



Nghiên cứu Người tiêu dùng Ô tô toàn cầu năm 2022
Góc nhìn Đông Nam Á

Tháng 03/2022

**MAKING AN
IMPACT THAT
MATTERS**
since 1845

Nội dung

Nghiên cứu của Deloitte Toàn cầu về Người tiêu dùng Ô tô năm 2022	03
Các công nghệ tiên tiến	04
Điện khí hóa ô tô	06
Ý định sử dụng ô tô trong tương lai	15
Dịch vụ di chuyển	19
Liên hệ	22

Nghiên cứu này được dịch sang tiếng Việt từ Báo cáo nghiên cứu do Deloitte Toàn cầu phát hành bằng tiếng Anh

Nghiên cứu của Deloitte Toàn cầu về Người tiêu dùng Ô tô năm 2022

Trong hơn một thập kỷ, Deloitte đã tìm hiểu các hành vi và xu hướng tiêu dùng ô tô trong tác động đến hệ sinh thái di chuyển toàn cầu đang phát triển nhanh chóng. Nghiên cứu về người tiêu dùng ô tô toàn cầu đưa ra những nhận định của Deloitte về nhiều vấn đề quan trọng ảnh hưởng đến ngành công nghiệp ô tô, trong đó có sự phát triển của các công nghệ tiên tiến.

Từ tháng 09 đến tháng 10/2021, Deloitte đã khảo sát hơn 26.000 người tiêu dùng tại 25 khu vực địa lý để tìm hiểu các vấn đề khác nhau ảnh hưởng đến ngành ô tô toàn cầu, bao gồm sự phát triển của công nghệ tiên tiến, tính bền vững, kỳ vọng về chi phí đối với các loại xe mới, trải nghiệm mua hàng trực tuyến, và dịch vụ di chuyển.

Nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp bảng hỏi trực tuyến, trong đó người tiêu dùng trong độ tuổi lái xe được mời hoàn thành bảng câu hỏi (được dịch sang ngôn ngữ bản địa) qua email.

Góc nhìn Đông Nam Á

Sáu quốc gia trong khu vực Đông Nam Á được đề cập trong nghiên cứu gồm: Indonesia (n = 1.001), Malaysia (n = 1.005), Philippines (n = 1.007), Singapore (n = 1.015), Thái Lan (n = 1.004) và Việt Nam (n = 1.017). Nhìn chung, khảo sát của chúng tôi cung cấp hiểu biết về bốn chủ đề xoay quanh những ưu tiên khi đổi xe ô tô và trong vấn đề di chuyển.

Công nghệ tiên tiến

Dường như phần lớn người tiêu dùng Đông Nam Á sẵn sàng chi trả cho các công nghệ tiên tiến và chia sẻ dữ liệu cá nhân của họ nếu điều đó giúp đảm bảo an toàn giao thông. Tuy nhiên, mức độ sẵn sàng chi trả cho các công nghệ thông tin giải trí vẫn chưa cao.



Điện khí hóa xe

Chi phí nhiên liệu thấp hơn, lo ngại về biến đổi khí hậu/giảm lượng khí thải và trải nghiệm lái xe tốt hơn, là các yếu tố thúc đẩy sự quan tâm đến xe điện (EV). Tuy nhiên, việc thiếu cơ sở hạ tầng sạc điện ở nơi công cộng và quãng đường đi được vẫn là những rào cản đối với việc sử dụng xe điện ở Đông Nam Á.



Ý định mua xe trong tương lai

Hầu hết người tiêu dùng Đông Nam Á vẫn thích trải nghiệm mua hàng trực tiếp. Tuy nhiên, sự tiện lợi, lo ngại về sức khỏe khi tiếp xúc trực tiếp, và thao tác dễ dàng trên các nền tảng mua hàng trực tuyến có thể sẽ là các yếu tố thúc đẩy sự phát triển liên tục của việc mua hàng trực tuyến.



Dịch vụ di chuyển

Phương tiện cá nhân vẫn là lựa chọn ưu tiên của người tiêu dùng Đông Nam Á khi cần di chuyển. Tại một số thị trường trong khu vực, người tiêu dùng đã quan tâm đến các dịch vụ thuê xe, đặc biệt là những dịch vụ cho phép người tiêu dùng tiếp cận với nhiều thương hiệu xe khác nhau.





Công nghệ tiên tiến

Mức độ sẵn sàng chi trả cho các công nghệ tiên tiến

Người tiêu dùng ở Đông Nam Á sẵn sàng chi trả cho các công nghệ an toàn, trong khi mức độ sẵn sàng trả cho các công nghệ thông tin giải trí là ít hơn.

Tuy nhiên, việc sẵn sàng chi trả cho các công nghệ an toàn, đủ để hoàn vốn đầu tư (ROI) cho các nhà sản xuất thiết bị gốc (OEM) hay không, sẽ phụ thuộc phần lớn vào số tiền cụ thể mà người tiêu dùng sẵn sàng trả ở từng thị trường riêng khác nhau.

Các công nghệ tiên tiến mà người tiêu dùng Đông Nam Á sẵn sàng chi trả nhất



91%

Công nghệ an toàn



89%

Công nghệ động cơ thay thế

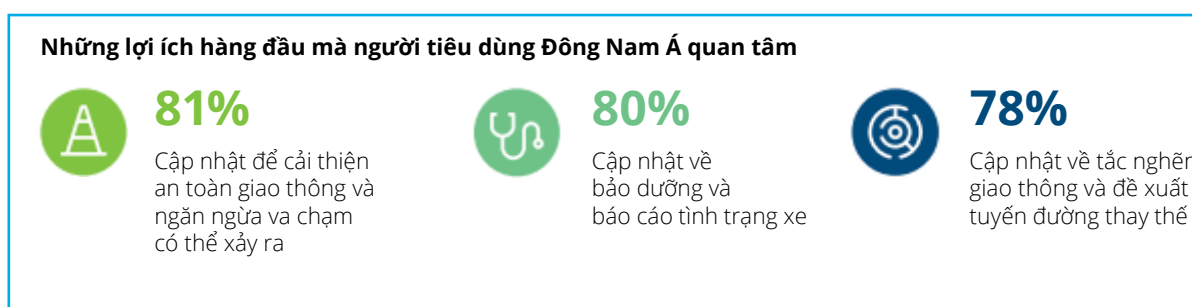
Công nghệ tiên tiến	Indonesia	Malaysia	Philippines	Singapore	Thái Lan	Việt Nam
Công nghệ an toàn	93%	91%	92%	81%	87%	97%
Công nghệ động cơ thay thế	91%	89%	91%	76%	86%	94%
Công nghệ tự điều khiển	89%	87%	87%	73%	86%	95%
Công nghệ kết nối	90%	86%	91%	74%	80%	95%
Công nghệ thông tin giải trí	83%	77%	85%	62%	75%	89%

Q3. Mức độ sẵn sàng chi trả thêm cho một chiếc xe được tích hợp những công nghệ liệt kê dưới đây?
 Kích thước mẫu: n=5.070

Mức độ sẵn sàng trong việc chia sẻ dữ liệu cá nhân

Nhìn chung, khoảng 8/10 người tiêu dùng Đông Nam Á sẵn sàng chia sẻ dữ liệu cá nhân nếu việc này có ích cho việc đảm bảo an toàn giao thông, bảo dưỡng phương tiện và tiết kiệm thời gian.

Người tiêu dùng ở Thái Lan cũng tỏ ra đặc biệt quan tâm đến các gói bảo hiểm xe được tùy chỉnh hoặc tối ưu hóa.



Quan tâm về xe kết nối công nghệ khi xe có những lợi ích liên quan đến	Indonesia	Malaysia	Philippines	Singapore	Thái Lan	Việt Nam
Cập nhật để cải thiện an toàn giao thông và ngăn ngừa va chạm có thể xảy ra	89%	76%	85%	66%	80%	89%
Cập nhật về bảo dưỡng và báo cáo tình trạng xe	83%	77%	85%	66%	79%	90%
Cập nhật về tình trạng tắc nghẽn giao thông và đề xuất tuyến đường thay thế	82%	74%	82%	64%	75%	88%
Đề xuất tuyến đường an toàn hơn	80%	73%	81%	61%	72%	86%
Đề xuất tùy chỉnh về cách cắt giảm chi phí dịch vụ	78%	73%	77%	60%	77%	81%
Dự báo chi phí bảo dưỡng dựa trên thói quen lái xe	75%	72%	77%	63%	74%	82%
Gói bảo hiểm xe được tùy chỉnh/tối ưu hóa	72%	66%	75%	60%	78%	82%
Tiếp cận bãi đậu xe ở gần	71%	67%	75%	63%	68%	83%
Nhận chiết khấu khi truy cập kết nối Wi-Fi trên xe	75%	68%	74%	55%	68%	74%
Cập nhật phần mềm xe qua mạng	70%	58%	67%	49%	74%	72%
Ưu đãi đặc biệt về sản phẩm và dịch vụ phi ô tô liên quan đến hành trình hoặc điểm đến	62%	59%	64%	50%	61%	76%

Q34. Mức độ quan tâm của bạn đến những lợi ích sau của xe có kết nối công nghệ, nếu việc chấp nhận những lợi ích này đồng nghĩa với việc chia sẻ dữ liệu cá nhân và dữ liệu xe/dữ liệu vận hành của bạn với nhà sản xuất hoặc bên thứ ba?

Kích thước mẫu = 5.249

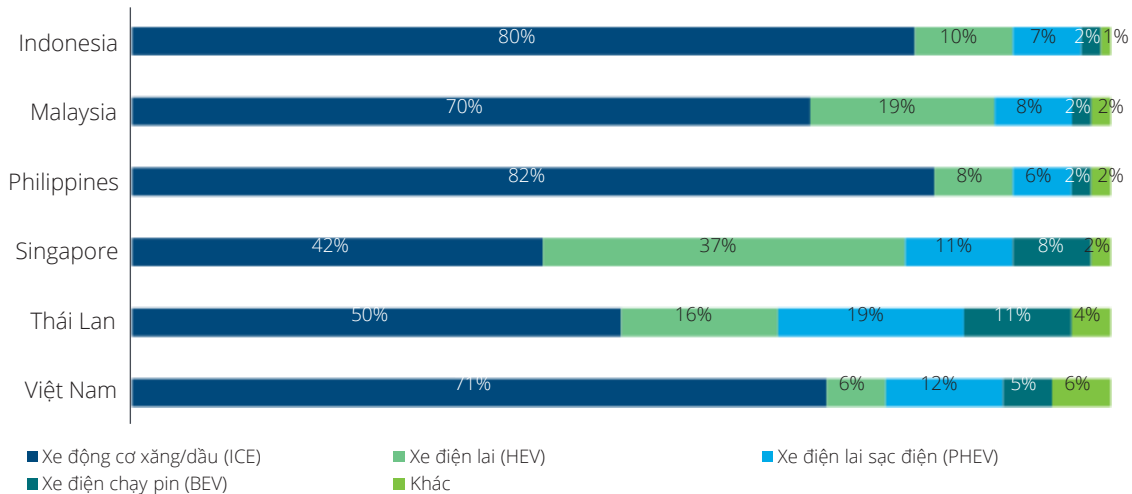
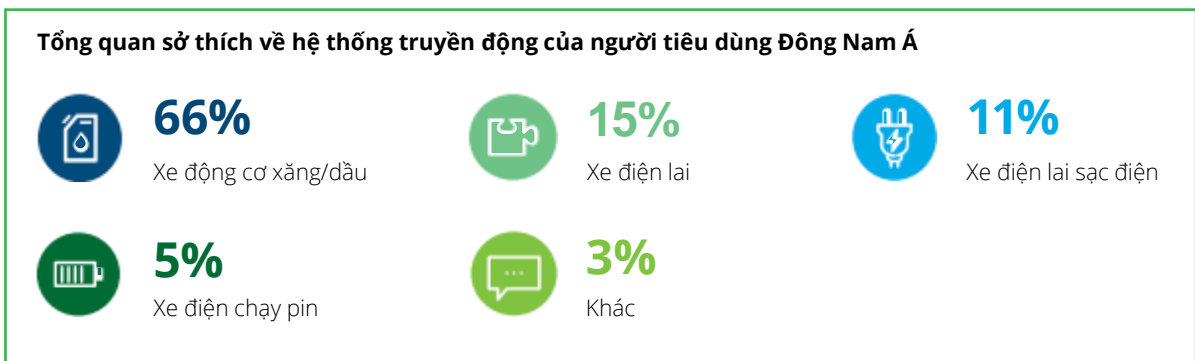


Điện khí hoá ô tô

Sở thích người tiêu dùng về hệ thống truyền động của chiếc xe tiếp theo

Người tiêu dùng Đông Nam Á vẫn ưa chuộng các loại xe có động cơ thông thường, điều này đặt ra câu hỏi: liệu chúng ta có đang tiến đủ nhanh để hướng tới một tương lai sử dụng các phương tiện di chuyển bằng điện.

Mức độ ưa chuộng đối với các loại xe điện cụ thể có sự khác nhau giữa các khu vực: người tiêu dùng ở Thái Lan quan tâm nhiều nhất đến xe điện chạy pin (BEV) và xe điện lai sạc điện (PHEV), trong khi người tiêu dùng Singapore và Malaysia thích xe điện lai (HEV)

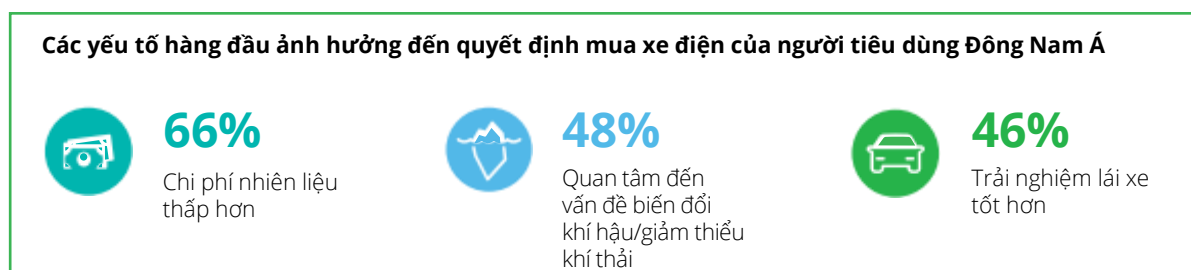


Lưu ý: "Khác" bao gồm các loại động cơ như pin nhiên liệu khí nén, etanol và hydro; không xem xét các câu trả lời "không biết"
 Q25. Bạn ưu tiên loại động cơ nào cho chiếc xe tiếp theo của mình?
 Kích thước mẫu: n=5.070

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua xe điện

Phần lớn người tiêu dùng ở Đông Nam Á thích xe điện đều đặt kỳ vọng về chi phí nhiên liệu thấp hơn, vượt qua nguyên nhân lo ngại về biến đổi khí hậu hay mục đích giảm thiểu khí thải.

Người tiêu dùng ở Philippines và Việt Nam quan tâm nhiều đến các khía cạnh sức khỏe cá nhân, trong khi các lợi ích liên quan đến việc giảm thiểu bảo dưỡng được người tiêu dùng tại Malaysia, Singapore và Thái Lan chú trọng hơn. So với các quốc gia trong khu vực, các đối tượng tham gia khảo sát ở Singapore có quan tâm nhiều hơn đến các chương trình khuyến khích và kích cầu của Chính phủ.



Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua xe điện	Indonesia	Malaysia	Philippines	Singapore	Thái Lan	Việt Nam
Chi phí nhiên liệu thấp hơn	66%	73%	60%	67%	63%	64%
Lo ngại về vấn đề biến đổi khí hậu/giảm lượng khí thải	59%	39%	59%	45%	49%	52%
Trải nghiệm lái xe tốt hơn	58%	55%	49%	32%	44%	53%
Bảo trì ít hơn	19%	47%	46%	47%	49%	28%
Quan tâm đến sức khỏe cá nhân	44%	34%	60%	27%	45%	54%
Chương trình khuyến khích/kích cầu của chính phủ	21%	28%	9%	46%	27%	25%
Khả năng đánh thêm thuế với xe đốt trong	31%	20%	17%	35%	23%	22%




Q26. Vui lòng xếp hạng mức độ ảnh hưởng của các yếu tố dưới đây đến quyết định của bạn khi mua một chiếc xe điện (cao nhất đến thấp nhất). Kích thước mẫu: n=1.568

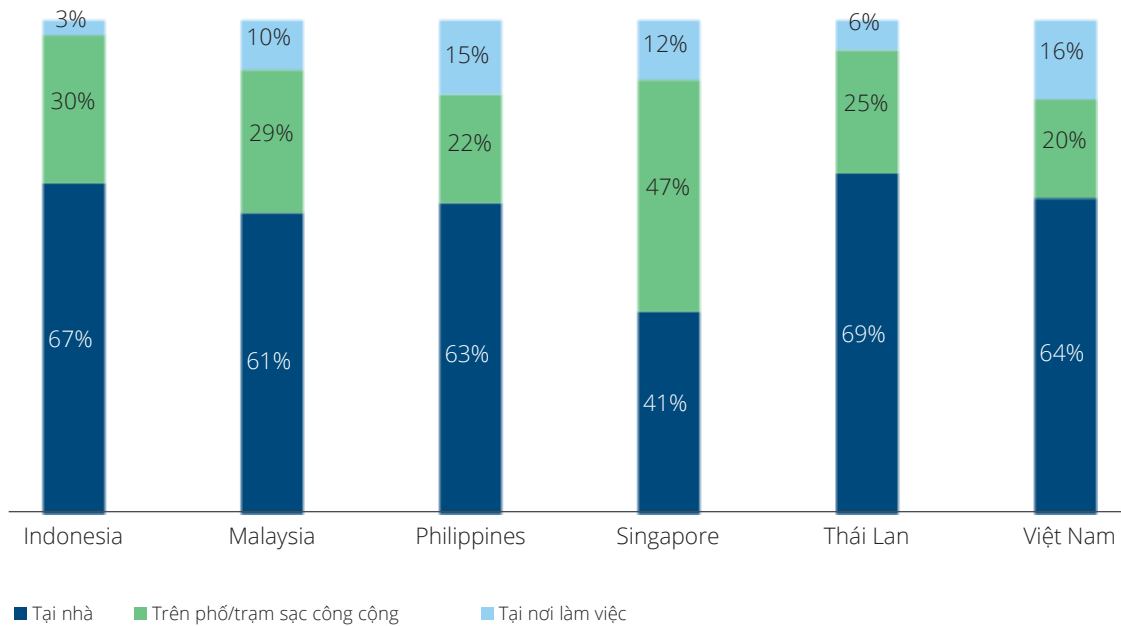
Địa điểm người tiêu dùng muốn sạc xe điện thường xuyên nhất

Hầu hết người tiêu dùng ở Đông Nam Á có ý định sạc xe điện tại nhà, nghĩa là chi phí sạc tại nhà cũng nên được tính vào tổng chi phí để sở hữu sản phẩm.

Singapore là ngoại lệ duy nhất, với nhu cầu về sạc xe điện tại trạm sạc công cộng không chỉ cao hơn nhiều so với các nước còn lại trong khu vực, mà còn cao hơn cả nhu cầu về sạc điện tại nhà.

Nhìn chung, người tiêu dùng Đông Nam Á mong muốn sạc xe điện thường xuyên nhất...

 61% Tại nhà	 29% Trên phố/trạm sạc công cộng	 10% Tại nơi làm việc
---	---	--

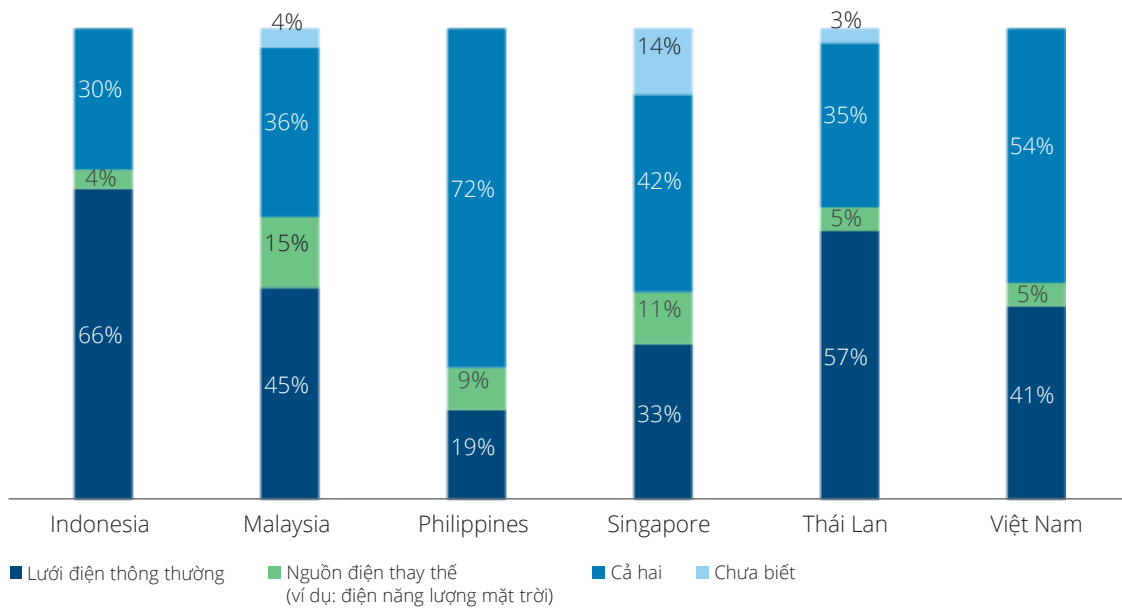
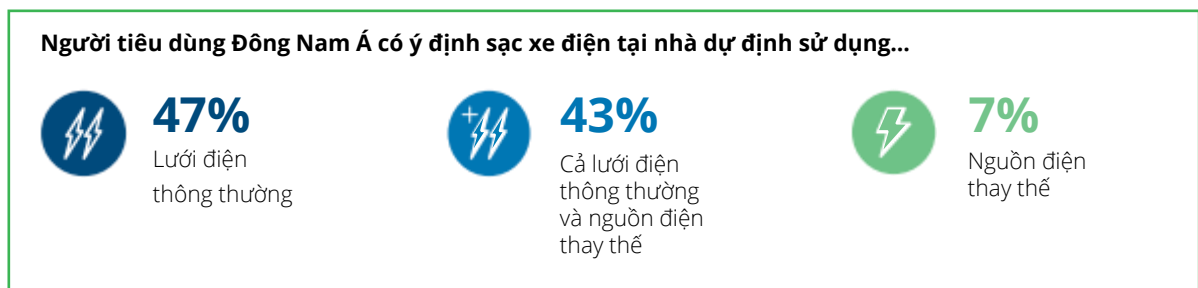


Q27. Bạn muốn sạc xe điện thường xuyên nhất ở đâu?
Kích thước mẫu: n=784

Nguồn điện người tiêu dùng dự định sử dụng để sạc xe điện

Hầu hết những người tiêu dùng Đông Nam Á có ý định sạc xe điện tại nhà dự định sử dụng lưới điện thông thường, hoặc kết hợp giữa lưới điện thông thường và nguồn điện thay thế.

Điều này đặt ra câu hỏi liệu các lưới điện hiện có trên toàn khu vực có thể chịu thêm áp lực từ việc sạc xe điện hay không.

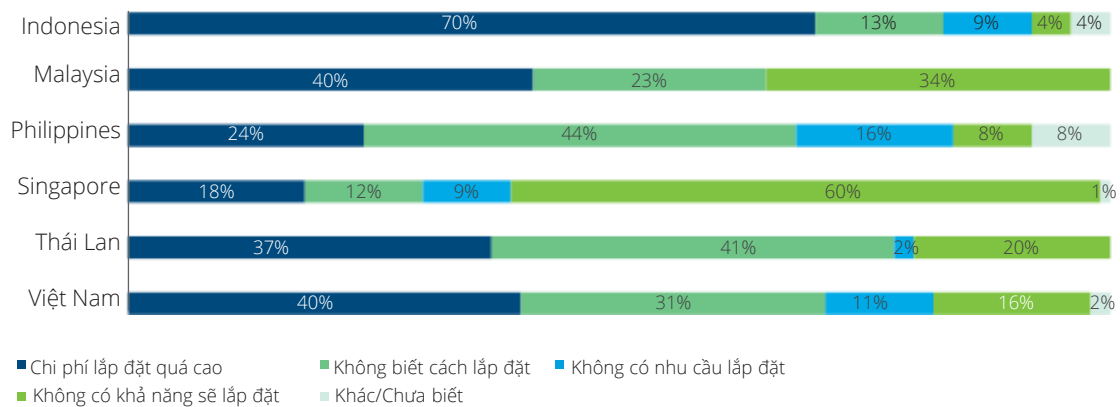


Q28. Bạn dự định sẽ sạc xe tại nhà như thế nào?
Kích thước mẫu: n=482

Lý do không sạc xe điện ở nhà

Người tiêu dùng Đông Nam Á không có kế hoạch sạc xe điện tại nhà cho biết chi phí lắp đặt bộ sạc là rất cao hoặc họ không rõ về cách lắp bộ sạc.

Một tỷ lệ đáng kể người tiêu dùng ở Malaysia và Singapore cũng nói rằng không có khả năng họ sẽ lắp bộ sạc tại nhà.



Q29. Đây là lý do chính tại sao bạn không có ý định sạc xe điện tại nhà?
Kịch thước mẫu: n=302

Quyết định mua xe điện nếu giá điện cao bằng giá nhiên liệu hoá thạch

Khả năng tăng giá điện có thể khiến một số lượng lớn người tiêu dùng Đông Nam Á quyết định không mua xe điện.

Trung bình, hơn 4 trong số 10 người sử dụng xe điện ở Đông Nam Á sẽ suy nghĩ lại về quyết định mua của họ nếu giá điện cao bằng giá nhiên liệu hóa thạch.

Quyết định mua xe điện của người tiêu dùng Đông Nam Á sẽ thay đổi như thế nào nếu giá điện cao bằng nhiên liệu hóa thạch hiện nay



53%

Vẫn quan tâm đến việc mua xe điện



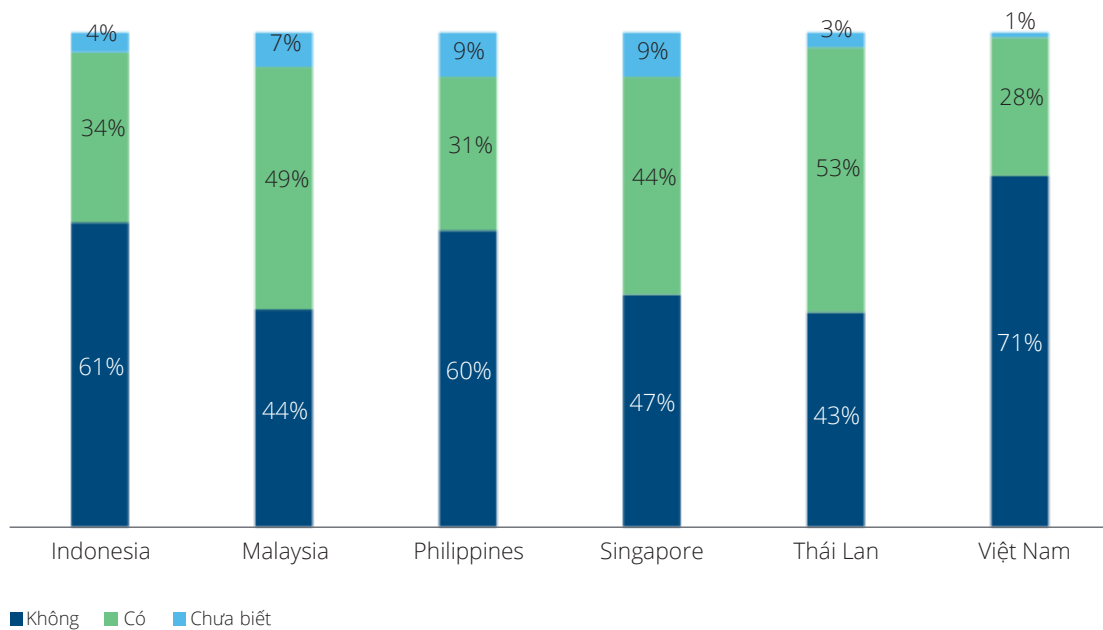
42%

Sẽ suy nghĩ lại về quyết định mua xe điện



4%

Không chắc chắn

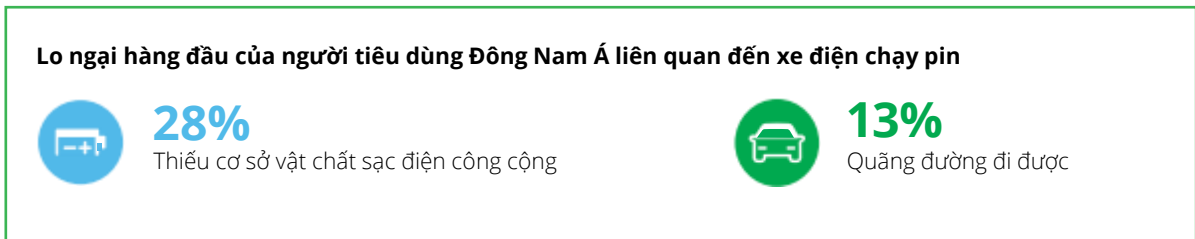


Q30. Quyết định mua xe điện của bạn có thay đổi nếu giá điện sử dụng cho việc di chuyển tương đương với mức chi phí cho nhiên liệu hóa thạch hiện nay?
Kích thước mẫu: n=784

Mối lo ngại lớn nhất khi sử dụng xe điện chạy pin

Người tiêu dùng Đông Nam Á chần chừ việc mua xe điện do lo ngại cơ sở vật chất sạc điện công cộng không đáp ứng được.

Đối với tất cả các thị trường ngoại trừ Singapore, quãng đường đi được cũng là một yếu tố quan trọng cần cân nhắc. Các mối quan tâm hàng đầu khác bao gồm chi phí/phí bảo hiểm, các mối quan tâm về an toàn liên quan đến công nghệ pin và thời gian cần thiết để sạc đầy.



Mối lo ngại về xe điện chạy pin	Indonesia	Malaysia	Philippines	Singapore	Thái Lan	Việt Nam
Thiếu cơ sở vật chất sạc điện công cộng	40%	25%	24%	22%	33%	27%
Quãng đường đi được	9%	10%	13%	7%	15%	22%
Chi phí/giá cao	9%	18%	11%	13%	9%	5%
Lo ngại về độ an toàn của công nghệ pin	8%	10%	13%	12%	10%	12%
Thời gian cần thiết để sạc đầy	12%	8%	10%	14%	9%	11%
Thiếu bộ sạc tại nhà	4%	6%	4%	10%	8%	5%
Thiếu tính bền vững	4%	7%	10%	6%	3%	5%
Thiếu nguồn điện thay thế tại nhà	3%	4%	6%	5%	3%	7%
Khả năng đánh thêm thuế/phí bổ sung liên quan đến các loại xe điện chạy pin	4%	3%	3%	4%	5%	4%
Không chắc về giá bán lại	6%	4%	1%	4%	1%	1%
Ít lựa chọn	1%	2%	2%	3%	2%	1%
Chưa biết	1%	3%	3%	2%	2%	1%

Q31. Mối lo ngại lớn nhất của bạn đối với tất cả các loại xe điện chạy pin là gì?
Kích thước mẫu: n=5.249

Kỳ vọng của người tiêu dùng về quãng đường đi được sau một lần sạc đầy pin

Trung bình, người tiêu dùng Đông Nam Á kỳ vọng quãng đường đi được tối thiểu sau một lần sạc đầy pin là 491 km.

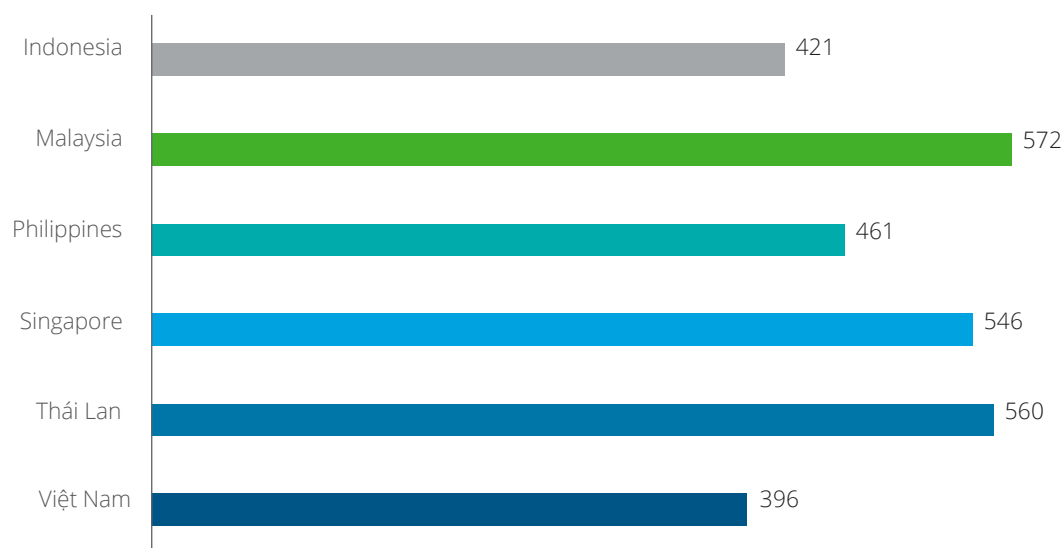
Malaysia, Singapore và Thái Lan là ba quốc gia ghi nhận mức kỳ vọng cao nhất về quãng đường đi được.

Người tiêu dùng Đông Nam Á kỳ vọng quãng đường trung bình đi được là



491 km

sau khi một chiếc xe điện chạy bằng pin được sạc đầy



Q32. Một chiếc xe điện chạy hoàn toàn bằng pin được sạc đầy sẽ cần đi được quãng đường bao nhiêu để bạn cân nhắc mua?
Kích thước mẫu: n = 5.004

Nhận thức về tác động môi trường của những chiếc xe điện chạy hoàn toàn bằng pin

Nhìn chung, gần 2/3 người tiêu dùng Đông Nam Á cho rằng so với động cơ đốt trong thông thường, xe điện chạy bằng pin ít có tác động đến môi trường.

Người tiêu dùng ở Indonesia, Thái Lan và Việt Nam tỏ ra lạc quan nhất về tác động môi trường của xe điện chạy bằng pin.

Nhận thức của người tiêu dùng Đông Nam Á về tác động môi trường của xe điện chạy bằng pin so với xe động cơ đốt trong



63%

Tác động ít hơn



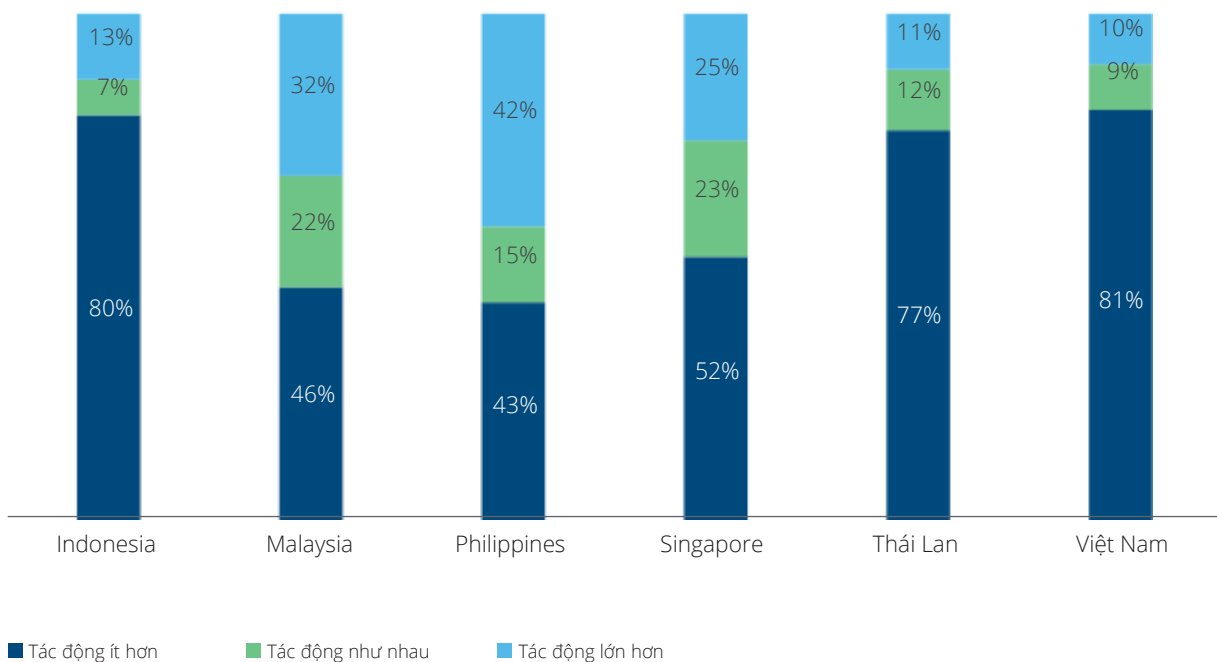
14%

Tác động như nhau



23%

Tác động lớn hơn



Lưu ý: Không xem xét câu trả lời "Không biết"

Q33. Theo bạn, so với xe đốt trong, xe điện chạy hoàn toàn bằng pin có tác động như thế nào đến môi trường?
Kích thước mẫu: n = 4.952



Dự định tương lai về phương tiện đi lại

Tác động của COVID-19 đến lần mua xe tiếp theo

COVID-19 đã có tác động đáng kể đến người tiêu dùng Đông Nam Á, theo đó, một tỷ lệ lớn có ý định mua xe để tránh việc sử dụng các phương tiện giao thông công cộng.

Xu hướng này thể hiện rõ rệt nhất ở Việt Nam, và không quá rõ ở Malaysia và Singapore. Nhìn chung, hơn 1/4 hoặc 27% người Đông Nam Á được hỏi cho biết họ không còn cần nhiều xe trong gia đình hoặc không cần xe nữa do các giải pháp làm việc tại nhà.

Nhận thức của người tiêu dùng Đông Nam Á về tác động môi trường của xe điện chạy bằng pin so với xe đốt trong



37%

Sẽ mua xe theo như dự định



31%

Sẽ mua một chiếc xe để tránh phương tiện giao thông công cộng



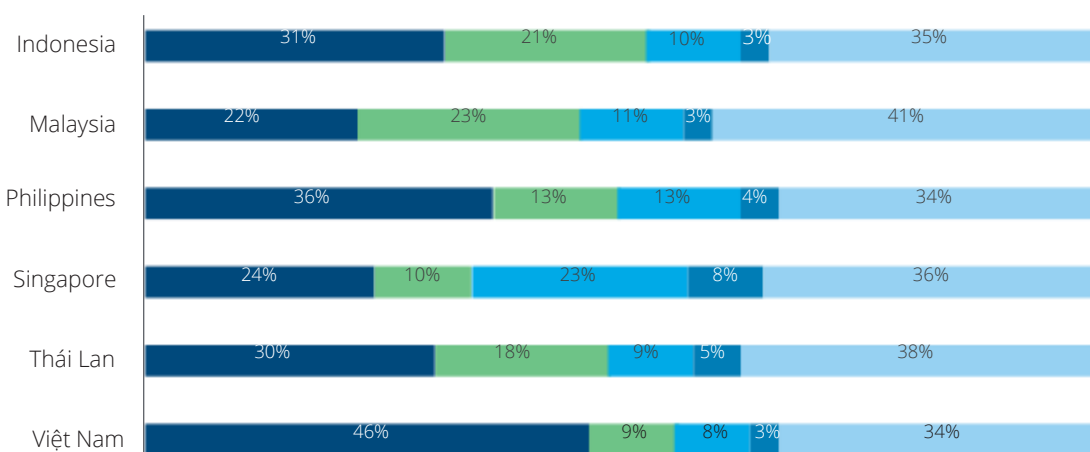
12%

Sẽ không cần xe nữa do các giải pháp làm việc tại nhà



15%

Sẽ không còn cần nhiều phương tiện trong gia đình nữa



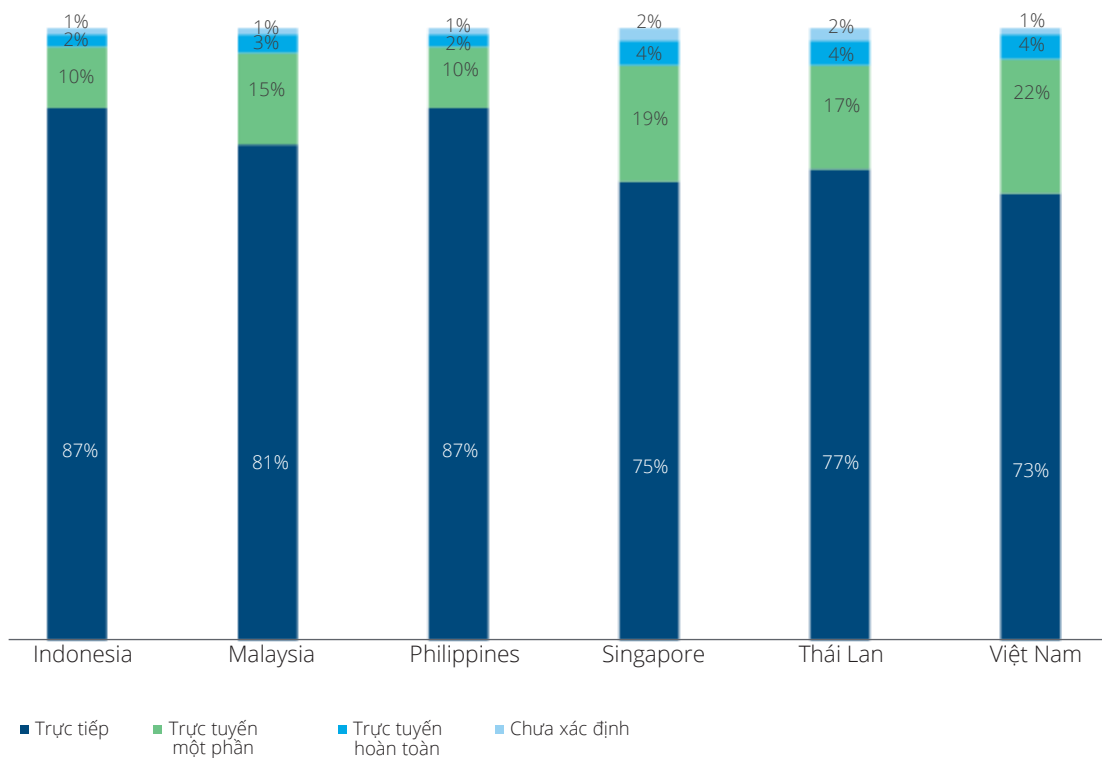
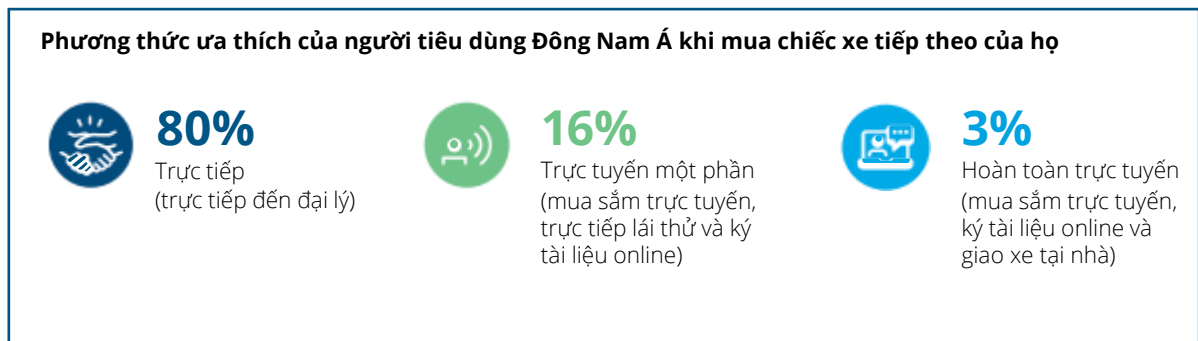
- Có, tôi sẽ mua một cái để tránh đi phương tiện công cộng
- Có, tôi không còn cần nhiều phương tiện trong gia đình nữa
- Có, tôi không cần xe nữa do các chính sách về làm việc tại nhà
- Có, khác
- Không, tôi sẽ mua chiếc xe tiếp theo như dự định

Q15. Đại dịch COVID-19 toàn cầu có ảnh hưởng đến quyết định mua chiếc xe tiếp theo của bạn không?
Kích thước mẫu: n = 6.049

Phương thức được ưa chuộng nhất khi mua chiếc xe tiếp theo

Người tiêu dùng Đông Nam Á vẫn thích mua chiếc xe tiếp theo thông qua trải nghiệm trực tiếp.

Tuy nhiên, người tiêu dùng ở Singapore, Thái Lan và Việt Nam đã sẵn sàng hơn trong việc giao dịch trực tuyến.

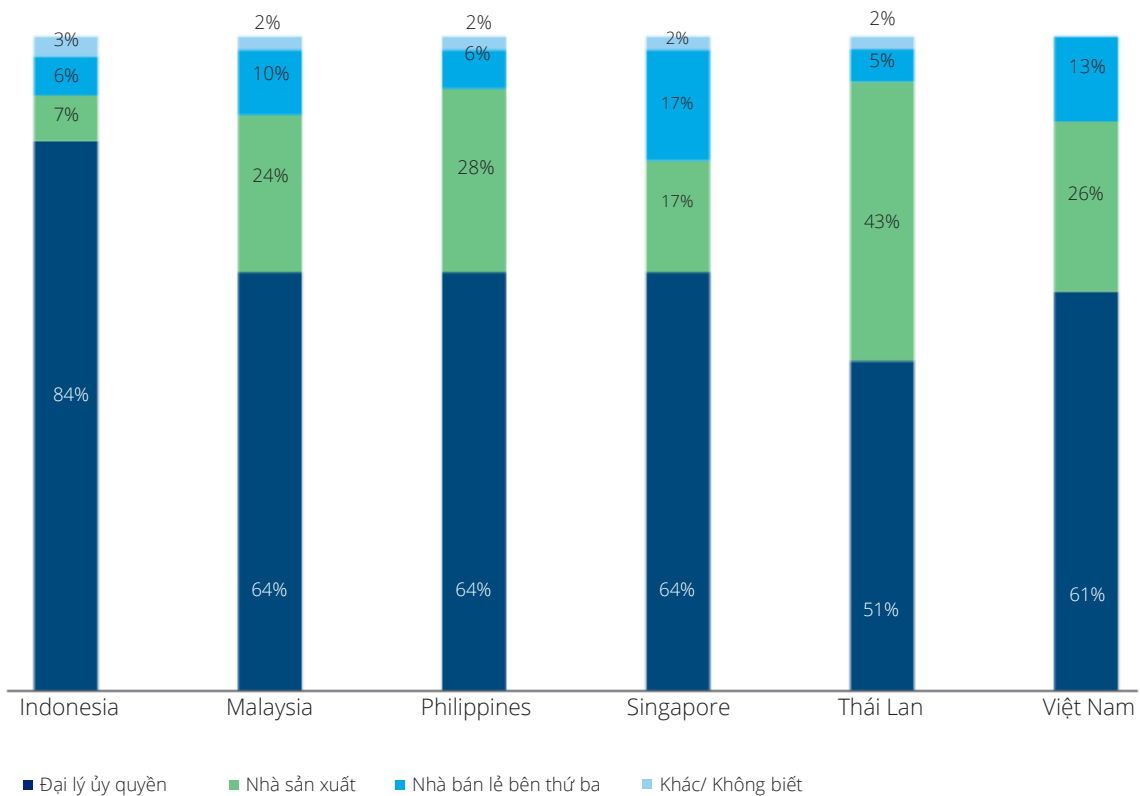
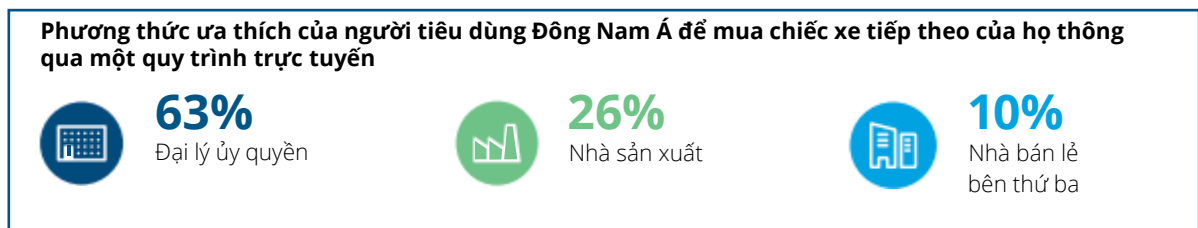


Q35. Bạn muốn mua phương tiện tiếp theo bằng cách nào?
Kích thước mẫu: n = 5,249

Phương thức được ưa thích nhất khi mua phương tiện tiếp theo trực tuyến

Tại các thị trường Đông Nam Á, người tiêu dùng có dự định mua chiếc xe tiếp theo hầu như đều muốn mua từ một đại lý được ủy quyền.

Sở thích mua hàng từ các nhà sản xuất dường như cũng có tương quan chặt chẽ với sự hiện diện của nhà sản xuất thiết bị gốc (OEM) tại các thị trường. Đặc biệt, gần một nửa số người được hỏi ở Thái Lan bày tỏ mong muốn mua xe của họ từ các nhà sản xuất.

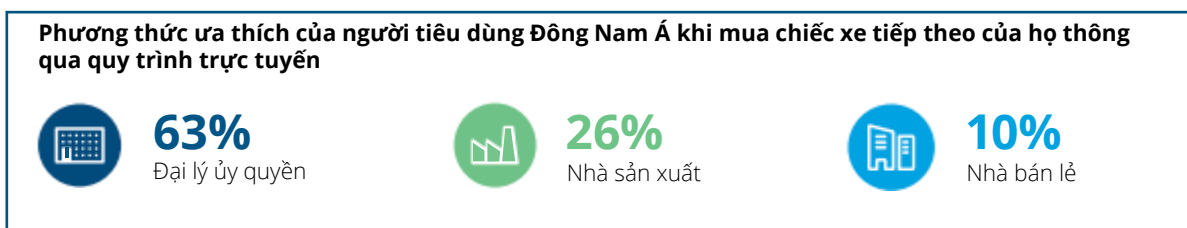


Q36. Bạn muốn mua chiếc xe tiếp theo của mình từ ai nhất nếu mua trực tuyến?
 Kích thước mẫu: n = 999

Lý do chính để mua chiếc xe kế tiếp theo quy trình trực tuyến

Sự tiện lợi, lo ngại về sức khỏe khi tương tác trực tiếp, và tính dễ sử dụng là những lý do hàng đầu của người tiêu dùng Đông Nam Á khi cân nhắc việc mua sắm trực tuyến

Tuy nhiên, tốc độ của một giao dịch trực tuyến dường như là yếu tố thu hút người tiêu dùng Indonesia nhiều hơn cả.



Lý do mua xe trực tuyến	Indonesia	Malaysia	Philippines	Singapore	Thái Lan	Việt Nam
Sự thuận tiện	27%	43%	48%	51%	49%	24%
Sự cần thiết (lo ngại về sức khỏe khi tương tác trực tiếp)	19%	28%	35%	17%	21%	37%
Dễ sử dụng	24%	16%	10%	16%	13%	17%
Tốc độ giao dịch	22%	12%	6%	11%	9%	16%
Mong muốn chung về việc tránh đến các đại lý	8%	2%	2%	5%	8%	6%
Khác	1%	0%	0%	0%	0%	0%

Q37. Lý do chính khiến bạn muốn mua chiếc xe tiếp theo của mình thông qua quy trình trực tuyến là gì?
 Kích thước mẫu: n = 999

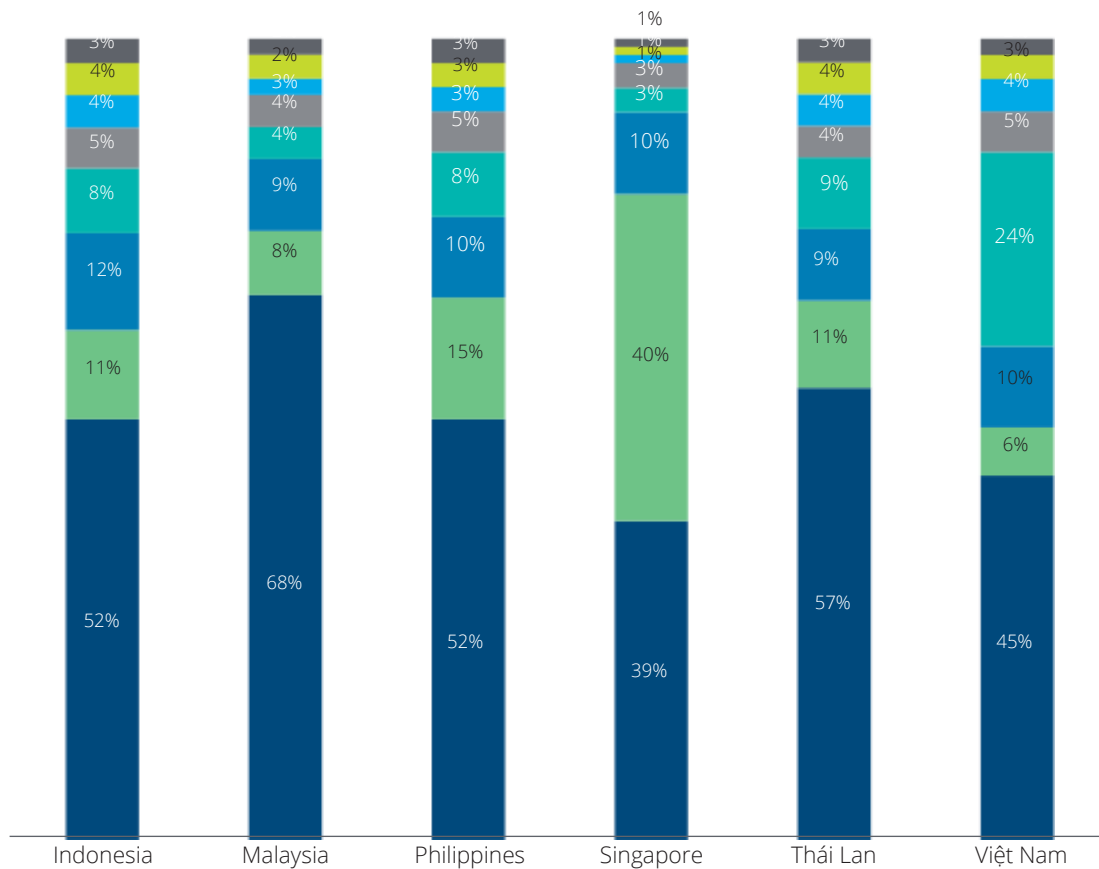
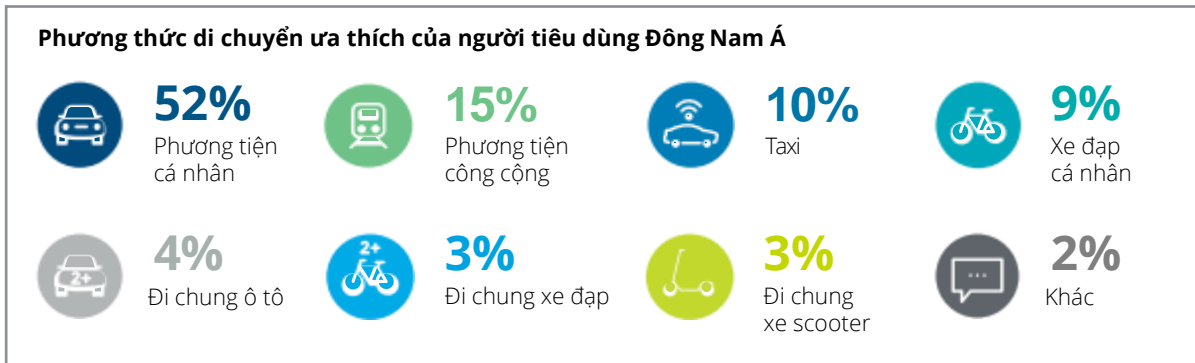


Dịch vụ vận chuyển

Các phương thức di chuyển để đáp ứng nhu cầu đi lại

Trong tương lai, phương tiện cá nhân có thể vẫn là lựa chọn di chuyển ưa thích của người tiêu dùng Đông Nam Á.

Singapore là ngoại lệ duy nhất. Tại quốc gia này, tỷ lệ những người được hỏi ưu tiên phương tiện cá nhân và phương tiện giao thông công cộng khá đồng đều.



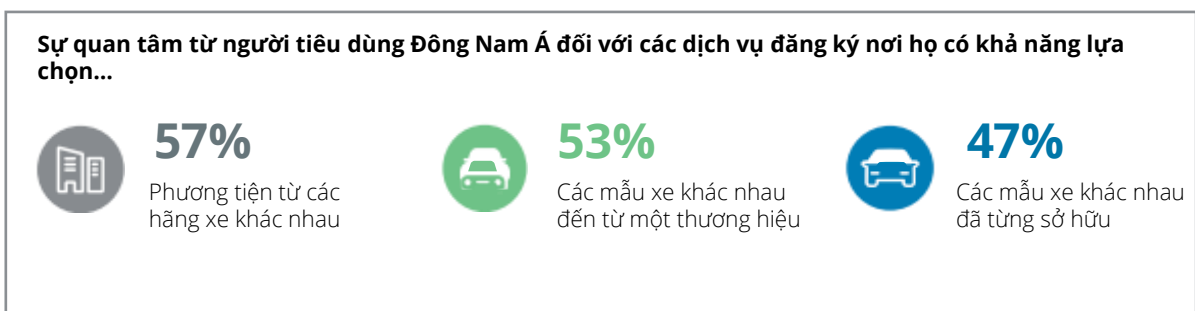
- Phương tiện cá nhân
- Phương tiện công cộng
- Taxi
- Xe đạp cá nhân
- Đi chung ô tô
- Đi chung xe đạp
- Đi chung xe Scooter
- Khác

Q44. Trong tương lai, nhu cầu di chuyển của bạn sẽ được giải quyết như thế nào theo từng loại phương tiện giao thông sau đây?
Kích thước mẫu: n = 6.049

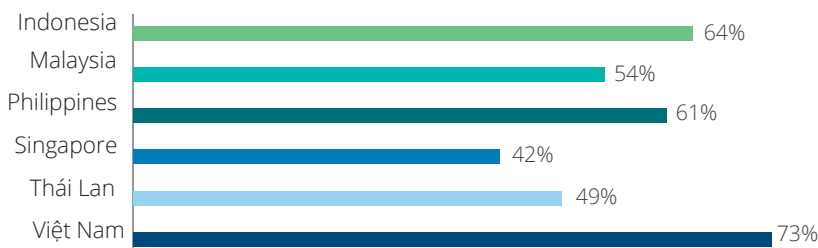
Sự quan tâm đến các dịch vụ trả phí định kỳ

So với các thị trường khác trong khu vực, người tiêu dùng ở Indonesia, Philippines và Việt Nam dành sự quan tâm đáng kể cho ý tưởng về dịch vụ đăng ký trả phí định kỳ cho phương tiện giao thông.

Nhìn chung, các dịch vụ đăng ký cho phép người tiêu dùng tiếp cận được nhiều nhãn hiệu xe khác nhau dường như thu hút được quan tâm hơn so với các dịch vụ đăng ký cho phép người tiêu dùng tiếp cận các mẫu xe khác nhau của cùng một thương hiệu hoặc các mẫu xe khác nhau đã sở hữu trước đó.



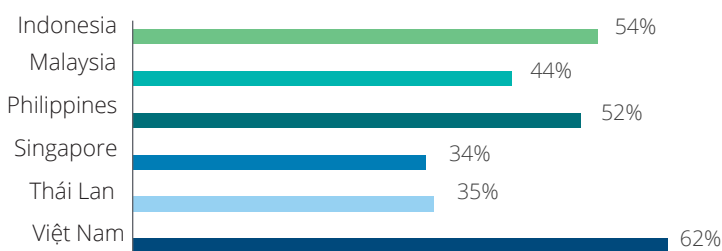
Các hãng xe khác nhau



Các mẫu xe khác nhau đến từ một thương hiệu



Các mẫu xe khác nhau đã từng sở hữu

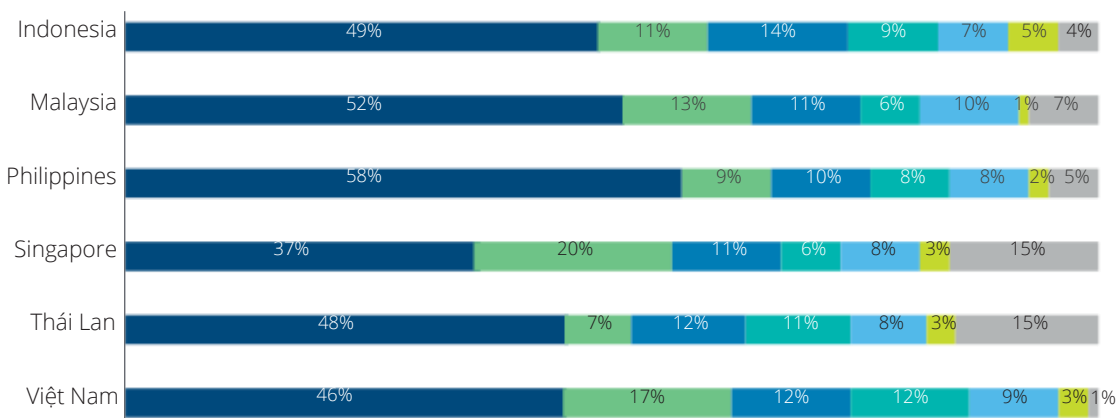


Q45. Bạn quan tâm đến từng tình huống sau đây như thế nào?
Kích thước mẫu: n = 6.049

Nhà cung cấp đáng tin cậy nhất cho giải pháp "phương tiện như một dịch vụ"

Các nhà sản xuất thiết bị gốc (OEM) rõ ràng là lựa chọn ưu tiên nhất của người tiêu dùng Đông Nam Á khi nói đến các giải pháp "phương tiện như một dịch vụ".

Tuy nhiên, người tiêu dùng ở Singapore và Việt Nam cũng có mức độ tin tưởng đáng kể đối với các công ty cho thuê xe.



- Các nhà sản xuất ô tô và các nhà cung cấp tài chính cố định của họ
- Các công ty cho thuê xe
- Các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển
- Các công ty công nghệ lớn
- Các nhà cung cấp dịch vụ tài chính độc lập
- Công ty khởi nghiệp
- Khác/ Không biết

Q48. Bạn sẽ tin tưởng nhà cung cấp nào nhất để cung cấp giải pháp "phương tiện như một dịch vụ" (cung cấp dịch vụ sử dụng phương tiện linh hoạt)?
Kịch thước mẫu: n = 6.049

Liên hệ

Góc nhìn Đông Nam Á

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ

Pua Wee Meng

Lãnh đạo Ngành Hàng tiêu dùng
Deloitte Đông Nam Á
wpua@deloitte.com

Lee Seong Jin

Lãnh đạo Ngành Tư vấn Ô tô
Deloitte Đông Nam Á
seongjinlee@deloitte.com

Yasuyuki Murakami

Giám đốc điều hành, Tư vấn
Deloitte Đông Nam Á
yasumurakami@deloitte.com

Thực tiễn Ngành Ô tô Đông Nam Á

Kiểm toán & Đảm bảo

Wimolporn Boonyusthian
wboonyusthian@deloitte.com

Tư vấn

Lee Seong Jin
seongjinlee@deloitte.com

Tư vấn Tài chính

Thavee Thaveesangsakulthai
tthaveesangsakulthai@deloitte.com

Tư vấn rủi ro

Yoshifumi Yanagisawa
yoyanagisawa@deloitte.com

Thuế & Pháp lý

Roy David Kiantiong
rkiantiong@deloitte.com

Deloitte.

Tên Deloitte được dùng để chỉ một hoặc nhiều thành viên của Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL” hay “Deloitte Toàn cầu”), và mạng lưới các hãng thành viên trên toàn cầu (gọi chung là Tổ chức Deloitte). DTTL và mỗi thành viên trực thuộc là một pháp nhân riêng biệt và độc lập về mặt pháp lý, không bị ràng buộc lẫn nhau đối với các bên thứ ba. DTTL và mỗi thành viên trực thuộc chỉ chịu trách nhiệm cho hành vi và thiếu sót của mình, chứ không phải chịu trách nhiệm lẫn nhau. DTTL không cung cấp dịch vụ cho các khách hàng. Vui lòng xem tại www.deloitte.com/about để biết thêm thông tin chi tiết.

Deloitte Châu Á Thái Bình Dương là một hãng thành viên của Deloitte Toàn cầu. Các thành viên và các đơn vị trực thuộc của Deloitte Châu Á Thái Bình Dương cung cấp dịch vụ cho khách hàng tại hơn 100 thành phố trong khu vực, bao gồm Auckland, Bangkok, Bắc Kinh, Hà Nội, Hồng Kông, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Thượng Hải, Singapore, Sydney, Đài Bắc và Tokyo. Tại các nước thành viên, các hoạt động kinh doanh được thực hiện độc lập bởi các pháp nhân riêng biệt.

Tài liệu này chỉ chứa đựng những thông tin chung và nhằm mục đích tham khảo, do vậy, không một hãng Deloitte Touche Tohmatsu Limited, hay bất kỳ một hãng thành viên hay công ty con (sau đây được gọi chung là “Tổ chức Deloitte”) và các nhân viên của họ được xem là, trong phạm vi nội dung của tài liệu này, cung cấp dịch vụ hay đưa ra những ý kiến, tư vấn về chuyên môn cho người đọc. Tài liệu này không cấu thành ý kiến tư vấn đối với người đọc và sẽ không ảnh hưởng đến các ý kiến tư vấn khác do bất kỳ nhân viên của Tổ chức Deloitte cung cấp. Những thông tin thể hiện trong tài liệu này không áp dụng đối với các trường hợp riêng biệt của doanh nghiệp. Trước khi đưa ra bất kỳ một quyết định hay hành động nào có thể ảnh hưởng tới tình hình tài chính hoặc hoạt động kinh doanh, người đọc nên tham khảo ý kiến chuyên gia tư vấn.

Không có tuyên bố, bảo đảm hoặc cam kết nào (rõ ràng hay ngụ ý) được đưa ra về tính chính xác hoặc tính đầy đủ của thông tin trong tài liệu này, và không một hãng thành viên nào thuộc mạng lưới các công ty Deloitte chịu trách nhiệm đối với bất kỳ thiệt hại, tổn thất xảy ra trực tiếp hay gián tiếp do kết quả của việc người đọc sử dụng, công bố, phát tán ra bên ngoài hoặc dựa vào tài liệu này để hành động, không hành động hoặc ra bất kỳ quyết định nào. DTTL và mỗi thành viên là một pháp nhân riêng biệt và độc lập về mặt pháp lý.

© 2022 Deloitte Southeast Asia Ltd.

Designed by CoRe Creative Services. RITM0955977