

ธุรกิจรถจักรยานยนต์

สรุปแนวโน้มธุรกิจ

ISIC : 56454010 การขายจักรยานยนต์

ธุรกิจรถจักรยานยนต์ในระยะ 1 ปีข้างหน้ามีแนวโน้ม “Neutral +” โดยเริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป สะท้อนจากยอดขายในประเทศที่กลับมาขยายตัว และมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มฟื้นตัว ปัจจัยสนับสนุนสำคัญมาจากความต้องการใช้รถจักรยานยนต์เพื่อการเดินทางและการประกอบอาชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มรถจักรยานยนต์ขนาดเล็ก ประกอบกับรายได้เกษตรกรที่กลับมาขยายตัว ซึ่งช่วยหนุนกำลังซื้อของกลุ่มผู้บริโภคฐานราก นอกจากนี้ ตลาดยังได้รับแรงสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าผ่านมาตรการ EV 3.5 การเร่งพัฒนาสถานีสับเปลี่ยนแบตเตอรี่ รวมถึงความต้องการใช้งานจากกลุ่มธุรกิจ Food delivery และ Ride-hailing ที่ยังอยู่ในระดับสูง

อย่างไรก็ตาม ภาพรวมตลาดยังเผชิญแรงกดดันจากหลายปัจจัย ได้แก่ ภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังทรงตัวในระดับสูง ส่งผลให้สถาบันการเงินยังคงเข้มงวดในการพิจารณาสินเชื่อเช่าซื้อและสินเชื่อที่เข้มงวดมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเข้าถึงสินเชื่อของผู้บริโภคและการฟื้นตัวของยอดขาย นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก ทั้งความไม่แน่นอนจากสงครามการค้าและความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ซึ่งเป็นปัจจัยกดดันต่อการส่งออก รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าจากผู้ผลิตรายอื่นและแบรนด์รถอื่นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการจำหน่ายควรเพิ่มสัดส่วนรถจักรยานยนต์ขนาดเล็ก เจาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สม่ำเสมอและบริหารสินค้าคงคลังอย่างระมัดระวัง ส่วนผู้ผลิตควรปรับสายการผลิตตามความต้องการของตลาดและกระจายตลาดส่งออกให้มากขึ้น

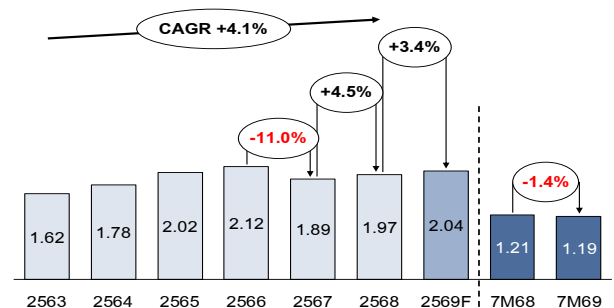
ภาพรวมของธุรกิจ

ในปี 2568 ธุรกิจรถจักรยานยนต์เห็นสัญญาณฟื้นตัวจากปีก่อนหน้า สะท้อนจากปริมาณการผลิตซึ่งอยู่ในระดับ 1.97 ล้านคัน เพิ่มขึ้น 4.5%YoY และยอดขายในประเทศซึ่งอยู่ที่ 1.71 ล้านคัน เพิ่มขึ้น 1.7%YoY นับเป็นการกลับมาขยายตัวหลังจากที่หดตัวลงในปี 2567 โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากความต้องการใช้รถจักรยานยนต์เพื่อการเดินทางและการประกอบอาชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในกลุ่มแรงงานรายได้ต่ำซึ่งใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะหลักในการเดินทาง และกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจบริการขนส่ง Food delivery และ Ride-hailing นอกจากนี้ ค่ารถรายใหญ่ยังเปิดตัวรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มกระบะบอกลูกไม่เกิน 125 cc พร้อมจัดโปรโมชั่นและโปรแกรมเงินดาวน์ต่ำควบคู่กับการขยายระยะเวลาผ่อนชำระ เพื่อลดภาระค่ารถต่อเดือนของลูกค้าที่เข้าถึงสินเชื่อได้ยาก ส่งผลให้ยอดขายในประเทศเริ่มกลับมาขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนในปี 2568 ลดลง 2.8%YoY โดยเป็นการหดตัวที่ชะลอลงจากปี 2567 และต่ำกว่าอัตราการหดตัวเฉลี่ย (CAGR) ที่ 5.5% ต่อปี ในช่วงปี 2563-2568

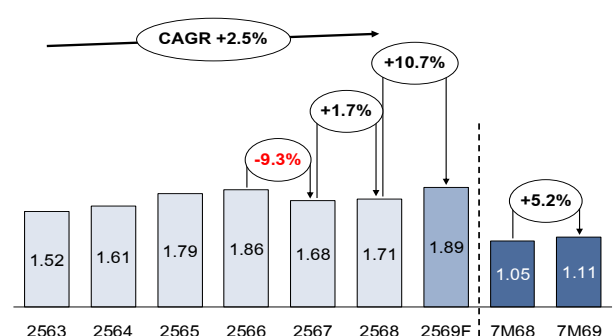
สถานการณ์ด้านการผลิต จำหน่าย และส่งออก

ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 การผลิตรถจักรยานยนต์ปรับลดลง 1.4%YoY ขณะที่ยอดขายในประเทศและมูลค่าการส่งออกยังขยายตัวต่อเนื่อง 5.2%YoY และ 5.3%YoY ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเมินว่าตลอดทั้งปี 2569 ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์จะอยู่ที่ 2.04 ล้านคัน ขยายตัว 3.4%YoY ด้านยอดขายในประเทศอยู่ที่ 1.89 ล้านคัน ขยายตัว 10.7%YoY โดยได้แรงหนุนจากความต้องการในกลุ่มรถจักรยานยนต์ขนาดเล็กไม่เกิน 125 cc ที่ยังขยายตัวได้ต่อเนื่อง ส่วนมูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนคาดว่าจะอยู่ที่ 71.7 พันล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.8%YoY โดยได้แรงหนุนจากตลาดสหภาพยุโรปซึ่งมีสัดส่วนสูงที่สุด และตลาดอาเซียนที่ยังขยายตัวต่อเนื่อง

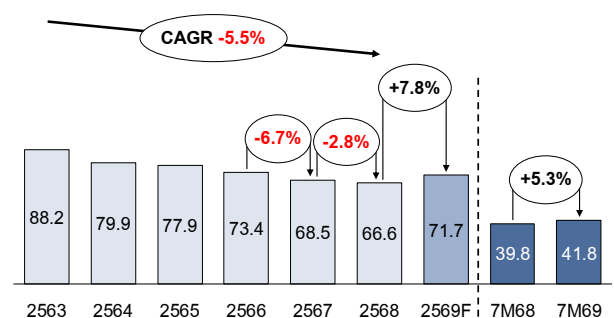
รูปที่ 1 ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์สำเร็จรูปของประเทศไทย (ล้านคัน)



รูปที่ 2 ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ (ล้านคัน)



รูปที่ 3 มูลค่าส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย (พันล้านบาท)



ที่มา: วิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ ประมวลผลและคาดการณ์จากข้อมูลของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่จะประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

ตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศและต่างประเทศ

รถจักรยานยนต์กลุ่มกระบอกลูกสูบไม่เกิน 125 cc ยังคงครองส่วนแบ่งตลาดในประเทศไทยสูงสุดที่ 77.5% ในปี 2568 รองมาคือกลุ่ม 126-250 cc ที่ 16.7% และกลุ่ม 251 cc ขึ้นไป 5.8% ตามลำดับ ส่วนในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 โครงสร้างตลาดไม่ได้เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (BEV) ซึ่งเริ่มรายงานในปี 2569 มีสัดส่วนที่ 1.5% ทั้งนี้ ในปี 2568 และช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 รถจักรยานยนต์กลุ่มกระบอกลูกสูบไม่เกิน 125 cc มียอดขายขยายตัวอย่างต่อเนื่องที่ 3.6%YoY และ 4.7%YoY ตามลำดับ ส่วนกลุ่ม 126-250 cc มียอดขายหดตัว 6.3%YoY ในปี 2568 ก่อนทรงตัว โดยลดลงเล็กน้อย 0.03%YoY ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ขณะที่กลุ่ม 251 cc ขึ้นไป แม้ขยายตัวได้ 2.0%YoY ในปี 2568 แต่กลับมาหดตัวเล็กน้อยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ที่ 0.3%YoY สะท้อนว่าการฟื้นตัวของตลาดยังคงจุกตัวอยู่ในกลุ่มรถจักรยานยนต์ขนาดเล็กเป็นหลัก ขณะที่กลุ่มขนาดกลางขึ้นไปยังฟื้นตัวได้ไม่เต็มที่

ตารางที่ 1 ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศ จำแนกตามขนาดรถ

ขนาดรถ	จำนวน (คัน)		สัดส่วน (%)		%YoY	
	2568	7M69	2568	7M69	2568	7M69
ไม่เกิน 125 cc	1,326,621	851,378	77.5	77.0	3.6	4.7
126-250 cc	285,258	174,760	16.7	15.8	-6.3	-0.03
251 cc ขึ้นไป	99,967	62,135	5.8	5.6	2.0	-0.3
BEV*	-	16,881	n.a.	1.5	n.a.	n.a.
รวม	1,711,846	1,105,154	100.0	100.0	1.7	5.2

หมายเหตุ: *สอท. เริ่มแยกยอดจำหน่าย BEV ในปี 2569

ตารางที่ 2 มูลค่าส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วน จำแนกตามรายการส่งออก

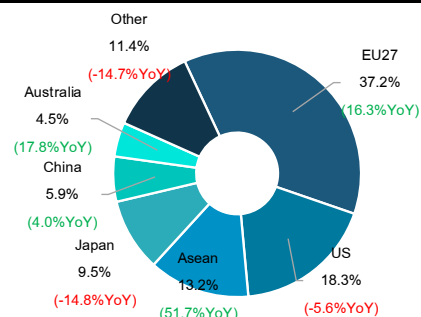
รายการส่งออก	มูลค่า (ล้านบาท)		สัดส่วน (%)		%YoY	
	2568	7M69	2568	7M69	2568	7M69
CBU & CKD	61,596	38,153.7	92.5	91.2	-3.7	3.2
OEM & Parts	2,333	1,897.4	3.5	4.5	-7.5	45.4
Spare Parts	2,650	1,797.4	4.0	4.3	34.3	21.4
รวม	66,579	41,848.6	100.0	100.0	-2.8	5.3

ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ด้านโครงสร้างการส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนของไทยพบว่า ส่วนใหญ่ยังเป็นการส่งออกรถจักรยานยนต์สำเร็จรูปและชุดประกอบ (CBU & CKD) คิดเป็นมูลค่ากว่า 61,596 ล้านบาท ในปี 2568 หรือ 92.5% ของมูลค่าการส่งออกรวม รองลงมาคือส่งออกอะไหล่ทดแทนที่ใช้สำหรับซ่อมแซม (Spare Parts) มีสัดส่วน 4.0% และชิ้นส่วนหรืออุปกรณ์ที่ผลิตสำหรับแบรนด์เจ้าของรถจักรยานยนต์ (OEM & Parts) มีสัดส่วน 3.5% ตามลำดับ โดยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 การส่งออกปรับตัวดีขึ้นในทุกรายการ โดย Spare Parts ขยายตัวต่อเนื่องจากปี 2568 ที่ 21.4%YoY ด้าน CBU & CKD และ OEM & Parts กลับมาขยายตัวที่ 3.2%YoY และ 45.4%YoY ตามลำดับ หลังจากหดตัวในปี 2568 ทั้งนี้ การส่งออกโดยรวมขยายตัวได้เพียง 5.3%YoY เนื่องจาก CBU & CKD ซึ่งมีสัดส่วนถึง 91.2% ยังขยายตัวได้ไม่มากนัก

ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ตลาดส่งออกรถจักรยานยนต์ที่สำคัญของไทย (ไม่รวมจีนส่วนและอะไหล่) คือสหภาพยุโรป คิดเป็น 37.2% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รองลงมาคือสหรัฐฯ 18.3% และอาเซียน 13.2% สะท้อนว่าโครงสร้างตลาดส่งออกของไทยกระจุกตัวอยู่ในสองตลาดหลักคือ สหภาพยุโรปและสหรัฐฯ ซึ่งรวมกันคิดเป็นสัดส่วนกว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และเมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตตลาดที่ขยายตัวสูงสุดคืออาเซียน 51.7%YoY ตามมาด้วยออสเตรเลีย 17.8%YoY และสหภาพยุโรป 16.3%YoY ส่วนตลาดที่หดตัวคือญี่ปุ่น 14.8%YoY และสหรัฐฯ 5.6%YoY โดยการหดตัวของตลาดสหรัฐฯ เป็นผลจากฐานที่สูงในปีก่อนหน้า หลังจากขยายตัวติดต่อกันในปี 2567 และ 2568 ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการนำเข้าที่เร่งขึ้นในช่วงดังกล่าว

รูปที่ 4 ตลาดส่งออกรถจักรยานยนต์หลักของประเทศไทย 7 เดือนแรกปี 2569



ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

ยอดการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่

ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่ (ป้ายแดง) ทั่วประเทศในปี 2568 อยู่ที่ 1.74 ล้านคัน เพิ่มขึ้น 1.6%YoY โดยกรุงเทพฯ-ปริมณฑล และภาคตะวันออก มียอดจดทะเบียนขยายตัวสูงกว่าภูมิภาคอื่นที่ 4.5%YoY และ 5.2%YoY ตามลำดับ ส่วนภาคใต้และภาคเหนือหดตัว 3.0%YoY และ 1.6%YoY สำหรับในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2569 มียอดจดทะเบียนอยู่ที่ 1.26 ล้านคัน ขยายตัว 5.6%YoY โดยขยายตัวได้ในทุกภูมิภาค นำโดยภาคกลาง 9.2%YoY ภาคใต้ 8.0%YoY และภาคตะวันออก 7.3%YoY ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีสัดส่วนสูงเป็นอันดับสอง ขยายตัวต่ำสุดที่ 2.5%YoY ท่ามกลางกำลังซื้อของครัวเรือนภาคเกษตรที่ยังฟื้นตัวอย่างจำกัด

ตารางที่ 3 ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่ (ป้ายแดง) จำแนกตามพื้นที่

พื้นที่	จำนวน (คัน)		สัดส่วน (%)		%YoY	
	2568	8M69	2568	8M69	2568	8M69
กรุงเทพฯ-ปริมณฑล	500,353	360,964	28.8	28.6	4.5	6.1
ภาคอีสาน	390,858	278,931	22.5	22.1	1.0	2.5
ภาคใต้	255,504	192,849	14.7	15.3	-3.0	8.0
ภาคตะวันออก	229,106	167,697	13.2	13.3	5.2	7.3
ภาคเหนือ	217,273	158,358	12.5	12.5	-1.6	4.5
ภาคกลาง	71,233	53,042	4.1	4.2	0.2	9.2
ภาคตะวันตก	72,028	51,661	4.1	4.1	2.7	5.6
รวม	1,736,355	1,263,502	100.0	100.0	1.6	5.6

ที่มา: กรมการขนส่งทางบก

ด้านส่วนแบ่งตลาดของค่ายรถจักรยานยนต์ พบว่าในปี 2568 ฮอนด้าครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ 80.8% ของยอดขายจดทะเบียนใหม่ ตามมาด้วยยามาฮา 13.9% และเวสป้า 1.4% ตามลำดับ ขณะที่โซนเทสและเคโก๋ ขึ้นมาครองอันดับที่ 4 และ 5 แทนที่จีพีเอ็กซ์ และแลมเบรตต้า ซึ่งมียอดขายจดทะเบียนลดลงต่อเนื่อง สำหรับในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2569 ยามาฮามียอดขายจดทะเบียนขยายตัว 18.1%YoY ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 15.5% ขณะที่ฮอนด้ามียอดขายจดทะเบียนเพิ่มขึ้น 3.3%YoY แต่ส่วนแบ่งตลาดลดลงเหลือ 79.1% ด้านโซนเทสขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับ 3 แทนเวสป้า หลังยอดขายจดทะเบียนขยายตัวสูงถึง 75.5%YoY ต่อเนื่องจากปี 2568 ส่วนเวสป้ามียอดขายจดทะเบียนหดตัว 5.5%YoY และหดตัวต่อเนื่องเป็นปีที่สี่ สะท้อนถึงการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในตลาดสกู๊ตเตอร์ระดับกลาง ประกอบกับราคาค่าจำหน่ายที่ค่อนข้างสูง ท่ามกลางกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังฟื้นตัวอย่างจำกัด

ทั้งนี้ รัฐบาลมีมาตรการจูงใจให้ประชาชนและภาคเอกชนหันมาใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น ภายใต้มาตรการ EV 3.5 ซึ่งให้เงินอุดหนุนสูงสุด 10,000 บาทต่อคัน ปรับลดลงจากมาตรการ EV 3.0 ที่สิ้นสุดลงเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ซึ่งให้เงินอุดหนุนสูงสุด 18,000 บาทต่อคัน โดยในปี 2568 ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าใหม่ (ป้ายแดง) อยู่ที่ 23,971 คัน คิดเป็นสัดส่วน 1.4% ของยอดขายจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่ทั้งหมดหดตัว 4.1%YoY หลังจากขยายตัวสูงในปีก่อนหน้านี้ โดยได้รับแรงกดดันจากภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ทำให้สถาบันการเงินเข้มงวดในการให้สินเชื่อมากขึ้น ประกอบกับข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน จุดชาร์จ ระยะทางการใช้งาน และมูลค่าขายต่อที่อาจยังไม่ตอบโจทย์ผู้ใช้งานบางกลุ่ม

อย่างไรก็ตาม ตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้ากลับมาขยายตัวในปี 2569 โดยในช่วง 8 เดือนแรกมียอดขายจดทะเบียน 19,257 คัน ขยายตัว 30.1%YoY และมีสัดส่วนอยู่ที่ 1.5% ของยอดขายจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่ทั้งหมด โดยค่ายที่ขยายตัวสูง ได้แก่ ยาเดีย (Yadea) ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 35 คันในปี 2568 เป็น 2,027 คัน ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2569 ครองส่วนแบ่ง 10.5% ตามด้วยมอดยักซ์ (Modyak) ค่ายรถสัญชาติไทย และฮอนด้า ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นการขยายตัวจากฐานต่ำในช่วงเดียวกันของปีก่อน ด้านอีเอ็ม (EM) ขึ้นเป็นผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่ง 24.8% จากยอดขายจดทะเบียนที่ขยายตัว 38.3%YoY แทนที่เคโก๋ซึ่งเคยครองส่วนแบ่งสูงสุด 34.1% ในปี 2568 แต่หดตัว 20.9%YoY ในช่วง 8 เดือนแรกปี 2569 ทำให้ส่วนแบ่งลดลงเหลือ 19.6% สะท้อนว่าตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้ายังมีความผันผวนสูงและยังไม่มีผู้ครองตลาดที่ชัดเจน

ตารางที่ 4 ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่ (ป้ายแดง) จำแนกตามค่ายรถ

ค่ายรถ	จำนวน (คัน)		สัดส่วน (%)		%YoY	
	2568	8M69	2568	8M69	2568	8M69
1. HONDA	1,403,475	998,992	80.8	79.1	1.7	3.3
2. YAMAHA	240,509	195,270	13.9	15.5	3.8	18.1
3. ZONTES	11,780	16,274	0.7	1.3	359.8	75.5
4. VESPA	23,489	15,039	1.4	1.2	-13.1	-5.5
5. EM	5,644	4,780	0.3	0.4	15.6	38.3
อื่น ๆ	51,458	33,147	3.0	2.6	-18.3	-6.9
รวม	1,736,355	1,263,502	100.0	100.0	1.6	5.6

ที่มา: กรมการขนส่งทางบก

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

ตารางที่ 5 ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าใหม่ (ป้ายแดง) 5 อันดับแรก

ค่ายรถ	จำนวน (คัน)		สัดส่วน (%)		%YoY	
	2568	8M69	2568	8M69	2568	8M69
1. EM	5,644	4,780	23.5	24.8	15.6	38.3
2. DECO	8,185	3,784	34.1	19.6	37.2	-20.9
3. YADEA	35	2,027	0.1	10.5	n.a.	n.a.
4. HONDA	500	1,453	2.1	7.5	150.0	231.0
5. MODYAK	1,028	1,276	4.3	6.6	293.9	234.9
อื่น ๆ	8,579	5,937	35.8	30.8	-37.3	3.3
รวม	23,971	19,257	100.0	100.0	-4.1	30.1

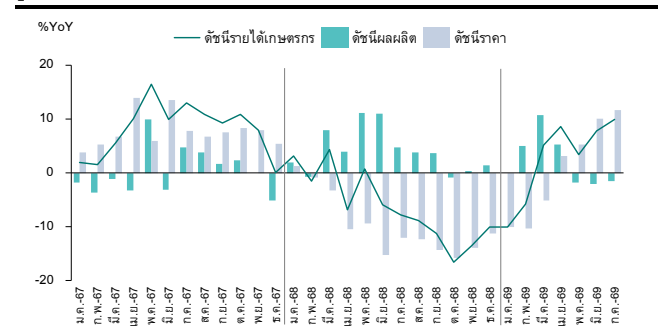
ที่มา: กรมการขนส่งทางบก

สถานการณ์ด้านรายได้เกษตรกร

ครัวเรือนภาคเกษตรเป็นกลุ่มผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ที่สำคัญ รายได้เกษตรกรจึงเป็นตัวแปรที่มีผลต่อยอดจำหน่ายในประเทศ โดยเฉพาะในพื้นที่ต่างจังหวัด หากพิจารณาจากดัชนีรายได้เกษตรกรพบว่าเดือนกรกฎาคม 2569 อยู่ที่ระดับ 196.34 เพิ่มขึ้น 10.0%YoY นับเป็นการขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ห้า หลังจากเริ่มกลับมาเป็นบวกครั้งแรกในเดือนมีนาคม 2569 ซึ่งเป็นผลจากราคาสินค้าเกษตรที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เช่น มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน และยางพารา ประกอบกับผลผลิตสินค้าเกษตรบางชนิดมีปริมาณออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น ได้แก่ สุก รุเรียน และสับปะรด

ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของดัชนีรายได้เกษตรกรสะท้อนว่ากำลังซื้อของผู้บริโภคฐานรากมีโอกาสฟื้นตัวในปี 2569 ซึ่งจะช่วยหนุนยอดขายรถจักรยานยนต์ในประเทศ อย่างไรก็ตาม การขยายตัวตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2569 มาจากด้านราคาเป็นหลัก ขณะที่ดัชนีผลผลิตหดตัวเล็กน้อยทุกเดือน รายได้ที่ฟื้นตัวจึงยังอ่อนไหวต่อความผันผวนของราคาสินค้าเกษตร ประกอบกับในปี 2569 เกษตรกรอาจเผชิญความเสี่ยงจากปัญหายากแล้ง และแรงกดดันด้านต้นทุนการผลิต ทั้งราคาปุ๋ยเคมี เชื้อเพลิงและพลังงานที่อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจจำกัดการฟื้นตัวของรายได้เกษตรกร และทำให้ยอดขายรถจักรยานยนต์ในภาคเกษตรขยายตัวได้อย่างจำกัด

รูปที่ 5 อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีรายได้เกษตรกร รายเดือน



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

ธุรกิจรถจักรยานยนต์ไทยในระยะ 1 ปีข้างหน้า มีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยได้รับแรงหนุนหลักจากความต้องการใช้รถจักรยานยนต์เพื่อการเดินทางและประกอบอาชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง รวมถึงสัญญาณรายได้ของกลุ่มเกษตรกรที่เริ่มฟื้นตัว ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มรถจักรยานยนต์ขนาดเล็กไม่เกิน 125 cc ยังขยายตัวได้ ประกอบกับคำสั่งซื้อจากตลาดส่งออกหลักที่กลับมาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสหภาพยุโรปและอาเซียน ซึ่งช่วยสนับสนุนการส่งออกรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนของไทยให้กลับมาขยายตัวได้

ด้านนโยบายภาครัฐ มาตรการ EV 3.5 และการเร่งพัฒนาสถานีสับเปลี่ยนแบตเตอรี่สำหรับรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (Battery Swapping Station) ตามนโยบาย 30@30 ซึ่งมุ่งเป้าผลิตรถจักรยานยนต์ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ให้ได้ 30% ของปริมาณการผลิตทั้งหมดภายในปี 2573 รวมถึงโครงการส่งเสริมการเปลี่ยนมาใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า เป็นปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของตลาดรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในระยะกลางถึงยาว ประกอบกับความผันผวนของราคาพลังงานจากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ที่จะจูงใจให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการ SMEs หันมาใช้ยานยนต์ที่ใช้เชื้อเพลิงทางเลือกมากขึ้น นอกจากนี้ ความต้องการใช้งานจากกลุ่มธุรกิจ Food delivery และ Ride-hailing ที่ยังอยู่ในระดับสูง รวมถึงพฤติกรรมของคนเมืองบางกลุ่มที่ซื้อรถจักรยานยนต์เป็นรถคันที่สองเพื่อใช้ในชั่วโมงเร่งด่วนหรือในพื้นที่ที่มีการจราจรหนาแน่น เป็นอีกปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังเผชิญแรงกดดันจากหลายปัจจัย ได้แก่ ภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งทำให้สถาบันการเงินยังคงเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำ ประกอบกับแนวโน้มการกำกับดูแลธุรกิจเช่าซื้อและสินเชื่อที่เข้มงวดมากขึ้น ซึ่งจำกัดทั้งการเข้าถึงสินเชื่อของผู้บริโภคกลุ่มเปราะบางและการฟื้นตัวของยอดขาย นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยกดดันอื่น อาทิ ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก สงครามการค้า และความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ ซึ่งอาจกระทบต่อการส่งออกและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและประเทศคู่ค้า รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์สัญชาติจีน โดยเฉพาะในกลุ่มรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจำหน่ายควรปรับสัดส่วนสินค้าให้สอดคล้องกับทิศทางตลาด เจาะกลุ่มลูกค้าที่ซื้อเพื่อประกอบอาชีพซึ่งมีรายได้สม่ำเสมอ และบริหารสินค้าคงคลังอย่างระมัดระวัง ส่วนผู้ที่จำหน่ายรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าควรกระจายแบรนด์เพื่อลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด ด้านผู้ผลิตควรปรับสายการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด กระจายตลาดส่งออกเพื่อลดการพึ่งพาตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป ควบคู่กับการเตรียมรับการแข่งขันด้านราคาจากผู้ผลิตสัญชาติจีน

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. อนพล ศรีธัญพงศ์
ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



วัชรพันธ์ นียม
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิลันดา ดิสเรตติวัฒน์
นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



ศรีอำไพ อิงคกิตติ
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธัญญาพร เล้าโสภากิรมย์
นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



ภราดร หิम्मุติน
นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช
นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบโจทย์



Scan Here
For More Articles

<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>