

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การบริหารจัดการในองค์การสมัยใหม่ มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากในยุคปัจจุบันองค์กรได้มีความพยายามที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานให้สูงขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นๆ ได้อย่างประสบความสำเร็จองค์กรใดก็ตามที่ขาดความสนใจในเรื่องการบริหารจัดการ ย่อมนำไปสู่ความเสียหายเปรียบในการปฏิบัติงานตามเป้าหมาย ดังนั้นองค์กรจึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการบริหารจัดการของผู้บริหารทุกระดับ ในด้านการบริหารจัดการองค์การสมัยใหม่ องค์กรอาจจะต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ในการบริหารจัดการมากมาย เช่น โครงสร้างองค์กร การกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคลากร พื้นฐานของพฤติกรรมกลุ่มในองค์กร การสื่อสารภายในองค์กร และภาวะผู้นำของผู้บริหารขององค์กรทุกคน ประเด็นต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญทั้งสิ้น องค์กรมีความจำเป็นต้องพัฒนาทุกๆ ด้านอย่างสัมพันธ์กันจึงจะทำให้การบริหารจัดการประสบความสำเร็จ (คมเพชร ฉัตรศุภกุล, 2549, หน้า 1) โดยความมีประสิทธิภาพขององค์การประกอบด้วยประสิทธิภาพของบุคคลหรือของกลุ่มรวมกัน มุมมองความมีประสิทธิภาพขององค์การ โดยพิจารณาความมีประสิทธิภาพขององค์การนั้นมีมากกว่า ผลบวกของความมีประสิทธิภาพของบุคคลและของกลุ่มรวมกัน องค์กรนั้นจะมีผลการดำเนินงานที่ดีความมีประสิทธิภาพขององค์การเป็นปัจจัยที่สำคัญขององค์การที่สำคัญขององค์การที่ผู้จัดการจะประเมินผลของบุคคลและของกลุ่ม โดยประเมินจากการดำเนินงาน โดยศึกษาองค์ประกอบที่สามารถนำไปเปลี่ยนแปลงตัวองค์การให้ไปในทิศทางที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ (วิเชียร วิทยอุดม, 2550, หน้า 2) การดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับหน้าที่งานด้านอื่นๆ ในองค์กร ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่ด้านการดำเนินงานควรทำกลยุทธ์ร่วมกับผู้ที่ทำหน้าที่งานในฝ่ายต่างๆ เพื่อให้การประสานงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งจะส่งผลให้องค์การสามารถบรรลุเป้าหมาย โดยรวมได้ในปัจจุบันซึ่งก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรหลายแห่งได้ กำหนดให้หน้าที่การดำเนินงานเป็นหน้าที่หลัก โดยมีงานด้านอื่นๆ ให้การสนับสนุน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างฝ่ายการดำเนินงานและฝ่ายต่างๆ ในองค์กรตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลภายนอกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าและตัวแทน จะทำให้องค์การสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรได้ในที่สุดทั้งที่การดำเนินงานขององค์การจะต้องอยู่ภายใต้จริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม (ชลธิชา ภมรสถิตย์, 2547, หน้า 8) โดยทั่วไปความสำเร็จของการบริหารงานเป็นเรื่องของทัศนคติในการปฏิบัติงานที่แสดงออกมา

ในรูปแบบความสนใจ ความกระตือรือร้นหรือความใส่ใจที่จะปฏิบัติงานในหน้าที่ของบุคคลให้ดีที่สุด การให้ความสำคัญกับพนักงานทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานเพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ ทำให้บุคคลมีวินัย ปฏิบัติตามข้อบังคับและมีระเบียบแบบแผน มีความเข้าใจในองค์การดีขึ้น มีความริเริ่มในกิจกรรมต่างๆ มีความเชื่อมั่นในองค์การของตนเอง ทำให้องค์การมีความแข็งแกร่งฟันฝ่าอุปสรรคในยามคับขันได้ องค์การหรือหน่วยงานต่างๆ จึงพยายามทำให้ขวัญและกำลังใจของพนักงานอยู่ในสภาพดี ด้วยการทำให้พนักงานมีความรู้สึกมั่นคงในตำแหน่งหน้าที่การงานที่ปฏิบัติและมองเห็นโอกาสก้าวหน้าในอาชีพของตน เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีฐานของความรู้สึกเชื่อมั่นเช่นนี้แล้ว เมื่อได้รับการกระตุ้นหรือถูกจูงใจให้ปฏิบัติงานก็จะทุ่มเททั้งความรู้ความสามารถต่างๆ ให้กับการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ดังนั้น องค์ประกอบของทรัพยากรการบริหาร บุคคลถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เข้าไปสอดแทรก รวมอยู่ในทุกขั้นตอนของการบริหารงาน องค์การจะประสบผลสำเร็จได้เพียงใดขึ้นอยู่กับบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงาน การบริหารงานบุคคลเป็นหน้าที่สำคัญในองค์การและองค์การจะไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์หากปราศจากทรัพยากรบุคคล ขณะเดียวกันทรัพยากรบุคคลจะไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ดีถ้าปราศจากความสามารถและแรงจูงใจ ผู้บริหารงานขององค์การโดยเฉพาะผู้มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านบุคคลจะต้องคอยดูแลเอาใจใส่ ทะนุบำรุงให้ทรัพยากรบุคคลอยู่ในสภาพที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่และมีปริมาณเพียงพอถึงแม้จะเป็นการยากที่ผู้บริหารจะน้อมนำบุคคลในองค์การซึ่งมีความต้องการความรู้สึกนึกคิดและความเห็นที่แตกต่างกัน มาจูงใจให้ผู้ร่วมงานอุทิศทั้งร่างกายและแรงใจให้แก่งานและหน่วยงาน อันเป็นผลทำให้องค์การสามารถดำเนินงานไปสู่จุดมุ่งหมายและก้าวหน้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง ผู้บริหารจึงต้องให้ความสำคัญกับสติปัญญาและทักษะของบุคลากรเพื่อการปฏิบัติการด้วย องค์การจำนวนมากจึงพยายามสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการสร้างกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคล กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดีอาจต้องเสียค่าใช้จ่ายราคาแพง เนื่องจากการสร้างความได้เปรียบทางการบริหารงานด้านทรัพยากรบุคคลมีลักษณะเฉพาะตัว ทำการลอกเลียนแบบได้ยาก จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องหาวิธีในการบริหารงานด้านทรัพยากรบุคคลที่ดีและเหมาะสมให้กับองค์การ (พรนพ พุกกะพันธุ์, 2544, หน้า 238)

ดังนั้นความสำเร็จของโคโยดำนั้นขึ้นอยู่กับการบริหารบุคลากรในองค์กร ซึ่งบริษัทได้ใส่ใจกับการคัดเลือกคน การพัฒนาบุคลากรและสร้างขีดความสามารถให้กับพนักงานทุกๆ ทีม จนกระทั่งถึงพนักงานระดับบริหาร ทั้งนี้โคโยต้าได้แสดงให้เห็นว่าบริษัทไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การผลิตรถยนต์เพียงอย่างเดียว บริษัทมุ่งเน้นการสร้างคนในองค์กรด้วยเช่นกัน และการพัฒนาพนักงานที่มีผลงานที่ดีนั้นเป็นเรื่องที่บริษัทให้ความสำคัญ บริษัทโคโยต้าให้ความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการพัฒนา โดยกำหนดหลักการหรือปรัชญาการพัฒนาบุคลากรและหลักการบริหารงานของโคโยต้า การมุ่งเน้นการจัดวางระบบหรือวงจรการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องที่เน้น

การพัฒนาขีดความสามารถให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยการจัดการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับความต้องการของโลก (กฤษฎา วิทธีรานนท์, 2549, หน้า 33) เพราะมาตรฐานปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา และกับบุคคลอื่นๆ ทั้งที่ต้องทำงานเกี่ยวข้องด้วยและที่มีได้เกี่ยวข้องด้วย สิ่งที่สำคัญคือเป้าหมายที่ผู้บังคับบัญชาหวังจะให้ผู้ใต้บังคับบัญชาของคนที่อยู่ในตำแหน่งหน้าที่งานนั้นๆ ปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จ และในขณะเดียวกันก็เป็นเป้าหมายที่ผู้ใต้บังคับบัญชาผู้นั้นจะต้องพยายามบรรลุให้ได้ตามที่กำหนดไว้ อันถือได้ว่าเป็นมาตรฐานที่จะใช้เปรียบเทียบในการประเมินผลการปฏิบัติงาน มาตรฐานเป็นสิ่งที่ท้าทายให้ผู้ปฏิบัติงานพยายามที่จะปฏิบัติให้ได้ เพื่อแสดงถึงควมมีประสิทธิภาพของคน เป็นการง่ายที่จะไม่กำหนดมาตรฐาน และง่ายที่อาศัยการเปรียบเทียบงานที่กำลังปฏิบัติอยู่กับงานที่เคยปฏิบัติมาครั้งก่อนๆ แต่การกระทำดังกล่าวย่อมไม่เป็นการเพิ่มผลผลิตเพราะไม่มีมาตรฐานอย่างใดที่จะเตรียมการหรือกำหนดการปรับปรุงให้ดีขึ้น ในทำนองเดียวกันการประเมินผู้ปฏิบัติงานจะมีความหมายเพียงเล็กน้อยถ้าการประเมินไม่เกี่ยวเนื่องกับมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เหมาะสม การกำหนดให้มีมาตรฐานการปฏิบัติงานจะทำให้สามารถตรวจสอบและคงไว้ซึ่งระดับการปฏิบัติงานที่ดี ซึ่งถ้าขาดไปก็จะเป็นการยากที่จะควบคุมให้ได้ นอกจากนั้นการมีมาตรฐานการปฏิบัติงานจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนทราบถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนว่าจะต้องปฏิบัติงานให้มีลักษณะอย่างไร (อลงกรณ์ มีสุทธา, และสมิต ลัทธนิกร, 2544, หน้า 71)

ผู้จำหน่ายโตโยต้า ซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัท โตโยต้ามอเตอร์ประเทศไทย จำกัด ในการเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าและศูนย์บริการรถยนต์ แต่เพียงผู้เดียวในแต่ละจังหวัด มีการจัดการและบริหารคุณภาพอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เป็นที่ยอมรับ มีระบบบริหารคุณภาพ เบื้องหลังแห่งความสำเร็จล้วนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ซึ่งเป็นพลังสำคัญให้กับทุกความสำเร็จของ ผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง (กฤษฎา วิทธีรานนท์, 2549, หน้า 17) การส่งเสริมให้หน่วยงานต่างๆ ของบริษัท ดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ด้วยการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ ถูกต้องแม่นยำ ควบคู่กับการนำวิวัฒนาการใหม่ๆ มาใช้ในเครือข่ายของระบบการทำงานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สร้างสรรค์ระบบการทำงานได้รวดเร็ว ทันใจ แม่นยำทุกรายละเอียด ซึ่งผู้จัดจำหน่ายรถยนต์ของโตโยต้า ให้บริการในด้านการจำหน่ายรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้าและศูนย์บริการที่มีมาตรฐาน ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากบริษัท โตโยต้ามอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อเข้ามาประสานงาน และรับผิดชอบเครือข่ายข้อมูล พร้อมให้การดูแลพัฒนาโปรแกรมการทำงานต่างๆ ให้ก้าวล้ำทันสมัย ควบคู่กับการนำฐานข้อมูลไปใช้กับการประมวลผลการทำงานของทุกหน่วยงาน โดยโปรแกรมล่าสุด ได้แก่ ระบบการจัดสรรรถยนต์ (Toyota Business Reform : TBR) ซึ่งเป็นระบบด้านการขายและระบบการบันทึกข้อมูลหลังการจำหน่าย (top service) ที่สามารถย่นระยะเวลา ลดการสูญเสียเวลาที่มีค่าของลูกค้าให้มากที่สุด สามารถเก็บประวัติ

รายงาน รายละเอียดของลูกค้า อันเป็นประโยชน์สูงสุดในการซ่อมบำรุงสำหรับทุกครั้งที่เข้ารับบริการ นอกจากนี้บุคลากรทุกคนของโตโยต้า ทุกคนล้วนผ่านการคัดเลือกมาจากผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ตรงกับสายงานทำงานอันเป็นส่วนเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด มุ่งมั่นพัฒนาการบริการสู่ความเป็นเลิศ ด้วยการสนับสนุน และส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีใจรักการบริการและฝึกฝนทักษะอยู่เสมอโดยจัดให้มีการอบรมพนักงานทุกระดับและทุกฝ่ายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสนับสนุนการแข่งขันทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานทุกคนมีความกระตือรือร้น ในการเสริมสร้างทักษะของตนเองและจากความพากเพียรพยายามในการฝึกฝนความรู้และติดตามข้อมูลข่าวสารตลอดจนคู่แข่งชั้นสำคัญๆ เป็นสิ่งที่โตโยต้าปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ การดำเนินงานของโตโยต้าสิ่งที่สำคัญต่อองค์กรคือความมีมาตรฐานของการปฏิบัติงานต่อองค์กร ต่อผู้บังคับบัญชา และพนักงานทุกคนทุกระดับในด้านประสิทธิภาพการทำงาน ความทุ่มเทและความสามารถของผู้บริหารกิจการที่ให้บริการ

ปัจจุบันจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงทั่วโลกจากปัญหาวิกฤติการเงินในสหรัฐอเมริกาได้ทยอยส่งผลกระทบให้เห็นมากขึ้นตามลำดับในอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมรถยนต์ซึ่งเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบ การชะลอตัวลงอย่างหนักของยอดขายรถยนต์ จากสถานการณ์ตลาดรถยนต์ในต่างประเทศ จากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงทั่วโลกจากปัญหาวิกฤติการเงินในสหรัฐฯ ได้ทยอยส่งผลกระทบให้เห็นมากยิ่งขึ้นตามลำดับในอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมรถยนต์ซึ่งเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก เพราะนอกจากจะได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลงส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นแล้ว ก่อนหน้านี้ยังต้องเผชิญกับปัญหาราคาน้ำมันที่พุ่งขึ้นไปสูงสุดเป็นประวัติการณ์ในเดือนกรกฎาคม และแม้ขณะนี้ราคาน้ำมันในตลาดโลกจะปรับตัวลดลงมากแล้ว แต่อุตสาหกรรมรถยนต์กลับยังต้องเผชิญกับปัญหาสภาพคล่องทางการเงินจากวิกฤติสินเชื่อซึ่งส่งผลทั้งต่อบริษัทผู้ผลิตเองที่ขาดเงินทุนหมุนเวียนและส่งผลให้ผู้บริโภคเข้าถึงเงินกู้ยากขึ้นด้วย ทำให้ยอดขายรถยนต์ในหลายๆ ประเทศตกลงอย่างต่อเนื่อง สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกและในปี 2550 ก็นับเป็นประเทศผู้ผลิตรถยนต์ขนาดใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 2 รองจากญี่ปุ่นด้วยนั้น เป็นประเทศที่ดูเหมือนจะกำลังได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวลงอย่างหนักของอุตสาหกรรมมากที่สุด โดย 3 บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ขนาดใหญ่ของสหรัฐอเมริกาอย่างบิ๊กทรีก็กำลังประสบกับภาวะขาดทุนอย่างต่อเนื่องจากยอดขายรถยนต์ที่ตกลงมาก และบางบริษัทอาจถึงขั้นต้องล้มละลาย และมีการควมรวมกิจการเกิดขึ้น และการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในตลาด ส่งผลให้ยอดขายรถยนต์ปีใหม่ของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์บางรายของจีนตกลงอย่างหนักถึงเกือบร้อยละ 80 ทำให้บริษัทรถยนต์ต่างๆ ของจีนมีการออกมาเรียกร้องให้รัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือ โดยในเบื้องต้นคือการพิจารณาปรับลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์รุ่นประหยัดพลังงาน เพื่อช่วยกระตุ้นอุปสงค์ในประเทศ

ให้ฟื้นตัวขึ้นมา ซึ่งปัจจุบันอัตราภาษีสรรพสามิตของรถยนต์ในประเทศจีนนั้นอยู่ในระดับสูงถึงร้อยละ 50 (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2552, กุมภาพันธ์ 27)

วุฒิกร สุริยะฉันทนานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ (2552, มีนาคม 18) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด รายงานสถิติการขายรถยนต์ประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2552 มีปริมาณการขายทั้งสิ้น 34,361 คัน ลดลงร้อยละ 30.7 ประกอบด้วย

รถยนต์นั่ง	14,248 คัน	ลดลงร้อยละ 16.6
รถเพื่อการพาณิชย์	20,113 คัน	ลดลงร้อยละ 38.1
รถกระบะขนาด 1 คัน	17,424 คัน	ลดลงร้อยละ 37.3

ประเด็นสำคัญ 1) ตลาดรถยนต์เดือนกุมภาพันธ์ มีปริมาณการขาย 34,361 คัน ลดลงร้อยละ 30.7 ลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจ และการชะลอการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบกับยอดขายเดือนกุมภาพันธ์ 2551 ที่มียอดขายที่สูงเนื่องจากการตอบรับรถยนต์ที่ใช้พลังงาน อี 20 2) ตลาดรถยนต์รวม 2 เดือน มีปริมาณ การขาย 66,446 คัน ลดลงร้อยละ 30.3 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยตลาดรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 38.8 ตลาดรถยนต์นั่งมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 13.5 เนื่องจากผลกระทบต่อเนื่องของวิกฤตเศรษฐกิจ ตลอดจนการเพิ่มระดับความเข้มงวดของสถาบันการเงินต่างๆต่อการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ได้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อตลาดรถยนต์ 3) ตลาดรถยนต์ในเดือน มีนาคม ในภาวะปกติจะเป็นฤดูกาลขาย คาดว่าตลาดรถยนต์มีแนวโน้มดีขึ้น โดยมีปัจจัยสำคัญ มาจากการความชัดเจนในเรื่องนโยบายการลดอัตราภาษีสรรพสามิตรถยนต์ รวมถึงการจัดงานมอเตอร์โชว์ ที่จะเปิดฤดูกาลขาย (high season) ช่วงไตรมาสแรกของปี ตลอดจนการแนะนำรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ รวมถึงรถยนต์รุ่นพิเศษอีกหลายรุ่นในช่วงดังกล่าว และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จากค่ายรถต่างๆ จะมีส่วนสำคัญต่อการกระตุ้นส่งท้ายไตรมาสแรก อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ส่งผลกระทบเศรษฐกิจ อาทิราคาน้ำมันที่เริ่มปรับตัวสูงขึ้นอันเนื่องมาจากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกมีราคาสูงขึ้น อาจเป็นปัจจัยกดดันตลาดรถยนต์ ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ เดือนกุมภาพันธ์ 2552 ตลาดรถยนต์รวมปริมาณขาย 34,361 คัน ลดลงร้อยละ 30.7

อันดับที่ 1 โตโยต้า 14,227 คัน ลดลงร้อยละ 31.8 ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 41.4

อันดับที่ 2 อีซูซุ 7,674 คัน ลดลงร้อยละ 29.9 ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 22.3

อันดับที่ 3 ฮอนด้า 5,812 คัน ลดลงร้อยละ 13.3 ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 16.9

ธุรกิจที่มีลักษณะรูปแบบของการเปิดโชว์รูมขายรถยนต์และเปิดให้บริการแบบครบวงจร จะพบได้มากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งบริษัทแต่ละแห่งก็มีการแข่งขันกันในการให้บริการ การบริการหลังการขาย การเข้าศูนย์บริการ การตรวจเช็คและการบริการเปลี่ยนอะไหล่ แต่ละบริษัท ได้ให้ความสำคัญในเรื่องที่กล่าวมาเป็นอย่างมาก จึงหาวิธีที่จะนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาแข่งขันกัน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของโชว์รูมรถยนต์ สมรรถนะเครื่องยนต์ ระบบอำนวยความสะดวก

การอนุรักษ์พลังงานและการรักษาสิ่งแวดล้อม รวมถึงการบริหารงานของแต่ละบริษัทอีกด้วย บริษัท ไคโยต้าลพบุรีอุดมชัย ผู้จำหน่ายไคโยต้า จำกัด บริษัทไคโยต้าสิงห์บุรี จำกัด และบริษัท ไคโยต้าโงสิต่างทอง ผู้จำหน่ายไคโยต้า จำกัด ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์ไคโยต้า จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง เพื่อการบริหารงานของผู้แทนจำหน่าย ให้ได้ประสิทธิผลสูงสุด เพื่อความสำเร็จในการทำธุรกิจและเพื่อความก้าวหน้าสู่ยุคใหม่ของไคโยต้าในความมุ่งมั่นครอบครองความเป็นหนึ่งในทุกๆ ตลาดของรถยนต์เมืองไทยต่อไป

ความมุ่งหมายในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง โดยจำแนกตามความสัมพันธ์กับบริษัท เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้า และประสบการณ์การทำงานระยะเวลาในการใช้บริการ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ในด้านชื่อเสียง ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการเงินขององค์กร และด้านความสามารถขององค์กร ต่อการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ไคโยต้า เพื่อสามารถแข่งขันและความอยู่รอดได้ในอนาคต เป็นการปรับเปลี่ยนองค์กรในรูปแบบที่สามารถดำเนินงานของธุรกิจในสภาพการณ์ปัจจุบัน ประกอบการพิจารณาวางแผนการบริหารงานและสร้างมาตรฐาน เช่น ด้านการขาย ด้านบริการหลังการขาย เพื่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และให้องค์กรมีมาตรฐานในตลาดรถยนต์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บริษัท ไคโยต้าลพบุรีอุดมชัย ผู้จำหน่ายไคโยต้า จำกัด จำแนกเป็นผู้บริหารและผู้จัดการจำนวน 13 คน พนักงาน 188 คน ลูกค้า 1,448 คน (บริษัท ไคโยต้าลพบุรีอุดมชัย ผู้จำหน่ายไคโยต้า จำกัด, 2551ก, หน้า 8) บริษัท ไคโยต้าสิงห์บุรี จำกัด จำแนกเป็นผู้บริหารและผู้จัดการจำนวน 10 คน พนักงาน 122 คน

ลูกค้า 720 คน (บริษัท ไทโยต้าสิงห์บุรี จำกัด, 2551ก, หน้า 4) และบริษัท ไทโยต้าโมสิต
อ่างทอง ผู้จำหน่ายไทโยต้า จำกัด จำแนกเป็นผู้บริหารและผู้จัดการจำนวน 9 คน พนักงาน 101
คน ลูกค้า 680 คน (บริษัท ไทโยต้าโมสิตอ่างทอง ผู้จำหน่ายไทโยต้า จำกัด, 2551ก, หน้า 5)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากประชากรมีจำนวนที่แน่นอน
(finite population) ใช้สูตรการคำนวณขนาดประชากรของ ยามาเน่ (Yamane) ในการ
คำนวณหาขนาดของตัวอย่าง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 356 คน (พิชญาณี (นิรมล) กิตติกุล, 2550,
หน้า 107)

2. ตัวแปรที่ใช้ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables)

2.1.1 ความสัมพันธ์กับบริษัท

- 1) ผู้บริหารและผู้จัดการ
- 2) พนักงาน
- 3) ลูกค้า

2.1.2 เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

2.1.3 อายุ

- 1) ตั้งแต่ 18 – 30 ปี
- 2) 31 – 40 ปี
- 3) 41 – 50 ปี
- 4) 51 ปีขึ้นไป

2.1.4 สถานภาพสมรส

- 1) โสด
- 2) สมรส
- 3) หม้าย/ หย่าร้าง

2.1.5 ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น
- 2) มัธยมศึกษาตอนต้น
- 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
- 4) อนุปริญญา /ปวส.
- 5)ปริญญาตรี
- 6) สูงกว่าปริญญาตรี

2.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 2) 10,001 - 20,000 บาท
- 3) 20,001 - 30,000 บาท
- 4) มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

2.1.7 สาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า

- 1) บริษัท โตโยต้าลพบุรีอูมซัย ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด
- 2) บริษัท โตโยต้าสิงห์บุรี จำกัด
- 3) บริษัท โตโยต้าโพลิต่างทอง ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด

2.1.8 ประสบการณ์การทำงาน/ระยะเวลาในการให้บริการ

- 1) ต่ำกว่า 1 ปี – 2 ปี
- 2) 3 ปี – 4 ปี
- 3) 5 ปี – 6 ปี
- 4) มากกว่า 6 ปี ขึ้นไป

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ได้แก่

- 1) ด้านชื่อเสียง
- 2) ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี
- 3) ด้านคุณภาพการบริการ
- 4) ด้านการเงินขององค์กร
- 5) ด้านความสามารถขององค์กร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความสำเร็จ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุ ตามการวางแผน การจัดการ การดำเนินการตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ และใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ จนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
2. การบริหาร หมายถึง กระบวนการวางแผน การจัดโครงสร้าง และจัดสายงานขององค์กร และชี้นำสั่งงานการควบคุม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรซึ่งทางผู้แทนจำหน่ายต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ไว้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
3. ผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า หมายถึง ผู้แทนจำหน่ายที่รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการให้เป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์และศูนย์บริการตรวจสอบบำรุงรักษารถ เพื่อให้บริการลูกค้าแต่เพียงผู้เดียวในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง
4. ชื่อเสียง หมายถึง การสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการ การรักษายี่ห้อให้เป็นอันดับหนึ่งในทุกจังหวัด เป็นบริษัทที่ได้รับความนิยมสูงสุด ในการเป็นผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ในด้านของการสร้างความแข็งแกร่ง ความเชื่อถือ ความปลอดภัย ความคุ้มค่า ซึ่งเป็น

เอกลักษณ์ในการสร้างชื่อเสียงด้วยความมีคุณภาพ ความน่าเชื่อถือในองค์กรของโตโยต้า ในความเป็นผู้นำด้านรถยนต์ การส่งเสริมสนับสนุนด้านการศึกษา ด้วยมาตรฐานในการให้บริการ ความคุณภาพงานอย่างต่อเนื่อง

5. นวัตกรรมและเทคโนโลยี หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยความคิดหรือการกระทำใหม่ๆ จะถูกนำมาใช้ก่อนจนกว่าจะถูกกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของระบบงานในปัจจุบันความคิดหรือการกระทำใหม่ๆ ที่เรียกว่า นวัตกรรมนั้น ก็จะกลายเป็นเทคโนโลยีขึ้นมาทันที ซึ่งการเสนอบริการ การสร้างความแตกต่างในด้านภาพพจน์จากสัญลักษณ์และตราสินค้าการปฏิวัตินวัตกรรมกำลังการผลิตใหม่ด้วยนวัตกรรมประหยัดพลังงาน และเพื่อสิ่งแวดล้อม อุปกรณ์ที่ทันสมัย ได้รับความปลอดภัยในการใช้งาน อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เทคโนโลยีของโตโยต้าในการผลิตรถยนต์รุ่นใหม่ทั้งรถยนต์ ที่มีรูปทรงที่มีขนาดทันสมัย และคล่องตัวในการขับขี่ ความหลากหลายของรถยนต์ให้เลือก คุณสมบัติที่ครบถ้วน ซึ่งทางมุ่งเน้นเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาระบบไฮบริดเพื่อรองรับรถยนต์ที่ประหยัดน้ำมันทางเลือกใหม่ ความทันสมัยของบัตรรับประกันคุณภาพที่เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการ

6. คุณภาพการบริการ หมายถึง มาตรฐานการบริการที่กำหนดโดยโตโยต้าด้วยการสร้างกระบวนการทำงานในด้านการขาย ด้านการบริการ และด้านอื่นๆ ให้เป็นจุดเด่นที่แตกต่าง การสร้างกระบวนการทำงานที่สอดคล้องและต่อเนื่อง มีขั้นตอนปฏิบัติงานที่มีมาตรฐาน ตลอดจนการติดตาม การปรับปรุงผลงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการให้บริการ โดยการสร้างความพึงพอใจเพื่อสร้างความภักดีให้เกิดกับลูกค้าเป็นการรักษารฐานลูกค้าและเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการโตโยต้า ด้วยบริการที่รวดเร็วครบวงจรและเชื่อถือได้ บริการนัดหมายล่วงหน้า ก่อนเข้าซ่อม และได้รับความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการในการเอาใจใส่การให้บริการ การตรวจสอบก่อนการส่งมอบ และการติดตามผลการปฏิบัติงานหลังการให้บริการ

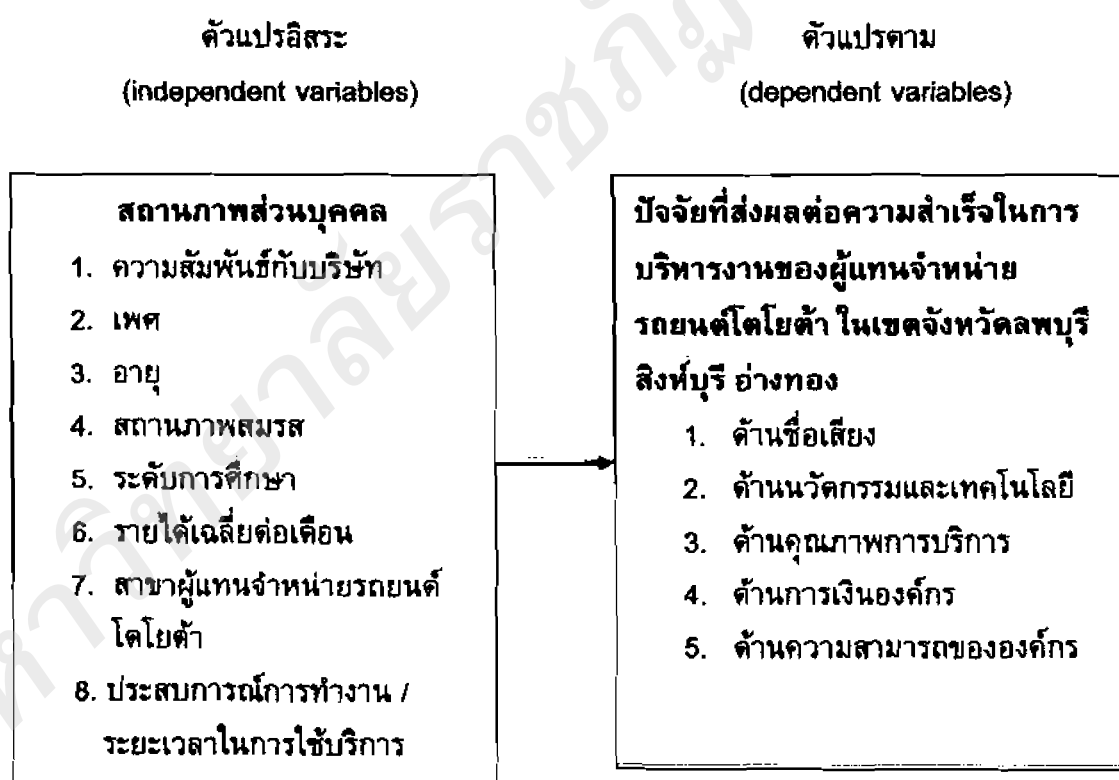
7. การเงินขององค์กร หมายถึง จำนวนหรือปริมาณของตัวเงินที่ใช้สนับสนุนการบริหารและการปฏิบัติงานในแต่ละกิจกรรม มีปริมาณเพียงพอที่จะสามารถทำกิจกรรมสำเร็จตามวัตถุประสงค์และมีระดับคุณภาพของงานตามมาตรฐาน การจัดสรรเป็นไปตามความสำคัญ และความจำเป็นของแต่ละกิจกรรมหรือเป็นไปตามจุดเน้นที่ตกลงร่วมกัน การจัดการด้านการเงิน ให้สถาบันมีสถานะทางการเงินที่เชื่อถือได้ทั้งในรูปแบบทางการจัดการรายได้ และการใช้จ่ายที่จำเป็นและสมเหตุสมผล มีความประหยัด คุ่มค่า มีประสิทธิภาพตลอดถึงมีวิธีการใช้จ่ายเป็นไปตามระเบียบ

8. ความสามารถขององค์กร หมายถึง การบริหารงานที่ประสบความสำเร็จของโตโยต้าด้วยรากฐานการบริการที่แข็งแกร่งในด้านของการแข่งขัน การพัฒนาขีดความสามารถในตลาดรถยนต์ โดยการให้บริการที่มีกระบวนการที่มีระบบและขั้นตอน การพัฒนาทักษะบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญทั้งด้านงานขายและบริการซึ่งมีศูนย์ฝึกอบรมพนักงานสำหรับ

พนักงานโตโยต้าโดยเฉพาะ การปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและรวดเร็ว มีสาขาจำนวนมาก สามารถตอบสนองด้านการให้บริการได้ครบถ้วน การติดตามผลการปฏิบัติงาน ความสามารถในการแก้ปัญหา ความสามารถในการเป็นผู้ผลิตและได้รับรองมาตรฐาน การบริการให้บริการ ถูกค้ำอย่างครบวงจรและความสามารถในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้าด้วยเว็บไซต์ในการอธิบายขั้นตอนการให้บริการของโตโยต้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการศึกษาครั้งนี้วิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง โดยใช้กรอบปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจด้านข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (สุจินันท์ อีรวิธน์, 2549, หน้า 6) ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า ในเขตจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง แตกต่างกันเมื่อ จำแนกตามความสัมพันธ์กับบริษัท เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สาขาผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้า และประสบการณ์การทำงานระยะเวลาในการให้บริการ