

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยมีการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้เกิดความต้องการบริโภคอย่างสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์สูงขึ้นทุกปี รวมถึงยางปูพื้นรถยนต์ด้วย แต่ปัจจุบันการพัฒนาการยางปูพื้นรถยนต์ยังเป็นไปอย่างไรทิศทาง ขาดข้อมูลสนับสนุน จึงจำเป็นต้องมีการวิจัยเรื่อง “ลักษณะการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ยางปูพื้นรถยนต์และความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทย: กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร” เพื่อให้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและการกำหนดราคายางปูพื้นรถยนต์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันกับตลาดได้อย่างแท้จริง

การวิจัยมุ่งศึกษาลักษณะการใช้จ่ายเงินและคุณลักษณะของยางปูพื้นรถยนต์ที่ผู้บริโภคต้องการ โดยจำแนกตามปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อจากทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (ความหลากหลาย คุณภาพ ลักษณะ การออกแบบ ตราสินค้า ขนาด บรรจุภัณฑ์ บริการและการรับประกัน) ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สัมภาษณ์แบบส่วนตัว (แบบเผชิญหน้า) กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้รถยนต์และใช้ยางปูพื้นรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน แบ่งแบบโควต้าเป็นกลุ่มผู้ใช้รถเก๋ง รถกระบะ และรถปิกอัพ อย่างละ 100 คน

ผลการวิจัยสรุปว่าผู้บริโภคต้องการยางปูพื้นรถยนต์ที่สามารถตอบสนองการใช้งานได้ดี ความสะดวกสบาย ไม่มีกลิ่นเหม็น สร้างความปลอดภัยในการขับขี่ กักเก็บฝุ่นและน้ำได้ดี รวมทั้งมีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสม มีรูปร่างโค้งเว้าเข้ากับรูปทรงของพื้นรถ มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน และการออกแบบที่สอดคล้องกับการตกแต่งภายในของรถ หรือแบบที่เรียบง่ายสบายตา นอกจากนี้ยังต้องการยางปูพื้นรถยนต์รูปแบบใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากของเดิมที่มีอยู่

บรรจุภัณฑ์จะต้องมองเห็นสินค้าภายในได้อย่างชัดเจน และให้ข้อมูลที่ครบถ้วนประกอบการตัดสินใจซื้อ ตราสินค้าจะต้องน่าเชื่อถือ โดดเด่นจดจำง่าย และอาจมีส่วนลด ของแถม รายการส่งเสริมการขาย หรือบริการและการรับประกันหลังการขายบ้างตามความเหมาะสม เพื่อกระตุ้นความสนใจ

ราคายางควรอยู่ในช่วงระหว่าง 101-200 บาท/แผ่นซึ่งใกล้เคียงกับในปัจจุบัน แต่มีแนวโน้มว่าผู้ใช้รถเก๋งและรถราคาแพงจะยอมจ่ายสูงขึ้นเพื่อให้ได้ยางปูพื้นรถยนต์ที่มีคุณภาพดีกว่าในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการทำตลาด ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภค สถานที่จัดจำหน่าย และแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ซึ่งจะต้องใช้พิจารณาประกอบในการกำหนดราคาและการพัฒนารูปแบบยางปูพื้นรถยนต์ด้วย

Abstract

Nowadays, Thai vehicle industry is enhancing and increasing the demand of rubber products for vehicles, including rubber mat. But there is no direction and supporting data for its development. Therefore this research “Expense Characteristic for Automotive Rubber Mats purchasing and Requirements of Thai Consumers: Bangkok Case study” was happened. Guide the feature development and price setting to support customer requirements and increase market opportunity.

The purpose are to find the expense Characteristic and the requirements of the customers. Dividing by the Marketing Mix Theory; Products (Variety, Quality, Feature, Design, Brand, Size, Packaging, Service and Insurance), Price, Place and Promotion. Procedure of the research is to collect the data by using questionnaires. Personal interviewing with the samples who are 300 users of cars and rubber mats in Bangkok. Quota is by types of the cars; 100 cars, 100 open-truck cars, and 100 roof-truck cars.

The result is the customers mostly want the rubber mats those can support their usages; easy to be cleaned, no odor, safety for driving, holding dust and water well. Size and scale should be curved and fit to the car floor. Durable and be appropriated with the car interior or have simple delightful design. Some customers requested for some innovation and differentiate.

Packaging must be clearly show the product inside and give full information that help to make decision. Brand must be trustable, unique and easy to recognize. There should have some discount, premium, sale promotion, after sale service or insurance as it is possible to activate the customer interests.

Price should be between 101-200 baht/piece as usually. But some of the car and high-end car users tend to pay more for higher quality of rubber mats. Moreover, there are some factors those has influence on the market; Group of customers, Place (distribution channel) and Sources those customer used to make decisions. These factors should be always considered when developing the features and setting the price of rubber mats.