

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในอดีต ปัจจัยพื้นฐานของมนุษย์มีอยู่ 4 ปัจจัยคือ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยารักษาโรค เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีความจำเป็นที่จะต้องแสวงหาเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นของตนเองในการดำรงชีพ แต่ในปัจจุบันรถยนต์กลายเป็นพาหนะสำคัญ จนได้กลายมาเป็นปัจจัยที่ 5 ของผู้คนในยุคปัจจุบัน เพื่อใช้ในการคมนาคมและขนส่งซึ่งมีความจำเป็นมากในการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเมือง ประเทศไทยเริ่มมีการประกอบรถยนต์และจำหน่ายเมื่อปี พ.ศ. 2504 โดยมีจำนวนการประกอบและจำหน่ายเพียง 525 คัน และได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2510 มีจำนวนประมาณ 12,000 คัน ในปี พ.ศ. 2520 เพิ่มขึ้นเป็น 68,000 คัน และปี พ.ศ. 2530 เพิ่มขึ้นเป็น 300,000 คัน หรือเพิ่มขึ้นกว่า 200% ในระยะเวลา 3 ปี เหตุเพราะในช่วงดังกล่าวมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอย่างมาก กล่าวคือผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติภายในประเทศ (GDP) เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10.5 (สมเกียรติ งามพาณิชย์, กันยายน 2541) และในปัจจุบัน รถยนต์มีปริมาณการใช้ทั่วประเทศในอัตราที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยอัตราการจดทะเบียนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนทั่วประเทศ รถป้ายแดงและรถมือสองทั้งประเทศโดยเปรียบเทียบ จังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2543 - 2546 มีดังนี้

ตาราง 1.1 แสดงจำนวนรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่จดทะเบียนทั่วประเทศ รถป้ายแดง และรถมือสอง ปี 2543 - 2546

ปี	รถยนต์จดทะเบียนทั่วประเทศ		
	รวม	รถป้ายแดง	รถมือสอง
2543	2,111,163	102,661	2,043,460
2544	2,280,676	135,384	2,193,051
2545	2,651,399	180,036	2,561,079
2546	2,880,893	225,198	2,783,568

ที่มา: สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ (2548)

ตาราง 1.2 แสดงจำนวนรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่จดทะเบียน
ขนส่งจังหวัดเชียงใหม่แยกเป็น รถจดทะเบียนใหม่และโอน (รถมือสอง) ปี 2545 – 2547

ปี	รถจดทะเบียนใหม่	รถโอน
2547	6,668	19,331
2546	5,532	16,724
2545	3,853	15,291

ที่มา: สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ รายงานการดำเนินการเกี่ยวกับทะเบียนและภาษีรถ (2548)

จากตาราง 1 และ 2 เห็นได้ว่าอัตราการจดทะเบียนรถยนต์ทั่วประเทศและในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งรถป้ายแดง และรถมือสองมีอัตราการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และมีแนวโน้มว่าเพิ่มขึ้นต่อไป โดยอัตราการจดทะเบียนจังหวัดเชียงใหม่ นั้น เป็นรถยนต์ใหม่ที่ 23.82% และรถยนต์มือสองที่ 76.18% กล่าวคือในรถยนต์ที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 100 คัน มีรถยนต์ใหม่ (ป้ายแดง) ที่ 24 คัน และมีรถยนต์มือสองที่ 76 คัน เห็นได้ว่าอัตราการโอนกรรมสิทธิ์ มีอัตราการโอนเปลี่ยนที่สูงมากนั้นหมายความว่าอัตราการเปลี่ยนมือของรถยนต์ใหม่เป็นรถยนต์มือสองหรือจากรถยนต์มือสองเปลี่ยนมือค่อนั้น มีอัตราที่มากโดยทั้งนี้ยังไม่รวมถึงรถยนต์มือสองที่มีการหมุนเวียนเปลี่ยนมือโดยไม่มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้องอีก

รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (เก๋ง) เป็นรถยนต์อีกประเภทหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อในปัจจุบันเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นรถยนต์อเนกประสงค์ที่สามารถใช้เดินทางในเมืองได้เป็นอย่างดี โดยรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (เก๋ง) ในปัจจุบันสามารถแบ่งประเภทได้ 2 ประเภท คือ รถยนต์ใหม่ (ป้ายแดง) และรถยนต์มือสอง โดยเมื่อดูจากตารางข้างต้นนั้นก็แสดงให้เห็นว่ารถยนต์มือสองเป็นรถยนต์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับกลุ่มคนที่ต้องการมีรถหรือเปลี่ยนรถใหม่ และรถยนต์มือสองยังมีความสำคัญมากสำหรับโลกยานยนต์อีกด้วย ทำให้รถยนต์มือสองเป็นทางเลือกหนึ่ง ของคนที่ต้องการมีรถเป็นคันแรกในชีวิตหรือว่าคนที่ต้องการยกระดับขึ้นไปใช้รถที่มีคุณภาพหรือเทคโนโลยีที่สูงขึ้น แต่ไม่มีกำลังเพียงพอที่ซื้อรถใหม่ป้ายแดง รถยนต์มือสองจึงได้รับความนิยมในการซื้อขายสูง แต่ทว่าในภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อผู้บริโภคปี 2548 จากปัจจัยลบทางเศรษฐกิจปีหน้า ถึงแม้ว่าจะเป็นราคาน้ำมันที่ยังไม่นิ่ง ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ปัญหาความไม่สงบภาคใต้ ปัญหาภัยแล้ง และอื่นๆ ส่งผลทำให้ปีหน้าผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายเงินมากขึ้น ประกอบกับรถยนต์ที่จำหน่ายในประเทศ

ไทย มีจำนวนมากมาย หลากหลายรุ่น ยี่ห้อ คุณภาพและราคา ที่แตกต่างกันและเมื่อผู้บริโภค ตัดสินใจใช้รถยนต์มือสองในแต่ละครั้ง จะต้องมีการพิจารณาปัจจัยหลายๆตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ไม่ว่าจะเป็น เรื่องราคา รุ่น ยี่ห้อ คุณภาพ แหล่งที่มาของรถ แหล่งที่มาของเงินทุน เป็นต้น และนอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีปัจจัยในด้านอื่นๆที่มีผลกระทบต่ออีกนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น แต่อย่างไรก็ตามรถยนต์ยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตและความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดของมนุษย์ ทำให้มนุษย์มีความต้องการใช้รถยนต์อยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะรถยนต์มือสองที่จะมีเพิ่มมากขึ้นแน่นอน

พื้นที่ที่จะศึกษาครั้งนี้จะเป็นพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดใหญ่และเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคเหนือมีการอพยพหลังไหลของประชาชนจากจังหวัดอื่นเข้ามาประกอบธุรกิจอยู่อย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลจำนวนประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2548 สิ้นสุดเดือนกรกฎาคม มีจำนวนถึง 157,730 คน ซึ่งนับว่าประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีความหนาแน่นค่อนข้างมาก ซึ่งจะส่งผลทำให้มีความต้องการใช้รถยนต์และซื้อเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะรถยนต์ใหม่และรถยนต์มือสองมากขึ้นตามมาอย่างต่อเนื่อง

กล่าวได้ว่า สิ่งหนึ่งที่สามารถเป็นตัวชี้วัดสถานภาพทางเศรษฐกิจของประเทศว่าอยู่ในช่วงที่ตกต่ำหรือรุ่งเรืองได้นั้น ก็คือการจับจ่ายซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าที่สำคัญในการดำรงชีวิต ซึ่งพบว่ารถยนต์ก็เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่สำคัญในการดำรงชีวิตในปัจจุบันเช่นกัน จากสถิติที่นำมาพิจารณา สามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาความเป็นไปได้ของสถานภาพทางเศรษฐกิจ เพราะเมื่อผู้บริโภคมีการซื้อรถยนต์น้อยลง นั่นก็หมายถึงว่าเศรษฐกิจในขณะนั้นตกต่ำ อำนาจการซื้อของผู้บริโภคลดลง แต่ถ้าผู้บริโภคมีการซื้อรถยนต์มากขึ้น ก็แสดงว่าเศรษฐกิจในขณะนั้นดีขึ้นเพราะผู้บริโภคสามารถซื้อรถยนต์ โดยเฉพาะรถยนต์ใหม่และรถยนต์มือสองได้มากขึ้น (พรทิศา ทรัพย์เกษตริน, มีนาคม 2546)

จากสภาพการณ์ต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่ต้องการศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการซื้อทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และพฤติกรรมในการซื้อ เวลา สถานที่ที่ซื้อ โดยสิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ทำการวิจัยต้องการที่จะศึกษาเพื่อหาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสองของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถแก๊งมือสองใน จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถแก๊งมือสองของผู้บริโภคใน จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบได้ถึงข้อมูลทั่วไปด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถแก๊งมือสองของผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่
2. ทราบได้ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถแก๊งมือสองของผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตการศึกษาค้างนี้จะทำการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตพื้นที่และประชากร
พื้นที่และประชากรที่ศึกษานั้นศึกษาจากสถิติการ โอนกรรมสิทธิ์ประเภทรถยนต์
นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ณ ที่ทำการขนส่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2547 ถึงสิ้นสุด ณ วันที่
31 ธันวาคม 2548 จำนวน 19,331 ราย

2. ขอบเขตเนื้อหา

2.1 ศึกษาขอบเขตปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถแก๊งมือสอง
ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้น ซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นภายนอกคือ
สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นทางด้านราคา สิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์
สิ่งกระตุ้นทางการส่งเสริมทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นทางการจัดจำหน่าย

2.2 ศึกษาขอบเขตพฤติกรรมการซื้อ คือการตอบสนองของผู้ซื้อ ประกอบด้วย
การเลือกสถานที่จำหน่ายรถยนต์มือสอง การเลือกยี่ห้อ และรุ่นของรถยนต์มือสอง เวลาในการซื้อ
รถยนต์มือสอง

3. ระยะเวลาศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2548

นิยามศัพท์ทั่วไป

รถยนต์มือสอง หมายถึง รถที่ดำเนินการเปลี่ยนสิทธิการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ หรือสิทธิการครอบครอง หรือเป็นการโอนสิทธิการประกอบการขนส่ง จากบุคคลหนึ่งเป็นอีกบุคคลหนึ่งทางทะเบียน และเป็นรถยนต์ที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่น

รถจดทะเบียนใหม่ หมายถึง รถที่จดทะเบียนใหม่ ตามกฎหมาย การขนส่งทางบก และได้ชำระภาษีแล้ว

พฤติกรรมการตัดสินใจ หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่าย ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของ เขา (Schiffman and Kanuk, 1994: 7) หรืออาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรม ของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่าย เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Engle, et al., 1993: 5)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลถึงการตัดสินใจซื้อรถเก๋งมือสองของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่

1. ปัจจัยทางการตลาด คือส่วนประสมทางการตลาดที่นักการตลาดนำเสนอต่อผู้ซื้อ 4 อย่าง คือ

1.1 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปลักษณะ รูปแบบ รูปทรง การใช้งาน สมรรถนะ ความทนทาน สี อุปกรณ์ ขนาด ยี่ห้อ การรับประกัน การให้บริการหลังการขาย การประหยัดระบบความปลอดภัย

1.2 ราคา ได้แก่ ราคาต่อหน่วยของรถ เงื่อนไขการชำระเงิน ราคาอะไหล่ ราคา รับแลกซื้อ ราคาขายต่อในท้องตลาด และการบริการหลังการขาย

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ทำเล ที่ตั้ง และการบริการหลังการขาย

1.4 การส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค หรือที่เรียกว่า 4Ps ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในการศึกษาคั้งนี้ หมายถึง วิธีการเลือกข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อกรณีมือสองของบุคคล โดยดูจากข้อมูล การใช้รถมือสองในปัจจุบัน เช่น ยี่ห้อ สี ราคา เป็นต้น

