

อภิเชต สัตกะสิน

ผู้อำนวยการฝ่ายขาย บริษัท ทาทา มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด

เบื้องหลังแนวคิด ‘ป๊อพ์...ฉีกกฎ’



ในธุรกิจรถยนต์ ชื่อของ อภิเชต สัตกะสิน ถือว่าไม่ธรรมดา เพราะเป็นนักบริหารและนักการตลาดฝีมือดีที่คร่ำหวอดอยู่ในธุรกิจรถยนต์ของเมืองไทยมานานหลายปี และมีส่วนสำคัญในการผลักดันแบรนด์รถยนต์หลายต่อหลายยี่ห้อ ให้เป็นที่รู้จักของคนไทยทั้งจีป/โครสเลอร์, ฟอร์ด หรือแม้แต่ชอง

กับบทบาทใหม่ในตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายขายของบริษัท ทาทา มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ถือเป็นอีกหนึ่งงานที่ท้าทายในการทำให้แบรนด์รถยนต์ใหม่จากประเทศอินเดียเข้ามาแจ้งเกิดในตลาดเมืองไทย ซึ่งสิ่งที่เขาและภาคีต้องการให้เกิดในเมืองไทยก็มีมากกว่า การสร้างตัวเลขของยอดขาย เพราะยังอยู่ที่การวางรากฐานและการกำหนดบทบาทให้เมืองไทยเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของภูมิภาคอาเซียน

แน่นอนว่า เมื่อทาทาประกาศที่จะบุกเมืองไทยโดยเลือกเจาะเข้าตลาดที่แข็งแกร่งที่สุดอย่างป๊อพ์ ย่อมต้องเกิดคำถามตามขึ้นมาว่า “ทำไมพวกเขาถึงมั่นใจขนาดกล้าที่จะลุยเส้นทางที่เห็นแล้วว่ายากลำบาก” และที่สำคัญยังเป็นรถยนต์จากอินเดียที่เข้ามาขายในตลาดรถยนต์ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยึดมั่นว่ารถยนต์ในเอเชียที่น่าเชื่อถือที่สุดมีแค่รถยนต์ญี่ปุ่นเท่านั้น

ในตอนนี้ชั้นอน ป๊อพ์รุ่นแรกก็เปิดตัวออกสู่เมืองไทย และพร้อมแล้วในการนำทาทาเปิดตัวให้คนไทยได้รู้จักกับยนตรกรรมอินเดีย ที่มาพร้อมกับสโลแกน ‘ป๊อพ์...ฉีกกฎ’ ภายใต้การนำทัพของอภิเชต สัตกะสิน



TD • ในช่วงก่อนบางทก อินเตอร์เนชันแนล มอเตอร์โชว์ เมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ดูเหมือนว่าท่าทาง-โหมประชาสัมพันธ์อย่างหนัก แต่หลังจากนั้นดูเหมือนว่าจะระงับเจียบหายไปเลย ไม่ทราบว่าตอนนี้กำลังขู่มก่าอะไรอยู่ ?

อภิเชต • คืออย่างนี้ครับ จะใช้คำว่า ‘กระแส’ ไม่ใช่ชนะครับ คงต้องเรียกว่าเป็นไปตาม ‘ขั้นตอน’ ต้องเข้าใจก่อนว่า ทาทาเข้ามาในประเทศไทย ไม่ได้เข้ามาแต่รถยนต์เท่านั้น ในกลุ่มทาทาเข้ามาหลายกลุ่ม ทั้งกลุ่มโรงงานเหล็กคือ ทาทา สตีล ด้วยการเทคโนโลยีเวิร์ลลเเน็ยม สตีล ซึ่งปัจจุบัน ทาทา สตีล ประเทศไทยก็เป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มที่ 2 เข้ามาคือ ทาทา ไอที ดำเนินการในด้านธุรกิจไอที

ส่วนกลุ่มที่ 3 ก็คือ ทาทา มอเตอร์ส ซึ่งการเข้ามาของทาทา มอเตอร์สจะมีการทำงาน 2 เฟส อย่างแรกเป็นการเตรียมเพื่อให้เกิดความพร้อมทั้งการได้รับการยอมรับในเรื่องของแบรนด์ ดีลเลอร์เน็ตเวิร์ค และกระบวนการทำงานต่างๆ เพราะฉะนั้นในช่วงที่เราเปิดในมอเตอร์โชว์ความจริงแล้วเป็นการเปิดตัวบริษัท ทาทา มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นหลัก จากนั้นก็มาที่ตัวสินค้า ซึ่งเราเพิ่งจะเริ่มเปิดตัวและทยอยส่งมอบให้กับลูกค้าได้ตั้งแต่พฤษภาคมและมีภูายน โดยนับจากเดือนกรกฎาคมเป็นต้นไป ก็คงจะมีรถยนต์ของทาทาให้เห็นบนถนนมากขึ้น

อีกทั้งเราก็มีการจัดกิจกรรมกับทางผู้สื่อข่าวกับการทดสอบรถ ซึ่งนับจากการเปิดตัวในช่วงต้นเดือนเมษายนที่ผ่านมา เรายังไม่ได้ให้สื่อมวลชนทดสอบ เพราะยังอยู่ในช่วงของการเตรียมความพร้อมบริษัท จริงอยู่ที่ไลน์ผลิตจะเป็นการใช้พื้นที่ของโรงงานธนบุรี ประกอบรถยนต์ แต่ก็ถือเป็นโรงงานใหม่ เพราะไลน์ผลิตเป็นของใหม่หมด

เราไม่ได้เป็นบริษัทที่เข้ามาขายรถยนต์อย่างเดียว ที่จะต้องการยอดขายอย่างรวดเร็วที่สุด แต่เราเข้ามาผลิตรถยนต์ในประเทศไทยด้วยการผลิตของเราที่มี 2 เฟส ซึ่งเฟสแรกใช้พื้นที่ของโรงงานธนบุรี โดยลงทุนประมาณพันกว่าล้านบาทเพื่อผลิตรถปิกอัพ ส่วนโรงงานที่ 2 เราได้ขอกับทาง BOI ซึ่งก็ได้รับการอนุมัติในการทำอีโคคาร์ซึ่งก็คงจะเป็นอีก 3 ปีข้างหน้า

TD • โรงงานใหม่มีการเลือกสถานที่ตั้งแล้วหรือยัง?

อภิเชต • อยู่ในขั้นตอนการพิจารณาอยู่ครับ แต่ทุกอย่างลงตัวหมดแล้ว

TD • การปูพื้นฐานของแบรนด์ที่บียูนีในช่วงแรกประสบผลอย่างไรบ้าง ถึงตอนนี้ลูกค้าพอจะทราบแล้วรึยังว่าทาทา คือ อะไร เพราะถือว่าเป็นแบรนด์ใหม่ในเมืองไทย

อภิเชต • ก็ยังถือว่าใหม่อยู่นะครับในตอนนี สิ่งที่ดีที่สุดในการทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและรู้จักกับสินค้าได้ ก็คือประสบการณ์การใช้งาน เรายอมรับว่าถ้าเรามีปริมาณลูกค้าที่มากเพียงพอในช่วงออกอีโคคาร์ ก็จะทำให้โปรเจกต์ต่อไปในการเข้าถึงลูกค้าก็ไม่ลำบาก ถ้าเรามีปริมาณลูกค้าก่อนเปิดตัวอีโคคาร์ไม่มากนัก ทำให้ประสบการณ์กับแบรนด์ของเราก็น้อยก็ลำบากหน่อย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น เราไม่ได้เข้ามาถึงแล้ว ต้องการขายรถแบบตัวเลขเยอะๆ แบบทันทีทันใด เราก็ตั้งเป้าเอาไว้ แต่ก็ไม่ได้มากอะไร เพราะต้องการให้ลูกค้าสร้างประสบการณ์ที่ดีกับแบรนด์

ลูกค้าจำนวนหนึ่งได้มีโอกาสใช้สินอน ปิกอัพรุ่นแรกของทาทา เครื่องยนต์ 2,200 ซีซี เทอร์โบดีเซลคอมมอนเรล เราก็สอบถามถึงสาเหตุที่เขาเลือกซื้อ ส่วนใหญ่ตอบว่า ‘เป็นทางเลือกใหม่’ เพราะถ้าทาทาทำเครื่องยนต์ 2,500 หรือ 3,000 ซีซี ในตลาดก็มีอยู่แล้ว แต่ในยุคน้ำมันแพง ทางออกของลูกค้า คือ การหาปิกอัพที่กินน้ำมันน้อยหน่อย เพราะอย่างไรพวกเขาก็ต้องใช้ปิกอัพกันอยู่ ก็เลยมองมาที่สินอน และจากที่เราสอบถาม ส่วนใหญ่ลูกค้าจะบอกว่าไม่ผิดหวังช่วงที่ใช้ไปใหม่ๆ ก็ตกอยู่ที่ 14-15 กิโลเมตรต่อลิตร เป็นการขับแบบปกติ ไม่ได้ Eco Run

พอพ่นรั้นอินมาจนถึงประมาณ 5,000 กิโลเมตรซึ่งเป็นการเช็

สภาพตามการใช้งาน เราก็ให้ทาง CR สอบถาม ลูกค้าส่วนใหญ่พอใจกับความประหยัด บางคนบอกว่ามีอัตราความสิ้นเปลืองน้ำมันประมาณ 17-18 กิโลเมตรต่อลิตรก็ยังมี และลูกค้าให้คะแนนเต็มกับเรื่องความประหยัดน้ำมันที่ได้

TD • ราคาน้ำมันดีเซลที่แพงขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อภาพการกบฏ ?

อภิเชต : ผมว่าส่งผลกระทบต่อทั้งตลาด เพราะในตอนนี้ราคาน้ำมันดีเซลที่เพิ่มขึ้น แนนอนคนต้องประหยัดขึ้น และทางออกของความประหยัดก็มีหลายทาง บางคนก็ใช้รถน้อยลง ถ้าใช้รถน้อยลงไม่ได้ก็ต้องไปพึ่งทางเลือกอื่นๆ เช่น ติดตั้งแก๊ส ในกรณีที่รถกระบะเครื่องยนต์ดีเซลซึ่งติดตั้งแก๊สแล้วไม่คุ้มก็มีการเปลี่ยนเป็นเครื่องยนต์เบนซินแล้วค่อยติดตั้งแก๊ส ถ้าถามว่า ราคาน้ำมันดีเซลที่แพงขึ้นมีผลไหม ? มีผลแน่นอนต่อตลาดทั้งหมด

ส่วนทางเราก็ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้คนเห็นว่า ถ้าจำเป็นจะต้องใช้รถ และต้องการรถกระบะที่มีความประหยัด ก็ขอให้หันถึงทาทา



TD • การเข้ามาทำตลาดเมืองไทยของทาทา มอเตอร์ส ทำใ้ถึงเลือกบุกตลาดปิกอัพ ทั้งที่ตลาดนี้ค่อนข้างมีคู่แข่งที่แข็งแกร่ง ไม่ทราบว่าทางทาทามองเห็นช่องทางหรือจุดอ่อนของตลาดประเภทนี้หรือเปล่า

อภิเชต • คงไม่ใช่อย่างนั้นครับ สำหรับทาทามองว่า ปิกอัพเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเป็นอันดับที่ 2 ของโลก เพราะฉะนั้น ในการบุกเข้าในตลาดตามหลักแล้ว ก็ต้องเข้าสู่ตลาดที่ใหญ่ แต่แน่นอนก็ต้องมีการแข่งขันสูง โดยเราต้องทำสินค้าที่มีความแตกต่างออกมาอย่างเด่นชัด เพราะถ้าไม่แตกต่าง เวลาอยู่ในตลาดที่ใหญ่และมีการแข่งขันสูง ก็คงจะทำตลาดได้อย่างลำบาก อีกทั้งทาทาเองก็เพิ่งเปิดตัวปิกอัพรุ่นสินอนเมื่อต้นปี 2008 นี้เอง แล้วตลาดใหญ่ของสินอนก็จะมีที่ประเทศไทย ยุโรปทั้งอิตาลี สเปน แล้วก็แอฟริกาใต้

สาเหตุที่เข้ามาทำตลาดปิกอัพก็เพราะขนาดใหญ่ของตลาด โดยความแตกต่างของเราคือ เราได้พยายามศึกษาและมองหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และพบว่าพวกเขาต้องการความประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงและการยึดเกาะถนน ซึ่งตรงนี้ก็เลยเลือกใช้เครื่องยนต์ 2,200 ซีซี และช่วงล่างที่สูงมาตั้งแต่เกิด เพื่อให้เกิดความแตกต่าง เราก็เลยมีสโลแกนว่า ‘ปิกอัพ...อีกกฏ’

TD • ความคาดหวังในเรื่องส่วนแบ่งทางการตลาด ในช่วงแรกคาดหวังเอาไว้เท่าไร แลกลุ่มคู่แข่งจริงๆ ของทาทาในตลาดปิกอัพ คือ ใคร

อภิเชต • ในเรื่องส่วนแบ่งตลาด ทางบริษัทตั้งเป้าไว้ว่าภายในปีที่ 5 เราขอส่วนแบ่งตลาดอยู่ 5% แต่ในช่วงระหว่างปีที่ 2-4 ก็ต้องมี ส่วนแบ่งขยับขึ้นในลักษณะของขั้นบันไดด้วย เพื่อให้ปีที่ 5 มีส่วนแบ่งในตลาดตรงตามที่ตั้งเป้าเอาไว้ ในปีแรกเองก็ไม่ได้หวังส่วนแบ่งมากนัก เพราะการขายรถไม่ได้มีแค่ตัวสินค้าอย่างเดียว มันต้องเป็นเรื่องของดีลเลอร์เน็ตเวิร์คที่มีความพร้อม เรื่องของการยอมรับในด้านแบรนด์สินค้า ความพร้อมในด้านการผลิตและกระบวนการต่างๆ ซึ่งทุกอย่างต้องค่อยเป็นค่อยไป แต่แน่นอน เป้าหมายของเราคือ ปีที่ 5 ขอแชร์ 5%

ส่วนคำถามที่ว่าเรามองใครเป็นคู่แข่งในตลาด อย่างที่บอกว่าตลาดกลุ่มนี้มีการแข่งขันสูง ดังนั้นเราก็พยายามมองหาตลาดใหม่ในตลาดปิกอัพ ซึ่งเราคิดว่ายังพอมืออยู่ เช่น การเปิดตัวซีโนน เครื่องยนต์ 2,200 ซีซี ซึ่งเรามองว่าเป็นตลาดใหม่ของปิกอัพเครื่องยนต์เล็ก รุ่นที่ 2 ที่เราจะเปิดตัวปลายปีนี้ คือ ซีโนน CNG ซึ่งเรามองว่าเป็นตลาดใหม่ของปิกอัพที่ใช้เครื่องยนต์แก๊ส CNG ส่วนรุ่นที่ 3 ซึ่งจะเปิดตัวในปีหน้ามีชื่อว่าเอช เป็นปิกอัพขนาด 1 ตันแบบหน้า



ด้วยความที่ทาทาเป็นแบรนด์ใหม่
คำถามว่าคนซื้อรถ 4 ประตูกับคนซื้อรถ
Extended Cab หรือตอนครึ่ง คาเรียคเตอร์
จะไม่เหมือนกัน คนที่ซื้อแบบหลังจะมีลักษณะที่อนุรักษ์นิยม
ซื้อไปใช้งาน ก็เลยต้องมีความมั่นใจในสินค้า
และใช้เวลารอคู่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับแบรนด์นี้นี่ๆ
ส่วนคนที่ซื้อแบบ 4 ประตู ส่วนใหญ่จะใช้งานส่วนตัว
มีฐานะและกำลังทรัพย์ที่อาจจะดีกว่า การตัดสินใจก็เลย
ทำได้เร็วกว่า นั่นก็เลยทำให้ช่วงที่เปิดตัวในมอเตอร์โชว์
ลูกค้าที่ชอบรุ่น 4 ประตูเห็นแล้วตัดสินใจได้เลย
การจองและขึ้นตอนต่างๆ ก็จบลงอย่างรวดเร็ว”

ตัดใช้เครื่องยนต์เทอร์โบดีเซลคอมมอนเรลขนาด 1,400 ซีซี ตัวนี้บรรทุกได้ 1 ตันเต็ม แต่กินน้ำมันน้อยมาก เหมาะสำหรับการใช้งานในเมือง นั่นก็จะทำให้เรามีปิกอัพ 3 รุ่นเป็นทางเลือกในตลาด ถ้าคนวิ่งทางไกลและเส้นทางที่ไม่ประจำ ซีโนน 2,200 ซีซี คือคำตอบ ส่วนคนที่วิ่งทางไม่ไกลและเป็นเส้นทางประจำ ซีโนน CNG คือคำตอบ ส่วนคนที่วิ่งไกลๆ และบรรทุก 1 ตัน เอช คือคำตอบ นั่นคือการมองหาตลาดกลุ่มใหม่ๆ ที่คู่แข่งอาจไม่ได้มอง แต่แน่นอนว่าต้องเป็นตลาด Mass นะครับ ไม่ใช่ Niche แต่เป็น Mass Market ใหม่

TD • ในเรื่องของลูกค้า เมื่อคิดถึงรถยนต์ในเอเชีย ส่วนใหญ่จะมองแค่ 2 ประเทศเท่านั้น คือ ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ พอกลายเป็นรถยนต์จากอินเดีย มีนโยบายหรืออุปสรรคในการทำตลาดนี่ยังครับ โดยเฉพาะในเรื่องการสร้างความปลอดภัยกับลูกค้า

อภิเชต • ในเรื่องนี้ทางทาทา มอเตอร์สทำการบ้านมาเหมือนกัน แม้ว่าบริษัทจะเพิ่งเปิดเมื่อมอเตอร์โชว์ที่ผ่านมา แต่ตัวบริษัทได้ดำเนินงานเพื่อเตรียมตัวการก่อตั้งกันมานานกว่า 3 ปีแล้ว เราคำนึงถึงอยู่ตลอดเวลาว่า ในเมื่อเราเป็นผู้ผลิตรถยนต์จากอินเดีย ตลาดจะให้การยอมรับอย่างไรบ้าง นั่นก็เลยทำให้มีการท้าววิจัย ซึ่งพบว่าในเรื่องของสินค้าที่มาจากอินเดีย ลูกค้าชาวไทยจะให้การยอมรับในเรื่องสินค้าที่เกี่ยวข้องกับไอที และทาทาก็เก่งทางด้านไอที ตามด้วยสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเหล็ก ซึ่งทาทาก็เก่งทางด้านนี้เช่นกัน ในเมื่อเราเข้า

มา เราก็พยายามให้คนมองว่าเราเข้ามาทั้งกรู๊ป มีทั้งเหล็ก ไอที และรถยนต์ ซึ่งรถยนต์ที่นำเข้ามาจำหน่ายก็มีมาตรฐานระดับโลก มีมาตรฐานเดียวกับรุ่นที่ขายในยุโรป ขายในแอฟริกาใต้ ซึ่งตรงนี้จะทำให้คนมองทาทาในฐานะอินเตอร์เนชั่นแนล แปรนด์

TD • แล้วการท้าววิจัยในช่วงตอนแรก มีรูปแบบและลักษณะของการท้าวอย่างไรบ้าง แล้วมีผลเป็นอย่างไร

อภิเชต • เราจ้างบริษัทที่ทำงานในด้านนี้โดยเฉพาะรับผิดชอบในการท้าววิจัย และในเรื่องตัวรถซีโนน ก็มีการนำรถตัวอย่างเข้ามาแล้วก็มีการท้าววิจัยกับ Focus Group เพื่อจะได้รับการตอบถึงข้อมูลในเรื่องต่างๆ เช่น จุดไหนคนชอบ จุดไหนคนไม่ชอบ จุดที่คนชอบเราก็นำมาเป็นจุดแข็ง จุดที่ไม่ชอบก็ต้องปรับปรุง

ผลวิจัยออกมาว่าคนไทยส่วนใหญ่ชอบรูปลักษณ์ของตัวรถซีโนน ซึ่งแน่นอนเราจัดการปรับรูปลักษณ์ภายนอกให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าคนไทย เช่น เปลี่ยนกระจังหน้ามาเป็นแบบโครเมียม หรือกระจกมองข้างมีไฟแล้ว ภายในเป็นสีเบจ ขณะที่ตลาดยุโรปก็จะเป็นภายในสีดำ กระจกมองข้างแบบธรรมดา กระจังหน้าสีเดียวกับตัวรถ

TD • แล้ว Focus Group ที่นำมาร่วมในงานวิจัยเป็นกลุ่มตัวอย่างระดับไหนบ้าง

อภิเชต • มีครบหมด ซึ่งการทำ Focus Group ของเราทำหลายครั้งมาก มีทั้งเขตกรุงเทพ ต่างจังหวัด มีทั้งกลุ่มที่ใช้ปิกอัพเพื่อการพาณิชย์ หรือกลุ่มที่ใช้งานส่วนตัว หรือผสมกันทั้งพาณิชย์และส่วนตัว

TD • ยอดขายที่ได้จากมอเตอร์โชว์จนถึงปัจจุบันมีส่วนของลูกค้านะหว่างในกรุงเทพฯกับต่างจังหวัดมากน้อยแค่ไหน

อภิเชต • อย่างที่บอกในตอนแรกครับว่าการขายรถเราต้องมีสินค้าเพียงพอส่งมอบ มีแบรนด์ที่คนยอมรับ และมีเครือข่าย ซึ่งสำหรับทาทาในตอนนี้นะยังเพิ่งเริ่ม ซึ่งตัวสินค้าก็เพิ่งเปิดตัวและขายโดยคาดว่าหลังจากเดือนกรกฎาคมไปแล้ว น่าจะมีการส่งมอบได้มากขึ้น ส่วนแบรนด์สินค้าก็ยังไม่ถึงเพิ่งเริ่ม เช่นเดียวกับดีลเลอร์เน็ตเวิร์ค ซึ่งในปัจจุบันเรามีดีลเลอร์อยู่ที่ 23 แห่ง และจะเพิ่มเป็น 46 แห่งภายในสิ้นปีนี้ แต่ 23 แห่งของดีลเลอร์นับจากช่วงเดือนเมษายนก็สามารถเปิดทำการได้ 10 กว่าแห่ง เพราะทุกอย่างยังอยู่ในช่วงต้นของการดำเนินการ แต่ก็เริ่มทยอยเปิดตัวและเริ่มดำเนินการกันมาเรื่อยๆ

เพราะฉะนั้นยอดขายตอนนี้สัดส่วนระหว่างกรุงเทพฯกับต่างจังหวัดก็อยู่ในช่วงพอๆ กัน เพราะในต่างจังหวัดตอนนี้ที่เรามีเครือข่ายทำตลาดก็อยู่ในภาคอีสาน ส่วนภาคอื่นๆ เราก็อยู่ในระหว่างการเตรียมตัว ดังนั้น การซื้อรถของลูกค้าจะขึ้นอยู่กับผู้จำหน่ายไป ทำให้กับกลุ่มผู้บริโภคได้เห็นสินค้า รู้จักสินค้า และได้ทดลองสินค้า ซึ่งทั้งหมดก็ขึ้นอยู่กับเครือข่ายในการทำตลาด

TD • กับยอดจองที่เกิดขึ้นในมอเตอร์โชว์ ดูเหมือนว่าจะส่งผลกระทบต่อภาพรวมของแผนของบริษัทนิดหน่อยเกี่ยวกับเรื่องการคาดการณ์ยอดขายของตัวรถที่ไม่ได้เป็นไปตามที่ตั้งใจไว้ เพราะมีข่าวระบุว่า เมื่อเปิดตัวออกมากลายเป็นว่ารุ่น 4 ประตูมีคนนิยมมากกว่า 2 ประตูแบบที่เก็บพัดกับบริษัทคาดเอาไว้ ก็เลยส่งผลกระทบต่อไลน์ผลิต

อภิเชต • คืออย่างนี้ครับ บริษัทไม่แปลกใจเท่าไร เพราะว่าด้วยความที่ทาทาเป็นแบรนด์ใหม่ ถ้าถามว่าคนซื้อรถ 4 ประตูกับคนซื้อรถ Extended Cab หรือตอนครึ่ง คาเรียคเตอร์จะไม่เหมือนกัน คนที่ซื้อแบบหลังจะมีลักษณะที่อนุรักษ์นิยม ซื้อไปใช้งาน ก็เลยต้องมีความมั่นใจในสินค้า และใช้เวลารอคู่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับแบรนด์นี้นี่ๆ ส่วนคนที่ซื้อแบบ 4 ประตู ส่วนใหญ่จะใช้งานส่วนตัว มีฐานะและกำลังทรัพย์ที่อาจจะดีกว่า การตัดสินใจก็เลยทำได้เร็วกว่า นั่นก็เลยทำให้ช่วงที่เปิดตัวในมอเตอร์โชว์ ลูกค้าที่ชอบรุ่น 4 ประตูเห็นแล้วตัดสินใจได้เลย การจองและขึ้นตอนต่างๆ ก็จบลงอย่างรวดเร็ว

นั่นเลยทำให้ในช่วงแรกดูเหมือนยอดขายของรุ่น 4 ประตูจะมีมากกว่า แต่ถ้าถามว่าหลังจากนั้นจะเป็นอย่างไร ผมว่า Extended

“

คำว่าอีโคคาร์หมายถึงรถยนต์ที่มีอัตรา
ความสิ้นเปลืองน้ำมันต่ำ มีตัวเลขมากกว่า
20 กิโลเมตรต่อลิตร เครื่องยนต์ผ่านมาตรฐาน
ยูโร 4 มีการทดสอบตามมาตรฐานความปลอดภัย
ของทางยุโรปทั้งการทดสอบชนด้านหน้าและด้านข้าง
มีกำลังการผลิต 100,000 คันต่อปีขึ้นไป
ซึ่งนั่นหมายความว่า อีโคคาร์ไม่ได้หมายถึง
รถยนต์คันเล็กที่มีราคาถูก แต่หมายถึงรถยนต์ที่
มีคุณสมบัติเหล่านี้ ซึ่งในตอนนี้อะกาก็กำลังดูอยู่
ว่าจะไปทางไหนดีให้เหมาะกับตลาดเมืองไทย”



Cab จะมีมากกว่ารุ่น 4 ประตู เพราะว่าลูกค้าในกลุ่มนี้กำลังอยู่ในขั้นตอนของการคิดและพิจารณา ซึ่งจำนวนของคนที่มาถามรายละเอียดและดูรถส่วนใหญ่จะสนใจรุ่น Extended Cab

TD • *ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อรุ่น 4 ประตูส่วนใหญ่เป็นลูกค้าใหม่ในตลาดปิกอัพ หรือว่าเคยผ่านการใช้งานปิกอัพยี่ห้ออื่นๆ มาก่อนแล้ว จากนั้นจึงลองเปลี่ยนและหันมาสนใจมาก*

อภิเขต • อย่างที่บอกครับ เราเข้ามาในจังหวะที่มีเรื่องของวิกฤตพลังงาน ก็มีกลุ่มที่มาซื้อรถของเราทั้งในตัวถัง Extended Cab และ 4 ประตู ซึ่งจากที่ได้ลองสอบถามดูพบว่า จุดใหญ่ที่ซื้อก็เพราะพวกเขาต้องการความประหยัดน้ำมัน โดยเฉพาะกลุ่มที่สนใจตัวถัง 4 ประตู ซึ่งบางคนก็เคยผ่านการใช้ปิกอัพ 4 ประตูที่วางเครื่องยนต์ดีเซลยุคเก่าที่ไม่ใช่คอมมอนเรล หรือไม่ก็ใช้รถเก๋งเครื่องยนต์ใหญ่ก็มี แต่มาซื้อปิกอัพที่ประหยัดเพิ่มอีกคัน

ส่วนลูกค้าในกลุ่ม Extended Cab ส่วนใหญ่จะเป็นคนใช้ปิกอัพที่ใช้เครื่องยนต์รุ่นเก่าอย่าง Swirl Chamber ซึ่งพอมาลองทาทา ซีนอนแล้วก็จะพบว่าทั้งแรงกว่าและประหยัดกว่า

TD • *แล้วไลน์ประกอบในตอนนี้สัดส่วนของรุ่น Extended Cab กับรุ่น 4 ประตูอยู่ที่ไร*

อภิเขต • โไลน์ผลิตของเราจะพิจารณาจากระบบ ซึ่งตามระบบของเรา จะมีการประสานงานกับดีลเลอร์ตลอดเวลา เพราะฉะนั้นทุกวันดีลเลอร์ทั่วประเทศจะส่งรายงานมาว่า ในตอนนี้ลูกค้าที่ต้องติดตามของพวกเขามีรุ่น Extended Cab กี่คัน หรือ 4 ประตูกี่คัน เมื่อนำมารวมทั้งประเทศ เราก็จะเห็นตัวเลขคร่าวๆ ถึงอัตราส่วนแล้วจากนั้นจึงค่อยนำมาใช้ในการผลิตรถให้เหมาะสมกับอัตราส่วน ซึ่งตรงนี้เรามีความพร้อมของไลน์ผลิตที่จะปรับให้สอดคล้อง อย่างช่วงแรก เราจะเห็นรุ่น 4 ประตูมีการผลิตได้เร็วกว่า แต่อย่างไรก็ตาม เราก็เห็นว่า ลูกค้าจำนวนหนึ่งยังรอการตัดสินใจที่จะซื้อรุ่น Extended Cab ซึ่งตรงนี้เป็นเรื่องของ การตัดสินใจของลูกค้ามากกว่า

TD • *ดีลเลอร์ของทาทาเป็นดีลเลอร์ใหม่ที่ไม่เคยจับตลาดรถยนต์มาก่อน หรือว่าเคยทำแบรนด์อื่นมาแล้ว*

อภิเขต • ดีลเลอร์ของเราจะมีทั้งใหม่และดีลเลอร์คาร์ด ซึ่งก็มีทั้งดีลเลอร์ที่มีเกี่ยวข้องกับธุรกิจคาร์ด และไม่เกี่ยวข้องกับรถ อย่างในกลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกับรถ บางรายก็มาจากธุรกิจวัสดุก่อสร้าง แต่ว่ามีทายาทที่อยากทำรถยนต์ หรือมีความมุ่งมั่น หรือบางรายอาจจะไม่เคยผ่านการขายรถใหม่มาเลย แต่ก็มีความสนใจในการขายรถมือสองมาก่อน หรือว่าเป็นคู่ซ้อมรถ

ส่วนอีกพวกก็จะเป็นดีลเลอร์รถยนต์อยู่แล้ว แต่ว่ามีลูกหลานหลายคน ก็เลยอยากจะทำกิจการใหม่ แยกธุรกิจให้กับลูกหลาน

TD • *สำหรับเมืองไทยในมุมมองของทาทาแล้ว คิดว่าเป็นแค่ตลาด หรือว่าเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่สำคัญ*

อภิเขต • อย่างที่เรียนให้ทราบครับว่า ทาทาเมืองไทยเป็นประเทศที่มีความสำคัญในตลาดอาเซียน เพราะฉะนั้นทางทาทาจึงเข้ามาทั้งกลุ่มธุรกิจทั้งเหล็ก ไอที และรถยนต์ รวมถึงธุรกิจอื่นในอนาคต ส่วนในกลุ่มรถยนต์ ถือว่าทาทา มอเตอร์ส (ประเทศไทย) มีหน้าที่ดูแลตลาดในอาเซียนทั้งหมด รถยนต์ของทาทาที่ขายในภูมิภาคนี้จะมาจากไลน์ผลิตในประเทศไทย

อย่างเอชซึ่งเป็นปิกอัพขนาด 1 ต้นหัวตัดในตอนนี้เราก็มีคำสั่งซื้อมาจากอินโดนีเซียเป็นจำนวนมาก ซึ่งในประเทศนี้ เขานิยมปิกอัพประเภทนี้มากกว่าปิกอัพแบบที่เห็นอยู่ในบ้านเรา ซึ่งปิกอัพ 1 ต้นของบ้านเค้าจะเป็นอีกรูปร่างหนึ่ง

TD • *การลงทุนของทาทาต่อประเทศไทยทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเป็นอย่างไรบ้าง*

อภิเขต • ก็อย่างที่ทราบกันนะครับว่าการลงทุนของเราจะแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ช่วงแรกจะเป็นการลงทุนจำนวน 1,300 ล้านบาทในการตั้งบริษัท ทาทา มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัดขึ้นมา และก็รวมถึงการตั้งสายการผลิตรถยนต์ที่โรงงานธนบุรีประกอบรถยนต์ ซึ่งสายการผลิตทั้งหมดจะใช้ในการผลิตปิกอัพซีนอน 2,200 ซีซี,

ซีนอน CNG และเอช ส่วนอีกช่วงคือ การลงทุนอีกกว่า 5,000 ล้านบาทเพื่อสร้างโรงงานอีโคคาร์ ซึ่งอีกประมาณ 3 ปีโรงงานนี้ก็จะมีความพร้อมในการผลิต เพราะการดำเนินงานด้านที่ดินและแบบโรงงานก็อยู่ในขั้นตอนการพิจารณา แต่เรามั่นใจว่าจะทำได้ทันตาม ที่วางเป้าหมายเอาไว้

TD • *รูปแบบหรือสเปกของอีโคคาร์จากทาทาจะเป็นอย่างไร จะเป็นอินติกาที่นำเข้ามาในบางกอก มอเตอร์โชว์ที่พันทนา หรือว่าเป็นรุ่นใหม่เลย*

อภิเขต • คงต้องมีการทำวิจัยกันก่อนแล้วค่อยเลือกรถที่สอดคล้องกับตลาดมากที่สุด ซึ่งก่อนที่มอเตอร์โชว์จะเริ่มขึ้น เราก็ทำงานด้านกาวิจัยกันแล้ว และพอหลังมอเตอร์โชว์ก็ยังมีการทำงานวิจัยกันต่อเนื่อง

ผมยกตัวอย่างในกรณีของซีนอนแล้วกัน ซึ่งเมื่อ 3 ปีก่อนที่เราเริ่มรู้แล้วว่าเราจะต้องมีการผลิตและจำหน่ายในประเทศไทยปี 2008 ในปี 2005 เราก็มองแล้วว่าถ้าจะนำรถยนต์มาขายเนี่ย ควรจะมีความเหมาะสมกับเมืองไทยอย่างไร เพราะซีนอนที่ขายอยู่ในยุโรปจะเป็นแค่ตัว Single Cab กับ Double Cab 4 ประตู จะไม่มี Extended Cab แต่เราก็พบว่าถ้าจะขายปิกอัพในประเทศไทย ตลาดใหญ่คือ ตอนครึ่งหรือ Extended Cab ซึ่งตลาดประเทศไทยถือเป็นกลุ่มที่ริเริ่มในการพัฒนาซีนอนแบบ Extended Cab

เช่นเดียวกัน ในอีโคคาร์ ก็มีรถยนต์หลากหลายรุ่น เราก็คงต้องเอามาดู แล้วจากนั้นก็คงต้องพิจารณากันว่า จากรถยนต์หลายรุ่นนั้นเราต้องปรับอะไรบ้าง ไม่ใช่ว่าเอาของที่มีอยู่แล้วมาทั้งคันแล้วขาย ซึ่งตรงนี้จะสู้กับคู่แข่งไม่ได้แน่ๆ เพราะฉะนั้นต้องปรับปรุงหรือออกแบบรถยนต์ให้เหมาะสมกับการใช้งานและความต้องการของผู้บริโภค

TD • *แล้วราคาของอีโคคาร์จากทาทาจะตั้งเอาไว้ประมาณเท่าไร*

อภิเขต • เป็นตัวเลขที่ยังไม่สามารถสรุปได้ครับ เพราะคำว่าอีโคคาร์หมายถึงรถยนต์ที่มีอัตราความสิ้นเปลืองน้ำมันต่ำ มีตัวเลขมากกว่า 20 กิโลเมตรต่อลิตร เครื่องยนต์ผ่านมาตรฐานยูโร 4 มีการทดสอบตามมาตรฐานความปลอดภัยของทางยุโรปทั้งการทดสอบชนด้านหน้าและด้านข้าง มีกำลังการผลิต 100,000 คันต่อปีขึ้นไป ซึ่งนั่นหมายความว่าอีโคคาร์ไม่ได้หมายถึงรถยนต์คันเล็กที่มีราคาถูก แต่หมายถึงรถยนต์ที่มีคุณสมบัติเหล่านี้ ซึ่งในตอนนี้เราก็กำลังดูอยู่ว่าจะไปทางไหนดีให้เหมาะสมกับตลาดเมืองไทย

TD • *แล้วกำลังการผลิต 100,000 คันต่อปีจะมีการส่งออกมาขายเฉพาะในอาเซียนหรือว่าทั่วโลกด้วย*

อภิเขต • ในตอนนี้ทางทาทา มอเตอร์ส (ประเทศไทย) รับผิดชอบเฉพาะตลาดอาเซียน เพราะฉะนั้นเวลาเราทำวิจัยเกี่ยวกับอีโคคาร์ก็จะทำในกลุ่มของอาเซียน ไม่ใช่ทำเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น แต่ทำในขอบเขตของพื้นที่ที่เราต้องรับผิดชอบ และในการทำวิจัยก็จะมีทาทาจากกลุ่มประเทศในอาเซียนเข้ามาร่วมด้วย เพื่อให้แน่ใจว่าเมื่อรถยนต์ออกมาแล้วจะสอดคล้องกับความต้องการอย่างแท้จริง อย่างซีนอน Extended Cab ก็มีตัวแทนจากประเทศอื่นเข้ามาดู และให้ข้อมูลและความคิดเห็นว่า ถ้าเกิดต้องนำเข้าไปขายในประเทศเค้าแล้วจะต้องทำอะไรบ้าง

TD • *ในมุมมองของทาทา นอกจากประเทศไทยแล้ว ในภูมิภาคอาเซียนตลาดแห่งไหนมีขนาดและความน่าสนใจบ้าง*

อภิเขต • นอกจากประเทศไทยแล้ว ก็มีมาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งก็รวมถึงประเทศที่อยู่ในความเป็นไปได้ด้วยเช่น ออสเตรเลีย และทางออสเตรเลียกับไทยก็มี FTA กันอยู่ด้วย

TD • *สำหรับนาโถกับการเข้ามาทำตลาดเมืองไทยมีความเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหน*

อภิเขต • อย่างที่บอกครับว่าอีโคคาร์ไม่ใช่มาในอย่างแน่นอน นาโถเป็นรถยนต์ที่เหมาะสมสำหรับขายในอินเดีย ซึ่งถ้าประเทศอื่นสนใจที่จะนำเข้าไปขาย แน่แน่นอนว่าต้องมีกาวิจัยกันก่อนว่าจากรถยนต์ที่มีเบสิคเดียวกับนาโถไปขายในแต่ละประเทศจะต้องมีการปรับปรุงอะไรบ้างเพื่อความเหมาะสม ก็อย่างที่บอกครับว่า เรา

คงไม่นำรถยนต์ที่มีอยู่แล้วทั้งคันเข้ามาขายในทันที

TD • แล้วถ้าเข้าไปเข้ามาขายในเมืองไทย คิดว่าจะต้องมีการปรับอะไรบ้าง และราคาอยู่ที่เท่าไร

อภิเชต • ตัวนี้เรายังไม่ได้ตัดสินใจครับ ตอนนี้อยู่คือเรื่องของอีโคคาร์ และเราก็ต้องตอบใจอยู่ที่ว่าอีโคคาร์ของเราจะเป็นอย่างไรกัน

TD • สำหรับรุ่นเครื่องยนต์อื่นๆ ที่จะเปิดตัวในปลายปีปีไม่ทราบว่าจะตอนนี้มีการเตรียมไลน์ผลิตไปถึงไหนแล้ว

อภิเชต • ในตอนนี้ไลน์ผลิตของเรามุ่งไปที่ซีดาน 2,200 ซีซีเป็นหลัก แต่เมื่อถึงปลายปี เราก็จะเริ่มมีการผลิตเพิ่ม ก็อย่างที่บอกในตอนแรกครับว่าแม้กลุ่มลูกค้าต่างกัน แต่เราก็ยังมองว่าปิกอัพที่ใช้เครื่องยนต์ดีเซลเทอร์โบคอมมอนเรล 2,200 ซีซีเป็นทางเลือกที่ดีในยุคน้ำมันแพง และในการแถลงข่าววันนั้น ก็มีการแจ้งให้นักข่าวไทยทราบว่า เครื่องยนต์ของเราสามารถใช้น้ำมันดีเซลในระดับ B10 เพราะฉะนั้นเรามั่นใจในเครื่องยนต์รุ่นนี้ว่ากินน้ำมันน้อย แล้ววิ่งไปไหนก็ได้

ส่วน CNG เรามองว่า กลุ่มที่จะใช้เชื้อเพลิงประเภทนี้เป็นอีกกลุ่มหนึ่ง เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานในเชิงพาณิชย์ แล้ววิ่งในเส้นทางที่ใช้ประจำ ซึ่งรู้แน่ว่ามีบีเอ็ม ซีซีอยู่ ตอนนี้อยู่ไม่ได้ตั้งไลน์ผลิต แต่เตรียมไลน์ผลิตอยู่ ส่วนการทดสอบก็ทำกันมาตั้งแต่ปีที่แล้ว ปัจจุบันก็มีการปรับหลายอย่าง และรถตัวอย่างก็ทำการทดสอบอยู่ ซึ่งเป็นรถตัวอย่างที่ผ่านการปรับปรุงครั้งสุดท้ายแล้ว

TD • ตัวถังที่จะใช้กับ CNG จะมีแบบไหนบ้าง

อภิเชต • ก็มีทั้งแบบตอนเดียวและตอนครึ่ง ส่วนเรื่องที่ว่าจะเป็นแบบฟลิตอย่างเดียวหรือเปล่า หรือว่าจะมีขายให้คนทั่วไปด้วย ตรงนี้ลูกค้าเป็นคนตัดสินใจครับ อย่างคนที่ขับผ่านบีเอ็ม ซีซีอยู่เป็นประจำและเห็นถึงการขยายตัวของบีเอ็ม มีความเชื่อมั่นใน CNG ก็คงจะซื้อใช้

อย่างหนึ่งที่เราแตกต่างจากรถยนต์ CNG ในตลาด คือ ของเรา

พวกหัวลูกสูบ หรือการ Coating หัวลูกสูบ

อีกอย่างหนึ่งคือ การทำ CNG ค่อนข้างยาก เนื่องจากมีเอนของแก๊สที่ได้ในแต่ละหลุมไม่เท่ากัน ฉะนั้น ECU ที่ควบคุมระบบของเครื่องยนต์ต้องมีประสิทธิภาพในการปรับการเผาไหม้ แล้วปรับการจ่ายแก๊สและจังหวะการจุดระเบิดของเครื่องยนต์ให้เหมาะสมกับค่าของมีเอนของแก๊สที่ได้จากหลุมในแต่ละแห่ง ซึ่งบ้านเราเท่าที่ทราบรู้สึกว่าจะมีอยู่ 3 ค่า

ในอินเดียเอง กฎหมายของรัฐบาลกำหนดให้รถยนต์สาธารณะในเมืองหลวงต้องใช้แก๊ส CNG อย่างเดียว เพื่อลดมลภาวะ ดังนั้นทางเราทางเราที่มีความชำนาญในเรื่องนี้ ส่วนเรื่องอุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้เทคโนโลยีของบริษัทจากแคนาดา เพราะที่นั่นเป็นอีกประเทศที่มีรถยนต์ที่ใช้แก๊ส CNG เป็นจำนวนมาก

TD • CNG ของกามาเป็นการผลิตทั้งคันออกมาจากไลน์สายโซ่ไทย ไม่ได้นำออกมาติดตั้งนอก

อภิเชต • ครับ รูปแบบของ Delicate CNG ต้องเป็นการผลิตออกมาจากโรงงานเลย เพราะถ้าไม่มีการเติมแก๊สก็จะวิ่งไม่ได้ เนื่องจากในเรื่องนี้บ้านเรายังค่อยๆ เป็นค่อยๆ ไป ซึ่งก็เหมือนกับในประเทศอื่นๆ ที่ในตอนแรกใช้รถยนต์ที่ใช้น้ำมัน แต่พอมาเจอกับปัญหาในเรื่องราคาน้ำมัน ก็ต้องมองหาพลังงานทางเลือก วิธีที่ดีที่สุดคือการนำเครื่องยนต์ที่มีอยู่แล้วมาติดแก๊ส ซึ่งส่วนใหญ่ก็คงจะติดแก๊ส LPG เพราะค่าออกเทนของ LPG กับเบนซินใกล้เคียงกัน ทำงานด้วยกันได้

แต่ถ้าไปถึงอีกขั้นหนึ่งคือ การมองเห็นว่าเราจะมุ่งหน้าไปทางไหน อย่างบ้านเราก็คงไปทางแก๊ส CNG แน่ๆ ก็ควรจะเป็นเครื่องยนต์ที่ใช้ CNG อย่างเดียว สตาร์ทด้วย CNG และใช้ CNG ในการขับเคลื่อน

TD • นั่นเท่ากับว่ากามาตั้งใจในนโยบายในเรื่องการผลิตกับแก๊ส CNG ทั้งก็ในตอนนีดูเหมือนว่าความแพร่หลายและการขยายตัวของสถานีบริการยังเป็นปัญหาสำหรับผู้ใช้งานอยู่

อภิเชต • ครับ ทางบริษัทมีความมั่นใจ ที่เรามั่นใจเพราะว่า



“ปัจจุบันสภาพเปลี่ยนไป น้ำมันดีเซลก็แพง ถนนดำก็เยอะ เพราะฉะนั้นในอนาคต คงจะมองหารถยนต์ที่เหมาะสมกับการใช้งานของตัวเองจริงๆ เช่น ถ้ายังบรรทุกหรือใช้งานในเชิงพาณิชย์อยู่ก็จะหันมาใช้ปิกอัพเหมือนเดิม แต่คนที่ซื้อปิกอัพไปแล้วก็ไม่ได้บรรทุกอะไร นอกจากบรรทุกคน ก็คงจะหันมาหารถเก๋งกันมากขึ้น และนั่นน่าจะทำให้สัดส่วนของการใช้รถเก๋งมีเพิ่มขึ้น ตัวอย่างที่เห็นชัดคือ 5 เดือนแรกไปนี้ อัตราส่วนของรถเก๋งและปิกอัพก็ยกกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้วจะพบว่ารถเก๋งมีเพิ่มขึ้นมาก

เรียกว่าเป็น Delicate CNG หรือเป็นเครื่องยนต์ CNG อย่างเดียว ไม่ใช่แบบ 2 ระบบ คือ การใช้แก๊สที่ดีที่สุดควรจะเป็นแบบระบบเดียว เพราะ CNG มีข้อดี คือ มีออกเทนนับเบอร์ที่สูง ซึ่งเราสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องยนต์ได้ด้วยการเพิ่มกำลังอัด ซึ่งการเพิ่มตรงนี้จะเข้ามาจะทำให้ไม่สามารรถใช้น้ำมันเบนซินได้ เพราะจะน็อคเครื่องยนต์ตัวนี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อใช้งานกับแก๊ส CNG ทั้ง

แหล่ง CNG เป็นแหล่งที่อยู่ในพื้นที่ประเทศไทย และอย่างที่บอกครับว่าการพัฒนาของบีเอ็มเราก็เห็นภาพอย่างชัดเจน และท้ายที่สุดลูกค้าก็จะเป็นคนตัดสินใจเอง เพราะถ้าลูกค้าเกิดไม่มั่นใจในตัว CNG เราก็ยังมีทางเลือกอื่นในการทำตลาดอย่างซีดาน 2,200 ซีซี หรือถ้าลูกค้าวิ่งในเมืองอย่างเดียวและชนสัมพันธ์มาก ก็มองมาที่รุ่นอื่นๆ ก็ได้



อย่างที่บอกละครับว่าเป็นทางเลือก ไม่ได้หมายความว่าหากเรามีเครื่องยนต์ CNG ออกมาขาย แต่เป็น 1 ใน 3 ตัวเลือกที่ออกมาจากโรงงานแห่งแรกของเราเท่านั้นเอง

TD • *ในอนาคตจะมีพลังงานทางเลือกอื่นๆ ออกมาเสริมตลาดเช่น เครื่องยนต์เบนซิน หรือ LPG ออกมาขายไหม*

อภิเขต • ก็ยังศึกษาอยู่ครับ คือแน่นอนว่าในการทำตลาด เราต้องทำสินค้าตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ฉะนั้นเราก็ต้องคอยศึกษาว่าขณะนี้ผู้บริโภคไปทิศทางไหน ซึ่งทิศทางเหล่านี้ส่วนใหญ่ก็มาจากสถานะเศรษฐกิจ ค่านิยม ข้อกำหนดกฎหมาย หรือคู่แข่งในตลาด เพราะเราไม่ได้เป็นที่ 1 ในตลาด บางที่คู่แข่งก็เป็นคนนำหรือกำหนดทิศทางในตลาด

TD • *แล้วมองว่าทิศทางหรือแนวโน้มในการใช้รถยนต์ของคนไทยในอนาคตจะเป็นอย่างไรบ้าง*

อภิเขต • ทาทามองว่า ในอีก 3 ปีข้างหน้าจะเปลี่ยนแปลง ถึงได้มั่นใจในเรื่องโครงการอีโคคาร์ ปัจจุบัน ตลาดปิกอัพเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด นั่นเป็นเพราะแต่เดิมรัฐบาลมีการส่งเสริมการใช้รถปิกอัพสำหรับขนส่งสินค้าในภาคการเกษตร ภาษีสรรพสามิตค่อนข้างจะต่ำ

อย่างที่ 2 ในอดีตน้ำมันดีเซลมีราคาถูก หาง่าย คนก็เลยชอบใช้ปิกอัพเครื่องยนต์ดีเซล อย่างที่ 3 คือ เส้นทางต่างจังหวัดบางครั้งยังเป็นถนนแดง หรือทางลูกรังอยู่ ถนนดำ หรือถนนลาดยางมีน้อย ปิกอัพคือคำตอบที่ดี ราคาไม่แพง น้ำมันดีเซลหาง่าย ราคาถูก สมบุกสมบัน

แต่ปัจจุบันสภาพเปลี่ยนไป น้ำมันดีเซลก็แพง ถนนดำก็เยอะ เพราะฉะนั้น ในอนาคต คนคงจะมองหารถยนต์ที่เหมาะสมกับการใช้งานของตัวเองจริงๆ เช่น ถ้ายังบรรทุกหรือใช้งานในเชิงพาณิชย์อยู่ก็

จะหันมาใช้ปิกอัพเหมือนเดิม แต่คนที่ซื้อปิกอัพไปแล้วทำไม่ได้บรรทุกอะไรนอกจากบรรทุกคน ก็คงจะหันมาหารถเก๋งกันมากขึ้น และนั่นน่าจะทำให้สัดส่วนของการใช้รถเก๋งมีเพิ่มขึ้น

ตัวอย่างที่เห็นชัดคือ 5 เดือนแรกในปีนี้อัตราส่วนของรถเก๋งและปิกอัพเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้วจะพบว่ารถเก๋งมีเพิ่มขึ้นมาก ที่เพิ่มขึ้นมากก็เพราะหนึ่งมีเรื่องของ E20 เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งภาษีถูกและทำให้คนซื้อรถเก๋งได้ถูกลง อันที่ 2 คือ น้ำมัน E20 ถูกคนใช้ก็ประหยัดขึ้น อันที่ 3 คนเริ่มเห็นแล้วว่าถนนดำเริ่มเยอะ อยู่ต่างจังหวัดก็ซื้อรถเก๋งมาขับได้

การเปลี่ยนแปลงจะเริ่มเกิดขึ้น คนจะซื้อรถยนต์ตรงกับการใช้งานจริงมากขึ้น แทนที่จะเป็นปิกอัพส่วนใหญ่ หรือรถเก๋งส่วนน้อยเหมือนที่ผ่านมา ซึ่งคราวนี้จะเปลี่ยนไปเป็นตามสภาพที่เกิดขึ้นจริง และเมื่อมีอีโคคาร์เปิดตัวออกมาเป็นทางเลือก สัดส่วนของรถเก๋งก็จะเพิ่มขึ้น

TD • *แล้วทางทาทาของเรื่องของ E85 อย่างไรบ้าง*

อภิเขต • คงจะเป็นการเตรียมการเพื่อนำเสนอทางเลือกของน้ำมันเชื้อเพลิงในอนาคต ถือเป็นเรื่องดีที่จะมีการเตรียมการและรู้จักกับน้ำมันประเภทนี้ แต่ทุกอย่างที่ทำได้คงจะต้องใช้เวลา ตอนนี้อย่างที่ทาทาคงจะเน้นในเรื่องของน้ำมันดีเซล ไบโอดีเซล CNG และน้ำมัน E20 แต่แน่นอนว่าในเมื่อมีเรื่อง E85 เข้ามาก็ต้องเริ่มติดตามว่าจะมีนโยบายอย่างไรบ้าง แต่ในตอนนี้เรายังเน้นความสนใจกับเชื้อเพลิงที่กล่าวมาข้างต้น

TD