

**ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19)
ที่มีต่อธุรกิจขายยานยนต์ชนิดใหม่ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่**
Impacts of Coronavirus Disease (Covid-19) Pandemic on the Business of New
Automotive in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province

ปิยมาภรณ์ หอมเย็นใจ
Piyamaporn Homyenchai

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่มีต่อธุรกิจขายยานยนต์ชนิดใหม่ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลโดยรวมของการทำธุรกิจยานยนต์ในด้านการผลิต การบริการ และการจ้างงาน รวมถึงศึกษาการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจขายยานยนต์ชนิดใหม่ของแต่ละบริษัท และวิธีการดำเนินงาน รวมถึงการแก้ปัญหา อุปสรรค และนโยบายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ และวิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจบริการสาขาการขายยานยนต์ชนิดใหม่ จำนวน 10 บริษัท ผลการศึกษาพบว่าฐานการผลิตรถยนต์ของบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่อยู่ที่ประเทศไทย ซึ่งบริษัทส่วนมากมุ่งเน้นรถยนต์ประเภทนั่งส่วนบุคคล และรถยนต์อเนกประสงค์ที่เป็นเครื่องยนต์สันดาป โดยการบริการของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือฝ่ายบริการด้านการขาย และฝ่ายบำรุงซ่อมแซม ซึ่งจากการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัสได้ส่งผลกระทบต่อถึงรายได้ของบริษัทที่ลดลง รองลงมาคือการงดจัดกิจกรรมพบปะลูกค้า การจัดอีเว้นท์ต่างๆ และสุดท้ายคือมีการปรับเงินเดือนและโบนัส ในส่วนของผลกระทบจากนโยบายรถไฟฟ้าของรัฐบาลมีด้านบวก คือรายได้ของบริษัทที่ขึ้นสำหรับบริษัทที่มีการผลิตรถไฟฟ้า และส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทที่ลดลงสำหรับบริษัทที่ยังไม่มีการผลิตรถไฟฟ้า ต่อมาวิธีการดำเนินการจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา คือทุกบริษัทได้เพิ่มมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา โดยการเว้นระยะห่าง สวมหน้ากากอนามัย และใช้เจลแอลกอฮอล์ล้างมือ รวมถึงการรักษาความสะอาดบริเวณโถงบริการ รองลงมาคือทุกบริษัทมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานคือมีการสลับ การทำงาน เพิ่มวันหยุดมากขึ้น Work From Home มากขึ้น รวมถึงปรับเปลี่ยนรูปแบบสื่อต่างๆมาเป็นรูปแบบออนไลน์ ในส่วนการรับมือจากนโยบายรถไฟฟ้าของรัฐบาลที่ช่วยเหลือผู้บริโภค บริษัทส่วนใหญ่เน้นไปที่การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในสินค้าของบริษัทตนเอง และมุ่งเน้นการสร้างความสำเร็จในรถยนต์ไฟฟ้าให้กับลูกค้ามากขึ้น เพื่อในอนาคตบางบริษัทจะสามารถนำเข้ารถไฟฟ้าได้ภายใต้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และสามารถรองรับกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายกลุ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: ไวรัสโคโรนา, ธุรกิจขายยานยนต์ชนิดใหม่, นโยบายรถไฟฟ้า, ผลกระทบ, วิธีการดำเนินงาน

ABSTRACT

The research study on "Impacts of Corona Virus Disease (Covid-19) Pandemic on the Business of New Automotive in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province " this research aims to study overall information on the new automotive business in terms of production, services, and employment. Moreover, to study the changes and the operation in the new automotive sales business of each company during the coronavirus pandemic in Muang District, Chiang Mai Province. The researcher used qualitative research methods by collecting data from websites and used in-depth interviews with entrepreneurs in the new automotive sales business group, with 10 companies. The results of the study found that the new automotive sales business company's production is based in Thailand. Most companies focused on passenger cars and multi-purpose vehicles with a combustion engine. The company's services are divided into 2 main parts which are sales service department and maintenance department. As a result of the spread of the coronavirus, the company's revenue has decreased, followed by the cancellation of customer meeting activities, organizing various events. Finally, the adjustment of the salary and bonus. As an impact of the government's electric vehicles policy, the positive side is that the company's revenues are increased for companies that produce electric vehicles, on the other hand, the negative side is that the company's revenues are decreased for companies that do not yet produce electric vehicles. The process that proceeds from the spread of the coronavirus. Every company has increased measures to prevent the spread of coronavirus by keeping a distance, wearing a mask and using alcohol gel to wash your hands including maintaining cleanliness in the service hall area. Moreover, every company has changed their work schedule, added more holidays, and worked from home and changing various media formats to online formats. In terms of dealing with the government's electric vehicles policy that helps consumers. Most companies focus on building customer confidence in their products and focus on creating more reliability in electric vehicles for customers. In the future, some companies will be able to import electric vehicles under the confidence of consumers and can support a wider variety of customer groups.

Key word: Coronavirus, Business of new Automotive, Electric vehicles' policy, Impact, Operation

ที่มาและความสำคัญ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือของประเทศไทย และเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญทางด้านวัฒนธรรม จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยโครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดเชียงใหม่ในภาคการผลิตสามารถจำแนกได้เป็น ภาคการบริการ ภาคเกษตรกรรม และภาคอุตสาหกรรม โดยมีสัดส่วนดังนี้ ภาคการบริการร้อยละ 70.8 จาก จำนวน 14 สาขาการผลิต ภาคเกษตรกรรมร้อยละ 18.7 จากจำนวน 1 สาขาการผลิต และภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 10.5 จากจำนวน 4 สาขาการผลิต โดยสาขาการขายยานยนต์ชนิดใหม่เป็นสาขาการผลิตที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่เป็นอันดับสองอยู่ที่

ร้อยละ 13.8 โดยจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาได้ส่งผลกระทบต่อหลายด้านในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็นด้านสุขภาพคือมีจำนวนผู้ติดเชื้อมากกว่า 403,067 คน รวมถึงยอดผู้เสียชีวิตจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาในจังหวัดเชียงใหม่กว่า 575 คน ซึ่งยอดจำนวนผู้ติดเชื้อ และจำนวนผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565 มากไปกว่านั้นการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาส่งผลกระทบต่อทางด้านเศรษฐกิจกิจการทำให้ดัชนีสัดส่วนของGPPของจังหวัดเชียงใหม่หดตัวเป็นอย่างมากเฉลี่ยร้อยละ -26.2 รวมถึงการเข้ามาของยานยนต์ไฟฟ้าที่เป็นกระแสนิยมในปัจจุบัน ซึ่งจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาส่งผลกระทบต่อยอดจำหน่ายรถยนต์ชนิดใหม่ โดยจำนวนรถโดยสารที่จดทะเบียนใหม่ จำแนกตามมาตรฐานรถในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงระหว่างการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา โดยในปี พ.ศ. 2562 ลดลงร้อยละ -2.81 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 และลดลงอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2563 ร้อยละ -22.58 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562 และในปี พ.ศ. 2564 ลดลงร้อยละ -3.89 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 มากไปกว่านั้นยอดให้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่มีเพิ่มสูงขึ้นในช่วงระหว่างการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา โดยในปี พ.ศ. 2564 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.05 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 และในปี พ.ศ. 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.21 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2564 และคงที่ในปี พ.ศ. 2566 อีกทั้งการศึกษาระหว่างไวรัสโคโรนากับธุรกิจขายยานยนต์ชนิดใหม่นั้นนับว่าเป็นสิ่งใหม่ที่ยังไม่มีการศึกษาค้นคว้างาน วิจัยนี้จึงศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อธุรกิจบริการสาขาการขายยานยนต์ชนิดใหม่จากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข้อมูล โดยรวมของการทำธุรกิจยานยนต์ในด้านการผลิต การบริการและการใช้งาน
2. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจขายยานยนต์ชนิดใหม่ของแต่ละสาขาในช่วงของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา รวมถึงการแก้ปัญหา อุปสรรค และนโยบายที่เกิดขึ้นกับธุรกิจขายยานยนต์ชนิดใหม่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยข้อมูลปฐมภูมิใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์รวมถึงข่าว และข้อมูลพื้นฐานทั่วไป และข้อมูลทุติยภูมิใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลจากหนังสือที่ผ่านการสังเคราะห์ และงานวิจัยอื่น ๆ นอกจากนี้งานวิจัยนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจบริการสาขาการขายยานยนต์ชนิดใหม่ จำนวน 10 กลุ่มตัวอย่าง ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา

จากฐานการผลิตรถยนต์ของบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ทุกบริษัทที่มีอยู่ในประเทศไทย โดยจากการศึกษาค้นคว้า พบว่าโครงสร้างการตลาดของบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ ส่วนใหญ่อยู่ในโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เนื่องจากจำนวนผู้ผลิตมีจำนวนมาก ลักษณะสินค้าแตกต่างกันแต่ทดแทนกันได้ เข้าสู่การตลาดได้ค่อนข้างง่าย รวมถึงอำนาจในการกำหนดราคาค่อนข้างน้อยและนิยมใช้การโฆษณา และปรับปรุงสินค้า ในส่วนของพฤติกรรมตลาด บริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ ลักษณะสินค้ามีทั้งพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับราคาของสินค้า และพฤติกรรมที่มีได้เกี่ยวข้องกับราคาของสินค้า กล่าวคือบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่มุ่งเน้น

นโยบายส่งเสริมการขาย การพัฒนาสินค้า รวมถึงนโยบายกำไร สุดท้ายผลการดำเนินงานของตลาด โดยทุกบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่มุ่งเน้นไปที่อัตราผลกำไรผ่านการจัดสรรทรัพยากร ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และคุณภาพของสินค้า และการสัมภาษณ์ทั้ง 10 บริษัท ที่มียอดขายมากในระดับบนของเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปได้ว่า บริษัท 9 บริษัทจาก 10 บริษัทมุ่งเน้นจำหน่ายรถยนต์ประเภท รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (รย.1) ที่เป็นเครื่องยนต์สันดาบ รongลงมา 7 บริษัทจาก 10 บริษัทมุ่งเน้นจำหน่ายรถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล (รย.3) ที่เป็นเครื่องยนต์สันดาบ และ 5 บริษัทจาก 10 บริษัทมุ่งเน้นจำหน่ายรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (รย.1) ที่เป็นเครื่องยนต์ไฟฟ้า โดยการบริการของบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือฝ่ายบริการด้านการขาย และฝ่ายบำรุงซ่อมแซม รวมถึงมีการจ้างงานในรูปแบบพนักงานประจำ โดยมีการจัดตารางวันหยุด สัปดาห์ละ 1 วัน ซึ่งจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาได้ส่งผลกระทบต่อถึงรายได้หลักของประเทศไทยทั้งด้านการผลิต การส่งออกและการจำหน่ายยานยนต์ชนิดใหม่ คือกิจกรรมทางเศรษฐกิจหยุดชะงักลง ซึ่งส่งผลความเสียหายเป็นห่วงโซ่ทั้งห่วงโซ่อุปสงค์ และห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ในประเทศไทยมียอดส่งออก และยอดจำหน่ายลดลง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ภายใต้บริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นั้น สรุปได้ว่าการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาได้ส่งผลกระทบต่อในด้านที่เป็นอุปสรรคต่อบริษัท คือยอดขายของทุกบริษัทที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วงแรกของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา รongลงมาคือ การงดจัดกิจกรรมการพบปะลูกค้า การจัดอีเวนต์ต่างๆ ที่ทุกบริษัทได้รับผลกระทบทำให้การติดต่อกับลูกค้ายากขึ้น ไม่สามารถปิดการขายได้ รวมถึงบางบริษัท ไม่ว่าจะ เป็น บริษัท แสงชัยมอเตอร์เซลส์จำกัด และบริษัท สยามนิสสันเชียงใหม่ จำกัด ที่มีการปรับเงินเดือน และโบนัสที่น้อยลงผ่านการปรับเปลี่ยนเวลาการทำงาน ส่งผลให้รายได้ของพนักงานลดลง เชื่อมโยงไปถึงมีพนักงานบางรายจำเป็นต้องออกจากงาน หรือหาอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับตนเอง รวมไปถึงยอดขายของบริษัทลดลง ต่อมาในส่วนของผลกระทบจากนโยบายสนับสนุนผู้บริโภคของรัฐบาลในเรื่อง รถไฟฟ้าหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาคลี่คลายลง บริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบทั้งด้านบวก และด้านลบโดยด้านบวกคือทำให้บริษัทที่มีการนำรถไฟฟ้าเข้ามาไม่ว่าจะเป็นบริษัท เอ็มจี เชียงใหม่ จำกัด และบริษัท เกรท วอลล์มอเตอร์เชียงใหม่ จำกัด ที่มี ยอดขายดีขึ้น สามารถปิดการขายได้ง่ายเพราะรถไฟฟ้าที่ความประหยัด และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค อีกทั้ง การสนับสนุนด้านส่วนลดจากนโยบายของรัฐบาลอีกด้วย ส่งผลให้พนักงานมีรายได้เพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนบริษัทที่ยังไม่มีการนำรถไฟฟ้าเข้ามานั้น บางบริษัทได้รับผลกระทบทางด้านลบไม่ว่าจะเป็น บริษัท แสงชัยมอเตอร์เซลส์ จำกัด และ บริษัท มาสด้าเชียงใหม่ จำกัด ที่ทำให้ยอดขายลดลง เนื่องด้วยผู้บริโภคชะลอการตัดสินใจซื้อ และภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวทำให้ลูกค้าหันมาสนใจรถที่มีความประหยัดมากขึ้น ส่วนบางบริษัทที่ไม่ได้รับผลกระทบจากนโยบายรถไฟฟ้าของรัฐบาล ไม่ว่าจะ เป็น บริษัท อีซูซุ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัทฟอร์ด มอเตอร์ คัมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องด้วยบริษัทเหล่านี้จำหน่ายรถอเนกประสงค์เป็นส่วน ใหญ่ ซึ่งนโยบายที่รัฐบาลสนับสนุนมุ่งเน้นไปที่รถยนต์ส่วนบุคคลจึงทำให้บริษัทเหล่านี้ไม่ได้รับผลกระทบ ใน ส่วนของวิธีการดำเนินการจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา คือทุกบริษัทได้เพิ่มมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา โดยการเว้นระยะห่าง สวมหน้ากากอนามัย และใช้เจลแอลกอฮอล์ล้างมือ รวมถึง การรักษาความสะอาดบริเวณโถงบริการ รongลงมาคือทุกบริษัทมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานคือมีการ สลับการทำงาน เพิ่มวันหยุดมากขึ้น รวมถึง work from home มากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจาย ของไวรัสโคโรนา อีกทั้งยังมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อการตลาด การติดต่อสื่อสารกับ ลูกค้า การจำหน่ายรถยนต์ต่างๆ มาเป็นรูปแบบออนไลน์ ในส่วนการรับมือจากนโยบายรถไฟฟ้าของรัฐบาลที่

ช่วยเหลือผู้บริโภค บริษัทส่วนใหญ่เน้นไปที่การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในสินค้าของบริษัทตนเอง และมุ่งเน้นการสร้างความน่าเชื่อถือในรถยนต์ไฟฟ้าให้กับลูกค้ามากขึ้น เพื่อในอนาคตบางบริษัทจะสามารถนำเข้ารถไฟฟ้าได้ภายใต้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และสามารถรองรับกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายกลุ่มมากขึ้น ซึ่งบางบริษัทไม่ว่าจะเป็นบริษัท เอ็มจีเซี่ยงไฮ้ใหม่ จำกัด และ บริษัท เกรท วอลล์มอเตอร์เซี่ยงไฮ้ใหม่ จำกัด ที่มีการนำเข้ารถไฟฟ้า มีความคิดเห็นว่าการพัฒนาปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าในหลายกลุ่มมากขึ้น อีกทั้งเพิ่มช่องทางในการขายเชื่อมโยงกับรายได้ของบริษัทมากขึ้น โดยผลตอบรับการปรับเปลี่ยนครั้งนี้ทุกบริษัทเป็นไปในทางที่ดี มียอดขายที่เพิ่มขึ้น เชื่อมโยงถึงพนักงานมีรายได้เพิ่มขึ้นมากไปกว่านั้นบางบริษัท ไม่ว่าจะเป็นบริษัท แสงชัยมอเตอร์เซลล์จำกัด บริษัท บีเอ็มดับเบิลยูบาเซิลนามอเตอร์เซี่ยงไฮ้ใหม่ จำกัด และบริษัท พอร์ตเจริญยนต์การ เซี่ยงไฮ้ใหม่ จำกัด ยังมีการจัดเพิ่มโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทอีกด้วย

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า ฐานการผลิตรถยนต์ของบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ทุกบริษัทอยู่ที่ประเทศไทย โดยจากการศึกษาค้นคว้า และการสัมภาษณ์ทั้ง 10 บริษัท สามารถสรุปได้ว่า บริษัท 9 บริษัทจาก 10 บริษัทมุ่งเน้นจำหน่ายรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (รย.1) ที่เป็นรถยนต์สันดาบ รongลงมา 7 บริษัทจาก 10 บริษัทมุ่งเน้นจำหน่ายรถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล (รย.3) ที่เป็นรถยนต์สันดาบ และ 5 บริษัทจาก 10 บริษัทมุ่งเน้นจำหน่ายรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (รย.1) ที่เป็นรถยนต์ไฟฟ้า สาเหตุของการแพร่ระบาดที่รวดเร็วของไวรัสโคโรนาเกิดจากการขับเคลื่อน และการเชื่อมโยงประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะผ่านการค้าหรือการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศ โดยเมื่อเปรียบเทียบกับได้ทฤษฎีโดมิโนซึ่งกล่าวถึงการบาดเจ็บ และความเสียหายที่เป็นผลสืบเนื่องโดยตรงมาจากอุบัติเหตุหรืออุบัติเหตุที่เป็นผลมาจากการกระทำ หรือสภาพการที่ไม่ปลอดภัยจากความบกพร่องของบุคคล ซึ่งการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา เกิดจากการล้มของโดมิโน โดยเริ่มจากการติดเชื้อในจุดเล็กๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เป็นโลกาภิวัตน์ผนวกกับความไม่ตระหนักถึงความร้ายแรงของการแพร่ระบาดของบุคคล จึงทำให้เกิดการละเลยการป้องกัน ส่งผลให้เกิดสภาพการที่ไม่ปลอดภัยคือการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาในวงกว้างทั่วโลก ทำให้ส่งผลกระทบสร้างความเสียหายให้กับทุกประเทศทั่วโลก รวมถึงธุรกิจในประเทศไทยเช่นเดียวกัน จากการศึกษาค้นคว้า และสัมภาษณ์เชิงลึก การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ได้ส่งผลกระทบแปรผันตรงต่อธุรกิจขายยานยนต์ชนิดใหม่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือกิจกรรมทางเศรษฐกิจหยุดชะงัก ยอดขายของทุกบริษัทลดลงอย่างเห็นได้ชัด รongลงมาคือการจัดกิจกรรมการพบปะลูกค้า การจัดอีเว้นท์ต่างๆ ที่ส่งผลให้พนักงาน และบริษัททำการติดต่อกับลูกค้ายากขึ้น ไม่สามารถปิดการขายได้ ต่อมาคือผลกระทบทางด้านพนักงาน พนักงานบางบริษัท มีการปรับเงินเดือน และโบนัสที่น้อยลงผ่านการปรับเปลี่ยนเวลาการทำงาน ส่งผลให้รายได้ของพนักงานลดลง ซึ่งหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา บางบริษัทสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้ภายใต้กระแสของโลกที่ให้ความสนใจระบบ Eco System มากขึ้น ด้วยเหตุนี้ในด้านอุตสาหกรรมยานยนต์กระแสความนิยมทางด้านรถไฟฟ้าหรือรถ EV ได้เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมยานยนต์มากขึ้น ซึ่งทางรัฐบาลได้ออกนโยบายสนับสนุนให้ผู้บริโภคหันมาใช้รถไฟฟ้า โดยการเพิ่มส่วนลดให้กับผู้บริโภค จะเห็นได้ว่าผลกระทบการออกนโยบายสนับสนุนของรัฐบาลนั้นจะแปรผันตรง หรือแปรผกผันขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละบริษัท กล่าวคือบริษัทที่ยังไม่ได้นำรถไฟฟ้าเข้ามา และจำหน่ายรถรุ่นอื่นไม่ว่าจะเป็นรถกระบะ หรือรถอเนกประสงค์ได้รับผลกระทบด้านไม่ดี และไม่ได้รับรับ

ผลกระทบจากการออกนโยบายนี้ ในทางกลับกันบริษัทที่นำรถไฟฟ้เข้ามาจะได้รับผลกระทบด้านบวกโดยตรง ซึ่งทั้งสองอย่างนี้ไม่ว่าจะเป็น การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา และการเสนอนโยบายสนับสนุนรถไฟฟ้ของรัฐบาล ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ ภายใต้แนวความคิดกระบวนการตัดสินใจในการซื้อ กล่าวคือเป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับ การรับรู้ถึงความต้องการ ตัวแปรภายใน และตัวแปรภายนอก โดยผลกระทบจากทั้งสองอย่างนั้นแปรผันตรงกับการตัดสินใจของผู้บริโภค คือผู้บริโภคเกิดการชะลอการตัดสินใจซื้อผ่านการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ในทางกลับกันกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาบริโภครถไฟฟ้มากขึ้น ตามกระแสของโลกจากการออกนโยบายรถไฟฟ้ของรัฐบาล เนื่องด้วยผลกระทบที่เกิดขึ้นทำให้ทุกภาคส่วน ออกมาตรการนโยบายเพื่อรองรับหรือรับมือการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา และการออกนโยบายรถไฟฟ้ของ รัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาด การเว้นระยะห่าง ใส่หน้ากากอนามัย ใช้เจลล้างมือ แอลกอฮอล์ หรือมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในระหว่างการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ในส่วนของภาคส่วน บริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาค้นคว้าจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สรุปได้ว่า ทุกบริษัทได้ออกมาตรการ และนโยบายการรับมือการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา คือ มาตรการ รongลงมาที่ทุกบริษัทคือการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน และการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารต่างๆ มา เป็นรูปแบบออนไลน์ รวมถึงมีการจัดโปรโมชั่นซึ่งภายใต้แนวคิดส่วนประสมการตลาดกล่าวคือ กลุ่มของ เครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ร่วมกันเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้า หรือการบริการประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลักหรือ 4P คือผลิตภัณฑ์(Product) ราคา(Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพิ่มเติมในการวางแผนการตลาดของธุรกิจบริการอีก 3P ได้แก่บุคลากร(Personal) สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ (Physical facility) และกระบวนการในการบริหารจัดการ(Process Management) เพื่อให้การ ดำเนินงานและวางแผนการตลาดของธุรกิจบริการมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งมาตรการนโยบายที่แต่ละ บริษัทออกมาในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนานั้น ค่อนข้างครบถ้วนในการวางแผนการตลาด ส่งผลให้ การรับมือของแต่ละบริษัทภายใต้แนวคิดการจัดการวิกฤต กล่าวคือเมื่อเกิดภาวะวิกฤตองค์กรต้องกำหนด เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการสื่อสารให้ชัดเจน และเหมาะสมกับสถานการณ์เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ และวัดความสำเร็จของการสื่อสารนั้นๆ ซึ่งบริษัทมีการกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ชัดเจน ซึ่งสามารถ สะท้อนภายใต้แนวคิดการดำเนินนโยบาย กล่าวคือการนำนโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จ ตรงต่อการ แก้ปัญหาสามารถชี้ชัดลงไปได้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร และไม่มีผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากเกินไป โดย แต่ละบริษัทมีวัตถุประสงค์ในการแก้ปัญหาที่ชัดเจนคือการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา รวมถึงการ กระตุ้นยอดขายจากการออกนโยบายการรถไฟฟ้ของรัฐบาลให้บริษัทสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ และมี กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดอย่างชัดเจน ทั้งตัวบุคลากรในบริษัท และกลุ่มลูกค้า ซึ่งผลลัพธ์ของการนำนโยบายไปใช้ ของบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่นั้นสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนให้ตรงต่อความต้องการ ของกลุ่มลูกค้าในหลายกลุ่มมากขึ้น และการพัฒนาของบริษัทไปตามกระแสโลก โดยไม่ส่งผลต่อการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค จากที่กล่าวมาข้างต้น ภาครัฐมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และป้องกันการ แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาโดยการออกมาตรการการป้องกันรวมถึงมาตรการการช่วยเหลือทางด้าน เศรษฐกิจให้กับผู้บริโภค และส่งเสริมการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า โดยรัฐบาลได้ออกมาตรการส่งเสริม และสนับสนุนผู้ประกอบการในด้านสิทธิประโยชน์ และภาษีของรถยนต์ไฟฟ้าภายใต้ต้นนโยบายการแข่งขันทาง การค้า กล่าวคือการส่งเสริม ให้มีการทำธุรกิจที่มีความเสรี และความยุติธรรมระหว่างผู้ประกอบการกับ ผู้บริโภค และระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการ รวมถึงกำกับดูแลให้มีการเกิดการผูกขาดในเศรษฐกิจ

และการค้า มากไปกว่านั้น ยังส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะ และความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งโครงสร้างตลาดของบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ ส่วนใหญ่เป็นโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด มีพฤติกรรมตลาดเกี่ยวกับการตั้งราคา และมีได้เกี่ยวกับการตั้งราคา ซึ่งการเข้ามาของนโยบายจากภาครัฐทั้งด้านมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา และการสนับสนุนด้านภาษีของรถยนต์ไฟฟ้า ทำให้การแข่งขันทางการค้าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ คือได้รับความยุติธรรมทั้งผู้ประกอบการ และผู้บริโภค โครงสร้างตลาดไม่อยู่ในรูปแบบผูกขาด การตั้งราคาไม่สูงจนเกินไป รวมถึงมีนโยบายส่งเสริมการขาย และการพัฒนาสินค้าของแต่ละบริษัทออกมา เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องไปถึงนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค กล่าวคือ ภาครัฐมีการกำกับดูแลให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้า และบริการในราคาที่ เป็นธรรม และปริมาณเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งการสนับสนุนด้านภาษีของรถยนต์ไฟฟ้าจากรัฐบาลผนวกกับตลาด การแข่งขันของบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ผ่านนโยบายส่งเสริมการขายทำให้ผู้บริโภคได้มีการตัดสินใจซื้อ การบริการในราคาที่ เป็นธรรม และเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค สุดท้ายนี้การออกมาตรการและนโยบายภายใต้ นโยบายสาธารณะ กล่าวคือสิ่งที่รัฐบาลเลือกกระทำหรือไม่กระทำ ซึ่งอาจส่งผลทั้งทางบวก และทางลบ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอน เพื่อจัดการกับปัญหา หรือป้องกันปัญหาในอนาคต โดยกระบวนการนโยบายสาธารณะ แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน โดยขั้นตอนแรกการกำหนดปัญหาซึ่งทางรัฐบาล ได้ให้การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา เป็นปัญหา ต่อมาขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ทางเลือก รัฐบาลเลือกที่จะออกมาตรการการป้องกันรวมถึงช่วยเหลือผู้บริโภคทางด้านเศรษฐกิจ ขั้นตอนที่ 3 การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งรัฐบาลได้มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น การป้องกันการแพร่ระบาดในทุกภาคส่วน ผ่านการใส่หน้ากากอนามัย เว้นระยะห่าง มากไปกว่านั้น การช่วยเหลือผ่านการลดค่างวด การพักชำระหนี้ ของสินเชื่อ เป็นต้น และขั้นตอนสุดท้าย การประเมินผลนโยบาย ซึ่งมาตรการการป้องกันผู้ติดเชื้อ และผู้เสียชีวิตลดลงรวมถึงการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านนโยบายต่างๆ ในส่วนของการสนับสนุนด้านภาษีของรถยนต์ไฟฟ้าจากรัฐบาลภายใต้ นโยบายสาธารณะ โดยขั้นตอนแรก รัฐบาลได้กำหนดปัญหา คือการให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมคาร์บอนต่ำหรือ Eco System นำไปสู่ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ทางเลือก ซึ่งรัฐบาลได้มีการสนับสนุนทางด้านภาษีของรถยนต์ไฟฟ้าเพื่อให้ผู้บริโภคหันมาสนใจรถยนต์ทางเลือกมากขึ้น ขั้นตอนที่ 3 การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งรัฐบาลได้นำนโยบายไปปฏิบัติผ่านบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ ซึ่งผลตอบรับไปในทางบวกผู้บริโภคให้ความสนใจรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น บริษัทขายยานยนต์มียอดขายมากขึ้นเชื่อมโยงไปถึงรายได้ของบริษัทเพิ่มขึ้น และในขั้นตอนสุดท้ายการประเมินผลนโยบาย โดยภาพรวม ผู้บริโภคและผู้ประกอบการได้ผลลัพธ์ทางบวกทั้งสองฝ่าย

เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ทำให้เกิดผลกระทบมากมายทั้งในด้านบวก และด้านลบ จึงมีความเห็นว่าในอนาคตทุกภาคส่วนควรมีการป้องกัน และเพิ่มการระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำขึ้นอีก จึงควรมีแผนพัฒนาทั้งระยะสั้น และระยะยาว เพื่อเพิ่มการป้องกัน และหาโอกาสจากภาวะวิกฤตนี้เพื่อให้บริษัท และบุคลากรสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ โดยระยะสั้นประการแรกบริษัทควรออกมาตรการการป้องกันที่ระบุเป้าหมายชัดเจน ประการที่สองรวมถึงการหาช่องทางในการติดต่อสื่อสารการจำหน่ายมากขึ้น ประการที่สามพนักงานควรช่วยเหลือบริษัท คือการนำมาตราการของบริษัทนำไปใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด เพื่อเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในระยะยาวประการแรกบริษัทควรนำแพลตฟอร์มออนไลน์มาใช้ควบคู่กับแบบออฟไลน์อย่างถาวรเพื่อเพิ่มช่องทางในการโปรโมทสินค้าของบริษัท ประการที่สองบริษัทควรมีการพัฒนาโครงสร้างภายใต้ความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อเพิ่มความสนใจให้ผู้บริโภค และส่งผลให้บริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล ในส่วนของนโยบายรถไฟฟ้า ประการแรกรัฐบาลควรส่งเสริมให้ความรู้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อให้เป็น

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประการที่สองรัฐบาลควรมีมาตรการที่ช่วยส่งเสริมในระยะยาว คือเพิ่มจุดรองรับหรือจุดชาร์จให้เหมาะสมกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ในอนาคต เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงความสะดวกและพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อ และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถพัฒนาต่อไปได้อย่างยั่งยืน ในส่วนของบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ประการแรกบริษัทควรสนับสนุนนโยบายรถไฟฟ้าของรัฐบาลโดยมีการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มโปรโมชั่น ส่วนลดต่างๆ หรือการมีค่าตอบแทนให้กับพนักงานเพื่อเป็นตัวแปรให้พนักงานสามารถปิดการขายได้มากขึ้น ประการที่สองบริษัทขายยานยนต์ชนิดใหม่ควรมีการจัดอบรมทั้งบุคลากรในบริษัท และจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ และประการสุดท้ายบริษัทควรพัฒนาตัวรถยนต์ไฟฟ้าให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคเพื่อที่จะสามารถดำเนินกิจการต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

เอกสารอ้างอิง

- กรกฎ มงคลโสภณรัตน์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของประชาชนใน จังหวัด กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin92/6214155557.pdf>
- กรมควบคุมโรค. (2564). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). สืบค้นจาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/index.php>
- กรมการขนส่งทางบก. (2561). กลุ่มสถิติการขนส่งกองแผนงาน. สืบค้นจาก <https://web.dlt.go.th/statistics/>
- กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2559). นโยบาย และมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค. สืบค้นจาก <https://www.dit.go.th/Content.aspx?m=37&c=9>
- กระทรวงศึกษาธิการท่องเที่ยวและการกีฬา. (2563). จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/News-link.php?nid=13174>
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์. (2563). ผลกระทบทางด้านการศึกษา. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สืบค้นจาก <https://learningcovid.ku.ac.th/course/?c=7&l=4>
- กิริยา กุลกลการ. (2562). ผลกระทบของการเปลี่ยนไปใช้รถยนต์ไฟฟ้า ต่อแรงงานในอุตสาหกรรมการผลิต ชิ้นส่วนยานยนต์. สืบค้นจาก <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/thailand/15860.pdf>
- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์. (2547). เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม. สืบค้นจาก <https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2013/01/op26.pdf>
- ทักษิณา แสนเย็น, วรุดติ เว้นบาป, วีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์, กุลธวัช ศรายุทธ และอาภาภรณ์ หาโสี๊ะ (2563). บทวิเคราะห์การรับมือโรคโควิด-19: ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบิน. สืบค้นจาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/243253/165929
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). สรุปประมาณการเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/MonetPolicyComittee/MPR/Pages/default.aspx>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). ผลกระทบโควิด 19 ต่อตลาดแรงงานไทย. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_12Oct2020.aspx

- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด มหาชน. (2563). ผลกระทบของ Covid-19 ต่อเศรษฐกิจไทย และคนทำธุรกิจ SME. Krungsri Plearn Plearn. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/covid19-newnormal-with-sme>
- บายศรี จั่นอาจ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/ml10/6114962056.pdf>
- บุญมา สุนทรวีรัตน์ และกายสิทธิ์ แก้วยาสี. (2564). โควิด-19 แนวทางการดำเนินงานและผลกระทบระดับพื้นที่ จังหวัดเลย ประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/ajcph/article/view/244802>
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2560). ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- รณชิต สมรรถนะกุล. (2563). ผลกระทบของสถานการณ์ระบาดของโรคไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ 2019 ที่มีต่อสุขภาพจิตของนักศึกษาพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. สืบค้นจาก <http://202.29.14.36/xmlui/handle/123456789/7067>
- วรรณ ศิริวิริยานุภาพ, สรชัย จำเนียรดำรงการ, สุนทรี วัชรดำรงกุล, อุษาวดี สุทภาค, อิทธิบูรณ์ อรวงศา, และธนัทพร อภิภักดี. (2567). Development of Thai consumer protection indicators with the current situation of related consumer protection. สืบค้นจาก <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=2863&context=tjps>
- วารสารสุทธิปริทัศน์. (2564). วิถีชีวิตปกติแบบใหม่ภายหลังการระบาดใหญ่โควิด-19 : กรณีศึกษาธุรกิจยานยนต์และธุรกิจการบินกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทย. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSthithiparithatJournal/article/view/249149>
- สกุล กิตติพิรชล. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการปรับตัวของบุคลากร กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน. สืบค้นจาก <https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/6354/1/Fulltext.pdf>
- สมชัย จิตสุชน. (2563). ผลกระทบของโควิด-19 ต่อผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก <https://tdri.or.th/2020/09/the-impact-of-covid-19-on-older-persons/>
- สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อพัฒนา. (2560). นโยบายแข่งขันทางการค้า. สืบค้นจาก <https://www.dtn.go.th/file/get/file/1.20220818b362aa21c5d4abd92833dcf51b7c96c0142751.pdf>
- สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. (2563). บรรยายสรุปจังหวัดเชียงใหม่. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. สืบค้นจาก <http://www.chiangmai.go.th/managing/public/D8/8D22Oct2020145452.pdf>
- สำนักงานคลังจังหวัดเชียงใหม่. (2563). รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดเชียงใหม่ ประจำเดือนตุลาคม 2563. กลุ่มงานบริหารการคลัง และเศรษฐกิจ.
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2563). มูลค่าการส่งออก นำเข้า. สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย. สืบค้นจาก <http://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=TradeThSummary>

- สำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2566). แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570). สืบค้นจาก https://www.ocpb.go.th/download/article/article_20231002131407.pdf
- สายสมร เฉลยกิตติ, จินตนา อาจสันเทียะ, มั๊กเตลานา สุภาพร ดาวดี. (2563). ผลกระทบโรคระบาด COVID-19: การจัดการเรียนการสอนทางการพยาบาล. สืบค้นจาก [file:///C:/Users/User/Downloads/244663-Article%20Text-863122-2-10-20200909%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/244663-Article%20Text-863122-2-10-20200909%20(5).pdf)
- องค์การอนามัยโลก. (2564). Coronavirus. สืบค้นจาก <https://www.who.int/thailand/health-topics/coronavirus>
- อธิวัฒน์ ศรีวิไล. (2558). การศึกษาผลกระทบของยานยนต์ไฟฟ้าประเภทรถยนต์ต่อการใช้พลังงาน ของประเทศไทย. สืบค้นจาก https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5510036485_4523_3413.pdf
- BBC News. (2563). โควิด-19: ผลสำรวจชี้วิกฤตไวรัสโคโรนากระทบประเทศยากจนและคนหนุ่มสาวมากที่สุด. สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-54115739>
- Chiang Mai Sawadee. (2564). ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นจาก <http://www.sawadee.co.th/chiangmai/chiangmai.html>
- Christina Ratcliff / Jordan De Bono / Barbara Martinello (2566). Consumer policy: principles and instruments. สืบค้นจาก <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/46/consumer-policy-principles-and-instruments>
- TRADE COMPETITION COMMISSION THAILAND. (2567). THAILANDTRADE COMPETITION POLICY. สืบค้นจาก https://www.tcct.or.th/view/1/Thailand_Trade_Competition_Policy/EN-US