

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

รถยนต์เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน เปรียบเสมือนปัจจัยที่ 5 ของชีวิต ทำให้ผู้คนต่างพยายามหาซื้อรถยนต์มาใช้มากขึ้น เป็นเหตุให้ยอดจำหน่ายรถยนต์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถิติการจดทะเบียนรถยนต์ในปี 2533 – 2546 มีรถยนต์จดทะเบียนทั่วประเทศ 4,459,000 คัน (สมาคมชิ้นส่วนยานยนต์, 2547) ซึ่งรถที่เพิ่มขึ้นมีทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถกระบะ 1 คัน เพื่อการพาณิชย์ เมื่อรถยนต์มีการใช้งานนานๆ ก็เกิดสึกหรอ จึงมีการซ่อมแซมรถยนต์เกิดขึ้นเป็นระยะๆ ดังนั้นอะไหล่รถยนต์จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการซ่อมเครื่องยนต์

อะไหล่รถยนต์มีมากมายหลายชนิด เช่น อะไหล่รถยนต์ในเครื่องยนต์ อะไหล่ชิ้นส่วนช่วงล่าง อะไหล่แอร์ อะไหล่ตัวรถ เป็นต้น ซึ่งอะไหล่จะมีการสึกหรอมากขึ้นตามสภาพการใช้งาน บางชนิดจะมีการเปลี่ยนตามอายุการใช้งาน เช่น สายพาน ท่อยาง หัวเทียน กรองอากาศ กรองน้ำมันเครื่อง บริษัทผู้ผลิตจะกำหนดอายุการใช้งานว่าครบจำนวนกิโลเมตรเท่าใด จึงต้องเปลี่ยนอะไหล่ บางชนิดจะเปลี่ยนเมื่อรถยนต์เกิดมีอาการผิดปกติ มีเสียงดัง ใช้งานแล้วเริ่มมีปัญหา เช่น ผ้าเบรค ผ้าคลัทซ์ ไขปัดน้ำฝน เป็นต้น

เมื่อการใช้งานรถยนต์ถึงระยะทางที่กำหนด จึงต้องมีการเปลี่ยนอะไหล่ จึงเกิดบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนอะไหล่ขึ้นมากมาย ตามความถนัดและเทคโนโลยีที่ผู้ผลิตมี หรือมีผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศไทยซึ่งมีทั้งผู้ผลิตอะไหล่รถยนต์ที่ผลิตตามแบบชิ้นงานโดยเน้นราคาถูก บางบริษัทผลิตอะไหล่รถยนต์ที่คุณภาพปานกลาง และบางบริษัทผลิตอะไหล่ตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ดังนั้น จึงมีบริษัทผู้ผลิตอะไหล่รถยนต์ ส่งร้านค้าทั่วไปในประเทศไทยซึ่งมีประมาณ 709 ราย (สุรพงษ์ ไพสิฐพัฒนาพงษ์, 2548)

บริษัท อีเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ตั้งอยู่เลขที่ 47 หมู่ 3 ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เปิดดำเนินงานมา 20 ปี มีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท ปัจจุบันมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 120 คน ลูกจ้างของบริษัท อีเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เป็นร้านค้าจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ทั่วประเทศ (สัมภาษณ์ฝ่ายบริหารบริษัท อีเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด)

จากการที่มีผู้ผลิตและจำหน่ายจำนวนมากทำให้ บริษัท อีเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ต้องเผชิญกับการแข่งขัน ในรูปแบบต่าง ๆ จากผู้ผลิตในประเทศ

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ ของบริษัท อิเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด การพัฒนาและแก้ไขกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ของบริษัท อิเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเพื่อรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่และ ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจที่เกี่ยวข้องด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ จากบริษัท อิเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัญหาที่ลูกค้าพบในการซื้ออะไหล่รถยนต์ ของบริษัท อิเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์และปัญหาที่ลูกค้าพบของลูกค้า ในการซื้ออะไหล่รถยนต์ จากบริษัท อิเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และสำหรับผู้สนใจที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อไป

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้ออะไหล่รถยนต์ ของบริษัท อิเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

อะไหล่รถยนต์ หมายถึง ชิ้นส่วนประกอบภายในรถยนต์สำหรับเปลี่ยนเมื่อต้องการซ่อมแซม หรือเมื่อชิ้นส่วนเดิมชำรุดสึกหรอ ซึ่งชิ้นส่วนเหล่านี้นำมาประกอบกันในรถยนต์ เพื่อให้รถยนต์สามารถวิ่งได้

ลูกค้า หมายถึง ร้านค้าจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ที่ซื้ออะไหล่รถยนต์ จากบริษัท อิเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด