

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

รถยนต์นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในการดำรงชีวิตประจำวันของคนยุคปัจจุบัน การที่จราจรติดขัด และระบบขนส่งมวลชนที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เดินทางได้อย่างเพียงพอแล้วแต่เป็นสาเหตุการเพิ่มขึ้นของปริมาณรถยนต์ จะสังเกตได้ว่าเมื่อบุคคลเริ่มเข้าสู่วัยทำงานและมีเงินเก็บหอมรอมริบได้จำนวนหนึ่ง สิ่งที่มีให้เลือกซื้อในอันดับต้นๆ นอกจากที่อยู่อาศัยแล้วก็คือรถยนต์ ซึ่งนอกจากจะทำให้สามารถนำพาตนเองไปจนถึงที่หมายได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และยังเป็นค่านิยมส่วนหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจของตนเองได้อีกด้วย

การเติบโตของตลาดรถยนต์ประเทศไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง โดยเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการเติบโตมาจากภาวะอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ การเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ของค่ายรถ และการส่งเสริมการขายที่หลากหลายมีส่วนสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีอุปสงค์ต่อการซื้อรถยนต์แทนการออมเงิน (ตลาดรถยนต์ปี'46โต40%, 2546)

ยอดผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ช่วงไตรมาสแรกเติบโตขึ้นร้อยละ 14 เทียบกับปีที่ผ่านมา แม้ตลาดเก่งและรถตรวจการณ์จะติดลบไปบ้างเนื่องจากไม่มีรถใหม่เข้าสู่ตลาด แต่แนวโน้มการเติบโตสิ้นปีคาดว่าปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ของผู้ผลิตรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ในช่วงปลายปีนี้ ประเภทรถยนต์ที่ที่ยอดจำหน่ายสูงสุดคือรถยนต์กระบะปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 31 เนื่องจากไฮลักซ์ วีโก้ และอีซูซุ ดีแมคซ์ ได้นำรถยนต์คอมมอนเรลมาใช้กับรถยนต์กระบะทุกรุ่นซึ่งมีจุดเด่นทางด้านการประหยัดน้ำมัน นายสุรพงษ์ ไพสิฐพัฒนพงษ์ โฆษกกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เปิดเผยว่า จำนวนการผลิตและการส่งออกรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ของประเทศไทยเดือนมกราคม-มีนาคม 2548 ว่าจำนวนรถยนต์ที่ผลิตในช่วงเวลาดังกล่าวมีทั้งสิ้น 250,393 คันมากกว่าปีที่แล้วระยะเวลาเดียวกัน 31,687 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.49 และมั่นใจว่าสิ้นปีนี้ยอดการผลิตจะสูงเกิน 1 ล้านคัน สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไตรมาสแรกผลิตได้ 65,102 คัน เท่ากับร้อยละ 26 ของรถยนต์ที่ผลิตได้ทั้งหมด และผลิตน้อยกว่าปีที่แล้ว 10,808 คัน ลดลงร้อยละ 14.24 ขณะที่ยอดการส่งออกก็ลดลง ร้อยละ 8.29 ทั้งนี้เนื่องจากค่ายรถไม่ได้มีการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่แต่อย่างใด จะมีก็แต่นำรุ่นเดิมมาทำการ

ปรับปรุงโฉมใหม่โดยการเพิ่มอุปกรณ์ภายในและภายนอกเพื่อเป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการขายเท่านั้น ส่งผลให้ยอดขายรถยนต์รวมภายในประเทศลดลงร้อยละ 19 สำหรับไตรมาสแรกของปีนี้ แต่ยอดขายในปีหน้ามีการประมาณการกันว่าจะปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น (Q1 ส่งออกรถโต 18% มั่นใจปีนี้ผลิตเกิน 1 ล้านคัน, 2548)

ตลาดรถยนต์ในปี 2548 มีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่ดีเช่นเดียวกัน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ประมาณการอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจปี 2548 อยู่ที่ระดับร้อยละ 5.5-6.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ซึ่งภาพรวมของตลาดรถยนต์ยังคงมีอัตราการขยายตัวที่ดีในทางบวกเพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณร้อยละ 10 ทั้งนี้ ตัวเลขประมาณการขายจะอยู่ที่ 690,000 คัน โดยตลาดเพื่อการพาณิชย์จะเป็นกลุ่มสำคัญ ส่วนตลาดรถยนต์นั่งเติบโตไม่มากนัก เนื่องจากในปีที่ผ่านมาได้ขยายตัวมากถึงร้อยละ 17 (รถไทย แกร่งโตสวนราคาน้ำมันปี 47 ปีคยอด 6.26 แสนคัน, 2548)

การแข่งขันในตลาดรถยนต์นั่งขนาดเล็กมีความรุนแรงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การปรับลดราคาจำหน่ายรถยนต์ นับเป็นการสร้างปรากฏการณ์ใหม่ในแวดวงธุรกิจการค้ารถยนต์เมืองไทยทำให้บริษัทรถยนต์หลายรายต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขนาดใหญ่ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับตนเอง (ศึกรถยนต์: ถล่มราคา...ก่อนสูญโอกาส, 2539)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทั้งด้านอุตสาหกรรม เกษตรกรรมและการประมง มีประชากรทั้งสิ้น 1,603,220 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว 9,243 บาท/เดือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2544) จากสถิติรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนและรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน ที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติรถยนต์ทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 ดังที่แสดงในตารางที่ 1.1 และ 1.2

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่จดทะเบียนตาม พ.ร.บ.รถยนต์ทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546

ปี	จำนวนรถ (คัน)	อัตราการเพิ่ม (ลด) %
พ.ศ.2542	66,971	-
พ.ศ.2543	67,703	1.09
พ.ศ.2544	87,625	29.43
พ.ศ.2545	90,320	3.08
พ.ศ.2546	97,325	7.75

ที่มา : สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ (2546)

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน ที่จดทะเบียนตาม พ.ร.บ.รถยนต์
ทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546

ปี	จำนวนรถ (คัน)	อัตราการเพิ่ม (ลด) %
พ.ศ.2542	9,309	-
พ.ศ.2543	9,934	6.71
พ.ศ.2544	11,186	12.60
พ.ศ.2545	10,758	-3.83
พ.ศ.2546	11,140	3.55

ที่มา : สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ (2546)

จากตารางที่ 1.1 และ 1.2 พบว่า รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี ทำให้เราทราบว่าตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ดังนั้น ตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลภายในประเทศจึงมีความน่าสนใจที่จะทำการศึกษา เนื่องจากเป็นอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ เพราะฉะนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคสามารถที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์ในประเทศเป็นอย่างมากเพราะนอกจากจะนำผลงานวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานทางการผลิตและการตลาดแล้ว ยังช่วยให้อุตสาหกรรมรถยนต์ภายในประเทศมีความสามารถในการแข่งขันกับอุตสาหกรรมรถยนต์ของต่างประเทศที่มีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้นจากนโยบายเปิดเสรีทางการค้า

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับการศึกษา

- 1) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ผู้ผลิตอาจนำไปใช้เป็นแนวทางประกอบการพิจารณาเพื่อพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

1.4 ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้จะดำเนินการศึกษากับประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์และไม่ซื้อรถยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง

1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ผู้บริโภค หมายถึงบุคคลที่เป็นผู้ซื้อหรือเป็นผู้ใช้ที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

รถยนต์นั่งส่วนบุคคล หมายถึงรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง 4 ประตูนั่งไม่เกิน 7 คน

ครัวเรือน หมายถึงครอบครัวของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ร่วมกันและอุปโภคในสิ่งอันจำเป็นแก่การครองชีพร่วมกันซึ่งอาจจะเป็นสามีภรรยาหรือมีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตและมีการยกย่องให้บุคคลหนึ่งเป็นหัวหน้าครอบครัว

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึงผู้ซื้อรถยนต์และไม่ซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่