

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดชายทะเล ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย เป็นจังหวัดปริมณฑล ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 30 กิโลเมตร มีพื้นที่ 872.347 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 545,216 ไร่ (ศูนย์สารสนเทศเพื่อการบริหารและงานปกครอง, 2553: ออนไลน์) มีจำนวนประชากร 484,606 คน จังหวัดสมุทรสาครมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มชายฝั่งทะเล สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1.00 - 2.00 เมตร มีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่านตอนกลางจังหวัด ไหลคดเคี้ยวตามแนวเหนือใต้ลงสู่อ่าวไทยที่อำเภอเมืองสมุทรสาคร ระยะทางยาวประมาณ 70 กิโลเมตร จังหวัดสมุทรสาครแบ่งการปกครองเป็น 3 อำเภอ คืออำเภอเมือง อำเภอกระทุ่มแบน และอำเภอบ้านแพ้ว (ประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง เรื่องจำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่างๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร, 2552: ออนไลน์) จังหวัดสมุทรสาครห่างจากทะเลเพียง 2 กิโลเมตร จึงเกิดปัญหาน้ำทะเลหนุนและท่วมพื้นที่เขตอำเภอเมืองได้ง่ายและบ่อย กอปรกับไอเค็มจากน้ำทะเลและความชื้น จึงทำให้รถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาครเกิดสนิมได้ง่ายกว่ารถยนต์ทั่วไปที่ใช้งานอยู่ห่างจากพื้นที่ใกล้ทะเล ตามที่นักวิทยาศาสตร์และนักเคมีรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงว่า สนิมสามารถเกิดขึ้นได้ตลอด ครอบคลุมที่มีเหล็กและอากาศมาทำปฏิกิริยาออกซิเดชันก็จะเกิดสนิมขึ้น (เกียรติชัย ธีรวรชัย, 2546 : ออนไลน์)

ศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาครมีทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์บริการพ่นกันสนิม ยี่ห้อ ทuff-โคทไดโนล (Tuff-Kote Dinol) (บริษัท ไทยคาร์แคร์ จำกัด : ออนไลน์) ศูนย์บริการพ่นกันสนิม ยี่ห้อ คาดูแลค (Cadulac) (บริษัท คาดูแลค (ประเทศไทย) จำกัด : ออนไลน์) และศูนย์บริการพ่นกันสนิม ยี่ห้อ พรีเมียม (Premium) (บริษัท ที.วี.ซี. คาร์แคร์ จำกัด : ออนไลน์) ศูนย์บริการทั้งสามแห่งนี้ให้ บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ประเภทส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง (รถเก๋ง) รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถปิคอัพ) รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน (รถตู้) และรถบรรทุกตั้งแต่ 6 ล้อขึ้นไป จากข้อมูลข้างต้นดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ในจังหวัดสมุทรสาคร จัดตั้งศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการดูแลรักษาและยืดอายุการใช้งานรถยนต์ของตนเองให้นานขึ้นทำให้

ผู้ประกอบการได้เห็นการเพิ่มโอกาสและมูลค่าทางธุรกิจ ซึ่งศูนย์บริการพ่นกันสนิมทั้ง 3 แห่งนี้ได้มีการแข่งขันสร้างกลยุทธ์การตลาดของตนเองขึ้นมา โดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการ คือ ศูนย์บริการพ่นกันสนิมยี่ห้อทอฟ-โคทไดโนล มีโปรโมชันพิเศษประจำเดือน 3 แพ็คเกจ ได้แก่ แพ็คเกจ A คือเมื่อรับบริการโปรแกรม ชัดเคลือบสี SYSTEM 6 ในราคาเต็ม รับสิทธิพอกเบาะ ชักพรมในราคาเพียง 50% แพ็คเกจ B คือเมื่อรับบริการพ่นกันสนิมเต็มระบบในราคาเต็ม รับสิทธิพ่นลดเสียงและแรงสั่นสะเทือนในราคาเพียง 50% และแพ็คเกจ C คือเมื่อชัดเจนสี SYSTEM 6 พร้อมพ่นลดเสียงและแรงสั่นสะเทือน แดมฟรีพ่นส่วนบนของรถ เช่น ด้านในประตู กระจัง กระจังหน้า-หลัง และจุดอับทุกส่วน (รถภัทร ชุนสิทธิ์, สัมภาษณ์ วันที่ 20 เมษายน พ.ศ.2553) ศูนย์บริการพ่นกันสนิมยี่ห้อคาลูแลค มีโปรโมชันพิเศษ ได้แก่ ชื่อน้ำยาคาร์แคร์ชนิดใดก็ได้ เช่น น้ำยาทำความสะอาดเครื่องยนต์ ENGINCLEANER หรือน้ำยาเอนกประสงค์ (C-90) แดมฟรีสเปรย์กำจัดสนิมซูเปอร์โทรล 001 SUPERTROL ขนาด 200 ML (เกียรติชัย ชีวรชัย : ออนไลน์) ศูนย์บริการพ่นกันสนิมยี่ห้อฟรีเมียม มีโปรโมชัน 4 แพ็คเกจ ได้แก่ แพ็คเกจที่ 1 เคลือบสีหรือพ่นกันสนิมหรือชักเบาะ ชักพรม แดมชุดก๊อป์เซ้ททำความสะอาดสะอาดรถฟรี 1 ชุด แพ็คเกจที่ 2 เคลือบสี(ครั้งเดียว)หรือพ่นกันสนิม(ครั้งเดียว) แดมฟรีผ้าไมโครไฟเบอร์มูลค่า 190 บาท แพ็คเกจที่ 3 ชักเบาะหรือชักพรม แดมฟรีน้ำยาลดกลิ่นอับมูลค่า 175 บาท แพ็คเกจที่ 4 ล้างห้องเครื่อง แดมฟรีแชมพูล้างรถมูลค่า 60 บาท (บริษัท ที.วี.ซี. คาร์แคร์ จำกัด : ออนไลน์)

ด้วยเหตุนี้ ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์ โดยการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษา ผู้บริโภคที่มีรถยนต์และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการของศูนย์บริการทั้ง 3 แห่งนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อ ศึกษา ระดับ ความ สำคัญ ของ ปัจจัย ส่วนประสม การตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในการเลือกศูนย์บริการพ่นกันสนิมรถยนต์
2. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และ โอกาสทางการตลาด เพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ให้เหนือคู่แข่ง

นิยามศัพท์

ปัจจัย หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กระบวนการ (Process) บุคลากร (People) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ศูนย์บริการพนักันสนิม หมายถึง หน่วยธุรกิจที่จดทะเบียนการค้าโดยบุคคลคนเดียวหรือนิติบุคคล และดำเนินกิจการธุรกิจบริการเกี่ยวกับพนักันสนิมรถยนต์

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่มีรถยนต์ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และเป็นผู้ที่ตัดสินใจใช้บริการพนักันสนิมรถยนต์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved