

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา จำนวนรถยนต์ในประเทศได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่า ประเทศไทยจะประสบกับวิกฤตน้ำท่วมที่ เกิดขึ้นในช่วงปี 2554 ก็ตาม โดยยอดรวมของรถยนต์ที่จดทะเบียนใหม่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครในปี 2553 จาก 760,119 คัน มาในปี 2555 จำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้นเป็น 1,002,310 คัน(กรมการขนส่งทางบก) ซึ่งแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นมากยิ่งขึ้นในปี 2555 อาจเป็นเพราะการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และนโยบายรถคันแรกของรัฐบาล (กรมสรรพสามิต) นอกจากนี้ราคาจำหน่ายรถยนต์ก็มีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ที่ช่วยให้ประสิทธิภาพของรถยนต์สูงขึ้น ดังนั้นมูลค่าตลาดรถยนต์จึงคิดเป็นเงินจำนวนมหาศาลรถยนต์ ซึ่ง ตลาดรถยนต์ที่กำลังแข่งขันกันมากในเรื่องเทคโนโลยี ราคา ประสิทธิภาพ และการบริการ ทำให้ยอดการขายรถยนต์ในประเทศมีความน่าสนใจที่จะทำการศึกษา เนื่องจากอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้จำนวนรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นทุกปียังส่งผลทำให้อัตราการขายตัวของ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ ซึ่งคาดว่าจะเป็นที่ต้องการมากขึ้น เพราะฉะนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ อุตสาหกรรมยานยนต์จึงได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะธุรกิจให้บริการดูแลรักษารถยนต์ ทั้งด้วยปัจจัยในเรื่องของเวลาที่เร่งรีบ จึงทำให้พฤติกรรมของผู้ใช้รถมีการเปลี่ยนแปลงไป จากก่อนที่เคยดูแลทำความสะอาดด้วยตัวเอง แต่ ณ วันนี้ผู้ใช้รถยนต์ส่วนมากนิยมนำรถเข้าล้าง ทำความสะอาดหรือซักเคลือบสีกับศูนย์บริการที่มีมาตรฐานมากขึ้น ที่สำคัญคือช่วยประหยัดเวลา ของผู้ใช้รถยนต์ ทำให้เกิดอีกหนึ่งธุรกิจขึ้นคือ “ธุรกิจคาร์แคร์”

ธุรกิจคาร์แคร์เป็นการดำเนินงานด้านการให้บริการเกี่ยวกับการบำรุงรักษาและการ ทำความสะอาดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ที่ได้รับความนิยมนิยมนรูปแบบหนึ่งในยุคสมัยของการ ดำเนินธุรกิจทางการบริการในสังคมปัจจุบัน ซึ่งได้ถูกพัฒนามาจากรูปแบบของการให้บริการทำความสะอาดอย่างเดียว ซึ่งไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครบวงจรเกี่ยวกับ รถยนต์ แต่ยุคปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการทั้งหลายได้เล็งเห็นแนวทางที่จะตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคในเรื่องของการให้บริการเกี่ยวกับการบำรุงรักษา และการบริการด้านความสะอาด เกี่ยวกับรถยนต์จึงถูกพัฒนาขึ้นได้โดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่รวมทั้งอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรถยนต์ จึงถูกพัฒนาขึ้นพร้อมกันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงธุรกิจบริการทางด้าน อื่นที่ผู้บริโภคสามารถใช้บริการในช่วงระยะเวลาที่รอรับบริการด้านคาร์แคร์อีกด้วยดังนั้นจะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคสามารถทำกิจกรรมอย่างอื่นได้อีก นอกเหนือจากการมารับบริการด้านคาร์แคร์ ซึ่งดับ ความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคต่อไปในอนาคตเนื่องจากผลตอบสนองแวดล้อม ในยุคปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น

เรื่องทางด้านเศรษฐกิจและสังคมและ วัฒนธรรม ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องเปลี่ยนไปตามปัจจัยต่างๆที่เข้ามา เกี่ยวข้องโดยเฉพาะสังคมหรือสังคมใหญ่ สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ถูกกำหนดให้ธุรกิจคาร์แคร์เข้า มามีบทบาทในปัจจุบัน คือ การที่ประชาชนหรือพลเมืองของสังคมนั้นได้ถูกค่านิยมทางสังคมและ เศรษฐกิจกำหนดให้จำเป็นต้องออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น หรือต้องการหาความสะดวกสบาย ในการรับบริการเพิ่มมากขึ้นจึงส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ ซึ่งเข้ามามี บทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน

การประกอบธุรกิจคาร์แคร์นั้นจะได้ผลและคุ้มทุนนั้นก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆอย่างเช่น มาตรฐานของเนื้องาน, การบริการ, ราคา, การตลาด, เป็นต้นรวมถึงสถานที่และโครงสร้างที่ได้มาตรฐาน ซึ่งบางท่านก็ไม่สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอะไร ได้มากมายเพราะว่าโครงสร้างอาจมีก่อนแล้ว กรณีเช่าที่ต่อ แต่บางกรณีก็เป็นพื้นที่เปล่าจึงต้องมีการปรับปรุง Layout ใหม่ทั้งหมด ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะศึกษาขนาดแต่ละพื้นที่ก่อนจะวางผังสถานที่บริการให้เหมาะกับปริมาณงาน จากตัวอย่างของคาร์แคร์หลายๆ แห่งในประเทศไทย ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับผู้ศึกษาที่ต้องการจะดำเนินธุรกิจ โดยมีรายละเอียดภายในของโครงสร้างดังต่อไปนี้

1.ช่องล้างรถ ในกรณีที่เป็นคาร์แคร์ขนาดกลางถึงใหญ่หรือสามารถล้างรถได้ถึง20 คันขึ้นไป ต่อวันจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีช่องล้างที่สามารถล้างรถได้ 2 คันพร้อมกันและมาตรฐานเวลาการล้างต้องไม่เกิน 10 นาที/คัน โดยอุปกรณ์ในการล้างรถประกอบด้วย

1.1เครื่องฉีดน้ำแรงดัน เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจคาร์แคร์ทำให้ผลงานที่ออกมาได้มาตรฐาน ยังสามารถทำเวลาได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของลูกค้าและตามความต้องการของท่านเจ้าของกิจการ

1.2เครื่องฉีดโฟม ปัจจุบันใช้โฟมเป็นส่วนช่วยในการล้างกันเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแตกต่างกับในอดีตที่จะใช้แชมพู เพราะการใช้โฟมนั้นนอกจากจะช่วยสร้างภาพของกรรมวิธีในการล้างให้ดูดีและมีมาตรฐานแล้ว การใช้งานก็ยังง่ายไม่ต้องเตรียมอุปกรณ์มากเพียงแค่เตรียมผสมในช่วงวันละ 1 ครั้ง

1.3เครื่องปั๊มลมเครื่องปั๊มลมต้องมีขนาดบรรจุลมขนาด 120 ลิตรขึ้นไปจึงจะเพียงพอต่อปริมาณ3 สูบ มอเตอร์ 2-3แรงและ ระบบไฟ 2,3 สาย วิธีการทำงานของปั๊มลม อันดับแรกใช้ผลักดันการทำงานใน zone ล้างโดยตรงซึ่งใช้ร่วมกับเครื่องฉีดโฟม ต้องมีหัวคลีปเปอร์เสียบที่หัวทางเดินลมเข้าของถังโฟมลำดับต่อมา ใช้สำหรับในงานเช็ดแห้ง ในกรณีที่ใช้กับหัวเป่าไล่ลมตามจุดตามซอกต่างๆ สุดท้าย ใช้ในการผลักดันน้ำยา wax สี ซึ่งรายการนี้ก็เป็นส่วนที่เสริมรายได้อีกรายการ นอกเหนือจากการล้างธรรมดา ใช้ในการผลักดัน น้ำยาในการบริการห้องเครื่องไม่ว่าจะเป็นการฉีดน้ำยาในการล้างห้องเครื่อง หรือฉีดน้ำยาในการเคลือบเงาห้องเครื่อง ในกรณีที่ถูกค่าล้างในระบบ VIP ในกรณีของการ WAX กระจกหลังหรือ กันชน หน้าและบันไดหลังเป็นต้น

1.4 แทนล้าง โดยทั่วไปในประเทศไทยมีอยู่ 3 แบบ ขึ้นอยู่กับงบประมาณหรือท่านเจ้าของธุรกิจ ต้องการภาพลักษณ์การบริการที่ออกมานั้นอยู่ในระดับไหนให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเมื่อมาใช้บริการ ดังนี้

1.4.1 แทนล้างระบบไฮโดรลิกเป็นมาตรฐานและภาพลักษณ์ของร้านที่อยู่ระดับบนสามารถอัดฉีด ช่วงล่างได้ สะอาดหมดจดแน่นอนพนักงานก็ทำงานได้รวดเร็วและปลอดภัย งบประมาณชุดนี้

1.4.2 เป็นโครงเหล็กฉากขนาดหนา ข้อดีของแทนเหล็กนั้นก็คือสามารถย้ายได้สะดวกน้ำหนักไม่ มากจนเกินไปแต่ข้อเสียคือ จะเป็นสนิมในอนาคต

1.4.3 แบบปูน เป็นงบประมาณที่ถูกที่สุด ใช้งานได้ดี นิยมกันแพร่หลายโดยเฉพาะต่างจังหวัด มีข้อ สำคัญต้องทำการก่อสร้างให้แข็งแรง เช่นต้องสร้างฐานโดยทำการหล่อคานปูนให้เรียบร้อยก่อนการก่อสร้าง แทน รวมถึงต้องใส่เหล็กเส้นเพื่อป้องกันการยุบตัวด้วย

1.5 เครื่องดูดฝุ่นใช้ในการทำความสะอาดอุปกรณ์ภายในให้ดูเรื่องของกำลังมอเตอร์ มีแบบ 2 มอเตอร์ หรือ 3 มอเตอร์ แล้วแต่ขนาดของความจุและจำนวนมอเตอร์ ที่สำคัญต้องดูน้ำได้ด้วยครับ

2 ช่องเซ็ดแห้ง มาตรฐานของเวลาการล้างนั้น การล้าง,ดูดฝุ่นนั้นแบ่งเป็น ล้าง 10 นาทีและเซ็ด แห้ง,ดูดฝุ่น 20 นาที รวมแล้วใช้เวลา 30 นาที/คันจึงจะเป็นไปตามมาตรฐานเพราะฉะนั้นสัดส่วนของเวลา คือ 1ต่อ 2 เช่นเดียวกันสัดส่วนของพื้นที่ก็ต่อ 1ต่อ 2 จึงจะสามารถทำงานได้ถูกต้องตามเวลาที่ กำหนด อุปกรณ์หลักในการบริการเซ็ดแห้งมีดังนี้

2.1.ผ้าแห้งสามัวร์ สามารถซับน้ำได้ดี ทำให้การเซ็ดแห้งเป็นไปอย่างรวดเร็ว ลดความเสี่ยงของการ เกิดริ้วรอยขูดขีดบนสีรถของลูกค้า

2.2 ผ้าไมโครไฟเบอร์ ลักษณะคล้ายผ้าขนหนูฝืนเล็กทั่วไป แต่ราคาสูงกว่าเยอะ ใช้ในการเก็บงาน แห้งโดยละเอียดอีกครั้งหลังจากการเซ็ดแห้งด้วยผ้าแห้งสามัวร์แล้ว ไม่ก่อให้เกิดริ้วรอยหรือรอยดำ

2.3 ผ้าขนหนูทั่วไปขนาดกลางๆ ใช้สำหรับเซ็ดแห้งกระบะหลังรถ เพราะถ้าใช้ผ้าแห้งสามัวร์ใน ส่วนนี้ จะทำให้อายุการใช้งานของผ้าแห้งสามัวร์สั้นลง

2.4 ผ้าอ้อมเด็ก ใช้แทนการใช้ฟองน้ำในการลงน้ำยา WAX เบาะและคอนโซล เนื่องจากเนื้อผ้าไม่ แข็งกระด้าง ไม่มีขนผ้าตกค้างหลังการเซ็ดถู สามารถเก็บรายละเอียดได้ดีกว่าการใช้ฟองน้ำ อีกคุณสมบัติก็ คือ ตากแล้วแห้งเร็ว

2.5 กระจอกฉีคน้ำยา ใช้สำหรับใส่น้ำยาชนิดต่างๆ เช่น WAX เคลือบเงาเบาะ น้ำยาขัดคราบและ แผลง น้ำยาเคลือบเงาข้างและซุ้มล้อ เป็นต้น เลือกใช้กระจอกฉีคที่หัวฉีดทนทาน ราคาสูงหน่อยแต่ก็ดีกว่าที่ ต้องเปลี่ยนบ่อยๆ

2.6 ไขมีดคัดเตอร์ ใช้สำหรับขูดคราบแมลง คราบฝังแน่นบนกระจก

2.7 ฟองน้ำตาข่าย ใช้สำหรับลงน้ำยาเคลือบเงาขางและซุ้มล้อ

2.8 Scotch-Brite 3M Light Duty Cleansing Pad 7445 (สีขาว) ใช้ขัดทำความสะอาดคราบแมลง คราบสกปรกต่างๆ เพื่อเก็บงานที่หลงเหลือจากงานล้าง ไม่ทำให้เกิดริ้วรอยที่ผิวสีรถ ใช้ควบคู่กันกับน้ำยา ขจัดคราบและแมลง

2.9 กาโซล่า ใส่น้ำยา WAX น้ำ และ น้ำยาเคลือบเงาห้องเครื่อง ต่อกับสายลมเพื่อใช้ฉีดพ่น

2.10 ปืนลม ใช้สำหรับเป่าลมไล่น้ำตามซอกมุมต่างๆ มิให้เลื้อกหลายแบบแล้วแต่ชอบและถนัด ส่วนผมเลือกใช้ปืนลมที่มากับกาโซล่า เพราะลมออกมาแรงดี และมีปลายยาวสำหรับสอดเข้าไปตามซอก ต่างๆ ได้ลึกกว่า

การตลาด สำหรับธุรกิจคาร์แคร์นั้นมีความจำเป็น เป็นอย่างยิ่งเพราะทุกวันนี้การแข่งขันทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใดๆก็ตามจะต้องมีการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เหตุผลแรกที่ควรทราบคือประเทศไทยเรานั้นมี 3 ฤดู สำหรับฤดูกาลที่เรียกว่า Low season ของธุรกิจนี้มันจะอยู่ในฤดูฝน เทคนิคของการประทับประคองให้อยู่รอดในช่วงนี้ ต้องต่อสู้กับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นอย่างมาก ดังนั้นการประกอบธุรกิจนี้ต้องมีความคิดที่กล้า, ทำท่ายและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าอยู่เสมอ เหตุผลต่อไป จะเป็นเรื่องของการแข่งขันการตลาดในเชิงรุก ปัจจุบันนี้ คาร์แคร์ในบ้านของเรานั้นมีมากเสียจนนับไม่ถ้วน ทั้งการ ลดราคา แจก แถมมากมายจนร้านเล็กๆ บางร้านที่ทนการเสียดสีไม่ไหวก็ได้ล้มหายกันไปโดยปริยายตามความเป็นจริงแล้วก็เป็นสิ่งที่ดีสำหรับลูกค้า เพราะการเปิดกิจการใหม่ และต้องการสร้างฐานลูกค้าใหม่ เช่นกันกับทุกๆ ไปจึงจะต้องมีหลักทางการตลาดอีกเช่นเดียวกัน และสำหรับกิจการที่ดำเนินกันไปแล้วแต่ยังไม่มีการตลาดเป็นที่ชัดเจนก็ควรที่จะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน มีการรักษากลุ่มลูกค้าเดิม และเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ในเวลาเดียวกัน

จากรูปแบบปัจจัยการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและในขณะเดียวกัน ธุรกิจบริการคาร์แคร์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงให้เกิดการต่อสู้และแข่งขันในการประกอบธุรกิจตาม ไปด้วย ดังนั้น การศึกษาถึงปัจจัยการเลือกใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้บริโภคจึงเป็นสาเหตุที่สำคัญ เพื่อเป็นกำหนดการกลยุทธ์ที่จะใช้ต่อสู้กับคู่แข่ง หรือค้นหาตำแหน่งของตนเองว่าจะต้องสู้กับคู่แข่งรายใด และมีข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบอย่างไร ส่วนอีกเหตุผลหนึ่งก็คือ เพื่อเป็น ตัวกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจผู้บริโภคว่าจะต้องเลือกใช้บริการคาร์แคร์ไหนและเพราะเหตุใด

เนื่องจากในเขตบางแคเป็นแหล่งที่มีประชาชนอยู่มากจึง ส่งผลให้ธุรกิจคาร์แคร์เพิ่มมากขึ้นและจำเป็นต้องคิดค้นหากกลยุทธ์ทางการตลาดไม่ว่าจะเป็น ทั้ง ทางตรงหรือทางอ้อมเพื่อต่อสู้แย่งชิงลูกค้า ในรูปแบบต่างๆ เพื่อพยายามแย่งชิงส่วนครองตลาดให้ ได้มากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจนี้ จึงจำเป็นต้องกำหนดแผนและนโยบายทางธุรกิจ เพื่อ มาส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยคำนึงถึงการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคให้มากที่สุด

ซึ่งในปัจจุบัน ธุรกิจการบริการคาร์แคร์ในเขตบางแค ได้มีการเปิดดำเนินการ หลายแห่งด้วยกันจึงถือได้ว่าเป็นผลประโยชน์แก่ผู้บริโภคในที่จะได้มีโอกาสเลือกใช้บริการมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันสถานบริการคาร์แคร์ก็ต้องพยายามปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการโดย มีมาตรฐานให้มากขึ้นเช่นกัน ซึ่งการตัดสินใจของผู้บริโภคจึงเป็นเหตุผลสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจคาร์แคร์ ในแต่ละแห่ง เพื่อใช้นโยบายในการดำเนินธุรกิจให้ดำรงอยู่ได้ในยุคการแข่งขัน ทางด้านการให้บริการ เหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคาร์แคร์ในเขตบางแค ธนบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาประชากรศาสตร์ที่ใช้บริการคาร์แคร์ ในเขตบางแค จ.กรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาทัศนคติต่อการใช้บริการคาร์แคร์ ในเขตบางแค จ.กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ ในเขตบางแค จ.กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจใช้ต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ในเขตบางแค

จ.กรุงเทพมหานคร

5. วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการคาร์แคร์ในเขตบางแค

จ.กรุงเทพมหานคร

6. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลใช้การให้บริการคาร์แคร์ในเขตบางแค จ.กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตในการวิจัย

1. การวิจัยนี้จะศึกษาครอบคลุมเฉพาะผู้ที่ใช้บริการคาร์แคร์ ในเขตบางแค จ.

กรุงเทพมหานคร

2. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องที่จะศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ

3. สำหรับพฤติกรรมของการใช้บริการของผู้ใช้บริการ จะศึกษาครอบคลุมเฉพาะช่วงเวลาที่เข้าไปใช้บริการ ความถี่การใช้บริการต่อเดือน และระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง

4. สำหรับทัศนคติของการใช้บริการของผู้ใช้บริการ จะศึกษาครอบคลุมเฉพาะการเคยใช้บริการ

5. สำหรับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จะศึกษาครอบคลุมเฉพาะความพึงพอใจในด้านคุณภาพของบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ในการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก

6. สำหรับปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการ จะศึกษาครอบคลุมเฉพาะความพึงพอใจในด้านคุณภาพของบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ในการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable)

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 อาชีพ
- 1.4 ระดับการศึกษา
- 1.5 ระดับรายได้ต่อเดือน

2. ตัวแปรร่วม

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการแคร์คาร์ในเขตบางแค จ.กรุงเทพมหานคร

- 2.1 ความถี่ในการใช้บริการ
- 2.2 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ
- 2.3 ระยะเวลาที่ใช้บริการ
- 2.4 เหตุผลที่ใช้บริการ
- 2.5 สถานที่ที่บริโภค
- 2.6 ประเภทของการใช้บริการ

3. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

- 3.1 ด้านคุณภาพของบริการ
- 3.2 ด้านราคา
- 3.3 ด้านสถานที่ในการให้บริการ
- 3.4 ด้านส่งเสริมการตลาด
- 3.5 ด้านบุคลากร
- 3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ
- 3.7 ด้านลักษณะภายนอก
- 3.8 ด้านส่วนประสมทางการตลาด 7P's โดยรวม

นียมคำศัพท์

ผู้วิจัยได้นำตัวแปรมากำหนดคำนิยามคำศัพท์ เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือวิจัยให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการ หมายถึง ประชาชนหรือบุคคลที่ใช้บริการคาร์แคร์

คาร์แคร์ หมายถึง สถานที่ให้บริการการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงรถยนต์ เพื่อประสิทธิภาพ เช่น การบริการล้างรถ เคลือบสีรถ รวมไปถึงการทำความสะอาดภายในตัวรถ

พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การใช้บริการคาร์แคร์ในเขตบางแค จ.กรุงเทพมหานคร ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับช่วงเวลาเข้าที่ไปใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง สาเหตุที่เลือกใช้บริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก ของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ ในเขตบางแค จ.กรุงเทพมหานคร ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านคุณภาพของบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ในการให้บริการ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก

ด้านคุณภาพของบริการ หมายถึง ทางร้านมีพนักงานไว้คอยให้บริการอย่างเพียงพอต่อความต้องการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ผู้ให้บริการจะต้องผ่านการอบรมให้มี บุคลิกภาพที่ดี มีมารยาทที่ดี มีความกระตือรือร้น ดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ มีการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทัดเทียมกัน รวมถึงหากในระหว่างการให้บริการเกิดปัญหาหรือข้อบกพร่อง พนักงานผู้ให้บริการจะต้องชี้แจงให้ผู้ใช้บริการถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาและรีบดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ด้านสถานที่ให้บริการ หมายถึง ร้านที่มีหลายสาขาให้ผู้ใช้บริการได้เลือกใช้บริการได้สะดวก รวมถึงมีสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนหรือห้างสรรพสินค้า ทำให้สะดวกต่อผู้มาใช้บริการ มีที่จอดรถสะดวกสบายไว้คอยให้บริการ มีการจัดบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในร้านให้ดูดีและน่าเข้าไปใช้บริการ ภายในร้านมีความสะอาด

ด้านช่องทางให้บริการ หมายถึง ที่ตั้งของศูนย์บริการคาร์แคร์ ประกอบด้วย ศูนย์บริการใกล้บ้านหรือที่ทำงาน หรือใกล้กับย่านธุรกิจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การใช้เนื้อหาโฆษณา การส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่างๆ การจัดของแถม การให้ส่วนลดในการใช้บริการภายในร้าน

ด้านบุคลากร หมายถึง พนักงาน หรือผู้ให้บริการ ภายในศูนย์บริการคาร์แคร์ ซึ่งจะต้องมีคุณลักษณะประกอบด้วย ความสุภาพในการให้บริการ ประสิทธิภาพ ความรู้ ความชำนาญ การดูแลเอาใจใส่ การแต่งกาย และความรับผิดชอบต่องาน

ด้านกระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการที่จะต้องมีการแจ้งให้ผู้ให้บริการทราบ ประกอบด้วย ความรวดเร็วในการให้บริการ เสร็จตามเวลาที่นัดหมาย ความถูกต้องของบิลค่าบริการ สภาพความสมบูรณ์ของรถยนต์และความเป็นมืออาชีพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายในศูนย์บริการคาร์แคร์ประกอบด้วย ความทันสมัยของเครื่องมือ และอุปกรณ์ ห้องน้ำสะอาด และทางเข้า-ออก สะดวก ความปลอดภัยของทรัพย์สินภายในรถ และตัวรถ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพิ่มโอกาสขยายฐานกลุ่มผู้บริโภคสินค้าและบริการคาร์แคร์ในเขตบางแค จ.กรุงเทพมหานคร
2. นำมาพัฒนาบริการเพื่อสนองต่อต้องการของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร
3. แก้ไขบริการเพื่อวางกลยุทธ์และวางแผนในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการคาร์แคร์ ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร