

รูปแบบการพัฒนาผู้จัดการศูนย์บริการของธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์

สมพร พรหมดวง^{1*} มงคล หวังสถิตย์วงศ์² และ ทวีศักดิ์ รูปสิงห์³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบที่จำเป็นในการพัฒนาผู้จัดการศูนย์บริการของธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ 2) สร้างรูปแบบการพัฒนาผู้จัดการศูนย์บริการของธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ และ 3) จัดทำคู่มือการพัฒนาผู้จัดการศูนย์บริการของธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ ประชากรประกอบด้วยผู้จัดการศูนย์บริการ ผู้บริหารในธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ จาก 1,902 แห่ง ในเขตภาคกลาง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 330 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย สลิดิที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ทำให้ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้จัดการศูนย์บริการของธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์แบบการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการพัฒนาผู้จัดการศูนย์บริการของธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ ประกอบด้วย ปัจจัยหลักด้านทักษะเกี่ยวกับงานประกอบด้วยปัจจัยย่อย (1) ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (2) เทคนิคการทำงานร่วมกับผู้อื่น (3) ที่ปรึกษาแนะนำ ปัจจัยหลักด้านทักษะเกี่ยวกับคนประกอบด้วยปัจจัยย่อย (1) ตัวชี้วัดผลปฏิบัติงาน (2) การประสานงาน (3) เข้าใจใช้คนถูกงาน ปัจจัยหลักด้านทักษะเกี่ยวกับการคิดประกอบด้วยปัจจัยย่อย (1) เทคนิคการสอนงาน (2) เทคนิคการหาข้อมูล (3) ความสามารถในการแก้ปัญหา ปัจจัยหลักด้านบทบาทระหว่างบุคคลประกอบด้วยปัจจัยย่อย (1) การสร้างขวัญกำลังใจทีมงาน (2) การตัดสินใจ (3) บทบาทเจรจาต่อรอง ปัจจัยหลักด้านบทบาทเกี่ยวกับข้อมูล ประกอบด้วยปัจจัยย่อย (1) เทคนิคการสื่อสาร (2) การระบุปัญหาองค์กร (3) สร้างทีมงาน และปัจจัยหลักด้านบทบาทเกี่ยวกับการตัดสินใจ ประกอบด้วยปัจจัยย่อย (1) บริหารการจัดการทรัพยากรในหน่วยงาน (2) ความสัมพันธ์ร่วมกับผู้อื่น ส่วนผลการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า การพัฒนาผู้จัดการศูนย์บริการของธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์ ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่ามีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 92.36 ของผู้ที่แสดงความคิดเห็น และสามารถนำรูปแบบที่พัฒนาขึ้นไปใช้ ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่าความเป็นได้ คิดเป็นร้อยละ 91.25 ของผู้ที่แสดงความคิดเห็น

คำสำคัญ: รูปแบบการพัฒนา, ศูนย์บริการ, ธุรกิจซ่อมบำรุงรถยนต์

รับพิจารณา: 30 พฤษภาคม 2560

แก้ไข: 21 กรกฎาคม 2563

ตอบรับ: 31 กรกฎาคม 2563

¹ นักศึกษาปริญญาตรีบัณฑิต สาขาพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

³ รองศาสตราจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* ผู้ติดต่อประสานงาน โทร. +668 9206 1016 อีเมล: thum15@hotmail.com



Management Development Model for Car Service Center Manager

Somporn Promduang^{1*} Mongkol Wangsathitwong² and Taweesak Roopsing³

Abstract

This research comprises of 3 aims as 1) to explore the elements needed for the development of manager service center for business maintenance servicing of cars 2) to construct the model development of manager service center for business maintenance servicing of cars and 3) to create the manual of the development of manager service center for business maintenance servicing of cars. The population included in this study comprises of the manager of service center and executive in total of 1902 of the business maintenance servicing of car in central area, which was calculated the number of sample size of 330 people. the research tool used in this study Data was analysis using statistical calculation of mean score, standard deviation, and Exploratory Factor Analysis to analyze the association of factors that affected on the success in the development of manager service center for business maintenance servicing of cars.1) Research result that the model development of manager service center for business maintenance servicing of cars composed as follow: the main factor of work related skills comprise of sub-factors as follow (1) leader of change (2) technique on working (3) consultant to advice ; the main factor on personnel related skills comprises of sub-factors as follow (1) performance indicators (2) coordination 3) put the right man to the right job; the main factor on thinking skills comprises of sub-factors as follow (1) technical coaching (2) techniques to find information (3) problem solving ability; the main factor of role among individual comprises of sub-factors as follow (1) build team morale (2) Decision Making (3) role of negotiation; the main factor of the role related with information comprises of the sub-factors as follow (1) techniques of communication (2) identify the organization's issues (3) powerful team; and the main factors on the role related with decision making comprises of sub-factors as follow (1) resources management in organization (2) relationships. The assessment by experts found appropriateness on the development of manager service center for business maintenance servicing of cars as the percentage of 92.36 among the respondents' opinion and about applying the development model in order to further use was agreed on the possibility by experts which found the percentage of 91.25 among the respondents' opinion.

Keywords : model development, manager service center, business maintenance servicing of cars

Received: May 30, 2017

Revised: July 21, 2020

Accepted: July 31, 2020

¹ Doctoral Degree Student, Doctor of Business Administration, Human Resource Development, Faculty of Business and Industrial of development, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

² Assistant Professor, Doctor Department of Teacher Training in Electrical Engineering, Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

³ Associate Professor, Department of Business of Administration, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

* Corresponding Author Tel. +668-9206-1016 e-mail: thum15@hotmail.com