

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากแนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจประเภทคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน จะเห็นว่าการเติบโตของธุรกิจคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยสูงถึง 35% ในปี 2543¹ โดยเฉพาะในส่วนของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ซึ่งยังมีความต้องการใช้คอมพิวเตอร์อยู่อีกมาก ทั้งนี้เพราะคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการทำงาน การนำมาช่วยในสื่อการเรียนการสอน การติดต่อสื่อสาร และความรู้และบันเทิงในรูปแบบต่างๆ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันไปแล้ว

สิ่งที่พบอยู่เสมอควบคู่ไปกับการใช้คอมพิวเตอร์ก็คือ ปัญหาที่ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ประสบในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางด้านฮาร์ดแวร์ และปัญหาซอฟต์แวร์ ทั้งนี้เนื่องจากว่าคอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ซับซ้อนละเอียดอ่อน ต้องการความรู้ในการใช้งานที่ถูกต้อง และการดูแลที่ถูกต้อง ซึ่งผู้ใช้งานทั่วไปจะยังขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านนี้อยู่มาก จึงเป็นโอกาสของบริษัท หรือร้านค้าคอมพิวเตอร์ต่างๆ ต่างก็ให้ความสำคัญกับการให้บริการหลังการขาย เพราะทราบดีว่าปัจจัยหนึ่งที่สำคัญซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคมาจากความสามารถในการให้บริการหลังการขายของแต่ละร้าน อีกทั้งการให้บริการหลังการขายยังสามารถสร้างรายได้อีกทางหนึ่งให้กับร้านคอมพิวเตอร์ในส่วนของคุณค่าแรงงานช่าง และค่าอะไหล่

ร้านคอมพิวเตอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่ทำการค้าขายและให้บริการซ่อม, อัปเดตคอมพิวเตอร์ และยังเปิดกิจการอยู่ ณ ปัจจุบัน มีอยู่ทั้งสิ้น 12 ร้าน โดยมีรายชื่อร้านค้า และบริษัทดังนี้²

1. บริษัทนอร์ทเทิร์น โปรดักส์ แอนด์ ซัพพลาย จำกัด
2. บริษัทไทเกอร์ เซลล์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

¹ ฝ่ายการตลาด บริษัท เคอะแวลู ซิตเต็ม จำกัด. เอกสารสรุปภาวะการตลาด ประจำปี 2542, มกราคม 2543, หน้า 3.

² สัมภาษณ์ ขวาล ชีวรัตน์พันธ์ กรรมการผู้จัดการบริษัทสมาร์ท โซลูชั่น คอมพิวเตอร์ (เก็บข้อมูลช่วงการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการหลังการขายของร้านคอมพิวเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง, 20 มกราคม 2543).

3. บริษัทสมาร์ท โชลูชั่น คอมพิวเตอร์ จำกัด
4. ห้างหุ้นส่วนจำกัดลัคกี้ปลาซ่า
5. บริษัทวีเอ็นซี จำกัด
6. ร้านเมนเฟรมคอมพิวเตอร์
7. ร้าน พีแอนด์พีคอมพิวเตอร์
8. ร้านเฟรพอยด์คอมพิวเตอร์
9. ร้าน ไอทีมคอมพิวเตอร์
10. บริษัทแอลพีไฮเทคเซ็นเตอร์
11. ร้านไซเบอร์มาร์ทคอมพิวเตอร์ สาขาลำปาง
12. ร้านเทคนิคคอมพิวเตอร์

ร้านค้าและบริษัทเหล่านี้มีการตั้งกระจายกันอยู่ทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งกลยุทธ์ของแผนการตลาดแต่ละร้านก็แตกต่างกันออกไป เช่น ให้บริการรวดเร็ว คิดค่าบริการในราคาถูก ให้บริการถึงที่บ้านหรือสำนักงาน เป็นต้น แต่ว่ากลยุทธ์ใดจะเป็นที่ถูกต้อง ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจเลือกใช้บริการ เป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง เพราะหากร้านคอมพิวเตอร์ร้านใด หรือผู้ที่สนใจที่จะลงทุนในธุรกิจประเภทนี้สามารถศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง แล้วนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและกำหนดกลยุทธ์ในธุรกิจของตนเองได้อย่างถูกต้อง ก็จะสามารถพิชิตใจผู้บริโภคให้สนใจเข้ามาใช้บริการและสร้างความเจริญเติบโตให้กับร้านคอมพิวเตอร์ของตนเป็นอย่างยิ่ง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการหลังการขายร้านคอมพิวเตอร์ใน อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ และปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อร้านคอมพิวเตอร์ที่เคยใช้บริการ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว³

³ ศุกร เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค.(พิมพ์ครั้งที่สอง) : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, กรกฎาคม 2540, หน้า 6

ร้านคอมพิวเตอร์ หมายถึง ร้านค้า บริษัท บริษัทจำกัด หรือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ที่จดทะเบียนการค้าภายในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่ทำการค้าขายและให้บริการซ่อมคอมพิวเตอร์

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่มีคอมพิวเตอร์ใช้งานเป็นส่วนตัวที่บ้านหรือที่หอพัก (End-user) ซึ่งมีอำนาจการตัดสินใจในการใช้บริการร้านคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

การให้บริการหลังการขายของร้านคอมพิวเตอร์ หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับเครื่องคอมพิวเตอร์หลังจากที่ได้ซื้อคอมพิวเตอร์ไปแล้ว ได้แก่ การตรวจเช็ค การซ่อม และการอัปเดตคอมพิวเตอร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการหลังการขายของร้านคอมพิวเตอร์ใน อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
2. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจ และปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อร้านคอมพิวเตอร์ที่เคยใช้บริการ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
3. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจนำผลที่ได้จากการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา วางแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการในร้านคอมพิวเตอร์