

## เทรนด์ยานยนต์สมัยใหม่ ... กรณีศึกษาโมเดลการปรับตัวของธุรกิจ

Disruption ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นตัวอย่างสำคัญของการเปลี่ยนแปลงในบริบทโลกยุคใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างของอุตสาหกรรมที่มีมาอย่างยาวนาน โดยเมื่อ 2-3 ปีก่อนหน้านี้ หลายคนยังอาจรู้สึกว่าการยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle : EV) เป็นเทคโนโลยีใหม่ ไกลตัว มีราคาสูงมาก และต้องใช้เวลาอีกหลายปีกว่าจะเข้าสู่ยุคที่มีการใช้ EV ในวงกว้าง แต่ปัจจุบัน EV เริ่มกลายมาเป็นสิ่งที่จับต้องได้และใช้กันอย่างแพร่หลายในระยะเวลาอันสั้น “ส่องเทรนด์โลก” ฉบับนี้จะขอพาท่านไปสำรวจเทรนด์สำคัญที่กำลังมาแรงในตลาดยานยนต์สมัยใหม่ พร้อมทั้งสรุปบทเรียนเพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่นๆ ในโลกยุคปัจจุบันที่สิ่งต่างๆ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ดังนี้

### ยอดจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้ามีแนวโน้มขยายตัวอย่างก้าวกระโดด



**Euromonitor** คาดว่ายอดจำหน่าย EV ของโลกในปี **2564** จะขยายตัวถึง **46%** โดยได้รับผลดีจากราคา EV ที่ลดลงมาอยู่ในระดับที่เข้าถึงได้ รวมถึงความตื่นตัวทั้งของภาคประชาชนและรัฐบาลประเทศต่างๆ ที่ส่งเสริมการใช้ EV เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



จีนเป็นตลาด EV ที่ใหญ่ที่สุดในโลก และคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวสูงสุดถึง **77%** ในปี **2564** ซึ่งเป็นผลจากนโยบายอุดหนุน EV ของรัฐบาล รวมถึงมาตรการจำกัดปริมาณการใช้รถยนต์น้ำมันในเมืองใหญ่ ซึ่งทำให้ค่ายขายทะเบียนรถยนต์ใหม่สำหรับรถยนต์น้ำมันมีราคาสูงมาก ต่างจากค่ายขายทะเบียน EV ที่รัฐบาลออกให้ฟรีทันทีโดยไม่มีเงื่อนไข

### ตัวอย่างผู้ประกอบการในตลาด

ค่ายรถยนต์	รายละเอียด
	Tesla เป็นแบรนด์ EV จากสหรัฐฯ ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ปัจจุบัน Tesla มีส่วนแบ่งตลาดโลกราว 18% ทั้งห่างคู่แข่งทั้ง BYD, Volkswagen และ BMW
	BYD เป็นแบรนด์ EV ที่ใหญ่ที่สุดในจีน ซึ่งปัจจุบันเป็นตลาด EV ที่ใหญ่ที่สุดในโลก นอกจากรถยนต์นั่งส่วนบุคคลแล้ว BYD ยังผลิต EV ประเภทอื่น ทั้งรถบัส รถตู้ รถยก (Forklift) และรถบรรทุก
	Nio เป็นผู้ผลิต EV หน้าที่ใหม่ในจีนที่สร้างความฮือฮาให้ตลาด ด้วยการจำหน่าย EV โดยไม่รวมราคาแบตเตอรี่ ซึ่งเป็นชิ้นส่วนที่มีราคาแพง ทำให้ราคา EV ของ Nio ถูกกว่าเดิมน้อยกว่า 7 หมื่นหยวน และให้ผู้เช่าแบตเตอรี่ในราคาเดือนละ 980 หยวนแทน

### รถยนต์มีการเชื่อมต่อและส่งข้อมูลกับภายนอกผ่านเครือข่าย 5G เพิ่มขึ้น



รถยนต์สมัยใหม่ประยุกต์การใช้งาน **Internet of Things (IoT)** จนกลายเป็น **Connected Car** โดยจะครอบคลุมการใช้งานใน 3 แบบหลัก คือ

- 1) ใช้งานเพื่อความบันเทิง (Infotainment) เช่น บริการ Streaming เพลงหรือภาพยนตร์ และเกมออนไลน์
- 2) บริการที่เกี่ยวข้องกับการขับขี่ (Telematics) เช่น บันทึกการใช้งานรถยนต์ บริการนำทาง
- 3) การสื่อสารกับสิ่งต่างๆ รอบตัว (Vehicle-to-Everything : V2X) เช่น รถยนต์คันอื่น สัญญาณไฟจราจร



**Connected Car** จะเป็นกุญแจที่เปิดสู่ออกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจ อาทิ การใช้ข้อมูลการขับขี่เพื่อประกอบการคิดเบี้ยประกันรถยนต์ การพัฒนาแอปพลิเคชันหรือ Feature เสริมในรถยนต์ให้ผู้ขับขี่เลือกซื้อตามความต้องการ รวมถึงการทำ Marketplace ในรถยนต์ โดยผู้ขับขี่สามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการ เช่น จองร้านอาหาร จองห้องพักโรงแรม ได้จากแผงหน้าปัดรถยนต์ จึงช่วยเพิ่มความสะดวกและประหยัดเวลา

## ผู้คนเริ่มหันมาซื้อรถยนต์ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น



**COVID-19** เป็นตัวเร่งให้ผู้คนที่หันมาซื้อรถยนต์ผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น เนื่องจากข้อจำกัดจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งการจำกัดการเดินทาง และการเว้นระยะห่าง ทำให้ผู้จำหน่ายรถยนต์ต้องหันมาเพิ่มช่องทางการทำธุรกรรมมากขึ้น



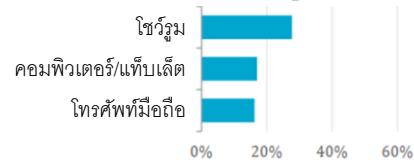
ผู้บริโภคที่อายุน้อยมีแนวโน้มซื้อรถยนต์ผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าผู้บริโภคที่อายุมาก จากผลสำรวจ Mobility Survey 2020 ของ Euromonitor พบว่าเกือบ 1 ใน 4 ของผู้ซื้อรถยนต์ที่มีอายุระหว่าง 15-29 ปี สั่งซื้อรถยนต์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ขณะที่ผู้ซื้อรถยนต์ที่อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีเพียงไม่ถึง 10% ที่สั่งซื้อผ่านโทรศัพท์มือถือ



ตัวอย่างของรถยนต์ที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

อาทิ **PSA Group** (เจ้าของรถยนต์แบรนด์ Peugeot, Citroen และ Opel) ที่ผู้ซื้อสามารถเลือกปรับแต่งรถยนต์ได้ตามต้องการ เลือก/ปรับวิธีผ่อนชำระค่างวด รวมถึงประเมินราคารถยนต์เก่าหรือชิ้นส่วนรถยนต์เก่าที่จะนำมาแลก รถยนต์คันใหม่โดยไม่ต้องเข้ามาที่โชว์รูม ทั้งนี้ PSA Group ตั้งเป้ายอดขายรถยนต์ผ่านช่องทางออนไลน์ในยุโรปรวม 1 แสนคัน ในปี 2564

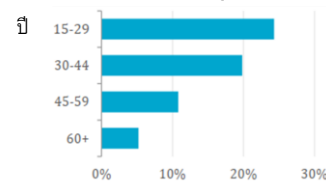
### ช่องทางการซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในปี 2563



หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสำรวจอีก 48% ไม่ได้ซื้อรถยนต์ในปีที่สำรวจ  
ที่มา : Mobility Survey 2020, Euromonitor

### สัดส่วนของผู้ที่ซื้อรถยนต์ผ่านโทรศัพท์มือถือ

ในแต่ละช่วงอายุ ในปี 2563



ที่มา : Mobility Survey 2020, Euromonitor

## เทคโนโลยี VR และ AR เข้ามามีบทบาทในการผลิตและจำหน่ายรถยนต์มากขึ้น

ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยี VR และ AR มาใช้ในแทบทุกกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ อาทิ



**VR** ช่วยลดต้นทุนการออกแบบรถยนต์ และเพิ่มความสะดวกในการทำงานข้ามฝ่ายงาน/ข้ามประเทศ ดังเช่น Kia และ Hyundai ที่พัฒนาระบบ VR สำหรับทำงานร่วมกัน ทำให้ทีมออกแบบและทีมวิศวกรที่อยู่ทั่วโลกสามารถทดสอบการทำงานของชิ้นส่วนหรือระบบในรถยนต์ร่วมกันได้ จึงช่วยลดระยะเวลาและต้นทุนในการพัฒนารถยนต์ลง 20% และ 15% ตามลำดับ



**VR** ช่วยส่งเสริมการขาย โดยการสร้างประสบการณ์ในตัวสินค้าให้ทั้งพนักงานขายและลูกค้า อาทิ การนำ VR เข้าไปใช้ในการฝึกอบรมเกี่ยวกับรถยนต์รุ่นใหม่ๆ แก่พนักงาน หรือการใช้ VR มาช่วยในโชว์รูม ทำให้ลูกค้าได้เห็นภาพรถยนต์และฟังก์ชันต่างๆ ของรถยนต์แต่ละรุ่นได้ชัดเจน นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยให้ผู้ซื้อลองเลือกรถยนต์ได้หลายรุ่น แม้ว่าโชว์รูมจะมีพื้นที่จำกัด

**Virtual Reality (VR)** คือ การจำลองภาพให้เสมือนจริงแบบ 360 องศา โดยจะต้องใช้คู่กับแว่นตา VR ซึ่งจะตัดขาดเราออกจากสภาพแวดล้อมปัจจุบัน เพื่อเข้าไปสู่ภาพที่จำลองขึ้นมา

**Augmented Reality (AR)** คือ การนำสภาพแวดล้อมจริงมาผสมรวมกับวัตถุเสมือน ด้วยการใช้อุปกรณ์และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่างๆ



ภาพจาก [www.audi-mediacycenter.com](http://www.audi-mediacycenter.com)

◀ Audi VR Showroom

AR Heads-up Display ▶▶

ของ Mercedes-Benz



ภาพจาก [www.mottoraka.com](http://www.mottoraka.com)



**AR** ช่วยอำนวยความสะดวกในการขับขี่แก่ผู้ใช้รถยนต์ ดังเช่นที่ Mercedes-Benz S-Class จะมีระบบ AR Heads-up Display ซึ่งเป็นระบบนำทางที่จะแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ บนกระจกหน้ารถยนต์ อาทิ ความเร็วของรถยนต์ ลูกศรนำทาง และตำแหน่งของขอบถนน ทำให้ผู้ขับขี่ได้ทราบข้อมูลที่สำคัญโดยไม่ต้องละสายตาจากถนน

จากเทรนด์ที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์สมัยใหม่ข้างต้น มีหลายประเด็นที่ผู้ประกอบการอาจนำไปปรับใช้กับธุรกิจได้ อาทิ การใช้ VR มาช่วยในการผลิตและส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะในยุค New Normal ที่ไม่จำเป็นต้องเดินทางมาที่โชว์รูม การเพิ่มช่องทางจำหน่ายออนไลน์ และการเชื่อมต่อสินค้ากับ IoTs นอกจากนี้ ยังเป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ไม่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เมื่อโลกเปลี่ยน ธุรกิจก็จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด และผู้ที่เตรียมพร้อมและปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ ย่อมเป็นผู้ที่ได้เปรียบ ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและมีอยู่รอบทิศในโลกยุคปัจจุบัน

Icon made by Freepik, phatplus and xnimrodx from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com)

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด