

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ธุรกิจภาคอุตสาหกรรมถือเป็นภาคส่วนที่สำคัญที่ช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมด้านอาหาร อุตสาหกรรมปิโตรเคมี อุตสาหกรรมยา อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมอัญมณี อุตสาหกรรมไม้ และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ ซึ่งล้วนแต่เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยตลอดมา ซึ่งอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ถือเป็นอุตสาหกรรมชั้นนำที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลพวงมาจากยอดขายรถยนต์ภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นในปี 2553 หลังผ่านพ้นวิกฤตการณ์ทางการเมืองภายในประเทศในปี 2552 โดยครึ่งปีแรกของปี 2553 มียอดจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศทั้งสิ้น 356,692 คัน เพิ่มขึ้น 54.13% จากช่วง 6 เดือนแรกของปี 2552 โดยรถยนต์โตโยต้ามียอดขายเป็นอันดับหนึ่งด้วยยอดจำหน่าย 144,745 คันคิดเป็น 40.58% อีซูซุมาเป็นอันดับ 2 ด้วยยอดจำหน่าย 70,552 คัน มีส่วนแบ่งการตลาด 19.78% และอันดับ 3 คือ ฮอนด้า มียอดจำหน่าย 51,782 คันคิดเป็น 14.52% (หนังสือพิมพ์อุตสาหกรรมออนไลน์, 2553:ออนไลน์) และเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ก้าวสู่ทิศทางขาขึ้น ด้วยยอดจำหน่ายรถในปี 2553 ทั้งปีไม่น้อยกว่า 635,000 - 685,000 คัน สูงกว่ายอดขายในปี 2550 - 2552 ช่วง 3 ปีก่อนหน้านี้ โดยแบ่งเป็น 2 กรณี คือ กรณีเลวร้ายที่ตลาดได้รับผลกระทบจากปัญหาการเมืองในประเทศ ทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจไม่เป็นไปดังคาด คาดว่าจะมียอดขายรถจะอยู่ที่ 635,000 - 660,000 คัน เพิ่มขึ้น 16.0-20.0% และอีกกรณีที่ปัญหาการเมืองสามารถคลี่คลายไปได้ ทำให้รัฐบาลสามารถดำเนินนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจต่างๆ ได้ใกล้เคียงกับเป้าหมาย คาดว่ายอดขายรถจะอยู่ที่ 665,000 - 685,000 คัน เพิ่มขึ้น 21.0%-25.0% ส่งผลต่อธุรกิจเช่าซื้อรถในระบบสถาบันการเงินที่คาดว่าจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ด้วยตัวเลขอัตราการเจริญเติบโต 12.0% - 18.0% เป็น 445,000 - 470,000 ล้านบาท

บริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งมานานกว่า 17 ปี โดยดำเนินธุรกิจให้บริการเช่าซื้อรถยนต์โตโยต้าแบบเงินผ่อนให้กับบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลภายในประเทศไทย มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่อาคารฮับคูลราฮิม แขวงสีลม เขตพระรามสี่ กรุงเทพมหานคร มี

สำนักงานสาขาทั่วประเทศจำนวน 9 แห่ง มีตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศจำนวน 126 ตัวแทน การดำเนินธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ของบริษัทในเครือโตโยต้าลิสซิ่งไม่ได้ผูกขาดการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์โตโยต้ากับตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ จึงทำให้ต้องแข่งขันกับบริษัทในกลุ่มธนาคารที่เปิดให้บริการธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ใหม่โดยเฉพาะรถยนต์โตโยต้าเหมือนกันที่มีอยู่ในประเทศ เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีตัวแทนจำหน่ายหนาแน่นตามแต่ละภูมิภาค ไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพมหานครและปริมณฑลตามจังหวัดใหญ่ๆ เช่น ชลบุรี ราชบุรี สระบุรี ขอนแก่น นครราชสีมา พิษณุโลก สุราษฎร์ธานี สงขลา (หาดใหญ่) และเชียงใหม่ โดยจังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในสามของสำนักงานสาขาที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ มากกว่า ร้อยละ 10 ต่อปี ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่มีตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าจำนวนทั้งสิ้น 3 แห่งมียอดจำหน่ายในปี 2552 จำนวน 5,910 คัน (รายงานประจำปีบริษัทโตโยต้าลิสซิ่งประเทศไทย จำกัด, 2552) ส่งผลให้มีการแข่งขันในธุรกิจเช่าซื้อในพื้นที่นี้ที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะกลุ่มธนาคารที่เล็งเห็นโอกาสในการทำกำไรจากธุรกิจเช่าซื้อของรถยนต์โตโยต้าใหม่ป้ายแดงที่มีแนวโน้มยอดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นทุกปี และในอนาคตที่จะมีการตั้งโชว์รูมรถยนต์ใหม่เพิ่มขึ้นอีกในเขตอำเภออื่นๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเกิดจากการขยายตัวของเมืองเชียงใหม่และจำนวนความต้องการใช้ยานพาหนะใหม่ที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วง 5 เดือนของปี 2553 นี้ (มกราคม-พฤษภาคม) ซึ่งสถิติยอดการจดทะเบียนรถใหม่ทั้งรถจักรยานยนต์และรถยนต์เก๋งใหม่เพิ่มขึ้นเกือบ 50% เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี 2552 และจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคเหนือส่วนเศรษฐกิจภาค ที่ระบุว่าธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ของจังหวัดเชียงใหม่ครึ่งปีแรก 2553 ขยายตัวอยู่ในเกณฑ์สูง โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายเงินสดเพียงร้อยละ 10 ขณะที่การผ่อนชำระสูงถึงร้อยละ 90 อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่ดีในครึ่งปีหลังของปี 2553 โดยปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้ยอดจำหน่ายรถยนต์เพิ่มสูงขึ้นคือ อัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ การผ่อนชำระต่องวดต่ำ มีการลดเงินดาวน์จากร้อยละ 20 - 25 เหลือเพียงร้อยละ 10 -15 รวมทั้งการขยายเวลาผ่อนชำระยาวนานขึ้นจาก 48 เดือน เป็น 60 - 72 เดือน โดยบางรายเงินดาวน์เพียงร้อยละ 5 และให้ระยะเวลาผ่อนชำระยาวถึง 84 เดือน ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าเพิ่มขึ้น

บริษัท โตโยต้า ลิสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการรักษฐานลูกค้าเก่าและการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสำหรับลิสซิ่งรถยนต์โตโยต้าใหม่ โดยข้อมูลส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์โตโยต้าเมื่อปี 2551 มียอดการจำหน่าย ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 4,234 คัน โดยมีสัดส่วนของการจำหน่ายเป็นเงินสดจำนวน 1,313 คันคิดเป็นร้อยละ 31 และ

สัดส่วนของการเข้าซื้อจากบริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 1,566 คัน คิดเป็นร้อยละ 37 และจากธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) 465 คัน คิดเป็นร้อยละ 11 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) 338 คัน คิดเป็นร้อยละ 8 ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) 255 คัน คิดเป็นร้อยละ 6 และบริษัทไฟแนนซ์อื่นรวม 297 คันคิดเป็นร้อยละ 7 และมีแนวโน้มของการเข้าซื้อแบบเงินผ่อนเพิ่มมากขึ้นในปี 2552 โดยเทียบกับปี 2551 รถยนต์โตโยต้า ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มียอดการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 5,233 คัน โดยสัดส่วนการจำหน่ายเป็นเงินสด 994 คัน คิดเป็นร้อยละ 19 สัดส่วนการซื้อเงินผ่อน จากบริษัทโตโยต้าลีสซิ่ง จำกัด 2,983 คันคิดเป็นร้อยละ 57 ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) 471 คัน คิดเป็นร้อยละ 9 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) 419 คัน คิดเป็นร้อยละ 8 อื่นๆ 366 คัน คิดเป็นร้อยละ 7 (รายงานประจำปีบริษัทโตโยต้าลีสซิ่ง จำกัด, 2552) จะเห็นได้ว่าธุรกิจเข้าซื้อรถยนต์ในแบรนด์โตโยต้ามีส่วนการซื้อเงินสดที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลระหว่างปี 2551 และปี 2552 โดยปี 2552 มีสัดส่วนการซื้อเงินผ่อนเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ส่งผลให้บริษัท ไฟแนนซ์และกลุ่มธนาคารมองเห็นโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้น ทำให้มีการแข่งขันเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในแบรนด์โตโยต้า และบริษัทโตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหนึ่งในบริษัทไฟแนนซ์ ที่ตระหนักถึงโอกาสในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดอย่างต่อเนื่อง

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์โตโยต้า ต่อส่วนประสมทางการตลาดของ บริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาด และเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่จะนำไปสู่การรักษาฐานลูกค้าเก่า และเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงส่วนประสมการตลาดของบริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีคุณภาพ และประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าธุรกิจให้มากที่สุด

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่าง การรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือ ความมีประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการที่คาดหวังไว้ (Expected Performance) ต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ป้ายแดงโตโยต้าของบริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2552 ได้แก่ บุคคลธรรมดา

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

บริษัท โตโยต้า ลีสซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ และบริษัท หมายถึง บริษัทที่ให้บริการเช่าซื้อรถยนต์ แก่ลูกค้าในพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปางและจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตั้งอยู่ เลขที่ 90 อาคารแอร์พอร์ต บิซิเนส พาร์ค มหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่