

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

รถยนต์จัดว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ อาจจะได้ว่าเป็นปัจจัยที่ 5 ของมนุษย์ ที่ช่วยในเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทาง และการขนส่ง ปัจจุบันคนไทยถือว่ารถยนต์ ไม่ใช่เพียงยานพาหนะแต่รถยนต์เปรียบเหมือนเฟอร์นิเจอร์ชิ้นหนึ่งที่บ่งบอกถึงฐานะทางสังคม เกียรติภูมิรายได้ และรสนิยม ของผู้ครอบครองอีกด้วย

การขยายตัวที่สูงอย่างต่อเนื่อง ของยอดขายรถยนต์ในประเทศไทย ทำให้มีความเป็นไปได้ที่ตลาดรถยนต์ทั้งในและต่างประเทศในปี 2553 นี้จะขยายตัวได้สูง โดยยอดขายรถยนต์ในประเทศมีโอกาสขยายตัวได้สูงถึงร้อยละ 28 ถึง 33 คิดเป็นจำนวน 700,000 ถึง 730,000 คัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553, ออนไลน์) จากการเพิ่มจำนวนขึ้นของยอดขายดังกล่าว ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์เติบโตตามไปด้วย และธุรกิจคาร์แคร์ ก็เป็นหนึ่งในหลายธุรกิจที่มีแนวโน้มจะเติบโต บวกกับพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยทำความสะอาดดูแลรักษารถยนต์ด้วยตนเองหันมาใช้บริการธุรกิจให้บริการดูแลรักษารถยนต์ที่มีมาตรฐานมากขึ้น สาเหตุที่สำคัญคือ ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ไม่มีเวลาดำรงรถเอง ประหยัดเวลา และแรงงานของตน ความสะดวกสบาย ต้องการการดูแลทะนุถนอมเป็นพิเศษ เนื่องจากการยากกว่าจะได้มาแต่ละคัน และบางกลุ่มเห็นว่า การดูแลทำความสะอาดด้วยตนเอง อาจไม่ทั่วถึง ดังนั้นการใช้บริการธุรกิจดังกล่าวจึงตอบสนองความต้องการในจุดนี้ได้ ถึงแม้ว่าบางครั้งจะมีค่าใช้จ่ายที่สูงก็ตาม แต่เมื่อเทียบกับราคาารถยนต์แล้ว ถือว่ามีความคุ้มค่า ไม่แพงจนเกินไป (อิชิโรโรดเทรนนิ่ง, 2552: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นศูนย์กลางการพาณิชย์ อุตสาหกรรม และการคมนาคม ของภาคเหนือ ที่มีการเติบโตและขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีจำนวนประชากร 1,673,813 คน จำนวนครัวเรือน 617,627 ครัวเรือน รายได้ส่วนใหญ่มาจากสาขาการบริการ 27.32% คิดเป็นมูลค่า 27.32 ล้านบาท และรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 49,412 บาทในปี 2544 เป็น 64,429 บาทในปี 2550 (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2550) จากรายได้ที่เพิ่มขึ้น ทำให้ความสามารถในการจับจ่ายเพิ่มขึ้น และเพื่อความสะดวกในด้านการเดินทาง การซื้อรถยนต์เพื่อใช้งาน จึงเป็นสิ่งต่างๆ ที่ประชากรจังหวัดเชียงใหม่มักจะเลือกซื้อ รองจากที่อยู่อาศัย สังกศตุ์ได้จากการเพิ่มขึ้นของรถยนต์

ที่จดทะเบียนสะสมในจังหวัดเชียงใหม่ เฉพาะรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) จากปี พ.ศ. 2541 – 2552

จากข้อมูล จำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนสะสมในจังหวัดเชียงใหม่ เฉพาะรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) จากปี พ.ศ. 2541 จนถึง พ.ศ. 2552 มีจำนวนที่เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี โดยจากจำนวน 67,039 คันในปี 2541 มาเป็น จำนวน 150,016 คันในปี 2552 คิดเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 124.77 (กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก, 2552: ออนไลน์) ซึ่งจากจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ โดยเฉพาะธุรกิจคาร์แคร์ มีแนวโน้มการใช้บริการในทิศทางที่เพิ่มขึ้นด้วย (ไพรัช ประมวลสุขสมาคมผู้ประกอบการคาร์แคร์ไทย, 2551, ออนไลน์) ปัจจัยที่ทำให้การทำธุรกิจคาร์แคร์มีโอกาสเติบโต ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยหลัก ประกอบไปด้วย ปัจจัยแรก เรื่องจำนวนรถยนต์ ที่มีการจดทะเบียนเพิ่มขึ้น และคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกๆปี ปัจจัยที่สอง เรื่องสถานที่และความสะดวกในการล้างรถ ปัจจุบันสังคมเมือง ที่ดินค่อนข้างแพง อาคารบ้านเรือนก็คับแคบลง ทำให้การล้างรถเองก็ลำบาก ในเรื่องพื้นที่และการนำน้ำมาใช้ ปัจจัยที่สาม เรื่องพฤติกรรมของคนใช้รถซึ่งมีเวลาไม่มากนักในการดูแลรถของตัวเอง กว่าจะซื้อรถได้ก็ต้องอดออมกัน ดังนั้นทุกคนก็รักรถของตัวเองซึ่งเป็นสมบัติชิ้นสำคัญอันหนึ่ง หากจะปล่อยให้สกปรก ก็ไม่เหมาะสม หากจะล้างเอง ก็ต้องใช้เวลา เพราะไม่มีเครื่องมือที่ช่วยให้การล้างรถได้เร็วขึ้น หรือล้างเองอาจจะไม่สะอาดเพียงพอ

ข้อมูลจาก ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปี พ.ศ. 2549 มีผู้ประกอบการประเภทคาร์แคร์ที่จดทะเบียนถูกต้องในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนทั้งสิ้น 7 ราย ในปี พ.ศ. 2550 จำนวน 18 ราย ปี พ.ศ. 2551 จำนวน 33 ราย ปี พ.ศ. 2552 จำนวน 40 ราย และในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนทั้งสิ้น 44 ราย (ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่, 2553) ซึ่งจำนวนดังกล่าวเป็นจำนวนที่มีการจดทะเบียนและเสียภาษีถูกต้องเท่านั้น จากการสำรวจเบื้องต้นของผู้ศึกษาในระหว่างเดือนตุลาคม 2553 โดยการเดินทางไปตามถนนสายต่างๆ ในบริเวณอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีธุรกิจคาร์แคร์ ประมาณ 100 แห่ง และจากปัจจัยที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงเป็นผลให้ธุรกิจคาร์แคร์มีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้นอีก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

จากจำนวนรถยนต์ และจำนวนร้านธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีมากขึ้น ผู้ใช้รถมีเวลาดูแลรถยนต์น้อยลง ส่งผลให้ธุรกิจคาร์แคร์เกิดการแข่งขันกันสูง และคาดว่าจะมีแนวโน้มจะมีการแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบผลการศึกษาจากการสำรวจกลุ่มผู้บริโภค ว่าปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภค มีพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์อย่างไร และกลุ่มผู้บริโภคที่ผู้ศึกษามีความ

สนใจที่จะศึกษา คือกลุ่มผู้ประกอบการทุกเพศ ทุกวัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้บริการธุรกิจการค้า

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้บริการธุรกิจการค้า
2. นำผลที่ได้ไปปรับปรุง และเป็นแนวทางในการวางแผน และพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์

พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจการค้า หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการธุรกิจการค้า โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อน และหลังการกระทำต่าง ๆ โดยพฤติกรรมผู้บริโภค ศึกษาจากแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who), ผู้บริโภคซื้ออะไร (What), ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why), ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who), ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When), ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) และผู้บริโภคว่าซื้ออย่างไร (How)

ธุรกิจการค้า หมายถึง ศูนย์บริการที่ดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการแก่ผู้ใช้บริการในการทำการล้างอัดฉีด ขัดเงาสี เคลือบสี ขัดเบาะทำความสะอาด เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง/ เปลี่ยนไส้กรอง/อัดจารบี เปลี่ยนอุปกรณ์อื่น เช่นที่ปัดน้ำฝน เป็นต้น

ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เคยใช้บริการธุรกิจการค้า ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นคนรุ่นใหม่ไม่มีเวลาดำรงรถเอง ประหยัดเวลา และแรงงานของตน ความสะดวกสบาย ต้องการการดูแลทะนุถนอมเป็นพิเศษ