

รูปแบบความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

Sustainable Development Model of Car Care Business in Chaing Rai Province

อารีรัตน์ แสนโชคพานิชย์¹ กษิติศ ใจผาวัง²
Areerat saenchokpanich¹, Kasidit Jaiphawung²

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของธุรกิจคาร์แคร์และความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ที่มีการดำเนินการมากกว่า 3 ปีขึ้นไป รวมทั้งสิ้น 36 รายในจังหวัดเชียงราย โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์มีการให้บริการโดยคำนึงถึงปัจจัยการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ รองลงมาได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และน้อยที่สุดได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ความยั่งยืนในธุรกิจประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ความยั่งยืนด้านสังคมและความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม โดยความยั่งยืนที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ รองลงมาได้แก่ ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม และน้อยที่สุดได้แก่ ความยั่งยืนด้านสังคม ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีความสามารถทำนายความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ได้ร้อยละ 28.30 ($R^2 = 0.283$)

คำสำคัญ (Keywords): คุณภาพการให้บริการ; ความยั่งยืน; ธุรกิจคาร์แคร์

Abstract

The research on title "Sustainable model of car care business in Muang district Chiang Rai Province" aims to study the service quality factors, business

Received: 2022-08-04 Revised: 2022-09-05 Accepted: 2022-09-09

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย Faculty of Management Science Chiang Rai Rajabhat University. Corresponding Author e-mail: taiijungsa@gmail.com

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย Faculty of Management Science Chiang Rai Rajabhat University

operation sustainability, and identify the relationship of service quality factors that affect the sustainability of the car care business in Muang District, Chiang Rai . The research is mixed-method. The data was collected from 32 entrepreneurs. Most of the operators are males. Aged between 31 – 40 years, bachelor's degree. The initial investment is between 250,000 – 500,000 baht on sole proprietorship. The car care business model is a full-service car washing in their own area. The business has been operated about 3-4 years with profitability performance and the payback period is between 1-2 years. The overall of service quality factors that car care business entrepreneurs have performed to customers is at the highest level. The factors of service quality with high averages were: the reliability, followed by the tangibility service, assurance, customer empathy, and customer responsiveness, respectively. The overall of sustainability in the car care business; comprises 3 dimensions: economic, social, and environmental, which are at a high level. The highest average sustainability factor was economic, followed by environmental at a high average level, and the least average was social sustainability. The car care business model does not affect the service quality factors ($\beta=0.418$, $t = 1.626$, $p\text{-value} = 0.114$), whereas there is an effect on the service quality factors of sustainability of the car care business in Muang District, Chiang Rai. ($\beta = 0.624$, $t = 3.545$, $p\text{-value} = 0.001$) Service quality factors affect the sustainability of car care business in Muang district Chiang Rai with statistical significance at 0.01 level. The service quality factor was able to predict the sustainability by 28.30 percent ($R^2 = 0.283$)

Keywords: Service Quality; Sustainability; Car Care Business

บทนำ (Introduction)

จากปริมาณรถยนต์ที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆปี ส่งผลให้ธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับรถยนต์ทั้งทางตรงและทางอ้อมมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะธุรกิจคาร์แคร์โดยเป็นธุรกิจที่น่าสนใจเป็นอย่างมากแก่ผู้ประกอบการและนักลงทุน ธุรกิจคาร์แคร์เป็นธุรกิจที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนสมัยนี้ที่มีเวลาส่วนตัวค่อนข้างน้อย ต่างใช้เวลาหมดไปกับการทำงาน ไม่มีเวลาที่จะดูแลรักษาทำความสะอาดรถยนต์ของตนเอง ซึ่งธุรกิจคาร์แคร์ที่ว่านี้โดยทั่วไปแล้วจะเป็นธุรกิจที่เน้นให้บริการทำความสะอาดรถยนต์เป็นหลัก แต่จะเพิ่มบริการซ่อมบำรุงเพิ่มประสิทธิภาพของรถเข้ามาเป็นบริการเสริม วัตถุประสงค์หลักๆที่มีความต้องการในบริการดังกล่าวจะเห็นว่าธุรกิจคาร์แคร์ที่เกิดขึ้นมากมายในขณะนี้ มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายแตกต่างกันออกไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ให้ได้มากที่สุด

แม้ว่าการเติบโตด้านจำนวนของคาร์แคร์ที่มีมากขึ้นจะส่งผลต่อโอกาสที่ดีของธุรกิจคาร์แคร์ แต่ด้วยสภาพการแข่งขันในด้านคุณภาพการให้บริการนั้นยังไม่เป็นที่พอใจแก่ผู้ใช้บริการ การดำเนินการของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดเชียงรายที่ผ่านมา มีผู้ใช้บริการคาร์แคร์จำนวนมากยังไม่ได้รับการตอบสนองอันเป็นที่น่าพอใจ จึงทำให้คาร์แคร์จำนวนมากประกาศแข่งกิจการ และได้ปิดกิจการลง ดังนั้นการศึกษารูปแบบการดำเนินกิจการคาร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จึงเป็นประเด็นที่สำคัญอย่างยิ่งเพื่อให้ได้ซึ่งแนวทางในการพัฒนาแก้ไขปรับปรุงสถานให้บริการร้านคาร์แคร์

วัตถุประสงค์การวิจัย(Research Objectives)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบของการประกอบธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาความยั่งยืนธุรกิจคาร์แคร์ของผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
4. เพื่อศึกษารูปแบบของธุรกิจคาร์แคร์ที่ส่งผลต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
5. เพื่อศึกษารูปแบบของธุรกิจคาร์แคร์และปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

วิธีการดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1.รูปแบบการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน ซึ่งจะแบ่งเป็น 2 ช่วง โดยขั้นตอนแรกจะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาข้อมูลบริบทของปัจจัยคุณภาพการให้บริการและความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของธุรกิจคาร์แคร์ และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการและความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของธุรกิจคาร์แคร์ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงราย

2.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 36 คน โดยจะเลือกเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจที่มีอายุกิจการ ตั้งแต่ 3 ปี ขึ้นไป (กองคลังและกองการจัดเก็บภาษีและพัฒนารายได้, 2562)

3.เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structrured Interview) และเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire)

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับการวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดเชียงราย โดยหา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติเชิงอ้างอิงในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดเชียงราย โดยใช้สถิติ (f- test)

4.การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่ดำเนินกิจการ 3 ปีขึ้นไป ระหว่างวันที่ 1-15 กันยายน พ.ศ. 2563 จากตัวแทนประชากรจำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการแบบ Snow ball โดยผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

2. วิจัยเชิงปริมาณ ผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมกับผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ระหว่างวันที่ 16-30 กันยายน พ.ศ. 2563 โดยผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จนครบจำนวน 36 คน และตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน คัดแยกฉบับที่มีปัญหาออก

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูล โดยภายหลังที่ผู้วิจัยได้รับแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามกลับคืนมา ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม เมื่อถูกต้องแล้ว จึงทำการบันทึกไว้เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

1. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

2.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ และข้อมูลรูปแบบคาร์แคร์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ได้ดำเนินการเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 แบบสอบถามตอนที่ 3 ความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.4 แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม วิเคราะห์แยกเนื้อหาเป็นด้านๆ นำเสนอในรูปคำอธิบาย

3. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของรูปแบบของธุรกิจคาร์แคร์กับปัจจัยคุณภาพการให้บริการและความยั่งยืน และความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยใช้สถิติ (f- test) นำเสนอในรูปตารางประกอบคำอธิบาย

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพบริบทของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ 5 ด้านที่ผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดเชียงราย ได้ให้ความสำคัญ สามารถสังเคราะห์และจำแนกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ประกอบด้วย การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของลูกค้า, การใช้อุปกรณ์ และเครื่องมือในการให้บริการที่มีมาตรฐาน, การใช้อุปกรณ์ และเครื่องมือในการให้บริการที่มีความทันสมัย, การเตรียมพนักงานให้พอเพียงต่อการให้บริการแก่ลูกค้า, การกำหนดพื้นที่ในการให้บริการแต่ละประเภทอย่างเหมาะสม, ความกว้างขวางของสถานที่ในการให้บริการ

ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ประกอบด้วย การดูแลและให้บริการลูกค้าโดยเจ้าของ, การให้บริการอย่างมีมืออาชีพ, การให้บริการที่ตรงกับปัญหาของลูกค้า, การแจ้งราคาค่าบริการให้ลูกค้าทราบก่อนให้บริการ, การตรวจสอบการให้บริการก่อนการส่งมอบ ลดปัญหาการร้องเรียน, การป้องกันและรักษาทรัพย์สินของลูกค้า

ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ประกอบด้วย การให้บริการที่ครบวงจร, การมีบริการรับ-ส่งรถนอกสถานที่ เพื่อนำมาล้างทำความสะอาด, การมีบริการรับจองคิวเข้ารับบริการล่วงหน้า, ความรวดเร็วในการให้บริการ, ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ, สิ่งอำนวยความสะดวกในการรับรองลูกค้าระหว่าง ขั้นตอนการให้บริการ เช่น เครื่องดื่ม wifi, สถานที่ในการรับรองลูกค้าระหว่างขั้นตอนการให้บริการ เช่น ห้องพักผ่อนสำหรับลูกค้า

ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ประกอบด้วย การให้บริการโดยเจ้าของกิจการมารับรถลูกค้าเองทุกครั้ง, การอบรมพัฒนาพนักงานการให้บริการให้มีความเชี่ยวชาญ, การมีระบบรักษาความปลอดภัยในพื้นที่การให้บริการ เช่น กล้องวงจรปิด, การบันทึกข้อมูลลูกค้าก่อนเข้ารับบริการ, การพูดคุย สอบถามปัญหาหลังการให้บริการทุกครั้ง

ปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ประกอบด้วย การทำข้อมูลประวัติลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ, การสอบถามข้อมูลความต้องการของลูกค้าก่อนให้บริการ, การให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษารถให้แก่ลูกค้า, การนำเสนอบริการที่เหมาะสมกับอำนาจการซื้อของลูกค้า, การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า, การให้บริการชำระค่าบริการที่หลากหลาย

ส่วนความยั่งยืนการดำเนินงานที่ส่งผลต่อความยั่งยืนในธุรกิจ ที่เกิดจากการดำเนินงานของธุรกิจคาร์แคร์ สามารถสังเคราะห์และจำแนกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย การขยายกิจการโดยการเพิ่มสาขาในการให้บริการ, การขยายธุรกิจโดยการเพิ่มรูปแบบการบริการเพิ่มขึ้น, การจ้างงานเพิ่มขึ้น, การลงทุนเพิ่มในอุปกรณ์ เครื่องมือ ในการให้บริการ, กิจการมีกำไรจากการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง, กิจการมีรายได้จากการให้บริการเพิ่มขึ้น

ความยั่งยืนด้านสังคม ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่นร่วมชุมชนที่กิจการตั้งอยู่, การสนับสนุนงบประมาณให้แก่ชุมชนในการดำเนินกิจกรรมพัฒนาท้องถิ่น, การจ้างงานแรงงานในชุมชน เพื่อลดปัญหาการว่างงานของคนในชุมชน, การส่งเสริมทำให้เกิดการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน, การมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาในชุมชน เช่น ยาเสพติด อาชญากรรม

ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน เช่น การตัดหญ้าริมถนนชุมชน การทำความสะอาดถนน ในโอกาสสำคัญต่างๆ, การกำหนดแนวทางการดำเนินงานของกิจการโดยคำนึงผลกระทบจะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม, การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม, การจัดการน้ำเสีย ขยะ ที่เกิดจากการให้บริการ ไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชน, การปลูกจิตสำนึกให้แก่พนักงานให้รู้จักการปฏิบัติงานที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม, การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในชุมชน

ผลการศึกษาวิจัยเชิง ปริมาณพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ได้ดำเนินการเพื่อให้แก่ลูกค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.63$, $\sigma=0.46$) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงได้แก่ ด้านความเชื่อถือวางใจได้ ($\mu=4.81$, $\sigma=0.37$) รองลงมาได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\mu=4.64$, $\sigma=0.60$) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\mu=4.61$, $\sigma=0.53$) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\mu=4.60$, $\sigma=0.48$) และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\mu=4.53$, $\sigma=0.63$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.64$, $\sigma=0.60$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ การใช้อุปกรณ์ และเครื่องมือในการให้บริการที่มีมาตรฐาน ($\mu=4.72$, $\sigma=0.57$) รองลงมาได้แก่ ความกว้างขวางของสถานที่ในการให้บริการ ($\mu=4.67$, $\sigma=0.59$) และน้อยที่สุดได้แก่ การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของลูกค้า ($\mu=4.58$, $\sigma=0.67$)

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.81$, $\sigma=0.37$) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ การป้องกันและรักษาทรัพย์สินของลูกค้า ($\mu=4.89$, $\sigma=0.40$) รองลงมาได้แก่ การแจ้งราคาค่าบริการให้ลูกค้าทราบก่อนให้บริการ ($\mu=4.83$, $\sigma=0.38$) และน้อยที่สุดได้แก่ การให้บริการอย่างมีอาชีพ ($\mu=4.75$, $\sigma=0.55$)

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.53$, $\sigma=0.63$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ ($\mu=4.69$, $\sigma=0.62$) รองลงมาได้แก่ สถานที่ในการรับรองลูกค้าระหว่างขั้นตอนการให้บริการ เช่น ห้องพักผ่อนสำหรับลูกค้า ($\mu=4.67$, $\sigma=0.63$) และน้อยที่สุดได้แก่ การมีบริการรับ-ส่งรถนอกสถานที่ เพื่อนำมาล้างทำความสะอาด ($\mu=4.17$, $\sigma=1.25$) ตามลำดับ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.61$, $\sigma=0.53$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ การพูดคุย สอบถามปัญหาหลังการให้บริการทุกครั้ง ($\mu=4.72$, $\sigma=0.70$) รองลงมาได้แก่ การมีระบบรักษาความปลอดภัยในพื้นที่การให้บริการ เช่น กล้องวงจรปิด ($\mu=4.64$, $\sigma=0.64$) น้อยที่สุดได้แก่ การอบรมพัฒนาพนักงานการให้บริการให้มีความเชี่ยวชาญตามลำดับ

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.60$, $\sigma=0.48$) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ การสอบถามข้อมูลความต้องการของลูกค้าก่อนให้บริการ ($\mu=4.78$, $\sigma=0.54$) รองลงมาได้แก่ การให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแล รักษารถให้แก่ลูกค้า ($\mu=4.64$, $\sigma=0.64$) และน้อยที่สุดได้แก่ การนำเสนอบริการที่เหมาะสมกับอำนาจการซื้อของลูกค้า ($\mu=4.50$, $\sigma=0.70$) ดังตารางที่ 1

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจ คาร์แคร์ได้ดำเนินการเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า	$\bar{x}$	Sd	ระดับความ คิดเห็น
ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.64	0.60	มากที่สุด
ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.81	0.37	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.53	0.63	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.61	0.53	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.60	0.48	มากที่สุด
รวม	4.63	0.46	มากที่สุด

ปัจจัยความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=3.85$, $\sigma=0.67$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ($\mu=3.95$, $\sigma=0.86$) รองลงมาได้แก่ ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ($\mu=3.78$, $\sigma=0.74$) และน้อยที่สุดได้แก่ ความยั่งยืนด้านสังคม ($\mu=3.81$, $\sigma=0.70$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=3.95$, $\sigma=0.86$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ กิจกรรมมีรายได้จากการให้บริการเพิ่มขึ้น ($\mu=4.22$, $\sigma=0.80$) รองลงมาได้แก่

กิจการมีกำไรจากการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ($\mu=4.17$, $\sigma=0.81$) และน้อยที่สุดได้แก่ การขยายกิจการโดยการเพิ่มสาขาในการให้บริการ ($\mu=3.44$, $\sigma=1.13$)

ความยั่งยืนด้านสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=3.78$, $\sigma=0.74$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่นร่วมชุมชนที่กิจการตั้งอยู่ ($\mu=3.92$, $\sigma=0.69$) รองลงมาได้แก่ การสนับสนุนงบประมาณให้แก่ชุมชนในการดำเนินกิจกรรมพัฒนา ($\mu=3.78$, $\sigma=0.90$) และน้อยที่สุดได้แก่ การมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาในชุมชน เช่น ยาเสพติด อาชญากรรม ($\mu=3.72$, $\sigma=0.91$)

ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=3.81$, $\sigma=0.70$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ การปลูกจิตสำนึกให้แก่พนักงานให้รู้จักการปฏิบัติงานที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ($\mu=3.92$, $\sigma=0.84$) รองลงมาได้แก่ การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ($\mu=3.89$, $\sigma=0.85$) และน้อยที่สุดได้แก่ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน เช่น การตัดหญ้าริมถนนชุมชน การทำความสะอาดถนน ในโอกาสสำคัญต่างๆ ($\mu=3.53$, $\sigma=0.85$) ดังตารางที่ 2

ความยั่งยืนการดำเนินกิจการ			
ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนใน	$\bar{x}$	Sd	ระดับความคิดเห็น
ธุรกิจ			
ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ	3.95	0.86	มาก
ความยั่งยืนด้านสังคม	3.78	0.74	มาก
ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม	3.81	0.70	มาก
รวม	3.85	0.67	มาก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีความสามารถทำนายความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการในภาพรวมมีผลต่อความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทุกปัจจัยมีความสามารถร่วมกันทำนายความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการทุกด้านส่งผลต่อความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดเชียงราย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการในภาพรวมมีผลต่อความยั่งยืนด้านสังคมของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทุกปัจจัยมี

ความสามารถร่วมกันทำนายความยั่งยืนด้านสังคมของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อความยั่งยืนด้านสังคมของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการในภาพรวมมีผลต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทุกปัจจัยมีความสามารถร่วมกันทำนายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล(Research Discussion)

ประเด็นสำคัญที่พบจากการศึกษา รูปแบบความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายผล ดังนี้

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ได้ดำเนินการเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนมากสุดในข้อความเชื่อถือว่าเข้าใจได้ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ สูงสุดในข้อการใช้อุปกรณ์ และเครื่องมือในการให้บริการที่มีมาตรฐาน ปัจจัยด้านความเชื่อถือว่าเข้าใจได้ สูงสุดในข้อการป้องกันและรักษาทรัพย์สินของลูกค้า ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้า สูงสุดในข้อความตรงต่อเวลาในการให้บริการ ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า สูงสุดในข้อการพูดคุย สอบถามปัญหาหลังการให้บริการทุกครั้ง ปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า สูงสุดในข้อการสอบถามข้อมูลความต้องการของลูกค้าก่อนให้บริการ

ความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของธุรกิจคาร์แคร์ในด้านของเศรษฐกิจนั้น งานวิจัยพบว่าเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการคือการมีรายได้จากการให้บริการที่เพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการเข้ามาใช้บริการซ้ำของลูกค้า โดยเฉลี่ย 2 ครั้งขึ้นไปต่อเดือนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมหมาย พันธวงศ์ (2557) ที่พบว่า คุณภาพการให้บริการจะส่งผลทำให้มีการใช้บริการซ้ำของลูกค้า และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพบริการมากที่สุด รองลงมาคุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้บริการซ้ำของธุรกิจคาร์แคร์ลำดับสุดท้ายส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการใช้บริการซ้ำ

อีกทั้งยังพบว่าความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของธุรกิจคาร์แคร์ในด้านของเศรษฐกิจนั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่นร่วมชุมชนที่กิจการตั้งอยู่ ด้านสิ่งแวดล้อม การปลูกจิตสำนึกให้แก่พนักงานให้รู้จักการช่วยเหลือสังคมและชุมชน ให้ปฏิบัติงานที่ช่วยรักษาพัฒนาสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของธีระวัฒน์ เจริญราษฎร์ (2554) ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชุมชนก็คือการพร้อมใจเข้ามามีส่วน

ร่วมของชาวบ้านหรือสมาชิกในชุมชน ดังนั้นความยั่งยืนที่เกิดขึ้นจำเป็นต้องมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจและชุมชนสังคมรอบข้าง

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ปัจจัยคุณภาพการให้บริการสามารถทำนายความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ทางด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการพบว่า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไชยพศ รื่นมล (2558) ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจคาร์แคร์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความยั่งยืนด้านสังคมของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อความยั่งยืนด้านสังคมของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดร.พรชนก ทองลาด,ดร.ไพฑูรย์ อินตะขัน,บัณฑิต บุชบา (2559) ผลจากการศึกษาพบว่าทั้งคุณธรรม และความรู้ ล้วนมีอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจให้มีความยั่งยืนโดยส่งผ่านความมีเหตุมีผลพอประมาณ และภูมิคุ้มกัน

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ส่งผลต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดเชียงราย สอดคล้องกับงานวิจัยของกมลทิพย์ พงษ์พิพัฒน์วัฒนา (2560 : บทคัดย่อ) ทำวิจัยเรื่อง ตัวชี้วัดความยั่งยืนสำหรับกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย กรณีศึกษาการพัฒนาที่ตรงกับความต้องการและความจำเป็นในปัจจุบัน โดยสามารถ รongรับจนถึงคนรุ่นหลังๆ ด้วย ซึ่งต้องดำเนินให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริโภคที่คำนึงถึงความยั่งยืนในระยะยาว (Long-term Sustainability) รวมถึงครอบคลุมมาตรการการรักษามรดกทางทรัพยากรที่จะตกกับคนรุ่นหลังด้วย ให้ความสำคัญในการกระจายประโยชน์ของความก้าวหน้าเศรษฐกิจได้อย่างทั่วถึง ตลอดจนเน้นการพัฒนาที่ปกป้องสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับโลก โดยรวมเพื่อคนรุ่นหลังและเป็นการพัฒนาที่ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นอย่างแท้จริง (เกื้อ วงศ์บุญสิน, 2538)

ข้อเสนอแนะ (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

ในการศึกษารูปแบบความยั่งยืนของธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจคาร์แคร์ได้ โดยจะส่งผลให้มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการซ้ำ ทำให้เกิดความยั่งยืนต่อไปของธุรกิจ

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปการศึกษาเรื่องการปรับตัวในการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัลถึงความสำเร็จของผู้ประกอบการคาร์แคร์ที่ดำเนินการมายาวนาน มีฐานลูกค้าจำนวนมาก

เอกสารอ้างอิง (References)

- กฤษณา ทัพพงษ์. (2559). ปัจจัยทางการตลาดสำหรับธุรกิจคาร์แคร์ที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. กรุงเทพมหานคร.
- กมลทิพย์ พงษ์พิพัฒน์วัฒนา. (2560). ตัวชี้วัดความยั่งยืนสำหรับกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย กรณีศึกษากิจการเพื่อสังคมด้านอาหาร. วิทยาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี. วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหารวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- กรมสรรพสามิต. (2562). โครงการส่งเสริมให้ผู้ที่ไม่มียศยนต์เป็นของตนเองสามารถใช้สิทธิ์ ซื้อรถยนต์คันแรกได้และได้รับการลดหย่อนภาษีตามที่รัฐบาลกำหนด
- กองคลังและกองการจัดเก็บภาษีและพัฒนารายได้. (2562). ผู้ประกอบการธุรกิจคาร์แคร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. เชียงราย. กองคลังและกองการจัดเก็บภาษีและพัฒนารายได้.
- ชลิตา ประทุมรัตน์. (2562, เดือนกันยายน 21). คาร์แคร์คืออะไร สำคัญกับรถยนต์ของคุณขนาดไหน เป็นธุรกิจรูปแบบไหน. เดลินิวส์.
- ชัยพันธ์ ทิพย์ศรีบุตร. (2559). ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการ คาร์แคร์ของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไชยพศ รื่นมล. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ ใน กรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธุรกิจคาร์แคร์ รู้จักนิด...ก่อนลงมือทำ. (2563). สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.smeleader.com/ธุรกิจคาร์แคร์-รู้จัก/>.
- พรชนก ทองลาด, ไพฑูรย์ อินตะขัน, บัณฑิต บุชบา. (2559). แนวทางการพัฒนาธุรกิจให้มีความยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดลำปาง ลำพูน และเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์
- นิรุทธ เต็งพลอย. (2555). คุณภาพการบริการของศูนย์เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง โมบิลวัน เซ็นเตอร์. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธัญบุรี.
- ประชา จิตวิทยากร. (2552). คุณภาพบริการในทัศนะของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการ บริษัทโตโยต้า บอดี้เซอร์วิส. จากการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.