

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนอกจากปัจจัยสี่ 4 ทำให้มนุษย์อยู่รอดแล้ว สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ได้เพิ่มความสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การดำรงชีวิตง่ายขึ้น ทั้งนี้รถยนต์เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กำลังกลายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความสะดวกสบาย ซึ่งเป็นจุดเกิดของปัจจัยที่ 5 ซึ่งจะเห็นได้ว่า ปัจจุบันจำนวนรถยนต์ในท้องถนนเพิ่มมากขึ้น

ธุรกิจบริการเกี่ยวกับรถยนต์จึงกลายเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากรถยนต์มีราคาสูง ระบบต่างๆ ที่ใช้ในรถยนต์ระยะเวลาหนึ่งย่อมเสื่อมสภาพตามการใช้งาน จึงจำเป็นต้องมีการบำรุงรักษา และซ่อมแซมส่วนที่เสื่อมสภาพตามไป วิธีการบำรุงรักษารถยนต์ที่มีประสิทธิภาพที่สุด คือ ยึดแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับรถยนต์ โดยใช้คู่มือประจำรถยนต์เป็นหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติ อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ การขยายตัวของสถานบริการซ่อมบำรุง จึงมีการเพิ่มขึ้นตามจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

เมื่อรถยนต์เกิดการเสียหายหรือต้องทำการซ่อมแซมระหว่างการใช้งานจะต้องมีเจ้าหน้าที่หรือผู้ดูแลซ่อมแซมเพื่อให้รถยนต์สามารถใช้งานได้ตามปกติ ได้แก่ ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ของยี่ห้อต่างๆ ซึ่งจะเป็นผู้รับผิดชอบในช่วงระยะแรกหลังการขายให้กับผู้ซื้อ โดยจะเป็นไปตามเงื่อนไขของระยะเวลาหรือระยะเวลาการใช้งานที่รับประกันที่เหมาะสม และหลังที่รถยนต์ทุกคันที่ถูกใช้งานไปเป็นระยะเวลาและระยะทางที่มากพอสมควรแล้ว ผู้ใช้บริการหรือผู้เป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่จะไม่นำรถยนต์ของตัวเองเข้าไปใช้งานที่ศูนย์บริการรถยนต์ที่ตนซื้อ มาอีก สาเหตุส่วนใหญ่เนื่องมาจากรถยนต์เหล่านั้นเก่าหรือมีอายุใช้งานมากเกินความจำเป็นที่จะต้องนำเข้าสู่ศูนย์บริการแล้ว อีกทั้งศูนย์บริการรถยนต์ส่วนมากมีอัตราค่าอะไหล่และค่าบริการที่สูงมาก ดังนั้นผู้ที่นำรถยนต์มาเป็นเวลานานจึงมองหาทางเลือกซึ่งก็คือ การใช้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ เพราะมีปัจจัยที่ดีกว่าหลายอย่าง เช่น ค่าแรงหรือค่าบริการที่ไม่แพง ค่าอะไหล่ที่ถูกกว่าเพราะมีให้เลือกทั้งอะไหล่ของเทียมและอะไหล่มือสองจากต่างประเทศให้เปลี่ยน การเสียหายบางอย่างอู่ซ่อมรถยนต์สามารถซ่อมได้โดยไม่ต้องเปลี่ยนอะไหล่ยกทั้งระบบ อู่ซ่อมรถยนต์สามารถซ่อมเฉพาะจุดที่เสียหายได้ ระยะเวลาการซ่อมไม่นานเหมือนศูนย์บริการ ไม่ต้องรอการส่งอะไหล่เนื่องจาก

สามารถหาซื้อได้จากร้านอะไหล่ที่มีมากมาย หรือกระทั่งการซ่อมนอกเวลา เช่น ในช่วงกลางคืนถึงตอนดึก

ในปัจจุบันธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ เป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเข้ามาดำเนินกิจการแข่งขันกันมากมายตามเส้นทางสัญจรต่างๆ ทั้งถนนสายหลัก และตามตรอกซอกซอย ในแหล่งชุมชนต่างๆ อู่ซ่อมรถยนต์ดังกล่าวมีทุกขนาดทุกรูปแบบ มีความสามารถในการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป ไม่สามารถหามาตรฐานใดๆ มาวัดได้ ซึ่งก่อให้เกิดผลดี และผลเสียของอู่ที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นการบริการที่แตกต่างกันด้วย

ดังนั้นคุณภาพบริการจึงเป็นปัจจัยหลักที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ในปัจจุบัน นอกจากนี้การที่ธุรกิจศูนย์บริการซ่อมรถยนต์จะอยู่รอดได้จะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า และความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ ในการบริการที่ตอบสนองความต้องการแตกต่างกันออกไป ซึ่งการทราบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยใดและมีความคิดเห็นอย่างไรในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ จะทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่าผลที่ได้รับจากการศึกษา สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการให้บริการลูกค้า และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่ใช้บริการซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ระหว่าง พฤศจิกายน 2557 ถึง พฤษภาคม 2558 จำนวน 200 คน (ข้อมูล: บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ธันวาคม 2559) เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 132 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variable) ได้แก่ สถานภาพส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable) คือ ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

3. ขอบเขตด้านเวลา

ระหว่าง พฤศจิกายน 2557 ถึง พฤษภาคม 2558

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสง รุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยด้วยการ ประยุกต์มาจาก ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ได้กำหนดตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และ การบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัด จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ซึ่งแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางด้านทัศนคติ ของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ
อยู่ช่อมรยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัย ได้ศึกษา
ปัจจัยที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการอยู่ช่อมรยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด
เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product)
- ราคา (Price)
- สถานที่ให้บริการ และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- บุคลากร (People)
- กระบวนการให้บริการ (Process)
- การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical; Evidence & Presentation)

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอยู่ช่อมรยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขต
ราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ที่จะต้องพิจารณา
เพื่อกำหนดตำแหน่งของการบริการและกำหนดส่วนตลาดของธุรกิจบริการ ส่วนประกอบแต่ละ
ส่วนของส่วนประสมการตลาดจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน และต้องสอดคล้องกันเพื่อให้การ
ดำเนินงานด้านการตลาดประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ อยู่ช่อมรยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง
จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร

ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) หมายถึง บริการหลักหรือการบริการพื้นฐาน ของ
อยู่ช่อมรยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ที่เตรียมไว้ให้บริการ
ลูกค้า ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้

ราคา (Price) หมายถึง การกำหนดราคาการให้บริการของอยู่ช่อมรยนต์ บริษัท เสง
รุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และ
ง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

สถานที่ให้บริการ และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง อุปกรณ์ภายในอยู่
ช่อมรยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร จะต้องทันสมัย มี
ประสิทธิภาพในการบริการที่รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าพอใจ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ ของอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร จะต้องสอดคล้องกับ ลักษณะของบริการ ที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า มีการจัดทำ การส่งเสริมการตลาดอย่าง สม่ำเสมอ

บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานบริการของอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ต้องมีพนักงานจึงต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีทัศนคติที่ดีมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าเพื่อสร้างความรู้สึกประทับใจต่อการให้ความสำคัญอย่างเท่าเทียม สามารถตอบสนองและแก้ปัญหาต่างๆ ของลูกค้ามีความริเริ่ม และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการจะดีด้วย

กระบวนการการให้บริการ (Process) หมายถึง อู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ต้องมีการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อห้องพัก เป็นต้น และเมื่อเกิดปัญหาใดๆ ขึ้น สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ ทำให้มีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical; Evidence & Presentation) หมายถึง อู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น อู่ซ่อมรถยนต์ใหญ่โตโอ้ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งให้เพียงพอ มีบรรยากาศที่สร้างความรู้สึกที่ดี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารนำไปใช้ในการพัฒนา ด้านการบริการของอู่ซ่อมรถยนต์ บริษัท เสงรุ่งเรือง จำกัด เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และทำให้การบริการมีประสิทธิภาพมากที่สุด
2. ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจที่จะทำการศึกษา ในเรื่องเกี่ยวกับการบริการอู่ซ่อมรถยนต์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจด้านนี้ ประสบความสำเร็จตามที่ ลูกค้าต้องการ