

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

รถยนต์เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในการดำรงชีวิตประจำวัน เพราะรถยนต์ช่วยอำนวยความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว และความปลอดภัยในการเดินทางได้เป็นอย่างดี อุตสาหกรรมรถยนต์ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจึงทำให้เกิดนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ผู้ประกอบรถยนต์แต่ละยี่ห้อต่างแข่งขันพัฒนาด้านการออกแบบ เทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ต้นทุนการผลิตรถยนต์ในแต่ละรุ่นมีราคาแพง การตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคจึงต้องตระหนักถึงความคุ้มค่าประโยชน์การใช้งาน ความประหยัดเชื้อเพลิงและค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา ความภาคภูมิใจที่ได้ครอบครองเป็นเจ้าของ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2539: ออนไลน์)

แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมในประเทศไทยในขณะนี้มีความร้อนแรงมาก ถึงขนาดที่หลายฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจใฝ่ฝันที่จะเห็นประเทศไทยเป็นเมืองดีทรอยต์แห่งเอเชีย ซึ่งหมายถึงการเป็นศูนย์กลางผลิตและการส่งออกรถยนต์ในภูมิภาคนี้ ทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจได้ร่วมกันจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งมีการกำหนดเป้าหมายการผลิตรถยนต์ให้ได้ 1 ล้านคันต่อปีภายในปี 2549 การฟื้นตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยปรากฏชัดเจนจากยอดการผลิตและการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศในปี 2545 ที่ผ่านมามีปริมาณสูงถึง 584,951 คัน และ 409,362 คัน ตามลำดับ หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 27.3 และร้อยละ 37.8 ตามลำดับจากปี 2544 จนทำให้มีการคาดกันว่าภายใน 1-2 ปี ยอดการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศจะกลับไปสู่ระดับที่เคยทำไว้สูงสุดที่ 589,126 คันในปี 2539 เมื่อครั้งก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจได้ค่อนข้างแน่นอน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2546: ออนไลน์)

ภาวะตลาดที่กลับมาคึกคักของตลาดรถยนต์ในประเทศ ยังคงปรากฏอย่างต่อเนื่องมาในปี 2546 ท่ามกลางสถานการณ์หวาดวิตกเกี่ยวกับสงครามระหว่างสหรัฐและอิรักที่คุกรุ่นมาตั้งแต่ปลายปีที่แล้วก่อนจะปะทุขึ้นในเดือนมีนาคมที่ผ่านมา รวมทั้งความตื่นตระหนกเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของไข้หวัดมรณะ แต่ตลาดรถยนต์ก็ยังคึกคักอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่หลายธุรกิจและอุตสาหกรรมมีอาการสะดุดจากภาวะสงครามและไข้หวัดมรณะ โดยในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2546 ยอดการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยยังคงพุ่งแรงไม่หยุด คือมีจำนวนทั้งสิ้นกว่า 119,000 คัน หรือเติบโตถึงร้อยละ 42 จากช่วงเวลาเดียวกันปีที่แล้ว และยิ่งเมื่อภาวะสงครามสหรัฐ-อิรักยุติลงแล้ว ทำให้คาดว่ายอดจำหน่ายรถยนต์ในปี 2546 จะอยู่ประมาณ 500,000 คัน หรือเพิ่มขึ้นจากยอดขายปี 2545 กว่าร้อยละ 20 (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2546: ออนไลน์)

นายพุมิโอะ โทเนะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท มาสด้า เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้จัดจำหน่ายรถยนต์มาสด้าในประเทศไทย เปิดเผยว่า มาสด้าประสบความสำเร็จอย่างสูงในรอบปีที่ผ่านมา ด้วยยอดการจำหน่ายรถยนต์มาสด้าประจำปี 2547 มีจำนวนทั้งสิ้น 14,130 คัน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 36 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2546 ส่วนในปี พ.ศ. 2548 นี้ มาสด้าตั้งเป้าการจำหน่ายไว้ที่ประมาณ 17,000 คัน โดยจะเป็นการเพิ่มจากปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 20 ทั้งนี้พิจารณาสภาพของตลาดโดยรวม (ยานพาหนะ, 2548: ออนไลน์)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มาสด้า เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ และทราบถึงปัญหาข้อเสนอนะในการซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค เป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ได้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำไปวางแผนกด้านธุรกิจและด้านการตลาด สำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้เขียนได้ศึกษาเฉพาะรถยนต์ยี่ห้อมาสด้า เนื่องจากเป็นรถยนต์นั่งในระดับกลางซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างมากเมื่อเทียบกับในอดีต ด้วยยอดจำหน่ายในปี 2547 มีจำนวนทั้งสิ้น 14,130 คัน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 36 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2546

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มาสด้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการซื้อรถยนต์มาสด้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มาสด้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. ทราบปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อรถยนต์มาสด้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
3. เป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ ได้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำไปวางแผนธุรกิจและวางแผนด้านการตลาดได้

### นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

**ผู้บริโภค** หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อมาสด้า ณ ศูนย์ผู้แทนจำหน่ายมาสด้าในกรุงเทพมหานคร เริ่มจาก พ.ศ. 2547 ถึง ปี พ.ศ.2548

**ปัจจัย** หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มาสด้า ณ ศูนย์ตัวแทนจำหน่ายมาสด้าในประเทศไทย ตัวแปรที่ต้องคำนึงถึงก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ยี่ห้อ มาสด้า ได้แก่ ความจำเป็นในการใช้งาน ราคา ค่าใช้จ่ายในการใช้รถยนต์ คุณสมบัติของรถยนต์ สิ่งรบกวนการตลาด การบริการก่อนและหลังการขาย มูลค่าของรถยนต์เมื่อผ่านการใช้งานแล้ว ความคุ้นเคย และวัตถุประสงค์ในการใช้งาน

**รถยนต์** หมายถึง รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 คน ยี่ห้อมาสด้า