

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รถขุดดินเป็นเครื่องจักรกลประเภทหนึ่งที่จะเสริมสร้างความมั่นคงให้แก่งานอุตสาหกรรมพื้นฐาน และปัจจุบันรถขุดดินได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นในด้านอุตสาหกรรมการผลิต และอุตสาหกรรมก่อสร้าง ทั้งนี้เนื่องจากความต้องการที่จะให้ได้ผลผลิตและงานก่อสร้างที่มีคุณภาพดี มีประสิทธิภาพสูงสุด ในประเทศไทยซึ่งถือว่าเป็นประเทศกำลังพัฒนา รถขุดดินเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเร่งรัดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นถนนหนทาง เขื่อนกักเก็บน้ำ ระบบชลประทาน อาคาร ให้แล้วเสร็จภายในเวลาอันสั้น รถขุดดินจึงเป็นหัวใจของงานก่อสร้างในยุคปัจจุบัน เพราะนอกจากจะได้ผลงานตรงตามมาตรฐานที่กำหนดแล้ว การทำงานด้วยรถขุดดินยังได้รับความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายลงเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังลดปัญหาการทำงานลงได้อีกด้วย เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยแรงงานคนเป็นจำนวนมากย่อมต้องอาศัยกระบวนการบริหารจัดการบุคคล อันนำไปสู่ปัญหาหลายประการจนอาจกลายเป็นปัญหาแรงงานของผู้รับเหมาก่อสร้าง และทำให้งานก่อสร้างต้องหยุดชะงักลงโดยไม่จำเป็น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อแผนงาน เวลา และค่าใช้จ่าย การใช้รถขุดดินดำเนินงานแทนแรงงานคนจึงคุ้มค่ามากกว่า โดยเฉพาะในงานบางงานที่แรงงานคนไม่มีความเหมาะสมหรือไม่มีความสามารถจะกระทำได้

การใช้รถขุดดินให้มีประสิทธิภาพอย่างคุ้มค่านั้น จะต้องมีการวางแผนใช้ให้รอบคอบทุกขั้นตอน มิฉะนั้นแล้วจะไม่คุ้มกับการมีรถขุดดินไว้เป็นกรรมสิทธิ์ การใช้รถขุดดินในงานก่อสร้างจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึง โดยต้องรู้จักเลือกใช้ชนิดและขนาดของรถขุดให้เหมาะสมกับลักษณะงานแต่ละอย่าง เนื่องจากรถขุดดินแต่ละคันมีราคาค่อนข้างสูง ผู้รับเหมาก่อสร้างจะต้องประเมินผลการใช้งานด้วยความระมัดระวัง เพื่อให้การลงทุนบังเกิดผลประโยชน์มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ การตัดสินใจลงทุนในโครงการใด ๆ ผู้รับเหมาจึงต้องพิจารณาทบทวนเกี่ยวกับการซื้อรถขุดดิน หรือรถเพื่อใช้ในงานอุตสาหกรรม มาเป็นกรรมสิทธิ์อย่างละเอียดถี่ถ้วน ว่าสมควรจะซื้อรถขุดดินโดยเลือกจากคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐานและมี

ประสิทธิภาพ ราคามีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน และเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับ โดยพนักงานขายมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษารถเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานในแต่ละประเภท

ดังนั้นผู้วิจัยซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในบริษัท อีเทล ไทยอุตสาหกรรม จำกัด ภาคตะวันออก จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดิน บริษัท อีเทล ไทยอุตสาหกรรม จำกัด เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของบริษัทและสถานะการแข่งขันในปัจจุบันและผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจะใช้ปัจจัยตัวใดมาตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดิน ซึ่งผลในการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำมาปรับปรุงการปฏิบัติงาน และพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานให้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการลูกค้าในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและส่งผลให้ธุรกิจของบริษัทประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดิน บริษัท อีเทล ไทยอุตสาหกรรม จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดิน ของผู้ประกอบการ จำแนกตามสภาพธุรกิจ

สมมติฐานของการวิจัย

องค์ประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดินของผู้ประกอบการ จำแนกตามสภาพธุรกิจ แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ ที่ใช้บริการเช่าซื้อรถชุดดินของ บริษัท อีเทล ไทยอุตสาหกรรม จำกัด ภาคตะวันออก จำนวน 200 ราย ข้อมูล ณ 30 ตุลาคม 2552 (ได้มาจากใบเสนอราคาของ ฝ่ายการตลาด บริษัท อีเทล ไทยอุตสาหกรรม จำกัด พ.ศ. 2552) เลือก

เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 132 ราย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ

ข้อมูลสภาพธุรกิจของลูกค้าประกอบด้วย

- รูปแบบธุรกิจ
- ลักษณะธุรกิจ
- ขนาดธุรกิจ
- ทุนจดทะเบียน
- ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ องค์กรประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเข้าซื้อหรือขุดดิน ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ผลិតภัณฑ์
- ราคา
- การจัดจำหน่าย
- การส่งเสริมการตลาด

3. ขอบเขตด้านเวลา

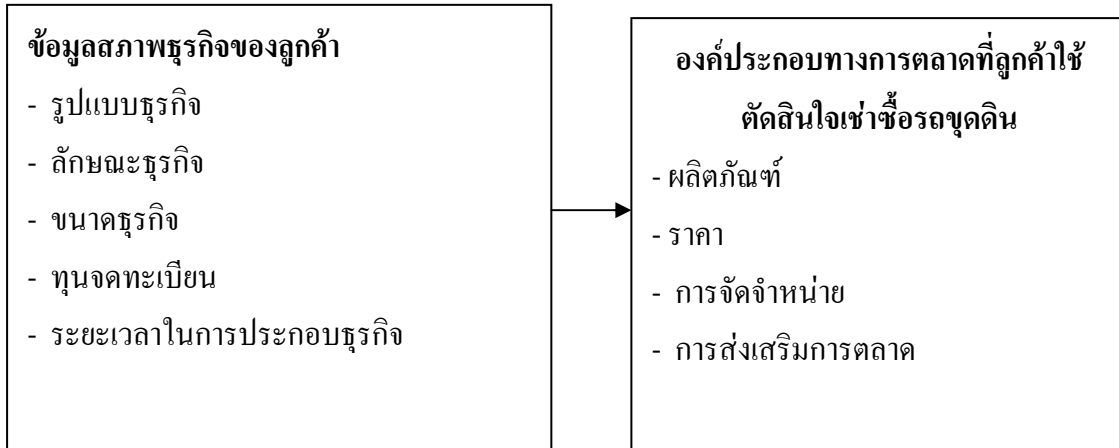
ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ตั้งแต่ ตุลาคม 2552 ถึงเดือน เมษายน 2553

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง องค์กรประกอบทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเข้าซื้อหรือขุดดิน บริษัท อิตัลไทยอุตสาหกรรม จำกัด ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Kotler (2003) มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจเช่าซื้อ หมายถึง การประเมินข้อเสนอทางการตลาดของผู้ขาย เพื่อการตัดสินใจเช่าซื้อในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

องค์ประกอบการทางการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่กิจการใช้ดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ หมายถึง รถชุดดินที่ใช้สำหรับงานก่อสร้าง ที่เสนอขายแก่ลูกค้า
- ราคา หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อการเช่าซื้อรถชุดดิน
- การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม

ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์กรไปยังตลาด

- การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ

ลูกค้า หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการ หรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเช่าซื้อรถชุดดิน ของบริษัท อิตัลไทยอุตสาหกรรม จำกัด

การเช่าซื้อ หมายถึง การทำสัญญาระหว่างผู้ซื้อและผู้ให้เช่า โดยผู้ให้เช่ายังคงมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้น จนกว่าจะครบอายุสัญญา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบว่ากิจการประเภทรถชุดดินจะต้องมีการกำหนดองค์ประกอบทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอย่างไร
2. ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง และการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับองค์กรและ เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจได้เรียนรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้เช่าซื้อสินค้าประเภทอื่นที่ใกล้เคียง หรือคล้ายคลึงกัน ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด
3. สามารถนำไปประยุกต์ใช้ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของบริษัท

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี