

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การเพิ่มขึ้นของยานพาหนะในประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยภาคอุตสาหกรรมยานยนต์มีปริมาณการผลิตรถยนต์ในปี 2550 (ม.ค. - ต.ค.) 1,057,251 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2549 ร้อยละ 6.24 และในปี 2550 ประมาณว่า มีการผลิตรถยนต์ 1,250,000 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.21 จากปี 2549 ที่มีการผลิตรถยนต์ 1,188,044 คัน โดยเป็นการผลิตรถยนต์นั่งรถยนต์ปีกออฟ 1 คัน และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ ประมาณร้อยละ 25, 73 และ 2 ตามลำดับ ซึ่งเทียบเป็นสัดส่วนปริมาณการส่งออกต่อปริมาณการผลิต คิดเป็นร้อยละ 50 โดยตลาดส่งออกรถยนต์นั่งที่มีการขยายตัวสูงได้แก่ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ตลาดส่งออกรถแวนและปีกออฟที่มีการขยายตัวสูงได้แก่ ออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย และสหราชอาณาจักร ตลาดส่งออกรถบัสและรถบรรทุกที่มีการขยายตัวสูงได้แก่ ออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย และลิเบีย

อุตสาหกรรมรถยนต์ในปี 2550 การผลิตรถยนต์มีการขยายตัว อันเนื่องมาจากการส่งออกที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่วนการจำหน่ายในประเทศชะลอตัวเล็กน้อย โดยได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ธุรกิจที่เชื่อมโยงของอุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น ธุรกิจเช่าซื้อกำลังประสบปัญหาการชำระหนี้ของลูกค้า ทำให้บริษัทต้องเพิ่มความเข้มงวดในการพิจารณาปล่อยสินเชื่อ อย่างไรก็ดี ในช่วงปลายปี 2550 ซึ่งเป็นฤดูกาลจำหน่ายรถยนต์ บริษัทรถยนต์ต่างพยายามจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นตลาดภายในประเทศ ประกอบกับการจัดงาน Motor Expo 2007 ระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน - 10 ธันวาคม 2550 ณ IMPACT เมืองทองธานี ซึ่งการจัดงานครั้งนี้จะเป็นการกระตุ้นตลาดภายในประเทศในช่วงปลายปีได้ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2551: ออนไลน์) และในภาคอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในปี 2550 อุตสาหกรรมปิโตรเคมีอยู่ในช่วงที่มีความผันผวนอย่างมาก ราคาผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีมีการปรับตัวตามราคาน้ำมันดิบ โดยเป็นผลมาจากปัจจัยทางการเมืองของประเทศผู้ผลิตเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นความคืบหน้าโครงการพัฒนาพลังงานนิวเคลียร์ของอิหร่าน ความไม่สงบทางการเมืองของไนจีเรีย ร่วมกับปัจจัยเรื่องความผันผวนของสภาพภูมิอากาศโลก หลายประเทศในภูมิภาคมีแผนขยายกำลังการผลิตของตน โดยมีการลงทุนในเอทีเอ็นแครกเกอร์ใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นไทย ฟิลิปปินส์ อินเดีย จีน โอมาน และอิหร่าน อีกทั้งหลายประเทศได้หันมาเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจโดยเป็นโครงการร่วมลงทุนระหว่างกันเพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบ ได้แก่

คูเวต-จีน ได้หัน-จีน เป็นต้น ภาวะอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในปี 2551 หลายประเทศมีโครงการขยายกำลังการผลิต และมีการลงทุนในโครงการใหม่ๆ ซึ่งจะส่งผลให้มีการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมปิโตรเคมีในประเทศมีการชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่ามูลค่าการนำเข้าปิโตรเคมีขั้นต้น ชั้นกลาง จะค่อนข้างทรงตัว ส่วนปิโตรเคมีขั้นปลายคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ใช้เม็ดพลาสติกจากปิโตรเคมีขั้นปลายยังคงมีความต้องการ เม็ดพลาสติกเกรดพิเศษเพิ่มมากขึ้น ส่วนด้านการส่งออกนั้น คาดว่า การส่งออกปิโตรเคมีโดยรวมจะสามารถขยายตัวได้เล็กน้อย เนื่องจากโรงงานในประเทศที่มีการปิดซ่อมบำรุงประจำปีได้กลับมาเดินเครื่องผลิตอีกครั้ง รวมทั้งมีการขยายกำลังการผลิต ทำให้มีผลิตภัณฑ์สามารถส่งออกได้ โดยเฉพาะจีน ซึ่งเป็นตลาดสำคัญ มีโครงการลงทุนในเขตเศรษฐกิจใหม่ ทำให้ยังคงมีความต้องการผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตจะเผชิญกับปัญหาความผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลก และภาวะความไม่มีเสถียรภาพของค่าเงินบาท ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี และจะส่งผลโดยตรงต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน(สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2551: ออนไลน์) จากภาวะของทั้งภาคอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรม ปิโตรเคมีที่แนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้แนวโน้มการใช้ น้ำมันเครื่องเพิ่มสูงขึ้น โดยใน ปี 2549 มูลค่าของตลาดน้ำมันเครื่องมีมูลค่ากว่า 30,000 ล้านบาท ทำให้มีผู้ประกอบการหันมาลงทุนในการผลิตและจำหน่ายน้ำมันเครื่อง โดยในประเทศไทยมีผู้ผลิตและจำหน่ายจำนวนมาก แต่น้อยรายที่จะประสบความสำเร็จ และจากบริษัทที่ผู้ศึกษาทำงานอยู่นั้นเป็นบริษัทที่รับผลิตน้ำมันเครื่องให้ลูกค้ามานาน โดยผลิตให้เป็นตราหือของลูกค้านั้นแต่ลูกค้าต้องการ โดยการผลิตมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทางบริษัทจึงมองเห็นถึงโอกาสทางการตลาด ดังนั้นจึงได้ออกผลิตภัณฑ์น้ำมันเครื่องยี่ห้อใหม่ซึ่งเป็นของบริษัทเองและได้เริ่มขายตั้งแต่ต้นปี 2549 แต่จากการรายงานของฝ่ายขาย พบว่าสินค้าที่ผลิตไปนั้นมียอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากก่อนออกผลิตภัณฑ์ตัวนี้ไม่ได้มีการสำรวจตลาดก่อนต่างๆ ที่ยอดขายจากของลูกค้าที่มาจ้างบริษัทผลิตยังมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ไพฑูริย์ ยี่แก้ว, 2550: สัมภาษณ์)

ปริมาณรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาครมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2539 มีปริมาณรถยนต์ที่จดทะเบียนจำนวน 88,542 คัน เป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำนวน 5,470 คันและปี 2549 มีปริมาณรถที่จดทะเบียนจำนวน 145,839 คัน โดยเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำนวน 5,716 คัน (สำนักงานขนส่งจังหวัดสมุทรสาคร, 2550)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการทราบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร เพราะจะได้นำมาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้า

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใชัรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับกลยุทธ์ด้านการตลาด ของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายน้ำมันเครื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

น้ำมันเครื่อง หมายถึง น้ำมันสำหรับหล่อลื่นเครื่องยนต์ที่มีการเผาไหม้ภายในเครื่องยนต์ดีเซลและเครื่องยนต์เบนซิน

ผู้ใชัรถยนต์นั่งส่วนบุคคล หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือผู้บริโภคที่ใชัรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและเป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันเครื่อง