บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันรถจักรยานยนต์มีบทบาทสำคัญในการเป็นทางเลือกสำหรับการเดินทางไม่ว่าจะเป็นการเดินทางไปทำงาน การเดินทางไปซื้อสิ่งของหรือใช้ส่งบุตรหลานไปเรียนหนังสือ ทั้งนี้เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และประหยัด ประชาชนส่วนมากจึงนิยมใช้รถจักรยานยนต์ ทำให้รถจักรยานยนต์เปรียบเสมือนปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ในการดำรงชีวิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางโดยจะเห็นได้จากสภาพการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2548 มียอดรวมการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ทุกยี่ห้อจำนวนถึง 2,112,426 คัน โดยเพิ่มจากปี พ.ศ. 2547 ซึ่งมียอดจำหน่ายที่ 2,026,841 คัน เพิ่มขึ้น 85,585 คัน (สถาบันยานยนต์, 2550: ออนไลน์) จำนวนรถจักรยานยนต์ที่ได้รับการจดทะเบียนทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2548 มีจำนวน 2,011,816 คัน โดยเพิ่มจากปี พ.ศ. 2547 ซึ่งมีรถจักรยานยนต์ที่ได้รับการจดทะเบียนจำนวน 1,943,590 คัน เพิ่มขึ้น 68,226 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2550: ออนไลน์) และในปี พ.ศ.2549 ประเทศไทยประสบกับภาวะชะลอตัวทางเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากสถานการณ์ด้านราคาน้ำมัน รวมไปถึงปัจจัยด้านการเมืองในประเทศ ซึ่งส่งผลให้ตลาดรถจักรยานยนต์มีอัตราการเจริญเติบโตที่ลดลง จากสภาพการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2550 มียอดรวมการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ทุกยี่ห้อจำนวน 1,598,613 คัน โดยลดลงจากปี พ.ศ. 2549 ซึ่งมียอดจำหน่ายที่ 2,054,588 คัน ลดลงถึงร้อยละ 22.19 (สถาบันยานยนต์, 2550:ออนไลน์) ทำให้ผู้ผลิต และ ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์หลายรายต้องแข่งขันกันทำการตลาดเพื่อรักษายอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำตลาด โดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหรือการขยายสาขา

ในจังหวัดลำปางมีจำนวนรถจักรยานยนต์ที่ได้รับการจดทะเบียนปี พ.ศ. 2550 มีทั้งหมด 16,293 คัน โดยลดลงจากปี พ.ศ. 2549 ที่ได้รับการจดทะเบียนในช่างเวลาเดียวกันที่ 19,211 คัน ลดลง 2,918 คัน (สำนักงานขนส่งจังหวัดลำปาง, 2550: ออนไลน์) ในเขตอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง มีจำนวนประชากรรวมทั้งหมด 64,123 คน (กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย, 2550: ออนไลน์) และปัจจุบันมีผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ทั้งสิ้น 5 ราย โดยจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ 6 ยี่ห้อ ได้แก่ ฮอนด้า, ยามาฮ่า, คาวาซากิ, ซูซูกิ, ไทเกอร์ และ เจ.อาร์.ดี จากเดิมที่มีผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์เพียง 2 รายและจัดจำหน่ายเพียงยี่ห้อเดียว ส่งผลให้ภาวะการณ์แข่งขันในตลาดรถจักรยานยนต์ ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปางมีการแข่งขันมากขึ้น และจากแนวโน้มการลดลงของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตลาดรถจักรยานยนต์ ยิ่งส่งผลให้การแข่งขันในตลาดรถจักรยานยนต์ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ผู้จัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์แต่ละรายต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เช่น เงินดาวน์น้อย ระยะเวลาในการผ่อนชำระยาวขึ้น การให้ส่วนลด และการบริการหลังการขาย เพื่อยึดครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุดหรือเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดของตนเองไว้

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องหรือหน่วยงานธุรกิจ สามารถนำไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนในต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภคใน อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้บริโภคใน อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง

2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้จัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์และผู้ที่สนใจ ได้นำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางด้านการตลาด ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

รถจักรยานยนต์ หมายถึง รถสองล้อที่ขับเคลื่อนด้วยกำลังเครื่องยนต์

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ในอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved