

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างยิ่ง จากสถานการณ์ของอุตสาหกรรมไทยในช่วงมกราคม-มิถุนายน ปี 2551 มีปริมาณการผลิตรถยนต์รวมจำนวน 719,487 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (599,536 คัน) มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.1 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศรวม จำนวน 321,474 คันเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (292,514 คัน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.90 ปริมาณการส่งออกรถยนต์ จำนวน 385,870 คันเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 (307,273 คัน) คือเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.58

ตารางที่ 1 แสดงการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์

รายการ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2550	2551	%การเปลี่ยนแปลง 51/50
รถยนต์	104,502	126,353	179,005	209,110	188,211	191,763	182,767	89,745	118,522	32.07%
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์	17,541	20,123	28,565	36,907	40,163	36,907	42,619	19,846	23,981	20.84%
รถกระบะ	168,639	241,266	309,114	368,911	469,657	449,796	405,865	182,923	178,971	-2.16%
รถอื่นๆ	6,370	21,620	16,492	11,967	5,401	3,695	-	-	-	0.00%
รวม	297,052	409,362	533,176	628,026	703,432	628,161	631,251	292,514	321,474	9.90%
เพิ่มขึ้น/ลดลง (%)	13.30%	37.81%	30.25%	17.41%	12.36%	-3.02%	-7.46%			

หมายเหตุ: ตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นไป รถกระบะ 1 คัน ได้รวมรถยนต์นั่งกึ่งบรรทุก(PPV) คัน

ที่มา : กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

รถยนต์นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจหนึ่งในการดำรงชีวิตประจำวันของคนยุคปัจจุบันเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกปัจจัยหนึ่งที่ตามมาคือการจราจรติดขัด และระบบขนส่งมวลชนเพิ่มขึ้น ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความ

ต้องการของผู้เดินทางได้อย่างเพียงพอแล้วแต่เป็นสาเหตุการเพิ่มขึ้น ของปริมาณรถยนต์ ซึ่งจะสังเกตได้ว่าเมื่อบุคคลเริ่มเข้าสู่วัยทำงานและมีเงินเก็บหอมรอมริบได้จำนวนหนึ่ง สิ่งที่มีให้เลือกซื้ออันดับต้นๆนอกจากที่อยู่อาศัยแล้วก็คือ รถยนต์ และยังเป็นค่านิยมส่วนหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจของตนเองได้อีกด้วย

ตลาดรถยนต์ที่กำลังแข่งขันกันมากในเรื่องเทคโนโลยี ราคา ประสิทธิภาพ และการบริการ ทำให้ยอดขายรถยนต์ในประเทศมีความน่าสนใจที่จะทำการศึกษา เนื่องจากอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้จำนวนรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นทุกปียังส่งผลให้อัตราการขยายตัวของธุรกิจเกี่ยวกับรถยนต์ ซึ่งคาดว่าจะเป็นที่ต้องการมากขึ้น เพราะฉะนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์จึงได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะธุรกิจให้บริการดูแลรักษา รถยนต์ ทั้งด้วยปัจจัยในเรื่องของเวลาที่เร่งรีบ จึงทำให้พฤติกรรมของผู้ใช้รถมีการเปลี่ยนแปลงไป จากก่อนที่เคยดูแลทำความสะอาดด้วยตัวเอง แต่ ณ วันนี้ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมากนิยมนำรถเข้าล้างทำความสะอาดหรือซัดเคลือบสีกับศูนย์บริการที่มีมาตรฐานมากขึ้น ที่สำคัญคือช่วยประหยัดเวลาของผู้ใช้รถยนต์ ทำให้เกิดอีกหนึ่งธุรกิจขึ้นคือ “ธุรกิจคาร์แคร์”

จากการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถยนต์ ทำให้การประกอบธุรกิจคาร์แคร์มีการแข่งขันที่สูงขึ้น เช่น เอบีจีการประกาศ รุกธุรกิจคาร์แคร์ เพิ่ม 20 สาขาทั่วประเทศ หลังประเมินปริมาณรถยนต์เพิ่มต่อเนื่อง ขณะที่ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ไม่มีเวลาดำรงรถเอง พร้อมลุยเจาะตลาดลูกค้าผ่านงานโชว์รถยนต์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เอบีจี ผู้ให้บริการศูนย์บำรุงรักษาและฟื้นฟูสภาพรถยนต์ "ออดี เมจิก" เปิดเผยว่า ในปี 2549 เอบีจีมีแผนที่จะรุกหนักในธุรกิจบริการดูแลรักษาความงามรถยนต์หรือคาร์แคร์ ด้วยการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีกกว่า 20 แห่ง ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมทั้งหัวเมืองใหญ่ในต่างจังหวัด เพื่อรองรับแนวโน้มการเติบโตในอนาคต จากการที่รถยนต์ในประเทศมีสูงมากขึ้นทุกวัน "ในปี 2550 -2551 จะทำการตลาดเชิงรุกมากยิ่งขึ้น เพราะธุรกิจคาร์แคร์มีการแข่งขันที่รุนแรงและชัดเจนมาก (ประชาชาติ ธุรกิจ, 3 มกราคม 2551: หนังสือพิมพ์)

แคว้นธุรกิจยานยนต์ของจังหวัดเชียงใหม่ ในรอบปีที่ผ่านมานี้ ได้มีสัญญาณบ่งชี้ให้เห็นถึงความเคลื่อนไหวของธุรกิจอย่างเห็นได้ชัด จากการเข้ามาลงทุนของกลุ่มทุนต่างถิ่น รับเป็นคิลเลอร์รี่หรือรถยนต์ค่ายใหม่ลงทุนสร้างโชว์รูมน่าจะมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 1,000 ล้านบาทเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้น ทำให้บรรยากาศของการซื้อขายรถยนต์ภาพรวมในจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างคึกคักเป็นพิเศษ เฉพาะตัวเลขของปี 2549 มูลค่าการซื้อขายหลักพันล้านบาท ส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากแรงขับเคลื่อนของอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับอานิสงส์จากพืชสวนโลก จึงทำให้กลายเป็นทำเลทองของการลงทุนทั้งโรงแรม อาหารที่พัก และค่ายรถยนต์ ปัจจัยที่ 5 ที่

หลายฝ่ายมองว่ายังคงค่อนข้างสดใสแม้เศรษฐกิจจะอยู่ในช่วงขาลงก็ตาม แต่สิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากนี้นั้นคือ ภาวะการแข่งขันของธุรกิจรถยนต์อาจจะต้องรุนแรงขึ้น เพื่อชิงเค้กก่อนโต (กรุงเทพธุรกิจ, 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550: ออนไลน์ <http://www.bangkokbiznews.com>)

นั่นนับว่าจังหวัดเชียงใหม่จึง เป็นศูนย์กลางการพาณิชย์ อุตสาหกรรม และการคมนาคม จึงเป็นเส้นทางการคมนาคมหลัก ทั้งทางรถยนต์ และทางอากาศ และมีทรัพยากรที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา เศรษฐกิจ ประชากร จังหวัดมีจำนวนประชากรทั้งหมดในปี 2547 จำนวน 1,630,769 คน ในปี 2548 มีจำนวนทั้งหมด 1,650,009 คน ในปี 2549 มีจำนวนทั้งหมด 1,658,298 คนจาก ระยะเวลาเพียงช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 60 เปอร์เซนต์ (ที่ทำการปกครองจังหวัดเชียงใหม่, 2549) มีการเพิ่มขึ้นของรถยนต์เป็นจำนวนมากในแต่ละปี จากสถิติทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2550

ตารางที่ 2 แสดงอัตราการขยายตัวรถยนต์จังหวัดเชียงใหม่

ปี	จำนวนรถยนต์	อัตราการเพิ่มขึ้น (ลด) %
พ.ศ.2544	87,625	-
พ.ศ.2545	90,320	3.08
พ.ศ.2546	99,325	7.75
พ.ศ.2547	101,513	2.2
พ.ศ.2548	124,389	22.53
พ.ศ.2549	121,897	(-2.0)
พ.ศ.2550	130,805	7.3

ที่มา: สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ. 2550)

การเพิ่มขึ้นของรถยนต์ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จึงเป็นที่น่าสนใจและเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจคาร์แคร์ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ ซึ่งมีการเพิ่มขยายของธุรกิจซึ่งทำให้ธุรกิจคาร์แคร์ ในจังหวัดเชียงใหม่มีการขยายตัวและเปิดกิจการทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็น มีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกัน อย่างเช่น ศูนย์ล้างรถเพียงอย่างเดียว หรือศูนย์บริการคาร์แคร์สำหรับล้างรถที่มีบริการอื่นๆเพิ่มเติม และต่อมาได้มีการปรับปรุงวิวัฒนาการอีกหลายรูปแบบอาทิเช่น โมเดิร์นคาร์แคร์ ซึ่งหมายถึง ศูนย์ล้างรถด้วยเครื่องอัตโนมัติ หรือกึ่งอัตโนมัติ (Semi – Auto) และบริการเสริมต่างๆ อาทิ ขัดสี เคลือบเงา ทำความสะอาดเบาะ ซักพรมและบริการอื่นๆ ซึ่งหัวใจของความสำเร็จของธุรกิจคาร์แคร์ต้องยอมรับว่าเป็นเรื่องของการควบคุมคุณภาพการให้บริการที่ต้องมีมาตรฐานเสมอ ซึ่งทำให้ ธุรกิจคาร์แคร์มีการแข่งขันสูง “เจฟฟรี่ เบญจกุล” ผู้มองเห็นถึง

ความสำคัญของธุรกิจคาร์แคร์ กล่าวว่า “ ปัจจุบันรถยนต์กลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง และอย่างที่รู้ๆ กันว่าราคาของมันนั้นไม่ใช่ถูกๆ ดังจะสังเกตได้จากการที่เจ้าของมักใส่ใจในการดูแลเพื่อจะได้ใช้ประโยชน์จากรถให้ยาวนานที่สุด และเป็นอีกหนึ่งธุรกิจ" สำหรับตลาดภาคเหนือ ซึ่งช่วงเริ่มต้น เช่น จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง (หนังสือพิมพ์มติชน , คุณภาพเพื่อคุณภาพ, ออนไลน์<http://info.matichon.co.th>) จึงเป็นที่น่าสนและเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจคาร์แคร์ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ ซึ่งมีการเพิ่มขยายของธุรกิจคาร์แคร์เป็นอย่างมาก ดังนั้นนักศึกษา จึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลในการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจคาร์แคร์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ ได้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

คาร์แคร์ หมายถึง ศูนย์บริการคาร์แคร์ที่ดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการแก่ผู้ให้บริการในการทำการล้างอัดฉีด ขัดเงาสี เคลือบสี ขัดเบาะทำความสะอาดรถ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง/เปลี่ยนไส้กรอง/อัดจารบี เปลี่ยนอุปกรณ์อื่น เช่นที่ปัดน้ำฝน เป็นต้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ ศูนย์บริการตามห้างสรรพสินค้า ศูนย์บริการภายในปั้มน้ำมัน ศูนย์บริการเครือข่ายแฟรนไชส์ และศูนย์บริการอิสระ

ศูนย์บริการตามห้างสรรพสินค้า หมายถึง ศูนย์บริการคาร์แคร์ที่ดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการภายในศูนย์การค้า เช่น ศูนย์บริการ Protek ศูนย์บริการ Policam

ศูนย์บริการภายในปั้มน้ำมัน หมายถึง ศูนย์บริการคาร์แคร์ที่ดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน เช่น ศูนย์บริการ Procheck ภายในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ศูนย์บริการ Prosrev ภายในสถานีบริการน้ำมัน เชลล์

ศูนย์บริการเครือข่ายเฟรนไชส์ หมายถึง ศูนย์บริการคาร์แคร์ที่ดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการมีระบบธุรกิจที่ผู้ลงทุน (Franchisee) ได้รับสิทธิในการดำเนินธุรกิจภายใต้ เครื่องหมายการค้า (Brand name) หรือโลโก้ มีการตกแต่งสถานที่ ร้านค้า/สินค้า/บริการ และมีสูตรของสินค้า และการให้บริการ ที่กำหนดโดยเจ้าของสิทธิแฟรนไชส์ ซึ่งเรียก แฟรนเคอร์ (Franchior) เช่น MR.KLEEN ใช้เฟรนไชส์ของ Meguiar 's , Car Lack 68

ศูนย์บริการอิสระ หมายถึง ศูนย์บริการคาร์แคร์ที่ดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการอิสระ ในทำเลต่างๆภายในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยอาจจะมีหรือไม่มีชื่อสถานที่ประกอบการหรือตราหือก็ได้ ทั้งนี้รูปแบบบริการอาจจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันไป

ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลที่เข้ามาใช้บริการคาร์แคร์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่