

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ยืนยันได้อย่างดีว่ารถยนต์ที่มนุษย์ได้เป็นผู้คิดค้นและประดิษฐ์ขึ้นมาเป็นพาหนะใช้งานในขนาดและรูปร่างแบบต่างๆ อย่างสวยงาม อุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวก และทันสมัยอย่างเพียบพร้อม ทั้งภายในและภายนอกตัวรถ ทั้งนี้รถยนต์เป็นพาหนะที่สร้างคุณประโยชน์อันมากมายมหาศาลให้กับมนุษย์ เช่น เป็นพาหนะในการเดินทาง การบรรทุกและลำเลียงสิ่งของสินค้า สัมภาระและอื่นๆ ไม่ว่าจะมียานหนักมากน้อยเพียงใด ก็สามารถทำได้ง่ายดาย รวดเร็ว คุ่มค่าทั้งระยะทางใกล้หรือไกล จึงอาจกล่าวได้ว่ารถยนต์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ไปแล้วต่อจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการที่มนุษย์ต้องการ แม้รถยนต์เป็นสิ่งจำเป็นอีกด้านหนึ่งของรถยนต์ก็ต้องการให้มนุษย์ผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ใช้งานดูแลเอาใจใส่ รักษาและซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่ดี เมื่อรถยนต์เกิดการเสียหายหรือต้องการซ่อมแซมระหว่างการใช้งานจะต้องมีเจ้าหน้าที่หรือผู้ดูแลซ่อมแซมเพื่อให้รถยนต์สามารถใช้งานได้ตามปกติ ได้แก่ ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ซึ่งจะเป็นผู้รับผิดชอบในช่วงระยะเวลาการใช้งานในการรับประกันที่เหมาะสมและหลังจากที่รถยนต์ทุกคันที่ถูกใช้งานไปเป็นระยะเวลาและระยะทางที่มากพอสมควรแล้วผู้ใช้บริการหรือผู้เป็นเจ้าของรถยนต์ใหญ่มักจะไม่นำรถยนต์ของตัวเองเข้าไปใช้งานที่ศูนย์บริการรถยนต์ที่ตนซื้อใหม่อีก สาเหตุส่วนใหญ่เนื่องมาจากรถยนต์เหล่านั้นเก่าหรือมีอายุใช้งานมากเกินความจำเป็นที่จะต้องนำเข้าสู่ศูนย์บริการแล้ว อีกทั้งศูนย์บริการรถยนต์ส่วนมากมีอัตราค่าอะไหล่และค่าบริการที่สูงมาก ดังนั้นผู้ที่ใช้รถยนต์มาเป็นเวลานานจึงมองหาทางเลือกซึ่งก็คือ การใช้บริการของอู่ซ่อมรถยนต์ เพราะมีปัจจัยที่ดีกว่าหลายอย่าง เช่น ค่าแรงหรือค่าบริการที่ไม่แพง ค่าอะไหล่ที่ถูกกว่าเพราะมีให้เลือกทั้งอะไหล่ของเทียมและอะไหล่มือสองจากต่างประเทศให้เปลี่ยน การเสียหายบางอย่างอู่ซ่อมรถยนต์สามารถซ่อมได้โดยไม่ต้องเปลี่ยนอะไหล่ยกทั้งระบบ อู่ซ่อมรถสามารถซ่อมเฉพาะจุดที่เสียหายได้ ระยะเวลาการซ่อมไม่นานเหมือนศูนย์บริการ ไม่ต้องรอการส่งอะไหล่เนื่องจากสามารถหาซื้อได้จากร้านอะไหล่ที่มีมากมาย หรือกระทั่งการซ่อมนอกเวลา เช่น ในเวลากลางคืนถึงดึก คุณภาพการบริการจึงเป็นเป้าหมายที่องค์กรทุกแห่งพยายามที่จะทำให้ได้ และต่างก็พยายามแข่งขันและค้นหาวิธีการต่างๆ ที่จะนำมาปรับใช้ในการให้บริการแก่ผู้ที่มาติดต่อและเรียกได้ว่าการบริการเป็นส่วนหนึ่งที่จะชีวิต

ความสำเร็จ และความล้มเหลวขององค์การนั้นด้วย ยิ่งเศรษฐกิจเป็นระบบเสรีมาเท่าใดสภาพการ แข่งขันยิ่งรุนแรงมากขึ้นด้วย ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ เป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเข้ามา ดำเนินการแข่งขันกันมากมาย ทั้งถนนสายหลัก และตามตรอกซอกซอย ในแหล่งชุมชนต่างๆ อู่ ซ่อมรถยนต์ดังกล่าวมีทุกขนาด ทุกรูปแบบ มีความสามารถในการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป ไม่สามารถหามาตรฐานใดๆ มาวัดได้ซึ่งก่อให้เกิดผลดีและผลเสียของอู่ที่แตกต่างกัน ทำให้ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นคุณภาพการบริการจึงเป็น ปัจจัยหลักที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ในยุคปัจจุบัน (สวิน สีนงามทวี เกรือวัลย์ ชัชกุล และ มนต์ นवलปรางค์. 2552 : 3)

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อ ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมรถยนต์ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ซึ่งการศึกษาครั้งนี้สามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการ ให้บริการลูกค้า และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้ บริการ

คำถามวิจัย

1. ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส อยู่ในระดับใด
2. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าอู่ซ่อมรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ที่ต่างกัน ประสิทธิภาพในการให้บริการแตกต่างกัน หรือไม่
3. ปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อม สี่ รถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสีรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสีรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำแนกตามข้อมูลทั่วไป
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสีรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสีรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส
2. สามารถนำผลการวิจัยมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนางานบริการลูกค้าของอู่ซ่อมสีรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและทำให้งานบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการอู่ซ่อมสีรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จำนวน 319 คน (ข้อมูลจาก ห้างหุ้นส่วน จำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส : มกราคม – พฤศจิกายน พ.ศ.2552)
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งเน้นศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า ประกอบด้วย ด้านความรวดเร็ว ด้านความมีคุณภาพ ด้านความเสมอภาค ด้านความยุติธรรม และปัจจัยทางการตลาดบริการประกอบด้วย ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัย ระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2553

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

1. ตัวแปรต้น (Independent variable) ได้แก่

1.1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) ระดับการศึกษา
- 4) อาชีพ
- 5) รายได้
- 6) ความถี่ที่มาใช้บริการ/ปี

1.2 การตลาดบริการ ประกอบด้วย

- 1) ด้านการบริการ
- 2) ด้านราคา
- 3) ด้านสถานที่
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 5) ด้านบุคลากร
- 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ
- 7) ด้านกระบวนการให้บริการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของตู้ ซ่อมสีรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ประกอบด้วย

- 1) ด้านความรวดเร็ว
- 2) ด้านความมีคุณภาพ
- 3) ด้านความเสมอภาค
- 4) ด้านความยุติธรรม

นิยามศัพท์เฉพาะ

การตลาดบริการ หมายถึง ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งมี 7P's ที่ใช้ในอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ประกอบด้วยด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

การบริการ หมายถึง การบริการต่างๆ ที่อู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส จัดเตรียมไว้สำหรับรองรับความต้องการของลูกค้า ได้แก่ การบริการงานซ่อม และการให้บริการด้านอะไหล่

ราคา หมายถึง ค่าตอบแทนที่อยู่ในรูปของตัวเงินที่ลูกค้าจะต้องจ่ายให้กับอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส หลังจากได้รับบริการต่างๆที่ต้องการเรียบร้อยแล้วประกอบด้วย ราคาค่าแรงและค่าอะไหล่ในการให้บริการ

สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ที่ตั้งของอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้งที่สะดวกในการให้บริการ วันและเวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสม การจัดให้มีบริการนอกสถานที่ต่างๆ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้สะดวกเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส (ผู้ให้บริการ) กับลูกค้า (ผู้ใช้บริการ) เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่ดี ได้แก่ การลดราคาในโอกาสต่างๆ การบริการที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ประกันภัย การบริการนอกสถานที่ และการบริการรับรถตลอด 24 ชั่วโมง

บุคลากร หมายถึง คุณลักษณะของเจ้าหน้าที่หรือพนักงานที่ให้บริการภายในอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ได้แก่ พนักงานที่ปรีกษาด้านบริการ พนักงานช่าง ประกอบด้วย ความมีอัธยาศัยไมตรีของพนักงาน ความเอาใจใส่รับฟังและแก้ปัญหาของลูกค้า ความรู้ความสามารถและความชำนาญของพนักงานที่ให้บริการ การชี้แจงและประเมินรายการซ่อมอย่างถูกต้องชัดเจนตรงกับความป็นจริง ความพร้อมและความรวดเร็วในการให้บริการงานซ่อม การแจ้งกำหนดวันและเวลารับรถ

ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สภาพแวดล้อมในอู่ซ่อมสิรยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ประกอบด้วย เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักสำหรับลูกค้า

กระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการที่จะต้องมีการแจ้งให้กับลูกค้าทราบถึงขั้นตอนต่างๆ ระหว่างผู้ซ่อมสปีดยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ประกอบด้วยด้านการนัดหมาย ด้านการต้อนรับ ด้านการซ่อม ด้านก่อนการส่งมอบ ด้านการส่งมอบ

ประสิทธิภาพในการให้บริการ หมายถึง ผลการปฏิบัติงานของผู้ซ่อมสปีดยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิสที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้เข้ารับบริการ ประกอบด้วยด้านความรวดเร็ว ด้านความมีคุณภาพ ด้านความเสมอภาค ด้านความยุติธรรม

ด้านความรวดเร็ว หมายถึง การให้บริการด้วยความรวดเร็วของผู้ซ่อมสปีดยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส รวมทั้งตรงตามกำหนดเวลานัดหมายต่างๆ

ด้านความมีคุณภาพ หมายถึง การให้บริการของผู้ซ่อมสปีดยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงการรับประกันงานซ่อม

ด้านความเสมอภาค หมายถึง การบริการลูกค้าของผู้ซ่อมสปีดยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส ด้วยความเท่าเทียมกันตามลำดับก่อนหลัง ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าเงินสดหรือลูกค้าของบริษัทประกันภัย

ด้านความยุติธรรม หมายถึง การให้บริการของผู้ซ่อมสปีดยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิสด้วยการไม่เอาเปรียบลูกค้า ให้บริการด้วยราคามาตรฐาน ยุติธรรม ทั้งค่าแรงและค่าอะไหล่

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการของผู้ซ่อมสปีดยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

กรอบแนวคิดในการวิจัย

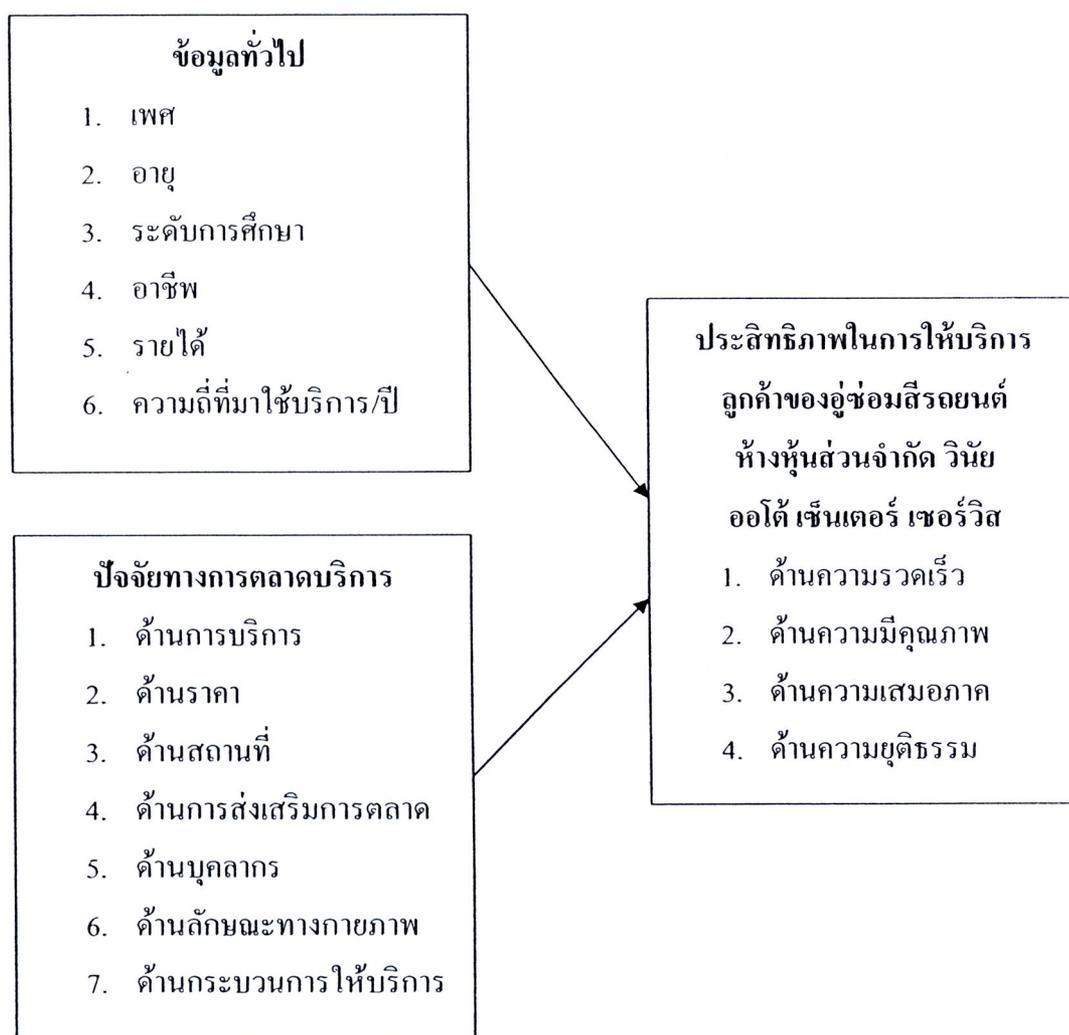
กรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสีรถยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส

ตัวแปรอิสระ

(Independent variable)

ตัวแปรตาม

(Dependent variable)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้ทำการวิจัยตั้งสมมติฐานการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ต่างกัน ประสิทธิภาพในการให้บริการของอู่ซ่อมสิรยนต์
ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิสแตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางการตลาดบริการมีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าของอู่ซ่อมสิ
รยนต์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินัย ออโต้ เซ็นเตอร์ เซอร์วิส