

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันยานพาหนะเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับมนุษย์ เนื่องจากกิจกรรมในชีวิตประจำวันมีความเกี่ยวข้องกับการใช้รถยนต์ในหลายๆ ด้านการใช้ชีวิตในตัวเมืองซึ่งการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เช่น ที่ทำงาน โรงเรียน ร้านค้า มหาวิทยาลัย ต้องการความรวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายโดยเฉพาะอย่างยิ่งรถยนต์ซึ่งเป็นยานพาหนะที่ตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์ในทุกๆด้านเป็นสิ่งจำเป็นและแพร่หลายมาก โดยดูจากจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนสะสมในปี 2553 มีจำนวน 28,484,829 คัน(กรมการขนส่งทางบก, 2553: ออนไลน์) เปรียบเทียบกับจำนวนประชากรของประเทศไทยที่มีจำนวนประมาณ 63,878,267 คน(กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2553: ออนไลน์) มีอัตราส่วนการใช้รถยนต์ต่อประชากรทั่วประเทศสูงถึง 1 ต่อ 3 ปัญหาที่จะตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือการเสียหาย ชำรุด และเสื่อมสภาพของรถยนต์ ทำให้ผู้ใช้จำเป็นต้องนำรถของตนเองไปซ่อม หรือ หาซื้ออะไหล่มาเปลี่ยน และในบางครั้งรสนิยมของผู้ใช้เองก็ทำให้อะไหล่ในหลากหลายรูปแบบเป็นที่ต้องการ หลายปีมานี้เศรษฐกิจเมืองไทยค่อนข้างซบเซา การใช้จ่ายเงินเป็นไปอย่างฝืดเคือง แต่อัตราการซื้อรถกลับเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากร ในปี พ.ศ.2552 มีจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียน 27,184,577 คัน ได้เพิ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2553 เป็นจำนวน 1,300,252 คัน(กรมการขนส่งทางบก, 2552: ออนไลน์) ในขณะที่ประชากรในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนประมาณ 63,525,062 คน ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2553 ประมาณ 353,205 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2553: ออนไลน์) แสดงให้เห็นว่า ผู้คนให้ความสำคัญต่อการใช้รถยนต์มากขึ้น มีทั้งผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ และตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์เพิ่มขึ้น กิจการค้าขายอะไหล่รถยนต์จึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งขึ้นในสภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้

จังหวัดเชียงใหม่ นั้น ถูกจัดไว้เป็นอันดับ 4 ของจังหวัดที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศไทย มีประชากรในจังหวัด 1,632,548 คน(กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2552: ออนไลน์)และอาศัยอยู่อย่างหนาแน่นภายในตัวเมือง มีการใช้รถยนต์ในการเดินทางเป็นจำนวนมาก เปรียบเทียบจากจำนวนรถยนต์ที่มาดำเนินการทางทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ในปี2552และ 2553ต่างกัน 58,318 คัน (สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่, 2553: ออนไลน์) ทุกวันนี้อะไหล่และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรถยนต์มีมากมายหลายยี่ห้อให้เลือก ในแต่ละร้านก็วางจำหน่ายไม่เหมือนกัน

และสินค้าแต่ละชิ้นก็มีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน ทำให้ภาวะการแข่งขันในตลาดผู้ค้าอะไหล่จึงยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการตัดสินใจและพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นตัวตัดสินว่าผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าจากร้านใด ดังนั้นร้านค้าต่างๆจึงต้องหากกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อมาดึงดูดผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการบริการที่ประทับใจ การให้ส่วนลด และการรับประกันหลังการขาย เพื่อยึดครองส่วนแบ่งทางการตลาดของตนให้ได้มากที่สุด

บริษัทแดงกลอนประตู่ จำกัด เป็นบริษัทจำหน่ายและติดตั้งอะไหล่รถยนต์ ทุกรุ่นทุกยี่ห้อ และให้บริการซ่อมกลอนประตูรถยนต์ ตั้งอยู่เลขที่ 105 ถนนระแงง ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2521 โดยคุณสมจิตต์ วงศ์กองแก้ว ในช่วงแรกของการดำเนินกิจการมีพนักงานเพียงแค่ 3 คน ปัจจุบันมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 40 คน โดยแบ่งแยกการทำงานออกเป็น 2 ส่วนคือ แผนกขายอะไหล่รถยนต์และแผนกซ่อมกลอนประตูรถยนต์ เปิดให้บริการทุกวัน จันทร์ – เสาร์ เวลา 8.00 – 17.00 น. โดยรายได้หลักของบริษัทคือการจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ และรายได้รองคือการซ่อมกลอนประตูรถยนต์ รายได้จากการขายอะไหล่รถยนต์คิดเป็น 90 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้จากการซ่อมกลอนประตูรถยนต์ กลุ่มลูกค้าของบริษัทถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักคือ กลุ่มลูกค้ารายย่อย ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่บริษัทสูงถึง 70 เปอร์เซ็นต์ ต่อปี และกลุ่มที่สองคือ ลูกค้าองค์กร อาทิเช่น บริษัท เชียงกงอะไหล่ยนต์ บริษัท วิ.เอ็น ออโต้บอดี จำกัด ห้างหุ้นส่วน เซ็นทรัลคาร์ จำกัด ห้างหุ้นส่วน หมั้นการช่าง จำกัด ห้างหุ้นส่วน เศรษฐศักดิ์บริการ จำกัด ห้างหุ้นส่วน เชียงใหม่ยนต์กิจ จำกัด เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ให้บริษัท 30 เปอร์เซ็นต์ ต่อปี จำนวนลูกค้ารายย่อยในปี 2553 คือ 850 ราย และ จำนวนลูกค้าองค์กรคือ 52 ราย (สมจิตต์ วงศ์กองแก้ว, 2554:สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น กลุ่มลูกค้ารายย่อยเป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหญ่ของบริษัท เพราะเป็นกลุ่มที่สามารถทำรายได้ให้แก่บริษัทสูงถึง 70 เปอร์เซ็นต์ ต่อปี ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาลูกค้ากลุ่มนี้ และต้องการทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าบริษัทแดงกลอนประตู่ จำกัด เพื่อนำผลการศึกษานี้ไปใช้ในการวางแผนการตลาด การพัฒนาและแก้ไขกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ของบริษัท แดงกลอนประตู่ จำกัด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเพื่อรักษาลูกค้าเก่า เพิ่มลูกค้าใหม่ และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจที่เกี่ยวข้องด้วย

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าบริษัทแดงกลอนประตู่ จำกัด

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าบริษัทแดงกลอนประตู่ จำกัด
2. เป็นประโยชน์ต่อ บริษัทแดงกลอนประตู่ จำกัด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด และตอบสนองความต้องการ การของลูกค้าของบริษัทแดงกลอนประตู่ จำกัดได้อย่างครบถ้วน

### นิยามศัพท์

**ส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยทางด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ  
**ลูกค้า** หมายถึง ลูกค้ารายย่อย ซึ่งได้แก่ผู้บริโภค หรือเจ้าของธุรกิจที่มียอดซื้อต่อปีไม่เกิน 150,000 บาท

**บริษัทแดงกลอนประตู่จำกัด** ตั้งอยู่ที่ 105 ถ.ระแงง ต.ช้างคลาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2521 ให้บริการในการจัดจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ ทั้งค้าปลีกและค้าส่ง รวมถึงให้บริการในการติดตั้งอะไหล่รถยนต์ และซ่อมกลอนประตูรถยนต์

**บริการ** หมายถึง บริการของบริษัทแดงกลอนประตู่ จำกัด แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ บริการขายอะไหล่รถยนต์ และ บริการซ่อมกลอนประตูรถยนต์

**อะไหล่รถยนต์** หมายถึง ชิ้นส่วนประกอบภายในรถยนต์ที่ประกอบกันขึ้นในแต่ละระบบเพื่อทำให้รถยนต์สามารถวิ่งได้ อะไหล่รถยนต์มีอยู่ 3 ประเภทหลัก คือ อะไหล่แท้ อะไหล่แท้มือสอง และ อะไหล่ทดแทน