

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

รถยนต์เป็นยานพาหนะทางบกที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์อย่างมาก โดยทำหน้าที่รับและส่งคน ช่วยให้มีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาในการติดต่อธุรกิจ อีกทั้งยังใช้ขนถ่ายสินค้าระหว่างชุมชนต่างๆ เพื่อให้เกิดความอยู่ดี กินดี (ศรีณรงค์ ตู้ทองคำ, 2538)

เนื่องจากรถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์ด้านวิศวกรรม ซึ่งมีการหมดอายุหรือเสื่อมสภาพลง ดังนั้นจึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงการซ่อมได้ แต่สามารถที่จะเลือกการซ่อมอย่างคุ้มค่าได้ โดยปกติรถยนต์ป้ายแดงทุกยี่ห้อ มักจะมีการรับประกันคุณภาพในช่วงระยะเวลาหนึ่งโดยผู้ผลิตรถยนต์ เช่น ความบกพร่องของอุปกรณ์ ความเสียหายอย่างผิดปกติจากการผลิตหรือประกอบ โดยมีข้อยกเว้นของการใช้งานผิดประเภทหรืออุปกรณ์ที่ต้องเสื่อมคุณภาพ ดังนั้นหากยังอยู่ในระยะรับประกันคุณภาพ ผู้ใช้รถยนต์มักจะนำรถยนต์เข้ารับบริการตรวจสอบสภาพและดูแลที่ศูนย์บริการของผู้ผลิต แต่เมื่อหมดระยะการรับประกันคุณภาพแล้ว อาจเลือกใช้บริการจากศูนย์บริการของผู้ผลิตเช่นเดิม หรือใช้บริการจากอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป ซึ่งไม่ใช่ของผู้ผลิตแต่เป็นอู่บริการซึ่งมีอยู่ทั่วไปแทน

การเลือกใช้บริการจากศูนย์บริการและอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไปต่างมีทั้งข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน การเข้าศูนย์บริการมีข้อดีคือมีการรับประกันคุณภาพการซ่อมและมีอะไหล่แท้ที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นอะไหล่ที่ผลิตโดยบริษัทผลิตรถยนต์เอง หรือจากผู้ผลิตรายอื่นที่ได้รับคำสั่งจากบริษัทรถยนต์ให้ผลิตให้ แต่ข้อเสียคือลูกค้าจะไม่มีทางเลือกใช้อะไหล่ยี่ห้ออื่น รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการใช้บริการก็ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป แต่การใช้บริการจากอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไปผู้ใช้รถยนต์จะมีทางเลือกด้านอะไหล่โดยไม่จำเป็นต้องใช้อะไหล่แท้เท่านั้น แต่อาจเลือกใช้อะไหล่ที่มีคุณภาพทัดเทียมกับอะไหล่แท้แต่มีราคาที่ถูกลงกว่า ซึ่งหากมองในภาพรวมแล้วผู้ใช้รถยนต์จะเลือกใช้บริการจากศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป ส่วนใหญ่จะพิจารณาจากความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเทียบกับคุณภาพของอะไหล่และบริการที่ได้รับ (รอบรู้เรื่องรถ : ทางเลือกของการซ่อมรถ, 2544 : ระบบออนไลน์)

ดังนั้นอะไหล่รถยนต์จึงเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไปสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ได้

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีผู้จำหน่ายอะไหล่รถยนต์จำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากจำนวนร้านค้าที่จดทะเบียนกับพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ในหมวดอะไหล่รถยนต์และเครื่องยนต์มีจำนวนถึง 257 ราย (หนังสือคำขอจดทะเบียนผู้ประกอบการ, 2544) ผู้จำหน่ายอะไหล่รถยนต์เหล่านี้จะจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ให้แก่ผู้ใช้รถยนต์ทั่วไป และผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป

จากสถิติการจดทะเบียนของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ ในปี 2545 พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 90 ราย (รายชื่อโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่, 2544) ปัจจุบันการซื้ออะไหล่ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไปนั้นส่วนใหญ่จะซื้อจากผู้จำหน่ายอะไหล่ประจำที่ไว้ใจได้ หรือจากผู้จำหน่ายอะไหล่อื่นที่จำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่า ดังนั้นจะเห็นว่าธุรกิจจำหน่ายอะไหล่รถยนต์จึงมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้จำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ และเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจในธุรกิจจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ข้อมูลที่ได้จะเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการร้านขายอะไหล่รถยนต์ และผู้สนใจในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ และเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจในธุรกิจขายอะไหล่รถยนต์ต่อไป

นิยามศัพท์

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง อะไหล่รถยนต์ทั้งที่เป็นรถยนต์นั่งและรถบรรทุกทุกชนิด รวมถึงการให้บริการต่างๆ เช่น มีการส่งสินค้าให้ มีสถานที่จอดรถไว้บริการ การมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถคอยให้คำแนะนำแก่ลูกค้า รวมถึงระยะเวลาในการจัดส่งอะไหล่ให้แก่ลูกค้า

2. ราคา หมายถึง ราคาขายอะไหล่รถยนต์ที่กำหนดโดยร้านขายอะไหล่ ซึ่งกรณีถ้าไม่ใช่อะไหล่แต่อาจจะมีการกำหนดจากราคาทุนบวกด้วยอัตรากำไรที่ต้องการ แต่ถ้าเป็นอะไหล่แท้จะกำหนดจากสมุดราคา (Price List) ที่ได้จากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์หักด้วยเปอร์เซ็นต์ส่วนลดที่ให้กับลูกค้าแต่ละราย

3. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การให้อุปถัมภ์รางวัล การให้ส่วนลด หรือการให้ของขวัญประจำปีต่างๆ

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง วิธีการจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ซึ่งจะเป็นการขายตรงให้แก่ลูกค้าเท่านั้น โดยลูกค้าอาจจะเข้ามาซื้อเองหรืออาจจะโทรศัพท์หรือแฟกซ์รายการมาสั่งซื้อ

อะไหล่รถยนต์ หมายถึง ชิ้นส่วนประกอบภายในรถยนต์ที่ประกอบกันขึ้นในแต่ละระบบ เพื่อให้รถยนต์สามารถวิ่งได้ อะไหล่รถยนต์มีอยู่ 4 ประเภทหลัก คือ

1. อะไหล่แท้ คือ อะไหล่ใหม่ของที่ผลิตโดยบริษัทรถยนต์เอง หรือเป็นบริษัทผู้ผลิตที่ได้รับคำสั่งจากบริษัทรถยนต์ให้ผลิตเพื่อใช้ประกอบในรถยนต์แต่ละยี่ห้อแต่ละรุ่น ซึ่งมั่นใจได้ในคุณภาพแต่ก็มีราคาแพง อะไหล่ประเภทนี้จะมีจำหน่ายในศูนย์บริการ และร้านจำหน่ายอะไหล่ทั้งที่เป็นตัวแทนจำหน่ายและร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ทั่วไป

2. อะไหล่แท้มือสอง คือ อะไหล่แท้ที่ติดมากับรถยนต์ แต่ถูกถอดออกมาจำหน่ายแยกชิ้นส่วนเนื่องจากรถยนต์นั้นไม่สามารถใช้งานได้แล้ว หรือเจ้าของต้องการเปลี่ยนระบบเครื่องยนต์ใหม่แต่ยังมีอะไหล่บางตัวภายในที่ยังมีสภาพดีและยังใช้งานได้อยู่ อะไหล่ประเภทนี้มักมีจำหน่ายตามร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์เก่า(เชียงกง) ซึ่งราคาขึ้นอยู่กับสภาพของชิ้นส่วนนั้นๆ

3. อะไหล่ทดแทน คือ อะไหล่ที่ถูกผลิตโดยโรงงานผู้ผลิตอะไหล่ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อจำหน่ายเอง โดยจะมีการระบุยี่ห้อของผู้ผลิตลงในชิ้นส่วนอะไหล่ นั้น อะไหล่ประเภทนี้จะมีคุณภาพที่หลากหลายบางโรงงานผู้ผลิตก็สามารถผลิตได้คุณภาพใกล้เคียงกับอะไหล่แท้บางโรงงานก็ผลิตอะไหล่ที่มีคุณภาพต่ำ เพื่อที่จะรองรับตลาดของลูกค้าที่มีรายได้น้อยอะไหล่ประเภทนี้จะมีจำหน่ายในร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ทั่วไป

4. อะไหล่ปลอม คือ อะไหล่ที่ถูกผลิตเพื่อเลียนแบบอะไหล่แท้ทั้งลักษณะและบรรจุภัณฑ์โดยผู้ผลิตอะไหล่รถยนต์รายอื่น อะไหล่ประเภทนี้จะมีราคาต่ำกว่าอะไหล่แท้แต่สูงกว่าอะไหล่ทดแทน ส่วนคุณภาพจะด้อยกว่าอะไหล่แท้ แต่อาจใกล้เคียงหรือต่ำกว่าอะไหล่ทดแทน

ผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ คือ ผู้ประกอบการอู่ที่จดทะเบียนกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อขอเปิดดำเนินซ่อมรถยนต์แต่ไม่รวมถึงการซ่อมตัวถังและพ่นสีซึ่ง ณ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 มีจำนวนอู่ซ่อมรถยนต์ทั้งสิ้น 90 แห่ง