

คุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์โควิด 19

Service Quality of Meguiar's Car Wash in Situation of COVID 19

น้ำตาล ลีนวรักษ์¹, อรพิน ปิยะสกุลเกียรติ², วิชัย โถสุวรรณจินดา³

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต^{1,2,3}

Namtan Leenawaruk¹, Orapin Piyasakulkiat², Wichai Thosuwanjinda³

Master of Public Administration, Kasem Bundit University^{1,2,3}

E-mail: kim_hyun_joong001@hotmail.com¹, E-mail: orapin.piy@kbu.ac.th²

E-mail: vichai_tho@yahoo.co.th³

Received: June 12, 2022; Revised: June 19, 2023; Accepted: June 29, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพและปัญหา อุปสรรคต่อคุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์โควิด 19 ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดจำนวน 385 ชุด เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และมีอาชีพพนักงานเอกชน (2) คุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์โควิด 19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (\bar{X} =4.20, S.D. = .668) 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในบริการ (\bar{X} = 3.93, S.D. = .699) และ 3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (\bar{X} = 3.88, S.D. = .723) 4) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (\bar{X} 3.87, S.D. = .690) 5) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (\bar{X} =3.82, S.D. = .699) และ (3) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์โควิด 19 ส่วนใหญ่อยู่ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยพบว่าปัญหาเรื่องที่จอดรถไม่เพียงพอในช่วงวันระยะห่างจากสถานการณ์โควิด พนักงานบางคนไม่สวมหน้ากากอนามัยขณะให้บริการ และการรอรับบริการที่ช้า

คำสำคัญ : คุณภาพ การบริการ คาร์แคร์ โควิด 19

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the level of service quality, the problems and obstacles of Meguiar's Car Wash service quality in the Covid 19 situation. The researchers used the questionnaire to collect data from the selected sample group totalling 385 sets of questionnaires.

Descriptive statistics were used to analyze data. Findings showed that: 1) Most of the respondents were males, aged 25-40 years with a bachelor's degree. Most of them were employees and have monthly income in the range of 20,001 – 30,000 Baht. 2) The overall service quality of Meguiar's Car Wash in Covid 19 situation was at high level as shown in the following aspects from highest to lowest: (1) the concrete aspect of the service (\bar{x} = 4.20, S.D. = .668). (2) the reliability of the service (\bar{x} = 3.93, S.D. = .699). (3) the confidence in the service (\bar{x} = 3.88, S.D. = .723). (4) the responding to customers need (\bar{x} = 3.87, S.D. = .690). and (5) the knowing and understanding of the customers (\bar{x} = 3.82, S.D. = .699) and 3) Most of the problems and obstacles of service quality in using Meguiar's Car Wash during the Covid 19 situation were due to lacking of car parking space. Some employees did not wear masks during giving service and waiting time for service was too long.

KEYWORDS: service, quality, Car Wash, Covid 19

บทนำ

ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยได้รู้จักโรคระบาดชนิดหนึ่งนั่นคือ การระบาดของเชื้อไวรัส โควิด 19 ซึ่งเป็นโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่หรือที่เรียกกันว่า โควิด 19 ในช่วงแรกของการระบาดนั้นมีอัตราป่วยและอัตราตายสูงมากในประเทศจีน ภายในเวลาไม่กี่สัปดาห์หลังจากพบผู้ป่วยรายแรก เชื้อไวรัสดังกล่าวได้แพร่กระจายไปยังประเทศต่าง ๆ ในทุกทวีปทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยจนถึงปัจจุบัน ทุกประเทศก็ยังคงเผชิญกับปัญหาการระบาดของโรคนี้อยู่ จึงทำให้หลายประเทศรวมถึงประเทศไทยได้ออกมาตรการเพื่ออยู่ร่วมกับโรคนี้ให้ได้ เนื่องจากปัญหาจากการระบาดครั้งนี้ส่งผลกระทบไปทุกภาคส่วนทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจและสังคม ทำให้ประชาชนต้องปรับตัวและหาวิธีที่จะรองรับกับปัญหาของการระบาดครั้งนี้

จากการระบาดของโควิด 19 ทำให้กระทบกับเศรษฐกิจในประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการทั้งราย

เล็กหรือรายใหญ่ได้รับความกระทบกระเทือน ด้วยมาตรการการควบคุมโรคที่ทุกประเทศใช้ก่อนหน้านี้ ตั้งแต่การลดการเดินทางการเข้าออกพื้นที่ การปิดสนามบิน การใช้มาตรการ Social Distancing มีการปิดสถานที่ ปิดสถานการค้า และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ปิดเมือง ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ การค้า การทำงานผลิต และ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง โรงแรม ร้านอาหาร รวมไปถึงการผลิตในภาคอุตสาหกรรม ขณะเดียวกันทุกคนมีความกังวล และต้องดูแลปกป้องตัวเองมีการกักตัวอยู่กับบ้าน หลายคนไม่สามารถมาทำงานหาเลี้ยงชีพแบบปกติได้ ธุรกิจจำนวนมากต้องหยุดกิจการหรือทำได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ จนทำให้ขาดรายได้มาจนเจือจรรอบครัว ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะมีมาตรการเยียวยา ผู้ขาดรายได้ในรูปแบบ คนไทยไม่ทิ้งกัน แต่ก็ยังเกิดความเครียดและปัญหาทางสุขภาพจิตตามมา การค้าและการลงทุนเกิดผลกระทบค่อนข้างรุนแรง แม้แต่เศรษฐกิจโลกที่กำลังเข้าสู่วิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งมี

ที่มาจากโควิด 19 เป็นสำคัญ ผลกระทบในระยะยาว เนื่องจากการเติบโตทางเศรษฐกิจลดลง ทำให้สูญเสีย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่เกี่ยวข้องกับการจ้าง งาน ที่ประเทศจะสูญเสียขีดความสามารถในการ แข่งขันและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะ ยาว เนื่องจากจะต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากมา ลงทุนกับการป้องกันและรักษาโรคโควิด 19 (สำนัก บริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์, 2563) นอกจากนี้จากรายงานการสำรวจผลกระทบ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ด้านเศรษฐกิจ (23 เมษายน – 17 พฤษภาคม 2563) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า มากกว่าครึ่งมี รายได้ลดลง และร้อยละ 33 มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ร้อย ละ 14 มีหนี้สินในระบบเพิ่มขึ้น ร้อยละ 14.5 ตก งาน/เลิกจ้าง ร้อยละ 69.7 ได้รับผลกระทบด้าน อาชีพและการจ้างงาน อีกทั้งผู้ประกอบการรายเล็ก ได้รับผลกระทบโดยยอดขายลดน้อยลงร้อยละ 21.8 และร้อยละ 12.6 ต้องปิดกิจการ ในขณะที่ ร้อยละ 12.9 โดนพักงาน หรือเลิกจ้าง โดยไม่ได้เงิน นอกจากนั้น ผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อครัวเรือนที่มี ต่อกลุ่มเปราะบางทุกกลุ่ม ได้แก่ เด็กเล็ก คนพิการ และคนป่วย ได้รับผลกระทบมากกว่ากลุ่มอื่น ซึ่ง ครัวเรือนที่มีกลุ่มเปราะบางมาก จะได้รับผลกระทบ ด้านรายได้ที่ลดลงมากกว่ากลุ่มที่เปราะบางน้อย มี รายจ่ายเพิ่มขึ้นมากกว่ามีหนี้สินมากกว่า การจ้างงาน ได้รับผลกระทบรุนแรง โดยเฉพาะกิจการในภาค บริการและกิจการ โดยข้อมูลการจ้างงานในไตรมาสที่ 2 ของปี 2564 ได้แก่ 1) ผู้ว่างงาน/เสมือนว่างงาน (ผู้ มีงานทำไม่ถึง 4 ชม ต่อวัน)มีจำนวน 3.0 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 3.4 ล้านคนในสิ้นปี 2564 ซึ่ง เพิ่มขึ้นกว่าช่วงก่อนการระบาดกว่า 1 ล้านคน 2) ผู้ ว่างงานระยะยาว (เกิน 1 ปี) 1.7 แสนคน เพิ่มขึ้นกว่า

ช่วงก่อนการระบาดถึงกว่า 3 เท่าตัว3) ตัวเลขผู้ ว่างงานที่ไม่เคยทำงานมาก่อนมีจำนวน 2.9 แสนคน เพิ่มขึ้นจากช่วงก่อนการระบาดถึง 8.5 หมื่นคน และ 4) แรงงานย้ายถิ่นกลับภูมิลำเนาที่เพิ่มขึ้นจากภาค บริการ/อุตสาหกรรมในเขตเมือง กลับไปยังภาค เกษตรที่มีผลิตภาพต่ำกว่า จำนวน 1.6 ล้านคน สูง กว่าค่าเฉลี่ยในช่วงก่อนการระบาดกว่า 1 ล้านคน (กรมควบคุมโรค, 2564) จะเห็นได้ว่าผลกระทบที่เกิด ขึ้นกับระบบเศรษฐกิจระหว่างการะบาดของโควิด 19 นั้นครอบคลุมทุกกิจการ

หากกล่าวถึงธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการนั้น ธุรกิจคาร์แคร์ ถือเป็นอีกธุรกิจที่เป็นกลไกหมุนเวียน อยู่ในระบบเศรษฐกิจของประเทศ และยังเป็นอีกหนึ่ง ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดในครั้งนี้ เนื่องจากในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ประชาชนจะมีการใช้ชีวิตอย่างระมัดระวังมากขึ้น ภายใต้นโยบายสาธารณสุขในสถานการณ์โควิดที่ กระทรวงสาธารณสุขและกรมควบคุมโรคได้ ประกาศเป็นแนวทางการปฏิบัติตนของประชาชน ในช่วงที่ยังมีการแพร่กระจายเชื้อโรคได้ส่งผลให้ ประชาชนมีความไม่ปลอดภัยในการมาใช้บริการล้าง รถ หรือเข้าคาร์แคร์น้อยลง มีความกังวลถึงความ ปลอดภัยและความสะอาดปราศจากการแพร่ระบาด ของเชื้อโรคโควิด 19 ดังนั้น หากผู้ประกอบการธุรกิจ คาร์แคร์แห่งใดมีการปฏิบัติตามมาตรการป้องกัน การแพร่ระบาดของเชื้อโรคและสามารถสร้างความ มั่นใจให้ผู้มารับบริการพึงพอใจได้นั้น จึงเป็นสิ่งที่ดี สร้างความมั่นใจและการบอกต่อกลับมาใช้บริการ คาร์แคร์อีกครั้ง สำหรับคาร์แคร์ Meguiar's นั้น เป็น ธุรกิจบริการทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร ปัจจุบันมีจำนวนพนักงาน 10 คน แบ่งเป็นแคชเชียร์ เก็บเงิน 1 คน พนักงาน รับรถลูกค้า 2 คน พนักงาน

ในห้องล้าง 2 คน พนักงานทำภายในรถลูกค้า 2 คน พนักงานแว้กยาง 1 คน พนักงานเช็ดกระจก 1 คน และพนักงานเช็ดสีรถ 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยในแต่ละวันนั้นมีจำนวนรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการประมาณ 10-15 คัน/วัน โดยเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 300-450 คัน/เดือน ในการบริหารการบริการภายใต้ข้อจำกัดเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยถือว่าเป็นความท้าทายให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก

ผู้ศึกษามีความสนใจศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar’s ในสถานการณ์โควิด 19” ต้องการทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของคุณภาพการให้บริการในสถานการณ์ โควิด 19 เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงการบริการของคาร์แคร์ Meguiar’s ให้ได้มาตรฐานและตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar’s ในสถานการณ์โควิด 19
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อคุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar’s ในสถานการณ์โควิด 19

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้อาศัยกระบวนการและวิธีการของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มาใช้บริการที่คาร์แคร์ Meguiar’s จำนวน 385 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของคอคแรน (W.G. Cochran, 1977) เนื่องจากไม่ทราบประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองและปรับปรุงให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar’s ในสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar’s ในสถานการณ์โควิด 19 จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. รวบรวมและเรียบเรียงข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสอบถาม โดยยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของข้อความ ทั้งด้านเนื้อหา ความเหมาะสมในการนำแนวคิด และทฤษฎีใช้ในการตั้งคำถาม
3. การสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1. เพศ 2.อายุ 3. อาชีพ 4.ระดับการศึกษา และ5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดชนิดเลือกตอบ (Check list) ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทมาตรานาม บัญญัติ (Nominal scale) และเรียงลำดับ (Ordinal scale)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นผู้มาใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar’s ในสถานการณ์โควิด 19 ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) 2.ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในบริการ (Reliability) 3.การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) 4.การให้ความมั่นใจ

แก่ผู้รับบริการ (Assurance) และ 5.การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิดจำนวน 25 ข้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคอร์ (Likert) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีความหมาย ดังนี้ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 มีระดับทัศนคติ เห็นด้วยมากที่สุด, 4.21 – 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด 3.41 – 4.20 เห็นด้วยมาก, 2.61 – 3.40 เห็นด้วยปานกลาง 1.81 – 2.60 เห็นด้วยน้อย, 1.00 – 1.80 ไม่เห็นด้วย

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้อาศัยกระบวนการและวิธีการของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งใช้ความรู้ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเป็นแนวทางในการสร้างคำถามในแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล โดยการออกไปแจกแบบสอบถามด้วยตนเองภายในคาร์แคร์ Meguiar's จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ และสรุปประเด็นคำถามและคำตอบที่ได้จากแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละปัจจัยส่วนบุคคล (Percentage) หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) เพื่ออธิบายข้อมูลคุณภาพการ

ให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์โควิด 19

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 และเป็นเพศหญิง 192 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9 มีอายุ 25 ถึง 40 ปี จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคืออายุ 41 ถึง 60 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมา คืออายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 และอายุน้อยกว่า 25 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ระดับการศึกษา การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมา คือสำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และสำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา คือ มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมา คือ มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 รองลงมา คือ มีรายได้ 9,000 – 15,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และมีรายได้ต่ำกว่า 9,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 รองลงมา คือ ข้าราชการ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมา คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และรับจ้างทั่วไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์โควิด

วิด 19 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์โควิด 1

ลำดับที่	คุณภาพการให้บริการ	ระดับคุณภาพ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.20	.668	มาก
2	ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในบริการ	3.93	.699	มาก
3	ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	3.88	.723	มาก
4	ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.87	.690	มาก
5	ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	3.82	.699	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.94	.599	มาก

จากตารางที่ 1 คุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์โควิด 19 ในภาพรวมโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.94, S.D. = .599) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (\bar{X} =4.20, S.D. = .668) รองลงมา ได้แก่ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในบริการ (\bar{X} =3.93, S.D.= .699) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (\bar{X} =3.88, S.D. = .723) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (=3.87, S.D. = .690) และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (\bar{X} =3.82, S.D. = .699)

3. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์โควิด 19 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน มีเสนอปัญหาและอุปสรรค จำนวน 156 คน พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องที่จอดรถไม่เพียงพอในช่วงเว้นระยะห่างจากสถานการณ์โควิด 19 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 36.53 รองลงมา คือ พนักงานบางคนไม่สวมหน้ากากอนามัยขณะให้บริการ จำนวน 49 คน คิด

เป็นร้อยละ 31.41 รองลงมา คือ มีการรอรับบริการนานกว่าปกติ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08 และพนักงานไม่แจ้งรายละเอียดการบริการบางรายการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.98

อภิปรายผล

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบการวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยจะอธิบายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์โควิด 19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้มาใช้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ได้รับการบริการอย่างมั่นใจทั้งด้านมาตรฐานและความปลอดภัย ทำให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการในช่วงภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ซึ่งสอดคล้อง นิติพล ภูตะโชติ (2551) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการไว้ดังนี้

1) การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่าง

รวดเร็ว ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ด้านทำเลที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของการให้บริการ ที่รวดเร็ว เพื่อไม่ทำให้ลูกค้าต้องเสียเวลารอนาน เพราะอาจทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเบื่อ และเปลี่ยนไปใช้บริการจากที่อื่น

2) ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) คือเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการบริการ หากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

3) ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Expectation) เกิดขึ้นจากความแตกต่างของลักษณะลูกค้าแต่ละราย ซึ่งลูกค้าอาจมีความคาดหวังต่อการบริการที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นลูกค้าย่อมมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

4) การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นการบอกให้ลูกค้าได้รับทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยการใช้ภาษา เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย

5) ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ความพร้อมเป็นประสิทธิภาพของการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการนั้น ๆ

6) ความรู้ของผู้ให้บริการ (Knowledge and Competence) ความรู้ ความสามารถและความชำนาญของผู้ให้บริการจะเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้

7) คุณค่าของการให้บริการ (Value) คุณค่าของงานบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับการบริการ กล่าวคือลูกค้าจะเกิดความรู้สึกประทับใจ

และไม่เสียดายที่จะจ่ายเงินค่าบริการ เมื่อลูกค้าได้รับการบริการตรงตามที่คาดหวัง

8) ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) หมายถึง ความมีน้ำใจของพนักงาน ความจริงใจ และรู้สึกยินดีที่จะต้อนรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่จะได้รับ

9) ให้ความสนใจในลูกค้า (Interest) การให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อลูกค้านั้นเป็นสิ่งจำเป็น ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใคร ต้องดูแลเอาใจใส่เขา อย่าทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณทอดทิ้งไม่ได้รับการเอาใจใส่จากพนักงาน

10) ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง การที่ธุรกิจผู้ให้บริการมีการบริการที่ดี มีการได้รับรางวัล หรือการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ สร้างความน่าเชื่อถือโดยการบริการตามมาตรฐานที่สม่ำเสมอ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในบริการ

11) ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการบริการอย่างถูกต้องสม่ำเสมอ เท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจเมื่อกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

12) การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึงการให้บริการตอบสนองทันที เมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการ หรือเมื่อเกิดปัญหา ก็สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาต่าง ๆ ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง

13) ความปลอดภัย (Security) ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง ไม่ผิดพลาดจากการทำงานของพนักงานให้บริการ

1.4) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer) ผู้ให้บริการจะต้องทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร ดังนั้นต้องค้นหาสิ่งต่างๆ เหล่านั้นมาบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ถ้าผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการมาตอบสนองเขาได้ก็หมายถึงความมีประสิทธิภาพของบริการและสอดคล้องกับอารยา ติมทวิสมเกียรติ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail Spa ของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการในภาพรวม ด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน ด้านความไว้วางใจด้านการตอบสนองของพนักงาน ด้านคุณภาพสิ่งที่จับต้องได้และด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับดีมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar’s ในสถานการณ์โควิด 19 เป็นรายด้านสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากคาร์แคร์ Meguiar’s มีการเตรียมความพร้อมตามมาตรการของภาครัฐในการให้บริการ เช่น การเตรียมจุดบริการแอลกอฮอล์ ซึ่งสอดคล้องกับ ภัสสร ธนาสุวิชากร และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการร้านอาหารครัวไม้ไผ่” โดยผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านความใส่ใจ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ

ร้านอาหารครัวไม้ไผ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากคาร์แคร์ Meguiar’s ย้ำเตือนให้พนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัยขณะให้บริการและมีมาตรฐานในการให้บริการ พนักงานทุกคนได้รับวัคซีนป้องกันโควิด 19 ตามที่ภาครัฐกำหนด ซึ่งสอดคล้องกับรุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต” โดยผลการศึกษาพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.692) รองลงมาคือคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.689) ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการมากที่สุด (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.682) รองลงมาคือความพึงพอใจด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ = 0.676) ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าความพึงพอใจทุกด้านมีระดับความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้

เนื่องจากพนักงานมีใจบริการลูกค้า ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส และใส่ใจและเข้าใจลูกค้า มีการแต่งกายที่เรียบร้อยสุภาพอยู่เสมอ สอดคล้องกับ สายฝน เลิศพิทักษ์ธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์” โดยผลวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ด้านความเป็นรูปธรรมกับด้านความเอาใจใส่ และภาพลักษณ์ตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์

1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากการให้บริการเป็นไปตามการบริหารจัดการที่เรียบร้อยตามลำดับคิว ซึ่งสอดคล้องกับ มนัสชญาน์ โรมินทร์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้มารับบริการที่แผนกส่งเสริมสุขภาพโรงพยาบาลกระบี่นครินทร์ อินเตอร์เนชั่นแนล” โดยผลการวิจัยพบว่าผู้รับบริการมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านทุกด้านในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

1.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานมีความใส่ใจความต้องการของลูกค้ามีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการทุกครั้งที่จะให้บริการ สอดคล้องกับ วรวิไลญ์ วงษ์ศรีเผือก (2564) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการที่

ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด” โดยผลการวิจัยพบว่าในบรรดาตัวแปรรายด้านทั้งหมดมีตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตามคือความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 ด้านคือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า การตอบสนองต่อความต้องการและ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

2. ปัญหาและอุปสรรคต่อคุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar’s ในสถานการณ์โควิด 19 พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีปัญหาด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการมากที่สุด คือเรื่องที่จอดรถไม่เพียงพอในช่วงเว้นระยะห่างจากสถานการณ์โควิด ทั้งนี้เพราะร้านต้องปฏิบัติตามมาตรการของรัฐเรื่องการเว้นระยะห่างจึงทำให้มีข้อจำกัดในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ มนัสชญาน์ โรมินทร์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้มารับบริการที่แผนกส่งเสริมสุขภาพโรงพยาบาลกระบี่นครินทร์ อินเตอร์เนชั่นแนล” โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านทุกด้านในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาถึงการเตรียมความพร้อมในการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's “ในความปกติถัดไป” หลังสถานการณ์โควิด 19
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's “ในความปกติถัดไป” หลังสถานการณ์โควิด 19 จากการศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาเรื่อง

“คุณภาพการให้บริการคาร์แคร์ Meguiar's ในสถานการณ์ โควิด 19” เพื่อให้เกิดผลดียิ่งขึ้นจึง

ข้อเสนอแนะให้มีการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีวิจัยปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
2. ควรมีการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค. [ออนไลน์]. (2564). ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมจากการระบาดของโรค โควิด-19 ในระดับโลกและในประเทศไทย. เข้าถึงได้จาก: <https://ddc.moph.go.th>. (สืบค้น 5 มิถุนายน 2565).
- ภัสสร ธนาสุวิชากรและคณะ. (2563). คุณภาพการให้บริการร้านอาหารครัวไม่น้ำ. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*. 12(1): 86-96.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต. [การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มนัสชญาน์ โรมินทร์. (2561). คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้มารับบริการที่แผนกส่งเสริมสุขภาพโรงพยาบาลกระป๋องครินทร์ อินเตอร์เนชันแนล. [วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรวัลณ์ วงษ์ศรีเผือก. (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทยูโรเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด. [การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สายฝน เลิศพิทักษ์ธรรม. (2558). คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์. [การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อารยา ลิ้มทวีสมเกียรติ. (2563). คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail Spa ของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร. [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.