ดีลเลอร์มิตซูบิชิยอมรับ ตลาดรถยนต์ภาคเหนือชะลอหลังลูกค้ากระหน่ำจองรถคันแรก เชื่อครึ่งปีหลังกลับสู่สภาวะปกติ แต่ต้องจับตาใกล้ชิด

ปทุมธานี 15 พฤษภาคม 2556 – สถานการณ์ตลาดรถยนต์ในเขตภาคเหนือหลังจบแคมเปญรถคันแรก ผู้จำหน่ายรถยนต์ต่างยอมรับว่าความคึกคักในการเข้าโชว์รูมของลูกค้าลดลงอย่างเห็นได้ชัด ทำให้ต้องปรับแผนกลยุทธ์ ด้วยการออกไปหาและเข้าถึงลูกค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดขนาดใหญ่หรือเล็กต่างก็ต้องเร่งมือทำกิจกรรมการตลาดให้เพิ่มขึ้น เพื่อรักษายอดการจำหน่าย พร้อมจับตาดูการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ทันท่วงที ทั้งนี้ยังมั่นใจว่าดีมานด์จะกลับมาสู่ระดับปกติในช่วงครึ่งปีหลัง

มร. โนบุยูกิ มูราฮาชิ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท มิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวถึงสถานการณ์การจำหน่ายรถยนต์ในภาคเหนือ ภายหลังจบโครงการรถคันแรก ว่า “*ยอดจำหน่ายรถยนต์ในภาคเหนือในปี 2555 (มกราคม-ธันวาคม) มีขนาดตลาดมากกว่า 164,000 คัน และช่วงไตรมาสแรก (มกราคม-มีนาคม) ของปี 2556 มีจำนวนประมาณ 45,000 คัน ซึ่งยอดจำหน่ายดังกล่าวเป็นการส่งมอบรถยนต์ที่จองจากโครงการรถยนต์คันแรกเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อพิจารณายอดจำหน่ายใน 2 เดือนล่าสุดเปรียบเทียบกัน พบว่าเดือนมีนาคม ตลาดของภาคเหนือมียอดจำหน่ายประมาณ 17,400 คัน และเมษายนมียอดจำหน่ายประมาณ 13,600 คัน หรือลดลงประมาณ 22% ในภาพรวม น้อยกว่าตลาดรถยนต์ทั่วประเทศที่ลดลงถึง 30% จากการลงพื้นที่เพื่อประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิดพบว่า ผู้จำหน่ายรถยนต์มิตซูบิชิหลายแห่ง ได้ประเมินและคาดการณ์ถึงการเปลี่ยนแปลงนี้ไว้บ้างแล้ว และได้วางแผนในการบริหารจัดการสต๊อค และจัดกิจกรรมอย่างเหมาะสมเพื่อรักษาระดับการจำหน่าย และสร้างฐานลูกค้าใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ นับเป็นการอ่านสถานการณ์อย่างมืออาชีพโดยแท้จริง*”

วชิราภรณ์ ธีระวาณิชยกูล กรรมการผู้จัดการ บริษัท แพร่ยนตรการมิตซู จำกัด ผู้จำหน่ายรถยนต์มิตซูบิชิในจังหวัดแพร่ กล่าวถึงสถานการณ์ปัจจุบันว่า “*จากยอดจองรถที่เข้าร่วมโครงการรถคันแรก มีการรับรถไปแล้วประมาณ 80% ส่วนอีก 20% ขอเลื่อนการรับออกไปก่อนเนื่องจากความไม่พร้อมทางด้านการเงิน และมีบางส่วนที่ต้องยกเลิกการจองเพราะไม่ได้รับการอนุมัติจากสถาบันการเงิน จากการเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าในโครงการรถคันแรก พบว่าส่วนใหญ่จะเป็นนักศึกษา หรือคนหนุ่มสาวที่เพิ่งเริ่มทำงานปีแรกๆ ความมั่นคงทางด้านรายได้ยังไม่สม่ำเสมอเป็นสาเหตุสำคัญของการขอผ่อนผัน หรือเลื่อนการรับรถออกไปอย่างไม่มีกำหนด ขณะที่ลูกค้าที่จองรถกระบะ เป็นกลุ่มเกษตรกรชาวไร่ ซึ่งมีความแน่นอนในการตัดสินใจซื้อรถมากกว่า เพราะมีการคำนวณรายรับรายจ่ายไว้ล่วงหน้า

แล้ว ทำให้การเปลี่ยนใจหรือยกเลิกมีน้อย ในช่วงต้นปีที่ผ่านมา การส่งมอบรถที่ลูกค้าจองไว้ เริ่มมีการชะลอตัว และยอมรับว่าเดือนเมษายนที่ผ่านมา ตัวเลขลดลงเหมือนกับจังหวัดอื่นๆ แต่เนื่องจากตลาดมีขนาดไม่ใหญ่ จำนวนรถในสต๊อคจึงไม่สูงมากเมื่อเทียบกับจังหวัดใหญ่อื่นๆ ส่วนมากแล้วลูกค้าในจังหวัดแพร่เป็นคนในพื้นที่ ซึ่งมีความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย การเลือกซื้อรถยนต์จะพิจารณาจากคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการในการใช้งาน และคำนึงถึงความประหยัดมากขึ้น จากกรณีนี้ เมื่อลูกค้าที่เดินเข้าโชว์รูมลดลง เราจึงต้องเดินออกไปหาลูกค้าเอง โดยนำเสนอคุณสมบัติที่ตรงตามความต้องการดังกล่าว โดยปกติแล้ว แพร่ยนตรการมิตซูจะจัดกิจกรรมโรดโชว์ตามแหล่งชุมชม หรือตลาดสด ตลาดนัดอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการสนับสนุนงานสัมมนาของหน่วยงานราชการ เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มข้าราชการได้รู้จักและสัมผัสกับรถยนต์มิตซูบิชิ ในสถานการณ์ที่ยอดจองลดลงเช่นนี้ เราเตรียมแผนงานไว้สองส่วน ส่วนแรกคือการหาลูกค้าใหม่ ด้วยการเพิ่มจำนวนกิจกรรมเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น โรดโชว์ การร่วมงานประชุมสัมมนาให้มากขึ้น และเก็บข้อมูลลูกค้าเป้าหมายไว้เป็นฐานข้อมูลสำหรับจังหวะที่ตลาดฟื้นตัว ส่วนที่สองคือการรักษาฐานลูกค้าเก่า ซึ่งมักเป็นลูกค้าที่มีความภักดีและไว้ใจในรถยนต์มิตซูบิชิ เคยใช้งานรถยนต์มิตซูบิชิมาแล้วหลายรุ่น เราจะรักษาความสัมพันธ์ให้ดีด้วยการบริการหลังการขาย การบำรุงรักษาอย่างอย่างสม่ำเสมอ และโครงการเพื่อนแนะนำเพื่อนเพื่อรับส่วนลดค่าบริการ เป็นต้น"

สำหรับจำนวนรถในสต๊อคขณะนี้ คุณวัชรินทร์กล่าวว่า "*คิดว่ายังไม่น่าเป็นห่วง เพราะเรามีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ และทีมงานมีประสิทธิภาพ เรายังคงมียอดจองเข้ามาเรื่อยๆ แต่อาจจะไม่หวือหวาเหมือนปีที่ผ่านมาซึ่งจัดเป็นปีพิเศษของตลาดรถยนต์ ปีนี้เป็นการกลับสู่ความเป็นจริงของตลาด เราคาดหวังว่าองค์ประกอบอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจของจังหวัดแพร่ยังไม่เกิดการชะงักงัน เช่น พืชผลการเกษตร และราคาขายก็ยังอยู่ในเกณฑ์ดี ความต้องการใช้รถยนต์ก็ยังคงมีอยู่ ไม่ถึงกับขาดหายไป*"

ทางด้านจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมียอดผู้ใช้สิทธิ์ในโครงการรถคันแรกเกือบ 40,000 ราย สูงเป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพฯ **ธารินทร์ โตแสงชัย กรรมการผู้จัดการ บริษัท แสงชัยมอเตอร์สเซลส์ จำกัด** หนึ่งในผู้จำหน่ายรถยนต์มิตซูบิชิ ในจังหวัดเชียงใหม่ ยอมรับว่า โครงการรถคันแรกมีผลต่อยอดจำหน่ายมาก ประมาณ 65-70% ของยอดจองที่เกิดขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง เป็นลูกค้าที่เข้าร่วมโครงการฯ ทำให้ยอดการจองคึกคักเป็นพิเศษ แต่ในช่วงปลายปีเริ่มสังเกตพฤติกรรมการรับมอบรถว่ามีอัตราลดลง ลูกค้าที่กระตือรือร้นที่จะจองรถเพื่อใช้สิทธิรถคันแรก เริ่มมีการรับรถที่ช้าลง มีการผ่อนผัน และอัตราส่วนที่ไม่ผ่านไฟแนนซ์เริ่มมีเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริหารของแสงชัยเห็นสัญญาณบางประการ จึงมีการวางแผนสำรองไว้ทั้งการสั่งซื้อรถยนต์ และแผนการตลาด ซึ่งคุณธารินทร์ กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า "*ยอมรับว่าเป็นความเสี่ยงสูง ที่ตัดสินใจสั่งซื้อรถจากมิตซูบิชิ มอเตอร์ส ไม่เต็มตามจำนวนที่ลูกค้าจอง แต่เมื่อพิจารณาจากคุณภาพของลูกค้าที่เริ่มลดลง ไม่ว่าจะเป็นการรับมอบรถที่ชะลอเวลาออกไป ความไม่พร้อมและไม่ผ่านทางด้านการเงิน โดยเฉพาะในเดือนสุดท้ายของปีที่มีผู้เร่งเข้ามาจองเพื่อรับเอกสารไปสมัครโครงการจำนวนมาก ทำให้เราเกิดความไม่มั่นใจ ประกอบกับรัฐบาลไม่ได้กำหนดเวลาสิ้นสุดของการรับรถ ทำให้ลูกค้าสามารถผ่อนผันเวลาออกไปได้เรื่อยๆ โดยที่ผู้จำหน่ายจะเป็นผู้แบกรับภาระจากการที่มีรถในสต๊อค ทางแสงชัยได้ให้แนวทางในการ*

ติดตามลูกค้ากลุ่มนี้ว่า พนักงานขายจะโทรติดตามทุก 15 วัน เพื่อยืนยันการใช้สิทธิ์ และเป็นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เราสังเกตพบว่า ทางสถาบันการเงินเองก็ต้องติดตามลูกค้ากลุ่มนี้เหมือนกัน เพื่อให้สัญญาเกิดการใช้งานจริง และดำเนินไปตามข้อตกลง จะเห็นว่า การรับรถช้าของลูกค้า ไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดรถค้างในสต๊อค แต่ยังเกิดปัญหากับไฟแนนซ์ที่สามารถหาลูกค้าได้ตามเป้าหมาย แต่ยังไม่เกิดเป็นรายได้ เพราะเมื่อลูกค้ายังไม่มารับรถ การผ่อนชำระก็ยังไม่เริ่มต้นขึ้น"

สำหรับความเห็นต่อสถานการณ์ตลาดรถยนต์ในปัจจุบัน คุณธารินทร์เชื่อว่า "*ในครึ่งแรกปีนี้ ดีมานด์ได้ถูกใช้ไปในปลายปีที่แล้ว เหลือจำนวนอยู่ไม่มากนัก แต่ในครึ่งปีหลังตลาดจะฟื้นตัวขึ้น เพราะอย่างไรก็ตาม รถยนต์เป็นสิ่งจำเป็นในภาวะปัจจุบัน เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและเติบโตขึ้นมาก หากพิจารณาจากการปรับปรุงและเพิ่มพื้นที่ถนน การเพิ่มขึ้นของโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยแนวราบและแนวสูง ที่สำคัญในปีนี้จะมีการเปิดห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่อีกไม่ต่ำกว่า 2 แห่งในเมืองเชียงใหม่ สะท้อนถึงศักยภาพและกำลังการซื้อที่เพิ่มขึ้น ย่อมหมายถึงรายได้ที่เพิ่มขึ้นของคนในพื้นที่ และคนที่มาประกอบอาชีพในเมืองเชียงใหม่ ทำให้เชื่อได้ว่าความต้องการรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ย่อมกลับสู่ระดับปกติในไม่ช้าเช่นกัน สิ่งที่เราจะต้องทำในตอนนี้คือการปรับแผนการตลาด เพิ่มกิจกรรมและการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น เพื่อสร้างการจดจำและทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อรถจากเราเมื่อเขาพร้อมอย่างแท้จริง"*

มร. โนบุยูกิ มูราฮาชิ กล่าวสรุปถึงลักษณะเฉพาะของพื้นที่เขตภาคเหนือว่า "*ภาคเหนือของไทยมีอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไปและสม่ำเสมอ ไม่หวือหวา หรือก้าวกระโดดแบบภาคอีสาน สำหรับมิตซูบิชิ ได้ให้ความสำคัญกับพื้นที่ภาคเหนือ ด้วยการแบ่งเขตการจำหน่ายครอบคลุมพื้นที่ 17 จังหวัด มีโชว์รูมจำนวน 29 แห่ง และมีแผนงานที่จะเพิ่มจำนวนโชว์รูมตามอำเภอที่สำคัญและเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ในอนาคตอันใกล้ การหดตัวของดีมานด์ในช่วงต้นปีนี้ ทำให้บริษัทฯ และผู้จำหน่ายต้องหาแนวทางร่วมกันในการกระตุ้นตลาด และเร่งการตัดสินใจของลูกค้า ด้วยแคมเปญส่งเสริมการขาย และอีเวนท์โรดโชว์ต่างๆ บริษัทฯ ก็หวังเช่นเดียวกันว่าตลาดในครึ่งปีหลังจะดีขึ้น และเชื่อว่าตลาดรถยนต์ของภาคเหนือจะเติบโตขึ้นจนมีขนาด 200,000 คันใน 1-2 ปีนี้อย่างแน่นอน"*