



การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

Development of a Business Management Model for Comprehensive Automobile Tire Service Centers for Increasing Competitiveness

พัลลภ บวรพัฒนานนท์¹ ธีรวัช บุญยโสภณ² ชาญชัย ทองประสิทธิ์³ และธีรวุฒิ บุญยโสภณ⁴

Punlop Bawornpattananon¹ Teerawat Boonyasopon² Chanchai Thongprasit³ and Teravuti Boonyasopon⁴

¹ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร

Doctoral Student of Business Administration Department of Industrial Business and Human Resource Development Faculty of Business and Industry Development King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok

² รองศาสตราจารย์ ดร., ประจำหลักสูตร สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร

Associate Professor Dr., Lecturer of Department of Industrial Business and Human Resource Development Faculty of Business and Industry Development King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok
E-mail: teerawat.b@cit.kmutnb.ac.th

³ รองศาสตราจารย์ ดร., ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาเทคโนโลยีเพื่ออุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร

Associate Professor Dr., Director of Institute of Technological Development for Industry King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok E-mail: chanchai.t@itdi.kmutnb.ac.th

⁴ ศาสตราจารย์ ดร., ประจำหลักสูตร สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร

Professor Dr., Lecturer of Department of Industrial Business and Human Resource Development Faculty of Business and Industry Development King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok
E-mail: Teravutib.9220@gmail.com

Corresponding Author: E-mail: bti.punlop@yahoo.com

Received: 22 มี.ค. 66 Revised: 29 เม.ย. 66 Accepted: 2 มิ.ย. 66

DOI: 10.14416/j.ted.2025.09.006

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน 2) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน



สามารถในการแข่งขัน และ 3) สร้างคู่มือแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงอนาคตและได้กำหนดใช้กระบวนการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายในการดำเนินการวิจัย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้มีทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ใช้เทคนิคเดลฟาย จำนวน 21 คน 2) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการประชุมสนทนากลุ่ม จำนวน 14 คน 3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการประเมินคู่มือ จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกการประชุมวิพากษ์ แบบสอบถาม แบบประเมินรูปแบบและแบบประเมินคู่มือ สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความเห็นในการสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่ามัธยฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลความสอดคล้องโดยใช้ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์และการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย การบริหารจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน มีจำนวน 9 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) กำหนดกลยุทธ์ให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย 2) กำหนดวิธีดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ 3) วางแผนในการใช้ทรัพยากรได้เหมาะสม 4) ปรับตัวเชิงรุกพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง 5) มีกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม 6) สร้างประสบการณ์ประทับใจให้ผู้ใช้บริการ 7) สื่อสารทางบวกนำไปสู่การพัฒนา 8) กำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน 9) ให้ความช่วยเหลือติดตามประเมินผลการดำเนินงานได้ มีองค์ประกอบแบ่งตามการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม มีจำนวน 7 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) มีความรู้ความสามารถบริหารการเงินได้ตามแผนงาน 2) ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างดี 3) สร้างแรงจูงใจให้พนักงานรักองค์กร 4) สร้างแรงจูงใจต่อผู้ได้บังคับบัญชา 5) นำเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน 6) มอบหมายงานได้อย่างเหมาะสม 7) พนักงานมีใจรักในงานบริการ มีองค์ประกอบแบ่งตามการบริหารจัดการการตลาดเชิงรุก มีจำนวน 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) กำหนดแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 2) สินค้าและบริการมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้า 3) บริหารจัดการสินค้าเก่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด 4) สามารถวางแผนบริหารด้านต้นทุนและมีองค์ประกอบแบ่งตามสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอก มีจำนวน 7 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) พัฒนาทีมงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง 2) สร้างความคิดแบบเติบโตเพื่อเพิ่มยอดขาย 3) ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงของผู้บริโภค 4) บริหารการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก 5) สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า 6) ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าที่คาดหวัง 7) บริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้ทรงคุณวุฒิในการประชุมสนทนากลุ่มมีมติเป็นเอกฉันท์ เห็นว่ามีความเหมาะสมและคู่มือแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการประเมินในภาพรวม ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่ามีความเหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

คำสำคัญ: การบริหารจัดการธุรกิจ ธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร การแข่งขัน การบริหารจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืนการตลาดเชิงรุก

Abstract

The purposes of this research were 1) to study business management components of comprehensive automobile tire service centers for increasing competitiveness, 2) to develop a business management model for comprehensive automobile tire service centers for increasing competitiveness, and 3) to create a manual for the business management model for comprehensive automobile tire service centers for increasing competitiveness. This research was based on a future research using the Delphi Technique. There were three groups of informants: 1) 21 experts using the Delphi Technique, 2) 14 experts for a focus group, and 3) five experts evaluating the manual. The research tools were a semi-structured interview, a meeting minutes, a questionnaire, a model assessment form, and a manual evaluation form. The statistics for analyzing the data were



median, interquartile range (IQR), and a factor analysis.

The results showed that there were four main components of the business management model for comprehensive automobile tire service centers to increase competitiveness. First, for improving sustainability in an organization, there were nine subcomponents: 1) setting strategies for achieving an organization's goals, 2) setting procedures following the strategies, 3) planning for using resources appropriately, 4) proactive adaptation to change, 5) setting proactive marketing strategies to meet all customers' needs, 6) creating impressive experiences for service users, 7) creating positive communication leading to development, 8) setting clear indicators, and 9) providing assistance, tracking, and evaluating work performance. Second, there were seven subcomponents for using resources appropriately: 1) knowledge and abilities for finance management, 2) supporting customer satisfaction, 3) encouraging employee loyalty, 4) motivating employees, 5) using modern technologies for work, 6) assigning tasks properly, and 7) employees' service mind. Third, for managing proactive marketing, there were four subcomponents: 1) setting marketing strategies, 2) providing qualified products and services for customers' needs, 3) old product management, and 4) cost management. Finally, for building external and internal work collaboration, there were seven subcomponents: 1) developing staff to achieve goals under changed circumstances, 2) developing growth mindset to increase sales volume, 3) using new technologies to increase consumer reach, 4) managing internal and external communication, 5) building partners' confidence, 6) customer responsiveness, and 7) managing good collaboration with partners. For the developed management model for comprehensive automobile tire service centers to increase competitiveness, the experts of the focus group agreed that it was appropriate. Moreover, its manual could be proper and able to apply.

Keywords: Business Management, Tire Service Center Business, Competition, Sustainable Organization Management, Proactive Marketing

1. บทนำ

ยางรถยนต์ คือ ชิ้นส่วนที่ประกอบเป็นล้อของรถยนต์ หรือล้อของรถประเภทต่าง ๆ ยางรถยนต์มีสีดำ รูปร่างกลม มีรูตรงกลาง เป็นวงแหวน ภายในกลวงบรรจุอากาศที่มีความดันสูงหรือก๊าซไนโตรเจนเพื่อเพิ่มความปลอดภัย หรือยางในรถยนต์สำหรับรับน้ำหนักบรรทุกมาก ยางรถยนต์มีหน้าที่ต้องรับน้ำหนักและสั มภาระต่าง ๆ อีกทั้ง “ยางรถยนต์” คือชิ้นส่วนที่มีความสำคัญลำดับต้น ๆ ในการขับเคลื่อน เพราะเป็นเพียงส่วนเดียวของรถยนต์ที่สัมผัสพื้นถนนตลอดเวลา ดังนั้น เราจำเป็นต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ ในการตรวจเช็คยางของรถยนต์ก่อนออกเดินทาง

สภาพเศรษฐกิจโลกสำหรับการใช้งานยางล้อทุกประเภท คาดว่าจะเติบโตในแง่ของปริมาณและมูลค่าจนถึงปี 2567 โดยมีการใช้งานเฉพาะทาง เช่น รถจักรยานยนต์ ยานพาหนะที่มี

ประสิทธิภาพสูง รายงานการตลาดล่าสุดของ Smithers เรื่อง ‘The Future of Global Tires to 2024’ คาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดยางล้อทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นจาก 239 พันล้านดอลลาร์ ในปี 2019 เป็น 280 พันล้านดอลลาร์ในปี 2024 โดยมีอัตราการเติบโตแบบทบต้น (Compound Average Growth Rate: CAGR) ที่ 3.2% อุตสาหกรรมยางล้อทั่วโลกกำลังเติบโต ในขณะที่ผู้ผลิตรายรถยนต์จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับความท้าทายระดับโลก [1] ความท้าทายและโอกาสของอุตสาหกรรมยางรถยนต์รวมถึงวิวัฒนาการเพิ่มเติมของสภาพแวดล้อมด้านกฎระเบียบ (ประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิง และการปล่อยมลพิษที่ต่ำลง) การพัฒนาเทคโนโลยีการขนส่ง ยานพาหนะไฟฟ้าและขับเคลื่อนอัตโนมัติ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยียางรถยนต์ ความต้องการด้านประสิทธิภาพ/การบรรทุกที่มากขึ้นตลอดจนอายุการใช้งาน



ปัจจุบันยางรถยนต์เป็นส่วนประกอบสำคัญสำหรับรถยนต์ ถึงแม้ผู้ผลิตรถยนต์จะมีการติดตั้งยางรถยนต์เป็นส่วนประกอบมาจากโรงงานแล้วก็ตาม ยางรถยนต์ก็เป็นสินค้าที่เสื่อมสภาพอยู่ตลอดเวลาโดยอายุการใช้งานที่ผู้ผลิตแนะนำอยู่ที่ 40,000 กิโลเมตรหรือไม่เกิน 4 ปี นับตั้งแต่วันที่ติดตั้งใช้งาน ทำให้ความต้องการใช้ยางรถยนต์ในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอยู่ทุกปีถึงแม้ปัจจัยด้านการผลิตรถยนต์ลดลง แต่ตลาดยางรถยนต์ทดแทน (After Market) ของยางรถยนต์ก็ยังเติบโตขึ้นทุกปี และยังไม่มียี่ห้ออื่นใดที่จะมาทดแทนยางรถยนต์ได้ในปัจจุบัน

แนวโน้มของธุรกิจยางรถยนต์ยังคงมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก จากความต้องการของผู้ใช้รถยนต์เพิ่มขึ้น อีกทั้งด้วยสถานการณ์ปัจจุบัน Virus Covid-19 ทำให้ประชาชนอยากที่จะเดินทางด้วยรถยนต์นั่งส่วนบุคคล มากกว่าใช้บริการขนส่งสาธารณะจึงเป็นปัจจัยบวกกับธุรกิจยางรถยนต์ โดยปัจจุบันภาครัฐได้เข้ามามีบทบาทให้ความสำคัญกับธุรกิจยางรถยนต์เป็นอย่างมาก โดยออกกฎหมายควบคุมคุณภาพ พร้อมกับการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านคุณภาพ การผลิต จึงทำให้สินค้ายางรถยนต์ทุกยี่ห้อทั้งที่ผลิตในประเทศไทย และนำเข้าจากต่างประเทศ จำเป็นต้องมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก. 2721-2560 และ มอก. 2718-2560) ถึงจะสามารถจำหน่ายในประเทศไทยได้ [2]

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

2.2 เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

2.3 เพื่อสร้างคู่มือแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานด้วยเทคนิค

เดลฟายและการสนทนากลุ่มย่อย

3.1 ขั้นตอนการใช้เทคนิคเดลฟาย ทบทวนวรรณกรรม ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำกรอบแนวคิดในการวิจัยและสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 รอบ ดังนี้

รอบที่ 1 จัดทำแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงโครงสร้างเดลฟายรอบที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 21 คน ได้แก่ ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการศูนย์บริการยางรถยนต์

รอบที่ 2 เป็นการนำข้อมูลรายละเอียดที่ได้จากการสัมภาษณ์จากรอบที่ 1 มาจัดทำเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ที่เป็นวิธีแบบ Likert's Scale มีข้อความถามจำนวน 109 ข้อรายการ

รอบที่ 3 เป็นการนำข้อมูลจากรอบที่ 2 มาคำนวณหาค่าทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำเป็นแบบสอบถามปลายปิดรอบที่ 3 เพื่อส่งให้ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิมตอบอีกครั้ง แบบสอบถามในรอบที่ 3 จะมีข้อรายการเหมือนแบบสอบถามในรอบที่ 2 ทุกประการ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านได้ทราบความคิดเห็นกลุ่มที่ได้ให้ข้อมูลไว้ในรอบที่ 2 และมีโอกาสทบทวนคำตอบของตนเองจากการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 เมื่อได้ทบทวนคำตอบของตนเองแล้ว ผู้เชี่ยวชาญอาจยืนยันคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบได้ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามรอบที่ 3 จะนำมาวิเคราะห์เพื่อยืนยันค่าระดับความสำคัญและความสอดคล้องของข้อมูลอีกครั้งเพื่อยืนยันคำตอบ

3.2 จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยนำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเทคนิคเดลฟายที่ได้รับการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 21 คน จากรอบที่ 3 ทำการสร้างและพัฒนา (ร่าง) รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมทั้งนำเสนอให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 14 คนโดยประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มนักวิชาการด้านบริหารจัดการธุรกิจและบริหารจัดการองค์การ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านบริหารจัดการธุรกิจยานยนต์และยางรถยนต์ กลุ่มผู้บริหารระดับสูงในธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจรในฐานะ



บทควาณวิจัย

การพัฒนาแบบแผนการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารถยนต์ครบวงจรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารสูงสุดของธุรกิจศูนย์บริการยารถยนต์ครบวงจร เพื่อตรวจสอบให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ และพิจารณาลงมติเห็นชอบต่อ (ร่าง) รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

3.3 สร้างคู่มือแนวทางการพัฒนาแบบแผนการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน หลังจากนั้นแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจประเมินคู่มือแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะและประเมินความเหมาะสม มาตรฐานด้านอรรถประโยชน์ มาตรฐานด้านความเป็นไปได้ มาตรฐานด้านความเหมาะสม มาตรฐานด้านความถูกต้อง

ของคู่มือ นำผลการประเมินมาปรับปรุงและจัดทำคู่มือฉบับสมบูรณ์

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารถยนต์ครบวงจรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยประเมินแบบสอบถามจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 21 คน โดย วิเคราะห์ระดับความสำคัญวิเคราะห์ด้วยค่ามัธยฐาน (Median) และทำการวิเคราะห์ความสอดคล้องของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) และสรุปผลรวมเป็นรายองค์ประกอบดังนี้

ตารางที่ 1 ค่ามัธยฐาน (Med) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) โดยใช้วิธีเดลฟายเพื่อแสดงระดับความสำคัญและระดับความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญในการรวบรวมข้อมูลรอบที่ 2

ข้อรายการ	พิสัย			
	มัธยฐาน (Med)	ระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความสำคัญ	ความสอดคล้อง
ด้านที่ 1 การบริหารจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน	5.0	0	มากที่สุด	สอดคล้อง
ด้านที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม	5.0	0.5	มากที่สุด	สอดคล้อง
ด้านที่ 3 การบริหารจัดการการตลาดเชิงรุก	5.0	0.5	มากที่สุด	สอดคล้อง
ด้านที่ 4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายนอกและภายใน	5.0	0	มากที่สุด	สอดคล้อง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Med) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) โดยใช้วิธีเดลฟายเพื่อแสดงระดับความสำคัญและระดับความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญในการรวบรวมข้อมูลรอบที่ 3

ข้อรายการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	มัธยฐาน (Med)	พิสัย		
			ระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความสำคัญ	ความสอดคล้อง
ด้านที่ 1 การบริหารจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน	4.59	5.0	0	มากที่สุด	สอดคล้อง
ด้านที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม	4.68	5.0	0.5	มากที่สุด	สอดคล้อง



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Med) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) โดยใช้วิธีเดลฟายเพื่อแสดงระดับความสำคัญและระดับความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญในการรวบรวมข้อมูลรอบที่ 3 (ต่อ)

ข้อรายการ	พิสัย				
	ค่าเฉลี่ย (Mean)	มัธยฐาน (Med)	ระหว่าง ควอไทล์ (IQR)	ระดับ ความสำคัญ	ความ สอดคล้อง
ด้านที่ 3 การบริหารจัดการการตลาดเชิงรุก	4.54	5.0	0.5	มากที่สุด	สอดคล้อง
ด้านที่ 4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายนอกและภายใน	4.61	5.0	0	มากที่สุด	สอดคล้อง

4.2 ผลการสร้างและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยกำหนดองค์ประกอบหลักได้ 4 องค์ประกอบหลัก และประกอบด้วย 28 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3 องค์ประกอบ รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

องค์ประกอบหลัก		องค์ประกอบย่อย	
1. การบริหารจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน	1.1	กำหนดกลยุทธ์ให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย	
	1.2	กำหนดวิธีดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์	
	1.3	วางแผนในการใช้ทรัพยากรได้เหมาะสม	
	1.4	ปรับตัวเชิงรุกพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	
	1.5	มีกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม	
	1.6	สร้างประสบการณ์ประทับใจให้ผู้ใช้บริการ	
	1.7	สื่อสารทางบวกนำไปสู่การพัฒนา	
	1.8	กำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน	
	1.9	ให้ความช่วยเหลือติดตามประเมินผลการทำงานได้	
2. การจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม	2.1	มีความรู้ความสามารถบริหารการเงินได้ตามแผนงาน	
	2.2	ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างดี	
	2.3	สร้างแรงจูงใจให้พนักงานรักองค์กร	
	2.4	สร้างแรงจูงใจต่อผู้ได้บังคับบัญชา	
	2.5	นำเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน	
	2.6	บริหารความเสี่ยงทุกมิติ	
	2.7	มอบหมายงานได้อย่างเหมาะสม	
	2.8	พนักงานมีใจรักในงานบริการ	



บทควาณวิจัย

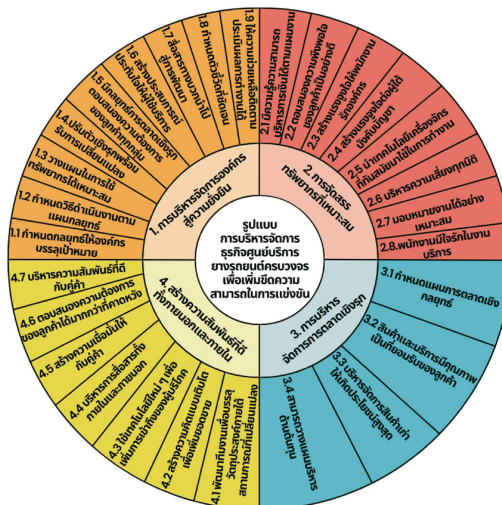
การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ตารางที่ 3 องค์ประกอบ รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ต่อ)

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย
3. การบริหารจัดการการตลาดเชิงรุก	3.1 กำหนดแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3.2 สินค้าและบริการมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับของลูกค้า 3.3 บริหารจัดการสินค้าเก่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด 3.4 สามารถวางแผนบริหารด้านต้นทุน
4. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอก	4.1 พัฒนาทีมงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง 4.2 สร้างความคิดแบบเติบโตเพื่อเพิ่มยอดขาย 4.3 ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงของผู้บริโภค 4.4 บริหารการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก 4.5 สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า 4.6 ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าที่คาดหวัง 4.7 บริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า

4.3 สรุปผลการสร้างและการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลจากการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบที่ได้จากองค์ประกอบหลัก 4 ด้านและองค์ประกอบย่อย 28 องค์ประกอบ ผู้วิจัยได้นำมาจัดทำเป็น (ร่าง) การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

และได้นำไปพิจารณาในการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผลสรุปที่ได้จากการประชุมสนทนากลุ่ม ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 14 คน มีความเห็นเป็นเอกฉันท์ ว่ารูปแบบที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมและผู้วิจัยก็ได้ดำเนินการปรับปรุงเพิ่มเติมตามข้อเสนอแนะ เพื่อให้รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่สร้างขึ้นมีความสมบูรณ์ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน



4.4 ผลการประเมินคู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยผู้เชี่ยวชาญผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือตามโครงร่างที่ได้รับฉันทานุมัติจากผู้ทรงคุณวุฒิในการประชุมสนทนากลุ่มและได้มีการประเมินคู่มือแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อพิจารณาประเมินความเหมาะสมของคู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์

ครบวงจรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรวมถึงให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากการประเมินคู่มือของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งมีระดับความคิด 4 ระดับ (4 เหมาะสมมากที่สุด 3 เหมาะสมมาก 2 เหมาะสมน้อย 1 เหมาะสมน้อยที่สุด) ซึ่งจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน มีความเห็นว่าคู่มือแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่จัดทำขึ้นมีความเหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

ตารางที่ 4 สรุปผลการประเมินความเหมาะสมของคู่มือการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ข้อ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ยการประเมิน	ระดับความเหมาะสม
1. มาตรฐานด้านอรรถประโยชน์ (Utility Standards)			
1.1	คู่มือมีความสอดคล้องตรงตามสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน	4.0	มากที่สุด
1.2	คู่มือมีประโยชน์ต่อผู้บริหารในการนำไปบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจร	4.0	มากที่สุด
1.3	คู่มือบริการยารรยณต์ครบวงจร	4.0	มากที่สุด
2. มาตรฐานด้านความเป็นไปได้ (Feasibility Standards)			
2.1	คู่มือมีความเป็นไปได้ เมื่อนำไปใช้จริงและส่งผลให้เกิดศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจร	4.0	มากที่สุด
3. มาตรฐานด้านความเหมาะสม (Propriety Standards)			
3.1	คู่มือมีความเหมาะสมตามหลักวิชาการ	4.0	มากที่สุด
3.2	ความเหมาะสมของแบบประเมินเพื่อการพัฒนาธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.0	มากที่สุด
4. มาตรฐานด้านความถูกต้อง (Accuracy Standards)			
4.1	คู่มือมีองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กัน	4.0	มากที่สุด
4.2	ความเหมาะสมของเนื้อหาและรายละเอียดในคู่มือมีความชัดเจน	3.8	มากที่สุด
4.3	การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม สามารถเข้าใจได้ง่าย	4.0	มากที่สุด
4.3	การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม สามารถเข้าใจได้ง่าย	4.0	มากที่สุด
รวมค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการนำคู่มือไปใช้		3.8	มากที่สุด



5.สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล

5.1.1 จากผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นการวิจัยเชิงอนาคต และได้กำหนดใช้การวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ในการดำเนินการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จากแบบสอบถามวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย จำนวน 3 รอบ มีข้อความที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์จำนวน 108 ข้อ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ในช่วงตั้งแต่ 4.00 ถึง 5.00 ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากถึงมากที่สุดและมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1.50 และผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน รวมทั้งความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 21 คน พบว่า ใน 4 องค์ประกอบหลักนี้มีองค์ประกอบย่อยทั้งหมด จำนวน 28 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

1) ด้านการบริหารจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบย่อยที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1.1) กำหนดกลยุทธ์ให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย 1.2) กำหนดวิธีดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ 1.3) วางแผนในการใช้ทรัพยากรได้เหมาะสม 1.4) ปรับตัวเชิงรุกพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง 1.5) มีกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม 1.6) สร้างประสบการณ์ประทับใจให้ผู้ใช้บริการ 1.7) สื่อสารทางบวกนำไปสู่การพัฒนา 1.8) กำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน 1.9) ให้ความช่วยเหลือติดตามประเมินผลการทำงานได้

2) ด้านการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 2.1) มีความรู้ความสามารถบริหารการเงินได้ตามแผนงาน 2.2) ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างดี 2.3) สร้างแรงจูงใจให้พนักงานรักองค์กร 2.4) สร้างแรงจูงใจต่อผู้บังคับบัญชา 2.5) นำเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน 2.6) บริหารความเสี่ยงทุกมิติ 2.7) มอบหมายงานได้อย่าง

เหมาะสม 2.8) พนักงานมีใจรักในงานบริการ

3) ด้านการบริหารจัดการการตลาดเชิงรุก ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 3.1) กำหนดแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3.2) สินค้าและบริการมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้า 3.3) บริหารจัดการสินค้าเก่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด 3.4) สามารถวางแผนบริหารด้านต้นทุน

4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอก ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 4.1) พัฒนาทีมงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง 4.2) สร้างความคิดแบบเติบโตเพื่อเพิ่มยอดขาย 4.3) ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงของผู้บริโภค 4.4) บริหารการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก 4.5) สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า 4.6) ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าที่คาดหวัง 4.7) บริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พบว่า องค์ประกอบของการพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ได้จากการวิจัยทั้งหมดนี้ มีความเหมาะสมสอดคล้องกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถนำไปสร้างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจรและคู่มือแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยสามารถแยกประเด็นอภิปรายผลการวิจัยในแต่ละองค์ประกอบได้ ดังนี้

5.2.1 องค์ประกอบหลักที่ 1 การบริหารจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบย่อยที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) กำหนดกลยุทธ์ให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย 2) กำหนดวิธีดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ 3) วางแผนในการใช้ทรัพยากรได้เหมาะสม 4) ปรับตัวเชิงรุกพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง 5) มีกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม 6) สร้างประสบการณ์ประทับใจให้ผู้ใช้บริการ 7) สื่อสารทางบวกนำไปสู่การพัฒนา



8) กำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน 9) ให้ความช่วยเหลือติดตาม ประเมินผลการทำงานได้ เป็นกิจกรรมที่เราจะต้องวางแผนไว้ให้ครบทุกงานที่เรากำลังจะทำนั้นเมื่อดำเนินการเสร็จออกมาแล้ว ผลงานที่จะได้ควรจะเป็นอย่างไร ซึ่งจะต้องคิดและเตรียมการไว้ล่วงหน้า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุริยนต์ อาจเดช [3] ที่ศึกษาวิจัยการพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการร้านค้าปลีก ประเภทร้านสะดวกซื้อของผู้จัดการร้านในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

5.2.2 องค์ประกอบหลักที่ 2 การจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) มีความรู้ความสามารถบริหารการเงินได้ตามแผนงาน 2) ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างดี 3) สร้างแรงจูงใจให้พนักงานรักองค์กร 4) สร้างแรงจูงใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชา 5) นำเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน 6) บริหารความเสี่ยงทุกมิติ 7) มอบหมายงานได้อย่างเหมาะสม 8) พนักงานมีใจรักในงานบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอรินา โรจนพลฤกษ์ [4] ที่ศึกษาวิจัยรูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก เพื่อการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมชาย กิจเกิดแสง [5] ที่ศึกษาวิจัยการพัฒนาแบบการบริหารจัดการธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิวพร วิยะวงศ์ [6] ที่ศึกษาวิจัยแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อสนับสนุนให้เกิดองค์กรที่มุ่งเน้นการสร้างผลงาน และขับเคลื่อนด้วยศักยภาพของบุคลากรเป็นสำคัญ (Performance Driven Organization)

5.2.3 องค์ประกอบหลักที่ 3 การบริหารจัดการการตลาดเชิงรุก ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) กำหนดแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ 2) สินค้าและบริการมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับของลูกค้า 3) บริหารจัดการสินค้าเก่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด 4) สามารถวางแผนบริหารด้านต้นทุน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของดวงพร ปฐมมานิศา [7] ที่ศึกษาวิจัยกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัท กู๊ด ไทร์ รีเทรตติ้ง จำกัด ในสภาวะเศรษฐกิจถดถอย และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ RONG XU [8] ที่ศึกษาวิจัยนวัตกรรมกลยุทธ์การตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันอุตสาหกรรมยานยนต์สัญชาติจีนในประเทศไทย

5.2.4 องค์ประกอบหลักที่ 4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายนอกและภายใน ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) พัฒนาทีมงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง 2) สร้างความคิดแบบเติบโตเพื่อเพิ่มยอดขาย 3) ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงของผู้บริโภค 4) บริหารการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก 5) สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า 6) ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าที่คาดหวัง 7) บริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของณัฐ ใจจินดา [9] ที่ศึกษาวิจัยการพัฒนาแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สำหรับสถานศึกษาขนาดเล็กในสำนักงานศึกษาธิการภาค 13 และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชนิตา วัชรอนันท์ [10] ที่ศึกษาวิจัยปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพโดยองค์กรในประเทศไทยและสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนปภา มณีรัตน์ [11] ที่ศึกษาวิจัยรูปแบบสมรรถนะของผู้บริหารในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในภาคตะวันออกและสอดคล้องกับผลงานวิจัยของปิ่นฤทัย สุธีรพงศ์ [12] ที่ศึกษาวิจัยโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสำเร็จธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หอการค้าไทย สถาบันยานยนต์แห่งประเทศไทยและการยางแห่งประเทศไทย ควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ ในลักษณะคลัสเตอร์เพื่อเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ซื้อและผู้ขายรวมเป็นกลุ่มโดยอาจแบ่งกลุ่มแต่ละประเภท เพื่อความสะดวกรวดเร็ว ในการแบ่งปันข้อมูล หรือในการซื้อขาย เป็นต้น โดยการส่งเสริมโครงข่ายนั้น เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานระหว่างภาคธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์และธุรกิจศูนย์บริการยางรถยนต์ เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขยายฐานภาคธุรกิจ สร้างงาน สร้างอาชีพและเศรษฐกิจของประเทศไทยและยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจยางรถยนต์กับธุรกิจยานยนต์ระดับโลกต่อไป



2) สถาบันฝึกอบรมสมรรถนะวิชาชีพด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ขององค์การภาครัฐและภาคเอกชน เช่น สมาคมวิศวกรรมยานยนต์ไทย การยางแห่งประเทศไทย สถาบันการศึกษาต่าง ๆ เป็นต้น ควรนำรูปแบบและคู่มือที่ได้จากงานวิจัยนี้ ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจรร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และแนวทางกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจรร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้เป็นไปตามเป้าหมาย

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจรร

1) ควรมีการศึกษาการพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจรร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยแยกตามภูมิภาคของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการเฉพาะผู้บริโภคในแต่ละภูมิภาคมากที่สุด

2) ควรศึกษาเรื่องของการพัฒนาธุรกิจเทคโนโลยี เรื่องคน เรื่องของระบบออนไลน์ เรื่องแฟรนไชส์ด้วยในอนาคต เรื่องของทำเลที่ตั้ง เรื่องของการเลือกทำเลที่ตั้งและที่ขาดไม่ได้คือเรื่องของการบริการ คือ การพัฒนาช่องทางธุรกิจและเรื่องของมาตรฐานการทำงานหรือมาตรฐานของงาน ควรศึกษาเพิ่มด้านคุณภาพ เรื่องของราคา เรื่องของการส่งมอบเรื่องบริการมาตรฐาน เรื่องของทักษะของคน

3) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจรร ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาตนเองให้มีทักษะในการบริหารจัดการองค์กรในเชิงกลยุทธ์ มีวิสัยทัศน์ในการมองการณ์ไกล การริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ มาพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

4) จากผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งของการเป็นองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน คือ บุคลากรในองค์กรจะต้องเฝัพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มุ่งมั่นที่จะเติบโตกล้าคิดริเริ่ม ทดลองสิ่งใหม่ ดังนั้นผู้บริหารจึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ใ้บุคลากรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างอิสระ เปิดกว้างให้เสนอแนะข้อคิดเห็นและใ้บุคลากรมีอำนาจในการ

ตัดสินใจได้ด้วยตนเองในขอบเขตที่เหมาะสมเพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

5) จากผลการวิจัยพบว่า ทุกขอบเขตงานของการบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้น มีส่วนสำคัญในการสร้างใ้องค์กรสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นผู้บริหารควรใ้ความสำคัญกับงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้งกระบวนการเพราะทุกขอบเขตงานของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์มีส่วนช่วยทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ใช่เพียงงานพัฒนาและฝึกอบรมการประเมินผลการปฏิบัติงานเท่านั้น แต่ต้องใ้ความสำคัญตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ กล่าวคือเริ่มตั้งแต่กระบวนการวางแผนอัตราากำลังคน เพื่อให้ได้ปริมาณแรงงานที่เหมาะสมกับธุรกิจ การสรรหาว่าจ้างที่ต้อคัดเลือกคนที่มีความสามารถและเหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กร การออกแบบค่าจ้างและสวัสดิการให้ตอบใ้โจทย์ความต้องการของแต่ละบุคคล การฝึกอบรมใ้ใ้ได้ตามสมรรถนะที่องค์กรต้องการไปจนถึงแรงงานสัมพันธ์เพื่อให้การอยู่ร่วมกันของผู้บริหารและบุคลากรเป็นไปอย่างราบรื่น

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ แปรนต์เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถจดจำ

2) สามารถที่ศึกษาและพัฒนาเรื่องโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ในการที่จะขยายเพิ่มเป็นธุรกิจแฟรนไชส์หรือว่าเป็นธุรกิจตัวแทนจำหน่าย เป็นอีกโมเดลธุรกิจเพิ่ม เพื่อที่จะใ้ธุรกิจสามารถขยายไปได้เพิ่มเติมในภูมิภาคอื่น ๆ

3) ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรทำการศึกษาโดยมุ่งเน้นไปที่ธุรกิจออนไลน์เป็นสำคัญเพราะการประกอบธุรกิจบนออนไลน์มีความสำคัญและมีความเติบโตของธุรกิจบนออนไลน์อย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ส่งผลใ้ธุรกิจบนออนไลน์มีความหลากหลายในธุรกิจและอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น

4) ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษา การพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจศูนย์บริการยารรยณต์ครบวงจรร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตวิถีใหม่ เพื่อขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการคุณภาพสินค้า และบริการต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- [1] Smithers forecasts the global tire market to reach \$280 billion in 2024. (2023). [cited 20 Feb. 2023]. Available form : URL :<https://www.smithers.com/resources/2020/may/smithers-forecasts-the-global-tire-market-to-reach>.
- [2] ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม. (2561). แก้ไขมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเสียงจากยางล้อที่สัมผัสผิวดถนนการยึดเกาะถนนบนพื้นเปียกและความต้านทานการหมุน (แก้ไขครั้งที่ 1). [สืบค้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2565]. จาก https://service.tisi.go.th/fulltext/2721_2560.pdf
- [3] สุริยนต์ อาจเดช. (2560). การพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการร้านค้าปลีก ประเภทร้านสะดวกซื้อของผู้จัดการร้านในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- [4] อริสนา โรจนพลกษ. (2560). รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเพื่อการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- [5] สมชาย กิจเกิดแสง. (2561). การพัฒนาแบบการบริหารจัดการธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- [6] ศิวพร วียะวงศ์. (2564). แนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อสนับสนุนให้เกิดองค์กรที่มุ่งเน้นการสร้างผลงานและขับเคลื่อนด้วยศักยภาพของบุคลากรเป็นสำคัญ (Performance Driven Organization). สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [7] ดวงพร ปฐมมาณิศ. (2559). กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของบริษัท กู๊ด ไทร์เทรดดิ้ง จำกัด ในสภาวะเศรษฐกิจถดถอย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [8] RONG XU. (2564). นวัตกรรมกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันอุตสาหกรรมยางรถยนต์สัญชาติจีนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [9] ณัฏฐ์ ไร่จินดา. (2563). การพัฒนาแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สำหรับสถานศึกษาขนาดเล็กในสำนักงานศึกษาธิการภาค 13. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- [10] ชนิตา วัชรอนันท์. (2563). ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพโดยองค์กรในประเทศไทย. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [11] นปภา มณีรัตน์. (2563). รูปแบบสมรรถนะของผู้บริหารในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในภาคตะวันออก. วารสารสังคมศาสตร์, 9(1), 60-69.
- [12] ปิ่นฤทัย สุธีรพงศ์. (2564). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสำเร็จธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.