

แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจรักษาความปลอดภัย

Business Plan for Security Business



แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจรักษาความปลอดภัย

Business Plan for Security Business



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2563



©2563

รณกร จันทรวงานตานนท์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจรักษาความปลอดภัย

ผู้วิจัย รณกร จันทรวงานตานนท์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ลักษณวรรณ พิมพ์สวัสดิ์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ธีระศักดิ์ ฌ रणอง)

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

19 กันยายน 2563

รณกร จันทรگانตานนท์. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ,
กันยายน 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจบริษัท เพื่อสร้างธุรกิจรักษาความปลอดภัย (50 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ลักษณวรรณ พิมพ์สวัสดิ์

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กรในด้านการพัฒนา
องค์กรต่าง ๆ เพื่อวางแผนในการพัฒนาระยะยาว รวมไปถึงการหาข้อเสีย จุดด้อย เพื่อที่จะสามารถ
นำมาแก้ไขให้เร็วที่สุด และส่งเสริมจุดแข็งให้มีความมั่นคงมากยิ่งขึ้น ซึ่งบริษัทรักษาความปลอดภัย
กฤษดา จำกัด นั้นรักษาความปลอดภัยสำหรับที่พักอาศัย สำหรับภาคธุรกิจต่าง ๆ

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ ได้ทำการศึกษาข้อมูลทางการตลาด พบว่าข้อได้เปรียบคือ
บริษัทมีประสบการณ์และมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงกว่าบริษัทอื่น และพนักงานมีคุณภาพ ข้อเสียเปรียบคือ
ลักษณะการให้บริการมีลักษณะคล้ายคลึงกับบริษัทอื่น ยังไม่โดดเด่นและชื่อเสียงยังไม่เป็นที่รู้จักในม
กว้าง จุดแข็งของบริษัท คือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ จากการที่ต้องผ่านการอบรมตามหลักสูตร
ใบอนุญาตการรักษาความปลอดภัยและผู้บริหารมีความชำนาญ มีประสบการณ์ โดยกลยุทธ์ที่บริษัทมี
การวางแผนนำมาใช้ คือ ควบคุมคุณภาพของพนักงานรักษาความปลอดภัยและเพิ่มจำนวนสาขาใน
บริเวณที่ให้บริการ มีการจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขาย และด้านบุคคลจะจัดให้มีสวัสดิการที่ดี
เหมาะสมกับรายละเอียดงานที่ได้รับ

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, บริษัทรักษาความปลอดภัย, พนักงานรักษาความปลอดภัย

Juntragantanon, R. M.M.E. (Entrepreneurship), September 2020, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Security Business (50 pp.)

Advisors: Luckxawan Pimsawadi, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this business plan is to study the efficiency of organizations in the field of corporate development. As well as planning for long-term development, including finding disadvantages and disadvantages so that it can be corrected as quickly as possible. And promote strengths to be more stable The Grissada Security Company Limited provides security for residences and various business sectors.

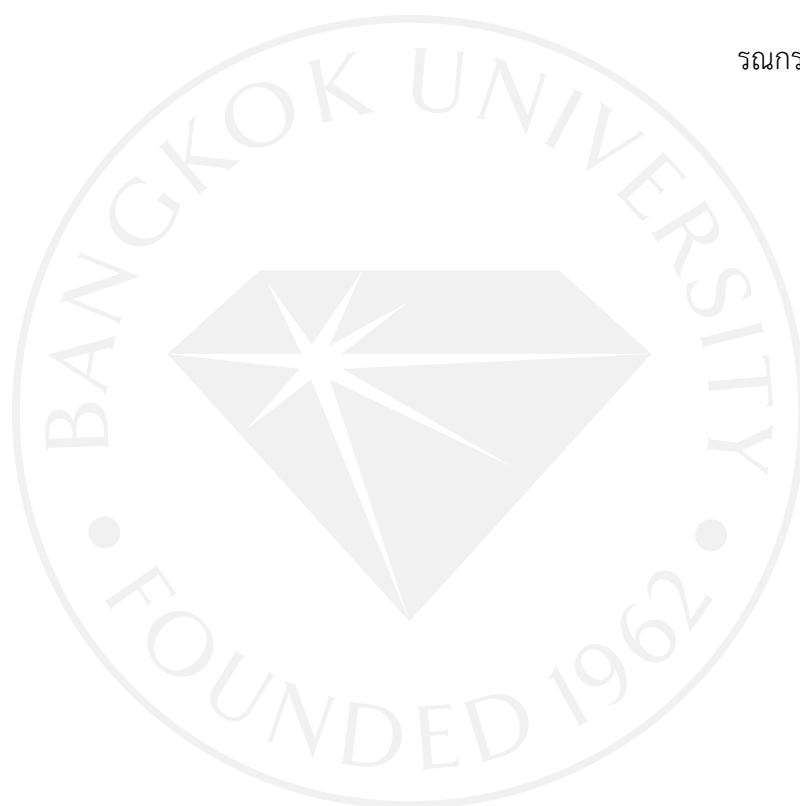
In this business plan has studied the marketing information. It has found the advantage that the company has a higher experience, market share and quality staff than other companies. The disadvantage is the service nature is similar to other companies. The disadvantage is that the service is similar to other companies and does not have a broad reputation. The company's strength is its employees who are reliable. From training under the security license course and experienced management, the strategy that the company has planned is to control the quality of the security personnel. Moreover, this business has increased the number of branches in the service area. There are many promotions to promote sales and the personal side will provide good welfare suitable for the job description received.

Keywords: Business Plan, Security Company, Security Guard

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องจากความอนุเคราะห์จากท่าน ดร.ธีระศักดิ์ ณ ระนอง ที่ได้ให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องในงานตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนไปได้ด้วยดีรวมถึงอาจารย์ทุกท่านของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ สำหรับความรู้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ผู้วิจัยทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

รณกร จันทรวงศ์ตานนท์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำตัวธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ (ให้บริการตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด)	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	1
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	6
1.4 รูปแบบของธุรกิจ (Business Model Canvas)	6
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด (สภาพอุตสาหกรรม)	10
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	15
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ	17
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	19
3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค	21
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์/บริการ	25
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	27
4.3 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด	29
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน	30
5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน รวมถึงคุณสมบัติของ บุคลากรที่ต้องสรรหา	31
5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ) แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร (การฝึกอบรม การจูงใจ และรักษาบุคลากร)	35
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง	36
6.2 ขั้นตอนและวิธีการให้บริการ	38
6.3 กระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ	39
6.4 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ	32
6.5 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ	32
บทที่ 7 แผนการเงิน	
7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของเงินทุน	40
7.2 สมมติฐานทางการเงิน	34
7.3 ประมาณการงบการเงิน	40
7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน	47
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
8.1 แผนฉุกเฉิน	48
8.2 แผนอนาคต	48
บรรณานุกรม	49
ประวัติผู้เขียน	50
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: แสดงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model Canvas)	7
ตารางที่ 3.1: Tows Matrix	21
ตารางที่ 5.1: ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากร	31
ตารางที่ 7.1: แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน	40
ตารางที่ 7.2: แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อม	41
ตารางที่ 7.3: แสดงการประมาณรายได้	42
ตารางที่ 7.4: แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย	42
ตารางที่ 7.5: แสดงงบกำไรขาดทุน	44
ตารางที่ 7.6: กำไรสะสม สถานการณ์ปกติ	44
ตารางที่ 7.7: แสดงงบแสดงฐานะทางการเงิน	45
ตารางที่ 7.8: แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	45
ตารางที่ 7.9: แสดงกระแสเงินรับตลอดโครงการ	47

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: โลโก้ของบริษัท	1
ภาพที่ 1.2: ใจจดทะเลเบียนประกอบธุรกิจ	2
ภาพที่ 1.3: ใบอนุญาตประกอบธุรกิจรักษาความปลอดภัย	2
ภาพที่ 1.4: ใบอนุญาตพนักงานรักษาความปลอดภัย	5
ภาพที่ 1.5: ใบอนุญาตประกอบธุรกิจรักษาความปลอดภัย	5
ภาพที่ 1.6: ตัวอย่างหนังสือความร่วมมือ	6
ภาพที่ 2.1: เปรียบเทียบด้านความนิยมในผลิตภัณฑ์และการบริการ	16
ภาพที่ 3.1: BCG Matrix	18
ภาพที่ 4.1: ผู้ใช้บริการแยกตามประเภทกิจการ	26
ภาพที่ 4.2: ผู้ใช้บริการแยกตามพื้นที่เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	26
ภาพที่ 4.3: ผู้ใช้บริการแยกตามพื้นที่เขตภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก	27
ภาพที่ 5.1: ผังโครงสร้างองค์กรบริษัท	30
ภาพที่ 6.1: Process and Capacity Design	38
ภาพที่ 6.2: ขั้นตอนการให้บริการ	39

บทที่ 1

บทนำ

1.1 แนะนำตัวธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ (ให้บริการตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด)

บริษัทรักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด ให้บริการเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัย ความปลอดภัย สำหรับที่พักอาศัย ความปลอดภัย สำหรับภาคธุรกิจ

- 1) โรงงานอุตสาหกรรม
- 2) สถานประกอบการขนาดใหญ่
- 3) สถานทูต
- 4) ธนาคาร
- 5) สำนักงาน
- 6) ความปลอดภัย สำหรับสถานที่ประเภทอื่น

ภาพที่ 1.1: โลโก้ของบริษัท



1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

บริษัทรักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด จัดตั้งอยู่ที่จังหวัดนครราชสีมา มีประสบการณ์ การให้บริการมากกว่า 14 ปี บริษัทรักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด เราให้บริการเกี่ยวกับการรักษา ความปลอดภัย ลูกค้าของทางบริษัทมีหลากหลายธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น สำนักงาน โรงงานอุตสาหกรรม ธนาคาร โดยมีลูกค้าที่ให้ความไว้วางใจมากกว่า 112 บริษัท

บริษัท กฤษดา รักษาความปลอดภัย จำกัด บริหารงานโดย คุณกฤษดา หงษ์อินทร์ กรรมการผู้จัดการ จุดมุ่งหมายของ บริษัท กฤษดา รักษาความปลอดภัย จำกัด คือ “เราพร้อมที่จะ

ให้บริการแบบครบวงจร เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของท่าน”
 จดทะเบียนเมื่อ ปี 2549 ทุนจดทะเบียน 1,000,000.00 บาท ให้บริการแก่บริษัทฯ ห้างร้าน
 สำนักงานต่าง ๆ

ภาพที่ 1.2: ใบจดทะเบียนประกอบธุรกิจ

ภ.พ.20
 ใบทะเบียนภาคีมูลค่าเพิ่ม กรมสรรพากร

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0-00000-00000-0000

ชื่อผู้ประกอบการ บริษัท บัญชีการค้าพาณิชย์ จำกัด

ชื่อสถานประกอบการ บริษัท บัญชีการค้าพาณิชย์ จำกัด

เป็น สำนักงานใหญ่ สาขาที่

ตั้งอยู่ อาคาร ห้องเลขที่ ชั้นที่

หมู่บ้าน เลขที่ 45/45

หมู่ที่ 2/1 ซอย/ตรอก ถนน

ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต เมืองนครราชสีมา

จังหวัด ราชสีมา รหัสไปรษณีย์ 30000 โทรศัพท์

วันที่ให้เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียน 2549

ออกให้เมื่อวันที่ 2549

ผู้ออกทะเบียน (นายสุวิทย์ ชัยวัฒน์) ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ

วันที่ออก 2549

ภาพที่ 1.3: ใบอนุญาตประกอบธุรกิจรักษาความปลอดภัย

แบบ ธก.๒
 ทะเบียนเลขที่ นม ๒๖๐๐๑๗

ใบอนุญาตประกอบธุรกิจรักษาความปลอดภัย

หนังสือสำคัญฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

บริษัทรักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด

ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจรักษาความปลอดภัย ตามความในมาตรา ๑๖ แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจรักษาความปลอดภัย พ.ศ. ๒๕๕๕

ที่ตั้งสถานประกอบธุรกิจรักษาความปลอดภัย

ที่อยู่ อาคาร ห้องเลขที่ หมู่ที่ ซอย/ตรอก ถนน ชั้นที่

เลขที่ ๕๕๒/๕๕ หมู่ที่ ๒ ซอย/ตรอก ถนน

แขวง/ตำบล สุรนารี เขต/อำเภอ เมืองนครราชสีมา

จังหวัด นครราชสีมา รหัสไปรษณีย์ ๓๐๐๐๐

ใบอนุญาตประกอบธุรกิจรักษาความปลอดภัยฉบับนี้ ให้มีอายุถึง นับแต่วันนี้ออกใบอนุญาตตามตรา ๑๕ แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจรักษาความปลอดภัย พ.ศ. ๒๕๕๕

ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๕ เดือน สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

สิ้นอายุ ณ วันที่ ๑๕ เดือน สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

พลตำรวจตรี (สุภากร คำสิงห์นอก) นายทะเบียน

1.2.1 Consumer Research

ตลาดของธุรกิจรักษาความปลอดภัยในปัจจุบัน รวมไปถึงแนวโน้มในอนาคตมีลักษณะกว้างขวางและมีคู่แข่งเกิดใหม่มากมายตลอดเวลา ธุรกิจระบบรักษาความปลอดภัย ยังคงเป็นธุรกิจที่จำเป็นและสามารถเติบโตได้ในอนาคต สำหรับลูกค้าทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐ มีอัตราการเจริญเติบโตในภาคเอกชนที่เพิ่มมากขึ้น จากอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดเวลา และมีพื้นที่รองรับเสมอสำหรับบริษัทจัดตั้งใหม่ เพราะลูกค้ามีทุกระดับตั้งแต่ว่าจ้างดูแลบ้านพัก คอนโดมิเนียม รีสอร์ท โรงแรม โรงเรียน โกดังคลังสินค้าเอกชน จนถึงนิคมอุตสาหกรรม ขนาดใหญ่ ขนาดเล็ก แทนชุดเจาะน้ำมัน แต่มาตรฐานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยจะมีประสิทธิภาพอย่างไร ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงาน มาตรฐานของบริษัท และการควบคุมดูแลของบริษัทนั้น ๆ

โดยในปัจจุบันลูกค้าหลักของทางธุรกิจรักษาความปลอดภัย ประกอบไปด้วย ภาคเอกชน ภาครัฐ และ ภาคครัวเรือนทั่วไป โดยผลิตภัณฑ์ที่เราสามารถพบเห็นได้ง่ายสุดในการรักษาความปลอดภัย คือ กล้องวงจรปิด(CCTV) โดยการให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยในปัจจุบันมีสูงขึ้น เนื่องด้วยค่านิยมความคิด แนวคิดของประชากรส่วนมากเปลี่ยนแปลงและมีการปรับตัวเข้ากับยุคสมัย นอกจากนี้ยังรวมถึง อัตราการเกิดอาชญากรรมที่สูงขึ้นในปัจจุบันด้วย ทำให้ตลาดและผู้บริโภคมีความต้องการใช้ในธุรกิจรักษาความปลอดภัยสูงขึ้น และยังมีแนวโน้มสูงมากขึ้นในอนาคต

1.2.2. Market Size Estimation

1) ปัจจัยด้านราคา

พบว่า ราคาสำหรับราคาสินค้าขึ้นอยู่กับชื่อแบรนด์ของบริษัท โดยธุรกิจรักษาความปลอดภัยประเภท รปภ. เริ่มต้นราคาตั้งแต่ 16,500 ถึง 27,000 บาท สำหรับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และราคา 19,500-35,500 สำหรับหัวหน้าเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

2) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้นในปัจจุบัน ทั้งที่สามารถติดต่อสั่งซื้ออุปกรณ์และสอบถามบริการต่าง ๆ ได้ที่หน้าร้าน หรือสามารถติดต่อสอบถามข้อมูล หรือสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ของบริษัท อีกทั้งยังสามารถติดต่อธุรกิจผ่านตัวแทนของบริษัทได้เช่นกัน

3) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าในปัจจุบันการส่งเสริมการตลาด การชักจูงลูกค้าให้สนใจในสินค้าและบริการของเรา โดยใช้เครื่องมือการโฆษณาผ่านสื่อ Social Network เช่น Facebook Website เป็นสิ่งที่จำเป็นและควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก รวมไปถึงการให้ข้อมูลสินค้าและบริการอย่างละเอียด ครบถ้วน และมีความชัดเจน เข้าใจได้ง่าย จะช่วยส่งเสริมให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของสินค้าและบริการต่างๆของบริษัทได้ง่ายมากขึ้น และยังง่ายต่อการตัดสินใจด้วยเช่นกัน นอกจากนี้การมีโปรโมชั่นต่าง ๆ

จูงใจลูกค้า ทั้งในด้านราคาและคุณภาพ เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย เพิ่มยอดขาย เพิ่มปริมาณเงินสดหมุนเวียนของกิจการ และช่วยเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของกิจการ เป็นสิ่งที่ควรทำ เพื่อให้ธุรกิจเป็นที่น่าดึงดูดในตลาดเพิ่มมากขึ้น

4) ปัจจัยทางด้านบุคคล/พนักงาน

พบว่า คุณสมบัติของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ต้องประกอบด้วย ความซื่อสัตย์ สุจริต ความมีมาตรฐานในการรักษาความปลอดภัย ระยะเวลาฝึกอบรม ทักษะ และการเป็นมืออาชีพของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย รวมไปถึงมาตรฐานของสินค้าที่ใช้ในการรักษาความปลอดภัย ควร มีขั้นตอนการผลิตและตรวจสอบเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ทางกฎหมาย มีคุณภาพตามเกณฑ์ สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ และสามารถตรวจสอบได้เสมอ ปัจจัยทางด้านบุคคล/พนักงานพบว่า คุณสมบัติของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ต้องประกอบด้วยมาตรฐานรักษาความปลอดภัย ระยะเวลาฝึกอบรม ทักษะ และการเป็นมืออาชีพของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย โดยทางบริษัทได้มีการจัดฝึกอบรมตาม หลักสูตรการรักษาความปลอดภัย ตาม พ.ร.บ. ธุรกิจรักษาความปลอดภัย พ.ศ. ๒๕๔๘ โดยวิชาที่ฝึกอบรมคือ

- ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจรักษาความปลอดภัย
- กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัย
- การรักษาความปลอดภัยขั้นพื้นฐาน
- การเขียนรายงาน
- การเตรียมพร้อมกรณีเหตุฉุกเฉิน
- การติดต่อสื่อสาร
- หลักการใช้กำลัง
- การปฐมพยาบาลเบื้องต้น
- การจัดการจราจร
- การฝึกภาคสนาม ฝึกบุคคลท่ามือเปล่า การใช้กระบอง ดับเพลิง และ ฯลฯ

ภาพที่ 1.6: ตัวอย่างหนังสือความร่วมมือ



1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

- 1.3.1 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กรในด้านการพัฒนาองค์กรต่าง ๆ
- 1.3.2 เสนอแนวคิดในมุมมองของผู้บริโภคให้แก่ทางองค์กร
- 1.3.3 นำเสนอแผนธุรกิจไปจนถึงขั้นตอนการให้บริการของบริษัทรักษาความปลอดภัย

กฤษฎดา จำกัด

- 1.3.4 เพื่อวางแผนในการพัฒนาระยะยาว รวมไปถึงการหาข้อเสีย จุดด้อย เพื่อที่จะสามารถนำมาแก้ไขให้เร็วที่สุด และส่งเสริมจุดแข็งให้มีความมั่นคงมากยิ่งขึ้น

1.4 รูปแบบของธุรกิจ (Business Model Canvas)

1.4.1 Marketing Strategy/Marketing Mix Strategy

Business Model Canvas ประกอบไปด้วย

- 1) Value Propositions: คุณค่าของธุรกิจ
- 2) Customer Segment: กลุ่มของลูกค้า
- 3) Customer Relationships: การสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า
- 4) Channels: ช่องทางการเข้าถึง
- 5) Key Activities: สิ่งที่ต้องทำเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจนี้
- 6) Key Partnerships: พาร์ทเนอร์หลักของธุรกิจ
- 7) Key Resource: ทรัพยากรที่จำเป็นของบริษัท

8) Cost Structure: ค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจ

9) Revenue Streams: รายได้ของธุรกิจ

ตารางที่ 1.1: แสดงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model Canvas)

Cost structure <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนทางการบริหารจัดการ - ต้นทุนทางการตลาด 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> - ค่าบริการจากการว่าจ้างระบบรักษาความปลอดภัย - รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์/อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย 		
Key Partnerships ลูกค้าภาครัฐ - หน่วยงานทางราชการและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถไฟฟ้า/รถไฟใต้ดิน เส้นทางคมนาคม สถานีรถบริการขนส่งสาธารณะต่าง ๆ ฯลฯ ลูกค้าภาคเอกชนธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงิน โรงแรม สถานทูต โรงงาน อุตสาหกรรม คอนโดมิเนียม	Key Activities - ให้บริการรักษาความปลอดภัยหรือธุรกิจ ให้บริการรับจัดหาพนักงานรักษาความปลอดภัย (รปภ.) - จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์/อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย ซึ่งประเภทของอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยนั้นมีหลากหลายประเภท ได้แก่	Value Propositions บริษัทมีการรองรับมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย มีการฝึกอบรมพนักงานตามหลักสูตร และมีการจัดอบรมจรรยาบรรณวิชาชีพให้แก่พนักงาน	Customer Relationships อาชีพรักษาความปลอดภัยจัดเป็นหนึ่งในอาชีพบริการประเภทหนึ่ง พนักงานจึงถูกกวาดขันให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีการดูแล มีมารยาทและยังมีการประกันภัยให้กับลูกค้าด้วย	Customer Segments กลุ่มลูกค้าของบริษัท มีทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และบุคคลทั่วไป

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): แสดงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model Canvas)

Key Partnerships หมู่บ้านจัดสรร ร้านขายทอง อาคารที่ ให้บริการเช่า	Key Activities ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (Closed Circuit Television System : CCTV) ระบบ สัญญาณอัตโนมัติที่ทำงานคู่ กับระบบกล้องโทรทัศน์วงจร ปิด เครื่องมือตรวจจับวัตถุ ระเบิดแบบที่ใช้ตามท่าอากาศยาน เครื่องสแกนตรวจค้นตัว ระบบสัญญาณกันขโมย ระบบสัญญาณแจ้งภัยแบบไร้ สาย ระบบตรวจจับอาวุธโดย คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ระบบ ควบคุมการเข้า-ออกประตู ประตูนิรภัยอัตโนมัติที่จะ ล็อกปิดทันทีเมื่อเกิดเหตุร้าย ขึ้น ระบบสัญญาณแจ้งภัย โดยบุคคล ฯลฯ			
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> - ฐานข้อมูลลูกค้า - พนักงานรักษาความ สะอาด - อุปกรณ์เครื่องมือรักษา ความปลอดภัย และสินค้า สำหรับระบบเตือนภัย 		Channels มีช่องทางการ ติดต่อทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ใน การติดต่อลูกค้า หรือทำการ ประชาสัมพันธ์	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): แสดงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model Canvas)

Cost structure	Revenue Streams
<ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนทางการบริหารจัดการ - ต้นทุนทางการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าบริการจากการว่าจ้างระบบรักษาความปลอดภัย - รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์/อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย



บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด (สภาพอุตสาหกรรม)

2.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)

P–Political

ปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับด้านการเมืองปัจจุบันและนโยบายต่างๆที่ภาครัฐบาลเป็นผู้ออก และส่งผลกระทบต่อโอกาสในการดำเนินธุรกิจบริษัทรักษาความปลอดภัย ครอบคลุมทั้งการเมืองภายในประเทศไปจนถึงการเมืองระหว่างประเทศ เช่น นโยบายของภาครัฐทั้งนโยบายระยะยาว และระยะสั้น ตัวอย่างเช่น นโยบาย Thailand 4.0 และการให้สิทธิทางการค้าต่าง ๆ รวมไปถึงนโยบายกำกับภาษีต่าง ๆ เขตการค้าเสรีในเชิงธุรกิจ การยกเว้นภาษีสำหรับธุรกิจบางประเภท รวมไปถึง อสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ ข้อจำกัดทางการค้า กฎหมายแรงงาน

E–Economic

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและการเงินต่าง ๆ ในประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจของกิจการ โดยมีความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ ของการวิเคราะห์ธุรกิจ โยปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อโอกาสทางธุรกิจบริษัทรักษาความปลอดภัย เช่น แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราการแลกเปลี่ยนและเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ยนโยบายต่าง ๆ อัตราเงินเฟ้อ อัตราการว่างงาน อัตราการจ้างงาน GDP GNP และรายได้ประชาชาติ ที่สะท้อนถึงกำลังซื้อของลูกค้า (Purchasing Power) ต้นทุนในการทำธุรกิจ เช่น ค่าแรงงาน ค่าวัตถุดิบ ต้นทุนทางการเงิน เป็นต้น

S–Social

ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ นิัยใจคอ พฤติกรรมต่าง ๆ ของลูกค้า โดยรวมไปถึงพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการด้วย โดยปัจจัยทางด้านสังคมจะเป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละตลาดที่เราสนใจ โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อโอกาสทางธุรกิจบริษัทรักษาความปลอดภัย เช่น ทิศนคติต่อการทำงาน คนส่วนมากอาจจะมองว่าอาชีพรักษาความปลอดภัย เป็นอาชีพที่ไม่มีเกียรติ หรือได้รับค่าตอบแทนต่ำ วัฒนธรรม ความเชื่อ ธรรมเนียม ประเพณีต่าง ๆ อัตราการเติบโตของประชากร อายุเฉลี่ยของประชากร รูปแบบการใช้ชีวิตในสังคม กระแสสังคม (Trends) ในช่วงเวลานั้น ๆ พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า เช่น จำนวนสินค้าที่ซื้อในแต่ละครั้ง สาขาที่ชอบหรือเดินทางไปซื้อได้สะดวก ราคาหรือบริการที่พึงพอใจ การทำโฆษณา ต่างๆก็สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เช่นกัน วิธีการโฆษณา คอนเทนต์ต่าง ๆ ที่เลือกใช้เพื่อสื่อความหมายให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย และช่องทางที่ใช้ในการโฆษณาต่าง ๆ

T-Technology

ปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยีที่ทำการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับธุรกิจที่เราสนใจ และที่ส่งผลกระทบต่อโอกาสทางธุรกิจบริษัทรักษาความปลอดภัย เช่น การวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เช่น การตรวจสอบว่าเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานส่วนใหญ่อยู่ในระดับไหน รวมไปถึงการมีบุคลากรด้านเทคโนโลยีที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ได้มากน้อยแค่ไหน ระบบเทคโนโลยีอัตโนมัติต่าง ๆ ระบบ AI และการเข้าถึงเทคโนโลยีของกลุ่มลูกค้า เช่น การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต คนส่วนมากใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารในรูปแบบใด เพื่อที่เราจะได้นำมาวิเคราะห์และพัฒนาต่อยอดแผนธุรกิจได้ต่อไป

E-Environment

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม โดยปัจจัยนี้จะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ในด้านโลจิสติกและการขนส่งต่าง ๆ โดยปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อโอกาสทางธุรกิจบริษัทรักษาความปลอดภัย เช่น สภาพของโลก สภาพภูมิอากาศ ลักษณะทางธรรมชาติ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ เช่น ในพื้นที่ที่เราทำธุรกิจนั้น ประสิทธิภาพชีวิตทางธรรมชาติบ่อยหรือไม่ และมีแนวทางป้องกัน รับมือภัยพิบัติต่าง ๆ แบบไหน สภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศเอื้ออำนวยต่อธุรกิจหรือไม่ รวมไปถึงกฎระเบียบและนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ต้องปฏิบัติตาม เพื่อรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม

L-Legal

ปัจจัยด้านกฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยส่วนมากมักจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจในลักษณะของข้อห้ามหรือข้อจำกัดบางอย่าง โดยปัจจัยด้านกฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อโอกาสทางธุรกิจบริษัทรักษาความปลอดภัย เช่น กฎหมายแรงงาน รวมไปถึงกฎหมายที่คุ้มครองแรงงาน และสิทธิประโยชน์ขั้นพื้นฐานที่ต้องให้กับแรงงาน กฎหมายค่าแรงขั้นต่ำ (Minimum Wage) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เช่น อย. หรือ กฎหมายฉลากต่าง ๆ กฎหมายลิขสิทธิ์ กฎหมายเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย เรื่องที่เกี่ยวกับภาษีต่าง ๆ เช่น อัตราภาษี การยกเว้นภาษี สิทธิพิเศษทางภาษีต่าง ๆ ระเบียบ กฎ และข้อบังคับเกี่ยวกับการทำธุรกิจ เช่น เงื่อนไขการก่อตั้งบริษัท เงื่อนไขในการลงทุน สัดส่วนการลงทุนตามที่กฎหมายกำหนด

2.1.1.1 Business Environment Analysis

มีพื้นที่ตลาดรองรับใหม่

ธุรกิจระบบรักษาความปลอดภัย ยังคงเป็นธุรกิจที่จำเป็นและสามารถเติบโตได้ในอนาคต สำหรับทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐ โดยมีอัตราการเจริญเติบโตในภาคเอกชนเพิ่มมากขึ้น จากอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดเวลา

1) ตลาดใหญ่แค่ไหน

จากขอบเขตการศึกษาวิจัยครั้งนี้กำหนดศึกษาตลาดคู่แข่งแค่เพียงในจังหวัด นครราชสีมา พบว่ามีคู่แข่งในตลาดของธุรกิจประเภทบริษัทรักษาความปลอดภัยอยู่จำนวนมากและ มีการแข่งขันสูง

2) ขนาดของตลาด

ขนาดของตลาดมีขนาดใหญ่ ธุรกิจประเภทบริษัทรักษาความปลอดภัยมีกระจาย ครอบคลุมในหลายพื้นที่ของจังหวัดนครราชสีมา

3) คู่แข่ง

คู่แข่งในตลาดของบริษัทรักษาความปลอดภัย มีเป็นจำนวนมาก แต่ขอบเขตในการ ศึกษาวิจัยจะพิจารณาจากเฉพาะคู่แข่งในจังหวัดนครราชสีมา ประกอบไปด้วย บริษัทรักษาความ ปลอดภัยมานพ การ์ด จำกัด, Siam J.S. Security Guard Co.,Ltd. บริษัทรักษาความปลอดภัย (ไทย แลนด์) จำกัด และบริษัทรักษาความปลอดภัย พี เอ เค ซีเคียวริตี้ การ์ดจำกัด

3) Demand

จากการเปรียบเทียบความต้องการซื้อบริการรักษาความปลอดภัยของภาครัฐและ ภาคเอกชน พบว่า มีอัตราความต้องการซื้อในภาคเอกชนมากกว่า เนื่องจากลูกค้าภาคเอกชนรายใหม่ จะมีแนวโน้มช่วยผลักดันการขยายตัวของธุรกิจรักษาความปลอดภัยเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

1.1.1.3 Opportunity Analysis

1) จุดขาย

การการันตีด้วยมาตรฐาน วิสัยทัศน์ ที่ชัดเจน ชื่อเสียงขององค์กร โปรโมชันที่ดึงดูด ลูกค้า การรับประกันและการดูแลหลังการขายที่ดี รวมไปถึง ความนิยมจากลูกค้าที่เคยใช้บริการและ บอกต่อแก่คนอื่น ๆ

2) ข้อแตกต่าง

สามารถครอบคลุมลูกค้าได้กว้างกว่าบริษัทคู่แข่งในขอบเขตที่ศึกษา ในจังหวัด นครราชสีมา ที่นำมาเปรียบเทียบกับัน โดยวัดจากจำนวนลูกค้าในพื้นที่ที่ให้บริการ

3) Target Market

กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจรักษาความปลอดภัยหลักๆ คือ ภาคเอกชน บริษัท อุตสาหกรรมต่าง ๆ ธนาคาร บ้านจัดสรร หอพัก อพาร์ทเมนต์ คอนโด คลังสินค้า ห้างสรรพสินค้า ต่าง ๆ รวมไปถึงหน่วยครัวเรือนที่ต้องการอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย หรืออุปกรณ์เตือนภัยต่าง ๆ ด้วย

1.1.1.4 Pain Point

ปัญหาหลักของธุรกิจรักษาความปลอดภัยที่พบได้หลัก ๆ เช่น ปัญหาด้านการขาดบุคลากรที่ดี และมีคุณภาพ ปัญหาอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยขัดข้อง และไม่สามารถแก้ไขได้ทันเวลา ปัญหาค่าตอบแทนที่ไม่คุ้มค่า ปัญหาการขาดความน่าเชื่อถือของพนักงานรักษาความปลอดภัย

1.1.1.5 Customer Value Proposition

คุณค่าที่ผู้ให้บริการรักษาความปลอดภัยจะสามารถให้กับลูกค้าได้ คือ การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า และให้ความปลอดภัยในระดับสูงสุด ตามที่ลูกค้าต้องการ

1.1.1.6 Target Group Analysis

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายลูกค้าในอนาคต จำเป็นที่จะต้องพิจารณาหลายปัจจัยเช่น การเมือง การเงิน เศรษฐกิจ อัตราว่างงาน เทรนด์ความนิยมในด้านต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรม การผลิต สื่อต่าง ๆ โดยภาคเอกชนก็ยังคงมีแนวโน้มที่จะขยายตัวในอนาคตเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน และธุรกิจรักษาความปลอดภัยก็จะขยายตัวเพื่อตอบสนองด้วยเช่นกัน

2.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยกดดันต่อธุรกิจหรือการประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรม (Porter's Five Forces Model)

2.1.2.1 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power)

ลูกค้าส่วนใหญ่มีอำนาจต่อรองที่ชัดเจน เพราะมีทางเลือกที่หลากหลายบริษัท เนื่องจากเป็นธุรกิจรักษาความปลอดภัยเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง โดยวัดจากความน่าเชื่อถือของธุรกิจ ผู้ใช้บริการสามารถเปลี่ยนไปใช้บริการบริษัทอื่น ๆ ได้หากไม่พอใจในประสิทธิภาพการทำงาน ตามความต้องการ ความพึงพอใจ และปัจจัยในด้านอื่น ๆ

2.1.2.2 อำนาจต่อรองจากผู้ขาย/ผู้ให้บริการ (Power of Suppliers)

ปัจจัยหลักที่จะทำให้ธุรกิจรักษาความปลอดภัย อยู่ได้ในตลาด หรือประสบความสำเร็จเป็นอันดับหนึ่งนั้น ขึ้นอยู่กับพนักงานของบริษัท ซึ่งจะมีอำนาจต่อรองไม่มากนัก เพราะเราต้องการแรงงานเหล่านี้ แต่ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มียอดขายสูงก็อาจจะมีอำนาจต่อรองกับ Supplier ได้มากขึ้นในด้านของคุณภาพของอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย คุณภาพของพนักงานรักษาความปลอดภัย แต่สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยหรือผู้ประกอบการรายใหม่ ก็จะมีอำนาจต่อรองกับ Supplier ได้น้อยกว่า

2.1.2.3 การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants) ใน

ปัจจุบันตลาดของธุรกิจรักษาความปลอดภัย มีการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการรายใหม่มีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แต่การเข้าถึงฐานข้อมูลของลูกค้าซึ่งมีการกระจายตัวของสถานที่ตั้ง ต้องอาศัยเวลา

และผลงานที่สร้างความเชื่อมั่น และมีความน่าเชื่อถือในการบริการให้แก่ลูกค้า จนเกิดเป็น ความสัมพันธ์ที่คุ้นเคย (Brand Loyalty)

2.1.2.4 การแข่งขันของคู่แข่งในธุรกิจสายงานเดียวกัน (Industry Rivalry) การแข่งขัน กันในตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเดียวกัน เป็นการแข่งกันอย่างเสรี ลูกค้าเป็นผู้มีสิทธิเลือก และตัดสินใจใช้บริการ การแข่งขันอาจจะตัดกันที่ราคาของสินค้าและบริการ หรือรวมไปถึงการ ประกันภัย สิทธิพิเศษและส่วนลดที่อาจจะได้รับเมื่อเลือกใช้บริการ

2.1.2.4 การคุกคามจากสินค้าหรือการบริการทดแทน (Threat of Substitutes) ในยุค ปัจจุบันที่เทคโนโลยีต่าง ๆ มีการพัฒนาอย่างก้าวหน้าและต่อเนื่อง อาจจะมีสินค้าทดแทนที่เกิดขึ้นใน ตลาดธุรกิจรักษาความปลอดภัยได้ เช่นการใช้ระบบคอมพิวเตอร์วางโปรแกรมรักษาความปลอดภัย แทนมนุษย์ หรือการนำ AI มาประยุกต์ใช้ เพื่อลดต้นทุนในการจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัย ข้อได้เปรียบ

- 1) บริษัทที่มีประสบการณ์ และมีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ที่สูงกว่าจะ ได้เปรียบคู่แข่งในตลาดธุรกิจประเภทเดียวกัน
- 2) ผู้บริหารที่มีความรู้ด้านการบริหาร จะช่วยให้มีการปรับเปลี่ยนการให้บริการและ สินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น
- 3) ที่ตั้งของกิจการ ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าเช่นกัน หากที่ตั้งอยู่ใกล้เมื่อเกิด ปัญหา ก็สามารถขอความช่วยเหลือ แก้ไขได้อย่างทันเวลา
- 4) พนักงานที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานในการทำงานจะส่งผลดีต่อชื่อเสียงของบริษัทในระยะยาว

ข้อเสียเปรียบ

- 1) ลักษณะการให้บริการยังมียุทธศาสตร์คล้ายคลึงกับบริษัทอื่น ๆ ไม่โดดเด่น ยัง ไม่มีความแตกต่างมากนัก
- 2) ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือของบริษัทอาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักในมุมกว้างมากนัก โอกาสที่จะขยายตลาดไปสู่ลูกค้ารายใหญ่และรายย่อยอื่น ๆ จึงอาจจะมีลดลง
- 3) ธุรกิจรักษาความปลอดภัยมักเป็นธุรกิจที่อาจจะมีการทำสัญญาว่าจ้าง เป็นช่วง ระยะเวลาที่ยาวนาน ทำให้มีอัตราส่วนการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดได้ยากมากขึ้น

2.2 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น

2.2.1 คู่แข่งขัน (คู่แข่งชั้นทางตรง/ทางอ้อม) คือใคร

2.2.1.1 คู่แข่งทางตรง

คู่แข่งในตลาดของบริษัทรักษาความปลอดภัย มีเป็นจำนวนมาก แต่ขอบเขตในการศึกษาวิจัยจะพิจารณาจากเฉพาะคู่แข่งในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเลือกมาเพียง 4 บริษัทจากคะแนนความนิยม ประกอบไปด้วย

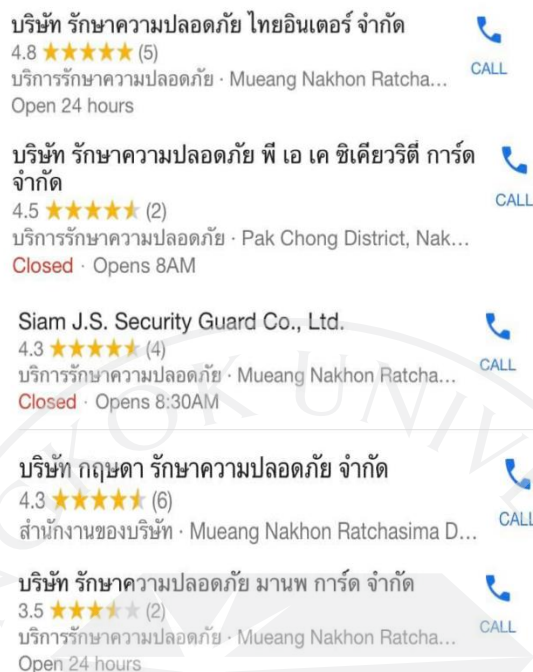
- 1) บริษัทรักษาความปลอดภัยมานพ การ์ด จำกัด
- 2) Siam J.S. Security Guard Co.,Ltd.
- 3) บริษัทรักษาความปลอดภัย (ไทยแลนด์) จำกัด
- 4) บริษัทรักษาความปลอดภัย พี เอ เค ซีเคียวริตี้ การ์ดจำกัด

2.2.1.2 คู่แข่งทางอ้อม

คู่แข่งในตลาดของบริษัทรักษาความปลอดภัย ที่เป็นคู่แข่งทางอ้อม ซึ่งในขอบเขตการวิจัยอาจไม่ได้กล่าวถึงชัดเจนมากเท่าคู่แข่งทางตรง ซึ่งคู่แข่งทางอ้อมอาจจะมาจากบริษัทที่ผลิตอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง แทนการใช้พนักงานรักษาความปลอดภัย หรือใช้กล้องวงจรปิด

2.2.2 เปรียบเทียบคู่แข่งชั้นกับธุรกิจ ในด้านผลิตภัณฑ์/ราคา/คุณภาพ พันธมิตรทางธุรกิจ หรือเครือข่ายทางสังคม

ภาพที่ 2.1: เปรียบเทียบด้านความนิยมในผลิตภัณฑ์และการบริการ



จะพบว่า จากความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการให้คะแนนความพึงพอใจไว้ บริษัทรักษาความปลอดภัย (ไทยแลนด์) จำกัด มาเป็นอันดับหนึ่ง ตามด้วยบริษัทรักษาความปลอดภัย พี เอ เค ซิเคียวริตี้ การ์ด จำกัด และสองลำดับที่คะแนนเท่ากัน คือ บริษัท กฤษดา รักษาความปลอดภัย จำกัด และ Siam J.S. Security Guard Co.,Ltd. ลำดับสุดท้าย คือ บริษัทรักษาความปลอดภัยมานพ การ์ด จำกัด

2.2.3 เปรียบเทียบด้านราคา

สำหรับราคาสินค้าขึ้นอยู่กับชื่อแบรนด์ของบริษัทตั้งแต่ 16,500 ถึง 27,000 บาท สำหรับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และ 19,500-35,500 สำหรับหัวหน้าเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย โดยไม่มีการระบุราคาที่ชัดเจน เพราะขึ้นอยู่กับสถานที่และรายละเอียดของงานที่ได้รับมอบหมาย แต่โดยรวมราคาของบริการรักษาความปลอดภัยค่อนข้างใช้เป็นราคาตลาดที่ไม่แตกต่างกันจนมีนัยยะสำคัญ

บทที่ 3
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ

3.1.1 การประเมิน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของธุรกิจ

3.1.1.1 SWOT Analysis

1) Strength (s)

- ผู้บริหารมีความชำนาญ มีประสบการณ์
- พนักงานมีความน่าเชื่อถือ จากการที่ต้องผ่านการอบรมตามหลักสูตร

ใบอนุญาตการรักษาความปลอดภัย

2) Weakness (w)

- ไม่มีความโดดเด่นทางด้านบริการ โดยดูจากความนิยมของลูกค้า
- ไม่มีภาพลักษณ์ที่น่าจดจำในส่วนของบริษัทรักษาความปลอดภัย

ผู้ใช้บริการ

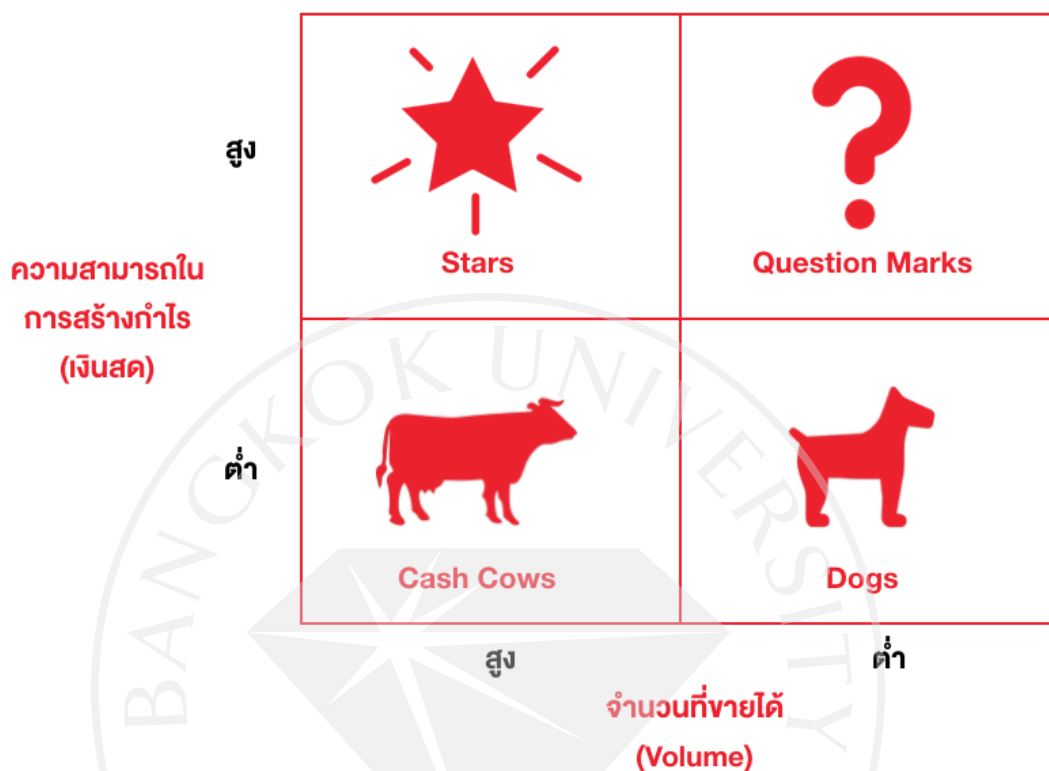
3) Opportunity (o)

- มีโอกาสในการขยายตลาด และแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดมาครอบครอง โดยการขยายสำนักงานเพิ่มตามบริเวณภาคต่าง ๆ ของประเทศ
- สามารถพัฒนาและต่อยอด โดยใช้เทคโนโลยีช่วยในด้านอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย และสัญญาณเตือนภัยต่าง ๆ

4) Threats (t)

- อุปสรรคที่พบคือ การมีคู่แข่งที่ได้เปรียบมากกว่าในตลาดเดียวกัน เช่น คู่แข่งที่มีประสบการณ์ มีฐานลูกค้ามากกว่า ได้รับความนิยมสูงกว่า
- งบประมาณอาจจะไม่เพียงพอในการลงทุนด้านเทคโนโลยี หรือด้านสวัสดิการพนักงาน

ภาพที่ 3.1: BCG Matrix



3.1.1.2 BCG Matrix

คือ การนำ “อัตราการเจริญเติบโตของตลาด (Market Growth)” กับ “ส่วนแบ่งตลาด (Market Share)” ของ “ข้อมูลยอดขายสินค้าในแต่ละเดือน” มาเป็นตัวแปรในการเปรียบเทียบและวิเคราะห์ว่าสินค้าอยู่ในตำแหน่งไหนของกราฟ BCG Matrix นั้นเอง โดยทั้ง 4 ตำแหน่งของกราฟ BCG Matrix ประกอบด้วย

1) Stars

คือ สินค้าที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูง และมีส่วนแบ่งการตลาดสูง เช่น สินค้าที่ขายดีมาก และหมดเร็วมาก

2) Cash Cows

คือ สินค้าที่มีอัตราการเจริญเติบโตต่ำ แต่มีส่วนแบ่งการตลาดสูง เปรียบเสมือนเป็น “สินค้าหลัก” ของธุรกิจที่มีเสถียรภาพ สร้างรายได้ให้กับธุรกิจได้ค่อนข้างมาก

3) Question Marks

คือ สินค้าที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูง แต่มีส่วนแบ่งการตลาดต่ำ เป็นสินค้าที่ยังไม่ทำรายได้ให้กับธุรกิจมากนัก แต่สามารถขายได้เรื่อย ๆ โดยสินค้าในกลุ่ม Question Marks นั้น เป็นกลุ่มที่ผู้ประกอบการต้องใส่ใจเป็นพิเศษ ถือเป็นจุดชี้วัดว่าสินค้านั้นจะขึ้นไปเป็น Stars หรือตกไปเป็น Dogs จึงควรมีการวางแผนอย่างรัดกุม เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้

4) Dogs

คือ สินค้าที่มีอัตราการเจริญเติบโตต่ำ และส่วนแบ่งการตลาดต่ำ ก็คือ สินค้าที่ทำกำไรต่ำ หรือสินค้าที่ยังขายก็ยิ่งขาดทุน

โดยจากการวิเคราะห์ พบว่า ธุรกิจรักษาความปลอดภัยนั้นจัดอยู่ในช่วงของ Cash cows คือ ทั้งอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย อุปกรณ์สัญญาณเตือนภัย และพนักงานรักษาความปลอดภัย เป็นสินค้าที่มีอัตราการเจริญเติบโตต่ำ (Market Growth) แต่มีส่วนแบ่งการตลาดสูง (Market Share) สินค้าและบริการยังคงขายได้ อย่างเสถียรภาพ มีรายได้อย่างคงที่

3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

3.2.1 วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / เป้าหมาย / วัตถุประสงค์ของธุรกิจ (ผลตอบแทนที่ต้องการ) จุดมุ่งหมายของบริษัท กฤษฎดา รักษาความปลอดภัย จำกัด คือ

1) วิสัยทัศน์ (Vision)

“เราพร้อมที่จะให้บริการแบบครบวงจร เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของท่าน”

2) พันธกิจ (Mission)

- ลูกค้า คือ บุคคลที่เราต้องให้บริการ ได้แก่ เจ้าของหน่วยงาน บริษัทผู้ว่าจ้าง บุคคลที่มาติดต่อ ผู้รับเหมาช่วง พนักงานบริษัทและใครก็ตามที่เกี่ยวข้อง
- ลูกค้าเป็นผู้ประเมินและพิจารณาการทำงานของคุณ จากพฤติกรรมของคุณที่ปฏิบัติต่อพวกเขาพฤติกรรม คือ การกระทำ คำพูด และความประพฤติ

3) เป้าหมาย (Goal)

เป้าหมายระยะกลาง (กำหนดแล้วเสร็จภายใน 2-5 ปี)

- ต่อสัญญากับผู้ว่าจ้างเดิมแบบปีต่อปี
- เช่นสัญญากับภาครัฐมากขึ้น
- มีการบอกต่อของผู้ว่าจ้าง
- เช่นสัญญากับบริษัทขนาดใหญ่

เป้าหมายระยะยาว (กำหนดแล้วเสร็จ 5 ปีขึ้นไป)

- มีพนักงานรักษาความปลอดภัยมากกว่า 1,000 นาย
- มีศูนย์ฝึกอบรมพนักงานรักษาความปลอดภัย
- ขยายสาขาในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

4) วัตถุประสงค์ของธุรกิจ (ผลตอบแทนที่ต้องการ)

ขยายฐานลูกค้าในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออก

3.2.2 แนวทางกลยุทธ์องค์กร (กลยุทธ์ระดับองค์กร/ระดับธุรกิจ/ระดับหน้าที่)

3.2.2.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร

1) เพื่อผลประกอบที่สูงสุดของกิจการ อาจรวมถึงในรูปแบบกำไรจากการขายสินค้าและบริการ หรือความนิยมของลูกค้าที่มีต่อกิจการ

2) เพื่อพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพขององค์กรให้ก้าวไปสู่จุดสูงสุดในตลาด

3) เพื่อแสดงถึงพันธกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กรอย่างชัดเจน

3.2.2.2 ระดับธุรกิจ

1) เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดในตลาดของธุรกิจประเภทรักษาความปลอดภัย

2) รักษาคุณภาพสินค้าและบริการ และส่วนแบ่งการตลาดที่มีอยู่

3) เพื่อพัฒนาสินค้าให้มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าคู่แข่งในตลาดสินค้าเดียวกัน

4) เพื่อหาแนวคิดและวิธีการใหม่ ๆ สำหรับธุรกิจรักษาความปลอดภัยรองรับใน

อนาคต

3.2.2.3 ระดับหน้าที่

1) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความปลอดภัยทั้งในสินทรัพย์และความปลอดภัยส่วนบุคคล

2) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท เพราะในธุรกิจประเภทรักษาความปลอดภัย ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมต่อยอดให้ธุรกิจสามารถเติบโตไปในตลาดได้

3) เพื่อที่จะพัฒนาให้บุคลากรของบริษัทมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จากการมีงานทำ มีรายได้เพื่อเลี้ยงชีพ หรือเลี้ยงครอบครัว เป็นการส่งเสริมอาชีพที่สุจริต

4) เพื่อที่จะพัฒนาทักษะให้แก่พนักงานรักษาความปลอดภัย ให้เป็นไปตามมาตรฐานของระบบรักษาความปลอดภัยของบริษัท

ตารางที่ 3.1: Tows Matrix

	Strengths	Weaknesses
Opportunities	ผู้บริหารมีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยี เพื่อช่วยส่งเสริมและพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ ให้มีรูปแบบที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้	ใช้โอกาสในการแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น อาจจะได้เกิดได้จากกระบวนการผลิตสินค้า หรือเกิดจากตัวบุคคลที่เป็นพนักงานรักษาความปลอดภัย จึงควรมีกฎระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อนำมาเป็นมาตรฐาน
Threats	ผู้บริหารที่มีคุณภาพจะสามารถนำพาองค์กรก้าวไปสู่จุดสูงสุดของตลาดได้ จากการขยายฐานข้อมูลลูกค้า หรือรับมือกับข้อผิดพลาดที่เคยเกิดขึ้น นำมาปรับปรุง และแก้ไขให้ดีที่สุด	เมื่อมีคู่แข่งในตลาดจำนวนมาก และบริษัทของเราไม่มีความโดดเด่นในตลาด จึงควรที่จะรีบแก้ไข ดึงจุดเด่นที่มี หรืออาจจะสร้างเพิ่มขึ้นมา เพื่อจะสร้างภาพลักษณ์ที่น่าจดจำของบริษัทในตลาดที่มีการแข่งขันสูงตลอดเวลา

3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

3.3.1 วิเคราะห์และสรุปผลจากการวิจัย

“ธุรกิจรักษาความปลอดภัย” (2553) กล่าวว่า ประเภทของธุรกิจรักษาความปลอดภัย ลักษณะของธุรกิจรักษาความปลอดภัย แยกออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) ธุรกิจให้บริการรักษาความปลอดภัย หรือธุรกิจให้บริการจัดหาพนักงานรักษาความปลอดภัย (รปภ.) นอกจากจะให้บริการรักษาความปลอดภัยสถานที่ต่าง ๆ แล้ว ยังให้บริการรักษาความปลอดภัยด้านอื่น ๆ ด้วย ได้แก่ รักษาความปลอดภัยให้กับบุคคล ให้บริการรถนิรภัยสำหรับชนเงินสด และของมีค่าต่าง ๆ รักษาความปลอดภัยในการเบิกจ่ายเงินเดือนพนักงานตามบริษัทต่าง ๆ รักษาความปลอดภัยในการเก็บเงินสดตามจุดต่าง ๆ ของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ รักษาความปลอดภัยสิ่งของมีค่าที่นำมาแสดงในงานนิทรรศการ รับ-ส่งเอกสารที่มีความสำคัญและต้องการความปลอดภัยมาก วางแผนและจัดระบบรักษาความปลอดภัยในสถานที่โดยใช้เครื่องมือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ บริการสืบสวนและสอบสวนในกรณีเกิดอัคคีภัยและ/หรือภัยพิบัติต่าง ๆ และ บริการสืบสวน-ติดตามพฤติกรรม

2) ธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์/อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย ซึ่งประเภทของอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยนั้นมีหลากหลายประเภท ได้แก่ ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (Closed Circuit Television System: CCTV) ระบบสัญญาณอัตโนมัติที่ทำงานคู่กับระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด เครื่องมือตรวจจับวัตถุระเบิดแบบที่ใช้ตามท่าอากาศยาน เครื่องสแกนตรวจค้นตัว ระบบสัญญาณกันขโมย ระบบสัญญาณแจ้งภัยแบบไร้สาย ระบบตรวจจับอาวุธโดยคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ระบบควบคุมการเข้า-ออกประตู ประตูนิรภัยอัตโนมัติที่จะล็อกปิดทันทีเมื่อเกิดเหตุร้ายขึ้น ระบบสัญญาณแจ้งภัยโดยบุคคล ฯลฯ โดยกลุ่มสินค้าที่มีการเติบโตมากที่สุด คือ ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด เนื่องจากการตื่นตัวในเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ประกอบกับปัญหาการโจรกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น รองลงมา คือ กลุ่มระบบเตือนการบุกรุก ลูกค้าเริ่มเห็นความจำเป็นของระบบมากขึ้นกว่าเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา และกลุ่มสินค้าระบบเตือนอัคคีภัย ก็เริ่มเพิ่มขึ้นหลังจากเกิดเหตุการณ์เพลิงไหม้สถานบันเทิงที่มีชื่อเสียง และการบังคับใช้กฎหมายตรวจสอบอาคารที่เข้มงวดมากขึ้น

ลูกค้าของธุรกิจรักษาความปลอดภัย สำหรับกลุ่มลูกค้าที่สำคัญของธุรกิจรักษาความปลอดภัยในปัจจุบัน แยกออกได้เป็น

1) ลูกค้าภาครัฐ

หน่วยงานทางราชการและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจต้องเพิ่มความระมัดระวังป้องกันภัยอย่างเข้มข้นมากขึ้น ทั้งอาคารสถานที่ของหน่วยงานรัฐบาล และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ รวมถึงในจุดที่มีความสำคัญ เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถไฟฟ้/รถไฟใต้ดิน เส้นทางคมนาคม สถานีรถบริการขนส่งสาธารณะต่าง ๆ ฯลฯ

2) ลูกค้าภาคเอกชน

ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินต่าง ๆ โรงแรม สถานทูตต่าง ๆ โรงงานอุตสาหกรรม เช่น โรงกลั่นน้ำมัน โรงงานปิโตรเคมี ฯลฯ อาคารสำนักงาน คอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนท์ หมู่บ้านจัดสรร อาคารบ้านเรือนโดยทั่วไป โมเดิร์นเทรด ร้านขายทอง ร้านขายอัญมณี และเครื่องประดับ อาคารที่ให้บริการเช่าพื้นที่จ่อรถยนต์ โรงภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่จะมีการจ้าง รปภ. และการติดตั้งอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยแล้ว

ลูกค้าภาคเอกชนรายใหม่จะมีส่วนผลักดันการขยายตัวของธุรกิจรักษาความปลอดภัยในส่วนของโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่งสร้างเสร็จ แยกเป็น

1) โครงการที่อยู่อาศัย (บ้านจัดสรร อาคารชุดหรือคอนโดมิเนียม และทาวน์เฮ้าส์) เฉพาะที่เปิดขายใหม่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล มีจำนวน 81 โครงการ เทียบกับไตรมาสแรกของปีที่แล้ว จำนวนโครงการเพิ่มขึ้น ร้อยละ 131 หากประมาณการทั้งปีเปรียบเทียบกับปี 2552 และปี 2553 สถานการณ์ด้านผู้ประกอบการในตลาด มีความมั่นใจในการลงทุนมากขึ้น จากภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัวดีขึ้น แม้จะมีปัจจัยเสี่ยงด้านการเมืองอยู่บ้างแต่ก็ไม่ได้ทำให้ผู้ประกอบการกังวลมากนัก

และยังมีผู้ประกอบการรายใหญ่หลายรายปรับเปลี่ยนเป้าหมายการลงทุน ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐ โดยปรับปรุงเงื่อนไขและราคาจำหน่ายในกิจการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยหรือปานกลางหรือ “บ้านบีไอไอ” จากราคา 6 แสนบาท เป็นราคาไม่เกิน 1.2 ล้านบาท จึงทำให้ผู้ประกอบการหันมาพัฒนาที่อยู่อาศัยในกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น

2) โครงการสร้างอาคารสำนักงาน ในไตรมาสสุดท้ายปี 2553 จะมีอาคารสำนักงานสร้างเสร็จในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ (ซีบีดี)ใหม่เพิ่มขึ้นหนึ่งอาคาร คือ อาคารเอเชีย เซ็นเตอร์ และมีอาคารสำนักงานที่กำลังอยู่ในระหว่างการก่อสร้างอีกสองอาคารในย่านนี้ ได้แก่ อาคารศาลา แอท สาทร และอาคารสาทร สแควร์ ซึ่งมีกำหนดจะสร้างเสร็จในปี 2553 นอกจากนี้ ยังมีโครงการอาคารสำนักงานเกรดเอ อีก 2-3 โครงการที่ผู้พัฒนาโครงการบางรายประกาศว่าจะสร้างขึ้นในเขตซีบีดี และมีกำหนดจะสร้างเสร็จในปี 2555

3) โครงการสร้างโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่สร้างใหม่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2552 มีจำนวนโรงงานสร้างใหม่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมจำนวน 38 โรงงาน เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 223 และนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ ยังมีพื้นที่เหลือสำหรับสร้างโรงงาน

3.3.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ

จากที่อ้างอิงเป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ โดยมีการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของธุรกิจรักษาความปลอดภัย พบว่า ตลาดมีความต้องการพนักงาน รปภ. ที่สามารถดูแลรักษาความปลอดภัยต่อทรัพย์สิน เช่น บ้านและรถยนต์ ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นกันเอง เต็มใจที่จะช่วยเหลือเมื่อขอความช่วยเหลือต่าง ๆ โดยไม่ปฏิเสธที่จะช่วยเหลือ มีความอดทน สามารถดูแลจัดการด้านการจราจรได้ เช่น อำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถ และจัดพื้นที่ช่องทางเดินรถ สามารถควบคุมเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ ให้บริการด้วยความสุภาพ ทักทายเมื่อพบเจอ มีความซื่อสัตย์ ตรวจสอบบริเวณรอบพื้นที่สม่ำเสมอ สามารถเรียกใช้บริการได้ภายใน 10 นาที มีความสามารถในการสื่อสารที่ทำให้เกิดความประทับใจ และ ต้องการให้บริการพนักงาน รปภ. กะละอย่างน้อย 2 คน ที่มีอายุไม่เกิน 45 ปี อัตราค่าบริการเดือนละ 22,500 บาท/คน ร่างกายแข็งแรง โดยมีความต้องการใช้บริการทุกวันตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ทั้งกลางวันและกลางคืน

1) Target Group Analysis

ลูกค้าหลักของธุรกิจรักษาความปลอดภัยประเภทธุรกิจให้บริการรักษาความปลอดภัยหรือธุรกิจให้บริการรับจัดหาพนักงานรักษาความปลอดภัย (รปภ.) นอกจากจะให้บริการรักษาความปลอดภัยสถานที่ต่าง ๆ แล้ว ยังให้บริการรักษาความปลอดภัยด้านอื่น ๆ ด้วย ได้แก่ รักษาความปลอดภัยให้กับบุคคล ให้บริการรถนิรภัยสำหรับขนเงินสด และของมีค่าต่าง ๆ รักษาความปลอดภัยในการเบิกจ่ายเงินเดือนพนักงานตามบริษัทต่าง ๆ รักษาความปลอดภัยในการเก็บเงินสดตามจุด

ต่าง ๆ ของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ รักษาความปลอดภัยสิ่งของมีค่าที่นำมาแสดงในงานนิทรรศการ รับ-ส่งเอกสารที่มีความสำคัญและต้องการความปลอดภัยมาก วางแผนและจัดระบบรักษาความปลอดภัยในสถานที่โดยใช้เครื่องมืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ บริการสืบสวนและสอบสวนในกรณีเกิด อัคคีภัยและ/หรือภัยพิบัติต่าง ๆ และบริการสืบสวน-ติดตามพฤติกรรม ดังนั้นลูกค้าหลักที่เป็น Target Group ของธุรกิจรักษาความปลอดภัยในส่วนของกาให้บริกาารบริหารจัดการพนักงานรักษาความปลอดภัย (รปภ.) จะประกอบไปด้วย ภาคเอกชน เช่น โรงแรม ธนาคาร รีสอร์ท คอนโด หอพัก หรือ คลังสินค้าเอกชนต่าง ๆ และภาครัฐ เช่น ตามสถานที่ราชการต่าง ๆ โรงเรียน มหาวิทยาลัย และภาคครัวเรือน หรือเป็นบุคคล เช่น การจ้างการตรักษาความปลอดภัยส่วนบุคคล เป็นต้น กัญญารัตน์ เชื้อขำ (2561)

ลูกค้าหลักของธุรกิจรักษาความปลอดภัยประเภทธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์/อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย ซึ่งประเภทของอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยนั้นมีหลากหลายประเภท ได้แก่ ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (Closed Circuit Television System: CCTV) ระบบสัญญาณอัตโนมัติที่ทำงานคู่กับระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด เครื่องมือตรวจจับวัตถุระเบิดแบบที่ใช้ตามท่าอากาศยาน เครื่องสแกนตรวจค้นตัว ระบบสัญญาณกันขโมย ระบบสัญญาณแจ้งภัยแบบไร้สาย ระบบตรวจจับอาวุธโดยคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ระบบควบคุมการเข้า-ออกประตู ประตูรั้วอัตโนมัติที่จะล็อกปิดทันทีเมื่อเกิดเหตุร้ายขึ้น ระบบสัญญาณแจ้งภัยโดยบุคคล ฯลฯ โดยกลุ่มสินค้าที่มีการเติบโตมากที่สุด คือ ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด เนื่องจากการตื่นตัวในเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ประกอบกับปัญหาการโจรกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น รองลงมา คือ กลุ่มระบบเตือนการบุกรุก ลูกค้าเริ่มเห็นความจำเป็นของระบบมากขึ้นกว่าเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา และกลุ่มสินค้าระบบเตือนอัคคีภัย ก็เริ่มเพิ่มขึ้นหลังจากเกิดเหตุการณ์เพลิงไหม้สถานบันเทิงที่มีชื่อเสียง และการบังคับใช้กฎหมายตรวจสอบอาคารที่เข้มงวดมากขึ้น ดังนั้นลูกค้าหลักที่เป็น Target Group ของธุรกิจรักษาความปลอดภัยในส่วนของธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์/อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย จะประกอบไปด้วย ภาคเอกชน ภาครัฐ องค์กรต่าง ๆ และภาคครัวเรือน

บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์/บริการ

4.1.1 กลยุทธ์ 3C

1) Customer

ลูกค้าหลักของเรา คือ สำนักงาน โรงงานอุตสาหกรรม ธนาคาร สถานประกอบการขนาดใหญ่ ที่ต้องการความสะดวกความปลอดภัยทั้งด้านชีวิตและทรัพย์สิน

2) Company

ให้บริการโดยคำนวณจากขนาดพื้นที่ของสถานที่ว่าควรจะใช้พนักงานรักษาความปลอดภัยกี่นายโดยอิงจากพิมพ์เขียวของสถานที่นั้น

3) Competitor

คู่แข่งในตลาดของบริษัทรักษาความปลอดภัย มีเป็นจำนวนมาก แต่ขอบเขตในการศึกษาจะพิจารณาจากเฉพาะคู่แข่งในจังหวัดนครราชสีมา

4.1.2 STP

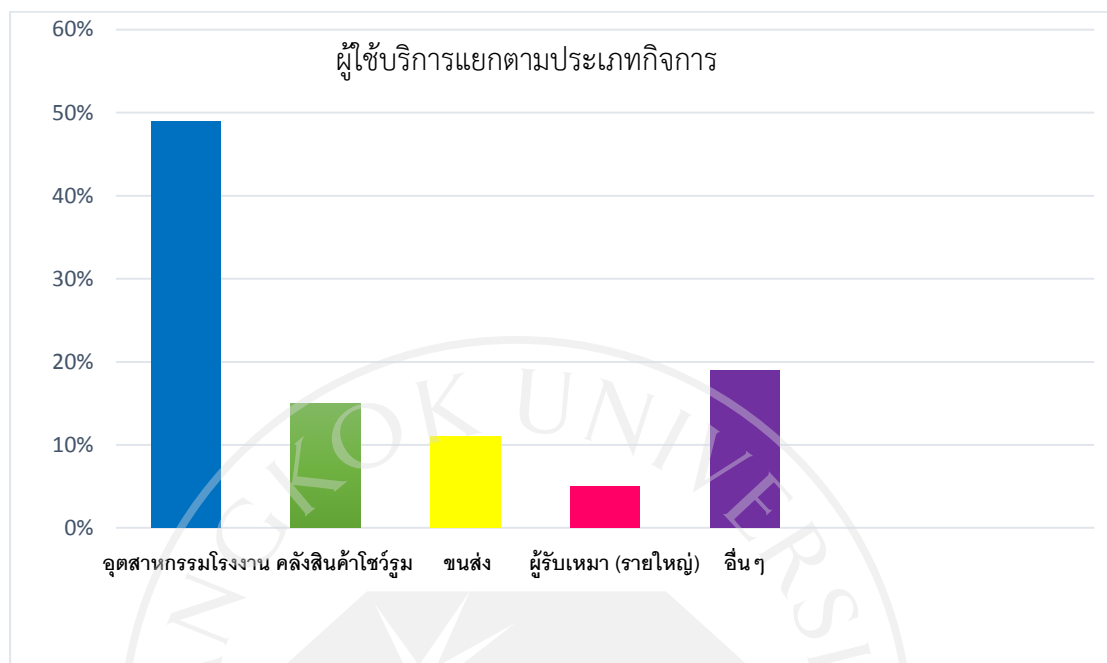
1) Segmentation

คือ การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด ส่วนไหนสร้างกำไรให้แก่บริษัท ส่วนไหนก่อให้เกิดผลขาดทุนแก่บริษัท โดยส่วนที่ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงของธุรกิจรักษาความปลอดภัย คือ อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด (CCTV) รองลงมา คือ ระบบเตือนสัญญาณไฟ และพนักงานรักษาความปลอดภัย ตามลำดับ

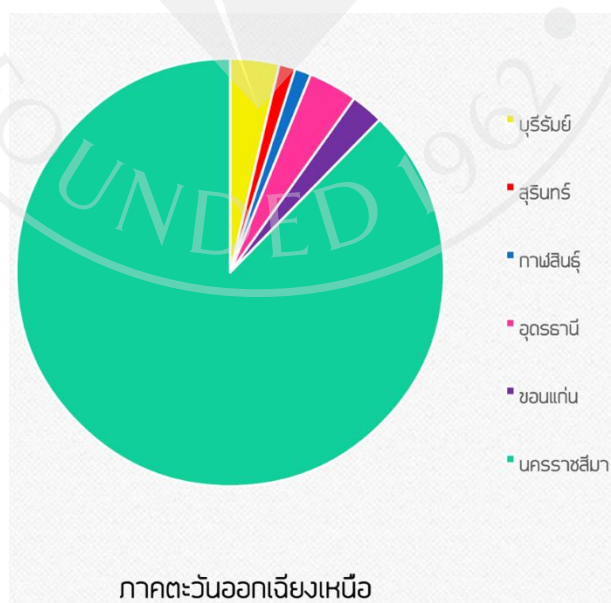
2) Targeting

กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจรักษาความปลอดภัยที่มีขนาดและศักยภาพในการเจริญเติบโตอย่างสูงที่สุด คือ ภาคเอกชน โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ อุตสาหกรรมโรงงาน ภาคเอกชนอื่น ๆ คลังสินค้าขนส่ง และผู้รับเหมารายใหญ่

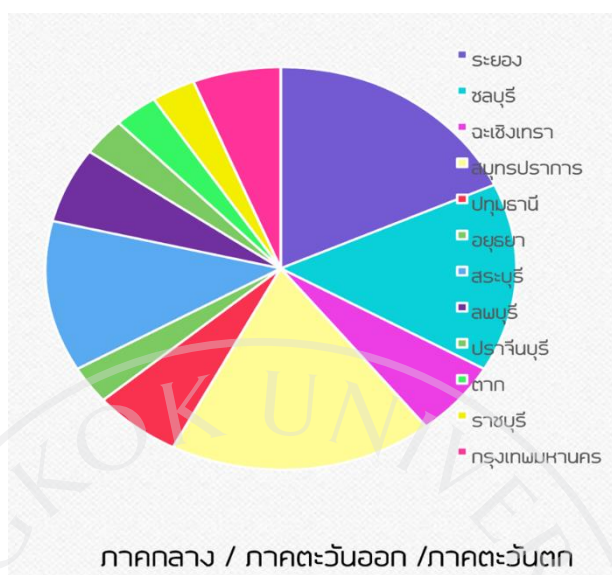
ภาพที่ 4.1: ผู้ใช้บริการแยกตามประเภทกิจการ



ภาพที่ 4.2: ผู้ใช้บริการแยกตามพื้นที่เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาพที่ 4.3: ผู้ใช้บริการแยกตามพื้นที่เขตภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก



3) Positioning

คือ การวางตำแหน่ง หรือสร้างจุดขายให้แก่ธุรกิจให้เหมาะสมแก่กลุ่มเป้าหมายลูกค้าหลัก นั่นก็คือ ภาคอุตสาหกรรม โดยอาจจะให้บริการเป็น One-stop Service เพื่อความสะดวกสบาย และช่วยลดต้นทุนให้แก่บริษัทอุตสาหกรรม โดยจัดบริการรักษาความปลอดภัยเป็นแพคเกจรวมไปกับสินค้าอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย และเตือนภัยอัคคีภัย เพื่อตอบสนองโจทย์ความต้องการของภาคอุตสาหกรรม

4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

4.2.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ นวัตกรรมที่นำมาใช้กับผลิตภัณฑ์/บริการ การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์/บริการ

ผลิตภัณฑ์ (Product)

- มีการควบคุมขั้นตอนการผลิตสินค้า อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย สัญญาณแจ้งเตือนภัยต่าง ๆ มีการตรวจสอบ (Quality Control) ขั้นตอนการผลิต
- ควบคุมคุณภาพพนักงานรักษาความปลอดภัย ให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท และตามมาตรฐานของพระราชบัญญัติที่กำหนดไว้
- ใช้เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในตัวผลิตภัณฑ์

4.2.2 กลยุทธ์การกำหนดราคา

ราคา (Price)

- ราคาของสินค้าและบริการ ไม่ควรสูงเกินราคาตลาดที่เป็นอยู่มากนัก
- กำหนดราคาให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการผลิตสินค้าและบริการ

4.2.3 กลยุทธ์การบริหารช่องทางการจำหน่าย

ทำเล (Place)

- เพิ่มจำนวนสาขาในบริเวณที่ให้บริการ หรืออาจจะช่วยส่งเสริมให้มีการเข้าถึงลูกค้า เพื่อซ่อมแซมอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยที่เสียหายได้ไวขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างสูงที่สุด

- มีทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย

4.2.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย

โปรโมชั่น (Promotion)

- มีการจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขาย โดยอาจจะจัดก่อนช่วงวันหยุด เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขาย รายได้ กระแสเงินสดของกิจการให้สูงขึ้น

- จัดโปรโมชั่นเพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ได้สูงที่สุด โดยไม่ให้กระทบต่อต้นทุนที่เกิดขึ้นมากจนเกินไป

4.2.5 กลยุทธ์ด้านบุคคล

บุคลากร (People)

- มีการสร้างความเชื่อมั่นในแก่พนักงาน ให้พนักงานเกิดความเชื่อมั่นในองค์กร

- จัดให้มีสวัสดิการที่ดี เหมาะสมกับรายละเอียดงานที่ได้รับ

- สร้างความภูมิใจในอาชีพให้แก่พนักงาน เพราะคนส่วนมากมักจะไม่เคารพในอาชีพพนักงานรักษาความปลอดภัย โดยมองว่า ได้ค่าตอบแทนน้อย ไม่คุ้มความเหนื่อยในการทำงาน

4.2.5 กลยุทธ์ด้านกระบวนการ

กระบวนการ (Process)

- ให้ความสำคัญกับทุกกระบวนการของทุกสินค้าและบริการที่จะออกสู่มือของลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

- ตรวจสอบและพัฒนาระบบ กระบวนการอยู่เสมอ เพื่อให้สินค้าและบริการมีประสิทธิภาพสูงที่สุด

4.2.6 กลยุทธ์ด้านสถานที่

สถานที่ (Physical Evidence)

- มีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมโดยรอบ เพื่อที่จะทำงานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- ใช้ประโยชน์จากสภาพแวดล้อมที่มี เพื่อสร้างคุณค่าสูงสุดแก่ลูกค้า และสร้างผลตอบแทนสูงสุดแก่องค์กร

4.3 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

4.3.1 วัตถุประสงค์ทางการสื่อสาร

- 1) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี น่าจดจำ น่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า
- 2) ส่งเสริมบริการหลังการขาย และโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการและซื้อสินค้าอีก
- 3) เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจรักษาความปลอดภัยเป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น

4.3.2 แผนดำเนินกิจกรรมการตลาด

กิจกรรมทางการตลาดที่ควรทำ และน่าสนใจ คือการโปรโมชั่นรักษาความปลอดภัย ในราคาที่เป็นมิตร โดยช่วงเวลาที่น่าสนใจคือช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ วันหยุดยาว โดยอาจจะมีการให้ส่วนลดเงินสด หรือจัดโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจ เช่น แนะนำเพื่อน รับทันทีส่วนลดมูลค่า 1000 บาท ซึ่งในยุคปัจจุบัน นอกจากการใช้โซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ หรือทำการตลาด การที่ลูกค้าแนะนำแบบปากต่อปาก ใบปลิวโฆษณา ป้ายโฆษณา ก็ถือเป็นหนึ่งในการช่วยประชาสัมพันธ์ที่ดี และได้ผลชัดเจนอีกวิธีหนึ่งเช่นกัน โดยงบประมาณที่ใช้ ก็จะเป็นการช่วยลดต้นทุนในการซื้อพื้นที่โฆษณาอีกด้วย

บทที่ 5

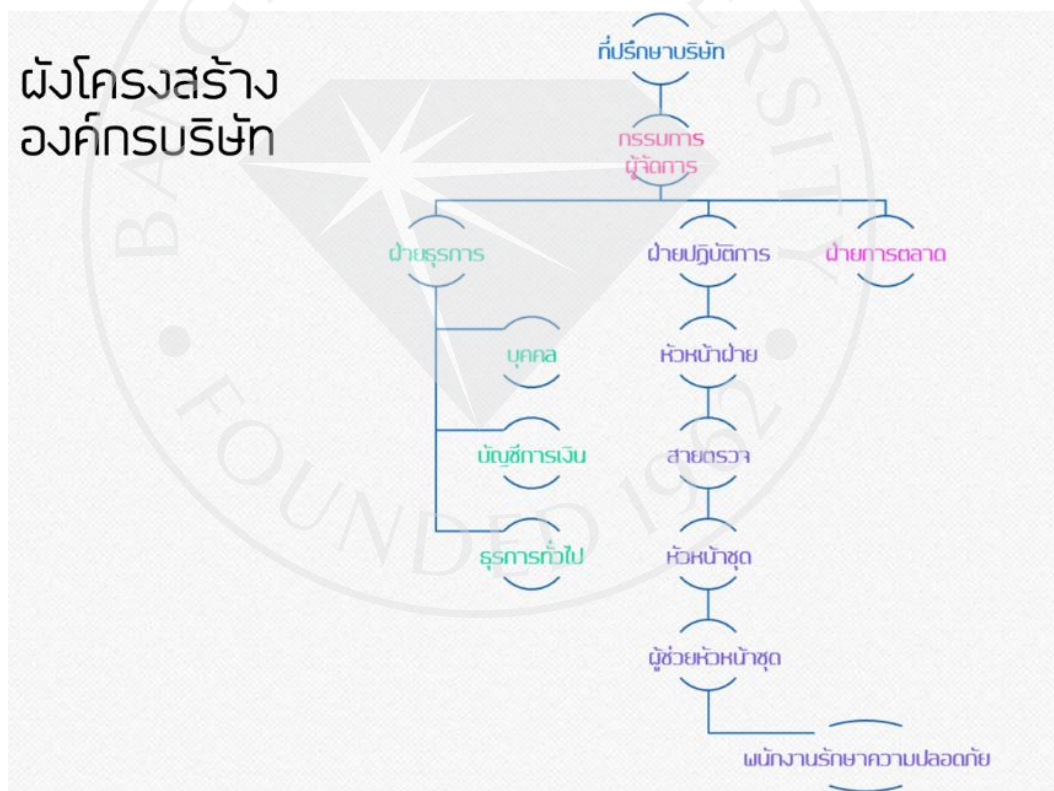
แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน

HR Planning

การวางแผนด้านบุคลากรของบริษัทรักษาความปลอดภัย จำกัดพบว่า สามารถแบ่งหน่วยงานได้ตามผลิตภัณฑ์ หรือความรับผิดชอบต่อการบริการ โดยสามารถแสดงแผนผังขององค์กรได้ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.1: ผังโครงสร้างองค์กรบริษัท



5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหา

ตารางที่ 5.1: ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากร

ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ	คุณสมบัติผู้ปฏิบัติงาน
ที่ปรึกษาบริษัท	ให้คำปรึกษาแก่เจ้าของธุรกิจ ในด้านการบริหารนโยบาย ต่าง ๆ	<ol style="list-style-type: none"> 1. อายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป 2. การศึกษาระดับปริญญาโท-เอก 3. มนุษย์สัมพันธ์ดี 4. มีประสบการณ์ทำงานด้านที่ปรึกษาธุรกิจอย่างน้อย 5 ปี
กรรมการผู้จัดการ	ดูแลภาพรวมธุรกิจรักษาความปลอดภัยทั้งหมด	<ol style="list-style-type: none"> 1. อายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป 2. การศึกษาระดับปริญญาโท-เอก 3. มนุษย์สัมพันธ์ดี 4. มีประสบการณ์ทำงานด้านที่ปรึกษาธุรกิจอย่างน้อย 5 ปี
ฝ่ายธุรการ	จัดทำเอกสาร การรับส่งเอกสาร และประสานงานต่าง ๆ กับผู้ที่เกี่ยวข้อง	<ul style="list-style-type: none"> - เพศหญิง อายุ 25-33 ปี - จบการศึกษาระดับปริญญาตรี - สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้เป็นอย่างดี - มีความละเอียด รอบคอบ ในการจัดเก็บเอกสารสำคัญ - มีทักษะในการสื่อสารและการติดตามงาน <p>สามารถประสานงานกับทุกฝ่ายได้ดี</p> <ul style="list-style-type: none"> - เชื่อฟังคำสั่งบังคับบัญชาและทำตามคำสั่งงาน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากร

ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ	คุณสมบัติผู้ปฏิบัติงาน
ฝ่ายบุคคล	จัดหาพนักงานและคัดเลือกพนักงาน ฝึกอบรมให้กับพนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> - เพศหญิง อายุ 25- 35 ปี - วุฒิการศึกษาระดับ ปวช./ปวส. ขึ้นไป สาขาบัญชี หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง - มีความละเอียดรอบคอบสูง - คล่องแคล่ว เรียนรู้เร็ว ไหวพริบดี - ซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบในหน้าที่ - มีทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft Office (Word/Excel) - มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ - มีประสบการณ์ในตำแหน่งฝ่ายบุคคลอย่างน้อย 2 ปี
ฝ่ายบัญชีการเงิน	จัดทำบันทึกข้อมูลด้านการเงิน ตรวจสอบรายรับรายจ่ายของบริษัท	<ul style="list-style-type: none"> - เพศหญิง อายุ 25-35 ปี - วุฒิการศึกษาระดับ ปวช./ปวส. ขึ้นไป สาขาบัญชี หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง - มีความละเอียดรอบคอบสูง - มีทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft Office (Word/Excel) - มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และมีความละเอียดรอบคอบเป็นอย่างดี
ฝ่ายปฏิบัติการ	วางแผนและควบคุมการทำงานของแผนกรักษาความปลอดภัยทั้งหมด เพื่อให้งานเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - เพศชาย อายุ 25-45 ปี - วุฒิการศึกษาระดับ ปวช./ปวส. ขึ้นไป - มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และมีความละเอียดรอบคอบเป็นอย่างดี

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากร

ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ	คุณสมบัติผู้ปฏิบัติงาน
ฝ่ายการตลาด	ค้นหาความต้องการของลูกค้า วางแผนการตลาด ประชาสัมพันธ์ธุรกิจให้เป็นที่ รู้จักในวงกว้าง วิเคราะห์ตลาด ธุรกิจรักษาความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> - เคยมีประสบการณ์ด้านการทำงาน รักษาความปลอดภัยอย่างน้อย 5 ปี - ไม่จำกัดเพศ อายุ 22 ปีขึ้นไป - ปริญญาตรี สาขาการตลาด/ สื่อสาร การตลาด/นิเทศศาสตร์ หรือที่ เกี่ยวข้อง - มีประสบการณ์ด้านการตลาดทั้ง Online-Offline ไม่น้อยกว่า 2 ปี - มีทักษะด้านการวิเคราะห์ และนำ ข้อมูลมาใช้ในการวางแผน พัฒนา ปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด - มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบคิดนอก กรอบ เพื่อพัฒนา Content ใหม่ และ Digital Tool ใหม่ ๆ
(สายตรวจ)	คอยตรวจสอบการทำงานของ พนักงานรักษาความปลอดภัย ในพื้นที่และมีการสุ่มตรวจ ความเรียบร้อยเพื่อป้องกันการ เกิดเหตุล้วงหน้า	<ul style="list-style-type: none"> - ชาย อายุ 25-50 ปี - จบการศึกษา ม.6 ขึ้นไป - ไม่เป็นโรคติดต่อ/ไม่เป็นโรค ประสาท-ความดัน-เบาหวาน - เคยมีประสบการณ์ด้านการทำงาน รักษาความปลอดภัยอย่างน้อย 2 ปี จะพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากร

ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ	คุณสมบัติผู้ปฏิบัติงาน
หัวหน้าชุดพนักงานรักษาความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> - ควบคุมการทำงานของพนักงานรักษาความปลอดภัย - ประสานงานระหว่างผู้ว่าจ้างกับพนักงานรักษาความปลอดภัย - อบรมตักเตือน สั่งสอนพนักงานรักษาความปลอดภัย 	<ul style="list-style-type: none"> - ชาย อายุ 18-50 ปี - จบการศึกษา ม.6 ขึ้นไป - ไม่เป็นโรคติดต่อ/ไม่เป็นโรคประสาท-ความดัน-เบาหวาน - เคยมีประสบการณ์ด้านการงานรักษาความปลอดภัยอย่างน้อย 1 ปี - จะพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ - หัวหน้าชุด ต้องเคยผ่านงานด้านหัวหน้าชุดมาก่อนหรือมีประสบการณ์เป็นพนักงานรักษาความปลอดภัย มาอย่างน้อย 2 ปี
ผู้ช่วยหัวหน้าชุดพนักงานรักษาความปลอดภัย	รับผิดชอบงานที่หัวหน้าชุดพนักงานรักษาความปลอดภัยมอบหมาย	<ul style="list-style-type: none"> - ชาย อายุ 18-50 ปี - จบการศึกษา ม.6 ขึ้นไป - ไม่เป็นโรคติดต่อ/ไม่เป็นโรคประสาท-ความดัน-เบาหวาน - เคยมีประสบการณ์ด้านการงานรักษาความปลอดภัยอย่างน้อย 1 ปี - จะพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ
พนักงานรักษาความปลอดภัย	รักษาความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้ว่าจ้าง	<ul style="list-style-type: none"> - ชาย อายุ 18-50 ปี - จบการศึกษา ม.6 ขึ้นไป - ไม่เป็นโรคติดต่อ/ไม่เป็นโรคประสาท-ความดัน-เบาหวาน - มีประสบการณ์ด้านงานรักษาความปลอดภัยจะพิจารณาเป็นพิเศษ

5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

5.3.1 การคัดเลือกและว่าจ้าง

บริษัท รักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด มีนโยบายเข้าร่วมกับองค์การบริหารจัดการของภาครัฐ เนื่องจากเป็นการทำให้บริษัทเกิดความน่าเชื่อถือในมุมมองของผู้บริโภค โดยบริษัทจะมีการคัดเลือกพนักงานและว่าจ้างโดยจะคัดเลือกจากพนักงานที่เคยมีประสบการณ์ด้านการรักษาความปลอดภัยมาก่อน แต่หากไม่มีประสบการณ์จะต้องมีทักษะการป้องกันตัวในระดับดีมาก

5.3.2 การประเมินผลการปฏิบัติงาน

บริษัท รักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด จะมีการทดลองงาน 3 เดือน และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุก ๆ 1 เดือน จากลูกค้าผู้ว่าจ้างและพนักงานด้วยกัน โดยค่าตอบแทนจะให้ตามความสามารถและตามเกณฑ์มาตรฐานของบริษัท

5.3.2 การบริหารค่าตอบแทน

ในส่วนของการจ่ายค่าแรงพนักงาน บริษัท รักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด จะเป็นการบริหารค่าตอบแทนที่ให้ตามความสามารถและความยากง่ายของงาน เนื่องจากงานแต่ละงานใช้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันออกไป และจะมีความยากง่ายที่ไม่เท่ากัน มูลค่าในงานที่ต้องใช้การรักษาความปลอดภัยก็ต่างกัน ดังนั้นจึงเกิดเป็นความไม่แน่นอนในมาตรฐานของการให้ค่าตอบแทน ยกตัวอย่างเช่น พนักงานรักษาความปลอดภัยให้บริการรักษาความปลอดภัยพื้นที่ในโรงงานอุตสาหกรรม จะได้ค่าตอบแทน เดือนละ 9,000-12,000 บาท น้อยกว่าพนักงานรักษาความปลอดภัยที่ปฏิบัติหน้าที่รักษาความปลอดภัยสิ่งของมีค่าที่นำมาแสดงในงานนิทรรศการ เช่น งานโชว์เครื่องเพชร ฯลฯ เพราะงานโชว์เครื่องเพชร เป็นงานที่ต้องใช้พนักงานรักษาความปลอดภัยที่เชี่ยวชาญมาคอยรักษาความปลอดภัยให้กับเครื่องเพชร จะต้องใช้ผู้ที่ชำนาญ เงินเดือนจึงอยู่ที่ 25,000- 35,000 ซึ่งแตกต่างจากการรักษาความปลอดภัยให้กับโรงงานอุตสาหกรรมที่ไม่ต้องใช้พนักงานรักษาความปลอดภัยที่เชี่ยวชาญมากนัก

5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร (การฝึกอบรม การจูงใจ และรักษาบุคลากร)

บริษัท รักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด มีการฝึกอบรมให้กับพนักงานในด้านงานรักษาความปลอดภัยในรูปแบบต่าง ๆ ทุก 3 เดือนและมีการประเมินการทำงาน of พนักงานอย่างสม่ำเสมอในการปฏิบัติหน้าที่ มีการจูงใจพนักงานโดย หากพนักงานปฏิบัติงานดีครบถ้วนตามที่ผู้ว่าจ้างต้องการ จะมีการประเมินเป็นเกณฑ์ หากพนักงานผ่านเกณฑ์ระดับดีเยี่ยมจะมีการพิจารณาโบนัสในช่วงสิ้นปี

บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง

6.1.1 Quality Management

เป็นระบบการบริหารจัดการคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานตามภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กร เกิดการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ระบบบริหารคุณภาพมีหลายระบบ ระบบบริหารงานคุณภาพเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตและผู้บริโภค เป็นระบบที่จะช่วยให้สามารถผลิตสินค้าหรือบริการได้ตรงตามเกณฑ์มาตรฐาน ที่วางไว้ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ขณะเดียวกันระบบการบริหารงานคุณภาพจะช่วยให้ลูกค้าได้รับความพอใจ และมั่นใจว่าสินค้าหรือบริการที่ได้รับมีคุณภาพตรงตามความต้องการ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

- 1) บริษัท รักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด มีการกำหนดเป้าหมายของบริษัท ร่วมกับพนักงาน คือ การรักษาความปลอดภัยให้กับผู้บริโภคในทุกรูปแบบ ทั้งชีวิตและทรัพย์สิน
- 2) เมื่อบริษัท รักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด ตั้งเป้าหมายที่มีคุณภาพ นำไปสู่การพัฒนา นโยบายคุณภาพ สุดท้ายจะนำไปสู่ ระบบการทำงานที่มีคุณภาพ
- 3) ระบบคุณภาพเป็นหลักเกณฑ์ หรือมาตรฐานในการผลิตสินค้า เพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการตรงกับที่กำหนดไว้ โดยบริษัทมีการฝึกอบรมพนักงานอยู่เสมอเพื่อให้พร้อมกับการรักษาความปลอดภัยในทุกรูปแบบ และฝึกให้พนักงานได้มีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการทำงานต่าง ๆ ฝึกให้พนักงานได้มีการคิดนอกรอบ มีการประเมินคุณภาพของพนักงาน
- 4) เมื่อพนักงานได้ออกไปปฏิบัติงาน จะมีการประเมินตอบกลับ (Feedback) จากผู้ว่าจ้าง เพื่อให้บริษัทสามารถปรับปรุง

6.1.2 Service and Product Design

การออกแบบกระบวนการของงานบริการเพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยสามารถช่วยในการพัฒนาธุรกิจบริการให้ดีขึ้นได้อีกด้วย โดยมีขั้นตอนการออกแบบ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สำรวจและเก็บข้อมูล (Exploration)

ขั้นตอนแรกของ Service Design เริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลเชิงลึก สังเกตสิ่งรอบตัว และพฤติกรรมคน เพื่อค้นหาความต้องการของผู้บริโภค ทำความเข้าใจกับปัญหา ควรจะมองภาพออกแล้วว่าปัญหาที่เราต้องการจะแก้ไขคืออะไร และนำมากำหนดเป้าหมายการทำงาน บริษัท รักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด พบว่า ปัญหาหลักของธุรกิจรักษาความปลอดภัยที่พบ เช่น ปัญหาด้านการขาดบุคลากรที่ดี และมีคุณภาพ ปัญหาอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยขัดข้อง และไม่สามารถแก้ไขได้ทันเวลา ปัญหาค่าตอบแทนที่ไม่คุ้มค่า ปัญหาการขาดความน่าเชื่อถือของพนักงาน

รักษาความปลอดภัย ฯลฯ จึงบริษัทมองเห็นความสำคัญที่จะต้องการแก้ปัญหาเหล่านี้ จึงได้จัดตั้งบริษัทรักษาความปลอดภัยทุกรูปแบบที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน โดยมีเป้าหมาย คือ ต้องการรักษาความปลอดภัยให้กับชีวิตและทรัพย์สินของผู้ว่าจ้างได้อย่างทันทั่วทั้งที่ และมีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่น่าเชื่อถือ

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแนวคิดงานบริการ (Creation)

นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนแรกมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบแนวคิดและกระบวนการของงานบริการ จุดประสงค์ไม่ใช่แค่สร้างภาพลักษณ์ที่ดี แต่เน้นที่การสร้าง “ประสบการณ์ร่วม” ที่ผู้บริโภคที่สามารถเชื่อมต่อกันระหว่างพวกเขากับการบริการของเรา ในขั้นตอนนี้การทำงานเป็นทีมสำคัญมาก เพราะการที่แนวคิดจะก่อตัวเป็นรูปเป็นร่างชัดเจนได้เกิดจากการระดมความคิด ซึ่งจะต่อยอดให้งานออกมาดีขึ้นเรื่อย ๆ หัวใจสำคัญของขั้นตอนนี้คือ แนวคิดที่เราออกแบบนั้นจะต้อง “สร้างคุณค่า” ให้กับผู้บริโภค ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ เพื่อให้เกิดความผูกพันกับสินค้าและบริการต่อไป โดยคุณค่าที่บริษัทรักษาความปลอดภัยกฤษฎา จำกัด จะสามารถให้กับลูกค้าได้ คือการรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินอย่างสูงสุด การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าและมีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่น่าเชื่อถือ โดยก่อนการปฏิบัติงานจะมีการสอบถามของลูกค้าก่อนทุกครั้ง เพื่อให้ทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ฟังพอใจในคำตอบที่เหมาะสมและเชื่อมั่นในมาตรฐานของบริษัท

ขั้นตอนที่ 3 นำแนวคิดไปทดสอบและปฏิบัติจริง (Reflection & Implementation)

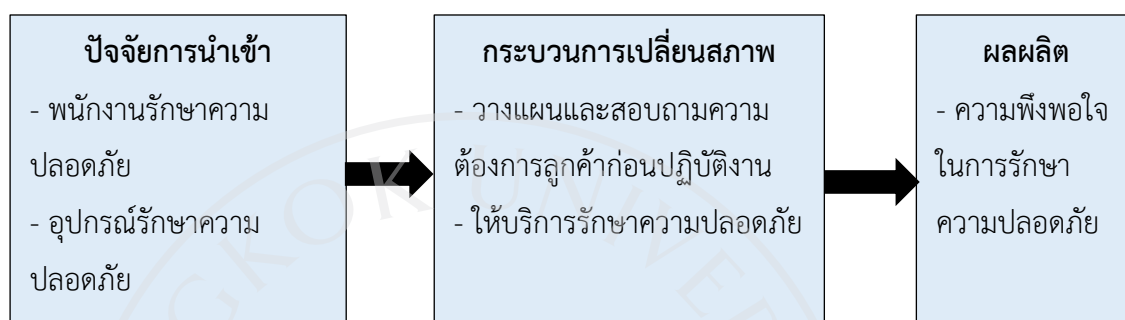
ขั้นตอนสุดท้ายคือการนำกระบวนการที่ได้ในขั้นตอนที่ 2 มาปฏิบัติจริงเพื่อทดสอบว่าแต่ละแนวคิดมีประสิทธิภาพหรือไม่ ขั้นตอนนี้เรายังต้องวิเคราะห์ ปรับเปลี่ยนกระบวนการ และทดสอบซ้ำไปซ้ำมาจนได้แนวคิดที่เหมาะสมที่สุดกับเป้าหมายที่ระบุไว้ โดยบริษัทรักษาความปลอดภัยกฤษฎา จำกัด ในการปฏิบัติงานจะมีการสอบถามของลูกค้าก่อนทุกครั้ง เพื่อให้ทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วมและเชื่อมั่นในมาตรฐานของบริษัท ทำให้บริษัทมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับลูกค้า เข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยในการปฏิบัติงานทุกครั้งลูกค้าจะมีการประเมิน เพื่อให้ทางบริษัททราบข้อควรปรับปรุงให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

6.1.3 Location การเลือกทำเลที่ตั้งของบริษัท

บริษัท รักษาความปลอดภัย กฤษฎา จำกัด เลือกทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้แหล่งแรงงาน.(Labor) เนื่องจากบริษัทต้องการแรงงานจำนวนมากในการให้บริการด้านรักษาความปลอดภัย จึงเลือกจัดตั้งบริษัทใกล้แหล่งที่มีแรงงาน เช่น การจัดตั้งบริษัทใกล้เขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมาซึ่งเป็นเขตที่รัฐบาล หรือภาคเอกชน จัดไว้ให้กลุ่มนักลงทุน.(Investor) ทางอุตสาหกรรม เข้ามาดำเนินกิจการอยู่ในบริเวณเดียวกัน โดยจัดสรรที่ดิน สาธารณูปโภค และสิ่ง

อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้บริการ อย่างพร้อมเพรียง มีพนักงานทำงานมากมาย อีกทั้งยังเป็นสถานที่ตั้งใกล้กลุ่มเป้าหมาย คือ ลูกค้าภาคเอกชน ประกอบด้วย โรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่อยู่ในบริเวณรอบ ๆ ที่ตั้งของบริษัทอีกด้วย

ภาพที่ 6.1: Process and Capacity Design



6.1.4 การเตรียมการให้บริการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

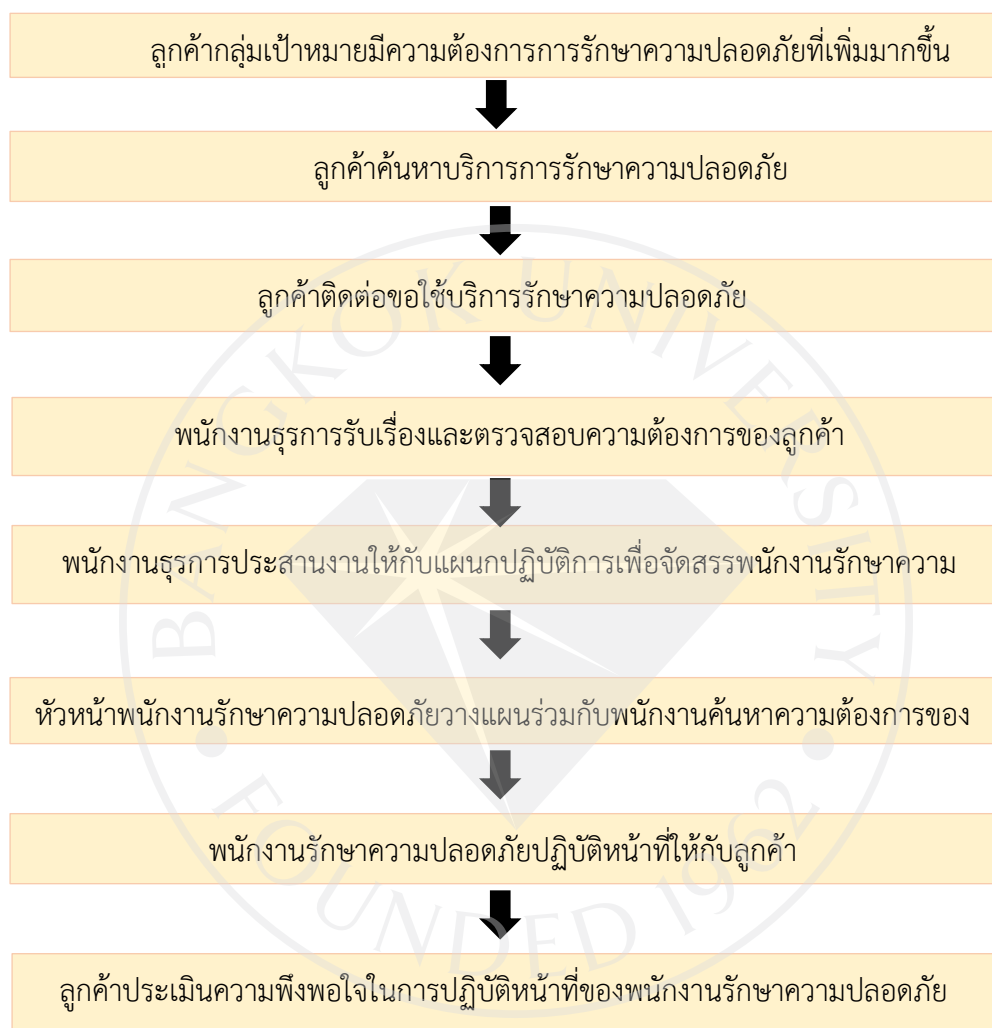
- 1) มีพนักงานรักษาความปลอดภัยที่มีประสบการณ์งานรักษาความปลอดภัย
- 2) มีอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ
- 3) มีการสอบถามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าก่อนให้บริการ
- 4) ให้บริการรักษาความปลอดภัยให้ตรงตามที่ลูกค้าต้องการตามมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย
- 5) ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่รักษาความปลอดภัย ส่งมอบความปลอดภัยสูงสุดให้แก่ลูกค้าและทรัพย์สินของลูกค้า

6.2 ขั้นตอนและวิธีการให้บริการ

บริษัท รักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด มีการรับสมัครพนักงานรักษาความปลอดภัย โดยคัดเลือกผู้สมัครที่มีคุณสมบัติตรงตามที่บริษัทต้องการ และมีประสบการณ์ด้านการรักษาความปลอดภัยมาก่อน ต่อมาก่อนปฏิบัติงานจริงจะมีการส่งพนักงานรักษาความปลอดภัยเข้ารับการอบรมในสถานฝึกอบรมการรักษาความปลอดภัยที่นายทะเบียนอนุญาตให้จัดตั้งขึ้นได้ตามพระราชบัญญัติ ปี 2558 ก่อน และจะมีประเมินพนักงานก่อนการปฏิบัติงานและหลังปฏิบัติงาน

6.3 กระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ

ภาพที่ 6.2: ขั้นตอนการให้บริการ



บทที่ 7
แผนการเงิน

7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของเงินทุน

ตารางที่ 7.1: แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	จำนวน (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
ค่าตกแต่งสถานที่	2,350,000.00	2,350,000.00	
เครื่องใช้สำนักงาน	230,000.00	230,000.00	
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	450,000.00	450,000.00	
ยานพาหนะ 4 คัน	1,880,000.00	1,880,000.00	
อุปกรณ์ที่ใช้ดำเนินงานพนักงาน	1,500,000.00	1,500,000.00	
รวมสินทรัพย์ถาวร	6,410,000.00	6,410,000.00	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ			
ค่าเช่าสถานที่ล่วงหน้า 3 เดือน	120,000.00	120,000.00	
เงินทุนหมุนเวียน	12,000,000.00	12,000,000.00	
รวมเงินทุนเริ่มต้น	18,530,000.00	18,530,000.00	-
โครงสร้างเงินทุน	100.00	100.00	

หมายเหตุ เงินลงทุนธุรกิจ ประกอบด้วย

สินทรัพย์ถาวร เท่ากับ 6,410,000 บาท

ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการจำนวน 120,000 บาท

เงินทุนหมุนเวียน จำนวน 3,000,000 บาท

ดังนั้น เงินลงทุนธุรกิจรวม 9,410,000 บาท

ตารางที่ 7.2: แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อม

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์ถาวรรวม	6,410,000.00		
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	320,500.00	320,500.00	320,500.00
ค่าเสื่อมราคาสะสม	320,500.00	641,000.00	961,500.00
โอนไปงบดุล			
สินทรัพย์ถาวรรวม	6,410,000.00	6,410,000.00	6,410,000.00
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	320,500.00	641,000.00	961,500.00
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	6,089,500.00	5,796,000.00	5,448,500.00

หมายเหตุ

ค่าเสื่อมราคา คิดจากมูลค่ารวมสินทรัพย์ถาวร 6,410,000 บาท

คำนวณได้ดังนี้

	ราคาทุน	อัตราค่าเสื่อม	ค่าเสื่อมราคา
ค่าตกแต่งสถานที่	2,350,000.00	5%	117,500.00
เครื่องใช้สำนักงาน	230,000.00	5%	11,500.00
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	450,000.00	5%	22,500.00
ยานพาหนะ 4 คัน	1,880,000.00	5%	94,000.00
อุปกรณ์ที่ใช้ดำเนินงาน พนักงาน	1,500,000.00	5%	75,000.00
รวม	6,410,000.00		320,500.00

ตารางที่ 7.3: แสดงการประมาณรายได้

การประมาณรายได้ ปีที่ 1-3			
การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสัญญาบริการ	12	15	17
จำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยต่อสัญญา(คน)	4	5	6
รวมจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัย (คน)/ปี	48	75	102
อัตราค่าบริการ/คน/เดือน	22,000.00	22,500.00	23,000.00
รายได้ค่าบริการ/ปี	12,672,000.00	20,250,000.00	28,152,000.00
รายได้ค่าบริการงาน JOB	4,750,000.00	5,250,000.00	5,750,000.00
รายได้รวมต่อวัน			
รวมรายได้ค่าบริการ/ปี	17,422,000.00	25,500,000.00	33,925,000.00

ตารางที่ 7.4: แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย

การประมาณการค่าใช้จ่าย			
ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าเช่าสำนักงาน	480,000.00	480,000.00	480,000.00
เงินเดือนพนักงาน(ออฟฟิศ) 7 คน	1,710,000.00	1,710,000.00	1,710,000.00
ค่าโทรศัพท์+อินเทอร์เน็ต (เพิ่ม 5%)	16,800.00	17,640.00	18,522.00
ค่าน้ำประปา (เพิ่ม 2%)	12,000.00	12,240.00	12,485.00
ค่าไฟฟ้า (เพิ่ม 5%)	144,000.00	151,200.00	158,760.00
ค่าเสื่อมราคา	320,500.00	320,500.00	320,500.00
รวมต้นทุนคงที่	2,683,300.00	2,691,580.00	2,700,267.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.4 (ต่อ): แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย

การประมาณการค่าใช้จ่าย			
ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนการให้บริการ	8,640,000.00	13,500,000.00	18,360,000.00
ส่งเสริมการขาย (5%)	50,000.00	52,500.00	55,125.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (3%)	60,000.00	61,800.00	63,654.00
ค่าฝึกอบรมพนักงาน	48,000.00	90,000.00	142,800.00
รวมต้นทุนผันแปร	8,798,000.00	13,704,300.00	18,621,579.00
รายได้รวม	17,422,000.00	25,500,000.00	33,925,000.00

หมายเหตุ:

พนักงานในสำนักงาน 7 คน จำนวน ได้แก่

1. กรรมการ 1 อัตรา จำนวน 50,000 บาท
2. ฝ่ายธุรการ 1 อัตรา จำนวน 15,000 บาท
3. ฝ่ายบุคคล 1 อัตรา จำนวน 20,000 บาท
4. ฝ่ายบัญชีการเงิน 1 อัตรา จำนวน 20,000 บาท
5. ฝ่ายปฏิบัติการ 1 อัตรา จำนวน 17,500 บาท
6. ฝ่ายการตลาด 1 อัตรา จำนวน 20,000 บาท

รวมเงินเดือนพนักงานในสำนักงาน 142,500 บาท/เดือน

รวมเงินเดือนพนักงานในสำนักงาน 1,710,000 บาท/ปี

ต้นทุนการให้บริการ คือ รายได้เฉลี่ยของพนักงานรักษาความปลอดภัย

รายได้เฉลี่ยพนักงานรักษาความปลอดภัย 15,000 บาท/เดือน/คน

ค่าฝึกอบรมพนักงาน ปีแรกคนละ 1,000 บาท ปีที่สองคนละ 1,200 บาท ปีที่สาม คนละ

1,400 บาท

ตารางที่ 7.5: แสดงงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้รวม	17,422,000.00	25,500,000.00	33,925,000.00
หักต้นทุนคงที่	2,683,300.00	2,691,580.00	2,700,267.00
หักต้นทุนผันแปร	8,798,000.00	13,704,300.00	18,621,579.00
กำไรก่อนดำเนินงาน	5,940,700.00	9,104,120.00	12,603,154.00
หัก ดอกเบี้ยจ่าย			
กำไรก่อนหักภาษี	5,940,700.00	9,104,120.00	12,603,154.00
หักภาษี 20%	1,188,140.00	1,820,824.00	2,520,630.80
กำไรสุทธิ	4,752,560.00	7,283,296.00	10,082,523.20

ตารางที่ 7.6: กำไรสะสม สถานการณ์ปกติ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กำไรสะสมต้นปี		4,752,560.00	12,035,856.00
บวกกำไรสุทธิ	4,752,560.00	7,283,296.00	10,082,523.20
หัก เงินปันผล			
กำไรสะสมปลายงวด	4,752,560.00	12,035,856.00	22,118,379.20

ตารางที่ 7.7: แสดงงบแสดงฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะทางการเงิน (งบดุล)			
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	18,261,200.00	27,685,820.00	40,609,474.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	18,261,200.00	27,685,820.00	40,609,474.00
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	6,089,500.00	5,769,000.00	5,488,500.00
ค่าตักแต่งสุทธิ	1,880,000.00	1,410,000.00	940,000.00
ค่ามัดจำสถานที่	120,000.00		
รวมสินทรัพย์	26,350,700.00	34,864,820.00	46,997,974.00
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	1,188,140.00	1,820,824.00	2,520,630.00
เงินกู้สุทธิ			
ทุนเรือนหุ้นสามัญ			
กำไรสะสม	25,162,560.00	33,043,886.00	44,477,343.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น			
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	26,350,700.00	34,864,820.00	46,997,974.00

ตารางที่ 7.8: แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ			
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กำไรสุทธิ	4,752,560.00	7,283,296.00	10,082,523.00
บวก ค่าเสื่อมราคา	320,500.00	320,500.00	320,500.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.8 (ต่อ): แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ			
กระแสเงินสดจากกิจกรรม ดำเนินการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	1,188,140.00	1,820,824.00	2,520,630.00
เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	6,261,200.00	9,424,620.00	12,923,654.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการ ลงทุน			
สินทรัพย์รวม	-6,410,000.00		
ค่าเช่าสถานที่ล่วงหน้า 3 เดือน	-120,000.00		
กระแสเงินสดจากการลงทุน	-6,530,000.00		
กระแสเงินสดจากการจัดหา			
กู้จากสถาบันการเงิน	-		
หักชำระเงินกู้			
หักชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ทุนหุ้นสามัญ	18,530,000.00		
กระแสเงินสดจากกิจกรรมสรรหา	18,530,000.00	-	-
เงินสดสุทธิ	18,261,200.00	9,424,620.00	12,923,654.00
บวกเงินสดต้นงวด		18,261,200.00	27,685,820.00
เงินสดปลายงวด	18,261,200.00	27,685,820.00	40,609,474.00

ตารางที่ 7.9: แสดงกระแสเงินรับตลอดโครงการ

กระแสเงินรับตลอดโครงการ		
Period	Value	Discount
0	- 18,530,000.00	- 18,530,000.00
1	5,073,060.00	4,591,151.01
2	7,603,796.00	6,227,785.05
3	10,403,023.20	7,711,063.94
		0.00

Rate	8%
NPV	944,562.49
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	10%

บทที่ 8

แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

8.1 แผนฉุกเฉิน

กรณีพนักงานรักษาความปลอดภัยขาดแคลนเนื่องจากสาเหตุการลาออก ส่งผลให้บริษัทขาดแคลนพนักงาน หากปล่อยให้บริษัทขาดแคลนพนักงานบ่อยนัก บริษัทจะขาดความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน ดังนั้นบริษัทจะมีการจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยที่เป็น Outsource หรือพนักงานรักษาความปลอดภัยในบริษัทอื่น ๆ มาทำงานเป็นงาน Part Time ก่อน เนื่องจากการสรรหาพนักงานใหม่ จะต้องมึระยะเวลาในการสรรหา และระยะเวลาในการอบรมให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ แต่ถ้าบริษัทมีการรับพนักงานที่ทำงานด้านรักษาความปลอดภัยอยู่แล้ว และมีความเชี่ยวชาญด้านรักษาความปลอดภัยมาทำงานที่บริษัทในรูปแบบ Part Time ก็จะช่วยแก้ไขปัญหพนักงานขาดแคลนได้ในกรณีฉุกเฉินนี้ และบริษัทจะมีการสำรวจและประเมินความรับผิดชอบงานว่าหนักเกินไปสำหรับพนักงานหรือไม่และสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงาน พัฒนาศักยภาพของพนักงานอยู่เสมอ เพื่อให้พนักงานเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร

8.2 แผนอนาคต

พัฒนารูปแบบธุรกิจเป็นแพลตฟอร์มในการให้บริการพนักงานรักษาความปลอดภัยในอนาคต เนื่องจากธุรกิจในช่วงเริ่มต้น การจัดตั้งธุรกิจยังไม่สามารถทำได้ครอบคลุมหลายพื้นที่นัก แต่ในอนาคตจะมีการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อให้ธุรกิจสามารถขยายต่อไปได้ในวงกว้างและเพิ่มมูลค่าธุรกิจได้ในอนาคต มีการค้นหาพนักงานรักษาความปลอดภัยใกล้บ้านได้และยังสามารถเพิ่มอาชีพให้กับพนักงานรักษาความปลอดภัยที่มาลงทะเบียนไว้ในแพลตฟอร์ม ธุรกิจจะหมดปัญหาการขาดแคลนพนักงาน อีกทั้งธุรกิจยังสามารถเติบโตอย่างก้าวกระโดดได้อีกด้วย

บรรณานุกรม

- กัญญารัตน์ เชื้อขำ. (2561). ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจรักษาความปลอดภัย บริษัท รักษาความปลอดภัย 2 พี จำกัด สถานที่ตั้งมีนบุรี กทม. สืบค้นจาก http://www.ceos-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-2-1_1570639153.pdf
- ธุรกิจรักษาความปลอดภัย: ธุรกิจที่ยังเติบโตต่อเนื่อง. (2553). สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/52192>.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ- นามสกุล	รณกร จันทรวงานตานนท์
อีเมล	waauww@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด
ประวัติการทำงาน	บริหารธุรกิจครอบครัว บริษัทรักษาความปลอดภัย กฤษดา จำกัด ตำแหน่ง พนักงานฝ่ายการตลาด



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 22 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) รณกร จันทรวงศ์ อยู่บ้านเลขที่ 479/2
ซอย ลีขัติร์ 16 ถนน - ตำบล/แขวง โขเมือง
อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด นครราชสีมา รหัสไปรษณีย์ 30000
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7621200257

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร.....การจัดการมหาบัณฑิต.....สาขาวิชา.....สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ..... คณะ.....การสร้าง

เจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ หัวข้อ 66 แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจรักษาความปลอดภัย

Business Plan for Security Business.

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.....การจัดการมหาบัณฑิต.....ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี กำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อ สาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้ สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน ลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิใน สารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บ รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(นาย/รณดร จันทวณิชพานิช)

ลงชื่อ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ พยาน

(อาทร พร้อมพัฒนภาค)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ พยาน

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย