บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันรถจักรยานยนต์มีบทบาทสำคัญ ในการเป็นทางเลือกหลักตัวหนึ่งที่ใช้ในการเดินทาง ด้วยเหตุผลที่ว่า ประหยัดน้ำมัน ราคาไม่แพงมากนักซึ่งคนทั่วไปสามารถเป็นเจ้าของได้ และประหยัดเวลาในการเดินทางเนื่องจากไม่ต้องเผชิญกับปัญหารถติด อีกทั้งมีความคล่องตัวสูง ยอดขายรถจักรยานยนต์เพิ่มสูงขึ้นทุกปี ซึ่งสถิติจากสถาบันยานยนต์ระบุจำนวนยอดขายในประเทศไทยว่ามียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2542 จาก 526,845 คัน จนถึงปี 2548 ยอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 2,112,426 คัน ถึงแม้ว่าในปี 2549 ประเทศไทยจะประสบกับภาวะชะลอตัวทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากสถานการณ์ราคาน้ำมัน รวมไปถึงปัจจัยด้านการเมืองในประเทศ แต่ตลาดรถจักรยานยนต์ซึ่งก่อนหน้านี้ได้เคยมีการคาดการณ์ว่า กำลังก้าวสู่ยุคของตลาดอิ่มตัวเข้าไปทุกขณะ ก็ดูเสมือนว่ายังพอมีความยืดหยุ่นที่จะรับมือกับความผันผวนทางเศรษฐกิจได้ในระดับหนึ่ง โดยในในช่วง 7 เดือนแรกปี 2549 ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในประเทศยังเติบโตได้ในอัตราร้อยละ 4.7 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้านี้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549: ออนไลน์ อ้างถึงใน บีทีเวิลด์ลีส, 2549)

ในปัจจุบันภาวะการแข่งขันทางธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมมีการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วซึ่งได้ขยายตัวออกไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยรวมทั้งภาคตะวันออกของไทยซึ่งมีการขยายตัวมากแห่งหนึ่ง และจังหวัดระยองก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม และเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพของการลงทุนด้านอุตสาหกรรมสูงมาก ซึ่งมีความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน อยู่ใกล้ท่าเรือแหลมฉบัง และมีการคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ที่สะดวก จังหวัดระยองเป็นเขตส่งเสริมการลงทุนเขต 2 ตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2543 แต่ภายในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมและเขตประกอบการอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ยังถือเป็นเขตส่งเสริมการลงทุนเขต 3 จนถึงปี 2547 จึงส่งผลให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง แม้ปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2540 แต่การลงทุนในภาพรวมยังคงสูงกว่าจังหวัดอื่นๆ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2546: ออนไลน์) จากการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม ทำให้มีการจ้างงานเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย ทั้งแรงงานจากท้องถิ่นและจากต่างจังหวัด ซึ่งทำให้มีการอพยพ หรือย้ายถิ่นฐานของแรงงานจากภาคต่างๆ ทั้งทางภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ เข้ามาในจังหวัดระยองเพื่อมาทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมอย่างมากมาย ทำให้ประชากรในจังหวัดระยองมีเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในจังหวัดระยองได้มีนิคมอุตสาหกรรมใหญ่ๆ หลายแห่ง ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมเหมราช ตะวันออก นิคมอุตสาหกรรมเอเชีย นิคมอุตสาหกรรมผาแดง นิคมอุตสาหกรรมเหมราชอีสเทิร์น ซีบอร์ด นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ นิคมอุตสาหกรรมอาร์ไอแอล และสวนอุตสาหกรรมโรจนะ (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2549) ซึ่งสวนอุตสาหกรรมโรจนะก็เป็นเขตอุตสาหกรรมหลักแห่งหนึ่งของจังหวัดระยอง ซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอบ้านค่าย ห่างจากอำเภอเมือง 22 กิโลเมตร มี 17 บริษัท จำนวนพนักงานทั้งหมด 3,861 คน (สำนักงานสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จ.ระยอง. 2549)

การเดินทางไปทำงานของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะแตกต่างจากพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งการเดินทางไปทำงานของพนักงานมีหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่นการนั่งรถบริการของบริษัททั้งรถบัสขนาดใหญ่และรถตู้รับส่ง การจ้างเหมารถสองแถวแบบหมู่คณะ รถโดยสารประจำทาง รถยนต์ส่วนตัว และรถจักรยานยนต์ ซึ่งรถจักรยานยนต์เป็นที่นิยมของพนักงานมากที่สุดเนื่องจากมีความสะดวกสบาย ระยะทางจากที่พักไม่ไกลจากที่ทำงานมากนัก ไม่เสียเวลารอรถรับส่งเนื่องจากต้องรอพนักงานคนอื่นๆ พนักงานส่วนใหญ่ยังใช้ประโยชน์ของรถจักรยานยนต์เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเดินทางไปจ่ายตลาด หรือการไปท่องเที่ยวในระยะทางไม่ไกลจากที่พักมากนัก (บุญมี เพ็ชร์น้อย, 2550: สัมภาษณ์) พนักงานโรงงานมองรถจักรยานยนต์ว่า เป็นพาหนะในการเดินทางไปทำงาน และเป็นทรัพย์สิน เพราะการมีชีวิตของพนักงานโรงงานขึ้นอยู่กับตารางเวลา ในการเข้าออกงาน รถจักรยานยนต์จึงเป็นทางเลือกในการเดินทางที่สะดวก โดยเฉพาะการเข้าออกในการทำงานกะกลางคืน พนักงานโรงงานยังเห็นรถจักรยานยนต์เป็นเป้าหมายในการสร้างฐานะของครอบครัว เมื่อเก็บเงินได้ก็ซื้อรถจักรยานยนต์เป็นของตนเอง เป็นเครื่องบ่งบอกถึงความภาคภูมิใจ และความสำเร็จในชีวิต (ลือชัย ศรีเงินยวง. 2548: ออนไลน์)

ปัจจุบันตลาดรถจักรยานยนต์มีการแข่งขันค่อนข้างสูงในทุกด้าน ระหว่างผู้ผลิตรายใหญ่ คือ ยามาฮ่า ฮอนด้า คาวาซากิ และซูซูกิ โดยมีผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ เข้ามาช่วงชิงตลาดด้วย ได้แก่ ไทเกอร์ และ เจ อาร์ ดี โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมายี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด คือ ฮอนด้า อันดับที่สอง เป็นการช่วงชิงกันระหว่าง ซูซูกิ กับ ยามาฮ่า อันดับที่สี่คือ ไทเกอร์ คาวาซากิ และ เจ อาร์ ดี เป็นอันดับสุดท้าย (ทีมงานบีทีเวิลด์ลีส, 2549: ออนไลน์) ซึ่งการแข่งขันของผู้ผลิตเหล่านี้เอื้อประโยชน์ให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์มากยิ่งขึ้น และจากการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงดังกล่าว ประกอบกับภาวะตลาดที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องของรถจักรยานยนต์แม้อยู่ในภาวะชะลอตัวทางเศรษฐกิจซึ่งได้กล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทุกด้าน ที่เหนือกว่าคู่แข่งมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์เพื่อนำมาเป็น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยอง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรถจักรยานยนต์ของพนักงานในสวนอุตสาหรรมโรจนะจังหวัดระยอง

2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการร้านค้ารถจักรยานยนต์ ในการประกอบธุรกิจดังกล่าวในการปรับปรุง และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจเกี่ยวข้อง

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของรถจักรยานยนต์

รถจักรยานยนต์ หมายถึง รถสองล้อใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยกำลังเครื่องยนต์

พนักงาน หมายถึง พนักงานคนไทยที่ทำงานอยู่ในบริษัทในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยอง และได้ตัดสินใจเลือกซื้อจักรยานยนต์แล้วในช่วงปี 2545-2550

บริษัทในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยอง หมายถึง บริษัทที่ตั้งอยู่ในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดระยองทั้งหมด 17 บริษัท (สำนักงานอุตสาหกรรมโรจนะ จ.ระยอง. 2549)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved