

แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2569-71

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

กันยายน 2569

วิจัยกรุงศรี

ผู้เขียน

ศุภวัฒน์ โชคสวัสดิ์ไพศาล

นักวิเคราะห์

supawat.choksawatpaisan@krungsri.com

Subscribe Us

สมัครสมาชิกวิจัยกรุงศรี...

krungsri.research@krungsri.com

คำสงวนสิทธิ์

เนื้อหาและข้อมูลใดๆ ทั้งหมดที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ หากมิได้ระบุไว้เป็นอย่างอื่น ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวิจัยกรุงศรี ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการใดๆ เกี่ยวข้องกับเนื้อหา สำเนา หรือดัดแปลงแก่บุคคลอื่นโดยมิได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากวิจัยกรุงศรี รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยอาศัยข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อหรือควรเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม วิจัยกรุงศรีไม่อาจรับรองความครบถ้วนสมบูรณ์หรือความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว อีกทั้งไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงหรือทางอ้อมจากการใช้รายงานฉบับนี้หรือเนื้อหาในรายงานฉบับนี้ ข้อมูล ความคิดเห็น และการประมาณการที่ปรากฏในรายงานนี้ถือเป็นความคิดเห็นของวิจัยกรุงศรี ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ความคิดเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน ณ วันที่มีการเผยแพร่รายงาน วิจัยกรุงศรีขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงโดยมิต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

EXECUTIVE SUMMARY



รายได้จากการจำหน่ายรถยนต์ในช่วงปี 2569-2571 **มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ย** 3.5-4.5% **ต่อปี** ตามการทยอยฟื้นตัวของตลาดรถยนต์ในประเทศ โดยมีปัจจัยหนุนจากมาตรการส่งเสริมการใช้ EV รอบใหม่ ผ่านมาตรการเปลี่ยนผ่านพลังงาน การปรับลดภาษีสรรพสามิตสำหรับ HEV และ MHEV การออกโปรโมชันส่งเสริมการขายเพื่อระบายสต็อครถยนต์นั่ง BEV และการทยอยฟื้นตัวของยอดขายรถกระบะหลังจากผู้ใช้งานส่วนใหญ่ชะลอการเปลี่ยนรถในช่วงก่อนหน้า **ขณะที่รายได้จากการให้บริการหลังการขายและจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ย** 0.5-1.5% **ต่อปี** โดยมีปัจจัยหนุนจากแนวโน้มยอดจดทะเบียนรถยนต์สะสมที่จะเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของตลาดในประเทศตั้งแต่ปี 2568 หลังจากที่สถาบันการเงินเริ่มผ่อนคลายการอนุมัติสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ตามทิศทางคุณภาพสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่ปรับดีขึ้นในภาพรวม รวมถึงมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรม EV ที่หนุนให้ยอดจดทะเบียนสะสมของรถยนต์นั่ง BEV ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเริ่มเข้าสู่ช่วงอายุของการเข้ารับบริการหลังการขายและเปลี่ยนชิ้นส่วนอะไหล่บางรายการ

มุมมองวิจัยกรุงศรี

ในช่วงปี 2569-2571 ผลประกอบการของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โดยรวมยังมีแนวโน้มขยายตัวได้แต่อาจอยู่ในอัตราต่ำ โดยเฉพาะในปี 2569 จากผลของความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ยืดเยื้อ ส่งผลให้กำลังซื้อในประเทศโดยรวมอ่อนแอลง โดยเมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติของแบรนด์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

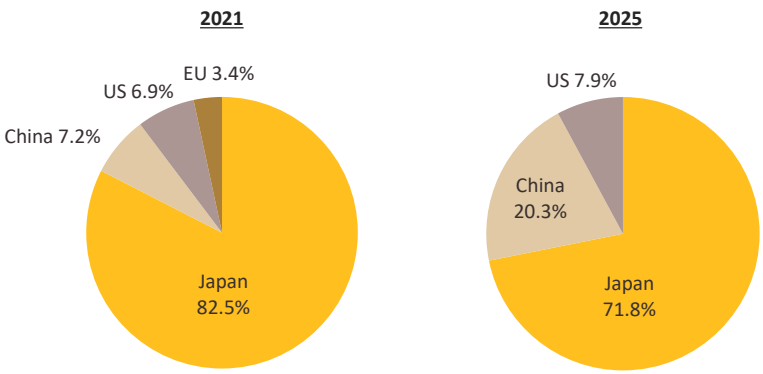
- **แบรนด์สัญชาติญี่ปุ่น** จะได้รับอานิสงส์จากมาตรการสนับสนุนรถยนต์นั่ง HEV ข้อได้เปรียบด้านบริการหลังการขาย และยอดจำหน่ายรถกระบะในประเทศที่มีแนวโน้มเริ่มทยอยฟื้นตัว อย่างไรก็ตาม แบรนด์รถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นที่พึ่งพายอดขายรถยนต์นั่ง ICE เป็นหลักจะยังคงเผชิญความเสี่ยงจากยอดขายรถยนต์นั่ง ICE ในไทยที่มีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง
- **แบรนด์สัญชาติจีน** จะได้รับอานิสงส์จากมาตรการสนับสนุนรถยนต์นั่ง BEV การเปิดตัวรถยนต์นั่งไฟฟ้าและรถกระบะพรีเมียมรุ่นใหม่ และการขยายตัวของห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ศูนย์ทดสอบและซ่อมบำรุงแบตเตอรี่ และซัพพลายเออร์ชิ้นส่วนรถยนต์ไฟฟ้าในไทย อย่างไรก็ตาม แบรนด์รถยนต์สัญชาติจีนยังคงเผชิญความท้าทายจากปัญหาด้านบริการหลังการขายที่ยังคงกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค การเร่งระบายสต็อครถยนต์นั่ง BEV ในปี 2570 และราคาเบี้ยประกันรถยนต์ BEV ที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับรถยนต์ประเภทอื่นๆ
- **แบรนด์สัญชาติยุโรปและสหรัฐฯ** แม้ในภาพรวมจะยังคงได้รับอานิสงส์จากกำลังซื้อที่ยังแข็งแกร่งของผู้บริโภคที่มีรายได้ในระดับกลาง-บน และข้อได้เปรียบของแบรนด์ในด้านภาพลักษณ์และความเป็นผู้นำทางเทคโนโลยี แต่ยอดขายโดยรวมยังคงเผชิญปัจจัยท้าทายจากการถูกแย่งตลาดจาก BEV สัญชาติจีนที่นำเข้ามากขึ้น

ข้อมูลพื้นฐาน

อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยถือเป็นหนึ่งในเครื่องยนต์หลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ทั้งการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ตลอดจนผลักดันการผลิตรถกระบะ 1 ตัน และรถยนต์อีโคคาร์ให้เป็น Product Champions ของไทย จนมาถึงการเปลี่ยนผ่านสู่นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า[1/] ท่ามกลางบริบทการพัฒนาของอุตสาหกรรมในภาพใหญ่ดังกล่าว ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ (Automotive Dealerships) จึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตรถยนต์ (OEMs) กับผู้บริโภคในประเทศ โดยเป็นช่องทางหลักในการกระจายสินค้าและส่งผ่านนโยบายกระตุ้นตลาดของภาครัฐ พร้อมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจผ่านความร่วมมือทางธุรกิจกับเครือข่ายบริการหลังการขาย การจำหน่ายอะไหล่ และการให้บริการสินเชื่อยานยนต์

การส่งเสริมการผลิตและการใช้รถยนต์ไฟฟ้าในประเทศภายใต้มาตรการ EV 3.0 (ปี 2565-2568) และ EV 3.5 (ปี 2567-2570) เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการผลิตยานยนต์ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ (Zero Emission Vehicle: ZEV) ไม่เพียงส่งผลต่อโครงสร้างการผลิตรถยนต์ของประเทศเท่านั้น แต่ยังกระตุ้นให้เกิดการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าอย่างแพร่หลายในไทยมากขึ้น สะท้อนจากยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่งไฟฟ้าที่ใช้พลังงานจากแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle: BEV) ในช่วงปี 2565-2568 ที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 179.6% CAGR อยู่ที่ 118,696 คัน ในปี 2568 (คิดเป็นสัดส่วน 21.9% ของยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่งโดยรวม) โดยกว่า 90% ของรถยนต์นั่ง BEV ที่จำหน่ายในไทยเป็นรถยนต์สัญชาติจีน ทำให้โครงสร้างตลาดของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์เปลี่ยนไป โดยหากพิจารณาสัดส่วนจำนวนโชว์รูมของแบรนด์รถยนต์ที่มียอดขาย 10 อันดับแรก พบว่า ในปี 2564 (ช่วงก่อนมาตรการ EV 3.0) จำนวนโชว์รูมแบรนด์รถยนต์สัญชาติจีนมีสัดส่วนอยู่ที่ 7.2% ต่อจำนวนโชว์รูมโดยรวม (แบรนด์สัญชาติญี่ปุ่นอยู่ที่ 82.5% สหรัฐฯ 6.9% และยุโรป 3.4%) (ภาพที่ 1) ขณะที่ในปี 2568 (ภายใต้การส่งเสริมของมาตรการ EV 3.0 และ EV 3.5) จำนวนโชว์รูมของแบรนด์สัญชาติจีนมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 20.3% (แบรนด์สัญชาติญี่ปุ่น และสหรัฐฯ อยู่ที่ 71.8% และ 7.9% ตามลำดับ)

Figure 1: Share of Car Dealer Branches by Brand Origin among the Top 10 Automotive Brands by Registrations, 2021 and 2025



Source: Compiled by Krungsri Research

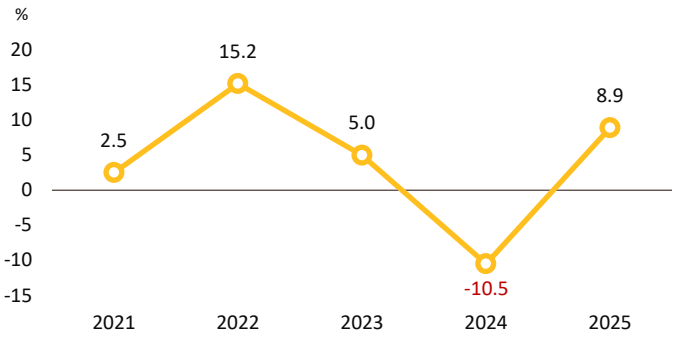
รายได้และอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)

ในปี 2568 ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มีรายได้จากการขายรถยนต์ และการให้บริการหลังการขายโดยรวมเพิ่มขึ้น 8.9% สอดคล้องกับยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศโดยรวมที่เพิ่มขึ้น 8.3% (อยู่ที่ 620,975 คัน) (ภาพที่ 2) ส่วนใหญ่มาจากยอดขายรถยนต์นั่งที่เพิ่มขึ้น 7.8% (อยู่ที่ 241,543 คัน) จากปัจจัยหนุน ได้แก่ *(1) การอนุมัติสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น* เนื่องจากหนี้เสีย (Non-performing Loan: NPL) และหนี้ที่ต้องจับตาเป็นพิเศษ (Special Mention Loan: SML) ของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่ลดลงต่อเนื่อง

1/ รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถอ่านได้ใน แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2569-2571: อุตสาหกรรมรถยนต์

(2) กำลังซื้อที่ยังแข็งแกร่งของผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลาง-บน และ *(3) การเร่งออกโปรโมชันส่งเสริมการขายของ BEV* ก่อนสิ้นสุดการให้เงินอุดหนุนภายใต้มาตรการ EV 3.5 อย่างไรก็ตาม ตัวแทนจำหน่ายบางส่วนยังคงเผชิญปัจจัยฉุดรั้งจากยอดขายรถกระบะ 1 ตัน ที่ลดลง -6.9% (อยู่ที่ 186,416 คัน) เนื่องจากสถานะการเงินที่ยังอ่อนแอของผู้ซื้อรถกระบะ (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลาง-ล่าง) ทำให้สถาบันการเงินยังคงเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อผู้บริโภคกลุ่มนี้ แม้จะมีปัจจัยหนุนจากโครงการ “กระบะพี่ มีคลังค้ำ”[2/] เพื่ออำนวยให้ผู้บริโภคมีโอกาสเข้าถึงสินเชื่อเช่าซื้อรถกระบะได้ง่ายขึ้นก็ตาม

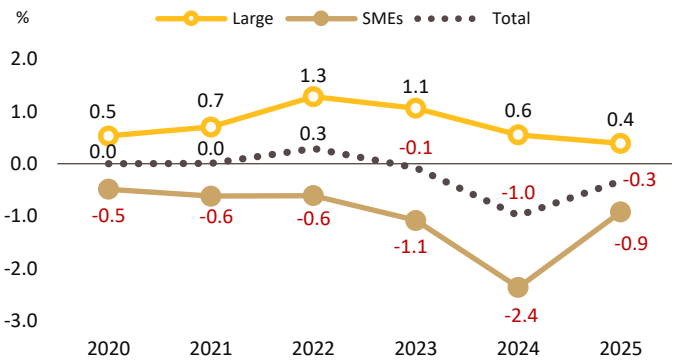
Figure 2: Revenue Growth of Automotive Dealerships



Source: Enlite, Krungsri Research

ขณะที่อัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โดยรวมอยู่ที่ -0.3% (ภาพที่ 3) ปัจจัยฉุดรั้งจากภาวะสงครามราคา EV ที่ยังรุนแรง[3/] และกดดันให้ค่ายรถยนต์ในหลาย Segment ต้องปรับลดราคาขายรถยนต์เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการเร่งออกโปรโมชันส่งเสริมการขายของค่ายรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อเร่งยอดขายให้ทันก่อนสิ้นสุดการให้เงินอุดหนุนภายใต้มาตรการ EV 3.0 ในปี 2568 โดยตัวแทนจำหน่ายในกลุ่ม SMEs มีอัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยอยู่ที่ -0.9% ขณะที่ตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่มีอัตรากำไรสุทธิเฉลี่ย 0.4% จากข้อได้เปรียบด้านความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนที่ดีกว่า เครือข่ายธุรกิจที่หลากหลาย และการขยายไปสู่การเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น โดยภาพรวมแม้รายได้ของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์จะกลับมาขยายตัวในปี 2568 แต่ความสามารถในการทำกำไรยังอยู่ในระดับต่ำ ส่วนหนึ่งจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง โดยเฉพาะในตลาดรถยนต์ไฟฟ้า

Figure 3: Profit Margins of Automotive Dealerships



Source: Enlite, Krungsri Research

2/ โครงการ “กระบะพี่ มีคลังค้ำ” เป็นมาตรการค้ำประกันสินเชื่อเช่าซื้อรถกระบะของ บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เพื่อช่วยผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ประกอบอาชีพอิสระ และเกษตรกร ที่ต้องการซื้อรถกระบะเพื่อใช้ประกอบอาชีพ โดย บสย. ช่วยค้ำประกันสูงสุด 1.5 ล้านบาทต่อราย และนานสูงสุด 7 ปี (84 งวด)เพื่อลดข้อจำกัดด้านหลักประกันและเพิ่มโอกาสได้รับอนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงิน (ที่มา: บสย.)

3/ รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถอ่านได้ใน ‘EV Price War’ รถยนต์ไฟฟ้า: ลด (ราคา) ต่อ หรือพอแค่นี้

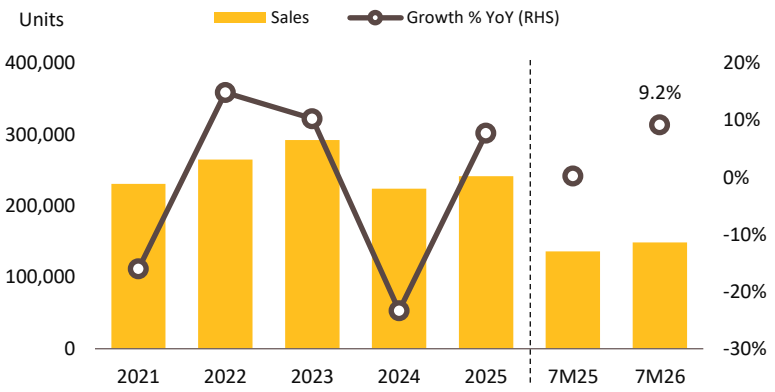
สถานการณ์ที่ผ่านมา

รายได้จากการจำหน่ายรถยนต์

ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 รายได้จากการจำหน่ายรถยนต์โดยรวมมีทิศทางเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับยอดจำหน่ายรถยนต์โดยรวมที่เพิ่มขึ้น 15.5% YoY **อยู่ที่** 406,162 **คัน** แบ่งเป็น

1) **ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งโดยรวมเพิ่มขึ้น** 9.2% YoY **อยู่ที่** 148,815 **คัน** คิดเป็นสัดส่วน 36.6% ของยอดจำหน่ายรถยนต์โดยรวม (ภาพที่ 4) โดยมีปัจจัยหนุน ได้แก่ *(1) กำลังซื้อที่ยังคงแข็งแกร่งของผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลาง-บน (2) การผ่อนคลายการอนุมัติสินเชื่อโดยสถาบันการเงิน* หลังจาก NPL และ SML มีทิศทางลดลงต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา และ *(3) ยอดขายรถยนต์นั่ง HEV และ BEV ที่ยังเติบโตต่อเนื่อง* ภายใต้มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ[1/]

Figure 4: Domestic Passenger Car Sales



Source : The Federation of Thai Industries (FTI), Krungsri Research

สำหรับการเปลี่ยนแปลงของยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่งในประเทศแยกตามประเภทเชื้อเพลิง ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 (ภาพที่ 5 และ 6) สรุปได้ดังนี้

- **รถยนต์นั่ง** ICE ยอดจดทะเบียนใหม่ลดลง -3.8% YoY ผลจากกระแสความนิยมในรถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง และมาตรการสนับสนุนของภาครัฐที่หนุนให้มีการนำเข้ารถยนต์นั่ง BEV ขนาดเล็กเข้ามาจำหน่ายและผลิตในประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะรถยนต์ BEV สัญชาติจีนที่มีข้อได้เปรียบด้านราคาและต้นทุนด้านเชื้อเพลิงที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับรถยนต์นั่ง ICE
- **รถยนต์นั่ง** BEV ยอดจดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้น 89.3% YoY โดยมีปัจจัยหนุนจาก *(1) การเร่งส่งมอบรถยนต์ที่ผลิตในประเทศและจดทะเบียนในเดือน ม.ค. 69* ซึ่งเป็นเดือนสุดท้ายที่ผู้ผลิตจะได้รับเงินอุดหนุนสูงสุดที่ 150,000 บาทต่อคัน ภายใต้มาตรการ EV 3.0[4/] *(2) ความกังวลต่อต้นทุนพลังงานที่ปรับเพิ่มขึ้น* ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้รถยนต์นั่ง BEV มากขึ้น สะท้อนจากยอดจอง EV ที่เพิ่มขึ้นในงาน Motor Show 2026 (มี.ค. – เม.ย. 69)[5/] และยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่ง BEV ในเดือน เม.ย. - ก.ค. 69 ที่เพิ่มขึ้นสูงกว่ายอดจดทะเบียนในช่วงก่อนหน้า โดยได้แรงหนุนจากมาตรการ EV 3.5[6/] และ *(3) การเปิดตัวโมเดลใหม่* โดยเฉพาะโมเดลจากผู้ผลิตสัญชาติจีนที่มีเทคโนโลยีทันสมัยและระยะทางวิ่งมากกว่า 400 กิโลเมตรต่อรอบการอัดประจุ

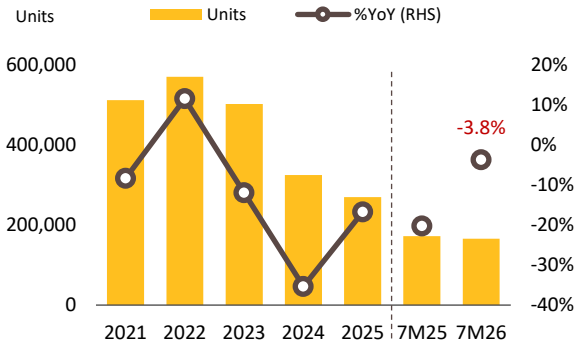
4/ ทำให้ยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่ง BEV ในเดือน ม.ค. 69 เพิ่มขึ้น 228.1% YoY อยู่ที่ 40,466 คัน (ที่มา: DLT)

5/ ยอดจองรถยนต์โดยรวมในงาน Motor Show 2026 อยู่ที่ 132,951 คัน เพิ่มขึ้น 71.8% เป็นยอดจอง EV มากกว่า 80,000 คัน หรือคิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 60% ของยอดจองรถยนต์โดยรวมภายในงาน (ที่มา: The Standard (6 เม.ย. 69) และ EV Roads (14 เม.ย. 69))

6/ ยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่ง BEV ในเดือน เม.ย.-ก.ค. 69 เพิ่มขึ้น 69.5% YoY มากกว่ายอดจดทะเบียนในช่วงเดือน ก.พ.-มี.ค. 69 (ภายใต้มาตรการ EV 3.5) ที่เพิ่มขึ้น 17.7% YoY (ที่มา: DLT)

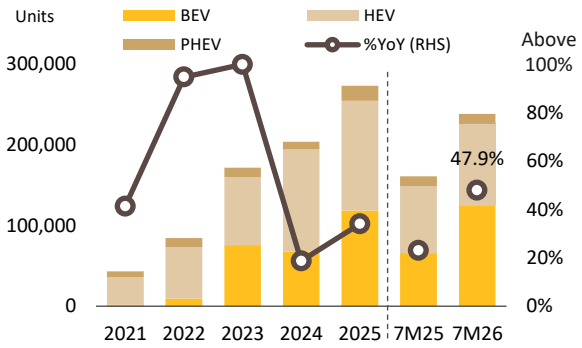
- **รถยนต์นั่ง HEV** ยอดจดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้น 22.8% YoY จากปัจจัยหนุน ได้แก่ *(1) การปรับลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ HEV และ MHEV* ลงมาอยู่ที่ 6-9% และ 10-12% (มีผลบังคับใช้ในปี 2569-2575)[7/] สำหรับรถที่ผลิตในประเทศและผู้ผลิตได้ลงทุนตามข้อกำหนดของ BOI ทำให้ HEV สัญชาติญี่ปุ่นรุ่นใหม่มีราคาเข้าถึงได้มากขึ้น *(2) การเปิดตัวโมเดลใหม่* จากผู้ผลิตรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นชั้นนำที่มีราคาเข้าถึงได้ ประหยัดเชื้อเพลิง สามารถวิ่งได้ไกลขึ้นผ่านพลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ และมีการติดตั้งระบบช่วยเหลือด้านการขับขี่ขั้นสูง (Advanced Driver Assistance System: ADAS)[8/] และ *(3) ต้นทุนพลังงานที่เพิ่มขึ้น* ซึ่งช่วยกระตุ้นยอดขายในกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการซื้อรถยนต์ที่ประหยัดพลังงาน แต่ยังไม่พร้อมเปลี่ยนไปใช้รถยนต์ที่ใช้พลังงานจากไฟฟ้า 100% อย่างไรก็ตาม **รถยนต์นั่ง PHEV** ยอดจดทะเบียนใหม่หดตัว -2.9% YoY โดยส่วนหนึ่งมาจากจำนวนโมเดลใหม่ที่มีให้เลือกน้อยกว่าและราคาที่ยังอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับรถยนต์ไฟฟ้าประเภทอื่น

Figure 5: New Registration of ICE Passenger Cars



Source : Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

Figure 6: New Registration of Passenger EVs



Source : Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

ขณะที่ยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่งแยกตามสัญชาติของผู้ผลิต (ภาพที่ 7) สรุปได้ดังนี้

- **แบรนด์สัญชาติญี่ปุ่น** ยอดจดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้น 5.4% YoY โดยมีปัจจัยหนุนจากการเปิดตัวโมเดล HEV รุ่นใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในไทยมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม B- และ C-SUV Segment[9/] ที่มีราคาจำหน่ายในช่วง 0.8-1.0 และ 1.0-1.2 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลาง-บนที่นิยมใช้รถ SUV ไฟฟ้าที่มีราคาเข้าถึงได้และประหยัดต้นทุนค่าเชื้อเพลิง รวมถึงข้อได้เปรียบในด้านเครือข่ายผู้จำหน่ายและศูนย์บริการครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในบริการหลังการขาย อย่างไรก็ตาม สัดส่วนยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่งสัญชาติญี่ปุ่นลดลงต่อเนื่องจาก 86.6% ต่อยอดจดทะเบียนรถยนต์นั่งโดยรวมในปี 2564 (ช่วงก่อนมีมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรม EV) มาอยู่ที่ 55.8% ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 (ภาพที่ 8) สอดคล้องกับยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่ง ICE (ส่วนใหญ่เป็นรถยนต์แบรนด์สัญชาติญี่ปุ่น) ที่ลดลงเฉลี่ย -22.1% ต่อปี ในช่วงปี 2564-2568

- **แบรนด์สัญชาติจีน** ยอดจดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้น 71.1% YoY โดยมีปัจจัยหนุนจาก *(1) การขยายตัวของยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่ง BEV* ในกลุ่ม B- และ C-Segment[10/] ที่มีราคาจำหน่ายในช่วง 5-7 แสนบาท และ 8 แสน – 1.1 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้นและมีระยะทางวิ่งที่เพิ่มขึ้นสูงกว่า 400 กม. ต่อรอบการอัดประจุ และ *(2) การเปิดตัวของรถยนต์ PHEV รุ่นใหม่*[11/] ที่มีราคาเข้าถึงได้ ซึ่งตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ยังไม่พร้อมเปลี่ยนไปใช้รถยนต์ที่ใช้พลังงานจากไฟฟ้า 100% ในภาวะที่ต้นทุนเชื้อเพลิงอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ สัดส่วนยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่งสัญชาติจีนเพิ่มขึ้นจาก 6.9% ของยอดจดทะเบียนรถยนต์นั่งโดยรวมในปี 2564 (ช่วงก่อนมีมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรม EV) เป็น 37.7% ในช่วง 7 เดือนแรกปี 2569 (ภาพที่ 8) โดยมีปัจจัยหนุนจากการสนับสนุนภายใต้มาตรการ EV 3.0 (ที่หนุนให้มีค่ายรถยนต์รายใหม่เข้ามาลงทุนและขยายตลาดในไทยในช่วงปี 2565-2566 อาทิ BYD และ MG) และ EV 3.5 (ที่หนุนให้มีค่ายรถยนต์รายใหม่เข้ามาลงทุนตั้งแต่ปี 2567 เป็นต้นมา อาทิ Jaecoo, Aion, Deepal และ Geely)

7/ แทนโครงสร้างเดิมที่กำหนดให้ทยอยปรับเพิ่มขึ้นเป็นขั้น 2% ทุกๆ 2 ปี (ที่มา: Autolifethailand (26 ก.ค. 2567))

8/ อาทิ ระบบเบรกฉุกเฉินขั้นสูง (Advanced Emergency Braking System: AEB) ระบบการดูแลภายในช่องจราจร (Lane Keeping Assistance Systems: LKAS) ระบบการตรวจจับจุดบอด (Blind Spot Detection: BSD) ระบบเตือนการชนด้านหน้าของรถ (Forward Vehicle Collision Warning Systems: FCW) ระบบเตือนการออกหรือเปลี่ยนช่องจราจร (Lane Departure Warning System: LDW) และระบบการควบคุมความเร็วของยานยนต์ (Adaptive Cruise Control: ACC) (ที่มา: BOI)

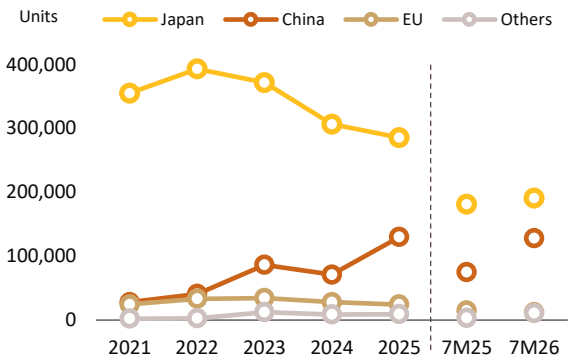
9/ อาทิ Toyota Yaris Cross, Toyota Corolla Cross, Mitsubishi XFORCE HEV

10/ อาทิ BYD Atto 3, MG S5 EV, Jaecoo 6, Geely EX5, AION UT และ Deepal S05

11/ อาทิ Jaecoo 7 และ GWM Haval H6 PHEV

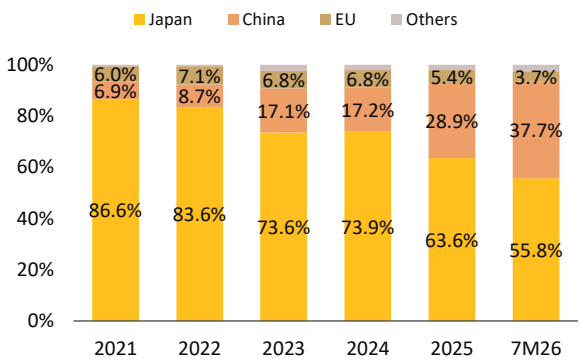
- **แบรนด์สัญชาติยุโรป**: ยอดจดทะเบียนใหม่ลดลง -16.4% YoY โดยมีปัจจัยฉุดรั้งจาก *(1) ราคาเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้นตั้งแต่เดือน เม.ย. 69* ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนชะลอการซื้อรถยนต์พรีเมียม ICE สัญชาติยุโรปออกไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโมเดลที่มีน้ำหนักมากกว่าและมีต้นทุนเชื้อเพลิงสูงกว่าเมื่อเทียบกับรถยนต์นั่งทั่วไป และ *(2) การเปิดตัวโมเดล EV พรีเมียมของค่ายรถยนต์สัญชาติจีนที่มีเทคโนโลยีทันสมัยมากขึ้น* (อาทิ เบาะนั่งพร้อมระบบนวด ระบบช่วยขับขี่อัจฉริยะ) และมีราคาที่แข่งขันได้เมื่อเทียบกับโมเดล ICE พรีเมียมของค่ายรถยนต์สัญชาติยุโรป[12/] ส่งผลให้สัดส่วนยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่งสัญชาติยุโรปลดลงจาก 6.0% ต่อยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่งโดยรวมในปี 2564 เป็น 3.7% ในช่วง 7 เดือนแรกปี 2569

Figure 7: New Registration of Passenger Cars by Brand Origin



Source : Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

Figure 8: Share of New Passenger Car Registrations by Brand Origin



Source : Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

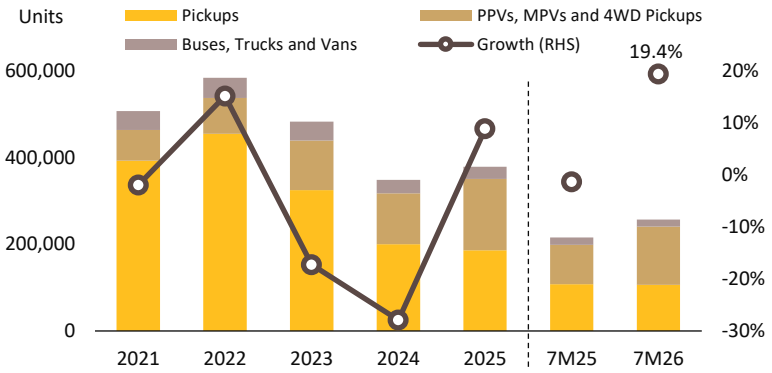
2) **ยอดจำหน่ายรถกระบะ 1 ตัน ลดลง** -1.8% YoY **อยู่ที่** 106,288 **คัน** คิดเป็นสัดส่วน 26.2% ต่อยอดจำหน่ายรถยนต์โดยรวม (ภาพที่ 9) เป็นผลจากปัจจัยฉุดรั้ง ได้แก่ *(1) สถานะทางการเงินที่ยังอ่อนแอของผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลาง-ล่าง* โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรที่ยังคงเผชิญปัญหาหนี้ครัวเรือนสะสมและรายได้ที่ฟื้นตัวช้า ส่งผลให้การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงินในหมวดรถกระบะยังคงเข้มงวด *(2) ต้นทุนค่าเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้น* เป็นผลจากสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนชะลอการซื้อรถกระบะที่มีต้นทุนค่าเชื้อเพลิงสูง จนส่งผลให้ยอดขายในเดือน เม.ย.-ก.ค. 69 ลดลง -5.2% YoY (หลังจากเพิ่มขึ้นในช่วงไตรมาสแรกของปี) แม้จะมีปัจจัยหนุนจากการเปิดตัวกระบะรุ่นใหม่จากผู้ผลิตชั้นนำในไทย และการลงทุนภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้นในช่วงก่อนหน้าซึ่งช่วยกระตุ้นอุปสงค์ของรถกระบะที่ใช้เพื่อการพาณิชย์โดยรวม และ *(3) ภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่* ทำให้ธุรกิจ SMEs บางส่วนชะลอการเปลี่ยนรถกระบะ Single-cab ที่ใช้ในการขนส่งวัตถุดิบและสินค้าออกไป

3) **รถยนต์อเนกประสงค์อื่น ๆ (ได้แก่** PPV **และ** MPV**) และรถกระบะขับเคลื่อนสี่ล้อ เพิ่มขึ้น** 48.1% YoY **อยู่ที่** 134,417 **คัน** คิดเป็นสัดส่วน 33.1% ต่อยอดจำหน่ายรถยนต์โดยรวม โดยมีปัจจัยหนุนจากการผ่อนคลายการอนุมัติสินเชื่อของสถาบันการเงินสำหรับผู้ซื้อกลุ่มเป้าหมายซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ระดับกลาง-บน ที่ยังมีกำลังซื้อแข็งแกร่ง และนิยมยานพาหนะขนาดใหญ่สำหรับการใช้งานอเนกประสงค์ อาทิ ใช้เดินทางไกลร่วมกับครอบครัว และขนสัมภาระ

4) **รถโดยสาร รถบรรทุก และรถตู้ เพิ่มขึ้น** 0.5% YoY **อยู่ที่** 16,642 **คัน** คิดเป็นสัดส่วน 4.1% ต่อยอดจำหน่ายรถยนต์โดยรวม โดยมีปัจจัยหนุนจากการลงทุนภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเติบโต โดยเฉพาะในพื้นที่ยุทธศาสตร์ อาทิ ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมูลค่าการส่งเสริมการลงทุนของ BOI เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 46.8% ต่อปี ในช่วงปี 2566-2568 รวม 3.3 ล้านล้านบาท ซึ่งหนุนให้เกิดความต้องการรถบรรทุกที่ใช้ในเชิงพาณิชย์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยอดขายรถตู้และรถโดยสารบางส่วนได้รับผลกระทบจากภาคธุรกิจท่องเที่ยวที่ชะลอตัวจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง ทำให้ภาคธุรกิจขนส่งชะลอการเปลี่ยนยานพาหนะสำหรับรับส่งนักท่องเที่ยวออกไป

12/ ที่มา: Nikkei Asia (23 ก.ค. 69)

Figure 9: New Registration of Commercial Cars

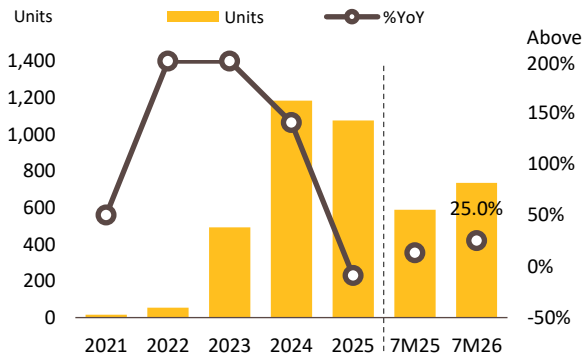


Source : The Federation of Thai Industries (FTI), Krungsri Research

ยอดจดทะเบียนใหม่ของรถเพื่อการพาณิชย์ไฟฟ้า (รถกระบะและรถบรรทุกไฟฟ้า) เพิ่มขึ้น 25.0% YoY **อยู่ที่** 735 **คัน ขณะที่รถโดยสารไฟฟ้าเพิ่มขึ้น** 76.8% YoY **อยู่ที่** 122 **คัน** โดยมีปัจจัยหนุน ได้แก่ *(1) การลงทุนภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้นในช่วงที่ผ่านมา* ที่ช่วยกระตุ้นความต้องการใช้รถบรรทุกไฟฟ้าสำหรับขนส่งสินค้าและรถโดยสารไฟฟ้าสำหรับรับส่งพนักงาน ซึ่งมีข้อได้เปรียบด้านต้นทุนเชื้อเพลิง การตอบโจทย์ด้านลดการปล่อยคาร์บอน ภายใต้กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่ Net Zero ในภาคธุรกิจ และ *(2) การเข้าสู่รอบการเปลี่ยนรถโดยสารไฟฟ้าของภาครัฐ* ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล นับจากรอบการเปลี่ยนรถโดยสารไฟฟ้าล่าสุดในช่วงปี 2565-2566

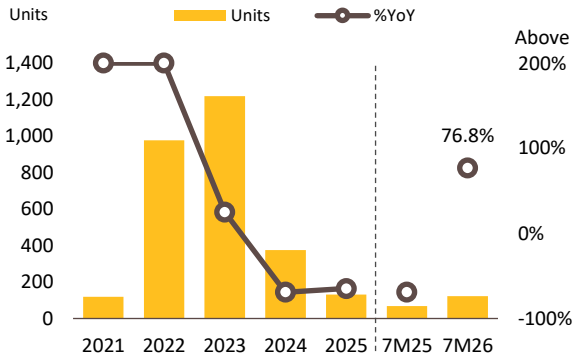
อย่างไรก็ตาม รถเพื่อการพาณิชย์ไฟฟ้า และรถโดยสารไฟฟ้ายังไม่ได้รับความนิยมในไทยมากนัก โดยมีสัดส่วนยอดจดทะเบียนอยู่ที่ 0.6% และ 3.2% ต่อยอดจดทะเบียนใหม่ของรถเพื่อการพาณิชย์โดยรวม และรถโดยสารโดยรวม ตามลำดับ เนื่องจากแบตเตอรี่สำหรับยานยนต์ไฟฟ้าขนาดใหญ่ยังมีความจุพลังงานไม่เพียงพอสำหรับการใช้งานเชิงพาณิชย์ที่ต้องวิ่งระยะทางไกล ทำให้ยอดจดทะเบียนใหม่ของรถเพื่อการพาณิชย์ไฟฟ้ายังคงกระจุกตัวในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนกว่า 90% ของยอดจดทะเบียนรถเพื่อการพาณิชย์ไฟฟ้าทั้งหมด เช่นเดียวกับยอดจดทะเบียนรถโดยสารไฟฟ้าในช่วงที่ผ่านมาซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นรถโดยสารไฟฟ้าหมวด 1 ที่วิ่งเฉพาะเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล นอกจากนี้ ต้นทุนการติดตั้งเครื่องอัดประจุที่ยังอยู่ในระดับสูง ยังคงเป็นอุปสรรคในการใช้รถโดยสารไฟฟ้าและรถเพื่อการพาณิชย์ไฟฟ้าสำหรับธุรกิจ SMEs[13/]

Figure 10: New Registration of Pickup and Truck BEVs



Source : Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

Figure 11: New Registration of Bus BEVs



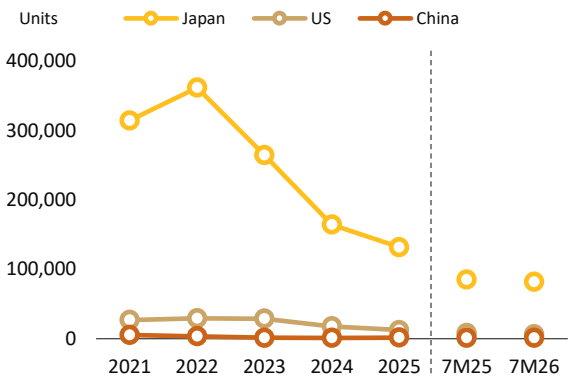
Source : Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

13/ รถบรรทุกไฟฟ้ามีราคาขายที่สูงกว่ารถบรรทุก ICE ประมาณ 1.5-2 เท่า (หรือสูงกว่าเกือบ 2 ล้านบาทต่อคัน) ตลอดจนอุปสรรคจากความไม่แน่นอนของราคาขายต่อ ทำให้ต้นทุนโดยรวมของรถบรรทุกไฟฟ้ายังคงสูงกว่า ขณะที่ยานพาหนะไฟฟ้าขนาดใหญ่ไม่สามารถอัดประจุไฟฟ้าผ่านสถานีอัดประจุทั่วไปได้ เนื่องจากต้องใช้กำลังไฟฟ้าสูง และต้องการพื้นที่ขนาดใหญ่ ทำให้ต้องอัดประจุที่สถานีสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าขนาดใหญ่โดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม สถานีอัดประจุสำหรับรถบรรทุกไฟฟ้าสาธารณะในปัจจุบันยังคงมีจำกัด และหากผู้ประกอบการต้องลงทุนติดตั้งเครื่องอัดประจุเอง ซึ่งมีต้นทุนติดตั้งหลายล้านบาท (ที่มา: TDRI (5 มี.ค. 69))

เมื่อพิจารณาแยกตามสัญชาติของรถเพื่อการพาณิชย์ที่จดทะเบียนในไทย โดยพิจารณาจากรถกระบะที่มีสัดส่วนยอดจดทะเบียนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับรถเพื่อการพาณิชย์ประเภทอื่น ๆ (ภาพที่ 12) สามารถสรุปได้ดังนี้

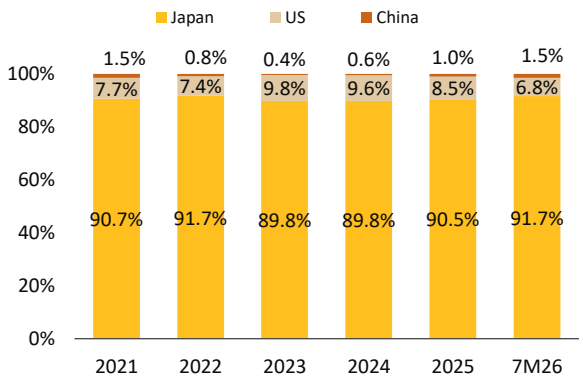
- **แบรนด์สัญชาติญี่ปุ่น**: ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ยอดจดทะเบียนใหม่ลดลง -3.6% YoY โดยมีปัจจัยฉุดรั้ง ได้แก่ *(1) การคุมเข้มการปล่อยสินเชื่อโดยสถาบันการเงิน* เนื่องจากสถานะทางการเงินของผู้ซื้อที่ยังคงเปราะบาง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลาง-ล่าง ที่ได้รับผลกระทบจากรายได้ภาคเกษตรที่ลดลงและหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง และ *(2) การชะลอการเปลี่ยนรถกระบะของธุรกิจขนาดย่อม* (อาทิ ธุรกิจที่ใช้รถกระบะดัดแปลงเป็นร้านขายอาหารหรือเครื่องดื่มเคลื่อนที่ และขนส่งสินค้า) ตามภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ อย่างไรก็ตาม สัดส่วนยอดจดทะเบียนใหม่ของรถกระบะสัญชาติญี่ปุ่นยังคงสูงเป็นอันดับ 1 อยู่ที่ 91.7% ต่อยอดจดทะเบียนใหม่ของรถกระบะโดยรวม (ภาพที่ 13) โดยมีปัจจัยหนุนจากความนิยมในรถกระบะ ICE ที่ยังอยู่ในระดับสูง (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโมเดลที่ผลิตโดยแบรนด์รถยนต์สัญชาติญี่ปุ่น) และการเปิดตัวกระบะ ICE รุ่นใหม่จากผู้ผลิตชั้นนำในไทย[14/] ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยขึ้น และตอบโจทย์การใช้งานของผู้ขับขี่ที่หลากหลาย
- **แบรนด์สัญชาติสหรัฐฯ**: ยอดจดทะเบียนใหม่ลดลง -24.8% YoY และสัดส่วนยอดจดทะเบียนลดลงมาอยู่ที่ 6.8% ต่อยอดจดทะเบียนใหม่ของรถกระบะโดยรวม (สัดส่วนลดลงต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ภาพที่ 13) โดยมีปัจจัยฉุดรั้งจาก *(1) การคุมเข้มการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน* ทำให้รถกระบะสัญชาติสหรัฐฯ ที่มีราคาจำหน่ายสูงกว่ารถกระบะทั่วไป ขณะที่ตลาดเป้าหมายยังเป็นกลุ่มลูกค้ารายได้ระดับกลาง-ล่าง อาจเพิ่มความเสี่ยงในด้านความสามารถในการชำระหนี้จึงมักยื่นขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ยาก และ *(2) การแข่งขันของตลาดที่รุนแรงขึ้นในเซกเมนต์กระบะพรีเมียม* จากการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตสัญชาติจีนที่เน้นการพัฒนากระบะที่มีเทคโนโลยีทันสมัย แม้จะมีปัจจัยหนุนจากการเปิดตัวกระบะโมเดลใหม่ในปี 2569[15/] ซึ่งมีศักยภาพเชิงเทคโนโลยีและราคาสูงขึ้น แต่ยังไม่สามารถกระตุ้นตลาดได้อย่างมีนัยสำคัญจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่และต้นทุนเชื้อเพลิงที่ปรับเพิ่มขึ้น
- **แบรนด์สัญชาติจีน**: ยอดจดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้น 15.8% YoY และสัดส่วนยอดจดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 1.5% ต่อยอดจดทะเบียนใหม่ของรถกระบะโดยรวม โดยมีปัจจัยหนุนจากการเปิดตัวรถกระบะ ICE, HEV[16/] และ BEV[17/] รุ่นใหม่ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยในราคาที่เข้าถึงได้ และตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการใช้รถยนต์เชิงพาณิชย์ไฟฟ้าที่ช่วยลดต้นทุนเชื้อเพลิงในภาวะที่ราคาน้ำมันปรับเพิ่มขึ้น

Figure 12: New Registration of Pickup Trucks by Brand Origin



Source : Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

Figure 13: Share of New Pickup Truck Registrations by Brand Origin



Source : Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

14/ อาทิ Toyota Hilux Travo ที่ปรับปรุงความแข็งแรงของแชสซีและเซ็ตช่วงล่างใหม่ ติดตั้งระบบช่วยขับขี่ และติดตั้งจอดิจิทัลที่ทันสมัยขึ้น (ที่มา: Toyota)

15/ ที่มา: Headlight Magazine (23 มี.ค. 69)

16/ อาทิ GWM POER SAHAR HEV (ที่มา: Autolifethailand (28 พ.ย. 67))

17/ อาทิ GEELY RIDDARA RD6 (ที่มา: Autolifethailand (1 ธ.ค. 68))

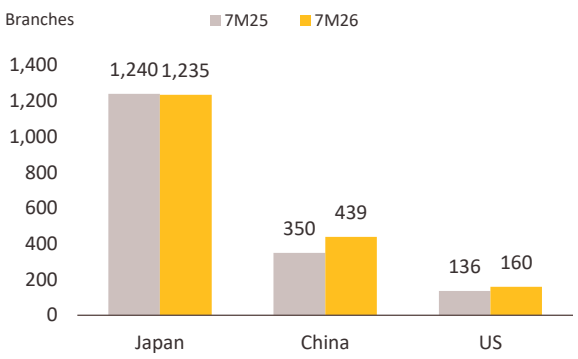
จำนวนสาขาและยอดขายของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

แบรนด์ที่มีจำนวนยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์สูงที่สุด 10 อันดับแรกในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ประกอบด้วย แบรนด์สัญชาติจีน 5 ราย ญี่ปุ่น 4 ราย และสหรัฐฯ 1 ราย **เมื่อพิจารณาจำนวนโชว์รูม (ภาพที่ 14) และยอดขายต่อโชว์รูมต่อเดือน (ภาพที่ 15) ของแบรนด์รถยนต์ 10 อันดับแรก สามารถสรุปได้ดังนี้**

- **แบรนด์สัญชาติญี่ปุ่นและสหรัฐฯ: จำนวนโชว์รูมเพิ่มขึ้น 1.4% อยู่ที่ 1,395 แห่ง** โดยมีปัจจัยหนุนจากการขยายจำนวนโชว์รูมรถกระบะของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นและสหรัฐฯ บางราย เพื่อรองรับยอดขายรถกระบะที่เริ่มกลับมาฟื้นตัวโดยเฉพาะในช่วงไตรมาสสุดท้ายปี 2568 – ไตรมาสแรกปี 2569 (หลังจากที่ยอดขายรถกระบะหดตัวต่อเนื่องติดต่อกันถึง 32 เดือน ในช่วงเดือน ม.ค. 66 – ส.ค. 68) และรองรับยอดขายรถยนต์นั่ง HEV ของค่ายรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง (รถยนต์นั่ง HEV โดยรวมมียอดจดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 41.1% CAGR ในช่วงปี 2565-2568) **อย่างไรก็ตาม ยอดขายต่อโชว์รูมต่อเดือนลดลง -9.8% YoY เฉลี่ย 17.9 คันต่อโชว์รูมต่อเดือน** สอดคล้องกับยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่ง ICE โดยรวมที่ลดลง -3.8% YoY และยอดขายรถกระบะ 1 ตัน ที่ลดลง -1.3% YoY (ยอดขายกระบะกลับมาหดตัวในช่วงเดือน เม.ย.-ก.ค. 69) โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากต้นทุนพลังงานที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนชะลอการซื้อรถกระบะและรถยนต์นั่ง ICE ที่มีต้นทุนเชื้อเพลิงสูงออกไปก่อน
- **แบรนด์สัญชาติจีน: ขยายโชว์รูมเพิ่มขึ้น 25.4% YoY อยู่ที่ 439 แห่ง** เพื่อรองรับยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 179.6% CAGR ในช่วงปี 2565-2568) โดยเฉพาะแบรนด์ที่ได้รับการสนับสนุนภายใต้มาตรการ EV 3.5 ที่เริ่มเข้าสู่ตลาดไทยในช่วงปี 2567-2568 อาทิ Deepal และ Jaecoo ที่ได้ขยายโชว์รูมเพิ่มขึ้นเป็น 55 และ 32 สาขา ตามลำดับ[18/] **ขณะที่ยอดขายต่อโชว์รูมเพิ่มขึ้น 87.7% YoY อยู่ที่ 35.8 คันต่อโชว์รูมต่อเดือน** โดยมีปัจจัยหนุนจากยอดจดทะเบียนใหม่ของรถยนต์นั่ง BEV ที่เพิ่มขึ้นจากการเร่งจดทะเบียนรถยนต์นั่ง BEV ที่ได้รับการสนับสนุนภายใต้มาตรการ EV 3.0 ในเดือน ม.ค. 69 และต้นทุนพลังงานที่ปรับเพิ่มขึ้น

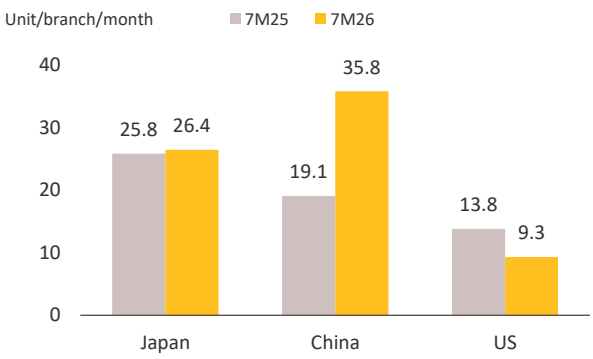
อย่างไรก็ตาม ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แบรนด์สัญชาติญี่ปุ่นบางส่วน โดยเฉพาะแบรนด์ที่ยังพึ่งพายอดขายรถยนต์นั่ง ICE เป็นหลักและมียอดขายลดลงในช่วงที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ได้ดำเนินการปรับกลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อรับมือกับความท้าทายทางธุรกิจ อาทิ *(1) การปรับลดจำนวนโชว์รูมลง* โดยพื้นที่ต่างจังหวัดปรับลดลงเหลือจังหวัดละ 1 แห่ง เพื่อเป็นศูนย์กลางให้บริการหลังการขายสำหรับลูกค้า *(2) การปรับไปเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับค่ายรถยนต์สัญชาติจีน* ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วงที่ผ่านมา และ *(3) การแบ่งพื้นที่ครึ่งหนึ่งของโชว์รูมเดิมสำหรับขายรถยนต์สัญชาติจีน* ขณะที่พื้นที่อีกครึ่งหนึ่งยังคงใช้สำหรับการขายรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นเดิมเพื่อลดต้นทุนในการให้บริการ[19/] นอกจากนี้ ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นบางส่วนได้ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ช่องทางอื่นๆ นอกเหนือจากรายได้หลักจากการขายรถยนต์ใหม่ อาทิ ธุรกิจรถเช่า ธุรกิจศูนย์ซ่อมบำรุงและดูแลรถยนต์ ธุรกิจนายหน้าประกันภัย และธุรกิจรถยนต์มือสอง[20/]

Figure 14: Dealer Branches of the Top 10 Automotive Brands in Thailand, by Brand Origin



Source : Krungsri Research

Figure 15: Average Monthly Sales per Branch of the Top 10 Automotive Brands in Thailand, by Brand Origin



Source : Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

18/ สืบค้นจาก https://www.changan.co.th/th/dealer/ และ https://www.omodajaecoo.co.th/th/dealerslist เมื่อวันที่ 16 ก.ค. 69

19/ ที่มา: ประชาชาติธุรกิจ (29 ก.ค. 69)

20/ ที่มา: Autolifethailand (9 เม.ย. 69)

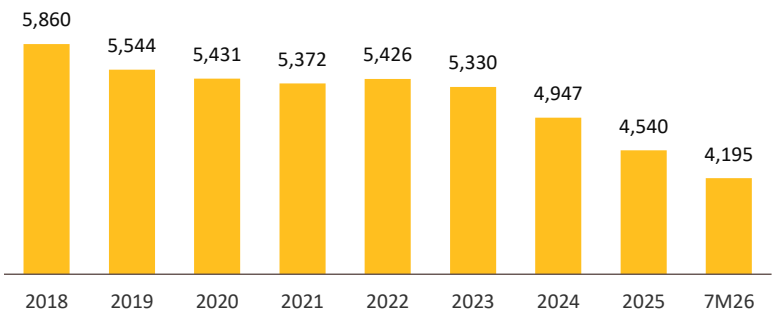
รายได้จากการให้บริการหลังการขายและจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่

รายได้จากการให้บริการหลังการขายและจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่ลดลง สอดคล้องกับยอดจดทะเบียนสะสมของรถยนต์โดยรวมที่มีอายุน้อยกว่า 5 ปีที่ลดลง -7.6% YoY อยู่ที่ 4.2 ล้านคัน ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 (ภาพที่ 16) ผลจากปัจจัยฉุดรั้ง[21/] ได้แก่

- **การคุมเข้มการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน** ผ่านมาตรการบริหารจัดการคุณภาพสินเชื่อที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา อาทิ มาตรการพักชำระหนี้ การปรับโครงสร้างหนี้ รวมทั้งการอนุมัติสินเชื่อที่เข้มงวดมากขึ้น เพื่อควบคุม NPL และ SML ของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องนับจากไตรมาส 3 ปี 2565 ถึงไตรมาส 2 ปี 2567
- **ภาวะแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศและราคาสินค้าเกษตรที่อยู่ในระดับต่ำ** ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลผลิตและรายได้ในภาคเกษตรกรรม ทำให้เกษตรกรบางส่วนชะลอการเปลี่ยนรถกระบะที่ใช้ในการขนส่งพืชผลทางการเกษตรออกไป ขณะที่เกษตรกรบางส่วนที่ต้องการซื้อรถกระบะใหม่ ไม่สามารถขอสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ได้ จากสถานะทางการเงินที่ยังอ่อนแอ
- **จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง** และยังไม่สามารถฟื้นตัวกลับไปสู่ระดับในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อยอดขายยานพาหนะที่ใช้ในการรับส่งนักท่องเที่ยว อาทิ รถตู้ รถโดยสาร และรถกระบะ
- **ภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่** รวมถึงหนี้ครัวเรือนและค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคโดยรวมและอุปสงค์ของรถยนต์ในหลากหลายเซกเมนต์

ขณะที่รายได้จากการให้บริการหลังการขายและจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่สำหรับรถยนต์นั่ง BEV มีทิศทางเพิ่มขึ้นในช่วงที่ผ่านมา ตามยอดจดทะเบียนสะสมของรถยนต์นั่ง BEV ที่มีอายุน้อยกว่า 5 ปี ที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 189.2% CAGR ในช่วงปี 2564-2568 จากสัดส่วน 0.4% ต่อยอดจดทะเบียนสะสมของรถยนต์นั่งโดยรวมในปี 2564 (ก่อนมีมาตรการ EV 3.0 และ EV 3.5) เป็น 21.9% ในเดือน ก.ค. 69 (ภายใต้การสนับสนุนของมาตรการ EV 3.0 และ EV 3.5) โดยมีปัจจัยหนุน[19/] ได้แก่ *(1) มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ* ผ่านการให้เงินอุดหนุนโดยตรง มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้อง และข้อกำหนดด้านการผลิตชดเชยในประเทศภายใต้มาตรการ EV 3.0 (ปี 2565-2568) และมาตรการ EV 3.5 (ปี 2567-2570) *(2) การเปิดตัวโมเดลรถยนต์นั่ง BEV รุ่นใหม่* ซึ่งมีเทคโนโลยีทันสมัยมากขึ้นในราคาเข้าถึงได้ โดยเฉพาะในช่วงปี 2568-2569 ที่ค่ายรถยนต์ EV วางจำหน่ายโมเดลใหม่หลายรุ่นที่สามารถวิ่งได้ไกลมากกว่า 400 กิโลเมตรต่อรอบการอัดประจุ และ *(3) การลงทุนขยายสถานีอัดประจุสำหรับ EV* ทำให้ ณ เดือน เม.ย. 69 ไทยมีสถานีอัดประจุรวม 4,817 แห่ง (เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 48.1% CAGR ในช่วงปี 2566-2569) และเครื่องอัดประจุรวม 14,486 เครื่อง (เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 46.3% CAGR)[22/]

Figure 16: Cumulative Registrations of Cars under 5 Years Old
(Thousand Units)



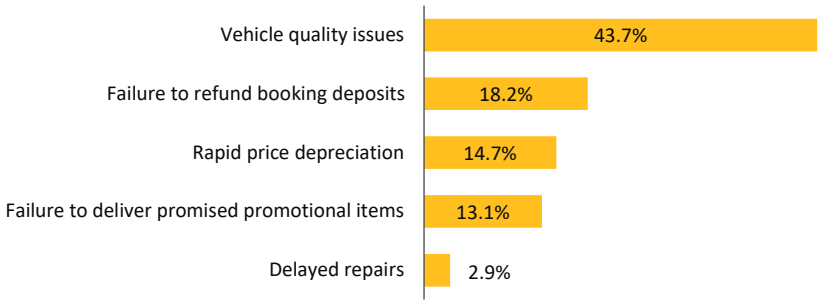
Source: Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

21/ รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถอ่านได้ใน แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมรถยนต์ ปี 2567-2569, ปี 2568-2570 และ ปี 2569-2571

22/ ที่มา: EVAT

อย่างไรก็ตาม ปัญหาเรื่องบริการหลังการขายยังคงเป็นปัจจัยท้าทายที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคใน EV สัญชาติจีน โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากกลยุทธ์ของค่ายรถยนต์ EV สัญชาติจีนที่ส่วนใหญ่มักจะเน้นเพิ่มยอดขายก่อน แล้วจึงทยอยเพิ่มตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการตามมา[23/] ทำให้เกิดปัญหาด้านบริการหลังการขายที่ยังรองรับไม่เพียงพอ โดยเฉพาะความล่าช้าในการซ่อมบำรุง และการติดตั้งอุปกรณ์เสริมไม่ครบตามที่ระบุในโปรโมชันส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นปัญหาที่มีจำนวนผู้ใช้ EV ร้องเรียนในสัดส่วนรวมกันถึง 16.0% ต่อเรื่องร้องเรียนปัญหาการใช้รถยนต์ไฟฟ้าทั้งหมด ในช่วงปี 2567-2569[24/] (ภาพที่ 17)

Figure 17: Top Five Most Common EV-Related Complaints (2024–2026)



Source: Office of the Consumer Protection Board (OCPB) and CarOnline (July 7, 2026).

23/ ต่างจากกลยุทธ์ของแบรนด์รถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นเดิมที่เน้นการขยายศูนย์บริการ ตัวแทนจำหน่าย และชัพพลายเชนที่เกี่ยวข้องในช่วงแรกที่เริ่มเปิดตลาดในไทย (ที่มา: MGR Online (3 เม.ย. 69))

24/ ที่มา: สคบ. และ CarOnline (7 ก.ค. 69)

แนวโน้มธุรกิจ

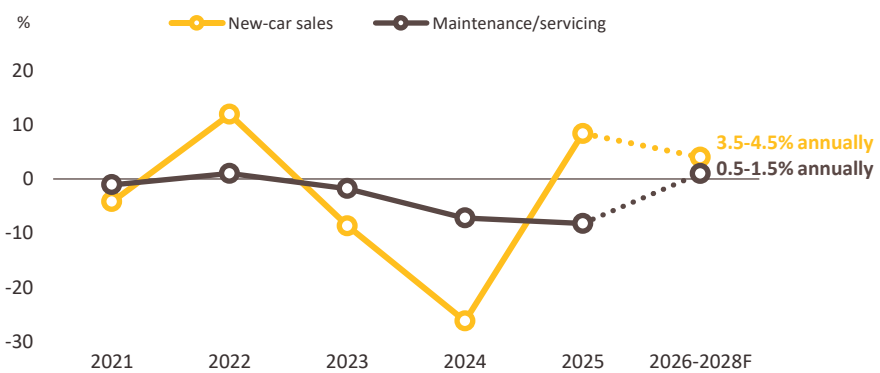
รายได้จากการจำหน่ายรถยนต์

ในช่วงปี 2569-2571 รายได้จากการจำหน่ายรถยนต์โดยรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 3.5-4.5% **ต่อปี** (ภาพที่ 18) สอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของยอดขายรถยนต์ (ภาพที่ 19) โดยมีปัจจัยหนุน ได้แก่

- **มาตรการภาครัฐในการส่งเสริมการใช้** EV ได้แก่ *(1) มาตรการรอบใหม่* ผ่านมาตรการเปลี่ยนผ่านพลังงาน ซึ่งคาดว่าจะเอื้อต่อการใช้รถยนต์พลังงานสะอาดและความต้องการรถยนต์ XEV โดยรวมภายในประเทศมากขึ้น เพื่อลดการใช้เชื้อเพลิงและมลภาวะทางอากาศ โดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินการภายในปี 2570 (ที่มา: การเงินธนาคาร (23 มิ.ย. 69)) และ *(2) มาตรการ EV 3.5* ที่จะสิ้นสุดช่วงเวลาให้เงินอุดหนุนสำหรับ BEV ที่ผลิตและจำหน่ายในประเทศ ตั้งแต่ปี 2571 เป็นต้นไป ซึ่งจะยังคงส่งผลกระตุ้นตลาดโดยคาดว่าจะมีการเร่งซื้อก่อนสิ้นสุดมาตรการ
- **การปรับลดภาษีสรรพสามิตสำหรับ HEV และ MHEV (Mild HEV)** ลงมาอยู่ที่อัตรา 6-9% และ 10-12% ตามลำดับ ในช่วงปี 2569-2575 สำหรับค่ายรถยนต์ที่ลงทุนตามเงื่อนไขที่กำหนด ทำให้รถยนต์นั่ง HEV และ MHEV มีราคาจำหน่ายที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้น
- **การออกโปรโมชันส่งเสริมการขาย** เพื่อระบายสต็อคสำหรับรถยนต์นั่ง BEV ที่ผลิตชดเชยในประเทศ ในสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 2-3 เท่าของยอดนำเข้ามาจำหน่ายในช่วงก่อนหน้า ภายใต้ข้อกำหนดของมาตรการ EV 3.5 (ปี 2569-2570)
- **การทยอยฟื้นตัวของยอดขายรถกระบะ** จากการเข้าสู่รอบการเปลี่ยนรถกระบะครั้งใหม่ หลังจากที่ผู้ใช้รถกระบะส่วนใหญ่ยืดอายุการใช้งานรถกระบะในช่วงก่อนหน้า นับตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19[25/] รวมถึงปัจจัยหนุนจากการลงทุนภาคเอกชนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยหนุนอุปสงค์ของรถกระบะและรถบรรทุกขนาดเล็กที่ใช้เพื่อการพาณิชย์

อย่างไรก็ตาม ตลาดรถยนต์ในไทยคาดว่าจะเผชิญปัจจัยฉุดรั้งที่อาจจำกัดการเติบโตของรายได้จากการจำหน่ายรถยนต์โดยรวม ได้แก่ *(1) กำลังซื้อที่ยังเปราะบางของผู้บริโภค* ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ค่าครองชีพที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจทำให้สถาบันการเงินยังคงเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อโดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่รายได้ระดับปานกลาง-ล่าง *และ (2) การแข่งขันที่ยังคงรุนแรง* โดยเฉพาะในกลุ่มรถยนต์นั่ง BEV ทั้งในรูปของการแข่งขันด้านราคาที่อาจส่งผลต่อรายได้ และในรูปค่าใช้จ่ายด้านการแข่งขันส่งเสริมการขาย ที่ส่งผลต่อต้นทุนดำเนินการ อาจจำกัดความสามารถในการทำกำไร

Figure 18: Car Dealership Revenue Growth Forecast



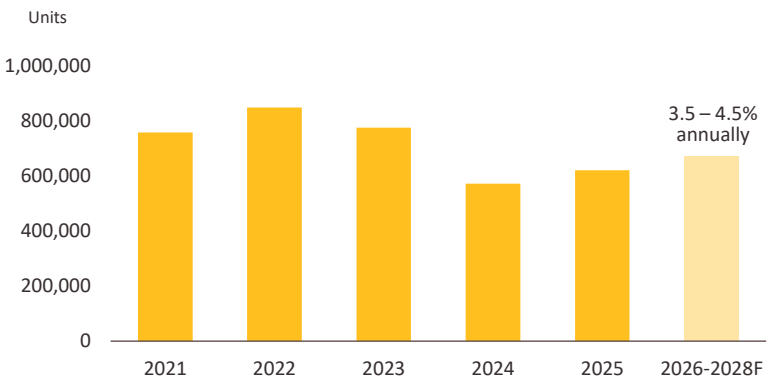
Source : The Federation of Thai Industries (FTI), Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

25/ ในช่วงปี 2564-2568 ยอดจดทะเบียนสะสมของกระบะที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 3.8% ต่อปี และทำให้ในปี 2568 ประเทศไทยมียอดจดทะเบียนสะสมของกระบะที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปอยู่ที่ 4,878,397 คัน คิดเป็นสัดส่วน 69.9% ของยอดจดทะเบียนสะสมของรถกระบะทั้งหมด (ที่มา: DLT).

รายได้จากการให้บริการหลังการขายและจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่

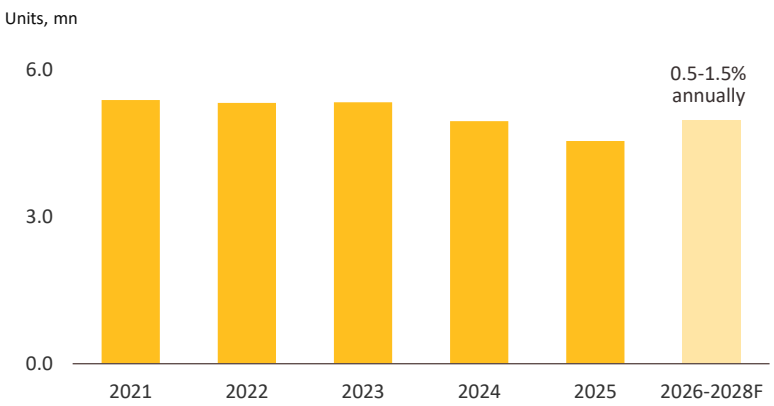
รายได้จากการให้บริการหลังการขายและจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 0.5-1.5% ต่อปี (ภาพที่ 18) สอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของยอดจดทะเบียนสะสมของรถยนต์ที่มีอายุน้อยกว่า 5 ปี (ภาพที่ 20) โดยมีปัจจัยหนุน ได้แก่ *(1) ยอดจดทะเบียนสะสมของรถยนต์ที่มีอายุ 0 – 3 ปี โดยรวมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น* เนื่องจาก NPL และ SML ของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ที่ลดลงต่อเนื่อง ทำให้สถาบันการเงินเริ่มผ่อนคลายการอนุมัติสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และหนุนให้ยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศโดยรวมเริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ปี 2568 และ *(2) ยอดจดทะเบียนสะสมของรถยนต์นั่ง BEV ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น* เป็นผลจากมาตรการสนับสนุนของภาครัฐในช่วงที่ผ่านมา โดยเฉพาะรถยนต์นั่ง BEV ที่มีอายุ 4-5 ปี ที่มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงปี 2565-2566 ภายใต้การสนับสนุนของมาตรการ EV 3.0 *อย่างไรก็ตาม รายได้จากการให้บริการหลังการขายและจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่สำหรับรถยนต์นั่งและกระบะ ICE ที่มีอายุ 4-5 ปี ยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างจำกัด* โดยมีปัจจัยฉุดรั้งจากการคุมเข้มการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของสถาบันการเงินในช่วงก่อนหน้า ทำให้ยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศโดยรวมลดลงในช่วงปี 2566-2567

Figure 19: Domestic Car Sales Forecast



Source : The Federation of Thai Industries (FTI), Krungsri Research

Figure 20: Cumulative Registrations of Cars under 5 Years Old Forecast



Source : Department of Land Transport (DLT), Krungsri Research

ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มีแนวโน้มได้รับอานิสงส์จากยอดขายรถยนต์โดยรวม และยอดจดทะเบียนสะสมของรถยนต์ที่มีอายุน้อยกว่า 5 ปีที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ยังคงเผชิญความท้าทายจากยอดขายและรายได้จากการให้บริการหลังการขายสำหรับรถยนต์นั่ง ICE ที่มีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องจากการเข้าสู่ระยะเปลี่ยนผ่านสู่การใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเมื่อพิจารณา**โอกาสและความท้าทายทางธุรกิจของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์จำแนกตามสัญชาติ สามารถสรุปได้ดังนี้**

- **แบรนด์สัญชาติญี่ปุ่น** จะได้รับอานิสงส์ ได้แก่ *(1) มาตรการสนับสนุนรถยนต์นั่ง HEV* ผ่านการปรับลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ HEV ที่ผลิตในประเทศ และมาตรการเปลี่ยนผ่านพลังงาน[26/] ซึ่งจะช่วยหนุนให้รถยนต์นั่ง HEV มีราคาที่เข้าถึงได้มากขึ้น *(2) ข้อได้เปรียบด้านบริการหลังการขาย* จากศูนย์บริการที่กระจายตัวครอบคลุมทั่วประเทศ และสต็อคชิ้นส่วนอะไหล่คงคลังที่พร้อมให้บริการ ทำให้รถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นยังคงได้รับความนิยมสูงสำหรับผู้บริโภคในไทยที่ให้ความสำคัญกับด้านบริการหลังการขาย และ *(3) ยอดจำหน่ายรถกระบะในประเทศที่มีแนวโน้มเริ่มทยอยฟื้นตัว* โดยมีปัจจัยหนุนจากการเข้าสู่รอบการเปลี่ยนรถกระบะครั้งใหม่และการลงทุนภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้น รวมถึงข้อได้เปรียบด้านเทคโนโลยีของรถกระบะ ICE ที่ในปัจจุบันยังเหมาะสำหรับการใช้งานในเชิงพาณิชย์มากกว่า[27/] อย่างไรก็ตาม แบรนด์รถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นที่พึ่งพายอดขายรถยนต์นั่ง ICE เป็นหลักจะยังคงเผชิญความเสี่ยงจากยอดขายรถยนต์นั่ง ICE ในไทยที่ยังคงมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง
- **แบรนด์สัญชาติจีน** จะได้รับอานิสงส์ ได้แก่ *(1) มาตรการสนับสนุนรถยนต์นั่ง BEV* ผ่านมาตรการ EV 3.5 และมาตรการส่งเสริมการใช้ EV รอบใหม่ของภาครัฐ ซึ่งจะช่วยหนุนให้รถยนต์นั่ง BEV ยังคงมีราคาที่แข่งขันได้ *(2) การเปิดตัวรถยนต์นั่งไฟฟ้าโมเดลใหม่* ทั้งรถยนต์นั่งไฟฟ้าในกลุ่ม B- และ C- Segment ที่มีราคาต่ำกว่า 1.1 ล้านบาท และรถยนต์ SUV พรีเมียมไฟฟ้า ที่มีราคาตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยมากขึ้น และมีระยะทางวิ่งต่อรอบการอัดประจุเพิ่มขึ้น *(3) การเปิดตัวรถกระบะพรีเมียมรุ่นใหม่* ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่นิยมรถกระบะสำหรับใช้งานอเนกประสงค์และมีเทคโนโลยีทันสมัย และ *(4) การขยายตัวของห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง* อาทิ ศูนย์ทดสอบและซ่อมบำรุงแบตเตอรี่ สถานีอัดประจุ และซัพพลายเออร์ชิ้นส่วนรถยนต์ไฟฟ้าในไทย เพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณการผลิต EV ที่เพิ่มขึ้นของค่ายรถยนต์สัญชาติจีนที่เริ่มเดินสายการผลิตในไทยในช่วงที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม แบรนด์รถยนต์สัญชาติจีนยังคงเผชิญความเสี่ยงจากปัญหาด้านบริการหลังการขายที่อาจยังมีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค การเร่งระบายสต็อครถยนต์นั่ง BEV ในปี 2570 จากผู้ผลิตรถยนต์สัญชาติจีนที่ต้องผลิตชดเชยในสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 3 เท่าของยอดนำเข้ามาจำหน่ายในช่วงก่อนหน้า และราคาเบี้ยประกันรถยนต์ BEV ที่สูงกว่ารถยนต์ประเภทอื่นๆ
- **แบรนด์สัญชาติยุโรปและสหรัฐฯ** แม้ในภาพรวมจะยังคงได้รับอานิสงส์จากกำลังซื้อที่ยังแข็งแกร่งของผู้บริโภคที่มีรายได้ในระดับกลาง-บน และข้อได้เปรียบของแบรนด์ในด้านภาพลักษณ์และความเป็นผู้นำทางเทคโนโลยี แต่ยอดขายโดยรวมยังคงเผชิญปัจจัยท้าทายจากการเข้ามาท้าชิงส่วนแบ่งตลาดจากแบรนด์รถยนต์สัญชาติจีน ซึ่งคาดว่าจะมีการเปิดตัวโมเดลใหม่เพิ่มขึ้นในกลุ่มรถยนต์นั่งและกระบะพรีเมียมที่มีเทคโนโลยีทันสมัย (อาทิ เบาะนั่งพร้อมระบบนวด ระบบช่วยขับขี่อัจฉริยะ) และมีราคาที่ได้เปรียบโมเดล ICE พรีเมียมของค่ายรถยนต์สัญชาติยุโรป นอกจากนี้ ต้นทุนเชื้อเพลิงที่ยังอยู่ในระดับสูงจะทำให้ผู้บริโภคบางส่วนชะลอการซื้อรถยนต์ICE สัญชาติยุโรปออกไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโมเดลที่มีเครื่องยนต์ขนาดใหญ่และสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงมากกว่าโมเดลทั่วไป

26/ กระทรวงการคลังเตรียมออกมาตรการเปลี่ยนผ่านพลังงาน เพื่อจูงใจให้คนไทยใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น โดยคาดว่าจะอุดหนุนผ่านสถาบันการเงินหรือบริษัทไฟแนนซ์ที่ปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ผ่านรูปแบบการสนับสนุน ได้แก่ การให้เงินอุดหนุนโดยตรง การสนับสนุนผ่านสินเชื่อเช่าซื้อหรือให้ดอกเบี้ยอัตราพิเศษ และมาตรการทางการเงินอื่นๆ ที่ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ซื้อ (ที่มา: ฐานเศรษฐกิจ (23 มิ.ย. 69))

27/ เมื่อเทียบกับรถกระบะไฟฟ้าที่ต้องใช้เวลาในการเติมพลังงานนานกว่า ต้องวางแผนการเดินทางโดยคำนึงถึงสถานีอัดประจุ และระยะทางวิ่งต่อรอบการอัดประจุที่ยังไม่เหมาะสำหรับการวิ่งในระยะทางไกล

วิจัยกรุงศรี

ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ

ผู้บริหารสายงานวิจัยและหัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ

ทีมวิจัยเศรษฐกิจ

สุจิต ชัยวิชญชาติ

ผู้บริหารทีมวิจัยเศรษฐกิจมหภาค

วนิชา ดิเรกอุดมศักดิ์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

ปิยะวดี จิระศิริสุวรรณ

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

ทรรศิน กลิ่นถนอม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

กฤตพร ศิริใจชิงกุล

นักเศรษฐศาสตร์

ศุภสิน อิทธิพัทธ์วงศ์

นักเศรษฐศาสตร์

วณัช บัณฑิตาโสภณ

นักเศรษฐศาสตร์

ทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

พูลสุข นิลกิจศรานนท์

ผู้บริหารทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

ณธัญอร รัตนาธรรมวัฒน์

นักวิจัยอาวุโส

นฤชยา สาตแฟง

นักวิจัย

ปริญญา มิ่งสกุล

นักวิจัย

ชณัฐฐา ธาระรส

นักวิจัย

ทีมบริหารระบบข้อมูลวิจัย

ธมณ เสริญสุขสกุล

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

เชิดศักดิ์ ศรีชัยตัน

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

วงศกร แก้วอุดทัง

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

ทีมวิจัยอุตสาหกรรม

ธเนศ มหัทธนาลัย

ผู้บริหารทีมวิจัยอุตสาหกรรม

ดร.ปฏิญญา หรรษ์อิทธินันต์

นักวิเคราะห์อาวุโส (IECC Project, Petrochemicals, Refinery, Bio-Diesel, Ethanol, Plastic)

ชัยวัช โชวเจริญสุข

นักวิเคราะห์อาวุโส (Agriculture, Agri-Machinery, Fertilizer)

ณัฐชาติ วิรุฬหอัศว

นักวิเคราะห์อาวุโส (Agriculture, Food & Beverages, Restaurant, FTA)

พุทธชาด ลุนคำ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Construction Contractors, Construction Materials, Hotels, Steel)

พัชรา กลิ่นชวนชื่น

นักวิเคราะห์อาวุโส (Real Estate)

ธรัทนล ศรีทองเติม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industrial Estate, Mobile Operator, Modern Trade, Mass Transit, Transportation)

ประพันธ์ ลีน้อย

นักวิเคราะห์ (Power Generation, Renewable Energy, ESG, Taxonomy)

ศุภวัฒน์ โชคสวัสดิ์ไพศาล

นักวิเคราะห์ (Automobile, Auto Part, Auto-Hire Purchase)

รพีภูมิ ลาภมาก

นักวิเคราะห์ (Electronics & Electrical Appliances, PCB, Data Center, Digital)

ฉัตรวลี เมธาสถิตย์สุข

นักวิเคราะห์ (Healthcare, Pharmaceutical, Medical Devices)