

# มาสด้าเติบโตอย่างยั่งยืน เผยปี'55 ยอดขายพุ่งเกิน 70,000 คัน เติบโต 76%

- 0 ปี'55 ยอดขายรวม 73,764 คัน เติบโต 76%
- 0 ปี'56 คาดการณ์ยอดขายเติบโต มากกว่า 80,000 คัน
- 0 เปิดตัวรถรุ่นใหม่และรุ่นพิเศษทุกไตรมาส
- 0 เดินหน้าลุยทำการตลาดเชิงรุก ด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ ภาพลักษณ์แบรนด์ที่แตกต่าง ดีไซน์และเทคโนโลยี



กรุงเทพฯ - ประเทศไทย, 16 มกราคม 2556 – มาสด้า เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด เปิดแถลงข่าวกลยุทธ์ทิศทางทางการตลาดก้าวอย่างครั้งสำคัญ รวมถึงแผนงานและยุทธศาสตร์สู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของมาสด้าในอนาคต พร้อมประกาศตัวเลขยอดขายรถยนต์ประจำปี 2555 ที่ผ่านมา สามารถทำลายทุกสถิติลงอย่างราบคาบ ทำยอดขายสูงสุดนับตั้งแต่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย โดยมียอดขายทะลุเกือบ 74,000 คัน เติบโตเพิ่มขึ้นสูงสุดถึง 76% ปีนี้ค้ายอดขายเติบโตทะลุ 80,000 คัน หรือเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 10% โดยเฉพาะกลยุทธ์สร้างความแตกต่างด้านการตลาดเตรียมเปิดรถยนต์รุ่นใหม่และรุ่นพิเศษในทุกๆ ไตรมาส และความเป็นผู้นำด้านการออกแบบและเทคโนโลยี

นายโชอิชิ ยูกิ กรรมการผู้จัดการ บริษัท มาสด้า เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า ในปี 2555 ที่ผ่านมา มาสด้าประสบความสำเร็จอย่างสูงสุด มียอดขายรถยนต์ทุกรุ่นถึง 73,764 คัน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 76% ในขณะที่ตลาดรถยนต์ในปีที่ผ่านมาที่มีการเติบโตอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนเช่นเดียวกัน มียอดขายรวมทั้งสิ้นสูงเกือบ 1,420,000 คัน หรือมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 79 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือเป็นการเติบโตที่สูงมาก สำหรับปี 2556 นี้มาสด้าคาดการณ์ว่าสถานการณ์ตลาดรถยนต์ของประเทศไทยจะยังคงร้อนแรงต่อเนื่อง แม้ว่าปัจจัยบวกจากโครงการรถยนต์คันแรกจะสิ้นสุดโครงการไปแล้วก็ตาม แต่ด้วยปริมาณยอดจองที่มีอยู่ในปริมาณมากจะส่งผลให้ตลาดรถยนต์ในไตรมาสแรกและไตรมาสที่สองจะยังคงมียอดการจำหน่ายที่สูงอยู่ และในช่วงครึ่งปีหลังนั้นการแข่งขันจะเริ่มทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ซึ่งคาดว่าตลาดในปีนี้จะทะลุเกิน 1.2 ถึง 1.3 ล้านคัน

“ที่สำคัญมาสด้าตั้งเป้าสำหรับการขายในปีนี้อยู่สูงถึง 80,000 คัน หรือเติบโตเพิ่มขึ้น 10% โดยแบ่งสัดส่วนออกเป็นรถยนต์นั่ง 60% และรถเพื่อการพาณิชย์ 40% ซึ่งนับว่าเป็นความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับมาสด้าในประเทศไทยที่จะเข้าใกล้ตัวเลข 100,000 คัน ในอีกไม่นานสิ่งสำคัญเหนืออื่นใด คือ การเอาใจใส่ดูแลลูกค้า การขยายเครือข่ายศูนย์บริการให้ลูกค้าสะดวกยิ่งขึ้นในการเข้าถึงและรองรับความต้องการทางด้านอะไหล่ การพัฒนาและยกระดับการ

บริการหลังการขายให้มีมาตรฐานที่สูงในระดับเดียวกันทั่วประเทศ รวมทั้งคุณภาพของงานบริการและการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ในปี 2556 นี้ มาสด้าเตรียมแผนขยายโชว์รูมพร้อมศูนย์บริการเพิ่มขึ้นอีก 20 แห่งครอบคลุมทั้งในเขตกรุงเทพฯและตามต่างจังหวัด โดยในปัจจุบันนี้มาสด้ามีศูนย์จำหน่ายและบริการครอบคลุมทุกจังหวัดแล้ว และกำลังขยายไปยังอำเภอต่างๆ และบนถนนสายหลักสำคัญ ซึ่งจะเพิ่มมาสด้าโชว์รูมเพิ่มขึ้นเป็น 165 แห่ง จากปีที่ผ่านมาสามารถขยายได้ถึง 145 แห่ง” นายโชอิชิ ยูกิ กล่าวเพิ่มเติม

สำหรับยอดขายรถยนต์มาสด้าในปี 2555 ที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าตลาดเริ่มคึกคักมาตั้งแต่ช่วงต้นปี ภายหลังจากที่สถานการณ์ต่างๆ เริ่มคลี่คลาย รวมทั้งการเดินทางเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อป้อนเข้าตลาด ประกอบกับความต้องรถยนต์ใหม่ของลูกค้าที่มีอยู่จำนวนมาก ท่วมกลางการความร้อนแรงของตลาด ผนวกกับแข่งขันที่เข้มข้นของทุกค่ายรถยนต์ ที่ต่างต้องช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด แต่มาสด้าก็ยังสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดเอาไว้ได้ด้วยกลยุทธ์เปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ และรุ่นปรับโฉมเข้าสู่ตลาด ทำให้สามารถคว้ายอดขายเพิ่มสูงขึ้นถึง 73,764 คัน หรือเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 76% โดยแบ่งออกเป็นรถยนต์สปอร์ตมาสด้า2 ซึ่งยังคงสามารถครองลูกค้าได้อย่างเหนียวแน่นมียอดขายสูงสุดถึง 39,577 คัน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 43% ตามมาด้วยรถปิกอัพมาสด้า บีที-50 โปรใหม่ มียอดขายสูงถึง 28,433 คัน หรือเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 225% ส่วนรถยนต์นั่งมาสด้า3 ซึ่งมีจำหน่ายทั้งรุ่น 2.0 และเครื่องยนต์ 1.6 ลิตร มียอดขายในตลาดคอมแพ็คคาร์ที่ค่อนข้างซบเซาถึง 5,727 คัน เติบโตขึ้น 5% พร้อมกันนี้ส่วนรถในกลุ่มพรีเมียมคาร์ทั้งสปอร์ตโรดสเตอร์มาสด้า เอ็มเอ็กซ์-5 และสปอร์ตคrossoverสุดหรู 7 ที่นั่ง มาสด้า ซีเอ็กซ์-9 ยอดขายรวมทั้งสิ้น 27 คัน นอกจากนี้ยังมีในส่วนของยอดจองซื้อสะสมมาตั้งแต่ปีที่ผ่านมา และปัจจุบันก็ยังคงมีเข้ามาอย่างต่อเนื่องจากทั่วประเทศ ซึ่งขณะนี้มาสด้ากำลังเร่งเดินทางส่งมอบให้กับลูกค้าต่อไป

**นางสาวสุรทิพย์ ละอองทอง โฉมทองดี ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด** ได้กล่าวว่า มาสด้ามองว่าตลาดรถยนต์ในปี 2556 นี้จะลดลงไม่มากหรือเต็มที่ก็ทรงตัว อาจจะต่ำลงกว่าปี 2555 แต่จะมียอดขายที่เติบโตกว่าปี 2554 แน่แน่นอน โดยเฉพาะตลาดรถยนต์นั่งขนาดเล็กที่จะหดตัวลงเนื่องจากปีที่ผ่านมามีเป็นปีทองของเช็กเม้นต์นี้ ส่วนตลาดรถปิกอัพคาดว่าจะยังคงมีการแข่งขันสูงกว่าปีที่แล้ว ที่สำคัญตลาดในแต่ละเช็กเม้นต์จะกลับมาเป็นการแข่งขันตามกลไกตลาดที่แท้จริง โดยเน้นไปที่ความแตกต่างของตัวสินค้าเป็นหลัก รวมถึงการแข่งขันด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่บอกผ่านโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ตรงส่วนนี้ ในปีนี้จะต้องคึกคักแน่นอน ทุกคนก็จะลงมาใช้เม็ดเงินโฆษณามากขึ้น อัปเดตโปรโมชั่นส่งเสริมการขายมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อโฆษณาในรูปแบบใหม่ๆ ที่คาดว่าจะปีนี้จะถูกจับตามองเป็นพิเศษ ทั้งกลุ่มเคเบิลทีวี กลุ่มสื่อออนไลน์ กลุ่มโซเชียลเน็ตเวิร์ค ตลอดจนสื่อหลักๆ ยังคงจะมีการใช้ควบคู่กันไป

สำหรับแนวโน้มและทิศทางการทำตลาดในปีนี้นอกจากการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ รถโฉมใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดแล้ว มาสด้ามุ่งเน้นไปที่ตัวผลิตภัณฑ์หรือโปรดักต์ ต้องสร้างความสดใหม่อยู่ตลอดเวลาด้วยรุ่นพิเศษหรือลิมิเต็ด อิดิชั่น ที่ตรงใจกลุ่มเป้าหมายและช่วยสร้างความชัดเจนในความเป็นแบรนด์ของมาสด้าได้อย่างแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ และที่สำคัญในปีนี้นี้ลูกค้าจะได้สัมผัสสุดยอดของนวัตกรรมการออกแบบและเทคโนโลยีแห่งอนาคต

สรุปยอดจำหน่ายรถยนต์มาสด้า มกราคม-ธันวาคม ปี พ.ศ. 2555 เปรียบเทียบกับ พ.ศ. 2554

Model	ธันวาคม 55	ธันวาคม 54	เปลี่ยนแปลง%	ม.ค.- ธ.ค. 55	ม.ค.- ธ.ค. 54	เปลี่ยนแปลง%
<b>Mazda2</b>	3,930	4,160	- 6%	39,577	27,714	+ 43%
<b>Mazda3</b>	515	593	- 13%	5,727	5,476	+ 5%
<b>Mazda BT-50</b>	3,254	96	+ 3,290%	28,433	8,744	+ 225%
<b>Premium Car</b>	3	6	- 50%	27	46	- 41%
<b>ยอดรวม</b>	<b>7,702</b>	<b>4,855</b>	<b>+ 59%</b>	<b>73,764</b>	<b>41,980</b>	<b>+ 76%</b>

###