

25 กันยายน 2556

ที่มา: เว็บไซต์ Post Today

<http://www.posttoday.com/เศรษฐกิจ-หุ้น/บทวิจัยเศรษฐกิจ/249202/ตลาดเอเชียแปซิฟิกหนุยนยนต์โลกโต2-3>

ตลาดเอเชียแปซิฟิกหนุยนยนต์โลกโต2.3%



PwC คาดยอดผลิตรถยนต์ทั่วโลกปี'56 โต 2.3% มีตลาดเอเชีย-แปซิฟิกหนุยนต์ เชื่อไทยยังเป็นศูนย์กลาง แม้ทิศทางการหลังขาดง

บริษัท PwC (ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส) คาดการณ์ถึงแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์โลกว่า จะยังคงขยายตัวต่อเนื่องในระยะ 3-5 ปีข้างหน้า แม้ปัญหาวิกฤตหนี้ยุโรปและการฟื้นตัวอย่างช้าๆ ของเศรษฐกิจสหรัฐฯ จะยังเป็นปัจจัยเสี่ยงที่กดดันการเจริญเติบโตในระยะยาว ขณะที่คาดว่ายอดประกอบรถยนต์ทั่วโลกจะสามารถทะลุรอบ 100 ล้านคันได้เป็นครั้งแรกในอีก 4 ปีข้างหน้า หรือ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ 5.02% และเพิ่มขึ้นกว่า 106 ล้านคันในปี 2562

PwC ยังคาดว่า ยอดผลิตรถยนต์ทั่วโลกในปีนี้ จะปรับตัวเพิ่มขึ้น 2.3% เป็น 81 ล้านคัน โดยได้รับแรงสนับสนุนหลักจากดีมานด์ที่ยังคงแข็งแกร่งของตลาดเกิดใหม่ในเอเชีย-แปซิฟิก นำโดยจีน, อินเดีย และกลุ่มประเทศอาเซียน รวมทั้งความต้องการสะสมของผู้บริโภคในสหรัฐฯ หลังจากที่เคยชะลอตัวทางเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา

นายศิระ อินทรกำแหช ประธานกรรมการบริหารและหุ้นส่วน บริษัท PwC ประเทศไทย เปิดเผยถึงผลการศึกษา PwC's Autofacts 2013 Q3 Data Release ที่ผ่านม่ว่า ตลาดเกิดใหม่ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกจะขยายตัวนำหน้าทวีปอื่นๆ ในโลก โดยมี Contribution to Growth ระหว่างปี 2555-2560 ถึง 62% ในขณะที่อเมริกาเหนืออยู่ที่ 13.4%, สหภาพยุโรป (อียู) ที่ 11.7%, อเมริกาใต้ 6.7%, ยุโรปตะวันออก 6.3% และ ตะวันออกกลางและแอฟริกาที่ 3.4%

ในทางตรงกันข้าม ตลาดที่พัฒนาแล้วในเอเชีย-แปซิฟิก จะเป็นภูมิภาคเดียวที่เห็นการหดตัว หรือมี Contribution to Growth ที่ -3.5% เนื่องจากบริษัทผู้ประกอบการรถยนต์ยักษ์ใหญ่ในญี่ปุ่น ยังคงย้ายฐานการผลิตจากประเทศของตนมายังตลาดส่งออกในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

“ในระหว่างที่โลกยังคงรอทิศทางที่ชัดเจนของการสานนโยบายสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอียู เรายังคงมองว่าตลาดจีน อเมริกา และอาเซียน จะเป็นตัวที่ Drive การเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์ของโลกในระยะยาว เราคาดว่าตลาดรถในยุโรป จะยังคงไม่เห็นสัญญาณการฟื้นตัวของดีมานด์ไปจนกว่าจะปี 2557” นายศิริกล่าว

นายศิริ ยังกล่าวถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมรถยนต์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ว่า อุตสาหกรรมในช่วงจุดเปลี่ยนถ่ายครั้งสำคัญ โดยได้รับปัจจัยบวกจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจและกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่างๆของภาครัฐในหลายๆ ประเทศ เพื่อดึงดูดการลงทุนจากผู้ประกอบการและนักลงทุนต่างชาติ

ไทยลุยผลิตรถยนต์ โอโศคาร์ 2 หุน

ในส่วนของประเทศไทย แม้ว่าแนวโน้มอุตสาหกรรมในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2556 จะมีทิศทางชะลอตัวหลังจากนโยบายลดคันแรกของรัฐฯ หมดลง ส่งผลให้บรรดาค่ารถยนต์สำคัญชาติญี่ปุ่นหลายราย ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์ในประเทศรวมกันกว่า 80% ต่างรายงานยอดขายลดลงในช่วงไตรมาส 2 ที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามยังมั่นใจว่า ตลาดรถยนต์ไทยจะยังคงความเย็น ‘ดีทรอยต์ แห่งเอเชีย’ เอาไว้ได้ แม้จะมีปัจจัยระยะสั้นเข้ามากระทบบ้าง โดยมองว่ายอด Output ปีนี้ยังคงเป็นไปตามเป้าที่สภาอุตสาหกรรมไว้ที่ราว 2.55 ล้านคัน

“เราเชื่อว่าการลงทุนอย่างต่อเนื่องจากทั้งค่ายรถและซัพพลายเออร์ทั้งในและนอกประเทศ จะช่วยผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมยนต์ไทยและภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะแผนการผลิตรถยนต์ของไทยที่วางเป้าหมายผลิตรถยนต์จำนวน 3 ล้านคันภายในปี 2560 เพื่อขึ้นสู่เป็นอันดับ 5 ของโลก”

ล่าสุด กระทรวงอุตสาหกรรมตั้งเป้าไทยจะสามารถผลิตรถยนต์ขึ้นเป็นอันดับ 5 ของโลก หรือมียอดการผลิต 3 ล้านคัน ได้ในปี 2560 จากปัจจุบันอยู่ที่อันดับ 9 ของโลก โดยมียอดการผลิต 2.5 ล้านคัน เนื่องจากนโยบายการส่งเสริมให้ผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (อีโคคาร์ 2) จะเร่งผลักดันให้ไทยผลิตรถยนต์ได้มากขึ้น รายงานจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) ระบุว่า มีผู้ผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนสนใจลงทุนอีโคคาร์ 2 เช่น มาสด้า ฟอร์ด และมีผู้ผลิตที่ลงทุนในอีโคคาร์ 1 อยู่ก่อนแล้ว

ก่อนหน้านี้ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) ระบุว่ายอดผลิตรถยนต์ของไทยประจำเดือนสิงหาคม 2556 ชะลอตัวอยู่ที่ 193,074 คัน ลดลง 9.9% จากปีก่อน ทำให้ยอดผลิตรถในช่วง 8 เดือนที่ผ่านมาอยู่ที่ 1.73 ล้านคันในปีนี้ และทำให้ยอดขายรถยนต์ในประเทศลดลงจากปีก่อนเหลือ 100,289 คัน ลดลง 22.6% อย่างไรก็ดี ส.อ.ท. ยังคงประมาณการยอดผลิตรถยนต์ในปีนี้ที่ 2.55 ล้านคัน เติบโต 4% โดยยอดผลิตรถยนต์ในช่วงที่เหลือของปีจะมีประมาณ 2 แสนคันต่อเดือน โดยค่ายรถคันที่จะหันมาเน้นตลาดส่งออกมากขึ้น

“แม้ว่าโครงการรถยนต์คันแรกของรัฐบาลจะหมดลง ผมมองว่าการส่งเสริมการผลิตอีโคคาร์ 2 จะเป็นประตูสู่การเติบโตระยะยาวของกลุ่มยานยนต์ไทย เพราะการส่งเสริมโครงการนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มศักยภาพการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์บ้านเรา ยังเปิดโอกาสให้ค่ายผู้ผลิตรถยนต์รายใหม่ๆ จากต่างประเทศทั้งฝั่งยุโรปและเอเชียเข้ามาลงทุนในประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลดีต่อบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และผู้ประกอบรถยนต์ในประเทศให้เติบโตได้ในระยะยาว” นายศิริกล่าว

“ไทยเรายังคงมีความได้เปรียบในเรื่องของปัจจัยพื้นฐานที่แข็งแกร่งของอุตสาหกรรมนี้ เรามีฐานซัพพลายเออร์ที่ครบวงจร มีเทคโนโลยีที่ค่อนข้างพัฒนาไปมากกว่าเพื่อนบ้านบางประเทศ ด้วยความที่เป็นฐานการผลิตให้กับค่ายรถยนต์ใหญ่มายาวนาน มีทักษะและ Know-How ที่ทันสมัย รวมทั้งมีไลน์การผลิตที่เน้นไปที่การส่งออกเป็นสำคัญอีกด้วย”

เทรนด์ ‘นวัตกรรม’ เพื่อ ย่นตรรกะแห่งอนาคต

เมื่อมองแนวโน้มของอุตสาหกรรมรถยนต์ในระยะข้างหน้า นายศิริ กล่าวว่า ความต้องการหรือดีมานด์สำหรับการนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้กับรถยนต์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพความปลอดภัย การประหยัดพลังงาน หรือการติดตั้งเครื่องนำทางรถยนต์ที่เป็นอุปกรณ์ Infotainment ในตัวจะขยายตัวสูงขึ้นอีก 2-3 ปีข้างหน้า เนื่องจากเจ้าของค่ายรถฯ จะหันมาให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้กับยานยนต์ เพื่อกระตุ้นยอดขายและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้รถรุ่นใหม่

ผลการศึกษาของ PwC ระบุว่า ในขณะที่การผลิตรถยนต์ประเภท Hybrid, electric และ fuel cell เพื่อสิ่งแวดล้อมมีสัดส่วนเพียง 2.8% ของการผลิตทั่วโลกในปีที่ผ่านมา สัดส่วนดังกล่าวคาดว่าจะเติบโตขึ้นเป็น 5% ภายในปี 2560 ด้วยความร่วมมือกันของอุตสาหกรรมฯ ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนลดลงได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ดี คงต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งกว่าที่ผู้ประกอบการในตลาดจะหันมาผลิตพาหนะประเภทนี้แบบเน้นปริมาณ

นอกจากนี้ การนำเอาเทคโนโลยีอื่นๆ มาประยุกต์ใช้กับรถยนต์ ได้แก่ ดีเซลสะอาด, แก๊สซีเอ็นจี และ รถยนต์ไร้คนขับ (Driverless Vehicles) ยังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่อุตสาหกรรมรถกำลังเข้าสู่ยุคของการใช้นวัตกรรมใหม่

“เทรนด์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต คือ รถจะเป็นมากกว่ายานพาหนะทั่วๆ ไปที่พาเราไปถึงจุดหมายเท่านั้น แต่จะเป็นเหมือนสิ่งที่เราเรียกว่า Mobile Computing Stations หรือพาหนะไร้สายที่ช่วยคำนวณทิศทางและข้อมูลที่เป็นต่างๆ ในการขับเคลื่อนนั้นๆ แต่นั่นย่อมนำมาซึ่งความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยต่างๆ เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น การจารกรรมข้อมูล ข้อมูลเจ้าของรถที่เป็นความลับ หรือความไว้วางใจในระบบการขับเคลื่อนหรือยานพาหนะต่างๆ” นายศิริกล่าว

‘Social Media’ จุดเปลี่ยนพฤติกรรมคนซื้อรถ

นายศิริยังกล่าวถึง การที่อิทธิพลของ ‘สังคมออนไลน์’ หรือ Social Media เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรม购车ของผู้บริโภค ในปัจจุบันว่า จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการฯ ในอุตสาหกรรมรถยนต์ในระยะข้างหน้า

ปัจจุบันมีผู้ซื้อที่พึ่งพาสื่อออนไลน์ในการช่วยตัดสินใจก่อนการซื้อรถเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเข้าไปศึกษา Model ของรถในแต่ละรุ่น การหาคำแนะนำของรถคันใดคันหนึ่ง หรือแม้กระทั่ง Feedback ของผู้ใช้รถในแต่ละยี่ห้อตามโพสต์ต่างๆ สาเหตุของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป สืบเนื่องมาจาก การเพิ่มขึ้นของผู้ซื้อรุ่นใหม่ หรือ Gen Y, การสื่อสารผ่านออนไลน์ และการเพิ่มขึ้นของการใช้อุปกรณ์สื่อสาร อย่างมือถือ ซึ่งเรามองว่าเทรนด์นี้จะยิ่งเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต

“มีผลจากการศึกษาที่น่าสนใจระบุว่า มีผู้บริโภคถึง 90% ที่เชื่อและไว้วางใจในสิ่งที่เพื่อนโพสต์ หรือแนะนำบนหน้าสื่อออนไลน์ ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อของตัวเอง นอกจากนี้ยังมียุคกว่า 70% ที่มีแนวโน้มที่จะซื้อจากคำแนะนำบน Social Media อีกด้วย สิ่งเหล่านี้ทำให้เราเห็นสัญญาณของค่าชเรและผู้ประกอบการฯ ที่เริ่มหันมาให้ความสำคัญหรือเพิ่มการลงทุนในการทำ การตลาด หรือวางกลยุทธ์ โดยใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น มากกว่าที่จะเป็นการออกแคมเปญ หรือการทำการตลาด แบบเดิมๆ” นายศิริกล่าว