

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จังหวัดสมุทรสาครมีเขตติดต่อกับกรุงเทพฯซึ่งเชื่อมต่อกับถนนสายหลัก อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่เป็นเขตอุตสาหกรรม การใช้รถยนต์ถือเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อประชากรในยุคปัจจุบันเนื่องจากเป็นพาหนะหนึ่งซึ่งช่วยให้ประชากรมีความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในการเดินทาง ซึ่งยอดการจดทะเบียนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ปี 2551 มีจำนวนทั้งสิ้น 5,376 คัน แบ่งเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนมีจำนวน 4,276 คัน และรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คนมีจำนวน 1,100 คัน และในปี 2552 มีจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลทั้งสิ้น 5,592 คัน แบ่งเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนมีจำนวน 4,498 คัน และรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คนมีจำนวน 1,094คัน (สำนักงานขนส่งจังหวัดสมุทรสาคร, 2553 : ออนไลน์)

จากจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทำให้ธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์มีความสำคัญมากขึ้น โดยธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาครในปี 2551 มีจำนวน 26 ราย (องค์การบริหารส่วนจังหวัด , 2552)ซึ่งสามารถแบ่งธุรกิจอู่ซ่อมรถตามลักษณะการบริการและความชำนาญ ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1. ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์เพื่อให้บริการ แก่รถยนต์ยี่ห้ออื่นๆหลังการขาย มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่ 27.14% 2. อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญเฉพาะในบางยี่ห้อ เป็นอู่ซ่อมบำรุงรถยนต์ที่มีมาตรฐานการซ่อมใกล้เคียงกับศูนย์บริการ มีส่วนแบ่งทางการตลาด 18.37% 3. ศูนย์บริการเฉพาะด้าน ซึ่งแต่ละรายก็มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือการให้บริการเกี่ยวกับระบบช่วงล่างของรถยนต์ เช่น ยาง เบรค คลัช โช้ค ลูกปืนแร็กรัช ลูกหมาก เพลา เกียร์ เบรค รวมถึงบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง เป็นต้น มีส่วนแบ่งทางการตลาด 38.69% 4. อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป เป็นอู่ที่มีพนักงานไม่มากและมักมีความถนัดเฉพาะด้าน เช่น ถนอมด้านระบบปรับอากาศ แบริดคาร์ ใดนาโม หรือการเปลี่ยนยาง เป็นต้น ซึ่งจากปัจจุบันพบว่าอู่ขนาดเล็กประเภทซ่อมเครื่องยนต์มีน้อยลง เนื่องจากตามเทคโนโลยีอู่ขนาดใหญ่กว่าไม่ได้ ยังคงเหลืออยู่ประเภทซ่อมสีตัวถังและรูปแบบการซ่อมประเภทเปลี่ยน ถ้ายาง เป็นต้น มีส่วนแบ่งทางการตลาด 15.80% และจากการศึกษาวิจัยพบว่าความถี่ในการใช้บริการสูงสุดเฉลี่ย 2-4 เดือน/ครั้ง คิดเป็น 40.2% และ ความถี่ในการใช้บริการน้อยที่สุด คือมากกว่า 1 ปี/ครั้ง คิดเป็น 11.9% (สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ; 2552)

จากข้อมูลข้างต้นธุรกิจประเภทอู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์นั้นมีส่วนแบ่งการตลาดที่สูงที่สุดสาเหตุหนึ่งเพราะจังหวัดสมุทรสาครเป็นเมืองน้ำเค็ม คือห่างจากทะเลเพียงแค่ 2 กิโลเมตร จึงทำให้รถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาครซึ่งมีพื้นที่ใกล้ทะเล ถูกไอเค็มจากน้ำทะเลซึ่งก่อให้เกิดสนิมได้ (ชวน ลิน มอเตอร์ เซลล์, 2552: ออนไลน์) และอีกหนึ่งสาเหตุหนึ่งคือถนนในอำเภอเมืองสมุทรสาครเกิดชำรุดจากการทรุดตัวจากการควบน้ำบาดาล (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ระบบติดตามโครงการพัฒนาลุ่มน้ำท่าจีน, 2553: ออนไลน์) จากสาเหตุดังกล่าวทำให้เกิดการสึกกร่อนของช่วงล่างรถยนต์ โดยปัจจุบันอู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาครมีจำนวนการจดทะเบียนจำนวน 7 ราย ซึ่งการจดทะเบียนการประกอบกิจการอู่ซ่อมรถยนต์จะต้องจดทะเบียนที่พาณิชย์จังหวัดและท้องที่การบริการส่วนจังหวัด (องค์การบริหารส่วนจังหวัด, 2552) ประกอบด้วย 1. ร้านแสงโชติชัยศูนย์ล้อ 2. ร้านคาร์เฮาส์เซอร์วิซ 3. ร้านCOCKPIT เอกชัยศูนย์ล้อ 4. ร้านเล่งเกี้ยว 5. ร้านต.รุ่งเรือง 6. ร้านไทร์พลัส ทรัพย์มงคล 7. ร้าน4*4 ออคิโอเซ็นเตอร์

จากเหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบถึงส่วนแบ่งตลาดของอู่ซ่อมช่วงล่างมีจำนวนมาก ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่ามีความสนใจในการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกอู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ที่อยู่ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร เพื่อใช้เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการอู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์นำไปวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อแข่งขันกับศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ทั้งในด้านของการบริการ ราคาผลิตภัณฑ์ การจัดการส่งเสริมทางการตลาด เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกอู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกอู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้แก่ผู้ประกอบการอู่ซ่อมช่วงล่างรถยนต์นำไปวิเคราะห์วางแผนในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด อีกทั้งทราบถึงคุณภาพของบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการจะได้รับ

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix 7P s) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกายภาพ (Physical and Presentation)

รถยนต์ หมายถึง รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน และรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกินเจ็ดคนแต่ไม่เกินสิบสองคน และรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลที่มีน้ำหนักไม่เกินหนึ่งพันหก ร้อยกิโลกรัม ซึ่งมีได้ใช้ประกอบการขนส่งเพื่อสินจ้างตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทาง

อุโมงค์ช่วงล่างรถยนต์ หมายถึง สถานที่ให้บริการซ่อมช่วงล่างรถยนต์เช่น ยาง เบรค คลัช โช้ค ลูกปืนแร็ทซ์ ลูกหมาก เพลา เกียร์ เบรค รวมถึงบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง เป็นต้น ซึ่งไม่รวมการซ่อมบำรุงรักษาตัวถัง เครื่องยนต์ และการทำสี-ประดับยนต์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved