

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันรถยนต์นั่งส่วนบุคคลได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต ทั้งในเรื่องการขนส่งและการคมนาคมต่างๆ เนื่องจากมีความสะดวก ปลอดภัย และสามารถเข้าถึงพื้นที่ต่างๆ ได้ครอบคลุม ประกอบกับในปี 2554 รัฐบาลมีนโยบายคืนเงินภาษีรถยนต์คันแรกเท่ากับที่จ่ายจริงไม่เกิน 100,000 บาท ในการซื้อรถยนต์คันแรก (กรมสรรพสามิต, 2554: ออนไลน์) ส่งผลให้อัตราการเติบโตของตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น จะเห็นได้จากในปี 2555 มีปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลภายในประเทศ จำนวน 669,341 คัน เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่มีปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลภายในประเทศ จำนวน 369,471 คัน คิดเป็น 44.80 % (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2555: ออนไลน์) ซึ่งรถยนต์จำเป็นต้องได้รับการบำรุงรักษาเพื่อการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย รวมถึงยางรถยนต์ที่จัดเป็นอุปกรณ์ส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนของรถยนต์ เพราะทำหน้าที่ในการรองรับน้ำหนัก ยึดเกาะถนน บังคับทิศทางในการขับขี่ รวมทั้งช่วยลดแรงกระแทกและสิ้นเปลืองจากพื้นผิวถนน ทำให้การขับขี่รถยนต์มีประสิทธิภาพและปลอดภัยยิ่งขึ้น โดยปกติจะมีระยะเวลาเปลี่ยนยางโดยเฉลี่ยทุกๆ 2-3 ปี หรือประมาณ 50,000 กิโลเมตร (สยามมิชลินมาร์เก็ตติ้งแอนด์เซลส์, 2546: ออนไลน์) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานและการบำรุงรักษา และเมื่อหมดอายุการใช้งานจะต้องเปลี่ยนเพื่อทดแทน แต่ขณะเดียวกันก็พบว่าผู้ที่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลใหม่บางรายต้องการตกแต่งรถยนต์ให้สวยงามหรือปรับเปลี่ยนยางเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการใช้งาน จึงมีความต้องการซื้อยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเพิ่มเติม ส่งผลให้ตลาดยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศไทยเติบโตตามภาวะการขยายตัวของตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ดังจะเห็นได้จากปี 2555 มีปริมาณการจำหน่ายยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคลภายในประเทศจำนวน 16,085,951 เส้น เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่มีปริมาณการจำหน่ายยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคลภายในประเทศจำนวน 12,050,195 เส้น (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2555: ออนไลน์) โดยมูลค่าตลาดของยางรถยนต์ในประเทศไทยปี 2555 มีมูลค่า 11,000 ล้านบาท แบ่งเป็น ตลาดโรงงานประกอบรถยนต์ (Original Equipment Manufacturing, OE) มูลค่าตลาดประมาณ 3,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 27% ของมูลค่าตลาดรวมทั้งหมด และตลาดยางทดแทนหรือยางอะไหล่ (Replacement Equipment Manufacturing, REM) มูลค่าตลาดประมาณ 8,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 73% ของมูลค่าตลาดรวมทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2555: ออนไลน์) ซึ่งตลาดยางทดแทนหรือยางอะไหล่ถือเป็นตลาด

หลักที่สำคัญ เนื่องจากเป็นตลาดสำหรับผู้บริโภคโดยทั่วไป ซึ่งผู้บริโภคมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อได้ด้วยตนเอง เพื่อใช้ในการเปลี่ยนหรือทดแทนยางเส้นเดิม หรือเป็นยางอะไหล่สำรองที่เก็บไว้ใช้ยามฉุกเฉิน โดยผู้ผลิตจะวางจำหน่ายสินค้าตามร้านค้าผู้แทนจำหน่ายทั่วไป

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ ทั้งด้านการประมง อุตสาหกรรมโรงงาน และการเกษตร โดยปี 2554 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product : GPP) เท่ากับ 323,878.08 ล้านบาท จัดเป็นอันดับที่ 7 ของประเทศ และมีจำนวนประชากร 579,887 คน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555: ออนไลน์) และในปี 2555 มีจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์สะสม จำนวน 4,999 คัน เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่มีจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์สะสม จำนวน 4,807 คัน (สำนักงานขนส่งจังหวัดสมุทรสาคร, 2555: ออนไลน์) ซึ่งการเปลี่ยนยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดสมุทรสาครนั้น ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเปลี่ยนยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยผู้ซื้อสามารถเลือกเปลี่ยนตามร้านค้าผู้จำหน่ายและบริการยางรถยนต์หรือศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ต่างๆ ซึ่งปัจจุบันในอำเภอเมืองสมุทรสาครมีผู้ประกอบการจำหน่ายและบริการยางรถยนต์ที่จดทะเบียนการค้า 14 ราย ด้วยทุนจดทะเบียนรวม 104.41 ล้านบาท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2555: ออนไลน์) และร้านค้าจำหน่ายและบริการยางรถยนต์รายย่อยที่ไม่ได้จดทะเบียนการค้าอีก 11 ราย ในขณะที่ด้วยกันผู้ประกอบการร้านค้าจำหน่ายและบริการยางรถยนต์ท้องถิ่นได้ถูกตัวแทนผู้จำหน่ายยางรถยนต์ที่มีรูปแบบแฟรนไชส์ขยายสาขาแบบศูนย์ครบวงจรเข้ามาในตลาด ได้แก่ บิ๊กวิก คีอิกพิท ไทร์พลัส สมาร์ทไทร์ โดยพบว่ายอดขายยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไตรมาสแรกของปี 2556 มียอดขายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2555 คิดเป็นร้อยละ 3 ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการร้านค้าจำหน่ายและบริการยางรถยนต์ในท้องถิ่น แสดงให้เห็นถึงการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น (สุรินทร์ อนันตโท, 2556: สัมภาษณ์)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์ เพื่อให้ทราบส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์ และสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงร้านค้าจำหน่ายและบริการยางรถยนต์ภายในท้องถิ่นให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อยางรถยนต์

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทำให้ทราบถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อขายรถยนต์

1.3.2 สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงร้านจำหน่ายและบริการรถยนต์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อขายรถยนต์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้จับจื๋รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ประเภทเก๋งตอนเดียว หรือเก๋งสองตอนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ที่เป็นผู้ซื้อ และ/หรือ ใช้ยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ยางรถยนต์ หมายถึง ยางทดแทนหรือยางอะไหล่ (Replacement Equipment Manufacturing, REM) ในที่นี้หมายถึงความเฉพาะยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ที่ผู้จับจื๋รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ประเภทเก๋งตอนเดียว และเก๋งสองตอนในอำเภอเมืองสมุทรสาครซื้อยางเส้นใหม่มาเปลี่ยนเพื่อทดแทนเส้นเดิมที่เสียเสื่อมสภาพ ตกแต่งรถยนต์ให้สวยงาม หรือปรับเปลี่ยนยางเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการใช้งาน