

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

จากอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจภาคเหนือ พบว่าเศรษฐกิจภาคเหนือขึ้นอยู่กับภาคเกษตรเป็นสำคัญ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 22.3 ของผลิตภัณฑ์ภาค รองลงมาคือภาคการค้า ร้อยละ 15.5 ภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 14.7 และภาคบริการร้อยละ 13.3 และจากโครงสร้างเศรษฐกิจของภาคเหนือ ที่มีการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2.1 ต่อปี ในระหว่างปี 2537 - 2542 ตามตารางที่ 1 และจากภาวะเศรษฐกิจและการเงินภาคเหนือ ปี 2545 และ ปี 2546 พบว่าการอุปโภคบริโภคของภาคเอกชน ปี 2545 เร่งตัวตามการเพิ่มขึ้นของรายได้ทั้งในภาคการเกษตรและนอกภาคการเกษตร และจากอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำต่อเนื่อง ระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้น อีกทั้งยังได้รับแรงสนับสนุนจากการให้สินเชื่ออุปโภคบริโภคเป็นสำคัญ โดยมีเครื่องชี้วัดที่สำคัญที่ทำให้ทราบว่าเศรษฐกิจภาคเหนืออยู่ในช่วงขยายตัว คือ การใช้จ่ายของภาคเอกชน โดยวัดจาก ภาษีมูลค่าเพิ่มที่จัดเก็บได้จากธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ปี 2545 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.9 เมื่อเทียบกับปี 2544 ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.2 และ ยอดภาษีมูลค่าเพิ่มที่จัดเก็บจากสินค้าอุปโภคบริโภค โดยพบว่าปริมาณจำหน่ายรถยนต์จักรยานยนต์ มีแนวโน้มที่จะกลับมาขยายตัวอีกครั้ง อีกทั้งการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสินค้าประเภทยานพาหนะยังได้รับแรงกระตุ้นจากเงื่อนไขการผ่อนชำระที่จูงใจ การส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการ และการแนะนำยานยนต์รุ่นใหม่ที่มีราคาประหยัด ทำให้ยอดจดทะเบียนรถยนต์ และ รถจักรยานยนต์ เพิ่มขึ้นในปี 2545 ร้อยละ 46.9 และ 37.5 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับปี 2544 ที่ยอดจดทะเบียนรถยนต์ลดลง ร้อยละ 1.7 และ ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 20.30 ตามลำดับ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2546)

ตารางที่ 1 อัตราขยายตัวของเศรษฐกิจภาคเหนือ ปี พ.ศ. 2545

รายการ	2537	2538	2539	2540	2541	2542	เฉลี่ย 2537 - 2542
ภาคเกษตร	1.2	2.6	8.3	-3.1	-0.3	5.4	2.3
นอกภาคเกษตร	8.8	7.4	6.6	-4.2	-7.2	0.5	2.0
รวม	7.1	6.4	7.0	-4.0	-5.8	1.6	2.1

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2543: ออนไลน์)

ตารางที่ 2 เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจของจังหวัดลำปาง ด้านการใช้จ่ายภาคเอกชน ปี พ.ศ. 2545

รายการ	2540	2541	2542	2543	2544	2545
ภาษีมูลค่าเพิ่มจากรุรกิจค้า ส่งและค้าปลีก (ล้านบาท)	166	125	100	97	126	144
ยอดจดทะเบียนรถยนต์ (คัน)	2,290	982	1,425	1,695	1,711	2,649
ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ (คัน)	14,013	6,182	6,223	10,344	11,024	15,901

หมายเหตุ : ภาษีมูลค่าเพิ่มจัดเก็บจากรุรกิจประเภทการขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซมรถยนต์ รถจักรยานยนต์ เครื่องใช้ส่วนบุคคล และเครื่องใช้ภายในบ้าน

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2546)

จากตารางที่ 2 แสดงถึงเครื่องชี้วัดที่สำคัญที่ทำให้ทราบว่าเศรษฐกิจของจังหวัดลำปาง อยู่ในช่วงขยายตัว คือ การใช้จ่ายของภาคเอกชน โดยวัดจาก ภาษีมูลค่าเพิ่มที่จัดเก็บได้จากธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2543 ถึงปี 2546 และ จากยอดจดทะเบียนรถยนต์ และยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ ตั้งแต่ ปี 2541 จนถึงปี 2545 ซึ่งหลังจากช่วงวิกฤติเศรษฐกิจที่ผ่านมา พบว่า มีแนวโน้มกลับมาขยายตัวอีกครั้ง

หากพิจารณาจากการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของภาคครัวเรือน ที่แบ่งตามประเภทของค่าใช้จ่าย ตามตารางที่ 3 พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยทั้งหมดต่อเดือนของภาคเหนืออยู่ที่ครอบครัวละ 8,210 บาท ซึ่งแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค และ ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค โดยค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค ได้แก่ ค่าอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ คิดเป็นเงิน 3,187 บาท , ค่าเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า คิดเป็นเงิน 294 บาท , ค่าที่อยู่อาศัย คิดเป็นเงิน 1,629 บาท , ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะและการสื่อสาร คิดเป็นเงิน 1,116 บาท , ค่าใช้จ่าย

เพื่อการรักษาพยาบาลและส่วนบุคคล 421 บาท และค่าใช้จ่ายอื่นๆ 413 บาท สำหรับค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค คิดเป็นเงิน 1,150 บาท

โดยเมื่อพิจารณา จังหวัดลำปาง พบว่า มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของภาคครัวเรือน อยู่ที่ครอบครัวละ 9,884 บาท โดยมีอัตราร้อยละของครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 7 ของภาคเหนือ ซึ่งแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค และ ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค โดยค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค ได้แก่ ค่าอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ คิดเป็นเงิน 3,137 บาท ค่าเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า คิดเป็นเงิน 327 บาท ค่าที่อยู่อาศัย คิดเป็นเงิน 2,058 บาท ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะและการสื่อสาร คิดเป็นเงิน 1,417 บาท ค่าใช้จ่ายเพื่อการรักษาพยาบาลและส่วนบุคคล 523 บาท และค่าใช้จ่ายอื่นๆ 466 บาท สำหรับค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค คิดเป็นเงิน 1,956 บาท

จะเห็นได้ว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของครัวเรือนในจังหวัดลำปางมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของระดับภาค และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะและการสื่อสารของจังหวัดลำปาง มีค่าใช้จ่ายสูงกว่าระดับภาค แสดงให้เห็นถึงอัตราการเติบโตของการใช้จ่ายภาคเอกชนเพื่อการอุปโภคบริโภคที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหลังจากวิกฤติเศรษฐกิจที่ผ่านมา ตามตารางที่ 3 ทำให้ทราบถึงความสามารถหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคภายในจังหวัดลำปาง มีศักยภาพเพียงพอ

ตารางที่ 3 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนในภาคเหนือ จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่าย เป็นรายจังหวัด พ.ศ. 2541

หน่วย : บาท

จังหวัด	อัตราการยล ละของครัว เรือน	ขนาดของ ครัวเรือน โดยเฉลี่ย	ค่าใจ่าย ทั้งหมด ต่อเดือน	ประเภทของค่าใจ่าย (บาท)						ค่าใจ่าย ที่ไม่เกี่ยวกับ การอุปโภค บริโภค
				อาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ	เครื่องนุ่งห่ม และรองเท้า	ที่อยู่ อาศัย	ค่าใจ่าย เกี่ยวกับ ยานพาหนะ และการสื่อสาร	คำรักษา พยาบาล และรายจ่าย ส่วนบุคคล	ค่าใจ่าย อื่นๆ	
ภาคเหนือ	100.0	3.5	8,210	3,187	293	1,629	1,116	421	413	1,150
กำแพงเพชร	5.6	3.7	9,116	3,394	396	1,499	1,602	568	616	1,051
เชียงใหม่	9.9	3.5	7,486	3,235	361	1,480	869	430	379	733
ตาก	13.8	3.3	8,600	3,110	273	1,673	1,127	425	487	1,504
นครสวรรค์	3.2	3.4	7,816	2,825	355	1,566	1,099	334	301	1,337
น่าน	10.1	3.4	10,402	3,605	336	2,428	1,147	598	718	1,569
พะเยา	3.6	3.7	6,450	2,497	306	1,573	927	369	224	555
พิจิตร	4.8	3.2	6,603	2,972	245	1,237	618	341	213	978
พิษณุโลก	5.4	3.3	8,825	3,908	366	1,422	808	516	463	1,341
พิษณุโลก	6.9	3.6	9,889	3,677	264	2,148	1,750	465	435	1,149

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2542)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

หน่วย : บาท

จังหวัด	อัตราร้อยละ ของครัวเรือน	ขนาดของ ครัวเรือน โดยเฉลี่ย	ค่าใช้จ่าย ทั้งหมด ต่อเดือน	ประเภทของค่าใช้จ่าย (บาท)							ค่าใช้จ่าย ที่ไม่เกี่ยวกับ การอุปโภค บริโภค
				อาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ	เครื่องนุ่งห่ม และรองเท้า	ที่อยู่ อาศัย	ค่าใช้จ่าย เกี่ยวกับ ยานพาหนะ และการสื่อสาร	ค่ารักษา พยาบาล และรายจ่าย ส่วนบุคคล	ค่าใช้จ่าย อื่น ๆ		
เพชรบูรณ์	7.4	3.8	6,977	3,278	208	1,179	1,132	311	236	635	
แพร่	4.8	3.3	6,532	2,814	147	1,100	783	208	356	1,126	
แม่ฮ่องสอน	1.3	3.9	5,249	2,317	185	1,213	558	216	162	598	
ลำปาง	7.0	3.4	9,884	3,137	327	2,058	1,417	523	466	1,956	
ลำพูน	4.1	3.3	8,037	3,250	328	1,704	1,041	390	447	877	
สุโขทัย	5.1	3.6	6,598	2,741	239	1,347	822	315	208	925	
จตุรดิตถ์	4.1	3.5	7,844	3,037	251	1,468	1,454	358	326	947	
อุทัยธานี	2.9	3.3	7,000	2,682	299	1,233	1,070	350	301	1,063	

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2542)

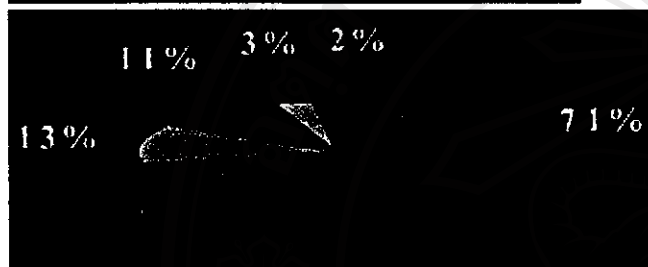
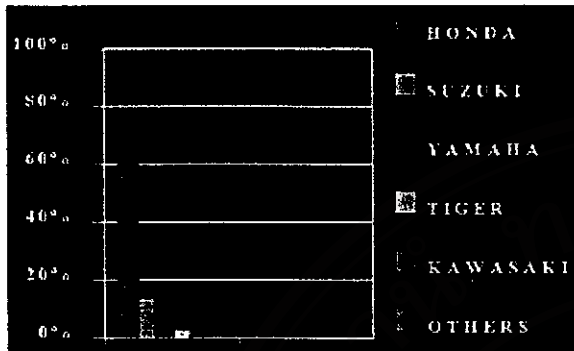
จากการค้นคว้าพบว่า การเติบโตของตลาดรถจักรยานยนต์ทั่วประเทศ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 4 ที่แสดงการเติบโตของตลาดรถจักรยานยนต์ทั่วประเทศ

ตารางที่ 4 แสดงการเติบโตของตลาดรถจักรยานยนต์ทั่วประเทศ

ปี	ยอดขาย	Growth Rate (%)
2538	1,465,015	14.8
2539	1,234,241	-15.8
2540	910,211	-26.3
2541	626,806	-42.1
2542	603,966	14.7
2543	783,716	29.8
2544	907,160	15.8
2545	1,189,166	44.6
2546	1,700,000	30.8

สำหรับตัวเลขยอดการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในอดีตที่ผ่านมา แบ่งตามประเภทแบบรถจักรยานยนต์ และ ประเภทเครื่องยนต์ พบว่า ประเภทแบบรถจักรยานยนต์ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 คือ รถแบบครบครัน เนื่องจากรถที่ประหยัดน้ำมันมากกว่าจึงเป็นที่สนใจของตลาดมากกว่า โดยมีสัดส่วนตลาดสูงถึง 85 % ในขณะที่รถแบบครบครันกึ่งสปอร์ต ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 โดยมีสัดส่วนตลาด 7 % และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปีเช่นกัน และรถแบบสปอร์ต มีสัดส่วนตลาด 1 % มียอดจำหน่ายแนวโน้มลดลง สำหรับประเภทชนิดเครื่องยนต์ พบว่ารถแบบเครื่องยนต์ 4 จังหวะมีปริมาณจำหน่าย เป็นอันดับ 1 โดยมีสัดส่วนตลาด 98 % และรถแบบเครื่องยนต์ 2 จังหวะ มีปริมาณจำหน่าย เป็นอันดับ 2 โดยมีสัดส่วนตลาด 2 %

แผนภาพที่ 1 แสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของรถจักรยานยนต์แต่ละยี่ห้อในปี พ.ศ. 2546



ที่มา : สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก. กรมวิชาการและวางแผน. ฝ่ายสถิติ (2546)

ในส่วนรายละเอียดของการจำหน่ายในอดีตที่ผ่านมา พบว่า รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า มียอดจำหน่ายเป็นอันดับ 1 คือ อัตราครองตลาด 71 % และมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี อันดับ 2 คือ รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ยามาฮ่า มีอัตราครองตลาด 13 % อันดับ 3 คือ รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ซูซูกิ มีอัตราครองตลาด 11 % อันดับ 4 ได้แก่ รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ไทเกอร์ มีอัตราครองตลาด 3 % และ คาวาซากิ ที่มีอัตราครองตลาด 2 % และอื่นๆ โดยอัตราการเติบโตของยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีคิดเป็น 15 % เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ดังแผนภาพที่ 1 ที่แสดงถึงแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดของรถจักรยานยนต์แต่ละยี่ห้อ และตารางที่ 5 แสดงยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ประจำปี 2546

ตารางที่ 5 แสดงยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย ประจำปี 2546

หน่วย: คัน

เดือน	ฮอนด้า	%	ซูซูกิ	%	ยามาฮ่า	%	ไทเกอร์	%	คาราซากิ	%
มกราคม	99,064	71	1,773	16	1,262	8	4,637	3	1,929	1
กุมภาพันธ์	115,077	73	9,311	12	4,741	9	5,254	3	2,813	2
มีนาคม	116,442	72	20,501	13	18,039	11	4,928	3	2,489	2
เมษายน	97,794	71	18,628	14	13,676	10	3,688	3	3,267	2
พฤษภาคม	109,981	74	17,706	12	14,500	10	5,100	3	2,281	2
มิถุนายน	108,917	72	19,370	13	16,511	11	3,830	3	2,536	2
กรกฎาคม	104,309	75	16,375	12	13,136	9	2,760	2	2,041	1
สิงหาคม	96,304	74	17,106	13	10,822	8	3,528	3	2,442	2
กันยายน	93,182	69	18,020	13	16,149	12	3,271	2	2,798	2
ตุลาคม	95,740	72	17,575	13	13,895	10	3,312	2	1,946	1
พฤศจิกายน	104,292	69	21,559	14	19,868	13	2,706	2	2,429	2
ธันวาคม	107,499	65	24,038	14	26,800	16	3,137	2	3,613	2
รวม	1,248,601	71	231,922	13	189,399	11	46,151	3	30,584	2

ที่มา : สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก. กรมวิชาการและวางแผน. ฝ่ายสถิติ (2546)

จากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่ายอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของไทยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี โดยวัดได้จากสถิติรถจักรยานยนต์ที่จดทะเบียนใหม่ (ป้ายแดง) แสดงให้เห็นว่าธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์สามารถเติบโตและขยายได้อีก ทั้งในระดับภูมิภาคและในจังหวัดลำปาง ตามตารางที่ 6 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ของทั่วประเทศ, ส่วนภูมิภาค และจังหวัดลำปาง ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี

All rights reserved

ตารางที่ 6 ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ของทั่วประเทศ, ส่วนภูมิภาค และจังหวัดลำปาง

ปี	ทั่วประเทศ	ส่วนภูมิภาค	จังหวัดลำปาง
2541	534,458	458,792	6,182
2542	497,422	405,847	6,223
2543	682,929	570,079	10,344
2544	849,907	711,819	11,024
2545	1,186,957	972,998	15,901
2546	1,755,297	-	-

ที่มา : สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก. กรมวิชาการและวางแผน. ฝ่ายสถิติ (2546)

และจากยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ของจังหวัดลำปาง พบว่ายี่ห้อรถที่จดทะเบียนใหม่สูงสุด อันดับหนึ่ง คือ ฮอนด้า อันดับสอง คือ ซูซูกิ อันดับสาม คือ ยามาฮ่า และอันดับสี่ คือ คาวาซากิ ตามตารางที่ 7 ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ (ป้ายแดง) จะเห็นได้ว่ายี่ห้อรถจักรยานยนต์ ที่มียอดจำหน่ายสูงสุดของแต่ละเดือน คือ ฮอนด้า ซึ่งการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ควรพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของรถจักรยานยนต์แต่ละยี่ห้อเป็นสำคัญ เพื่อให้ธุรกิจมีความอยู่รอดต่อไปได้ในอนาคต

ตารางที่ 7 ยอดขายรถจักรยานยนต์แยกตามยี่ห้อ ของจังหวัดลำปาง

ปี	ฮอนด้า	ซูซูกิ	ยามาฮ่า	คาวาซากิ
2543	8,972	329	257	43
2544	10,364	411	212	34
2545	14,638	561	512	89

ที่มา : สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก. กรมวิชาการและวางแผน. ฝ่ายสถิติ (2546)

สำหรับตลาดรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีร้านค้าที่เปิดธุรกิจซื้อขายรถจักรยานยนต์อยู่ จำนวน 13 ร้านค้า ซึ่งเป็นร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ฮอนด้า จำนวน 3 ร้าน , ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ซูซูกิ 1 ร้าน และตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ยามาฮ่า 1 ร้าน , ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ คาวาซากิ 1 ร้าน , ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ไทเกอร์ 1 ร้าน และที่เหลือจำนวน 6 ร้าน เป็น Sub Agency ของตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อต่างๆ ดังกล่าว และจากยอดจดทะเบียน

รถจักรยานยนต์ใหม่ (ป้ายแดง) ที่เพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลจึงใจมีผู้สนใจลงทุนทำธุรกิจเพิ่มขึ้น พร้อมดึงกลยุทธ์การแข่งขันต่างๆ ทั้งด้านการบริการ กลยุทธ์ด้านราคา รวมถึงการตกแต่งร้านค้า และในปัจจุบันพบว่าตลาดรถจักรยานยนต์มีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 60 ต่อปี เมื่อเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ธุรกิจนี้กลายเป็นธุรกิจที่มีคนหันมาให้ความสนใจ โดยเฉพาะร้านค้าเมื่อ 6 - 7 ปีที่ผ่านมาเปิดให้บริการไม่ถึง 10 ร้าน แต่ปัจจุบันมีมากกว่า 10 แห่ง และเป็นร้านค้าเล็กๆ ที่ยังไม่จดทะเบียนนิติบุคคล ที่รับซื้อ-ขายแลกเปลี่ยนรถจักรยานยนต์มือสองอีกกว่า 3 แห่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

จากการที่ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ทำให้แต่ละร้านค้ามียอดขายที่เพิ่มขึ้น ในอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน จากการที่ร้านค้าเปิดขึ้นมาก ส่งผลให้บรรดาร้านค้าพยายามปรับปรุงนโยบายและกลยุทธ์ใหม่ๆ มาเสนอแก่ลูกค้า ส่วนหนึ่งก็เพื่อพ่วงกิจการของตนให้คงอยู่ต่อไป อีกส่วนก็เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพอใจ และได้ประโยชน์คุ้มค่ามากที่สุด

โดยรูปแบบกลยุทธ์ที่ร้านค้านำมาใช้ คือเรื่องการบริหารหลังการขาย ที่พยายามสร้างความประทับใจให้ลูกค้ามากที่สุด สำหรับเรื่องราคามักจะไม่พยายามแข่งขันกัน เพราะปัจจุบันราคารถจักรยานยนต์ก็มีราคาถูกมากแล้ว แต่จะใช้วิธีการแข่งขันทางการให้สินเชื่อแทน โดยการลดอัตราดอกเบี้ยเงินผ่อน และขยายระยะเวลาการให้สินเชื่อเพิ่มขึ้น เป็นต้น และเนื่องจากการแข่งขันกันมากขึ้น อีกทั้งสินค้าเป็นสินค้าที่มีลักษณะเดียวกัน ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในการเลือกรับบริการที่แตกต่างกันของแต่ละร้านค้าได้

อย่างไรก็ตาม ตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย ยังได้รับความนิยมอยู่ อีกทั้งยังมียอดจำหน่าย และยอดจดทะเบียนเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ผู้ที่ดำเนินธุรกิจนี้จึงสามารถขยายได้ ซึ่งการพิจารณาลงทุนในธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ควรพิจารณาจำหน่ายยี่ห้อ ฮอนด้า เป็นอันดับแรก เนื่องจากมียอดขายและส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ และของจังหวัดลำปาง ดังนั้น ธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจในการลงทุนทำธุรกิจในปัจจุบัน การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ จะทำการวิเคราะห์ถึงต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ของการลงทุนในธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้เชิงเศรษฐศาสตร์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนของบุคคลผู้สนใจจะทำการลงทุนในธุรกิจนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ความไวต่อเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านต้นทุนหรือผลตอบแทน

1.2.3 เพื่อศึกษากลยุทธ์ต่างๆ ที่ร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ได้นำมาใช้เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 เพื่อทราบถึงต้นทุน และผลตอบแทนทางการเงินอย่างมีระบบ

1.3.2 เพื่อทราบสถานะของธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ ภายใต้อิทธิพลอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านต้นทุน หรือผลตอบแทน

1.3.3 เพื่อจะใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนงานและควบคุมการปฏิบัติงาน ของธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และเหมาะสมตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

1.3.4 เพื่อทราบถึงต้นทุนและผลตอบแทน ระยะเวลาคืนทุน และอัตราผลตอบแทนทางการเงิน ของธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

1.3.5 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในการวางแผนพัฒนาระบบการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.3.6 เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุตามแผนการที่ได้วางไว้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

1.4 ขอบเขตการศึกษา

เป็นการศึกษาเชิงเศรษฐศาสตร์ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของกิจการ และทำการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยมีขอบเขตการศึกษาจากร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ จำนวน 6 ร้าน ที่ดำเนินธุรกิจซื้อขายรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จ.ลำปาง โดยสินค้ารถจักรยานยนต์ที่นำมาจำหน่ายส่วนใหญ่ จะเป็นรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ฮอนด้า ซึ่งทางร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ จะทำการซื้อสินค้าเป็นเงินสดหรือเครดิต จากร้านค้าตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า และให้บริการขายรถจักรยานยนต์ ด้วยเงินสดและการทำสัญญาเช่าซื้อแบบผ่อนชำระ ซึ่งจะเป็นการทำสัญญาเช่าซื้อระหว่างร้านค้ากับลูกค้าทั้งที่บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล

โดยจะทำการศึกษาจากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งระยะเวลาของธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ ที่ทำการวิเคราะห์หาผลตอบแทนทางการเงินกำหนดให้เป็น 8 ปี นับตั้งแต่ปี 2539 – 2546 พร้อมทั้งวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) ด้วยการกำหนดปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงต้นทุนและผลตอบแทน

ธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ เป็นร้านค้าที่เน้นจำหน่ายรถจักรยานยนต์เป็นหลัก ประกอบด้วยสินค้า คือ รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ฮอนด้า ซึ่งเป็นยี่ห้อที่ร้านค้าปลีกทั้ง 5 แห่งนิยมนำมาขาย โดยสถานที่ตั้งของร้าน อยู่ในเขตตัวเมือง และมีอาคารพาณิชย์เป็นสำนักงาน มักจะตั้งอยู่ในทำเลที่พบบ่อย จอดรถสะดวก ใกล้แหล่งชุมชน มีคนรู้จักแพร่หลาย โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บุคคลทั่วไปที่ต้องการรถจักรยานยนต์ ซึ่งมีทั้งที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองและผู้ที่อยู่ต่างอำเภอออกไป โดยเน้นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในเขตจังหวัดลำปาง ซึ่งมีคู่แข่งธุรกิจ คือ ร้านค้าที่เปิดธุรกิจค้าขายรถจักรยานยนต์ที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง อยู่จำนวน 13 ร้าน ซึ่งมีร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ “ฮอนด้า” 3 ร้าน ร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ “ยามาฮา” 1 ร้าน ร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ “ซูซูกิ” 1 ร้าน ร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ “คาวาซากิ” 1 ร้าน ร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ “ไทเกอร์” 1 ร้าน และที่เหลือจำนวน 6 ร้าน เป็น Sub Agency ของตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ยี่ห้อต่างๆ ดังกล่าวเช่นเดียวกัน

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การค้าปลีก หมายถึง การขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยการซื้อสินค้านั้นไปเพื่อการบริโภคของตนเอง และครอบครัว (สุณิสรา วิไลรักษ์และสุกัญญา ไชยชาญ, 2538 : 198) หรือหมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อการใช้ส่วนตัว (Stern, El-Ansary and Coughlan, 1996 : 50) หรือหมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ส่วนตัวและไม่ใชเป็นการใช้เพื่อธุรกิจ (Kotler, 1997 : 563)

การให้เช่าแบบลิสซิ่ง หมายถึง การให้เช่าทรัพย์สินที่ผู้ให้เช่าจัดหาจากผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่าย หรือทรัพย์สินซึ่งยึดได้จากผู้เช่ารายอื่น เพื่อให้ผู้เช่าได้ใช้ประโยชน์ทางด้านอุตสาหกรรมเกษตรกรรม พาณิชยกรรม หรือกิจการอย่างอื่นเป็นด้านการค้าปกติ โดยผู้เช่ามีหน้าที่ต้องบำรุงรักษาและซ่อมแซมทรัพย์สินที่เช่า ทั้งนี้ผู้เช่าจะบอกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดเพียงฝ่ายเดียวไม่ได้ แต่ผู้เช่ามีสิทธิจะซื้อหรือเช่าสินทรัพย์นั้นต่อไปในราคาหรือค่าเช่าที่ตกลงกันได้

การเช่าซื้อ (Hire Purchase) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2535 เป็นการซื้อผ่อนเงินเป็นงวด ๆ เมื่อส่งเงินครบตามหนังสือสัญญาแล้ว จึงจะได้กรรมสิทธิ์ การเช่าซื้อประกอบด้วย ผู้ให้เช่าซื้อ และผู้เช่าซื้อ การเช่าซื้อจะสมบูรณ์เมื่อสัญญาเช่าซื้อต้องทำเป็นหนังสือเท่านั้น มิฉะนั้นจะตกเป็นโมฆะ เว้นแต่จะตกลงกันเป็นอย่างอื่น หากผู้เช่าซื้อผิดนัดไม่ชำระค่างวดเช่าซื้อทรัพย์สินจำนวน 3 งวดติดต่อกัน หรือกระทำผิดสัญญาเช่าซื้อในส่วนที่เป็นสาระสำคัญ ผู้ให้เช่าซื้อจะบอกเลิกสัญญาเช่าซื้อนั้นได้ โดยรับเงินค่างวดเช่าซื้อที่ได้มีการชำระมาแล้วทั้งสิ้น และยึดคืนทรัพย์สินที่ให้เช่าซื้อ (เช่าครอบครองทรัพย์สินนั้น)

ผู้ให้เช่าซื้อ หมายถึง เจ้าของสินค้าซึ่งนำสินค้าออกขายโดยวิธีการผ่อนชำระ จะได้รับเงินจากผู้เช่าซื้อครั้งแรก โดยจะส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้เช่าซื้อแล้วจะได้รับเงินผ่อนส่งสินค้าส่วนที่เหลือเป็นจำนวนงวดที่มีระยะเวลาจนกว่าผู้เช่าซื้อจะได้ส่งเงินงวดสุดท้ายครบถ้วน ถึงจะโอนกรรมสิทธิ์ไปเป็นของผู้เช่าซื้อ

ผู้เช่าซื้อ หมายถึง ผู้ซื้อสินค้าโดยวิธีการผ่อนชำระ ซึ่งสาระสำคัญของการซื้อขายผ่อนชำระได้แก่ การที่ผู้ขายส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้ซื้อ โดยผู้ซื้อชำระเงินครั้งแรกเรียกว่า "เงินดาวน์" แล้วผ่อนส่งสินค้าส่วนที่เหลือเป็นจำนวนงวดที่มีระยะเวลาเท่ากัน เรียกว่า "ค่างวด"