บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันรถยนต์นับได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งและมีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทย เนื่องจากรถยนต์ได้ให้ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ประกอบกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากความเจริญเติบโตด้านอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาด้านเทคโนโลยีความก้าวหน้าทำให้เกิดความทันสมัย สะดวก สบายเพิ่มขึ้นในชีวิตประจำวัน ส่งผลต่อการใช้ชีวิตของคนไทย รวมทั้งจากสภาพเศรษฐกิจที่บีบรัด ดังนั้นการใช้เวลาว่างเพื่อการสันทนาการต่าง ๆ การพักผ่อนจึงมีความสำคัญมากขึ้น รวมถึงเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ผู้บริโภคจึงยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อความสะดวกสบายมากขึ้น เช่น การซื้อรถยนต์เพื่ออำนวยความสะดวกต่าง เป็นต้น รถยนต์ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่ 5 ของวิถีการดำรงชีวิตของคนในสังคมเมือง รถยนต์เหล่านั้นต้องการการดูแลรักษาเป็นระยะ ๆ ไม่ว่าจะเก่าหรือใหม่ล้วนแต่ต้องการการดูแลรักษาทั้งสิ้น ทั้งการดูแลรักษาเพื่อความสวยงาม เช่น ล้างดูดฝุ่น ขัดและเคลือบสี และการดูแลรักษาเพื่อให้การใช้รถยนต์ได้เต็มประสิทธิภาพ และมีอายุยาวนาน เช่น การเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและไส้กรองน้ำมันเครื่องตามกำหนด เป็นต้น ส่งผลให้เกิดธุรกิจคาร์แคร์หรือธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ขึ้น

รถยนต์เป็นยานพาหนะที่มีความจำเป็นในการเดินทางและมีความปลอดภัยสูง เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของผู้เป็นเจ้าของ ทั้งยังแสดงถึงบุคลิกภาพ รสนิยมและฐานะทางสังคมของผู้ใช้ ราคาของรถยนต์แต่ละคันไม่ใช่ราคาถูก ๆ จะสังเกตได้จากการที่เจ้าของมักใส่ใจในการดูแลรักษาเพื่อจะได้ใช้ประโยชน์จากรถยนต์ให้ยาวนานที่สุด ทำให้การล้างรถเป็นสิ่งที่ควบคู่กับการใช้งานรถยนต์ สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีแต่ความเร่งรีบ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านคาร์แคร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

จำนวนรถยนต์ และจำนวนร้านธุรกิจคาร์แคร์มีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้ใช้รถมีเวลาดูแลรถยนต์น้อยลง ซึ่งมักจะหมดไปกับการทำงานทำให้ไม่มีเวลาเพียงพอในการดูและรักษาความสะอาดของรถยนต์ตนเอง และยังมีสาเหตุมาจากการไม่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทำความสะอาดรถยนต์ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน พื้นที่ในการทำความสะอาดรถไม่เอื้ออำนวย ขาดความรู้และวิธีการทำความสะอาดรถยนต์ที่ถูกวิธี จึงทำให้เจ้าของรถยนต์ออกมาใช้บริการคาร์แคร์กันมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจคาร์แคร์เกิดการแข่งขันกันสูง และคาดว่ามีแนวโน้มการแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น ปัจจุบันมีทั้งธุรกิจที่ดูแลรักษารถยนต์โดยเฉพาะ หรือทำธุรกิจอย่างอื่นเพิ่มเติม เช่น จำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ รวมถึงการบริการดูแลรักษารถยนต์ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่ไม่ค่อยมีเวลาดูแลรักษาและทำความสะอาดรถยนต์ด้วยตนเอง หรือมีเวลาแต่สถานที่และอุปกรณ์ไม่เอื้ออำนวย เป็นต้น ทำให้ต้องพึ่งบริการร้านคาร์แคร์และสถานบริการล้างรถ จึงเป็นสาเหตุให้ร้านบริการดูแลรักษารถยนต์ (Car Care) มีการเติบโตอย่างมาก

ปัจจุบันธุรกิจร้านคาร์แคร์มีการแข่งขันกันสูงมากโดยเฉพาะการแข่งขันด้านความหลากหลายในการให้บริการ การบริการที่รวดเร็ว คุณภาพในการให้บริการทั้งที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งมีข้อเสียเปรียบในเรื่องระบบการจัดการเงินทุน ทำเลที่ตั้งและการบริหารที่ดีกว่า จึงทำให้ผู้ประกอบธุรกิจร้านคาร์แคร์รายย่อย (SMEs) ต้องประสบกับปัญหาการบริหารจัดการด้านความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจ แหล่งเงินทุนและได้รับผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขัน ซึ่งก่อให้เกิดแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจคาร์แคร์ ดังนั้นการที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ต้องคำนึงถึงความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งลูกค้าก็มีความคาดหวังในปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการทราบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยใดจะทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการเลือกใช้บริการ โอปอ คาร์แคร์ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อสำรวจลูกค้าว่าปัจจุบันมีความคิดเห็นต่อการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์อย่างไร ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้รถยนต์ในปัจจัย ต่าง ๆ ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของร้านคาร์แคร์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามความคาดหวัง ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าและลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการเลือกใช้บริการโอปอ คาร์แคร์ จังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการโอปอ คาร์แคร์ ของลูกค้าจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานของการวิจัย

ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการโอปอ คาร์แคร์ จังหวัดสมุทรปราการ ของลูกค้าจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการโอปอ คาร์แคร์ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนเฉลี่ยประมาณ 500 คน/ เดือน (ที่มา: ข้อมูลจากร้านโอปอคาร์แคร์ ทะเบียนการรับจ่ายเงินลูกค้าประจำเดือน, กุมภาพันธ์ 2557) ได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970 , p . 608) ได้กลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยจำนวน 217 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น

1. ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่ สถานภาพส่วนบุคคล

แบ่งออกเป็น

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

2. ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการโอปอ คาร์แคร์ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ

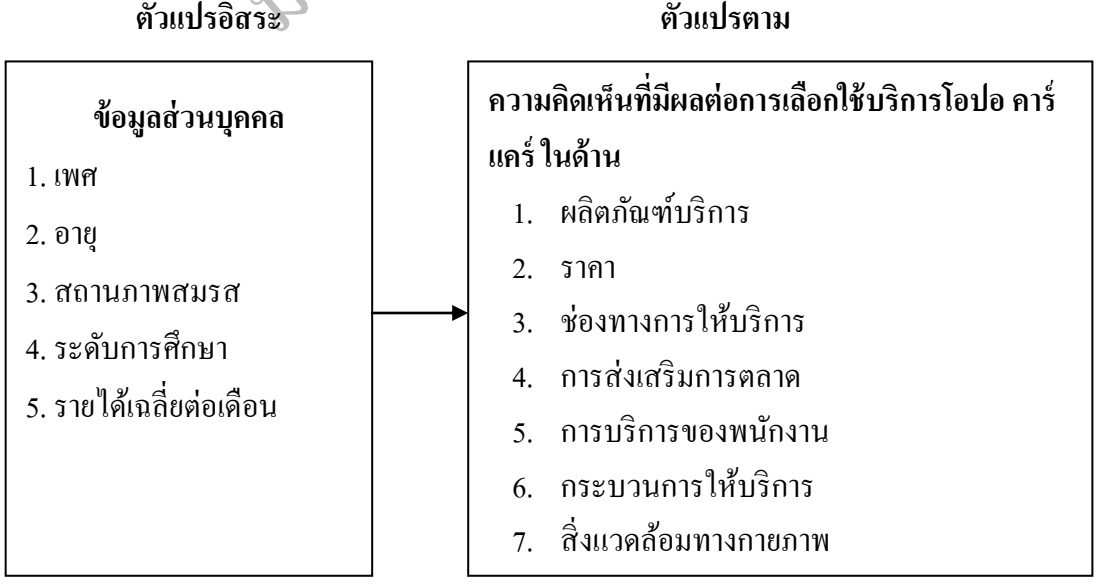
- ด้านผลิตภัณฑ์บริการ
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการให้บริการ
- ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านการบริการของพนักงาน
- ด้านกระบวนการให้บริการ
- ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

3. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษาในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึงเดือน กรกฎาคม 2557

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการเลือกใช้บริการโอปอ คาร์แคร์ จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึก ทัศนคติ และค่านิยมของแต่ละบุคคลที่มีต่อเรื่องราว หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ประสบในสังคม โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของบุคคลนั้น ๆ และความคิดเห็นอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามเวลา

การเลือกใช้บริการ หมายถึง การเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะจากบรรยาทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่

โอปอร์คาร์แคร์ หมายถึง สถานที่ให้บริการดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการแก่ผู้ใช้บริการในการทำการล้างอัดฉีด ขัดเงาสี เคลือบสี ขัดเบาะทำความสะอาดพรม เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง/เปลี่ยนไส้กรอง เปลี่ยนอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น ที่ปัดน้ำฝน เป็นต้น

คาร์แคร์ หมายถึง การทำความสะอาดรถยนต์ด้วยแชมพูล้างรถ พร้อมกับฉีดน้ำด้วยความแรงสูงที่ช่วงล่างของรถยนต์ทั้งภายในและภายนอก ล้างเครื่องยนต์ เปลี่ยนน้ำมันเคลื่อง อัจารบี เติมน้ำมันเบรค น้ำมันเกียร์ และเฟืองท้าย เป็นต้น

ลูกค้า หมายถึง ประชาชนที่มาใช้บริการโอปอคาร์แคร์ จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นคนรุ่นใหม่ ไม่มีเวลาล้างรถเอง ประหยัดเวลาและแรงงานของตน ความสะดวกสบายต้องการการดูแลทะนุทะถนอมเป็นพิเศษ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโอปอคาร์แคร์ จังหวัดสมุทรปราการ

2. สามารถนำผลการวิจัยใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ต่อการใช้บริการร้านคาร์แคร์

3. ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาต่อ เกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานซึ่งจะนำไปสู่ คุณภาพการให้บริการที่ดี เป็นเป้าหมายหลักอันสำคัญยิ่ง ของศูนย์บริการโดยอยู่บนพื้นฐานขององค์ความรู้ที่ได้ทำการศึกษาอย่างมีระบบและระเบียบวิธีที่ดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี