่เหมาะสมกับการขับระยะไกล
35.9%



ระยะเวลาชาร์จนานเกินไป
29.7%



ค่าแบตเตอรี่ ค่าซ่อมแพง
27.9%



เปิดประสบการณ์ผู้ใช้งานรถ EVs

สัดส่วนการครอบครองยานยนต์ EVs ของกลุ่มตัวอย่างยังอยู่ในระดับต่ำและกระจุกตัวในกลุ่มที่มีรายได้สูง โดยรถยนต์ EVs มักใช้เพื่อขับขีในระยะทางสั้น ๆ และถูกใช้งานควบคู่กับรถยนต์ประเภทอื่น ๆ ที่มีอยู่แล้วในครัวเรือน

คำถาม : คุณมียานยนต์ไฟฟ้าในครัวเรือนหรือไม่

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพาหนะในครัวเรือน



รถคันที่ 2+ ของครัวเรือน

67.6% ของกลุ่มตัวอย่างที่ครอบครองรถ EVs มีรถประเภทอื่นอยู่แล้วในครัวเรือน

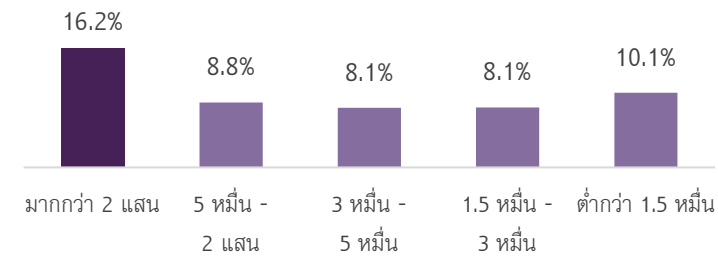


ขับเฉลี่ย 32.1 กม./วัน

รถ EVs ถูกใช้สัญจรในเมืองหรือในวิถีประจำวันในระยะขับขีไม่กี่ไกลมากนัก โดยผู้ขับขีนิยมชาร์จไฟ ณ ที่พักอาศัยมากที่สุด

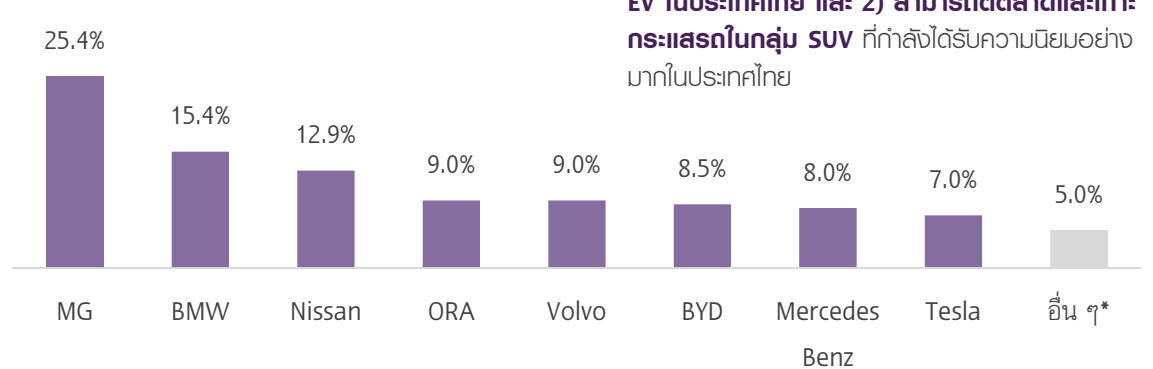
“EVs early adopters”

สัดส่วนผู้ครอบครองยานยนต์ EVs จำแนกตามรายได้เฉลี่ย/เดือน : % จากผู้ตอบแบบในแต่ละกลุ่มรายได้



กลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 2 แสนบาท/เดือน มีสัดส่วนการครอบครอง ‘รถยนต์ EVs’ สูงที่สุด ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 1.5 หมื่นบาท/เดือน ถือครองยานยนต์ในประเภท จักรยานยนต์ไฟฟ้าเป็นหลัก

แบรนด์ที่มีผู้ครอบครองมากที่สุดในระยะที่ผ่านมา : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียานยนต์ไฟฟ้าในครัวเรือน



แบรนด์ MG จากจีน มีสัดส่วนผู้ถือครองมากที่สุด คาดว่าเป็นเพราะ 1) เป็นค่ายแรก ๆ ที่ทำตลาดรถ EV ในประเทศไทย และ 2) สามารถดึงดูดและเกาะกระแสในกลุ่ม SUV ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย

*แบรนด์อื่น ๆ เช่น Neta, Pocco, Wuling, Fomm และ Volt

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุว่า รถ EVs ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและการบำรุงรักษา อีกทั้งสมรรถนะการขับขี่ก็ดีขึ้น ขณะที่ข้อจำกัดหลักที่เผชิญอยู่ คือ ความไม่เพียงพอของสถานีชาร์จและใช้เวลาชาร์จนาน

คำถาม : ผลลัพธ์จากการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า (เมื่อเทียบกับยานยนต์ที่เคยใช้เดิม)

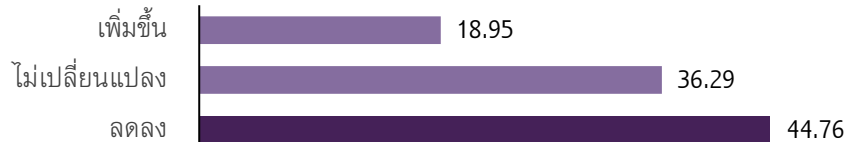
หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียานยนต์ไฟฟ้าในครัวเรือน



ค่าใช้จ่ายจากการเติมพลังงาน



ค่าใช้จ่ายเพื่อบำรุงรักษา

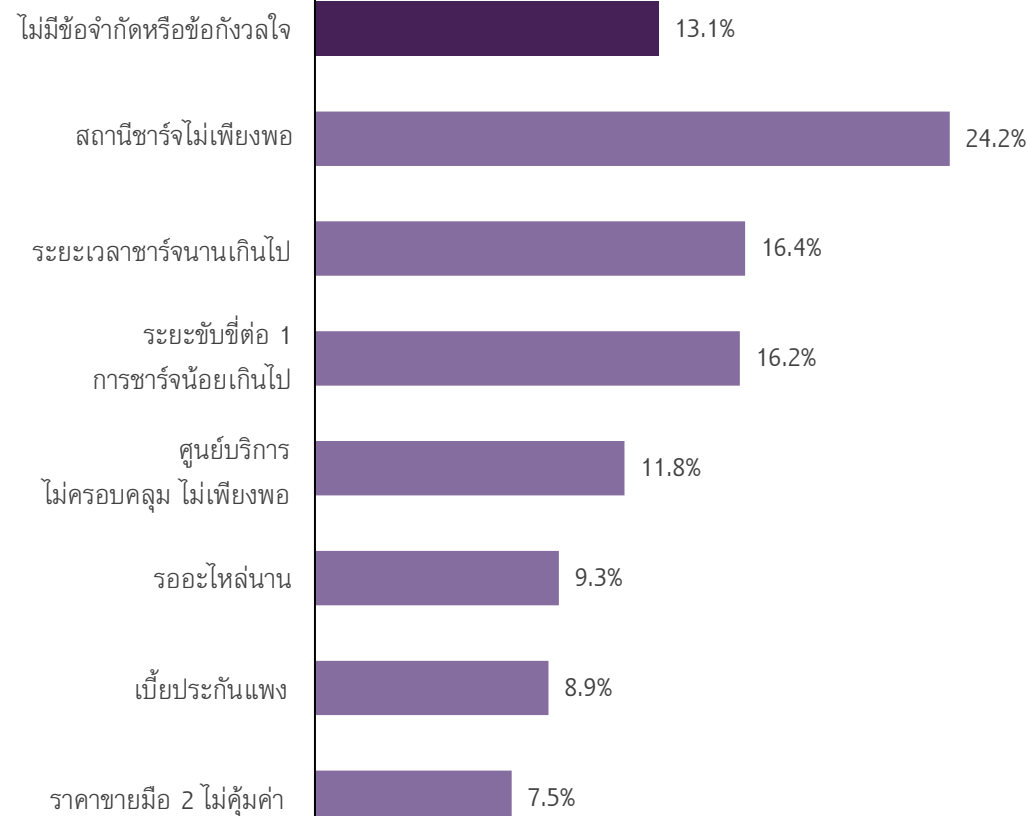


สมรรถนะการขับขี่



คำถาม : ข้อจำกัดที่คุณเผชิญจากการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า (ตอบได้ไม่เกิน 5 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียานยนต์ไฟฟ้าในครัวเรือน





ตลาดจะโตดี ธุรกิจ EVs ต้องมีอะไรเพิ่ม

ยอดขายรถ EVs ในไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องสอดคล้องกับแผนการซื้อในช่วง 2 ปีนี้ โดยประเภทรถที่กำลังมาแรงอยู่ในกลุ่มรถเก๋งขนาดกลาง และรถ SUV ซึ่งพบว่า แบรินด์ Tesla และ MG ได้รับความสนใจสูงสุด

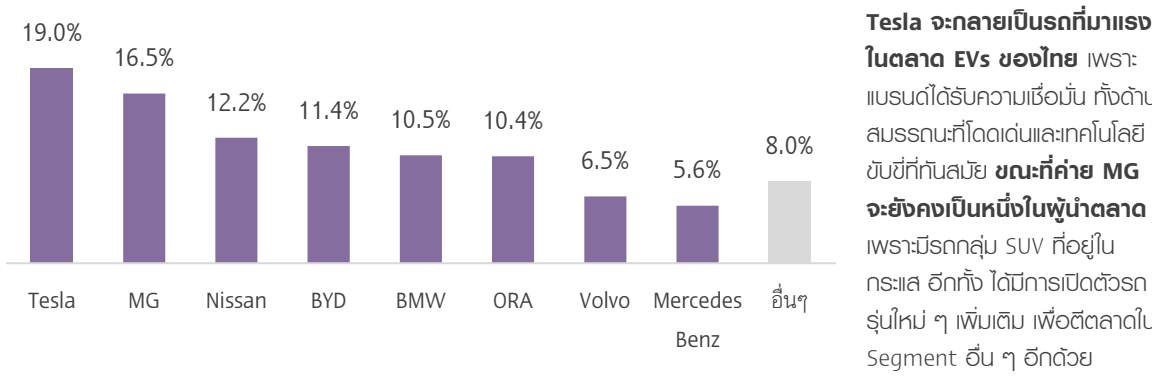
คำถาม : คุณวางแผนซื้อยานยนต์ EVs ประเภทใด และงบประมาณเท่าไร

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนซื้อยานยนต์ EVs

ประเภทยานยนต์	งบประมาณการซื้อ					
		ต่ำกว่า 5 แสนบาท	5 แสน – 1 ล้านบาท	1 ล้าน – 2 ล้านบาท	2 ล้าน – 3 ล้านบาท	มากกว่า 3 ล้านบาท
	รวม					
	รถ SUV	1.4%	11.7%	19.2%	1.5%	0.5%
	34.3%					
	เก๋งขนาดกลาง (Segment B & C)	5.7%	21.8%	5.1%	0.4%	0.1%
	33.1%					
	เก๋งขนาดใหญ่ (Segment D)	0.9%	4.4%	5.6%	1.9%	0.4%
	13.2%					
	เก๋งขนาดเล็ก (Segment A)	4.1%	7.4%	0.7%	0.1%	
12.3%						
ประเภทยานยนต์	รถตู้	0.2%	0.7%	1.2%	0.6%	0.5%
	3.2%					
	Luxury / Supercar	0.2%	0.3%	0.4%	0.6%	0.6%
	2.2%					
ประเภทยานยนต์	Motorbike Big bike	1.3%	0.3%	0.1%		
	1.7%					
รวม		13.8%	46.7%	32.3%	5.2%	2.1%
100.0%						

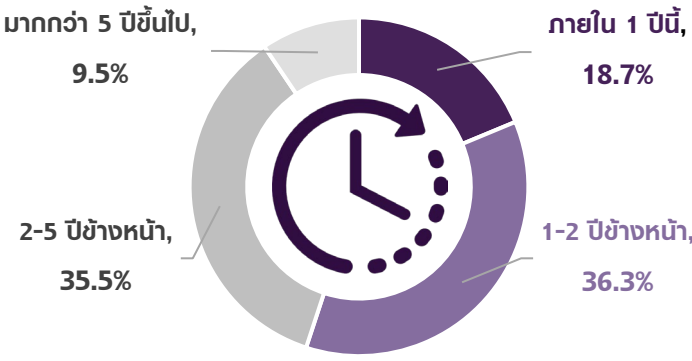
คำถาม : แบรินด์ยานยนต์ไฟฟ้าที่คุณสนใจ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจในกระแสนยนต์ไฟฟ้า แต่ยังไม่ใช้งานในครัวเรือน



คำถาม : คุณวางแผนซื้อยานยนต์ไฟฟ้าภายในช่วงเวลาใด

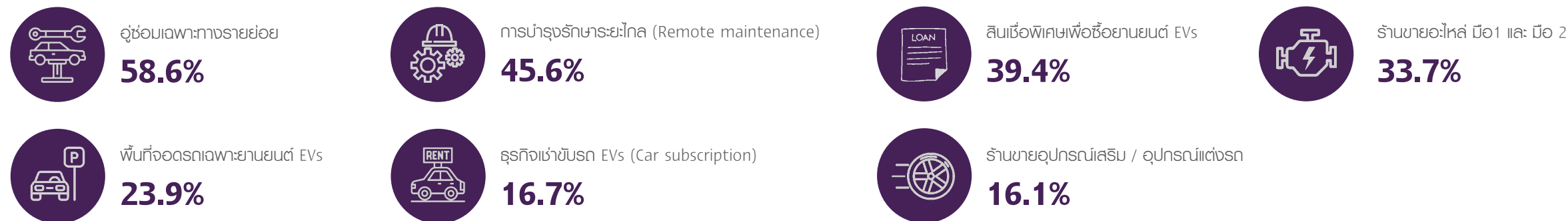
หน่วย : % ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนซื้อยานยนต์ EVs



ธุรกิจซ่อมบำรุง ร้านขายอะไหล่และอุปกรณ์แต่ง มีโอกาสเติบโตไปกับกระแสยานยนต์ EVs ขณะที่มาตรการรัฐที่มีอยู่ยังคงตอบโจทย แต่ต้องดำเนินการควบคู่กับการเร่งสร้างสถานีชาร์จ เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด

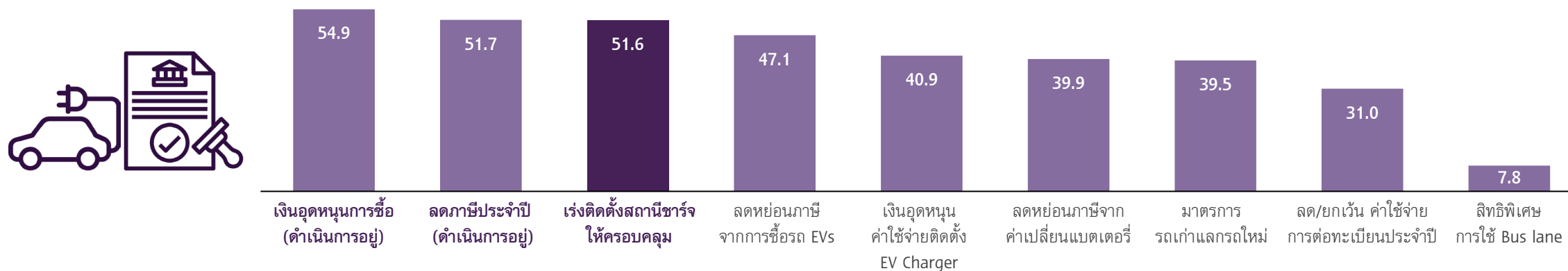
คำถาม : คุณวางแผนซื้อพาหนะส่วนตัวประเภทใด และปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจคืออะไร

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแผนการซื้อพาหนะส่วนตัว จำแนกตามเพศ



คำถาม : มาตรการส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าของภาครัฐที่อาจดึงดูดความสนใจของคุณได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน่วย : % ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจในกระแสนยนต์ไฟฟ้า



Main takeaways

จากผลการสำรวจผู้บริโภคของ SCB EIC พบข้อสรุปที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจ 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้



Serving “the right car” to “the right person”

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถ (Car dealer) สามารถนำเสนอและคัดสรรให้มียานยนต์ที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายโดยภาพรวม “รถ SUV” และ “รถเก๋งขนาดกลาง” ถือเป็นรถกลุ่มที่กำลังมาแรง แต่เมื่อจำแนกตามข้อมูลประชากร อาทิ เพศ อายุ และระดับรายได้ จะพบรายละเอียดความสนใจที่แตกต่างกัน ดังนั้น การศึกษาแผนการซื้อรถของคนไทยในแต่ละกลุ่มจึงมีส่วนช่วยให้ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้เท่าทันและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น



“Risk is rising” in Thailand used car market

ตลาดรถมือ 2 ยังมีแนวโน้มเติบโตได้ แต่ความเสี่ยงปรับเปลี่ยน ทำให้ภาคธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัว ภาวะเศรษฐกิจไทยในช่วงปีที่ผ่านมาจะเป็นแรงส่งสำคัญให้ตลาดรถมือ 2 เติบโตได้ แต่ในระยะข้างหน้า ความเสี่ยงของธุรกิจมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนเนื่องจาก 1) อุปสงค์ค่อนข้างเปราะบางเพราะพึ่งพากำลังซื้อจากกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำและผู้มีรายได้ผันผวน และ 2) การเปิดตัวรถ EVs รุ่นใหม่จะทำให้รถมือ 2 ตกฐานและมีราคาตกลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การขายและคัดสรรสินค้าให้ตอบโจทย์ฐานลูกค้าหลัก โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพอิสระที่เน้นซื้อพาหนะเพื่อประกอบอาชีพ อาทิ รถรับส่งคนและสิ่งของบน Platform ต่าง ๆ



“Expanding EV charger” is the key to growth

การพัฒนาสถานีชาร์จให้ครอบคลุมถือเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้ตลาดยานยนต์ไฟฟ้าของไทยเติบโตได้ดีและต่อเนื่อง เพราะปัญหานี้คือหนึ่งในข้อจำกัดสำคัญที่ผู้ใช้รถ EVs กำลังเผชิญ และนับเป็นความกังวลหลักที่ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนยังไม่ตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การเพิ่มความครอบคลุมและทำให้การติดตั้ง EV charger ง่ายและมีต้นทุนต่ำ จะช่วยกระตุ้นตลาดยานยนต์ไฟฟ้าให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้งานรถ EVs เริ่มมองหาสินค้าและบริการเสริมมากขึ้น อาทิ อุปกรณ์ชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าให้เติบโตรวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้งานรถ EVs เริ่มมองหาสินค้าและบริการเสริมมากขึ้น อาทิ อุปกรณ์ชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าให้เติบโตรวดเร็วยิ่งขึ้น

SCB EIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER



INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING

■ WEBSITE

www.scbeic.com

up-to-date with email notification

■ LINE OFFICIAL ACCOUNT

Find us at : **@scbeic**

■ CONTACT US

E-mail: **eic@scb.co.th**



SCB  | EIC