

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากสภาพสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมทั่วโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และรัฐบาลได้มีนโยบายเรื่องรถยนต์ใหม่คันแรก ตามที่คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติโครงการรถยนต์ใหม่คันแรกตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2554 นั้นทำให้โครงการรถยนต์คันแรกนั้นสามารถสร้างการแข่งขันในอุตสาหกรรมยานยนต์และเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้ซื้อมากขึ้น นอกจากนี้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าที่จำเป็นเพื่อการดำรงชีพแล้ว ยังต้องการสินค้าประเภทอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตประจำวัน รถยนต์กลายเป็นปัจจัยที่ 5 ของการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ธุรกิจยานยนต์มีการเจริญเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว การใช้รถยนต์ภายในประเทศพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ ได้รับประโยชน์จากการเจริญเติบโตของตลาดยานยนต์นี้ด้วย คาร์แคร์หรือสถานีบริการล้างทำความสะอาดรถยนต์จึงเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับรถยนต์และมีแนวโน้มเติบโตคู่ขนานกับธุรกิจยานยนต์

ตลาดบริการคาร์แคร์ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ รถยนต์ไม่ว่าจะเก่าหรือใหม่ล้วนแต่ต้องการการดูแลรักษาทั้งสิ้น ทั้งการดูแลรักษาเพื่อความสวยงาม เช่น การล้างสีตัวถัง ขูดฝุ่น ขัดและเคลือบสีรวมถึงการดูแลรักษาเพื่อ ให้รถยนต์สามารถใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพและมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน เช่น การเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและไส้กรอง น้ำมันเชื้อเพลิง และไส้กรองอากาศตามระยะเวลาที่กำหนด เป็นต้น ส่งผลให้เกิดธุรกิจคาร์แคร์หรือธุรกิจดูแลรักษารถยนต์ขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีทั้งธุรกิจที่ดูแลรักษารถยนต์โดยเฉพาะ หรือทำธุรกิจอย่างอื่นเพิ่มเติม เช่น จำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ รวมถึงการบริการดูแลรักษารถยนต์ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่ไม่ค่อยมีเวลาดูแลรักษาและทำความสะอาดรถยนต์ด้วยตนเอง หรือมีเวลาแต่สถานที่และอุปกรณ์ไม่เอื้ออำนวย ดังนั้นจึงทำให้ต้องพึ่งบริการคาร์แคร์และสถานบริการล้างรถ จึงเป็นสาเหตุให้ร้านบริการดูแลรักษารถยนต์ (Car Care) มีการเติบโตอย่างมาก

ผู้ประกอบการจะเลือกทำเลที่ตั้งกระจายตามจุดต่าง ๆ ตามย่านธุรกิจเมืองหรือหมู่บ้านใหญ่ ๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรายเล็ก ดำเนินธุรกิจโดยมีเจ้าของคนเดียวเป็นผู้จัดการ ซึ่งบริการส่วนใหญ่ จะให้บริการแบบครบวงจร บางแห่งใน กรุงเทพมหานครศูนย์บริการล้างรถยนต์ส่วนใหญ่จะดูแลแต่การล้างทำความสะอาดภายนอกและทำความสะอาดภายใน มีบริการเสริมต่าง ๆ อาทิ ซัดสี เคลือบเงา ทำความสะอาดเบาะ ซักพรม และอื่น ๆ ซึ่งหัวใจของความสำเร็จของธุรกิจคาร์แคร์เป็นเรื่องของการควบคุมคุณภาพการให้บริการที่ต้องมีมาตรฐานที่ดี ทำให้ธุรกิจคาร์แคร์มีการแข่งขันสูง เป็นที่น่าสนใจและเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจคาร์แคร์ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ

รถยนต์เป็นยานพาหนะที่มีความจำเป็นในการเดินทางและมีความปลอดภัยสูง เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของผู้เป็นเจ้าของ ทั้งยังแสดงถึงบุคลิกภาพ รสนิยมและฐานะทางสังคมของผู้ใช้ราคาของรถยนต์แต่ละคันนั้นไม่ใช่ราคาถูก ๆ ดังจะสังเกตได้จากการที่เจ้าของมักใส่ใจในการดูแลรักษาเพื่อจะได้ใช้ประโยชน์จากรถยนต์ให้ยาวนานที่สุด ทำให้การล้างรถเป็นสิ่งที่ควบคู่กับการใช้งานรถยนต์ สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีแต่ความเร่งรีบ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ของพนักงานเกิดการเปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง การตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโชว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปปรับกลยุทธ์ทางการจัดการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ หรือนำไปทำธุรกิจเกี่ยวกับการบำรุงรักษารถยนต์ต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโชว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้านโชว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

## สมมติฐานของการวิจัย

การตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ ร้าน โชว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี ในทัศนะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้าน โชว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้าน โชว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี จำนวนประมาณเดือนละ 1,200 คน (จากการสอบถามเจ้าของกิจการเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2555) กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างจากประชากรโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 291 คน

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น

#### 1. ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่

ลักษณะประชากรศาสตร์ แบ่งออกเป็น

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

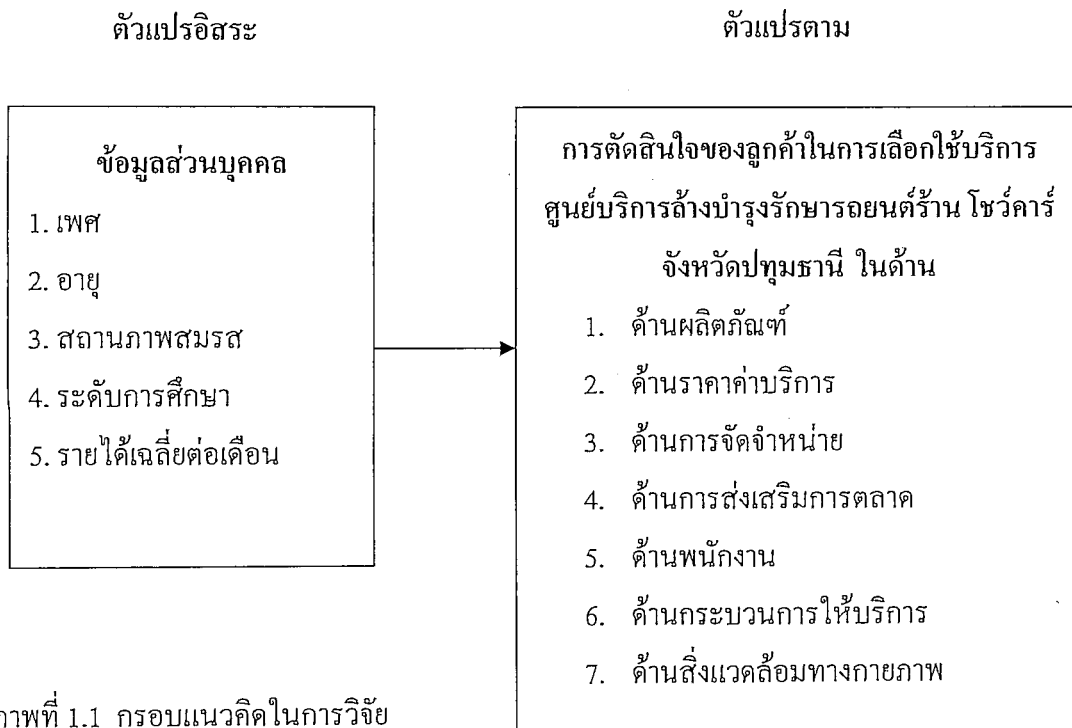
2. ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์

### 3. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษาในช่วงเดือน ธันวาคม 2555 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2556

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษา รถยนต์ร้าน โชว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

ศูนย์บริการล้างบำรุงรักษา รถยนต์ หมายถึง ศูนย์บริการที่ให้บริการทำความสะอาดและดูแลรักษา รถยนต์ เป็นสถานที่ให้บริการเกี่ยวกับรถยนต์ในด้านต่าง ๆ เช่น การล้างรถ การล้างช่วงล่างรถยนต์โดยใช้น้ำแรงดันสูง ดูแลรถยนต์ในห้องโดยสาร ลงน้ำยาเคลือบเงาภายในห้องโดยสาร บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ลงน้ำยาเคลือบเงาภายนอก ล้างล้อแม็ก และ ล้างห้องเครื่องยนต์ โดยน้ำยาเคมี เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง เป็นต้น

การให้บริการ หมายถึง พนักงานบริการ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการทางด้านรถยนต์ ของผู้เข้ามาใช้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น การให้บริการ เปลี่ยน – ถ่าน้ำมันเครื่อง ล้างรถ เป็นต้น

คุณภาพ หมายถึง การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ โดยสินค้าและบริการนั้นสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสมได้เปรียบคู่แข่ง ลูกค้ามีความพึงพอใจและยอมจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอนั้น ซึ่งมีใช้เรื่องที่ประเมินจากสิ่งของที่จับต้องได้ หรือเป็นรูปธรรมเพียงด้านเดียว แต่จะต้องนำปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นนามธรรมมาประกอบการพิจารณาด้วย

ความพึงพอใจ หมายถึง ผู้ใช้บริการคาร์แคร์เกิดความรู้สึกที่ดี ความพอใจ ความประทับใจในการบริการแต่ละด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ล้างรถยนต์ และล้างสิรถยนต์ หมายถึง การล้างทำความสะอาดรถยนต์ภายนอกตัวรถด้วยแชมพูแล้วใช้ผ้าสะอาดเช็ดให้แห้งและลงน้ำยาเคลือบเงา และทำความสะอาดภายในรถยนต์ด้วยการดูดฝุ่น ลงน้ำยา

การตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ค่าบริการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ร้าน โชว์คาร์ จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน ที่จะได้ทราบถึงสถานการณ์ตลาด ความพึงพอใจในการบริการ ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ลูกค้า และประชาชนทั่วไป ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ และทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการล้างบำรุงรักษารถยนต์ ซึ่งสามารถนำไปพิจารณาวางแผนพัฒนา ปรับปรุง กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

4. ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวสำหรับผู้สนใจศึกษาต่อ เกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานซึ่งจะนำไปสู่ คุณภาพการให้บริการที่ดี เป็นเป้าหมายหลักอันสำคัญยิ่ง ของ ศูนย์บริการ โดยอยู่บนพื้นฐานขององค์ความรู้ที่ได้ทำการศึกษาอย่างมีระบบและระเบียบวิธีที่ดี