

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการคมนาคมเป็นไปค่อนข้างสะดวก ทำให้เกิดความต้องการในการใช้ยานพาหนะชนิดต่างๆ เช่น รถจักรยานยนต์ รถยนต์ส่วนบุคคล เป็นต้น โดยเฉพาะรถจักรยานยนต์ซึ่งมีราคาไม่แพงมากนัก ขับขี่ง่ายมีความคล่องตัวในการใช้งาน สามารถขับขี่ได้ทั้งในระยะใกล้และไกลทำให้รถจักรยานยนต์ได้รับความนิยมในการซื้อและขายอย่างต่อเนื่องในทุกปี จากสถิติยอดจดทะเบียนรถใหม่ของรถจักรยานยนต์ในเขตจังหวัดลำปางเพิ่มมากขึ้น ในปี 2550-2552 จาก 234,381 คัน 234,995 คันเป็น 238,104 คัน ตามลำดับ(กรมการขนส่งทางบก, 2553) ซึ่งรถจักรยานยนต์จำนวนดังกล่าวจำเป็นต้องมีการซ่อมบำรุง อันเนื่องมาจากการสึกหรอตามระยะเวลาใช้งาน หรือการชำรุดเสียหายเนื่องจากอุบัติเหตุ ส่งผลให้การซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีความจำเป็นต่อวิถีกรรมการใช้งานดังกล่าวเป็นอย่างยิ่ง

เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความจำเป็นที่ต้องนำรถจักรยานยนต์เข้ารับบริการซ่อมบำรุง เพื่อเป็นการรักษาสภาพเครื่องยนต์และชิ้นส่วนต่างๆของรถจักรยานยนต์ให้มีสภาพที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ทำให้ธุรกิจที่เกิดขึ้นตามมา คือ ธุรกิจร้านซ่อมรถจักรยานยนต์เพิ่มมากขึ้น การแข่งขันในธุรกิจบริการซ่อมรถจักรยานยนต์จึงมีเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินธวัชยนต์ เป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ฮอนด้า(Honda) และเป็นศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์รายใหญ่ใน อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง มีสัดส่วนรายได้ การจำหน่ายรถจักรยานยนต์ต่อศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ในอัตรา 70:30 โดยเปิดดำเนินกิจการต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 30 ปี ในการเปิดดำเนินกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า นั้น จำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินการให้ครบถ้วน ใจตามที่บริษัทเอ.พี ฮอนด้า เป็นผู้กำหนดให้ประกอบด้วย 2 กิจกรรมหลักได้แก่ การจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ และศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ หากขาดซึ่งกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งใน 2 กิจกรรมนี้ ก็มิอาจดำรงอยู่ซึ่งการเป็นตัวแทนจำหน่ายได้ ในส่วนของการจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ แม้เป็นส่วนที่สร้างรายได้หลักให้กับองค์กร แต่กลับเป็นการให้บริการด้านการขายแก่ลูกค้าเพียงครั้งเดียว ซึ่งในขณะเดียวกัน การให้บริการจากศูนย์บริการกลับเป็นส่วนที่ให้บริการแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเข้ามาใช้บริการตามระยะเวลาการตรวจเช็ค ทั้งการเข้ามาซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ ทำให้ส่วนของศูนย์บริการ

มีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะเวลาที่ยาวนานกว่า ดังนั้นถ้ามีการจัดการการดำเนินงานในส่วนของศูนย์บริการให้มีประสิทธิภาพ จนเกิดเป็นความประทับใจแก่ลูกค้าแล้ว จะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในระยะยาวให้เกิดขึ้นกับองค์กร พร้อมจะส่งผลให้ทั้งยอดขายรายรถจักรยานยนต์และยอดเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการมีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงต่อไป ส่วนของการให้บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ในอดีตนั้นมีคู่แข่งโดยประมาณ 10-15 ร้าน ซึ่งเป็นร้านเล็กๆ ทั่วไปทำให้การแข่งขันในช่วงเวลานั้นอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ ในปัจจุบันหจก.เถินรัชชนต์ได้พัฒนาเป็นศูนย์บริการชั้นนำที่ได้รับมาตรฐานสากล ซึ่งแตกต่างกับร้านซ่อมรถจักรยานยนต์โดยทั่วไป ทั้งมาตรฐานการซ่อม มาตรฐานการรับประกันการซ่อม มาตรฐานอะไหล่แท้คุณภาพสูง และด้านการให้บริการแก่ลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าส่วนหนึ่งยังเข้าไปใช้บริการในร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ทั่วไป ซึ่งมีอยู่ประมาณ 25-30 ร้าน อีกทั้งการเข้ามาเปิดตัวของศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของกลุ่มรายใหม่ อีกประมาณ 3 ร้าน ซึ่งเป็นศูนย์บริการได้มาตรฐานทางฮอนด้า เช่นเดียวกับห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินรัชชนต์ ส่งผลให้ยอดขายรับการให้บริการส่วนเพิ่มมีอัตราที่ลดลงจาก เดิมโต 16.58% ในปี 2550 เป็น 4.01% ในปี 2551 และเหลือเติบโตเพียง 3.12% ในปี 2552 (แผนกบัญชีห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินรัชชนต์, 2553) ทั้งที่มีการจดทะเบียนรถใหม่ในอำเภอเถินในอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษา เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินรัชชนต์ จังหวัดลำปาง ให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติและปรับปรุงศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินรัชชนต์ เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินรัชชนต์ จังหวัดลำปาง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินรัชชนต์ จังหวัดลำปาง
2. ทำให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินรัชชนต์ จังหวัดลำปาง

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกหลังการเข้ารับบริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินรัชชยนต์ ต่อส่วนผสมการตลาดของธุรกิจบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

ห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินรัชชยนต์ หมายถึง ศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์และจำหน่ายอะไหล่แท้จากฮอนด้า ตั้งอยู่ 1/1-3 ถ.เถินบุรี ต.ล้อมแรด อ.เถิน จ.ลำปาง

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่นำรถจักรยานยนต์เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินรัชชยนต์ จังหวัดลำปาง

ศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ หมายถึง สถานที่ให้บริการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ ที่มีช่างผู้ชำนาญการและผ่านการฝึกอบรมตามมาตรฐานหลักสูตรที่บริษัท เอ.พี. ฮอนด้า กำหนดให้ และมีอะไหล่ที่ได้คุณภาพมาตรฐาน เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างครบครัน