

แผนการเงินและความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งบริษัท เพน อิท โป้ร จำกัด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนการเงินและความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งบริษัท เพน อิท โพร จำกัด

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2560



.....
นางสาวเกวลิน สวงนศักดิ์ภักดิ์

ผู้วิจัย

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนพล ธีระสา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
ดวงพร อภาศิริปี่,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
เกียรติชัย กาพสินธุ์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระเรื่องแผนธุรกิจ *Pen It Pro* ปากกาซ่อมสีรถยนต์ด้วยตนเอง เพื่อความทนทานและเจดสีตรงตามที่เจ้าของรถยนต์ต้องการ รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาข้อมูลและโอกาสความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจปากกาซ่อมสีรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้สามารถนำไปใช้ดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดีทำให้ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

ทางคณะจัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงแก่ อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการ และคณะกรรมการที่ปรึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนพล วีราสา อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ ที่กรุณาให้คำปรึกษาจนทำให้รายงานศึกษาอิสระฉบับนี้เกิดขึ้นมาได้ ขอขอบพระคุณ คุณสมชาย สงวนศักดิ์ภักดี (กรรมการผู้จัดการ) บริษัท อาร์.ซี.อาร์ เคหะภัณฑ์ จำกัด และ คุณคณิต ชัยบริพันธ์ (ผู้อำนวยการสายงานขาย) บริษัท ทีไอเอ เพอฟอร์มแมนซ์ โค้ทติ้ง จำกัด (*TOA PC*) เป็นอย่างสูงที่กรุณาให้คำปรึกษาด้านการให้คำแนะนำที่มีประโยชน์แก่คณะผู้จัดทำ และขอขอบพระคุณ คุณภาวิ บุญชนภัทร (กรรมการผู้จัดการ) บริษัท ดิมเกรย์ จำกัด ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาในเรื่องของการออกแบบและการผลิตบรรจุภัณฑ์ *Pen It Pro* ซึ่งทุกๆ ส่วนที่ได้กล่าวมานั้น มีความสำคัญต่อทางคณะผู้จัดทำอย่างสูงสุด เอื้อประโยชน์จนทำให้ทางคณะผู้จัดทำสามารถประสบความสำเร็จในการผลิตผลิตภัณฑ์ *Pen It Pro* นี้

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจสำคัญตลอดมา ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ในห้องทุกท่านที่สละเวลาแบ่งปันข้อมูลอันมีคุณค่า ตลอดจนคณะครูอาจารย์ทุกท่านสำหรับความรู้และคำปรึกษา ขอขอบคุณบรรยากาศการเรียนการสอน ชั้นแนวหน้าที่เจ้าหน้าที่ทุกท่านในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลมอบให้

เกวลิน สงวนศักดิ์ภักดี

บทสรุปผู้บริหาร

จากประสบการณ์ของ คุณเกวณีน สงวนศักดิ์ภักดี หนึ่งในสมาชิกของผู้ก่อตั้ง มีธุรกิจครอบครัวจำหน่ายและบริการผสมสีฟันรถยนต์ จึงมองหาโอกาสในการต่อยอดธุรกิจที่มีอยู่ให้เติบโตยิ่งขึ้น ทีมผู้ก่อตั้งได้มองเห็นโอกาสจากเจ้าของรถยนต์ที่มีปัญหารถยนต์มีรอยขีดข่วนหรือรอยสะเก็ดหิน โดยประสบปัญหาในการส่งรถยนต์เพื่อทำการซ่อมสีกับอู่ซ่อมรถยนต์ คือ ใช้เวลาในการซ่อมนานและมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับรอยแผลเล็กๆ และค้นพบว่ากลุ่มเจ้าของรถยนต์เลือกใช้ปากกาแต้มสีรถยนต์ในการซ่อมสีเบื้องต้นให้กับรถยนต์ของตนเอง นอกจากนี้ จากการสำรวจผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งทั้งสินค้าในประเทศไทยและต่างประเทศนั้น ยังไม่มีแบรนด์ใดสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าจากการใช้ปากกาแต้มสีรถยนต์ได้ทั้งหมด จากการวิเคราะห์ปัญหาการใช้งานของผลิตภัณฑ์ในตลาดพบว่ามีปัญหาหลัก 3 ส่วน คือ มีเพียงเจดสีกลางทำให้การซ่อมไม่สวยงามเกิดรอยต่าง จับไม่ถนัดเนื่องจากรูปแบบหัวปากกาและลักษณะการจับไม่เหมาะสมกับการซ่อมสีรถ และสีไม่คงทนเหตุเพราะการซ่อมสีรถยนต์จำเป็นต้องทำให้ถูกต้อง 3 ขั้นตอนคือ รองพื้น สี และการเคลือบเงา

จากปัญหาของกลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่มีแบรนด์ใดสามารถตอบสนองความต้องการได้ ก่อปรกัจุดแข็งที่บริษัทมีคือความเชี่ยวชาญประสบการณ์เกี่ยวกับสีฟันซ่อมรถยนต์ เทคโนโลยีช่วยสนับสนุนการคำนวณและผสมสีให้มีมาตรฐาน และมีลูกค้าทางธุรกิจเป็นบริษัทสีฟันรถยนต์ ทีโอเอ เพอฟอร์มมามันซ์ โค้ทติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ในการช่วยวางแผนสูตรสีให้เหมาะสมกับการซ่อมในรูปแบบการแต้ม ทางกลุ่มผู้ก่อตั้งจึงมองเห็น โอกาสในการออกผลิตภัณฑ์ซ่อมสีรถยนต์ในรูปแบบปากกาที่แตกต่างและมีคุณภาพดีกว่าสินค้าที่มีในท้องตลาดปัจจุบัน เป็นที่มาของสินค้าปากกาซ่อมสีรถยนต์ ภายใต้แบรนด์ “Pen It Pro” โดยความแตกต่างของสินค้า คือ รูปแบบหัวปากกา สูตรสีฟันรถยนต์ และขั้นตอนการใช้งาน 3 ขั้นตอนเพื่อความคงทน (สีไป่ว สี และ เคลือบเงา) โดยผลิตภัณฑ์จะเป็นรูปแบบเซตสินค้า 3 แท่ง นอกจากนั้น บริษัทได้แบ่งสินค้าสำหรับกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ เจ้าของรถยนต์ และเจ้าของรถจักรยานยนต์ กลุ่มตลาดรวม (Mass Market) เช่น โตโยต้า ฮอนด้า เวส ป้า เป็นต้น และ กลุ่มตลาดเฉพาะกลุ่ม (Premium Market) เช่น เมอซิเดสเบนซ์ บีเอ็มดับเบิลยู คูาคาดี เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีปัญหาารถเป็นรอยโดยเกิดจากอุบัติเหตุแบบไม่มีคู่มือ และต้องการซ่อมสีรถยนต์ให้ดูสวยงาม

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

รูปแบบธุรกิจของบริษัท เพน อิท โปร จำกัด เป็นลักษณะของการผลิตตามคำสั่งซื้อ ไม่จำเป็นต้องสต็อกสินค้า เนื่องจากในขั้นตอนการผลิตมีอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีสนับสนุนให้การคำนวณสูตรสี ผสมสี และ หยอดสีได้ในปริมาณที่ต้องการ ทั้งนี้บริษัทฯ จะทำการสั่งผลิตและควบคุมการผลิตกับบริษัท อาร์.ซี.อาร์. เคหะภัณฑ์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทฯ ของครอบครัวคุณเกวลิน สงวนศักดิ์ภักดี โดยบริษัท เพน อิท โปรมีผู้บริหารซึ่งเป็นหุ้นส่วนหลัก 3 คน คือ เกวลิน สงวนศักดิ์ภักดี ตำแหน่ง Chief Executive Officer และ Sales & Co-Partner คุณชนทิพย์ ธีรมโนธรรม ตำแหน่ง Marketing และ Research and Development และ คุณชนิษา ไพทริยชาธรรม ตำแหน่ง Head of Operation and Administration นอกจากนี้บริษัทฯ จะจ้างพนักงานทั้งหมดจำนวน 4 คน ได้แก่ พนักงานฝ่ายขาย พนักงานฝ่ายควบคุมการผลิต พนักงานฝ่ายแพ็คและส่งสินค้า และพนักงานฝ่ายบริหารจัดการ สำหรับเงินทุนเริ่มต้นบริษัทใช้เงินทั้งหมดจำนวน 895,606 บาท โดยใช้เงินลงทุนจากผู้ถือหุ้นทั้งหมด ตามสัดส่วนดังนี้ คุณเกวลิน ถือหุ้นร้อยละ 40 คุณชนทิพย์ ถือหุ้นร้อยละ 30 และคุณชนิษา ถือหุ้นร้อยละ 30 เงินลงทุนในการดำเนินงาน จะใช้เพื่อการปรับปรุงอาคาร เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ ยานพาหนะ อุปกรณ์สำนักงาน และเงินทุนหมุนเวียน

บริษัทฯ คาดว่าจะสร้างรายได้ในปีแรกรวมทั้งสิ้น 8,609,705 บาท และเพิ่มขึ้นเป็น 27,983,414 บาท ภายในระยะเวลา 5 ปี มีอัตรากำไรอยู่ที่ร้อยละ 52.15 โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (net present value) 38,557,025 บาท มีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ร้อยละ 499.32 และระยะเวลาคืนทุนโครงการประมาณ 2 เดือน 21 วัน จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่าการลงทุนในธุรกิจปากกาชอล์กสีรถยนต์ Pen It Pro มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง เนื่องจากมีโอกาสทางการตลาดที่ดี และมีแนวโน้มอุตสาหกรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ธุรกิจของบริษัทฯ สามารถให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

สารบัญ

| | หน้า |
|--|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ | ข |
| บทสรุปผู้บริหาร | ค |
| สารบัญ | จ |
| สารบัญตาราง | ช |
| สารบัญภาพ | ญ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ | 1 |
| บทที่ 2 ภาพรวมบริษัทและรูปแบบธุรกิจ | 5 |
| 2.1 ภาพรวมบริษัท | 5 |
| 2.2 รูปแบบธุรกิจ | 6 |
| 2.3 ลักษณะการบริการและรายละเอียดธุรกิจ | 7 |
| 2.4 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ | 15 |
| บทที่ 3 การบริหารและการจัดการองค์กร | 16 |
| 3.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร | 16 |
| 3.2 โครงสร้างองค์กร | 17 |
| 3.3 การบริหารองค์กรธุรกิจ | 18 |
| 3.3.1 คุณสมบัติพนักงาน | 18 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|-----------|
| บทที่ 4 แผนการดำเนินงาน | 20 |
| 4.1 ทำเลที่ตั้ง | 20 |
| 4.2 การวางแผนด้านการผลิต | 21 |
| 4.3 กระบวนการดำเนินงาน | 23 |
| บทที่ 5 สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน | 28 |
| 5.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน | 28 |
| 5.2 ที่มาของรายได้ | 30 |
| 5.3 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ | 36 |
| 5.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุน | 37 |
| 5.5 ประมาณการงบกระแสเงินสด | 40 |
| 5.6 ประมาณการงบดุล | 41 |
| 5.7 การประเมินโครงการ | 42 |
| 5.8 กรณีสถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย (กรณี Worst Case) | 42 |
| บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน | 47 |
| 6.1 บทสรุปภาพรวมการทำธุรกิจ | 47 |
| 6.1.1 บทสรุปขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจ | 47 |
| 6.1.2 บทสรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน | 47 |
| 6.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน | 49 |
| 6.2.1 ข้อเสนอแนะในด้านการเติบโตของธุรกิจในอนาคต | 49 |
| 6.2.2 ข้อเสนอแนะในกรณีเกิดเหตุที่ไม่คาดคิดกับบริษัท | 50 |
| บรรณานุกรม | 52 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------------|
| ภาคผนวก | 53 |
| ภาคผนวก ก รายละเอียดขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าและส่งสินค้า | 54 |
| ภาคผนวก ข ลักษณะของหัวปากกาแต่ละชนิด | 56 |
| ภาคผนวก ค รายละเอียดของกลไกภายในปากกา | 60 |
| ภาคผนวก ฉ ส่วนผสมต่างๆ | 61 |
| ภาคผนวก ง การคำนวณสูตรสีตามปริมาณที่ต้องการจะผลิต | 62 |
| ภาคผนวก จ อุปกรณ์ที่ใช้ในการบรรจุ | 63 |
| ภาคผนวก ฉ ขั้นตอนการผลิตแพคเกจ | 64 |
| ภาคผนวก ช แคตตาล็อกสี | 66 |
| ภาคผนวก ซ ยอดจดทะเบียนสะสมรถยนต์ และ รถจักรยานยนต์ ปี 2555 – 2559 | 70 |
| ภาคผนวก ฌ วิธีการเก็บข้อมูลวิจัยของบริษัทฯ | 71 |
| ภาคผนวก ญ ผลวิจัยจากการสังเกตการณ์ | 72 |
| ภาคผนวก กู ผลวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย | 74 |
| ภาคผนวก กุ ผลวิจัยจากแบบสอบถาม Consumer Survey | 76 |
| ภาคผนวก กู การทำ Product Testing | 90 |
| ภาคผนวก ท แบบสอบถาม Market Test | 94 |
| ภาคผนวก ฒ ตัวอย่างการติดต่อสั่งซื้อสินค้ากับทางซัพพลายเออร์ประเทศจีน | 99 |
| ภาคผนวก ณ การจดทะเบียนก่อตั้งบริษัทผ่านทางออนไลน์ | 102 |
| ภาคผนวก ด รายละเอียดการแบ่งช่วงเวลาในการรวบรวมออเดอร์จัดส่งผลิต | 104 |
| ภาคผนวก ต ขั้นตอนของการจดทะเบียนนิติบุคคล | 106 |
| ประวัติผู้วิจัย | 108 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า | |
|----------|---|----|
| 3.1 | แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น | 16 |
| 3.2 | แสดงหน้าที่และคุณสมบัติพนักงาน | 18 |
| 4.1 | แสดงขั้นตอน และ ระยะเวลาการผลิต | 22 |
| 4.2 | แสดงกระบวนการดำเนินงานแรกเข้า ระหว่างให้บริการ และ ออกจากบริการ | 23 |
| 5.1 | แสดงเงินลงทุนในการเริ่มดำเนินธุรกิจ | 28 |
| 5.2 | แสดงรายการที่ดินและการปรับปรุง | 29 |
| 5.3 | แสดงรายการเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ | 29 |
| 5.4 | แสดงรายการอุปกรณ์สำนักงาน | 30 |
| 5.5 | แสดงรายการค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน | 30 |
| 5.6 | แสดงโครงสร้างและการประมาณการรายได้ของธุรกิจ | 31 |
| 5.7 | แสดงประมาณการต้นทุนผันแปร | 32 |
| 5.8 | แสดงต้นทุนค่าบริการผันแปรต่อหน่วยของเกรดสี่ญี่ปุ่น | 32 |
| 5.9 | แสดงต้นทุนค่าบริการผันแปรต่อหน่วยของเกรดสี่ยุโรป | 32 |
| 5.10 | แสดงค่าแรงพนักงานในการบริหารงานต่อปี | 33 |
| 5.11 | แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิต | 33 |
| 5.12 | แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ต่อปี | 34 |
| 5.13 | แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด ต่อปี | 35 |
| 5.14 | แสดงรวมต้นทุนคงที่ | 36 |
| 5.15 | แสดงการประมาณเงินทุนหมุนเวียน | 37 |
| 5.16 | แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนระหว่างปีที่ 1-5 | 38 |
| 5.17 | แสดงสัดส่วนประมาณการงบกำไรขาดทุนระหว่างปีที่ 1-5 | 39 |
| 5.18 | แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด | 40 |
| 5.19 | แสดงประมาณการงบดุลปีที่ 1-5 | 41 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 5.20 | แสดงประมาณการจุดคุ้มทุนปีที่ 1-5 | 42 |
| 5.21 | แสดงปริมาณการขายกรณีที่ไม่เป็นไปตามคาดหมาย | 43 |
| 5.22 | แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนระหว่างปีที่ 1-5 กรณียอดขายลดลงร้อยละ 50 | 43 |
| 5.23 | แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนระหว่างปีที่ 1-58 กรณียอดขายลดลงร้อยละ 50 (ต่อ) | 44 |
| 5.24 | แสดงประมาณการกระแสเงินสดระหว่างปีที่ 1-5 กรณียอดขายลดลงร้อยละ 50 | 44 |
| 5.25 | แสดงประมาณการงบดุลระหว่างปีที่ 1-5 กรณียอดขายลดลงร้อยละ 50 | 45 |
| 6.1 | แสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ | 48 |



สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 1.1 แสดงภาพผลจากการทำวิจัยออนไลน์เกี่ยวกับการเปลี่ยนประกันภัย | 2 |
| 1.2 แสดงภาพผลจากการทำวิจัยออนไลน์เกี่ยวกับสาเหตุที่ประกันภัย | 2 |
| 1.3 แสดงภาพผลจากการทำวิจัยออนไลน์เกี่ยวกับจำนวนคนเคยมีปัญหารอยขีดข่วน | 3 |
| 1.4 แสดงภาพผลจากการทำวิจัยออนไลน์เกี่ยวกับความรู้สึกเมื่อได้เห็นรอยแผลบนรถยนต์ | 3 |
| 2.1 แสดงตราสินค้าบริษัท เพน อิท โป้ร จำกัด | 5 |
| 2.2 แสดงรูปแบบธุรกิจของ บริษัท เพน อิท โป้ร จำกัด | 6 |
| 2.3 แสดงเซตผลิตภัณฑ์ เพน อิท โป้ร | 8 |
| 2.4 แสดงตัวอย่างเคตตาลอกสี | 9 |
| 2.5 แสดงภาพหัวฟูกัน และ กลไกภายใน | 10 |
| 2.6 แสดงปากกามีหมายเลขกำกับบนตัวแท่ง บอกถึงลำดับการใช้งาน 3 ขั้นตอน | 11 |
| 2.7 แสดงตัวอย่างเว็บไซต์ บริษัท เพน อิท โป้ร จำกัด | 13 |
| 2.8 แสดงตัวอย่างหน้าเพจ เฟสบุ้ค และ ไลน์ @ | 13 |
| 2.9 แสดงหน้าคำนวณสูตรสีระบบออนไลน์ | 14 |
| 2.10 แสดงกลไกการทำงานเครื่องฉีดสีลงบรรจุภัณฑ์ | 14 |
| 3.1 แสดงภาพโครงสร้างองค์กร | 17 |
| 4.1 แสดงสถานที่บริษัท เพน อิท โป้ร | 20 |
| 4.2 แสดงตัวอย่างแผนผังสถานที่ภายในบริษัท เพน อิท โป้ร | 21 |
| 4.3 แสดงขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่รับออเดอร์จนถึงจัดส่งสินค้า | 21 |
| 4.4 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานของกิจกรรมระหว่างการค้าดำเนินงาน | 26 |
| 5.1 แสดงสัดส่วนการลงทุนในทรัพย์สินและค่าใช้จ่ายประเภทต่างๆ | 29 |

บทที่ 1

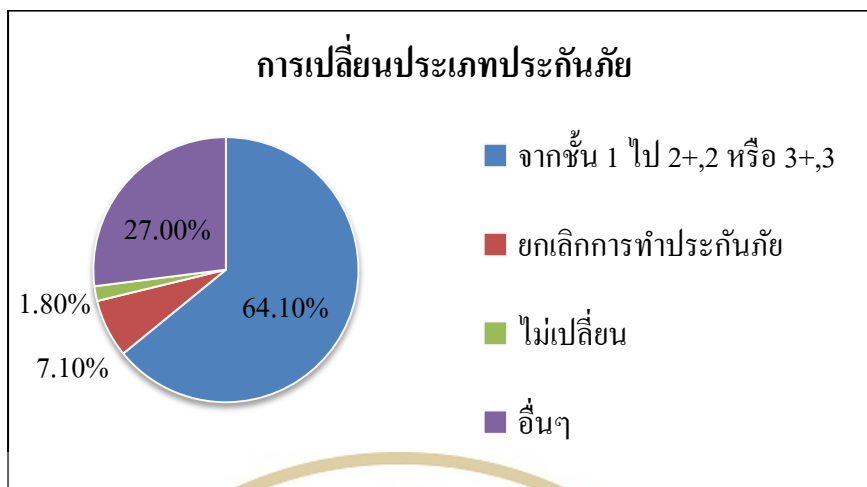
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

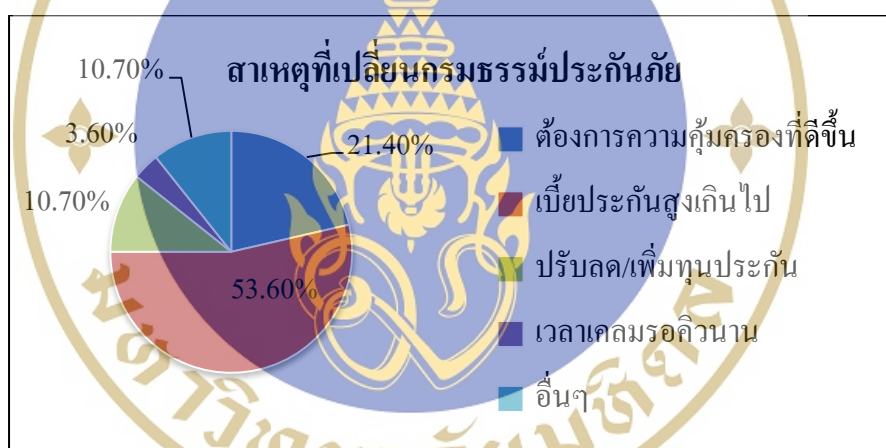
หนึ่งในสมาชิกของบริษัทที่มีธุรกิจครอบครัวชื่อบริษัท อาร์.ซี.อาร์ เคหะภัณฑ์ จำกัด รูปแบบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสีพ่นซ่อมรถยนต์ และ บริการผสมสีสำหรับรถยนต์ และ รถจักรยานยนต์ทุกยี่ห้อ มากกว่า 30 ปี ทำให้บริษัท อาร์.ซี.อาร์ มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสีพ่นซ่อมรถยนต์ กอปรกับปัจจุบันมีเทคโนโลยีซึ่งเป็นการอัพเดทข้อมูลสูตรสีพ่นซ่อมรถยนต์แบบออนไลน์ ทำให้สามารถผสมสีรถได้ทุกยี่ห้อ และทุกรุ่น นอกจากนี้ โปรแกรมยังสามารถคำนวณอัตราส่วนให้สามารถผสมสีได้ในหน่วยที่น้อยที่สุด คือ 10 มิลลิลิตร รวมถึงการสั่งการเพื่อฉีดสีลงบรรจุภัณฑ์ภายในระยะเวลา 5 นาทีที่สามารถเสร็จสิ้นขั้นตอนการผสมสี

การที่มองเห็นจุดแข็งของบริษัท อาร์.ซี.อาร์ เคหะภัณฑ์ จำกัด ทำให้บริษัทฯ ต้องการต่อยอดธุรกิจให้เติบโต จึงมองเห็นโอกาสว่าปัจจุบันเจ้าของรถยนต์เปลี่ยนมาทำประกันภัยรถยนต์ประเภท 2+ และ 3+ จำนวนมากขึ้น เนื่องจากเศรษฐกิจถดถอยส่งผลให้เจ้าของรถยนต์ ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายบางส่วน ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2+ และ 3+ ไม่คุ้มครองอุบัติเหตุประเภทไม่มีคู่กรณี ซึ่งรวมถึงรอยขีดข่วน และรอยสะเก็ดหิน โดยผู้ขับขี่รถยนต์ไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงได้ ทั้งนี้จากผลวิจัยออนไลน์พบว่า ในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2555-2559) ผู้ขับขี่รถยนต์ประสบกับปัญหาการรอยขีดข่วนและรอย

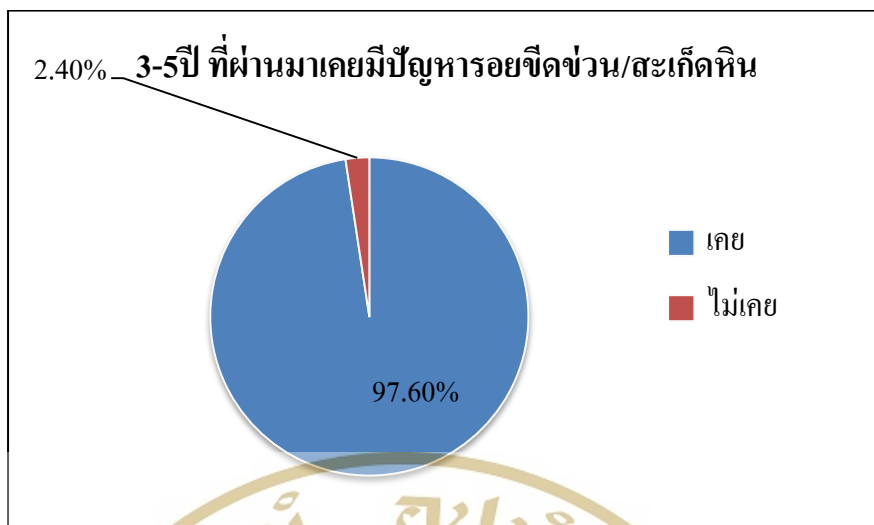
สะเก็ดหินร้อยละ 97.60 และร้อยละ 44.7 รู้สึกกังวล แต่ไม่ได้มีการมองหาอุปกรณ์ในการปกป้องรอย และ ร้อยละ 23.6 รู้สึกกังวล และมองหาอุปกรณ์เพื่อช่วยในการปกป้องรอยดังกล่าว



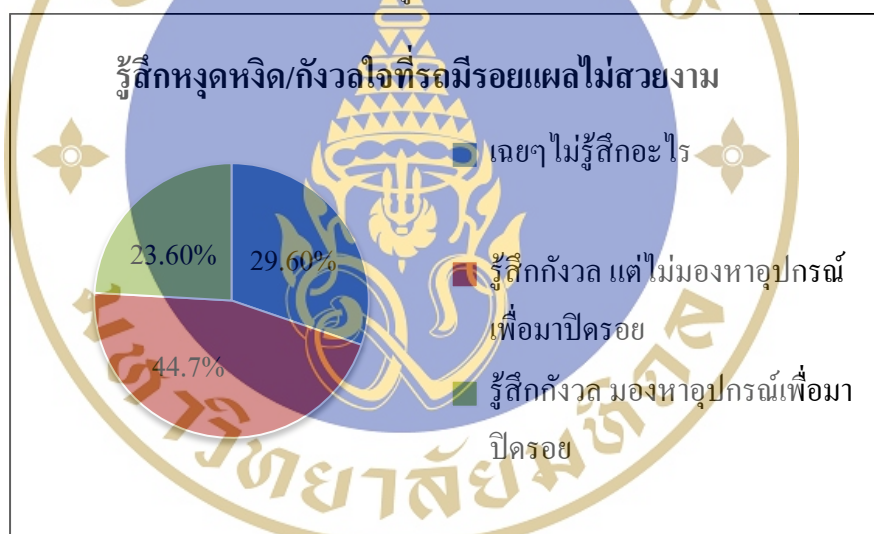
ภาพที่ 1.1 แสดงภาพผลจากการทำวิจัยออนไลน์เกี่ยวกับการเปลี่ยนประเภทประกันภัยในช่วง 5 ปี (พ.ศ. 2555-2559) โดย วิจัยออนไลน์ นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล ภาควิชาผู้ประกอบการและนวัตกรรม



ภาพที่ 1.2 แสดงภาพผลจากการทำวิจัยออนไลน์เกี่ยวกับสาเหตุที่เปลี่ยนกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ในช่วง 5 ปี (พ.ศ. 2555-2559) โดย วิจัยออนไลน์ นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล ภาควิชาผู้ประกอบการและนวัตกรรม



ภาพที่ 1.3 แสดงภาพผลจากการทำวิจัยออนไลน์เกี่ยวกับจำนวนคนที่เคยประสบปัญหาหรือยี่ดช่วงหรือรยสะเกิดหิน ในช่วง 5 ปี (พ.ศ. 2555-2559) โดย วิจัยออนไลน์ นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล ภาควิชาผู้ประกอบการและนวัตกรรม



ภาพที่ 1.4 แสดงภาพผลจากการทำวิจัยออนไลน์เกี่ยวกับความรู้สึกเมื่อได้เห็นรอยแผลบนพื้นผิวรถยนต์ โดย วิจัยออนไลน์ นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล ภาควิชาผู้ประกอบการและนวัตกรรม

บริษัทฯ ได้ทำการสำรวจผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยเลือก 3 แบนด์ที่ขายดีโดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่ายปากกาซ่อมสีในย่านคลองถม คือ แบนด์ OEM (รับจ้างผลิต), Dr.Car (ประเทศไต้หวัน), Touch Up (ประเทศญี่ปุ่น) ทำให้มองเห็นปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม รวมถึงเมื่อได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เคยทดลองใช้ปากกาซ่อมสีรถยนต์ ทำให้สรุป

ปัญหาของปากกาชอมสิรยนต์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ดังนี้ 1. รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือ เป็นเพราะรูปลักษณะผลิตภัณฑ์และไม่มีการการันตีคุณภาพสินค้า 2. ปัญหาจากการใช้งาน 3 ส่วนหลักๆ คือ แต้้มแล้วไม่เนียนสาเหตุจากรูปแบบปากกาที่เป็นหัวลิควิด และหัวยาทาเล็บ ไม่มีความเหมาะสมในการชอมสิรยนต์, เจดสีมีน้อย หรือมีไม่ครบทุกยี่ห้อและรุ่นรยนต์ ทำให้เมื่อแต้้มออกมาแล้วไม่สวยงาม เกิดรอยด่าง และสุดท้ายคือ หลุดลอกไม่ทนทาน เนื่องจากการชอมสีจำเป็นต้องชอมให้ถูกวิธี คือ รองพื้นเพื่อให้สียึดติดกับพื้นผิว แต้้มเจดสีเพื่อปกปิดรอย และเคลือบเงาเพื่อความเงางามและติดทน 3. การที่ไม่มีข้อเสนอแนะการใช้งาน ทำให้ผู้ที่สนใจรู้สึกไม่มั่นใจในผลิตภัณฑ์

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นของ เพน อิท โปร ซึ่งนำแนวคิดการชอมสิรยนต์อย่างถูกวิธี และรูปแบบปากกาที่แตกต่าง ถือเป็นการทลายข้อจำกัดในการชอมสิรยนต์ด้วยตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น คือ แต้้มง่าย เนียน เหมาะกับเป็นอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับรยนต์ (First-Aid) เพน อิท โปร จึงถือเป็นผลิตภัณฑ์แบบใหม่ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของเจ้าของรยนต์ที่ต้องการปกปิดรอยขีดข่วน หรือ รอยสะเก็ดหิน บนรยนต์ของตนเอง



บทที่ 2

การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ

2.1 ภาพรวมบริษัท

ชื่อ : บริษัท เพน อีท โปร จำกัด หรือ Pen It Pro Co., Ltd.
 ที่อยู่กิจการ : 25/102 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงบ้านช่างหล่อ เขตบางกอกน้อย

ภาพที่ 2.1 แสดงตราสินค้าบริษัท เพน อีท โปร จำกัด

ตราสินค้า : สัญลักษณ์ห้าเหลี่ยม แสดงถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นปากกา โดยความหมายของแบรนด์ Pen It Pro ต้องการสื่อถึงความต้องการซ่อมสีรถยนต์ของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสะดวก (รูปแบบปากกา) และสามารถซ่อมสีรถยนต์อย่างมีประสิทธิภาพเสมือนผู้เชี่ยวชาญทำการซ่อมสีรถยนต์(Professional)

วิสัยทัศน์ : Pen It Pro จะเป็นผู้นำทางด้านการทำอุปกรณ์ซ่อมสีรถยนต์และรถจักรยานยนต์ด้วยตัวเองที่ดีที่สุดในประเทศไทย

พันธกิจ

1. ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในการซ่อมสีรถตามขั้นตอน
2. สนับสนุนให้ใช้ Pen It Pro ผ่าน 3 ขั้นตอน
3. ให้คำแนะนำ ในการเลือกสินค้าเพื่อจะได้ผลสีรถยนต์ที่ถูกต้อง

เป้าหมายธุรกิจ : บริษัทฯ จะต้องสามารถตอบโจทย์ และ แก้ไขปัญหา การใช้ปากกาแถมที่แบบเดิมๆของลูกค้าได้ และสิ่งสำคัญคือลูกค้าจะต้องได้รับเจด สี ที่ ตรง ตาม สีรถยนต์ปัจจุบันของลูกค้าซึ่งนอกจากผลิตภัณฑ์จะช่วยแก้ไขปัญหา การบริการในส่วนการให้ความรู้ และคำแนะนำ เป็นสิ่งสำคัญในการช่วยให้ลูกค้าสามารถใช้สินค้าได้อย่างมั่นใจ

เป้าหมายทางการตลาด : Pen It Pro จะเป็นอุปกรณ์ซ่อมสีรถยนต์ด้วยตนเองที่เป็น Top-of-Mind อันดับหนึ่งในใจของคนที่มีรถยนต์และต้องการปกป้องรอยรถยนต์ของตนเองด้วยปากกาแถมสี

จำนวนหุ้น : 8,900 ราคาหุ้นละ 100 บาท

2.2 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจของ เพน อิท โพร มีลักษณะความสัมพันธ์แบบผู้ประกอบการ กับ ผู้บริโภค หรือที่เรียกว่า Business to Customer (B2C) เพน อิท โพร เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ซ่อมสีรถยนต์ด้วยตนเองในรูปแบบปากกา และ ขั้นตอนการซ่อมที่ถูกต้อง คือ รองพื้น, เจดสี และ เคลือบเงา



ภาพที่ 2.2 แสดงรูปแบบธุรกิจของ เพน อิท โพร

โดยกลุ่มเป้าหมายของสินค้า Pen It Pro คือ เจ้าของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยที่มีความกังวลกับรอยขีดข่วน หรือรอยสะเก็ดหินบนรถของตนเองและมีความต้องการจะปกปิดรอยนั้น โดยใช้ปากกาแต้มสีรถยนต์ และมีความสนใจในการซ่อมสีรถยนต์แบบ 3 ขั้นตอน โดย บริษัท แบ่งกลุ่มเป้าหมายลูกค้าตามยี่ห้อรถยนต์ และรายได้ เป็น 2 กลุ่ม

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) : กลุ่มลูกค้าตลาดทั่วไป (Mass Market) คือกลุ่มคนที่มีรายได้ ระดับ D-B และตัวอย่างยี่ห้อรถยนต์ที่ขับ เช่น โตโยต้า, ฮอนด้า, มาสด้า, นิสสัน และ ฟอर्ड เป็นต้น
2. กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) : กลุ่มลูกค้าตลาดเฉพาะ (Niche Market) โดยทางบริษัทฯเรียกกลุ่มนี้ว่า Premium คือกลุ่มคนที่มีรายได้ A และ ตัวอย่างยี่ห้อรถยนต์ที่ขับ เช่น เบนซ์, บีเอ็มดับเบิลยู หรือ ดูคาติ เป็นต้น โดยธุรกิจมีรายได้หลักมาจากการผลิต และ ขายผลิตภัณฑ์ปากกาซ่อมสีรถยนต์






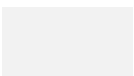












2.3 ลักษณะการบริการและรายละเอียดธุรกิจ

รูปแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นอุปกรณ์ซ่อมสีรถยนต์ด้วยตนเองที่สะดวก ใช้งานง่าย แต้มแล้วเรียบเนียน เปรียบเสมือนอุปกรณ์ First-Aid ให้กับสีรถยนต์ โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์มี ดังต่อไปนี้ 1. เจดสีตรงกับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ทุกรุ่น 2. หัวปากกาเป็นฟู่กัน และ 3. ขั้นตอนการซ่อมสีรถยนต์ที่ถูกต้อง 3 ขั้นตอน โดยบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation Strategy) ในการแบ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ออกเป็น 2 กลุ่มสินค้า (Segmentation) โดยแบ่งตามกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่กล่าวข้างต้น คือ 1. เซ็ตเกรดสีญี่ปุ่น ราคา 349 บาท สำหรับกลุ่มตลาดทั่วไป (Mass Market) 2. เซ็ตเกรดสียุโรป ราคา 589 บาท สำหรับกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) หรือ กลุ่มพรีเมียม



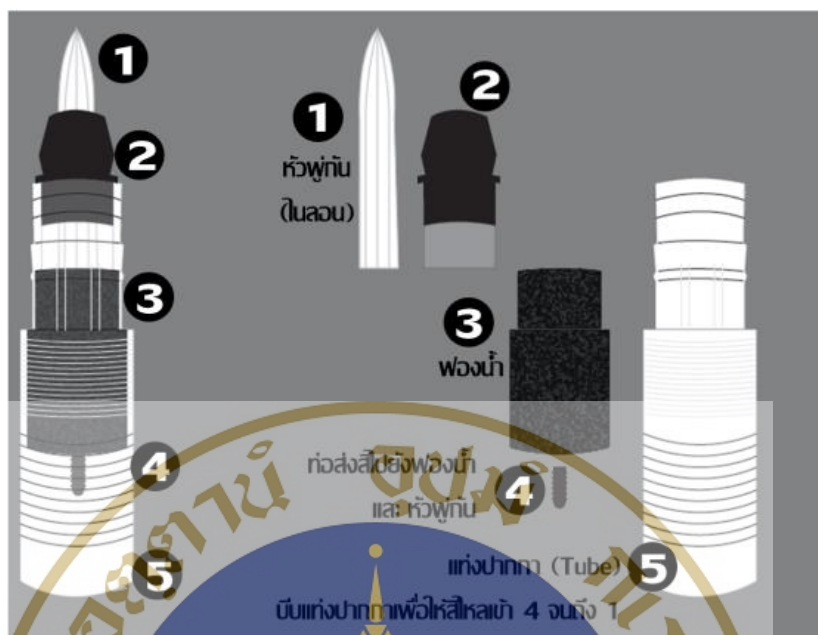
ภาพที่ 2.3 เซ็ตผลิตภัณฑ์ (ซ้าย) เกรดพรีเมียม (ขวา) เกรดสียุโรป

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ส่วนที่หนึ่ง คือ เกรดตรงกับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ทุกรุ่น กล่าวคือ ลูกค้าเพียงระบุข้อมูล 3 ส่วน คือ ยี่ห้อรถยนต์, รุ่นรถยนต์ และ สีรถยนต์ บริษัทก็สามารถผลิตสีรถยนต์ที่ตรงตามรถยนต์ของลูกค้า สำหรับการนำเสนอเกรดสีให้กับลูกค้า นั้น ถึงแม้ว่าในการจัดการข้อมูลของบริษัท จะไม่มีการสต็อกเกรดสีตามเบอร์สีรถยนต์ทั้งหมด เพราะเป็นการสิ้นเปลือง และ การที่บริษัท มีแหล่งข้อมูล (Key resource) ในส่วนของประวัติการผสมสี (Data historical) ที่ช่วยลดขั้นตอน และ ลดจำนวนสินค้า (SKUs) โดยเกรดสีบางเกรดสามารถใช้สูตรเดียวกันได้ ทั้งนี้ในมุมมองของลูกค้า จากการทำสำรวจลูกค้ามีความกังวล และ ไม่มั่นใจในเรื่องของเกรดสี เนื่องจากปัญหาผู้ใช้เคยใช้ปากกาแต้มสี (Pain point) หรือ เคยได้ยินจากรีวิว มานั้น คือ ปัญหาเกรดสีไม่ตรงกับตัวสีรถยนต์ ทำให้เกิดรอยต่าง ไม่สวยงาม จึงเกิดความรู้สึกไม่ดีต่อผลิตภัณฑ์ปากกาแต้มสีรถยนต์ ดังนั้น วิธีการแก้ปัญหาและการตอบสนองความรู้สึกไม่มั่นใจต่อผลิตภัณฑ์ ทางบริษัทฯ จึงทำคู่มือเกรดสี (Catalogue) สำหรับกลุ่มลูกค้ารถยนต์แต่ละยี่ห้อ โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า (Segment) คือ กลุ่มรถยนต์และรถจักรยานยนต์ทั่วไป (Mass) และ กลุ่มรถยนต์และเกรดพรีเมียมพรีเมียม (Premium)

|  <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; display: inline-block;"> Premium Color for BMW, Benz and Bigbike    </div> | | |
|---|--|---|
| BENZ | | |
| 1. Black Metallic  BENZ-01 | 2. White  BENZ-02 | 3. Super White  BENZ-03 |
| 4. Brilliant Silver  BENZ-04 | 5. Silver Metallic  BENZ-05 | 6. Grey Metallic  BENZ-06 |
| 7. Grey Black  BENZ-07 | 8. Blue Metallic  BENZ-08 | 9. Harvest Yellow  BENZ-09 |
| 10. Mountain Green  BENZ-10 | 11. Radical Red  BENZ-11 | 12. Race Blu  BENZ-12 |
|  สีรอง Primer  สีรอง Lacquer *ทุกสีพร้อมกับ Primer & Lacquer ในกล่องเดียวกัน* | | |

ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างแคตตาล็อกสี สำหรับรถยนต์ยี่ห้อ Benz

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ส่วนที่สอง คือ รูปแบบหัวปากกาลักษณะพู่กัน ผลิตมาจากขนสังเคราะห์มีความทนทาน(durable) ในการใช้งาน กล่าวคือ จากปัญหาที่ได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนั้น หัวปากกามักจะเสีย หรือ แห้งแข็ง ซึ่งถือเป็นปัญหาหลักในการเกิดความล้มเหลว และไม่มั่นใจในตัวสินค้าปากกาแต้มสีรถยนต์ นอกจากนี้หัวปากกาแบบพู่กัน ยังง่ายต่อการใช้งาน (User-friendly) เพราะหัวของพู่กันมีขนาดเล็ก แหวม เรียว แต่ในขณะที่พู่กันก็สามารถขยายให้ใหญ่ได้ด้วยการใช้น้ำหนักกดลงเบาที่หัวปากกา เรียกว่ามีความยืดหยุ่น (Flexible) ทำให้สะดวกต่อการแต้มสีไม่ว่าจะเป็นจุดที่เล็กหรือใหญ่ ก็สามารถเกลี่ยสีให้ไปตามทิศทางที่ต้องการได้อย่างง่ายดาย และไม่ต้องเสียเวลาในการแต้มสีเลยเมื่อเทียบกับการใช้หัวปากกาชนิดอื่นๆ โดยมีขั้นตอนการใช้ปากกาคือ บีบที่ตัวแท่งให้สีไหลมาจนถึงขีดสีน้ำเงิน จากนั้นจึงรอให้สีค่อยๆ ไหลออกมาจากหัวพู่กัน จึงสามารถนำไปแต้มบนรอยแผลได้ตามต้องการ



ภาพที่ 2.5 ภาพหัวฟู่กัน และ กลไกภายใน

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ส่วนที่สาม คือ ขั้นตอนการใช้งานของปากกานั้น มีด้วยกัน 3 ขั้นตอน ซึ่งสาเหตุที่ทำให้ทางบริษัทคิดค้นผลิตภัณฑ์ออกมาในรูปแบบนี้ เป็นเพราะทางบริษัทได้ทำแบบสอบถามเพื่อที่จะทราบถึงปัญหาที่แท้จริง (insight) ของกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ในตลาด อันเกิดจากการใช้ปากกาเติมสีย้อมยนต์ที่มีขายทั่วไปอยู่ตามท้องตลาด และจากการทำแบบสอบถามทำให้ทางบริษัททราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งานปากกาเติมสีย้อมก็คือ ปัญหาสีไม่เนียบและสีไม่ติดทนนาน ซึ่งในปัจจุบันปัญหานี้ยังไม่ได้รับการแก้ไขโดยผลิตภัณฑ์ใดๆ โดยเหตุผลสำคัญคือขั้นตอนการช้อมสีที่ไม่ถูกต้อง ทำให้เกิดปัญหาสีหลุดลอกไม่ติดทน ดังนั้นบริษัทจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการช้อมสีย้อมยนต์ให้ติดทนนานด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอน ดังนี้

หมายเลข 1 “รองพื้น” ตัวแท่งและปลอกที่บรรจุรองพื้น (ไพรมอร์) จะมีสีเทาอ่อน โดยจะใช้เป็นอันดับแรก ทาลงบริเวณที่ต้องการจะช้อมสี เป็นการรองพื้นก่อนการลงสีจริง เพื่อช่วยให้สีนั้นติดทนนาน

หมายเลข 2 “เจดสี” ใช้หลังจากทารองพื้นเรียบร้อยแล้ว จึงทาเจดสี โดยที่ปากกาเจดสีจะมีหมายเลข 2 กำกับอยู่เพื่อเป็นการบ่งบอกลำดับขั้นตอนของการใช้งาน

หมายเลข 3 “แลคเกอร์” ภายในปากกาเป็นน้ำยาแลคเกอร์ซึ่งจะนำมาใช้เป็นอันดับสุดท้ายหลังจากการแต้มสีรถยนต์เรียบร้อยแล้วจะทาแลคเกอร์ทับเพื่อให้เกิดความเงาและเนียนไปกับสีของรถยนต์



ภาพที่ 2.6 ปากกาหมายเลขกำกับบนตัวแท่งบอกถึงลำดับการใช้งาน 3 ขั้นตอน

สำหรับขั้นตอนการสั่งซื้อ ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทั้ง 3 ช่องทางหลัก คือ Website, Inbox Facebook และ Line@ ของทาง เพน อิท โพร โดยทางบริษัทได้แบ่งวิธีการและขั้นตอนการสั่งซื้อออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. วิธีการและขั้นตอนการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ และ 2. วิธีการและขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าผ่าน Inbox Facebook และ Line@ ซึ่งจะอธิบายโดยละเอียดดังนี้

1. วิธีการและขั้นตอนการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์

1. ลูกค้าทำการสมัครบัญชีผู้ใช้งาน โดยเริ่มจากการกรอกข้อมูลทั่วไป เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลล์ เป็นต้น

2. เมื่อทำการสมัครเสร็จเรียบร้อยแล้ว ลูกค้าจะได้รับการยืนยันตัวตนในการสมัครบัญชีผู้ใช้งานผ่านทางอีเมลล์ (เพื่อป้องกันการแอบอ้างโดยบุคคลอื่นในการนำอีเมลล์ไปใช้)

3. หลังจากนั้นจึงสามารถทำการล็อกอินเข้าสู่ระบบเพื่อทำการสั่งซื้อสินค้าต่อไปได้

4. เลือกไปที่เมนูการสั่งซื้อสินค้า ลูกค้าทำการกรอกรายละเอียดข้อมูลรถยนต์ที่จำเป็นในการสั่งซื้อ คือ ยี่ห้อ รุ่น และสีของรถยนต์คันที่ลูกค้าต้องการสั่งซื้อนั้นๆ จากนั้น กดยืนยันการสั่งซื้อ

5. ระบบจะแสดงหน้าสรุปยอดเงินและหมายเลขคำสั่งซื้อสินค้า (เพื่อใช้ในการตรวจสอบการชำระเงิน) จากนั้นลูกค้าจะสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้ ดังนี้

5.1 ลูกค้าที่เลือกชำระเงินผ่านบัตรเครดิต กรอกข้อมูลต่างๆ ของบัตรและระบบจะทำการตัดยอดเงินอัตโนมัติผ่านระบบ หรือ

5.2 ลูกค้ำที่เลือกชำระเงิน โดยการ โอนผ่านธนาคารหรือชำระเงินผ่านทาง Pay pals โดยจะต้องทำการ โอนเงินผ่านธนาคารหรือผ่านทาง Pay pals ภายในระยะเวลาที่ทางบริษัท กำหนดไว้ (หากไม่ได้ชำระเงินในเวลาที่กำหนด คำสั่งซื้อจะถูกยกเลิกโดยระบบทันที) เมื่อโอนเงิน แล้ว ลูกค้ำต้องทำการแจ้งให้ทางบริษัททราบ โดยส่งข้อมูลการ โอนเงินผ่านทางอีเมลล์หรือผ่าน Line@ ของทาง Pen It Pro

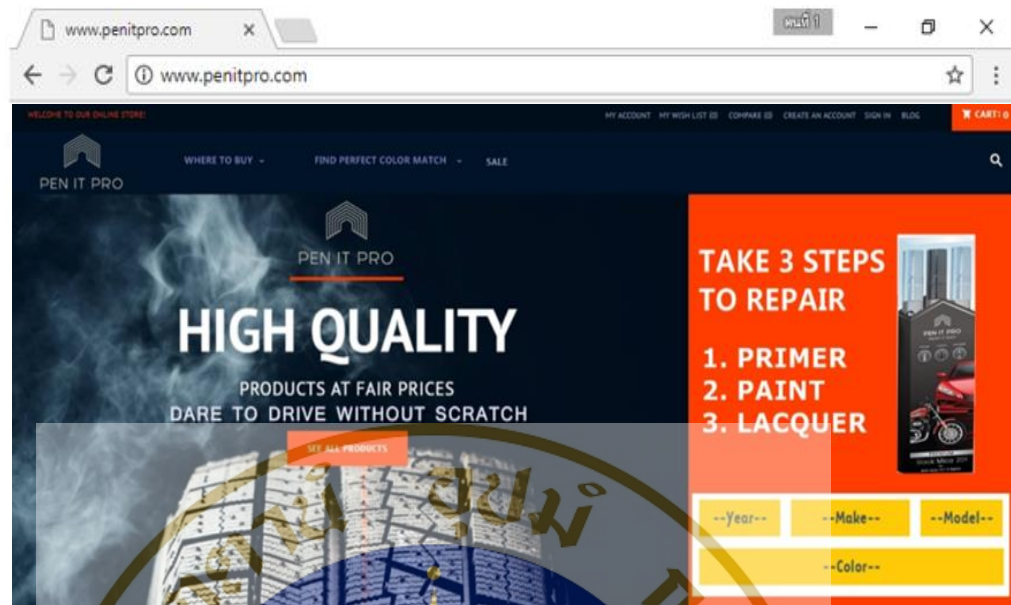
6. เมื่อผ่านขั้นตอนการแจ้งชำระเงินเสร็จเรียบร้อยแล้ว ระบบจะส่งข้อมูลการสั่งซื้อไปยังอีเมลล์ของลูกค้ำเพื่อเป็นการยืนยันการชำระเงิน และแจ้งข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้ำทราบ

2. ขั้นตอนการส่งสินค้าผ่าน Inbox Facebook และ Line@

1. ลูกค้ำแจ้งข้อมูลส่วนตัว (ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลล์) และข้อมูลรถยนต์ที่จำเป็น ในการสั่งซื้อ คือ ยี่ห้อ รุ่น และสีของรถคันที่ลูกค้ำต้องการสั่งซื้อนั้นๆ ผ่านช่องทาง Inbox หรือ Line@

2. ทางบริษัททำการกรอกข้อมูลต่างๆ ลงในระบบและส่งอีเมลล์เพื่อยืนยันคำสั่งซื้อ ให้แก่ลูกค้ำ ผ่านทางอีเมลล์ และผ่านช่องทาง Inbox หรือ Line@ และแจ้งวิธีการชำระเงิน ซึ่งการส่ง สินค้าผ่านทาง Inbox หรือ Line@ ลูกค้ำชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคารหรือชำระผ่านทาง Pay pals โดยจะต้องทำการ โอนเงินผ่านธนาคารหรือผ่านทาง Pay pals ภายในระยะเวลาที่ทางบริษัท กำหนดไว้ (หากไม่ได้ชำระเงินในเวลาที่กำหนด คำสั่งซื้อจะถูกยกเลิกโดยระบบทันที) เมื่อโอนเงิน แล้ว ลูกค้ำต้องทำการแจ้งให้ทางบริษัททราบ โดยส่งข้อมูลการ โอนเงินผ่านทางอีเมลล์ ผ่าน Line@ หรือผ่านทาง Inbox Facebook

3. เมื่อผ่านขั้นตอนชำระเงินและลูกค้ำทำการแจ้งข้อมูลการ โอนเงินเสร็จเรียบร้อยแล้ว ระบบจะส่งข้อมูลการสั่งซื้อไปยังอีเมลล์ของลูกค้ำเพื่อเป็นการยืนยันการชำระเงิน และแจ้งข้อมูล การจัดส่งสินค้าให้ลูกค้ำทราบ



ภาพที่ 2.7 แสดงตัวอย่างเว็บไซต์ บริษัท เพน อิท โปร จำกัด



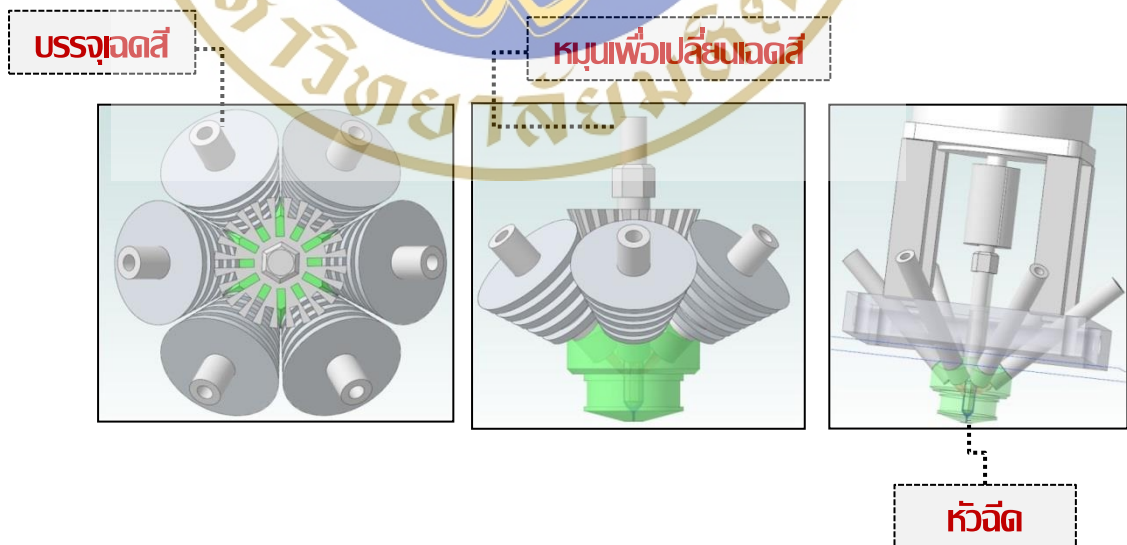
ภาพที่ 2.8 แสดงตัวอย่างหน้าเพจ เฟสบุ๊ก และ ไลน์ @

นวัตกรรมที่นำมาใช้ในการผลิตปากกาชอล์กสีรถยนต์

บริษัทฯ นำนวัตกรรมทั้งในส่วนของการคำนวณสูตรสี โดยการคำนวณสูตรสีสามารถคำนวณในปริมาณที่ต้องการได้และการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ทำให้ข้อมูลอัปเดตได้ทันทีที่มีรุ่นรถหรือเคลือบสีใหม่เกิดขึ้น รวมถึงการฉีดสีลงบรรจุภัณฑ์สามารถระบุปริมาณที่น้อยสุดคือ 10 มิลลิลิตร ขึ้นตอนนี้ทำให้ เพน อิท โปร ไม่จำเป็นต้องสต็อกเคลือบสี (No stock business model) เนื่องจากบริษัทฯ สามารถสั่งผลิตกับบริษัท อาร์.ซี.อาร์ เคหะภัณฑ์ จำกัด ได้จึงเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อลูกค้า (Customized)

| No. | Car Maker | Model | Year | Method | Code | Variant | Color Guide | Color Name | Face | Flob | Type | Catalog Number |
|-----|-----------|------------------------|------|--------|------|---------|-------------|------------|------|------|--------|----------------|
| 0 | TOYOTA | | 2 | 058 | 3 | | | | | | MASTER | |
| 0 | TOYOTA | | 2 | 058 | 4 | | | | | | MASTER | |
| 0 | TOYOTA | | 2 | 058 | 5 | | | | | | MASTER | |
| 0 | TOYOTA | | 2 | 058 | 6 | | | | | | MASTER | |
| 0 | TOYOTA | | 2 | 058 | 7 | | | | | | MASTER | |
| 0 | TOYOTA | Celica, Supra, Corolla | 3 | 092 | 1 | | | | | | MASTER | |
| 0 | TOYOTA | Celica, Supra, Corolla | 3 | 092 | 2 | | | | | | MASTER | |
| 0 | TOYOTA | | 3 | 076 | 1 | | | | | | MASTER | |

ภาพที่ 2.9 แสดงหน้าคำนวณสูตรสี ระบบออนไลน์



ภาพที่ 2.10 แสดงกลไกการทำงานของเครื่องฉีดสีลงบรรจุภัณฑ์

2.4 คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้า

การซ่อมสิริรถด้วย Pen It Pro ช่วยให้คุณค่าประหยัดเวลาได้มากขึ้น และยังให้ความคุ้มค่าในจำนวนเงินที่คุณค่าได้จ่ายไป เพราะทางบริษัทได้เลือกใช้สีที่มีคุณภาพสูง ทั้งยังมีความหลากหลายของเฉดสีให้คุณค่าได้เลือกสรรเพื่อให้ตรงกับสีรถของคุณค่าเช่นกัน ดังนั้นลูกค้าจึงไม่ต้องกังวลเลยว่า หากเสียเงินซื้อไปแล้วเฉดสีนั้นจะไม่ตรงกับสีรถของตนเอง หรือหากแถมแล้วจะไม่สวยหรือเป็นรอยต่าง เพราะทางบริษัทได้เพิ่มขั้นตอนและเลือกอุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการซ่อมสีรถ คือ มีไพรเมอร์และแลคเกอร์อยู่ในแพคเกจด้วยซึ่งเป็นจุดที่ทำให้ทางบริษัทมีความโดดเด่นและแตกต่างไปจากแบรนด์อื่นๆ ที่วางขายอยู่ตามตลาดซ่อมสีรถ ซึ่งทั้งไพรเมอร์และแลคเกอร์นั้นยังเป็นตัวเพิ่มประสิทธิภาพของการซ่อมสีรถ เมื่อนำมาใช้ร่วมกันจะช่วยทำให้รอยแผลบริเวณที่ทำการซ่อมสีนั้นออกมาสวยงามและดูเรียบเนียนไปกับสีรถได้มากที่สุด

Pen It Pro เป็นปากกาเติมสีรถที่จะทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ในการซ่อมสีรถยนต์ด้วยตนเองที่ถูกต้อง ซึ่งการซ่อมสีด้วยวิธีการที่ถูกต้องตามหลักนั้นก็ส่งผลให้สีนั้นเรียบเนียนกับสีรถทั้งยังช่วยให้ติดทนนาน นอกจากนี้ การซ่อมแซมสีรถสำหรับคนบางกลุ่มอาจจะยังไม่ได้ทราบถึงวิธีการซ่อมสีที่ถูกต้องจึงทำให้ยังเกิดความกลัวและกังวลที่จะซื้อมาใช้งาน และในคนบางกลุ่มอาจมองเป็นเรื่องที่ดูไกลตัวและยุ่งยากซับซ้อน

ทั้งนี้ทางบริษัท ได้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยมีการอธิบายถึงวิธีการทำในทุกๆขั้นตอน มีรูปภาพประกอบในทุกๆขั้นตอนของการซ่อมสีรถด้วยตนเอง เมื่อเป็นเช่นนี้ลูกค้าจะไม่ต้องกังวลเลยว่าการซื้อ Pen It Pro ไปใช้เพื่อซ่อมสีรถด้วยตนเองนั้นจะทำให้เกิดความยุ่งยาก ทำเองแล้วไม่สวย ไม่มีคำอธิบายที่ดีพอ ซึ่งช่วยลดปัญหาต่างๆเหล่านั้นระหว่างการใช้ หรือ หลังจากที่ได้อธิบาย Pen It Pro ผลลัพธ์ของการทำตามขั้นตอน และการใช้วัสดุที่ถูกต้อง กล่าวคือ ลูกค้าจะได้รับความพึงพอใจในด้านความสวยงามของเฉดสีที่จะเนียนและกลืนไปกับสีรถเดิม ในบริเวณที่มีการซ่อมแซมสีและยังได้สีที่ติดทนกับตัวรถอีกด้วย

ท้ายที่สุดทาง Pen It Pro ได้ปรับปรุงและพยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของเราสามารถตอบโจทย์ทุกความกังวลใจของลูกค้าและตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าผู้ใช้รถยนต์รวมไปถึงรถจักรยานยนต์ โดยทาง Pen It Pro มั่นใจว่าลูกค้าทุกๆกลุ่มจะได้รับความพึงพอใจหลังจากการใช้งาน Pen It Pro เป็นอย่างสูง

บทที่ 3

การบริหารและการจัดการองค์กร

3.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

Pen It Pro จัดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทฯ จำกัด โดยมีเงินจากผู้ถือหุ้น 3 คน เป็นจำนวน 890,024 บาท โดยจัดสรรหุ้นจำนวน 8,900 ราคาหุ้นละ 100 บาท โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 3.1 แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น

| ลำดับที่ | ชื่อผู้ร่วมทุน | จำนวนหุ้น | สัดส่วน | เงินลงทุน (บาท) |
|----------|------------------------|-----------|---------|--------------------|
| 1 | เกวลิน สงวนศักดิ์ภักดี | 3,560 | 40% | 356,009.6 |
| 2 | ธนิยา ไผทรักษาธรรม | 2,670 | 30% | 267,007.6 |
| 3 | ธนทิพย์ ธีรมโนธรรม | 2,670 | 30% | 267,007.6 |

คณะกรรมการบริหาร (Board of Director) มีจำนวน 3 คน ประกอบด้วย

- ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 3 ราย ตามรายชื่อในตารางด้านบน

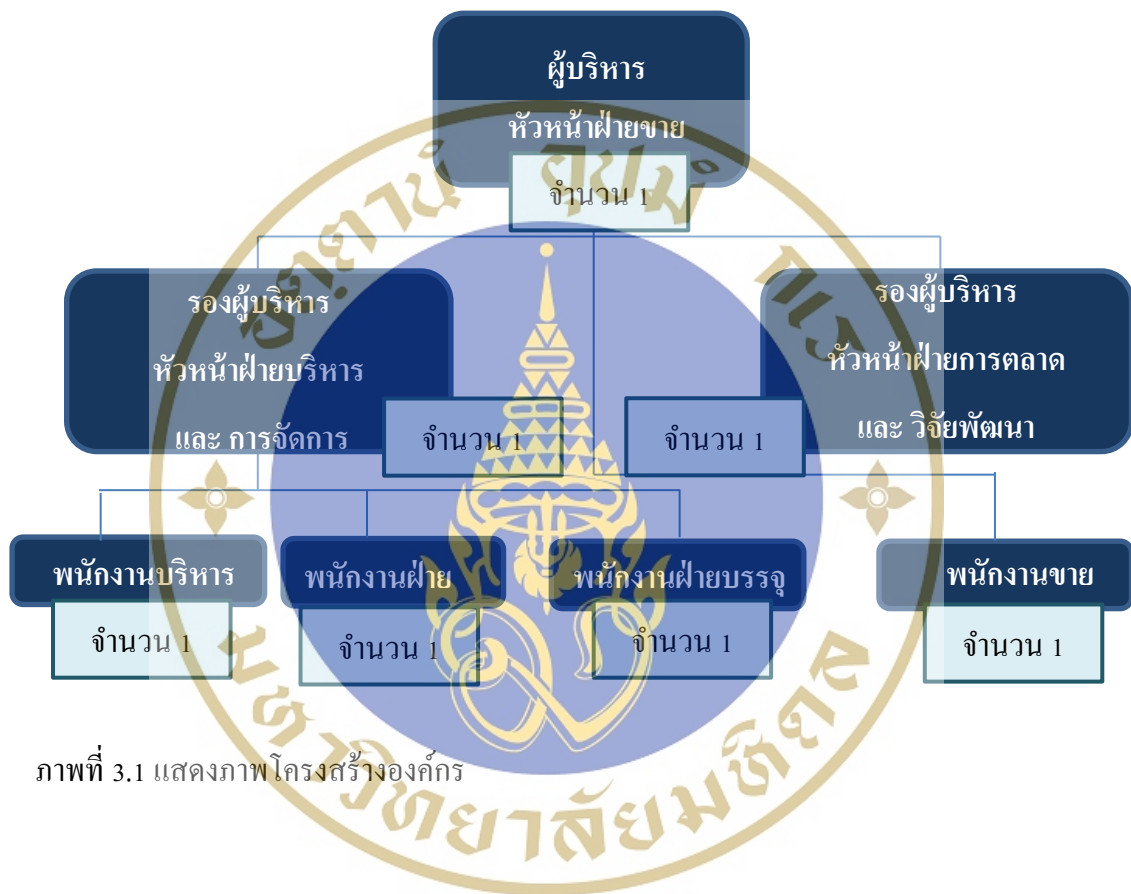
ที่ปรึกษาแผนธุรกิจในการพัฒนาธุรกิจ มีจำนวน 1 คน ได้แก่

คุณ คณิต ชัยบริพันธ์ (ผู้อำนวยการสายงานขาย)

บริษัทฯ ที่โอเอ เพอฟอร์มแมนซ์ โกลด์ตั้ง จำกัด (TOA PC)

3.2 โครงสร้างองค์กร

การบริหารและจัดการองค์กรสามารถอธิบายได้จากภาพด้านล่าง โดยในภาพได้แสดงถึงโครงสร้างองค์กร(Organization Structure) ทั้งในแนวดิ่งและแนวราบ (Vertical and Horizontal) จำนวนบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง



ภาพที่ 3.1 แสดงภาพโครงสร้างองค์กร

3.3 การบริหารองค์กรธุรกิจ

3.3.1 คุณสมบัติพนักงาน

ตาราง 3.2 หน้าที่และคุณสมบัติพนักงาน

| Human Resources | Job Description | Qualification | Salary |
|---------------------------|---|---|--------|
| พนักงานบริหารและการจัดการ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ จัดเก็บเอกสาร ▪ ประสานงานระหว่างแผนก ▪ Data Support (สถานะการผลิต, ยอดขาย, ข้อมูลลูกค้า, ข้อมูลซัพพลายเออร์, ข้อมูลสต็อกแพคเกจ และ ปากกา) ▪ อัปเดตหลักฐานการส่งสินค้าในแต่ละรอบผ่าน 3 ช่องทางหลัก (Facebook, Website, ไลน์แชท) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ สามารถใช้ MS และ Excel ได้ ▪ มีทักษะในการสื่อสารประสานงาน ▪ ละเอียดรอบครอบ ▪ วุฒิ ปวศ. ขึ้นไป | 13,000 |
| พนักงานฝ่ายผลิต | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ติดต่อประสานงานเรื่องออเดอร์กับฝ่ายขาย และ ฝ่ายบรรจุภัณฑ์ ▪ ติดต่อประสานงานส่งออเดอร์ให้ซัพพลายเออร์ผลิตสี (อาร์.ซี.อาร์) ▪ ติดตาม และ ควบคุมคุณภาพการผลิต | <ul style="list-style-type: none"> ▪ มีทักษะในการสื่อสารประสานงาน ▪ ละเอียดรอบครอบ ▪ ซื่อสัตย์ ▪ พร้อมที่จะเรียนรู้เรื่องการผสมสีพ่นรถยนต์ ▪ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า | 12,000 |

ตาราง 3.2 หน้าที่และคุณสมบัติพนักงาน (ต่อ)

| Human Resources | Job Description | Qualification | Salary |
|-----------------------|--|---|--------|
| พนักงาน บรรจุภัณฑ์ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ติดต่อประสานงานเรื่องออเดอร์กับฝ่ายผลิต ▪ ติดต่อประสานงานหลักฐานการส่งสินค้ากับฝ่ายบริหารและจัดการ ▪ ดูแลการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ▪ แพลกสินค้าเพื่อเตรียมจัดส่ง ▪ จัดส่งสินค้าให้ลูกค้า | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้คอมพิวเตอร์เป็น ▪ พร้อมทั้งจะเรียนรู้เรื่องเครื่องพิมพ์ ▪ ละเอียดรอบคอบ ▪ ซื่อสัตย์ ▪ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ▪ วุฒิ ม. 3 ขึ้นไป | 12,000 |
| พนักงานขาย | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ตอบคำถาม และ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่าน 3 ช่องทาง ▪ ให้คำแนะนำเมื่อลูกค้าพบปัญหาการใช้งาน ▪ ติดต่อประสานงานกับฝ่ายการตลาดในการวางแผนการขายให้สอดคล้องกับการตลาดเพื่อได้ยอดขายตามเป้าหมาย ▪ ติดต่อฝ่ายผลิตในการส่งออเดอร์ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ สามารถใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค และ MS Office เช่น MS Word, Excel ▪ Service Mind ▪ ซื่อสัตย์ ▪ อุดمان ▪ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ▪ มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับรถยนต์ ▪ วุฒิปริญญาตรี | 14,000 |

บทที่ 4

แผนการดำเนินงาน

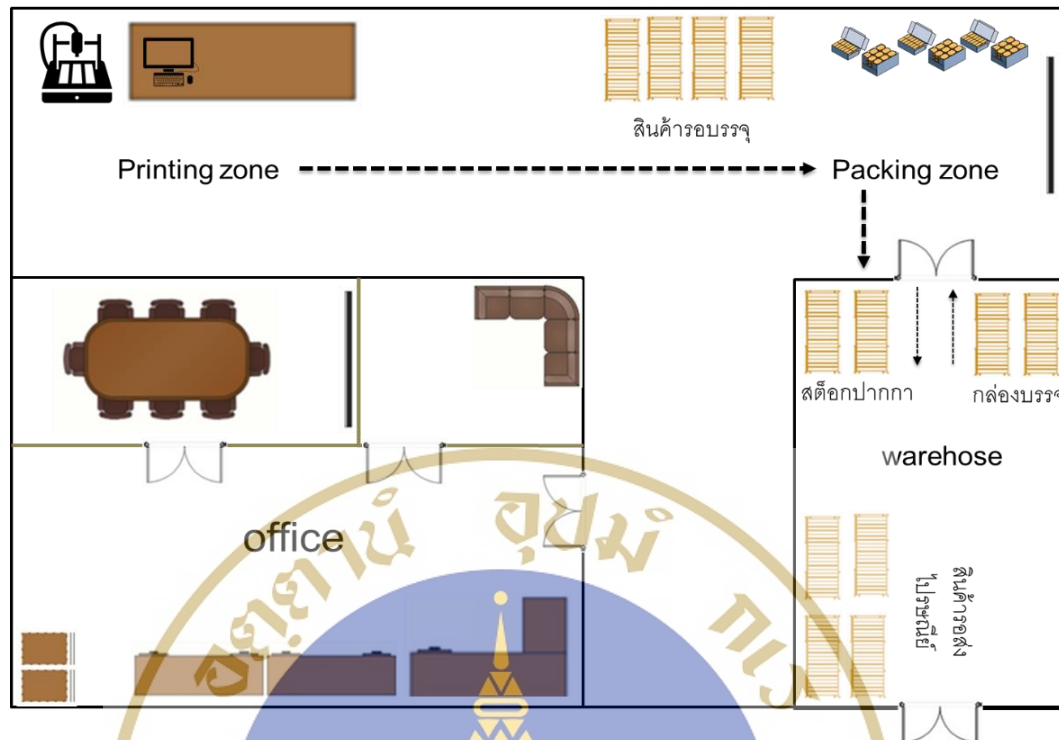
4.1 ทำเลที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของ บริษัทฯ เพน อิท โป้ร จำกัด ตั้งอยู่ บ้านเลขที่ 25/102 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงบ้านช่างหล่อ เขตบางกอกน้อย ซึ่งเป็นสถานที่เดียวกับ บริษัทฯ อาร์.ซี.อาร์ เคหะภัณฑ์ จำกัด โดยเป็นบริษัทคู่ค้าหลักที่ ทางบริษัทฯ เพน อิท โป้ร ส่งผลิตสีพ่นรถยนต์ ซึ่งเหมาะสมเพราะมีความสะดวกในการส่งผลิต และ การดำเนินการบรรจุสินค้า สถานที่ตั้งนี้ บริษัทฯ เพน อิท โป้ร จำกัด มีจุดประสงค์เพื่อใช้เป็นสถานที่สำหรับการจัดการบริหารและงานเอกสาร (Administration) ประชุมพนักงานสำหรับวางแผนงาน และ สถานที่จัดเก็บสินค้าคงคลัง (Warehouse)

พื้นที่ใช้สอยของบริษัทฯทั้งหมด 36 ตารางเมตร โดยสถานที่มีการออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน 3 ส่วนหลัก คือ สถานที่สำหรับพนักงานประจำออฟฟิศ สถานที่สำหรับประชุมงาน และ สถานที่สำหรับจัดเก็บสินค้า



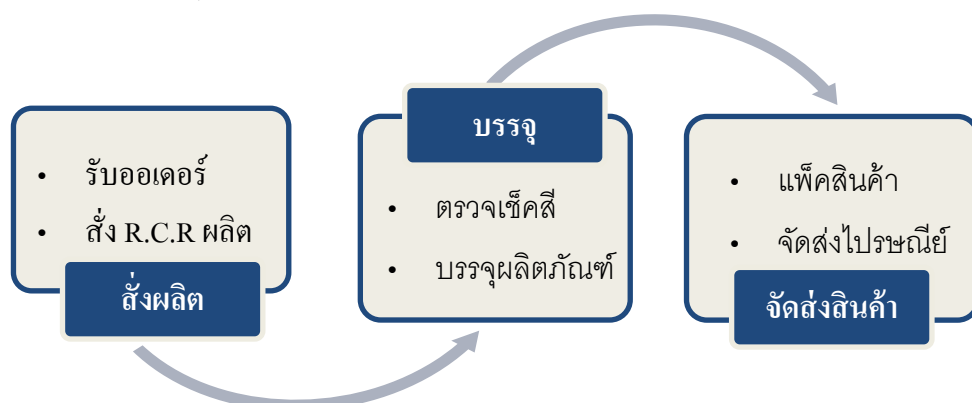
ภาพที่ 4.1 แสดงสถานที่สำหรับบริษัทฯ Pen It Pro



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างแผนผังสถานที่ภายในบริษัทฯ Pen It Pro

4.2 การวางแผนด้านกำลังการผลิต

จากการศึกษาตลาดที่ได้กล่าวไว้ในบทแผนการตลาด มีเจ้าของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ที่มีปัญหาหรือยัดข้อนหรือสะเก็ดหิน และต้องการใช้ปากกาซ่อมสีรถยนต์ โดยคิดเป็นจำนวนทั้งหมด 947,938 คัน และคาดว่าจะเป็นลูกค้าของทาง เพนอิทโปร โดยในปีแรกอยู่ที่ร้อยละ 4.96 จำนวน 23,961 คัน ต่อปี เท่ากับว่าจะมีลูกค้าสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ปากกาซ่อมสีรถยนต์ เพนอิทโปร จำนวน 23,961 เซ็ต/ปี หรือคิดเป็น 77 เซ็ต/วัน (เฉลี่ยตามจำนวนวันทำการ คือ 312 วัน)



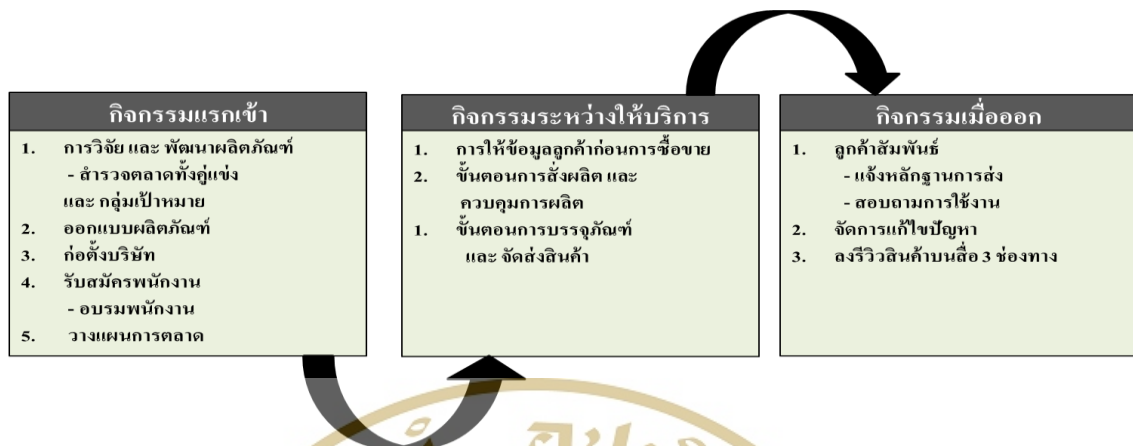
ภาพที่ 4.3 แสดงขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่รับออเดอร์จากลูกค้า จนถึงจัดส่งสินค้า

จากตาราง 3 สรุปได้ว่าขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การรับออเดอร์จากลูกค้า จนถึง ขั้นตอนการบรรจุแพ็คเกจ ใช้เวลาประมาณ 3 นาที/เซต โดยบริษัทฯเปิดทำการทุกวันจันทร์ – เสาร์ ตั้งแต่ 8.00-17.00 (8 ชั่วโมงต่อวัน) เท่ากับว่าสามารถผลิตสินค้าได้ 160เซต/วัน และ 49,920 เซต/ปี (312 วันทำการ) และเนื่องจากขั้นตอนการผลิตสินค้าใช้วิธีการจ้าง ผลิต ดังนั้น จึงจ้างพนักงานดูแลการผลิต จำนวน 1 คน เพื่อควบคุมการผลิต และ ติดต่อประสานงานกับบริษัทฯ อาร์.ซี.อาร์ จำกัด

ตาราง 4.1 ตารางแสดงขั้นตอน และ ระยะเวลาการผลิต/เซต

| ขั้นตอน | รายละเอียด | เครื่องมือและ เครื่องจักร | ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิต/เซต |
|--------------|---|--|--|
| สั่งผลิต | รับออเดอร์ลูกค้าใช้ข้อมูล (ยี่ห้อรถยนต์, รุ่น และสีรถยนต์) สั่งบริษัทฯ อาร์.ซี.อาร์ ผลิต | ผ่านเว็บไซต์ ▪ ระบบคำนวณสูตรสี ▪ เครื่องผสมและหยอดสี | n/a ▪ 30 วินาที / ออเดอร์ ▪ 3 นาที/เซต (1เซตมี 2 แท่ง) |
| บรรจุภัณฑ์ | ▪ ตรวจสอบเช็คสี/ฉลาก ▪ บรรจุแพ็คเกจ | n/a | ▪ 1 นาที ▪ 1 นาที |
| จัดส่งสินค้า | ▪ แพ็คสินค้า ▪ จัดส่งไปรษณีย์ | n/a | n/a |

4.3 กระบวนการดำเนินงาน



ภาพที่ 4.2 แสดงกระบวนการดำเนินงานแรกเข้า ระหว่างให้บริการ และ ออกจากบริการ

4.3.1 กิจกรรมแรกเข้า

4.3.1.1 การวิจัย และ พัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research and Development)

การวิจัย (Research) : หลังจากวิเคราะห์โอกาส ปัญหาและความต้องการ และความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนของการสร้างกรอบความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept) โดยมีการสำรวจตลาด (Market Survey) วิเคราะห์คู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย (In-depth interview) จนได้แนวคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept) จึงเริ่มเข้าสู่กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) : บริษัทฯ ได้ข้อสรุปของผลิตภัณฑ์คือ การช่อมสึด้วยปากกาช่อมสึรถยนต์ แบบเซต 3 ขั้นตอน คือ รองพื้น สี และเคลือบเงา โดยส่วนประกอบสำคัญหลักๆ มีด้วยกัน 2 อย่างคือ ปากกา และ สีพ่นรถยนต์ (สูตรสี และ คุณภาพสี) โดยบริษัทฯ ได้แบ่งหน้าที่บุคลากรทั้งหมด ออกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายจัดหาปากกา และ ฝ่ายพัฒนาสูตรสี รายละเอียดมีดังนี้

ฝ่ายจัดหาปากกา (Sourcing) บริษัทฯวางแผนในการค้นหาโรงงานผลิตปากกาทั้งหมด 3 แห่งในประเทศจีน โดยใช้วิธีการค้นหาและติดต่อผ่านทางออนไลน์ ได้แก่ Alibaba และ Made-in-china.com (ภาคผนวก ๗ ตัวอย่างการติดต่อสั่งซื้อสินค้าตัวอย่างจากประเทศจีน) ซึ่งเงื่อนไขในการเลือกปากกา คือ รูปแบบหัวปากกาที่ต้องการ ราคา และ จำนวนขั้นต่ำในการสั่งผลิต (Minimum Order Quantity) ซึ่งบริษัทฯมีการวางแผนป้องกันความเสี่ยงกรณีโรงงานทางประเทศจีนไม่สามารถผลิตและจัดส่งปากกาได้ตามกำหนด คือ ติดต่อโรงงานผลิตในประเทศไทย เนื่องจากในระยะยาวบริษัทฯวางแผนที่จะผลิตปากกาภายในประเทศด้วยปัจจัยต้นทุนในการผลิต

และการขนส่ง แต่เนื่องจากความเชี่ยวชาญของโรงงานในประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตปากกาได้ในปัจจุบัน บริษัทฯจึงจำเป็นต้องใช้เวลาในการพัฒนาการผลิตกับโรงงานในประเทศไทย สำหรับแผนการผลิตในช่วงปีที่ 4-5 เป็นต้นไป

ฝ่ายพัฒนาสูตรสี (Formula Development) บริษัทฯมีพันธมิตรทางธุรกิจ 2 บริษัทฯ คือ บริษัทฯ ทีโอเอ เพอฟอร์มแมนซ์ โกลด์ตั้ง จำกัด ในการคิดพัฒนาสูตร และ บริษัทฯ อาร์.ซี.อาร์ เคหะภัณฑ์ จำกัด ในการเป็นซัพพลายเออร์บริการผสมสี ดังนั้น ขั้นตอนในส่วนนี้คือการคิดพัฒนาสูตรเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานในรูปแบบปากกามากที่สุด และ การตกลงรูปแบบการทำธุรกิจ ขั้นตอนในการผลิต และ รูปแบบการคิดค่าจ้างผลิตหลังจากที่ได้รูปแบบปากกา และ สูตรสีแล้วบริษัทฯจึงทำการทดสอบผลิตภัณฑ์ (Product Test) โดยมีกลุ่มเป้าหมาย เป็นเจ้าของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ที่มีปัญหาเครื่องยนต์มีรอยขีดข่วน และต้องการใช้ปากกาซ่อมสีรถยนต์ในการแก้ไขปัญหา

4.3.1.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design)

บริษัทฯมีพันธมิตรธุรกิจกับ บริษัทฯ Dim Grey มีบริการออกแบบผลิตภัณฑ์ และ พิมพ์แพคเกจได้ทุกพื้นผิว นอกจากนั้น เครื่องพิมพ์ที่บริษัทฯ ใช้ยังเป็นลักษณะที่เหมาะสมกับงานพิมพ์ธุรกิจขนาดย่อม คือ พิมพ์ปริมาณไม่มาก และ ต้นทุนไม่สูง ในขั้นตอนนี้ หัวหน้าฝ่ายมาร์เก็ตติ้งร่วมงานกับ Dim Grey ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และ วางแผนการขั้นตอนการพิมพ์งานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

4.3.1.3 การก่อตั้งบริษัทฯ (Company Formation)

ขั้นตอนในการจดทะเบียนบริษัทฯผ่านออนไลน์ ทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1.) จองชื่อบริษัทฯ
- 2.) เตรียมข้อมูลต่างๆให้พร้อมเพื่อจดทะเบียนนิติบุคคลออนไลน์
- 3.) รอให้นายทะเบียนตรวจสอบ
- 4.) พิมพ์แบบฟอร์มที่ผ่านการตรวจสอบเรียบร้อยแล้วมาให้บุคคลที่ระบุในแต่ละหน้าเซ็น และเตรียมเอกสารเพิ่มเติม
- 5.) นำไปจดทะเบียนที่สำนักพัฒนาธุรกิจการค้าเขต

ระยะเวลาที่ใช้ในการจดทะเบียนก่อตั้งบริษัทฯประมาณ 30 วัน ขึ้นอยู่กับ การเตรียมเอกสาร และ การตรวจสอบจากนายทะเบียน

4.3.1.4 การรับสมัครพนักงาน (Recruitment)

หลังจากมีการประชุมผู้ถือหุ้นหลัก 3 คน ในการแบ่งหน้าที่ บริษัทฯ จำเป็นต้องมีพนักงาน โดยตำแหน่งที่ทางบริษัทฯ ต้องการ คือ พนักงานฝ่ายบริหารจัดการ (Administrative) , พนักงานฝ่ายการผลิต (Production) และ พนักงานฝ่ายขาย (Salesperson) โดยรายละเอียดคุณสมบัติและจำนวนพนักงานจะอยู่ในหัวข้อการบริหารและการจัดการองค์กร

4.3.1.5 การอบรมพนักงาน (Staff Training)

เมื่อได้พนักงานตามคุณสมบัติที่หัวหน้าฝ่ายแต่ละฝ่ายต้องการแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการแนะนำกฎระเบียบ และ อบรมงานในส่วนที่รับผิดชอบ โดยในขั้นตอนนี้ หัวหน้าฝ่ายซึ่งเป็นผู้ถือหุ้น 2 คนจะมีหน้าที่ในการดูแลพนักงานในฝ่ายของตนเอง สำหรับผู้ถือหุ้น หัวหน้าฝ่ายการตลาดจะใช้รูปแบบการว่าจ้างพนักงาน outsource ในขั้นตอนการอบรมพนักงานใช้ระยะเวลา 1-2 วัน

4.3.1.6 การวางแผนการตลาด (Marketing Plan)

ขั้นตอนการวางแผนการตลาดเกิดขึ้นหลังจากสรุปแนวคิดของผลิตภัณฑ์ โดยหัวหน้าฝ่ายการตลาดมีหน้าที่รับผิดชอบการวางแผนการตลาดผ่านสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์ และ ออฟไลน์ ให้ได้ตามเป้าหมายและงบประมาณของบริษัทฯ ในแต่ละปี โดยการตลาดในแต่ละรูปแบบ จะมีการวางแผนในการสร้างยอดขายอย่างชัดเจน ซึ่งพนักงานขายจำเป็นต้องมีการประชุมกับ ฝ่ายการตลาดทุกเดือนจุดประสงค์เพื่อเสนอแนะให้แผนการตลาดและแผนการขายสอดคล้องกัน ตามเป้าหมายยอดขายแต่ละเดือน

สรุปแผนการดำเนินงานกิจกรรมแรกเข้าใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน โดยส่วนของการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ใช้เวลานานที่สุด รองลงมาคือส่วนของการวางแผนการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อพันธมิตรทาง ธุรกิจ และการวางแผนยอดขายและแผนการตลาด

4.3.2 กิจกรรมระหว่างกาให้บริการ

ขั้นตอนการให้ข้อมูลลูกค้า

- ลูกค้าสอบถามสินค้า ผ่าน 3 ช่องทาง ได้แก่ Facebook, Website และ Line chat
- พนักงานขายให้ข้อมูลลูกค้า โดยมีสื่อ 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปภาพแนะนำขั้นตอน และ วิดีโอคลิปแสดงขั้นตอนการใช้งาน

- ลูกค้าตัดสินใจสั่งผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการผลิต

- พนักงานขายรวบรวมข้อมูลในการสั่งผลิต และ ส่งออเดอร์

- ฝ่ายผลิตรับออเดอร์ และประสานงานกับ บริษัทฯ อาร์.ซี.อาร์ จำกัด ในการผลิต

- หลังจาก บริษัทฯ อาร์.ซี.อาร์ จำกัด ผลิตเสร็จ ทางพนักงานฝ่ายผลิตทำการตรวจสอบสินค้า

- ฝ่ายผลิตทำการส่งสินค้าที่ถูกต้อง ให้กับฝ่ายบรรจุภัณฑ์

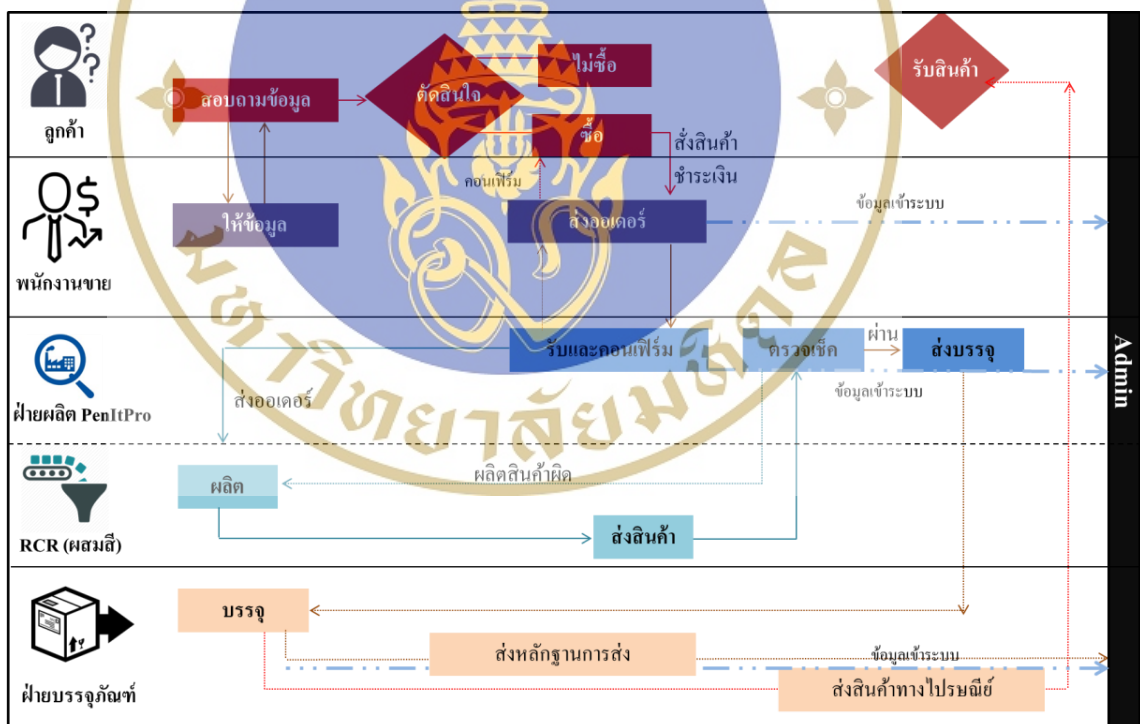
ขั้นตอนการบรรจุผลิตภัณฑ์ และ ส่งสินค้า

- ฝ่ายบรรจุภัณฑ์ ตรวจสอบสินค้าและออเดอร์เพื่อทำการพิมพ์ชื่อสีลงบนแพคเกจ

- บรรจุปากกาลงในกล่องบรรจุภัณฑ์

- นำสินค้าจัดส่ง ไปรษณีย์ให้แก่ลูกค้า

- ส่งหลักฐานการส่งให้กับฝ่ายบริหารจัดการ



ภาพที่ 4.4 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานของกิจกรรมระหว่างการดำเนินงาน

4.3.3 กิจกรรมเมื่อออก

ขั้นตอนการลงหลักฐานการส่งสินค้า

- พนักงานฝ่ายบรรจุภัณฑ์ส่งหลักฐานการส่งสินค้าให้กับพนักงานฝ่ายบริหารจัดการ
- พนักงานฝ่ายบริหารจัดการลงข้อมูลหลักฐานการส่งผ่าน 3 ช่องทางเพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะการส่งได้

ขั้นตอนลูกค้าสัมพันธ์

- พนักงานขายติดตามสถานะจัดส่ง เมื่อทราบสถานะจัดส่งถึงลูกค้าแล้ว จึงทำการส่งข้อมูลการใช้อีกครั้ง โดยเฉพาะข้อมูลที่สำคัญ เช่น การทำความสะอาดพื้นผิว สภาพอากาศ เป็นต้น
- สอบถามฟีดแบค (Feedback) จากลูกค้า ช่วยแก้ไขปัญหากรณีลูกค้าประสบปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์
- รวบรวมปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ส่งให้ หัวหน้าฝ่ายการผลิต

ขั้นตอนการตรวจสอบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (กรณีพบปัญหาจากการใช้งาน)

- หาสาเหตุปัญหา และ แจงวิธีการแก้ไขเบื้องต้น
- หากลูกค้าไม่พอใจ ต้องมีเกณฑ์การแก้ไขในขั้นต่อไป เช่น การคืนเงิน การส่งสินค้าชิ้นใหม่ให้ลูกค้า เป็นต้น

ขั้นตอนการลงรูปประชาสัมพันธ์ รีวิวผลิตภัณฑ์ลูกค้า

- พนักงานขายขอรูปรีวิวจากลูกค้า
- พนักงานขายส่งรูปรีวิวสินค้า ส่งต่อให้ ฝ่ายการตลาด
- ฝ่ายการตลาดรวบรวม และ ตกแต่งรูปภาพ
- ฝ่ายการตลาดนำรูปภาพรีวิว โพสต์ลงบน 3 ช่องทาง ได้แก่ Facebook, Website และ

Line@

บทที่ 5

สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

5.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

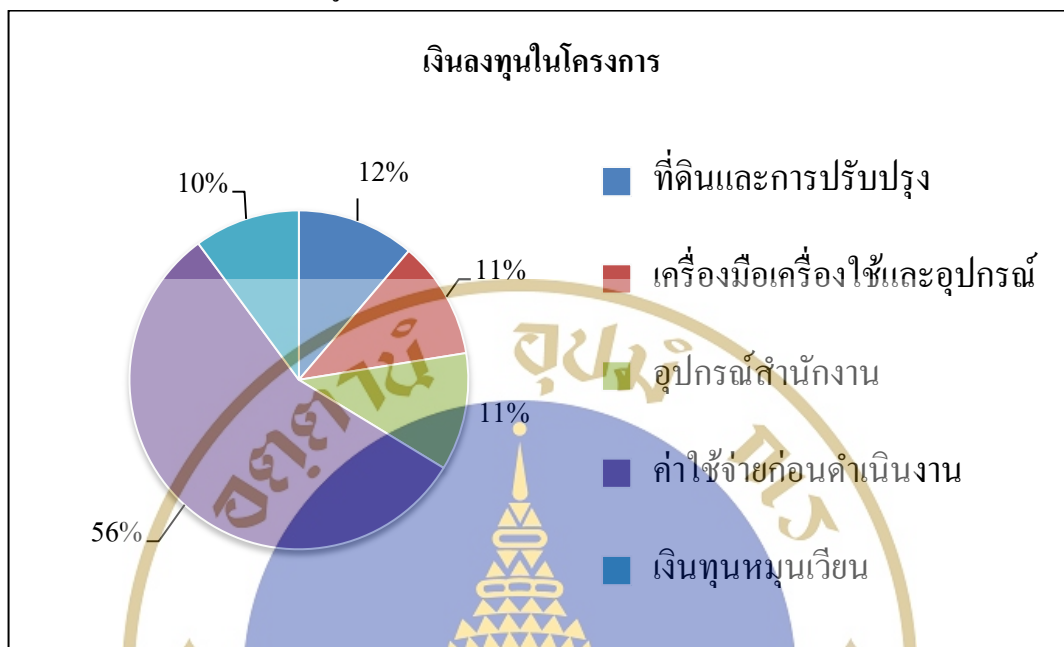
ธุรกิจของบริษัทฯมีลักษณะการดำเนินการผลิตด้วยการว่าจ้างผลิตทั้งหมด ดังนั้นบริษัทฯจึงไม่มีการลงทุนวัตถุดิบในการผลิต ทั้งนี้การเริ่มจัดตั้งบริษัทฯจำเป็นต้องมีสถานที่สำหรับบริหารจัดการ และ คลังสำหรับเก็บอุปกรณ์ เช่น ปากกา และ กล่องบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น โดยบริษัทฯได้ประมาณค่าใช้จ่ายในการเริ่มดำเนินธุรกิจซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 7.1 สำหรับแหล่งเงินทุนในการเริ่มดำเนินธุรกิจจะมาจากส่วนของผู้อถือหุ้นทั้งหมด (Equity) ส่วนการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย หรือ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางบริษัทฯจะใช้เงินกำไรสะสมของธุรกิจ และ อาจพิจารณากู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินในสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น

ตาราง 5.1 เงินลงทุนในการเริ่มดำเนินธุรกิจ

หน่วย : บาท

| เงินลงทุนในโครงการ | รวม | แหล่งที่มาของเงินลงทุนนี้ | |
|--------------------------------|----------------|---------------------------|----------|
| | | เงินลงทุน | เงินกู้ |
| ที่ดินและการปรับปรุง | 100,000 | 100,000 | - |
| สิ่งปลูกสร้าง | - | - | - |
| เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ | 100,000 | 100,000 | - |
| ยานพาหนะ | - | - | - |
| อุปกรณ์สำนักงาน | 100,000 | 100,000 | - |
| ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน | 500,000 | 500,000 | - |
| เงินทุนหมุนเวียน | 95,606 | 95,606 | - |
| รวม | 895,606 | 895,606 | - |

เงินทุนส่วนใหญ่ทางบริษัทนำไปใช้สำหรับเตรียมการดำเนินงานบริหารและการจัดการ และค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน เพื่อให้บริษัทฯสามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดยมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆ



ภาพที่ 5.1 สัดส่วนการลงทุนในทรัพย์สินและค่าใช้จ่ายประเภทต่างๆ

ตาราง 5.2 รายการที่ดินและการปรับปรุง

หน่วย : บาท

| รายการ | ราคา |
|---------------------|----------------|
| ค่าสัญญาเช่าห้องแถว | 50,000 |
| ปรับปรุงสถานที่ | 50,000 |
| รวม | 100,000 |

ตาราง 5.3 รายการเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์

หน่วย : บาท

| รายการ | ราคา |
|---|----------------|
| ชั้นเหล็กสำหรับเก็บสต็อกปากกา, กล่องพลาสติก | 10,000 |
| ปากกา ลีตแรก | 65,000 |
| กล่องพลาสติก(บรรจุปากกา) ลีตแรก | 25,000 |
| รวม | 100,000 |

ตาราง 5.4 รายการอุปกรณ์สำนักงาน

หน่วย : บาท

| รายการ | ราคา |
|------------------------------|---------|
| โต๊ะและเก้าอี้สำนักงาน 4 ชุด | 20,000 |
| คอมพิวเตอร์ 2 เครื่อง | 50,000 |
| ค่า Printer | 3,000 |
| ค่าโทรศัพท์ | 2,000 |
| โปรแกรมระบบการผลิตสำเร็จรูป | 25,000 |
| รวม | 100,000 |

ตาราง 5.5 รายการค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

หน่วย : บาท

| รายการ | ราคา |
|------------------------------------|---------|
| ค่าประชุมและจัดตั้งบริษัทฯ | 15,000 |
| ค่าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ | 45,000 |
| ค่าจ้าง สนง.บัญชี จดทะเบียนบริษัทฯ | 10,000 |
| สำรองค่าดำเนินการอื่นๆ | 10,000 |
| ค่าโมลขึ้นรูปปากกา | 420,000 |
| รวม | 500,000 |

5.2 ที่มาของรายได้

5.2.1 รายได้จากสินค้าและบริการ

รายได้ของบริษัทฯมาจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

- 1) เซ็ตปากกาช่อมสิรยนต์สำหรับลูกค้ากลุ่มตลาดรวม (Mass Market) เกรดดี ญี่ปุ่น
- 2) เซ็ตปากกาช่อมสิรยนต์สำหรับลูกค้าตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เกรดดี ยุโรป

โดยบริษัทฯ ผลิตสินค้าเพื่อตอบโจทก์แก่เจ้าของรถยนต์ และ เจ้าของจักรยานยนต์ ดังนั้นกลุ่มตลาด mass และ premium จะแบ่งเป็นตลาดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ บริษัทฯตั้งราคาจำหน่ายสำหรับเซ็คเกรดสี่ญี่ปุ่น ราคา 349 บาท และ เซ็คเกรดสี่ยุโรป ราคา 589 บาท ซึ่งสามารถสรุปเป็นประมาณการสัดส่วนรายได้ต่อปีตามตารางที่ 7.6 สำหรับการคาดการณ์อัตราการเติบโต ปริมาณการขาย จากปีที่ 2-5 บริษัทฯคาดการณ์เติบโต อยู่ที่ร้อยละ 42 ร้อยละ 32 ร้อยละ 14 และร้อยละ 9 ตามลำดับ ทั้งนี้การคาดการณ์อัตราการเติบโตมาจากการประเมินการทำแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายในแต่ละปี

ตาราง 5.6 โครงสร้างและการประมาณการรายได้ของธุรกิจ

หน่วย : บาท

| ชื่อบริการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-----------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| รถยนต์ (Mass) | 4,082,908 | 5,103,634 | 5,613,998 | 6,006,978 | 6,307,327 |
| รถจักรยานยนต์ (Mass) | 3,824,427 | 6,883,969 | 11,358,549 | 14,766,113 | 16,538,047 |
| Total Pen it Pro (Mass) | 7,907,335 | 11,987,603 | 16,972,547 | 20,773,091 | 22,845,374 |
| รถยนต์ (Premium) | 362,665 | 543,998 | 815,997 | 979,196 | 1,077,115 |
| รถจักรยานยนต์ (Premium) | 339,706 | 747,352 | 1,718,910 | 3,008,093 | 4,060,925 |
| Total Pen it Pro (Premium) | 702,371 | 1,291,350 | 2,534,907 | 3,987,289 | 5,138,041 |
| รวมรายได้ต่อปี | 8,609,705 | 13,278,953 | 19,507,453 | 24,760,380 | 27,983,414 |
| เฉลี่ยรายได้ต่อเดือน | 717,475 | 1,106,579 | 1,625,621 | 2,063,365 | 2,331,951 |

5.2.2.1 ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย (Variable Cost)

ต้นทุนผันแปรของบริษัทฯประกอบด้วย

- 1) ค่าจ้างผลิต
- 2) ค่าปากกา
- 3) ค่าบรรจุภัณฑ์

ทั้งนี้ปากกาซ่อมสิรถยนต์เกรดสี่ญี่ปุ่น และ เกรดสี่ยุโรป มีความแตกต่างของต้นทุนโดยวัดจากคุณภาพของเจดสี โดยเกรดสี่ยุโรปจะมีต้นทุนสีที่สูงกว่าทำให้ต้นทุนผันแปรของผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 มีต้นทุนต่างกัน

ตาราง 5.7 ประมาณการต้นทุนผันแปร

หน่วย : บาท

| ชื่อบริการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Pen it Pro (Mass) | 1,480,286 | 2,072,401 | 2,590,501 | 2,953,171 | 3,189,425 |
| Pen it Pro (Premium) | 84,236 | 117,930 | 147,412 | 168,050 | 181,494 |
| ต้นทุนผันแปรต่อปี | 1,564,522 | 2,190,330 | 2,737,913 | 3,121,221 | 3,370,919 |
| เฉลี่ยต้นทุนผันแปรต่อเดือน | 130,377 | 182,528 | 228,159 | 260,102 | 280,910 |
| เฉลี่ยต่อหน่วย | 65.29 | 65.29 | 65.29 | 65.29 | 65.29 |

ตาราง 5.8 ต้นทุนค่าบริการผันแปรต่อหน่วยของเกรคดียูนิป

หน่วย : บาท

| ต้นทุนวัตถุดิบ (MASS) | เฉลี่ย บาท/แห่ง |
|--------------------------------------|-----------------|
| ค่าสี | 10.21 |
| ค่ารองพื้น | 5.00 |
| ค่าเคลือบเงา | 1.32 |
| ค่าปากกา (3 แห่ง) 13 บาท/แห่ง | 39.00 |
| ค่าหัวปากกาสำรอง (3 ชั้น) 9 บาท/แห่ง | 27.00 |
| ค่าบริการภัณฑ์ รวมค่าพิมพ์สี | 5.00 |
| รวม | 87.53 |

ตาราง 5.9 ต้นทุนค่าบริการผันแปรต่อหน่วยของเกรคดียุโรป

หน่วย : บาท

| ต้นทุนวัตถุดิบ (PREMIUM) | เฉลี่ย บาท/แห่ง |
|--------------------------------------|-----------------|
| ค่าสี | 15.49 |
| ค่ารองพื้น | 5.00 |
| ค่าเคลือบเงา | 1.32 |
| ค่าปากกา (3 แห่ง) 13 บาท/แห่ง | 39.00 |
| ค่าหัวปากกาสำรอง (3 ชั้น) 9 บาท/แห่ง | 27.00 |
| ค่าบริการภัณฑ์ รวมค่าพิมพ์สี | 5.00 |
| รวม | 92.81 |

5.2.2.2 ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost)

ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ของบริษัทฯ เช่น ค่าจ้างพนักงาน ค่าเช่าสถานที่ ค่าใช้จ่ายทางการตลาด เป็นต้น โดยค่าแรงพนักงานบริษัทฯมีนโยบายปรับฐานเงินเดือนขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี และสามารถสรุปเป็นต้นทุนคงที่ในปีที่ 1 – 5

ตาราง 5.10 ค่าแรงพนักงานในการบริหารงาน ต่อปี

หน่วย : บาท

| เงินเดือน (บาท) ต่อเดือน | ตำแหน่ง | จำนวนคน | | | | |
|--------------------------------|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
| 13,000 | พนักงานบริหารจัดการ | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 12,000 | พนักงานฝ่ายผลิต | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 12,000 | พนักงานฝ่ายบรรจุภัณฑ์ | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 14,000 | พนักงานขาย | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 25,000 | CEO & Sales Manager | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 20,000 | Head of Administrative and Production | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 20,000 | Head of R&D and Marketing | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| รวมเงินเดือนต่อปี (บาท) | | 1,392,000 | 1,433,760 | 1,944,773 | 2,003,116 | 2,207,210 |

ตาราง 5.11 ค่าใช้จ่ายในการผลิต

หน่วย : บาท

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| ค่าภาษีโรงเรือน (12.5% ของค่าเช่าทั้งปี) | 7,500 | 7,500 | 7,500 | 7,500 | 7,500 |
| ค่าของเสีย (0.05%) | 1,047 | 1,605 | 2,328 | 2,919 | 3,270 |
| ภาษีรถยนต์ | - | - | 1,364 | 1,364 | 1,364 |
| ค่าพรบ. รถยนต์ | - | - | 646 | 646 | 646 |
| รวมค่าใช้จ่ายต่อปี | 8,547 | 9,105 | 11,838 | 12,429 | 12,780 |

ตาราง 5.12 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ต่อปี

หน่วย : บาท

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 |
| ค่าไฟฟ้า | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 | 30,000 |
| ค่าน้ำประปา | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,600 |
| ค่าทำบัญชี | 20,000 | 20,000 | 20,000 | 20,000 | 20,000 |
| ค่าซ่อมรถ | - | - | 10,000 | 10,000 | 10,000 |
| ค่าน้ำมัน (สัปดาห์ละ 1,000) | - | - | 208,000 | 208,000 | 208,000 |
| ค่าเช่าเครื่องปริ้น | 20,000 | 20,000 | 20,000 | 20,000 | 20,000 |
| ค่าหมึกปริ้น (เดือนละ 300) | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,600 |
| รวมค่าใช้จ่ายต่อปี | 137,200 | 137,200 | 355,200 | 355,200 | 355,200 |

ตาราง 5.13 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ต่อปี

หน่วย : บาท

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Influencer (10,000/ครั้ง) | 40,000 | 20,000 | 40,000 | 20,000 | 20,000 |
| เขียนหน้าเว็บไซต์ และระบบ | 100,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| Google ads (5000 บาท ต่อเดือน) | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 |
| ออกแบบภาพและโลโก้ | 5,000 | 5,000 | 10,000 | 5,000 | 5,000 |
| จัดทำวิดีโอ | 50,000 | - | 50,000 | - | - |
| ทำภาพกราฟฟิก 48 รูป ต่อปี (10,000บาท ต่อ 12 รูป) | 40,000 | - | 40,000 | 40,000 | - |
| Facebook Ads (8,000 บาท/เดือน) | 96,000 | 96,000 | 96,000 | 96,000 | 96,000 |
| ค่าสมัคร Line @ (200บาท/ปี) | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| ค่าออกบูธ (ครั้งละ 17800) | - | - | 427,200 | 213,600 | 213,600 |
| รวมค่าใช้จ่ายต่อปี | 391,200 | 182,200 | 724,400 | 435,800 | 395,800 |

ตาราง 5.14 รวมต้นทุนคงที่

หน่วย : บาท

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| ค่าแรงในการขายและบริหาร | 1,392,000 | 1,433,760 | 1,944,773 | 2,003,116 | 2,207,209 |
| ค่าใช้จ่ายในการผลิต(ค่าโสหุ้ย) | 8,547 | 9,105 | 11,838 | 12,429 | 12,780 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 137,200 | 137,200 | 355,200 | 355,200 | 355,200 |
| ค่าใช้จ่ายทางการตลาด | 391,200 | 182,200 | 724,400 | 435,800 | 395,800 |
| รวมทั้งสิ้น (บาท)/ปี | 1,928,947 | 1,762,265 | 3,036,211 | 2,806,545 | 2,970,989 |

5.3 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

รูปแบบธุรกิจของบริษัทฯเป็นลักษณะขายปลีก (Retail) จึงได้รับรายได้จากค่าสินค้าเป็นเงินสด ทำให้บริษัทฯ ไม่มีลูกหนี้ทางการค้า นอกจากนั้นหนึ่งในสมาชิกผู้บริหารมีธุรกิจครอบครัวคือ บริษัทฯ อาร์.ซี.อาร์ เคหะภัณฑ์ จำกัด ซึ่งเป็นซัพพลายเออร์ที่ทางบริษัทฯ ว่างจ้างในการผลิตสีฟันรถยนต์ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการกำหนดระยะเวลาชำระหนี้ทุกสิ้นเดือน จึงถือเป็นข้อได้เปรียบของบริษัทฯ ที่ได้รับรายได้เป็นเงินสดทันที และสามารถชำระหนี้ได้หลังจากรับสินค้าไปแล้ว 1 เดือน สำหรับสต็อกสินค้าสำเร็จรูปบริษัทฯ ประมาณการกรณีคาดการณ์ยอดขายเฉลี่ยที่ขายดีเพื่อลดระยะเวลาการผลิต บริษัทฯ จึงประมาณการสต็อกสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยที่ขายดี 5 เฉดหลักที่สามารถสร้างรายได้ 80% เป็นระยะเวลาประมาณ 15 วัน (0.5 เดือน) ด้วยปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทฯ ได้ประเมินเงินทุนหมุนเวียนสำหรับเริ่มต้นดำเนินธุรกิจในปีที่ 1 ไว้สำรองที่ประมาณ 66,891 บาท (อ้างอิงจากเงินทุนหมุนเวียนปีที่ 2) ซึ่งถูกนับรวมไว้ในมูลค่าการลงทุนโครงการ (Capital Expenditure) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ตาราง 5.15 แสดงการประมาณเงินทุนหมุนเวียน

| เจ้าหนี้การค้า | | 1 เดือน | | | | หน่วย : บาท |
|----------------------------------|---------|-----------|---------|---------|---------|-------------|
| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 | |
| เจ้าหนี้การค้า | 174,488 | 267,500 | 388,015 | 486,519 | 544,940 | |
| เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น | 174,488 | 93,012 | 120,515 | 98,503 | 58,422 | |
| สต็อกสินค้าสำเร็จรูป | | 0.5 เดือน | | | | หน่วย : บาท |
| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 | |
| งานระหว่างทำ | 100,017 | 146,906 | 213,648 | 263,487 | 299,291 | |
| งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น | 100,017 | 46,889 | 66,742 | 49,838 | 35,804 | |
| สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง | | 1 เดือน | | | | หน่วย : บาท |
| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 | |
| สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง | 141,110 | 216,200 | 313,203 | 392,224 | 438,915 | |
| สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น | 141,110 | 75,090 | 97,003 | 79,021 | 46,691 | |
| เงินทุนหมุนเวียน | | | | | | |
| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 | |
| เงินทุนหมุนเวียน | 66,639 | 95,606 | 138,836 | 169,192 | 193,266 | |

5.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)

บริษัทฯ ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Statement) โดยพิจารณาตัวเลขประมาณการรายได้, ต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) และ ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ตามตารางที่ 7.16

5.4.1 สัดส่วนประมาณการงบกำไรขาดทุน (Common Size)

จากการพิจารณาสัดส่วนประมาณการงบกำไรขาดทุน จากตาราง 20 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบธุรกิจของบริษัทฯสามารถสร้างกำไรสุทธิ (Profit Margin) โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 50

ตาราง 5.16 ประมาณการงบกำไรขาดทุนระหว่างปีที่ 1 - 5

| หน่วย : บาท | | | | | |
|------------------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|
| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
| รายได้ | 8,609,705 | 13,278,953 | 19,507,453 | 24,760,380 | 27,983,414 |
| ต้นทุนผลิต | | | | | |
| - ต้นทุนผันแปร | 2,093,852 | 3,209,999 | 4,656,184 | 5,838,225 | 6,539,284 |
| - แรงงานในการผลิต | 288,000 | 296,640 | 449,539 | 463,025 | 620,916 |
| - ค่าเสื่อมราคาในการผลิต | 10,000 | 10,000 | 10,000 | 10,000 | 10,000 |
| - ค่าไถ่หุ้ยในการผลิต | 8,547 | 9,105 | 11,838 | 12,429 | 12,780 |
| รวมต้นทุนขาย | 2,400,399 | 3,525,744 | 5,127,562 | 6,323,679 | 7,182,980 |
| กำไรขั้นต้น | 6,209,307 | 9,753,209 | 14,379,892 | 18,436,701 | 20,800,434 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | | | | | |
| - ค่าแรงในการขายและบริหาร | 1,104,000 | 1,137,120 | 1,495,234 | 1,540,091 | 1,586,293 |
| - ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร | 120,000 | 120,000 | 220,000 | 220,000 | 220,000 |
| - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด | 391,200 | 182,200 | 724,400 | 435,800 | 395,800 |
| - ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร | 137,200 | 137,200 | 355,200 | 355,200 | 355,200 |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 1,752,400 | 1,576,520 | 2,794,834 | 2,551,091 | 2,557,293 |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ | 4,456,907 | 8,176,689 | 11,585,058 | 15,885,610 | 18,243,141 |
| ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ | 4,456,907 | 8,176,689 | 11,585,058 | 15,885,610 | 18,243,141 |
| ภาษีเงินได้ | 668,536 | 1,635,338 | 2,317,012 | 3,177,122 | 3,648,628 |
| กำไรสุทธิ | 3,788,371 | 6,541,351 | 9,268,047 | 12,708,488 | 14,594,513 |

ตาราง 5.17 สัดส่วนประมาณการงบกำไรขาดทุนระหว่างปีที่ 1 - 5

หน่วย : %

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| รายได้ | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| ต้นทุนการผลิต | | | | | |
| - ต้นทุนผันแปร | 24.32% | 24.17% | 23.87% | 23.58% | 23.37% |
| - แรงงานในการผลิต | 3.35% | 2.23% | 2.30% | 1.87% | 2.22% |
| - ค่าเสื่อมราคาในการผลิต | 0.12% | 0.08% | 0.05% | 0.04% | 0.04% |
| - ค่าเสียหายในการผลิต | 0.10% | 0.07% | 0.06% | 0.05% | 0.05% |
| รวมต้นทุนการให้บริการ | 27.88% | 26.55% | 26.29% | 25.54% | 25.67% |
| กำไรขั้นต้น | 72.12% | 73.45% | 73.71% | 74.46% | 74.33% |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | | | | | |
| - แรงงานในการขายและบริหาร | 12.82% | 8.56% | 7.66% | 6.22% | 5.67% |
| - ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร | 1.39% | 0.90% | 1.13% | 0.89% | 0.79% |
| - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด | 4.54% | 1.37% | 3.71% | 1.76% | 1.41% |
| - ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร | 1.59% | 1.03% | 1.82% | 1.43% | 1.27% |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 20.35% | 11.87% | 14.33% | 10.30% | 9.14% |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ | 51.77% | 61.58% | 59.39% | 64.16% | 65.19% |
| ดอกเบี้ยจ่าย | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ | 51.77% | 61.58% | 59.39% | 64.16% | 65.19% |
| ภาษีเงินได้ | 7.76% | 12.32% | 11.88% | 12.83% | 13.04% |
| กำไรสุทธิ | 44.00% | 49.26% | 47.51% | 51.33% | 52.15% |

5.5 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตาราง 5.18 ประมาณการงบกระแสเงินสด

หน่วย : บาท

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| แหล่งที่มาของเงินลงทุน | | | | | |
| - เงินลงทุน | 895,606 | - | 500,000 | - | - |
| - เงินกู้ยืม | - | - | - | - | - |
| - รายได้ | 8,609,705 | 13,278,953 | 19,507,453 | 24,760,380 | 27,983,414 |
| - เจ้าหน้าที่การค้าที่เพิ่มขึ้น | 174,488 | 93,012 | 120,515 | 98,503 | 58,422 |
| รวมแหล่งที่มา (ก.) | 9,679,799 | 13,371,966 | 20,127,969 | 24,858,883 | 28,041,836 |
| แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน | | | | | |
| - เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร | 800,000 | - | 500,000 | - | - |
| - ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา | 2,390,399 | 3,515,744 | 5,117,562 | 6,313,679 | 7,172,980 |
| - ค่าใช้จ่ายในการขาย - ไม่รวมค่าเสื่อม | 1,632,400 | 1,456,520 | 2,574,834 | 2,331,091 | 2,337,293 |
| - ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| - ภาษีเงินได้ | 668,536 | 1,635,338 | 2,317,012 | 3,177,122 | 3,648,628 |
| - ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น | - | - | - | - | - |
| - งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น | 100,017 | 46,889 | 66,742 | 49,838 | 35,804 |
| - สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น | 141,110 | 75,090 | 97,003 | 79,021 | 46,691 |
| - ชำระคืนเงินกู้ | - | - | - | - | - |
| รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.) | 5,732,461 | 6,729,582 | 10,673,152 | 11,950,751 | 13,241,397 |
| เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด | - | 3,947,338 | 10,589,722 | 20,044,539 | 32,952,671 |
| เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.) | 3,947,338 | 6,642,384 | 9,454,817 | 12,908,132 | 14,800,439 |
| เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด | 3,947,338 | 10,589,722 | 20,044,539 | 32,952,671 | 47,753,110 |

5.6 ประมาณการงบดุล

ตาราง 5.19 ประมาณการงบดุลปีที่ 1 – 5

| หน่วย : บาท | | | | | |
|---------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
| สินทรัพย์ | | | | | |
| สินทรัพย์หมุนเวียน | | | | | |
| - เงินสดและเงินในธนาคาร | 3,947,338 | 10,589,722 | 20,044,539 | 32,952,671 | 47,753,110 |
| - ลูกหนี้การค้า | - | - | - | - | - |
| - งานระหว่างทำ | 100,017 | 146,906 | 213,648 | 263,487 | 299,291 |
| - สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง | 141,110 | 216,200 | 313,203 | 392,224 | 438,915 |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | 4,188,464 | 10,952,828 | 20,571,390 | 33,608,382 | 48,491,316 |
| สินทรัพย์ถาวร | | | | | |
| - ที่ดินและการปรับปรุง | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 |
| - สิ่งปลูกสร้าง | - | - | - | - | - |
| - เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 |
| - ยานพาหนะ | - | - | 500,000 | 500,000 | 500,000 |
| - อุปกรณ์สำนักงาน | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 |
| - ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน | 500,000 | 500,000 | 500,000 | 500,000 | 500,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวร | 800,000 | 800,000 | 1,300,000 | 1,300,000 | 1,300,000 |
| หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม | 130,000 | 260,000 | 490,000 | 720,000 | 950,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ | 670,000 | 540,000 | 810,000 | 580,000 | 350,000 |
| รวมสินทรัพย์ | 4,858,464 | 11,492,828 | 21,381,390 | 34,188,382 | 48,841,316 |
| หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | |
| หนี้สินหมุนเวียน | | | | | |
| - เจ้าหนี้การค้า | 174,488 | 267,500 | 388,015 | 486,519 | 544,940 |
| รวมหนี้สินหมุนเวียน | 174,488 | 267,500 | 388,015 | 486,519 | 544,940 |
| หนี้สินระยะยาว | | | | | |
| รวมหนี้สินทั้งหมด | 174,488 | 267,500 | 388,015 | 486,519 | 544,940 |
| ส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | |
| - เงินลงทุน | 895,606 | 895,606 | 1,395,606 | 1,395,606 | 1,395,606 |
| - กำไรสะสม | 3,788,371 | 10,329,722 | 19,597,769 | 32,306,257 | 46,900,770 |
| รวมส่วนของผู้ถือหุ้น | 4,683,977 | 11,225,328 | 20,993,375 | 33,701,863 | 48,296,376 |
| รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | 4,858,464 | 11,492,828 | 21,381,390 | 34,188,382 | 48,841,316 |

5.7 การประเมินโครงการ

เมื่อนำการประมาณการงบกำไรขาดทุนและงบดุลมาใช้ในการประเมินกระแสเงินสดสุทธิ (Cash Flow Projection) จึงพบว่ามีโอกาสในการลงทุนที่ดี ให้สมมติฐาน Weighted Average Cost of Capital (WACC) หรือเรียกว่า “ต้นทุนทางการเงิน” เท่ากับร้อยละ 5.6 ประกอบด้วย

1. Cost of Debt (ต้นทุนทางการเงินของหนี้สิน) เท่ากับ 0.0%
2. Cost of Equity (ต้นทุนทางการเงินของส่วนของผู้ถือหุ้น) เท่ากับร้อยละ 5.6

ผลตอบแทนการลงทุนในแผนธุรกิจ Pen It Pro ปากกาซ่อมสีรถยนต์ด้วยตนเอง เพื่อความทนทานและเจดสีตรงตามที่เจ้าของรถยนต์ต้องการ ระยะเวลา 5 ปี มีรายละเอียด ดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 38,557,025 บาท
2. อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 499.32
3. ระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 2 เดือน 21 วัน
4. ระยะเวลาคืนทุนคิดลด (DPB) เท่ากับ 2 เดือน 26 วัน

บริษัทประมาณการจุดคุ้มทุน (Break Even Point) ของโครงการระยะเวลา 5 ปี โดยบริษัทฯ ต้องขายสินค้าให้ได้ตามจำนวน ดังตาราง 23

ตาราง 5.20 ประมาณการจุดคุ้มทุนปีที่ 1 – 5

| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 4 |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| จำนวนเซต/ปี | 7,059 | 6,448 | 11,110 | 10,268 | 10,869 |
| จำนวนเซต/เดือน | 588 | 537 | 926 | 856 | 906 |

5.8 กรณีสถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย (กรณี Worst Case)

กรณีสถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาดหมาย โดยบริษัทฯ คาดคะเนในส่วนของยอดขายที่ลดน้อยลง โดยประมาณการอยู่ที่ร้อยละ 50 ของจำนวนสินค้าของสถานการณ์ปกติ

ตาราง 5.21 ปริมาณการการขายกรณีที่ไม่เป็นไปตามคาดหมาย

| ชื่อบริการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| รถยนต์ (Mass) | 2,041,454 | 2,551,817 | 2,806,999 | 3,003,489 | 3,153,663 |
| รถจักรยานยนต์ (Mass) | 1,912,214 | 3,441,984 | 5,679,274 | 7,383,057 | 8,269,023 |
| รถยนต์ (Premium) | 181,333 | 271,999 | 407,998 | 489,598 | 538,558 |
| รถจักรยานยนต์ (Premium) | 169,853 | 373,676 | 859,455 | 1,504,046 | 2,030,463 |
| รวมรายได้ต่อปี | 4,304,853 | 6,639,477 | 9,753,727 | 12,380,190 | 13,991,707 |
| เฉลี่ยรายได้ต่อเดือน | 358,738 | 553,290 | 812,811 | 1,031,682 | 1,165,976 |

ตาราง 5.22 ประมาณการงบกำไรขาดทุนระหว่างปีที่ 1 – 5 กรณียอดขายลดลงร้อยละ 50

หน่วย : บาท

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| รายได้ | 8,609,705 | 13,278,953 | 19,507,453 | 24,760,380 | 27,983,414 |
| ต้นทุนผลิต | | | | | |
| - ต้นทุนผันแปร | 2,093,852 | 3,209,999 | 4,656,184 | 5,838,225 | 6,539,284 |
| - แรงงานในการผลิต | 288,000 | 296,640 | 449,539 | 463,025 | 620,916 |
| - ค่าเสื่อมราคาในการผลิต | 10,000 | 10,000 | 10,000 | 10,000 | 10,000 |
| - ค่าเสียหายในการผลิต | 8,547 | 9,105 | 11,838 | 12,429 | 12,780 |
| รวมต้นทุนขาย | 2,400,399 | 3,525,744 | 5,127,562 | 6,323,679 | 7,182,980 |
| กำไรขั้นต้น | 6,209,307 | 9,753,209 | 14,379,892 | 18,436,701 | 20,800,434 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | | | | | |
| - ค่าแรงในการขายและบริหาร | 1,104,000 | 1,137,120 | 1,495,234 | 1,540,091 | 1,586,293 |
| - ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร | 120,000 | 120,000 | 220,000 | 220,000 | 220,000 |
| - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด | 391,200 | 182,200 | 724,400 | 435,800 | 395,800 |
| - ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร | 137,200 | 137,200 | 355,200 | 355,200 | 355,200 |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 1,752,400 | 1,576,520 | 2,794,834 | 2,551,091 | 2,557,293 |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ | 4,456,907 | 8,176,689 | 11,585,058 | 15,885,610 | 18,243,141 |

ตาราง 5.23 ประมาณการงบกำไรขาดทุนระหว่างปีที่ 1 – 5 กรณียอดขายลดลงร้อยละ 50 (ต่อ)

หน่วย : บาท

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|------------------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ | 4,456,907 | 8,176,689 | 11,585,058 | 15,885,610 | 18,243,141 |
| ภาษีเงินได้ | 668,536 | 1,635,338 | 2,317,012 | 3,177,122 | 3,648,628 |
| กำไรสุทธิ | 3,788,371 | 6,541,351 | 9,268,047 | 12,708,488 | 14,594,513 |

ตาราง 5.24 ประมาณกระแสเงินสดระหว่างปีที่ 1 – 5 กรณียอดขายลดลงร้อยละ 50

หน่วย : บาท

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| แหล่งที่มาของเงินลงทุน | | | | | |
| - เงินลงทุน | 890,024 | - | 500,000 | - | - |
| - เงินกู้ยืม | - | - | - | - | - |
| - รายได้ | 4,304,853 | 6,639,477 | 9,753,727 | 12,380,190 | 13,991,707 |
| - เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น | 87,244 | 46,506 | 60,258 | 49,252 | 29,211 |
| รวมแหล่งที่มา (ก.) | 5,282,121 | 6,685,983 | 10,313,984 | 12,429,442 | 14,020,918 |
| แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน | | | | | |
| - เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร | 800,000 | - | 500,000 | - | - |
| - ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา | 1,342,949 | 1,909,942 | 2,788,305 | 3,393,107 | 3,901,703 |
| - ค่าใช้จ่ายในการขาย - ไม่รวมค่าเสื่อม | 1,632,400 | 1,456,520 | 2,574,834 | 2,331,091 | 2,337,293 |
| - ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| - ภาษีเงินได้ | 179,926 | 628,603 | 832,118 | 1,285,198 | 1,504,542 |
| - ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น | - | - | - | - | - |
| - งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น | 56,373 | 23,625 | 36,598 | 25,200 | 21,191 |
| - สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น | 70,555 | 37,545 | 48,501 | 39,510 | 23,346 |
| - ชำระคืนเงินกู้ | - | - | - | - | - |
| รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.) | 4,082,203 | 4,056,235 | 6,780,356 | 7,074,107 | 7,788,076 |
| เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด | - | 1,199,918 | 3,829,666 | 7,363,294 | 12,718,629 |
| เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.) | 1,199,918 | 2,629,748 | 3,533,628 | 5,355,335 | 6,232,842 |
| เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด | 1,199,918 | 3,829,666 | 7,363,294 | 12,718,629 | 18,951,471 |

ตาราง 5.25 ประมาณการงบดุลระหว่างปีที่ 1 – 5 กรณีขอยกขายลดคงรื้อยละ 50

หน่วย : บาท

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---------------------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| สินทรัพย์ | | | | | |
| สินทรัพย์หมุนเวียน | | | | | |
| - เงินสดและเงินในธนาคาร | 1,199,918 | 3,829,666 | 7,363,294 | 12,718,629 | 18,951,471 |
| - ลูกหนี้การค้า | - | - | - | - | - |
| - งานระหว่างทำ | 56,373 | 79,998 | 116,596 | 141,796 | 162,988 |
| - สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง | 70,555 | 108,100 | 156,601 | 196,112 | 219,458 |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | 1,326,846 | 4,017,764 | 7,636,491 | 13,056,537 | 19,333,916 |
| สินทรัพย์ถาวร | | | | | |
| - ที่ดินและการปรับปรุง | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 |
| - สิ่งปลูกสร้าง | - | - | - | - | - |
| - เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 |
| - ยานพาหนะ | - | - | 500,000 | 500,000 | 500,000 |
| - อุปกรณ์สำนักงาน | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 | 100,000 |
| - ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน | 500,000 | 500,000 | 500,000 | 500,000 | 500,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวร | 800,000 | 800,000 | 1,300,000 | 1,300,000 | 1,300,000 |
| หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม | 130,000 | 260,000 | 490,000 | 720,000 | 950,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ | 670,000 | 540,000 | 810,000 | 580,000 | 350,000 |
| รวมสินทรัพย์ | 1,996,846 | 4,557,764 | 8,446,491 | 13,636,537 | 19,683,916 |
| หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | |
| หนี้สินหมุนเวียน | | | | | |
| - เจ้าหนี้การค้า | 87,244 | 133,750 | 194,008 | 243,259 | 272,470 |
| รวมหนี้สินหมุนเวียน | 87,244 | 133,750 | 194,008 | 243,259 | 272,470 |
| หนี้สินระยะยาว | - | - | - | - | - |
| รวมหนี้สินทั้งหมด | 87,244 | 133,750 | 194,008 | 243,259 | 272,470 |
| ส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | |
| - เงินลงทุน | 890,024 | 890,024 | 1,390,024 | 1,390,024 | 1,390,024 |
| - กำไรสะสม | 1,019,578 | 3,533,990 | 6,862,460 | 12,003,253 | 18,021,422 |
| รวมส่วนของผู้ถือหุ้น | 1,909,602 | 4,424,014 | 8,252,484 | 13,393,277 | 19,411,446 |
| รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | 1,996,846 | 4,557,764 | 8,446,491 | 13,636,537 | 19,683,916 |

จากการประมาณการณักรณียอดขายบริษัทฯลดลงไปร้อยละ 50 พบว่ามูลค่าปัจจุบันโครงการ (Net Present Value) ณ ต้นทุนแหล่งเงินทุน (Wage Average Cost of Capital) ที่ร้อยละ 5.6 อยู่ที่ประมาณ 14,704,580 บาท และมีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) 208.31% และระยะเวลาคืนทุนประมาณ (Payback Period) 8 เดือน 23 วัน

กล่าวได้ว่า ธุรกิจ Pen It Pro มีความยืดหยุ่นสูง (Flexibility) ถึงแม้ว่ากรณีการดำเนินการไม่เป็นไปตามคาดหมาย ก็ยังสามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดต่อไปได้ จึงถือเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้ม และ โอกาสประสบความสำเร็จในการลงทุนอย่างยิ่ง



บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน

6.1 บทสรุปภาพรวมธุรกิจ

แผนธุรกิจ “Pen It Pro” โดยบริษัท เพน อิท โปร จำกัด แสดงให้เห็นถึงการเริ่มต้นธุรกิจจากแนวคิดที่มุ่งแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการซ่อมสปีดรถยนต์ด้วยตนเอง สำหรับเจ้าของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ปากกาซ่อมสปีดรถยนต์ของ เพน อิท โปร สามารถตอบโจทย์ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าแผนธุรกิจนี้มีโอกาสและความเป็นไปได้สูง

6.1.1 บทสรุปขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจ

บริษัท เพน อิท โปร จำกัด จัดตั้งบริษัทอยู่บ้านเลขที่ 112/25 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวง บางกอกน้อย เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10700 โดยที่ตั้งบริษัทเป็นสถานที่สำหรับการดำเนินงานบริหาร และ เก็บสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า

การบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปตามแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ นั้น ทางบริษัท เพน อิท โปร จำกัด มีการร่างนโยบายและแผนงานรวมถึงหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ นอกจากนั้น ทางบริษัทฯ จำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสารกับคู่ค้าทางธุรกิจ คือ บริษัท อาร์.ซี.อาร์ เคหะภัณฑ์ จำกัด โดยบริษัท เพน อิท โปร สั่งซื้อสีผสมจาก อาร์.ซี.อาร์ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการดำเนินงานให้มีมาตรฐาน ทางบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการทำเอกสารเพื่อตรวจสอบการทำงานในแต่ละขั้นตอน เพื่อลดความผิดพลาดและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อบริษัทฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

6.1.2 บทสรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน

ด้านการเงินของบริษัท เพน อิท โปร จำกัด จำหน่ายปากกาซ่อมสปีดรถยนต์สำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนของโครงการ, วิเคราะห์สถานะทางการเงินของ

โครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน และ เพื่อพิจารณาการจัดการทางการเงินของโครงการ โดยบริษัทฯ ใช้ข้อมูลจากคู่แข่งหลักทางการตลาดอย่าง OEM, Dr. Car และ Touch Up มาเป็นจุดตั้งขึ้นในการคำนวณหาความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยให้ผลจากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินของธุรกิจดังนี้

ตารางที่ 6.1 แสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1. วัตถุประสงค์่องทางการเงิน | | | | | |
| - อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า) | 24.01 | 41.67 | 55.64 | 72.52 | 90.93 |
| - อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า) | 23.20 | 40.86 | 54.83 | 71.71 | 90.12 |
| 2. วัดความสามารถในการทำกำไร | | | | | |
| - อัตรากำไรขั้นต้น | 72.14% | 73.07% | 72.57% | 72.87% | 72.23% |
| - อัตรากำไรจากการดำเนินงาน | 51.88% | 60.06% | 54.11% | 58.09% | 58.51% |
| - อัตรากำไรสุทธิ | 44.10% | 48.04% | 43.29% | 46.47% | 46.81% |
| - อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม | 78.19% | 54.04% | 36.64% | 30.91% | 25.14% |
| - อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น | 81.10% | 55.30% | 37.28% | 31.33% | 25.42% |
| 3. วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง | | | | | |
| - อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (เท่า) | 0.036 | 0.023 | 0.017 | 0.013 | 0.011 |
| - อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า) | 0.037 | 0.023 | 0.017 | 0.014 | 0.011 |

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)

ทางด้านอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทฯ ที่เกิดจากแผนธุรกิจปากกาชอล์กสีรถยนต์ เพน อิท โปร บริษัทฯ ถือว่ามีสภาพคล่องทางการเงินที่ดีมาก เนื่องจากบริษัทไม่มีหนี้สิน ไม่มีการกู้ยืมเงิน และลงทุนในส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 100 จึงส่งผลให้การบริหารสภาพคล่องภายในบริษัทเป็นไปได้อย่างดี ทั้งนี้ทางบริษัทฯ ไม่มีลูกหนี้ทางการค้าเนื่องด้วยเป็นการขายเงินสด คือเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้า ชำระเงิน ทางบริษัทจึงทำการผลิตและจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า

รวมถึงบริษัทฯ ได้เครดิตทางการค้าจากเจ้าหนี้ทางการค้าเป็นเวลา 30 วัน ซึ่งถือเป็นการบริหารสภาพคล่องทางการเงินที่ดีทั้งรายรับและรายจ่าย

2. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)

ทางด้านความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ที่เกิดจากแผนธุรกิจเพน อิท โปรพบว่ามีความสามารถในการทำกำไรที่สูง โดยมีรายได้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมด ทั้งนี้เกิดจากบริษัทฯ ไม่มีการสต็อกสินค้าพร้อมรถยนต์ และไม่มีการลงทุนในส่วนของเครื่องจักร ทำให้บริษัทฯ สามารถทำกำไรได้ดี โดยในปีแรกสามารถทำกำไรสุทธิได้ 3,814,280 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.10 เมื่อเทียบกับรายได้ ดังนั้นประสิทธิภาพจากการทำกำไรที่เกิดจากการลงทุนในสินทรัพย์และส่วนของผู้ถือหุ้นจึงมีตัวเลขที่สูง ซึ่งตัวเลขดังกล่าวเป็นตัวบ่งชี้ถึงประสิทธิภาพโดยรวมของบริษัทฯ แสดงถึงความน่าสนใจในการลงทุน

3. อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (Leverage Ratio)

ทางด้านความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทฯ ที่เกิดจากแผนธุรกิจเพน อิท โปรพบว่า บริษัทฯ มีความสามารถในการชำระหนี้ที่สูง ซึ่งเห็นได้จากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมและหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีสัดส่วนที่ต่ำมาก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า บริษัทฯ มีความสามารถในการชำระหนี้ที่สูง

6.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน

6.2.1 ข้อเสนอแนะในด้านการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

ทางบริษัท เพน อิท โปร จำกัด วางกลยุทธ์การเติบโตของธุรกิจ โดยปีแรกบริษัทฯ จำเป็นต้องทำการให้ความรู้ (Acknowledge) สองเรื่องด้วยกัน กล่าวคือ เรื่องแรก วิธีการใช้แบบ 3 ขั้นตอน ซึ่งเป็นการช่อมล้ออย่างถูกต้องเพื่อความคงทนของการช่อมล้อ โดยมีรองพื้น เจคตี และเคลือบเงา สำหรับเรื่องที่สองคือ การเปิดตลาดรถจักรยานยนต์ ทั้งนี้บริษัทเป็นรายแรกในการบุกเบิกตลาดรถจักรยานยนต์ เนื่องจากคู่แข่งยังไม่มีที่รุกรานว่ามีปากกาช่อมล้อรถยนต์สำหรับรถจักรยานยนต์โดยเฉพาะ ดังนั้น ในปีที่สองอัตราการเติบโตจะมาจากรถจักรยานยนต์เป็นหลัก นอกจากนั้นบริษัทฯ วางแผนการสร้างแบรนด์เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้า โดยการประชาสัมพันธ์การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก คือ SEO (Search Engine Optimization) , Facebook และ Line Ad โดยใช้คำ (Keyword) ที่คนนิยมใช้ในการหาข้อมูลผ่าน

Google Ad Words เช่น คำว่าปากกาแถมสีรถยนต์,ช่อมสีรถยนต์ด้วยตนเอง เป็นต้น นอกจากนั้น บริษัทสามารถเลือกกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยเลือกข้อมูลความสนใจ (Interesting), เพศ (Gender), อายุ(Age) และ ยี่ห้อรถยนต์ เพื่อจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในเวลาอันรวดเร็ว

ปีที่สาม บริษัทฯ วางแผนในการขยายตลาดจากออนไลน์ (Online) สู่ออฟไลน์ (Offline) โดยมุ่งเน้นการทำประชาสัมพันธ์ผ่านศูนย์บริการทำความสะอาดรถยนต์ (Car Care) ซึ่งทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเจ้าของรถยนต์ทั้ง Mass และ Premium โดยบริษัทฯคัดเลือกศูนย์บริการทำความสะอาดรถยนต์ 2 แบรินด์ คือ Moly และ Wizard เนื่องจากมีความเหมาะสม 2 ปัจจัย กล่าวคือ ปัจจัยแรก มีสาขาทั่วกรุงเทพฯ ในย่านที่อยู่อาศัย 12 เขต รวม 41 สาขา และปัจจัยที่สอง คือ มีพื้นที่ให้ลูกค้านั่งรอ ดังนั้นบริษัทจึงสามารถติดตั้งเครื่องมือในการทำประชาสัมพันธ์และให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ สำหรับกลุ่มรถจักรยานยนต์ บริษัทมุ่งเน้นที่ห้างสรรพสินค้า 3 แห่ง คือ เซ็นทรัล, บีที และ เทสโก้โลตัส เนื่องจากเป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำอยู่ในย่านที่อยู่อาศัย อีกด้วย โดยบริษัทตั้งเป้าหมายในการเติบโตจากตลาดออฟไลน์ คิดเป็นร้อยละ 10 จากยอดขายรวมทั้งหมด

ปีที่สี่และห้า บริษัทฯ ได้วางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์กับทางบริษัท ทีโอเอ เพอร์ฟอรั่ม มานซ์ โค้ทติ้ง คอร์ปอเรชั่น กล่าวคือ การรวม 3 ขั้นตอนไว้ภายในปากกา 1 แท่ง (Mono-Coat) ซึ่งเป็นการกระตุ้นยอดขายให้กับบริษัทฯ ได้เฉลี่ยประมาณร้อยละ 11 อีกทั้งยังเป็นการสร้างความรับรู้ (Brand Awareness) ถึงความเป็นผู้นำตลาดปากกาช่อมสีรถยนต์อีกด้วย

6.2.2 ข้อเสนอแนะในกรณีเกิดเหตุที่ไม่คาดคิดกับบริษัท

6.2.2.1 กรณียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

หากยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งอาจเกิดได้จาก 2 ทาง กล่าวคือ ทางแรกกลุ่มผู้บริโภคไม่มั่นใจการช่อมแบบ 3 ขั้นตอน และ ทางที่สองคือ ผู้บริโภคไม่รู้จักแบรนด์ เพน อิท โปร ดังนั้นบริษัทฯวางแผนในการแก้ไขปัญหา โดยการเพิ่มช่องทางการสื่อสารทั้งทางออนไลน์ และ ออฟไลน์ รวมถึงการทำ Viral Marketing เพื่อให้เกิดการแชร์และการบอกต่อมากขึ้น โดยเนื้อหาหลักจะเป็นความสำคัญของการช่อมสีรถยนต์แบบ 3 ขั้นตอน นอกจากนั้น บริษัทฯ วางแผนในการใช้ Influencer หรือผู้ที่กลุ่มคนขับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ติดตาม และเชื่อถือ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างการรับรู้ได้ในวงกว้างมากขึ้น

6.2.2.2 กรณีโรงงานผลิตปากกาไม่สามารถผลิตปากกาได้

ทางบริษัทฯ มีการสต็อกปากกาไว้อยู่แล้วล่วงหน้าสำหรับใช้ผลิตเป็นเวลา 3 เดือนหรือ 90 วัน ทั้งนี้ถ้าหากโรงงานในประเทศจีนไม่สามารถผลิตปากกาได้ ด้วยสาเหตุใดๆก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการติดต่อโรงงานผลิตในประเทศไทยเพื่อผลิตปากกาเพื่อในอนาคตจะลดต้นทุนในการขนส่งจากประเทศจีนมาไทยได้ แต่ถึงอย่างไรก็ตามบริษัทยังจำเป็นต้องสั่งซื้อปากกาจากทางประเทศจีนด้วย เพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และ ป้องกันกรณีเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันกับ โรงงานผลิตในประเทศไทย บริษัทฯ ยังมีโรงงานในประเทศจีนเพื่อรองรับปัญหาที่เกิดขึ้น



บรรณานุกรม

- กลุ่มสถิติขนส่ง กองแผนงาน. (2559). จำนวนรถจดทะเบียน (สะสม) . สืบค้นจาก <https://data.go.th/Datasets.com>
- ยอดขายรถจักรยานยนต์ ปี 2015-2016. (2559) .ยอดขายรถจักรยานยนต์ ปี 2015-2016. สืบค้นจาก <http://positioningmag.com/62385>
- หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์. (2557) .มูลค่าอุตสาหกรรมสีพ่นซ่อมรถยนต์ . สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/economics/news_95552
- ปากกาเติมสีรถยนต์. (2559) .สอบถามเรื่อง “สีเติมรถ” ใช้ได้ดีไหม . สืบค้นจาก <https://panip.com/topic/35803472>
- บริษัท ไทยยามาฮ่ามอเตอร์. (2559) .สัดส่วนประเภทขดรถจักรยานยนต์ . สืบค้นจาก <http://positioningmag.com>
- แหล่งความรู้ประกันออนไลน์ที่คิดว่าดีที่สุด. (2559) .ประกัน 2+ คู่คุ้มครองอะไรบ้าง . สืบค้นจาก www.ประกันภัยรถยนต์ไทย.com
- แหล่งความรู้ประกันออนไลน์ที่คิดว่าดีที่สุด. (2559) .ประกัน 3+ คู่คุ้มครองอะไรบ้าง . สืบค้นจาก www.ประกันภัยรถยนต์ไทย.com
- สาขา Moly Care. (2560) .สาขารุงเทพฯและปริมณฑล . สืบค้นจาก www.molycare.com
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, *Car care* : ธุรกิจที่สนองไลฟ์สไตล์คนมีรถ. (2554), สืบค้นจาก ศูนย์วิจัยกสิกรไทย



ภาคผนวก ก

รายละเอียดขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าและส่งสินค้า

ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ และการส่งสินค้า

ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทั้ง 3 ช่องทางหลัก คือ Website, Inbox Facebook และ Line@ ของทาง Pen it Pro ทางบริษัท ได้แบ่งวิธีการและขั้นตอนการสั่งซื้อออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. วิธีการและขั้นตอนการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ และ 2. วิธีการและขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าผ่าน Inbox Facebook และ Line@ ซึ่งจะอธิบายโดยละเอียดดังนี้

1. วิธีการและขั้นตอนการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์

1. ลูกค้าทำการสมัครบัญชีผู้ใช้งาน โดยเริ่มจากกรอกข้อมูลทั่วไป เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลล์ เป็นต้น

2. เมื่อทำการสมัครเสร็จเรียบร้อยแล้ว ลูกค้าจะได้รับการยืนยันตัวตนในการสมัครบัญชีผู้ใช้งานผ่านทางอีเมลล์ (เพื่อป้องกันการแอบอ้างโดยบุคคลอื่นในการนำอีเมลล์ไปใช้)

3. หลังจากนั้นจึงสามารถทำการล็อกอินเข้าสู่ระบบเพื่อทำการสั่งซื้อสินค้าต่อไปได้

4. เลือกไปที่เมนูการสั่งซื้อสินค้า ลูกค้าทำการกรอกรายละเอียดข้อมูลรถยนต์ที่จำเป็นในการสั่งซื้อ คือ ยี่ห้อ รุ่น และสีของรถคันที่ลูกค้าต้องการสั่งซื้อนั้นๆ กดยืนยันการสั่งซื้อ

5. ระบบจะแสดงหน้าสรุปยอดเงินและหมายเลขคำสั่งซื้อสินค้า (เพื่อใช้ในการตรวจสอบการชำระเงิน) จากนั้นลูกค้าจะสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้ดังนี้

5.1 ลูกค้าที่เลือกชำระเงินผ่านบัตรเครดิต กรอกข้อมูลต่างๆ ของบัตร และ ระบบจะทำการตัดยอดเงินอัตโนมัติผ่านระบบ หรือ

5.2 ลูกค้าที่เลือกชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคารหรือชำระเงินผ่านทาง Pay pals โดยจะต้องทำการโอนเงินผ่านธนาคารหรือผ่านทาง Pay pals ภายในระยะเวลาที่ทางบริษัท กำหนดไว้ (หากไม่ได้ชำระเงินในเวลาที่กำหนด คำสั่งซื้อจะถูกยกเลิกโดยระบบทันที) เมื่อโอนเงินแล้วลูกค้าต้องทำการแจ้งให้ทางบริษัททราบ โดยส่งข้อมูลการโอนเงินผ่านทางอีเมลล์หรือผ่าน Line@ ของทาง Pen It Pro

6. เมื่อผ่านขั้นตอนการแจ้งชำระเงินเสร็จเรียบร้อยแล้ว ระบบจะส่งข้อมูลการสั่งซื้อไปยังอีเมลล์ของลูกค้าเพื่อเป็นการยืนยันการชำระเงิน และแจ้งข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าทราบ

2. ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าผ่าน Inbox Facebook และ Line@

1. ลูกค้าแจ้งข้อมูลส่วนตัว (ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลล์) และข้อมูลรถยนต์ที่จำเป็นในการสั่งซื้อ คือ ยี่ห้อ รุ่น และสีของรถคันที่ลูกค้าต้องการสั่งซื้อนั้นๆ ผ่านช่องทาง Inbox หรือ Line@

2. ทางบริษัททำการกรอกข้อมูลต่างๆ ลงในระบบและส่งอีเมลล์เพื่อยืนยันคำสั่งซื้อให้แก่ลูกค้า ผ่านทางอีเมลล์ และผ่านช่องทาง Inbox หรือ Line@ และแจ้งวิธีการชำระเงิน ซึ่งการสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง Inbox หรือ Line@ ลูกค้าชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคารหรือชำระผ่านทาง Pay pals โดยจะต้องทำการโอนเงินผ่านธนาคารหรือผ่านทาง Pay pals ภายในระยะเวลาที่ทางบริษัทกำหนดไว้ (หากไม่ได้ชำระเงินในเวลาที่กำหนด คำสั่งซื้อจะถูกยกเลิกโดยระบบทันที) เมื่อโอนเงินแล้ว ลูกค้าต้องทำการแจ้งให้ทางบริษัททราบ โดยส่งข้อมูลการโอนเงินผ่านทางอีเมลล์ ผ่าน Line@ หรือผ่านทาง Inbox Facebook

3. เมื่อผ่านขั้นตอนชำระเงินและลูกค้าทำการแจ้งข้อมูลการโอนเงินเสร็จเรียบร้อยแล้ว ระบบจะส่งข้อมูลการสั่งซื้อไปยังอีเมลล์ของลูกค้าเพื่อเป็นการยืนยันการชำระเงิน และแจ้งข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าทราบ



ภาคผนวก ข

ลักษณะของหัวปากกาแต่ละชนิด

1. ปากกาหัวสักหลาดชนิดหัวตัด

เมื่อทางบริษัทได้นำมาทดลองใช้เต็มสิริถจริง (ขนาดหัว 2.5 มิล) จึงทำให้ทางบริษัทพบกับปัญหาเพราะปากกาหัวตัดนั้นไม่มีความยืดหยุ่นและยังมีขนาดใหญ่ ทำให้เกิดความยุ่งยากที่จะเต็มสีตามจุดหรือพื้นที่เล็กๆ ได้ แต่หัวชนิดนี้เหมาะที่จะนำไปใช้งานในที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่และไม่ต้องการความละเอียดในเนื้องาน

ดังนั้นทางบริษัทจึงได้ซื้อสรุปในการทดลองหัวปากกานี้ว่าหัวชนิดนี้นั้นไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการซ่อมสิริถซึ่งเป็นงานที่ต้องใช้ความละเอียด



2. ปากกาหัวสักหลาดชนิดหัวมน

ในตอนแรกทางบริษัทมีความเห็นว่าหัวปากกาชนิดนี้ค่อนข้างเล็กอาจจะเหมาะในการนำมาปรับใช้เป็นปากกาช่อมสี่รถยนต์ เพราะด้วยขนาดเล็กกว่าหัวปากกาสักหลาดชนิดหัวตัดจึงทำให้สามารถเข้าถึงจุดเล็กๆ ได้

แต่เมื่อนำมาปากกามาลองแต้มที่ตัวรถยังพบว่า การเกลี่ยสีให้เนียนไปกับรอยแผลด้วยหัวปากกาชนิดนี้นั้นยังทำได้ยาก เพราะเมื่อสีเริ่มไหลออกมาในปริมาณเริ่มมากขึ้น การเกลี่ยให้สีไปในทิศทางที่ต้องการก็เริ่มที่จะควบคุมได้ยากเพราะหัวปากกาแข็งและไม่มีความยืดหยุ่น



3. หัวปากกาชนิดเหล็ก (หัวลิควิด)

หัวปากกาชนิดนี้มีลักษณะของวิธีการใช้งานและกลไกเช่นเดียวกับปากกาลบคำผิดหรือลิควิดที่เราคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี เมื่อทางบริษัทได้ลองนำหัวปากกาชนิดนี้มาทดลองใช้ ทำให้พบว่าพบว่าการควบคุมปริมาณของสีที่ไหลออกมารวมไปถึงการเกลี่ยสีให้เรียบเนียนนั้นยังทำได้ยาก เพราะหัวเหล็กไม่มีความยืดหยุ่น การควบคุมทิศทางจึงทำได้ลำบาก อีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ทางบริษัทลงความเห็นเห็นว่าหัวเหล็กนั้นไม่เหมาะที่จะนำมาใช้ในการเติมสีรด เพราะด้วยการที่เป็นหัวเหล็กจึงทำให้มีความรู้สึกไม่กล้าที่จะกดลงไปแรงๆ บนพื้นผิวรดเพื่อให้สีออกมาจากตัวปากกา เนื่องจากกลัวว่าการกดลงไปแรงๆ จะยังทำให้เกิดความเสียหายกับพื้นผิวของตัวรดมากขึ้น



4. หัวปากกาชนิดแปรง (หัวแปรงทาเล็บ)

หัวปากกาชนิดหัวแปรงเป็นอีกลักษณะหนึ่งหัวของหัวปากกาที่ถูกนำมาใช้เป็นหัวสำหรับการทำปากกาเติมสีรดซึ่งสามารถหาซื้อได้ทั่วไปตามแหล่งที่ขายอุปกรณ์ซ่อมสีรถยนต์ หลังจากที่ทางบริษัทได้นำมาทดลองใช้ หัวแบบแปรงทาเล็บนั้นจะใช้งานได้ยาก และการใช้หัวชนิดนี้ทำให้เลอะเทอะ เนื่องจากต้องใช้แปรงจุ่มสีแล้วนำมาป้ายบริเวณที่เป็นรอยแผล หากไม่ใช่ผู้ที่ใช้แปรงประเภทนี้ได้คล่องก็จะทำให้สีหกเลอะ และการกะปริมาณสีที่จะใช้ป้ายบริเวณรอยแผลทำได้ยาก นอกจากนี้การเกลี่ยสีให้เรียบเนียนไปกับตัวรถก็ทำได้ยากด้วยเช่นกัน ตามรูป



ภาคผนวก ก
รายละเอียดของกลไกภายในปากกา



หัวปากกาจะประกอบไปด้วย วัสดุตามหมายเลขที่ 1 ถึง 4 ส่วนหมายเลข 5 คือ หัวปากกาที่ประกอบสำเร็จเรียบร้อยแล้ว โดยกลไกของหัวปากกาจะเริ่มจากการ บีบที่จ็วแท่งปากกา เพื่อให้ของเหลวที่อยู่ภายในตัวแท่งไหลมาจนถึงวัสดุหมายเลขที่ 3 ซึ่งเป็นฟองน้ำจะถูกหุ้มไว้รอบๆ วัสดุหมายเลข 1 ซึ่งเป็นขนแปรงทำจากวัสดุสังเคราะห์ เมื่อของเหลวไหลมาถึงฟองน้ำแล้ว ฟองน้ำจะทำหน้าที่อมของเหลวนั้นๆ ไว้ และของเหลวจะค่อยๆ ซึมเข้าไปสู่ขนแปรงจากโคน แล้วจึงค่อยๆ ไหลซึมตามขนแปรงไปเรื่อยๆ จนถึงบริเวณปลายขนแปรง วัสดุหมายเลข 2 นั้น มีหน้าที่เป็นตัวดันทรงของฟองน้ำและหัวพู่กันให้อยู่ในลักษณะที่ตั้งตรง ทั้งนี้วัสดุหมายเลข 3 ยังเป็นตัวช่วยให้ฟองน้ำ และขนแปรงไม่หลุดออกจากกันอีกด้วย

ภาคผนวก ข

ส่วนผสมต่างๆ

1. กาว มีหน้าที่ในการเป็นตัวกลางในการยึดติด ทำให้สี ไพรเมอร์ หรือแลคเกอร์ นั้นสามารถเกาะติดอยู่บนชิ้นงานได้ กาวนั้นมีหลายสี เช่น สีเหลือง สีขาวขุ่น สีใส เป็นต้น ซึ่งสีกาวที่ทางบริษัทได้เลือกใช้ คือกาวชนิดสีใส ถึงแม้ว่ากาวสีใสนั้นจะมีราคาสูงกว่ากาวชนิดอื่น แต่ยิ่งกาวมีสีใสมากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้การนำไปผสมกับวัตถุดิบอื่นได้ง่ายขึ้นและไม่ทำให้เปลืองวัตถุดิบอื่นอีกด้วย เพราะหากว่าทางบริษัทเลือกใช้กาวสีเหลือง ในการผสมเจดสีขาว กาวที่มีสีเหลืองนั้นจะส่งผลให้สีที่ออกมาเพี้ยน ไปจากสีเดิม ซึ่งอาจจะทำให้ต้องใส่สีขาวเพิ่มอันเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายโดยมิใช่เหตุให้แก่ทางบริษัท
2. แม่สี แม่สีนั้นมีอยู่ 3 ประเภทหลักด้วยกัน คือ 1. สีพื้น 2. สีเมทัลลิก และ 3. สีมุก ซึ่งมีหน้าที่ในการให้เจดสี (การใส่แม่สี จะใส่เฉพาะในแท่งที่เป็นเจดสีรถยนต์)
3. ตัวทำละลาย มีหน้าที่ช่วยปรับความหนืดของสี เพื่อให้เหมาะสมและสะดวกต่อการใช้งาน โดยตัวทำละลายมีอยู่ 2 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ Water-based (ใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย) และ Solvent-based/ Oil-based (ใช้ทินเนอร์เป็นตัวทำละลาย) ซึ่งทางบริษัทเลือกใช้ Solvent-based เนื่องจากมีความเหมาะสมในการใช้งานกับสีรถยนต์ ทินเนอร์ที่ทางบริษัทเลือกใช้ นั้นเป็นทินเนอร์ที่มีคุณภาพดีเยี่ยม โดยทางบริษัทคำนึงถึงคุณสมบัติหลักๆ ของทินเนอร์ คือ เรื่องกลิ่น และระยะเวลาของการแข็งตัว (ทินเนอร์ที่เลือกมาใช้จะแข็งตัวช้าทำให้สีไม่แข็งแห้งภายในหลอดปากกา)
4. สารเติมแต่ง สารเติมแต่งนี้มีหลายชนิด ซึ่งสามารถเติมได้ตามความต้องการในการใช้งาน เช่น หากไม่ยอมให้มีกลิ่น ก็สามารถใส่ตัวลดกลิ่นได้ หรือ อยากให้มีกลิ่นหอม ก็สามารถแต่งกลิ่นได้

ภาคผนวก ง
การคำนวณสูตรสีตามปริมาณที่ต้องการจะผลิต

Kuruma
Automotive Refinish 25

Home About Contact

th112 Logout

Color Formula

Car Maker: TOYOTA Car Model: Car Year: Paint Brand: Kuruma

Color Name: Black Mica Color Code: 209 Type: ALL Apply

Matrix: Kuruma

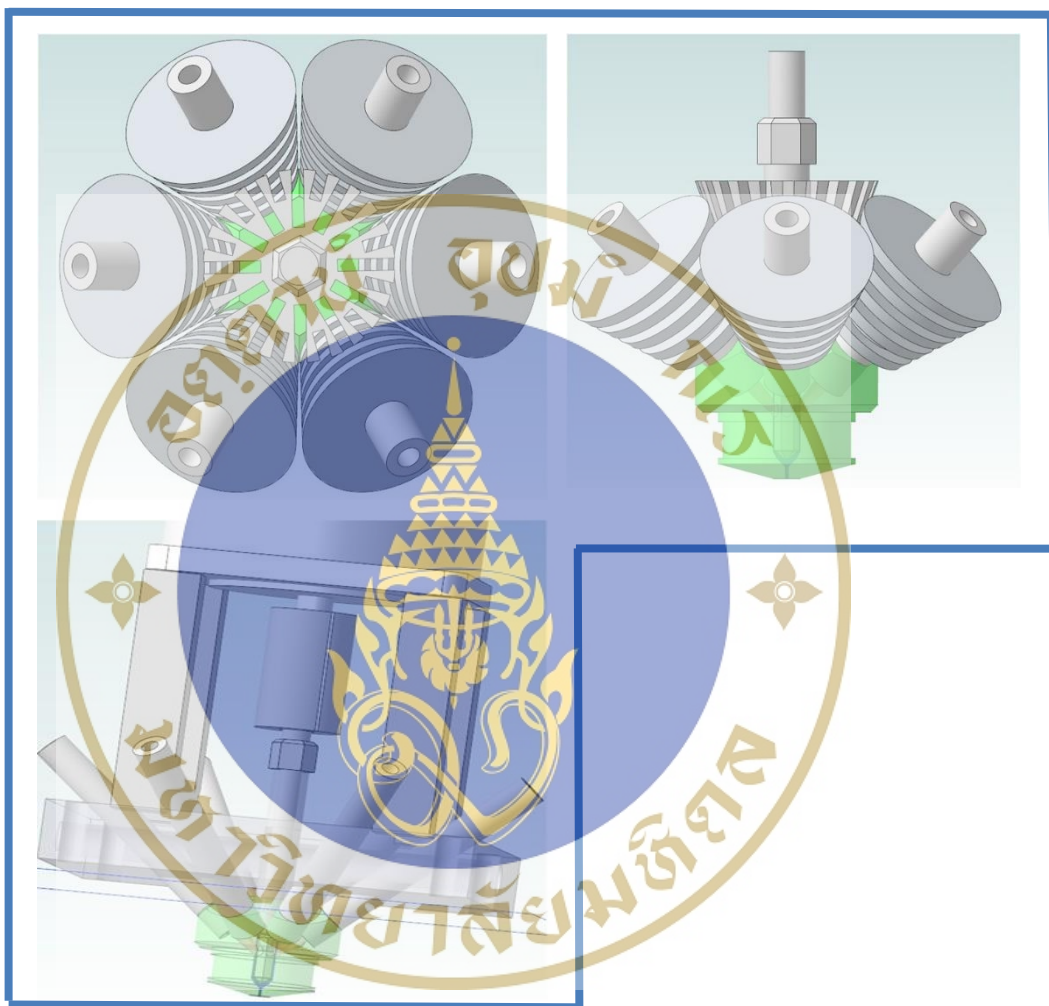
| No. | Car Maker | Model | Year | Method | Code | Variant | Color Guide | Color Name | Face | Flob | Type | Catalogu Number |
|--------------------------|-----------|--------|------|--------|------|---------|-------------|-----------------|------|------|------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 058 | 3 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 058 | 4 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 058 | 5 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 058 | 6 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 058 | 7 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 081 | 1 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 3 | 3 | 082 | 1 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 3 | 3 | 082 | 2 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 3 | 3 | 070 | 1 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 3 | 3 | 070 | 2 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 3 | 3 | 070 | 3 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 3 | 3 | 076 | 4 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 150 | 1 | | SILVER M. | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 150 | 2 | | SILVER M. | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 155 | 1 | | Dark Grey Met. | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 158 | 1 | | GRAY MICA | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 180 | 2 | | | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 198 | 1 | | Granite Met. | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 199 | 1 | | Silver Met. | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 190 | 1 | | BLUSH SILVER M. | | | | MASTER |
| <input type="checkbox"/> | 0 | TOYOTA | 2 | 2 | 1A0 | 2 | | BLUSH SILVER M. | | | | MASTER |

1K BINDER

Tinter: -- Select Color -- Weight: Gram.

| Formular Detail | | Spray Able | | | | | | | |
|--------------------------|-----|------------|----------------------|--------|---------------|--------------------|--------|--------|--------|
| C | No. | Tinter No. | Tinter Name | % | Weight (gram) | Acc. Weight (gram) | Price1 | Price2 | Price3 |
| <input type="checkbox"/> | 1 | KT117 | Deep Black | 23.20 | 197.20 | 197.20 | - | - | - |
| <input type="checkbox"/> | 2 | KT127 | Transparent Blue | 1.60 | 13.60 | 210.80 | - | - | - |
| <input type="checkbox"/> | 3 | KT165 | Special Violet | 0.80 | 6.80 | 217.60 | - | - | - |
| <input type="checkbox"/> | 4 | KT307 | Medium White Pearl | 2.00 | 17.00 | 234.60 | - | - | - |
| <input type="checkbox"/> | 5 | KT309 | Crystal Silver Pearl | 2.40 | 20.40 | 255.00 | - | - | - |
| <input type="checkbox"/> | 6 | KB011 | 1K BINDER 1GL | 70.00 | 595.00 | 850.00 | - | - | - |
| | | | | 100.00 | 850.00 | | | | |

ภาคผนวก จ
อุปกรณ์ที่ใช้ในการบรรจุ



ภาคผนวก จ

ขั้นตอนการผลิตแพคเกจ

เริ่มจากการนำสติ๊กเกอร์สีเงินมาติดลงบนกระดาษสีขาว (ความหนา 200 แกรม) ขณะที่ติดสติ๊กเกอร์ต้องใช้ที่รีดสติ๊กเกอร์ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดฟองอากาศบนกระดาษ

สาเหตุที่ต้องนำสติ๊กเกอร์สีเงินมาติดลงกระดาษสีขาวก่อนเพราะทางบริษัทฯ ใช้อักษรบนกล่องเป็นตัวอักษรสีขาว แต่หมึกพิมพ์นั้นไม่มีสีขาว และการใช้สติ๊กเกอร์สีเงินนั้นยังช่วยเพิ่มความสวยงามให้กับตัวกล่องอีกด้วย



เมื่อเราติดสติ๊กเกอร์ที่กระดาษเรียบร้อยแล้ว นำกระดาษแผ่นดังกล่าวมาวางลงบนแท่นของเครื่องพิมพ์ตามจุดที่กำหนดไว้ ติดเทปที่มุมกระดาษทั้ง 4 ด้าน เช็คให้มั่นใจว่าวางกระดาษเรียบไปกับแท่นพิมพ์ เพราะถ้าหากกระดาษไม่เรียบติดไปกับแท่นพิมพ์ จะทำให้งานพิมพ์ออกมาไม่เรียบและอาจเกิดเป็นรอยได้ หลังจากนั้นก็สามารถสั่งพิมพ์ได้ โดยจะต้องสั่งงานผ่านคอมพิวเตอร์ ตามรูป



ขั้นตอนการผลิตแพคเกจ (ต่อ)



ตามรูป 4.20 คือ หน้าตาของแพคเกจเมื่อพิมพ์ออกมาเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยใช้เวลาในการพิมพ์เพียงไม่ถึง 2 นาที วางทิ้งไว้ประมาณ 5 นาที แล้วค่อยนำมาตัดตามขอบ *ขนาดกระดาษที่ใช้คือ A4 สามารถพิมพ์ได้ 2 กล่อง ต่อ 1 แผ่น



















เมื่อตัดเสร็จ ก็นำมาพับให้เป็นทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า แล้วนำไปใส่ในกล่องพลาสติกใส เป็นอันเสร็จขั้นตอนของการผลิตแพคเกจ

เนื่องจากเครื่องพิมพ์ที่ใช้เป็นเครื่องพิมพ์ระบบ UV LED ที่มีความละเอียดสูงมาก จึงช่วยทำให้งานออกมาดูคมชัดและสวยงาม เป็นการช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับทาง Pen It Pro ตามรูป

ภาคผนวก ข




แคตตาล็อกสี

| Premium Color for BMW, Benz and Bigbike | | |
|---|--|---|
|  | | |
| BMW | | |
| 1. Black Metallic  BMW-01 | 2. White  BMW-02 | 3. Super White  BMW-03 |
| 4. Brilliant Silver  BMW-04 | 5. Silver Metallic  BMW-05 | 6. Grey Metallic  BMW-06 |
| 7. Grey Black  BMW-07 | 8. Blue Metallic  BMW-08 | 9. Harvest Yellow  DCT-09 |
| 10. Mountain Green  BMW-10 | 11. Radical Red  BMW-11 | 12. Race Blu  BMW-12 |
|  สีรอง Primer  สีรอง Lacquer | | |
| *ทุกสีมาพร้อมทั้ง Primer และ Lacquer ในกล่องเดียวกัน* | | |

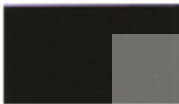


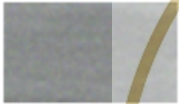











PEN IT PRO
PAINT IT EASY

Premium Color for BMW, Benz and Bigbike






DUCATI

| | | |
|---|--|--|
| <p>1. Black Metallic</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-01</div> </div> | <p>2. White</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-02</div> </div> | <p>3. Super White</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-03</div> </div> |
| <p>4. Brilliant Silver</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-04</div> </div> | <p>5. Silver Metallic</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-05</div> </div> | <p>6. Grey Metallic</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-06</div> </div> |
| <p>7. Grey Black</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-07</div> </div> | <p>8. Blue Metallic</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-08</div> </div> | <p>9. Harvest Yellow</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-09</div> </div> |
| <p>10. Mountain Green</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-10</div> </div> | <p>11. Radical Red</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-11</div> </div> | <p>12. Race Blu</p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;">  <div style="margin-left: 10px;">DCT-12</div> </div> |

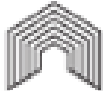


สีรอง Primer




สีรอง Lacquer


*** ทุกล้ำพร้อมทั้ง Primer และ Lacquer ในกล่องสีรถ ***





PEN IT PRO
PAINT IT EASY


Color for



HONDA



MITSUBISHI



NISSAN


Ford


TOYOTA


MAZDA


CHEVROLET


SUZUKI

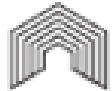
TOYOTA

| | |
|--|---|
| <p>1. Black Mica</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40px; height: 20px; background-color: black;"></div> <div style="text-align: center;">TOY-01</div> </div> | <p>2. Super white</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40px; height: 20px; background-color: white;"></div> <div style="text-align: center;">TOY-02</div> </div> |
| <p>3. White Metallic</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40px; height: 20px; background-color: white;"></div> <div style="text-align: center;">TOY-03</div> </div> | <p>4. Dark Grey Metallic</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40px; height: 20px; background-color: darkgrey;"></div> <div style="text-align: center;">TOY-04</div> </div> |
| <p>5. Silver Metallic I</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40px; height: 20px; background-color: silver;"></div> <div style="text-align: center;">TOY-05</div> </div> | <p>6. Silver Metallic II</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40px; height: 20px; background-color: silver;"></div> <div style="text-align: center;">TOY-06</div> </div> |
| <p>7. Super Red</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40px; height: 20px; background-color: red;"></div> <div style="text-align: center;">TOY-07</div> </div> | <p>8. Red Mica Metallic</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40px; height: 20px; background-color: darkred;"></div> <div style="text-align: center;">TOY-08</div> </div> |

สีอะ Primer


สีอะ Lacquer


* กรุณาพร้อม Primer และ Lacquer ในภาชนะเดียวกัน *





PEN IT PRO
PAINT IT EASY


Color for



HONDA



MITSUBISHI



NISSAN


Ford


TOYOTA


MAZDA


CHEVROLET


SUZUKI

HONDA

| | |
|---|---|
| <p>1. Black Mica</p> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="background-color: black; width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="text-align: center;">HON-01</div> </div> | <p>2. Super white</p> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="background: linear-gradient(to right, white 40%, lightgrey 40%); width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="text-align: center;">HON-02</div> </div> |
| <p>3. White Metallic</p> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="background: linear-gradient(to right, white 40%, lightgrey 40%); width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="text-align: center;">HON-03</div> </div> | <p>4. Dark Grey Metallic</p> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="background: linear-gradient(to right, darkgrey 40%, black 40%); width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="text-align: center;">HON-04</div> </div> |
| <p>5. Silver Metallic I</p> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="background: linear-gradient(to right, silver 40%, lightgrey 40%); width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="text-align: center;">HON-05</div> </div> | <p>6. Silver Metallic II</p> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="background: linear-gradient(to right, silver 40%, darkgrey 40%); width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="text-align: center;">HON-06</div> </div> |
| <p>7. Super Red</p> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="background: linear-gradient(to right, red 40%, darkred 40%); width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="text-align: center;">HON-07</div> </div> | <p>8. Red Mica Metallic</p> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="background: linear-gradient(to right, red 40%, darkred 40%); width: 40px; height: 20px; margin-right: 5px;"></div> <div style="text-align: center;">HON-08</div> </div> |

สี Base Primer

สี Base Lacquer

* ให้นำพ่นสี Primer และ Lacquer ไปก่อนพ่นสี *

ภาคผนวก ข

ยอดจดทะเบียนสะสมรถยนต์ และ รถจักรยานยนต์ ปี 2555 – 2559

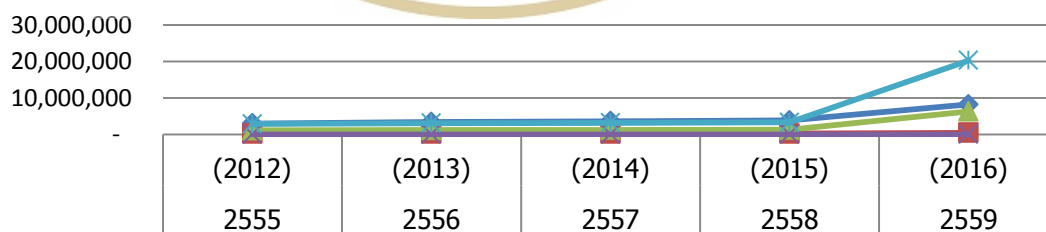
ตารางยอดจดทะเบียนสะสมรถยนต์ และ รถจักรยานยนต์ ปี 2555 - 2559

หน่วย : คัน

| ประเภทรถ | 2555 | 2556 | 2557 | 2558 | 2559 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Type of Vehicle | (2012) | (2013) | (2014) | (2015) | (2016) |
| รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน Sedan (Not more than 7 Pass.) | 2,972,305 | 3,356,099 | 3,592,212 | 3,799,125 | 8,197,012 |
| รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน Microbus & Passenger Van | 208,665 | 216,080 | 217,717 | 214,394 | 422,221 |
| รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล Van & Pick Up | 1,089,131 | 1,154,712 | 1,200,273 | 1,242,201 | 6,277,527 |
| รถยนต์สามล้อส่วนบุคคล Motortricycle | 772 | 818 | 824 | 832 | 1,638 |
| รถจักรยานยนต์ Motorcycle | 2,846,690 | 3,066,088 | 3,168,496 | 3,284,422 | 20,276,806 |

กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก

(Transport Statistics Sub-Division, Planning Division, Department of Land Transport)

แนวโน้มการเติบโตของ ยอดจดทะเบียนสะสมรถยนต์ส่วนบุคคล
ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2555-2559 (Nationwide)

รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน Sedan (Not more than 7 Pass.)

รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน Microbus & Passenger Van

รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล Van & Pick Up

รถยนต์สามล้อส่วนบุคคล Motortricycle

รถจักรยานยนต์ Motorcycle

ภาคผนวก ฅ
วิธีการเก็บข้อมูลวิจัยของบริษัทฯ

- การสังเกตการณ์
- การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 30 ราย
- แบบสอบถาม Consumer Survey 161 กลุ่มตัวอย่าง
- แบบสอบถาม Product Test 30 กลุ่มตัวอย่าง
- แบบสอบถาม Market Test 30 กลุ่มตัวอย่าง

โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยดังนี้

| Research Topic | Methodologies | | | Data Finding |
|---------------------|---------------|-----------|--|--|
| | Observation | Interview | Questionnaire | |
| Target | | ✓ | Multiple Choice | Segmentation and Profile |
| Behavior | ✓ | ✓ | Multiple Choice | การแก้ไขปัญหาหรือยี่ห้อขนมบนรถยนต์ |
| Concern | ✓ | ✓ | - Multiple Choice - Open end question | - ความกังวลเมื่อรถยนต์มีรอยขีดข่วน - ความกังวล/ปัญหาจากการใช้ปากกาชอมสีรถยนต์ |
| Interest in Product | | ✓ | Open end question | เหตุผลที่สนใจในการชอมสีด้วยปากกาชอมสีรถยนต์ |
| Interest in Usage | | ✓ | Open end question | ความรู้สึกรู้สึกต่อการใช้ 3 ชั้นตอน |
| Price | | | Multiple Choice | ราคาสินค้าที่ยอมรับได้ |
| Shelf life | | ✓ | Open end question | ความคาดหวังอายุการใช้งาน ต่อราคาสินค้า |
| Satisfaction | ✓ | ✓ | - Multiple Choice - Open end question | - ความพึงพอใจหลังจากลองใช้ผลิตภัณฑ์ - ปัญหา และ ข้อเสนอแนะ |

ภาคผนวก ญ ผลวิจัยจากการสังเกตการณ์

จุดประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรม ปัญหา และความต้องการของเจ้าของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เมื่อพบรอยขีดข่วน และ สะเก็ดหินบนพื้นผิวรถยนต์ของตนเอง

วิธีการสืบค้นข้อมูล

สืบค้นข้อมูลจากกระทู้การพูดคุยของกลุ่มผู้รักรถยนต์ ผ่านทางเว็บไซต์ และ social media

ผลการสังเกตการณ์

การสังเกตการณ์ผ่านเว็บไซต์ต่างๆและเว็บบอร์ด พบว่ามีผู้ที่มีความกังวลกับรอยขีดข่วน รอยสะเก็ดหิน และต้องการปกปิด โดยมองหาอุปกรณ์ซ่อมสีรถยนต์ด้วยตนเอง ที่ราคาไม่สูงและมีคุณภาพซึ่งมีผู้มีประสบการณ์จากการใช้งานอุปกรณ์ต่างๆได้ให้คำแนะนำ และ แบ่งปันปัญหาจากประสบการณ์การใช้งานปากกาซ่อมสีรถยนต์ ดังนี้

กรณีเป็นแค่รอยขีดข่วน แนะนำให้ใช้ปากกาซ่อมสีรถยนต์

ปกติเจ้าของรถยนต์จะรอทำสีรอบคันทีเดียว แต่รอยขีดข่วน และรอยสะเก็ดหินไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ จึงใช้ปากกาซ่อมสีรถยนต์ในการแก้ปัญหาชั่วคราว

คุณภาพเกรดสี

ปากกาซ่อมสีรถยนต์มีหลายคุณภาพ ซึ่งสินค้าจากประเทศจีน เมื่อเทียบกับญี่ปุ่นแล้ว สินค้าจากประเทศญี่ปุ่นมีคุณภาพดีกว่า คือ เกรดสีใกล้เคียงกว่า

ว่าด้วยเรื่องสีแต้ม รถยนต์ครับ

รถยนต์

ซ่อมบำรุงรถยนต์

พอดี ยืมรถพ่อมาใช้ อะครับ เอาไปเสย ขอบพุดบาท มาสีจนเห็นสีดำๆ (รถสีขาว)

honda ครับ แต่ไม่เป็นผลใหญ่ มาก ถลอกๆ เป็นขีดยาวประมาณ 1 นิ้ว ควรเลือกใช้ ปากกาแต้มสี หรือวุ้นเข้าอยู่ ดี ครับ

ถ้าเป็นแค่ขีด หรือ รอยข่วน ก็ใช้ปากกาแต้มได้ครับ
รอผลใหญ่ๆ เยอะๆ แล้วค่อยทำสีที่เดียวจะคุ้มกว่า

0 + 1



Minicoupe

9 กรกฎาคม 2557 เวลา 14:48 น.

สมาชิกหมายเลข 822245 ถูกใจ

แผลแค่ 1 นิ้ว อย่าเพิ่งทำสีเลยครับ เสียหายรอ
เบื้องต้นอาจลองใช้ยาขัดสี ขัดดูก่อน เพื่อดูดีขึ้น

ส่วนเรื่องปากกาแต้มสีรอ จาก ปสก็ใช้ได้ครับ
อย่างน้อยก็ไม่เตอะเหมือนผลลอก (แต่ก็ไม่ได้เนียนเหมือนทำสี)
ผมซื้อจากคลองถมติดแอร์ครับ (อาคารศรีจักร) ชั้นใต้ดิน
ด้ามละ 200 แนะนำให้ใช้ของญี่ปุ่นครับ (Soft99)
คุณภาพจะดีกว่าของจีนที่ขายอยู่ทั่วไป (ด้ามละ 100)

ปล.อย่าลืมบอกคุณพ่อด้วยนะครับ
ลูกบอกกับพ่อเห็นเอง ความรู้สึกต่างกันครับ ^^

0 + 1



สมาชิกหมายเลข 1557069

9 กรกฎาคม 2557 เวลา 15:03 น. [IP: 119.46.131.228]

สมาชิกหมายเลข 822245 ถูกใจ

ภาคผนวก ฎ ผลวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย

จุดประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้รถยนต์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแก้ไขรอยขีดข่วนบนรถยนต์

เพื่อศึกษาปัญหาที่พบจากการใช้ปากกาซ่อมสีรถยนต์ของกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่าง

เจ้าของรถยนต์ ที่เคยใช้ปากกาซ่อมสีรถยนต์ จำนวน 20 ราย

เจ้าของรถยนต์ ที่ต้องการแก้ไขปัญหารอยขีดข่วน รู้จักปากกาซ่อมสีรถยนต์แต่ไม่เคยใช้ จำนวน 10 ราย

วิธีการสอบถาม

สัมภาษณ์คำถามปลายเปิด โดยใช้กรอบการสัมภาษณ์ที่กำหนดไว้

กรอบการสัมภาษณ์

ขั้บรถยนต์ความเร็วก็กิโลเมตร/ชั่วโมง

วิธีการแก้ไขรอยขีดข่วนบนรถยนต์ในอดีต

ปัญหา หรือข้อดีจากการใช้ปากกาซ่อมสีรถยนต์แก้ไขรอยขีดข่วนบนรถยนต์

ผลการสัมภาษณ์

สามารถแบ่งกลุ่มได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีทัศนคติในแง่บวก และ กลุ่มที่มีทัศนคติแง่ลบ ต่อปากกาซ่อมสีรถยนต์ โดยสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มที่มีทัศนคติในแง่บวก

ขับรถยนต์ด้วยความเร็วประมาณ 80-120 กม./ชั่วโมง โดยมีความเข้าใจการขับรถต้องเจอกับรอยขีดข่วนที่ไม่พึงประสงค์เป็นเรื่องปกติ ซึ่งกลุ่มที่เคยใช้ปากกาชอมสีรถยนต์มีความเห็นว่าปากกาชอมสีรถยนต์คือการชอมสีรถเบื้องต้น ชั่วคราว หรือ ต้องการปกปิดรอยที่เห็นแล้วรู้สึกกังวลเท่านั้น เข้าใจว่าการใช้ปากกาในรูปแบบการแต้มนั้นสีที่แต้มนั้นไม่มีทางที่จะเรียบเนียนเหมือนสีรถยนต์เดิมได้ เพราะปัญหาของการใช้ปากกาชอมสีรถยนต์คือ รูปแบบปากกาที่จับไม่ถนัดมือ หัวปากกาไม่มีคุณภาพ และเฉดสีที่มีไม่ครบตามเฉดสีรถยนต์ที่มี

2. กลุ่มที่มีทัศนคติในแง่ลบ

ในกลุ่มนี้ 80% คือกลุ่มคนที่ไม่เคยใช้ปากกาชอมสีรถยนต์ ด้วยมีความรู้สึกต่อคำว่า “แต้มน” ทำให้รู้สึกว่าเป็นวิธีที่ไม่ได้มาจากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และ คิดว่าการแต้มนั้นไม่น่าเรียบเนียน หรือ ทำให้สีดูคล้ำกับสีรถเดิมได้ ส่วนอีกร้อยละ 20 คือกลุ่มคนที่เคยใช้ปากกาชอมสีรถยนต์แล้วไม่พอใจ เพราะ พบปัญหาปากกาชอมสีรถยนต์ที่ใช้ รูปแบบหัวลิควิดทำให้ผิวรถเป็นรอย สีที่บีบออกมาไม่สม่ำเสมอ และการจับไม่ถนัดมือทำให้แต้มนั้นได้ไม่เนียน



ภาคผนวก ฎ ผลวิจัยจากแบบสอบถาม Consumer Survey

ทางกลุ่มได้ทำการศึกษาพฤติกรรม ปัญหา (Pain Point) และความต้องการของผู้บริโภค จากการทำแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 161 คน

จุดประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้รถยนต์ และการดูแลรถยนต์

เพื่อศึกษาความกังวลใจที่มีต่อรอยขีดข่วนบนรถยนต์ และ ความต้องการที่จะแก้ไข

เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อที่มีต่อ รูปลักษณ์สินค้า, วิธีการใช้งาน และ คุณภาพสีพื้นรถยนต์

เพื่อศึกษาความคาดหวังด้านราคา เมื่อเทียบกับ รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์, การการันตีคุณภาพสีพื้นรถยนต์

เพื่อศึกษาความคาดหวังอายุการใช้งาน เมื่อเทียบกับ ราคาผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่าง

เจ้าของรถยนต์และเจ้าของรถจักรยานยนต์ ในประเทศไทย

ผลการตอบแบบสอบถาม

ผลจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายและความเป็นไปได้ทางธุรกิจโดยการใช้แบบสอบถามสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล 7 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลรถยนต์ และ ประกันภัย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการใช้รถยนต์และรถจักรยานยนต์

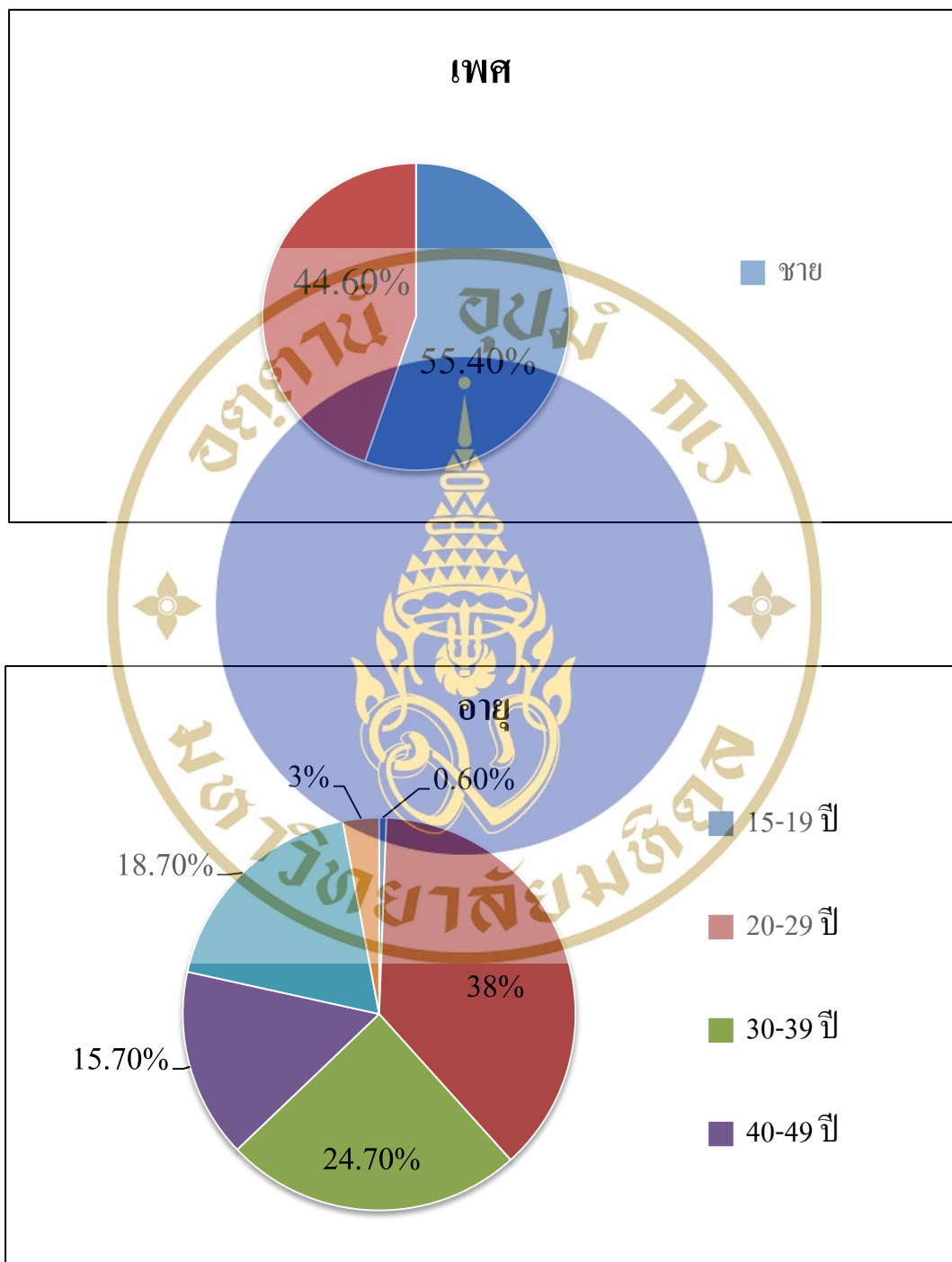
ส่วนที่ 4 ข้อมูลและพฤติกรรมในการดูแลรถยนต์ภายนอก เช่น ความเงา, สีรถ และอื่นๆ

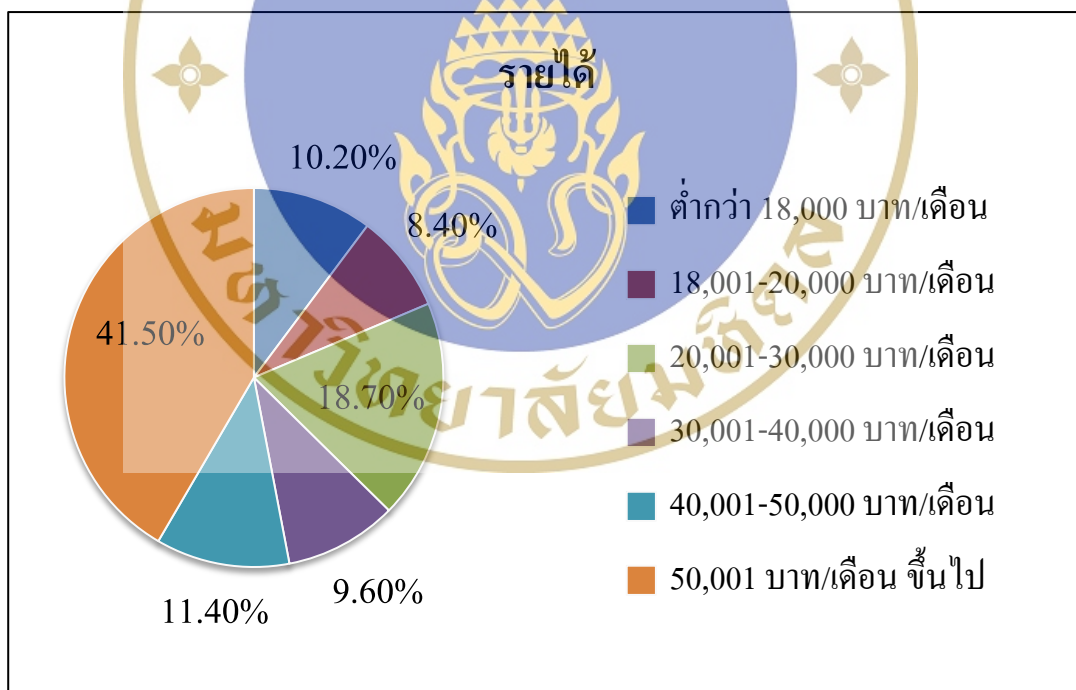
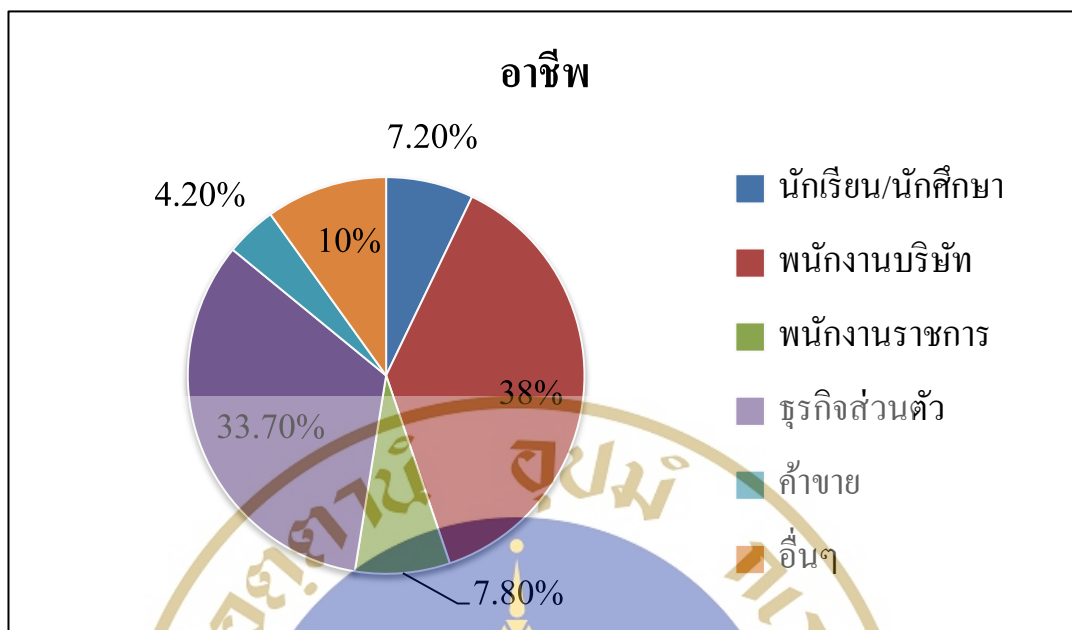
ส่วนที่ 5 วิธีการแก้ปัญหา ซ่อมสีรถยนต์ และรถจักรยานยนต์

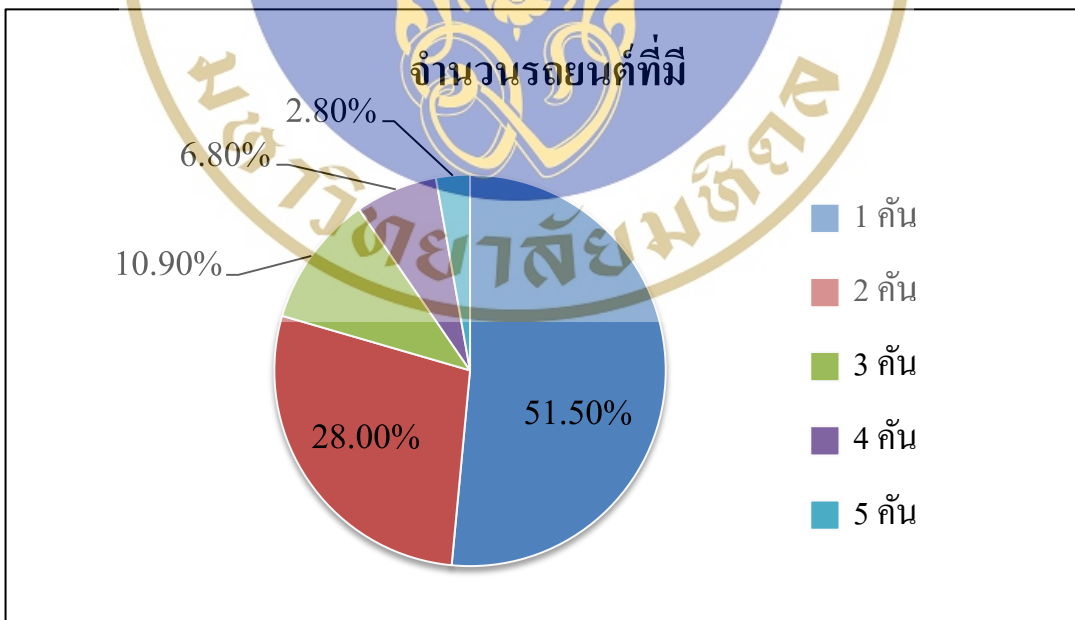
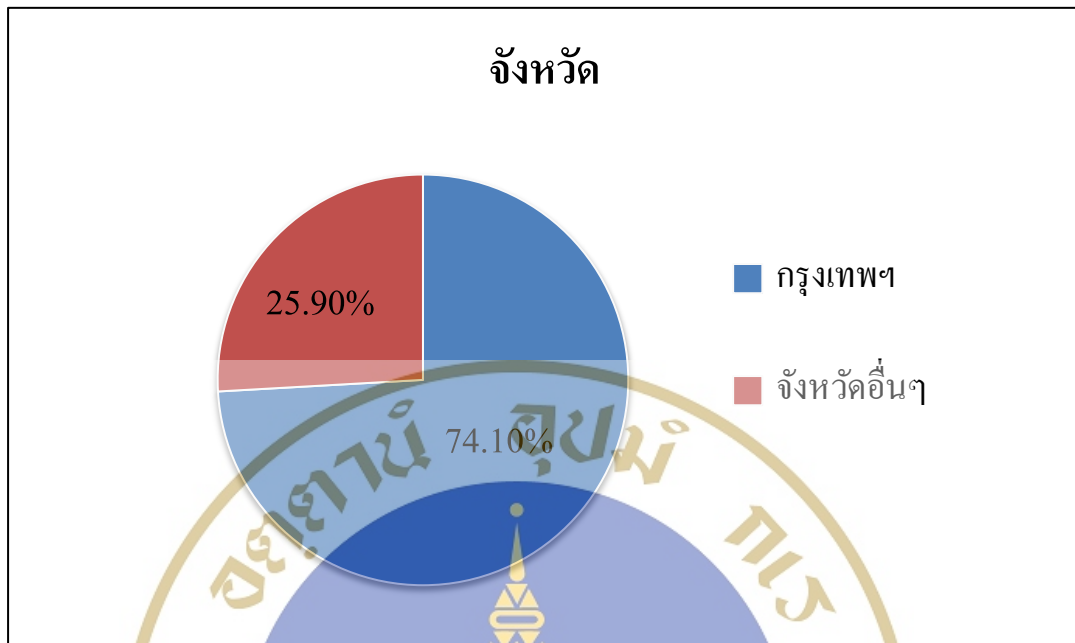
ส่วนที่ 6 ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ปากกาซ่อมสีรถยนต์รถยนต์ที่มีในท้องตลาด

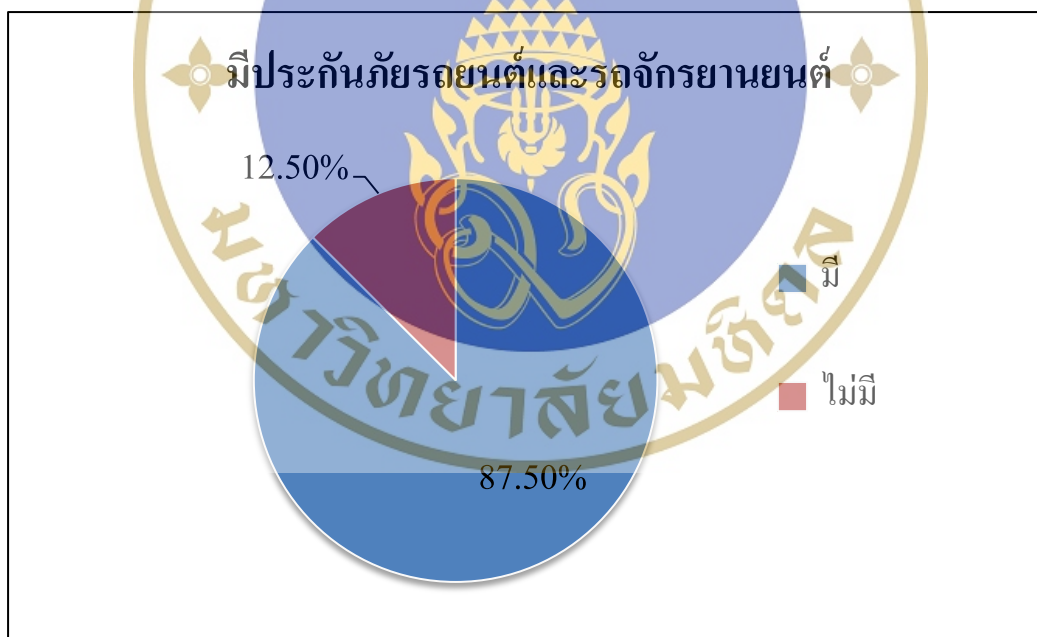
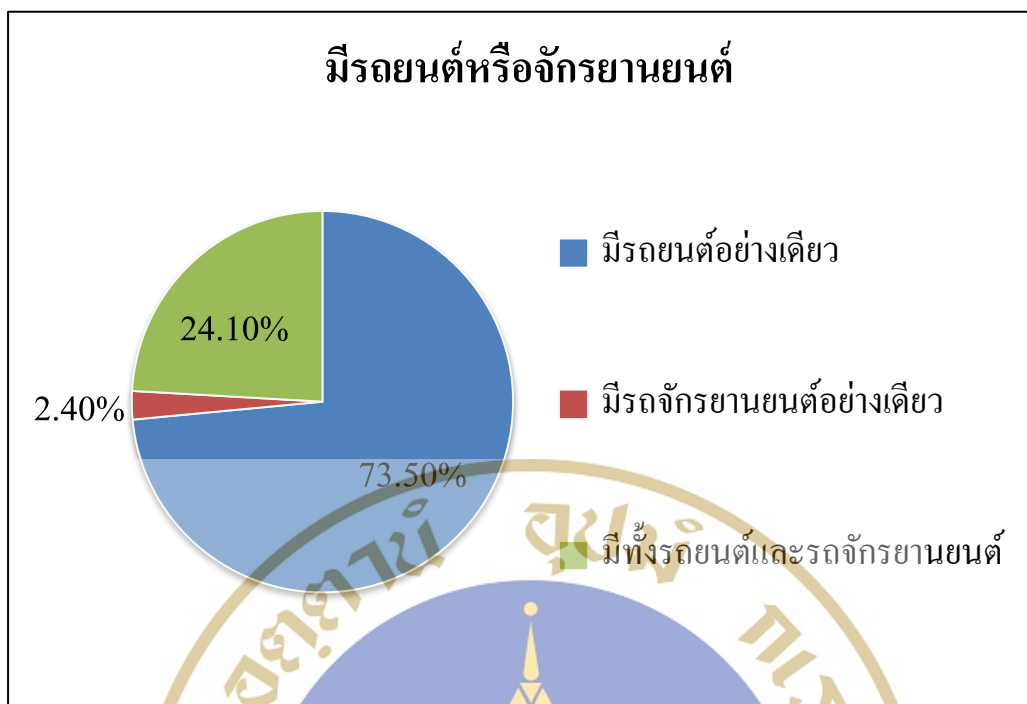
ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับปากกาซ่อมสีรถยนต์แบบ 3 ชั้นตอน

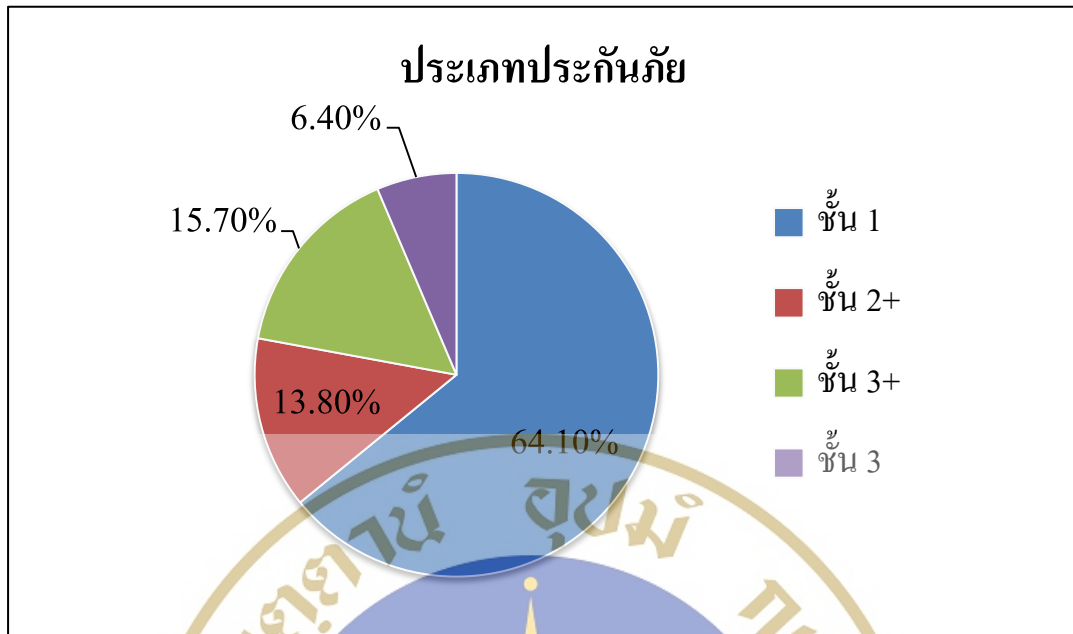
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

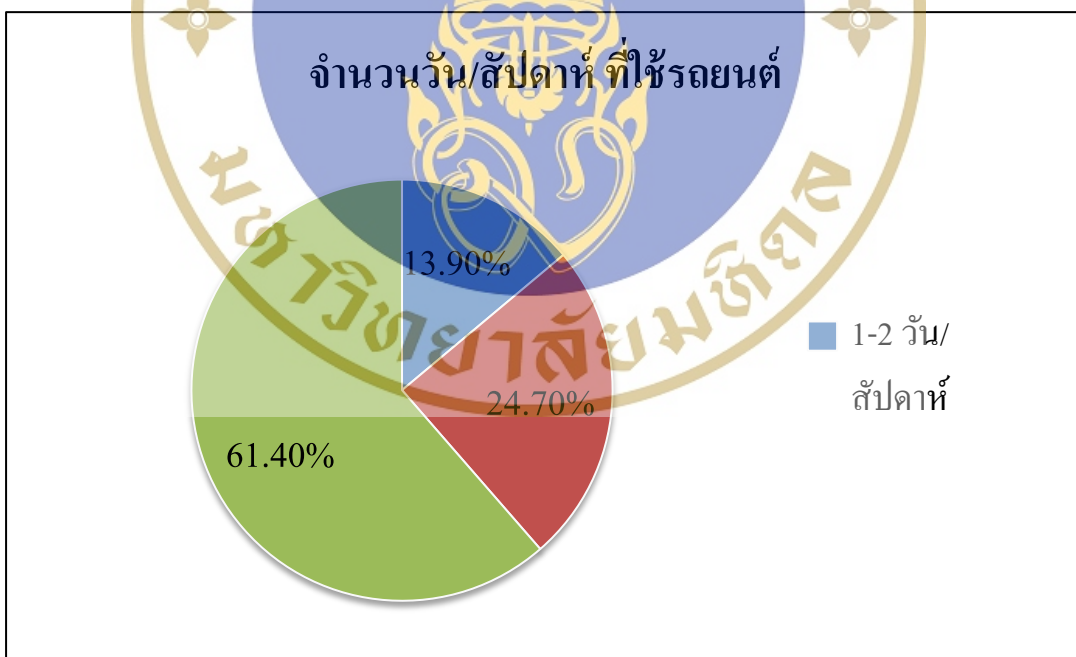
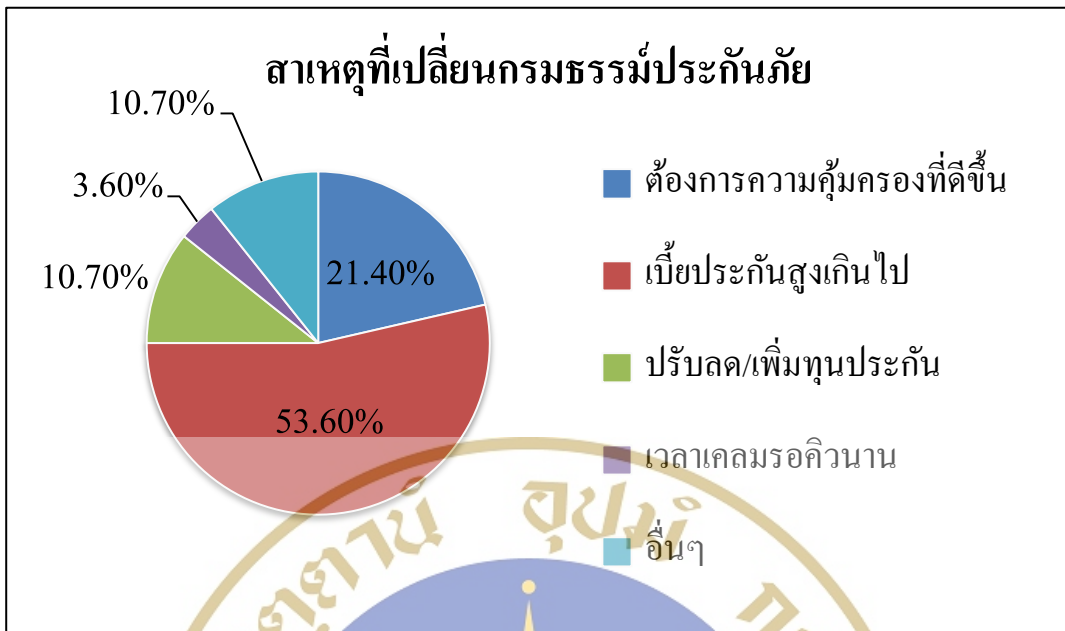




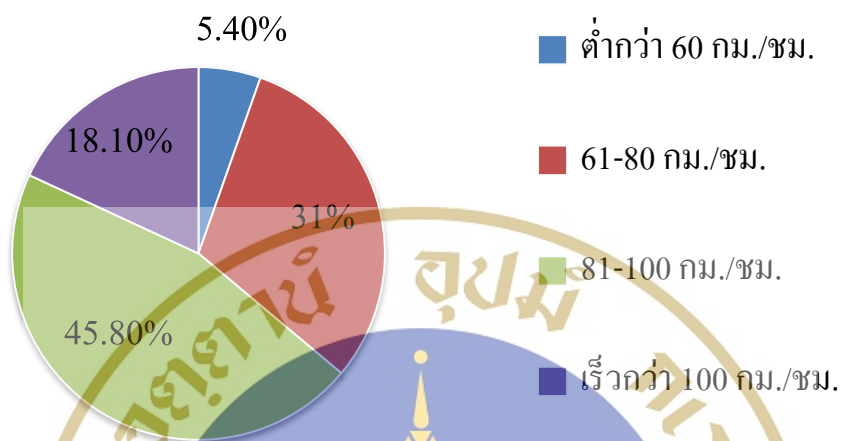






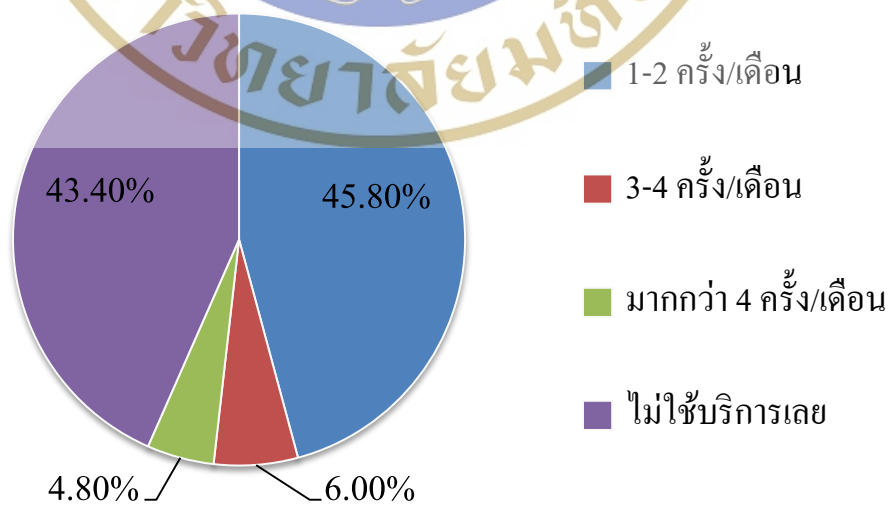


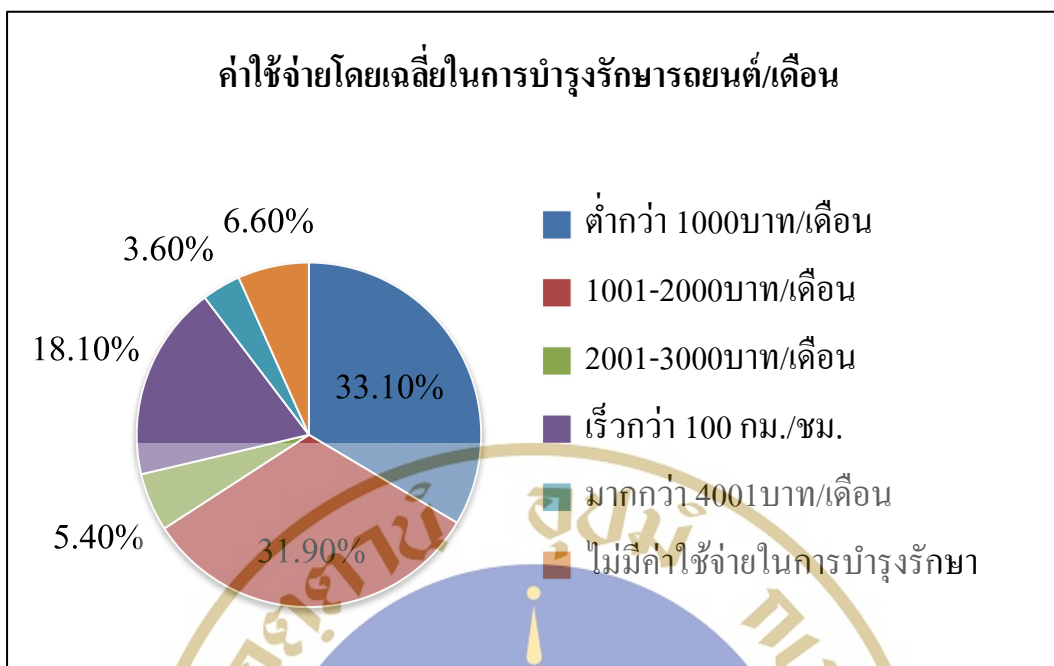
ขับรถด้วยความเร็วโดยเฉลี่ย (กม./ชั่วโมง)



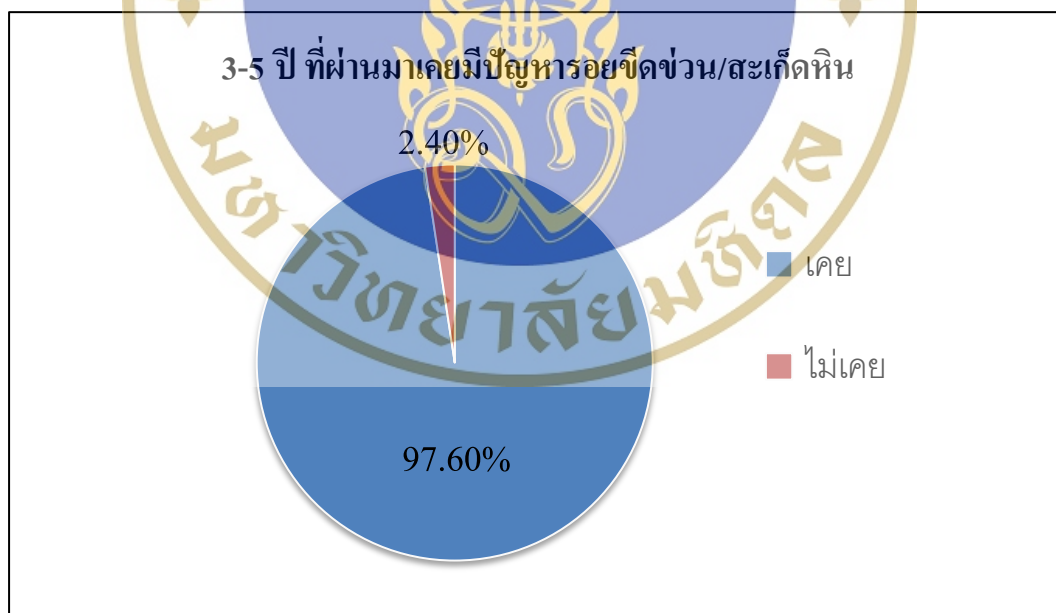
ส่วนที่ 4 ข้อมูลและพฤติกรรมการดูแลรถยนต์ภายนอก เช่น ความเงา, สีรอยนต์ และอื่นๆ

จำนวนครั้งในการใช้บริการคาร์แคร์ ต่อเดือน ต่อคัน

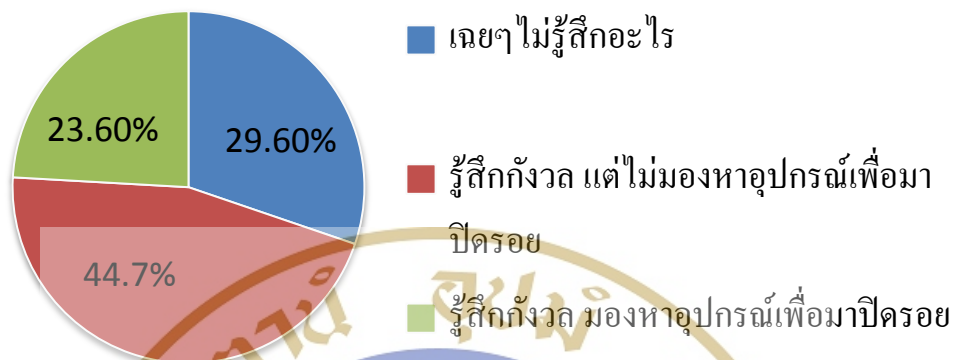




ส่วนที่ 5 วิธีการแก้ปัญหาข้อมลรถยนต์ และ รถจักรยานยนต์

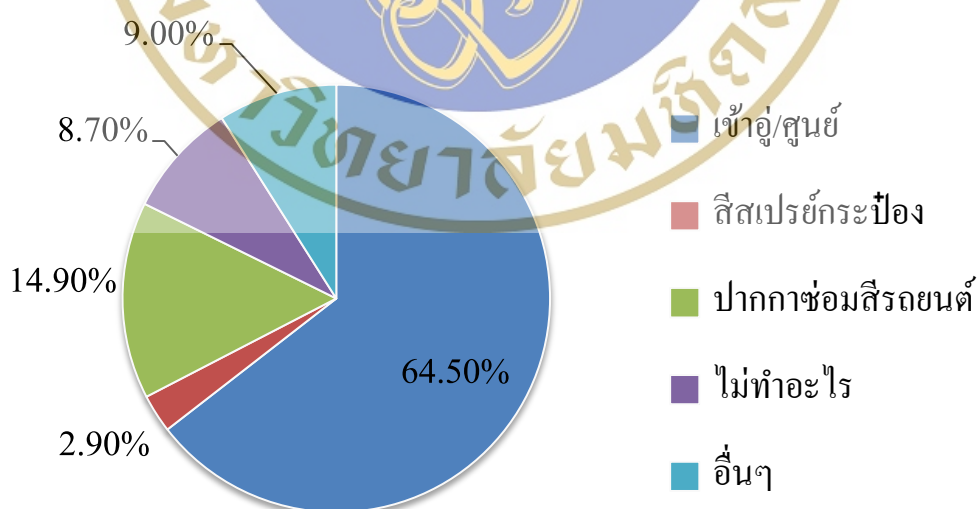


รู้สึกหงุดหงิด/กังวลใจที่รถมีรอยแผลไม่สวยงาม

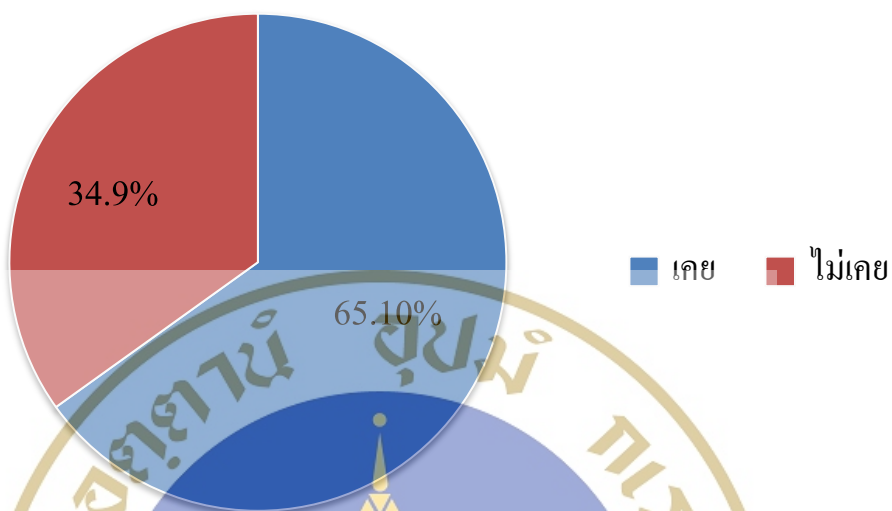


ส่วนที่ 6 ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ปากกาซ่อมสีรถยนต์ที่มีในท้องตลาดทั่วไป

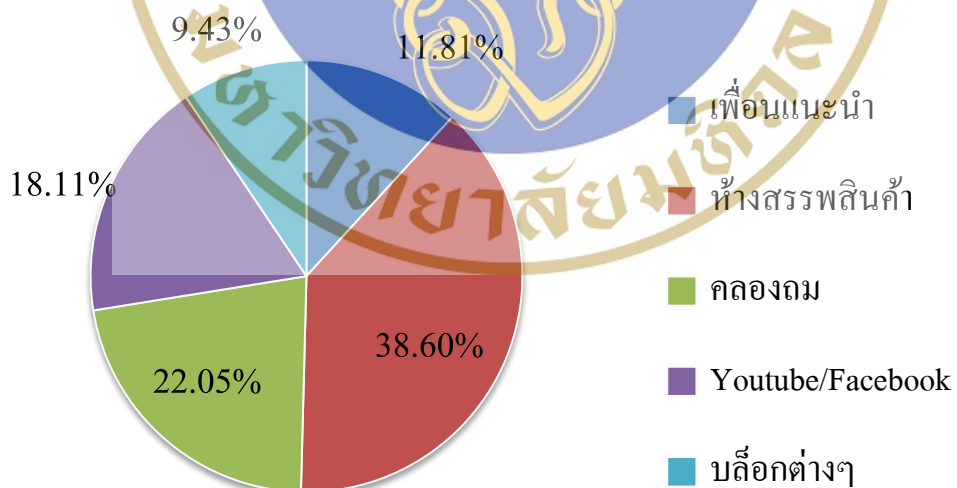
หลังจากพบรอยใช้วิธีใดในการซ่อมสีรถยนต์



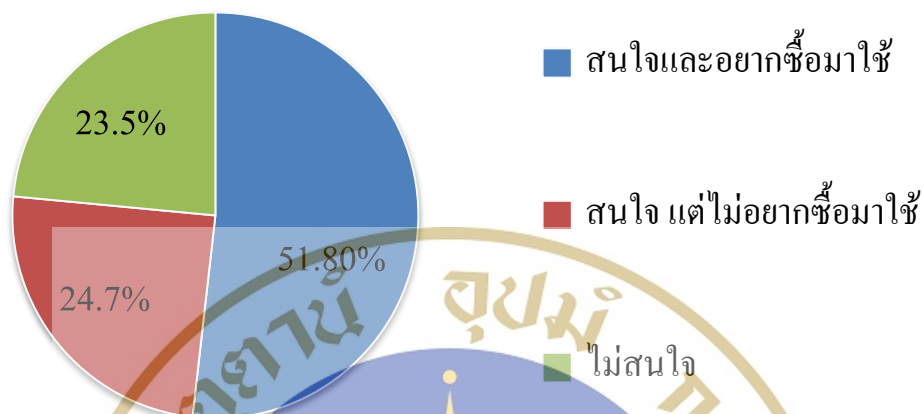
เคยได้ยิน หรือ รู้จักปากกาชอมสิรยนต์



รู้จักปากกาชอมสิรยนต์ผ่านช่องทางใด



ความสนใจในการใช้ปากกาชอ่มสิรยนต์/รถจักรยานยนต์



สาเหตุที่สนใจ หรือ ไม่สนใจ ปากกาชอ่มสิรยนต์เพราะเหตุใด จากคำถามสรุปได้ ดังนี้

สนใจ มีสาเหตุ ดังต่อไปนี้

- สะดวกในการใช้งาน
- ประหยัด (ค่าใช้จ่ายต่ำ และ รอยเกิดบ่อยครั้ง)
- ไม่ต้องเสียเวลาเข้าอู่ (สามารถทำเองได้)
- อยากรู้ว่าสามารถปกปิดรอยได้จริงมั๊ย/เพิ่งเคยรู้จักและอยากทดลอง

ไม่สนใจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

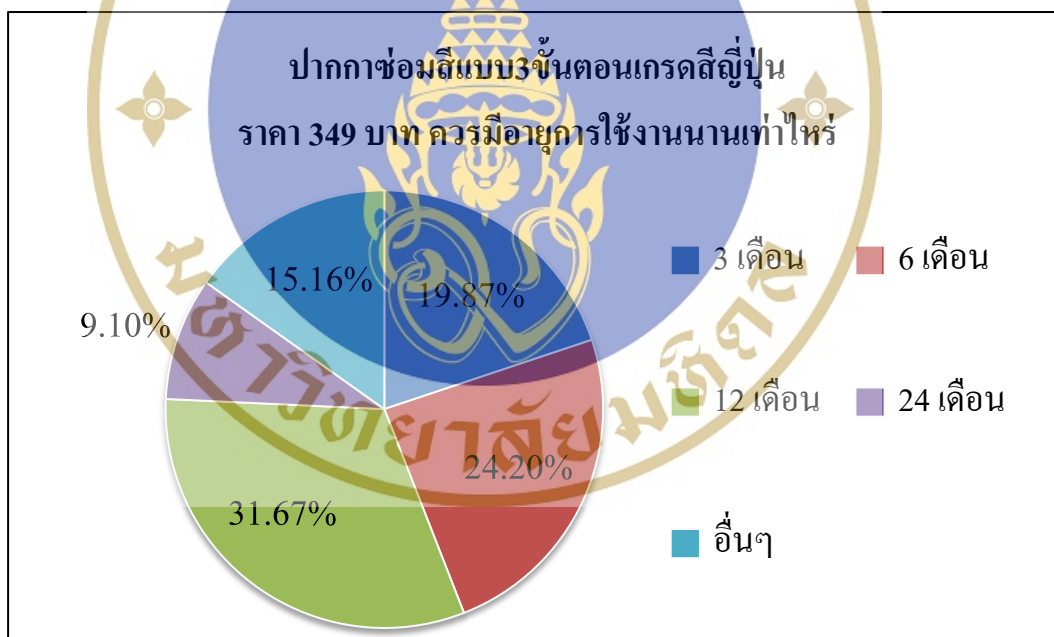
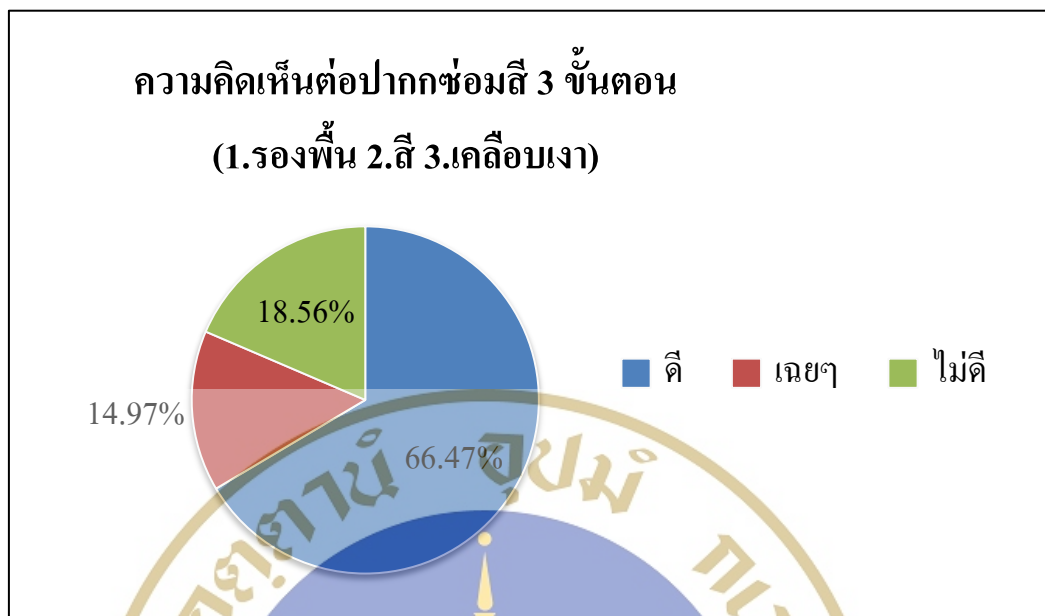
1. ความรู้สึกแง่ลบต่อปากกาชอ่มสิรยนต์ มีสาเหตุ ดังต่อไปนี้

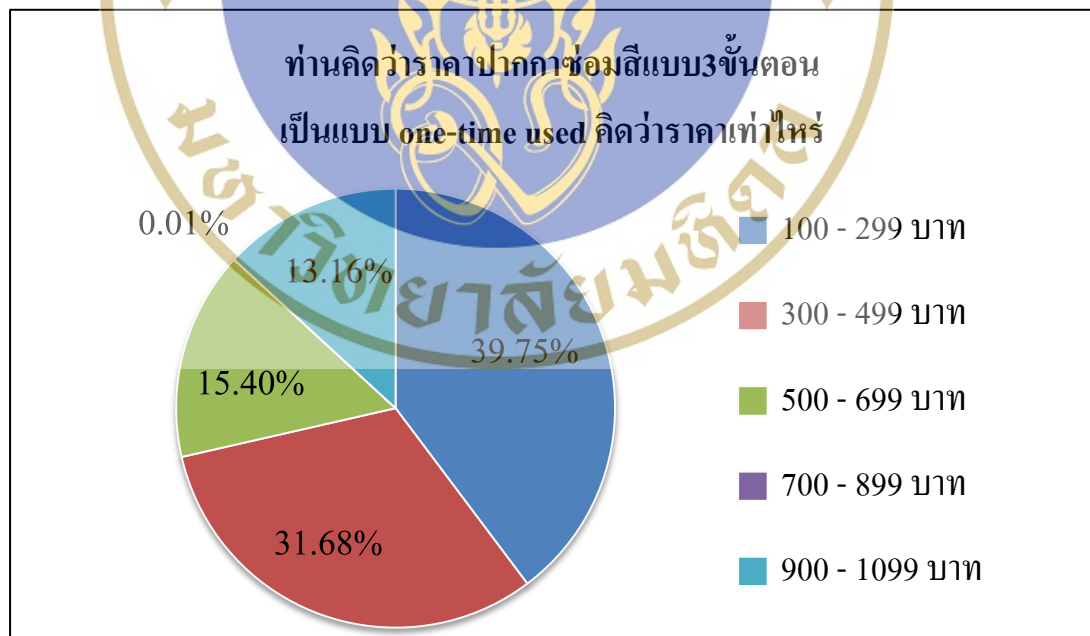
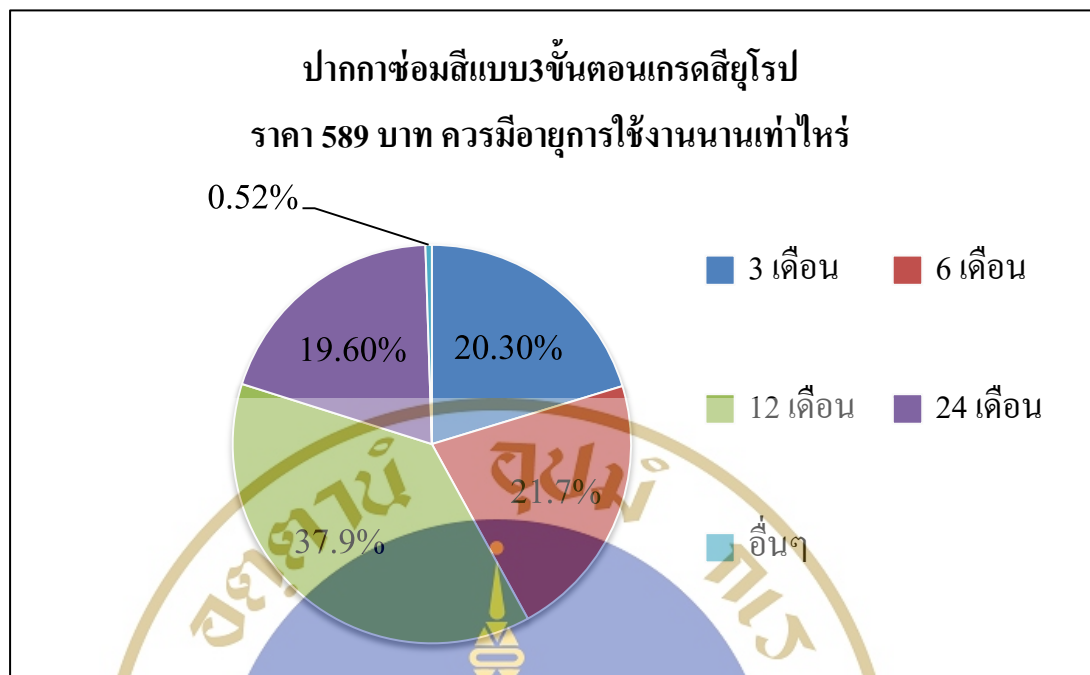
- สีที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่มีคุณภาพ
- กลัวสีไม่เหมือนสิรยนต์
- ไม่มั่นใจว่าจะสามารถปกปิดรอยได้จริง
- รู้สึกว่าไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้จริง

2. ความสนใจในทางเลือกอื่นมากกว่า มีสาเหตุ ดังต่อไปนี้

- ใช้สีสเปรย์เนียนอยู่แล้ว
- เข้าอู่ดีสบายใจกว่า / ให้ผู้เชี่ยวชาญจัดการให้

- มีประกันชั้น 1





ภาคผนวก ฐ

การทำ Product Testing

การทำ Product Testing ครั้งที่ 1 (เลือกหัวปากกาชนิดที่เหมาะสมและนำไปพัฒนาต่อยอด)

สมมติฐาน หัวปากกาช่อมสิรดที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังไม่สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จุดประสงค์ เพื่อเลือกหัวปากกาและนำไปพัฒนาให้เหมาะสมกับการใช้งานช่อมสิรดด้วยตนเอง ทางบริษัทได้เริ่มทำ Product Test ครั้งที่ 1 ซึ่งเป็นการทดลองใช้หัวปากกาทุกรูปแบบที่คิดว่ามีความเหมาะสมในนำมาใช้ช่อมสิรดและยังได้เลือกหัวปากกาที่ถูกรับใช้แล้วในวงการของการแต้มสิรดยนต์ในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดข้อเปรียบเทียบความแตกต่าง ข้อดี และข้อเสียของหัวปากกาชนิดต่างๆ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาให้ได้หัวปากกาที่สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดการใช้ช่อมสิรด ซึ่งหัวปากกาที่นำมาใช้ในการทำ Product Test ในครั้งที่ 1 มีดังนี้

1. หัวปากกาสักหลาดชนิดหัวตัด
2. หัวปากกาสักหลาดชนิดหัวมน
3. หัวปากกาชนิดเหล็ก (หัวลิควิด)
4. หัวปากกาชนิดแปรง (หัวแปรงทาเล็บ)
5. หัวปากกาฟู่กัน

ข้อสรุปที่ได้จากการทำ Product Testing ครั้งนี้

หลังจากที่ได้ทดลองหัวปากกาทุกชนิด โดยทดลองใช้กับสีชนิดเดียวกัน ทำให้ทางบริษัทได้ข้อสรุปว่า หัวปากกาฟู่กันคือวัสดุที่เหมาะสมที่สุดในการนำไปพัฒนาต่อยอดและใช้เป็นปากกาช่อมสิรด เนื่องด้วยหัวปากกาชนิดนี้ มีความยืดหยุ่นสูงกว่าปากกาชนิดอื่นๆ ที่ถูกนำมาทดลองจึงสามารถเกลี่ยสีได้ดีในทั้งพื้นที่ใหญ่และพื้นที่เล็กๆ

การทำ Product Testing ครั้งที่ 2 (ทดสอบการใช้งานของหัวปากกา)

สมมติฐาน หัวปากกามีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในงานช่อมสึรด เพราะหัวมีความยืดหยุ่นส่งผลให้การเกลี่ยสีนั้นทำด้วยตนเองได้ง่ายไม่ยุ่งยาก

จุดประสงค์ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทดลองใช้หัวปากกาทุกคนว่าหลังจากได้ทดลองใช้แล้วมีความเห็นอย่างไร

ในการทำ Product Testing ครั้งนี้มีการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งมาใช้เพื่อเปรียบเทียบในแง่ของการใช้งานหัวปากกา โดยได้ทำการปิดชื่อยี่ห้อและฉลากทั้งหมดบนตัวแท่งของปากกา และเรียกแทนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งด้วย คำว่า ตัวอย่างที่ 1 และตัวอย่างที่ 2 ส่วนผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทจะเป็น ตัวอย่างที่ 3 เพื่อมิให้ผู้มาทดลองทราบว่าเป็นสินค้าของยี่ห้อใด หากทราบก็อาจจะส่งผลให้ข้อมูลที่ได้อาจมีอคติซึ่งทำให้ทางบริษัทไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์ได้

ข้อสรุปที่ได้จากการทำ Product Testing ครั้งนี้

หลังจากที่ได้ทำการทดลองกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นจำนวนทั้งสิ้น 20 คน โดยร้อยละ 90 เห็นว่า หัวปากกานั้นสามารถใช้งานในการช่อมสึรดได้ง่ายกว่าหัวปากกาของตัวอย่างที่ 1 และตัวอย่างที่ 2 ตรงที่หัวปากกานั้นสามารถเกลี่ยได้สะดวกไม่ว่าจะเป็นบริเวณเล็กๆ หรือใหญ่ก็ตาม ส่วนอีกร้อยละ 10 เห็นว่า ยังเป็นสิ่งที่แปลกใหม่สำหรับการช่อมสึรด อาจจะยังใช้และจับไม่ถนัดมือ แต่ก็มีความเห็นว่าน่าจะใช้ได้ดีหากมีขั้นตอนสอนการใช้งาน ทางบริษัทจึงได้ข้อสรุปดังนี้ หัวปากกานี้เหมาะสมที่จะนำไปพัฒนาต่อเพื่อการใช้งานช่อมสึรดด้วยตนเอง แต่ยังคงมีสิ่งที่จะต้องพัฒนาต่อไปคือ เรื่องของรูปลักษณ์ของตัวปากกา

การทำ Product Testing ครั้งที่ 3 (ทดสอบลักษณะของตัวแท่งของปากกาหัวฟุ้งกัน)

สมมติฐาน การซ่อมสิริทโดยใช้ปากกาฟุ้งกันซึ่งมีหน้าตาคล้ายกับปากกาที่ใช้กันเป็นประจำจะช่วยให้จับถนัดมือ ใช้งานได้ง่าย รวดเร็ว และสะดวกสบายขึ้น

จุดประสงค์ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทดลองจับตัวปากกาหัวฟุ้งกันว่าหลังจากได้ทดลองใช้แล้วมีความเห็นอย่างไร

ในการทำ Product Testing ครั้งนี้ ทางบริษัทได้จัดหาปากกาหัวฟุ้งกันที่มีลักษณะคล้ายแท่งปากกาเพื่อให้ง่ายต่อการจับ นอกจากนี้ยังมีการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งมาใช้เพื่อเปรียบเทียบในแง่ของรูปลักษณะของตัวแท่งปากกา ทั้งนี้ปิดชื่อยี่ห้อและฉลากทั้งหมดบนตัวแท่งของปากกา และเรียกแทนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งด้วย คำว่า ตัวอย่างที่ 1 และตัวอย่างที่ 2 ส่วนผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทจะเป็น ตัวอย่างที่ 3 เพื่อมิให้ผู้มาทดลองทราบว่าเป็นสินค้าของยี่ห้อใด หากทราบก็อาจจะส่งผลให้ข้อมูลที่ได้อาจมีอคติซึ่งทำให้ทางบริษัทไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์ได้

ข้อสรุปที่ได้จากการทำ Product Testing ครั้งนี้

เมื่อจบการทดลองการจับตัวปากกา ทางบริษัทก็ได้ทราบความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ทดลองจำนวน 30 คน ร้อยละ 97 เห็นตรงกันว่ากรณีที่ตัวแท่งมีรูปทรงคล้ายกับปากกามาใช้ในการซ่อมสีทำให้จับได้ถนัดมือ และยังทำให้กลุ่มผู้ทดลองมีความรู้สึว่าการซ่อมสีนั้นง่ายขึ้นอย่างมาก ยิ่งเมื่อมีตัวเปรียบเทียบคือสินค้าตัวอย่าง 2 ตัว ก็เป็นการเน้นย้ำในทางบริษัทเห็นว่าการใช้ตัวแท่งรูปทรงคล้ายปากกานี้เหมาะสมกับการซ่อมสีด้วยตนเองเพราะคนมีความคุ้นเคยจึงจับได้ถนัดมือ



ตัวอย่างที่ 1



ตัวอย่างที่ 2



ตัวอย่างที่ 3

การทำ Product Testing ครั้งที่ 4 (ทดสอบโดยเน้นไปที่การใช้งานจริง)

สมมติฐาน การนำหัวฟู่กันมาใช้ร่วมกับกับแท่งที่มีรูปแบบคล้ายปากกาจะยิ่งส่งผลให้การชอมสี
รดด้วยตนเองนั้นง่ายกว่าการใช้วัสดุอื่น

จุดประสงค์ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทดลองใช้ปากกาชนิดหัวฟู่กันว่าหลังจากได้ทดลองใช้
แล้วนั้นมีความเห็นอย่างไรในแง่ของการใช้งานจริง

การทำ Product Testing ครั้งนี้จะมุ่งเน้นไปที่การใช้งานจริง เพราะทางบริษัทได้เลือก
ตัวแท่งปากกาและหัวปากกาฟู่กันที่ทำจากวัสดุที่ดี ทั้งยังมีความเหมาะสมที่สุดซึ่งจะเอื้อต่อการชอมสี
รีด ทำให้การชอมสีรดด้วยตนเองเป็นสิ่งที่สะดวกง่ายสามารถทำได้โดยไร้ความกังวลว่าจะใช้ยาก
ช่วยทำให้การชอมสีรดด้วยตนเองเป็นเรื่องใกล้กับตัวกลุ่มลูกค้ามากที่สุด โดยมีการสอนวิธีการใช้
งานให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เข้าร่วมในการทดลองชอมสีด้วยปากกาฟู่กัน คือให้บีบที่บริเวณตัว
แท่งจากนั้นสีจะไหลออกมาที่ปลายฟู่กัน แล้วจึงนำไปแต้มที่บริเวณรอยแผล

ข้อสรุปที่ได้จากการทำ Product Testing ครั้งนี้

เมื่อจบการทดลองใช้ปากกาชนิดหัวฟู่กันทางบริษัทก็ได้ทราบความคิดเห็นจากกลุ่มผู้
ทดลองที่เห็นตรงกันว่าสิ่งที่นำปากกาและหัวฟู่กันมาใช้ในการชอมสีนั้น ทำให้การชอมสีนั้นง่าย
ขึ้นอย่างมากเพราะทั้งตัวแท่งที่สามารถจับได้อย่างถนัดมือทำให้สามารถควบคุมทิศทางของปากกา
ได้ง่ายเหมือนกับวิธีการจับปากกาเขียนหนังสือ นอกจากนี้ตัวหัวฟู่กันมีความยืดหยุ่นมาก การชอมสี
บนพื้นที่เล็กๆ หรือพื้นที่ใหญ่ก็ยังสามารถทำได้ในหัวเดียว แต่อย่างไรก็ตาม การทดลองครั้งนี้ยังมี
ข้อควรปรับปรุงคือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เข้าร่วมทำการทดลองครั้งนี้มีความเห็นตรงกันว่า การ
ควบคุมการไหลของสีนั้น ทำได้ยากเนื่องจากไม่ทราบว่าควรบีบแรงหรือบีบบ่อยแค่ไหนเพื่อให้สี
ไหลออกมา

ภาคผนวก ท

แบบสอบถาม Market Test

แบบสอบถาม พฤติกรรมเจ้าของรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ที่มีปัญหารถยนต์มีรอยขีดข่วน หรือ สะเก็ดหิน และต้องการใช้ปากกาซ่อมสีรถยนต์ในการแก้ไขปัญหา แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา Independent Study ของนักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อวิจัยแผนธุรกิจการซ่อมสีรถยนต์โดยใช้ปากกาซ่อมสีรถยนต์ ทางกลุ่มขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในสละเวลาอันมีค่าเพื่อการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำเป็น *

1. อายุ *

- ต่ำกว่า 18 ปี 18-25ปี 26-35 ปี
 36-40 ปี 41 ปีขึ้นไป

2. อาชีพ *

- นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 ธุรกิจส่วนตัว ฟรีแลนซ์ อื่นๆ: _____

3. รายได้ *

- ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน 10,001-20,000 บาท/เดือน 20,001-30,000 บาท/เดือน
 30,001-50,000 บาท/เดือน 50,001-100,000 บาท/เดือน มากกว่า 100,000 บาท/เดือน
 อื่นๆ: _____

ส่วนที่ 2 ความสนใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Packaging) รูปแบบห้วปากกา (Product) และวิธีการใช้ 3 ขั้นตอน (3Steps)

อยากใช้น้อยที่สุด – อยากใช้มากที่สุด (ตามลำดับ 1-5)

| คำถาม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 4. ความรู้สึกอยากใช้งาน เมื่อได้เห็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Packaging) | | | | | |
| 5. ความรู้สึกอยากใช้ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบห้วปากกาแบบพู่กัน | | | | | |
| 6. ความรู้สึกอยากใช้ผลิตภัณฑ์แบบ 3 ขั้นตอน | | | | | |

ส่วนที่ 3 ความรู้สึกมั่นใจในการใช้งานผลิตภัณฑ์แต่ละขั้นตอน หลังจากอ่านวิธีการใช้อย่างละเอียด

ไม่มั่นใจ – มั่นใจมากที่สุด (ตามลำดับ 1-5)

| คำถาม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 7. ความรู้สึกมั่นใจ ในการใช้งานขั้นตอนรองพื้น | | | | | |
| 8. ความรู้สึกมั่นใจ ในการใช้งานขั้นตอนเติมเฉดสี | | | | | |
| 9. ความรู้สึกมั่นใจ ในการใช้งานขั้นตอนเคลือบเงา | | | | | |
| 10. ความรู้สึกมั่นใจ ในการใช้งานผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ขั้นตอนด้วยตนเอง | | | | | |

ส่วนที่ 4 ความรู้สึกมั่นใจในการใช้งานผลิตภัณฑ์แต่ละขั้นตอน หลังจากดูวิดีโอแนะนำวิธีการใช้

ไม่มั่นใจ – มั่นใจมากที่สุด (ตามลำดับ 1-5)

| คำถาม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 11. ความรู้สึกมั่นใจ ในการใช้งานขั้นตอนรองพื้น | | | | | |
| 12. ความรู้สึกมั่นใจ ในการใช้งานขั้นตอนเติมเฉดสี | | | | | |
| 13. ความรู้สึกมั่นใจ ในการใช้งานขั้นตอนเคลือบเงา | | | | | |
| 14. ความรู้สึกมั่นใจ ในการใช้งานผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ขั้นตอนด้วยตนเอง | | | | | |

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจ หลังจากใช้ผลิตภัณฑ์ปากกาซ่อมสีรถยนต์ ในแต่ละขั้นตอน

ไม่พอใจ – พอใจมากที่สุด (ตามลำดับ 1-5)

| คำถาม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 15. รู้สึกพอใจ ในการใช้งานขั้นตอนรองพื้น | | | | | |
| 16. รู้สึกพอใจในการใช้งานขั้นตอนเติมเฉดสี | | | | | |
| 17. รู้สึกพอใจในการใช้งานขั้นตอนเคลือบเงา | | | | | |
| 18. รู้สึกพอใจในการใช้งานผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ขั้นตอนด้วยตนเอง | | | | | |

ส่วนที่ 6 ความรู้สึกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคาของผลิตภัณฑ์

ไม่คุ้มค่า – คุ้มค่ามากที่สุด (ตามลำดับ 1-5)

| คำถาม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 19. รู้สึกคุ้มค่า กับ ผลิตภัณฑ์ราคา 349บาท/เซต (เกรดสีญี่ปุ่น) | | | | | |
| 20. รู้สึกคุ้มค่า กับ ผลิตภัณฑ์ราคา 589บาท/เซต (เกรดสียุโรป) | | | | | |

ส่วนที่ 8 มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หลังจากพิจารณาคุณสมบัติต่างๆ

ไม่ต้องการซื้อ – ต้องการซื้อ (ตามลำดับ 1-5)

| คำถาม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 23. มีความต้องการซื้อเมื่อเห็นบรรจุภัณฑ์ | | | | | |
| 24. มีความต้องการซื้อเมื่อเห็นรูปแบบหัวปากกาแบบพู่กัน | | | | | |
| 25. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบขั้นตอนการใช้งานแบบ 3 ขั้นตอน | | | | | |
| 26. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบคุณภาพสีเกรดญี่ปุ่น | | | | | |
| 27. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบคุณภาพสีเกรดยุโรป | | | | | |
| 28. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบคุณสมบัติในการกลบรอยได้ดี | | | | | |
| 29. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบว่าเต็มแล้วสีเรียบเนียน (เฉดสีตรง) | | | | | |
| 30. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบว่าเต็มแล้วมีความคงทน | | | | | |

ส่วนที่ 9 มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบบริการสั่งซื้อออนไลน์

ไม่ต้องการซื้อ – ต้องการซื้อ (ตามลำดับ 1-5)

| คำถาม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 31. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบว่ามีการสั่งตามสัรถยนต์ (Customized) | | | | | |
| 32. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบว่าสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ | | | | | |
| 33. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบว่าสั่งซื้อสินค้าผ่านเฟสบุ๊ค | | | | | |
| 34. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบว่าสั่งซื้อสินค้าผ่านไลน์แชท | | | | | |
| 35. มีความต้องการซื้อเมื่อทราบว่า มีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำผ่านช่องทางออนไลน์ | | | | | |

การทำ Market Testing ครั้งที่ 1

สมมติฐาน การช่อมลที่ถูกต้องนั้นควรจะทำครบทั้ง 3 ขั้นตอน คือ เริ่มทาไพรเมอร์ ตามด้วยเจดสี แล้วจึงเคลือบเงาด้วยแลคเกอร์ และการปรับเรื่องการควบคุมการไหลของสีจะช่วยให้การใช้งานได้ดีขึ้น

จุดประสงค์ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทดลองใช้ปากกาชนิดหัวฟุ้งกันครบทั้ง 3 ขั้นตอน

การทำ Market Testing นี้มีการนำวิธีการช่อมลที่ถูกต้องตามหลักการเข้ามาใช้ ซึ่งเป็นการช่อมล 3 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก-ใช้ไพรเมอร์เพื่อเป็นการเติมรอยแผลที่ถูกกินเนื้อสีจนเห็นตัวถัง ขั้นที่สอง-ใช้แท่งเจดสีเพื่อเติมสีลงบนรอยแผลนั้น ขั้นตอนสุดท้าย-ใช้แลคเกอร์เพื่อเคลือบเงา นอกจากนี้มีการปรับในเรื่องของการควบคุมการไหลของสี โดยเพิ่มขีดสีน้ำเงินลงไปบริเวณเหนือหัวปากกาเพื่อให้ง่ายต่อการสังเกตในขณะบีบแท่งปากกา ภาพแรก-บีบสีจนสีไหลมาถึงขีดสีน้ำเงิน ภาพที่สอง-เมื่อสีไหลมาถึงขีดสีน้ำเงินแล้วจึงหยุด สีจะค่อยๆ ไหลออกมาจนถึงบริเวณที่หัวฟุ้งกัน จากนั้นจึงนำไปแต่ตามบริเวณรอยแผลที่ต้องการ



ภาพที่ 1

ภาพที่ 2

ข้อสรุปที่ได้จากการทำ Product Testing ครั้งนี้

หลังจากที่ได้มีการปรับปรุงการควบคุมสี (ดังภาพที่ปรากฏด้านบน) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เข้าร่วมทดลองครั้งนี้ จำนวน 30 คน มีความเห็นเรื่องการเพิ่มขีดสีน้ำเงินมานั้น ทำให้สังเกตได้ง่ายขึ้นจากเดิมและทราบว่าควรบีบสีจนถึงตรงจุดไหนจึงจะควรหยุดบีบเพื่อให้ปริมาณสีไหลออกมาพอเหมาะ แต่ในเรื่องของการช่อมล 3 ขั้นตอน ทางกลุ่มผู้ทดลองอยากให้ปรับปรุงในส่วนของตัวเองแท่งปากกา ให้ปรับลดขนาดลงซักเล็กน้อย และอยากให้มามีวิธีการสอนที่ละเอียดมากขึ้น ซึ่งอาจจะทำการอัดวิดีโอวิธีการใช้งานปากกาในแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด เพื่อให้ง่ายต่อการทำตาม

การทำ Market Testing ครั้งที่ 2

สมมติฐาน การช่อมสึรดด้วยตนเองทั้ง 3 ขั้นตอน สามารถทำให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นและทำตามได้ทุกขั้นตอนหากมีวิดีโอสาธิตหรือวิธีการสอนที่ละเอียด ปรับขนาดแท่งเล็กลงเพื่อให้จับถนัดมือมากขึ้น

จุดประสงค์ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 30 คน ซึ่งมีรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ มีปัญหาเรื่องของการรอยขีดข่วนและมีความประสงค์ที่จะแก้ไขปัญหาโดยใช้ปากกาช่อมสึรด 3 ขั้นตอน ทางบริษัทได้นำส่วนประกอบทั้งหมดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้พิจารณา ดังต่อไปนี้

1. Package
2. VDO Clip
3. ปากกาฟู่กัน
4. วิธีและขั้นตอนการใช้งาน

ซึ่งทางบริษัทได้เตรียมมาเพื่อประกอบการพิจารณาครั้งนี้ ว่ากลุ่มผู้เข้าร่วมทดลองนั้นมีความคิดเห็นอย่างไรกับสินค้าของทางบริษัท หากจะมีการผลิตออกมาวางขายสู่ตลาด (ทางบริษัทได้ให้ทำการทดลองลงบนอะไหล่รถยนต์ของจริงเพื่อจะได้ทราบความรู้สึกและความคิดหลังจากที่ได้ทดลองใช้)

ข้อสรุปที่ได้จากการทำ Product Testing ครั้งนี้

เมื่อกลุ่มผู้เข้าร่วมทดลองได้เริ่มดูวิดีโอสาธิตการใช้งานและได้ทดลองใช้ปากกาของทางบริษัทเพื่อช่อมสึรดแล้วนั้น ผลตอบรับที่ออกมาเป็นไปในทางที่ดีคือ เมื่อกลุ่มผู้ทดลองได้ดูวิดีโอสาธิตขั้นตอนการใช้งานปากกาช่อมสึแล้ว ก็มีความเห็นว่า วิดีโอแล้วทำให้เข้าใจง่ายและสามารถทำตามขั้นตอนในวิดีโอได้โดยที่ไม่มีความสับสน ทั้งนี้การปรับแท่งให้เล็กลงยังทำให้ผู้เข้าร่วมทดลองรู้สึกว่าจะจับได้ถนัดมือมากขึ้นและทำให้ปากกานี้มีน้ำหนักที่เบาลงสะดวกสบายเวลาที่ใช้งาน

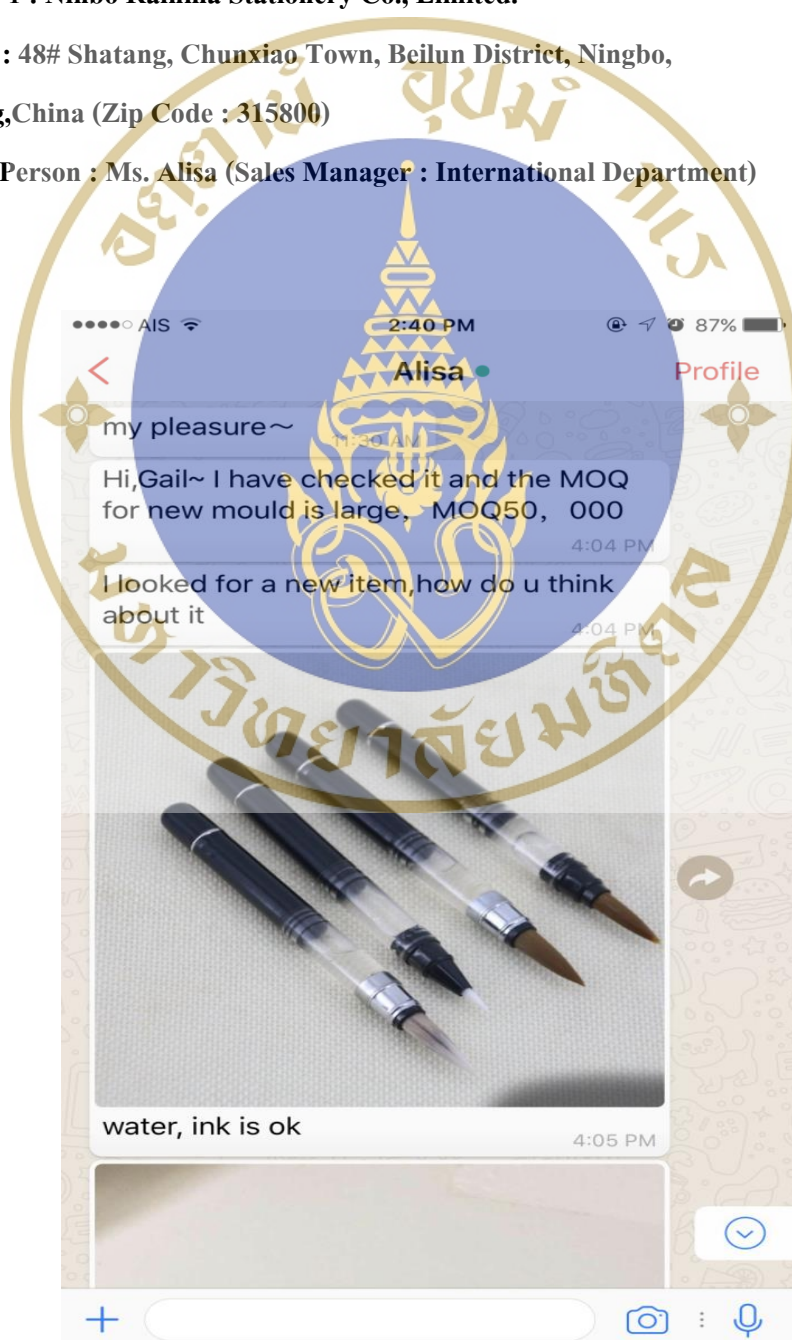
ภาคผนวก คม
การติดต่อสั่งซื้อสินค้ากับทางซัพพลายเออร์

ตัวอย่างการติดต่อสั่งซื้อสินค้าตัวอย่างจากประเทศจีน

โรงงานที่ 1 : Ninbo Rainma Stationery Co., Limited.

**Address : 48# Shatang, Chunxiao Town, Beilun District, Ningbo,
 Zhejiang,China (Zip Code : 315800)**

Contact Person : Ms. Alisa (Sales Manager : International Department)



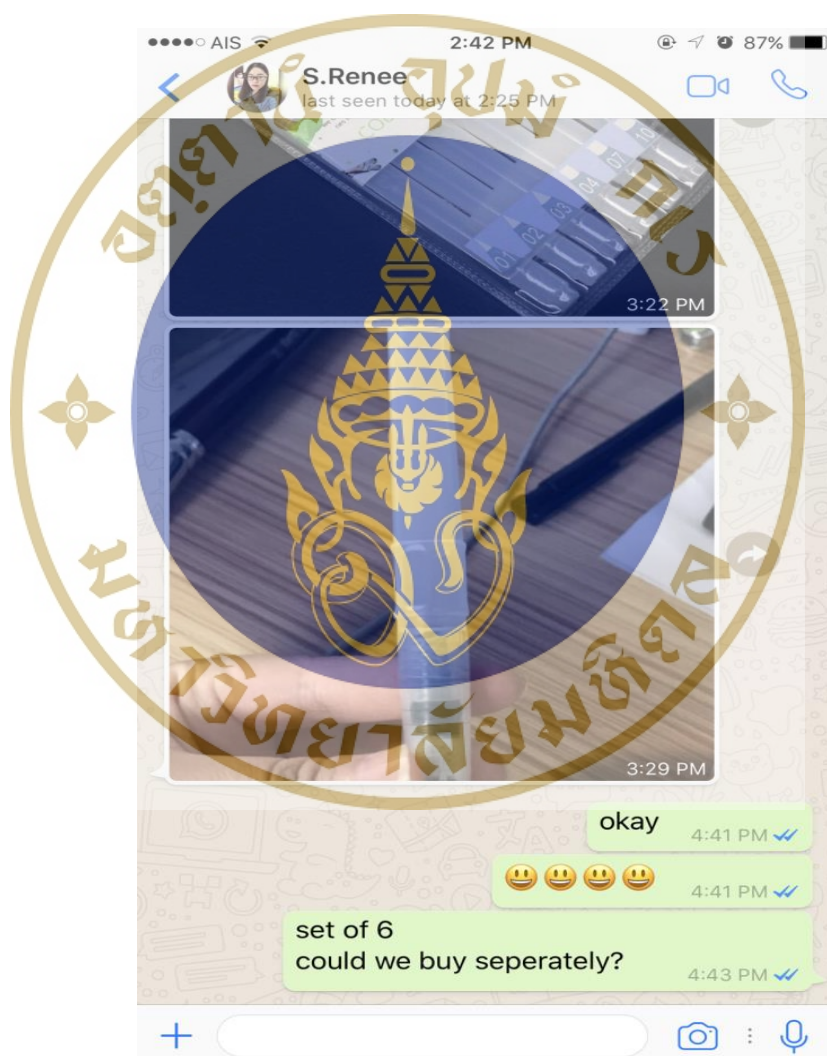
ตัวอย่างการติดต่อสั่งซื้อสินค้าตัวอย่างจากประเทศจีน

โรงงานที่ 2 : Guangzhou Orit Industry Co.Ltd

Address : Rm1002 , Blog.15, Binhaijuncheng, Middle of Huanshi Dadao,

Nansha District, Guangzhou, Guangdong, China(Zip Code : 510000)

Contact Person : Ms. Renee (Sales Manager : Sales Department)

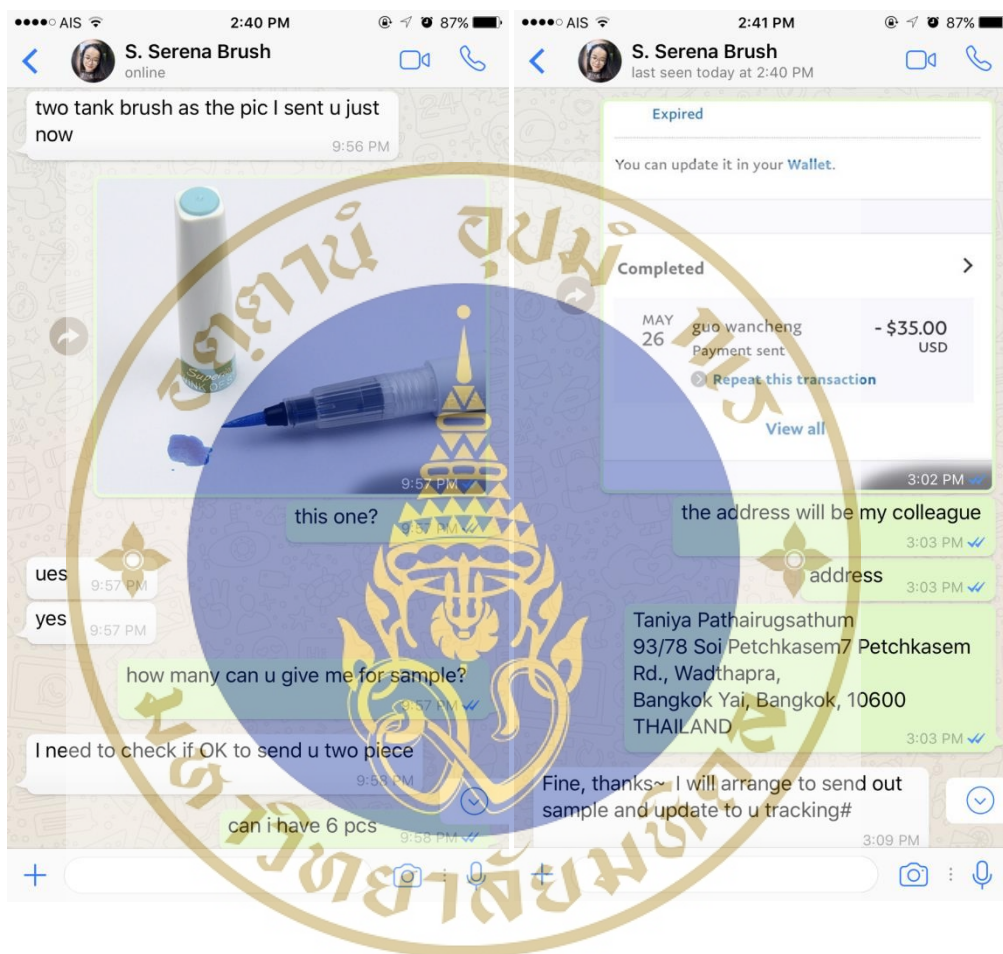


ตัวอย่างการติดต่อสั่งซื้อสินค้าตัวอย่างจากประเทศจีน

โรงงานที่ 3 : Hangzhou Jiefa Materials Co.Ltd.

Address : No.188, Yincheng Zhou Road, Shanghai ,China

Contact Person : Ms. Serena (Sales Manager)



ภาคผนวก ฅ

การจดทะเบียนก่อตั้งบริษัทผ่านทางออนไลน์

ขั้นตอนในการจดทะเบียนบริษัทผ่านออนไลน์ มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1.) จองชื่อบริษัท
- 2.) เตรียมข้อมูลต่างๆ ให้พร้อมเพื่อจดทะเบียนนิติบุคคลออนไลน์
- 3.) รอให้นายทะเบียนตรวจสอบ
- 4.) พิมพ์แบบฟอร์มที่ผ่านการตรวจสอบเรียบร้อยแล้วมาให้บุคคลที่ระบุในแต่ละหน้าเซ็น และเตรียมเอกสารเพิ่มเติม
- 5.) นำไปจดทะเบียนที่สำนักพัฒนาธุรกิจการค้าเขต

ขั้นตอนที่ 1: จองชื่อบริษัท

เข้าเว็บไซต์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า จากนั้น ทำการสมัคร account ให้เรียบร้อย

- ไปที่ จองชื่อ/จดทะเบียนนิติบุคคล เพื่อ Login เข้าไป จากนั้น คลิกที่ “จองชื่อห้างหุ้นส่วน/บริษัทจำกัด” ในขั้นตอนนี้เราควรจะต้องค้นหาโดยใช้ชื่อที่เราคิดเอาไว้ ว่ามีไปซ้ำหรือใกล้เคียงกับชื่อบริษัทที่ค้าเลยจดกันไปแล้วหรือเปล่า ซึ่งถ้าซ้ำแบบตรงตัว ก็คือไม่ได้แน่นอน แต่ถ้าใกล้เคียง ก็ลองยื่นดู แนะนำให้คิดเผื่อๆ ไว้ 2-3 ชื่อเลย เมื่อ submit ไป ก็รอนายทะเบียนตรวจสอบ ปกติจะรู้ผลใน 30 นาที เมื่อนายทะเบียนยืนยันสามารถไปขั้นตอนที่ 2 ได้ทันที

ขั้นตอนที่ 2: เตรียมข้อมูลให้พร้อมเพื่อจดทะเบียนนิติบุคคลออนไลน์

การจดบริษัทออนไลน์ผ่านเว็บนั้นสามารถทำได้เอง และรู้ผลใน 1-3 วัน สำหรับข้อมูลที่ต้องเตรียมมีดังนี้

1. ข้อมูลผู้ถือหุ้น
2. ข้อมูลกรรมการบริษัท
3. ข้อมูลผู้เริ่มก่อการ (ต้องมีตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป)
4. ทุนจดทะเบียน
5. รายละเอียดที่ตั้งสำนักงานใหญ่

- กรณีไม่ได้เป็นเจ้าของสถานที่ ต้องมีหนังสือยินยอมให้ใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่
6. พยาน 2 คน (ชื่อ-นามสกุล เลขบัตรประชาชน วันเดือนปีเกิด ที่อยู่ และ อาชีพ)
 7. ข้อมูลผู้สอบบัญชี (ชื่อ-นามสกุล เลขที่สอบบัญชี)
 8. อำนาจกรรมการ คือการระบุว่าต้องมีกรรมการกี่คนเซ็นเอกสาร หากต้องมีตราประทับจะต้องทำตราอย่างด้วย
 9. วัตถุประสงค์เริ่มแรก

หลังจากเตรียมข้อมูลทั้งหมดเสร็จเรียบร้อย ก็สามารถทำการส่งให้นายทะเบียนตรวจสอบ

ขั้นตอนที่ 3: รอให้นายทะเบียนตรวจสอบ

ในขั้นตอนนี้ นายทะเบียนจะแจ้งจุดที่ต้องแก้ไข โดยใช้เวลารอประมาณ 1-3 วัน เมื่อผ่านแล้วจึงสามารถพิมพ์เอกสารมาใช้งานได้

ขั้นตอนที่ 4: เตรียมเอกสารจดทะเบียน เอกสารที่ต้องเตรียมให้พร้อมก่อนไปจดจริง มีดังนี้

1. เอกสารแบบฟอร์มการจดทะเบียนบริษัทที่ผ่านการตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว พิมพ์เอกสารทุกหน้าแล้ว ให้บุคคลที่มีชื่อในแต่ละหน้าเซ็นกำกับ ถ้ากรณีกำหนดต้องใช้ตราประทับ ให้เตรียมตราประทับไว้ประทับด้วย

2. เอกสารประกอบอื่นๆ ที่ต้องเตรียมเพิ่มเติม

- แบบฟอร์มจองชื่อนิติบุคคล ที่มีการจองไว้ในขั้นตอนที่ 1
- สำเนาบัตรประชาชน และ สำเนาทะเบียนบ้าน ของผู้ร่วมก่อตั้งและกรรมการทุกคน พร้อมเซ็นรับรองสำเนาถูกต้อง
- หลักฐานการชำระค่าหุ้น ที่ออกให้ผู้ถือหุ้นแต่ละคน ซึ่งสิ่งที่สำคัญคือต้องลงวันที่เป็นวันเดียวกับวันที่ในใบรายงานการประชุมจัดตั้งบริษัท
- แผนที่แสดงที่ตั้งสำนักงานแห่งใหญ่และสถานที่ใกล้เคียงโดยสังเขป
- สำเนาทะเบียนบ้านที่จะใช้เป็นที่ตั้งสำนักงาน สัญญาซื้อขาย สำเนาโฉนด กรณีไม่ใช่เจ้าของ ต้องมีหนังสือยินยอมให้ใช้ที่อยู่นั้นด้วย
- รูปถ่ายป้ายบริษัท และรูปถ่ายภายในบริษัท 2-3 รูป

3. ค่าธรรมเนียม (ทุนจด 1 ล้านบาท ค่าธรรมเนียมอยู่ที่ 5,600 บาท + ค่าอากรแสตมป์ ค่าธรรมเนียมออกเอกสารอีก 700 บาท รวมเป็น 6,300 บาท) สามารถเตรียมเงินสดไปชำระตอนที่จดทะเบียนได้

ขั้นตอนที่ 5: จดทะเบียนที่สำนักพัฒนาธุรกิจการค้าเขตไกล๊บ้าน

ในขั้นตอนนี้ใช้เวลาไปประมาณ 1-2 ชั่วโมง ก็จะเสร็จสิ้นการจดทะเบียนบริษัท

ภาคผนวก ค

รายละเอียดการแบ่งช่วงเวลาในการรวบรวมออเดอร์จัดส่งผลิต

| จำนวนรอบ | ช่วงเวลา | ส่งผลิต | ผลิต/ส่งตรวจ |
|----------|-----------------|-------------|---------------------|
| รอบที่ 1 | 08.00-09.59 | ส่งรอบที่ 4 | ผลิตออเดอร์รอบที่ 4 |
| รอบที่ 2 | 10.00-11.59 | ส่งรอบที่ 1 | ผลิตออเดอร์รอบที่ 1 |
| รอบที่ 3 | 12.00-13.59 | ส่งรอบที่ 2 | ผลิตออเดอร์รอบที่ 2 |
| รอบที่ 4 | 14.00 เป็นต้นไป | ส่งรอบที่ 3 | ผลิตออเดอร์รอบที่ 3 |



แต่ละรอบจะแบ่งมีการแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ฝ่ายคือ ฝ่ายที่รับออเดอร์ และ ฝ่ายผลิต
ในรอบที่ 1 ฝ่ายผลิตจะทำหน้าที่ผลิตสินค้าตามคำสั่งผลิตของรอบที่ 4 ของเมื่อวาน และใน
 ขณะเดียวกันในรอบที่ 1 ฝ่ายที่รับออเดอร์ก็จะมีหน้าที่ในการรับออเดอร์ใหม่ตั้งแต่เวลา 8.00 –
 9.59น. เมื่อสิ้นสุดเวลาการรับออเดอร์ในรอบที่ 1 ฝ่ายรับออเดอร์จะส่งคำสั่งผลิตไปเพื่อส่งผลิต
 ออเดอร์ที่รับมาในรอบที่ 1 ไปทำการผลิตในรอบที่ 2

ในรอบที่ 2 ฝ่ายผลิตจะรับสั่งให้ผลิตสินค้าที่ได้รับออเดอร์มาในรอบที่ 1 และในขณะเดียวกันฝ่าย
 รับออเดอร์จะทำการรับออเดอร์ใหม่ตั้งแต่เวลา 10.00 – 11.59น. ซึ่งถือเป็นออเดอร์รอบที่ 2

ในรอบที่ 3 ฝ่ายผลิตจะรับสั่งให้ผลิตสินค้าที่ได้รับออเดอร์มาในรอบที่ 2 และในขณะเดียวกันฝ่าย
 รับออเดอร์จะทำการรับออเดอร์ใหม่ตั้งแต่เวลา 12.00 – 13.59น. ซึ่งถือเป็นออเดอร์รอบที่ 3

ในรอบที่ 4 ฝ่ายผลิตจะรับสั่งให้ผลิตสินค้าที่ได้รับออร์เดอร์มาในรอบที่ 3 และในขณะเดียวกันฝ่ายรับออร์เดอร์จะทำการรับออร์เดอร์ใหม่ตั้งแต่เวลา 14.00 – 17.00น. ซึ่งถือเป็นออร์เดอร์รอบที่ 4 โดยออร์เดอร์ที่รับมาในรอบที่ 4 นี้จะถูกยกยอดไปผลิตในเช้าวันถัดไปซึ่งถือเป็นการผลิตในรอบที่ 1

การจัดส่ง ทางบริษัทจะจัดส่งสินค้าวันละหนึ่งรอบ โดยจะส่งสินค้าเวลา 12.00น. ดังนั้นสินค้าที่ทางบริษัทจะจัดส่งได้ คือ สินค้าที่ถูกผลิตในรอบที่ 1 และรอบที่ 4 ของทุกๆ วันทำการ



ภาคผนวก ต

ขั้นตอนของการจดอนุสิทธิบัตร

อนุสิทธิบัตร

1. การยื่นคำขอรับอนุสิทธิบัตร จะต้องยื่นคำขอพร้อมชำระค่าธรรมเนียมที่ซึ่งคำขอจะต้องประกอบด้วย

- 1.1 แบบพิมพ์คำขอรับสิทธิบัตรแบบ สป/สผ/อสป/001-ก
- 1.2 รายละเอียดการประดิษฐ์ ที่มีหัวข้อครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด
- 1.3 ข้อถ้อยสิทธิ
- 1.4 บทสรุปการประดิษฐ์
- 1.5 รูปเขียน (ถ้ามี)
- 1.6 เอกสารอื่น ๆ (ถ้ามี) เช่น หนังสือ โอนสิทธิ สัญญาการจ้าง หนังสือมอบอำนาจ หนังสือรับรองนิติบุคคล เป็นต้น

รายการที่ 1.2-1.6 ผู้ขอจะต้องเตรียมขึ้นเองในกระดาษขนาด เอ 4

2. เมื่อยื่นคำขอตามข้อ 1 แล้ว ถ้ามีสิ่งบกพร่องที่พอจะแก้ไขได้เจ้าหน้าที่จะแจ้งให้ผู้ขอหรือตัวแทนของผู้ขอทราบ เพื่อให้ทำการแก้ไขให้ถูกต้อง ทั้งนี้จะมีเงื่อนไขว่า จะต้องดำเนินการภายใน 90 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้ง หากดำเนินการไม่ทันก็สามารถขอผ่อนผันได้ หากพ้นระยะเวลาจะถือว่าผู้ขอละทิ้งคำขอ

3. ในการแก้ไขเพิ่มเติม ผู้ขอจะต้องใช้แบบ สป/สผ/อสป/003-ก ในการยื่นขอแก้ไขเพิ่มเติม พร้อมทั้งต้องชำระค่าธรรมเนียม

4. ในกรณีคำขอตามข้อ 1 ถูกต้องหรือได้แก้ไขถูกต้องตามข้อ 3 แล้ว จะรับจดทะเบียนและออกอนุสิทธิบัตรให้แก่ผู้ขอ ซึ่งเจ้าหน้าที่จะแจ้งให้ผู้ขอมาดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมการรับจดทะเบียนและออกอนุสิทธิบัตร และประกาศโฆษณาเป็นเงิน 500 บาท ภายใน 60 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้ง สองครั้งหากครั้งที่สองไม่มาตามแจ้ง จะถือว่าผู้ขอละทิ้งคำขอละทิ้งคำขอ ในการประกาศโฆษณาจะประกาศในหนังสือประกาศโฆษณาอนุสิทธิบัตร เป็นเวลา 1 ปี

5. เมื่อประกาศโฆษณาแล้ว บุคคลอื่นที่มีส่วนได้เสีย สามารถที่จะขอให้ตรวจสอบอนุสิทธิบัตร

ว่าเป็นไปตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้หรือไม่ ภายใน 1 ปีนับจากวันที่ประกาศโฆษณา โดยใช้แบบ สป/อสป/005-ก หากปรากฏว่า อนุสิทธิบัตรนั้นไม่เป็นไปตามกฎหมายก็จะถูกเพิกถอนต่อไป

3. สถานที่และวิธีการยื่นขอจดทะเบียน

สถานที่ยื่นขอจดทะเบียน

สามารถยื่นคำขอจดทะเบียนได้ที่ ส่วนบริหารงานจดทะเบียน (ชั้น 3) สำนักสิทธิบัตร กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ 44/100 ถ. สนามบินน้ำ ต.บางกระสอบ อ.เมือง จ. นนทบุรี 11000 หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัดที่ท่านมีภูมิลำเนาอยู่

วิธีการยื่นขอจดทะเบียน

1. ยื่นขอโดยตรงต่อพนักงานเจ้าหน้าที่พร้อมชำระค่าธรรมเนียม
2. ส่งคำขอทางไปรษณีย์ลงทะเบียนถึงพนักงานเจ้าหน้าที่ พร้อมชำระค่าธรรมเนียม โดยชำระทางธนาณัติสั่งจ่ายในนาม กรมทรัพย์สินทางปัญญา

