



## ยอดขายรถยนต์ปี 60 ฟิ้นตัว...คาดโตไม่ต่ำกว่า 2% ตลาดภาคตะวันออกเติบโตดีสุดภายใต้แนวนโยบาย EEC ของรัฐ

CURRENT ISSUE

ปีที่ 22 ฉบับที่ 2810

วันที่ 29 ธันวาคม 2559

### ▶ ประเด็นสำคัญ

- ปี 2559 ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ทิศทางตลาดรถยนต์ในประเทศ อาจหดตัวได้ถึงราวร้อยละ 5.8 หรือคิดเป็นจำนวนยอดขายรถยนต์ประมาณ 753,000 คัน โดยประเภทรถที่ช่วยหนุนตลาดในปีนี้มีจากรถยนต์ในกลุ่มรถอเนกประสงค์ เช่น รถอเนกประสงค์ PPV และ B-SUV รวมถึงรถบรรทุก ท่ามกลางภาวะกดดันตลาดจากกำลังซื้อซึ่งได้รับผลกระทบจากภัยแล้ง ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ การส่งออกที่ฟื้นช้า และหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงเป็นต้น
- พอเข้าสู่ปี 2560 คาดว่าตลาดรถยนต์จะมีโอกาสฟื้นตัวมากขึ้นจากปัจจัยบวกหลายด้าน ทำให้ผู้บริโภคในกลุ่มรายได้ปานกลาง กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มธุรกิจ มีกำลังซื้อมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้คาดว่าตลาดรถเพื่อการพาณิชย์จะขยายตัวร้อยละ 3 ถึง 7 ดีกว่ารถยนต์นั่งที่คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2 ถึง 6 ส่งผลให้ตลาดรวมรถยนต์ในประเทศปี 2560 มีโอกาสขยายตัวร้อยละ 2 ถึง 6 คิดเป็นยอดขายรถยนต์ 770,000 ถึง 800,000 คัน
- ประเภทรถที่คาดว่าจะมีการเติบโตดีกว่าตลาดรวม ได้แก่ รถยนต์นั่งขนาดเล็ก รถยนต์นั่งหรู สัญชาติตะวันตก รถปิกอัพ และรถบรรทุก โดยตลาดในภาคตะวันออกน่าจะมีโอกาสเติบโตได้ดีกว่าที่อื่น จากผลของการลงทุนภาครัฐและภาคเอกชนที่น่าจะเติบโตมาก หลังรัฐบาลเดินหน้าสนับสนุนเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

### ปี 60 ตลาดในประเทศขยับขึ้น...นำโดยรถยนต์นั่งขนาดเล็ก รถนั่งหรู รถปิกอัพ และรถบรรทุก

จากภาวะแรงกดดันตลาดจากปัจจัยลบรอบด้าน เช่น ภัยแล้งช่วงต้นปี ราคาสินค้าเกษตรที่ตกต่ำ ภาวะหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ภาคการส่งออกที่ฟื้นตัวช้า ทำให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ยอดขายรถยนต์ในประเทศปี 2559 จะหดตัวลงราวร้อยละ 5.8 คิดเป็นจำนวนรถยนต์กว่า 753,000 คัน ลดลงจากปีก่อนที่มียอดขายอยู่เกือบ 8 แสนคัน โดยในปีนี้มีประเภทรถที่ช่วยดึงตลาดขึ้นในภาวะที่สภาพตลาดโดยรวมหดตัวลง คือ รถยนต์ในกลุ่มรถอเนกประสงค์เป็นหลัก ได้แก่ รถอเนกประสงค์ PPV และรถอเนกประสงค์ B-SUV รวมถึงรถบรรทุก ขณะที่ประเภทรถราคาประหยัดแบบอีโคคาร์ และรถปิกอัพ 1 คัน กลับมียอดขายที่ทรงตัวจากปีก่อนหน้า ซึ่งสอดคล้องกับสภาวะตลาดที่มีปัจจัยลบอันกระทบต่อกลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง

แม้ในช่วงปี 2559 การมุ่งเน้นทำตลาดรถยนต์ราคาสูง อาจเป็นแนวกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม สำหรับในปี 2560 หลังสภาพเศรษฐกิจไทยเริ่มมีทิศทางฟื้นตัวขึ้น รายได้ของผู้บริโภคบางกลุ่มปรับเพิ่มสูงขึ้นจากการปรับค่าจ้างแรงงาน รายได้เกษตรกรมีโอกาสปรับตัวดีขึ้นในบางสาขาผลผลิต และโครงการภาครัฐที่มีแนวโน้มจะขยายตัวดีในปีหน้า จากปัจจัยดังกล่าวผู้ประกอบการจึงอาจต้องปรับกลยุทธ์หันมาหากกลุ่มลูกค้าระดับรายได้ปานกลาง และกลุ่มลูกค้าธุรกิจ เพิ่มเติมจากกลุ่มรายได้ปานกลางถึงสูงมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสถาบันการเงินเริ่มผ่อนคลายความเข้มงวดในการให้สินเชื่อลง โดยแรงสนับสนุนจากปัจจัยบวกที่หลากหลายดังกล่าวท่ามกลางปัจจัยลบ เช่น หนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง และภาวะการส่งออกที่มีความเสี่ยงจากทิศทางแนวโน้มนโยบายประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐฯ ทำให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าปี 2560 นี้ ตลาดรถยนต์ในประเทศของไทยมีโอกาสที่จะทำยอดขายได้สูงขึ้นเล็กน้อยที่ประมาณร้อยละ 2 ถึง 6 หรือคิดเป็นจำนวนรถยนต์ 770,000 ถึง 800,000 คัน โดยรถยนต์ประเภทที่ยอดขายมีโอกาสจะปรับดีขึ้นกว่ากลุ่มอื่นในช่วงปี 2560 ได้แก่ รถยนต์นั่งในกลุ่มรถยนต์นั่งขนาดเล็ก และรถยนต์หรูสัญชาติตะวันตก รวมถึงรถปิกอัพและรถบรรทุก ซึ่งอยู่ในกลุ่มตลาดรถเพื่อการพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- **รถยนต์นั่งขนาดเล็ก** คาดว่าน่าจะได้อานิสงส์จากการที่รถยนต์คันแรกครบสัญญาถือครอง 5 ปี ในปี 2560 นี้ และอาจทำให้ผู้บริโภคบางส่วนถือโอกาสนี้ในการเปลี่ยนรถยนต์คันใหม่ ซึ่งปัจจุบันรถยนต์นั่งขนาดเล็กเครื่องยนต์ไม่เกิน 1,500 ซีซี มีการแยกประเภทออกมาหลากหลายมากยิ่งขึ้น และไม่เพียงแต่รถยนต์อีโคคาร์ที่ยังคงได้รับความนิยมอยู่ รวมถึงอีโคคาร์รุ่นใหม่เฟส 2 ก็กำลังจะมีเปิดตัวเพิ่มเติมช่วงต้นปี 2560 แต่รถยนต์อเนกประสงค์ขนาดเล็กกลุ่ม Mini MPV บางรุ่นที่เปิดตัวมาใหม่ ก็ได้รับความนิยมเช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันจะสังเกตเห็นว่าผู้บริโภคมีความต้องการนำรถไปใช้งานในรูปแบบที่หลากหลายขึ้น และมีลักษณะการใช้งานเป็นครอบครัวมากยิ่งขึ้น ทำให้ตลาดรถอเนกประสงค์ยังคงมีโอกาสโตได้ต่อ จากทิศทางดังกล่าว มองว่า กลุ่มรถยนต์อีโคคาร์ และรถอเนกประสงค์ขนาดเล็กน่าจะได้อานิสงส์ทำให้ตลาดเติบโตได้ในปี 2560 นี้

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงสัญชาติรถยนต์รุ่นเล็กกลุ่มนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า แม้รถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นจะถือครองส่วนแบ่งในตลาดเกือบทั้งหมด แต่ก็พบว่าในปี 2559 มากกว่าครึ่งหนึ่งยังมีทิศทางที่หดตัว ส่วนรถยนต์สัญชาติตะวันตกที่มีระดับราคาสูงกว่าค่าเฉลี่ย ก็มียอดขายที่หดตัวสูงกว่าตลาดพอสมควร อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์สัญชาติจีนที่เข้าตลาดมาไม่นาน และมีขนาดตลาดเล็กกว่ามาก กลับพบว่าได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง จากรูปลักษณะที่โดดเด่นในระดับราคาที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรถยนต์รุ่นเดียวกัน ซึ่งทิศทางดังกล่าวพอจะเห็นภาพได้ว่าลูกค้าของกลุ่มรถยนต์นั่งขนาดเล็กนี้เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับเรื่องราคาและรูปลักษณะเป็นอันดับต้น รวมถึงความพร้อมและคุณภาพของศูนย์บริการ ซึ่งผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องอาจต้องให้ความสำคัญกับเรื่องเหล่านี้เป็นอันดับต้นๆ

- **รถยนต์หรูสัญชาติตะวันตก** เป็นประเภทรถที่นอกจากจะไม่ได้รับผลกระทบจากกำลังซื้อที่หดตัวแล้ว ปัจจุบันยังมีบางค่ายที่เพิ่มไลน์การประกอบรถบางรุ่นในประเทศอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ได้มีการนำระบบขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้ามาติดตั้งเพิ่มในรถยนต์ ทำให้ราคาขายรถยนต์พลังงานไฟฟ้าในประเทศไทยต่ำลงด้วย ซึ่งนับเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจมาก เนื่องจากลูกค้าในกลุ่มตลาดรถหรูมีความอ่อนไหวต่อราคาต่ำ แต่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ค่อนข้างมาก ดังนั้นเพื่อสนับสนุนให้ตลาดรถประเภทดังกล่าวขยายตัวดีขึ้น ผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องอาจต้องให้ความสำคัญกับเรื่องความพร้อมของจุดให้บริการชาร์จไฟฟ้าในจุดที่กลุ่มลูกค้าจะเข้าใช้บริการบ่อยๆ ซึ่งคาดว่าจะช่วยกระตุ้นยอดขายรถยนต์ได้

- **รถปิกอัพ** เป็นอีกกลุ่มที่คาดว่าจะมีสัญญาณการเติบโตของตลาดมากขึ้นในปี 2560 โดยราคาสินค้าเกษตรบางรายการที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น รวมถึงโครงการภาครัฐและเอกชนหลายโครงการที่เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปีนี้และที่จะเริ่มในปีหน้า ทำให้ความต้องการใช้รถปิกอัพน่าจะมีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้น โดย **ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย** คาดว่าในบรรดารถปิกอัพหลากหลายรูปแบบ รถปิกอัพดับเบิลแค็บซึ่งมีส่วนประมาณกว่าร้อยละ 25 ของตลาดรวมปิกอัพ มีแนวโน้มที่จะปรับตัวดีขึ้นกว่ารถประเภทอื่น เนื่องจากเป็นรถรุ่นที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีระดับรายได้ที่ค่อนข้างสูงกว่ารถปิกอัพรุ่นสเปซแค็บ และรถปิกอัพตอนเดียว ส่วนรถอเนกประสงค์ PPV ซึ่งมีฐานมาจากรถปิกอัพ คาดว่าจะมีแนวโน้มทรงตัวหรือขยายตัวเล็กน้อยจากปีก่อน โดยคาดว่าจะเป็ผลมาจากฐานที่สูงในปี 2559 ซึ่งได้รับอานิสงส์จากยอดจองเพื่อรับสิทธิ์ซื้อรถในราคาก่อนปรับระดับภาษีสรรพสามิตของบางค่ายรถยนต์

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงสัญญาณรถกลุ่มนี้พบว่า แม้รถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นจะถือครองส่วนแบ่งในตลาดถึงกว่าร้อยละ 80 แต่ก็พบว่าในปี 2559 ยอดขายรถปิกอัพสัญชาติญี่ปุ่นโดยรวมมีทิศทางที่หดตัวลง มีเพียงบางยี่ห้อซึ่งเปิดตัวรถรุ่นใหม่ออกมาแล้วขยายตัวดีขึ้น ซึ่งทิศทางดังกล่าวนี้ตรงข้ามกับยอดขายรถปิกอัพสัญชาติตะวันตกที่ขยายตัวดีมาก หลังการเปิดตัวรถรุ่นใหม่ที่มีรูปลักษณะโดดเด่นมากขึ้นพร้อมกับสมรรถนะที่ดีขึ้น รวมถึงค่ายรถมีการขยายจำนวนศูนย์บริการเพื่อลดข้อด้อยในอดีตให้น้อยลง ทำให้การตอบรับของผู้บริโภคเริ่มดีขึ้น และสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นได้ นอกจากนี้ ล่าสุดเริ่มมีการส่งสัญญาณที่ชัดเจนจากค่ายรถปิกอัพสัญชาติจีน 2 ค่าย ที่จะเข้ามาร่วมแข่งขันในตลาดรถปิกอัพระดับกลางและล่างด้วย เนื่องจากมองว่าเป็นตลาดที่ยังมีโอกาสโตได้ ซึ่งในด้านดีก็ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ตลาดรถปิกอัพก็มมีโอกาสขยายตัวได้มากขึ้น แต่ในอีกด้านก็ทำให้การแข่งขันในกลุ่มตลาดรถปิกอัพพระยะต่อไปมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นด้วย ซึ่งแม้ว่าค่ายรถปิกอัพจากจีนจะมีแนวโน้มได้ส่วนแบ่งการตลาดไปไม่มาก แต่ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อยอดขายจำหน่ายรถปิกอัพหลายค่ายที่อยู่ในกลุ่มตลาดระดับกลางและล่าง โดยเฉพาะค่ายปิกอัพสัญชาติอินเดีย ทั้งนี้**ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย**มองว่า จากทิศทางดังกล่าวประกอบกับในปี 2560 กลุ่มลูกค้าเกษตรกรและอุตสาหกรรมน่าจะกลับมามีกำลังซื้อมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องอาจต้องปรับตัวรับมือกับการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยนอกจากจะดูแลเรื่องการแข่งขันด้านราคาแล้ว ควรให้ความสำคัญกับเรื่องศูนย์บริการหลังการขายด้วย

- **รถบรรทุก** มีทิศทางที่ขยายตัวดีเกือบตลอดทั้งปี 2559 หลังจากก่อนหน้านี้ได้หดตัวลงต่อเนื่องมากกว่า 2 ปี และคาดว่าจะมีแนวโน้มขยายตัวต่อในปี 2560 ซึ่งประเภทรถบรรทุกที่ปัจจุบันได้รับความสนใจจากตลาดสูงสุด คือรถบรรทุกขนาดบรรทุกน้อยกว่า 5 ตัน ที่พบว่าส่วนแบ่งในตลาดรถบรรทุกรวมเพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 38 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 42 ในปี 2559 นี้ ตามด้วยรถบรรทุกขนาดบรรทุกมากกว่า 10 ตัน ที่มีส่วนแบ่งในตลาดใกล้เคียงกัน โดยสาเหตุที่รถบรรทุกขนาดบรรทุกน้อยกว่า 5 ตัน ได้รับความนิยมนั้น คาดว่านอกจากจะเป็นเพราะมีผู้เล่นในตลาดมากขึ้นกว่าอดีตแล้ว ยังรวมถึงการขยายตัวของธุรกิจประเภทเอสเอ็มอีที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น และการขนส่งสินค้าของภาคธุรกิจที่นิยมใช้รถขนาดเล็กลงเพื่อความคล่องตัวในการเดินทาง

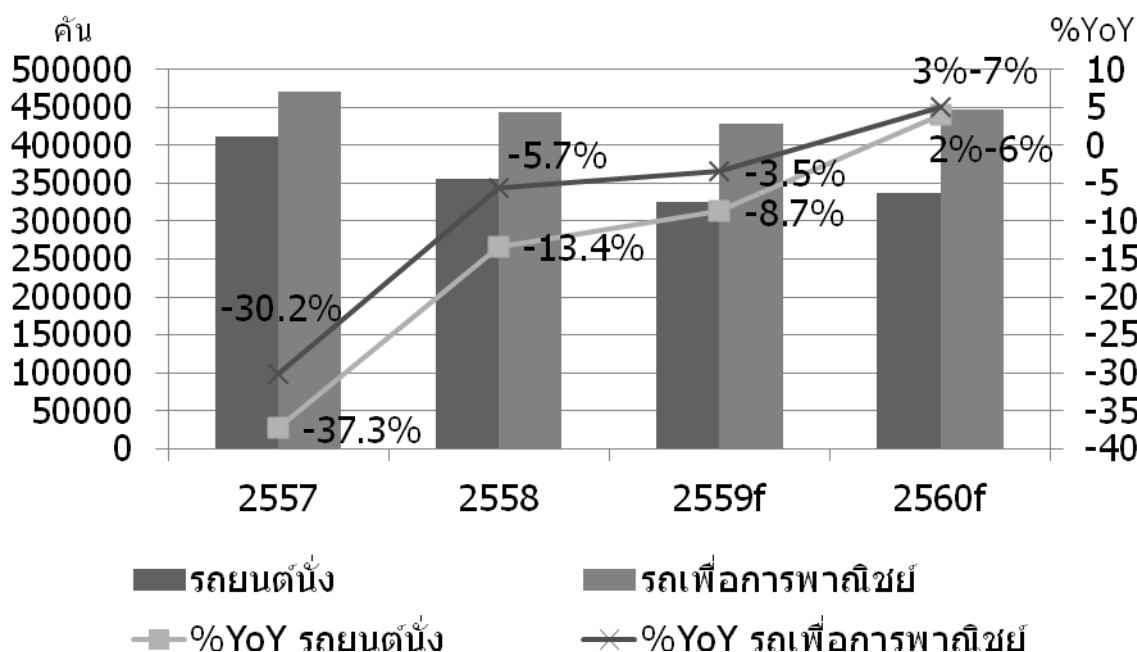
หากพิจารณาถึงสัญญาณรถกลุ่มนี้พบว่า รถบรรทุกสัญชาติตะวันตกและญี่ปุ่น เป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวจากปีก่อน ขณะที่รถบรรทุกสัญชาติจีนหดตัวลงต่อเนื่องจากปีที่แล้ว แม้ว่าจะระดับราคาจะถูกกว่ารถยนต์สัญชาติอื่นก็ตาม ซึ่ง**ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย**เห็นว่าลูกค้ารถบรรทุกซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการ แม้จะมีความต้องการลดต้นทุน แต่ความต้องการรถบรรทุกที่มีสมรรถนะสูง ไม่สร้างปัญหาจุกจิก รวมถึงเชื่อถือได้เพื่อการใช้งานหนักในระยะยาว อาจเป็นสิ่งที่ลูกค้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญมากกว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของรถยนต์ และเพิ่มความสำคัญในการบริการดูแลลูกค้าหลังการขายมากขึ้น นอกจากจะดูแลเรื่องการแข่งขันด้านราคา

จากทิศทางการขยายตัวดีขึ้นของตลาดรถดังกล่าว ทำให้**ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย**คาดว่าจะส่งผลให้ตลาดรถยนต์นั่งโดยรวมในปี 2560 ของไทยมีทิศทางที่ขยายตัวประมาณร้อยละ 2 ถึง 6 คิดเป็นจำนวนยอดขาย

**บริการทุกระดับประทับใจ**

รถยนต์นั่งประมาณ 331,000 ถึง 344,000 คัน เพิ่มขึ้นกว่าปี 2559 ที่คาดว่าจะปิดตัวเลขรถยนต์นั่งที่ประมาณ 325,000 คัน ซึ่งเป็นตัวเลขที่หดตัวกว่าปีก่อนหน้ากว่าร้อยละ 9 ส่วนตลาดรถเพื่อการพาณิชย์โดยรวมในปี 2560 ของไทยมีทิศทางที่ขยายตัวประมาณร้อยละ 3 ถึง 7 คิดเป็นจำนวนยอดขายรถเพื่อการพาณิชย์ประมาณ 439,000 ถึง 456,000 คัน เพิ่มขึ้นกว่าปี 2559 ที่คาดว่าจะปิดตัวเลขที่ประมาณ 428,000 คัน ซึ่งเป็นตัวเลขที่หดตัวกว่าปีก่อนหน้ากว่าร้อยละ 4

### ยอดขายรถยนต์นั่งและรถเพื่อการพาณิชย์ในไทย



ที่มา : สถาบันยานยนต์, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

อนึ่งเมื่อพิจารณาต่อถึงแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ควรที่จะดูทิศทางตลาดรถยนต์ในแต่ละภูมิภาคประกอบด้วย เนื่องจากแม้ว่าตลาดรถยนต์โดยรวมจะมีทิศทางที่ขยายตัวอย่างไรก็ตามระดับการขยายตัวของตลาดแต่ละส่วนนั้นอาจจะแตกต่างกันไปตามปัจจัยบวกลบที่เกิดขึ้น โดยในปี 2560 นี้ คาดว่า ภาคตะวันออกจะเป็นภูมิภาคที่มีการขยายตัวของยอดขายรถยนต์สูงสุดทั้งในส่วนของรถยนต์นั่งและรถเพื่อการพาณิชย์ โดยปัจจัยบวกหลักมาจากการลงทุนภาครัฐและภาคเอกชนที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นมากอย่างต่อเนื่องในช่วง 2 ถึง 3 ปีนับจากนี้ หลังภาครัฐผลักดันเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกในพื้นที่ 3 จังหวัด คือ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ซึ่งจะทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจในหลายๆ ด้านแบบก้าวกระโดด ส่วนภาคอีสาน ภาคตะวันตก และภาคใต้ มีโอกาสที่รถเพื่อการพาณิชย์จะขยายตัวได้ดีกว่ารถยนต์นั่งค่อนข้างมาก จากการกลับมาฟื้นตัวของราคาขายสินค้าเกษตรบางรายการ เช่น ยางพารา ปาล์ม น้ำมัน และอ้อย รวมไปถึงโครงการภาครัฐเพื่อพัฒนาระบบสาธารณูปโภคด้านการขนส่งที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นในหลายพื้นที่ ด้านตลาดรถยนต์นั่ง คาดว่าพื้นที่ภาคใต้และภาคเหนือ จะมีโอกาสขยายตัวได้ดีกว่าภูมิภาคอื่น เนื่องจากการปรับเพิ่มขึ้นของรายได้ทั้งจากภาคการเกษตรและการท่องเที่ยว ส่วนตลาดกรุงเทพฯ ได้รับอานิสงส์จากโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐส่งผลให้ตลาดรถรวมโตขึ้นทั้งรถยนต์นั่งและรถ

บริการทุกระดับประทับใจ

## เพื่อการพาณิชย์ อย่างไรก็ตามในส่วนภาคกลาง ตลาดรถยนต์อาจจะมีแรงสนับสนุนตลาดน้อยกว่าภูมิภาคอื่น โดยเฉพาะจากรายได้ภาคเกษตรที่ยังไม่ฟื้นตัว

อนึ่ง นอกเหนือจากที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมจะมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เหมาะสมต่อความต้องการของตลาดในแต่ละประเภทรถ และภูมิภาคแล้ว สิ่งหนึ่งที่ธุรกิจอาจต้องคำนึงถึงมากในโลกยุคปัจจุบัน คือ การที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายผ่านทางสื่อเทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบ และสื่อต่างๆ ดังกล่าวยังมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์หรือการเลือกเข้าใช้บริการด้วย ซึ่งในด้านที่ดี ผู้ประกอบการอาจใช้เป็นช่องทางในการกระตุ้นผู้บริโภคให้มีการรับรู้ถึงสินค้าของตนได้อย่างสม่ำเสมอ ทว่าในอีกด้าน หากมีการนำสินค้าหรือบริการไปกล่าวถึงในทางไม่ดี ย่อมส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ได้อย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน ดังนั้นสิ่งสำคัญสำหรับค่ายรถยนต์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ดีลเลอร์รถยนต์ คือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้บริโภค ทั้งต่อตัวรถยนต์ และบริการต่างๆ ที่ตามมาหลังการซื้อขารถยนต์ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อธุรกิจในระยะยาว ในช่วงเวลาที่ตลาดรถยนต์ในประเทศไทยกำลังเข้าสู่ภาวะฟื้นตัว และเตรียมตัวที่จะก้าวเข้าสู่ยุคยานยนต์แห่งอนาคตในระยะอันใกล้

### Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ