

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในการดำรงชีพ หรือการดำเนินชีวิตปัจจุบันถือได้ว่ารถยนต์เป็นปัจจัยที่ 5 ซึ่งถือเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในปัจจุบัน ควบคู่จากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 297,100 คัน ในปี พ.ศ. 2544 เป็น 626,000 คัน ในปี พ.ศ. 2547 และปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศ เพิ่มขึ้นจากเดิม 104,500 คัน ในปี พ.ศ. 2544 เป็น 209,000 คัน ในปี พ.ศ. 2547 (สำนักงานวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2548ข : ออนไลน์) และมีการประมาณการว่า ในปี พ.ศ. 2548 จะมีปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ประเภทต่างๆ ในประเทศประมาณ 690,000 คัน ส่วนปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในประเทศจะมีประมาณ 210,000 คัน เมื่ออุตสาหกรรมรถยนต์ขยายตัวมากขึ้น จึงส่งผลให้ธุรกิจยางรถยนต์ขยายตัวขึ้นไปด้วย โดยดูจากปริมาณการผลิตยางรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น จากปริมาณการผลิต 16.2 ล้านเส้น ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 25.8 ล้านเส้น ในปี พ.ศ. 2547 (สำนักงานวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2548ก : ออนไลน์) โดยยางรถยนต์ที่ผลิตได้จะจำหน่ายในประเทศร้อยละ 80 ของปริมาณการผลิต (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2539 : ออนไลน์)

ตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของประเทศไทย โดยมีจำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลจดทะเบียนสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547 เท่ากับ 6,377,515 คันหรือคิดเป็นร้อยละ 3.8 ของจำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลจดทะเบียนทั่วประเทศ (กรมการขนส่งทางบก, 2547:ออนไลน์) ในส่วนของร้านจำหน่ายและให้บริการเกี่ยวกับยางรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีร้านจำหน่ายและให้บริการทั้งสิ้น 71 ราย (บริษัท สยามมิชลินมาร์เก็ตติ้ง แอนด์เซลส์ จำกัด, 2547) ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะการแข่งขันในเรื่องของการตัดราคาจำหน่าย อันส่งผลให้กำไรต่อหน่วยลดลง การปรับตัวให้อยู่รอดในภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงการให้บริการ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านของตนเอง

บริษัท เชียงใหม่เวียงพิงค์การยาง จำกัด ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2500 เปิดให้บริการครบวงจรเกี่ยวกับยางรถยนต์ ทั้งในด้านการขายยางรถยนต์ การถอด เปลี่ยน ใสายางรถยนต์ รวมถึงการตั้งศูนย์ถ่วงล้อ มีสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 372 ถนนชูปเปอร์ไฮเวย์ ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การให้บริการเกี่ยวกับยางรถยนต์ของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือการให้บริการเกี่ยวกับยาง

เมื่อคูดขยายทางรถยนต์ส่วนบุคคลในปี พ.ศ. 2546 ของบริษัทฯ พบว่ามียอดจำหน่ายทางรถยนต์ส่วนบุคคลทั้งสิ้น 9,142 เส้น (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548) จากจำนวนยอดจำหน่ายทางรถยนต์ส่วนบุคคลทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 119,472 เส้น คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 8 (รัชพงษ์ เลาหจรัสแสง, 2548 : สัมภาษณ์) ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ยารถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการ บริษัท เชียงใหม่เวียงพิงค์การยาง จำกัด เพื่อที่จะได้นำข้อมูลไปปรับปรุงการให้บริการและเป็นแนวทางในการทำการตลาด เพื่อที่จะเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท เชียงใหม่เวียงพิงค์การยาง จำกัด
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่ลูกค้าพบในการให้บริการของบริษัท เชียงใหม่เวียงพิงค์การยาง จำกัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท เชียงใหม่เวียงพิงค์การยาง จำกัด
2. ทราบถึงปัญหาของลูกค้าในการให้บริการของ บริษัท เชียงใหม่เวียงพิงค์การยาง จำกัด
3. ได้แนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ ของบริษัท เชียงใหม่เวียงพิงค์การยาง จำกัด

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ได้รับการตอบสนองให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในสิ่งที่ต้องการ ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง ความนิยมชมชอบ หรือสนับสนุนต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท เชียงใหม่เวียงพิงค์การยาง จำกัด

รถยนต์ส่วนบุคคล หมายถึง รถทุกประเภทที่ใช้กำลังเครื่องยนต์ในการขับเคลื่อน โดยมีเครื่องยนต์ติดอยู่กับตัวรถ มีหมายเลขตัวถังและหมายเลขเครื่องยนต์ที่ระบุชัดเจนแน่นอนและได้จดทะเบียนเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินและเกิน 7 ที่นั่งตามกฎหมาย ในจังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้า หมายถึง ผู้บริโภคที่มาใช้บริการเกี่ยวกับยางรถยนต์ส่วนบุคคล เช่น ซื้อมยาง/เปลี่ยนยาง/สลับยาง/ตั้งศูนย์/ถ่วงล้อ ที่บริษัท เชียงใหม่เวียงพิงค์การยาง จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved