

World Beat

ktfor@nationgroup.com



● สุรินทร์ เจนพิทยา กรกฎพรธุรกิจ

ในสงครามตะวันออกกลางที่กำลังเขย่าทั่วโลก แต่สำหรับ “จีน” แล้วนี่อาจไม่ใช่ “วิกฤติ” หากแต่เป็น “โอกาสครั้งประวัติศาสตร์” ด้วยราคาน้ำมันที่ยืนระดับ 100 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล ไม่ได้กระทบแค่อุตสาหกรรมพลังงาน หากแต่กำลัง “เปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค” ทั่วโลกอย่างเฉียบพลัน และสิ่งที่ตามมาคือ การเร่งครั้งใหญ่ของ “ตลาดรถยนต์ไฟฟ้า” (อีวี) ซึ่งมีจีนเป็นผู้นำ

เยล จาง กรรมการผู้จัดการของบริษัทที่ปรึกษา Automotive Foresight ในนครเซี่ยงไฮ้ ระบุว่า “ราคาน้ำมันที่พุ่งสูงขึ้น รวมถึงการขาดแคลนน้ำมันเบนซินในบางประเทศ จะยิ่งเร่งให้การส่งออกอีวีของจีนเติบโตเร็วขึ้น” “วิกฤติน้ำมันครั้งนี้เป็นโอกาสทางประวัติศาสตร์ของอุตสาหกรรมอีวีจีน เช่นเดียวกับวิกฤติน้ำมันในทศวรรษ 1970 ที่เคยเปิดทางให้รถยนต์ญี่ปุ่นแบบประหยัดพลังงานก้าวขึ้นมา” จางกล่าว

องค์กรด้านการขนส่งและสิ่งแวดล้อมชั้นนำในยุโรป (Transport & Environment) ประเมินว่า หากราคาน้ำมันยืนอยู่ที่ 100 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล หรือสูงกว่า เจ้าของรถน้ำมันอาจต้องแบกรับค่าใช้จ่ายเพิ่มรวมกันถึง 55,000 ล้านยูโรต่อปี หรือเฉลี่ยราว 220 ยูโรต่อคนต่อปีซึ่งไม่ใช่การเล็กน้อย โดยเฉพาะในช่วงที่หลายประเทศเผชิญภาวะผิดเคืองทางเศรษฐกิจ

เมื่อคำนึงถึงกลายเป็นภาระที่ “มองเห็นได้ทุกวัน” ผู้บริโภคจึงเริ่มเปรียบเทียบกับต้นทุนของรถแบบเดิมกับรถยนต์ไฟฟ้าอย่างจริงจังมากขึ้น ส่งผลให้แพลตฟอร์มขายรถในสหรัฐฯ และยุโรปรายงานว่า ความสนใจต่ออีวีเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนหลังสงครามเริ่มต้น เช่น Autotrader รายงานว่า คำถามหรือการสอบถามเกี่ยวกับการซื้ออีวีใหม่เพิ่มขึ้น 28% และรถอีวีมือสองเพิ่มขึ้น 15% นับตั้งแต่สงครามอิหร่านปะทุขึ้น ขณะที่ Octopus Electric Vehicles ระบุว่า ความสนใจในการเช่าอีวีเพิ่มขึ้น 36%

กล่าวอีกแบบหนึ่งคือวิกฤติน้ำมันไม่ได้แปลว่าคนจะรีบไปซื้ออีวีพร้อมกันในวันพรุ่งนี้ แต่กำลังเปลี่ยน “กรอบความคิด” ของผู้บริโภค จากเดิมที่อีวีถูกมองเป็นเพียงเทคโนโลยีใหม่ กลับลายเป็น “ทางเลือกเพื่อความมั่นคงด้านพลังงาน” ในชีวิตประจำวัน

ผู้ผลิตที่พร้อมที่สุดในตอนนี้คือ ‘จีน’

ในช่วงจังหวะที่ค่ายใหญ่ของจีนไม่ได้มองข้ามประเทศที่เป็นเพียงตลาดเสริมอีกต่อไป แต่กลายเป็น “สมรภูมิลูก” ของการเติบโต

เริ่มจาก BYD ผู้ผลิตอีวีรายใหญ่ที่สุดของโลกระบุว่า เป้าหมายยอดขายรายปีต่างประเทศปีนี้อาจขึ้นไปถึง 1.5 ล้านคัน จากที่เคยคาดไว้ 1.3 ล้านคันเมื่อต้นปี และเมื่อเทียบกับยอดขายต่างประเทศ 1.05 ล้านคันในปี 2025 ก็ถือว่ามีการเร่งตัวที่ชัดเจนมาก โดยในช่วง 2 เดือนแรกของปี ยอดขายในต่างประเทศของ BYD เพิ่มขึ้น 50% เมื่อเทียบรายปีเป็นกว่า 201,000 คัน แม้ว่ายอดขาย



จีนรับ ‘โอกาสทอง’ จากวิกฤติน้ำมันแพง ‘พีนยอดขายอีวีบูม’



รวมจะถูกกดดันจากอุปสงค์ในประเทศที่อ่อนล้าก็ตาม

ฝั่ง Geely ก็ขยับแรงไม่แพ้กัน โดยตั้งเป้าขายรถทั้งเครื่องยนตสันดาปและอีวีในต่างประเทศ 640,000 คันในปีนี้ แต่ผู้บริหาร Geely ส่งสัญญาณว่าบริษัทมองไปถึงระดับ 750,000 คัน ซึ่งเพิ่มขึ้น 78% จากปีก่อนหน้า พร้อมประกาศเป้าหมายชัดเจนว่า ต้องการขึ้นเป็นอันดับ 1 ในมาเลเซีย และติดท็อป 3 ในอาเซียน

แต่หากราคาน้ำมันยังคงปรับขึ้นต่อไป ก็มีโอกาสสูงที่พวกเขาจะทยอยขายในต่างประเทศทะลุเป้าที่ตั้งไว้ในปี 2026

ซู เทียนเจิน นักเศรษฐศาสตร์จากอีโคโนมิสต์ อินเทลลิเจนซ์ ยูนิท ระบุว่า แม้สงครามจะยุติลง ราคาน้ำมันก็มีแนวโน้ม “ไม่กลับลงสู่ระดับก่อนเกิดความขัดแย้ง” โดยราคาน้ำมันมีแนวโน้มเคลื่อนไหวในลักษณะ “ขึ้นแบบรวดเร็ว และร่วงลงแบบชนก” คือปรับตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ค่อยๆ ปรับลงอย่างช้าๆ

แม้ภาพรวมจะเป็นบวกต่ออีวี แต่ผู้เชี่ยวชาญไม่หยิ่งเหว่า มาตรการบางอย่าง เช่น การเพิ่มเงินอุดหนุน หรือการลดภาษี จะทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาใช้อีวีทันที่ทั่วโลก

ในสหรัฐฯ ตัวเลขจาก Cox Automotive ผู้ให้บริการข้อมูลเทคโนโลยียานยนต์ชั้นนำระดับโลกสะท้อนว่า ราคาขายเฉลี่ยของรถยนต์ไฟฟ้าใหม่ในไตรมาสแรกอยู่ที่ประมาณ 55,300 ดอลลาร์ ยิ่งสูงกว่ารถที่ไม่ใช่อีวี ซึ่งอยู่ที่ 48,768 ดอลลาร์ นั่นหมายความว่าแม้ต้นทุนการใช้ในระยะยาวจะประหยัดกว่า แต่ต้นทุนเริ่มต้นยังอาจเป็นกำแพงสำหรับผู้บริโภค

นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเรื่องโครงสร้างพื้นฐานการชาร์จ ความกังวลเรื่องระยะเวลาที่ความเชื่อมั่นในระบบซ่อมบำรุง และสภาพเศรษฐกิจที่อาจชะลอตัว ทักเงินเฟ้อสูงขึ้น จากต้นทุนพลังงานและค่าขนส่งที่แพงขึ้น ซึ่งแรงกดดันเศรษฐกิจเหล่านี้อาจกระทบ

ทั้งรถน้ำมันและรถยนต์ไฟฟ้าพร้อมกันได้

สตเฟฟเฟน มิซุสกี ผู้เชี่ยวชาญจาก JATO Dynamics อธิบายภาพที่ว่า ราคาน้ำมันแพงและความสนใจเรื่องความมั่นคงพลังงานจะช่วยหนุนอุปสงค์รถยนต์ไฟฟ้าในระยะกลางถึงยาว แต่ควรมองเป็น “แรงเร่งเพิ่มเติม” มากกว่าจะเป็นการเร่งตัวแบบพลิกทั้งตลาดในทันที

ข้อมูลวิเคราะห์จาก Transport & Environment ระบุว่า รถอีวีเกือบ 8 ล้านคันในสหภาพยุโรป (อียู) จะขายประหยัดการใช้ น้ำมันได้ราว 46 ล้านบาร์เรลในปี 2025 เทียบเท่าการลดต้นทุนนำเข้าน้ำมันได้เกือบ 3 พันล้านยูโร และผู้ใช้น้ำมัน มีแนวโน้มไม่ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันสูงมากกว่าผู้ใช้อีวี “ถึง 5 เท่า” Aramisauto ผู้ขายรถยนต์มือสองออนไลน์รายใหญ่ของฝรั่งเศสระบุว่า

ระยะทางวิ่งที่ไกลพอ ส่งผลให้ราคาของอีวีสูงเกินกว่าที่ผู้บริโภคทั่วไปอาจเอื้อมไม่ถึง

นอกจากนี้ การเปลี่ยนโรงงานผลิตเครื่องยนต์สันดาปเดิมให้เป็นโรงงานอีวีในสหรัฐฯ ต้องใช้เงินลงทุนหลายพันล้านดอลลาร์ และยังประสบปัญหาเรื่องข้อตกลงกับสหภาพแรงงานที่กังวลว่า การผลิตอีวี ซึ่งใช้ชิ้นส่วนน้อยกว่ารถน้ำมัน จะทำให้เกิดการเลิกจ้างงาน

ขณะเดียวกัน ตลาดรถบรรทุกกำลังปรับตัว จากมาตรการเคตคิเคตอีวีของรัฐบาลกลางสหรัฐฯ ที่สิ้นสุดลงในช่วงปลายไตรมาส 3 ปี 2025 ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดของรถยนต์ BEV ลดลงหลังการเปลี่ยนแปลงนโยบายอยู่ที่ 6.3% ในไตรมาสแรกปีนี้ลดลง 1.4 จุดเปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ส่วนยอดขายรถยนต์ใหม่ (รถยนต์นั่งและรถบรรทุก) ในเดือนมี.ค. 2026 อยู่ที่ 16.3 ล้านคัน ลดลง 8.7%

ดังนั้น หากถามว่าผลของสงครามครั้งนี้จะสะท้อนต่อยอดขายอีวีที่ใดดีที่สุด คาดตอบว่า “ไม่ใช่ทั่วโลกพร้อมกัน” แต่เป็นบางภูมิภาคอย่าง “ยุโรปและเอเชีย” จะเร่งเร็วกว่าภูมิภาคอื่น โดยกระตุ้นให้ผู้บริโภค นักลงทุน และรัฐบาลหลายประเทศ “คิดใหม่” เรื่องอนาคตของการเดินทาง และพลังงาน

เส้นทางแห่งผู้นำ

● ดร.ธัญ ธำรงนาวาสวัสดิ์

Slingshot Group & Augmented Leadership



โค้ชชื่อของผมนคนหนึ่งเล่าให้ฟังว่า ในการคุยครั้งล่าสุดหัวหน้าอยากให้เรามีส่วนร่วมกับการสนทนาเรื่องการประชุมทีมให้มากกว่านี้ก่อนเขาจะพร้อมเสนอชื่อเธอสำหรับการโปรโมตต่อไป

Five Levels of Participation

ไม่มีอะไรจะพูด แต่เป็นเพราะไม่รู้จะพูดอย่างไรมากกว่า

“Do you have any tips that you can share?”

เชลบีถามผมด้วยสีหน้าลึกลับ

ผมจึงเล่าให้เธอฟังถึง Five Levels of Participation

Level 1: สบตา Keep eye contact

Level 2: ตอบคำถามปลายเปิด Answer questions with known answers

Level 3: ตอบคำถามปลายเปิด Answer questions with unknown answers

Level 4: ถามคำถามปลายเปิด Ask questions with known answers

Level 5: ถามคำถามปลายเปิด Ask questions with unknown answers

“Where do you think you are?” คุณคิดว่าตัวเองอยู่ตรงไหน ผมถาม

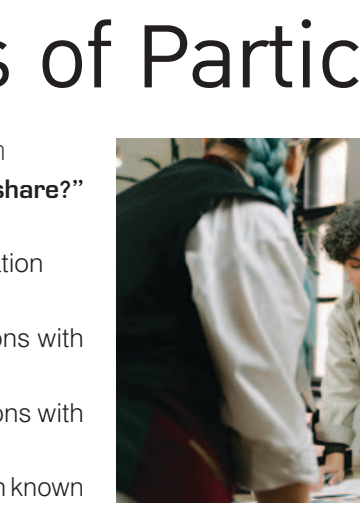
“Maybe a 1 or 2” เชลบีตอบ

ข้อคิดสำหรับผู้นำเสมอ

1) Identify the root cause หัวใจของการวิเคราะห์ปัญหา คือต้องเข้าใจสาเหตุที่แท้จริง การที่เชลบีไม่พูดอะไรในห้องประชุม

หลายองค์ความไปว่าเป็นเพราะเธอไม่สนใจ ไม่ใส่ใจ ไม่มีความเห็น จะนำเสนอ แต่ความจริงคือเธอไม่รู้จะพูดอย่างไร และด้วยความที่เป็น Introvert เธออาจต้องการขั้นตอนให้สามารถปฏิบัติตามได้ มิใช่แค่คำแนะนำกว้างๆ จากหัวหน้าเธอต้องพูดมากกว่านี้

2) The Five Levels of Participation ผมจึงแนะนำมาหลายๆวิธี ให้กับเธอ สเต็ปแรกคือการ Keep eye contact กับผู้พูด มีคนไม่น้อยที่ไม่สบตาในการมองหน้าคนอื่น แม้ระหว่างการประชุมก็จะก้มหน้าอ่านเอกสาร มองหน้าจอสไลด์ มากกว่า



การมองคนที่กำลังพูดอยู่ สเต็ปสองคือการตอบคำถามปลายเปิด Answer questions you know the answer อันนี้ไม่ยากมากเพราะมักเป็นเรื่องเทคนิคหรือข้อมูลที่ตอบได้ อยู่แล้ว ยกขึ้นชื่อ สเต็ปสาม การตอบคำถามปลายเปิด What do you think about this problem? เริ่มต้องใช้สมองส่วนหน้ามากขึ้น

ยกกว่าการตอบคำถาม สมอต้องอาศัยความมั่นใจ ในอีกระดับเพื่อตั้งใจให้คนอื่นเป็นฝ่ายได้กลับ สเต็ปสี่ Ask questions with known answers ถามคำถามที่รู้ว่าคุณคนอื่นตอบได้ เช่น การถามเช็คตัวเลขกับฝ่ายบัญชี หรือเช็คยอดกับฝ่ายขาย เมื่อเขาตอบได้เราก็จะลอง สเต็ปสุดท้าย คือ Ask questions with unknown answers เช่นถามผู้อื่นว่า คิดอย่างไรจะเตรียมเรื่องเรียกไอดี แต่ทั้งนี้ทั้งนี้หากเราสนใจสูงสุดคือการโยนคำถามกลับให้หัวหน้ามาเล่าให้เราฟัง

3) Baby step ค่อยเป็นค่อยไป การเข้าใจลักษณะนี้ ช่วยให้เราเห็นระดับความยากของ Participation และสำหรับคนเป็นหัวหน้าเช่นนายของเชลบี ก็จะได้เข้าใจว่าเรามีส่วนร่วมไม่ได้ง่ายและตรงไปตรงมาอย่างที่ตัวเองคิด ต้องค่อยๆ ไล่ขลุ่ยน้องให้ไต่ระดับขึ้นไป ถ้าตอนนั้นคุณเองไม่กล้าแม้แต่จะมองหน้าสบตาเราระหว่างประชุม จะไปเถียงเขาให้ถามคำถาม ปลายเปิดกับแผนกอื่นย่อมเป็นไปได้ยาก

Participating ไม่ยากเลย ใช่ไหมครับ ?

การมองคนที่กำลังพูดอยู่ สเต็ปสองคือการตอบคำถามปลายเปิด Answer questions you know the answer อันนี้ไม่ยากมากเพราะมักเป็นเรื่องเทคนิคหรือข้อมูลที่ตอบได้ อยู่แล้ว ยกขึ้นชื่อ สเต็ปสาม การตอบคำถามปลายเปิด What do you think about this problem? เริ่มต้องใช้สมองส่วนหน้ามากขึ้น

ยกกว่าการตอบคำถาม สมอต้องอาศัยความมั่นใจ ในอีกระดับเพื่อตั้งใจให้คนอื่นเป็นฝ่ายได้กลับ สเต็ปสี่ Ask questions with known answers ถามคำถามที่รู้ว่าคุณคนอื่นตอบได้ เช่น การถามเช็คตัวเลขกับฝ่ายบัญชี หรือเช็คยอดกับฝ่ายขาย เมื่อเขาตอบได้เราก็จะลอง สเต็ปสุดท้าย คือ Ask questions with unknown answers เช่นถามผู้อื่นว่า คิดอย่างไรจะเตรียมเรื่องเรียกไอดี แต่ทั้งนี้ทั้งนี้หากเราสนใจสูงสุดคือการโยนคำถามกลับให้หัวหน้ามาเล่าให้เราฟัง

3) Baby step ค่อยเป็นค่อยไป การเข้าใจลักษณะนี้ ช่วยให้เราเห็นระดับความยากของ Participation และสำหรับคนเป็นหัวหน้าเช่นนายของเชลบี ก็จะได้เข้าใจว่าเรามีส่วนร่วมไม่ได้ง่ายและตรงไปตรงมาอย่างที่ตัวเองคิด ต้องค่อยๆ ไล่ขลุ่ยน้องให้ไต่ระดับขึ้นไป ถ้าตอนนั้นคุณเองไม่กล้าแม้แต่จะมองหน้าสบตาเราระหว่างประชุม จะไปเถียงเขาให้ถามคำถาม ปลายเปิดกับแผนกอื่นย่อมเป็นไปได้ยาก

Participating ไม่ยากเลย ใช่ไหมครับ ?