

## News release

### สำหรับเผยแพร่ทันที

**อรรัชตา ภควัตชัย**

Brand, Marketing and Communications

099-2891792

[Onrachata.Pakawatchai@th.ey.com](mailto:Onrachata.Pakawatchai@th.ey.com)

**ดวงแก้ว ทองทวีผล**

Brand, Marketing and Communications

084-0962085

[Duangkaew.Thongtawepol@th.ey.com](mailto:Duangkaew.Thongtawepol@th.ey.com)

### **‘อีวาย’ คาดยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าใน 6 ประเทศกลุ่มอาเซียนจะเติบโตอย่างรวดเร็ว**

- คาดการณ์มูลค่าการขายรถยนต์ไฟฟ้าใน ASEAN-6 อาจสูงถึง 80,000-100,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2578 จากปริมาณการขายรถยนต์ไฟฟ้า 8.5 ล้านคัน
- การผลิตยานยนต์ การขายปลีก และตลาดหลังการขาย; วัสดุและการแปรรูป; การผลิต การประกอบ และการรีไซเคิลแบตเตอรี่เป็นกลุ่มมูลค่าสำคัญในธุรกิจรถยนต์ไฟฟ้า

กรุงเทพฯ, 17 มกราคม 2567: ความกังวลทางสภาพภูมิอากาศส่งผลให้การใช้รถยนต์ไฟฟ้า (Electronic vehicle - EV) รวมถึงห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจรถยนต์ไฟฟ้าได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นจากทั้งผู้บริโภค รัฐบาล บริษัท และนักลงทุน แม้ตลาดรถยนต์ไฟฟ้าในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะยังเกิดขึ้นได้ไม่นาน โดยคิดเป็นสัดส่วนน้อยกว่า 2% ของยอดขายรวมทั่วโลก รายงานผลการการศึกษาของ EY-Parthenon ได้ประมาณการยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าใน 6 ประเทศกลุ่มอาเซียน (ASEAN-6) ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ ว่าจะมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีแบบทบต้น (CAGR) อยู่ที่ 16%-39% ระหว่างปี 2564 ถึง 2578 และคาดว่าจะมีโอกาสในการสร้างยอดขายต่อปีสูงถึง 80,000-100,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2564 โดยคาดว่าจะยอดขายจะเพิ่มขึ้นในกลุ่มรถยนต์ไฟฟ้าหลักทั้งสามกลุ่ม ได้แก่ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และยานพาหนะสองหรือสามล้อ

ความท้าทายหลักในการผลักดันให้เกิดการใช้รถยนต์ไฟฟ้าใน ASEAN-6 ได้แก่ ต้นทุน ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานสำหรับชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า และความพร้อมของห่วงโซ่อุปทานของรถยนต์ไฟฟ้า โดยในประเทศไทย ความพร้อมโดยรวมในการใช้รถ EV สูงเป็นอันดับสองรองจากสิงคโปร์ อันเนื่องมาจากการรับรู้

และการยอมรับของตลาดต่อรถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น การพัฒนาโครงข่ายสถานีชาร์จและการเพิ่มศูนย์การวิจัยและพัฒนาการผลิตไฟฟ้า ตลอดจนการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากรัฐบาลผ่านนโยบายและการให้สิ่งจูงใจเพื่อสร้างความพร้อมในการใช้งาน โครงสร้างพื้นฐาน

**ปรีชา อรุณนารา** หัวหน้าสายงานตรวจสอบบัญชี อีวาย ประเทศไทย กล่าวว่า “แม้ว่าที่ผ่านมา การใช้รถยนต์ไฟฟ้าของประเทศในกลุ่ม ASEAN-6 ดำเนินไปอย่างเชื่องช้า แต่ความกังวลของสังคมเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกำลังเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของนโยบายและทัศนคติของผู้บริโภคต่อรถยนต์ไฟฟ้า สิ่งจูงใจทางการเงินที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าได้ถูกนำมาใช้ในประเทศเหล่านี้ ควบคู่ไปกับโครงการและนโยบายระดับชาติต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาด้านความยั่งยืนและลดการปล่อยคาร์บอนจากการขนส่ง

ในปัจจุบัน ตลาดประเทศ ASEAN-6 มีการเปลี่ยนยานพาหนะสองหรือสามล้อเป็นยานยนต์ไฟฟ้าเร็วที่สุด เนื่องจากจักรยานไฟฟ้า สกู๊ตเตอร์ และรถจักรยานยนต์มีราคาไม่สูงมาก และพึ่งพาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับชาร์จรถแบบพิเศษน้อยกว่า อย่างไรก็ตาม ฐานที่ร่ำรวยมากขึ้นของผู้บริโภคในภูมิภาคนี้ ทำให้ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้ามีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างโดดเด่นในอนาคต”

นอกจากนี้ รายงานผลการศึกษายังพบว่า ปริมาณการขายรถยนต์ไฟฟ้าในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้ง 6 ประเทศอาจสูงถึง 8.5 ล้านคันในปี 2578 โดยคาดว่าประเทศไทยจะมีปริมาณการขายมากเป็นอันดับสอง จากประมาณการยอดขายต่อปีที่ 2.5 ล้านคัน คิดเป็นมูลค่าการขายราว 35,000-42,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2578 โดยตามหลังอินโดนีเซีย ซึ่งอัตราการใช้รถยนต์ไฟฟ้า 50% ในประเทศขับเคลื่อนโดยรถไฟฟ้าสองล้อเป็นหลัก (ปริมาณการขายโดยประมาณ 4.5 ล้านคัน และมูลค่าการขาย 26,000-30,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

**การผลิตยานยนต์ การขายปลีก และตลาดหลังการขาย; วัตถุดิบและการแปรรูป; การผลิต การประกอบ และการรีไซเคิลแบตเตอรี่เป็นกลุ่มมูลค่าสำคัญในธุรกิจรถยนต์ไฟฟ้า**

คาดการณ์การเติบโตของตลาดรถยนต์ไฟฟ้าในภูมิภาคนี้ถือเป็นโอกาสสำหรับผู้เล่นปัจจุบันในตลาดและผู้เล่นรายใหม่ที่ต้องการก้าวเข้ามาเพื่อขยายธุรกิจ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยโอกาสดังกล่าวครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจรถยนต์ไฟฟ้าแบบ End-to-end ตั้งแต่การแปรรูปวัตถุดิบไปจนถึงโครงสร้างพื้นฐานการชาร์จไฟฟ้าและซอฟต์แวร์ โดย 6 กลุ่มมูลค่าหลักของธุรกิจนี้ประกอบด้วย: 1) วัตถุดิบและการแปรรูป 2) การผลิตพลังงาน 3) การผลิต การประกอบ และการรีไซเคิลแบตเตอรี่ 4) การผลิตยานยนต์ การขายปลีก และตลาดหลังการขาย 5) โครงสร้างพื้นฐานสำหรับชาร์จไฟฟ้า และ 6) ซอฟต์แวร์การจัดการการชาร์จไฟฟ้า

การผลิตรถยนต์ การค้าปลีก และตลาดหลังการขาย ถือเป็น โอกาสที่ใหญ่ที่สุดในบรรดา 6 กลุ่ม โดยคาดว่าจะมีมูลค่าคิดเป็น 69% ของมูลค่าระบบนิเวศรถยนต์ไฟฟ้าทั้งหมดของภูมิภาคที่ 80,000-100,000 ล้านดอลลาร์ สหรัฐภายในปี 2578 ส่วนวัตถุดิบและการแปรรูป รวมถึงการผลิต การประกอบ และการรีไซเคิลแบตเตอรี่ คาดว่าจะมีมูลค่าคิดเป็น 9% และ 11% ของมูลค่าทั้งหมด ตามลำดับ

“ตลาด ASEAN-6 มีจุดแข็งและความสามารถหลักที่ครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่ารถยนต์ไฟฟ้าทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีนิคมเกิดและทองแดง ซึ่งเป็นโลหะสำคัญสองชนิดในแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนของรถยนต์ไฟฟ้าเป็นจำนวนมากและสามารถนำไปใช้เพื่อเร่งการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าได้

ด้านกลุ่มโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการชาร์จไฟฟ้าและซอฟต์แวร์การจัดการการชาร์จไฟฟ้า ก็ถือเป็นโอกาสที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุนในภูมิภาค โดยใช้เงินลงทุนน้อยกว่าและมีศักยภาพที่จะทำกำไรได้มาก นอกเหนือจากความสามารถในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแล้ว ความพร้อมใช้งานและความสะดวกในการใช้งานของสถานีชาร์จไฟฟ้าก็มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค เพราะอุปสรรคอย่างหนึ่งในการตัดสินใจใช้รถยนต์ไฟฟ้าคือการไม่มีสถานีชาร์จเพียงพอ อย่างไรก็ตาม เราเริ่มเห็นการให้สิ่งจูงใจที่ช่วยสนับสนุนการสร้างสถานีชาร์จไฟฟ้าเพิ่มขึ้นในตลาดแต่ละประเทศ” ปรีชา กล่าวเพิ่มเติม

#### 4 กลยุทธ์สำหรับผู้เล่นในตลาด EV ที่จะประสบความสำเร็จใน ASEAN-6

เนื่องจากตลาดรถยนต์ไฟฟ้าในภูมิภาคนี้ยังค่อนข้างใหม่และมีการใช้ประโยชน์ไม่เต็มศักยภาพ จึงเป็นโอกาสดีสำหรับผู้เล่นรายเดิมในอุตสาหกรรม รวมถึงบริษัทสตาร์ทอัพใหม่ที่มีขนาดเล็กกว่า โดยรายงานผลการศึกษาของ EY-Parthenon ได้เน้นย้ำถึง 4 ปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการซึ่งต้องการประสบความสำเร็จในห่วงโซ่คุณค่าของรถยนต์ไฟฟ้าใน ASEAN-6 ควรนำมาพิจารณา ได้แก่:

- **ประสบการณ์ในธุรกิจ:** บริษัทจำเป็นต้องพิจารณาความสามารถ สินทรัพย์ และความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีอยู่ ซึ่งอาจทำให้มีความได้เปรียบในตลาดรถยนต์ไฟฟ้าใหม่ที่เกี่ยวข้อง
- **ความสามารถในการขยายขนาด:** บริษัทจำเป็นต้องใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงินเพื่อเปิดตัวผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ไฟฟ้าและเตรียมแผนจัดการให้เติบโตอย่างรวดเร็ว

- **การจัดการเงินทุน:** บริษัทต้องจัดการปัจจัยสำคัญข้อนี้เพื่อเอาชนะอุปสรรคเรื่องต้นทุนที่สูงในการเข้าซื้อกิจการขั้นแรกและอัตราการใช้ประโยชน์ช่วงแรกต่ำในหลายส่วนของห่วงโซ่คุณค่าที่เกิดขึ้นใหม่ในประเทศ ASEAN-6

- **ข้อได้เปรียบทางเทคโนโลยี:** จะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ไฟฟ้า อาทิ ซอฟต์แวร์หรือแบตเตอรี่ที่มีลักษณะเฉพาะ และเทคโนโลยีการผลิตส่วนประกอบของรถยนต์ไฟฟ้า

ปรีชา สุรบุปผา “เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นที่มีตลาดรถยนต์ไฟฟ้าอยู่มานานกว่า ประเทศกลุ่ม ASEAN-6 อาจเป็นตลาดที่สามารถทำกำไรและมีศักยภาพในการเติบโตสูงจากข้อได้เปรียบหลายประการ รวมถึงการมีสำรองวัตถุดิบสำคัญในการผลิตแบตเตอรี่ กำลังการผลิตที่มีเพื่อการผลิตรถยนต์ และสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยสำหรับนักลงทุนต่างชาติ ทั้งหมดนี้ล้วนน่าสนใจสำหรับนักลงทุน อย่างไรก็ตาม การจะประสบความสำเร็จได้นั้น นักลงทุนจำเป็นต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับตลาดท้องถิ่น กลุ่มมูลค่าที่มีอยู่ ตลอดจนการดำเนินงานที่มีอยู่ภายในห่วงโซ่คุณค่า สิ่งสำคัญที่ต้องมีคือความมุ่งมั่นในระยะยาว วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่ชัดเจน”

-จบ-

## Notes to Editors

### About EY

EY exists to build a better working world, helping to create long-term value for clients, people and society and build trust in the capital markets.

Enabled by data and technology, diverse EY teams in over 150 countries provide trust through assurance and help clients grow, transform and operate.

Working across assurance, consulting, law, strategy, tax and transactions, EY teams ask better questions to find new answers for the complex issues facing our world today.

EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity. Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. Information about how EY collects and uses personal data and a description of the rights individuals have under data protection legislation are available via [ey.com/privacy](http://ey.com/privacy). EY member firms do not practice law where prohibited by local laws. For more information about our organization, please visit [ey.com](http://ey.com).

This news release has been issued by EY Corporate Services Limited, a member of the global EY organization.