

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด เป็นผู้ดำเนินธุรกิจด้านรถยนต์นำเข้ายี่ห้อชั้นนำจากต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะ โดยในปี พ.ศ. 2537 ได้มีการก่อตั้งโชว์รูมแห่งแรกขึ้นบนถนนรัชดาภิเษก โดยทางบริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด ได้มีการนำรถยนต์นำเข้ามามีหลากหลายรุ่นทั้งจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศเยอรมัน ประเทศอิตาลี โดยเน้นนโยบายการนำเข้ารถยนต์ที่มีประสิทธิภาพ และคุณภาพสูง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เมื่อภาวะการขยายตัวของตลาดมีปริมาณลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นทาง บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด ได้เล็งเห็นถึงการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร เนื่องจากลูกค้าไม่ใช่แค่ต้องการซื้อรถยนต์เท่านั้น หากแต่ลูกค้ายังคงต้องการการบำรุงรักษารถยนต์ด้วย ทาง บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด จึงได้ตอบสนองความต้องการด้วยการเปิดศูนย์บริการขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ โดยจัดตั้งศูนย์บริการเพื่อให้บริการรับตรวจซ่อมรถยนต์ เช็กระยะรถยนต์ บำรุงรักษารถยนต์ บริการอะไหล่นำเข้า และตกแต่งรถยนต์อย่างครบวงจร ซึ่งได้รับความสำเร็จเป็นอย่างสูง ผลจากการทำงานอย่างตั้งใจ และทุ่มเททำให้ บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด มียอดขายเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ในปีพ.ศ.2539 ทาง อีตัน อิมพอร์ต ได้เล็งเห็นถึงการขยายตัวของเศรษฐกิจทางภูมิภาคจึงได้ทำการเปิดสาขาแห่งที่ 2 ขึ้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และสาขาที่ 3 ที่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้า ต่อมาในปี 2545 เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวอีกครั้งหลังจากภาวะฟองสบู่แตกในช่วง ปี 2540 บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด ได้เล็งเห็นถึงความต้องการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่เริ่มมีมากขึ้นจึงได้มีการเปิดตัว ETON EXCLUSIVE CARE บริการฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง (ทั่วประเทศ) เพื่อเป็นการตอบสนองแก่ลูกค้าให้มั่นใจในทุกการเดินทาง จุดเด่นของการบริการพิเศษของ ETON EXCLUSIVE CARE คือ การให้คำแนะนำด้านเครื่องยนต์ ตลอด 24 ชั่วโมง บริการจองรถเช่า บริการจอง / เปลี่ยนเที่ยวบิน บริการจองโรงแรม บริการจองภัตตาคาร บริการลากรถ เป็นต้นในปีเดียวกัน บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด ยังได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้แทนจำหน่ายรถยนต์คุณภาพจาก ประเทศอิตาลี ยี่ห้อ ALFA ROMEO ในเมืองไทย เพื่อตอบสนองความต้องการผู้พิสมัยความแรงแนวสปอร์ต ด้วยการ

ผสมผสานศิลปะของการออกแบบกับเทคโนโลยีจากสนามแข่งรถสูตร 1 โดยเป็นศูนย์บริการมาตรฐานที่สามารถให้บริการในด้านต่าง ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า เพื่อปรับปรุงการให้บริการของศูนย์บริการให้เป็นเลิศอยู่เสมอ และนำมาปรับเปลี่ยน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่มาเข้ารับบริการ รวมถึงธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ (globalization) ที่มีทั้งการแข่งขันและข่าวสารข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้ตลาดตกเป็นของผู้ซื้อ ธุรกิจต้องการอยู่รอดและเจริญรุ่งเรืองในภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้จึงต้องมีการปรับตัว เพื่อเสริมสร้างยุทธวิธีครองใจลูกค้าให้ได้ ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถใช้เป็นส่วนประกอบเพื่อช่วยในการตัดสินใจในการวางแผนการตลาดของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า และสามารถใช้เป็นแนวทางพัฒนาการให้บริการแก่ลูกค้าของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้าจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมุติฐานของการวิจัย

คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้าของลูกค้าจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า เดือน ธันวาคม 2552 ประมาณ 150 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 108 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608)

2. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** คือ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

2.1. **ตัวแปรอิสระ (independent variables)** คือ

2.1.1 **สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม** ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 **องค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์**

นำเข้า ได้แก่

- ด้านความน่าเชื่อถือได้ (บริการ)
- ด้านการตอบสนองความต้องการ
- ด้านความสามารถ
- ด้านความสุภาพ
- ด้านความเข้าใจลูกค้า
- ด้านความปลอดภัย

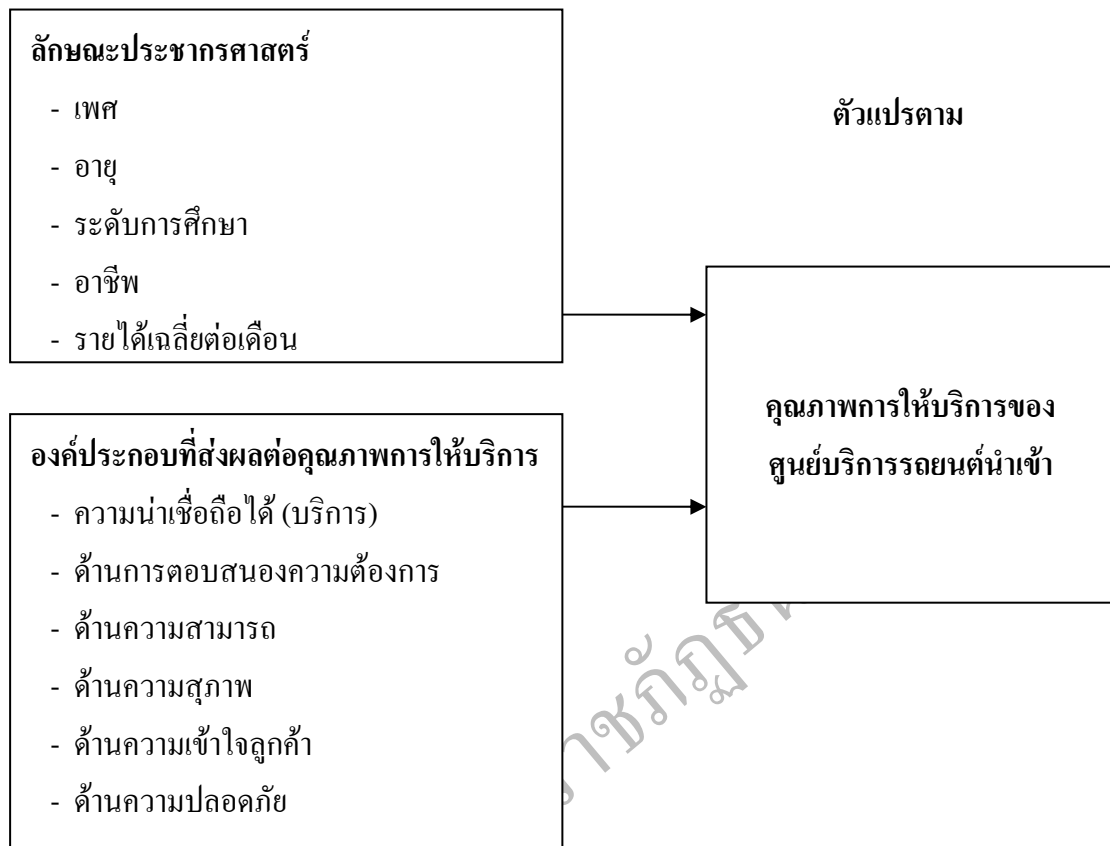
2.2 **ตัวแปรตาม (dependent variables)** คือ **คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า**

3. **ขอบเขตด้านเวลา** ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ คือ เดือน ธันวาคม 2552

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง **คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร** ผู้วิจัยได้นำแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality Characteristics) ของ **วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2539, หน้า 24-25)** มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า หมายถึง สถานที่จัดแสดงรถยนต์และจัดจำหน่ายรถยนต์นำเข้าหลายรุ่นและเป็นศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ ประกอบด้วย รถยนต์นำเข้ายี่ห้อชั้นนำจากต่างประเทศ และจัดหาอะไหล่รถยนต์นำเข้าแต่ละรุ่นมาให้บริการลูกค้า

ลูกค้า (customer) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ชื่นชอบรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะ นักธุรกิจ นักการเมือง ผู้บริหารระดับสูง

ปัจจัยในการตัดสินใจ หมายถึง สิ่งที่ทำให้ผู้มาใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด ซึ่งได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด (service marketing mix 4Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สินค้าและบริการที่ศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด นำเสนอให้กับลูกค้า เช่น คุณภาพสินค้า การรับประกันสินค้า การให้บริการ ในด้านอะไหล่ของรถยนต์ ซ่อมบำรุงรักษา ตั้งศูนย์ถ่วงล้อ การตรวจสอบรถยนต์ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจและความรวดเร็วในการให้บริการ

2. ราคา (price) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการ รวมทั้งเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) หมายถึง หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อให้สินค้าและบริการมีพร้อมสำหรับการจำหน่าย เช่น ความสะดวกสบายในการเดินทางไปใช้บริการ สาขาให้บริการ ท่าเลที่ตั้ง ระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึง การสื่อสารทางการตลาด (marketing communication) สำหรับสินค้าและบริการ ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การใช้พนักงานขาย

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจ หรือทัศนคติที่ดีหลังจากการเข้ารับบริการ ซึ่งถ้าได้รับการบริการตามที่คาดหวังไว้จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ แต่ถ้าไม่ได้รับการบริการที่คาดหวังไว้ลูกค้าจะเกิดความไม่พอใจ

การบริการหลังการขาย หมายถึง บริการหลังการขายสำหรับรถยนต์เป็นบริการหลังจากที่ลูกค้าได้ซื้อรถยนต์ และได้มีการนำกลับมาตรวจเช็คระยะ ซ่อมแซม หรือมีการเรียกชดเชยค่าเสียหายอันเนื่องมาจากการผลิต การต้อนรับ ตลอดจนเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับตัวรถยนต์โดยตรง

การวิเคราะห์ตรวจเช็ค แঙ্গจุดซ่อมและประเมินราคาเพื่อตัดสินใจรับบริการ หมายถึง การบริการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ เช่น การตรวจสภาพทั่วไป ตรวจซ่อมระบบเครื่องยนต์ ระบบไฟฟ้า ระบบเบรก ระบบแอร์ ตรวจซ่อมเฉพาะจุดที่มีปัญหา การทำความสะอาดตัวรถและภายในรถยนต์หลังการตรวจซ่อม และอธิบายชี้แจงจุดที่ต้องซ่อม ระยะเวลาในการซ่อม พร้อมทั้งประเมินราคาค่าบริการ เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจปัญหาหรืออาการก่อนตัดสินใจรับบริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัด

2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับธุรกิจบริการทั่วไปสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้

3. ผู้บริหารบริษัทฯ สามารถนำข้อมูลจากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัดให้สอดคล้องกับความต้องการด้านการให้บริการลูกค้า

4. ผู้บริหารบริษัทฯสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามาวางแผนในการพัฒนา ศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตัน อิมพอร์ต จำกัดให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี