

แผนธุรกิจร้านล้างรถ “KLEAN BREAK-Professional Car Detailing”



อริศรินทร์ อุ๋นวงศ์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจร้านล้างรถ “KLEAN BREAK-Professional Car Detailing”

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 6 กันยายน พ.ศ.2558



อริดารินทร์ อุ่นวงศ์
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวิวงศ์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังค์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ พร้อมเสนอแนะแนวทางในการศึกษาตลอดจนตรวจสอบแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้มาโดยตลอด และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ให้คำแนะนำและตรวจสอบสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จเรียบร้อยโดยสมบูรณ์ ตลอดจนคณาจารย์ที่วิทยาลัยการจัดการมิตลทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทความรู้ทางทฤษฎี และถ่ายทอดประสบการณ์ในทางปฏิบัติ จนทำให้ผู้เขียนมีความรู้และความเข้าใจด้านธุรกิจ ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จอย่างลุล่วงด้วยดี

ท้ายสุดนี้ผู้เขียนมีความสำนึกในพระคุณของคณาจารย์ทุกท่าน ที่เคยอบรมสั่งสอน วิทยาการต่างๆ ให้กับผู้เขียน และขอขอบคุณผู้สนับสนุนทุกท่าน และเพื่อนร่วมรุ่นทุกคนที่ได้ให้การสนับสนุนและกำลังใจแก่ผู้เขียน จนกระทั่งสำเร็จการศึกษา

อริคารินทร์ อุ่นวงศ์

แผนธุรกิจร้านล้างรถ KLEAN BREAK-Professional Car Detailing

BUSINESSPLAN: KLEAN BREAK-PROFESSIONAL CAR DETAILING

อริคารินทร์ อุ๋นวงศ์ 5750231

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสาหรณิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิตีสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
พลิศารุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิน ระวิวงศ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

ในการจัดทำสาหรณิพนธ์ครั้งนี้ ผู้เขียนได้ศึกษาการทำแผนธุรกิจซึ่งให้บริการด้านงาน
บริการร้านล้างรถแบบ Stand alone ที่เน้นการให้บริการอย่างมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีความใส่ใจ
ในการส่งมอบชิ้นงาน พร้อมการให้บริการแบบเป็นกันเอง เนื่องจากในปัจจุบันปริมาณรถยนต์ที่มี
เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับวิถีชีวิตของคนในสังคมที่มีแต่ความเร่งรีบทำให้การดูแลทำความสะอาด
รถยนต์ด้วยตนเองนั้นทำได้ยาก โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลทางธุรกิจทั้งหลักการวิเคราะห์ภาพรวม
ของอุตสาหกรรมอันได้แก่ การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ การวิเคราะห์คู่แข่ง การ
วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการค้าเนินธุรกิจ การ
วางแผนการผลิต และการวางแผนทางการตลาด เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการเกิด
ความรู้สึกประทับใจและพึงพอใจ จนเกิดการบอกต่อ

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่าการค้าเนินกิจการ KLEAN BREAK-Professional Car
Detailing เป็นธุรกิจที่น่าสนใจ โดยสมมุติฐานทางการเงินแสดงให้เห็นว่าธุรกิจใช้ระยะเวลาในการคืน
ทุน 2 ปี 3 เดือน อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) 44.73% และมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ
(NPV) 2,368,166 บาท ถึงแม้ว่าจะเป็นการค้าเนินกิจการในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ แต่ด้วยความที่เป็น
ธุรกิจด้านบริการ ดังนั้นคุณภาพการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ

คำสำคัญ : ธุรกิจล้างรถ / แผนธุรกิจร้านล้างรถ KLEAN BREAK-Professional Car Detailing

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1	1
บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของสำคัญของปัญหา	1
1.2 โอกาส	2
1.3 ข้อมูลธุรกิจ	4
1.4 รูปแบบธุรกิจ	5
1.5 สินค้าและบริการ	5
1.6 ความน่าสนใจ	11
1.7 วิสัยทัศน์	11
1.8 พันธกิจ	11
1.9 เป้าหมายทางธุรกิจ	12
บทที่ 2	13
การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและตลาด	13
2.1 การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรม	13
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	14
2.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ	15
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม	17
2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
บทที่ 3	แผนการดำเนินงานทางธุรกิจและแผนการผลิต	24
	3.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ	24
	3.2 โครงสร้างองค์กร	25
	3.3 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ	25
	3.4 วันเวลาทำงาน	26
	3.5 กระบวนการผลิตและให้บริการ	27
บทที่ 4	แผนการตลาด	29
	4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด	29
	4.2 การแบ่งกลุ่มลูกค้า	29
	4.3 ตำแหน่งทางการตลาด	30
	4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด	31
บทที่ 5	แผนการเงิน	35
	5.1 สมมติฐานทางการเงิน	35
	5.2 ต้นทุนสินค้าและบริการ	39
	5.3 งบกำไรขาดทุน	42
	5.4 รายการแสดงฐานะทางการเงิน	44
	5.5 งบกระแสเงินสด	46
บทที่ 6	แผนบริหารความเสี่ยง	47
	6.1 ความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายนอก	47
	6.2 ความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายใน	48

สารบัญ (ต่อ)

บรรณานุกรม
ประวัติผู้วิจัย

หน้า
50
51



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	ราคาค่าบริการ หรือค่าแรง	31
4.2	ราคาค่าบริการเคลื่อนเงาและรักษาสิรด (Wash + Wash)	32
4.3	ราคาค่าบริการเคลื่อนเงาและรักษาสิรด 3 ชั้นตอน	32
4.4	ราคาค่าบริการเคลื่อนเงาและรักษาสิรด 4 ชั้นตอน	33
4.5	ราคาค่าบริการเคลื่อนแก้ว	33
5.1	งบการลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ	35
5.2	ปริมาณรถที่จะมาใช้บริการสูงสุด	36
5.3	ความสามารถในการผลิตสูงสุด (ต่อเดือน)	37
5.4	ปริมาณการขาย/ ผลิตตามประมาณการยอดขาย	37
5.5	ราคาขายต่อหน่วย	38
5.6	ยอดขาย (ต่อปี)	38
5.7	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบ (ต้นทุนแปรได้ต่อหน่วย)	39
5.8	ต้นทุนวัตถุดิบ	40
5.9	แรงงานในการผลิต	40
5.10	แรงงานในการขายและบริหาร	40
5.11	ค่าเสียหายในการผลิต (ต่อปี)	41
5.12	ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)	41
5.13	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)	41

สารบัญรูปภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 ตัวอย่างการให้บริการล้างรถ	5
1.2 ตัวอย่างการให้บริการดูดฝุ่น	6
1.3 ตัวอย่างการให้บริการเคลือบสี โดยการใช้เครื่องขัดเคลือบสี	6
1.4 ตัวอย่างการให้บริการดูดดินน้ำมัน	7
1.5 ตัวอย่างการให้บริการทำความสะอาดเบาะหนัง และแผงข้าง	7
1.6 ตัวอย่างการให้บริการล้างห้องเครื่อง	8
1.7 ตัวอย่างบรรยากาศภายในร้านระหว่างนั่งรอรับบริการ	8
1.8 เครื่องแบบพนักงาน	9
1.9 แผนผังของร้านล้างรถบริเวณด้านหน้า	9
1.10 แผนผังของร้านล้างรถบริเวณด้านข้าง	10
1.11 แผนผังของร้านล้างรถบริเวณที่นั่งรอรับบริการ	10
2.1 ร้านล้างละมุน Car Wash	18
2.2 ร้าน WAAP Car Detailing	19
2.3 ร้าน AUTOLAB Crystal Coating	21
3.1 แผนที่ตั้งสถานที่ให้บริการ	24
3.2 แผนผังองค์กร	25
4.1 ตำแหน่งทางการตลาดเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพการและราคา	30

บทที่ 1

ความเป็นมา

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รถยนต์ ถือเป็นยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งทางบก ซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก คนส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง เพื่อการติดต่อธุรกิจ การเดินทางท่องเที่ยว และการขนส่งไม่ว่าจะเป็นการขนส่งผู้โดยสารหรือสิ่งของสัมภาระไปยังจุดหมายปลายทาง เหตุด้วยปัจจัยด้านความคล่องตัวของยานพาหนะ มีความปลอดภัย รวดเร็วและประหยัดเวลาในการเดินทาง นอกจากนี้การมีรถยนต์ส่วนบุคคลยังเป็นค่านิยมของคนไทยที่แสดงถึงการมีฐานะทางสังคมจึงทำให้มีการใช้รถยนต์เป็นจำนวนมากในสังคมเมือง จากปัจจัยดังกล่าวจึงเอื้อต่อการทำการตลาดของบริษัทรถยนต์ในประเทศให้ทำการแบ่งกลุ่มประเภทของรถยนต์ที่ขายตามท้องตลาด โดยการพยายามตอบ โจทย์ให้ตรงกับต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายเป็นหลัก จึงส่งผลให้ปริมาณความต้องการรถยนต์นั้นมีมากขึ้นตามไปด้วย ปัจจุบันแม้ผู้บริโภคจะมีความสามารถในการซื้อรถยนต์ไว้ใช้แต่ด้วยวิถีชีวิตในสังคมเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป การใช้ชีวิตที่มีความเร่งรีบมากขึ้น ประกอบกับการมีเวลาว่างที่น้อยลง ทำให้การดูแลทำความสะอาดรถยนต์ด้วยตนเองนั้นทำได้ยาก ซึ่งถึงแม้ว่าจะมีรถยนต์ไว้ใช้แต่ก็ไม่สามารถทำความสะอาดและดูแลรักษาสภาพรถยนต์ของตัวเองให้สะอาดอยู่เสมอได้

จุดเริ่มต้นของการทำธุรกิจร้านล้างรถนั้นเริ่มต้นจากการเป็นคนรักษาความสะอาดและอยากใช้รถยนต์ที่ใช้งานอยู่ประจำมีความสะอาด เงา งาม ทั้งภายในและภายนอกอยู่เสมอ โดยปกติมักเข้าร้านทำความสะอาดรถยนต์หากมีเวลาว่าง เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลาและข้อจำกัดของบริเวณพื้นที่จอดรถที่ไม่เอื้ออำนวยให้สามารถทำความสะอาดรถยนต์เองได้ หลังจากเข้ารับบริการร้านล้างรถทุกครั้งจะสังเกตว่าคุณภาพการทำความสะอาด และการให้บริการของแต่ละร้านนั้นมีความแตกต่างกัน แม้ว่าจะมีจำนวนร้านล้างรถอยู่มาก แต่เมื่อเทียบกับการทำความสะอาดที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการนั้นหาได้ยาก ซึ่งจากประสบการณ์ในการเข้ารับบริการร้านล้างรถที่มีอยู่มากมาย ทั้งร้านล้างรถที่อยู่ตามห้างสรรพสินค้า ร้านล้างรถตามปั้มน้ำมัน และร้านล้างรถแบบ Stand alone จะสังเกตได้ว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และการให้บริการของแต่ละร้านมีความแตกต่างกัน โดยส่วนตัวนิยมใช้บริการร้านล้างรถแบบร้าน Stand Alone เพราะร้านล้างรถลักษณะนี้

จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดรถยนต์ที่มีคุณภาพดี มีความใส่ใจในการส่งมอบชิ้นงาน และมีความเป็นกันเองกับลูกค้าที่เข้ารับบริการมากกว่าร้านล้างรถประเภทอื่นๆ

นอกจากนี้แล้วโดยส่วนตัวมักนิยมนัดพบปะเพื่อนฝูง หรือนั่งทำงานที่ร้านล้างรถเพื่อเป็นการไม่เสียเวลาไปโดยเปล่าประโยชน์ตามลักษณะของคนทำงานในเมืองทั่วไป จึงสังเกตเห็นว่าหากมีร้านล้างรถยนต์ที่มีคุณภาพในการให้บริการ มีการตกแต่งสถานที่ให้เหมาะสมสำหรับใช้เป็นที่พัก พบปะสังสรรค์ นั่งพักผ่อน หรือสถานที่ทำงานนอกสถานที่ที่มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม ถือว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจของการทำธุรกิจ

1.2 โอกาส

ธุรกิจร้านล้างรถ ถือเป็น ธุรกิจปลายน้ำ หรือปลายทางในการทำกำไรต่อยอดจากภาคอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศ ปัจจุบันปริมาณการใช้รถยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้นมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะสังเกตได้จากปริมาณรถยนต์ที่มีความหนาแน่นบนท้องถนน คนส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์ในการเดินทางเพื่ออำนวยความสะดวก สร้างความรวดเร็ว ในการขนส่งคน หรือสัมภาระต่างๆ โดยหากมีรถยนต์ที่ใช้อยู่ไม่ว่าจะเก่า หรือใหม่ก็ต้องทำการดูแลรักษา สภาพรถยนต์ทั้งสี้น ไม่ว่าจะล้าง คัดฝุ่น ขัด หรือเคลือบสี เพื่อความสะอาด ความสวยงาม และความดูดีของรถยนต์อยู่เสมอ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจร้านล้างรถถือเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตได้ในอนาคตอย่างต่อเนื่อง

1.2.1 แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

เนื่องจากในช่วงเวลาที่ผ่านมา จำนวนรถยนต์ภายในประเทศได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากโครงการรถยนต์คันแรก ทำให้ปริมาณของรถยนต์ที่จดทะเบียนบนท้องถนนเพิ่มมากขึ้นจากเดิม มีจำนวนรถที่จดทะเบียนสะสม ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2557 ที่ผ่านมา ประมาณ 35 ล้านคัน ในจำนวนนี้เป็นรถจักรยานยนต์ ประมาณ 20 ล้านคัน เป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 ที่นั่ง ประมาณ 7 ล้านคัน เป็นรถกระบะปีก้อพ ประมาณ 5.8 ล้านคัน เป็นรถยนต์ส่วนบุคคลเกิน 7 ที่นั่ง ประมาณ 4 แสนคัน และเป็นรถตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งอีกประมาณ 1 ล้านกว่าคัน และที่สำคัญ ในแต่ละปี มีปริมาณรถใหม่ที่จะจดทะเบียนรวมทุกประเภท มากกว่า 1 ล้านคัน (สถิติของกรมการขนส่งทางบก, 2557)

ทั้งนี้จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs ที่มีแนวโน้มในการเติบโตได้ในอนาคต แสดงให้เห็นว่า ในปี 2556 ถึงกลุ่ม 8 ธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตได้ในอนาคต (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2556) อันได้แก่

1. กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มประต๋บยนต์ กลุ่มธุรกิจที่ให้บริการล้างรถ หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบำรุงดูแลรักษารถยนต์ ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่ติดอันดับว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและมีแนวโน้มที่มีศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

2. กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและพลังงานทดแทน เช่นยางและผลิตภัณฑ์จากยางพารา ที่มีแนวโน้มดีขึ้นจากเศรษฐกิจของประเทศจีนที่ฟื้นตัว และจากการร่วมมือเพื่อลดกำลังการผลิตจึงทำให้ราคายางพาราดีขึ้น พลังงานทดแทนจากพืชเนื่องจากความผันผวนของราคาน้ำมันจากปัญหาสถานการณ์ความไม่สงบในตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการไลฟ์สไตล์ ที่ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมของคนเมือง ในระดับชนชั้นกลางและคนรุ่นใหม่ เช่น ของขวัญ ของชำร่วย สินค้าแฟชั่น สินค้าเชิงศิลปวัฒนธรรม

4. ธุรกิจก่อสร้าง เป็นผลจากมาตรการลงทุนของภาครัฐตามกรอบการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ แผนลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การขยายตัวของ การก่อสร้างที่อยู่อาศัยและอาคารสำนักงานตามแนวรถไฟฟ้า

5. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม ซึ่งผลจากการประมูล 3G ทำให้มูลค่าตลาดบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เติบโตมากขึ้น รวมทั้งกลุ่มเคเบิลและทีวีดาวเทียม กลุ่มพัฒนาแอปพลิเคชัน กลุ่มผู้ผลิต digital content และ computer graphic

6. กลุ่มการผลิตและบริการเพื่อสุขภาพและความงาม เช่น อาหารเสริม สมุนไพร เครื่องสำอางค์ อุปกรณ์และเครื่องทางการแพทย์

7. กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก บริการรถรับจ้างหรือรถเช่า เนื่องจากตลาดนักท่องเที่ยวที่มีเพิ่มขึ้น

8. กลุ่มธุรกิจบันเทิง จากการมีคู่ทางขยายตลาดไปในเอเชียและอาเซียน เช่นภาพยนตร์ละคร ดนตรี กีฬา ข่าวสาร สารคดี รายการทีวีและเคเบิล เป็นต้น

ทั้งนี้จากการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในปี 2558 แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจร้านล้างรถ ยังคงมีอยู่ต่อเนื่อง เนื่องจากเมื่อปีที่ผ่านมาปริมาณการออกรถยนต์เพื่อใช้อำนวยความสะดวกมากมาย และปัจจุบัน 1 ครอบครัวมีรถมากกว่า 1 คัน สะท้อนให้เห็นถึงความปริมาณรถที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บวกกับการใช้ชีวิตที่เร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาในการดูแลรักษารถ ทำให้เกิดธุรกิจคาร์แคร์เพิ่มขึ้นทั่วกรุงเทพฯ และเขตปริมณฑล แต่ในต่างจังหวัดอาจมีไม่มากนัก เพราะหลายบ้านมีพื้นที่ และ

มีเวลาในการดูแลรักษารถมากกว่าคนในเมืองทำให้ธุรกิจคาร์แคร์มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น แม้ว่าธุรกิจคาร์แคร์เกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์บริการดูแลรักษาทำความสะอาดโดยเฉพาะ ศูนย์บริการในสถานีบริการน้ำมัน ศูนย์บริการที่ใช้เครื่องล้างอัตโนมัติ และร้านที่มีบริการตามอาคารที่จอดรถต่างๆ ซึ่งก็เป็นลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์ เนื่องจากลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการทดแทนกันได้ตามความต้องการ (สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย, 2558)

1.3 ข้อมูลธุรกิจ

1.3.1 ชื่อธุรกิจและที่ตั้ง

“KLEAN BREAK-Professional Car Detailing”

ถนนเกษตร-นวมินทร์ ตอม่อที่ 240 ประเสริฐมนูกิจ บึงกุ่ม กทม. 10230

1.3.2 โลโก้



1.3.3 สโลแกน

“KLEAN BREAK เราใส่ใจคุณภาพ และบริการด้วยใจ”

1.4 รูปแบบธุรกิจ

KLEAN BREAK-Professional Car Detailing ร้านล้างรถที่ไม่ใช่แค่การให้บริการล้างรถ ซักสี เคลือบสี ดูแลฝุ่นอย่างเดียวนั่น หากแต่ทางร้านยังคอยให้คำปรึกษาในการรักษาสภาพสีรถยนต์ พร้อมช่วยดูแลฟื้นฟูสภาพรถยนต์ทั้งภายใน และภายนอกให้กลับมาสะอาด งามามอีกครั้ง ทั้งนี้ทางร้าน ได้คำนึงถึงการเลือกสรรผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพที่เหมาะสมสอดคล้องกับแต่ละสภาพรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการเป็นสำคัญ

1.5 สินค้าและบริการ

- 1.5.1 ล้างสี+ ดูแลฝุ่น+ สเปรย์แวก (Spray Wax)
- 1.5.2 ซักคราบโคล (Pre-Wax)/ เคลือบสี (Wax)/ เคลือบแก้ว (Crystal glass coating)
- 1.5.3 ลูบดินน้ำมัน (Clay Clean)
- 1.5.4 ทำความสะอาดเบาะหนัง และแผงข้าง (Leather Cleaner + Conditioner)
- 1.5.5 ล้างห้องเครื่อง/ เป่าห้องเครื่อง



ภาพที่ 1.1: ตัวอย่างการให้บริการล้างรถ



ภาพที่ 1.2: ตัวอย่างการให้บริการดูดฝุ่น



ภาพที่ 1.3: ตัวอย่างการให้บริการเคลือบสี โดยการใช้เครื่องขัดเคลือบสี



ภาพที่ 1.4: แสดงตัวอย่างการให้บริการลูบดินน้ำมัน



ภาพที่ 1.5: แสดงตัวอย่างการให้บริการทำความสะอาดเบาะหนัง และแผงข้าง



ภาพที่ 1.6: แสดงตัวอย่างการให้บริการล้างห้องเครื่อง



ภาพที่ 1.7: แสดงตัวอย่างบรรยากาศภายในร้านระหว่างนั่งรอรับบริการ



ภาพที่ 1.8: แสดงเครื่องแบบพนักงาน



ภาพที่ 1.9: แสดงแผนผังของร้านล้างรถบริเวณด้านหน้า



ภาพที่ 1.10: แสดงแผนผังของร้านล้างรถบริเวณด้านข้าง



ภาพที่ 1.11: แสดงแผนผังของร้านล้างรถบริเวณที่นั่งรอรับบริการ

1.6 ความน่าสนใจ

KLEAN BREAK-Professional Car Detailing เน้นการให้บริการในบรรยากาศที่เป็นกันเอง โดยทางร้านต้องการตอบโจทย์ในตรงกับวิถีชีวิตของคนในเมืองที่มีเวลาน้อยลง รูปแบบการใช้ชีวิตของคนที่เปลี่ยนไปจากเดิม อาศัยความเร่งรีบและความรวดเร็วในการดำเนินชีวิต ดังนั้นทางร้านจึงมีความต้องการที่จะให้บริการที่มีความแตกต่างกว่าร้านล้างรถทั่วไป โดยการจัดสถานที่ให้เหมาะสมกับเป็นที่นัดพบปะสังสรรค์ของลูกค้า เหมาะสำหรับนั่งที่ทำงานนอกสถานที่ อ่านหนังสือ หรือเป็นมุมพักผ่อนเพราะไม่ต้องการให้ลูกค้าสูญเสียเวลาไปโดยเปล่าประโยชน์ระหว่างรอรับรถ โดยการบริการเน้นให้ความสำคัญกับคุณภาพการล้างรถเป็นอันดับแรก ซึ่งหัวใจหลักของการบริการคือการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ทำความสะอาดรถยนต์ที่มีประสิทธิภาพในการรักษาสภาพรถยนต์ทั้งภายในและภายนอก ทั้งนี้จะมีเจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบสภาพงานก่อนการส่งมอบให้กลับลูกค้าทุกครั้งตามมาตรฐานการให้บริการของทางร้านเสมอ

1.7 วิสัยทัศน์ (Vision)

“KLEAN BREAK - Professional Car Detailing” เป็นผู้นำธุรกิจด้านการบริการล้างรถที่เป็นที่ยอมรับในประเทศ โดยให้ความช่วยเหลือและคอยให้คำแนะนำกับผู้ใช้บริการอย่างเป็นกันเอง ภายใต้บรรยากาศของร้านที่อบอุ่น

1.8 พันธกิจ (Mission)

- 1.8.1 บริการที่มีมาตรฐาน และตรงตามความต้องการของลูกค้า
- 1.8.2 ใช้ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ทำความสะอาดรถยนต์ที่มีประสิทธิภาพ
- 1.8.3 ให้คำแนะนำและคำปรึกษาในการรักษาฟื้นฟูสภาพรถยนต์
- 1.8.4 ตรวจสอบชิ้นงานก่อนการส่งมอบงานให้กลับลูกค้าเสมอ
- 1.8.5 มอบการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ

1.9 เป้าหมายทางธุรกิจ

1.9.1 เป้าหมายระยะสั้น (1 ปี)

- การสร้างธุรกิจ “KLEAN BREAK - Professional Car Detailing” ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่อาศัยอยู่บริเวณถนนเลียบทางด่วนรามอินทรา และเกษตร-นวมินทร์
 - สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านล้างรถ โดยมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
 - ทำการตลาดในระยะแรกโดยการทำแผ่นพับ หรือจัดทำป้ายโฆษณาแนะนำร้านล้างรถในบริเวณคอมมูนิตีมอลล์ที่ใกล้เคียง ทั้งนี้ได้จัดทำการตลาดผ่านสื่อ Social Network ด้วยเช่นกัน เช่น Facebook หรือ Instagram

1.9.2 เป้าหมายระยะกลาง (3 ปี)

- รักษาคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการล้างรถ
- ทำการตลาดโดยเจาะกลุ่มลูกค้าในวงกว้างมากขึ้น โดยการจัดทำ Website ของทางร้านแนะนำผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดรถยนต์ พร้อมข้อมูลการให้บริการของร้านอื่นๆเพิ่มเติม และผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook และ Instagram
- จัดทำโปรโมชั่นพิเศษ เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเดิม และช่วยเป็นการดึงดูดลูกค้ารายใหม่ที่เข้ามาใช้บริการ
- ทำการคืนทุนและสามารถสร้างยอดขาย พร้อมทั้งส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นจากเดิมในช่วงปีแรก

1.9.3 เป้าหมายระยะยาว (5 ปี)

- รักษาคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการล้างรถเพื่อให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น
- ทำการรักษากลุ่มลูกค้าฐานเดิมที่มีอยู่ให้เกิดความเชื่อมั่น (Brand Royalty) ในการให้บริการและก่อให้เกิดการบอกต่อ
- สามารถสร้างยอดขายได้เพิ่มมากขึ้นจากเดิมใน 4 ปีแรกมากกว่า 40% จนสามารถขยายกิจการ หรือทำการต่อยอดธุรกิจโดยสร้างเป็นคอมมูนิตีมอลล์ศูนย์รวมผู้ให้บริการล้างรถ

บทที่ 2

วิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและตลาด

2.1 วิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรม

ธุรกิจร้านล้างรถยนต์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายแตกต่างกันไป ทั้งลักษณะการให้บริการตามสถานที่ต่างๆ ได้แก่ ศูนย์บริการในสถานีสถานบริการน้ำมัน ศูนย์บริการแบบใช้เครื่องล้างอัตโนมัติ ร้านแบบ Stand alone และร้านที่ให้บริการตามห้างสรรพสินค้า หรือคอมมูนิตี้มอลล์ต่างๆ เป็นต้น โดยในแต่ละร้านที่ให้บริการก็จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดรถยนต์ที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการของแต่ละร้าน

จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทยในปี 2556 ได้คาดการณ์แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจคาร์แคร์ ว่ามีโอกาสโดดเด่นต่อการทำธุรกิจจากการกำหนดนโยบายของรัฐบาลในโครงการรถยนต์คันแรก ซึ่งจากนโยบายดังกล่าวมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยมีแนวโน้มการเติบโตแบบก้าวกระโดดด้วยยอดขายที่มีมากกว่า 1.25 ล้านคัน ซึ่งแบ่งเป็นรถยนต์นั่ง 740,000 คัน รถกระบะ 258,000 คัน และดับเบิลแค็บ 257,000 คัน

สำหรับภาพรวมของธุรกิจคาร์แคร์ในไทยในปี 2557 มีมูลค่ารวมจำนวนมากกว่า 10,000 ล้านบาท ซึ่งแบ่งเป็นธุรกิจล้างรถประมาณ 8,000 ล้านบาท และบริการอื่นๆ เพิ่มเติม อาทิเช่น การให้บริการเคลือบแก้ว ทำสี ทำเบาะ ประมาณ 2,000 ล้านบาท โดยในแต่ละปีมีการเติบโตประมาณร้อยละ 10 ซึ่งเป็นผลมาจากปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นบนท้องถนน จากลักษณะพฤติกรรมคนในปัจจุบันที่นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวเพิ่มขึ้นมาก ประกอบกับคนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่มักพักอาศัยตามคอนโดมิเนียม ซึ่งมีพื้นที่ที่ไม่เอื้อต่อการล้างรถยนต์ โดยธุรกิจที่มีเพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งจะนำไปสู่การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นด้วย โดยปัจจัยสำคัญของความสำเร็จอยู่ที่คุณภาพการบริการ เพราะเป็นธุรกิจที่กลุ่มลูกค้ามี Brand Loyalty หรือ ความภักดีต่อสินค้าสูง หากลูกค้าพอใจ โอกาสที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ก็มีในอัตราสูง (ไทยพีบีเอส, 2557)

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

2.2.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal)

(+) จากสภาพทางการเมืองที่มีปัญหาขัดแย้งได้สิ้นสุดลง ส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศมีการฟื้นตัวดีขึ้น จากความเชื่อมั่นของภาคเอกชนและประชาชนในประเทศ

(+) นโยบายของภาครัฐบาลที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้สามารถเข้าถึงตลาดผู้บริโภคได้มากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายของภาคครัวเรือนในประเทศ

(+) การเปิดการค้าเสรี AEC ในอนาคตนั้นช่วยลดปัญหาทางด้านแรงงาน เนื่องจากมีจำนวนแรงงานต่างด้าวที่มีความต้องการทำงานในประเทศมากขึ้น

(+) เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดบังคับทางด้านกฎหมายสำหรับการทำธุรกิจร้านล้างรถยนต์ แต่ทั้งนี้ผู้ให้บริการควรคำนึงถึงผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการให้บริการ

2.2.2 สภาพทางเศรษฐกิจ (Economic)

(-) ภาวะปัญหาทางเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเกิดผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจทั้งภายในและต่างประเทศ ดังนั้นจึงส่งผลให้ราคาค่าต้นทุนของวัตถุดิบที่สูงขึ้น

(-) อัตราภาวะเงินเฟ้อที่สูงขึ้นจะส่งให้ค่าใช้จ่ายของภาคประชาชนลดลง ดังนั้นทางร้านควรมีการปรับแผนการดำเนินงานให้ดึงดูดผู้บริโภคมากขึ้น

(-) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่ไม่แน่นอน จะส่งผลกระทบต่อราคาวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เนื่องจากธุรกิจมีรายได้ในรูปของค่าเงินบาท

(+) ธุรกิจร้านล้างรถถือเป็นธุรกิจบริการที่ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาให้มีกำไรมากได้ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในสายตาของผู้บริโภค

2.2.3 สังคม (Social)

(+) จากรูปแบบการดำรงชีวิตของคนในเมืองได้เปลี่ยนไปจากเดิม โดยการใช้ชีวิตที่ต้องอาศัยความเร่งรีบอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งที่อยู่อาศัยที่เปลี่ยนไปโดยคนรุ่นใหม่มีกนิยมอาศัยคอนโดมิเนียม หรืออพาร์ทเมนต์มากขึ้น ส่งผลให้การล้างรถทำได้ยาก ดังนั้นธุรกิจล้างรถจึงมีแนวโน้มที่เติบโตได้ในอนาคต

(+) ลักษณะค่านิยมของคนไทยที่รักการดูแลรักษารถยนต์ จากคำกล่าวของ Jack Welsh อดีต CEO ของ General Electric หรือ GE เคยกล่าวตอนขยายธุรกิจอีสซิ่ง เข้ามาในประเทศไทย ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ไว้ว่า “คนไทยรักรถ ยิ่งกว่าบ้านของตัวเองซะอีก ถ้าให้พวกเขาเลือกทั้งบ้าน กับทั้งรถ เขาคงจะเลือกทั้งบ้าน แล้วผ่อนรถต่ออย่างแน่นอน”

(+) รูปแบบการใช้ชีวิตของคนสมัยใหม่ในปัจจุบันไม่ได้ยึดติดกับแบรนด์ของผลิตภัณฑ์เท่านั้น หากกลุ่มผู้บริโภคสมัยใหม่นึกถึงการบริการและคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิภาพและมีความเป็นกันเองเข้าถึงได้ง่าย

2.2.4 เทคโนโลยี (Technology)

(+) ในโลกยุคปัจจุบันของการสื่อสารที่ไร้พรมแดนนี้ ทำให้การดำรงชีวิตของคนในสังคมในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ นั้นง่ายและสะดวกมากขึ้น การมี Website หรือ Social Network ไม่เพียงแต่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคฝ่ายเดียวเท่านั้น หากแต่ยังส่งผลต่อผู้ประกอบการในการทำการตลาดส่งข้อมูลข่าวสารหรือรายละเอียดต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจได้เช่นกัน

(+) การพัฒนาทางเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้ามากขึ้นในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ทำให้ความสะดวกและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลรักษาสภาพสีของรถยนต์นั้น ส่งผลให้ตลาดร้านล้างรถมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการอยู่เสมอ ซึ่งส่งผลต่อผู้บริโภคที่จะได้มีทางเลือกมากขึ้น

2.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ-Five Forces)

2.3.1 แรงกดดันที่ 1: กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มรายใหม่

(-) เทคโนโลยีสมัยใหม่ในปัจจุบันที่มีความก้าวหน้ามากขึ้นทำให้คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและสะดวก รวดเร็วขึ้น

(+) ธุรกิจล้างรถยนต์มีรูปแบบการลงทุนที่หลากหลายทั้งจากร้านซื้อแฟรนไชส์คาร์แคร์ชื่อดัง หรือร้านที่ได้รับการอบรมการทำธุรกิจคาร์แคร์จากแฟรนไชส์ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดรถยนต์ โดยต้นทุนค่าใช้จ่ายตั้งแต่หลักหมื่นจนถึงหลักล้านจึงทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้ามาทำธุรกิจได้ง่าย

(+) จากการแข่งขันในตลาดธุรกิจบริการคาร์แคร์ที่มีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้น การจัดทำโปรโมชัน ส่งเสริมการตลาดของทางร้านเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่เข้ารับบริการ ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเป็นการรักษากลุ่มลูกค้าฐานเดิมที่มีอยู่ และดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่

2.3.2 แรงกดดันที่ 2: ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

(-) ในภาคอุตสาหกรรมผู้ประกอบการที่ให้บริการร้านล้างรถในแถบถนนเส้นเกษตร-นวมินทร์มีเป็นจำนวนมาก โดยมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายทั้งทางด้านราคาและลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ เนื่องจากบริเวณดังกล่าวเป็นบริเวณแหล่งที่อยู่อาศัย จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูง ดังนั้นทางร้านควรเน้นการพัฒนาความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับใช้และสร้างจุดเด่นในการแข่งขันในอนาคต

2.3.3 แรงกดดันที่ 3: ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

(-) สินค้าทดแทนในภาคอุตสาหกรรมคาร์แคร์นั้นมีจำนวนมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันแบบสมบูรณ์ ปัจจัยทางด้านราคาถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อ โดยหาผู้เข้ารับบริการไม่ได้ใส่ใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในการทำความสะอาดรถยนต์มากนัก สินค้าที่มีราคาถูกก็สามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดได้

2.3.4 แรงกดดันที่ 4: อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

(-) ธุรกิจคาร์แคร์ที่เกิดขึ้นในเขตกรุงเทพมหานครก็เพื่อรองรับปริมาณรถยนต์ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากบนท้องถนน การให้บริการที่หลากหลาย บวกกับการจัดโปรโมชันดึงดูดความสนใจของลูกค้า ในการส่งเสริมการขายของแต่ละร้าน ทำให้อำนาจต่อรองของลูกค้าในการเข้ารับบริการมีสูง เนื่องจากลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการร้านที่ตนเองรู้สึกประทับใจ ดังนั้นหากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมทางการตลาด ควบคู่กับการรักษาคุณภาพการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เสมอต้นเสมอปลาย ก็จะช่วยส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและส่งผลดีต่อการใช้บริการครั้งใหม่ในอนาคต ซึ่งอำนาจในการต่อรองของลูกค้าก็จะลดลง

2.3.5 แรงกดดันที่ 5: อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier)

(+) ทางร้านเลือกทำหน้าที่เป็น Dealer ในการใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดรถยนต์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยไม่ได้เจาะจงเลือกใช้ผลิตภัณฑ์แบรนด์เดียวทั้งหมด ทำให้ทางร้านมีอำนาจในการต่อรองกับผู้จัดส่งวัตถุดิบมีสูง โดยทางร้านจะคัดเลือกวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพและมีชื่อเสียงไว้ให้บริการตามลักษณะปัญหาสภาพรถยนต์ของลูกค้าเป็นหลัก

ดังนั้นจากการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ ด้วยแรงกดดันทั้ง 5 ประการที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น แสดงให้เห็นว่า การทำธุรกิจร้านล้างรถ (คาร์แคร์) ถือเป็นธุรกิจที่มีรูปแบบหลากหลาย แม้ว่ากลุ่มคู่แข่งรายใหม่จะเข้าสู่ตลาดได้ง่าย แต่หากว่าในการทำธุรกิจผู้บริหารมีความสามารถในการส่งเสริมการตลาดที่สามารถดึงดูดลูกค้าในเกิดความสนใจในการบริการ พร้อมทั้งสามารถรักษาคุณภาพการบริการที่ได้มาตรฐานได้ เหล่านี้คือจุดแข็งที่ก่อให้เกิดการเติบโตของธุรกิจได้ในอนาคต

2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitive Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีสินค้าและบริการใกล้เคียงกับร้าน KLEAN BREAK-Professional Car Detailing ดังต่อไปนี้

2.4.1 ล้างละมุน Car Wash

สถานที่ตั้ง: ถนนเกษตร-นวมินทร์ ตอม่อ 139 ตรงข้าม Festival walk เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09:00-21:00 น.

รูปแบบร้าน

- บรรยากาศภายในร้านตกแต่งแบบเรียบง่าย หลังคา โครงสูง แยกส่วนพื้นที่ให้บริการทำความสะอาดรถยนต์มีการแบ่งส่วนเปียกและส่วนแห้งอย่างชัดเจน
- บริเวณลานจอดรถโดยรอบของร้านมีพื้นที่กว้างสามารถรองรับปริมาณรถได้มากกว่า 10 คัน
- ที่พักเพื่อรอรถยนต์ มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ บริการ Wi-Fi ฟรีสำหรับลูกค้า รวมทั้งมีบริการอาหารและเครื่องดื่มให้บริการ
- จำนวนพนักงานรับรถมีจำนวน 2 คน โดยเป็นเจ้าของร้านเอง นอกนั้นเป็นจำนวนลูกจ้างทั้งหมด 6 คน

- การให้บริการภายในร้านประกอบด้วย ล้างสี ถูฝุ่น เคลือบสี เคลือบแก้ว ทำความสะอาดฟอกเบาะ ซักพรม และล้างห้องเครื่อง

- **ผลจากการสัมภาษณ์**

- ร้านเปิดบริการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 6 ปี
- ราคาให้บริการขั้นต่ำ 150 บาท (ล้างสี+ถูฝุ่น)
- บริการยอดนิยม คือ ล้างสีถูฝุ่นทั่วไป และบริการเคลือบแก้ว
- เวลาที่ลูกค้าใช้บริการแต่ละครั้งขั้นต่ำอยู่ที่ประมาณ 30 นาที
- ตัดสินใจเปิดร้านเนื่องจากมองเห็นคู่แข่งทางการทำธุรกิจคาร์แคร์ในย่านเกษตร-นวมินทร์ บวกกับเป็นเจ้าของร้านที่ริเริ่มการล้างรถแบบเคลือบแก้วในย่านนี้
- เน้นการจัดโปรโมชั่น ล้างสี ถูฝุ่น และเคลือบแก้วเพื่อดึงดูดลูกค้า



ภาพที่ 2.1: ร้านล้างละมุน Car Wash

2.4.2 WAAP Car Detailing

สถานที่ตั้ง: ตั้งอยู่ติดกับ ร้านอาหาร Waterside บนถนนประดิษฐ์มนูธรรม ตัด กับเกษตร-นวมินทร์ เปิดบริการตั้งแต่จันทร์ ถึง วันศุกร์ เวลาเที่ยงวัน-เที่ยงคืน, วันเสาร์ ถึงวันอาทิตย์ เวลาตั้งแต่ 10:00-เที่ยงคืน

รูปแบบร้าน

- บรรยากาศภายในร้านตกแต่งแบบเรียบง่าย โทนสีเทา ส่วนพื้นที่ให้บริการทำความสะอาดรถยนต์มีการแบ่งส่วนเปียกและส่วนแห้งอย่างชัดเจน
- บริเวณลานจอดรถโดยรอบของร้านมีพื้นที่จำกัด
- ที่พักเพื่อรอรับรถยนต์ มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ และมีบริการ Wi-Fi ฟรี สำหรับลูกค้า
- จำนวนพนักงานรับรถมีจำนวน 2 คน โดยเป็นเจ้าของร้านเอง นอกนั้นเป็นจำนวนลูกจ้างทั้งหมด 4 คน
- การให้บริการภายในร้านประกอบด้วย ล้างสี ดูดฝุ่น สเปรย์แวก ขัดคราบโคลน เคลือบสี เคลือบแก้ว ลูบดินน้ำมัน ทำความสะอาดเบาะหนัง และแผงข้าง ล้างห้องเครื่อง

ผลจากการสัมภาษณ์

- ร้านเปิดบริการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ปี
- ราคาให้บริการขั้นต่ำ 180 บาท (ล้างสี+ดูดฝุ่น+สเปรย์แว็ก)
- บริการยอดนิยม คือ การบริการเคลือบแก้วเป็นหลัก
- เวลาที่ลูกค้าใช้บริการแต่ละครั้งขั้นต่ำอยู่ที่ประมาณ 30 นาที
- ตัดสินใจเปิดร้านเนื่องจากอยู่ตรงข้ามกับร้านอาหารชื่อดัง
- เน้นการจัดโปรโมชั่นเคลือบแก้วเป็นหลักเพื่อดึงดูดลูกค้า



ภาพที่ 2.2: ร้าน WAAP Car Detailing

2.4.3 AUTOLAB Crystal Coating

สถานที่ตั้ง: 13/18 หมู่ 9 ถนน ประเสริฐมนูกิจ (เกษตร-นวมินทร์) แขวงคลองกุ่ม เขต บึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10240 เปิดบริการทุกวันตั้งแต่เวลา 09:00-00.00 (เที่ยงคืน)

รูปแบบร้าน

- บรรยากาศภายในร้านตกแต่งแบบเรียบง่ายในโทนสีเทา ส่วนพื้นที่ให้บริการทำความสะอาดรถยนต์มีการแบ่งส่วนเปียกและส่วนแห้งอย่างชัดเจน
- บริเวณลานจอดรถโดยรอบของร้านมีพื้นที่กว้างสามารถรองรับปริมาณรถได้มากกว่า 10 คัน
- ที่พักเพื่อรอรถยนต์ มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ มีบริการ Wi-Fi ฟรีสำหรับลูกค้า รวมทั้งมีบริการร้านกาแฟ
- จำนวนพนักงานรับรถมีจำนวน 2 คน โดยเป็นเจ้าของร้านเอง นอกนั้นเป็นจำนวนลูกจ้างทั้งหมด 5 คน
- การให้บริการภายในร้านประกอบด้วย ล้างสี ดูดฝุ่น สเปรย์แวก ขัดคราบโคล (ขัดรถลอยขนแมว) เคลือบสี เคลือบแก้ว ลูบดินน้ำมัน ทำความสะอาด ฆ่าเชื้อฟอกเบาะ - พรม ด้วยเครื่องพ่นไอน้ำร้อน Steamer พร้อมเคลือบปรับสภาพภายใน รวมทั้งให้บริการติดฟิล์มแก้วคริสตัล โดยเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์แต่เพียงผู้เดียว โดยตรงจากประเทศญี่ปุ่น

ผลจากการสัมภาษณ์

- ร้านเปิดบริการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 3 ปี
- ราคาให้บริการขั้นต่ำ 200 บาท (ล้างสี+ดูดฝุ่น+สเปรย์แว็ก)
- บริการยอดนิยม คือ การบริการเคลือบแก้ว และติดฟิล์มแก้วคริสตัล
- เวลาที่ลูกค้าใช้บริการแต่ละครั้งขั้นต่ำอยู่ที่ประมาณ 30 นาที
- ตัดสินใจเปิดร้านเนื่องจากสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งให้บริการตกแต่งรถยนต์ และร้านจำหน่ายรถยนต์นำเข้า
- เน้นการจัด โปร โมชั่น เคลือบแก้วและติดฟิล์มแก้วเป็นหลักเพื่อดึงดูดลูกค้า



ภาพที่ 2.3: ร้าน AUTOLAB Crystal Coating

2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

2.5.1 จุดแข็ง (Strength)

- เป็นศูนย์บริการล้างรถยนต์ที่มีรูปแบบทันสมัย บริการรวดเร็ว มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ด้วยบรรยากาศที่อบอุ่น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายในการเข้ารับบริการ
- การดูแลบริหารธุรกิจโดยเจ้าของโดยตรง เน้นการบริการที่มีคุณภาพด้วยผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับของตลาด พร้อมทำการตรวจเช็คงานก่อนส่งมอบให้กับลูกค้าทุกครั้ง
- สร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า โดยการใส่ใจในรายละเอียดการเข้ารับบริการ ด้วยการจัดทำระบบบันทึกข้อมูลการเข้ารับบริการล้างรถสำหรับลูกค้าทุกท่าน
- มีบริการร้านอาหาร เครื่องดื่ม และเบเกอรี่ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าระหว่างเข้ารับบริการ ทั้งเป็นการไม่ทำให้ลูกค้าเสียเวลาไปโดยเปล่าประโยชน์
- ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมลูกค้าเดินทางเข้าออกสะดวก เนื่องจากร้านติดเส้นถนนหลัก

2.5.2 จุดอ่อน (Weakness)

- เจ้าของกิจการไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อน ทำให้ยังขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการโดยรวม และการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ต้องผ่านการฝึกฝนให้ได้ทักษะการบริการที่ได้มาตรฐานของทางร้าน

- เนื่องจากเป็นธุรกิจเปิดใหม่จึงยังไม่มีลูกค้าประจำ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการส่งเสริมการตลาดเป็นระยะเพื่อสร้างความน่าสนใจ และดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- เนื่องจากเป็นธุรกิจคาร์แคร์ที่มีขนาดกลาง ต้นทุนในการลงทุนค่อนข้างสูง ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการคืนทุน

2.5.3 จุดโอกาส (Opportunity)

- จากปริมาณรถยนต์ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากคนส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์ในการเดินทางเพื่ออำนวยความสะดวก อีกทั้งด้วยลักษณะค่านิยมของคนไทยที่รักการดูแลรักษารถยนต์และมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ธุรกิจร้านล้างรถถือเป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต
- คุณภาพการบริการถือเป็นสิ่งสำคัญมากกว่า เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่เข้ารับบริการมี Brand Loyalty หรือ ความภักดีต่อสินค้าสูง หากลูกค้าพอใจโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำก็มีในอัตราสูง

2.5.4 อุปสรรค (Threat)

- ผลกระทบจากฤดูกาล โดยเฉพาะ ฤดูฝนที่เป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจ
- การบริหารจัดการทั้งด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ วัสดุดิบ รวมทั้งบุคคลากรในองค์กร ต้องทำการควบคุมคุณภาพการทำงานอยู่เสมอ เพื่อลดปัญหาต้นทุนที่อาจเพิ่มขึ้นจากการดำเนินงาน และปัญหาอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการให้บริการ
- การแข่งขันในกลุ่มธุรกิจคาร์แคร์นั้นมีเป็นจำนวนมาก และถือเป็นการแข่งขันแบบตลาดแข่งขันสมบูรณ์ อำนาจในการต่อรองจึงอยู่ที่ลูกค้า

ดังนั้นจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของร้าน KLEAN BREAK แสดงให้เห็นว่าโอกาสการทำธุรกิจร้านล้างรถนั้นสามารถเติบโตไปได้ในอนาคตเนื่องจากจำนวนรถยนต์ที่มีอยู่บนท้องถนนเป็นจำนวนมาก ประกอบกับค่านิยมการรักษารถยนต์และวิถีชีวิตของคนที่เร่งรีบทำให้เอื้อประโยชน์ต่อการให้บริการล้างรถมากขึ้นเพราะช่วยอำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาให้กับคนในเมือง อีกทั้งด้วยลักษณะของธุรกิจที่มีการแข่งขันแบบตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีจุดเด่นและเอกลักษณ์ในการให้บริการที่มีมาตรฐาน มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ รับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาด้วยความใส่ใจและเป็นอันเองกับลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดการไว้วางใจและเชื่อใจในการให้บริการต่อไปในอนาคต

แม้จะมีผลกระทบด้านลบทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการทำธุรกิจ ทั้งทักษะความสามารถในด้านการบริหารงานของฝ่ายบริหารที่ยังขาดประสบการณ์ การใช้ระยะเวลาในการสร้างฐานลูกค้า ต้นทุนการดำเนินงานและการลงทุนที่ค่อนข้างสูง รวมทั้งข้อจำกัดทางด้านสภาพอากาศบางฤดูกาลที่ไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ และคู่แข่งที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในท้องตลาดก็ตาม



บทที่ 3

แผนการดำเนินงานทางธุรกิจและแผนการผลิต

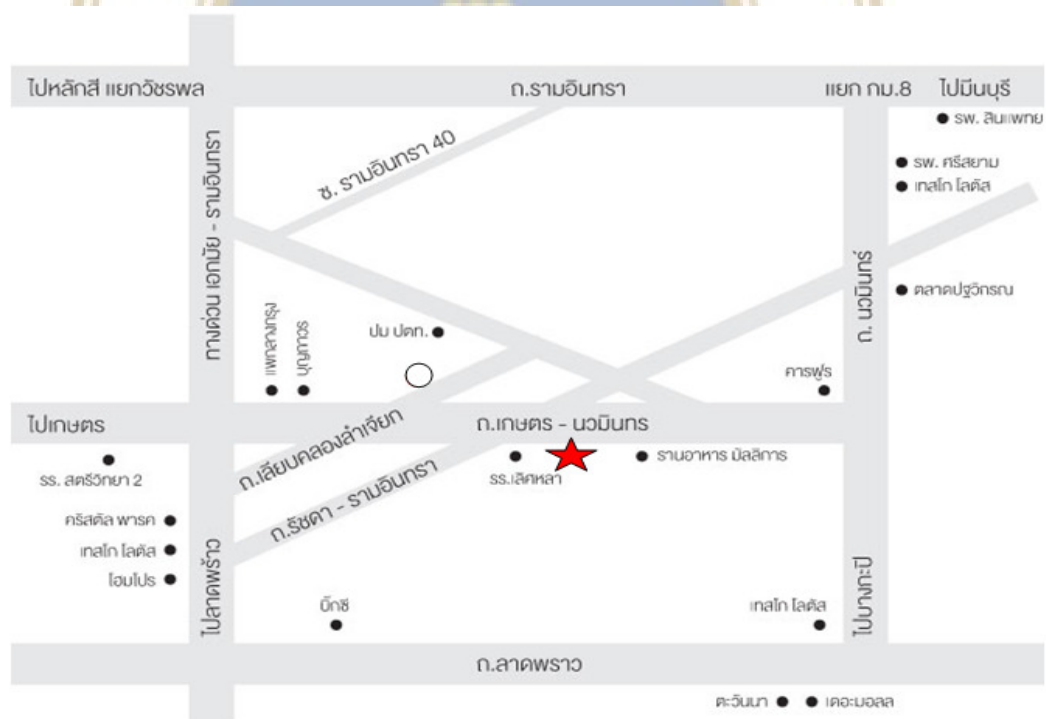
3.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ

ชื่อธุรกิจ: “KLEAN BREAK-Professional Car Detailing”

สถานที่ตั้ง: ถนนเกษตร-นวมินทร์ ดอหม้อที่ 240 ประเสริฐมนูกิจ บึงกุ่ม กทม. 10230

รูปแบบธุรกิจ: ร้านล้างรถ (คาร์แคร์) แบบ Stand Alone

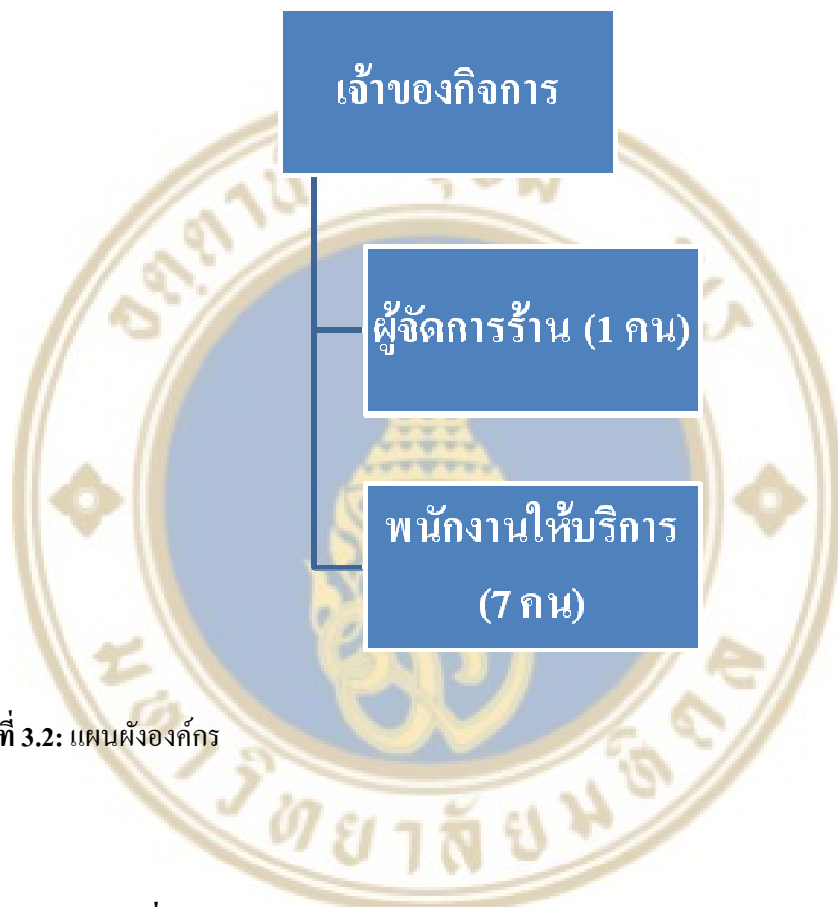
การให้บริการ: บริการล้างรถมาตรฐาน ทำความสะอาดภายใน ชัด เคลือบสี เคลือบแก้ว ฟีนฟูสภาพสี และฟีนฟูสภาพห้องโดยสาร



ภาพที่ 3.1: แผนที่ตั้งสถานที่ให้บริการ

3.2 โครงสร้างองค์กร

การบริหารงานและการดำเนินงานภายใต้โครงสร้างขององค์กรที่มีขนาดกลาง จึงมีรูปแบบและลักษณะการจัดการที่ง่ายไม่ซับซ้อน โดยทำการแบ่งส่วนการทำงานต่างๆ ออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่



ภาพที่ 3.2: แผนผังองค์กร

3.3 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ (Job Description)

3.3.1 เจ้าของธุรกิจ

- จัดหาผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการทำความสะอาดรถยนต์
- ทำการสำรวจตลาด และส่งเสริมการขาย โดยการจัด โปร โมชั่น เพื่อดึงดูดลูกค้า
- จัดทำเก็บข้อมูลการเข้ารับบริการของลูกค้าไว้ในระบบฐานข้อมูลของร้าน
- จัดการและบริหารระบบการเงิน

- คอยให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการเข้ารับบริการเบื้องต้น พร้อมดูแลและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

- คอยให้บริการอื่นๆ เพิ่มเติม

3.3.2 ผู้จัดการร้าน

- คอยให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการ
- ให้บริการทำความสะอาดรถยนต์ พร้อมตรวจเช็คคุณภาพก่อนทำการส่งมอบให้แก่ลูกค้า

- ดูแลและควบคุมการทำงานของพนักงานภายในร้าน
- ทำการฝึกอบรม พัฒนาคุณภาพการให้บริการ และบุคคลากรในองค์กรเพื่อให้การบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

- คอยช่วยเหลือเจ้าของกิจการและพนักงานภายในองค์กร

3.3.3 พนักงานให้บริการ

- มีหน้าที่ทำความสะอาดรถยนต์ตามลักษณะการเข้ารับบริการของลูกค้า ตั้งแต่ขั้นตอนการล้างรถ ดูดฝุ่นและเช็ดทำความสะอาดภายในรถยนต์ เช็ดทำความสะอาดห้องเครื่อง รวมทั้งทำความสะอาดภายนอกเช่น ขัด เคลือบสี และทำความสะอาดล้อ เป็นต้น

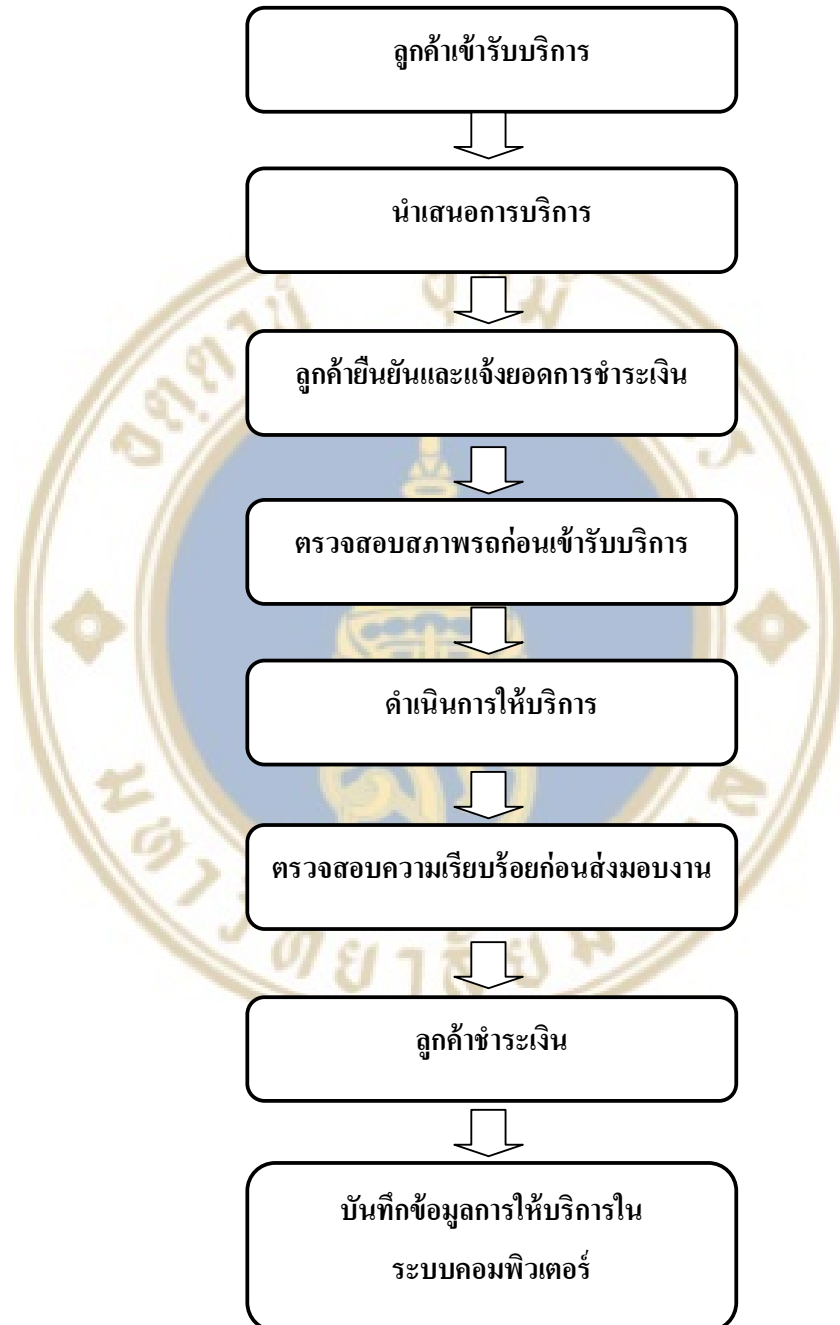
3.4 วันเวลาทำงาน

เปิดให้บริการทุกวัน วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 07:00-20:00 น. และวันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลา 09:00-22:00 น. ซึ่งเวลาการทำงานของพนักงานจะทำงานวันละ 12 ชั่วโมงต่อวัน และเวลาพักวันละ 1 ชั่วโมง

พนักงานแต่ละคนจะทำงานคนละ 6 วันต่อสัปดาห์ โดยผู้จัดการร้านจะทำหน้าที่จัดตารางการทำงานตามความเหมาะสม

3.5 กระบวนการผลิตและให้บริการ

กระบวนการและขั้นตอนการให้บริการมีการดำเนินงานดังต่อไปนี้



1. การรับคำสั่งซื้อบริการจากลูกค้า

เจ้าหน้าที่ภายในร้านไม่ว่าจะเป็นเจ้าของกิจการ หรือผู้จัดการร้านทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้า พร้อมเสนอการบริการต่างๆ ที่ตรงกับปัญหาสภาพรถยนต์ในขณะนั้น โดยทำการแจ้งรายละเอียด การส่งเสริมการตลาดให้ลูกค้าได้ทราบเบื้องต้น

2. สรุปคำสั่งซื้อบริการ พร้อมยืนยันคำสั่งซื้อ

เมื่อลูกค้าตัดสินใจเข้ารับบริการแล้ว ผู้จัดการร้านทำหน้าที่ตรวจสอบสภาพรถยนต์ โดยรอบเพื่อตรวจสอบหาจุดบกพร่อง หรือริ้วรอยที่เกิดก่อนการเข้ารับบริการ พร้อมแจ้งรายละเอียด ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า

3. การให้บริการ

จัดการดำเนินงานการให้บริการในรูปแบบที่ลูกค้าได้ทำการตกลงไว้เบื้องต้น ตามคำสั่งซื้อ โดยให้บริการที่คุณภาพตามมาตรฐานการให้บริการของทางร้าน

4. การส่งมอบงาน

ผู้จัดการร้านทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ โดยรวมก่อนส่งมอบงานให้แก่ลูกค้า โดยทำการเช็คสภาพโดยรวมรถยนต์เพื่อหาจุดบกพร่อง หรือริ้วรอยที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

5. การปิดการให้บริการ

หลังจากลูกค้าทำการชำระเงินที่จุดเคาน์เตอร์ให้บริการ โดยมีเจ้าของร้านทำหน้าที่ สอบถามความพึงพอใจในการให้บริการ ก่อนทำการบันทึกข้อมูลการเข้ารับบริการของลูกค้าใน ระบบข้อมูลตามมาตรฐานของทางร้าน

บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด

4.1.1 การแบ่งส่วนตลาดตามภูมิศาสตร์

สถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่บนถนนเกษตร-นวมินทร์ เป็นถนนเส้นหลักที่มีความหลากหลายทั้งเป็นย่านชุมชน แหล่งรวมศูนย์การค้า คอมมูนิตี้มอลล์ โรงเรียน ร้านอาหาร ร้านสปา และเป็นแหล่งรวมธุรกิจของคนรักรถทั้งรถแต่งดัดแปลง และรถยนต์หรูนำเข้า

4.1.2 การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

เป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ไม่ระบุเพศ การศึกษา และสถานะ เป็นได้ทั้งชาย-หญิง มีรายได้ระดับปานกลาง ถึงระดับสูง

4.1.3 การแบ่งส่วนตลาดตามจิตนิสัย

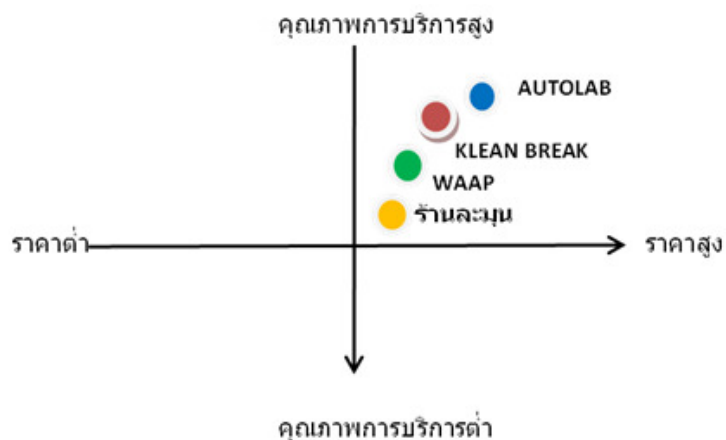
กลุ่มบุคคลที่รักรถมีความใส่ใจและดูแลรถยนต์อยู่เสมอ แต่หากมีปัจจัยในด้านพื้นที่ และเวลาที่มีจำกัดทำให้ไม่สามารถทำความสะอาดเองได้ โดยได้อาศัยอยู่ในเมือง มีลักษณะที่รักความสะอาดสบาย ใช้ Social Network ในชีวิตประจำวัน และมีทัศนคติที่ทันสมัย

4.2 การแบ่งกลุ่มลูกค้า

สามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายจากพื้นที่บริเวณโดยรอบถนนเกษตร-นวมินทร์ ได้ดังนี้

- กลุ่มเป้าหมายหลัก - กลุ่มคนรักรถ ทั้งรถยนต์ทั่วไป รถยนต์ที่ทำการตกแต่งหรือรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ ที่อยู่บริเวณถนนเกษตร-นวมินทร์ โดยไม่จำกัดอายุ และเพศ
- กลุ่มเป้าหมายรอง - กลุ่มผู้ปกครองที่รอรับเด็กนักเรียน โรงเรียนเลิศหล้า และกลุ่มบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่บริเวณถนนเกษตร-นวมินทร์ โดยไม่จำกัดอายุ และเพศ

4.3 ตำแหน่งทางการตลาด



ภาพที่ 4.1: ตำแหน่งทางการตลาดเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพการให้บริการและราคาค่าบริการ

จากภาพแสดงให้เห็นว่าคู่แข่งทางการตลาดบริเวณใกล้เคียงมีอยู่ด้วยกัน 3 ร้าน โดยมีลักษณะด้านคุณภาพการให้บริการและราคาค่าบริการที่แตกต่างกันไปดังนี้คือ ร้านละมุนหากเปรียบเทียบถือเป็นร้านล้างรถที่มีคุณภาพและราคาในระดับต่ำ ส่วนร้านล้างรถ WAPP ด้านคุณภาพการให้บริการและราคาที่ไม่สูงมากนัก และร้าน AUTOLAB ถือเป็นร้านใหญ่ที่มีคุณภาพและราคาสูงที่สุดในแถบถนนเกษตร-นวมินทร์

ซึ่งหากเปรียบเทียบด้านคุณภาพการให้บริการและราคาค่าบริการจะเห็นได้ว่า KLEAN BREAK-Professional Car Detailing ใช้ความแตกต่างด้านคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งได้ครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดตั้งแต่ต้น ตลอดจนถึงการส่งมอบรถ โดยทางร้านเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับทุกสภาพปัญหาของรถยนต์ อุปกรณ์ที่ใช้ทำความสะอาดและทำการตรวจเช็คความเรียบร้อยโดยรอบก่อนการส่งมอบให้กับลูกค้า โดยมีการแบ่งสัดส่วนการทำทำความสะอาด และส่วนนี้รองรับบริการอย่างชัดเจน ในสภาพบรรยากาศของร้านที่มีการตกแต่งอย่างสวยงาม สะอาด มีความทันสมัยและสร้างความสะอาดสบายเป็นกันเอง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกเสียเวลา ดังนั้นจึงเห็นว่าบริการของร้านที่มีคุณภาพสูงในระดับราคาที่เหมาะสม

ตารางที่ 4.2: ราคาค่าบริการเคลือบเงาและรักษาสีรถ (Wash + Wash)

เคลือบเงาและรักษาสีรถ (Wash + WAX)	เวลา	ขนาดของรถ					
		S	M	L	XL	XXL	VAN
Butter Wet Wax (เงา มัน ฉ่ำ แวกพื้นฐาน)	1 ชั่วโมง	450	520	550	600	650	690
Wet Mirror (เงา ฉ่ำ ปกป้องรังสี UVA และ UVB)	1 ชั่วโมง	470	540	580	640	680	720
Black Light/FS (เงาใส คมชัด สีรถดูเข้มขึ้น เนื้อแว๊กละเอียดสูง ปกป้องได้ยาวนาน)	45 นาที	490	570	630	730	770	800
Jet Seal 209 (New Formula) (เงาใส มีมิติ เล่นแสงและขับเมทัลลิกของสีได้ดี ปกป้องได้ยาวนาน)	45 นาที	540	590	650	750	790	840

ตารางที่ 4.3: ราคาค่าบริการเคลือบเงาและรักษาสีรถ 3 ขั้นตอน

เคลือบเงาและรักษาสีรถ 3 ขั้นตอน (Wash + ลูบดินน้ำมัน+PRE WAX+WAX)	เวลา	ขนาดของรถ					
		S	M	L	XL	XXL	VAN
Butter Wet Wax (เงา มัน ฉ่ำ แวกพื้นฐาน)	1.30 ชั่วโมง	720	750	870	940	1,080	1,120
Wet Mirror (เงา ฉ่ำ ปกป้องรังสี UVA และ UVB)	1 ชั่วโมง	750	780	900	970	1,110	1,170
Black Light/FS (เงาใส คมชัด สีรถดูเข้มขึ้น เนื้อแว๊กละเอียดสูง ปกป้องได้ยาวนาน)	1 ชั่วโมง	800	830	950	1,020	1,160	1,220

ตารางที่ 4.3: ราคาค่าบริการเคลือบเงาและรักษาสีรถ 3 ขั้นตอน (ต่อ)

		ขนาดของรถ					
เคลือบเงาและรักษาสีรถ 3 ขั้นตอน (Wash + ถูบดินน้ำมัน+PRE WAX+WAX)	เวลา	S	M	L	XL	XXL	VAN
Jet Seal 209 (New Formula) (เงาใส มีมิติ เล่นแสงและจับเมทัลลิก ของสีได้ดี ปกป้องได้ยาวนาน)	1 ชั่วโมง	850	880	1,000	1,070	1,210	1,270

ตารางที่ 4.4: ราคาค่าบริการเคลือบเงาและรักษาสีรถ 4 ขั้นตอน

		ขนาดของรถ					
Wash+ถูบดินน้ำมัน+PRE WAX+GLAZE+WAX (4 STEP)	Time	S	M	L	XL	XXL	VAN
Vintage Butter Wet Wax	2 ชั่วโมง	1,500	1,600	1,700	1,800	1,900	2,000

ตารางที่ 4.5: ราคาค่าบริการเคลือบแก้ว

		ขนาดของรถ					
เคลือบแก้ว (Glass Coating)	Time	S	M	L	XL	XXL	VAN
Glass Coating	2 วัน	16,000	18,000	19,500	21,000	23,500	26,500

- กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

สถานที่ตั้งของร้านอยู่ติดกับถนนหลักเส้นเกษตร-นวมินทร์ ซึ่งง่ายต่อการเข้ารับบริการของลูกค้า อีกทั้งบนเส้นถนนดังกล่าวยังเป็นแหล่งพื้นที่ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มคนรักรถยนต์ กลุ่มรถยนต์หรูนำเข้า กลุ่มผู้ปกครองที่รอรับเด็กนักเรียน ซึ่งบรรยากาศภายในร้านจะตกแต่งแบบสบายๆ เหมาะสำหรับเป็นสถานที่นัดพบสังสรรค์ นั่งทำงาน ซึ่งสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เข้ารับบริการอีกด้วย

- กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

- จัดทำแผ่นพับ หรือจัดทำป้ายโฆษณาในบริเวณคอมมูนิตีมอลล์ และห้างสรรพสินค้าที่ใกล้เคียง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าได้ทราบ

- จัดทำการตลาดผ่านทาง Website ของทางร้านและผ่านสื่อ Social Media กลุ่มคนรักรถยนต์และกลุ่มคนทั่วไปในการให้ข้อมูลข่าวสารของทางร้าน เช่น Facebook, Instagram หรือ Line

- เปิดรับสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิประโยชน์ของทางร้าน เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น (Brand Royalty) ในการให้บริการและก่อให้เกิดการบอกต่อ

- จัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่นการจัด Package ชุดคุ้มเป็นส่วนลดราคาในการให้บริการหากลูกค้าเลือกใช้บริการมากกว่า 1 อย่างขึ้นไป หรือการกำหนดโปรโมชั่นสำหรับสมาชิกของทางร้าน

บทที่ 5

แผนการเงิน

แผนการเงินของโครงการ KLEAN BREAK-Professional Car Detailing ประกอบด้วย 5 ส่วนหลัก คือ งบลงทุนเมื่อครั้งเริ่มโครงการสมมติฐานทางการเงิน โดยได้ประมาณการผลประกอบการในปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 ต้นทุนของสินค้าและบริการ ซึ่งในผลประกอบการจะประกอบด้วย งบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสดของโครงการ

5.1 สมมติฐานทางการเงิน

โครงการร้านล้างรถ KLEAN BREAK-Professional Car Detailing มีงบลงทุนในปีแรก 2,100,000 ล้านบาท ซึ่งประกอบไปด้วยรายการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1: งบการลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ

งบการลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น(บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของผู้ถือหุ้น
		เจ้าหนี้ การค้า	เงินกู้	
แหล่งที่มาของเงินทุน (บาท)				
ทุนส่วนของผู้ถือหุ้นกิจการ	-	-	-	-
รวม	2,100,000	-	-	2,100,000
แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (บาท)				
ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-
สิ่งปลูกสร้าง	1,200,000	-	-	1,200,000
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	500,000	-	-	500,000
อุปกรณ์สำนักงาน	30,000	-	-	30,000

ตารางที่ 5.1: งบการลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ (ต่อ)

งบการลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น(บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของผู้ถือหุ้น
		เจ้าหนี้ การค้า	เงินกู้	
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	150,000	-	-	150,000
เงินทุนหมุนเวียน	220,000	-	-	220,000
รวม	2,100,000	-	-	2,100,000

5.1.1 การประมาณการรายได้

ตารางที่ 5.2: ปริมาณรถที่จะมาใช้บริการสูงสุด

ความสามารถในการให้บริการของทางร้านและพนักงานภายในร้าน	หน่วย
ปริมาณรถที่จะมาใช้บริการ ต่อวัน	48 คัน
จำนวนวันที่เปิดให้บริการ	30 วัน
จำนวนเดือนที่ให้บริการภายใน 1 ปี	12 เดือน
จำนวนชั่วโมงในการให้บริการภายใน 1 วัน	12 ชั่วโมง
วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 07:00-20:00 น.	
วันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลา 09:00-22:00 น.	
จำนวนวันหยุดของพนักงานภายใน 1 สัปดาห์	1 วัน

หมายเหตุ: พนักงานให้บริการมีทั้งหมด 8 คน

มี 5 ช่องให้บริการ โดย 1 ช่องบริการใช้พนักงาน 2 คนในการให้บริการ

มี 4 ช่องให้บริการสูงสุดโดยเปิดทำการ 13 ชั่วโมง หยุด 1 ชั่วโมง ต่อวัน

ดังนั้น 1 วัน จะสามารถให้บริการได้สูงสุดเท่ากับ $4 \times 12 = 48$ คัน

ตารางที่ 5.3: ความสามารถในการผลิตสูงสุด (กันต่อเดือน)

ความสามารถในการให้บริการของทางร้าน (การผลิตสูงสุด)	หน่วย : คัน
ล้างสี+คูคฝุ่น	860 คัน
ล้างเคลือบสี	290 คัน
ล้าง ขัด เคลือบสี	290 คัน

ตารางที่ 5.4: ปริมาณการขาย/ ผลิตตามประมาณการยอดขาย ต่อปี

คิดเป็นร้อยละของปริมาณ การผลิตสูงสุด (ต่อปี)	60%	66%	73%	78%	96%
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ล้างสี+คูคฝุ่น	6,192	6,811	7,492	8,616	9,909
ล้างเคลือบสี	2,088	2,297	2,526	2,905	3,341
ล้าง ขัด เคลือบสี	2,088	2,297	2,526	2,905	3,341
รวม	10,368	11,405	12,545	14,427	16,591

หมายเหตุ: ในปีแรก 10,368 คันต่อปี คือเฉลี่ย 28 คันต่อวัน

ดังนั้นใน 1 ชั่วโมงสามารถให้บริการได้ 2 คัน

เนื่องจาก มี 4 ช่องการให้บริการ เท่ากับใช้เวลาในการให้บริการสูงสุด 1 ชั่วโมง ต่อการให้บริการรถยนต์ 1 คัน

ตารางที่ 5.5: ราคาขายต่อหน่วย (บาทต่อกัน)

ราคาขายสินค้าและบริการต่อหน่วย	หน่วย : บาท
ล้างสี+อุดฝุ่น	200 บาท
ล้างเคลือบสี	370 บาท
ล้าง ขัด เคลือบสี	800 บาท

ตารางที่ 5.6: ยอดขาย (ต่อปี)

ยอดขายสินค้าหรือ การให้บริการ (ต่อปี)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ล้างสี+อุดฝุ่น	1,238,400	1,362,240	1,498,464	1,723,234	1,981,719
ล้างเคลือบสี	772,560	849,816	934,798	1,075,017	1,236,270
ล้าง ขัด เคลือบสี	1,670,400	1,837,440	2,021,184	2,324,362	2,673,016
รวม	3,681,360	4,049,496	4,454,446	5,122,612	5,891,004

5.2 ต้นทุนสินค้าและบริการ

5.2.1 การประมาณการต้นทุนการผลิต

ตารางที่ 5.7: ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบ (ต้นทุนแปรได้ต่อหน่วย)

สินค้าหรือบริการ ล้างสี+อุดฝุ่น	ต้นทุนวัตถุดิบ บาท : คัน
วัตถุดิบในการผลิต	
น้ำยาทำความสะอาด	30 บาท
รวม	30 บาท

สินค้าหรือบริการ ล้างสี+อุดฝุ่น	ต้นทุนวัตถุดิบ บาท : คัน
วัตถุดิบในการผลิต	
น้ำยาทำความสะอาด	30 บาท
น้ำยาเคลือบ	50 บาท
รวม	80 บาท

สินค้าหรือบริการ ล้างสี+อุดฝุ่น	ต้นทุนวัตถุดิบ บาท : คัน
วัตถุดิบในการผลิต	
น้ำยาทำความสะอาด	30 บาท
น้ำยาเคลือบ	50 บาท
น้ำยาขัด	40 บาท
รวม	120 บาท

ตารางที่ 5.8: ต้นทุนวัตถุดิบ

ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตสินค้า หรือการให้บริการ (บาทต่อปี)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ล้างสี+คูดฝุ่น	185,760	204,336	224,770	258,485	297,258
ล้างเคลือบสี	167,040	183,744	202,118	232,436	267,302
ล้าง ขัด เคลือบสี	250,560	275,616	303,178	348,654	400,952
รวม	603,360	663,696	730,066	839,575	965,512

ตารางที่ 5.9: แรงงานในการผลิต

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
9,000	พนักงาน	7	8	9	10	11
16,000	ผู้จัดการร้าน	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการผลิต		948,000	1,056,000	1,164,000	1,272,000	1,380,000

ตารางที่ 5.10: แรงงานในการขายและบริหาร

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
30,000	ผู้บริหาร	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการผลิต		360,000	360,000	360,000	360,000	360,000

ตารางที่ 5.11: ค่าโสหุ้ยในการผลิต (ต่อปี)

ค่าโสหุ้ยในการผลิต (บาทต่อปี)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าไฟฟ้า+ค่าน้ำปะปา	96,000	105,600	116,160	133,584	153,622
ค่าอินเตอร์เน็ต	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600
ค่าใบอนุญาตทำงานให้คนต่างด้าว	19,600	22,400	25,200	28,000	30,800
รวม	125,200	137,600	150,960	171,184	194,022

ตารางที่ 5.12: ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (บาทต่อปี)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าทำสิ่งพิมพ์	12,000	12,000	14,000	14,000	14,000
รวม	12,000	12,000	14,000	14,000	14,000

ตารางที่ 5.13 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (บาทต่อปี)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่า	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
ค่าฟองน้ำ+ผ้าไฟเบอร์	17,500	20,125	23,144	27,773	33,327
รวม	617,500	620,125	623,144	627,773	633,327

หมายเหตุ: ราคาเช่าคงที่ตลอด 5 ปี

5.3 งบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,681,360	4,049,496	4,454,446	5,122,612	5,891,004
ต้นทุนขาย					
- วัสดุคืบ	603,360	663,696	730,066	839,575	965,512
- แรงงานในการผลิต	948,000	1,056,000	1,164,000	1,272,000	1,380,000
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	170,000	170,000	170,000	170,000	170,000
- ค่าสูญหายในการผลิต	125,200	137,600	150,960	171,184	194,022
รวมต้นทุนขาย	1,846,560	2,027,296	2,215,026	2,452,759	2,709,533
กำไรขั้นต้น	1,834,800	2,022,200	2,239,420	2,669,853	3,181,471
ค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร					
- แรงงานในการขายและการ บริหาร	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและ บริหาร	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	12,000	12,000	14,400	14,400	14,400
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและ บริหาร	617,500	620,125	623,144	627,773	633,327
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	1,025,500	1,028,125	1,033,544	1,038,173	1,043,727
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี เงินได้	809,300	944,075	1,205,876	1,631,681	2,137,744
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	809,300	944,075	1,205,876	1,631,681	2,137,744
ภาษีเงินได้	161,860	198,815	241,175	326,336	427,549
กำไรสุทธิ	647,440	795,260	964,701	1,305,344	1,710,195

ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	2,100,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- ยอดขาย	3,681,360	4,049,496	4,454,446	5,122,612	5,891,004
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	5,781,360.00	4,049,496	4,454,446	5,122,612	5,891,004
แหล่งที่มาใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	1,880,000	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	1,676,560	1,857,296	2,045,026	2,282,759	2,539,533
- ค่าใช้จ่ายในการขาย - ไม่รวมค่าเสื่อม	989,500	992,125	997,544	1,002,173	1,007,727
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	161,860	198,815	241,175	326,336	427,549
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	153,880	15,061	15,644	19,811	21,398
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	50,280	5,028	5,531	9,126	10,495
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ข.)	4,912,080	3,068,325	3,304,920	3,640,205	4,006,702
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	869,280	1,850,451	2,999,977	4,482,384
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	869,280	981,171	1,149,526	1,482,407	1,884,303
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	869,280	1,850,451	2,999,977	4,482,384	6,366,687

5.4 รายการแสดงฐานะทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	869,280	1,850,451	2,999,977	4,482,384	6,366,687
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	153,880	168,941	184,585	204,397	225,794
- สต็อกวัตถุดิบ	50,280	55,308	60,839	69,965	80,459
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,073,440	2,074,700	3,245,401	4,756,745	6,672,941
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
- สิ่งปลูกสร้าง	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
- เครื่องจักรอุปกรณ์	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,880,000	1,880,000	1,880,000	1,880,000	1,880,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	206,000	412,000	618,000	824,000	1,030,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,674,000	1,468,000	1,262,000	1,056,000	850,000
รวมสินทรัพย์	2,747,440	3,542,700	4,507,401	5,812,745	7,522,941

5.4 รายการแสดงฐานะทางการเงิน (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000
- กำไรสะสม	647,440	1,442,700	2,407,401	3,712,745	5,422,941
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,747,440	3,542,700	4,507,401	5,812,745	7,522,941
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,747,440	3,542,700	4,507,401	5,812,745	7,522,941

5.5 งบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	647,440	795,260	964,701	1,305,344	1,710,195
- ค่าเสื่อมราคา	206,000	206,000	206,000	206,000	206,000
กระแสเงินสดสุทธิ	853,440	1,001,260	1,170,701	1,511,344	1,916,195

มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) 2,368,166 บาท

BC Ratio 2.13 เท่า

อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) 44.73%

ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน



บทที่ 6

แผนบริหารความเสี่ยง

แผนบริหารความเสี่ยงที่ทางร้าน KLEAN BREAK-Professional Car Detailing ได้ให้ความสำคัญทั้งสถานการณ์และสภาพแวดล้อมภายในกิจการ ควบคู่กับสภาพแวดล้อมนอกที่เป็นปัจจัยและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการวางแผนได้กำหนดไว้เพื่อป้องกัน หลีกเลี่ยง หรือลดความเสี่ยงของปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการบริหารงานของร้าน อันได้แก่

6.1 ความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายนอก

6.1.1 ลดความเสี่ยงด้านผู้รับบริการ (Customer Risk)

เพื่อเพิ่มกำไรและผลประโยชน์ ทางร้านเน้นทำการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อสร้างแรงจูงใจ และแรงกระตุ้นให้ลูกค้ายินดีที่จะเข้ารับบริการและก่อให้เกิดการบอกต่อ โดยการจัดกิจกรรม โปรโมชัน เช่นการจัด Package สุดคุ้มเป็นส่วนลดราคาในการให้บริการหากลูกค้าเลือกใช้บริการมากกว่า 1 อย่างขึ้นไป หรือการกำหนดโปรโมชันพิเศษสำหรับสมาชิกของทางร้านเพื่อรับสิทธิประโยชน์ที่ทางร้านเตรียมมอบให้ นอกจากนี้ยังทำการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ทาง Website ของทางร้านและผ่านสื่อ Social Media ให้ข้อมูลข่าวสารของทางร้าน เช่น Facebook, Instagram หรือ Line เป็นต้น

6.1.2 ลดความเสี่ยงด้านคู่แข่ง (Competitive Risk)

เนื่องจากตลาดร้านล้างรถเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ดังนั้นเพื่อเป็นการกระตุ้นและเพื่อเพิ่มยอดขายของทางร้าน โดยการเพิ่มทางเลือกในการให้บริการด้วยการติดต่อ ประสานงานกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นศูนย์บริการรถยนต์ใกล้เคียง พร้อมส่วนลดพิเศษแก่กลุ่มลูกค้าดังกล่าวที่เข้ารับบริการกับทางร้าน อันได้แก่ โตโยต้า ฮอนด้า อีซูซุ รวมทั้งศูนย์โชว์รูมรถยนต์นำเข้าในย่านถนนเกษตร-นวมินทร์ ในระยะ 10 กิโลเมตร

6.1.3 ลดความเสี่ยงด้านคู่ค้า (Supplier Risk)

ทางร้านจะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้าและอุปกรณ์จากคู่ค้าหลายๆราย เพื่อเลือกและคัดสรรคุณภาพสินค้าที่ดีที่สุด อันได้แก่ น้ำยาล้างรถ น้ำยาเคลือบสีรถยนต์ อุปกรณ์และผ้าไฟเบอร์ต่างๆ เป็นต้น การที่เลือกใช้คู่ค้าหลายๆ รายก็เพื่อช่วยลดอำนาจการต่อรองของคู่ค้า เป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับทางร้านเพราะหากซื้อวัสดุในปริมาณมากก็จะช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้

6.2 ความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายใน

6.2.1 ลดความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

ทำการตรวจสอบสถานะทางการเงินที่ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ มีสภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งสามารถสร้างรายได้และผลกำไรต่อการดำเนินกิจการ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลรายงานการขายประจำวัน ทั้งยอดขายจากลูกค้าทั่วไปปกติและยอดขายที่เกิดจากการขายโปรโมชั่น รวมทั้งสรุปผลการทำงานและรายละเอียดการดำเนินงานทั้งหมด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประมาณการหรือวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินของทางร้าน ซึ่งถือเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อแก้ไขปัญหา หรือป้องกันปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

6.2.2 ลดความเสี่ยงที่เกิดจากการดำเนินงาน (Operational Risk)

- ด้านบุคลากร ทางร้านให้ความสำคัญกับการจัดหาจัดจ้าง คัดเลือกและพัฒนาบุคลากร ที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อลดปัญหาขาดแคลนแรงงานในการทำงาน โดยยึดหลักความถูกต้องตามหลักกฎหมายแรงงานตามที่กฎหมายได้กำหนด เช่น การจัดหาจ้างงานคนงานจากแหล่งจัดหางาน หรือสำนักงานจัดหางาน ซึ่งในกรณีคนงานต่างด้าวที่ได้รับการจ้างงานกับทางร้านก็จะดำเนินการขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าวตามที่กฎหมายกำหนด

- ด้านการปฏิบัติงาน วัสดุ อุปกรณ์ และขั้นตอนการดำเนินงาน

- พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติงานจะได้รับการฝึกอบรม ให้ความรู้และข้อมูลในการปฏิบัติงานตาม มาตรฐานของทางร้าน ทั้งวิธีการล้างรถอย่างถูกวิธี การใช้อุปกรณ์และน้ำยาทำความสะอาดรถยนต์ที่ถูกต้อง รวมทั้งขั้นตอนการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทำความสะอาดด้วยความชำนาญ เกิดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อลดอุบัติเหตุหรือปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

- ทางร้านทำการติดตั้งถังเก็บน้ำขนาดใหญ่ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับร้านล้างรถ เพื่อที่จะได้มีน้ำสำรองไว้ใช้เพียงพอสำหรับใช้งานบริการล้างรถตลอดเวลา ทั้งนี้ยังเป็นการแก้ปัญหา หรือแผนฉุกเฉินในกรณีที่น้ำประปาไม่ไหลอีกด้วย

ดังนั้นจากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นตามแผนบริหารความเสี่ยงของทางร้าน ถือเป็นเครื่องมือในการเตรียมความพร้อมให้แก่เจ้าของกิจการให้สามารถคาดการณ์เหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในการบริหารงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินกิจการ การวางแผนบริหารความเสี่ยง จะช่วยให้เจ้าของกิจการสามารถกำหนดวิธีการจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ เพื่อหลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายส่วนเกินที่อาจเกิดขึ้น หรือการส่งมอบงานที่สร้างความไม่พึงพอใจแก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการ พร้อมเป็นการสร้างความเชื่อมั่นได้ว่าการดำเนินกิจการสามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้



บรรณานุกรม

กลุ่ม 8 ธุรกิจ SMEs ที่มีแนวโน้มเติบโตได้ในอนาคตปี 2556. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th> [2558, 27 มิถุนายน].

คลังความรู้ 8 เทรนด์ธุรกิจสุดฮิตยุค 2558. สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.federationthaisme.org> [2558, 30 มิถุนายน].

รายงานสถิติรถยนต์ที่จดทะเบียนสะสม. กรมการขนส่งทางบก. (2557). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.dlt.go.th> [2558, 27 มิถุนายน].

เศรษฐกิจ. คาร์แคร์เดลิเวอรี่ ธุรกิจตอบโจทย์ผู้เช่ารถในเมือง. ไทยพีบีเอส. (2557). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaipbs.or.th> [2558, 30 มิถุนายน].

แนวโน้มการเติบโตธุรกิจคาร์แคร์. บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.kasikornresearch.com> [2558, 27 มิถุนายน].

