

การศึกษาแนวโน้มและแนวทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจ

ผู้ประกอบการรุ่นใหม่

กงฉัตร เทศะแพทย์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีอาคาร คณะวิศวกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2557

The probability law associated with opening a business garage

Khongcharat Tesaphat

A Thematic Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Science

Department of Building Technology Management

Faculty of Engineering, Dhurakij Pundit University

2014

หัวข้อสารนิพนธ์	การศึกษาแนวโน้มและแนวทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจ อู่ซ่อมรถยนต์ใหม่
ชื่อผู้เขียน	กงชลัช เทศะแพทย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.รังสิต ศรจิตติ
สาขาวิชา	การจัดการเทคโนโลยีอาคาร
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มของการทำ
ธุรกิจซ่อมรถยนต์ อีกทั้งต้องการศึกษาข้อกำหนดกระบวนการและวิธีการบริหารจัดการผลกระทบ
ที่มีต่อสภาพแวดล้อมตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง อาทิพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ.
2535 และพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น
เจ้าของกิจการอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไปและหัวหน้าช่างของอู่ 3 กลุ่ม คือศูนย์บริการเฉพาะ ศูนย์บริการ
ซ่อมบำรุงจากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบ้างยี่ห้อ จำนวน 8 คน โดยนำ
ข้อมูลและเอกสารที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลของหน่วยงานราชการได้รับมา ซึ่งจะนำไปสู่แนวทาง
การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ข้อมูลของปริมาณการจดทะเบียน
ในรถยนต์ที่นั่นส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน และสถิติการตรวจสภาพรถตามกฎหมาย โดยวิธี Simple
Linear Regression Analysis สมการของ approximate ในการศึกษาความสัมพันธ์ของ 2 ตัวแปรคือ
แนวโน้มการขยายตัวของรถยนต์และการตรวจสอบสภาพรถยนต์

การเปิดอู่ซ่อมรถยนต์นั้นทำได้ง่ายและใช้ทุนไม่มากอีกทั้งนโยบาย “รถคันแรก” ที่ทำ
ให้อัตราแนวโน้มทางธุรกิจเติบโตมากขึ้นนอกจากนี้ มีการลักลอบเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ในปัจจุบัน โดย
ไม่ได้ขออนุญาตหน่วยงานรัฐ จึงทำให้ผู้ประกอบการหลายแห่งไม่ได้ให้ความสำคัญกับการจัดการ
ของเสียที่เกิดขึ้น ซึ่งตามพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 กำหนดให้เจ้าของกิจการควรขอ
ใบอนุญาตการประกอบกิจการอู่รถยนต์ที่สำนักงานเขตพื้นที่ตามที่ร้านตั้งอยู่ในเขต
กรุงเทพมหานครหรือองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในกรณีอยู่ต่างจังหวัด กิจการนี้ยังจำเป็นต้องขอ
อนุญาตเป็นโรงงานตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 อีกด้วย นอกจากนี้ผู้ที่เปิดธุรกิจอู่ซ่อม
รถยนต์ควรจะต้องมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคหรือ (SWOT ANALYSIS)
รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยภายในปัจจัยภายนอก เพื่อให้การเปิดกิจการสามารถดำเนินงานได้อย่างมี
ประสิทธิภาพสูงสุด

ในส่วนปัญหาและคุณภาพ ของกิจการอยู่ซ่อมรถยนต์นั้น การสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าอยู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป มีปัญหาด้านคุณภาพให้บริการ เช่นการใส่อะไหล่แท้ การประกอบชิ้นส่วน การรับประกัน และการทำความเสียหายให้กับชิ้นส่วนอื่นๆที่ไม่เคยชำรุดมาก่อน โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับศูนย์บริการเฉพาะและศูนย์ซ่อมบริการจากศูนย์จำหน่ายรถยนต์

โดยสรุปกิจการอยู่ซ่อมรถยนต์ จะมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางตามความต้องการของตลาดรถยนต์ขนาดเล็ก หน่วยงานรัฐควรเร่งจัดการควบคุมด้านกฎหมายคุณภาพบริการ ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสาธารณะ ทั้งด้านผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

Thematic Paper Title	The probability law associated with opening a business garage.
Author	Khongcharat Tesaphat
Thematic Paper Advisor	Rangsit Sarachitti, Ph.D.
Department	Building Technology Management
Academic Year	2013

ABSTRACT

This quantitative and qualitative research was aimed at studying the trends of the car maintenance industry, including, processes and how to manage their impacts on the environment as stipulated by the Factory Act, B.E. 2535, and the Public Health Act, B.E. 2535. It was done by in-depth interviews with sample groups which were owners of general maintenance garages, and chief engineers from other 3 garage groups. In all, subjects were representing each group of general garage, centre that providing specific (not general) services; car maintenance service in retail centres; car maintenance centres with expertise in certain brands. A documentary review was carried out leading to an indication on trends by regression analysis and law enforcement recommendations. Simple Linear Regression Analysis using approximate equation was to establish the relationship between the two variables-numbers of registered vehicles seating up to 7 people and number of car under annual inspection.

Opening a car maintenance business is simple with only a small amount of capital. Moreover, the First Car government policy tends to quickly stimulate its growth. Nowadays, many entrepreneurs open car maintenance businesses illegally, without being officially granted permission state. These illegal businesses did not pay attention to waste management which was illegal, according to The Public Health Act, B.E. 2535. This specifies that owners of the business should ask for a permit to operate a garage or car maintenance business from the District Administration Centre in Bangkok. If the shop is located outside Bangkok, they are under the control of local authority. The owners of this business also have to ask for a permit to operate as a

factory, according to the Factory Act, B.E. 2535. In addition, any person who would like to open a car maintenance business should attempt to do the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis. They also have to know how to analyse external – internal factors in order to operate the business more efficiently.

There were many problems associated with the quality of car maintenance businesses. In-depth interviews shows that general car maintenance centres had a service quality problem, for example, genuine spare parts, assembly, warranty and even deliberately damaging other car parts that were not previously damaged. These problems with general car maintenance centres became obvious comparing to specific car maintenance centres, car maintenance service in retail centres, and car maintenance centres with expertise in certain brands.

In conclusion, the car maintenance business has to be expanded to meet the demands of the small car market. The state should expedite legal and quality control, otherwise its negative impacts are to be expected on the public, consumers and the environment.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจซ่อมรถยนต์ฉบับนี้ ประสบความสำเร็จตามที่กำหนดไว้ทุกประการ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ท่านอาจารย์นิตยา จันทรเรือง มหาผล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภรัชชัย วรรัตน์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาติโกมลสุทธิที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ดีมาโดยตลอด ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ครบถ้วนทุกประการ

ผู้จัดทำระลึกถึงบุญคุณของคณาจารย์และท่านผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ผู้เกี่ยวข้องที่ไม่กล่าวนามอีกหลายๆ ท่าน ที่มีส่วนในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ เจ้าหน้าที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ทุกท่าน รวมถึงคุณอุษณีย์ วิสิทธิ์ ที่อำนวยความสะดวกและช่วยติดต่อประสานงานต่างๆ ให้เป็นที่เรียบร้อยเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการเทคโนโลยีอาคาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ รวมทั้งอาจารย์พิเศษทุกๆ ท่าน ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีคุณประโยชน์เป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งต้องขอขอบคุณทุกๆ คน รอบข้างที่มอบกำลังใจและกำลังใจรวมทั้งกำลังใจความคึกซึ้งล้วนเป็นสิ่งสำคัญในความสำเร็จในครั้งนี้

คุณประโยชน์ใดๆ ที่เกิดจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้จัดทำขอบแต่ผู้มีพระคุณทุกท่าน โดยทั่วกัน

กงชลัษ เทชะแพทย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.5 นิยามศัพท์.....	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ของโครงการและแผนธุรกิจ.....	8
2.2 ผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิดอยู่ซ่อมรถยนต์.....	11
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	22
3.1 ประชากร.....	22
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	23
3.3 วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล.....	23
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
3.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT).....	25
3.6 ข้อจำกัดการวิจัย.....	25
4. ผลการศึกษา.....	27
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน (นามสมมติ).....	27
4.2 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน.....	27

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4.3 ผลการศึกษาแนวโน้มการขยายตัวของรถยนต์และการตรวจสอบสภาพรถยนต์ โดยใช้สถิติ Simple Linear Regression Analysis.....	31
4.4 ผลการศึกษาวิธีการจัดตั้งและเริ่มธุรกิจของธุรกิจอู่รถยนต์.....	36
4.5 ผลการศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอู่รถยนต์.....	38
4.6 แนวทางการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจซ่อมรถยนต์.....	40
4.7 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis).....	41
5. สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	45
5.1 สรุปผล.....	45
5.2 อภิปรายผล.....	47
5.3 ข้อเสนอแนะของการวิจัย.....	50
บรรณานุกรม.....	53
ประวัติผู้เขียน.....	57

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ปริมาณการจดทะเบียนใหม่ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน(คัน).....	1
1.2 สถิติการตรวจสอบสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์.....	2
3.1 ความหมายของคำศัพท์สหสัมพันธ์.....	25

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
4.1 แนวโน้มการจดทะเบียนในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน.....	31
4.2 สถิติการตรวจสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์.....	32
4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มการขยายตัวของรถยนต์ และการตรวจสภาพรถยนต์ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ทั่วประเทศ (ส่วนภูมิภาคและส่วนกลาง).....	32
4.4 ปริมาณการใช้รถ พ.ศ. 2540 – 2545 และแนวโน้มปริมาณการใช้รถ พ.ศ. 2547 – 2555.....	34
4.5 กราฟปริมาณจำนวนผู้ซ่อมรถยนต์ในปี พ.ศ. 2540 – 2555.....	35

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้ รถยนต์ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก จึงทำให้ประชาชนทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ให้ความสำคัญในการจัดซื้อรถยนต์มาใช้ในการเดินทางตามความต้องการของตนเองเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากการศึกษาของสุรพงษ์ ไพสิฐพัฒนพงษ์ (2555, น. 1) โฆษกกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้ทำการศึกษาถึงสถิติในการผลิตรถยนต์ในปี พ.ศ. 2555 พบว่า อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยสามารถสร้างสถิติในการผลิตรถยนต์ การจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ และการส่งออกรถยนต์ สูงสุดในประวัติศาสตร์ของการมีอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย เนื่องจากได้รับอานิสงส์นโยบายการคืนภาษีรถยนต์คันแรกของรัฐบาล รวมถึงความต้องการรถยนต์ในตลาดประเทศเพิ่มอย่างต่อเนื่อง และยอดการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ จำนวน 142,839 คัน เพิ่มขึ้น 233.16% รวมถึงยอดส่งออกรถยนต์ จะอยู่ที่ 98,284 คัน เพิ่ม 79.71% (สุรพงษ์ ไพสิฐพัฒนพงษ์, 2555, น. 1) สอดคล้องกับข้อมูลกรมการขนส่งทางบก (2555, น. 1-13) ที่พบว่า ปริมาณการจดทะเบียนในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึง พ.ศ. 2555 มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งสามารถแสดงได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1.1 ปริมาณการจดทะเบียนใหม่ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (คัน)

ปี พ.ศ.	การจดทะเบียนในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (คัน)													
	รวม	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	อัตราเพิ่ม ร้อยละ
2545	180,728	23,235	14,878	16,104	13,364	17,038	15,383	17,159	16,598	15,686	15,521	10,762	5,000	66
2546	231,030	27,286	17,095	22,530	20,289	21,859	22,152	21,500	19,986	20,686	17,481	12,975	7,191	128
2547	284,813	30,197	29,095	30,631	23,040	26,029	27,775	24,814	21,352	23,211	20,347	18,054	10,268	123
2548	314,508	37,733	27,811	34,586	20,480	26,318	34,521	28,802	28,272	24,174	20,406	20,076	11,329	110
2549	305,441	40,743	32,498	33,644	22,395	30,175	27,426	23,972	24,229	22,035	20,926	18,015	9,383	97
2550	305,696	39,712	29,533	28,455	22,654	27,913	27,785	26,039	28,858	24,961	22,683	18,034	9,069	100
2551	329,290	38,999	30,859	34,216	30,991	30,591	31,494	30,735	24,422	26,045	24,122	17,060	9,756	108
2552	309,150	39,443	29,815	28,808	21,883	24,618	29,224	26,790	24,650	26,296	24,286	21,477	11,860	94

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	การจดทะเบียนในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (คัน)													
	รวม	ม.ล.	ก.พ.	มี.ล.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	อัตราเพิ่ม ร้อยละ
2553	465,738	50,042	41,226	43,487	33,018	32,451	46,594	42,263	42,629	43,650	36,403	33,692	20,283	151
2554	541,681	65,138	52,300	60,147	44,484	50,308	52,000	42,110	46,834	47,326	35,717	28,663	16,654	116
2555	894,183	48,609	53,394	57,269	46,685	68,393	72,190	83,821	83,915	81,254	97,220	108,069	93,364	165

หมายเหตุ. สัดส่วน = การจดทะเบียนรายปีโดยเปรียบเทียบจากฐานจำนวนรถยนต์ปีก่อนหน้า

ที่มา : กรมการขนส่งทางบก (2555)

ปริมาณการจดทะเบียนในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (คัน) จากปี พ.ศ. 2545 จนถึงปี พ.ศ. 2555 มีปริมาณการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นถึง 3.9 เท่า ซึ่งจากจำนวนรถยนต์สะสมที่มีอัตราการขายตัวเพิ่มขึ้นนี้ จึงทำให้กรมการขนส่งทางบกนั้น จำเป็นจะต้องมีการตรวจสอบสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์เพิ่มมากขึ้น โดยจากสถิติของการตรวจสอบสภาพรถยนต์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 – 2555 นั้น สามารถนำเสนอ ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 สถิติการตรวจสอบสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์

ปี	สถิติการตรวจสอบสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน								
	ทั่วประเทศ			ส่วนกลาง			ส่วนภูมิภาค		
	ผ่าน	ไม่ผ่าน	รวม	ผ่าน	ไม่ผ่าน	รวม	ผ่าน	ไม่ผ่าน	รวม
2545	245,601	4,637	250,238	151,736	2,957	154,693	93,865	1,680	95,545
	98.15%	1.85%	100.00%	99.1%	1.9%	100.00%	98.24%	1.76%	100.00%
2546	322,273	3,620	325,893	197,059	2,011	199,070	125,214	1,609	126,823
	98.88%	1.12%	100.00%	98.98%	1.2%	100.00%	98.72%	1.28%	100.00%
2547	381,488	4,214	385,702	226,323	2,320	228,643	155,165	1,894	157,059
	98.90%	1.10%	100.00%	98.98%	1.2%	100.00%	99.79%	0.21%	100.00%
2548	419,090	5,836	424,926	237,243	3,841	241,084	181,847	1,995	183,842
	98.63%	1.37%	100.00%	98.40%	1.6%	100.00%	98.91%	1.09%	100.00%
2549	426,577	4,941	431,518	239,863	4,444	244,307	186,714	497	187,211
	98.85%	1.5%	100.00%	98.20%	1.8%	100.00%	99.73%	0.27%	100.00%

ตารางที่ 1.2 (ต่อ)

ปี	สถิติการตรวจสอบสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน								
	ทั่วประเทศ			ส่วนกลาง			ส่วนภูมิภาค		
	ผ่าน	ไม่ผ่าน	รวม	ผ่าน	ไม่ผ่าน	รวม	ผ่าน	ไม่ผ่าน	รวม
2550	453,546	5,599	459,145	250,138	4,737	254,875	203,408	862	204,270
	98.78%	1.22%	100.00%	98.14%	1.86%	100.00%	99.58%	0.42%	100.00%
2551	794,990	8,836	803,826	398,383	6,576	404,959	396,607	2,260	398,867
	98.90%	1.10%	100.00%	98.38%	1.26%	100.00%	99.43%	0.57%	100.00%
2552	481,505	3,307	484,812	240,390	2,070	242,460	241,115	1,237	242,352
	99.32%	0.68%	100.00%	99.15%	0.85%	100.00%	99.48%	0.52%	100.00%
2553	658,101	3,051	661,152	319,615	1,716	321,331	338,486	1,335	339,821
	99.54%	0.46%	100.00%	99.46%	0.54%	100.00%	99.60%	0.40%	100.00%
2554	865,090	3,677	868,767	403,267	2,115	405,382	461,823	1,562	463,385
	99.57%	0.43%	100%	99.47%	0.53%	100%	99.66%	0.34%	100%
2555	980,958	3,404	984,362	434,989	2,001	436,990	545,969	1,403	547,372
	99.65%	0.35%	100%	99.54%	0.46%	100%	99.74%	0.26%	100%

ที่มา : กรมการขนส่งทางบก (2555)

จำนวนรถยนต์สะสมที่มีอัตราการขายตัวเพิ่มขึ้น อยู่ซ่อมรถยนต์ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญในการดูแลรักษารถยนต์ จึงมีการขายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งปัจจุบันนี้ มีอยู่ซ่อมรถยนต์ที่ให้บริการในการตรวจสอบสภาพรถยนต์เป็นจำนวนมาก ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ (2555) พบว่า การเปิดอยู่ซ่อมรถเป็นงานบริการไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ จึงทำให้ผู้ประกอบการอยู่ซ่อมรถยนต์ สามารถประกอบกิจการได้ แต่หากว่าผู้ประกอบการมีการจำหน่ายสินค้าอื่นๆ เช่น น้ำมันเครื่อง น้ำมันเบรก และอื่นๆ ถือว่ามีการซื้อขายสินค้าและเข้าข่ายต้องมาจดทะเบียนพาณิชย์ในส่วนของการจำหน่ายเท่านั้น และหากร้านค้าตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครสามารถไปจดทะเบียนได้ที่สำนักงานเขตพื้นที่ตามที่ร้านค้าตั้งอยู่ และหากอยู่ต่างจังหวัดสามารถไปจดทะเบียนได้ที่องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ตามที่ร้านค้าตั้งอยู่ เป็นต้น

ดังนั้น จากปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันและจากข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนอยู่ซ่อมรถยนต์ ที่ไม่ได้กำหนดข้อบังคับในการจดทะเบียนอยู่ซ่อมรถยนต์ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถเปิดให้บริการกับธุรกิจอยู่ซ่อมรถยนต์ได้อย่างมีอิสระ จึงทำให้ปัจจุบันธุรกิจการแข่งขันของอยู่ซ่อมรถยนต์มีจำนวนมาก โดยจากข้อมูลของสำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2555, น. 4) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจอยู่ซ่อมรถยนต์นั้น คือ

ปริมาณรถยนต์ที่มีอยู่ในประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จึงทำให้ปริมาณที่รถยนต์จะต้องมีการตรวจสอบสภาพรถยนต์ และซ่อมแซมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งศูนย์บริการรถยนต์และอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป มีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกันไป โดยมุ่งเน้นในเรื่องการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละประเภท ที่มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ความต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในการซ่อม ความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในการบริการ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความสมบูรณ์ของรถยนต์หลังการซ่อม หรือ ประสิทธิภาพของช่างซ่อม เป็นต้น อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ใหม่โดยมากแล้วนิยมใช้บริการจากศูนย์บริการรถยนต์ที่ตนเองไปซื้อรถยนต์เพราะเป็นศูนย์บริการที่ถือได้ว่ามีมาตรฐาน และผู้ใช้รถยนต์ส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพภายหลังของการให้บริการเป็นต้น

นอกจากนี้ จากการศึกษาข้อมูลวิจัยของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2555) เกี่ยวกับสภาพการณ์ของความเป็นไปได้ในการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ รวมถึงความเป็นไปได้ในทางการตลาดนั้น จะพบว่า (1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ใช้บริการ นิยมนำรถไปซ่อมบำรุงที่ศูนย์บริการ เพราะมีความมั่นใจในคุณภาพและบริการ เฉลี่ยประมาณ 2-4 เดือนต่อครั้ง โดยใช้บริการประเภทเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง และมีค่าใช้จ่ายประมาณ 300 – 3,500 บาทต่อครั้ง ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้อู่ มีการปรับปรุงด้านคุณภาพของงานซ่อม และต้องการให้ภาครัฐเข้ามากำกับดูแลด้านมาตรฐานการซ่อมและราคา (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน และต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนด้านการเงินมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตลาดและลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านบุคลากรและเทคโนโลยี

แต่จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นนั้น ไม่สามารถระบุได้ว่า หลังจากที่มีผู้ซื้อออกรถยนต์ใหม่มา จะเกิดปัญหาเพื่อให้ผู้รถยนต์ ดังนั้น จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ที่แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตทางธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ประกอบกับผู้วิจัยเป็นหนึ่งที่มีความสนใจในการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินกิจการในการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ รวมถึงเพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจและสามารถนำไปปรับปรุงกิจการให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับประเภทธุรกิจของอู่ซ่อมรถยนต์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และสภาพปัญหาของการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ รวมถึงสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาแนวโน้มทางธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 4 ประเภท คือ (1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ (2) อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ (3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ (4) อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 4 ประเภท คือ (1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ (2) อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ (3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ (4) อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป
3. เพื่อศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์
4. เพื่อศึกษากระบวนการและวิธีการบริหารจัดการผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษา เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถกำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป และหัวหน้าช่างของอู่ 3 รูปแบบ คือ (1) หัวหน้าช่างของศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ (2) หัวหน้าช่างของอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ (3) หัวหน้าช่างของศูนย์บริการเฉพาะ และ (4) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการของอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป
2. ขอบเขตด้านการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) กับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ของโครงการและแผนธุรกิจของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2555) และศึกษาจากข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 รวมถึงศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริการของอู่ซ่อมรถยนต์ตลอดจนความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นต้น เพื่อนำมาเป็นข้อมูลใน

การวิเคราะห์สำหรับการศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ต่อไป

3. ขอบเขตด้านสถานที่ซึ่งใช้ในการวิจัย คือ อู่ซ่อมรถยนต์ที่เปิดให้บริการในเขตที่เป็นย่านชานเมืองที่มีประชาชนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก รวมถึงเป็นเขตที่รถยนต์เป็นจำนวนมากคือ เขตบางกะปิและเขตลาดพร้าว และเนื่องจากเป็นพื้นที่ในบริเวณใกล้เคียงสถานประกอบการของผู้วิจัยและมีความคุ้นเคยกับผู้ประกอบการที่อยู่ในเขตบางกะปิและเขตลาดพร้าว ซึ่งพร้อมที่จะให้ข้อมูลในด้านต่างๆ กับผู้วิจัยได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ เริ่มตั้งแต่ เดือน กุมภาพันธ์ 2556 ถึง เดือน ธันวาคม 2556

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. แนวโน้มทางธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 4 ประเภท คือ (1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ (2) อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ (3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ (4) อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป

2. ความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 4 ประเภท คือ (1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ (2) อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ (3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ (4) อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป

3. ประมวลข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535, พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535

4. กระบวนการและวิธีการบริหารจัดการผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535, พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535

5. ข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นข้อมูลเพื่อให้ผู้ที่สนใจทั่วไป และผู้วิจัยท่านอื่น นำไปต่อยอดและนำไปใช้ในการเปิดและดำเนินการอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีมาตรฐานต่อไปในอนาคต

1.5 นิยามศัพท์

การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ หมายถึง การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มทางธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ความเป็นไปได้ของการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535, พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และผลกระทบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องภายหลังจากการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดเป็นแนวทางในการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย และมีมาตรฐาน รวมถึงเป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ

ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ หมายถึง ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์เพื่อให้บริการ แก่รถยนต์ยี่ห้ออื่นๆ หลังการขาย เช่น ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า ศูนย์บริการรถยนต์นิสสัน และอื่นๆ เป็นต้น

อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ หมายถึง อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญเฉพาะในบางยี่ห้อ เป็นอู่ซ่อมบำรุงรถยนต์ที่มีมาตรฐาน การซ่อมใกล้เคียงกับศูนย์บริการฯ โดยเจ้าของร้านหรือผู้ประกอบการจะเคยผ่านงานหรือเป็นหัวหน้าช่างในศูนย์บริการมาก่อน และมีเงินทุนสูง

ศูนย์บริการเฉพาะ หมายถึง อู่ซ่อมรถยนต์ที่เปิดให้บริการซ่อมบำรุงเฉพาะ เช่น Cockpit, Pro Check, V-Care, B-Quick, Check point ซึ่งแต่ละรายก็มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ เป็นบริการที่เกี่ยวกับระบบช่วงล่างของรถยนต์ เช่น ยาง เบรค คลัช โช้คอัพ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ส่วนใหญ่จะเป็นสถานบริการขนาดใหญ่ตั้งอยู่ตามทำเลที่สำคัญต่างๆ เช่น สถานบริการน้ำมัน ดิสเคาท์สโตร์ ศูนย์การค้า เป็นต้น

อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป หมายถึง อู่ที่มีพนักงานไม่มากและมักมีความถนัดเฉพาะด้าน เช่น ถัดด้านระบบปรับอากาศ แบริดจ์ ไดนาโม หรือการเปลี่ยนยาง เป็นต้น ซึ่งจากปัจจุบันพบว่า อู่ขนาดเล็กประเภทซ่อมเครื่องยนต์มักมีน้อยลง เนื่องจากตามเทคโนโลยีอู่ขนาดใหญ่กว่าไม่ได้ ยังคงเหลืออยู่ประเภทซ่อมสีตัวถังและรูปแบบการซ่อมประเภทเปลี่ยน ถ้าย ะยาง เป็นต้น อู่ประเภทนี้ใช้พื้นที่ไม่มากนัก อาจเป็นในลักษณะแบบห้องแถว และอาจใช้พื้นที่ริมถนนในการประกอบการ ในส่วนของลักษณะการซ่อมนั้น มีการดำเนินการซ่อมที่ไม่มีความแน่นอนในมาตรฐาน คุณภาพการซ่อมขึ้นอยู่กับช่างที่ระดับการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้และการฝึกฝีมืออยู่ในเกณฑ์ต่ำ ทั้งๆที่ยังมีศักยภาพในการปรับปรุงวิธีการทำงาน เนื่องจากช่างในอู่ซ่อมรถยนต์เหล่านี้มักมีประสบการณ์จากการทำงานจริง แต่ขาดความชำนาญหรือข้อมูลด้านเทคนิคเบื้องต้นที่สำคัญ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1) แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ของโครงการและแผนธุรกิจ
- 2.2) ผลกระทบผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์
- 2.3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ของโครงการและแผนธุรกิจ

2.1.1 ความหมายของแผนธุรกิจ

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555) ได้ให้ความหมายของแผนธุรกิจ หมายถึง เครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ ที่แสดงผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบกับแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วย ซึ่งจะมีผลทำให้ผู้ร่วมลงทุนตัดสินใจได้ว่า ธุรกิจนั้นควรจะร่วมลงทุนด้วยหรือไม่ จากแผนธุรกิจจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้าใจวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและปรัชญาของธุรกิจ แผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรค และหนทางที่เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้จ่ายเงินลงทุนของตนเอง ไม่ต้องการผู้ร่วมลงทุนหรือเงินกู้จากสถาบันการเงิน แผนธุรกิจก็ยังจำเป็นเพื่อให้ผู้ประกอบการมีแผนที่ในการบอกทิศทางของ การดำเนินกิจการในอนาคต

บริษัท เอสเอ็มอีสมาร์ท สยาม (2555) ได้ให้ความหมายของแผนธุรกิจ หมายถึง แผนการดำเนินงานของธุรกิจ หรือโครงการหนึ่งๆ ที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในระยะสั้น 1 – 3 ปี และในระยะยาว 3 – 5 ปี อันประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อธุรกิจทั้งทางด้านมหภาค (Macro Analysis) และจุลภาค (Micro Analysis) การวิเคราะห์ธุรกิจของ

โครงการในแง่มุมต่างๆ ทั้งทางด้านการตลาด ทางด้านการดำเนินงาน ทีมผู้บริหาร และทางด้านการเงิน เพื่อเป็นการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ และเป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ แนวทางการพัฒนาธุรกิจในอนาคต

U.S. Small Business Administration (2012, p. 5) ได้ให้ความหมายของแผนธุรกิจ หมายถึง เอกสารสรุปรวมการวางแผนซึ่งได้แสดงรายละเอียดอย่างชัดเจน เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนา และปรับปรุงธุรกิจ ของธุรกิจ ที่ดำรงอยู่หรือธุรกิจที่ดั่งเป้าหมาย แผนนี้จะแสดงให้เห็นถึง สิ่งที่จะดำเนินการ วิธีการ และแหล่งที่มาของทรัพยากร ของธุรกิจ ที่จะได้มา และใช้ประโยชน์ ซึ่งมีความจำเป็นในการที่จะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยทราบว่า แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่อง ของการตลาดการแข่งขัน กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จ หรือชี้ให้เห็น ถึงจุดอ่อนและข้อควรระวัง และเพื่อให้ธุรกิจสามารถต่อสู้กับคู่แข่งในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.1.2 องค์ประกอบที่สำคัญของแผนธุรกิจ

จากการศึกษาถึงความหมายของแผนธุรกิจ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) ผู้วิจัยจำเป็นจะต้องศึกษาถึงองค์ประกอบที่สำคัญของแผนธุรกิจ เนื่องจากองค์ประกอบหลักที่นักลงทุนจะพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วย

การวิเคราะห์สถานการณ์ หรือเรียกอย่างย่อๆ ว่า SWOT ANALYSIS

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

แผนการดำเนินงาน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์สถานการณ์ หรือเรียกอย่างย่อๆ ว่า SWOT ANALYSIS เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน หมายถึง การตรวจสอบความสามารถและความพร้อมของกิจการในด้านต่างๆ ทั้งนี้โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ในส่วนที่เป็น จุดแข็ง (Strengths) และ จุดอ่อน (Weaknesses) ของกิจการ และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือ เปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องพยายามเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงใน อนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าว เป็นไปในลักษณะที่เป็น โอกาส (Opportunities) หรือ อุปสรรค (Threats) ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผลลัพธ์

จากขั้นตอนของการวิเคราะห์สถานการณ์ คือ บทวิเคราะห์ความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็น ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่างๆ ของกิจการ

2) วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ เป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับ ในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการจัดการ เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น คือ ภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะกลาง ประมาณ 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปี ซึ่งลักษณะของเป้าหมายของธุรกิจที่ดีมี 3 ประการ ประกอบด้วย

2.1) มีความเป็นไปได้ หมายความว่า กิจการมีโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายได้หากได้มีการดำเนินงานอย่างเต็มที่ตามแผนธุรกิจที่วางไว้ การกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจควรประเมินจากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้ง ภายนอกและภายในกิจการ กล่าวคือ ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่เลื่อนลอยเกินความจริงจนทำไม่ได้ และก่อให้เกิดความท้อแท้ แต่ก็ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ง่ายจนเกินไปจนไม่ต้องทุ่มเทความพยายามใดๆ ก็สามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย เป้าหมายที่ดีจึงควรเป็นผลลัพธ์ที่ทำได้ยากแต่มีความเป็นไปได้

2.2) สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม หมายถึง มีความชัดเจนที่สามารถประเมินได้ว่า กิจการบรรลุตามเป้าหมายนั้นหรือไม่ ทั้งนี้ โดยทั่วไป ควรจะต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนว่า จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายนั้นภายในระยะเวลาเท่าใด

2.3) เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายถึง เป้าหมายย่อยๆ ในแต่ละฝ่ายควรมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้แน่ใจว่าเป้าหมายระยะสั้นๆ เป็นไปเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเป้าหมายในระยะปานกลางและระยะยาว

3) แผนการดำเนินงาน การกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

จะเห็นได้ว่า แผนธุรกิจมีความจำเป็นต่อธุรกิจทุกธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจขนาดใหญ่ จะเป็นธุรกิจในรูปแบบอุตสาหกรรมหรือเป็นนิติบุคคล เช่น ห้างหุ้นส่วนจำกัดหรือบริษัทจำกัดก็ตาม เพราะตราบใดก็ตาม ที่ยังมีการดำเนินการธุรกิจอยู่ ธุรกิจหรือตัวผู้ประกอบการก็มีความจำเป็นที่ต้องมีการวางแผน การประมาณการ การดำเนินการ และการติดตามประเมินผล ว่าผลลัพธ์ของธุรกิจนั้นเป็นเช่นใด ซึ่งสิ่งที่สะท้อนออกมาให้เห็นได้ง่ายที่สุดคือ ผลกำไรหรือขาดทุนของกิจการ หรืออาจสะท้อนออกมา ในมูลค่าหุ้นสามัญของธุรกิจ ซึ่งถ้าได้มีการ

เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือเขียนเป็นแผนธุรกิจ ก็จะช่วยให้ผู้ประกอบการ สามารถดำเนินการ ตรวจสอบทบทวนแก้ไขรายละเอียดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดสรรทรัพยากรของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น การลงทุนในที่ดิน อาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุนต่างๆใน การดำเนินการ บุคลากร ค่าใช้จ่าย ยอดขาย รายรับ รายจ่าย กิจกรรมดำเนินงานต่างๆ ที่จะดำเนินการทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ซึ่ง จะเห็นได้ว่า ถ้าผู้ประกอบการไม่มีการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร ย่อมเป็นไปได้เลย ที่ ผู้ประกอบการจะจำได้ว่า ได้เคย วางแผน และดำเนินการอะไรไปบ้าง ดังนั้นในด้านหนึ่งแผนธุรกิจ จึงถือได้ว่าเป็นบันทึกของธุรกิจ (Business Diary) ที่จะใช้เป็น เครื่องมือ ช่วยจำ ให้กับ ผู้ประกอบการ ว่าได้ดำเนินการอะไร ไปแล้วบ้าง หรือกำลังจะดำเนินการอะไรในอนาคต และถ้า ผู้ประกอบการได้จัดทำ และทบทวน แผนธุรกิจในทุกปี ก็จะสามารถเห็นถึงการเปลี่ยนแปลง การ เติบโต ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ของธุรกิจ และวิธีการดำเนินการของธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึง ปัจจุบัน รวมถึงแนวทางในการพัฒนาของธุรกิจต่อไปในอนาคต

2.2 ผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิด่อู่ซ่อมรถยนต์

2.2.1 การบริหารจัดการสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิด่อู่ซ่อมรถยนต์

ในการเปิด่อู่ซ่อมรถยนต์นั้น ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการจะต้องให้ความสำคัญกับ การบริหารจัดการสภาพแวดล้อมต่างๆ หลังจากที่มีการเปิด่อู่ซ่อมรถยนต์แล้ว เช่น การบริหาร จัดการที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันเครื่อง หรือการบริหารจัดการเกี่ยวกับของเสียที่เกิดขึ้นจากการซ่อม รถยนต์ต่างๆ ซึ่งจากการศึกษาของรัชชัย แสนคันใจ (2556) อู่ซ่อมรถยนต์ จะมีของเสีย 4 รูปแบบ คือ

- 1) น้ำเสียที่มาจากอู่ซ่อมรถยนต์
- 2) มลพิษอากาศ
- 3) มลพิษทางเสียง และ
- 4) ของเสียอันตราย ซึ่งมีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

2.2.1.1 น้ำเสียที่มาจากอู่ซ่อมรถยนต์ พบว่า ในการประกอบกิจการของอู่ซ่อมรถยนต์ หลายแห่ง มีการนำระบบบำบัดน้ำเสียมาใช้ในการบริหารจัดการน้ำเสีย ซึ่งปัจจุบันจะมีใช้อยู่ 3 ระบบ คือ

ระบบเลี้ยงตะกอน (Activated Sludge) เป็นวิธีบำบัดน้ำเสียด้วยวิธีการทางชีววิทยา โดยใช้แบคทีเรียพวกที่ใช้ออกซิเจน (Aerobic Bacteria) เป็นตัวหลักในการย่อยสลายสารอินทรีย์ในน้ำ เสีย ระบบแอกทิเวเตดสลัดจ์เป็นระบบบำบัดน้ำเสียที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย แต่การเดินระบบ ประเภทนี้จะมีความยุ่งยากซับซ้อน เนื่องจากจำเป็นจะต้องมีการควบคุมสภาวะแวดล้อมและ

ลักษณะทางกายภาพต่างๆ ให้เหมาะสม เพื่อให้ระบบมีประสิทธิภาพในการบำบัดสูงสุด ทั้งนี้ ควรใช้ร่วมกับระบบบ่อดักไขมัน เพราะน้ำเสียจากอุ้มอรรถมีน้ำมันปะปนมามาก และระบบตะแกรงดักขยะ (Screening) เพื่อดักกรองชิ้นส่วนโลหะหรืออุปกรณ์ที่อาจปะปนไปกับน้ำเสียด้วย

ระบบบ่อดักไขมัน (Oil & Grease Trap) ใช้สำหรับบำบัดน้ำเสียที่มีน้ำมัน หากไม่กำจัดออกจะทำให้ท่อระบายน้ำอุดตัน บ่อดักไขมันที่ใช้จะต้องมีขนาดใหญ่เพียงพอที่จะกักน้ำเสียไว้ระยะหนึ่งเพื่อให้ไขมันและน้ำมันมีโอกาสลอยตัวขึ้นมาสะสมกันอยู่บนผิวน้ำ และเมื่อปริมาณไขมันและน้ำมันสะสมมากขึ้นต้องดักออกไปกำจัด บ่อดักไขมันจะสามารถกำจัดไขมันได้มากกว่าร้อยละ 60 บ่อดักไขมันมีทั้งแบบสำเร็จรูปที่สามารถซื้อและติดตั้งได้ง่าย หรือสามารถสร้างเอง โดยปรับให้เหมาะสมกับพื้นที่และปริมาณน้ำที่ใช้

ระบบบ่อปรับเสถียรหรือบ่อผึ่ง (Stabilizing Pond) เป็นระบบบำบัดน้ำเสียที่อาศัยธรรมชาติในการบำบัดสารอินทรีย์ในน้ำเสีย ซึ่งแบ่งตามลักษณะการทำงานได้ 3 รูปแบบ คือ บ่อแอนแอโรบิก (Anaerobic Pond) บ่อแฟคัลตาทีฟ (Facultative Pond) บ่อแอโรบิก (Aerobic Pond) และหากมีบ่อหลายบ่อต่อเนื่องกัน บ่อสุดท้ายจะทำหน้าที่เป็นบ่อบ่ม (Maturation Pond) เพื่อปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งก่อนระบายออกสู่สิ่งแวดล้อม บ่อปรับเสถียรเป็นระบบที่มีค่าก่อสร้างและค่าดูแลรักษาต่ำ วิธีการเดินระบบไม่ยุ่งยากซับซ้อน ผู้ควบคุมระบบไม่ต้องมีความรู้สูง แต่ต้องใช้พื้นที่ก่อสร้างมากจึงเป็นระบบที่เหมาะสมกับอุ้มอรรถที่มีพื้นที่โดยรอบพอสมควร

2.2.1.2 การบำบัดมลพิษอากาศ ซึ่งในการบำบัดมลพิษทางอากาศนั้น ปัจจุบันจะมีใช้อยู่ 5 ระบบ คือ

ถังตกตะกอน (Settling Chamber) เป็นระบบตกตะกอนที่ดูดอากาศเข้ามาให้ตกตะกอนภายใน เหมาะกับอนุภาคขนาดใหญ่กว่า 50 ไมครอน เพราะถ้าอนุภาคขนาดเล็กกว่า 50 ไมครอน จะต้องใช้ห้องตกตะกอนที่มีขนาดใหญ่มาก เปลืองพื้นที่ใช้สอยในอุ้ม

เครื่องแยกด้วยแรงหนีศูนย์กลาง (Centrifugal Separator) หรือ ไซโคลน (Cyclone) โดยใช้แยกอนุภาคออกจากก๊าซด้วยแรงเหวี่ยง ทำให้อนุภาคที่ใหญ่และมีแรงเฉื่อยจะแยกตัวออกมาและถูกเก็บรวบรวมไว้ อุปกรณ์ชนิดนี้จึงเหมาะที่จะใช้สำหรับควบคุมอนุภาคขนาดค่อนข้างใหญ่ (15-40 ไมครอน) และใช้แพร่หลายมากที่สุด อุปกรณ์ไม่ซับซ้อน ค่าใช้จ่ายและค่าบำรุงค่อนข้างถูก

Water Scrubbing ใช้กำจัดกลิ่น แต่ไม่ดีนัก เพราะว่ากลิ่นจากการฟอสฟอรัสละลายในน้ำได้น้อย หรือไม่ละลายเลย

ระบบดูดซับกลิ่น (Activated Carbon Adsorption) แต่อาจเกิดละอองสีอุดตันได้ ต้องติดตั้ง Pre-Filter เพื่อเพิ่มอายุการใช้งาน และลดการอุดตันของสี

เตาเผาออกซิไดซ์ (Thermal Oxidizer) อีกที เพื่อกำจัดฝุ่น และสารประกอบขนาดเล็กให้หมดก่อนปล่อยสู่บรรยากาศภายนอก

2.2.1.3 การบำบัดมลพิษทางเสียง ซึ่งปัจจุบันมีระบบการบำบัดมลพิษทางเสียง คือ ระบบดูดซับเสียงหรือระบบกันเสียง (Acoustic Shield Barrier) หรือการใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล เช่น เครื่องอุดหู (Ear Plug) และ เครื่องครอบหู (Ear Muffs) และการใช้เครื่องจักรที่มีข้อต่อยางเพื่อลดเสียง

2.2.1.4 การบำบัดของเสียอันตราย ซึ่งปัจจุบันมีระบบการบำบัดของเสียอันตราย คือ การรวบรวมน้ำมันหล่อลื่นและยางรถยนต์หมดสภาพ เพื่อส่งขายให้กับคนกลาง แต่ในส่วนของอุสาหกรรมขนาดใหญ่ จะรวบรวมส่งบริษัทรับกำจัดของเสียอันตราย เพื่อนำไปผสมกับกากอุตสาหกรรมอื่นเผาเป็นพลังงานให้กับโรงงานเตาเผาซีเมนต์ต่อไป และการใช้เตาเผาแบบปิด ในการเผากำจัดขยะ และนำไอน้ำและความร้อนที่ได้ไปใช้ประโยชน์เป็นพลังงานทดแทน เป็นต้น

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประภัสร์ แสนอารี (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ของบีคิกในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ของบีคิกในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนข้อมูลทั่วไปในการรับบริการ ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค และพฤติกรรมการใช้บริการรถยนต์ของศูนย์บริการของบีคิก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้รับบริการของศูนย์บริการรถยนต์ของบีคิก ใน 8 สาขา คือ สุขุมวิทซอย 71 พระราม 9 ท่าพระ พระราม4 พัฒนาการ สาทรเหนือ เจริญนคร และ พระราม3 จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญ (LSD) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สันสำหรับข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS For Window Version 11

ผลการวิจัย พบว่า 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการรับบริการ ด้านลักษณะของรถยนต์ที่ใช้มากที่สุด เป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคล รองลงมาเป็นรถกระบะ โดยอายุของรถยนต์ ระหว่าง 6-10 ปี และ 1-5 ปี ตามลำดับ ประเภทอะไหล่รถยนต์ที่มาเปลี่ยน อันดับแรกคือ ยางรถยนต์ รองลงมาคือ เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง และเปลี่ยนเบรก ตามลำดับ 2) พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค ส่วนใหญ่

ในระยะเวลาหนึ่งปี จะเข้ารับบริการที่ศูนย์บริการรถยนต์ของปิกวิกลี้อยู่จำนวน 4 ครั้ง โดยมีอัตราค่าใช้บริการโดยเฉลี่ย 2,961 บาท มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเพราะความสะดวกในการเข้ารับบริการมากกว่าศูนย์บริการ รองลงมาคือเพราะอยู่ใกล้บ้าน ซึ่งเวลาที่สะดวกที่สุดคือ 18.01-20.00 น. รองลงมาคือ 10.01-12.00 น. และตัดสินใจเลือกใช้บริการรถยนต์ของปิกวิกใกล้บ้านมากที่สุด

3) การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกด้านสินค้าและบริการ ต้องการให้มีอะไหล่เพื่อเลือกสรรมากกว่านี้ และให้มีการบริการที่ดีขึ้น ส่วนที่สองคือ ด้านราคา คือเสนอแนะให้มีการลดราคาสำหรับลูกค้าประจำ

วชิรวิทย์ ไม้คู่ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ “เชลล์ ออโต้เซิร์ฟ” ของลูกค้าที่มาใช้บริการ กรณีศึกษา: 10 สาขาที่เริ่มดำเนินการปรับรูปแบบการให้บริการ (สาขานำร่อง) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษา ความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ “เชลล์ ออโต้เซิร์ฟ” ของลูกค้าที่มาใช้บริการ กรณีศึกษา: 10 สาขาที่เริ่มดำเนินการปรับรูปแบบการให้บริการ (สาขานำร่อง) ใน 4 ด้าน คือ ผลผลิตและการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ เวลาที่สะดวกในการเข้ารับบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ เชลล์ ออโต้เซิร์ฟ “SHELL AUTOSERV” ของลูกค้าที่มาใช้บริการ : กรณีศึกษา 10 สาขาที่เริ่มดำเนินการปรับรูปแบบการให้บริการ (สาขานำร่อง) โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (PURPOSIVE SAMPLING) จำนวน 400 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะให้การทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี SNK (Student-Newman-Keuls test)

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้า มีความพึงพอใจที่มีต่อ ศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ “เชลล์ ออโต้เซิร์ฟ” ของลูกค้าที่มาใช้บริการ 10 สาขาที่เริ่มดำเนินการปรับรูปแบบการให้บริการ (สาขานำร่อง) โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาทางด้าน ปรากฏว่า ด้านส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านผลผลิตและการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

มนตรี หนูพิน (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการขยะยางรถยนต์อย่างเหมาะสม: กรณีศึกษา พื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ศึกษาสถานการณ์และสภาพปัญหาของขยะยางรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 2) ศึกษาวิเคราะห์วิธีการกำจัด การแปรรูป และการใช้ประโยชน์จากขยะยางรถยนต์ด้วยเทคโนโลยี

ต่างๆ และ 3) เสนอแนวทางการจัดการขยะยางรถยนต์ที่เหมาะสมสำหรับเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยใช้แบบสำรวจแหล่งที่มีขยะยางรถยนต์ สะสมอยู่ในพื้นที่ศึกษา และศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ

ผลการศึกษา พบว่า มียางรถยนต์สะสมอยู่ในแหล่งต่างๆ ที่สำคัญ คือ สถานประกอบการเกี่ยวกับรถยนต์ได้แก่ อู่ซ่อมรถยนต์ ร้านบริการยางรถยนต์ และเขตการเดินรถ ซึ่งยางรถยนต์ใช้แล้วส่วนใหญ่จะถูกจำกัดโดยการเผาในโรงงานปูนซีเมนต์ (ร้อยละ 45) ขายเป็นยางรถมือสอง (ร้อยละ 25) มีส่วนน้อยที่นำไปใช้ประโยชน์เป็นวัสดุกันกระแทก ทำกระถางปลูกต้นไม้ หรือถึงขยะขายให้รถเร่ซื้อยางรถยนต์เก่า หรือทิ้งให้รถขนขยะเทศบาลเก็บไปกำจัดร่วมกับขยะทั่วไป เทคโนโลยีการรีไซเคิลขยะยางรถยนต์ได้จำแนกเป็น 6 กลุ่ม คือ การใช้ประโยชน์จากยางทั้งเส้นการแปรรูปเป็นของใช้และเฟอร์นิเจอร์ เทคโนโลยีหล่อดอกยาง เทคโนโลยีครัมเบอร์เทคโนโลยีไฟโรไลซิสและการใช้เป็นเชื้อเพลิง จากการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการศึกษาความเหมาะสมและเป็นไปได้ 6 ด้าน พบว่า เทคโนโลยีเหล่านี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้ตั้งแต่ในระดับพอใช้ถึงระดับดี และจากการวิเคราะห์ SWOT ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแต่ละเทคโนโลยี แนวทางการจัดการยางรถยนต์ที่เหมาะสม คือ การนำเทคโนโลยีทั้ง 6 แบบ มาประยุกต์ใช้โดยมีแนวทางการจัดการด้านนโยบาย กฎหมาย เศรษฐศาสตร์ สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และการบริหารจัดการ ดังนี้ 1) ด้านนโยบาย ควรกำหนดนโยบายเกี่ยวกับขยะยางรถยนต์ทั้งในระดับจังหวัดและระดับส่วนกลาง 2) ด้านกฎหมาย ควรกำหนดระเบียบวิธีการเก็บ การทิ้ง และการกำจัดยางรถยนต์ทั้งในระดับจังหวัดและระดับส่วนกลาง 3) ด้านเศรษฐศาสตร์ ควรนำเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์มาใช้ในการส่งเสริมการนำขยะยางรถยนต์มาใช้ประโยชน์ การเรียกคืน และการกำจัด 4) ด้านสังคม ควรเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับขยะยางรถยนต์ ส่งเสริมการฝึกอบรมการแปรรูปและส่งเสริมการศึกษาวิจัยการรีไซเคิลขยะยางรถยนต์ 5) ด้านสิ่งแวดล้อม ควรจัดทำโครงการรีไซเคิลขยะยางรถยนต์ 6) ด้านเทคโนโลยี ควรส่งเสริมการนำขยะยางรถยนต์มาใช้ประโยชน์ด้วยเทคโนโลยีต่างๆ 7) ด้านการบริหารจัดการ ควรจัดทำระบบฐานข้อมูล และจัดตั้งศูนย์รีไซเคิล

เชลลี ช่วยคงมา (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ: กรณีศึกษา บริษัท 90 อะไหล่ยนต์ จำกัด ซึ่งการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 4 เขต ได้แก่ เขตสมุทรปราการ เขตอ่อนนุช เขตพัฒนาการ

เขตบางพลีจำนวน 100 คนเลือกมาเป็นตัวอย่างจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าส่วนใหญ่ ถ้ารถยนต์ที่ใช้งานอยู่เกิดได้รับความเสียหายจากอุบัติเหตุหรือจากอายุการใช้งานที่เสื่อมสภาพจะเลือกซื้อสินค้าประเภทอะไหล่รถยนต์มือสอง ถ้าต้องการหาอะไหล่รถยนต์เพื่อที่จะนำมาซ่อมรถจะหาได้จากร้านอะไหล่รถยนต์มือสอง ในวันศุกร์เป็นวันที่สะดวกในการใช้บริการร้านอะไหล่รถยนต์ ลูกค้าส่วนใหญ่จะซื้อสินค้ายี่ห้อ Toyota ในร้านอะไหล่รถยนต์ จำนวนมาก ระดับความสำคัญของความถี่ในการซื้อประเภทสินค้าในร้านอะไหล่บ่อยที่สุดที่พบว่า คือ ไฟหน้าสูงที่สุด รองลงมาคือ ไข่มุม ซึ่งค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความสำคัญของความต้องการประเภทสินค้าหากสินค้ามีราคาสูงอยู่ในระดับความสำคัญมากคือ ระบบ ABS รองลงมาที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ เพลาขับเคลื่อนระดับความสำคัญของความต้องการสินค้าที่หายากที่อยู่ในระดับสำคัญมากคือ เครื่องยนต์ รองลงมาคือระบบช่วงล่าง ทั้งระบบด้านล้อที่มีผลทำให้ร้านอะไหล่รถยนต์เป็นที่รู้จักของลูกค้า อยู่ในระดับสำคัญมากคือ ไปสเตอร์ ป้ายโฆษณา รองลงมาโบรชัวร์ แผ่นพับ ซึ่งระดับปานกลาง ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากร้านอะไหล่รถยนต์เมื่อมีการจัดทำส่วนประสมการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ด้านสินค้าระดับสำคัญมากคือ สินค้ามีคุณภาพ รองลงมาได้แก่ สินค้าอยู่ในสภาพดี ส่วนด้านราคาระดับความสำคัญมากคือ ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ รองลงมาได้แก่ การบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน ส่วนด้านสถานที่ระดับความสำคัญมากคือ การจัดวางสินค้า สามารถมองเห็นได้ชัดเจน รองลงมาได้แก่การเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าได้สะดวก สำหรับด้านการส่งเสริมการขายระดับสำคัญมากคือ การบริการที่ดีของพนักงาน รองลงมาได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้า ส่วนปัจจัยภายนอกอื่นๆ อยู่ในระดับสำคัญมากคือความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ มีใบกำกับภาษีที่ถูกต้อง ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาในครั้งนี้คือ การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ เพื่อสามารถแข่งขันกับบริษัทที่นำสินค้าเข้ามาจากต่างประเทศอื่นได้ โดยที่ราคาควรจะอยู่ระหว่าง 500-1,500 บาท สามารถกระจายสินค้าเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง

อดิสร อินทรทูต (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้อู่ซ่อมรถยนต์ ตามความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่าง

กระจายในเขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์พฤติกรรมการใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อยู่ซ่อมรถยนต์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานใช้ค่า t-test และ F-test

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ที่นำรถยนต์เข้าอยู่เพื่อรับบริการมากกว่า 1 ประเภท ได้แก่ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ตรวจเช็คตามระยะเวลา ซ่อมทั่วไป เชื้อระบบช่วงล่าง ทำสี ซ่อมตัวถังตามลำดับ โดยเลือกอยู่ซ่อมรถยนต์ของศูนย์ ผู้ใช้บริการตัดสินใจด้วยตนเองและเข้าอยู่ทันทีที่รถเสีย เข้ารับบริการปีละครั้งมากที่สุด โดยจะเลือกอยู่ใกล้บ้านที่ซ่อมเป็นประจำ ผู้ใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และความรู้เกี่ยวกับรถยนต์แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอยู่ซ่อมรถยนต์ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น รายได้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์

รักษนก จันทรทวีพร (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของมาตรการการตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ประการแรก เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลของมาตรการการตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) ประการที่สอง ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนำเข้าที่ส่งผลต่อระดับประสิทธิผลของมาตรการการตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) และประการสุดท้าย ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้ากับประสิทธิผลของมาตรการการตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลจากสถานตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) ในเขตพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 เขต ได้กลุ่มตัวอย่าง 107 แห่ง สถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม ใช้สถิติวิเคราะห์ Chi – Square Test และค่า Phi Value เพื่อหาค่าขนาดความสัมพันธ์

ผลการศึกษาปัจจัยนำเข้า (Input) ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับประสิทธิผล ได้แก่ จำนวนรถที่ตรวจสภาพผ่านเกณฑ์การตรวจ ในปี พ.ศ. 2552 พบว่าอยู่ในระดับสูง สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏผลว่า บุคลากร เครื่องมืออุปกรณ์ กระบวนการตรวจสภาพรถ นโยบายด้านการตลาด และศีลธรรมของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของมาตรการการตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านงบประมาณ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของมาตรการการตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการศึกษาจึงขอเสนอแนะว่า สถานตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร เครื่องมืออุปกรณ์

กระบวนการตรวจสอบสภาพรถ ศีลธรรมและนโยบายด้านการตลาด เพื่อให้การตรวจสอบสภาพรถเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการลดอุบัติเหตุและลดภาระการดำเนินงาน งบประมาณของราชการ

พงศ์ศักดิ์ คำยศ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคดีด้านส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์เมอร์เซเดสเบนซ์ บริษัท ทีทีซี มอเตอร์ส จำกัด ซึ่งการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะคดีด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ เมอร์เซเดสเบนซ์ บริษัท ทีทีซี มอเตอร์ส จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์เมอร์เซเดสเบนซ์ บริษัท ทีทีซี มอเตอร์ส จำกัด จำนวน 359 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test และ F- test ผลการวิจัยพบว่า

1) พฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการใช้บริการศูนย์บริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้ออะไหล่และบริการ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 20,001 - 40,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.1 จำนวนครั้งที่มาใช้บริการกับศูนย์บริการ 2 ครั้งต่อ 6 เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.8 ประเภทของระบบที่ซื้ออะไหล่และบริการมากที่สุด คือการตรวจเช็คตามระยะทาง คิดเป็นร้อยละ 28.7 บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการที่ศูนย์บริการมากที่สุดคือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 41.5 สาเหตุในการนำรถยนต์เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการเนื่องจากมีความสะดวกในการมาใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.5 เหตุผลในการซื้ออะไหล่และบริการจากศูนย์บริการ ซื้ออะไหล่และบริการเมื่อรถเสียเท่านั้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2

2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวม พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้อ ความพึงพอใจโดยรวมต่อศูนย์บริการ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย คือ 4.03 รองลงมาคือความพึงพอใจต่ออะไหล่ที่ซื้อ และบริการที่ได้รับจากศูนย์บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และการซื้ออะไหล่และบริการที่ศูนย์บริการมีความคุ้มค่ากับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

3) ทักษะคดีของผู้ให้บริการ ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์เมอร์เซเดสเบนซ์ บริษัท ทีทีซี มอเตอร์ส จำกัด แตกต่าง

รวิวรรณ ใจศิริ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจำลองสถานการณ์ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ บริษัท โตโยต้า วรจักรยนต์ จำกัด (พหลโยธิน) ซึ่งศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ บริษัท โตโยต้า วรจักรยนต์ (พหลโยธิน) ตั้งขึ้นเพื่อการดำเนินงานเกี่ยวกับการให้บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยจะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ช่วงวัน และเวลาในแต่ละ

ละวัน ดังนั้นบางช่วงเวลาทำให้มีลูกค้ามาใช้บริการมากทำให้เกิดการรอคอยที่ยาวนาน โดยเฉพาะในหน่วยงานเช็คอิน เป็นหน่วยงานที่ถูกใช้บริการมากที่สุด ทำให้เกิดการรอคอยที่ยาวนานและเกิดการทํางานล่วงเวลาขึ้นบ่อยครั้ง จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงหาแนวทางในการปรับปรุงระบบเพื่อให้ระบบสามารถบริการลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น และเพื่อลดเวลาในการทำงานล่วงเวลา โดยการสร้างแบบจำลองสถานการณ์ด้วยโปรแกรม Arena เพื่อศึกษาพฤติกรรมของระบบภายใต้ความไม่แน่นอนของเวลาที่ใช้ในการซ่อมบำรุง และความไม่แน่นอนของการมาถึงของลูกค้า ซึ่งจากการศึกษารูปแบบของระบบในศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์นั้นพบว่า เป็นระบบแถวคอยเดียวหลายช่องให้บริการ แต่การรอคอยเกิดขึ้นเนื่องจากจำนวนช่องให้บริการในแต่ละช่วงเวลานั้นยังไม่เหมาะสม ซึ่งจากปกติที่มี 4 ช่องให้บริการและมีการทํางานล่วงเวลาเกิดขึ้น โดยหลังจากปรับเปลี่ยนตารางการทํางานของพนักงานในช่องให้บริการเพื่อสอดคล้องกับจำนวนผู้มาใช้บริการแล้ว มีผลทำให้เวลาในการทำงานลดลง และยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการทำงานล่วงเวลาลงได้อีกด้วย

อารีย์ เขাজারี (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารประสิทธิภาพลูกค้าของศูนย์บริการรถยนต์ กรณีศึกษาศูนย์บริการรถยนต์อู่ชู ซึ่งวิทยานิพนธ์เรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานำแนวคิดเรื่องการบริหารประสิทธิภาพลูกค้ามาปรับใช้กับศูนย์บริการรถยนต์ เพื่อสร้างคุณค่าในการรอคอยให้กับลูกค้า ศึกษาความต้องการของลูกค้าขณะที่ใช้บริการในแต่ละจุดสัมผัสงานบริการ รวมทั้งเสนอแนะรูปแบบงานบริการที่เหมาะสม ที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจกลับมาใช้บริการอีก แนวคิดเรื่องการบริหารประสิทธิภาพลูกค้าที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา มีองค์ประกอบดังนี้ คือ จุดสัมผัสงานบริการ ลักษณะทางกายภาพและความรู้สึก พิมพ์เขียวประสิทธิภาพลูกค้า การสร้างประสิทธิภาพบริการ นวัตกรรมบริการเพื่อรักษาลูกค้า รวมทั้งนโยบายคุณภาพงานบริการ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากศูนย์บริการรถยนต์อู่ชูทั้งหมด 6 แห่งที่มีจำนวนผู้ให้บริการมากที่สุดของแต่ละภาคในประเทศไทย พบว่าศูนย์บริการแต่ละพื้นที่มีมาตรฐานเรื่องกระบวนการในการบริการไม่แตกต่างกันมากนัก แต่การบริหารประสิทธิภาพลูกค้ามีความแตกต่างกัน มีความเป็นอิสระในการบริหารจัดการ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความประทับใจในการบริการคือ ตัวผู้ให้บริการ ผู้บริหารควรสร้างหรือฝึกคนให้สามารถสร้างประสิทธิภาพการบริการที่ดีให้กับลูกค้า และควรที่จะสร้างนวัตกรรมบริการของแต่ละศูนย์บริการที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวในการบริหารประสิทธิภาพให้กับลูกค้าเช่นกัน นอกจากนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการสรุปผลการวิจัยได้ว่า

- 1) ศูนย์บริการสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับจุดติดต่อ จุดสัมผัสประสิทธิภาพ บริษัทที่จำหน่ายรถยนต์ มีศูนย์บริการ การสร้างตราสินค้า เป็นหน้าที่สำคัญของผู้ผลิตรถยนต์ เมื่อลูกค้าซื้อรถยนต์ไปแล้ว รอบของการซื้อซ้ำครั้งต่อไปจะต้องใช้เวลายาวนานถึง 5

หรือ 7 ปี และสิ่งสำคัญในการที่จะทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อรถยนต์ยี่ห้อเดิม ก็ขึ้นอยู่กับจุดสัมผัสการบริการ ประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับระหว่างการให้บริการ อาจจะเป็นการสร้างหรือทำลายความสัมพันธ์ก็เป็นได้

2) ศูนย์บริการรถยนต์ต้องเข้มข้นในเรื่องของการต้อนรับลูกค้า การเพิ่มการบริการเชิงรุก และพนักงานช่างต้องพยายามปรับปรุง และเพิ่มทักษะในงานซ่อม ให้มีความรู้ความชำนาญในเรื่องเครื่องยนต์ การบริการที่เป็นเลิศ สามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้ รวมทั้งฐานข้อมูลประวัติการซ่อมของลูกค้าที่มีการบันทึกไว้ จะช่วยสนับสนุนให้พนักงานที่ทำหน้าที่ติดต่อกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมากขึ้น

3) การสร้างนวัตกรรมบริการ จะต้องมีความรู้ลักษณะที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวก และคำนึงถึงความคุ้มค่าของลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ และทำให้เกิดการเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องในระยะยาวได้ การสร้างนวัตกรรมบริการเรื่องความเป็นกันเอง การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เสมือนคนรู้จัก หาเครื่องมือในการประยุกต์ใช้เรื่องความจำได้ของลูกค้าแต่ละราย โดยอาจจะต้องใช้เทคโนโลยีมาช่วยจำลูกค้า

4) พนักงานผู้ให้บริการจะต้องมีคุณสมบัติและลักษณะที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การบริหาร ประสบการณ์ลูกค้าด้วย เช่น บุคลิก ลักษณะนิสัยที่มีจิตบริการ (Service Mind) หรือมีความน่าไว้วางใจความละเอียดเอาใจใส่ผู้อื่น ช่างสังเกต มีความคิดสร้างสรรค์ มีมนุษยสัมพันธ์ และมีความสามารถในการจัดการกับอารมณ์ของตนเองได้ (Emotional Quotient : EQ) ทั้งนี้ศูนย์บริการหรือองค์กรต้องอาศัยระยะเวลาในการสร้างประสบการณ์หรือพื้นฐานของพนักงาน สิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างประสบการณ์ในการบริการลูกค้าได้นั้น ตัวพนักงาน หรือผู้บริหารในองค์กรทุกคนจะต้องสร้างประสบการณ์ที่ดีระหว่างกัน ระหว่างกระบวนการทำงานการส่งต่อข้อมูล เมื่อพนักงานมีความสุขหรือรู้สึกสนุกกับงาน ลูกค้าจะได้รับประสบการณ์ที่ดีเช่นกัน

ภูวนาด เทียมตะขบ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งการค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานีที่มีทั้งหมด 6 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ Independent Sample t-test, One-Way ANOVA และทดสอบแบบจับคู่พหุคูณด้วย LSD (Least Significant Difference) เพื่อหารายคู่ที่แตกต่าง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่ จะเข้ามาใช้บริการด้านการซ่อมบำรุงรถยนต์ตามระยะทางมากกว่าซ่อมแซมเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้งานและจะเข้ามาใช้บริการ ในวันเสาร์-อาทิตย์มากกว่าวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ผู้เข้ารับบริการส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของยานพาหนะเอง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีระดับรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือนและมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้งศูนย์บริการ การให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า กระบวนการรับแจ้งซ่อม การให้คำปรึกษาด้านปัญหาเทคนิค เครื่องยนต์เบื้องต้นของพนักงาน กระบวนการประเมินราคาซ่อม ห้องรับรองลูกค้า การปฏิบัติงานของฝ่ายช่าง กระบวนการรับชำระเงิน และกระบวนการส่งมอบรถยนต์หลังซ่อม อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้ามากที่สุด

การทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้เข้ารับบริการที่มีประเภทการเข้ารับบริการ สถานภาพการเป็นเจ้าของยานพาหนะ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ยี่ห้อในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะมีวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากร
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.3 วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)
- 3.6 ข้อจำกัดของการวิจัย

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการและหัวหน้าช่างของอู่ซ่อมรถยนต์ 4 รูปแบบ คือ

- 1) หัวหน้าของศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์
- 2) หัวหน้าของอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ
- 3) หัวหน้าของศูนย์บริการเฉพาะ และ
- 4) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการของอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป

ซึ่งผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่าง 8 คน โดยจำแนกตามประเภทของอู่ซ่อมรถยนต์ จำนวนแห่งละ 2 คน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการอู่ซ่อมรถยนต์ 4 รูปแบบนั้นที่อยู่ในเขตบางกะปิและเขตลาดพร้าว จำนวนแห่งละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) รวมถึงตามแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ได้จำแนกประเภทท้ายกฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549 จะพบว่า ในเขตบางกะปิและเขตลาดพร้าวนั้น เป็นเขตสีเหลือง (ย.1-ย.4) เป็นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แนวทางการสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งจะมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

3.2.1 แนวโน้มทางธุรกิจอยู่ช่อมรยยนต์ 4 ประเภท คือ

- 1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์
- 2) อยู่ช่อมรยยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ
- 3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ
- 4) อยู่ช่อมรยยนต์ทั่วไป

3.2.2 ความเป็นไปได้ของการเปิดธุรกิจอยู่ช่อมรยยนต์ 4 ประเภท คือ

- 1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์
- 2) อยู่ช่อมรยยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ
- 3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ
- 4) อยู่ช่อมรยยนต์ทั่วไป

3.2.3 ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอยู่ช่อมรยยนต์ตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- 1) พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535
- 2) พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535

3.2.4 กระบวนการและวิธีการบริหารจัดการผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิดอยู่ช่อมรยยนต์ตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535

3.2.5 การเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญในการเปิดธุรกิจอยู่ช่อมรยยนต์

3.3 วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังวิธีการต่อไปนี้

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษาจากเอกสาร ดังกระบวนการ คือ

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เป็นจริง (Authenticity) โดยผู้วิจัยจะใช้เอกสารที่มีการกล่าวถึงข้อมูลของผู้เขียนที่ชัดเจน ซึ่งเอกสารเหล่านั้น จะเป็นเอกสารที่มีความน่าเชื่อถือ และผ่านการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น เอกสารจากตำรา เอกสารจากงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง เช่น เอกสารสถิติการตรวจสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ สถิติจำนวนรถใหม่ที่จะจดทะเบียน

ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ และตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535

2) การเก็บข้อมูลจากเอกสารที่มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility) ซึ่งเอกสารเหล่านั้น จะต้องเป็นเอกสารที่มีข้อมูลถูกต้องตามหลักการและหลักวิชาการต่างๆ โดยข้อมูลที่ได้รับจากเอกสาร จะต้องไม่บิดเบือนไปจากความเป็นจริง และสอดคล้องกับหลักการรวมถึงทฤษฎีต่างๆ และเป็นที่ยอมรับของนักวิชาการต่างๆ เป็นต้น และหากเอกสารนั้น เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นในหน่วยงานหรือบริษัทต่างๆ ผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ในการอ้างอิงและเป็นเอกสารที่มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ เนื่องจากเอกสารเหล่านั้น ได้ผ่านการศึกษาและดำเนินการมาจากคณะกรรมการต่างๆ ที่ทางองค์กรได้กำหนดไว้

3.3.2 การเก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์ โดยที่ผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และให้คำมั่นสัญญากับกลุ่มตัวอย่างว่า ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมด ผู้วิจัยจะไม่เปิดเผยแหล่งที่มาของข้อมูล ไม่แสดงชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และบทบาทหน้าที่ของผู้เชี่ยวชาญ หลังจากนั้น ผู้วิจัยขออนุญาตบันทึกถ้อยคำที่ได้จากการสัมภาษณ์ลงในแบบบันทึกถ้อยคำตามแนวทาง คือ ปัญหาคุณภาพในการให้บริการของอุ้งช่อมรยงค์ หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการทบทวน คำตอบหรือเน้นย้ำข้อความที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล ในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ผู้วิจัยได้ใช้เวลาประมาณ 15 นาทีถึง 1 ชั่วโมง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมากที่สุด และเชื่อมโยงไปสู่กระบวนการสร้างแนวทางความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอุ้งช่อมรยงค์ ต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งมีรายละเอียดที่ประกอบไปด้วย

1) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ แล้วนำข้อความเหล่านั้นไปใช้ในการเข้ารหัส ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกข้อความที่มีความหมายและเป็นประโยชน์ต่อการตอบใจของการวิจัย โดยข้อมูลเหล่านั้น หากมีข้อความใดเป็นข้อความที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือเป็นกลุ่มเดียวกัน ผู้วิจัยจะทำการกำหนดรหัสย่อข้อความสำคัญที่เลือกออกเป็นหมวดหมู่ ซึ่งรหัสนี้ จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ รหัสหลักและรหัสย่อย เพื่อทำให้ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์นั้น แล้วนำเอาข้อมูลเหล่านั้นมาเชื่อมโยงเข้ากับแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถตอบใจของการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถนำไปสู่แนวทางของการศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอุ้งช่อมรยงค์ ต่อไป

2) ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลของปริมาณการจดทะเบียนในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน และสถิติการตรวจสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ โดยใช้สถิติ Simple Linear Regression Analysis เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว คือ แนวโน้มการขยายตัวของรถยนต์ และการตรวจสอบสภาพรถยนต์ และผู้วิจัยมีการกำหนดความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่า r	ความหมาย
ค่าบวก	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
ค่าลบ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
ค่าเข้าใกล้ 1	มีความสัมพันธ์กันมาก และในทิศทางเดียวกัน
ค่าเข้าใกล้ -1	มีความสัมพันธ์กันมาก และในทิศทางตรงกันข้าม
ค่าเข้าใกล้ 0	มีความสัมพันธ์กันน้อย
ค่าเท่ากับ 1	มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ และในทิศทางเดียวกัน
ค่าเท่ากับ -1	มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ และในทิศทางตรงกันข้าม
ค่าเท่ากับ 0	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในเรื่องของการวิเคราะห์กลยุทธ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษากลยุทธ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Treat)

3.6 ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจากผู้วิจัยมีความต้องการที่จะทำการศึกษาเพื่อที่จะเปิดอยู่ซ่อมรถยนต์ครั้งนี้ จะเป็นเพียงการศึกษาเบื้องต้นเท่านั้น และมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวนจำกัด จึงจะส่งผลให้ไม่สามารถขยายผลไปในพื้นที่อื่นๆ ได้อย่างไม่ครบถ้วน รวมถึงในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจำเป็นต้องมีการปกปิดชื่อข้อมูลบางอย่าง เช่น ชื่อ – นามสกุลของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อป้องกันไม่ให้กลุ่มตัวอย่างถูกฟ้องร้อง และป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อกิจการที่กลุ่มตัวอย่างรับผิดชอบอยู่ รวมถึงผู้วิจัยในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับในครั้งนี้ จะเป็นการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยพื้นฐานของข้อจำกัดดังกล่าวข้างต้น ซึ่งกลุ่ม

ตัวอย่างอาจจะมีอคติเพราะมีส่วนได้ส่วนเสียในการประกอบกิจการ เป็นต้น จึงอาจจะส่งผลให้ข้อมูลที่ได้รับการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น มีความผิดพลาดได้

ข้อมูลด้านปริมาณ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจำนวนของผู้ประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมบำรุงรถยนต์ที่ได้จดทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรมมาวิเคราะห์เท่านั้น

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถทำการวิเคราะห์ผลการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน
- 4.2 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน
- 4.3 ผลการศึกษาแนวโน้มการขยายตัวของรถยนต์ และการตรวจสอบสภาพรถยนต์

โดยใช้สถิติ Simple Linear Regression Analysis

- 4.4 ผลการศึกษาวิธีการจัดตั้งและเริ่มต้นธุรกิจของธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์
- 4.5 ผลการศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์
- 4.6 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน (นามสมมติ)

ช่าง ก	(หัวหน้าช่างศูนย์จำหน่ายรถยนต์)
ช่าง ข .	(หัวหน้าช่างศูนย์จำหน่ายรถยนต์)
ช่าง ค .	(หัวหน้าอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ)
ช่าง ง .	(หัวหน้าอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ)
ช่าง จ .	(หัวหน้าศูนย์บริการเฉพาะ)
ช่าง ฉ	(หัวหน้าศูนย์บริการเฉพาะ)
ช่าง ช .	(เจ้าของอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป)
ช่าง ซ	(เจ้าของอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป)

4.2 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน

ปัญหาทางธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 4 ประเภท คือ

- 1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์
- 2) อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ

3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ

4) อุ้ซ่อมรถยนต์ทั่วไป ในปัจจุบันเป็นอย่างไรและท่านมีความคิดเห็นเพิ่มเติมอย่างไร
ผู้วิจัย พบว่า

4.2.1 ปัญหาของศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ “ปัจจุบันไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการซ่อมแซมของศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์นั้น เนื่องจากช่างที่อยู่ในศูนย์ซ่อมรถยนต์นั้น จะผ่านการฝึกอบรมและมีใบประกาศรับรองอยู่แล้ว” จึงเป็นผู้ที่มีความรู้ มีความสามารถ ซึ่งได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดี และฝึกอบรมในด้านเฉพาะตามยี่ห้อของรถยนต์ต่างๆ” แต่พบปัญหาในรถยนต์ที่ติดตั้งแก๊ส CNG (ซีเอ็นจี) ที่ติดตั้งมาจากศูนย์จำหน่ายรถยนต์นั้น ยังไม่สมบูรณ์ 100 % จากคำกล่าวของหัวหน้าศูนย์ซ่อมบำรุงรักษาจากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน คือ ในอุ้ซ่อมรถยนต์ที่เป็นศูนย์บริการ เช่น รถยนต์ชั้นนำสองบริษัทซึ่งมีอัตราการจำหน่ายรถยนต์นั้นส่วนบุคคลสูงสุดในตลาดสองยี่ห้อ ไม่มีปัญหาจากการประกอบธุรกิจเท่าที่ควร เนื่องจาก ศูนย์บริการเหล่านี้ เวลาที่จะซ่อมแซมรถยนต์ที่เสีย จะมีช่างที่เป็นผู้มีความรู้ และความเชี่ยวชาญทางด้านต่างๆ ให้บริการอยู่ และเวลาที่จะต้องมีการสั่งชิ้นส่วน อุปกรณ์รถยนต์ต่างๆ ทางศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ ก็จะส่งอะไหล่รถยนต์จากศูนย์ใหญ่ ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากการส่งอะไหล่จากศูนย์บริการ แล้วจึงนำมาเปลี่ยนให้กับลูกค้าต่างๆ โดยทางศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์หลายแห่ง จะไม่นิยมเอาอะไหล่รถยนต์ของลูกค้ามาซ่อมแซม แต่จะเปลี่ยนอะไหล่ตัวใหม่ให้ เพื่อให้ลดปัญหาที่จะตามมาหลังจากการซ่อมอะไหล่รถยนต์ต่างๆ การกำจัดของเสียจากน้ำมันเครื่อง น้ำมันเกียร์และน้ำมันเบรก ทางศูนย์ได้มีการแยกประเภทต่างไว้ๆ โดยมีหน่วยงานรัฐมารับซื้อ ซึ่งบริษัทเอกชนทั่วไปไม่สามารถเข้ามารับซื้อได้เลย ในส่วนของการจัดตั้งศูนย์บริการนี้นั้น ต้องขออนุญาตจากเขตในพื้นที่ดำเนินการ กรมทรัพยากรและกรมอุตสาหกรรม

4.2.2 อุ้ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ ซึ่งอยู่ประเภทนี้ (1)ช่าง ก.และช่าง ข. จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ได้สรุปว่า อยู่ประเภทนี้ไม่มีปัญหาเท่าที่ควร เนื่องจากช่างที่อยู่ในศูนย์ซ่อมนี้ จะผ่านการฝึกอบรมและมีใบประกาศรับรองอยู่แล้ว (2) ช่าง ค. กล่าวว่า “อยู่ประเภทนี้ เป็นผู้ที่เคยเปิดกิจการซ่อมรถยนต์ในตามสัญญาของยี่ห้อบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์ต่างๆ แต่หมดสัญญาหรือไม่ทำการต่อสัญญากับบริษัทเหล่านั้น จึงทำให้ช่างมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์ยี่ห้อนั้นโดยเฉพาะ” และเป็นผู้ที่ให้บริการกับรถยนต์เฉพาะมานาน จึงทำให้เจ้าของกิจการหรือเจ้าของร้าน มีความรู้ รวมถึงพนักงานมีความรู้ในเฉพาะทางมาก” ซึ่งจากข้อมูลทั้ง 8 คน มีความสอดคล้องกัน คือ อุ้รถยนต์ประเภทนี้ เป็นผู้ที่ช่างถูกฝึกมาจากศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ แล้วมาเปิดให้บริการด้วยตนเอง และอยู่ประเภทนี้ จะมีปัญหาที่สำคัญแตกต่างกับศูนย์บริการซ่อมบำรุง

รถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ คือ จะมีการใช้อะไหล่ที่เป็นของเทียมหรือของทดเทียมรุ่นต่างๆ หรือเบิกอะไหล่จากเชียงกง (ร้านขายอะไหล่มือสอง) โดยจะไม่นิยมใช้อะไหล่แท้จากศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ ซึ่งมีราคาที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับอะไหล่เทียม แต่ผู้ให้บริการก็จะทราบเพราะทางเจ้าของกิจการต่างๆ จะให้ข้อมูลก่อนเพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการตัดสินใจ ซึ่งบางครั้งอะไหล่เทียมเหล่านี้ อาจจะไม่มีความทนเท่ากับอะไหล่แท้ จึงทำให้เกิดปัญหาการที่ลูกค้าที่มาใช้บริการ จะต้องมีการนำรถยนต์เข้ามาซ่อมใหม่ แต่ทางอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ จะมีการรับประกันในตราสินค้าที่ขายให้ และหากอยู่ในช่วงรับประกัน ก็จะดำเนินการแก้ไขโดยไม่คิดค่าแรง เป็นต้น จึงทำให้ปัญหาของลูกค้าและปัญหาที่มาจาก การปฏิบัติงานหรือปัญหาจากการดำเนินการของอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ มีไม่มาก และบางอู่แทบไม่มีปัญหาเลย

4.2.3 ศูนย์บริการเฉพาะ ซึ่งศูนย์บริการเฉพาะนี้ ช่าง จ.กล่าวว่า “เป็นอู่ที่มีรถยนต์มาใช้บริการเฉพาะทาง จึงไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการซ่อมแซมรถยนต์ เพราะมีอะไหล่และช่างมีประสบการณ์ที่ดีอยู่แล้ว” ศูนย์บริการเฉพาะ เป็นศูนย์บริการที่ให้บริการกับลูกค้าที่นำรถยนต์มาใช้บริการแบบเฉพาะ เช่น อู่สี ที่เปิดบริการมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ซึ่งศูนย์บริการเฉพาะนี้ ได้รับผลกระทบจากรัฐบาลตามนโยบายรถยนต์คันแรก ซึ่งลูกค้าลดลง 40% จากคำกล่าวของเจ้าของอู่สี และปัญหาที่รบกวนสภาพแวดล้อม คือ เสียง ซึ่งไม่มีวิธีการป้องกันแต่อย่างใด เป็นศูนย์บริการที่ไม่มีปัญหาในการดำเนินการหรือการดำเนินงาน เนื่องจาก เป็นศูนย์บริการเฉพาะที่ได้รับความเชื่อมั่นจากกลุ่มลูกค้าว่า เป็นศูนย์บริการเฉพาะที่มีมาตรฐานเทียบเท่ากับศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ เนื่องจากช่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์มาจากศูนย์ซ่อมจากศูนย์จำหน่ายรถยนต์อยู่แล้ว และลูกค้าส่วนใหญ่มาจากบริษัทประกัน ขาจร รถในสนามแข่งรถยนต์

4.2.4 อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป ซึ่งเป็นอู่ที่มีปัญหามากที่สุด เพราะ “พนักงานซ่อมรถในอู่ เป็นผู้ที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการซ่อมรถยนต์ และพนักงานบางคนเป็นพนักงานมือใหม่ ที่ยังไม่ผ่านการฝึกอบรม และไม่มีความรู้เพียงพอ เมื่อซ่อมรถยนต์แล้ว ทำให้รถยนต์มีความเสียหายเพิ่มมากขึ้น” และจากคำสนทนาของ ช่าง ช. และช่าง จ. มีดังนี้

A: ถ้าเอ็งเห็นผู้หญิงเข้าร้านมา ก็เก็บเค้าเยอะๆ เลย เพราะเค้าไม่รู้เรื่องหรอก พุดอะไร ยังไงก็เชื่อ ยังไงๆเราก็จอมถูกกว่าศูนย์เกินครึ่งอยู่แล้ว ละก็หาของเทียมลูกๆใส่ให้เค้าไปชะ คิดราคาของแท้ก็จบ

B: อ้าว !!! แล้วถ้าเกิดเค้าเข้าศูนย์และ พนักงานบอกเจ้าของรถ ว่าของที่เปลี่ยนมาเป็นของเทียมละ แล้วอู่ที่จะไม่เสียชื่อหรือครับ

A: เฮ้ย ถ้าเค้าจะเข้าก็เค้าไปนานแล้ว เอ็งอย่าไปคิดมาก

จากข้อความดังกล่าวข้างต้นนั้น ทำให้ผู้วิจัย พบว่า “ปัญหาของอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไปมีดังนี้

การขาดความรับผิดชอบ และทุจริตต่างๆ เช่น อู่ซ่อมรถยนต์บางแห่งนั้น จะมีการเปลี่ยนอะไหล่แท้ และใส่อะไหล่เทียมให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยที่ลูกค้านั้น ไม่มีทางทราบได้เลย และอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป ก็จะนำอะไหล่แท่นั้น ไปขายต่อตามร้านเชียงกง เพื่อให้ได้กำไรที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึง ในบางครั้ง อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป ก็จะมีการประกอบชิ้นส่วนต่างๆ อย่างไม่รอบคอบ รัดกุม ทำให้ชิ้นส่วนบางอย่างหลุดและสร้างความเสียหายต่อเครื่องยนต์ หรืออุปกรณ์ภายในรถยนต์ได้”

นอกจากนี้ ช่วง ข. ได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า “อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไปเหล่านี้ ไม่มีการรับประกัน จึงทำให้อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป ไม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานต่างๆ ที่จัดทำขึ้น รวมถึงเมื่อรถยนต์ของลูกค้าที่มาใช้บริการเสีย ก็ไม่รับผิดชอบ และบางรายถึงกับบอกลูกค้าในทำนองที่ว่า อะไหล่ไม่ดี ลูกค้ามีพฤติกรรมการขับที่ทำให้อุปกรณ์ภายในรถยนต์เสีย รวมถึงอะไหล่หมดอายุการใช้งาน เป็นต้น”

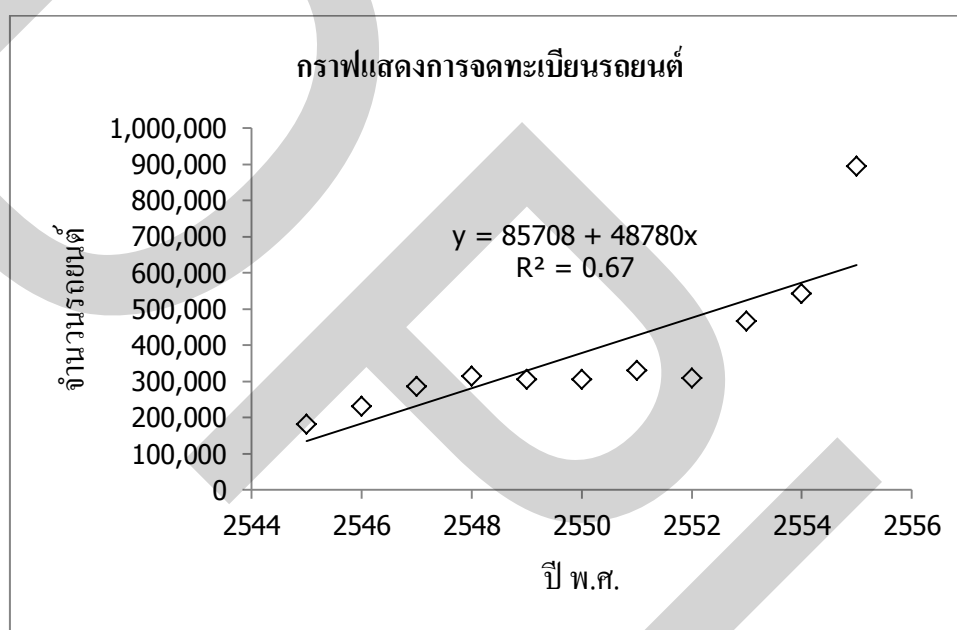
4.2.5 การวิเคราะห์แนวโน้มการขายตัวของรถยนต์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 8 คนนั้น มีแนวคิดว่าการนำเอานโยบาย “รถคันแรก” มาใช้ พบว่า อัตราการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่นั้น มีจำนวนเพิ่มขึ้นเพิ่มขึ้น แต่จากการเก็บข้อมูลของศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ มีความคิดเห็นเพิ่มเติมมากขึ้น คือ แนวโน้มทางธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ของศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ นั้น มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ในปี พ.ศ. 2555 นั้น มีการนำเอานโยบาย “รถคันแรก” มาใช้ จึงทำให้มีรถยนต์เพิ่มมากขึ้น และศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ ก็ได้ตระหนักถึงแนวโน้มทางธุรกิจดังกล่าว จึงทำให้มีการวิเคราะห์ถึงจำนวนการซื้อรถยนต์ที่มาจากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ว่ามีจำนวนการซื้อต่อปี จำนวนกี่คัน และทางศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ จะมีการคำนวณว่า ถ้าหากอัตราการจำหน่ายรถยนต์ อีกกี่เดือน อีกกี่ปี ที่อุปกรณ์ต่างๆ ภายในรถยนต์จะเริ่มเสื่อม โดยใช้การประมาณการ เพราะไม่สามารถสรุปได้แน่นอนว่า อุปกรณ์ต่างๆ ภายในรถยนต์จะมีการเสียหรือเสื่อมโดยใช้ระยะเวลาเท่าใด แล้วทางศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์นั้น ก็จะเริ่มมีการตั้งอุปกรณ์รถยนต์มาสำรอง เพื่อให้พร้อมต่อการซ่อมบำรุงรถยนต์ต่อไป

4.3 ผลการศึกษาแนวโน้มการขยายตัวของรถยนต์ และการตรวจสอบสภาพรถยนต์ โดยใช้สถิติ

Simple Linear Regression Analysis

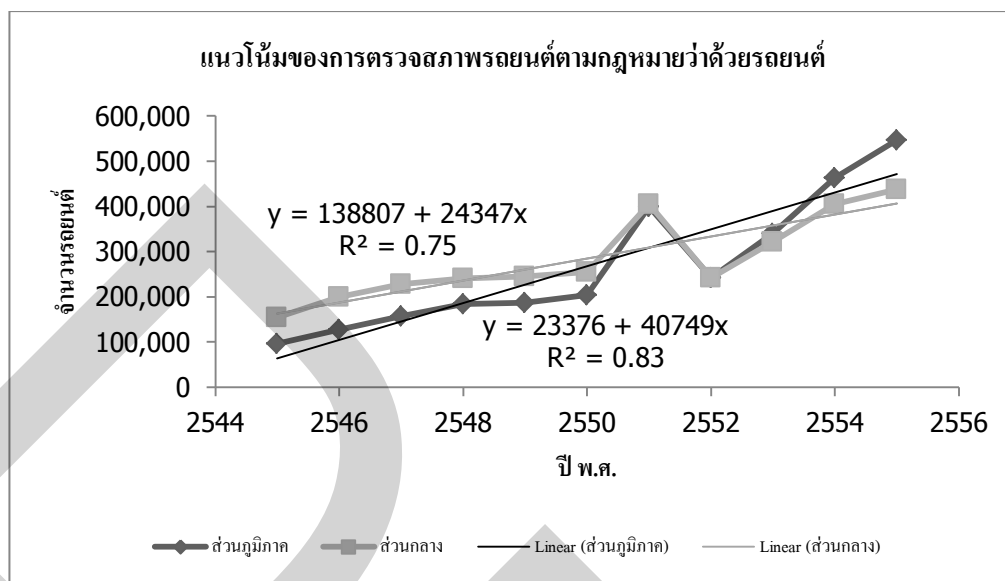
ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้วิเคราะห์แนวโน้มทางธุรกิจของรถยนต์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.3.1 การวิเคราะห์แนวโน้มการขยายตัวของรถยนต์ และการตรวจสอบสภาพรถยนต์ โดยใช้สถิติ Simple Linear Regression Analysis สมการ approximate

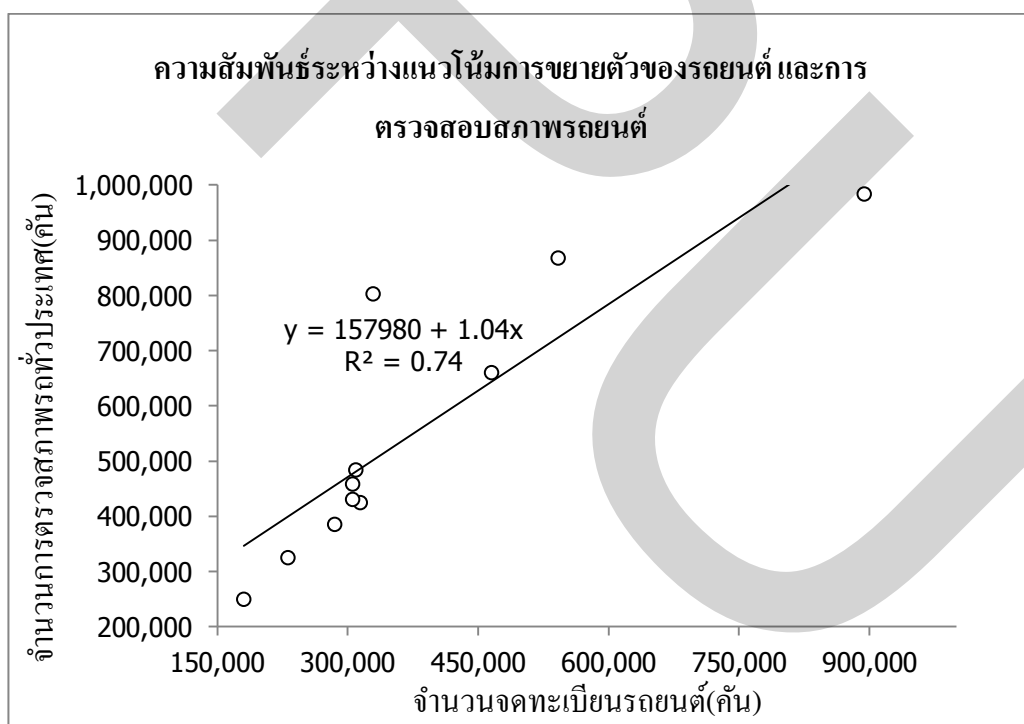


ภาพที่ 4.1 แนวโน้มการจดทะเบียนในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน

จากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบก (2555, น. 1-13) ดังกล่าว จะพบว่า ปริมาณการจดทะเบียนในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (คัน) จากปี พ.ศ. 2545 จนถึง ปี พ.ศ. 2555 มีปริมาณการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยจำนวนรถยนต์สะสมมีอัตราการขยายตัว โดยใช้ค่าการวิเคราะห์สมการเส้นตรงตามหลักสถิติ Regression พบว่า ค่า $R^2 = 0.67$ อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ดังภาพที่ 4.1 จึงทำให้ผู้ศึกษา พบว่า อัตราการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่นั้น มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และทำให้กรมการขนส่งทางบกนั้น จำเป็นจะต้องมีการตรวจสอบสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์สมการเส้นตรงตามหลักสถิติ Regression พบว่า สถิติของการตรวจสอบสภาพรถยนต์ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545 – 2555 นั้น มีค่า $R^2 = 0.75$ และ 0.83 กล่าวคือแนวโน้มของการตรวจสอบสภาพรถยนต์ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ มีอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน ตามภาพที่ 4.2



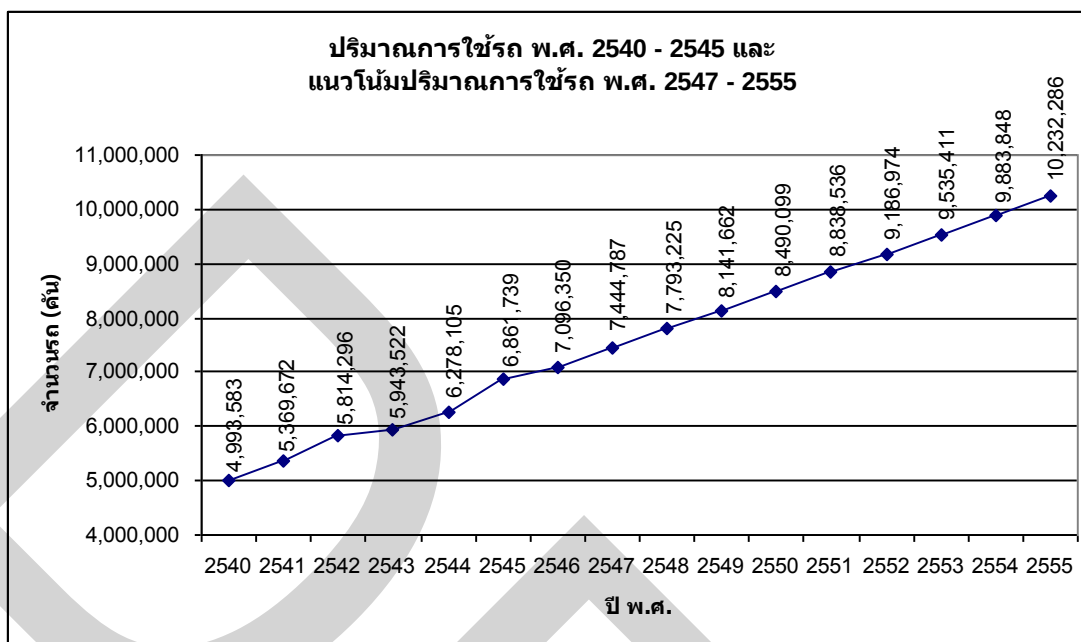
ภาพที่ 4.2 สถิติการตรวจสอบสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์



ภาพที่ 4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มการขยายตัวของรถยนต์และการตรวจสอบสภาพรถยนต์ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ทั่วประเทศ (ส่วนภูมิภาคและส่วนกลาง)

และเมื่อวิเคราะห์สมการเส้นตรงตามหลักสถิติ Regression ของความสัมพันธ์ระหว่าง แนวโน้มการขยายตัวของรถยนต์ และการตรวจสอบสภาพรถยนต์ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ทั่วประเทศ พบว่า พบว่า ค่า $R^2 = 0.74$ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างมากในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ จำนวนรถยนต์สะสมที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การตรวจสอบสภาพรถยนต์เพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการซึ่งเป็นสถานที่สำคัญในการตรวจสอบและดูแลรักษารถยนต์ จึงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับในปัจจุบัน ผู้ประกอบการที่ให้บริการในการตรวจสอบรถยนต์นั้นมีเป็นจำนวนมาก ทำให้ประชาชนผู้ที่ใช้รถยนต์ สามารถนำรถยนต์ไปตรวจสอบสภาพ และซ่อมแซมได้สะดวกและง่ายมากขึ้น จึงทำให้แนวโน้มของการตรวจสอบสภาพรถยนต์ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ มีอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

จากการศึกษาข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ (2555) พบว่า การเปิดผู้ประกอบการเป็นงานบริการไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ จึงทำให้ผู้ประกอบการผู้ประกอบการสามารถประกอบกิจการได้ แต่หากว่าผู้ประกอบการมีการจำหน่ายสินค้าอื่นๆ เช่น น้ำมันเครื่อง น้ำมันเบรก และอื่นๆ ถือว่ามีการซื้อขายสินค้าและเข้าข่ายต้องมาจดทะเบียนพาณิชย์ในส่วนของการจำหน่ายเท่านั้น และหากร้านตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครสามารถไปจดทะเบียนได้ที่สำนักงานเขตพื้นที่ตามร้านตั้งอยู่ และหากอยู่ต่างจังหวัดสามารถไปจดทะเบียนได้ที่องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ตามที่ร้านตั้งอยู่ เป็นต้น แม้ว่าในกลุ่มรถยนต์ใหม่นั้น โดยมากแล้วมักนิยมใช้บริการจากศูนย์บริการซึ่งที่ยอมรับมากกว่า แต่จากสถิติจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 5 ปี หรือรถที่มีการจดทะเบียนแล้วจนถึงปี 2541 มีจำนวนทั้งสิ้นถึง 5,369,672 คัน ตามที่ได้แสดงในภาพที่ 4.3 ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ

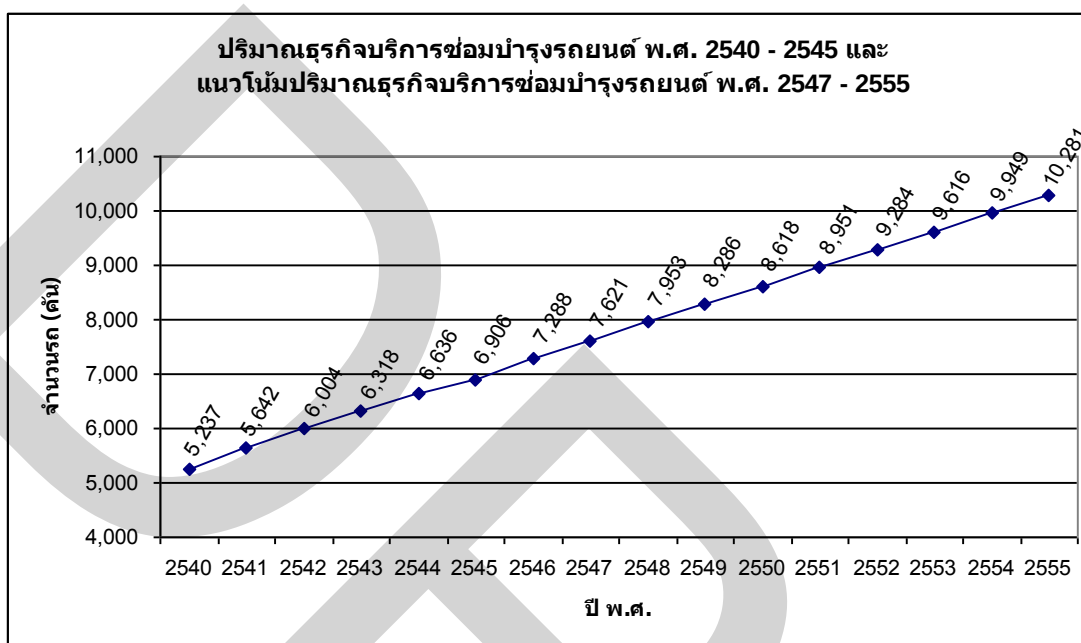


ภาพที่ 4.4 ปริมาณการใช้รถ พ.ศ. 2540-2545 และแนวโน้มปริมาณการใช้รถ พ.ศ. 2547-2555

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2556, น. 12-14)

รูปที่ 1 ซึ่งแสดงจำนวนที่เพิ่มขึ้นเป็น 1.4 เท่า จากการพยากรณ์วิเคราะห์แนวโน้มด้านอุปทาน แนวโน้มของตลาดธุรกิจบริการซ่อมบำรุงรถยนต์ ได้นำข้อมูลจำนวนของผู้ประกอบธุรกิจซ่อมบริการซ่อมบำรุงรถยนต์ ที่ได้จดทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 – 2545 และจากการพยากรณ์วิเคราะห์แนวโน้มด้านอุปทานทางสถิติโดยใช้โปรแกรม “MiniTab” จะพบว่าการเปิดธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – 2545 มีอัตราการเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยปีละ 333 คัน และในอีก 10 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2555) จะมีธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์เปิดให้บริการประมาณ 10,281 คัน จะพบว่า แนวโน้มการขยายตัวที่ดีของอุตสาหกรรมยานยนต์ ในด้านการผลิตยานยนต์ และการใช้จ่ายในหมวดของยานยนต์ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และการที่ค่ายรถต่างๆ ได้มีการออกตัวรถยนต์รุ่นใหม่ มาแข่งขันกันในตลาด โดยมีการจูงใจผู้ซื้อให้เงื่อนไขการชำระเงินด้วยเงินดาวน์ที่ต่ำลง และอัตราดอกเบี้ยต่ำพิเศษ ทำให้แนวโน้มของปริมาณรถยนต์ในแต่ละปีมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งสามารถดูได้จากจำนวนรถที่จดทะเบียนเพิ่มทุกปี ซึ่งการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ และปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องดังกล่าวได้ส่งผลทำให้ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์มีการขยายตัวตามอุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น ธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ ซึ่งสามารถดูได้จากการขยายตัวของ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในหมวดของการค้าส่งสินค้าปลีก ซ่อมยานยนต์ และของใช้ และแนวโน้มของธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4.5 รูปกราฟปริมาณจำนวนอู่ซ่อมรถในปี พ.ศ. 2540-2555

จากสถานการณ์ด้านต่างๆ ข้างต้น อาจเห็นได้ว่า ณ สภาวะเศรษฐกิจดังกล่าวในปัจจุบัน เป็นสถานะที่น่าจะเป็นการเอื้อต่อการเปิดกิจการอู่ซ่อมรถ โดยมีปัจจัยสำคัญคือ การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมยานยนต์ ทำให้มีแนวโน้มตลาดที่ดีในอนาคต อีกทั้งแนวโน้มการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์มีการปรับตัวไปในแนวทางที่ดีขึ้น และมีทางเลือกด้านแหล่งเงินทุนอื่นๆ เพิ่มขึ้น ประกอบกับการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของภาครัฐและเอกชน น่าจะเป็นข้อได้เปรียบในการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการก่อตั้งอู่ซ่อมรถ แต่ในขณะเดียวกันจะอาจจะต้องทำการพิจารณาถึงแนวโน้มในอนาคตที่จะทำการเปิดธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ในอนาคต เนื่องจากจะมีการแข่งขันในธุรกิจนี้กันเป็นอย่างมาก ทำให้อู่ซ่อมรถยนต์ต้องการพัฒนา และปรับปรุงทั้งในด้านคุณภาพของงานซ่อม และด้านของการบริการที่ประทับใจ อีกทั้งในปัจจุบันผู้ผลิตรถยนต์ได้มีการออกแบบรถยนต์ ให้สนองต่อความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ ทั้งในด้านของความสะดวกสบาย ความปลอดภัยในการขับขี่ แม้แต่ในเรื่องของการประหยัดน้ำมันของรถยนต์ ทำให้ผู้ผลิตรถยนต์ได้นำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การนำเอาระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการควบคุมจังหวะการจ่ายเชื้อเพลิง ระบบการเบรก และการควบคุมอุปกรณ์อื่นๆ อีกทั้งระบบของเครื่องยนต์รุ่นใหม่ที่มีประสิทธิภาพ

ทำให้ผู้ที่ทำการซ่อมรถยนต์ และช่างล่างไม่สามารถซ่อมเทคโนโลยีดังกล่าวได้ ทำให้ผู้ใช้รถยนต์ต้องนำรถเข้าศูนย์บริการ ทำให้เป็นจุดอ่อน และอุปสรรคของผู้ประกอบการซ่อมรถยนต์ และช่างล่าง ในขณะที่ผู้ประกอบการ และพันธมิตรผู้จำหน่ายรถยนต์จะสามารถซ่อมแซมตัวถัง และพ่นสีได้เหมือนเดิม แต่ผู้ประกอบการ และพันธมิตรผู้จำหน่ายก็ยังมีอุปสรรค และปัญหาในด้านการแข่งขัน การซ่อมแซมประเภทนี้เหมือนกัน ซึ่งทำให้ผู้ที่ต้องการจะแข่งขันกัน ในธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์นี้ จำเป็นจะต้องมีการปรับปรุง และพัฒนาในด้านของคุณภาพงานซ่อมแซม คุณภาพของการบริการ และปรับปรุงในด้านประสิทธิภาพของกระบวนการซ่อมแซม เช่น การปรับปรุงความเร็วในการซ่อมแซม การลดต้นทุนในการดำเนินงานธุรกิจ เป็นต้น

4.3.2 การวิเคราะห์แนวโน้มการขายตัวของรถยนต์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 8 คนนั้น มีแนวคิดว่าการนำเอานโยบาย “รถคันแรก” มาใช้ พบว่า อัตราการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่นั้น มีจำนวนเพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้น แต่จากการเก็บข้อมูลของศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ มีความคิดเห็นเพิ่มเติมมากขึ้น คือ แนวโน้มทางธุรกิจซ่อมรถยนต์ของศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ นั้น มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ในปี พ.ศ. 2555 นั้น มีการนำเอานโยบาย “รถคันแรก” มาใช้ จึงทำให้มีรถยนต์เพิ่มมากขึ้น และศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ ก็ได้ตระหนักถึงแนวโน้มทางธุรกิจดังกล่าว จึงทำให้มีการวิเคราะห์ถึงจำนวนการซื้อรถยนต์ที่มาจากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ว่า มีจำนวนการซื้อต่อปี จำนวนกี่คัน และทางศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ จะมีการคำนวณว่า ถ้าหากอัตราการจำหน่ายรถยนต์อีกกี่เดือน อีกกี่ปี ที่อุปกรณ์ต่างๆ ภายในรถยนต์จะเริ่มเสื่อม โดยการใช้การประมาณการ เพราะไม่สามารถสรุปได้แน่นอนว่า อุปกรณ์ต่างๆ ภายในรถยนต์จะมีการเสียหรือเสื่อมโดยใช้เวลาเท่าใด แล้วทางศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์นั้น ก็จะเริ่มมีการตั้งอุปกรณ์รถยนต์มาสำรอง เพื่อให้พร้อมต่อการซ่อมบำรุงรถยนต์ต่อไป

4.4 ผลการศึกษาวิธีการจัดตั้งและเริ่มต้นธุรกิจของธุรกิจซ่อมรถยนต์

ในการวิเคราะห์วิธีการจัดตั้งและเริ่มต้นธุรกิจของธุรกิจซ่อมรถยนต์ครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ มีลักษณะเป็นกิจการที่มีเจ้าของเป็นบุคคลธรรมดาคนเดียวหรือหลายคน หรือห้างหุ้นส่วนสามัญประเภทไม่จดทะเบียนนั้น ผู้ประกอบธุรกิจซ่อมรถยนต์รถยนต์ ประเภทบุคคลธรรมดา ไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ และในกรณีที่เป็นประเภทนิติบุคคล บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ผู้ประกอบการธุรกิจต้องจดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งในการขอใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพธุรกิจที่มีต่อการประกอบ ซ่อมรถยนต์ รถยนต์ การพ่นสี การปะ เชื่อม ยางรถยนต์ และ

การสะสมน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข ต้องขออนุญาตประกอบกิจการก่อนดำเนินการสถานที่ขออนุญาต ตามมาตรา ๕๖ ที่ระบุว่า “เมื่อได้รับคำขอรับใบอนุญาตหรือคำขอต่ออายุใบอนุญาต ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำขอ ถ้าปรากฏว่าคำขอดังกล่าวไม่ถูกต้องหรือไม่สมบูรณ์ตามหลักเกณฑ์วิธีการหรือเงื่อนไขที่กำหนดในข้อกำหนดของท้องถิ่น ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นรวบรวมความไม่ถูกต้องหรือความไม่สมบูรณ์นั้นทั้งหมดและแจ้งให้ผู้ขออนุญาตแก้ไขให้ถูกต้องและสมบูรณ์ในคราวเดียวกัน และในกรณีจำเป็นที่จะต้องส่งคืนคำขอแก่ผู้ขออนุญาต ก็ให้ส่งคืนคำขอพร้อมทั้งแจ้งความไม่ถูกต้องหรือความไม่สมบูรณ์ให้ทราบภายในสิบห้าวันนับแต่วันได้รับคำขอ” และเจ้าพนักงานท้องถิ่นต้องออกใบอนุญาตหรือมีหนังสือแจ้งคำสั่งไม่อนุญาตพร้อมด้วยเหตุผลให้ผู้ขออนุญาตทราบภายในสามสิบวันนับแต่วันได้รับคำขอซึ่งมีรายละเอียดถูกต้องหรือครบถ้วนตามที่กำหนดในข้อกำหนดของท้องถิ่น ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นไม่อาจออกใบอนุญาตหรือยังไม่อาจมีคำสั่งไม่อนุญาตได้ภายในกำหนดเวลาตามวรรคสอง ให้ขยายเวลาออกไปได้อีกไม่เกินสองครั้ง ครั้งละไม่เกินสิบห้าวัน แต่ต้องมีหนังสือแจ้งการขยายเวลาและเหตุจำเป็นแต่ละครั้งให้ผู้ขออนุญาตทราบก่อนสิ้นกำหนดเวลาตามวรรคสองหรือตามที่ได้ขยายเวลาไว้แล้วนั้น แล้วแต่กรณี

ซึ่งเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร สามารถยื่นขอ ณ สำนักงานเขตที่ตั้งสถานประกอบการ ส่วนต่างจังหวัด ยื่นขอ ณ สำนักงานเทศบาล หรือสำนักงานสุขาภิบาล หรือ องค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งดูแลเขตพื้นที่ที่ตั้งสถานประกอบการ เป็นต้น นอกจากนี้ ทางผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการ จำเป็นจะต้องมีการปิดป้ายแสดงราคาค่าบริการ ซึ่งคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กระทรวงพาณิชย์ ได้ออกประกาศกำหนดให้ธุรกิจบริการซ่อมรถ ต้องปิดป้ายแสดงราคาค่าบริการให้เห็นชัดเจนในที่เปิดเผย ณ สถานที่ตั้ง การฝ่าฝืนมีโทษปรับไม่เกิน 10,000 บาท และนอกจากนี้ยังมีกฎและระเบียบด้านสาธารณสุข สิ่งแวดล้อม สุวีตติกรรมและการคุ้มครองแรงงานที่ต้องถือปฏิบัติ

นอกจากนี้ การเริ่มต้นธุรกิจของอู่ซ่อมรถยนต์นั้น ค่าใช้จ่ายสำหรับการลงทุนเริ่มต้น จะแตกต่างกันตามขนาดและลักษณะของกิจการจากข้อมูลเฉลี่ยของการสำรวจการลงทุนเริ่มต้นของผู้ประกอบธุรกิจ จำแนก คือ (1) ค่าตกแต่งอาคาร เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 15 (2) ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 11 ประกอบด้วย แม่แรงขนาดใหญ่ บั้มลม เครื่องเจีย สามขาของรถยนต์ เครื่องชาร์ตแบตเตอรี่ ที่เป่าลม ประแจ และไขควง เป็นต้น (3) เงินทุนหมุนเวียน คิดเป็นร้อยละ 74 ส่วนใหญ่เป็นค่าอะไหล่ วัสดุสิ้นเปลือง ค่าแรงงาน ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าน้ำประปา และค่าไฟฟ้า เป็นต้น และเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ จะต้องมีการคำนึงถึงปัจจัย

การตั้งราคา ประกอบด้วย (1) ต้นทุนค่าอะไหล่ ค่าแรง (2) ความยากง่ายของงาน (3) ทำเลที่ตั้ง (4) ค่าเช่าสถานที่ (5) ค่าบริการของอู่ซ่อมเครื่องยนต์ในระดับเดียวกันในท้องตลาด เป็นต้น และต้องคำนึงถึงโครงสร้างราคา จำนวนโดย ต้นทุนผันแปร บวก ต้นทุนคงที่จัดสรร บวก กำไรที่ต้องการ โดย ต้นทุนผันแปร ประกอบด้วย ค่าอะไหล่ ค่าแรงงาน และค่าวัสดุสิ้นเปลือง เช่น ค่าน้ำมันเครื่อง เป็นต้น ส่วนต้นทุนคงที่ ประกอบด้วย ค่าเช่า เงินเดือนพนักงาน ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า และ ค่าเสื่อมราคาสิ่งปลูกสร้าง / เครื่องมืออุปกรณ์ เป็นต้น (สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2556)

4.5 ผลการศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์

เนื่องจากปัจจุบัน การประกอบธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์นั้น มีการเปิดได้อย่างเสรี ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการหลายแห่ง ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ จึงทำให้มีมลพิษต่างๆ เข้าไปสู่ชุมชนเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากการศึกษาของเทอดพงศ์ คงจันทร์ (2556) จะพบว่า กิจการอู่ซ่อมรถ ถ้าทำไม่ถูกต้อง และไม่คำนึงถึงระบบสาธารณสุขของชุมชนก็จะสร้างผลกระทบเป็นวงกว้างต่อคนในชุมชน เช่น เสี่ยงดังจากการเร่งเครื่องยนต์ กลิ่นเหม็นและสารระเหยจากน้ำมัน ควันทันพิษจากรถยนต์ เป็นต้น รวมถึงการที่ทางราชการไม่ปฏิบัติงานอย่างปล่อยปละละเลย จึงทำให้ไม่สามารถเอาผิดกับผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการที่ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการบริหารของเสียภายในอู่ซ่อมรถยนต์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535, พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535, พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.5.1 พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 พบว่า

อู่ซ่อมรถยนต์ ถูกจัดอยู่ในประเภทโรงงานหลักที่ 095 ลำดับที่ 95 ตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับยานที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์ รถพ่วง จักรยานสามล้อ จักรยานสองล้อ หรือส่วนประกอบของยานดังกล่าวอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

1) ประเภทโรงงานหลักที่ 09501 การซ่อมแซมยานที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์หรือส่วนประกอบของยานดังกล่าว

1.1) 09501/1 ซ่อมตัวถัง และสี

1.2) 09501/2 ซ่อมเครื่องยนต์และช่วงล่าง

1.3) 09501/3 ซ่อม 09501/1 + 09501/2

1.4) 09501/4 บำรุงรักษา (เปลี่ยนยาง ถ่านน้ำมันเครื่อง ฯลฯ)

1.5) 09501/5 ช่อมจักรยานยนต์สามล้อ และ/หรือสองล้อ

2) ประเภทโรงงานหลักที่ 09502 การซ่อมแซม รถพ่วง จักรยานสามล้อ จักรยานสองล้อ หรือส่วนประกอบของยานดังกล่าว

3) ประเภทโรงงานหลักที่ 09503 การพ่นสีกันสนิมยานที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์

4) ประเภทโรงงานหลักที่ 09504 การล้างหรืออัดฉีดยานที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์

4.5.2 พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535

ในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 นั้น ผู้วิจัยพบว่า พระราชบัญญัตินี้มีมาตราที่สำคัญต่อธุรกิจซ่อมรถยนต์ ดังนี้

1) หมวด 4 สุขลักษณะของอาคาร ผู้วิจัยพบว่า ในมาตรา 22 เมื่อปรากฏแก่เจ้าพนักงานท้องถิ่นว่าอาคารใดมีสินค้า เครื่องเรือนหรือสัมภาระสะสมไว้มากเกินสมควร อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้อยู่อาศัยหรือไม่ถูกต้องด้วยสุขลักษณะของการใช้เป็นที่อยู่อาศัย ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นมีอำนาจออกคำสั่งเป็นหนังสือให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองอาคารย้ายสินค้า เครื่องเรือนหรือสัมภาระออกจากอาคารนั้น หรือให้จัดสิ่งของเหล่านั้นเสียใหม่ เพื่อมิให้เป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือให้ถูกต้องด้วยสุขลักษณะ

2) หมวด 5 เหตุรำคาญ ผู้วิจัยพบว่า ในกรณีที่มีเหตุอันอาจก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ผู้อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงหรือผู้ที่ต้องประสบกับเหตุนั้นดังต่อไปนี้ ให้ถือว่าเป็นเหตุรำคาญนั้น ได้แก่ แหล่งน้ำ ทางระบายน้ำ ที่อาบน้ำ ส้วม หรือที่ใส่มูลหรือฉี่ หรือสถานที่อื่นใดซึ่งอยู่ในทำเลไม่เหมาะสม สกปรก มีการสะสมหรือหมักหมม สิ่งของมีการเททิ้งสิ่งใดเป็นเหตุให้มีกลิ่นเหม็นหรือละอองสารเป็นพิษ หรือเป็นหรือน่าจะเป็นที่เพาะพันธุ์พาหะนำโรค หรือก่อให้เกิดความเสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ หรือการกระทำใดๆ อันเป็นเหตุให้เกิดกลิ่น แสง รังสี เสียง ความร้อน สิ่งมีพิษ ความสั่นสะเทือน ฝุ่น ละออง เหม่า ฉี่ หรือกรณีอื่นใด จนเป็นเหตุให้เสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ เจ้าพนักงานท้องถิ่นมีอำนาจออกคำสั่งเป็นหนังสือให้บุคคลซึ่งเป็นต้นเหตุหรือเกี่ยวข้องกับการก่อหรืออาจก่อให้เกิดเหตุรำคาญนั้น ระงับหรือป้องกันเหตุรำคาญภายในเวลาอันสมควรตามที่ระบุไว้ในคำสั่ง และถ้าเห็นสมควรจะให้กระทำโดยวิธีใดเพื่อระงับหรือป้องกันเหตุรำคาญนั้น หรือสมควรกำหนดวิธีการเพื่อป้องกันมิให้มีเหตุรำคาญเกิดขึ้นอีกในอนาคต ให้ระบุไว้ในคำสั่งได้

3) หมวด 7 กิจกรรมที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พบว่า ในมาตรา 31 ถึงมาตรา 33 นั้น การกำกับดูแลการประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ราชการส่วนท้องถิ่นมีอำนาจออกข้อกำหนดของท้องถิ่น คือ (1) กำหนดประเภทของกิจการตามมาตรา 31 บางกิจการหรือทุกกิจการให้เป็นกิจการที่ต้องมีการควบคุมภายในท้องถิ่นนั้น (2) กำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขทั่วไป

สำหรับให้ผู้ดำเนินการตาม (1) ปฏิบัติเกี่ยวกับการดูแลสภาพหรือสุขลักษณะของสถานที่ที่ใช้ดำเนินการและมาตรการป้องกันอันตรายต่อสุขภาพ รวมถึง เมื่อพ้นกำหนดเก้าสิบวันนับแต่วันที่ข้อกำหนดของท้องถิ่นตามมาตรา 32 (1) ใช้บังคับ ห้ามมิให้ผู้ใดดำเนินการตามประเภทที่มีข้อกำหนดของท้องถิ่นกำหนดให้เป็นกิจการที่ต้องมีการควบคุมตามมาตรา 32 (1) ในลักษณะที่เป็นการค้า เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามมาตรา 56 ที่ระบุว่า “เมื่อได้รับคำขอรับใบอนุญาตหรือคำขอต่ออายุใบอนุญาต ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำขอ ถ้าปรากฏว่าคำขอดังกล่าวไม่ถูกต้องหรือไม่สมบูรณ์ตามหลักเกณฑ์ วิธีการหรือเงื่อนไขที่กำหนดในข้อกำหนดของท้องถิ่น ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นรวบรวมความไม่ถูกต้องหรือความไม่สมบูรณ์นั้นทั้งหมดและแจ้งให้ผู้ขออนุญาตแก้ไขให้ถูกต้องและสมบูรณ์ในคราวเดียวกัน และในกรณีจำเป็นที่จะต้องส่งคืนคำขอแก่ผู้ขออนุญาต ก็ให้ส่งคืนคำขอพร้อมทั้งแจ้งความไม่ถูกต้องหรือความไม่สมบูรณ์ให้ทราบภายในสิบห้าวันนับแต่วันได้รับคำขอ” และเจ้าพนักงานท้องถิ่นต้องออกใบอนุญาตหรือมีหนังสือแจ้งคำสั่งไม่อนุญาตพร้อมด้วยเหตุผลให้ผู้ขออนุญาตทราบภายในสามสิบวันนับแต่วันได้รับคำขอซึ่งมีรายละเอียดถูกต้องหรือครบถ้วนตามที่กำหนดในข้อกำหนดของท้องถิ่น ในกรณีที่มิเหตุจำเป็นที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นไม่อาจออกใบอนุญาตหรือยังไม่อาจมีคำสั่งไม่อนุญาตได้ภายในกำหนดเวลาตามวรรคสอง ให้ขยายเวลาออกไปได้อีกไม่เกินสองครั้ง ครั้งละไม่เกินสิบห้าวัน แต่ต้องมีหนังสือแจ้งการขยายเวลาและเหตุจำเป็นแต่ละครั้งให้ผู้ขออนุญาตทราบก่อนสิ้นกำหนดเวลาตามวรรคสองหรือตามที่ได้ขยายเวลาไว้แล้วนั้น แล้วแต่กรณี

4) หมวด 15 บทกำหนดโทษ ผู้วิจัย พบว่า ผู้ใดฝ่าฝืนกฎกระทรวง ในกรณีที่เกี่ยวข้องกับมูลฝอยติดเชื้อหรือมูลฝอยที่เป็นพิษหรืออันตรายจากชุมชน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ เป็นต้น

4.6 แนวทางการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจซ่อมรถยนต์

จากการสำรวจพบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่ ไม่ให้ความสำคัญกับของเสียและของเหลวจากการใช้แล้ว ภายในอู่ซ่อมรถยนต์ ประกอบกับเจ้าที่รัฐบาลและเอกชนมีไม่เพียงพอสำหรับการตรวจสอบธุรกิจประเภทนี้ จึงเห็นสมควรมีการเพิ่มการตรวจสอบพร้อมบทลงโทษดังต่อไปนี้

4.6.1 สำหรับผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บ บำบัด ของเสีย เช่น น้ำมันเครื่อง น้ำมันเบรก ของเหลวต่างๆ โดยให้มีมาตรฐานควบคุมอย่างเข้มงวด โดยควรตั้งบทลงโทษกับผู้ที่กระทำผิดหรือละเมิด เช่น การระงับการบริการของอู่ซ่อมรถยนต์นั้นๆ จนกว่าจะสร้างสถานที่

จัดเก็บหรือบำบัดของเสียนั้นจนแล้วเสร็จ ซึ่งส่งผลโดยตรงกับท่อระบายน้ำส่วนกลาง จึงจะสามารถเปิดให้บริการต่อไปได้

4.6.2 สำหรับหน่วยงานของรัฐ

- 1) ควรเข้มงวดในการตรวจสอบ การขออนุญาตเปิดกิจการของอู่ซ่อมรถยนต์ ให้มากกว่านี้ และให้เสียค่าธรรมเนียมตลอดจนภาษีอากรอย่างถูกต้องตามกฎหมาย
- 2) ควรตรวจสอบมาตรฐานของอู่ซ่อมรถยนต์ที่ให้บริการ เนื่องจากอู่ซ่อมรถยนต์เป็นแหล่งที่มีการสะสมมลภาวะที่เป็นพิษต่างๆ มากกว่ากิจการอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร และอาจมีกระบวนการรับรองคุณภาพของสถานประกอบการ
- 3) อาจเพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภคได้มีช่องทางในการได้รับความคุ้มครองจากบริการ
- 4) ควรกระตุ้นให้ผู้บริโภคได้มีช่องทางในการได้รับความคุ้มครองจากการบริการการซ่อมรถยนต์ที่ขาดคุณภาพ ด้วยกระบวนการตรวจสอบมาตรฐานและรับรองคุณภาพของอู่ซ่อมรถยนต์ และเทคนิคควบคู่กันไป โดยอาจพิจารณาในกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคประกอบ

4.7 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

ในการศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ครั้งนี้ ผู้ที่จะดำเนินการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์จะต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT ANALYSIS) ในทุกๆ ด้าน เช่น การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก รวมถึงการวิเคราะห์ในส่วนที่เป็น จุดแข็ง (Strengths) และ จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) หรือ อุปสรรค (Threats) ในการดำเนินธุรกิจ อย่างละเอียด และมีข้อมูลที่ครบถ้วน เพื่อให้การเปิดกิจการอู่ซ่อมรถยนต์ สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในเรื่องของการวิเคราะห์กลยุทธ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

จุดแข็ง (Strength)

ธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ประกอบด้วย (1) ราคาค่าซ่อมถูก (2) ทำเลที่ตั้งส่วนใหญ่ อยู่มานานแล้วจึงมักอยู่ในทำเลที่ดี ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจึงต่ำตามไปด้วย (3) เป็นธุรกิจที่ไม่สลับซับซ้อน ไม่จำเป็นต้องมีความรู้สูง เพียงแต่มีประสบการณ์ในการซ่อมเครื่องยนต์สูง (4) มีโรงเรียนสอนซ่อมเครื่องยนต์เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ และใช้ในการหาช่างหรือผู้ช่วยช่างได้ (5) ด้วยขนาดที่เล็กกว่าจึงยืดหยุ่นในแง่องค์กร และยืดหยุ่นการเจรจาต่อรองกับลูกค้า เสนอทางเลือกต่างๆ แก่ลูกค้า (6) อู่มาตรฐานขนาดใหญ่ สามารถพัฒนากายภาพ และระบบต่างๆ ของตน จนมีมาตรฐานเทียบเท่าศูนย์ (7) ช่างของอู่ขนาดใหญ่ เก่าแก่มากมีจำนวนมาก จะมีประสบการณ์สูง (8) ซ่อมรถยนต์ได้

หลายหลาย ไม่จำกัดยี่ห้อ (9) อุณหภูมิสูงเกินไปจำนวนมากมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ลูกค้าประจำจึงมีอยู่เป็นจำนวนมาก

จุดอ่อน (Weakness)

ธุรกิจซ่อมรถยนต์ ประกอบด้วย (1) ช่างซ่อมเครื่องยนต์ฝีมือดีหายาก เข้าออกและเปลี่ยนงานบ่อย (2) ต้องมีพื้นที่ให้บริการสำหรับการซ่อมและจอดรถยนต์ ในกรณีต้องเช่าจะมีค่าใช้จ่ายสูง (3) คุณภาพการซ่อมไม่แน่นอน ด้วยระดับคุณภาพมาตรฐานของอู่ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย (4) ความครอบคลุมในการซ่อมจำกัด ซ่อมได้เพียงบางยี่ห้อ ซ่อมได้เพียงบางประเภท (5) ขาดช่างที่มีความชำนาญหลากหลาย เพราะไม่ได้มีการจำกัดประเภท หรือยี่ห้อ (6) การหมุนเวียนของช่าง เข้า-ออก-ขาดงานสูง โดยเฉพาะช่างที่มีความสามารถ ประสบการณ์ ความชำนาญสูง (7) ภาพลักษณ์ที่ดีของคำว่า “อู่” โดยรวมไม่เข้มแข็ง ขาดการสร้างเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือ และเสียเปรียบทุกครั้งที่มีการเปรียบเทียบกับศูนย์ (8) ขาดระบบการบริหารจัดการ ด้านการเงิน และการบัญชีที่มีประสิทธิภาพและคล่องตัว (9) อะไหล่ซ่อมหลากหลายระดับคุณภาพมาตรฐาน การเลือกที่ผิดพลาดของผู้ใช้ ผู้ให้บริการ มีผลต่อคุณภาพการซ่อม

โอกาส (Opportunity)

อู่ซ่อมรถยนต์ ประกอบด้วย (1) รถยนต์เป็นพาหนะที่จำเป็นต้องได้รับการบำรุงรักษา และเมื่อใช้งานหรือเกิดอุบัติเหตุ ก็จำเป็นต้องซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอหรือเสียหาย (2) ค่าบริการของอู่ซ่อมรถยนต์โดยทั่วไปมีระดับต่ำกว่าศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ (3) อู่ซ่อมรถยนต์ที่ได้รับใบอนุญาตจากกรมการขนส่งทางบกให้เป็นสถานตรวจสภาพรถเอกชน จะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น (4) อู่ซ่อมรถยนต์ที่เป็นสมาชิกอยู่กลางประกันภัย จะได้รับความเชื่อถือจากลูกค้าทั้งมาตรฐานการซ่อมและค่าบริการ (5) ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้มีผู้ใช้บริการจากศูนย์บริการทั่วไปมากขึ้น เนื่องจากอัตราค่าบริการต่ำกว่า (6) ตลาดรถยนต์มือ 2 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและชัดเจน (7) มีการผลิตรถยนต์ออกมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปริมาณหน่วยความต้องการใช้บริการมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน (8) มีความพยายามของอู่ และการสนับสนุนจากภาครัฐ ในการยกระดับคุณภาพ และการรวมกันเป็นเครือข่าย (9) ภาครัฐเริ่มให้ความสำคัญในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ของรถ การนำเสนอพลังงานทางเลือกที่ต้องดูแลรักษา ปรับเปลี่ยน ปรับปรุง เครื่องเพื่อประหยัดการใช้น้ำมันของประเทศ (10) ระบบ IT (Hardware Software) มีราคาถูกลงอย่างมาก ความเป็นไปได้ในการนำมาใช้ เพื่อการบริการ และการบริหารงานจึงสูงขึ้น (11) การกลับมาให้ความสำคัญกับบริษัทประกันภัยที่มี ในการดำเนินธุรกิจร่วมกับ อู่มากขึ้น (12) การขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ และการที่ค่ายรถต่างๆ ได้มีการออกตัวรถยนต์รุ่นใหม่ๆ มาแข่งขันกันในตลาด โดยมีการจูงใจผู้ซื้อโดยให้เงื่อนไขการชำระเงินด้วยเงินสดที่ต่ำลง และอัตราดอกเบี้ยต่ำ

พิเศษ ทำให้แนวโน้มของปริมาณรถยนต์ในแต่ละปีมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งสามารถดูได้จากจำนวนรถที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ และปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องดังกล่าวส่งผลทำให้ธุรกิจซ่อมรถยนต์มีการขยายตัว (13) ชาวต่างชาติยังไม่สามารถประกอบอาชีพซ่อมรถยนต์ได้โดยเสรี เนื่องจากการคุ้มครองตามพระราชบัญญัติการประกอบอาชีพของคนต่างด้าว

อุปสรรค (Treat)

อุตสาหกรรม ประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการบางส่วนให้บริการโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ หรือคิดค่าบริการสูงเกินไป ในขณะที่ภาครัฐไม่มีการควบคุมด้านมาตรฐานการให้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการขาดความเชื่อถือและจะใช้บริการผู้ที่คุ้นเคยและทราบแน่ชัดว่าไว้วางใจได้เท่านั้น (2) เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องมีพื้นความรู้สูง อาศัยเพียงทักษะและประสบการณ์บางส่วน ทำให้มีผู้สนใจเข้ามาประกอบธุรกิจมาก ส่งผลให้การแข่งขันสูง (3) ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่ให้บริษัทผู้ผลิต / จำหน่ายรถยนต์เปิดเผยวิธีการซ่อมบำรุง ส่งผลให้อู่ซ่อมบำรุงรถยนต์ประเภทซ่อมเครื่องยนต์ช่วงล่างไม่สามารถทำการซ่อมบำรุงได้ แม้จะทราบถึงจุดที่เสียของเครื่องยนต์ก็ตาม ทำให้ตลาดของอู่ซ่อมรถยนต์ประเภทนี้จึงตกเป็นของศูนย์ซ่อมของบริษัทผู้ผลิต / ผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น (4) การให้บริการดูแลรักษารถยนต์ของศูนย์บริการเฉพาะด้าน เช่น B – Quick, V – Care อาจส่งผลให้จำนวนลูกค้าของอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไปลดลง (5) ธุรกิจซ่อมบำรุง ตรวจสอบรถยนต์มีการแข่งขันสูง ทั้งยังมีคู่แข่งธุรกิจใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดตลอดเวลา (6) ผู้รับบริการมีแนวโน้มไปใช้บริการศูนย์มากยิ่งขึ้น ราคาในหลายกรณีจึงไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ (7) ศูนย์ต่างๆ มีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาตนเอง รวมทั้งได้มีนโยบายในการที่จะปิดล้อมและดึงดูดผู้ใช้ให้มาใช้บริการซ่อม และบำรุงรักษารถที่ศูนย์ยี่ห้อของตน ตั้งแต่วันที่ซื้อทั้งในเชิงสิทธิพิเศษ เทคโนโลยี ความรู้ ความชำนาญ

การวางแผน

ควรมีการกำหนดแผนการตลาด แผนการจัดการ แผนกำลังคน แผนการเงิน ในทุกด้าน แล้วนำมาสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ทั้งในระยะเริ่มต้น และระยะภายหลังเปิดกิจการต่างๆ แล้ว เช่น การลงทุนเริ่มต้นของผู้ประกอบการ จำแนก คือ (1) ค่าตกแต่งอาคาร เพอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน (2) ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์ ประกอบด้วย แม่แรงขนาดใหญ่ บั้มลม เครื่องเจีย สามขาของรถยนต์ เครื่องชาร์ตแบตเตอรี่ ที่เป่าลม ประแจ และไขควง เป็นต้น (3) เงินทุนหมุนเวียน ส่วนใหญ่เป็นค่าอะไหล่ วัสดุสิ้นเปลือง ค่าแรงงาน ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าน้ำประปา และค่าไฟฟ้า เป็นต้น และเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ จะต้องมีการคำนึงถึงปัจจัยการตั้งราคา ประกอบด้วย (1) ต้นทุนค่าอะไหล่ ค่าแรง (2) ความยากง่ายของงาน (3) ทำเลที่ตั้ง (4)

ค่าเช่าสถานที่ (5) ค่าบริการของอู่ซ่อมรถยนต์ในระดับเดียวกันในท้องตลาด เป็นต้น และต้องคำนึงถึงโครงสร้างราคา คำนวณโดย ต้นทุนผันแปร บวก ต้นทุนคงที่จัดสรร บวก กำไรที่ต้องการ โดย ต้นทุนผันแปร ประกอบด้วย ค่าอะไหล่ ค่าแรงงาน และค่าวัสดุสิ้นเปลือง เช่น ค่าน้ำมันเครื่อง เป็นต้น ส่วนต้นทุนคงที่ ประกอบด้วย ค่าเช่า เงินเดือนพนักงาน ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า และ ค่าเสื่อมราคาสงปลูกสร้าง/เครื่องมืออุปกรณ์ เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

การวิจัย เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

1) เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มทางธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 4 ประเภท คือ ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ ศูนย์บริการเฉพาะ และอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป

2) เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 4 ประเภท คือ ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ ศูนย์บริการเฉพาะ และอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป

3) เพื่อศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ และ

4) เพื่อศึกษาถึงกระบวนการและวิธีการบริหารจัดการผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535

และมีขอบเขตของการศึกษา คือ ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการและแผนธุรกิจ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการอู่ซ่อมรถยนต์ 4 รูปแบบ คือ

1) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการของศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์

2) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการของอู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ

3) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการของศูนย์บริการเฉพาะ และ

4) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการของอู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป ซึ่งผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่าง 8 คน โดยจำแนกตามประเภทของอู่ซ่อมรถยนต์ จำนวนแห่งละ 2 คน

ผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1) เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มทางธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 4 ประเภท คือ

1.1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์

1.2) อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ

1.3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ

1.4) อุ้งช่อมรยงค์ทั่วไป

ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 8 คนนั้น มีแนวคิดว่าการนำเอานโยบาย “รถคันแรก” มาใช้ จะทำให้อัตราแนวโน้มทางธุรกิจเติบโตมากยิ่งขึ้น

2) เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจอุ้งช่อมรยงค์ 4 ประเภท คือ

2.1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์

2.2) อุ้งช่อมรยงค์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ

2.3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ

2.4) อุ้งช่อมรยงค์ทั่วไป

พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 8 คน มีการตอบในทุกข้อเหมือนกัน คือ ความเป็นไปได้ของการเปิดธุรกิจอุ้งช่อมรยงค์ สามารถเปิดได้เพิ่มมากขึ้น เพราะจำนวนรถยนต์ในปัจจุบันมีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจนี้สามารถเจริญเติบโตได้มากขึ้น รวมถึงปัจจุบัน ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการ สามารถเปิดอุ้งช่อมรยงค์โดยไม่ต้องจดทะเบียนการค้า หรือศึกษาตามข้อกำหนดใด ก็สามารถเปิดให้บริการอุ้งช่อมรยงค์ได้ แต่เมื่อเกิดปัญหาขึ้น เช่น ปัญหาด้านมลพิษที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพหรือเป็นอันตรายต่อประชาชนในชุมชน เจ้าของกิจการจะต้องรับผิดชอบและเสียค่าเสียหายหรือค่าสินไหมตามที่กฎหมายระบุไว้ คือ พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535

3) ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอุ้งช่อมรยงค์ พบว่า มี 2 หมวดที่สำคัญ คือ

หมวด 1 การกำกับและดูแลโรงงาน นั้น ผู้ประกอบการกิจการโรงงานจำพวกที่ 3 ต้องได้รับใบอนุญาตจากผู้อนุญาต และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 8 และ

หมวด 2 การกำกับและดูแลโรงงานนั้น ถ้าโรงงานจำพวกที่ 3 หยุดดำเนินงานติดต่อกันเกินกว่าหนึ่งปี ผู้รับใบอนุญาตประกอบการกิจการโรงงานจำพวกที่ 3 ต้องแจ้งเป็นหนังสือให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทราบภายในเจ็ดวันนับแต่วันพ้นกำหนดหนึ่งปี และหากผู้ประกอบการมีการปฏิบัติตามข้อกำหนด ผู้ประกอบการกิจการโรงงานจำพวกที่ 3 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปีหรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

4) กระบวนการและวิธีการบริหารจัดการผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิดอุ้งช่อมรยงค์ตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พบว่า อุ้งช่อมรยงค์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ ศูนย์บริการเฉพาะ และอุ้งช่อมรยงค์ทั่วไป จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายและพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535

5.2 อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) แนวโน้มทางธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ 4 ประเภท คือ (1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ (2) อู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ (3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ (4) อู่ซ่อมรถยนต์ทั่วไป ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 8 คน มีการตอบในทุกข้อเหมือนกัน คือ ความเป็นไปได้ของการเปิดธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ สามารถเปิดได้เพิ่มมากขึ้น เพราะจำนวนรถยนต์ในปัจจุบันมีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจนี้สามารถเจริญเติบโตได้มากขึ้น รวมถึงปัจจุบันผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการ สามารถเปิดอู่ซ่อมรถยนต์โดยไม่ต้องจดทะเบียนการค้า หรือศึกษาตามข้อกฎหมายใด ก็สามารถเปิดให้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ได้ สอดคล้องกับการศึกษาของสำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2555) ที่พบว่า ปัจจุบันรถยนต์เป็นพาหนะที่จำเป็นต้องได้รับการบำรุงรักษา และเมื่อใช้งานหรือเกิดอุบัติเหตุ ก็จำเป็นต้องซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอหรือเสียหาย รวมถึงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้มีผู้ใช้บริการจากศูนย์บริการทั่วไปมากขึ้น เนื่องจากอัตราค่าบริการต่ำกว่า และตลาดรถยนต์มือ 2 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและชัดเจน มีการผลิตรถยนต์ออกมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปริมาณหน่วยความต้องการใช้บริการมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้แนวโน้มของธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ มีเพิ่มมากขึ้น และการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ และการที่ค่ายรถต่างๆ ได้มีการออกตัวรถยนต์รุ่นใหม่ๆ มาแข่งขันกันในตลาด โดยมีการจูงใจผู้ซื้อโดยให้เงื่อนไขการชำระเงินด้วยเงินสดว่าต่ำลง และอัตราดอกเบี้ยต่ำพิเศษ ทำให้แนวโน้มของปริมาณรถยนต์ในแต่ละปีมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งสามารถดูได้จากจำนวนรถที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ และปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องดังกล่าวส่งผลทำให้ธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

2) ความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์จากการใช้ค่าการวิเคราะห์สมการเส้นตรงตามหลักสถิติ Regression พบว่า ปริมาณการจดทะเบียนในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (คัน) จากปีพ.ศ. 2545 จนถึงปีพ.ศ. 2555 มีปริมาณการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยจำนวนรถยนต์สะสมมีอัตราการขยายตัว มีอัตราการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่นั้น มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และทำให้กรมการขนส่งทางบกนั้น จำเป็นจะต้องมีการตรวจสอบสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสถิติของการตรวจสอบสภาพรถยนต์ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545 – 2555 นั้น เมื่อวิเคราะห์สมการเส้นตรงตามหลักสถิติ Regression ของความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มการขยายตัวของรถยนต์ และการตรวจสอบสภาพรถยนต์ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ทั่วประเทศ พบว่า พบว่า มีค่า $R^2 = 0.74$ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างมากในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ

จำนวนรถยนต์สะสมที่มีอัตราการขายตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การตรวจสอบสภาพรถยนต์เพิ่มขึ้น ดังนั้นอู่ซ่อมรถยนต์ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญในการตรวจสอบสภาพและดูแลรักษารถยนต์ จึงมีการขายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับในปัจจุบัน อู่ซ่อมรถยนต์ที่ให้บริการในการตรวจสอบสภาพรถยนต์นั้นมีเป็นจำนวนมาก ทำให้ประชาชนผู้ที่ใช้รถยนต์ สามารถนำรถยนต์ไปตรวจสอบสภาพและซ่อมแซมได้สะดวกและง่ายมากขึ้น จึงทำให้แนวโน้มของการตรวจสอบสภาพรถยนต์ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ มีอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

จากการศึกษาข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ (2555) พบว่า การเปิดอู่ซ่อมรถเป็นงานบริการไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ จึงทำให้ผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ สามารถประกอบกิจการได้ แต่หากว่าผู้ประกอบการมีการจำหน่ายสินค้าอื่นๆ เช่น น้ำมันเครื่อง น้ำมันเบรก และอื่นๆ ถือว่ามีการซื้อขายสินค้าและเข้าข่ายต้องมาจดทะเบียนพาณิชย์ในส่วนของการจำหน่ายเท่านั้น และหากร้านตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครสามารถไปจดทะเบียนได้ที่สำนักงานเขตพื้นที่ตามที่ตั้งอยู่ และหากอยู่ต่างจังหวัดสามารถไปจดทะเบียนได้ที่องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ตามที่ร้านตั้งอยู่ เป็นต้น แม้ว่าในกลุ่มรถยนต์ใหม่นั้น โดยมากแล้วมักนิยมใช้บริการจากศูนย์บริการซึ่งที่ยอมรับมากกว่า แต่จากสถิติจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 5 ปี หรือรถที่มีการจดทะเบียนแล้วจนถึงปี 2541 มีจำนวนทั้งสิ้นถึง 5,369,672 คัน ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าอู่ซ่อมรถยนต์

การเปิดอู่ซ่อมรถยนต์นั้น ทำได้ง่ายและใช้ทุนไม่มาก รวมถึงการที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การนำเอานโยบาย “รถคันแรก” มาใช้ จะทำให้อัตราแนวโน้มทางธุรกิจเติบโตมากยิ่งขึ้น ซึ่งศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ ก็ได้ตระหนักถึงแนวโน้มทางธุรกิจดังกล่าว จึงทำให้มีการวิเคราะห์ถึงจำนวนการซื้อรถยนต์ที่มาจากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ว่า มีจำนวนการซื้อต่อปี จำนวนกี่คัน และทางศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ จะมีการคำนวณว่า ถ้าหากอัตราการจำหน่ายรถยนต์ อีกกี่เดือน อีกกี่ปี ที่อุปกรณ์ต่างๆ ภายในรถยนต์จะเริ่มเสื่อม โดยใช้ในการประมาณการ เพราะไม่สามารถสรุปได้แน่นอนว่า อุปกรณ์ต่างๆ ภายในรถยนต์จะมีการเสื่อมหรือเสื่อมโดยใช้ระยะเวลาเท่าใด แล้วทางศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์นั้น ก็จะเริ่มมีการส่งอุปกรณ์รถยนต์มาสำรอง เพื่อให้พร้อมต่อการซ่อมบำรุงรถยนต์ต่อไป สอดคล้องกับสุรพงษ์ ไพสิฐพัฒนพงษ์ (2555, น. 1) ที่พบว่า อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยสามารถสร้างสถิติในการผลิตรถยนต์ การจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ และการส่งออกรถยนต์สูงสุด สอดคล้องกับประภัศร์ แสนอารี (2546) ที่พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ในระยะเวลาหนึ่งปี จะเข้ารับบริการที่ศูนย์บริการรถยนต์ เพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับสำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2555) ที่พบว่า อู่ซ่อมรถยนต์

หากได้รับใบอนุญาตจากกรรมการขนส่งทางบกให้เป็นสถานตรวจสภาพรถเอกชน จะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีการผลิตรถยนต์ออกมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปริมาณหน่วยความต้องการใช้บริการมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3) ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ ประกอบด้วย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์นั้น มีการเปิดได้อย่างเสรี และไม่จำเป็นต้องมีการจดทะเบียนกับหน่วยงานของรัฐ แต่ต้องขอใบอนุญาตเปิดกิจการจากสำนักงานเขต หรือในท้องถิ่นนั้นๆ จึงทำให้ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการหลายแห่ง ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการขออนุญาตและจัดการของเสียที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ และเมื่อเกิดปัญหาต่างๆ ขึ้นมา ก็จะดำเนินการตามข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยเฉพาะพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ที่คอยควบคุมเกี่ยวกับมลพิษที่มาจากอู่ซ่อมรถยนต์เท่านั้น สอดคล้องกับทอดพงศ์ คงจันทร์ (2556) ที่พบว่า กิจการอู่ซ่อมรถ ถ้าทำไม่ถูกต้องและไม่คำนึงถึงระบบสาธารณสุขของชุมชนก็จะสร้างผลกระทบเป็นวงกว้างต่อคนในชุมชน เช่น เสียงดังจากการเร่งเครื่องยนต์ กลิ่นเหม็นและสารระเหยจากคราบน้ำมัน ควันทันจากเครื่องยนต์ เป็นต้น ซึ่งหากพิจารณาแล้ว จะพบว่า พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 หมวด 5 เหตุรำคาญ จะมีผลบังคับ เมื่อเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ มีการก่อเหตุรำคาญ เช่น การเททิ้งสิ่งใดเป็นเหตุให้มีกลิ่นเหม็นหรือละอองสารเป็นพิษลงในแหล่งน้ำ ทางระบายน้ำ ที่อาบน้ำ ส้วม หรือทำการใดๆ ที่ก่อให้เกิดความเสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ หรือการกระทำใดๆ อันเป็นเหตุให้เกิดกลิ่น แสง รังสี เสียง ความร้อน สิ่งมีพิษ ความสั่นสะเทือน ฝุ่น ละออง เขม่า เถ้า หรือกรณีอื่นใด จนเป็นเหตุให้เสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ทางหน่วยงานต่างๆ ก็สามารถที่จะเอาผิดกับผู้ประกอบหรือเจ้าของกิจการอู่ซ่อมรถยนต์ได้ โดยตั้งให้บุคคลที่ก่อเหตุ ระวัง/ป้องกันภายในเวลาอันสมควร ถ้าไม่แก้ไขและเป็นอันตรายร้ายแรง เจ้าพนักงานท้องถิ่นมีอำนาจเข้าไประงับ/จัดการได้โดยบุคคลก่อเหตุเป็นผู้เสียค่าใช้จ่าย หรือสามารถสั่งห้ามใช้/ ยินยอมให้ใช้สถานที่นั้นจนกว่าจะแก้ไขได้ การเปรียบเทียบปรับไม่เกิน 20,000 บาทหรือโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือน หรือทั้งจำทั้งปรับ เมื่อได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่มีการเปรียบเทียบ ให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

4) กระบวนการและวิธีการบริหารจัดการผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 ผู้วิจัยพบว่า ตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 ไม่สามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายหลังการเปิดอู่ซ่อมรถยนต์ได้ เพราะพ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 ที่กำหนดไว้ เนื่องจาก พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 ฉบับดังกล่าว จะมีผลใช้บังคับเฉพาะโรงงานที่ผลิตชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์และผลิตรถยนต์เท่านั้น ไม่มีผล

ต่อการบริหารจัดการผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 ของผู้ประกอบการรายหนึ่ง ซึ่งในการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมนี้ จะขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของเจ้าของกิจการ โดยบางรายจะมีการใช้วิธีการที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันเครื่อง หรือการบริหารจัดการเกี่ยวกับของเสียที่เกิดขึ้นจากการซ่อมรถยนต์ต่างๆ ที่เป็นระบบ สอดคล้องกับการศึกษาของรัชชัย แสนคันใจ (2556) ที่พบว่า ผู้ซ่อมรถยนต์ จะมีของเสียมี 4 รูปแบบ คือ (1) น้ำเสียที่มาจากผู้ซ่อมรถยนต์ (2) มลพิษอากาศ (3) มลพิษทางเสียง และ (4) ของเสียอันตราย ซึ่งผู้หลายแห่ง มีการนำเอาระบบแอคติเวทเตดสลัดจ์ (Activated Sludge) ระบบบ่อดักไขมัน (Oil&Grease Trap) ระบบบ่อบำบัดเสถียรหรือบ่อบึง (Stabilizing Pond) ถังตกตะกอน (Settling Chamber) มาใช้ในการบริหารสิ่งแวดล้อมภายในอู่ และหลายอู่ก็มีการนำเอาน้ำมันเครื่องใส่บรรจุเข้าถังหรือแกลอน แล้วนำไปขาย โดยไม่ทิ้งลงท่อระบายน้ำต่างๆ เป็นต้น และสอดคล้องกับศุภัญญา ไน้ตสุภา (2555) ที่พบว่า อู่ทุกแห่งมีการดำเนินการไม่ได้มาตรฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 71.43 ของอู่ ไม่มีการจัดการด้านมลพิษทางอากาศ ร้อยละ 81.63 ไม่มีการจัดการน้ำเสีย ร้อยละ 53.06 ไม่มีการจัดการของเสียอันตราย และ ร้อยละ 79.59 ไม่มีการจัดการเรื่องเสียง จากปัญหาดังกล่าว ได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเจ้าของอู่ ร่วมกันหาแนวทางในการจัดการปัญหาของอู่ซ่อม และผู้ประกอบการรายหนึ่ง เพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดการปัญหาเหตุรำคาญต่อไป หากพื้นที่ดังกล่าวได้รับการร้องเรียนจากการกระทำที่ก่อให้เกิดความเสียหายหรือเดือดร้อนแก่บุคคล พนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งแต่งตั้งจากข้าราชการไม่ต่ำกว่าระดับ 4 มีอำนาจระงับการกระทำที่ฝ่าฝืนหรือให้แก้ไขหรือปรับปรุง หรือปฏิบัติให้ถูกต้องเหมาะสมภายในระยะเวลาที่กำหนดได้

ในกรณีที่ผู้ประกอบการโรงงานไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่ กรณีที่การประกอบกิจการ โรงงานก่อให้เกิดอันตรายแก่บุคคลหรือทรัพย์สิน ให้มีคำสั่งปิดโรงงาน ดังกล่าวมีผลเป็นการเบิกถอนใบอนุญาตด้วย หรือทั้งจำทั้งปรับ

5.3 ข้อเสนอแนะของการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1) หาทำเลที่ตั้งที่จะเปิดกิจการ

2) การดำเนินการขออนุญาตเปิดกิจการอู่ซ่อมรถยนต์ ต้องขออนุญาตจากเขตพื้นที่นั้นๆ โดยจะต้องจดทะเบียนในนามบุคคลธรรมดา นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัดหรือในนามบริษัท ฯลฯ ซึ่งในนามบุคคลธรรมดา จะเสียภาษีเป็นรายปี โดยจะเสีย 3 ใน 2 ของค่าเช่า โดยกำหนดจากสัญญาเช่าระหว่างผู้ให้เช่ากับผู้เช่า เช่น ค่าเช่า 30,000 (สามหมื่นบาทถ้วน) จะต้องเสียภาษี 45,000 (สี่หมื่นห้าพันบาทถ้วน)

- 3) ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค
- 4) เตรียมค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องมือช่าง อย่างน้อย 2 ชุด
- 5) จัดระบบการจัดการของเสียให้เหมาะสมกับพื้นที่ โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม

โดยรอบ

การติดต่อสำนักงานเขต หรือพื้นที่ๆ ควบคุมดูแลอยู่ การขอใบอนุญาตเปิดกิจการธุรกิจบริการอยู่ซ่อมรถยนต์ ต้องดำเนินการขออนุญาตจากสำนักเขต ตำบล ในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งต้องติดต่อฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล ควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้ถูกต้องตามกฎหมาย จากนั้นทางสำนักงานเขต จะสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการจดทะเบียน ว่าอยู่ในหมวดใด หากไม่ได้ยู่รูปแบบของบุคคลธรรมดา ก็ต้องไปยื่นเอกสารที่ฝ่ายปกครองดำเนินการต่อ เพื่อให้ทางฝ่ายพิจารณาเรียกเก็บภาษีในอีกอัตราหนึ่ง เอกสารสำหรับการยื่นขออนุญาต มีดังรายการ ต่อไปนี้

- 1) เอกสารปลูกสร้างอาคาร พื้นที่ใช้งาน
- 2) สัญญาเช่าพื้นที่ใช้งาน
- 3) สำเนาทะเบียนบ้าน ผู้เช่า / ผู้ให้เช่า
- 4) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน ผู้เช่า / ผู้ให้เช่า
- 5) ใบอนุญาตที่ประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (สำหรับชำระภาษี โรงเรือน)

วิธีการออกใบอนุญาต กรณีอนุญาตครั้งแรก (รายใหม่) / ต่ออายุ (ต้องขอก่อนสิ้นอายุ)

5.1 การยื่นคำขอ

5.2 ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำขอ (ถ้าไม่ถูก ให้แจ้งภายใน 15 วัน)

5.3 ตรวจสอบสภาพด้านสุขลักษณะของสถานที่ (เจ้าหน้าที่ตรวจเอง/มอบหมายให้เจ้าพนักงานรายงานผล + เสนอความเห็น)

5.4 ออกใบอนุญาต/สั่งไม่อนุญาต ภายใน 30 วัน และขอขยายเวลาได้ 2 ครั้งพร้อมแจ้งเหตุผล

หากผู้ประกอบการหลีกเลี่ยงการชำระค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆ ทางสำนักงานเขตก็จะ มีจดหมายเรียกเก็บค่าใช้จ่ายย้อนหลังทั้งหมดกับผู้ประกอบการ จนกว่าจะชำระครบทั้งหมด

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะต้องมีการศึกษาถึงแผนกลยุทธ์จากอยู่ซ่อมรถยนต์ 4 ประเภท คือ

- 1.1) ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์
- 1.2) อยู่ซ่อมรถยนต์ที่มีความชำนาญบางยี่ห้อ
- 1.3) ศูนย์บริการเฉพาะ และ

1.4) อยู่ช่อมรณนต์ทั่วไป

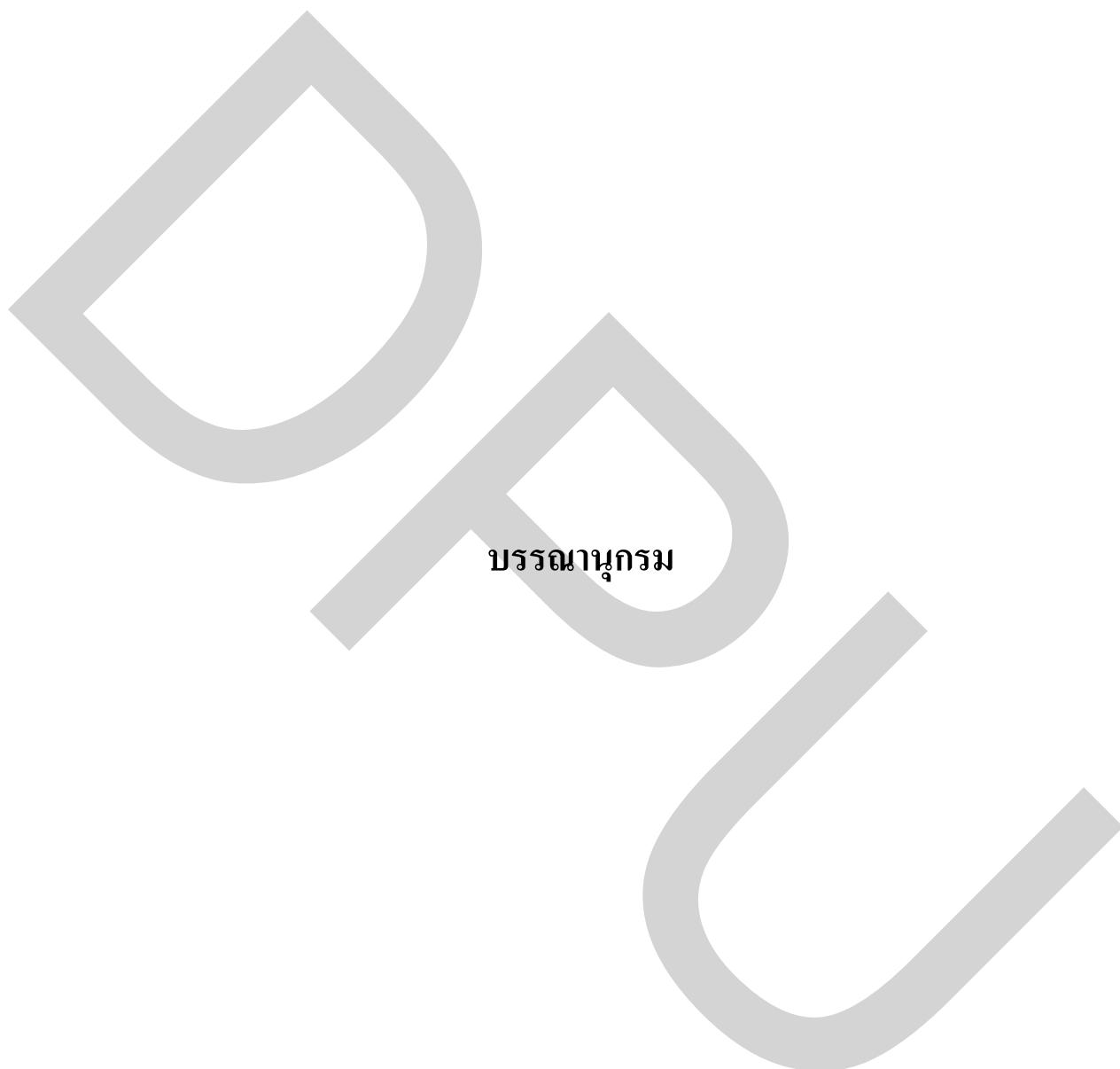
เพื่อนำกลยุทธ์ดังกล่าวมาทำการพิจารณาว่า อยู่ช่อมรณนต์ประเภทใด มีกลยุทธ์ที่จะสามารถทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่น่าสนใจในการเปิดอยู่ช่อมรณนต์ สามารถนำมาวิเคราะห์และนำไปสู่การเปิดอยู่ช่อมรณนต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2) ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะต้องมีการศึกษาความคิดเห็นด้านต่างๆ ของลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อให้เจ้าของกิจการทราบถึงความต้องการของลูกค้า พฤติกรรมของลูกค้า และความพึงพอใจต่างๆ ของลูกค้า เพื่อนำมาสู่การวางแผนเพื่อเปิดอยู่ช่อมรณนต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานรัฐและเอกชน

1) จากผลการวิจัยครั้งนี้ แสดงถึงปริมาณการเปิดธุรกิจอยู่ช่อมรณนต์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น หน่วยงานรัฐและเอกชนควรพัฒนาบุคลากร ให้เพิ่มมากขึ้น โดยอาจจัดการฝึกอบรมวิชาชีพในหลักสูตรการศึกษา เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญและความชำนาญในการซ่อมบำรุงและรักษามรณนต์

2) หน่วยงานทางราชการควร ออกตรวจสอบ และควบคุมผู้ประกอบการอยู่ช่อมรณนต์ ในส่วนของข้อกฎหมายและสิ่งแวดล้อม ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ หากปราศจากความดูแลและการเอาใจใส่ ซึ่งหากหลีกเลี่ยงข้อกฎหมาย อาทิ ภาษีโรงเรือน ภาษีรายได้ การขออนุญาตเปิดกิจการ อาจก่อให้เกิดการคอร์รัปชันจากเจ้าหน้าที่รัฐก็เป็นได้



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการขนส่งทางบก. (2555). สถิติการตรวจสภาพรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556, จาก http://apps.dlt.go.th/statistics_web/statistics.html.
- กรมการขนส่งทางบก. (2555). สถิติจำนวนรถใหม่ที่จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก ปี พ.ศ. 2555 ทั่วประเทศ. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556, จาก http://apps.dlt.go.th/statistics_web/statistics.html.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2556). บทสรุปผู้บริหาร – กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.
- กระทรวงพาณิชย์. (2555). เปิดข้อมูลรถเป็นงานบริการไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556, จาก <http://www.busandtruckmedia.com/autoservice/>.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2548). พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556, จาก <http://www.thailandlawyercenter.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538973889&Ntype=19>.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2535). พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535. กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2535). กฎกระทรวง (พ.ศ. 2535) กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2535). ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535. กระทรวงอุตสาหกรรม.
- เชอลี่ ช่วยคงมา. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ : กรณีศึกษา บริษัท 90 ไร่ไฮแลนด์ จำกัด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- เทอดพงศ์ คงจันทร์. (2556). ขอข้อมูลรถผมคืนด้วยครับ .. เจ้านาย !!! . สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556, จาก http://www.admncourt.go.th/00_web/environment/en19-car2.htm.
- ธวัชชัย แสนคันใจ. (2556). การกำจัดและบำบัดมลพิษในสถานบริการรถยนต์. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556, จาก <http://www.oknation.net/blog/thawatchai30/2009/05/12/entry-1>.

ประภัสร์ แสนอารี. (2546). ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์

ของบีคิกในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พงศ์ศักดิ์ ด้ายศ. (มิถุนายน 2554). ทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อ

พฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์เมอร์เซเดส

เบนซ์ บริษัท ทีทีซี มอเตอร์ส จำกัด. วารสารวิชาการอุตสาหกรรม, 5(1) . หน้า 50-56.

ภูวนาถ เทียมตะขบ. (2555). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์

ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานี. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556, จาก

<http://www.research.rmutt.ac.th/wp-content/uploads/2011/12/ภูวนาถ เทียมตะขบ.pdf>

มนตรี หนูพิน. (2548). แนวทางการจัดการขยะยางรถยนต์อย่างเหมาะสม: กรณีศึกษา พื้นที่

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: สถาบัน

บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

รวิวรรณ ใจศิริ. (2555). การจำลองสถานการณ์ศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ บริษัท โตโยต้า วรจักร

ยนต์ จำกัด (พลโยธิน). เอกสารประกอบรายวิชา ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะ

วิศวกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รักษนก จันท์ทวีพร. (2554). ประสิทธิภาพของมาตรการการตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.)

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.

วชิรวิทย์ ไม้คู่. (2546). ความพึงพอใจที่มีต่อศูนย์บริการบำรุงรักษารถยนต์ “เชลล์ ออโต้เซิร์ฟ” ของ

ลูกค้าที่มาใช้บริการ กรณีศึกษา : 10 สาขาที่เริ่มดำเนินการปรับรูปแบบการให้บริการ

(สาขานำร่อง) (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ

โรฒ.

วิชุดา เกตุใหม่. (2553). การคัดแยกมูลอินทรีย์ที่สามารถย่อยสลายน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ที่ใช้แล้ว

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). องค์ประกอบการเขียนแผนธุรกิจ. สืบค้น

เมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556, จาก [http://mobile.inventor.in.th/2011-07-06-15-43-20/18-](http://mobile.inventor.in.th/2011-07-06-15-43-20/18-2011-07-15-14-24-12/19-2011-07-10-11-05-20.html)

[2011-07-15-14-24-12/19-2011-07-10-11-05-20.html](http://mobile.inventor.in.th/2011-07-06-15-43-20/18-2011-07-15-14-24-12/19-2011-07-10-11-05-20.html).

สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2555). ธุรกิจอยู่ซ่อมรถยนต์. สำนักส่งเสริม

และพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.

สุณัฐา ไนต์สุภา. (2555). สภาพปัญหาด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมของอยู่ซ่อม และอยู่เคาะพ่นสีรถยนต์

และแนวทางการแก้ไขปัญหา ในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร. วารสารวิจัยสาธารณสุข

ศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุรพงษ์ ไพสิฐพัฒนพงษ์. (2555, 23 พฤศจิกายน). ทบสถิติรายปียอดผลิตรถยนต์เดือนค.ค.ของไทย

กระแสด. เคล็นิวส์.

อดิศร อินทรทูต. (2549). พฤติกรรมการใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ ของผู้ใช้บริการอยู่ซ่อมรถยนต์ เขต

กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจ

บัณฑิตย.

อารีย์ เขาจारी. (2555). การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของศูนย์บริการรถยนต์ กรณีศึกษาศูนย์บริการ

รถยนต์อู่ชูชู (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอสเอ็มอีสมาร์ท สยาม. (2555). การเขียนแผนธุรกิจ สำหรับ การเริ่มต้นธุรกิจ SMEs ไทย. สืบค้น

เมื่อวันที่ 11 มกราคม 2556, จาก <http://www.oknation.net/blog/smesmart>.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

ประวัตินักศึกษา

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

คงชลัช เทชะแพทย

ปีการศึกษา 2552

ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต คณะเกษตรศาสตร์

สาขาภูมิทัศน์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ตะวันออก วิทยาเขตบางพระ

หุ้นส่วนร้านมงคลใช้คอฟ

อู่มงคลใช้คอฟ

747 ถนนรามอินทรา แขวงคันนายาว

เขตคันนายาว

กรุงเทพ 10230