

แผนธุรกิจร้าน ALL MOTOR

Business Plan for ALL MOTOR



แผนธุรกิจร้าน ALL MOTOR

Business Plan for ALL MOTOR



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



©2562

ฉัตรฐวิศ ขาวสบาย

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจร้าน ALL MOTOR

ผู้วิจัย ฉัตรฐวิศ ขาวสบาย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


.....
(ดร.พีสร เพ็องเกษม)

ผู้เชี่ยวชาญ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ)


.....
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 27 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

ฉัตรฐวิศ ขาวสบาย.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
มกราคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจร้าน ALL Motor (48 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.รพีสร เฟื่องเกษม

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำ ธุรกิจขายอะไหล่รถยนต์ All Motor ด้านการลงทุนและความเสี่ยงเพื่อให้การดำเนินกิจการมีขั้นตอนดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ไว้อย่างชัดเจน

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติพรรณนา(Descriptive Statistics) และสถิติอนุมาน (inferential statistics) นำข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมาบันทึกในโปรแกรมและวิเคราะห์หาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และ/หรือ Excel เพื่อหาค่าสถิติเบื้องต้นได้แก่ อัตราส่วน ร้อยละ ของข้อมูลต่าง ๆ ค่ากลางทางสถิติ เช่น มัชฌิมฐาน ฐานนิยม ตารางแจกแจงความถี่ กราฟและแผนภูมิต่าง ๆ ที่แสดงความสัมพันธ์ของชุดข้อมูลต่างๆ ที่สัมพันธ์กัน ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์มากกว่า ร้อยละ 50 รวมทั้งมีความเชื่อถือธุรกิจ ผ่านสื่อออนไลน์ และมีความถี่สูงในการใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยกลุ่มเป้าหมายจะพิจารณาเลือกผู้ประกอบการจากความน่าเชื่อถือขององค์กร สินค้ามีความปลอดภัย ทนทาน และมีราคาที่ถูกลงกว่า ราคาตลาดในปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์แผนธุรกิจนี้สรุปได้ว่าธุรกิจนี้ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับการลงทุน เพราะกิจการมีค่าIRR ที่สูงกว่าต้นทุนเงินทุน มีค่า NPV มากกว่า 0 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจให้ผลตอบแทนที่เป็นบวก และมีระยะคืนทุน 1 ปี เท่านั้น ในการลงทุน 400,000 บาท ซึ่งอยู่ในระดับที่เหมาะสม สำหรับธุรกิจขึ้นมาขายไป จึงมีความน่าสนใจกับการลงทุน

คำสำคัญ : อะไหล่รถยนต์, การวิเคราะห์แผนธุรกิจ

Khaosabai, C. M.B.A (Small and Medium-Sized Enterprises), January 2019, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for All Motor (48 pp.)

Advisor : Rapeesorn Fuangkasem, D.B.A.

ABSTRACT

The purpose of this business plan is to determine the feasibility of investment and verify risks associate to All Motor business, in order to properly construct systematic operation plan, clear policy and concrete business strategy.

Using sample group survey as a tool to gather data from 200 participants. Then apply the descriptive statistical and inferential statistical analysis on the collected data through SPSS and Excel program, to analyze basic statistical indicator such as ratio and percentage of data, mean and median value, frequency distribution table, and statistical graph and chart that show relationship of the collected data. According to the result of the analysis, more than 50% of the target customer group use social media, have confidence in online service business, and frequently use internet. The target customer group will make decision based on creditability of the serve provider, the product is safe, durable and cheaper than the current market price.

From the result of the analysis on the business plan, Delivery Care business provide valuable return on investment due to the result of (1) IRR which is higher than cost of investment (2) Positive NPV and (3) 1 year's payback period from 400,000-baht investment which is considered appropriate. Therefore, Delivery Care business can be considered an interesting investment.

Keywords: Spares, Business Plan Analysis

กิตติกรรมประกาศ

ในโครงการค้นคว้าอิสระ (Independent Study) จะไม่สามารถสำเร็จได้เลยหากขาดความช่วยเหลือจากบุคคลดังต่อไปนี้

ครอบครัวของข้าพเจ้าที่สนับสนุนทั้งด้านทุนการศึกษาและผลักดันทำให้มีกำลังใจในการศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเพื่อมาใช้ในการเรียนและการทำโครงการค้นคว้าอิสระ เพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจให้อย่างดีมาโดยตลอด รวมไปถึงเพื่อนๆที่ทำงานร่วมกันทำให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาที่ดี ติดตามความคืบหน้าแผนธุรกิจมาโดยตลอด รวมถึงความรู้ต่าง ๆ ที่ได้จากการสอนของอาจารย์ทุกท่าน และสุดท้ายนี้ขอขอบคุณไปถึงทุก ๆ ท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อนามาใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการจัดทำแผนธุรกิจ ถ้าหากแผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ใดได้ ผู้จัดทำก็ขอยกความดีให้แก่ทุกท่านที่กล่าว ขอคุณมาข้างต้น และหากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้จัดทำขอน้อมรับไว้ ณ ที่นี้

ฉัตรฐวิศ ขาวสบาย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 วัตถุประสงค์ (Objective)	8
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.4 ระเบียบวิธีการดำเนินการทำแผนธุรกิจ	8
1.5 วิธีรวบรวมข้อมูล	9
บทที่ 2 วิธีการดำเนินงานในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 วิธีการวิจัย	11
2.2 วิธีการจัดเก็บข้อมูล	11
2.3 ประเภทของข้อมูล	12
2.4 ผลการวิจัย	12
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์ธุรกิจจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)	19
3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม	22
3.3 การสรุปจุดแข็งที่นำไปใช้แก้ไขปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรค	22
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 โมเดลของธุรกิจ	23
4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทข้อมูลที่อยู่ในโมเดล	24
บทที่ 5 กลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	28
5.2 แผนกลยุทธ์ที่ใช้	30
5.3 แผนกลยุทธ์ด้านการเงินและการลงทุน	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	41
ภาคผนวก	42
ประวัติผู้เขียน	48
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 : ยี่ห้อและรุ่นของรถยนต์ที่สามารถใช้อะไหล่ที่ร้านนำมาขายได้	3
ตารางที่ 1.2 : ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล	9
ตารางที่ 2.1 : แสดงอัตราส่วนเพศของกลุ่มตัวอย่าง	12
ตารางที่ 2.2 : แสดงอัตราส่วนอายุของกลุ่มตัวอย่าง	13
ตารางที่ 2.3 : แสดงอัตราส่วนสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	13
ตารางที่ 2.4 : แสดงอัตราส่วนรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	13
ตารางที่ 2.5 : แสดงอัตราส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	14
ตารางที่ 2.6 : แสดงอัตราส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	14
ตารางที่ 2.7 : แสดงอัตราส่วนแสดงอัตราส่วนรถยนต์ที่ใช้อยู่ของกลุ่มตัวอย่าง	15
ตารางที่ 2.8 : แสดงอัตราส่วนในการดูแลรักษารถยนต์อะไรเป็นอย่างแรก	15
ตารางที่ 2.9 : แสดงอัตราส่วนสไตล์รถยนต์ที่คุณชอบ	15
ตารางที่ 2.10 : แสดงอัตราส่วนคุณมั่นใจอุปกรณ์อะไหล่รถยนต์ที่ผลิตจากที่ไหน	16
ตารางที่ 5.1 : แสดงงบประมาณการลงทุน	32
ตารางที่ 5.2 : การประมาณการรายได้	33
ตารางที่ 5.3 : การประมาณการค่าใช้จ่ายและจุดคุ้มทุน	33
ตารางที่ 5.4 : ตารางงบกำไรขาดทุน	35
ตารางที่ 5.5 : งบกระแสเงินสด	36
ตารางที่ 5.6 : งบดุล	38
ตารางที่ 5.7 : การประเมินมูลค่าโครงการด้วย NPV และ IRR	39
ตารางที่ 5.8 : อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน (Ratio)	39

สารบัญภาพ

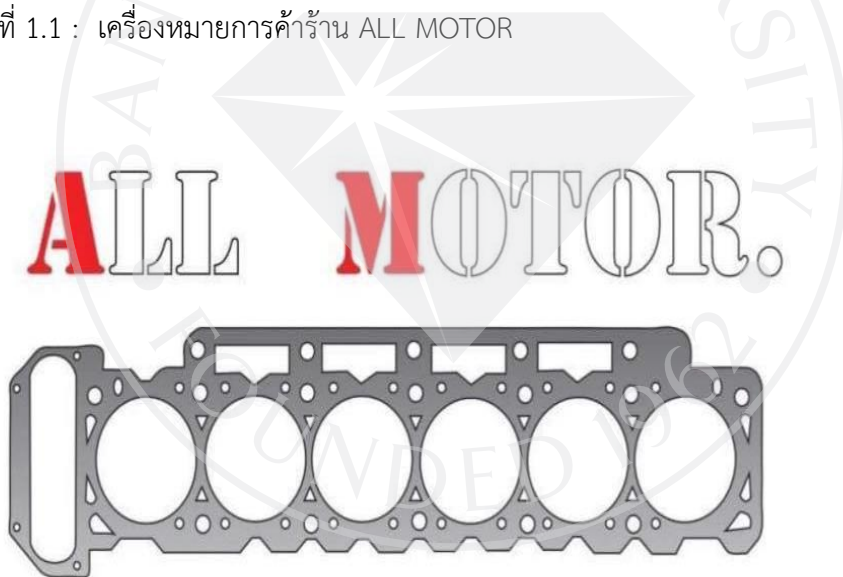
	หน้า
ภาพที่ 1.1 : เครื่องหมายการค้าร้าน ALL MOTOR	1
ภาพที่ 1.2 : แผนที่ ร้าน ALL MOTOR	2
ภาพที่ 1.3 : ชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ Air flow ของรถยนต์ยี่ห้อ BMW	3
ภาพที่ 1.4 : ราคาอะไหล่รถยนต์ (Air Flow) ของศูนย์และร้านทั่วไป	5
ภาพที่ 1.5 : ราคา Air Flow ที่จัดจำหน่ายที่ร้าน All Motor	5
ภาพที่ 1.6 : สินค้าที่จะนำเข้ามาจัดจำหน่ายและติดตั้ง FORTUNE AUTO	6
ภาพที่ 1.7 : นำชิ้นส่วนตกแต่งรถยนต์จาก ZENITH Auto Sport มาจัดจำหน่าย	7
ภาพที่ 2.1 : ด้านสินค้าและบริการ	16
ภาพที่ 2.2 : ด้านราคา	17
ภาพที่ 2.3 : ด้านสถานที่	17
ภาพที่ 2.4 : ด้านการส่งเสริมการขาย	18
ภาพที่ 3.1 : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจโดยใช้ SWOT Analysis	19
ภาพที่ 4.1 : Business Model Canvas ร้าน All Motor	24
ภาพที่ 4.2 : ผู้ที่ใช้รถยนต์ยี่ห้อ BMW เป็นกลุ่มลูกค้าหลัก	25
ภาพที่ 4.3 : บริษัท ZENITH Auto Sport เป็นคู่ค้าทางธุรกิจ	26
ภาพที่ 5.1 : 6 Cs of online motivation model	28

บทที่ 1 การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ

ในการประกอบธุรกิจหรือดำเนินธุรกิจใดๆ ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนงานที่ชัดเจนเพื่อประกอบการตัดสินใจในด้านต่างๆและเพื่อป้องกันการล้มเหลว ซึ่งส่วนใหญ่ธุรกิจที่ล้มเหลว ผู้ประกอบการมักขาดการวางแผนและการวิเคราะห์ตลาดในด้านต่างๆที่ดี หรือขาดแผนสำรองในการประกอบการ ดังนั้นหากผู้ประกอบการมีแผนธุรกิจประกอบการตัดสินใจก่อนกระทำหรือลงทุนเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการและปฏิบัติได้จริง ก็จะสามารถไปสู่จุดหมายที่ต้องการได้ง่ายยิ่งขึ้น และสามารถประเมินความเสี่ยงได้

1.1 แนะนำธุรกิจ

ภาพที่ 1.1 : เครื่องหมายการค้าร้าน ALL MOTOR

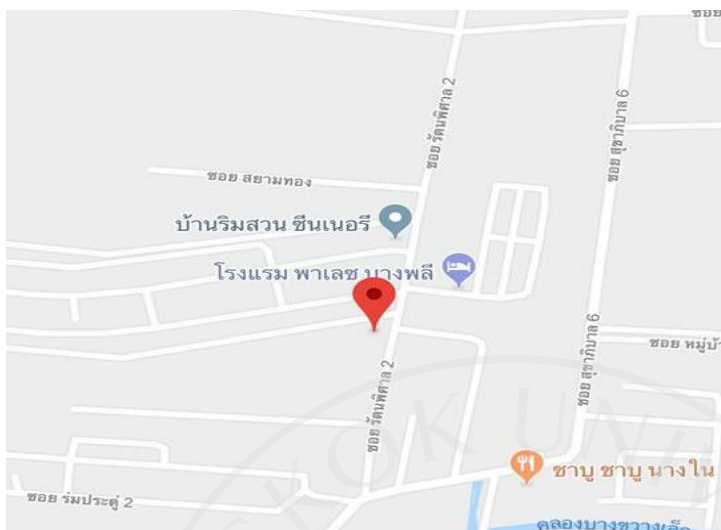


ชื่อกิจการ ร้าน ALL MOTOR

ดำเนินกิจการแบบเจ้าของคนเดียว ดำเนินธุรกิจร้าน ALL MOTOR โดยแตกต่างจากร้านขายอะไหล่รถยนต์อื่น ๆ เพราะจะนำสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ ที่ผู้ประกอบการมั่นใจว่ามีประสิทธิภาพที่ดีสำหรับรถยนต์ของลูกค้า บริการติดตั้งอุปกรณ์ชิ้นส่วนที่ได้ซื้อจากทางร้านและจะดูแลรถทุกคันเปรียบเสมือนเป็นรถของตัวเอง และเป็นตัวแทนนำเข้าสินค้าเกี่ยวกับอะไหล่รถยนต์ยี่ห้อ BMW แนวหน้าของประเทศไทย สินค้าที่นำเข้ามาคือ Air Flow

เบอร์โทรศัพท์ : 083-132-0655 (ร้าน ALL MOTOR.)

ภาพที่ 1.2 : แผนที่ ร้าน ALL MOTOR



ความสนใจในธุรกิจ

ปัจจุบันรถยนต์ในประเทศไทยมีมากถึง 38 ล้านคัน ธุรกิจที่เกี่ยวกับรถยนต์ในปัจจุบันจึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี แต่ธุรกิจที่เกี่ยวกับรถยนต์ก็มีคู่แข่งอยู่มาก ทั้งร้านขายปิ๊กและร้านขายส่ง ผู้ประกอบการเลยได้ทำการหาข้อมูลอะไหล่บางชิ้นที่รถยนต์เสียบ่อยและไม่ค่อยมีขายในประเทศไทย จากการหาข้อมูลผู้ประกอบการจึงทราบได้ว่ามีอะไหล่ของรถยนต์ยี่ห้อ BMW รุ่น e46 e39 z3 ในประเทศไทยมีการนำเข้ารถยนต์รุ่นดังกล่าวเข้ามาจำหน่ายให้ลูกค้า ในช่วงปี 1998-2005 โดยประมาณ 1 ล้านคันทั่วประเทศ ในปัจจุบันรถยนต์มีอายุการใช้งานโดยประมาณเกิน 10 ปี จึงทำให้มีอุปกรณ์หรืออะไหล่รถยนต์ถึงเวลาที่ต้องเปลี่ยนหรือหมดอายุการใช้งานของมันแล้ว ทางผู้ประกอบการจึงนำอะไหล่เข้ามาขาย เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าเรียกว่า Air Flow เป็นอะไหล่ของเครื่องยนต์โดยปกติแล้ว Air Flow จะถูกติดตั้งอยู่ใกล้กับกรองอากาศของรถทุกคัน

Air Flow เป็นสินค้าหลักที่ทางร้านนำเข้ามาขาย

หน้าที่ : วัดการไหลอากาศ ผ่านท่อร่วมไอดี ซึ่งเป็นการวัดความเร็วของอากาศไหลผ่านเซนเซอร์ส่งตรงไปที่ ECU หรือ ชุดควบคุมการจ่ายน้ำมันเอาค่าไปใช้ได้เลยค่าจะเพี้ยนหรือไม่อยู่ที่มันตัวเดียว

วิธีสังเกตอาการเสียหรือผิดปกติ

- อาการแรกที่จะเห็นได้คือ รถเดินรอบเบาแล้วจะดับ รอบเดินเบาไม่นิ่ง
- เหยียบคันเร่งแล้วเร่งไม่ขึ้น ปกติเหยียบคันเร่งสุดขับได้ 200 km/hr. อาจจะมีเหลือ 160 km/hr.

- อาการกินน้ำมันมากขึ้น เพราะวัดค่าอากาศไม่ได้ ทำให้จ่ายน้ำมันเกิน

กล่าวโดยสรุปก็คือ : เมื่อใดก็ตามที่เกิดความผิดปกติกับ Airflow Sensor สัญญาณที่บ่งบอกถึง Air mass flow rate ซึ่งส่งไปให้ ECU ประมวลผลจะเกิดความผิดปกติ ดังนั้น ECU จะไม่สามารถจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง และจุดระเบิดได้ถูกต้องอย่างที่ควรจะเป็นนั่นเอง (วชร วงศร, 2559)

ภาพที่ 1.3 : ชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ Air Flow ของรถยนต์ยี่ห้อ BMW



ข้อได้เปรียบและกลุ่มลูกค้าในการจำหน่ายสินค้า

1. สินค้าที่นำมาจำหน่ายในร้าน All Motor เป็นชิ้นส่วนเครื่องยนต์เรียกว่าแอร์โฟว์ (Air Flow) รหัสชิ้นส่วน 5WK9605 สินค้าตัวนี้สามารถใช้ได้กับรถยนต์หลายรุ่นของยี่ห้อ BMW จึงทำให้มีผู้ต้องการสินค้าจำนวนมาก และทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องนำสินค้ามาขายหลายชนิด ขายสินค้าตัวเดียวแต่สามารถนำไปใช้ได้หลายรุ่นในรถ BMW

ตารางที่ 1.1 : ยี่ห้อและรุ่นของรถยนต์ที่สามารถใช้อะไหล่ที่ร้านนำมาขายได้

OEM Number Part : 5WK9605

ยี่ห้อ	รุ่น	เครื่องยนต์	ปี ค.ศ.
BMW	323Ci	2.5L	1999-2000
BMW	323i	2.5L	1999-2000
BMW	323iS	2.5L	1999-2000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ) : ยี่ห้อและรุ่นของรถยนต์ที่สามารถใช้อะไหล่ที่ร้านนำมาขายได้

OEM Number Part : 5WK9605

ยี่ห้อ	รุ่น	เครื่องยนต์	ปี ค.ศ.
BMW	323Ci	2.5L	1999-2000
BMW	323i	2.5L	1999-2000
BMW	323iS	2.5L	1999-2000
BMW	325Ci	2.5L before 9/02	2001-2003
BMW	325i	2.5L before 9/03	2001-2003
BMW	325xi	2.5L	2001-2005
BMW	328Ci	2.8L	2000-2001
BMW	328i	2.8L	1999-2000
BMW	328iC	2.8L	1999-2000
BMW	328iS	2.8L	1999-2000
BMW	525i	2.5L	2001-2003
BMW	528i	2.8L	1999-2000
BMW	528iT	2.8L	1999-2000
BMW	Z3	2.8L	1999-2000
BMW	Z3	2.5L	1999-2002

2. สินค้าที่ทางร้านนำมาจำหน่าย (Air Flow) มีราคาที่ถูกกว่าสินค้าที่ขายในศูนย์รถยนต์และในร้านค้าขายอะไหล่รถยนต์ BMW ทั่วไป แต่มีคุณภาพใกล้เคียงกับสินค้าทั่วไปและอายุการใช้งานที่เท่ากันกับสินค้าตัวอื่น ๆ

ภาพที่ 1.4 : ราคาอะไหล่รถยนต์ (Air Flow) ของศูนย์และร้านทั่วไป









For BMW E39 E46 E36 Z3 Mass Air Flow Sensor Siemens/VDO 13621432356
Quick shipping from multiple locations in the USA!
★★★★★ 3 ratings
Approx. **THB6,029.01**

Our Pick: Brand New
For BMW E46 E83 E85 325Ci 325i X3 Z4 Mass Air Flow Sensor BreMi 30235
OE# 13-62-7-566-984
Approx. **THB3,963.72**

ภาพที่ 1.5 : ราคา Air Flow ที่จัดจำหน่ายที่ร้าน All Motor

ราคา: 1,300.- ส่งฟรี kerry

สนใจอินบ็อกหรือ Line: namod_ โทร: 083-132-0655 (โพล์)



สิ่งที่ผู้ประกอบการตั้งเป้าหมายไว้ในอนาคต

ในเวลาต่อมาเพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเองทางร้าน ALL MOTOR จึงได้คิดว่าสิ่งที่ผู้ใช้รถและเจ้าของรถต้องการเป็นสิ่งแรกๆ คือความปลอดภัยของรถยนต์ที่ใช้อยู่ร้านจึงจะเน้นในการปรับแต่งช่วงล่างล้อของรถยนต์เพื่อให้ปลอดภัยในการใช้งาน ทางร้านเลยจะนำสินค้าที่เกี่ยวกับความ

ปลอดภัยของรถยนต์มาจัดจำหน่ายและติดตั้งให้ลูกค้า สิ่งที่ร้านจะนำมาขายได้แก่ โช้คอัพรถยนต์ ยี่ห้อ FORTUNE Auto made in USA เป็นยี่ห้อที่ในประเทศไทยยังไม่มีผู้จัดจำหน่าย และหลายๆ คนอาจจะยังไม่ค่อยรู้จักเพราะเป็นแบรนด์ใหม่ในตลาดโช้คอัพรถยนต์แต่เป็นยี่ห้อที่ยอมรับในบรรดานักแข่งรถยนต์ทางเรียบในประเทศอเมริกาว่ามีมาตรฐานและใช้งานได้ดีทั้งในสนามแข่งและในถนนจริง และยังมีสินค้าให้เลือกหลายรุ่นตรงตามความต้องการของลูกค้า และเป็นโช้คอัพแบบตรงรุ่นกับรถยนต์ที่จะติดตั้งโดยไม่ต้องดัดแปลงอะไรในรถยนต์แต่สามารถทำให้รถยนต์มีประสิทธิภาพในความปลอดภัยเพิ่มมาก การนำสินค้าเข้ามาขายในประเทศคือการติดต่อกับเจ้าของแบรนด์และขอเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยเพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายเจ้าแรกในประเทศ วิธีการจัดส่งโดย DHL บริษัทโลจิสติกส์รายใหญ่ของโลกที่มีมาตรฐานในระดับสากล โดยจะมีการสำรวจตลาดว่าในประเทศไทยมีรถรุ่นไหนมากก็จะสต็อกสินค้านั้น ๆ ไว้ เพื่อให้ลูกค้าไม่ต้องรอสินค้าจากต่างประเทศ และอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์เราจะเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับ ZENITH Auto Sport เพราะมีชุดแต่งมากมายให้เลือก และมีสินค้าจำนวนมากเป็นตัวแทนรายใหญ่ที่นำสินค้าเกี่ยวกับรถยนต์เข้ามาขายในประเทศไทย และยิ่งรู้จักกับเจ้าของแบรนด์ทำให้มีการซื้อของที่สะดวกและราคาที่ถูกกว่าที่อื่น และยังมีอะไหล่มากมายที่บริษัทรถยนต์บางเจ้าเลิกผลิตชิ้นส่วนไปแล้วแต่ที่ ZENITH Auto Sport มีอะไหล่อยู่ในสต็อกสินค้าทำให้เป็นที่สนใจกับบรรดานักแต่งรถยนต์ในบางกลุ่มที่ชอบรถในช่วงยุคปี ค.ศ. 2000 และยิ่งทำให้ขายสินค้าได้ในราคาที่สูงเพิ่มมากขึ้นเพราะยังมีสินค้าน้อยแต่คนต้องการมากก็ทำราคาสูงขึ้น เป็นความสัมผัสของอุปสงค์และอุปทานนั่นเอง

ภาพที่ 1.6 : สินค้าที่จะนำเข้ามาจัดจำหน่ายและติดตั้ง FORTUNE AUTO



ภาพที่ 1.7 : นำชิ้นส่วนตกแต่งรถยนต์จาก ZENITH Auto sport มาจัดจำหน่าย



วิสัยทัศน์ (Vision)

เราจะเป็นผู้นำการนำเข้าอะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ที่มีคุณภาพกับรถยนต์ของลูกค้าทุกคน โดยมีการบริการเปลี่ยนและซ่อมรถยนต์ที่มีประสิทธิภาพมาพร้อมกับราคาที่เหมาะสมสำหรับทุกคน “บริการที่ดีพร้อมกับคุณภาพที่ไว้วางใจ”

พันธกิจ (Mission Statement)

เรียนรู้อะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในทุกๆปี เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดกับรถยนต์ของลูกค้าทุกคน โดยไม่เอาเปรียบผู้บริโภคและให้บริการลูกค้าทุกประเภทให้ได้มาตรฐานเดียวกัน

เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal)

เป้าหมายระยะสั้น ขายชิ้นส่วนอะไหล่ Air Flow ของ BMW หลายใหญ่ของประเทศไทย Air Flow เสียให้คิดถึงร้าน All Motor ขายสินค้าในช่องทางออนไลน์

เป้าหมายระยะกลาง เปิดร้านค้าขายอะไหล่และอุปกรณ์รถยนต์ นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เป็นอะไหล่ช่วงล่างรถยนต์ของ Fortune Auto USA.

เป้าหมายระยะยาว มีร้านค้าและอู่บริการซ่อมรถยนต์เป็นตัวแทนจำหน่าย อุปกรณ์และชิ้นส่วนรถยนต์ที่นำเข้ามาจากร้าน ALL MOTOR.

กุญแจแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor)

ราคา ชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ที่นำมาจำหน่ายให้ลูกค้า มีราคาถูกกว่าราคาอะไหล่ที่ขายอยู่ในปัจจุบันถูกกว่าหลายร้อยตามท้องตลาดทั่วไป

สินค้า ชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถยนต์ (Air Flow) ที่นำเข้ามาจากแบรนด์ชั้นนำได้มาตรฐานและคุณภาพ ที่เหมาะสมกับรถแต่ละยี่ห้อและรุ่นต่างๆที่มีในประเทศไทย และสินค้าที่นำเข้ามานั้นสามารถใช้ได้ในหลายรุ่นของยี่ห้อ BMW จึงทำให้ขายสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย ไม่ต้องสต็อกสินค้าหลายๆอย่างในร้าน

บริการ เนื่องจากบริการที่ดีจะทำให้ลูกค้ามีความประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีกครั้งหรือบอกต่อกับคนอื่น ๆ ให้มาใช้บริการกับทางร้าน จะมีการแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าให้เลือกตรงตามความต้องการของลูกค้า และทำให้พนักงานที่ร้านทุกคนมีใจรักในรถยนต์และงานบริการ เพื่อจะได้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

สถานที่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับสนามบินสุวรรณภูมิ และพื้นที่รอบๆ มีหมู่บ้าน และร้านอาหารที่มีผู้คนผ่านไปมาทั้งวัน และมีพื้นที่ในการสร้างศูนย์บริการรถยนต์ที่ใหญ่ และเป็นที่ดินของที่บ้านโดยไม่ต้องเช่าที่ดินจากคนอื่น ๆ ทำให้มีต้นทุนที่ต่ำลงไปด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ (Objective)

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างธุรกิจร้านขายและบริการชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์
2. เพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจของร้าน
3. เพื่อพัฒนาปรับปรุงธุรกิจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การจัดทำแผนธุรกิจนี้จะสามารถนำไปใช้เป็นทิศทางการดำเนินธุรกิจของร้าน ALL MOTOR. ได้จริง เป็นแนวทางการสร้างธุรกิจขึ้นมาใหม่และพัฒนาคุณภาพและการบริการของทางร้าน ALL MOTOR. ให้เป็นมาตรฐานตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและอนาคต

1.4 ระเบียบวิธีการดำเนินการทำแผนธุรกิจ

ดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นปัจจัยส่งผลต่อการเลือกซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอายุที่สนใจทั้งเพศชายและเพศหญิงภายในแบบสอบถามเป็นคำถามที่เป็นเหตุและผลเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออะไหล่และอุปกรณ์รถยนต์ กลุ่มตัวอย่างแบ่งจากช่วงอายุของผู้บริโภคโดยสุ่ม ผ่านแบบสอบถามทั้งออนไลน์และออฟไลน์

1.5 วิธีการรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้เริ่มต้นเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 โดยใช้ระยะเวลาศึกษาพฤติกรรมลูกค้าหรือผู้บริโภค ประมาณ 5 เดือน

ตารางที่ 1.2 : ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล

	รายละเอียด	กรกฎาคม				สิงหาคม				กันยายน				ตุลาคม				พฤศจิกายน			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	ติดต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อแจ้งความคืบหน้าโดยนัดเข้าพบหรือส่งเมลล์																				
2	ร่างหัวข้อและรายละเอียดเพื่อเสนออาจารย์ที่ปรึกษา																				
3	ออกแบบแผนธุรกิจ																				
4	เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง																				
5	นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่ม ตัวอย่างมาวิเคราะห์																				
6	สรุปผลวิจัย																				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.2 (ต่อ) : ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล

	รายละเอียด	กรกฎาคม				สิงหาคม				กันยายน				ตุลาคม				พฤศจิกายน			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
7	เขียนเอกสารบท ที่ 1 - 5													■	■	■	■				
8	เขียนบทคัดย่อ บรรณานุกรม และ ส่วนประกอบ อื่นๆ																■	■			
9	ตรวจสอบด้วย เอกสารด้วย โปรแกรม Turn it in																	■			
10	ส่งตัวเล่มให้ บัณฑิตวิทยาลัย ตรวจสอบ รูปแบบเอกสาร																		■		
11	ตรวจสอบและ แก้ไขรูปแบบ เอกสารให้เป็นไป ตามข้อกำหนด																		■	■	
12	นำข้อมูลเข้าสู่ ระบบวิทยาลัย																				■

บทที่ 2

วิธีการดำเนินงานในการจัดทำแผนธุรกิจ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งแบบสอบถามนี้สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ โดยวิเคราะห์ผ่านโปรแกรม Google Dive ในการหาค่าทางสถิติ ก่อนที่จะมาสรุปผลเพื่ออธิบายแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม ในการขยายธุรกิจช่องทางจัดจำหน่าย และการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสมเพื่อกลุ่มลูกค้าหลักและกลุ่มลูกค้ารองของทางร้าน All Motor

2.1 วิธีการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ ในแผนธุรกิจฉบับนี้ เพื่อสอบถามพฤติกรรมการเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์และความคิดเห็นในการแต่งรถยนต์ของแต่ละคน โดยสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 206 คน โดยไม่เคยสอบถามมาก่อนและไม่มีการควบคุมตัวแปรที่ทำการทดลอง และไม่มีการสร้างการควบคุม โดรนจอบถามตรงไปยังประเด็นที่ต้องการทราบ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ บุคคลทั่วไป ทั้งชายและหญิง อายุ 20 ปีขึ้นไป ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก ไม่ได้กำหนดผู้ตอบแบบสอบถามไว้ล่วงหน้า ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ การส่งแบบสอบถามผ่านกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ยี่ห้อ BMW ในประเทศไทย ทาง Social Media เป็นเพจของ Facebook ได้แก่ 1) ClubE46 2) ชื่อ-ชาย อะไหล่เต็ม-แต่ง รถ bmw!!!! 3) ชื่อชาย อะไหล่ bmw e46 เท่านั้น เป็นวิธีการที่กระจายแบบสอบถามได้รวดเร็วที่สุด สุ่มตัวอย่างได้ทั่วถึงมากที่สุด และประหยัดต้นทุนในการดำเนินการ ผู้จัดทำวิจัยต้องสร้างแบบสอบถามออนไลน์ด้วยกูเกิ้ลฟอร์ม เพื่อสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมลูกค้า และอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้า

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ

2.2 วิธีการจัดเก็บข้อมูล

2.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Date) จากการรวบรวมแบบสอบถามผ่านทาง Social Media

2.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ใช้และวิธีการเก็บข้อมูล เป็นข้อมูลทุติยภูมิ ที่ถูกรวบรวมมาแล้วจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เชื่อถือได้ ทั้งของในภาครัฐและเอกชน ทั้งที่ถูกเผยแพร่ โดยใช้วิธีสืบค้นและเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลจากสถานที่ต่าง ๆ

2.3 ประเภทของข้อมูล

2.3.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ (Qualitative Data) ข้อมูลที่แสดงปริมาณ หรือขนาดที่สามารถเปรียบเทียบกันได้ ในลักษณะมากกว่าหรือน้อยกว่าเป็นจำนวนเท่าไร ข้อมูลประเภทนี้มักเป็นข้อมูลที่แสดงค่าเป็นตัวเลข เช่น จำนวนพนักงานในบริษัทต่าง ๆ อายุการใช้งานของรถยนต์ และ ข้อมูลการใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือรถยนต์โดยสาร เป็นต้น

2.3.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Quantitative Data) ข้อมูลที่ไม่สามารถเปรียบเทียบเชิงปริมาณ เช่น มากกว่าหรือน้อยกว่าได้ ซึ่งได้แก่ ข้อมูลที่แสดงฐานะ สถานภาพ คุณสมบัติ ตัวอย่างของข้อมูลประเภทนี้ ได้แก่ ชื่อของพนักงานในบริษัท เพศ วัน เดือน ปี ชนิดของสินค้า เป็นต้น ถึงแม้ว่าข้อมูลประเภทนี้จะกำหนดด้วยตัวเลขก็ไม่สามารถที่จะเปรียบเทียบกับเชิงปริมาณได้เช่น หมายเลขโทรศัพท์ บ้านเลขที่ หรือการกำหนดตัวเลขแทนข้อมูลบางอย่าง เช่น 1 แทนเพศชาย และ 2 แทนเพศหญิง แต่ไม่อาจกล่าวได้ว่า 2 มีค่ามากกว่า 1 ตัวเลขทั้งสองเป็นแต่เพียงแสดงว่าแตกต่างกัน เท่านั้น การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจะกระทำได้ด้วยการเปรียบเทียบจำนวนความถี่ของข้อมูล หรือการเปรียบเทียบ ปริมาณของค่าสัมพัทธ์ ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลประเภทนี้ไม่สามารถบวก ลบ คูณ หรือหารกันได้

2.4 ผลการวิจัย

แบบสอบถามส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อหาร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้ประกอบการและในธุรกิจ

1. เพศ

ตารางที่ 2.1 : แสดงอัตราส่วนเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ชาย	142	69%
หญิง	64	31%
รวม	206	100%

2. อายุ

ตารางที่ 2.2 : แสดงอัตราส่วนอายุของกลุ่มตัวอย่าง

20-30 ปี	165	80%
31-45 ปี	25	12%
46-60 ปี	12	6%
60 ปี ขึ้นไป	4	2%
รวม	206	100%

3. สถานภาพ

ตารางที่ 2.3 : แสดงอัตราส่วนสถานภาพ

โสด	165	80%
สมรส	41	20%
หย่าร้าง	-	-
รวม	206	100%

4. รายได้

ตารางที่ 2.4 : แสดงอัตราส่วนรายได้

ต่ำกว่า 10,000 บาท	27	13%
10,000-20,000 บาท	80	33%
20,000-30,000 บาท	68	39%
30,000-40,000 บาท	18	9%
40,000-50,000 บาท	4	2%
50,000 บาท ขึ้นไป	9	4%
รวม	206	100%

5. ระดับการศึกษา

ตารางที่ 2.5 : แสดงอัตราส่วนระดับการศึกษา

ต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวช.	8	4%
อนุปริญญา/ปวส.	4	2%
ปริญญาตรี	179	87%
สูงกว่าปริญญาตรี	15	7%
รวม	206	100%

6. อาชีพ

ตารางที่ 2.6 : แสดงอัตราส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

นักเรียน/นักศึกษา	74	36%
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	17%
พนักงานเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป	39	19%
ธุรกิจส่วนตัว	58	28%
อื่น ๆ	-	-
รวม	206	100%

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในการซื้อและบริการเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจ

1. ประเภทรถยนต์ที่ใช้อยู่

- ถ้าคุณเป็นเจ้าของรถยนต์ คุณคิดจะปรับแต่งรถยนต์อะไรเป็นอย่างแรก

ตารางที่ 2.7 : แสดงอัตราส่วนรถยนต์ที่ใช้อยู่ของกลุ่มตัวอย่าง

รถเก๋ง	117	57%
รถกระบะ	19	9%
รถ SUV	30	15%
รถตู้	10	4%
รถอื่น ๆ	30	15%
รวม	206	100%

ตารางที่ 2.8 : แสดงอัตราส่วนในการดูแลรักษาเครื่องยนต์อะไรเป็นอย่างแรก

เครื่องยนต์,เกียร์,ECU	117	57%
ช่วงล่าง ,เบรก ,ล้อ	30	15%
พาร์ทรถยนต์,สีรถยนต์	19	9%
อุปกรณ์ภายในรถยนต์,เครื่องเสียง	40	19%
รวม	206	100%

2. สไตล์ที่คุณชอบของรถยนต์คุณแบบไหน

ตารางที่ 2.9 : แสดงอัตราส่วนสไตล์รถยนต์ที่คุณชอบ

เร็วแรงกำลังเครื่องยนต์มหาศาล	35	17%
ปลอดภัยในการขับขี่ทั้งการเบรกและเข้าโค้ง	123	60%
ภายในรถหรูหรานั่งสบาย	41	20%
ภายนอกกรดและสีรถสวยๆ	7	3%
รวม	206	100%

3. คุณมั่นใจอุปกรณ์อะไหล่รถยนต์ที่ผลิตจากที่ไหนมากที่สุด

ตารางที่ 2.10 : แสดงอัตราส่วนคุณมั่นใจอุปกรณ์อะไหล่รถยนต์ที่ผลิตจากที่ไหน

USA	74	36%
JAPAN	47	23%
ยุโรป	74	36%
จีน	11	5%
รวม	206	100%

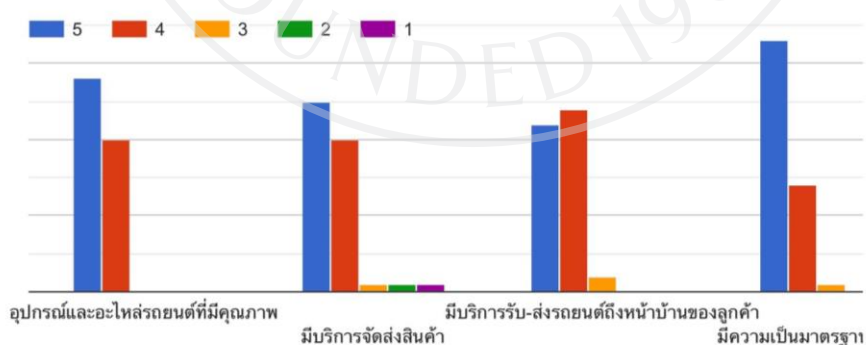
สรุปปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในการซื้อและบริการ

จากการวิจัยกลุ่มเป้าหมายทำให้ได้ข้อมูลการขายสินค้าของทางร้านและสิ่งของที่ทางร้านควรปรับปรุงแก้ไข กลุ่มเป้าหมายส่วนมากเลือกที่จะดูแลรักษาเครื่องยนต์รถ ทำให้ตรงต่อความต้องการขายสินค้าของทางร้าน All Motor

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจ

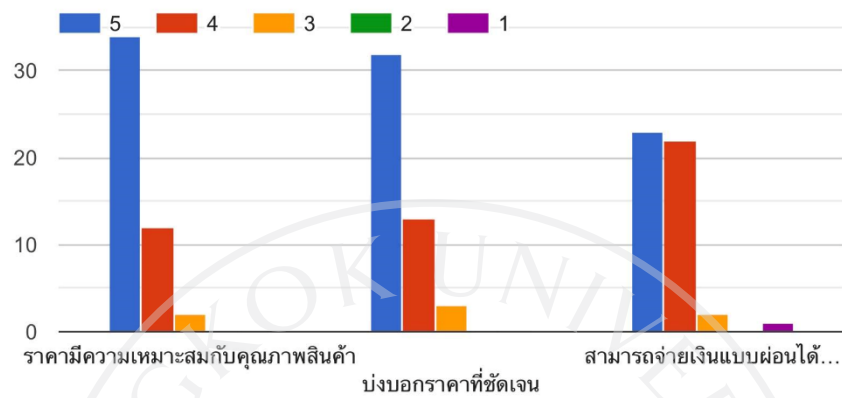
ภาพที่ 2.1 : ด้านสินค้าและบริการ

ด้านสินค้าและบริการ



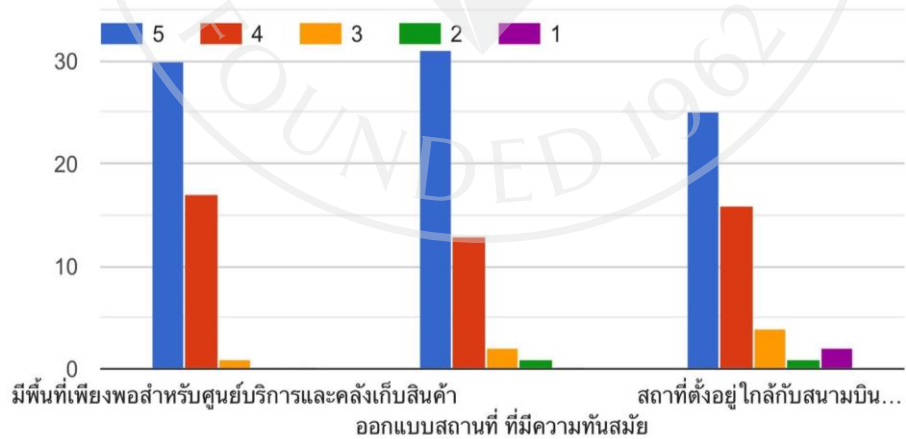
ภาพที่ 2.2 : ด้านราคา

ด้านราคา



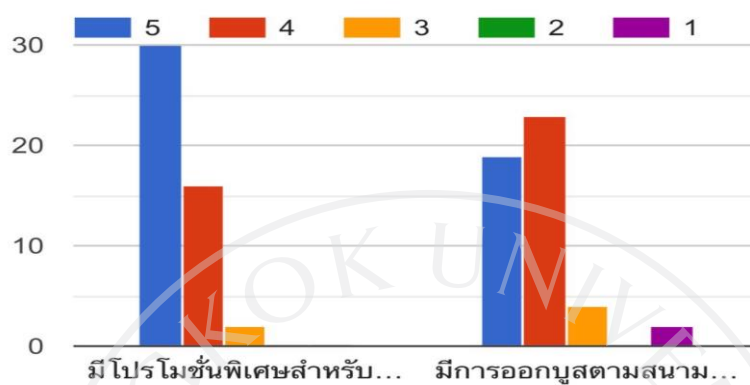
ภาพที่ 2.3 : ด้านสถานที่

ด้านสถานที่



ภาพที่ 2.4 : ด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านการส่งเสริมการขายและบริการ



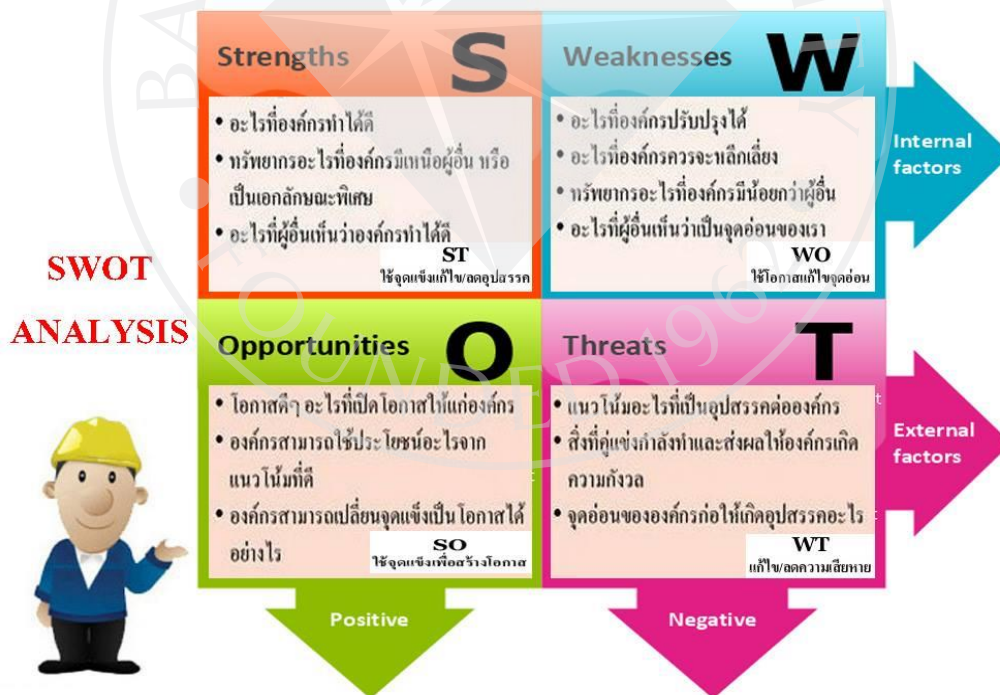
บทที่ 3
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของธุรกิจ SWOT Analysis

3.1.1 SWOT Analysis

SWOT หมายถึง เทคนิคหรือกลยุทธ์ในงานด้านการตลาดของธุรกิจที่มีความสำคัญมากในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆของธุรกิจ เป็นการประเมินและวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร โดยกำหนดกรอบการทำงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ เป็นหลักการบริหารงานที่ใช้กันทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพราะทำให้ผู้บริหารได้รับทราบถึงสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตและสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารต่อไป โดย SWOT ย่อมาจากคำศัพท์ภาษาอังกฤษ 4 ตัว มีดังนี้

ภาพที่ 3.1 : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจโดยใช้ SWOT Analysis



Strengths หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ภายในองค์กร ที่เป็นจุดแข็งของธุรกิจหรือองค์กร การได้เปรียบคู่แข่ง เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน เช่น จุดแข็งด้านการบริการ ด้านการผลิต ด้านคุณภาพของสินค้า และด้านทรัพยากรบุคคล

Weaknesses หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ภายในองค์กรที่ทำให้เกิดเป็นจุดอ่อน การเสียเปรียบ คู่แข่งจากองค์กรอื่นๆ เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากสภาพภายในองค์กรและต้องหาสาเหตุเพื่อนำไปแก้ไข ปัญหาต่อไป

Opportunities หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ภายนอกองค์กรที่เอื้อประโยชน์ช่วยส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ เช่น สภาพเศรษฐกิจที่มีการขยายตัว ข้อแตกต่างระหว่างจุดแข็งกับโอกาสในการทำธุรกิจก็คือ จุดแข็งเป็นปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในส่วนโอกาสนั้นจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ภายนอกขององค์กร

Threats หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรและปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เป็นอุปสรรคในการดำเนินกิจการ

หลักการวิเคราะห์ปัญหาโดย SWOT แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. การวิเคราะห์จากปัจจัยภายใน (Internal Analysis) จะวิเคราะห์จากจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร
2. การวิเคราะห์จากปัจจัยภายนอก (External Analysis) จะวิเคราะห์จากโอกาสและอุปสรรคซึ่งจะเกี่ยวข้องกับสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ประชาชน เป็นต้น

SWOT เป็นหลักการวิเคราะห์และวางแผนการทำงานขององค์กร ที่จะต้องหาจุดแข็งเพื่อลบจุดอ่อน และหากกลยุทธ์สร้างความแข็งแกร่ง เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบจากอุปสรรคต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้งานสำเร็จและมีประสิทธิภาพที่ดีตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยวิเคราะห์จากปัจจัยภายใน คือ จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร และปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาสและอุปสรรคขององค์กร

ธุรกิจ All Motor. จัดจำหน่ายชิ้นส่วนและบริการติดตั้งรถยนต์ มีการวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ขององค์กร โดยใช้หลักการ SWOT ดังนี้

3.1.2 จุดแข็ง (Strengths)

1. สินค้าและชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ที่นำมาจำหน่ายในร้านเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับกับผู้ใช้รถยนต์ทั่วไปและผู้ที่ชอบแต่งรถยนต์ ผ่านการยอมรับกับผู้บริโภคมากมายในต่างประเทศและในประเทศไทย เป็นสินค้าที่เจ้าของธุรกิจเลือกมาจำหน่ายโดยที่ผ่านการทดลองใช้การจริงมาแล้ว ชิ้นส่วนอะไหล่ทุกอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ดีกว่าของเดิมที่ติดรถยนต์มาจากโรงงานผลิตแน่นอน

2. มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขายสินค้าอะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ เพราะเป็นเพื่อนที่รู้จักกันมาก่อนที่จะมาทำธุรกิจร่วมกัน จึงได้ราคาที่ถูกกว่าราคาส่งให้ตัวแทนจำหน่ายรายอื่นๆ

3. ชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์บางชิ้นได้เลิกผลิตจากบริษัทผลิตรถยนต์ไปแล้ว เช่น รถยนต์ในยุคเก่าๆสมัยปี ค.ศ. 1995-2005 และยังทำให้ขายสินค้าได้ในราคาที่สูงเพิ่มมากขึ้นเพราะยังมีสินค้าน้อยแต่ความต้องการมากก็ทำราคาสูงขึ้น เป็นความสัมพันธ์ของอุปสงค์กับอุปทาน

4. สินค้าที่นำมาขายมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ และออกแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มตลาดอะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์

3.1.3 จุดอ่อน (Weaknesses)

1. เป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าและบรรดาคนที่ชอบแต่งรถยนต์
2. สินค้ายังมีเฉพาะบางรุ่น ยังไม่ได้นำสินค้าในรถยนต์ทุกรุ่น ได้นำมาเฉพาะรุ่นที่คนไทยชอบนำมาแต่งเพิ่มหรือรุ่นที่เป็นที่นิยม
3. สินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศในอนาคต เช่น ใช้ค้อพรรถยนต์ ยังได้ในราคาที่สูงอยู่จึงทำให้มีแต่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้มากในการซื้อสินค้า

3.1.4 โอกาส (Opportunities)

1. ในปัจจุบันรถยนต์ในประเทศไทยมีมากถึง 38 ล้านคัน ธุรกิจที่เกี่ยวกับรถยนต์ในปัจจุบันจึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี
2. ชิ้นส่วนรถยนต์ในปัจจุบันมีความทนทานน้อยกว่าสมัยก่อน เพราะใช้วัสดุที่ต้นทุนต่ำในการผลิต จึงทำให้ผู้ที่มีรถยนต์ต้องหาซื้ออะไหล่เพื่อมาเปลี่ยนของเก่าหรือมาตกแต่งให้สวยงามและทนทานมากขึ้น
3. การที่ประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้โอกาสการขยายตัวของธุรกิจทางการค้าและการจัดหาชิ้นส่วนรถยนต์เพิ่มมากขึ้น

3.1.5 อุปสรรค (Threats)

1. ส่วนแบ่งการตลาดและด้านคู่แข่งมีการแข่งขันในการขายชิ้นส่วนรถยนต์ทำให้ปัจจุบันมีผู้ขายชิ้นส่วนรถยนต์ในตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น
2. ปัจจุบันประเทศไทยเศรษฐกิจไม่ค่อยดีคนตกงานเยอะผู้บริโภคจึงไม่กล้าที่ตัดสินใจซื้อสินค้าที่ราคาแพง
3. สินค้าที่นำมาขายไม่ใช่สินค้าที่จำเป็นในการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้มีผู้คนบางกลุ่มไม่เลือกที่จะซื้อสินค้าที่ทำให้สิ้นเปลืองในรายได้ของตัวเอง

3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพล้อม

เมื่อผู้บริหารทราบถึงสภาพแวดล้อมขององค์กรทั้งภายนอกและภายในแล้วนั้น เป็นสิ่งที่ทำให้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ คือการนำความสามารถที่จะนำข้อมูลเหล่านั้นมาเป็นจุดแข็งขององค์กร

ธุรกิจขายอะไหล่และชิ้นส่วนรถ All Motor สินค้าได้นำมาจำหน่ายในร้านเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับกับนักแข่งรถยนต์และผู้ที่ชอบแต่งรถยนต์ ผ่านการยอมรับกับผู้บริโภคมากมายในต่างประเทศและในประเทศไทย เป็นสินค้าที่เจ้าของธุรกิจเลือกมาจำหน่ายโดยที่ผ่านการทดลองใช้การจริงมาแล้ว ชิ้นส่วนอะไหล่ทุกอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ดีกว่าของเดิมที่ติดรถยนต์มาจากโรงงานผลิตแน่นอน ในปัจจุบันรถยนต์ในประเทศไทยมีมากถึง 38 ล้านคัน ชิ้นส่วนรถยนต์ในปัจจุบันมีความทนทานน้อยกว่าสมัยก่อน เพราะใช้วัสดุที่ต้นทุนต่ำในการผลิต จึงทำให้ผู้ที่มียอดรถยนต์ต้องหาซื้ออะไหล่เพื่อมาเปลี่ยนของเก่าหรือมาตกแต่งให้สวยงามและทนทานมากขึ้น และชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์บางชิ้นได้เลิกผลิตจากบริษัทผลิตรถยนต์ไปแล้ว เช่น รถยนต์ในยุคเก่าๆสมัยปี ค.ศ. 1990-2000 และยังทำให้ขายสินค้าได้ในราคาที่สูงเพิ่มมากขึ้น และปัจจุบันการที่ประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้โอกาสการขยายตัวของธุรกิจทางการค้าและการจัดหาชิ้นส่วนรถยนต์ได้เพิ่มมากขึ้น

3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อให้โอกาสกับองค์กร

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรทำให้องค์กรทราบถึงจุดแข็งแล้วยังสามารถทำให้ทราบถึงจุดอ่อนขององค์กรได้ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทนั้นจะทำให้เห็นว่าจุดใดที่จะต้องรีบดำเนินการแก้ไข แต่การคิดแก้ไขปัญหาจุดอ่อนขององค์กรนั้นทำได้ยากมาก แต่ผู้ประกอบการสามารถนำจุดแข็งขององค์กรมาช่วยปรับปรุงจุดอ่อนขององค์กรได้ทั้งในปัจจุบัน และอนาคตต่อไป

เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าและบรรดาคนที่ชอบแต่งรถยนต์ ทางร้าน All Motor จึงได้มีการนำสินค้าที่เกี่ยวข้องกับช่วงล่างรถยนต์ Fortune Auto ของประเทศอเมริกาที่มีประสิทธิภาพและมีผู้ยอมรับทั่วโลกเข้ามาจัดจำหน่าย เพราะสินค้าที่ยังไม่มีใครนำเข้ามาขายในไทย ทำให้สามารถเจาะตลาดในบรรดาผู้ที่รักในการแต่งรถระดับบนหรือผู้ที่มียอดสูงได้รู้จักธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ของทางร้าน All Motor และยังทำให้สามารถเพิ่มยอดขายสินค้าอย่างอื่นให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการกับทางร้านอีกด้วย จุดอ่อนอีกอย่างคือทางร้านได้นำสินค้ามาขายเฉพาะบางรุ่น ยังไม่ได้นำสินค้าในรถยนต์ทุกรุ่น ได้นำมาเฉพาะรุ่นที่คนไทยใช้มากในปัจจุบันแต่สินค้าที่นำมาบางส่วนที่บริษัทรถยนต์ไม่มีอะไหล่และเลิกผลิตอะไหล่ไปแล้วแต่ทางร้านมีสินค้าที่เป็นที่ต้องการในตลาดในปัจจุบัน โดยจุดอ่อนเหล่านี้ทางผู้ประกอบการได้ใช้กลยุทธ์ด้วยการนำจุดแข็งมาแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนาร้าน All Motor ให้บรรลุเป้าหมายและจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของกำไรอย่างต่อเนื่อง

บทที่ 4

โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

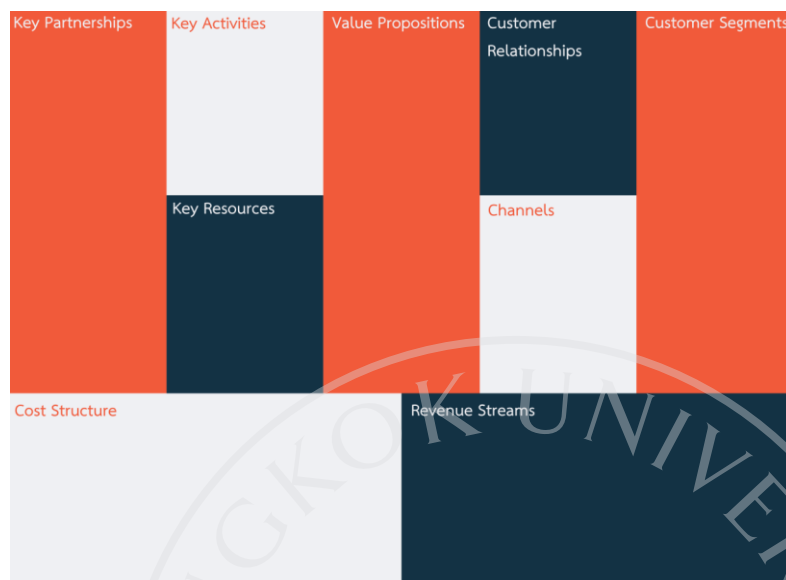
โมเดลในการดำเนินธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) คือ เครื่องมือที่ช่วยวางแผนธุรกิจอย่างมีระบบ โดยผู้คิดค้นระบบนี้คือคุณ Alexander Oster alder และได้เผยแพร่ Model นี้ในหนังสือ Business Model Generation ซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่กำลังคิดจะลงทุนเริ่มต้นธุรกิจหรือปรับปรุงธุรกิจเดิมให้มีประสิทธิภาพและเติบโตขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ รวมไปถึงช่วยประเมินความสำเร็จและประสิทธิภาพของงาน นอกจากนี้ยังทำให้เรารู้และเข้าใจภาพรวมของธุรกิจตัวเองว่าจะไปในทิศทางไหนและเข้าใจในธุรกิจของตัวเองมากยิ่งขึ้น

4.1 โมเดลของธุรกิจ

Business Model Canvas (BMC) แบบจำลองธุรกิจ จะช่วยให้เห็นภาพรวมและวิเคราะห์คู่แข่งของธุรกิจช่วยในการประเมินความสำเร็จของธุรกิจ ลดจุดอ่อนและเพิ่มจุดแข็งในแต่ละจุดที่จะเกิดขึ้นในธุรกิจที่เรา กำลังดำเนินการอยู่ การทำธุรกิจที่เป็นระบบจะช่วยสร้างโอกาสทำกำไรได้ในระยะยาวแบบยั่งยืน ซึ่งธุรกิจร้าน All Motor จำหน่ายอะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ มีการทำโมเดลในการดำเนินธุรกิจโดยมีปัจจัยที่แยกออกมาเป็น 9 ปัจจัย ดังนี้

1. Value proposition (การนำเสนอคุณค่า)
2. Customer segment (การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)
3. Channel (ช่องทางการนำเสนอ)
4. Customer Relationships (การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า)
5. Key Activities (กิจกรรมหลักของบริษัท)
6. Key resources (ทรัพยากรหลักในการดำเนินธุรกิจ)
7. Key Partners (พันธมิตรคู่ค้าทางธุรกิจ)
8. Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)
9. Revenue Streams (รายได้ที่เกิดจากการค้า)

ภาพที่ 4.1 : Business Model Canvas ร้าน All Motor



4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทข้อมูลที่อยู่ในโมเดล

4.2.1 Value proposition (การนำเสนอคุณค่า)

- ร้าน All Motor ได้นำอะไหล่รถยนต์ที่ไม่มีผลิตแล้วในปัจจุบัน รถยนต์ในยุคเก่าๆ สมัยปี ค.ศ. 1998-2005 เพราะทางบริษัทลูกค้ามีสต็อกสินค้าอยู่จำนวนมาก สามารถเข้าไปเลือกสินค้าที่จะนำมาจัดจำหน่ายได้

- สินค้าที่ได้นำเข้ามาจากต่างประเทศเป็นอะไหล่ที่เกี่ยวข้องกับช่วงล่างรถยนต์ Fortune Auto จากประเทศอเมริกาที่ได้รับการยอมรับในบรรดาผู้ใช้รถทั่วไปและบรรดาผู้ที่ชอบในการแต่งรถยนต์ ถึงจะเป็นแบรนด์ที่ใหม่ในอเมริกาแต่มีผู้ที่สนใจเป็นจำนวนมาก เป็นสินค้าที่ผลิตอย่างมีประสิทธิ ผ่านการตรวจสอบก่อนทุกสินค้าก่อนที่จะนำมาจำหน่ายให้ลูกค้า และทางแบรนด์รับประกันสินค้าไม่ว่าจะเสียในกรณีไหนก็สามารถเปลี่ยนใหม่ได้เลย ในเวลาที่บริษัทกำหนดในอายุการใช้งาน

4.2.2 Customer segment (การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)

- สินค้าและอะไหล่ชิ้นส่วนที่นำมาขายส่วนใหญ่จะเป็นอะไหล่ชิ้นส่วนของรถยนต์ยุโรป กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะเป็นผู้ใช้รถยนต์ BMW รุ่น e39 e46 และ z4 ที่ผลิตในช่วงปี ค.ศ. 1998-2005 เพราะจะมีอะไหล่ที่คล้ายๆกัน

- สินค้าที่เราได้นำเข้ามาจากต่างประเทศมีราคาที่สูงพอสมควรจึงเป็นกลุ่มลูกค้าผู้ชายในช่วงอายุ 25-60 ปีที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงรายได้สูง สินค้าที่มีคุณภาพจะทำให้ดึงดูดกลุ่มลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น

ภาพที่ 4.2 : ผู้ที่ใช้รถยนต์ยี่ห้อ BMW เป็นกลุ่มลูกค้าหลัก



4.2.3 Channel (ช่องทางการนำเสนอ)

- ร้าน All Motor จัดจำหน่ายสินค้าและอะไหล่รถยนต์ผ่าน E-Commerce, Social media, Facebook, Line ของทางร้านลูกค้าสามารถติดต่อโดยตรง
- ออกบูทแสดงสินค้าในร้านในงานแข่งขันรถยนต์ในที่สนามแข่งรถในหลายๆรายการของประเทศไทย
- ลูกค้าสามารถเลือกชมหรือซื้อสินค้าด้วยตัวเองได้ที่ร้าน All motor บางนา-ตราด ก.ม. 12 ใกล้ๆ กับสนามบินสุวรรณภูมิ

4.2.4 Customer Relationships (การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า)

ร้าน All Motor มีการให้ข้อมูลสินค้าผ่านช่องทาง Social Media, Facebook และ Line รวมถึงการออกบูทโชว์สินค้าตามงานแข่งขันรถยนต์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าใหม่ มีบริการหลังการขายคอยให้คำปรึกษาและช่วยเหลือแก่ลูกค้าที่มีปัญหาหรืออยากสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม นอกจากนี้หาลูกค้าใหม่แล้ว ทางร้าน All Motor มีการรักษาฐานลูกค้าเก่าโดยส่งข้อมูลสินค้าอะไหล่ และชิ้นส่วนรถยนต์รุ่นที่ลูกค้าเก่าเคยเข้ามาบริการหรือซื้อสินค้าจากทางร้านและยังประชาสัมพันธ์การจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้าเก่ารับรู้ข้อมูลก่อนอยู่เสมอ และในการจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายหลายย่อยจะมีการให้รางวัลตามยอดขายที่ตั้งเป้าไว้

4.2.5 Key Activities (กิจกรรมหลักของบริษัท)

ธุรกิจขายอะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ All Motor ขายสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล จึงทำให้ต้องมีการจัดหาชิ้นส่วนรถยนต์ที่ได้คุณภาพอยู่เสมอ เพราะมีรถยนต์ผลิตออกมาใหม่ในทุกๆ ปี ทางผู้ประกอบการต้องหาข้อมูลเพื่อหาสินค้าใหม่ที่มีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเข้ามาจัดจำหน่ายให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการมีการสร้างกิจกรรมร่วมกันระหว่างองค์กรกับลูกค้าสนับสนุนการขายสินค้า เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่โดยจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายอย่างเหมาะสมให้ได้กำไรจากการขายสินค้าให้มากที่สุด

4.2.6 Key resources (ทรัพยากรหลักในการดำเนินธุรกิจ)

ทรัพยากรหลักที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจอะไหล่รถยนต์ ประกอบไปด้วย ชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานที่ผู้ประกอบการเลือกที่จะนำมาจัดจำหน่ายในร้าน รวมถึงไปถึงพนักงานของร้านและช่องทางจัดจำหน่าย ที่ทำให้ร้านขายอะไหล่รถยนต์ All Motor มีชื่อเสียงและติดตลาดได้ในเวลาต่อมา

4.2.7 Key Partners (พันธมิตรคู่ค้าทางธุรกิจ)

ร้าน All Motor ได้มีการร่วมมือกับบริษัท ZENITH Auto Sport เพราะมีชุดแต่งมากมายให้เลือกและมีสินค้าจำนวนมากเป็นตัวแทนรายใหญ่ที่นำสินค้าเกี่ยวกับรถยนต์เข้ามาขายในประเทศไทย และยังมีรู้จักกับเจ้าของแบรนด์ทำให้มีการซื้อของที่สะดวกและราคาที่ถูกกว่าที่อื่น และยังมีอะไหล่มากมายที่บริษัทรถยนต์บางเจ้าเลิกผลิตชิ้นส่วนไปแล้วแต่ที่ ZENITH Auto Sport มีอะไหล่อยู่ในสต็อกสินค้าและในเวลาต่อมาเพื่อพัฒนาธุรกิจให้เติบโตทางผู้ประกอบการจึงได้เพิ่มพันธมิตรคู่ค้ากับทางบริษัท Fortune Auto เพื่อนำสินค้ามาขายในร้านในอนาคตต่อไป

ภาพที่ 4.3 : บริษัท ZENITH Auto sport เป็นคู่ค้าทางธุรกิจ



4.2.8 Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)

ต้นทุนการขายของร้าน All Motor ประกอบไปด้วยต้นทุนสินค้าอะไหล่และชิ้นส่วนของรถยนต์ รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารองค์กรทั้งหมด โดยต้นทุนสินค้าที่นำมาขายในร้าน คิดเป็น 75% ของต้นทุนทั้งหมด และในส่วนของต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ค่าคอมมิชชั่น ค่าโฆษณา เงินเดือนพนักงานขาย คิดเป็น 20% ของต้นทุนทั้งหมดและอย่างสุดท้าย เป็นค่าใช้จ่ายในการบริหาร เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าสอบบัญชี คิดเป็น 5% ของต้นทุนทั้งหมด ร้าน All Motor เป็นธุรกิจซื้อมาขายไปจึงทำให้มีการจ่ายต้นทุนในการซื้อสินค้าและในส่วนของค่าขนส่ง ค่าคอมมิชชั่น ค่าโฆษณา ที่มากกว่าธุรกิจอื่นๆ

4.2.9 Revenue Streams (รายได้ที่เกิดจากการค้า)

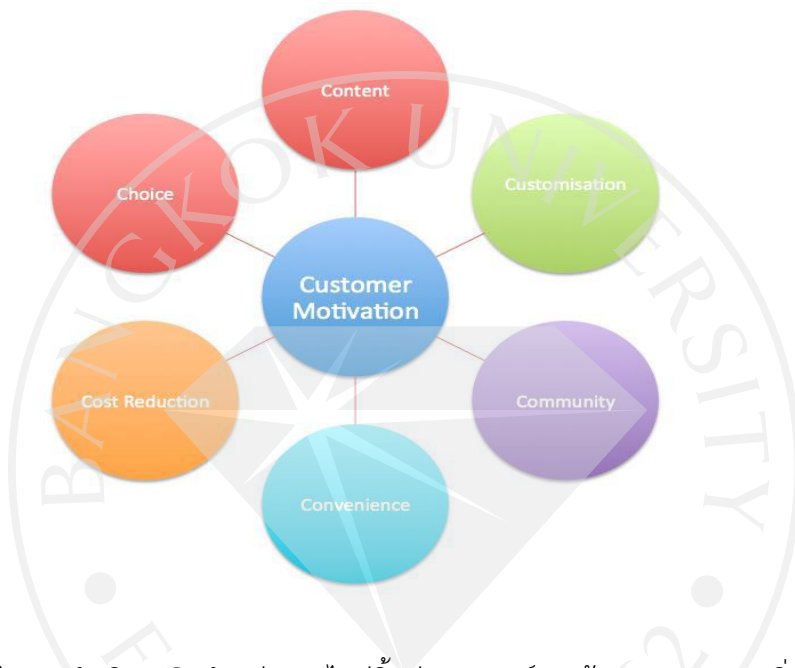
รายได้จากการจำหน่ายสินค้าของทางร้าน All Motor มีดังต่อไปนี้

- รายได้จากการขายสินค้าผ่านทาง E-Commerce, Social media , Facebook , Line และเว็บไซต์ของทางร้าน มียอดขายรายได้คิดเป็น 40% จากยอดขายทั้งหมด
- รายได้จากการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายหรืออยู่ที่ซ่อมรถยนต์ต่างๆ ทางผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับรายได้ส่วนนี้เนื่องจากการรับตัวแทนจำหน่ายเป็นอีกช่องทางในการขายสินค้าที่ทำให้ธุรกิจขยายและเติบโต ซึ่งถ้ามีผู้แทนจำหน่ายมากก็จะทำให้รายได้เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย มียอดขายรายได้คิดเป็น 60% จากยอดขายสินค้าทั้งหมด

บทที่ 5 กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

5.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

ภาพที่ 5.1 : 6Cs of online motivation model



ในการดำเนินธุรกิจจำหน่ายอะไหล่ชิ้นส่วนรถยนต์ของร้าน All Motor เริ่มต้นธุรกิจโดยการจัดจำหน่ายชิ้นส่วนรถยนต์ผ่านทางออนไลน์ เนื่องจากเป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ประกอบกับผู้ประกอบการสามารถใช้ช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกัน ดังนั้นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจในระยะเริ่มต้นนี้จึงได้ใช้แนวคิดการจูงใจลูกค้า (Customer Motivation) ของ Dave Chaffey (2004) ที่ได้มีการปรับปรุงให้เหมาะสมในยุคดิจิทัล ทั้งนี้จุดมุ่งหมายของโมเดลดังกล่าวจะช่วยในการจูงใจลูกค้าโดยการสร้างคุณค่าทางของสินค้าที่ผู้ประกอบการนำมาจำหน่าย

1. เนื้อหา (Content)

เนื้อหา หมายถึง รายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ เช่น คุณสมบัติ ส่วนประกอบ ราคา เป็นต้น ที่แสดงอยู่บนออนไลน์ ทั้งนี้จะต้องเป็นการร้อยเรียงเนื้อหาที่อ่านง่าย แต่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์

2. การปรับแต่ง (Customization)

การปรับแต่ง หมายถึง การปรับเนื้อหา รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอ ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทั้งผู้ประกอบได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีอายุ 18-30 ปี กลุ่มนี้ส่วนใหญ่มักชอบในการตกแต่งรถยนต์แต่อาจมีรายได้ที่ยังไม่มากเท่าไร ดังนั้นเนื้อหาหรือรูปภาพที่นำมาใช้จะต้องสื่อถึงความสวยงามและมีราคาที่ถูก
2. วัยทำงานหรือผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 31 – 60 ปี กลุ่มนี้ส่วนใหญ่ทำงานหนักประกอบกับอายุที่มากขึ้น จึงมีความกังวลในความปลอดภัยในการใช้รถยนต์และต้องการความทนทานของอะไหล่รถยนต์ ดังนั้นเนื้อหาหรือรูปภาพที่นำมาใช้ต้องสื่อถึงความทนทานและความปลอดภัยของสินค้า

3. ชุมชน (Community)

ชุมชน หมายถึง การสร้างเครือข่ายให้เกิดกลายเป็นชุมชน แม้ว่ากิจกรรมหลักคือการจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ แต่เพื่อให้ร้านค้าของเราดูน่าสนใจและน่าเชื่อถือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การบำรุงรักษารถยนต์ ให้ข้อมูลระยะเวลาการเปลี่ยนอะไหล่รถยนต์ เป็นต้น ข้อมูลดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความสนใจและเกิดการติดตาม ซึ่งจะทำให้เกิดชุมชน และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อได้

4. ความสะดวกสบาย (Convenience)

ในปัจจุบันการจำหน่ายสินค้าสามารถจำหน่ายผ่านออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น เพราะมีบริการจัดส่งหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็น ไปรษณีย์ไทย บริษัทรับขนส่ง Kerry และ DHL เป็นต้น สนับสนุนให้การจำหน่ายสินค้าผ่านออนไลน์ง่าย สะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์จัดส่งฟรี ในระยะเริ่มต้นเพื่อลดข้อจำกัดในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องรับผิดชอบ ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

5. การลดต้นทุน (Cost Reduction)

การจำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ มีข้อดีในเรื่องของค่าเช่าสถานที่ คนดูแลร้าน และอื่น ๆ ทำให้การดำเนินธุรกิจในระยะเริ่มต้นมีต้นทุนที่ต่ำเมื่อเปรียบกับการจำหน่ายสินค้าในอดีต ที่จำเป็นต้องเปิดร้านเพื่อให้ลูกค้ารู้จัก แต่ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ การสร้างการรับรู้สู่ลูกค้า รวมถึงการจำหน่ายสินค้าสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านช่องทางออนไลน์

6. ทางเลือก (Choice)

ข้อจำกัดของการจำหน่ายสินค้าออนไลน์คือลูกค้ายังไม่เคยเห็นสินค้าตัวจริง ดังนั้นการสร้างทางเลือกจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ขณะที่ลูกค้ามองถึงรูปแบบการชำระไว้

หลากหลายรูปแบบ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น การชำระผ่านบัญชีธนาคาร การชำระผ่านพร้อมเพย์ และการเก็บเงินปลายทาง เป็นต้น

5.2 กลยุทธ์ที่ใช้

5.2.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

กลยุทธ์ระดับองค์กรเน้น กลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategies) แม้ว่าร้าน All Motor เป็นร้านใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด แต่ขนาดของตลาดที่มีความเติบโตอย่างต่อเนื่องประกอบด้วยตัวสินค้าที่ไม่ค่อยมีใครนำมาจำหน่าย ทำให้ผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์การเติบโตเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เพื่อสร้างรากฐานที่มั่นคงในการที่จะขยายธุรกิจในอนาคต

5.2.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

กลยุทธ์ระดับองค์กรเน้น กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เนื่องจากร้าน All motor ได้นำสินค้าที่เป็นความต้องการของลูกค้า แต่ยังไม่ค่อยมีร้านค้าอะไหล่รถยนต์นำเข้ามาขาย จึงทำให้สินค้ายังมีราคาสูงอยู่ในตลาดปัจจุบัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงได้นำอะไหล่ Air Flow เข้ามาขายในราคาที่ถูกลงและมีมาตรฐานของสินค้าใกล้เคียงกับสินค้าในตลาดปัจจุบันอีกด้วย ได้ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในการนำเสนอให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างของสินค้าและราคาในปัจจุบัน

5.2.3 กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Level Strategies)

กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการเป็นกลยุทธ์ที่มีไว้สำหรับแบ่งหน้าการดำเนินงานตามสายงานให้มีความเหมาะสมและชัดเจนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับกลยุทธ์ระดับองค์กรและระดับธุรกิจ โดยร้าน All Motor ได้มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ตามสายงานหลัก 3 สายงาน ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการตลาด

การตลาดมีหน้าที่สื่อสารและประชาสัมพันธ์องค์กรและสินค้าให้เป็นที่รู้จักเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ร้านขายอะไหล่รถยนต์ All Motor เป็นร้านค้าเปิดใหม่ ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาดอะไหล่รถยนต์ ดังนั้นการสื่อสารข้อมูลสินค้าเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจจึงมีความสำคัญอย่างมาก ทั้งนี้ผู้ประกอบการเล็งเห็นความสำคัญของการสื่อสารทางช่องทางออนไลน์จึงได้มีการวางแผนการสื่อสารสินค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Line, Instagram และ Facebook เป็นต้น เนื่องจาก 3 ช่องทางนี้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมาก แต่มีต้นทุนต่ำ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ยังสามารถตรวจสอบประสิทธิภาพการเข้าถึงของกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจ เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทั้งในด้านการตลาดและการสื่อสารได้อย่าง

เหมาะสมมากยิ่งขึ้น ซึ่งวัตถุประสงค์ของการตลาดและการสื่อสารครั้งนี้จะต้องสามารถสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าและกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ

2. กลยุทธ์ด้านการขาย

การขายเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้องค์กรอยู่รอด เทคนิคการขายและการบริการหลังการขายจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง และส่งผลต่อทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นกลยุทธ์ด้านการขายจะเริ่มต้นที่การให้ข้อมูลสินค้าอย่างถูกต้องและชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือนั่นจึงกระตุ้นลูกค้าด้วยการให้ส่วนลดหรือโปรโมชั่นในระยะเริ่มต้นเพื่อให้ลูกค้าอยากทดลองใช้สินค้าของทางร้าน All Motor หลังจากปิดการขายได้เรียบร้อยแล้ว ผู้ขายก็จะติดต่อถามลูกค้าว่าสินค้าใช้ได้หรือไม่และมีปัญหาอะไรไหม เพื่อสอบถามความพึงพอใจและเก็บบันทึกข้อมูลเพื่อนำไปปรับปรุงและเพื่อการบริการอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. กลยุทธ์ด้านบัญชี

การบัญชีนอกจากมีหน้าที่ในการบันทึกข้อมูลตัวเลขรายรับและรายจ่ายแล้ว พนักงานบัญชีควรทำหน้าที่ในการดูแลสภาพคล่องทางการเงินและให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ เมื่อมีการลงทุน จะต้องมีการวัดผลสำเร็จ เพื่อให้การลงทุนเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด หากการลงทุนใดไม่สามารถสามารถวัดผลได้หรือผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ พนักงานบัญชีควรแจ้งแก่ผู้ประกอบการเพื่อวางแผนการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น ผู้ประกอบการได้นำเงินลงทุนในการประชาสัมพันธ์และโฆษณา พนักงานบัญชีจะต้องทำบันทึกรายจ่าย และต้องมีการติดตามผล เพื่อวัดประสิทธิภาพในการลงทุน

5.3 แผนงานด้านการเงินและการลงทุน

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงแนวทางในการวางกลยุทธ์ช่องทางการขายอะไหล่รถยนต์สำหรับธุรกิจร้าน All Motor ที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า ดังนั้นแผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ จะนำเสนอเฉพาะในส่วนของแผนงานด้านการเงิน และงบประมาณที่ใช้ในการพัฒนาการขายและการตลาด ซึ่งรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.1 : แสดงงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
อุปกรณ์เครื่องใช้	250,000.00	50,000.00	200,000.00
สินทรัพย์ถาวรรวม	250,000.00		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	50,000.00	50,000.00	-
ค่ามัดจำสถานที่	50,000.00	50,000.00	-
	-	-	0
เงินทุนหมุนเวียน	50,000.00	50,000.00	0
	-	-	0
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	400,000.00	200,000.00	200,000.00

การประมาณการรายได้

ผู้วิจัยได้ทำการประมาณรายได้จากช่องทางการค้า สำหรับธุรกิจขายอะไหล่รถยนต์ All Motor โดยประมาณการรายได้ของธุรกิจ จำนวน 5 ปี โดยคิดจากตัวเลขรายได้ที่มีการสรุป คือ รายได้ประจำปี 2559 มีรายละเอียดตามตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.2 : การประมาณการรายได้

การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนผู้มาซื้อสินค้า					
สินค้าที่ขายได้ต่อวัน	2	3	3	4	4
รายได้ขายสินค้าต่อวัน	1300	1300	1300	1300	1300
รายได้ขายสินค้าต่อวัน	2600	3900	3900	5200	5200
รายได้รวมต่อวัน	2,600	3,900	3,900	5,200	5,200
รายได้ค่าบริการต่อปี	910,000	1,365,000	1,365,000	1,820,000	1,820,000

ตารางที่ 5.3 : การประมาณการค่าใช้จ่ายและจุดคุ้มทุน

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสถานที่	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าน้ำประปา (เพิ่ม 2%)	2,600	2,652	2,705	2,759	2,814
ค่าไฟฟ้า (เพิ่ม 5%)	40,000	42,000	44,100	46,305	48,620
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่ม 5%)	7,080	7,434	7,806	8,196	8,606
ค่าเสื่อมราคา	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
เงินเดือน	360,000	378,000	396,900	416,745	437,582
โฆษณา	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
รวมต้นทุนคงที่	534,680	555,086	576,511	599,005	622,623
รายได้รวม	910,000	1,365,000	1,365,000	1,820,000	1,820,000

(ตารางมีต่อ)

นโยบายการส่งเสริมการขาย

คูปองส่วนลด 40%, คาดว่าลูกค้าจะนำบัตรมาใช้ 30%, ส่วนลด 20%

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) : การประมาณการค่าใช้จ่ายและจุดคุ้มทุน

ค่าส่งเสริมการขาย (บัตรสมาชิก)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	910,000.00	1,365,000.00	1,365,000.00	1,820,000.00	1,820,000.00
คูปองส่วนลด	364,000.00	546,000.00	546,000.00	728,000.00	728,000.00
คาดว่าลูกค้าจะนำบัตร มาใช้	72,800.00	109,200.00	109,200.00	145,600.00	145,600.00
จะให้ส่วนลด	14,560.00	21,840.00	21,840.00	29,120.00	29,120.00

ต้นทุนการให้บริการ 20%

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการให้บริการ	182,000	273,000	273,000	364,000	364,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 5%	18,000	21,000	24,800	32,000	34,000
ส่งเสริมการขาย	14,560	21,840	21,840	29,120	29,120
รวมต้นทุนผันแปร	214,560	315,840	319,640	425,120	427,120

การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน

กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย-ต้นทุนผันแปร

อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	695,440	1,049,160	1,045,360	1,394,880	1,392,880
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.76	0.77	0.77	0.77	0.77
จุดคุ้มทุนต่อปี	699,642	722,190	752,791	781,565	813,547
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	58,303.47	60,182.46	62,732.55	65,130.41	67,795.57
จุดคุ้มทุนต่อวัน	1,943.45	2,006.08	2,091.08	2,171.01	2,259.85

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) : การประมาณการค่าใช้จ่ายและจุดคุ้มทุน

อัตราดอกเบี้ย	10%	ต่อปี
ระยะเวลากู้	5	ปี

ดอกเบี้ยจ่าย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
เงินกู้	200,000.00	160,000.00	120,000.00	80,000.00	40,000.00
ชำระเงินกู้เท่ากันทุกปี	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
เงินกู้สุทธิ	160,000.00	120,000.00	80,000.00	40,000.00	-
ดอกเบี้ยจ่าย	20,000.00	16,000.00	12,000.00	8,000.00	4,000.00

ตารางที่ 5.4 : ตารางงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	910,000.00	1,365,000.00	1,365,000.00	1,820,000.00	1,820,000.00
หัก ต้นทุนผันแปร	214,560.00	315,840.00	319,640.00	425,120.00	427,120.00
กำไรส่วนเกิน	695,440.00	1,049,160.00	1,045,360.00	1,394,880.00	1,392,880.00
หัก ต้นทุนคงที่	534,680.00	555,086.00	576,510.74	599,005.13	622,622.61
กำไรก่อนการดำเนินงาน	160,760.00	494,074.00	468,849.26	795,874.87	770,257.39
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	20,000.00	16,000.00	12,000.00	8,000.00	4,000.00
กำไรก่อนหักภาษี	140,760.00	478,074.00	456,849.26	787,874.87	766,257.39
หัก ภาษี 30%	42,228.00	143,422.20	137,054.78	236,362.46	229,877.22
กำไรสุทธิ	98,532.00	334,651.80	319,794.48	551,512.41	536,380.17

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) : ตารางงบกำไรขาดทุน

กำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

ยกยอดไปงบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	93,912.00	412,963.80	718,358.28	1,242,970.69
บวก กำไรสุทธิ	98,532.00	334,651.80	319,794.48	551,512.41	536,380.17
หัก เงินปันผล	4,620.00	15,600.00	14,400.00	26,900.00	24,020.00
กำไรสะสมปลายงวด	93,912.00	412,963.80	718,358.28	1,242,970.69	1,755,330.87
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาษีเงินได้	42,228.00	143,422.20	137,054.78	236,362.46	229,877.22
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	42,228.00	101,194.20	6,367.42	99,307.68	6,485.24
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินปันผลจ่าย	4,620.00	15,600.00	14,400.00	26,900.00	24,020.00
เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	4,620.00	10,980.00	1,200.00	12,500.00	2,880.00

ตารางที่ 5.5 : งบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	98,532.00	334,651.80	319,794.48	551,512.41	536,380.17
บวก ค่าเสื่อมราคา	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	20,000.00	16,000.00	12,000.00	8,000.00	4,000.00
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	42,228.00	101,194.20	6,367.42	99,307.68	6,485.24

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) : งบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	4,620.00	10,980.00	1,200.00	12,500.00	2,880.00
เงินสดจากกิจกรรมการ ดำเนินงาน	225,380.00	522,826.00	384,227.06	731,320.10	591,014.93
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์รวม	250,000.00	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและค่า ตกแต่ง	50,000.00	-	-	-	-
ค่ามัดจำสถานที่	50,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการ ลงทุน	350,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการ จัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	200,000.00	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	20,000.00	16,000.00	12,000.00	8,000.00	4,000.00
หัก เงินปันผล	4,620.00	15,600.00	14,400.00	26,900.00	24,020.00
ทุนหุ้นสามัญ	200,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการจัดหา	335,380.00	71,600.00	66,400.00	74,900.00	68,020.00
เงินสดสุทธิ	210,760.00	451,226.00	317,827.06	656,420.10	522,994.93
บวก เงินสดต้นงวด		210,760.00	661,986.00	979,813.06	1,636,233.16
เงินสดปลายงวด	210,760.00	661,986.00	979,813.06	1,636,233.16	2,159,228.09

ตารางที่ 5.6 : งบดุล

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	98,532.00	334,651.80	319,794.48	551,512.41	536,380.17
บวก ค่าเสื่อมราคา	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	20,000.00	16,000.00	12,000.00	8,000.00	4,000.00
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	42,228.00	101,194.20	6,367.42	99,307.68	6,485.24
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	4,620.00	10,980.00	1,200.00	12,500.00	2,880.00
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	225,380.00	522,826.00	384,227.06	731,320.10	591,014.93
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์รวม	250,000.00	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	50,000.00	-	-	-	-
ค่ามัดจำสถานที่	50,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	350,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	200,000.00	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	20,000.00	16,000.00	12,000.00	8,000.00	4,000.00
หัก เงินปันผล	4,620.00	15,600.00	14,400.00	26,900.00	24,020.00
ทุนหุ้นสามัญ	200,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดการ	335,380.00	71,600.00	66,400.00	74,900.00	68,020.00
เงินสดสุทธิ	210,760.00	451,226.00	317,827.06	656,420.10	522,994.93
บวก เงินสดต้นงวด	-	210,760.00	661,986.00	979,813.06	1,636,233.16
เงินสดปลายงวด	210,760.00	661,986.00	979,813.06	1,636,233.16	2,159,228.09

ตารางที่ 5.7 : การประเมินมูลค่าโครงการด้วย NPV และ IRR

กระแสเงินรับตลอดโครงการ

ปีที่	
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน
	- 400,000.00
1	กระแสเงินสดรับ
	210,760.00
2	กระแสเงินสดรับ
	451,226.00
3	กระแสเงินสดรับ
	317,827.06
4	กระแสเงินสดรับ
	656,420.10
5	กระแสเงินสดรับ*
	622,994.93

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยใช้อัตราคิดลด 30%

มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	฿971,406.39
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	400,000.00
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	฿571,406.39
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	81%

*กระแสเงินสดรับในปีที่ 5 = เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด+เงินทุนหมุนเวียน+เงินมัดจำร้าน

ตารางที่ 5.8 : อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน (Ratio)

IWAN'S

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

HOMEPAGE

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	4.50	4.16	6.47	6.22	8.50
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	4.50	4.16	6.47	6.22	8.50

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.8 (ต่อ) : อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน (Ratio)

การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	4.55	9.10	13.65	36.40	
อัตราหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	1.82	1.53	1.19	1.04	0.82
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.70	0.46	0.25	0.21	0.13
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	8.04	30.88	39.07	99.48	192.56
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.20	0.38	0.28	0.32	0.24
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.34	0.55	0.35	0.38	0.27
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	76.42197802	76.86154	76.58315	76.64176	76.53187
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	17.67	36.20	34.35	43.73	42.32
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	10.83	24.52	23.43	30.30	29.47
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	฿571,406.39				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	81%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	1.419				

บรรณานุกรม

เกียรติพงษ์ อุฒมธนะธีระ. (2560). *การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งขององค์กร 4 ด้าน (SWOT)*.

สืบค้นจาก <http://ioklogistics.blogspot.com/2017/08/4-swot.html>.

วชร วงศร. (2559). *Air Flow คืออะไรทำงานอย่างไร*. สืบค้นจาก

<http://community.headlightmag.com/index.php>.

ALL MOTOR THAILAND. (2561). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/namodBMW>.

Dave Chaffey. (2004) . *การวิเคราะห์ Customer Motivation*. สืบค้นจาก

<https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models>.

ZENITH Auto Sport. (2558). *บริษัท ZENITH Auto sport จำกัด เป็นบริษัทคู่ค้า*.

สืบค้นจาก <http://zenithautosport.com/wordpress/>.





แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนในระดับชั้นปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์

หวังว่าท่านจะตอบตามความเป็นจริงทุกประการ โดยแบบสอบถามในแต่ละส่วนได้ระบุวิธีการตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้จัดทำจะสามารถหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของลูกค้า ระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นและตอบสนองต่อลูกค้าเพื่อประโยชน์สูงสุด แบบสอบถามฉบับนี้เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติเพียงเท่านั้น โดยไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวและระบุชื่อของผู้ทำแบบสอบถาม

ทางผู้จัดทำแบบสอบถามฉบับนี้ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นายฉัตรวิศ ขาวสบาย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.เพศ

- ชาย
- หญิง

2.อายุ

- 20-30 ปี
- 31-45 ปี
- 46-60 ปี
- 60 ปี ขึ้นไป

3.สถานภาพ

- โสด
- สมรส
- หย่าร้าง

4.รายได้

- ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 10,000-20,000 บาท
- 20,000-30,000 บาท
- 30,000-40,000 บาท
- 40,000-50,000 บาท
- 50,000 บาท ขึ้นไป

5.ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวส.
- อนุปริญญา/ปวส.
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

6.อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป
- ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ:

ส่วนที่ 2 เพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในการซื้อและบริการเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจ

1.ประเภทรถยนต์ที่ใช้อยู่

- รถเก๋ง
- รถกระบะ
- รถ SUV
- รถตู้
- อื่นๆ

2.ถ้าคุณเป็นเจ้าของรถยนต์ คุณคิดจะปรับแต่งรถยนต์อะไรเป็นอย่างแรก

- เครื่องยนต์,เกียร์,ECU
- ช่วงล่าง,เบรค,ล้อ
- พาร์ทรถยนต์,สีรถยนต์
- อุปกรณ์ภายในรถยนต์,เครื่องเสียง

3.สไตล์ที่คุณชอบของรถยนต์คุณเป็นแบบไหน

- เร็วแรงกำลังเครื่องยนต์มหาศาล
- ปลอดภัยในการขับขี่ทั้งการเบรคและเข้าโค้ง
- ภายในรถหรูหรานั่งสบาย
- ภายนอกรถและสีรถสวยๆ

4.คุณมั่นใจอุปกรณ์อะไหล่รถยนต์ที่ผลิตจากที่ไหนมากที่สุด

- USA
- JAPAN
- ยุโรป
- จีน
- ไทย

**ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเป็น
ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจ**

กรุณาเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียง 1 คำตอบเท่านั้น

5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4=เห็นด้วย 3=ปานกลาง 2=ไม่เห็นด้วย 1=ไม่เห็นด้วยอย่าง

ด้านสินค้าและบริการ

1. อุปกรณ์และอะไหล่รถยนต์ที่มีคุณภาพ
2. มีบริการจัดส่งสินค้า
3. มีบริการรับ-ส่งรถยนต์ถึงหน้าบ้านของลูกค้า
4. มีความเป็นมาตรฐานและรวดเร็วในการให้บริการ
5. อุปกรณ์และอะไหล่รถยนต์ที่มีคุณภาพ
6. มีบริการจัดส่งสินค้า
7. มีบริการรับ-ส่งรถยนต์ถึงหน้าบ้านของลูกค้า
8. มีความเป็นมาตรฐานและรวดเร็วในการให้บริการ

	5	4	3	2	1
1. อุปกรณ์และอะไหล่รถยนต์ที่มีคุณภาพ					
2. มีบริการจัดส่งสินค้า					
3. มีบริการรับ-ส่งรถยนต์ถึงหน้าบ้านของลูกค้า					
4. มีความเป็นมาตรฐานและรวดเร็วในการให้บริการ					
5. อุปกรณ์และอะไหล่รถยนต์ที่มีคุณภาพ					
6. มีบริการจัดส่งสินค้า					
7. มีบริการรับ-ส่งรถยนต์ถึงหน้าบ้านของลูกค้า					
8. มีความเป็นมาตรฐานและรวดเร็วในการให้บริการ					

ด้านราคา

1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า
2. บ่งบอกราคาที่ชัดเจน
3. สามารถจ่ายเงินแบบผ่อนได้สูงสุด 10 เดือน
4. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า
5. บ่งบอกราคาที่ชัดเจน
6. สามารถจ่ายเงินแบบผ่อนได้สูงสุด 10 เดือน

	5	4	3	2	1
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
2. บ่งบอกราคาที่ชัดเจน					
3. สามารถจ่ายเงินแบบผ่อนได้สูงสุด 10 เดือน					
4. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
5. บ่งบอกราคาที่ชัดเจน					
6. สามารถจ่ายเงินแบบผ่อนได้สูงสุด 10 เดือน					

ด้านสถานที่

1. มีพื้นที่เพียงพอสำหรับศูนย์บริการและคลังเก็บสินค้า
2. ออกแบบสถานที่ ที่มีความทันสมัย
3. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับสนามบินสุวรรณภูมิและเมกาบางนา
4. มีพื้นที่เพียงพอสำหรับศูนย์บริการและคลังเก็บสินค้า
5. ออกแบบสถานที่ ที่มีความทันสมัย
6. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับสนามบินสุวรรณภูมิและเมกาบางนา

5	4	3	2	1

ด้านการส่งเสริมการขายและบริการ

1. มีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้า เช่น ฟรีค่าแรง ลดค่าแรง
2. มีการออกบูธตามสนามแข่งรถยนต์
3. มีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้า เช่น ฟรีค่าแรง ลดค่าแรง
4. มีการออกบูธตามสนามแข่งรถยนต์

5	4	3	2	1

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

กรุณาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อผู้จัดทำจะได้นำไปพัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคต่อไป

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล นายฉัตรฐวิศ ชาวสบาย

E-mail chattawit.khao@bumail.net

ประวัติการศึกษา

2550 – 2552 โรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชา
 2553 – 2555 โรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชา (สายวิทย์-คณิต)
 2556 – 2559 สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ
 อุตสาหกรรม (โลจิสติกส์)
 2560 – 2562 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิสาหกิจขนาดกลาง
 และขนาดย่อม

ประสบการณ์การทำงาน

2559 – 2560 บริษัท MSE Express ประเทศไทย จำกัด
 2561 – ปัจจุบัน ธุรกิจส่วนตัว

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 6 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ศิธรจิวัฒน์ ทวสวาย อยู่บ้านเลขที่ 41

ซอย ถนน บางนา-ตราด ตำบล/แขวง บางพลีใหญ่

อำเภอ/เขต บางพลี จังหวัด สมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10540

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600202696

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ แพนธจิวัฒน์ ร้าน ALL MOTOR.

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งานให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ศรวิมล.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นายศรวิมล ขาวสชาด)

ลงชื่อ.....อภิวุฒ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิวุฒ จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....[Signature].....พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....[Signature].....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร