

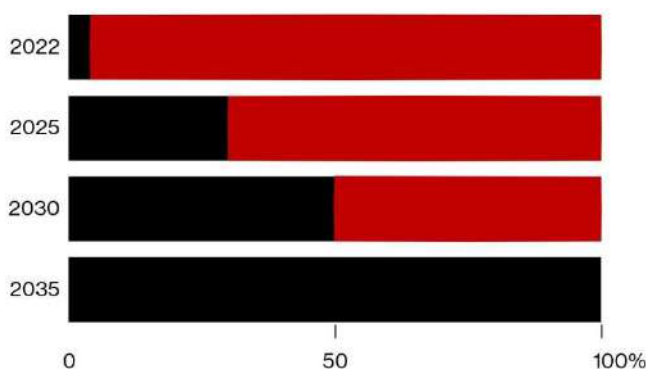
กระแสนยานยนต์ไฟฟ้า

บริษัท ไวซ์ไซท์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท Cint และ บริษัท คัสต้อม เอเชีย จำกัด ได้ร่วมมือกันศึกษากระแสของตลาดยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย และพบว่านอกเหนือจากที่ทางด้านรัฐบาลไทยเองก็ให้การสนับสนุนยานยนต์ไฟฟ้าโดยมีเป้าหมายว่ายานยนต์ในประเทศจะเป็นยานยนต์ไฟฟ้าทั้งหมดในปี 2593

มุมมองยานยนต์ไฟฟ้า

ประเทศไทยต้องการเปลี่ยนยานพาหนะที่จำหน่ายในประเทศทั้งหมดเป็นรถยนต์ไฟฟ้าตั้งแต่ปี 2578 เป็นต้นไป

- ยานยนต์ไร้มลพิษ
- เครื่องยนต์สันดาปภายใน และ ยานยนต์ชนิดอื่นๆ



ที่มา: กระทรวงพลังงาน

ในปี 2564 ที่ผ่านมารถยนต์ไฟฟ้าเติบโตขึ้นกว่าร้อยละ 43

ข้อมูลการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าตั้งแต่เดือนมกราคม-มีนาคม 2565 ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์จากสถาบันยานยนต์ ยังแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มเชิงบวกต่อการนำยานยนต์ไฟฟ้ามาใช้ โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับยานยนต์สันดาปภายในที่อยู่ในจุดอิ่มตัวแล้ว

ประเภทรถยนต์	มกราคม-2565	กุมภาพันธ์-2565	มีนาคม-2565	%อัตราการเปลี่ยนแปลง	
				เดือนต่อเดือน ม.ค. - ก.พ.	เดือนต่อเดือน ก.พ. - มี.ค.
ICE	79,884	76,662	93,393	-4%	22%
HEV	4,335	5,336	7,257	23%	36%
PHEV	722	957	1,290	33%	35%
BEV	264	349	657	32%	88%

ในขณะเดียวกัน เมื่อกลับมามองที่ตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า

ประเภทจักรยานยนต์	มกราคม-2565	กุมภาพันธ์-2565	มีนาคม-2565	%อัตราการเปลี่ยนแปลง	
				เดือนต่อเดือน ม.ค. - ก.พ.	เดือนต่อเดือน ก.พ. - มี.ค.
ICE	158,639	162,640	168,958	3%	4%
HEV	20	27	47	35%	74%
BEV	345	509	743	48%	46%

กระแสดังกล่าวยังสนับสนุนไปในทิศทางเดียวกันในด้านการเติบโตของตลาดในเชิงบวกต่อจักรยานยนต์ไฟฟ้าเมื่อเปรียบเทียบกับจักรยานยนต์สันดาปภายใน

เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้รับจากวิเคราะห์สื่อโซเชียลมีเดียระหว่างเดือนมิถุนายน 2564 - เมษายน 2565 โดย บริษัท ไวซ์ไซท์ (ประเทศไทย) จำกัด พันธมิตรการวิจัยสื่อโซเชียลมีเดียของ บริษัท คัสต้อม เอเซีย จำกัด พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานยานยนต์ไฟฟ้ามีความกังวลในประเด็นดังต่อไปนี้



ระยะทางที่ยานยนต์เดินทาง
ได้สูงสุดหลังชาร์จเต็ม



ระยะเวลาในการชาร์จไฟฟ้า



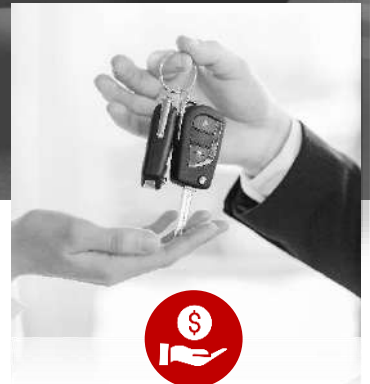
สถานีชาร์จไฟฟ้า



อัตราเร่ง



ค่าบำรุงรักษา



ราคาขายต่อ

จากการเก็บข้อมูลโซเชียลมีเดียพบว่า

แบรนด์รถยนต์ ที่ถูกพูดถึงอย่างมากในสื่อโซเชียลในยานยนต์ไฟฟ้า คือ



PORSCHE



แบรนด์รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ที่ถูกพูดถึงอย่างมากในสื่อโซเชียลในยานยนต์ไฟฟ้า คือ



ที่กล่าวไปคือแบรนด์ที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในด้านการพัฒนายานยนต์ไฟฟ้า

นอกเหนือจากการวิเคราะห์สื่อโซเชียลมีเดีย บริษัท Cint และ บริษัท คัสต้อม เอเซีย จำกัด ได้ทำการจัดทำการศึกษาวิจัยออนไลน์ในช่วงระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม 2565 เพื่อรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าที่ใช้ยานยนต์ไฟฟ้า (xEV) ลูกค้าที่ใช้ยานยนต์ไฟฟ้าจะมีรถมากกว่า 1 คัน และมีรถมากกว่า 2 ประเภท

เจ้าของรถยนต์ประเภทยานยนต์ไฟฟ้า xEV 100 ราย



BEV

ยานยนต์ไฟฟ้า
พลังงานแบตเตอรี่

55



PHEV

ยานยนต์ปลั๊กอินไฮบริด

66



HEV

ยานยนต์ไฮบริด

43



ICE

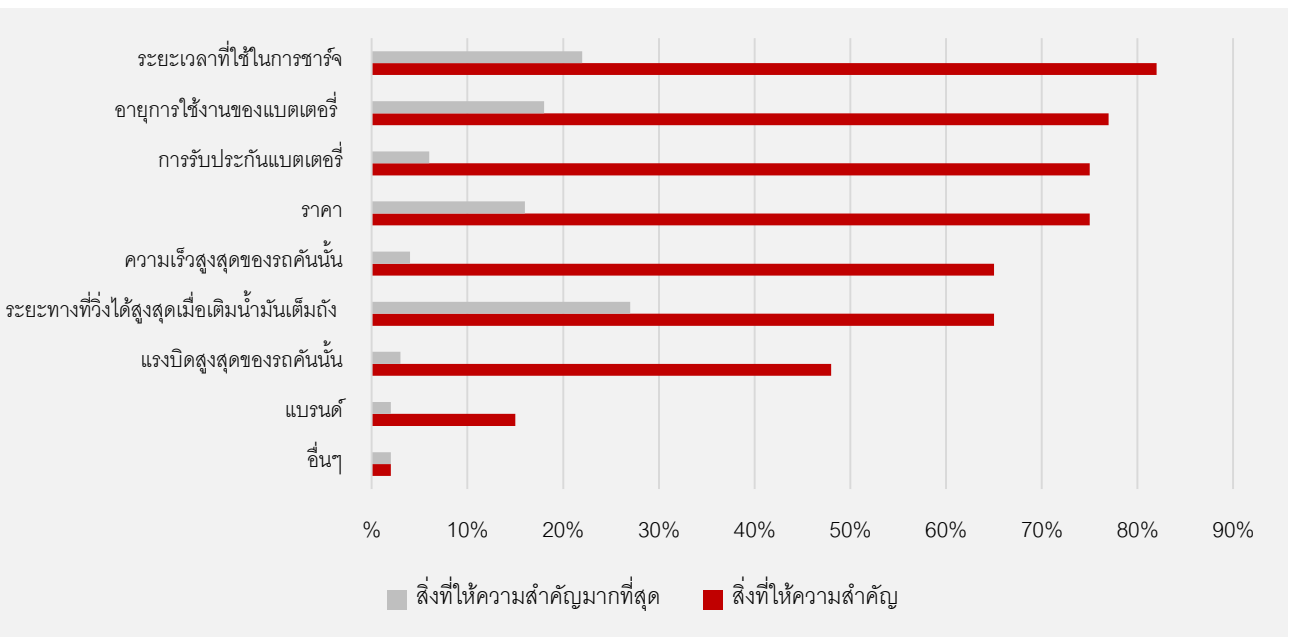
ยานยนต์ประเภท
เครื่องยนต์สันดาปภายใน

35

(จำนวนประเภทรถยนต์ในครอบครองต่อหนึ่งผู้ใช้โดยเฉลี่ย คือ 2 ประเภท)

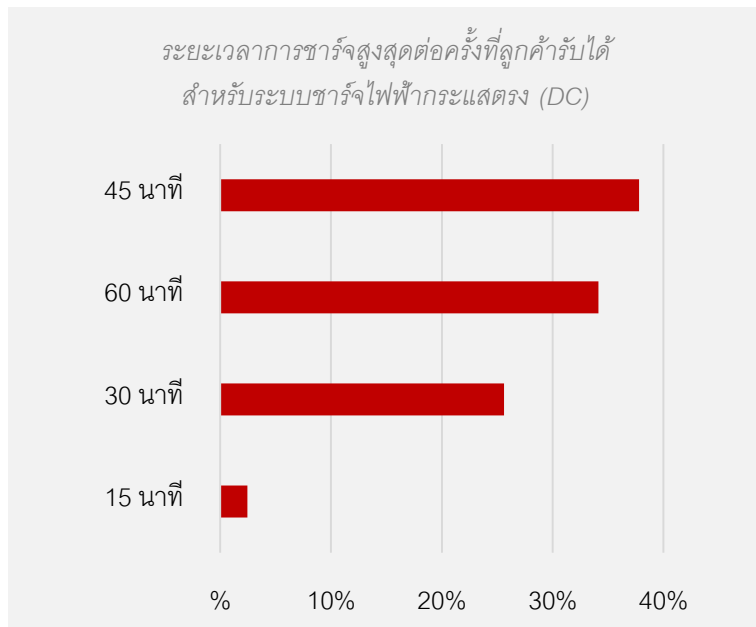
ระยะการขับขี่ ระยะเวลาในการชาร์จ อายุการใช้งานแบตเตอรี่ และ ราคา เป็นหัวข้อหลักที่เหล่าผู้ใช้นยานยนต์ไฟฟ้าแสดงความกังวล

อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าพลังงานแบตเตอรี่ (BEV) ได้ทำการขยายตัวในประเทศไทยจากการสนับสนุนของกลุ่มผู้ใช้รถ ทว่า สิ่งที่ทำทลายคือการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ BEV เพื่อความสะดวกและสร้างประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับผู้ใช้งาน จากการศึกษาพบว่าคนไทยให้การยอมรับยานยนต์ประเภท BEV กันมากขึ้น โดยสิ่งที่ลูกค้าแสดงความกังวลอย่างมาก คือ หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับแบตเตอรี่ บางท่านอาจจะคิดว่าข้อเสียของรถ BEV คือราคาสูง แต่จากสำรวจของเราพบว่าคนไทย ได้กำหนดเกณฑ์ในการเลือกซื้อรถ BEV ขึ้นมา ซึ่งไม่ใช่แค่ราคาเท่านั้น แต่ยังพิจารณาครอบคลุมถึงความเร็วในการชาร์จ อายุการใช้งานแบตเตอรี่ และ ระยะเวลาการรับประกันแบตเตอรี่

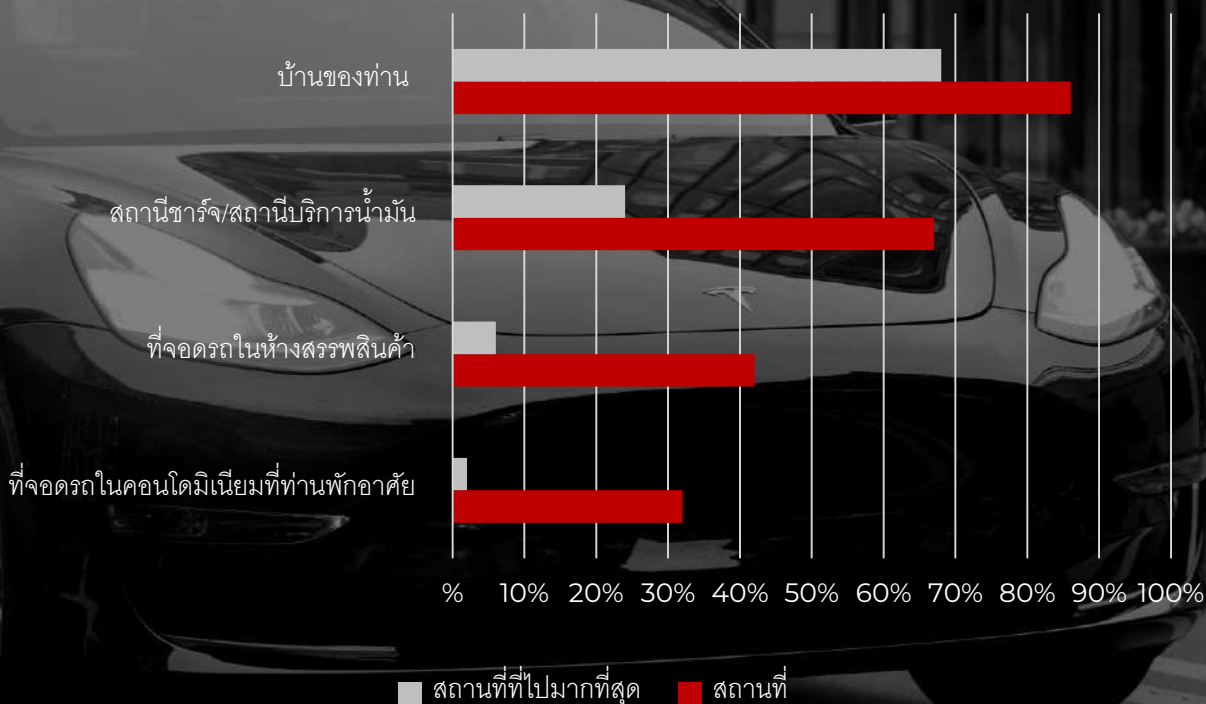


ระยะเวลาในการชาร์จที่เหมาะสมคือ 30-45 นาที โดยกลุ่มผู้ใช้เลือกที่จะชาร์จรถที่บ้านมากกว่า

ความเร็วในการอัดประจุไฟฟ้าเป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อที่สำคัญที่สุดจากความเห็นของกลุ่มผู้ใช้รถ BEV โดยเห็นได้ชัดจากงานวิจัยของเราว่ากลุ่มผู้ใช้ส่วนใหญ่ต้องการให้รถของพวกเขาชาร์จเต็มภายในเวลา 45 นาทีด้วยไฟฟ้ากระแสตรง นอกจากนี้ ร้อยละ 86 ของผู้ตอบแบบสอบถามกล่าวว่าพวกเขามักจะชาร์จรถ BEV ที่สถานีชาร์จใกล้บ้าน การค้นพบนี้เป็นการยืนยันความจริงที่ว่ารถ BEV ในขณะนี้เป็นตัวช่วยสนับสนุนไลฟ์สไตล์ที่มีการเดินทางระยะสั้นได้เป็นอย่างดี



ลูกค้าต้องการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (BEV) ในสถานที่ใดมากที่สุด

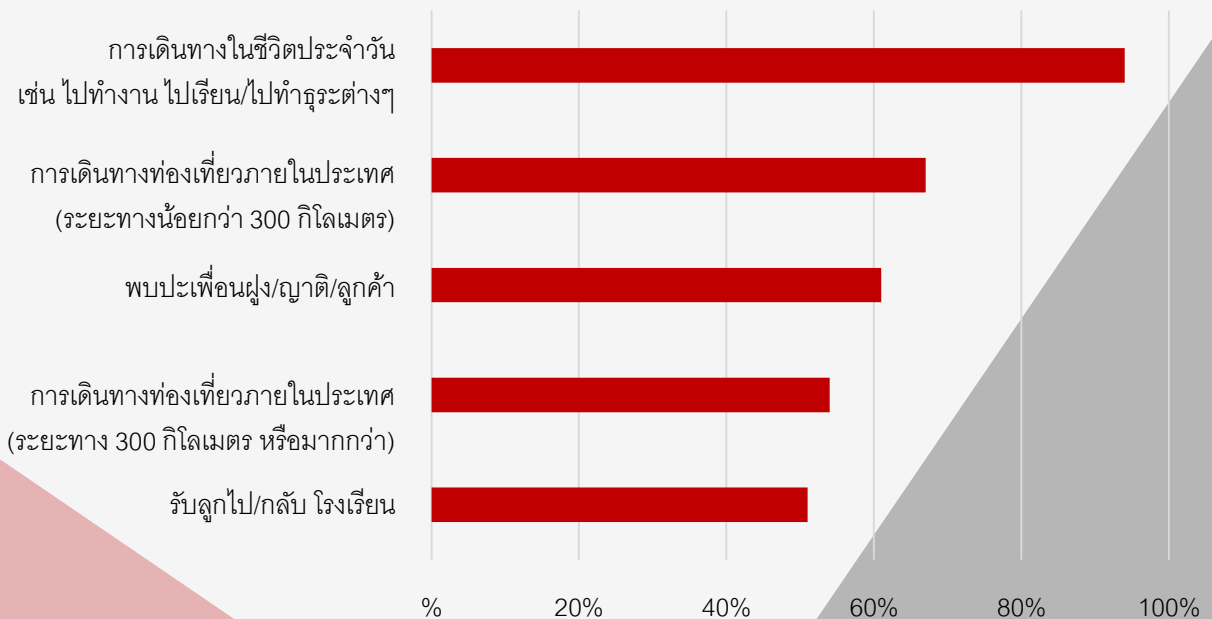


จุดประสงค์ในการใช้รถ BEV

คือการเดินทางไปทำธุระและการเดินทางระยะสั้น

ในสายตาสาธารณชนนั้น ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้หรือผู้ที่ตั้งใจจะซื้อรถ BEV ต่างเห็นพ้องกันว่าระยะเวลาการชาร์จที่กินเวลานาน และ สถานีชาร์จที่มีไม่เพียงพอโดยเฉพาะตามแถบชนบทที่มีภูมิประเทศที่สลับซับซ้อนได้ลำบากทำให้การเดินทางระยะไกล กลายเป็นเรื่องยุ่งยากและแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย อย่างไรก็ตาม ร้อยละ 94 ของผู้ตอบแบบสอบถามกล่าวว่าการใช้รถ BEV ของพวกเขามักจะเป็นการเดินทางไปทำธุระและการเดินทางในชีวิตประจำวัน ในขณะที่อีกร้อยละ 67 ของผู้ตอบแบบสอบถามมักจะรถ BEV ในการเดินทางระยะสั้น (น้อยกว่า 300 กิโลเมตร) และอีกมากกว่าร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถ BEV ในการเดินทางระยะไกล (มากกว่า 300 กิโลเมตร) ผลการสำรวจเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงการใช้งานรถ BEV ที่นอกเหนือจากการใช้งานในชีวิตประจำวัน ดังนั้น การพัฒนาความเร็วในการชาร์จอาจเป็นการเพิ่มการใช้รถ BEV และ เพิ่มความน่าดึงดูดของรถชนิด

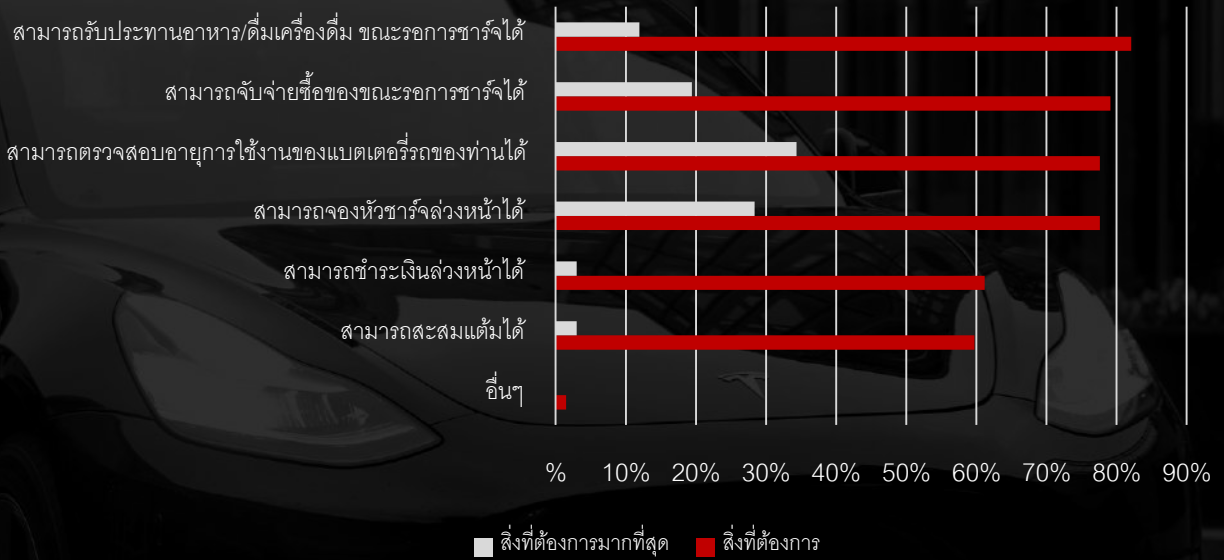
โอกาสในการขับขี่ที่ลูกค้ามีแนวโน้มจะใช้รถยนต์ไฟฟ้า (xEV)



สิ่งที่ผู้ใช้เป็นกังวลมากที่สุดคือ สภาพการใช้งานของแบตเตอรี่

ในส่วนของอายุการใช้งานแบตเตอรี่เองก็มีการถูกพูดถึงจากร้อยละ 77 ของผู้ตอบแบบสอบถามเช่นเดียวกัน เนื่องจากรถ BEV นั้นพึ่งพาแบตเตอรี่เพียงอย่างเดียว จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้สำหรับผู้ใช้รถที่จะให้ความมั่นใจว่าตัวแบตเตอรี่จะมีอายุการใช้งานเท่าไร ผู้ใช้รถบางรายกลัวว่ารถ BEV จะสูญเสียสมรรถภาพในการชาร์จเต็มเมื่อผ่านไประยะเวลาหนึ่ง ในขณะที่บางรายกังวลถึงค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแบตเตอรี่ จากการสำรวจของเราชี้ให้เห็นว่าร้อยละ 58 ของผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังให้สามารถเช็คอายุแบตเตอรี่ได้ที่สถานีชาร์จ

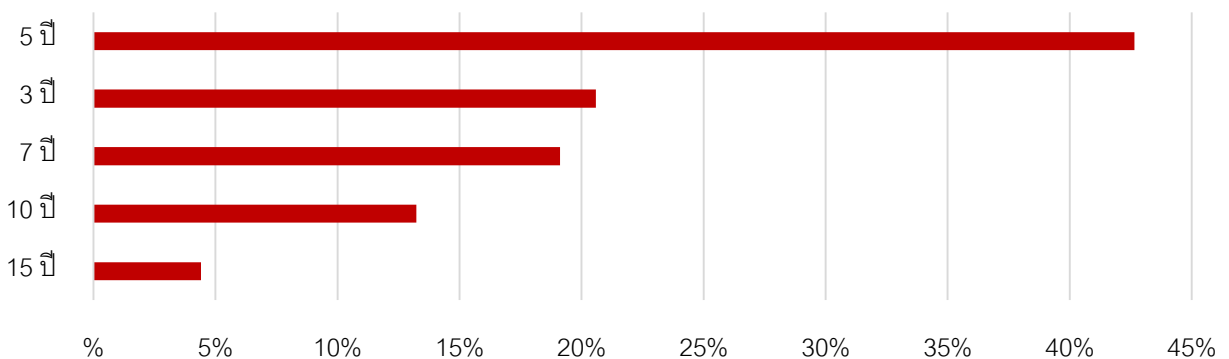
คุณสมบัติของสถานีชาร์จประจุไฟฟ้าในอุดมคติ



ระยะเวลารับประกัน 5 ปี คือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

จากการสำรวจ ร้อยละ 75 ของผู้ตอบแบบสอบถามเปิดเผยว่าพวกเขาพิจารณาการรับประกันแบตเตอรี่ก่อนตัดสินใจซื้อรถ เนื่องจากคิดว่าค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงรถ xEv อาจสูงกว่ารถธรรมดา ด้วยไม่สามารถนำรถเข้าอู่ซ่อมบำรุงได้ พวกเขาจึงเอนเอียงไปที่การตรวจสอบการรับประกันแบตเตอรี่แทน มากกว่าร้อยละ 42 ของผู้ตอบแบบสอบถามจะจزمว่าระยะเวลาประกันแบตเตอรี่ที่เหมาะสมควรมีอย่างน้อย 5 ปี ซึ่งมากกว่าระยะเวลาประกันของรถที่มีเครื่องยนต์สันดาป ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการรับประกันแบตเตอรี่ที่สมเหตุสมผลสำหรับผู้ใช้รถ xEv เนื่องจากคุณลักษณะเฉพาะนี้เพียงอย่างเดียวมีส่วนช่วยอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้ายของผู้ใช้รถ xEv

ระยะเวลาการรับประกันแบตเตอรี่ไฟฟ้าที่สั้นที่สุดที่ลูกค้ารับได้



แม้จะปฏิเสธไม่ได้ว่าราคามีบทบาทสำคัญในการซื้อรถ xEv แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่ควรมองข้ามความสำคัญของระยะเวลาในการชาร์จ อายุการใช้งาน และระยะเวลาประกันของแบตเตอรี่ที่เริ่มส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของลูกค้ามากขึ้น และเนื่องจากรถ xEv มีการเติบโตในตลาดยานยนต์ไทยอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นเรื่องสำคัญยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่กล่าวไปเพื่อรองรับผู้ใช้รถ xEv และผู้ซื้อที่มีศักยภาพ รวมถึงสร้างสภาพแวดล้อมที่ยืดหยุ่นมากขึ้นที่ไม่จำกัดระยะทาง