

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันรถยนต์นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งต่อการดำรงชีวิตของคนไทย เนื่องจากรถยนต์ได้ให้ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทางไปยังที่ต่างๆ โดยภาพรวมของตลาดรถยนต์ของประเทศไทย จากข้อมูลของบริษัทโตโยต้าประเทศไทยจำกัด พบว่าในช่วงเดือนมกราคม - ตุลาคมปี พ.ศ. 2553 ยอดขายรถยนต์รวมทุกประเภททั้งหมดมีจำนวน 628,361 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดือนมกราคม - ตุลาคมปี พ.ศ. 2552 ซึ่งมีจำนวน 419,755 คัน คิดเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้น 49.7% (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, 2553 : ออนไลน์) และจากข้อมูลรายงานสถิติการจดทะเบียนรถใหม่ในกรุงเทพมหานครรวมทุกประเภทในปี พ.ศ. 2553 มีทั้งหมดจำนวน 756,729 คัน โดยแบ่งเป็นรถใหม่ที่จดทะเบียนในเขตบางขุนเทียน จำนวน 22,702 คัน คิดเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้น 26.92% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2552 จำนวน 16,591 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2554 : ออนไลน์) ดังนั้นจะเห็นว่าความต้องการใช้รถยนต์รวมทุกประเภทของเขตบางขุนเทียนนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ถือว่าเป็นเขตเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่องจากข้อมูลสถิติการรับจดทะเบียนพาณิชย์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 จำนวน 4,083 ราย เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่ (ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนของกรุงเทพมหานคร, 2554 : ออนไลน์) จากความหนาแน่นของจำนวนประชากรและการขยายตัวของที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นตลอดเวลาเพื่อรองรับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นทุกปี จากข้อมูลสถิติสำนักงานเขตบางขุนเทียน พบว่าในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนประชากรทั้งหมด 70,319 ครัวเรือน หรือประมาณ 155,821 คน คิดเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้น 29.11% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2552 จำนวน 67,875 ครัวเรือน หรือประมาณ 120,687 คน หรือคิดเป็น 0.03% ของจำนวนประชากรกรุงเทพมหานคร (สำนักงานเขตบางขุนเทียน, 2554 : ออนไลน์) ประกอบกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากความเจริญเติบโตด้านอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาด้านเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าเหล่านี้ทำให้เกิดความทันสมัย สะดวกสบายเพิ่มขึ้นในชีวิตประจำวัน ส่งผลต่อการใช้ชีวิตของคนไทย รวมทั้งจากสภาพเศรษฐกิจที่ปีบรัดดังนั้นการใช้เวลาว่างเพื่อการสันทนาการต่างๆ การพักผ่อนจึงมีความสำคัญมากขึ้น รวมถึงเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ผู้บริโภคจะยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อความสะดวกสบายมากขึ้น เช่น การซื้อเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ รถยนต์ถือได้ว่าเป็น

ปัจจัยที่ 5 ของวิถีการดำรงชีวิตของคนในสังคมเมือง ซึ่งรถยนต์เหล่านั้นต้องการการดูแลรักษาเป็นระยะๆ ไม่ว่าจะเก่าหรือใหม่ล้วนแต่ต้องการการดูแลรักษาทั้งสิ้น ทั้งการดูแลรักษาเพื่อความสวยงาม เช่น ล้างคูฝุ่น ขัดและเคลือบสี และการดูแลรักษาเพื่อให้การใช้รถยนต์ได้เต็มประสิทธิภาพและมีอายุยาวนาน เช่น การเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและไส้กรองน้ำมันเครื่องตามกำหนด จึงเป็นสาเหตุให้ร้านบริการดูแลรักษารถยนต์ มีการเติบโตอย่างมาก (วิลาสินี นาคบุตร, 2551)

ปัจจุบันธุรกิจร้านคาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 19 แห่ง โดยแบ่งออกเป็นพื้นที่อยู่ในบริเวณสถานีบริการปั้มน้ำมันมีจำนวน 6 แห่ง เช้าพื้นที่อยู่ในห้างสรรพสินค้ามีจำนวน 2 แห่ง และร้านคาร์แคร์ของผู้ประกอบการที่เช่าพื้นที่บริเวณถนนหลัก รวมถึงในซอยที่มีพื้นที่เป็นของตนเองหรือเช่ามีจำนวน 11 แห่ง (เจมพัทธ์ บุญวัฒน์, 2554 : การสำรวจ) ทำให้มีการแข่งขันกันอย่างสูงมากโดยเฉพาะการแข่งขันด้านความหลากหลายในการให้บริการ การบริการที่รวดเร็ว คุณภาพในการให้บริการทั้งที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งมีข้อเสียเปรียบในเรื่องระบบการจัดการเงินทุน ทำเลที่ตั้งและการบริหารที่ดึกว่า จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาร์แคร์รายย่อย (SMEs) ต้องประสบกับปัญหาการบริหารจัดการด้านความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจ แหล่งเงินทุนและได้รับผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขัน (ฉัตร ศรียาภย์, 2551) ซึ่งก่อให้เกิดแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจคาร์แคร์ ดังนั้นการที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้จะต้องคำนึงถึงความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งลูกค้าก็มีความคาดหวังในปัจจัยต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการทราบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยใดจะทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงความคาดหวังของลูกค้าเป้าหมายต่อการใช้บริการร้านคาร์แคร์ เพื่อให้ทราบถึงความคาดหวังของผู้ใช้รถยนต์ ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของร้านคาร์แคร์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามความคาดหวัง และประสบความสำเร็จตามเป้าหมายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้รถยนต์ต่อการใช้บริการของร้านคาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความคาดหวังของผู้ใช้รถยนต์ที่มีต่อการใช้บริการร้านค้าคาร์แคร์ ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร
2. เป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ต่อการใช้บริการร้านค้าคาร์แคร์

นิยามศัพท์

ความคาดหวัง หมายถึง การคาดการณ์หรือการตั้งความหวังไว้ล่วงหน้าของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการ เป็นแนวทางในการประเมินความคาดหวังการให้บริการซึ่งจะมีความพึงพอใจ

รถยนต์ หมายถึง 1) รถยนต์ขนาดเล็ก (S) เช่น Mini, Jazz, City, Vios, Yaris 2) รถยนต์ขนาดกลาง (M) เช่น C-Class, Serie-3, Civic, Avanza 3) รถยนต์ขนาดใหญ่ (L) เช่น กระบะ 2 ประตู, E-Class, Serie-5, Accord, Camry, Wish 4) รถยนต์ขนาดใหญ่พิเศษ (XL) เช่น กระบะ 4 ประตู, S-Class, Serie-7, Fortuner

ร้านค้าคาร์แคร์ หมายถึง สถานที่ให้บริการดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการแก่ผู้ใช้บริการในการทำกรล้างอัดฉีด ขัดเงาสี เคลือบสี ขัดเบาะทำความสะอาดรถ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง/เปลี่ยนไส้กรอง เปลี่ยนอุปกรณ์อื่น เช่น ที่ปัดน้ำฝน เป็นต้น