

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

รถยนต์ ได้เข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิต เพื่อเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการเดินทางคมนาคมไปยังที่ต่างๆ ซึ่งมีทั้งความเร็วและยืดหยุ่นมากกว่าการคมนาคมประเภทอื่นๆ ทำให้ประชาชนจำนวนมากประสงค์ที่จะมีรถยนต์เป็นของตนเอง

จำนวนรถยนต์ในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี พ.ศ.2553 มีจำนวนรถจดทะเบียนสะสมจำนวน 28,484,829 คัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2552 จำนวน 1,300,252 คัน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.78 (กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก, 2554 : ออนไลน์) โดยมียอดขายรถใหม่ในปี พ.ศ.2553 จำนวน 800,357 คัน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 45.8 ซึ่งทำลายสถิติยอดขายสูงสุดของปี พ.ศ.2548 ที่มียอดขายจำนวน 703,432 คัน (ประชาชาติธุรกิจ, 2554 : ออนไลน์)

เนื่องจากรถยนต์เป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูง และขายต่อได้ง่ายไม่ว่าจะเป็นการขายทั้งคันหรือแยกชิ้นส่วนขายเป็นอะไหล่ ทำให้ในปี พ.ศ.2553 มีสถิติคดีโจรกรรมรถยนต์จำนวน 2,605 คดี แต่สามารถจับกุมได้เพียง 270 คดีเท่านั้น (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2554 : ออนไลน์) ซึ่งในเดือนมกราคมถึงมีนาคม ปี พ.ศ.2553 สถิติข้อมูลการโจรกรรมรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) มีจำนวน 120 คัน ซึ่งมากกว่ารถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง) ที่จำนวน 74 คัน (ข่าวสด, 2554 : ออนไลน์) ทำให้ผู้ผลิตรถยนต์ ผู้ผลิตอุปกรณ์เสริม ตลอดจนเจ้าของรถยนต์ ก็ได้คิดหาวิธีป้องกันการโจรกรรมรถยนต์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อที่จะปกป้องและรักษาทรัพย์สินของตนเอง

อุปกรณ์กันขโมยในตลาดมีหลายยี่ห้อเช่น เอปี้ที ราคอน โซเล็ก แคร็บบอย ล็อกเทค ดีพลัสล็อก หรือจากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ เป็นต้น ทำให้เกิดการแข่งขันสูง ซึ่งแต่ละยี่ห้อก็มีลักษณะของการป้องกันการโจรกรรมแตกต่างกันไปคือ สัญญาณกันขโมย ล็อกเบรก-คลัตช์ ล็อกเกียร์ ล็อกพวงมาลัย ล็อกล้อ เพื่อไม่ให้รถสามารถใช้งานได้ตามปกติ และในปัจจุบันได้มีเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามา มีทั้งระบบการติดตามตำแหน่งรถยนต์ผ่านระบบจีพีเอส ระบบสัญญาณกันขโมยเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ ตลอดจนมีการแถมประกันภัยคุ้มครองรถหายให้มากับอุปกรณ์กันขโมยด้วย ทำให้เจ้าของรถมีความอุ่นใจในการใช้งานมากขึ้น โดยในปี พ.ศ.2547 บริษัท ออโตเมติก บิสซิเนส กรุป จำกัด หรือ ABG ซึ่งจำหน่ายสัญญาณกันขโมยยี่ห้อ เอปี้ที และ ราคอน เป็นผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 60 โดยมีมูลค่าตลาดรวมของ

สัญญาฉบับขโมยประมาณ 600 ล้านบาท (แบรนด์เอง, 2554 : ออนไลน์) ทำให้ในปัจจุบันมีการแข่งขันทางการตลาดสูง และรุนแรงมากขึ้น

จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางของความเจริญในภาคเหนือทุกๆ ด้าน ทั้งในด้านอุตสาหกรรม หัตถกรรม เกษตรกรรม การค้า การลงทุน การขนส่ง ทำให้จำนวนรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่มีมากขึ้น โดยมีการจำหน่ายและติดตั้งผ่านทางผู้แทนจำหน่ายของผู้ผลิต ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นร้านระดับยนต์ เช่น ร้านอำนวยการมอเตอร์แอร์ ร้านเรือชัยยนต์ ร้านซุนศิลป์ ร้านเบสท์ระดับยนต์ ร้านแม็กซ้อโต้พลัส โดยบริษัทผู้ผลิตได้เข้ามาทำการอบรมวิธีติดตั้งและใช้งานให้กับตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้เกิดความชำนาญในการติดตั้งและสามารถใช้อุปกรณ์กันขโมยได้ถูกวิธี เพื่อนำความรู้ในด้านการใช้งานไปสอนกับลูกค้าต่อไป และเนื่องจากในตลาดอุปกรณ์กันขโมยนั้นมีมากมายหลายยี่ห้อ ทำให้เกิดการแข่งขันทั้งในด้านคุณภาพ ราคา การรับประกัน การรับประกันภัยคุ้มครองรถหาย และการบริการหลังการขาย เพื่อตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้บริโภคได้มากที่สุด ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลายยี่ห้อเช่น เอบีที รากอน โซเล็ก แครีบอย ล็อคเทค ดีพลัสล็อค เป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ และมีการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทของรถยนต์ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าวนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ระหว่างรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจอุปกรณ์กันขโมยรถยนต์สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนจนถึงผู้ที่สนใจทั่วไปได้ทราบข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 7 ด้าน ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

รถยนต์ หมายถึง 1) รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ใด แก รถยนต์นั่งสองตอนท้าย บรรทุก รถ เก งตอนเดียว รถเก งสองตอน รถเก งสองตอนแวน รถนั่งสองแถว และรถตุ 2) รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ใด แก รถกระบะบรรทุก

อุปกรณ์กันขโมยรถยนต์ หมายถึง เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งหรือยึดติดกับชิ้นส่วนใดชิ้นส่วนหนึ่งของรถยนต์เพื่อป้องกันการโจรกรรมรถยนต์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) ระบบสัญญาณกันขโมย 2) ระบบล็อก ทำให้ไม่สามารถใช้รถยนต์ได้ตามปกติ ได้แก่ อุปกรณ์ล็อกเบรก-คลัตช์ อุปกรณ์ล็อกเกียร์ อุปกรณ์ล็อกพวงมาลัย อุปกรณ์ล็อกล้อ

ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ หมายถึง เจ้าของรถยนต์ที่มีอายุการใช้งานไม่เกิน 5 ปี และเคยใช้บริการติดตั้งระบบกันขโมยรถยนต์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่