

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

รถยนต์นับเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการใช้ชีวิตของคนเมืองหลวง และเมืองใหญ่ทั่วไปในปัจจุบัน ยิ่งการจราจรติดขัดมากขึ้นเท่าใด และตราบที่ระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ของเรา ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เดินทางได้อย่างเพียงพอ จะสังเกตได้ว่าเมื่อบุคคลเริ่มเข้าสู่วัยทำงานและมีเงินเก็บหอมรอมริบได้จำนวนหนึ่ง สิ่งที่มีให้เลือกซื้อในอันดับต้น ๆ นอกจากที่อยู่อาศัยแล้วก็คือรถยนต์ ซึ่งนอกจากจะทำให้สามารถนำพาตนเองสู่ที่หมายได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และยังเป็นค่านิยมส่วนหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจของตนเองได้อีกด้วย (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2539: ออนไลน์)

ตลาดรถยนต์ทั่วโลกมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา โดยเฉพาะการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด สำนักวิจัยไทยธนาการ คาดว่าปี 2547 ยอดจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศจะเป็นปีที่มียอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศสูงสุดนับตั้งแต่ปี 2539 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องประกอบกับแนวโน้มของระดับอัตราดอกเบี้ยทรงตัวในระดับต่ำเป็นประวัติการณ์ และแคมเปญส่งเสริมการขายของค่ายรถยนต์ต่าง ๆ ตลอดจนการย้ายฐาน การผลิตของบริษัทค่ายรถยนต์ (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน, 2547: ออนไลน์) ซึ่งจะเห็นได้จากยอดผลิตรถยนต์ในปี 2546 มีมากถึง 750,512 คัน มากกว่าปี 2545 ถึง 29 % เนื่องจากยอดขายรถยนต์นั่งขนาดเล็กและกลางในประเทศเพิ่มขึ้น (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2547: ออนไลน์)

กระแสการแข่งขันในตลาดรถยนต์นั่งขนาดเล็กรุนแรงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การปรับลดราคาจำหน่ายรถยนต์ นับเป็นการสร้างปรากฏการณ์ใหม่ในแวดวงธุรกิจการค้ารถยนต์เมืองไทย ทำให้บริษัทรถยนต์หลายรายต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขนาดใหญ่ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับตนเอง (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2539: ออนไลน์)

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทั้งด้านอุตสาหกรรม เกษตรกรรมและการประมงมีประชากรทั้งสิ้น 442,914 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว 232,244 บาท/ปี ซึ่งนับว่าสูงเป็นอันดับสี่ของประเทศ (สำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรสาคร, 2546) จากสถิติรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2541 - 2546 ดังที่แสดงในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 แสดงสถิติรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่จดทะเบียนตาม พ.ร.บ.รถยนต์  
ณ วันที่ 31 ธันวาคม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2546**

ปี	จำนวนรถ (คัน)	อัตราการเพิ่ม (ลด) %
2541	3,246	-
2542	3,876	19.41
2543	4,649	19.94
2544	5,116	10.05
2545	5,108	-0.16
2546	4,230	-17.19

ที่มา : สำนักงานขนส่งจังหวัดสมุทรสาคร

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่า จำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ซึ่งแสดงถึงความต้องการในการใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์จำนวนมาก ซึ่งในจังหวัดสมุทรสาครมีผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์จำนวน 5,501 ราย (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดสมุทรสาคร, 2547) ทำให้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและปัญหาในการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผลการศึกษานี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือหน่วยงานธุรกิจที่สามารถนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการผลิตและการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

2. ทำให้ทราบถึงปัญหาในการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

3. เป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจจัดจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อสามารถนำไปวางแผนธุรกิจและวางแผนด้านการตลาดได้

#### นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ได้แก่

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ได้แก่ ทัศนวิสัย คุณภาพอุปกรณ์ภายในรถ การสตาร์ท เครื่องยนต์ การขับ การเลี้ยว การทรงตัว ระบบรักษาความปลอดภัย การประหยัดน้ำมัน ชื่อเสียงของยี่ห้อ ความกว้างขวางของห้องโดยสาร รูปลักษณ์ ตัวถัง สีของรถ บริการหลังการขาย ยี่ห้อเครื่องปรับอากาศ ระบบเบรก การรับประกันอะไหล่ ขนาดของรถ

ราคา หมายถึง ราคารถยนต์ ส่วนลดกรณีซื้อสด การสามารถผ่อนได้โดยไม่มีดอกเบี้ย เงินค่านำ ระยะเวลาในการผ่อน การผ่อนเงินค่านำได้ ราคาอะไหล่ ราคาค่าตรวจเช็ค

การจัดจำหน่าย หมายถึง ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการสะดวกในการเดินทาง การอยู่ใกล้ชุมชน การมีที่จอดรถ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน การมีสถานที่สะอาด ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ มีศูนย์บริการหลายแห่ง บริการรับซ่อมนอกสถานที่ เวลาเปิด-ปิดของศูนย์จำหน่ายและศูนย์บริการ

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง

1. การโฆษณา ได้แก่ การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ การประชาสัมพันธ์โดยป้าย

โฆษณา

2. การส่งเสริมการขาย ได้แก่ ฟรีค่าจดทะเบียน การมีของแถม แคมเปญกันภัย การมีบัตรส่วนลดพิเศษ ฟรีค่าขนส่ง ฟรีค่าแรงในการซ่อม

3. ด้านพนักงานขาย ได้แก่ ความรู้ในสินค้าของพนักงานขาย ความจริงใจและเสมอภาคของพนักงานขาย การบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ความชำนาญในการแก้ไขข้อขัดข้อง การบริการด้วยความรวดเร็วและตรงเวลา

รถยนต์นั่งส่วนบุคคล หมายถึง รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 คน

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและจดทะเบียนในจังหวัดสมุทรสาคร