

## แผนธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash

ญาดา ไกรพานนท์<sup>1</sup>

### บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash ดำเนินธุรกิจประกอบการล้างรถต่างๆ ตั้งอยู่บริเวณริมถนนพุทธมณฑลสาย 3 แขวงบางไผ่ เขตบางแค กทม. 10160 พื้นที่ทั้งหมด 350 ตารางวา ด้านการบริการธุรกิจ Prompt Wash มีการให้บริการโดยการแบ่งขนาดเครื่องยนต์ออกเป็นทั้งหมด 3 ชนิด คือ S M L แต่ละชนิดแบ่งการบริการด้วยกันทั้งสิ้น 7 รูปแบบ มีเป้าหมายระยะยาวมุ่งกำไรจากการบริการทั้งสิ้น 40 % ของยอดขาย สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี

การวิเคราะห์คู่แข่งชั้นนั้น พบว่า ตลาดการแข่งขันธุรกิจคาร์แคร์มีอยู่มากหลากหลายราย แต่ในทางกลับกันการตั้งทำเลบริเวณริมถนนพุทธมณฑลสาย 3 กลับมีคู่แข่งอยู่ในละแวกเดียวกันน้อยราย ทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการดำเนินกิจการและได้รับผลประโยชน์ทางกำไรได้เป็นอย่างดี รวมถึงการเอื้ออำนวยของพื้นที่จัดตั้งยังส่งผลให้กิจการสามารถดำเนินตลาดและทำการขยายตัวของธุรกิจได้ในอนาคต ซึ่งจุดเด่นหลักๆ สำหรับทางธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash คือความรวดเร็วในการบริการ และราคาที่เหมาะสมที่ทางธุรกิจได้มอบให้ ซึ่งมีความสามารถในการให้บริการมากกว่าคู่แข่งในส่วนของแผนการตลาด ทางธุรกิจเน้นการสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคในรูปแบบการดำเนินธุรกิจ โดยการใช้สื่อเครื่องมือในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการจดจำตราและรูปแบบธุรกิจ โดยมีกลุ่มเป้าหมายดังนี้ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตบางแค ภาษีเจริญ หนองแขมตลิ่งชัน ทวีวัฒนา ทุ่งครุ บางบอน ถนนพุทธมณฑลสาย 3 เป็นหลัก และมีรถยนต์เป็นของตนเองมีรายได้ประมาณ 30,000 – 50,000 บาท ชอบความพิถีพิถัน รักความสะอาด ทำอะไรรวดเร็ว และมีพฤติกรรมล้างรถเป็นประจำ

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

ธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 2,250,000 บาท โดยเป็นการระดมเงินทุนจากผู้ถือหุ้นจำนวน 3 ท่าน เป็นเงิน 300,000 บาท และกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 4,000,000 บาท และคาดว่าจะมียอดขายในปีที่ 1 จำนวน 13,858,086 บาท และเติบโตขึ้น 5% ทุกปี ซึ่งจะทำให้กิจการมีกำไรตั้งแต่ปีแรกที่ดำเนินงาน เป็นเงิน 12,948,480 บาท ระยะเวลาการคืนทุน 1 ปี อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการนี้เป็น และมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 11,461,024.61 บาท บันทึกลงให้แก่ผู้ถือหุ้นได้ตั้งแต่ปีแรกที่ดำเนินงาน ด้วยตัวเลขทางการเงินดังกล่าว หากพิจารณาถึง สินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราการเติบโต ยอดขาย รวมถึงกำไรสุทธิ ทำให้เห็นว่าธุรกิจมีศักยภาพสูง และคุ้มค่าแก่การลงทุน

### 1. บทนำ

ปัจจุบัน จำนวนรถยนต์ในประเทศไทย มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยยอดรวมของรถยนต์เพิ่มขึ้นจาก 31,323 ล้านคัน ในปี 2553 เป็น 66,058 ล้านคัน หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 47.42 เนื่องจาก ประเทศไทยได้มีนโยบายจากกรมการขนส่งทางบก ได้มีการอนุมัติการลดภาษีรถคันแรก 100,000 บาท โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2555 ซึ่งยอดการจดทะเบียน ทะเบียนขอป้ายแดงพุ่งเดือนละ 5 หมื่นคันหรือเดือนละ 5 หมวดอักษรจากเดิมเฉลี่ยเดือนละ 2 หมื่นคัน

รถยนต์ ไม่ว่าจะเป็นเก่าหรือใหม่ล้วนต้องการการดูแลรักษา ทั้งการดูแลรักษาเพื่อความสวยงาม เช่น ล้าง ดูแลฝุ่น ขัด และ เคลือบสี และการดูแลรักษาเพื่อให้ใช้รถยนต์นั้นได้เต็มประสิทธิภาพและมีอายุยาวนาน

ปัจจุบันธุรกิจการดูแลรักษารถยนต์มีการให้บริการที่หลากหลาย และมีผู้ให้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นสถานบริการน้ำมัน หรือผู้ให้บริการรายใหญ่ เช่น CAR-LACK68, Meguiar's โดยผู้ให้บริการแต่ละรายมีจุดเน้นการบริการที่แตกต่างกัน เช่น การล้างทำความสะอาดรถยนต์ ธุรกิจบริการดูแลรักษารถยนต์ในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วตามการเพิ่มขึ้นของปริมาณรถยนต์

## 1.1 รูปแบบของธุรกิจ

### 1.1.1 สภาพทั่วไป

ธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash ประกอบธุรกิจให้บริการล้างรถเป็นการดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกของตัวรถที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ไม่ว่าจะเป็นการล้างรถเพื่อทำความสะอาดภายนอก การขัดเคลือบสีเพื่อรักษาสภาพของสีรถยนต์ให้เงางาม การดูดฝุ่น โดยให้บริการริมถนนพุทธมณฑลสาย 3 ซึ่งอยู่ใกล้กับโรงเรียนอัสสัมชัญ โรงเรียนกสินทรวิทยา หมู่บ้านปฐมพร และหมู่บ้านการนวด มีหลักการดำเนินการ คือ

- มีบริการล้างรถ ดูดฝุ่น ขัดเคลือบสีรถ ซักเบาะและพรม ไว้ให้บริการกับลูกค้าด้วยมาตรฐานสูง
- มีห้องรับรองลูกค้า โดยมีการให้บริการน้ำดื่ม นิตยสาร และโทรทัศน์ โดยมีเก้าอี้แบบโซฟาชั้นดีไว้บริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
- น้ำยาที่ซื้อไว้สามารถฝากไว้ที่ร้าน เพื่อทำให้เกิดความสะดวกเวลาที่จะเข้ามาใช้บริการ

### 1.1.2 สินค้าและบริการ

ธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash ให้บริการล้างรถด้วยบริการและน้ำยาที่มีคุณภาพ เน้นความสะอาดของรถทั้งภายในและภายนอก พร้อมทั้งมีบริการในส่วนของการขัด เคลือบสี และห้องรับรองลูกค้าที่มีความสะดวกสบายในขณะที่เข้ารับบริการ ทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกว่าจะเสียเวลา การบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก

## 1.2 วิสัยทัศน์

เป็นธุรกิจบริการทำความสะอาดรถยนต์ที่ทันสมัย สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและให้บริการอย่างมืออาชีพ

## 1.3 เป้าหมาย

### 1.3.1 ระยะแรก

สร้างการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่แตกต่างจากคาร์แคร์ทั่วไป

### 1.3.2 ระยะกลาง

- 1.4.2.1 มุ่งยอดขายจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5% ของยอดขายในปีถัดไป
- 1.4.2.2 มีส่วนแบ่งการตลาดคิดอันดับ 1 ใน 2 ของธุรกิจล้างรถในบริเวณถนนพุทธมณฑลสาย 3

วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (ตุลาคม – ธันวาคม 2556)

### 1.3.3 ระยะยาว

สร้างผลตอบแทนในระดับที่น่าพอใจมีกำไร 40% ของรายได้และสามารถคืนทุนได้ภายใน 2 ปี

### 1.4 ทำเลที่ตั้ง

ธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash ตั้งอยู่ที่ริมถนนพุทธมณฑลสาย 3 แขวงบางไผ่ เขตบางแค กทม. 10160 พื้นที่ทั้งหมด 350 ตารางวา อยู่ใกล้กับหมู่บ้านการ์นวดิ โรงเรียนกสิณธร อาคาเดมี และ โรงเรียนสอนแบดมินตัน บ้านทองหยอด เป็นแหล่งชุมชน ซึ่งสามารถให้บริการกลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้าน และผู้ปกครองที่มารับนักเรียน เส้นทางจราจรค่อนข้างแออัด มีรถสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับลูกค้าที่สัญจรไปมา และลูกค้าที่อยู่บริเวณนั้น

#### ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ แผนการดำเนินงาน

1.5.1 การให้บริการที่รวดเร็ว และปลอดภัย สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

1.5.2 เน้นการให้บริการเรื่องความสะอาดและรักษาเวลาให้เหมาะสมกับการเข้ามาใช้บริการ

1.5.3 สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับการดูแลรักษา สัตว์ให้สดใสและคงทนไปอีกนาน

1.5.4 เน้นการบริการโดยอบรมพนักงานให้มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการลูกค้า และความซื่อสัตย์เป็นสำคัญ

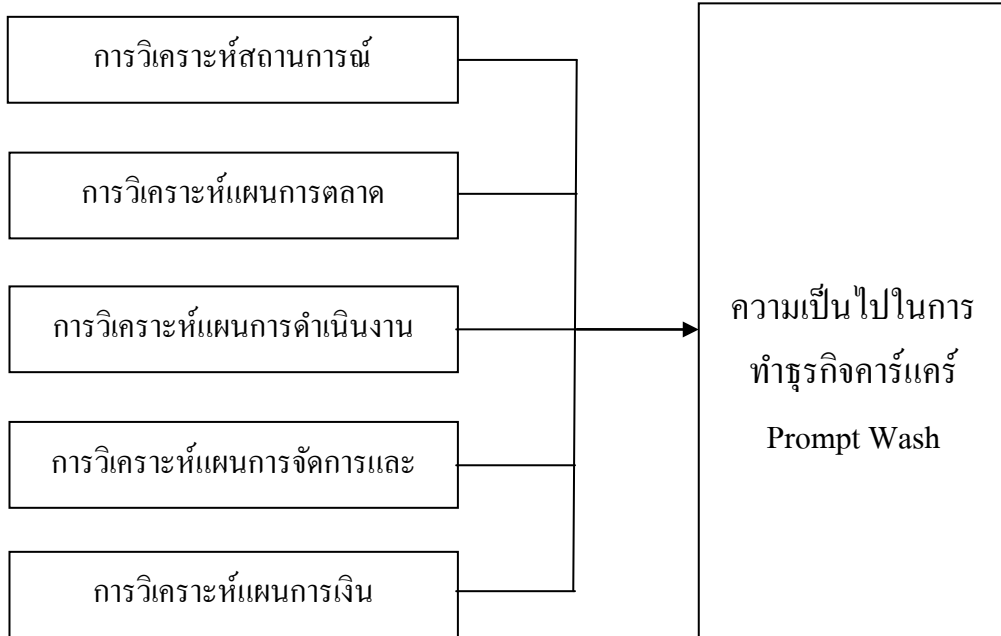
### 1.5 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจคาร์แคร์ Prompt wash

### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจคาร์แคร์ Prompt wash

### 1.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา



### 1.8 ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจคาร์แคร์ Prompt wash

2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนเดือนมกราคม - เดือน ธันวาคม 2556

### 1.9 นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. การวิเคราะห์สถานการณ์หมายถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)
3. การวิเคราะห์ด้านการตลาดหมายถึงการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาดการกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาด
4. การวิเคราะห์ด้านการผลิตหมายถึงขั้นตอนการผลิต/การบริหารของกิจการ  
วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (ตุลาคม – ธันวาคม 2556)

5. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึงการกำหนดโครงสร้างองค์กร
6. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึงรายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.1 จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. Prompt Wash เป็นศูนย์การบริการที่มีรูปแบบทันสมัย เน้นความสะดวกสบายให้กับลูกค้า
2. ต้นทุนแรงงานต่ำ เนื่องจากใช้ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพสูง ทำให้ชั่วโมงแรงงานในการบริการน้อยลง
3. เน้นการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ประกอบกับการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ
4. สร้างทีมงานในการให้บริการลูกค้า โดยเน้นการให้บริการลูกค้าเป็นสำคัญ
5. ค่าบริการที่ไม่แพง เมื่อเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้
6. ห้องรับรองลูกค้าที่มีความสะดวกสบาย และต้อนรับลูกค้าที่ดี
7. ทำเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวกในการให้บริการสำหรับลูกค้า

### 2.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ระยะเวลาในการฝึกพนักงานค่อนข้างนาน เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ขาดความน่าเชื่อถือ และยังไม่มีความปลอดภัยที่ชัดเจน เนื่องจากเป็นบริษัทใหม่ ยังไม่มีชื่อเสียง
3. ต้องใช้เงินทุนสูงทั้งในส่วนของการดำเนินงาน การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการบริการและภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย
4. ยังขาดประสบการณ์และความชำนาญในการบริการ เนื่องจากเป็นบริษัทใหม่ รวมไปถึงการจัดการทรัพยากรบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากในการได้มาซึ่งทีมงานและพนักงานบริการลูกค้าที่เป็นมืออาชีพ

### 2.3 โอกาส (Opportunities)

1. จำนวนรถยนต์ที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ มีจำนวนสูงขึ้น และผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการดูแลรักษารถยนต์มากขึ้น และต้องการความสะดวกรวดเร็วมากขึ้นจึงหันมาใช้บริการทำความสะอาดรถยนต์กับสถานที่ให้บริการทำความสะอาด เนื่องจากอุปนิสัยของคนเมืองในปัจจุบันมีความเร่งรีบต้องการความสะดวกรวดเร็วทำให้ไม่มีเวลาที่จะทำความสะอาดรถยนต์ด้วยตนเอง
2. จำนวนรถยนต์ที่จำนวนเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เนื่องจากนโยบายลดคันแรกจากรัฐบาล ทำให้เป็นโอกาสสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจคาร์แคร์ประสบความสำเร็จ
3. หากในอนาคตข้างหน้า ในปี พ.ศ.2558 การเปิดประชาคมอาเซียน การลงทุนดำเนินธุรกิจต่างๆข้ามชาติ หรือแม้กระทั่งการนำเข้า รวมถึงกฎหมายกำแพงภาษีในอนาคตส่งผลให้การนำเข้ารถยนต์โดยสารต่างๆ จากผู้ประกอบการในประชาคมอาเซียน ต่างมีการทยอยส่งออกเพิ่มมากขึ้น การเข้ามาของรถยนต์โดยสารต่างๆ ทางผู้ประกอบการได้วิเคราะห์และพิจารณามุมมองว่า มันคือโอกาสในการดำเนินธุรกิจการเติบโต เพื่อมุ่งในการได้รับกำไรและขยายการบริการพร้อมทั้งกับสร้างมาตรฐานการบริการให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

### 2.4 อุปสรรค (Threats)

1. การเพิ่มราคาของน้ำมันเชื้อเพลิง อีกทั้งภาครัฐมีการขยายระบบการขนส่งมวลชน และเครือข่ายของรถไฟฟ้า น่าจะส่งผลทำให้การใช้รถยนต์ลดลง
2. การเปิดกิจการดำเนินงานด้านธุรกิจการให้บริการล้างรถ สามารถเปิดกิจการได้ง่าย หากธุรกิจคู่แข่งมีเงินลงทุนต่างๆอยู่แล้ว ทำให้กลายเป็นอุปสรรคในการเข้ามาของกลุ่มคู่แข่ง เพื่อแย่งส่วนครองตลาด และกลายเป็นผลกระทบต่อยอดขายของธุรกิจเองในปัจจุบันเป็นต้น
3. ผลกระทบจากฤดูกาล ทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคเข้าใช้บริการน้อยราย

### 3. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

#### 3.1 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

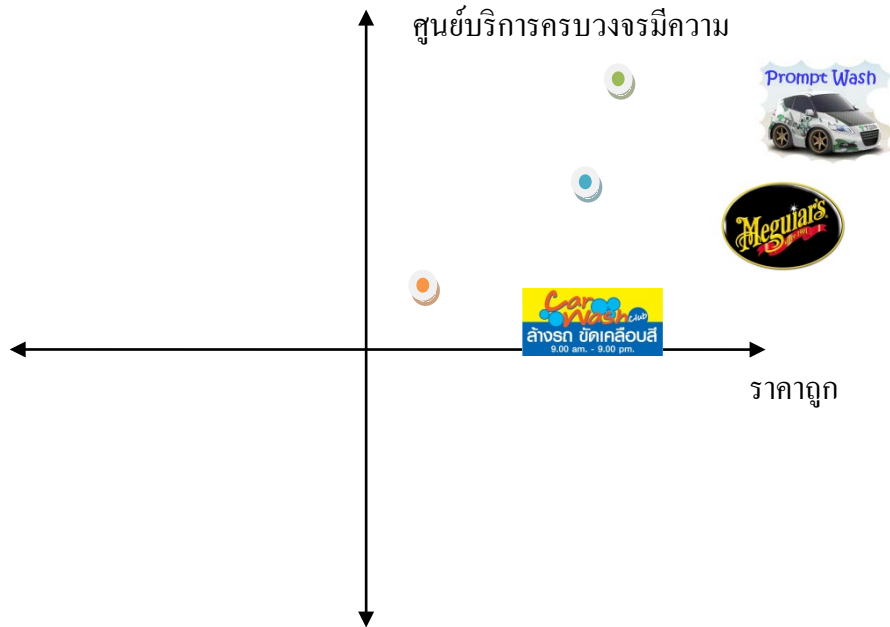
ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตบางแค ภาษีเจริญ หนองแขม ตลิ่งชันทวีวัฒนา ทุ่งครุ บางบอน ถนนพุทธมณฑลสาย 3 เป็นหลัก และมีรถยนต์เป็นของตนเอง มีรายได้ไม่น้อยกว่า 30,000 บาท ชอบความพิถีพิถัน รักความสะอาด ทำอะไรรวดเร็ว ราคาที่ถูกลง และมีพฤติกรรมล้างรถเป็นประจำ ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ และเป็นกลุ่มเป้าหมายที่คุ้นเคยกับการใช้บริการล้างรถอยู่แล้ว ซึ่งกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจะคุ้นเคยกับลักษณะของการให้บริการ ซึ่ง ธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash นั้นนำเสนอบริการล้างรถที่แตกต่างจากคู่แข่งชั้นในตลาด กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจะสามารถรับรู้ถึงความแตกต่าง และคุณประโยชน์ที่ได้รับบริการจากธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash ได้เป็นอย่างดี

#### 3.2 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

ธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash จะใช้ความแตกต่างของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และรูปแบบตลอดจนสภาพแวดล้อมของศูนย์บริการที่เน้นความทันสมัย สะดวกสบาย สะอาด และสวยงาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจในสุขภาพรวมถึงการบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้า รวมทั้งความสามารถของบุคลากรและการให้ความสำคัญกับงานบริการของลูกค้าเป็นจุดเด่นของคุณภาพ ซึ่งธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash จะแสดงให้เห็นว่า ศูนย์บริการของเราจะให้บริการที่มีคุณภาพสูงและมีระดับราคาที่สมเหตุสมผล

จากการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash ที่เน้นภาพลักษณ์ และรูปแบบของศูนย์บริการที่ครบวงจรและทันสมัย รวมถึงการให้บริการที่มีคุณภาพและการตกแต่งสถานที่ให้บริการมีสภาพแวดล้อมภายในศูนย์บริการที่สวยงาม โดยจะใช้เรื่องของคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับเรื่องของภาพลักษณ์ของศูนย์บริการ แสดงแผนภาพตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ได้ดังนี้





**กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา**

ทางธุรกิจธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash มีการให้บริการกับผู้เข้ามาใช้บริการดังต่อไปนี้

- 1.การล้างรถ
- 2.ล้างรถ+ดูดฝุ่น
- 3.ล้างรถดูดฝุ่น+เคลือบสี
- 4.ล้างห้องเครื่อง+เคลือบบำรุง
- 5.ฟอกเบาะผ้า+ซักพรม+หลังคา+แผงประตู+เครื่องบคอนโซล
- 6.ล้างตู้แอร์

การบริการทำความสะอาดรถยนต์ของธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash นั้นมีจุดเด่นสำคัญในเรื่องของความสะอาดที่เป็นเลิศและการให้บริการที่รวดเร็ว สามารถรันตีเวลาในการให้บริการล้างรถ ทำความสะอาดรถกับลูกค้าได้ ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash ยังมีบริการเสริมในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในด้านบริการ และสามารถสร้างกลุ่มลูกค้าสร้างกลุ่มลูกค้าที่จงรักภักดีกับตราสินค้าได้เพิ่มขึ้นด้วย การให้บริการล้างรถนั้น ไม่เหมือนกับการซื้อสินค้าบางประเภท เมื่อซื้อสินค้าไปแล้วความต้องการจะลดลง แต่การให้บริการล้างรถ ทำความสะอาด ซักสีรถยนต์เมื่อถึงเวลาต้องล้าง หรือทำความสะอาด

ผู้บริโภคก็ต้องกลับมาใช้บริการ การให้บริการ และบริการเสริมต่าง ๆ นั้นพิจารณาและให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นสำคัญ เพราะธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash เชื่อได้ว่าการสร้างลูกค้าที่ภักดีนั้น ถือเป็น การสร้างรากฐานแห่งความสำเร็จของธุรกิจในอนาคต

ธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash มีกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ตามรายละเอียดต่อไปนี้

1. เน้นคุณภาพของงานบริการเพื่อที่จะทำให้รถยนต์ของลูกค้ามีความสะอาดปราศจากเชื้อโรค ไม่มีกลิ่นของสารเคมีตกค้าง ไม่ให้เกิดความบอบช้ำและไม่สร้างความเสียหายให้แก่รถยนต์แต่อย่างใด โดยให้บริการที่สร้างความประทับใจ มีความรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้ามีความชื่นชอบ มั่นใจในงานบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก
2. ความสะอาดภายใน การฟอกเบาะ เป็นการทำความสะอาดเบาะรถยนต์ที่มักจะมีคราบสกปรกฝังติดแน่น ทั้งเบาะรถยนต์ที่เป็นผ้ากำมะหยี่ และเบาะหนังโดยจะใช้กรรมวิธีพิเศษ ดังนี้
3. ไม่ต้องถอดเบาะ ไม่ใช้แปรงขัดทำความสะอาดทำให้เนื้อเบาะไม่เสียหายเพราะไม่ต้องใช้ความรุนแรงในการฟอกเบาะ
4. ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพในการทำความสะอาดสูงซึ่งไม่มีกลิ่น ไม่มีฟอง ดังนี้ จึงไม่ทิ้งคราบเหนียวเหนอะหนะ ไม่ทิ้งร่องรอยของสารซักฟอก
5. ใช้หลอดคอบอินฟราเรด เพื่อขจัดความเปียกชื้นที่เกิดขึ้นหลักจากฟอกเบาะ การใช้หลอดคอบอินฟราเรดจะใช้ความร้อนที่สม่ำเสมอและอุณหภูมิที่พอเหมาะ ซึ่งจะทำให้เบาะแห้งสนิทเสมอกัน และสีไม่ซีด ต่างจากการใช้ลมเป่า หรือการยกเบาะออกมาตากแดดเหมือนผู้ให้บริการรายอื่น
6. การบริการทำความสะอาดภายนอก
7. การให้บริการล้างตัวถังรถยนต์ ซึ่งเป็นการล้างโดยใช้วิธีที่ถูกต้องและละเอียดทุกขั้นตอนและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
8. การทำความสะอาดห้องเครื่อง โดยจะใช้กระบวนการที่ไม่เป็นอันตรายต่อเครื่องยนต์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก โดยจะทำการเช็ดทำความสะอาดห้องเครื่องด้วยน้ำยาชนิดดี ที่สร้างความเงางามเหมือนใหม่ ฝุ่นไม่เกาะ ไม่ต้องฉีดน้ำล้างห้องเครื่องเหมือนการล้างห้องเครื่องทั่วไป ทำให้อุปกรณ์ไฟฟ้า ทำลายพลาสติกในห้องเครื่องไม่เสียหาย

9. การขับเคลื่อนดี เป็นวิธีการฟื้นฟู ปรับสภาพผิวดี สบรอยขนแมว ให้มีความมันเยิ้ม โดยใช้ผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียม
10. สร้างความประทับใจในการบริการของธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash โดยจะเน้นการให้บริการที่สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าอย่างดีเยี่ยม ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความชื่นชอบและความเชื่อมั่นในศูนย์บริการและทำให้คู่แข่งรายอื่นเลียนแบบได้ยาก
11. พนักงานจะให้คำแนะนำแก่ลูกค้าว่าบริการแต่ละประเภทของศูนย์นั้นมีลักษณะอย่างไร มีความพิเศษและมีคุณค่าต่อรถยนต์ของผู้ใช้รถอย่างไร
12. เมื่อลูกค้ามีการร้องขอให้มีการดูแลเป็นพิเศษในบริเวณใดบริเวณหนึ่งของรถยนต์ พนักงานจะมีการตอบสนองต่อคำร้องนั้นเป็นอย่างดี
13. เมื่อพนักงานพบเห็นจุดบกพร่อง หรือรอยต่าง ๆ ณ บริเวณใดบริเวณหนึ่งของรถยนต์ เช่น รอยขีดข่วน สิ่งสกปรก ผิวน้ำมันที่อยู่นอกเหนือจากคำสั่งของลูกค้า พนักงานจะแจ้งให้ลูกค้ารับทราบทันทีและจะทำความสะอาดรอยต่าง ๆ นั้นให้ลูกค้าด้วย
14. พนักงานทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดีทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ วิธีการบริการและมารยาทการให้บริการ

#### ราคาการให้บริการของธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash

ประเภทงานบริการ	ราคา (บาท) รุ่น		
	S	M	L
ล้างรถ	150	200	250
ล้างรถ+ดูดฝุ่น	200	250	300
ล้างรถ+ดูดฝุ่น+เคลือบสี	500	450	500
ล้างห้องเครื่อง+เคลือบบำรุง	600	650	700
ฟอกเบาะผ้า+ซักพรม+หลังคา+แผงประตู+เคลือบคอนโซล	1,800	2,000	2,300
ฟอกเบาะหนัง+ซักพรม+หลังคา+แผงประตู+เคลือบคอนโซล	2,200	2,300	2,500
ล้างตู้แอร์	2,500	3,000	3,500

### กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

1. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการบริการที่ผู้บริโภคจะนึกถึง ไม่ว่าจะต้องการทำความสะอาดภายในรถยนต์เพื่อให้รถมีความเงางาม หรือทำความสะอาดภายในรถยนต์ที่ต้องการความสะอาดหมดจดและกำจัดกลิ่นที่เกิดขึ้นจากสาเหตุต่าง ๆ
2. จัดตกแต่งสถานที่ให้บริการให้มีความแตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นๆ
3. เน้นภาพลักษณ์ที่ทันสมัย สะอาด สะดวกสบาย ทั้งนี้ก็เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อศูนย์บริการและเกิดความเชื่อมั่นในงานบริการของเราว่าสามารถเป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพสูงได้
4. ให้ข้อมูลทางด้านวิธีการรักษาความสะอาดรถยนต์และการรักษาสุขภาพของผู้ใช้รถยนต์ Prompt Wash จะทำการส่งข้อมูลต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภคผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ Prompt Wash ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า และจะจัดตกแต่งบริเวณภายในศูนย์บริการให้มีบอร์ดประชาสัมพันธ์ที่บอกถึงอันตรายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นต่อสุขภาพผู้ใช้รถยนต์ที่มีความสกปรก ตลอดจนนำเสนอวิธีการทำความสะอาดประเภทต่าง ๆ ที่สามารถป้องกันหรือจัดสาเหตุของปัญหาเหล่านั้นได้ ซึ่งเป็นความสามารถที่ Prompt Wash มีความพร้อมที่จะให้บริการทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้ตระหนักถึงความสำคัญของความสะอาดรถยนต์และสามารถจดจำตราสินค้า Prompt Wash ได้

### กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

การส่งเสริมการตลาดถือว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน ธุรกิจการให้บริการต่างๆ มีนโยบายในการดำเนินงานที่หลากหลาย วิธีการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไป ซึ่งในส่วนที่ธุรกิจหลากหลายธุรกิจจะต้องเผชิญ คือการจัดทำการตลาดเพื่อใช้สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้ชัดเจน สร้างโอกาสในการดำเนินการอย่างสูงสุด รวมถึงมุ่งหวังผลประโยชน์ทางกำไรที่จะตามมา

ทั้งนี้ในการดำเนินจัดทำกลยุทธ์ ธุรกิจต่างๆมีการเสาะหาวิธีพัฒนาศักยภาพในการบริการเพื่อใช้ในการแข่งขัน ซึ่งไม่ต่างจากธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash มีการจัดทำการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภค หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีการรับรู้ รูปแบบการดำเนินงานและการบริการของธุรกิจคาร์แคร์ Prompt wash โดยการใช้เครื่องมือ IMC การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการดังต่อไปนี้ ได้แก่

- การโฆษณา (Advertising)
- จัดทำโฆษณาป้าย Bill Board
- จัดทำสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ Bus Media
- จัดทำสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ Tuk-Tuk Media
- จัดทำบัตรสะสมแต้มการใช้บริการ Prompt Card
- จัดทำบัตรสมาชิก Prompt Member card
- การใช้โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (Internet)
- จัดทำสื่อลง [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทฯใช้งบประมาณสำหรับการส่งเสริมการตลาดในปีที่ 1 เท่ากับ 778,000 บาท

#### 4. การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน

**แผนการดำเนินงานของธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash มีรายละเอียดดังต่อไปนี้**  
เพื่อให้กระบวนการทำงาน และให้บริการมีประสิทธิภาพ Prompt Wash ได้ดำเนินการออกแบบกระบวนการทำงานไว้ โดยเน้นหนักให้การทำงานเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว และสามารถให้บริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยสามารถแยกกระบวนการทำงานออกเป็นส่วนตัวต่าง ๆ ตามงานบริการแต่ละประเภท ดังนี้

1. การรับรถเมื่อลูกค้าขับรถเข้ามาในศูนย์บริการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายรับรถจะต้องรีบเข้าไปต้อนรับ พร้อมทั้งสอบถามความต้องการของลูกค้าว่าต้องการใช้บริการแบบใด

2. สรุปคำสั่งงานบริการและจ่ายงานเมื่อลูกค้าสรุปงานบริการที่ต้องการได้แล้ว เจ้าหน้าที่ฝ่ายรับรถจะต้องบันทึกผลการตรวจสภาพรถและงานบริการที่ลูกค้าเลือก ลงในใบสั่งงาน โดยระบุหมายเลขของงานบริการไว้ด้วยจากนั้นประเมินเวลาที่ต้องใช้และค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นทั้งหมดก่อนออกใบสั่งงานบริการและบันทึกสภาพรถจำนวน 2 ชุด

สำหรับฝ่ายบริการและลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าผลงานของการบริการจะตรงกับที่ลูกค้าเลือก สามารถทราบค่าใช้จ่ายทั้งหมดได้ก่อน และทราบระยะเวลาการรอคอยได้

3. การให้บริการเมื่อตรวจสอบสภาพรถอย่างละเอียดแล้ว เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการจะนำรถเข้าสู่กระบวนการบริการ โดยอาจจะต้องนำรถยนต์ไปจอดรอการรับบริการตามพื้นที่ที่จอดรถต่าง ๆ และจะนำเข้าสู่กระบวนการทันทีเมื่อมีพื้นที่ว่าง โดยการให้บริการของฝ่ายบริการนั้นจะแยกออกเป็น ส่วน ๆ ไม่มีการปะปนกัน ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ งบประมาณ และให้ความสำคัญกับผลของความสะอาดมาก โดยแต่ละขั้นตอนของงานบริการจะมีการตรวจสอบผลงาน โดยเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเป็นอันดับแรกและต้องบันทึกผลนั้นลงไปในงานบริการด้วย ส่วนการบริการลูกค้าพนักงานต้อนรับจะเป็นคนจัดแจงและเชิญลูกค้าเข้าไปห้องรับรองเพื่อรอรถขณะล้างเป็นต้น

4. การตรวจรับงานเมื่อเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการจะแจ้งผลการปฏิบัติงานให้ลูกค้าทราบ รวมไปถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ แจ้งให้กับลูกค้า จากนั้นจะนำลูกค้าไปยังรถเพื่อตรวจรับงานบริการด้วยตัวเองอีกครั้ง เมื่อลูกค้าแสดงความพอใจงานบริการ เจ้าหน้าที่จะกล่าวขอบคุณลูกค้าและถือว่าสิ้นสุดกระบวนการตรวจรับงาน

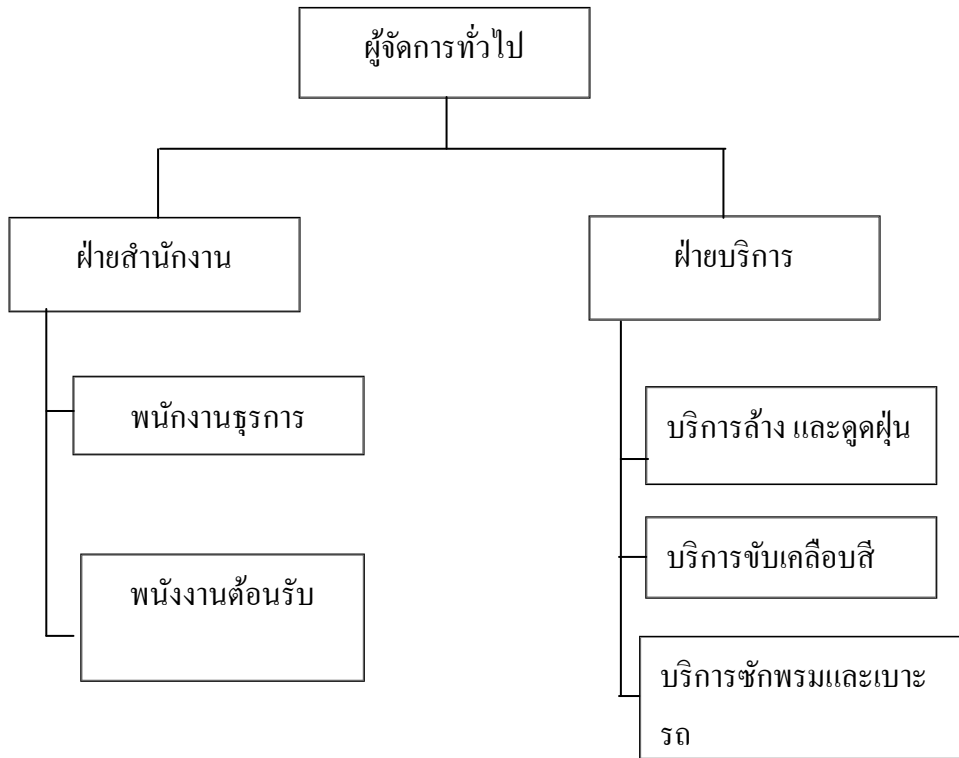
5. การปิดการให้บริการเมื่อลูกค้าแสดงความพอใจและชำระเงินเรียบร้อยแล้ว เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการจะมอบใบเสร็จและกล่าวขอบคุณลูกค้า

## 5. การวิเคราะห์แผนการจัดการจัดการและกำลังคน

### โครงสร้างองค์การ

กิจการใช้ลักษณะการจัดการ โครงสร้างองค์การแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะว่าขนาดขององค์การมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักการจัดการโครงสร้างองค์การในลักษณะนี้ทำได้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพแสดงแผนผังองค์กร (Organization Chart)



#### 6. การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,600,000 บาท มีรายได้จากการบริการปีที่ 1 เท่ากับ 11,602,706 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 12,182,842 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 12,791,984 บาท ปี มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 5,431,874 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 5,949,120 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 6,371,729 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 2 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 16,853,592.69 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ 37.9%

#### 7. สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจคาร์แคร์ Prompt Wash ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

## 8. บรรณานุกรม

- กุลชน ธนาพงศธร. หลักในการให้ประโยชน์และการบริการ. ใน เอกสารการสอนชุด  
 วิชาการบริหารงานบุคคล. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549.
- เจริญผล สุวรรณโชติ. ทฤษฎีการบริหาร. กรุงเทพมหานคร : แพร์พิทยา, 2519.
- นิตย์พร เสมอใจ. การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2549.
- คารา ทีปะปาล. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : อมรการพิมพ์, 2549.
- ธงชัย สันติวงษ์. หลักการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2531.
- อรรถ ระบายเพชร. “ต้นทุนเบื้องต้นในการทำธุรกิจคาร์แคร์.”[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :  
<http://www.amcarcare.com/articles/100969/ต้นทุนเบื้องต้นในการทำธุรกิจคาร์แคร์.html>, 2556.