

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันรถยนต์นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตของคนไทย เนื่องจากรถยนต์ได้ให้ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ โดยภาพรวมของตลาดรถยนต์ของประเทศไทย จากข้อมูลของบริษัทโตโยต้าประเทศไทยจำกัด พบว่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา รถยนต์ได้รับความนิยมมากขึ้นในปี พ.ศ. 2544 ยอดขายรถยนต์รวมทุกประเภททั้งหมดมีจำนวน 296,962 คัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ซึ่งมีจำนวน 264,053 คัน ในขณะที่เดียวกันยอดขายรถยนต์รวมทุกประเภทในช่วงเดือนมกราคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2545 มีจำนวน 215,994 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีจำนวน 162,985 คัน หรือคิดเป็นร้อยละ 33 (บริษัทโตโยต้าประเทศไทย จำกัด, 2545) ดังนั้นจะเห็นว่าความต้องการใช้รถยนต์รวมทุกประเภทของประเทศไทยนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดขนาดใหญ่จังหวัดหนึ่งรวมทั้งยังเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่งในภาคเหนือของประเทศไทย โดยภาพรวมของตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่จดทะเบียนใหม่ (ป้ายแดง) ในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 ถึง พ.ศ. 2544 มีจำนวนรถเพิ่มขึ้นจากเดิมเฉลี่ยปีละประมาณ 67,656 คัน และในปี พ.ศ. 2545 ตั้งแต่เดือนมกราคม-มิถุนายนมีรถที่จดทะเบียนใหม่แล้วจำนวน 91,253 คัน (สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่, 2545) จึงมีโอกาที่จะเพิ่มขึ้นอีกถึงหนึ่งเท่าตัวเนื่องจากภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้นและกลยุทธ์ของการส่งเสริมทางตลาดของบริษัทรถยนต์มีการปรับตัวให้เหมาะสมกับภาวะการแข่งขันตลาดรถยนต์ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์การคว้านน้อยผ่อนนานและดอกเบี้ยต่ำทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสและมีอำนาจในการซื้อรถยนต์ใหม่เพิ่มมากขึ้นจากเดิมทุกปี

จากการที่รถยนต์มีจำนวนมากขึ้นในแต่ละปีรวมทั้งราคาของรถยนต์ก็มีราคาสูงขึ้นทำให้ผู้ที่เป็นเจ้าของรถยนต์มีความต้องการที่จะดูแลรักษารถยนต์ของตนเองเป็นอย่างดี เพื่อที่จะยืดอายุการใช้งานของรถและเพื่อให้รถดูใหม่อยู่เสมอ แต่การดูแลและทำความสะอาดรถยนต์ต้องใช้เวลาพอสมควรผู้ใช้รถส่วนใหญ่ไม่มีเวลาเพียงพอที่จะทำความสะอาดได้ด้วยตนเอง จึงพึ่งพาการบริการล้าง-อัดฉีดในการช่วยดูแลและทำความสะอาดรถยนต์แทนเจ้าของรถยนต์ที่ไม่มีเวลาทำความสะอาดรถยนต์ จึงทำให้เกิดธุรกิจประเภทหนึ่งขึ้น คือการให้บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์ โดยที่ผู้ประกอบการร้านล้าง-อัดฉีด

รถยนต์จะเลือกทำเลที่ตั้งกระจายอยู่ตามจุดต่าง ๆ ตามย่านธุรกิจในอำเภอเมือง เช่น บริเวณรอบ ๆ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรายเล็กดำเนินธุรกิจโดยมีเจ้าของคนเดียวเป็นผู้จัดการ ไม่มีการขยายสาขา การทำงาน ยังไม่เป็นระบบที่ดีเป็นมาตรฐาน ซึ่งการให้บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์ส่วนใหญ่จะให้บริการแบบครบวงจร ได้แก่ การล้างทำความสะอาดทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งเครื่องยนต์ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง จำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์บำรุงรักษารถยนต์ (พรวิมล แก้วจันทร์หล้า, 2537) ข้อมูลจากสำนักงานสรรพากรอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่พบว่าปีพ.ศ. 2543 มีผู้ประกอบการให้บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์ที่จดทะเบียนถูกต้อง ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนทั้งสิ้น 6 แห่ง ในปี พ.ศ.2544 มีจำนวนกิจการให้บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์ทั้งสิ้น 8 แห่ง และในปี พ.ศ.2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 13 แห่ง เพิ่มจากปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 62.5 (สำนักงานสรรพากรอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่, 2545) ซึ่งจำนวนดังกล่าวเป็นจำนวนที่มีการจดทะเบียนและเสียภาษีถูกต้องเท่านั้น จากการสำรวจเบื้องต้นของผู้ศึกษาในระหว่างวันที่ 10-11 มกราคม พ.ศ. 2547 โดยการเดินทางไปตามถนนสายต่าง ๆ ในบริเวณอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีสถานที่ให้บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์ ประมาณ 25 แห่ง และจากแนวโน้มเศรษฐกิจที่ดีขึ้นจึงทำให้ผู้เป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่จะให้บริการล้าง-อัดฉีดมากขึ้น เพราะสะดวกสบายและประหยัดเวลา จึงเป็นผลให้ธุรกิจให้บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์มีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้นอีกเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์ในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนปัญหาที่ผู้ใช้รถยนต์ประสบอยู่ในการใช้บริการล้าง-อัดฉีดรถยนต์ ซึ่งผลการศึกษาได้จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจล้าง-อัดฉีดรถยนต์ และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในธุรกิจล้าง-อัดฉีดรถยนต์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการล้าง-อัดฉีด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการร้านล้าง-อัดฉีดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ได้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องและเจ้าของธุรกิจล้าง-อัดฉีดในการปรับปรุงการดำเนินงาน และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคล หมายถึง เจ้าของรถยนต์ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคล(รถเก๋ง) และรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล(รถกระบะ) ซึ่งใช้บริการล้าง-อัดฉีดในธุรกิจล้าง-อัดฉีด และสถานบริการน้ำมันในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

บริการล้าง-อัดฉีด หมายถึง การล้างทำความสะอาดรถยนต์ด้วยผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดรถร่วมกับการฉีดน้ำด้วยแรงดันสูงที่ช่วงล่างของรถยนต์รวมทั้งทำความสะอาดเครื่องยนต์ด้วย หลังจากนั้นเช็ดทำความสะอาด ดูดฝุ่น ทั้งภายในและนอกรถยนต์ รวมทั้งเช็ดเบาะรถด้วยน้ำยา และอัดจารบีในส่วนอุปกรณ์ของรถ รวมทั้งบริการอื่น ๆ ที่ช่วยในการดูแลรักษารถยนต์ของผู้ใช้บริการ