

KKP Research



เมื่อ "เทสลา" บุกตลาด

อะไรคือหลักไมล์ต่อไปของยานยนต์ไทย

ผู้เขียน

อารยา กาญจนะศษ

นักวิเคราะห์

ลัทธิคติ ลากูมการ

นักวิเคราะห์

KKP Research

โดยกลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคินภัทร

พิพัฒน์ เหลืองนฤมิตชัย

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ หัวหน้าทีมเศรษฐกิจศาสตร์

ณชา อนันต์โชติกุล

ผู้อำนวยการอาวุโส หัวหน้าฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจและกลยุทธ์

ลัทธิคติ ลากูมการ

นักวิเคราะห์

เคนเน็ท โดแนลด์ นิลเวล

นักวิเคราะห์

อารยา กาญจนะศษ

นักวิเคราะห์

บุรกร กิพยสกุลชัย

นักวิเคราะห์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชน ทั้งนี้ ข้อคิดเห็นที่ปรากฏเป็นความคิดเห็นของฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจและกลยุทธ์ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับกลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคินภัทร เว้นแต่จะได้แจ้งไว้และขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูลและความคิดเห็นโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

KKP Research

February 9, 2023

เมื่อ “เทสลา” บุกตลาด อะไรคือหลักไมล์ต่อไปของยานยนต์ไทย



KEY TAKEAWAYS :

- KKP Research ประเมินว่าการเปิดตัวของรถยนต์ Tesla ในไทยจะยังไม่สามารถเข้าถึงตลาดยานยนต์ทั่วไปของไทยได้จากระดับราคาที่ยังสูงกว่ากำลังซื้อของคนไทย แต่จะสร้างแรงกดดันอย่างมากต่อรถยนต์ในบางกลุ่ม โดยกลุ่มที่จะได้รับผลกระทบทันทีในระยะสั้น คือตลาดรถหรู และตลาดรถหรูมือสอง และจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของรถยนต์จีนและญี่ปุ่นในระยะยาว
- ในระยะข้างหน้า ปัจจัยด้านอุปทานยังมีความสำคัญต่อความเร็วในการเติบโตของตลาด EV ได้แก่ สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าที่ยังไม่ครอบคลุม ภาวะซิปตึงตัวทั่วโลกที่อาจส่งผลให้การส่งมอบ EV ทำได้ช้า และที่สำคัญที่สุด คือ การขาดแคลนสินแร่ที่ใช้ในการผลิตแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์ EV ในระยะยาว
- ไทยยังมีโอกาสดึงดูดค่ายรถยนต์จีนเพื่อตั้งฐานการผลิตในประเทศได้ เนื่องจาก 1) ตลาดรถยนต์ไทยมีขนาดใหญ่สำหรับค่ายจีนเนื่องจากรถยนต์ไฟฟ้าจีนมีราคาค่อนข้างถูก 2) ค่ายจีนมีแนวโน้มตั้งจุดคุ้มทุนจากการตั้งโรงงานได้เร็วกว่า Tesla 3) โอกาสการขยายตลาดของค่ายจีนมีจำกัดจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์
- การเข้ามาตั้งฐานการผลิตของจีนยังไม่ใช่จุดพลิกฟื้นอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย เนื่องจาก 1) ขนาดการลงทุนยานยนต์ EV จากจีนมีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับขนาดเศรษฐกิจและขนาดการลงทุนในอดีต 2) มูลค่าเพิ่มที่ไทยสร้างได้มีน้อยลง หรือต้องนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์ไฟฟ้าจากต่างประเทศมากขึ้น

การเข้ามาของ Tesla กับอนาคตภาคยานยนต์ไทย

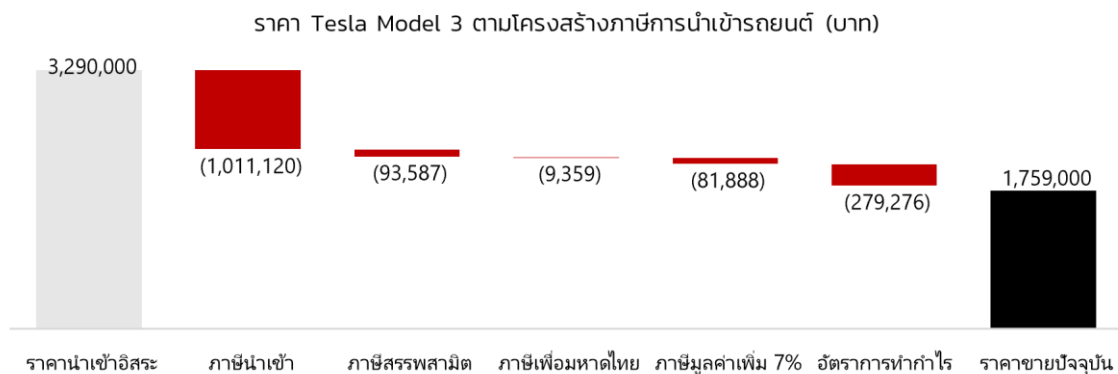
ในช่วงสิ้นปี 2022 ที่ผ่านมา ข่าวการเปิดตัวอย่างเป็นทางการในประเทศไทยของ Tesla รถยนต์ไฟฟ้า (Electric vehicle: EV) ยอดขายอันดับ 1 ของโลกได้สร้างความตื่นตัวในวงการรถยนต์ประเทศไทยเป็นอย่างมากด้วยราคาที่เขี้ยววงการ ถึงแม้ในช่วงที่ผ่านมาประเทศไทยมีการนำเข้า Tesla มาอยู่แล้วผ่านช่องทาง Grey market แต่ KKP Research ประเมินว่าการเข้ามาเจาะตลาดโดยตรงของ Tesla ในครั้งนี้จะเปลี่ยนภูมิทัศน์การแข่งขันในตลาดรถยนต์ไทย ด้วยเหตุผลสำคัญสองประการ คือ (1) Tesla เป็นค่ายรถยนต์ที่ได้รับการยอมรับทั่วโลกและอาจได้รับความเชื่อถือสูงกว่าเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรถยนต์หน้าใหม่จากประเทศจีนที่ได้เข้ามาบุกตลาด EV ในไทย (2) ราคาของ Tesla ที่ถูกลงอย่างมีนัยสำคัญจากการนำเข้าแบบเดิม จากการใช้สิทธิประโยชน์การยกเว้นภาษีนำเข้ายานยนต์ไฟฟ้า

การเข้ามาเจาะตลาดไทยของ Tesla ในครั้งนี้จึงอาจเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่จะทำให้การเติบโตของตลาด EV ในไทยเร่งตัวขึ้น สะท้อนจากยอดจองรถยนต์ของ Tesla ที่สูงถึง 7,000 คันภายในเวลาเพียงหนึ่งเดือน ในอีกทางหนึ่ง การเข้ามาของ Tesla ก็สร้างความท้าทายต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ดั้งเดิมของไทยท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงในทศวรรษนี้ คำถามสำคัญ คือ ในระยะต่อไป Tesla จะสามารถทำให้ตลาด EV เติบโตได้เร็วแค่ไหนและเจาะตลาดกลุ่มใด ผู้ประกอบการรถยนต์รายเดิมของไทยรวมถึงผู้ผลิต EV ค่าใช้จ่ายที่ครองตลาดไทยในช่วงที่ผ่านมาจะได้รับผลกระทบอย่างไร และอนาคตอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรและรวดเร็วเพียงใต้นับจากจุดนี้

ราคา Tesla ถูกลงกว่า 1.5 ล้านบาท เพราะอะไร?

Tesla เปิดตัวในประเทศไทยด้วยราคาเริ่มต้นเพียง 1.76 ล้านบาท จากเดิมที่มีการซื้อขายในตลาดนำเข้าอิสระ หรือ Grey Market อยู่ที่ 3 ล้านบาทกว่าบาท KKP Research ประเมินว่าเหตุผลสำคัญที่ทำให้ Tesla สามารถนำเข้ารถเองได้ถูกกว่าตลาดนำเข้าอิสระประมาณ 1 ล้านบาทนั้น มี 2 ประการ ได้แก่ (รูปที่ 1)

รูปที่ 1 : การได้รับสิทธิยกเว้นภาษีนำเข้ารถยนต์ภายใต้ FTA ระหว่างอาเซียน-จีน คือปัจจัยหลักที่ทำให้ Tesla นำเข้ารถยนต์เองได้ถูกกว่าตลาดนำเข้าอิสระประมาณ 1 ล้านบาท



ที่มา: Customs Department, KKP Research

- 1) Tesla ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า เนื่องจาก Tesla นำเข้ารถมายังประเทศไทยจากต้นทางคือ Gigafactory Shanghai ประเทศจีน ซึ่งจีนได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างอาเซียน-จีน (FTA)¹ ทำให้ได้รับการยกเว้นภาษี

¹ ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีนลงนามกันในปี 2005 ก่อนเทคโนโลยี EV จะเริ่มเป็นที่รู้จัก โดยระบุให้ยกเว้นภาษีสำหรับการส่งออกและนำเข้าระหว่างกันในทุกหมวด “รถยนต์อื่น ๆ” (HS code: 870390) โดยมีผลตั้งแต่ปี 2010 เป็นต้นมา ขณะที่อัตราภาษีศุลกากรปกติอยู่ที่ 80% ดังนั้น รถ BEV นำเข้าทั้งคัน (Completely BuiltUp: CBU) จากจีนจึงไม่ต้องเสียภาษีศุลกากรจากการได้รับสิทธิยกเว้นในหมวดดังกล่าว และมีเพียงภาระค่าขนส่ง ประกันภัย ภาษีสรรพสามิต ภาษีพื้หมหาดไทย และภาษีมูลค่าเพิ่มเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม มีบางประเทศที่ถูกยกเว้นการได้รับสิทธิประโยชน์ ได้แก่ บรูไน อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์และ เวียดนาม

ในขณะที่ Grey market ต้องนำเข้ารถจากประเทศอังกฤษหรือฮ่องกง (พวงมาลัยขวา) ซึ่งจะต้องเสียภาษีนำเข้าอยู่ที่ 8% ของราคานำเข้า ทำให้ Tesla สามารถลดต้นทุนได้กว่า 1 ล้านบาท

- 2) Tesla ดำเนินธุรกิจเองไม่พึ่งดีลเลอร์ช่วยลดต้นทุน ด้วยโมเดลธุรกิจที่เปลี่ยนไปใช้ช่องทางออนไลน์ในการจัดจำหน่ายรถแทนการขายผ่านตัวแทนหรือดีลเลอร์ จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องตั้งราคาขายที่สูง เพื่อแบ่งกำไรกับดีลเลอร์

นอกจากนี้ ราคา Tesla ไม่เพียงแต่ถูกกว่าการนำเข้าผ่านตลาด Grey market เท่านั้น แต่ยังมีราคาใกล้เคียงกับรถยนต์น้ำมันหลายรุ่น เพราะได้รับการสนับสนุนมากกว่าจากภาษีสรรพสามิตรถ EV ที่ถูกกว่ารถน้ำมัน ซึ่งโดยปกติการนำเข้ารถยนต์ไฟฟ้าจะเสียภาษีสรรพสามิตรถอยู่ที่ 8% ของราคานำเข้า (CIF) รวมกับภาษีนำเข้า ต่างจากการนำเข้ารถยนต์น้ำมันที่ส่วนมากจะเสียภาษีสรรพสามิตรถอยู่ที่ 30-40%

Tesla ถูกลงหลักถัก ตลาดไทยจะเปลี่ยนมาใช้ EV ได้มากและเร็วขึ้นแค่ไหน?

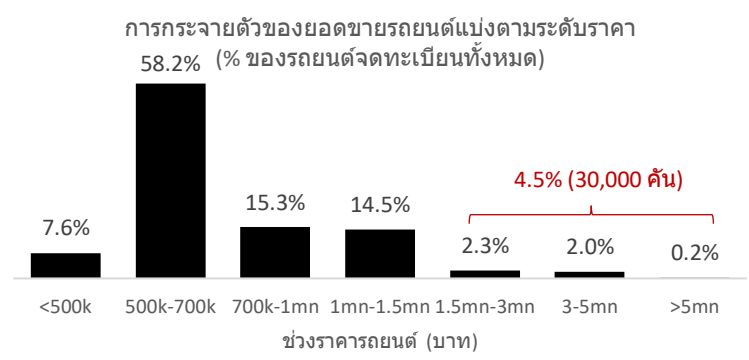
Tesla มีโอกาสเจาะตลาดรถไทยประมาณ 30,000 คันต่อปี

KKP Research ประเมินว่าราคาการรถยนต์นำเข้าที่ถูกลง ทำให้ Tesla จะสามารถขยายตลาดในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นเกือบ 3 เท่า เนื่องจากโดยปกติตลาดรถไทยที่มีราคาอยู่ในช่วง 3 ล้านบาทขึ้นไปจะมีขนาดตลาดอยู่ที่ 15,000 คันต่อปี อย่างไรก็ตาม เมื่อ Tesla สามารถลดราคาการรถยนต์ให้ต่ำกว่า 2 ล้านบาทได้ จะส่งผลให้สามารถเข้าถึงตลาดรถยนต์ในช่วงราคา 1.5-3.0 ล้านบาทซึ่งมีขนาดตลาดประมาณ 15,000 คันต่อปี ทำให้ตลาดที่ Tesla มีแนวโน้มจะเข้ามาแข่งขันได้มีขนาดรวมกันประมาณ 30,000 คันต่อปี หรือคิดเป็น 4.5% ของตลาดรถยนต์ อย่างไรก็ตาม ขนาดตลาดของ Tesla จะยังคงจำกัดเมื่อเทียบกับภาพรวมของตลาดรถยนต์ไทย เนื่องจากรถยนต์ที่มีการใช้งานประมาณ 60% ของตลาดในไทย (รูปที่ 2) ยังคงเป็นรถยนต์ที่อยู่ในกลุ่มราคาเฉลี่ยคันละ 500,000-700,000 บาท ซึ่งมียอดขายประมาณปีละ 390,000 คัน

ถึงแม้ราคา Tesla จะยังอยู่ในระดับสูงสำหรับตลาดไทยในปัจจุบัน แต่การแข่งขันในตลาด EV ที่ดุเดือดทั่วโลกสะท้อนจาก (1) สงครามราคาการรถยนต์ไฟฟ้า (2) การเร่งออกโมเดลรถยนต์ใหม่ อาจทำให้ราคาการรถยนต์ Tesla เริ่มปรับตัวลดลง ซึ่งจะสามารถขยายตลาดในไทยได้มากขึ้นในอนาคต

KKP Research ประเมินว่าปัจจัยด้านราคาจะเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย โดยหากเริ่มเห็นรถยนต์ไฟฟ้าที่ราคาถูกลงถึงช่วงราคา 500,000-700,000 บาทจึงจะเริ่มดึงดูดให้ผู้ใช้งานรถยนต์ส่วนใหญ่ในไทยให้ความสนใจต่อรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น ซึ่งการเข้ามาของ Tesla เป็นสัญญาณที่สะท้อนว่าหากราคาอยู่ในระดับที่คนเข้าถึงได้ คนไทยส่วนหนึ่งก็พร้อมที่จะเปลี่ยนไปใช้รถยนต์ไฟฟ้าได้

รูปที่ 2 : การเปลี่ยนไปใช้ Tesla ของตลาดรถยนต์ไทยในปัจจุบันยังมีจำกัด โดยมีโอกาสเจาะตลาดได้เพียง 4.5% ของยอดขายทั้งหมด เพราะ 60% ของรถยนต์ในตลาดไทยมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 5-7 แสนบาท ซึ่งต่ำกว่าราคาขาย Tesla มากถึง 3 เท่า



ที่มา: กรมการขนส่งทางบก, KKP Research

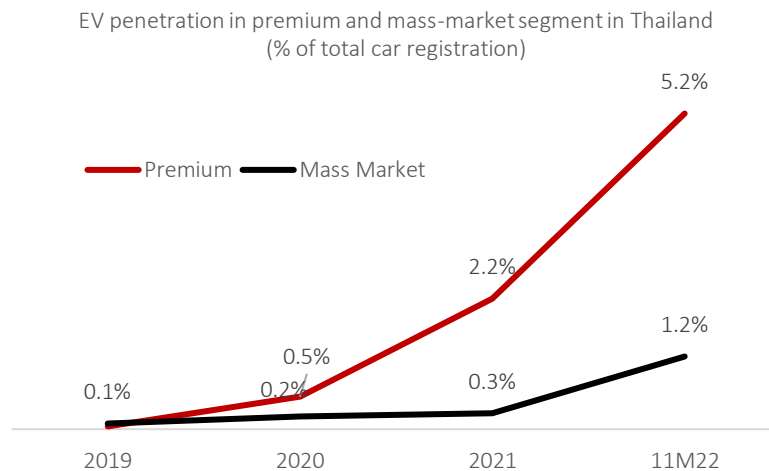
Tesla กระทบตลาดรถยนต์ไทยกลุ่มไหนบ้าง

แม้ว่าในภาพรวม Tesla อาจยังห่างไกลจากการก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำตลาดยานยนต์ในไทย จากปัจจัยด้านราคาที่ยังสูงกว่ากำลังซื้อของคนไทยส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม KKP Research ประเมินว่าการเข้ามาของบุงตลาดของ Tesla จะสร้างผลกระทบอย่างมากต่อรถยนต์บางกลุ่มที่มีระดับราคาใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มที่จะได้รับผลกระทบทางตรงทันทีในระยะสั้น คือ ตลาดรถหรู และตลาดรถหรูมือสอง ในขณะที่เดียวกันก็จะเป็นการเพิ่มแรงกดดันระยะยาวต่อทั้งค่ายรถยนต์จีนและญี่ปุ่นที่ตลาดในไทย

ตลาดรถหรู (Premium Segment)

EV แ่งส่วนแบ่งตลาดรถหรูได้เร็วกว่าตลาดรถทั่วไปถึง 5 เท่า ในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2022 EV ในกลุ่มรถหรู² หรือรถยนต์ที่มีราคามากกว่า 2 ล้านบาทขึ้นไป มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นถึง 5.2% ของยอดจดทะเบียนรถหรูทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นเร็วกว่าสัดส่วนยอดจดทะเบียนรถไฟฟ้าในกลุ่มตลาดรถทั่วไปถึง 5 เท่าที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 1.2% ของยอดจดทะเบียนรถทั่วไปทั้งหมด (รูปที่ 3) ซึ่งสะท้อนว่ากลุ่มตลาดรถหรูเปลี่ยนมาใช้ EV เร็วขึ้นมากเมื่อมีตัวเลือกมากขึ้น จากทั้งราคานำเข้าของ Tesla ที่ลดลงอย่างมากและอยู่ในระดับใกล้เคียงกับรถยนต์หรูรุ่นเริ่มต้นจึงทำให้ Tesla เป็นหนึ่งในตัวเลือกที่แรงให้ผู้บริโภครถยนต์กลุ่มนี้เปลี่ยนมาใช้ EV ได้เร็วขึ้น ซึ่งคล้ายคลึงกับประเทศจีนที่ตลาดรถหรูเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับ Tesla และค่ายรถ EV จีนมากกว่า 10% ภายใน 7 ปี

รูปที่ 3 : กลุ่มตลาดรถยนต์หรูในไทยเปลี่ยนไปใช้ EV เร็วกว่ากลุ่มรถยนต์ทั่วไปถึง 5 เท่า ในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2022 ส่วนหนึ่งจากการที่มีตัวเลือกรถยนต์ EV ในตลาดมากขึ้น



ที่มา: กรมการขนส่งทางบก, KKP Research

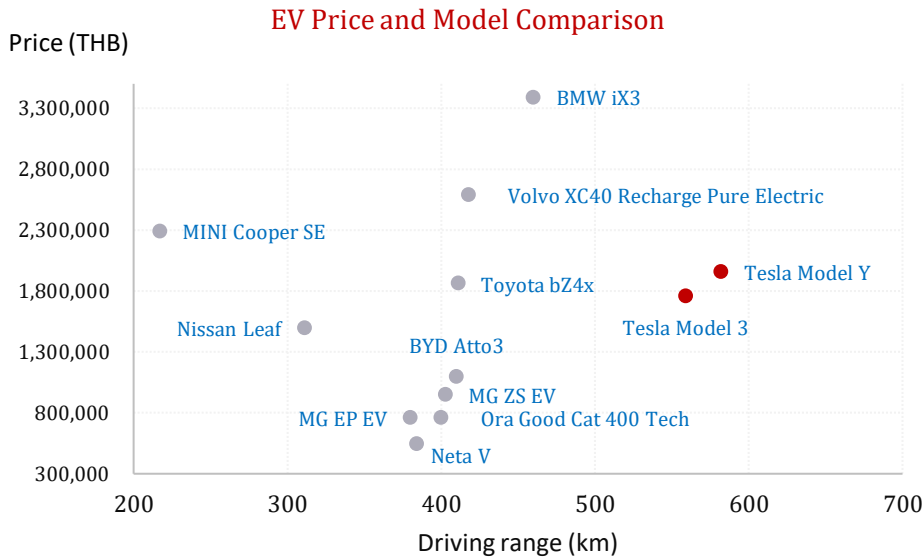
นอกจากนี้ EV จากค่ายหรูยังแข่งขันได้ยากขึ้นและกำลังถูกกดดัน เมื่อ Tesla ลดราคาจนถูกกว่ามากและระยะทางวิ่งยาวนานกว่า โดย EV รุ่นท็อปจากค่ายหรู ไม่ว่าจะเป็น Volvo XC40 Recharge, Mini Cooper SE และ BMW ix3 ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันมากถึง 60% ของยอดจดทะเบียนรถยนต์ไฟฟ้าหรู (EV Premium) ในไทยปี 2022 รถยนต์ทั้ง 3 รุ่นนี้มีราคาสูงกว่า 2 ล้านบาท แต่ระยะทางที่วิ่งได้ต่อการชาร์จ 1 ครั้งกลับน้อยกว่า Tesla (รูปที่ 4)

จากการปรับตัวที่ช้า ทำให้ค่ายรถหรูมีตัวเลือกที่น้อยกว่าและเทคโนโลยีหรือซอฟต์แวร์ยังตามหลัง Tesla อยู่มาก ซึ่งสวนทางกับราคาที่สูง นับว่าเป็นความท้าทายสำหรับ EV จากค่ายรถหรู อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในการปรับลดราคาลงเนื่องจากต้องการคงภาพลักษณ์แบรนด์ Premium เอาไว้ การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจาก Tesla และค่ายรถจีนรายใหม่ มีแนวโน้มทำให้ค่ายรถหรูจากยุโรป

² รถยนต์หรู (Premium segment) ประกอบด้วย Mercedes-Benz, BMW, Porsche, Volvo, Audi, Lamborghini, Mini, Land Rover, Ferrari, Bentley, Jaguar, Maserati, McLaren, Aston Martin, Tesla

เข้ามาแข่งในตลาด EV ได้ยากขึ้น ตัวอย่างเช่น ประเทศจีนที่ค่ายรถหรูครองส่วนแบ่งตลาด EV เพียงแค่ 4% ในขณะที่มีส่วนแบ่งตลาดรถน้ำมันถึง 15%

รูปที่ 4 : EV จากค่ายหรูรถยนต์นิยมในตลาดไทยกำลังถูกกดดันจากราคาเปิดตัว Tesla ที่ถูกกว่า แต่ระยะทางที่วิ่งได้ต่อการชาร์จ 1 ครั้ง กลับมากกว่า



ที่มา: nsuramออนไลน์ทางUN, Company data, KKP Research

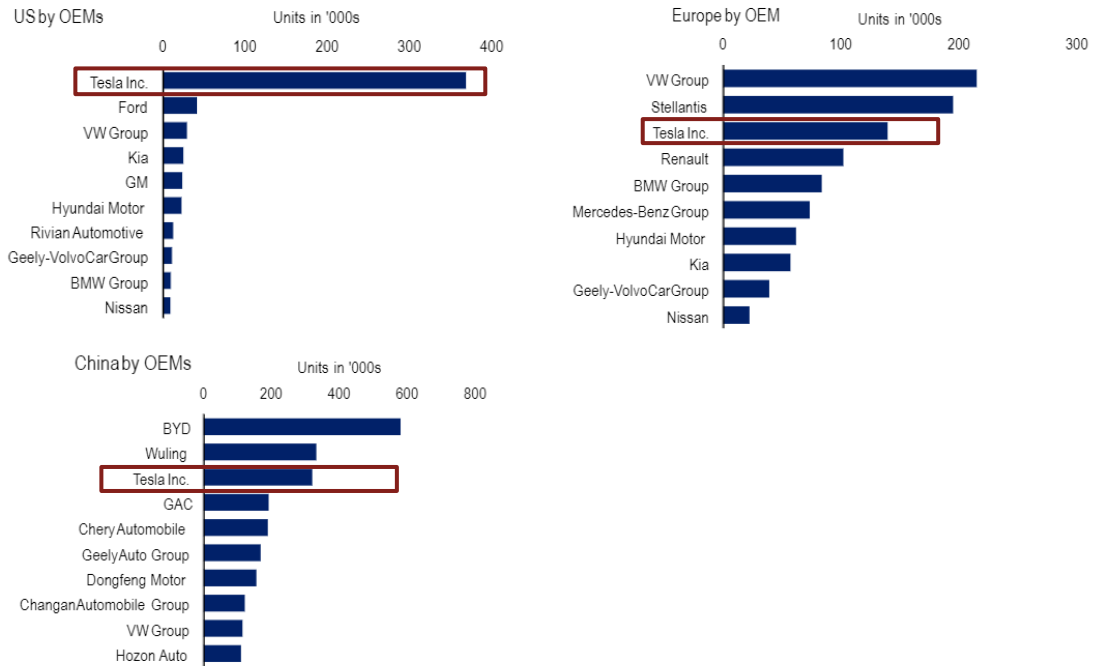
ตลาดรถหรูมือสอง (Used Premium Vehicle)

มูลค่าการขายต่อ (resale value) ของรถหรูมีแนวโน้มลดลง เนื่องจาก Tesla มีราคาใกล้เคียงกับรถหรูมือสองในปัจจุบัน ซึ่งมีราคาซื้อขายเฉลี่ยอยู่ที่ 1.7-1.8 ล้านบาท นับว่าส่งผลดีต่อกลุ่มผู้ซื้อรถหรูมือสอง ที่ตลาดมีการแข่งขันมากขึ้นและอาจกดดันให้ราคารถหรูมือสองปรับตัวลดลงในระยะข้างหน้า แต่สำหรับฝั่งผู้ขายจะเผชิญกับแรงกดดันทั้งด้านราคาและส่วนแบ่งตลาดที่อาจต้องเสียฐานลูกค้าให้กับรถใหม่จาก Tesla ตัวอย่างที่น่าสนใจคือ ประเทศอเมริกา ส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นของ Tesla ทำให้มูลค่าการขายต่อรถหรูลดลงมากถึง 60% ของราคาเดิม สำหรับรถที่มีอายุการใช้งานรถ 5 ปี ซึ่งมีมูลค่าลดลงเมื่อเทียบกับก่อนหน้านี้ที่ราคาเฉลี่ยรถหรูมือสองจะลดลงประมาณ 40-50% ในขณะที่ Tesla มีมูลค่าลดลงน้อยกว่าที่ 30% จากความต้องการในตลาดที่เพิ่มขึ้น และการผลิตที่ยังทำได้จำกัด

รถยนต์ไฟฟ้าจากค่ายจีน (EV Chinese OEMs)

Tesla มีแนวโน้มกดดันให้ราคา EV จีนลดลงอีก ปฏิเสธไม่ได้ว่ารถยนต์จากจีนยังแข่งขันได้ยากเมื่อเทียบกับค่ายรถยนต์ญี่ปุ่น ยุโรป และ อเมริกา เพราะประเทศเหล่านี้เป็นผู้นำการผลิตและส่งออกรถยนต์มาเป็นเวลานาน ทำให้แบรนด์ติดตลาดแล้วทั่วโลก ในขณะที่จีนเพิ่งเริ่มเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ ด้วยเหตุนี้ Tesla จึงมีข้อได้เปรียบกว่าแบรนด์จีน เพราะเป็นแบรนด์รถยนต์ไฟฟ้าจากสหรัฐอเมริกาซึ่งได้รับความไว้วางใจมากกว่า สะท้อนจากการเป็นผู้นำในตลาด EV ที่มียอดขายติดอันดับต้นๆ ในหลายประเทศ (รูปที่ 5) ในขณะที่รถยนต์ไฟฟ้าที่มาจากจีนยังถูกตั้งคำถามด้านคุณภาพและมาตรฐาน ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดของค่ายรถยนต์จีนยังมีขนาดเล็กมากในต่างประเทศ นอกจากนี้ ด้วยราคาเปิดตัว Tesla ที่ต่ำกว่า 2 ล้านบาทในประเทศไทยถือว่าสร้างแรงกดดันให้กับแบรนด์จีนอย่างมาก เพราะตลาดรถยนต์ไทยยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์แบรนด์เช่นเดียวกับในตลาดโลก และมีแนวโน้มที่ผู้ซื้อจะยอมเพิ่มเงินขึ้นเล็กน้อยเพื่อขับไปซื้อ Tesla ที่มีภาพลักษณ์โดดเด่นกว่าและเป็นที่ยอมรับในวงกว้างด้านเทคโนโลยี ดังนั้นค่ายรถจีนอาจจะต้องปรับลดราคารถยนต์ไฟฟ้าลงอีก เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดไทยได้

รูปที่ 5: Tesla มียอดขายเป็นอันดับต้น ๆ ในตลาดหลักอย่างยุโรป อเมริกา รวมถึงจีน ในขณะที่ค่ายรถจีนยังมีส่วนแบ่งตลาดที่น้อยมากในต่างประเทศ



ที่มา: Bank of America Securities (BofA)

ค่ายรถยนต์ญี่ปุ่น (Japanese OEMs)

Tesla อาจแย่งส่วนแบ่งตลาดค่ายญี่ปุ่นได้เร็วขึ้น เจ้าตลาดอย่างญี่ปุ่นปรับตัวช้าและเริ่มเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับ Tesla มากขึ้นในตลาดโลกตามกระแสนิยม EV โดยเฉพาะในอเมริกาซึ่งเป็นตลาดที่มียอดขายสูงสุดของ Tesla โดยลูกค้าใหม่ของ Tesla มากกว่า 30% คือกลุ่มที่เคยใช้รถญี่ปุ่นอย่าง Toyota และ Honda³ สำหรับค่ายญี่ปุ่นในประเทศไทยเองก็เริ่มมีสัญญาณเสียส่วนแบ่งตลาดให้ EV จากค่ายรถอื่นเช่นเดียวกับทั่วโลก ส่วนหนึ่งจากการที่ตลาดไทยนับว่าเป็นตลาดที่มีความสนใจต่อ EV ค่อนข้างมาก สะท้อนจากการเติบโตของรถยนต์ไฮบริดซึ่งขายตัวเฉลี่ย 30% ต่อปีในช่วงปี 2018-2021 หรือคิดเป็น 10% ของตลาดรถยนต์ไทย การเปิดตัวของ Tesla ด้วยราคาที่ลดลงมาก นับว่าสร้างแรงกดดันให้กับรถกลุ่มไฮบริดจากค่ายญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นในตลาดไทยอย่าง Toyota Camry และ Honda Accord Hybrid ที่มีราคาราวๆ 1.6-1.8 ล้านบาท ซึ่งอาจเร่งให้ผู้ซื้อ 2 รุ่นนี้เปลี่ยนมาใช้ EV เร็วขึ้น

EV ค่ายญี่ปุ่นยังแพงกว่า Tesla ถึงแม้จะได้ส่วนลดทางภาษีและเงินสนับสนุน ค่ายญี่ปุ่นมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีไฮโดรเจนมากกว่า แบตเตอรี่ลิเธียม จึงทำให้มีตัวเลือกรถสำหรับตลาด EV ในปัจจุบันน้อยมากเมื่อเทียบกับค่ายรถอื่น โดย EV รุ่นท็อปจากค่ายญี่ปุ่นอย่าง Nissan leaf และ Toyota bZ4x มีราคาอยู่ที่ 1.49 และ 1.8 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งเป็นราคาหลังหักส่วนลดการสนับสนุนทางภาษีจากรัฐบาลและเงินสนับสนุนอีก 150,000 บาท แต่กลับมีราคาใกล้เคียงหรือสูงกว่า Tesla ความสนใจใน EV ที่เร่งตัวขึ้น จึงกลายเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้ค่ายญี่ปุ่นต้องเข้ามาแข่งใน EV แบตเตอรี่ลิเธียมมากขึ้น

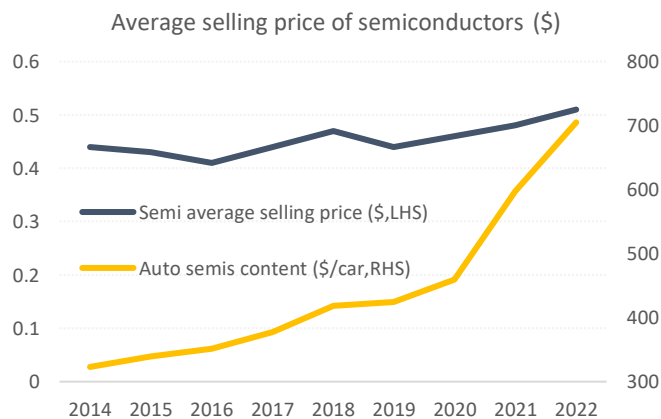
³ S&P Global Mobility

ความเร็วของการขยายตลาด EV ในระยะข้างหน้ายังขึ้นอยู่กับข้อจำกัดด้านอุปทาน

แม้ว่าความต้องการ EV จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั่วโลกตามกระแสลมที่มากขึ้นรวมทั้งไทยตลาด EV ไทยที่โตขึ้นเร็วจากทั้งการเข้ามาของรถยนต์ค่ายใหม่ ๆ เช่น BYD และ Tesla และการสนับสนุนทางภาษีจากภาครัฐ แต่ KKP Research ประเมินว่าปัจจัยที่จะกำหนดการเติบโตและความเร็วของตลาด EV ยังมาจากปัจจัยด้านอุปทาน (Supply) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอีกด้วยใน 3 ด้านดังนี้

- 1) ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน ในปัจจุบันสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (Charging station) ในประเทศไทยยังไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ อาจส่งผลให้ผู้ขับขี่ยังมีความกังวลเรื่องระยะทางระหว่างชาร์จและทำให้การเปลี่ยนไปใช้ EV ยังช้ากว่าจีนหรือยุโรปที่มีสถานีชาร์จทั่วถึงกว่า โดยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2022 ไทยมีสถานีชาร์จ 869 แห่งและมีจำนวนหัวจ่ายเพียง 2,572 หัว เทียบกับจำนวนรถยนต์ไฟฟ้าและปลั๊กอินไฮบริดจำนวนรวมกันมากถึง 56,000 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วน EV 24 คันต่อ 1 หัวชาร์จ ในขณะที่จีนที่ขยาย EV เป็นอันดับหนึ่งของโลกมีสัดส่วนแค่ EV 6 คันต่อ 1 หัวชาร์จ จากการเร่งขยายสถานีชาร์จเพื่อสนับสนุนตลาด EV ในจีน
- 2) การผลิตรถยนต์ทั่วโลกประสบภาวะชิปดิ่งตัว ราคาชิปปรับตัวสูงขึ้น (รูปที่) และต้องใช้เวลานำเข้าชิปประมาณ 5-6 เดือนมากกว่าช่วงปี 2017-2020 ที่ใช้เวลาประมาณ 3 เดือน ซึ่งรถยนต์ไฟฟ้ามีแนวโน้มใช้เวลาในการผลิตนานกว่ารถน้ำมัน เพราะใช้ชิปในการผลิตมากกว่ารถยนต์น้ำมัน 2 เท่า ถึงแม้วิกฤตขาดแคลนชิปจะเริ่มคลี่คลายลงเล็กน้อยในช่วงปลายปี 2022 แต่ยังคงมีความเสี่ยงอยู่มากในระยะสั้นจากปัญหาความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์จากทั้ง 1) สงครามรัสเซีย-ยูเครน และ 2) สหรัฐอเมริกาแบนการส่งออกชิปไปยังจีน อีกทั้งในปัจจุบัน การผลิตชิปใกล้เต็มกำลังการผลิต ซึ่งสวนทางกับเทรนด์การใช้ชิปที่มากขึ้น ส่งผลให้ทั่วโลกเร่งขยายกำลังการผลิตซึ่งต้องใช้เวลาประมาณ 3 ปี
- 3) ลินแร่ในการผลิตแบตเตอรี่มีราคาแพงและไม่เพียงพอสำหรับ EV ทั่วโลก ในระยะสั้น ราคาแบตเตอรี่พุ่งสูงขึ้นจากปัญหาความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ส่งผลให้ EV หลายรุ่นต้องปรับราคาสูงขึ้นตาม นอกจากปัญหาด้านราคาที่สูงขึ้นจากปัญหาในระยะสั้นแล้ว การขาดแคลนลิเทียมมีแนวโน้มเกิดขึ้นต่อเนื่องในระยะยาวเช่นกัน เนื่องจากลิเทียมมีจำกัด และการเพิ่ม supply ของลิเทียม เช่น ลิเทียม ต้องใช้เวลานาน 3-5 ปี ซึ่งหากยังไม่มีเทคโนโลยีที่มาแทนแบตเตอรี่ลิเทียมได้ ซึ่งจะทำให้การเติบโตของ EV ทั่วโลกมีแนวโน้มชะลอตัวลงได้ในระยะต่อไป ในปัจจุบันทั่วโลกสามารถผลิต EV ได้มากที่สุด 12 ล้านคันต่อปีเท่านั้น เทียบกับยอดขาย EV ทั่วโลกใน 9 เดือนแรกปี 2022 อยู่ที่ 7 ล้านคัน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง (อ่านเพิ่มเติม: [KKP Research เมื่ออุตสาหกรรมยานยนต์เปลี่ยนเป็น EV: ทำไมไทยเสียเปรียบคู่แข่ง?](#))

รูปที่ 6 : ราคาชิปแพงขึ้นจากการขาดแคลนชิปทั่วโลก ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตรถยนต์ปรับตัวสูงขึ้นตาม



ที่มา: Bank of America Securities (BofA)

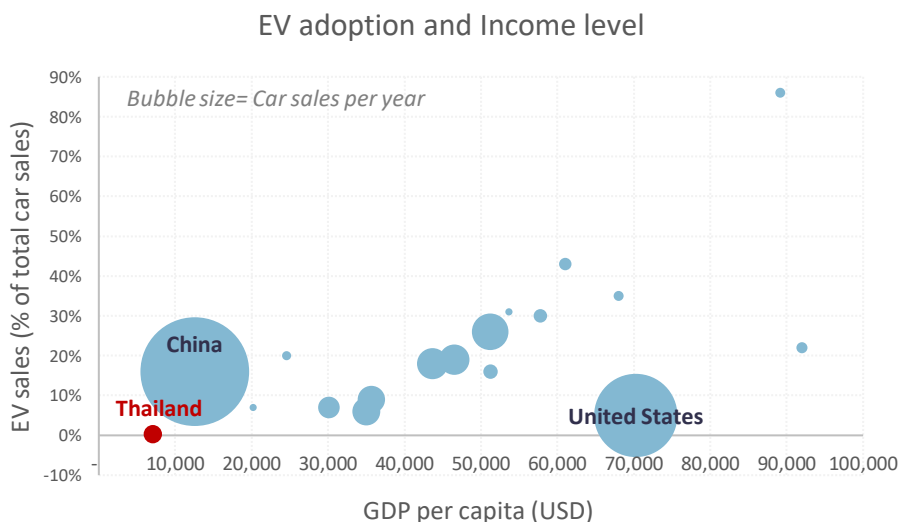
- 4) ความไม่แน่นอนของเทคโนโลยีการผลิตรถยนต์ EV เทคโนโลยี EV ยังเป็นประเด็นที่ถกเถียงสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ จากข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกัน ถึงแม้แบตเตอรี่ลิเธียมที่ถูกใช้งานในปัจจุบันจะเป็นทางเลือกหลักสำหรับค่ายรถยนต์ EV ในปัจจุบัน แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่านี่อาจไม่ใช่คำตอบสุดท้ายของ EV และอาจเป็นเพียงแค่ทางเลือกหนึ่งของรถยนต์ในอนาคต เพราะสินแร่ที่ใช้ในการผลิตแบตเตอรี่ลิเธียมมีจำนวนจำกัด ทำให้ยังมีความไม่แน่นอนว่าท้ายที่สุดหากรถยนต์พลังงานไฮโดรเจนที่ถูกพัฒนาโดยค่ายญี่ปุ่นประสบความสำเร็จก็อาจเข้ามาแทนที่รถยนต์ EV ที่ใช้แบตเตอรี่ลิเธียมได้

ทำไม Tesla ยังไม่มาตั้งโรงงานในไทย ?

Tesla เลือกการนำเข้ารถยนต์จากจีนแทนการมาตั้งฐานการผลิตในไทยเพื่อใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจากข้อตกลงการค้าเสรี ถึงแม้ไทยจะมีมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ แต่มีเงื่อนไขสำคัญ คือ ต้องผลิตขดเคียวภายในปี 2024 เท่ากับจำนวนที่นำเข้าในปี 2022-2023 ซึ่ง Tesla ไม่ได้เข้าร่วมมาตรการดังกล่าวและไม่ได้ส่วนลดทางภาษีพร้อมกับเงินอุดหนุนเหมือนค่ายรถจีน และยังไม่มีความชัดเจนสำหรับการตั้งฐานผลิตที่ไทย แม้ว่าตลาดรถยนต์ไฟฟ้าไทยจะเติบโตได้ดีในช่วงที่ผ่านมาก็ตาม KKP Research ประเมินว่าเหตุผลสำคัญ คือ

- 1) ตลาดไทยมีขนาดเล็กและกำลังซบเซา ยอดขายรถยนต์นั้นๆ ในไทยมีเพียง 3-4 แสนคันต่อปี ในขณะที่จีนขายได้ 20 ล้านคันต่อปี ทำให้ Tesla มียอดขายในจีนอยู่ประมาณ 4 แสนคันต่อปี ในด้านกำลังซื้อของคนไทยหาก Tesla เข้ามาผลิตในประเทศและได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลอีก 150,000 บาท ราคา Tesla ก็ยังสูงกว่าระดับราคาารถที่คนไทยส่วนใหญ่ใช้ซึ่งอยู่ที่ประมาณคันละ 5-6 แสนบาท ต่ำกว่าราคาเฉลี่ยของคนจีนถึง 3 เท่า (คนจีนเกือบครึ่งใช้รถยนต์ราคา 1-1.5 ล้านบาท) จากข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ต่อหัวของคนในประเทศกับยอดขาย EV พบว่าประเทศรายได้สูงมีแนวโน้มเปลี่ยนมาใช้ EV ได้เร็วกว่า โอกาสทางธุรกิจของ Tesla จึงอยู่ที่ประเทศรายได้สูง ขณะที่อาจจะยังขยายตลาดได้ยากในตลาดกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางรวมทั้งไทย หากยังไม่สามารถลดราคาลงมาให้เหมาะสมกับกำลังซื้อได้ หรือปรับกลยุทธ์มาจับกลุ่มผู้ใช้ระดับราคาต่ำล้าน (รูปที่ 7)

รูปที่ 7 : ประเทศกลุ่มรายได้สูงมีแนวโน้มเปลี่ยนมาใช้ EV ได้เร็วกว่ากลุ่มประเทศรายได้ปานกลาง-ต่ำ



ที่มา: World Bank, IEA, KKP Research

- 2) การนำเข้ามีแนวโน้มถูกกว่าผลิตในไทย Tesla ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าอยู่แล้วเนื่องจากนำเข้าจากประเทศจีน และค่าขนส่งจากจีนไม่แพง สะท้อนจากราคาขายที่ไทยใกล้เคียงกับราคาขายที่จีน โดยมีส่วนต่างราคาอยู่ที่ 3-4 แสนบาท และด้วยขนาดตลาดและ supply chain ของ EV กระจุกอยู่ที่จีนตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ทำให้ Gigafactory Shanghai ได้ประโยชน์จาก economies of scale และเป็นโรงงานที่สามารถผลิตรถ Tesla ได้ถูกที่สุด
- 3) นโยบายอุตสาหกรรมประเทศอื่นดึงดูดการลงทุนมากกว่า ทิศทางการลงทุนของตลาดโลกเริ่มมีความเปลี่ยนแปลง ทั้งจากเทรนด์การดึงดูดการลงทุนสร้างฐานการผลิตกลับไปยังประเทศต้นทางมากขึ้น (Reshoring) และฟองตลาดเกิดใหม่น้อยลง ส่งผลให้มาตรการภาครัฐของไทยในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศต้องแข่งขันกับทั่วโลกไม่ใช่เฉพาะกับประเทศตลาดเกิดใหม่ด้วยกันเท่านั้น อีกทั้งในกรณีของ Tesla รัฐบาลสหรัฐอเมริกาออกกฎหมาย IRA (Inflation Reduction Act) ช่วงกลางปีที่ผ่านมา ซึ่งมีการผลักดันการใช้รถยนต์ไฟฟ้าในสหรัฐอเมริกา โดยให้เงินอุดหนุนต่อคันมากถึง \$7,500 (245,000 บาท) ซึ่งมากพอที่จะเร่งให้ตลาดรถอเมริกาเปลี่ยนมาใช้รถยนต์ไฟฟ้าอย่างก้าวกระโดดได้ ทำให้สหรัฐอเมริกายังคงมีความน่าดึงดูดในฐานะตลาดหลักที่ Tesla ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ

ทำไมค่ายรถจีนเริ่มเข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย ?

KKP Research ประเมินว่าประเด็นการตัดสินใจของค่ายรถยนต์จากจีนแตกต่างจาก Tesla ในการเลือกฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า จากทั้งปัจจัยด้านความแตกต่างของกลุ่มรถยนต์ (segment) รวมถึงประเด็นข้อจำกัดของจีนจากปัจจัยด้านความขัดแย้งระหว่างประเทศ ดังนี้

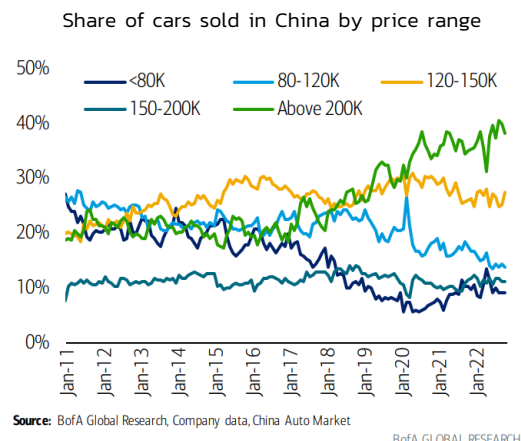
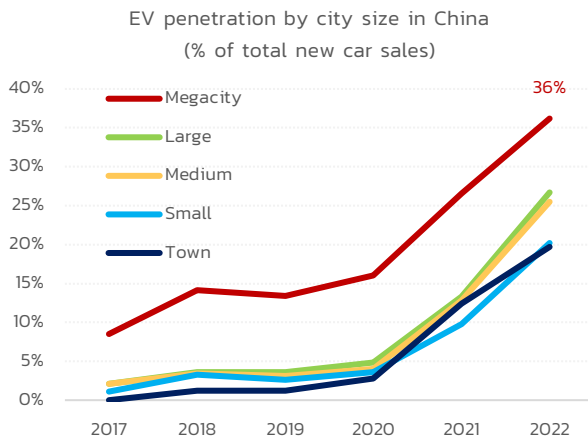
- 1) ตลาดไทยมีขนาดใหญ่สำหรับค่ายจีน แม้ว่าตลาดรถยนต์ไทยจะมีขนาดค่อนข้างเล็กสำหรับ Tesla ในปัจจุบัน แต่สำหรับ EV จีนมีระดับราคาที่สุดคล้อยกับกำลังซื้อของคนไทยมากกว่า Tesla คือ มีราคาเฉลี่ยประมาณ 7.5 แสน-1 ล้านบาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่มียอดขายประมาณปีละ 1 แสน คัน ประกอบกับเงินอุดหนุนจากภาครัฐที่เร่งให้ราคา EV จากค่ายจีนลดลงมาใกล้เคียงกับราคาารถที่ใช่แพร่หลายในไทยได้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น MG EP EV และ Ora Good Cat ที่มีราคาอยู่ที่ 7.5 แสนบาทหลังได้รับเงินอุดหนุนจากภาครัฐ
- 2) ค่ายจีนมีแนวโน้มถึงจุดคุ้มทุน (Break-even) ได้เร็วกว่า Tesla มากกว่า 30% ของตลาดรถไทยสามารถรองรับระดับราคา EV ค่ายจีนได้ ส่งผลให้ค่ายจีนสามารถลดต้นทุนลงได้จากการผลิตที่เพิ่มขึ้น (Economies of Scale) และมีโอกาสถึงจุดคุ้มทุนได้จากการตั้งโรงงานในไทยได้เร็วกว่า
- 3) โอกาสการขยายตลาดของค่ายจีนเผชิญกับข้อจำกัดจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ทั้งในสหรัฐอเมริกา และยุโรป คือ (1) สหรัฐอเมริกามีการออกกฎหมาย IRA (Inflation Reduction Act) ซึ่งมีการกีดกันการให้เงินอุดหนุนสำหรับ EV ที่นำเข้าหรือใช้ส่วนประกอบแบตเตอรี่จากจีน (2) ทวีปยุโรปมีการตั้งภาษีนำเข้า EV จากจีนร้อยละ 10 และอาจมีมาตรการเพิ่มเติมเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศ เนื่องจากยานยนต์มีส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจ โดยเฉพาะเยอรมนีที่เป็นเจ้าของแบรนด์ Mercedes-Benz BMW Audi และ Volkswagen

โอกาสการขยายธุรกิจของค่ายจีนจึงทำได้ยากทั้งในอเมริกาและยุโรปทำให้มีแนวโน้มต้องลงทุนในเอเชียมากกว่า ต่างจาก Tesla ที่มีโอกาสมากกว่าในหลายตลาดทั่วโลก ทำให้สำหรับค่ายรถยนต์จีนแล้ว ไทยจึงยังมีความน่าสนใจในฐานะการเป็นฐานการผลิต EV อยู่

จากเหตุผลที่กล่าวมาทำให้ ในช่วงที่ผ่านมาค่ายรถยนต์จีนได้ทยอยเข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย KKP Research ประเมินว่าการเข้ามาลงทุนทางตรงค่ายรถยนต์ไฟฟ้าจีนถูกเร่งขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดรถยนต์ในประเทศจีนและนโยบายภาครัฐ และมีโอกาสเพิ่มขึ้นได้อีกในอนาคต ซึ่งสองปัจจัยจากจีนและหนึ่งปัจจัยภายในของไทย ที่ทำให้ค่ายจีนมีความสนใจลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น ได้แก่

- 1) ในระยะสั้น EV ในจีนเริ่มชะลอ และเงินอุดหนุนจากรัฐที่เริ่มหมดไป ยานยนต์จีนเริ่มส่งสัญญาณชะลอตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจ สะท้อนจากสต็อกรถไฟฟ้าโดยเฉพาะจากค่ายรถจีนอยู่ในระดับสูงขึ้นไป นอกจากนี้ ทางการเงินยกเลิกมาตรการเงินสนับสนุนรถยนต์ไฟฟ้าในสิ้นปี 2022 ทำให้ค่ายรถอย่าง Tesla และ XPeng ต้องลดราคาลงเพื่อกระตุ้นยอดขาย ในขณะที่อีกหลายราย เช่น NIO BYD ไม่สามารถแบกรับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นได้และทยอยปรับราคาสูงขึ้น
- 2) ในระยะยาว การแข่งขัน EV ในจีนเข้มข้นขึ้นและเริ่มเข้าใกล้จุดอิ่มตัว การแข่งขันที่ดุเดือดในตลาดจีนซึ่งมีผู้ผลิต EV มากกว่า 300 ราย ส่งผลให้การรักษาส่วนแบ่งตลาดและการทำกำไรมีความท้าทายมากขึ้น นอกจากนี้ กฎเกณฑ์การซื้อรถยนต์น้ำมันที่เข้มงวดและการเร่งใช้มาตรการเงินสนับสนุน ส่งผลให้ยอดขาย EV มีสัดส่วนมากถึง 30-40% ของยอดขายรถยนต์ใหม่ในเมืองใหญ่ (รูปที่ 8) โดยในปี 2022 ราคาเฉลี่ย EV จีนอยู่ที่ 215,000 หยวน ในขณะที่มีเพียง 40% ของตลาดรถยนต์จีนเท่านั้นที่สามารถซื้อรถยนต์ราคาต่ำกว่า 200,000 หยวนได้ ซึ่งหมายความว่า EV ในเมืองหลักๆ ของจีนน่าจะเริ่มเติบโตได้ช้าลง และเป็นหนึ่งในปัจจัยที่เร่งให้ค่ายจีนต้องขยายมายังตลาดต่างประเทศเร็วขึ้น

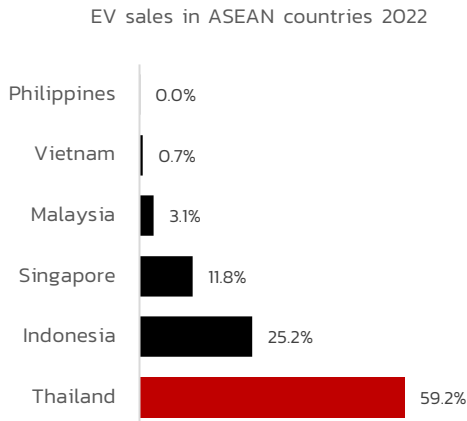
รูปที่ 8 : ตลาด EV จีนในเมืองหลักมีสัดส่วน EV สูงถึง 40% ของยอดขายรถทั้งหมดและอาจเติบโตได้ช้าลง



ที่มา: BloombergNEF, Bank of America Securities (BofA)

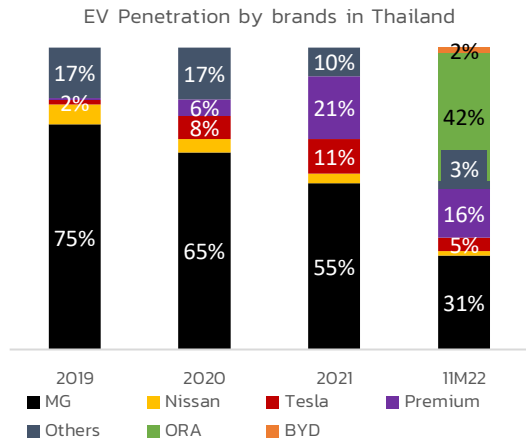
- 3) ไทยมีปัจจัยดึงดูดการลงทุนจากรัฐที่ให้เงินอุดหนุน ในขณะที่ค่ายญี่ปุ่นขยับเข้า ทำให้ค่ายจีนมีโอกาสเจาะตลาดมากขึ้น ตลาดรถยนต์ไทยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของอาเซียนด้วยยอดขายถึง 7-8 แสนคันต่อปี บวกกับไทยมีนโยบายสนับสนุนทางภาษีและเงินอุดหนุนมากกว่าหลายประเทศในอาเซียน (Box: มาตรการสนับสนุนรถยนต์ไฟฟ้า EV ของไทย) ซึ่งส่งผลให้ตลาด EV ไทยเติบโตได้เร็วกว่าหลายประเทศในภูมิภาค (รูปที่ 9) และการขยับตัวที่เข้าของค่ายญี่ปุ่นที่เป็นเจ้าตลาด ทำให้ค่ายจีนมีพื้นที่ขยายตลาดได้ง่ายขึ้น โดย ORA MG และ BYD สามารถครองส่วนแบ่งตลาดรถไทยถึง 75% ของยอดขายทะเบียน BEV ในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2022 (รูปที่ 10)

รูปที่ 9: ยอดขาย EV ในไทย มีสัดส่วนมากกว่าครึ่งของ ยอดขาย EV ทั้งหมดใน ASEAN



ที่มา: Seasia

รูปที่ 10: แบรินรถจีน (MG ORA BYD) สามารถครอง ส่วนแบ่งตลาดรถ EV ในไทยมากถึง 75%



ที่มา: กรมการขนส่งทางบก, KKP Research

การลงทุน EV จากจีนจะช่วยเศรษฐกิจไทยได้มากแค่ไหน ?

จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้ KKP Research ประเมินว่าตลาดรถยนต์ไฟฟ้าในไทยอยู่ในช่วงเริ่มต้นและมีโอกาสเติบโตได้สูงในอนาคต ซึ่งจะสร้างโอกาสให้ประเทศไทยจากการลงทุน โดยเฉพาะจากค่ายรถยนต์จีนที่ขายรถยนต์ในราคาใกล้เคียงกับกลุ่มผู้บริโภคนในตลาดไทย อย่างไรก็ตาม KKP Research ยังคงประเมินว่าการดึงดูดการลงทุนใน EV ในช่วงที่ผ่านมา มาจากปัจจัยเฉพาะและปัจจัยดึงดูดในระยะสั้น คือ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐไทย ขณะที่การดึงดูดการลงทุนทางตรงจากต่างชาติของไทยในภาพรวมในระยะยาวจะยังคงเผชิญกับการแข่งขันที่ยากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีตและเมื่อเทียบกับหลายประเทศคู่แข่ง

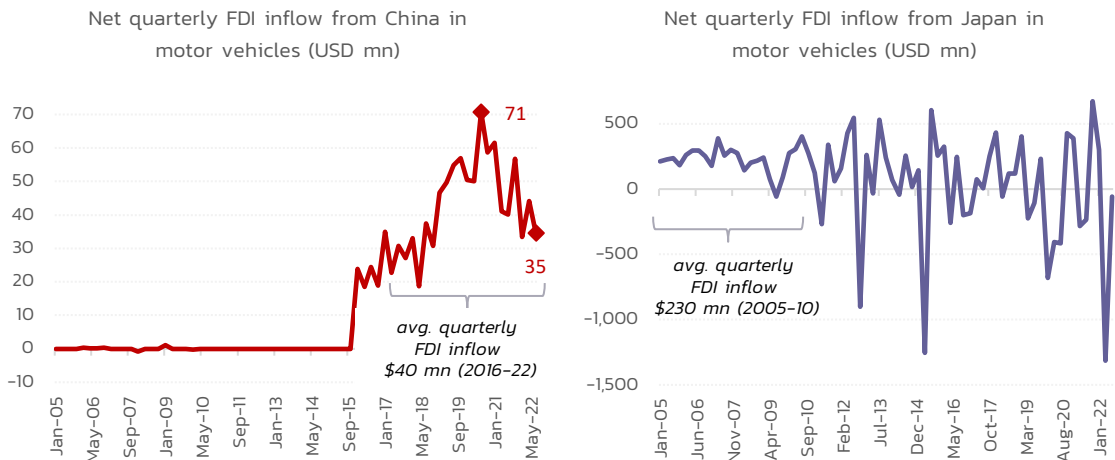
ทั้งนี้ เมื่อนับขนาดการเข้ามาลงทุนของค่ายรถยนต์จีนในระยะหลังพบว่าขนาดของการลงทุนยังมีขนาดเล็กมากเมื่อเทียบกับขนาดเศรษฐกิจและการลงทุนทางตรงในอดีต (รูปที่ 11) นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านการลงทุนมายังประเทศไทยมีขนาดที่เล็กกว่ามากเช่นกัน โดยจะพบว่าในช่วงที่ผ่านมาการลงทุนทางตรงในอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าในอินโดนีเซียได้รับเม็ดเงินลงทุนที่สูงกว่าไทยประมาณ 2 เท่า (รูปที่ 12) จากปัจจัยกำหนดความสามารถในการแข่งขันของอินโดนีเซียที่เหนือกว่าไทยในหลายมุม เช่น วัตถุดิบในการผลิตแบตเตอรี่ ขนาดตลาดที่ใหญ่กว่าไทย และการปรับตัวที่ดีขึ้นของคุณภาพของภาครัฐในอินโดนีเซีย

รูปที่ 11 : การลงทุนทางตรงจากจีนมีขนาดเล็กลงมากเมื่อเทียบกับการลงทุนจากญี่ปุ่นในช่วงเริ่มต้นอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

FDI in the EV industry (\$ million)		
Thailand		Indonesia
EV Production		EV Production
Toyota Motor	2,806 Produce HEVs	Foxconn 8,000 Develop EV segment and battery
Foxconn	2,000 Produce EVs	Toyota Motor 2,000 Develop and produce Evs
Ford	900 Expand output Model (EV)	Hyundai Motor 1,500 EV production
Mitsubishi Motors	644 Production of EV	Wuling 700 EV production
BYD	491 Produce EVs	Battery Production
GWM	71 Produce EVs	CATL 5,200 EV battery production
FOMM	31 Expand electric car assembling plant	Hyundai Motor and 1,100 Build EV battery factory
Mercedes-Benz	20 Produce PHEV	LG Chem
Energy Efficiency Services	5 Invest in an electric bike	
Battery Production		
Evlomo	1,060 Lithium battery plant	
SAIC	857 Produce battery	
Nissan	352 Produce battery	
Honda Motor	136 Produce battery	
BMW	16 Battery assembly plant	
Total project cost	9,298	18,500

ที่มา: ASEAN Investment Report 2022

รูปที่ 12 : การลงทุนในอุตสาหกรรม EV ในอินโดนีเซียมีมูลค่ามากกว่าไทย ทั้งโครงการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าและแบตเตอรี่

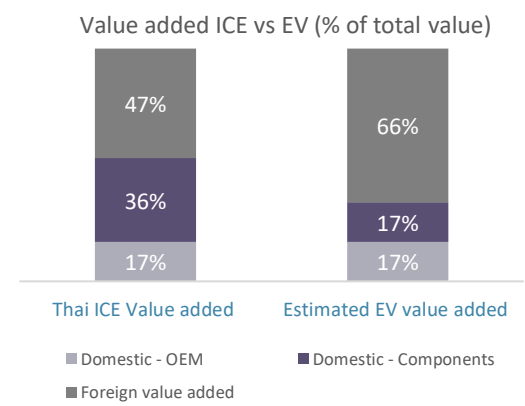


ที่มา: Bank of Thailand, KKP Research

KKP Research ยังคงประเมินว่าการลงทุนจากต่างชาติในกลุ่มรถยนต์ไฟฟ้ามีแนวโน้มที่จะสร้างผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจในภาพรวมน้อยลงเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมรถยนต์ในไทยในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องจากส่วนประกอบสำคัญของรถยนต์ไฟฟ้าคือแบตเตอรี่ที่มีมูลค่าประมาณ 30 -40% ของมูลค่ารถยนต์ EV ทั้งหมดยังคงต้องอาศัยการนำเข้าทั้งหมด ทำให้มูลค่าเพิ่มที่ถูกสร้างขึ้นในไทย (value added) มีแนวโน้มลดลงเมื่อเทียบกับการผลิตรถยนต์ ICE (รูปที่ 13) ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ในประเทศลดลง ทำให้เมื่อมองภาพระยะยาวการใช้นโยบายดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติโดยการลดภาษีอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดึงดูดนักลงทุนและผลบวกต่อเศรษฐกิจ

อนาคตอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยจะเผชิญทั้งโอกาสและความท้าทายที่มากขึ้นจากการเข้ามาของค่ายรถยนต์ EV ใหม่ ๆ ซึ่งเมื่อถึงจุดที่ผู้ใช้รถมีความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ มีตัวเลือกหลากหลาย และมีราคาถูกลงเพียงพอสำหรับคนส่วนใหญ่ในประเทศ จะทำให้การใช้รถยนต์ EV ในไทยเติบโตได้เร็วมากขึ้น การเข้ามาของ Tesla เป็นหนึ่งในเครื่องพิสูจน์ว่าผู้ขายยานยนต์กลุ่มหนึ่งมีความพร้อมที่จะเปลี่ยนไปใช้แบรนด์ใหม่ ๆ ที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลกทันทีเมื่อราคาลดลงมาอยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งจะสร้างความท้าทายต่ออุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ดั้งเดิมของไทยหากยังไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับกระแสความต้องการใหม่ ๆ ของผู้บริโภค และหากไทยไม่สามารถดึงดูดให้เกิดการลงทุนในประเทศได้เพียงพอและค่ายรถใหญ่ยังเลือกเส้นทางการนำเข้ามาเพื่อขายแทน จุดเปลี่ยนสำคัญในโลกยานยนต์นี้ตอกย้ำให้เห็นถึงความสำคัญที่ภาครัฐจะต้องมีนโยบายเพื่อสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมและอุตสาหกรรมระยะยาวในประเทศไทยอย่างจริงจังก่อนที่จะสายเกินไป

รูปที่ 13: การเปลี่ยนไปผลิตรถยนต์ EV จะทำให้ชิ้นส่วนหายไปและมีการใช้แบตเตอรี่เข้ามาแทน ซึ่งจะทำให้มูลค่าเพิ่มที่ไทยสร้างได้จากชิ้นส่วนลดลงไปมากกว่าครึ่ง



ที่มา: BofA, UNCo mtrade, Trademap, TIVA, KKP Research
*ใช้สมมติฐาน value added จาก TIVA และสมมติให้ไทยส่งออกรถยนต์ได้จำนวนเท่าเดิมและเปลี่ยนไปผลิตรถ EV ทั้งหมด

Box มาตรการสนับสนุนรถยนต์ไฟฟ้า EV ของไทย

เมื่อช่วงต้นปี 2022 ที่ผ่านมา รัฐบาลไทยเร่งเดินหน้านำส่งเสริมการจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศ โดยมีมติเห็นชอบมาตรการสนับสนุนรถยนต์ไฟฟ้าทั้งมาตรการภาษีและที่ไม่ใช่ภาษี เพื่อสนับสนุนให้ราคาของ *รถยนต์ไฟฟ้า (Battery Electric Vehicle: BEV)* ลดลงมาใกล้เคียงกับรถยนต์สันดาป มาตรการนี้ไม่เพียงแต่กระตุ้นให้ตลาดไทยเปลี่ยนมาใช้รถยนต์ไฟฟ้าเท่านั้น แต่ยังมีเป้าหมายเพื่อสร้างการลงทุนภายในประเทศ โดยมีเงื่อนไขว่า ผู้ขอรับสิทธิมาตรการสนับสนุนจะต้องผลิตรถยนต์ไฟฟ้าเพื่อชดเชยการนำเข้าภายในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นฐานผลิตรถยนต์ไฟฟ้าได้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

มาตรการสนับสนุนยานยนต์ไฟฟ้าประเภท BEV	ราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาท	ราคา 2-7 ล้านบาท
มาตรการภาษี		
(1) <i>ลดภาษีนำเข้า (2022-2023)</i>	ลดภาษีนำเข้าลง 40%	ลดภาษีนำเข้าลง 20%
กรณีภาษีนำเข้าไม่เกิน 40%		
จีน	<i>ยกเว้นภาษีนำเข้า</i>	
ญี่ปุ่น	จาก 20% เหลือ 0%	จาก 20% เหลือ 0%
เกาหลีใต้	จาก 40% เหลือ 0%	จาก 40% เหลือ 20%
กรณีภาษีนำเข้าเกิน 40%		
ประเทศสมาชิก WTO	จาก 80% เหลือ 40%	จาก 80% เหลือ 60%
(2) <i>ลดภาษีสสวสามปี (2022-2025)</i>	จาก 8% เหลือ 2%	
มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี		
<i>เงินอุดหนุน (2022-2025)</i>		
กรณีขนาดแบตเตอรี่ 10-30 kwh	70,000 บาทต่อคัน	-
กรณีขนาดแบตเตอรี่ตั้งแต่ 30 kwh	150,000 บาทต่อคัน	-
เงื่อนไขข้ออื่น		
ต้องผลิตเพื่อชดเชยการนำเข้า		
กรณีผลิตชดเชยภายในปี 2024	ผลิตเท่ากับจำนวนนำเข้า CBU ในปี 2022 และ 2023	
กรณีผลิตชดเชยภายในปี 2025	ผลิตในอัตราส่วน 1:1.5 (นำเข้า 1 คัน ผลิต 1.5 คัน)	
ต้องผลิตหรือใช้แบตเตอรี่ที่ผลิตหรือประกอบในไทย		
กำหนดโทษกรณีไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์และเงื่อนไข		
คืนเงินอุดหนุนเต็มจำนวนพร้อมดอกเบี้ย		
ยึดเงินค้ำประกัน		
เสียภาษีนำเข้า สสวสามปี และภาษีอื่นๆที่เกี่ยวข้อง		

แม้ว่าการเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์ EV จะต้องอาศัยความสามารถในการแข่งขันจากหลายปัจจัยในช่วงปี 2022 ที่ผ่านมามาตรการส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าของไทยที่มีการให้การสนับสนุนทางภาษีและเงินอุดหนุนมากกว่าประเทศอื่น ๆ ในอาเซียนส่งผลให้ไทยสามารถดึงดูดการลงทุนจากค่ายรถยนต์ได้ โดยมีจำนวนบริษัทรถยนต์ที่เข้าร่วมมาตรการสนับสนุนทั้งหมด 9 ราย ได้แก่ 1) บริษัทเกอรรถ วอลล์ มอเตอร์ แมนูแฟคเจอร์ส ประเทศไทย จำกัด (GWM) 2) บริษัท เอสเอไอซี มอเตอร์-ซีพี จำกัด (SAIC) 3) บริษัทเอ็มจี เซลล์ ประเทศไทย จำกัด (MG) 4) บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (Toyota) 5) บริษัทบีวายดี ประเทศไทย จำกัด (BYD) 6) บริษัทเมอร์เซเดสเบนซ์ แมนูแฟคเจอร์ส ประเทศไทย จำกัด (Mercedese-Benz) 7) บริษัทเนต้า ไทยแลนด์ จำกัด (NETA) 8) บริษัท ไมน์ โมบิลิตี้ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (MINE) และ 9) บริษัทกรีน พิวเตอร์ จำกัด (VOLT)

อย่างไรก็ตาม ยังต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม โดยเฉพาะการแข่งขันในการดึงดูดการลงทุนจากค่ายรถยนต์ EV ที่มีแนวโน้มเข้มข้นขึ้น โดยมาตรการส่งเสริมการใช้ EV ในกลุ่มประเทศอาเซียน มีผลต่อความเปลี่ยนแปลงในตลาดรถยนต์และทิศทางการลงทุนของกลุ่มยานยนต์ได้ ตัวอย่างเช่น ในช่วงปลายปี 2022 ที่ผ่านมามีรัฐบาลอินโดนีเซียกำลังอยู่ระหว่างพิจารณาเงินอุดหนุน EV 80 ล้านรูเปียห์ หรือประมาณ 175,500 บาทต่อคัน ซึ่งจะช่วยให้ข้อได้เปรียบจากมาตรการรัฐไทยลดน้อยลง

มาตรการสนับสนุนยานยนต์ไฟฟ้าในกลุ่มประเทศอาเซียน (2022)		
ประเทศ	มาตรการสนับสนุนการใช้รถยนต์ไฟฟ้า	มาตรการส่งเสริมการลงทุน
ไทย	เงินอุดหนุน 70,000-150,000 บาท ลดภาษีสรรพสามิตจาก 8% เหลือ 2%	ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลระหว่าง 3-13 ปี ตามประเภทรถยนต์ไฟฟ้า และมูลค่าการลงทุน ยกเว้นภาษีนำเข้าชิ้นส่วนสำคัญ
อินโดนีเซีย	ได้รับสิทธิยกเว้นภาษีการขายสินค้าฟุ่มเฟือย (จากเดิม 15% สำหรับรถยนต์ราคา 200-250 ล้านรูเปียห์) <i>อยู่ระหว่างพิจารณาเงินอุดหนุน 80 ล้านรูเปียห์ (175,500 บาท)</i>	ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลระหว่าง 5-20 ปี ตามประเภทรถยนต์ไฟฟ้า และมูลค่าการลงทุน และลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลอีกหนึ่งอีก 2 ปี ยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักร 2 ปีในช่วงการตั้งโรงงาน และยกเว้นภาษีนำเข้าชิ้นส่วนสำคัญ 2 ปีในช่วงเริ่มการผลิตรถยนต์
มาเลเซีย	ยกเว้นภาษีนำเข้า ภาษีสรรพสามิต และลดภาษีสินค้าและบริการ ลง 50% ยกเว้นภาษีถนนถึงปี 2025 ลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสูงสุด 2,500 ริงกิตมาเลเซีย (19,000 บาท)	ยกเว้นภาษีนำเข้า ภาษีสรรพสามิต และภาษีอื่นๆที่เกี่ยวข้องสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าที่ประกอบภายในประเทศถึงปี 2025
เวียดนาม	ปรับลดภาษีสรรพสามิตจาก 5-15% เหลือ 3% ถึงมีนาคม 2027 ยกเว้นค่าจดทะเบียนรถยนต์ไฟฟ้าถึงปี 2025 และจัดเก็บเพียง 50% ของค่าจดทะเบียนรถยนต์สันดาปจนถึงปี 2027	
ฟิลิปปินส์	ยกเว้นภาษีสรรพสามิตสำหรับการนำเข้ารถยนต์ไฟฟ้า ได้รับส่วนลดภาษีถนน 15-30%	