

แผนธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ

Business Plan for Si Nakhon Konlakan Second Hand Car



แผนธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ

Business Plan for Si Nakhon Konlakan Second Hand Car



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2565  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจเดินที่รถยนต์มือสอง ศรีนครกลการ

ผู้วิจัย เจนจิรา คงตุก

ได้พิจารณาเห็นชอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ไตรภพสกุล

ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาทรร พร้อมพัฒนพัค

เจนจิรา คงตุก. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต (สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ), กันยายน 2565,  
มหาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ (69 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ไตรภพสกุล

## บทคัดย่อ

ธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ มุ่งเน้นการซื้อขายรถยนต์มือสอง ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานเป็นหลัก เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค เนื่องจาก รถยนต์เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก ในปัจจุบันสำหรับผู้บริโภค ศรีนครกมลการจึงอย่างเป็นทางการเป็นตัวเลือกในการซื้อรถยนต์มือสองให้กับผู้บริโภค ที่ต้องการรถยนต์ที่มีคุณภาพ

ธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ เป็นธุรกิจรถยนต์มือสองที่มีทั้งการขายที่หน้าร้าน และทางช่องทางออนไลน์ เพื่อตอบโจทย์การซื้อขายให้กับผู้บริโภคในปัจจุบัน มุ่งเน้นการขายโดยใช้ ช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram เป็นหลัก ซึ่งผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่ารถยนต์ ทุกคันที่ขายจากทางเรานั้นมีคุณภาพ เพราะเราเน้นคัดสรรรถยนต์ที่มีคุณภาพสูง อายุการใช้งานไม่สูง และราคามีความเหมาะสม มีบริการทั้งก่อนและหลังการขาย จากการศึกษาวิเคราะห์ถึง สภาพแวดล้อม ทำให้เราทราบว่าช่วงนี้ตลาดรถยนต์มือสองมีการเติบโตที่มากขึ้น รวมถึงตลาด ออนไลน์มีผลอย่างมากกับธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง เราจึงเล็งเห็นความได้เปรียบในการทำธุรกิจ ทำให้เกิดแผนธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสองเกิดขึ้น

เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยแผนธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสองมาใช้ในการวิเคราะห์และ ประเมินผลเพื่อใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ด้านการเงิน การตลาด การวิเคราะห์คู่แข่ง มูลค่าสุทธิของแผนธุรกิจ โดยจากการศึกษาการทำธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง ของศรีนครกมลการพบว่า ธุรกิจนี้จะใช้เงินลงทุนจำนวน 10 ล้านบาทและสามารถคืนทุนได้ภายใน 3 ปี โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 32,918,180.18 บาท การทำแผนวิจัยธุรกิจจะช่วยให้ ผู้ประกอบการสามารถคิดวิเคราะห์สถานการณ์และความเสี่ยงของธุรกิจ เพื่อให้ผู้ศึกษาสามารถ วางแผน แก้ไขและหาวิธีการรับมือความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในการทำธุรกิจนี้

คำสำคัญ: รถยนต์มือสอง, ผู้บริโภค, ราคา

Kongtuk, J. Master of Management in Entrepreneurship, September, 2022, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Si Nakhon Konlakan Second Hand Car (69 pp.)

Advisor: Assoc. Prof. Suchard Tripobsakul, Ph.D.

## ABSTRACT

Si Nakhon Konlakan second hand car focuses mainly on the trading of used cars with standard quality to build confidence for consumers because cars are very necessary today for consumers. Si Nakhon Konlakan is therefore an option to buy used cars for consumers who want quality cars.

Si Nakhon Konlakan second hand car is a used car business that sells both in-store and online to meet the needs of today's consumers. Focus on selling mainly using social media channels such as Facebook, Instagram, where consumers can be confident that every car sold from us is of good quality. Because we focus on selecting high quality cars service life is not high and the price is reasonable. Service both before and after the sale. From the analysis of the environment, we know that the used car market has grown more recently. Including the online market has a huge impact on the used car business. We therefore see an advantage in doing business resulting in a second-hand car business plan.

To use the information obtained from the used car business plan research for analysis and evaluation for investment decision making. by considering financial analysis, marketing, competitor analysis. Business plan net worth from the study of the second-hand car business of Si Nakhon Konlakan, it was found that This business will use an investment of 10 million baht and can pay back within 3 years with a net present value (NPV) equal to 32,918,180.18 baht. Making a business research plan will help you to analyze the situation business risk so that students can plan, Solve and find ways to cope with the risks that will arise in this business.

*Keywords: Second Hand Car, Consumer, Price*

## กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำแผนธุรกิจต้นที่รถยนต์มือสอง ศรีนครกลการ เสร็จสมบูรณ์ล่วงหน้าด้วยความ  
กรุณาช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาและให้  
ความกรุณาเสียสละเวลาให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ เพื่อชี้แนะให้คำปรึกษาและแก้ไขการศึกษา  
ค้นคว้าวิจัย ตลอดจนการตรวจการศึกษาค้นคว้าวิจัยฉบับเพื่อแก้ไขในข้อบกพร่องต่าง ๆ จึงส่งผลให้  
การศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้ มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ประสบความสำเร็จไปด้วยดี รวมถึง  
ขอขอบพระคุณอาจารย์ท่านอื่น ที่ช่วยถ่ายทอดวิชาความรู้ให้

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ไตรภพสกุล ณ โอกาสนี้

เจนจิรา คงตุก



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความน่าสนใจของธุรกิจ	1
1.2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ	4
1.3 เหตุผลที่เลือกทำกิจการนี้เป็นแผนธุรกิจ	4
1.4 โครงสร้างธุรกิจ	5
บทที่ 2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก	
2.2 โครงสร้างอุตสาหกรรม	7
2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (PEST Analysis)	8
2.3 การประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรม (การวิเคราะห์อุตสาหกรรมด้วย Five Forces Analysis)	9
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น (การวิเคราะห์ตลาดและโครงสร้างทางการแข่งขัน (Competitors Analysis)	10
2.5 ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จ (Key Success Factors)	13
2.6 สรุปประเด็นสำคัญจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรม	13
บทที่ 3 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน	
3.1 ตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจ	15
3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	15
3.3 การประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ	16
3.4 แนวทางกลยุทธ์ของธุรกิจ	17
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 วัตถุประสงค์การวิจัย	21
4.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	21
4.3 ระเบียบวิธีวิจัย	21

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) การวิจัยทางการตลาด	
4.4 วิธีการเก็บข้อมูลและแหล่งข้อมูล	21
4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	21
4.6 สรุปผลการวิจัย	22
4.7 ประเด็นจากผลการวิจัยที่น่าสนใจและสามารถนำมาเป็นประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจ	38
บทที่ 5 กลยุทธ์ทางการตลาด	
5.1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด	40
5.2 การแบ่งส่วนทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และตำแหน่งทางการตลาด (STP)	40
5.3 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	42
บทที่ 6 กลยุทธ์การดำเนินงาน	
6.1 การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ	44
6.2 แผนการดำเนินงาน	44
6.3 การจัดสรรพื้นที่ภายใน	45
6.4 แผนการให้บริการลูกค้า	45
บทที่ 7 กลยุทธ์การดำเนินงาน	
7.1 แผนการบริหารงานบุคคล	46
7.2 แผนรองรับในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19	47
บทที่ 8 กลยุทธ์ด้านการเงิน	
8.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน	49
8.2 เป้าหมายทางการเงิน	49
8.3 นโยบายทางการเงิน	49
8.4 ข้อสมมติฐานของการพยากรณ์ตัวแปรทางการเงิน	49
8.5 การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุน	59
บทที่ 9 แผนฉุกเฉิน	
9.1 แผนฉุกเฉินด้านการตลาด	61
9.2 แผนในอนาคต	61



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	63
ประวัติผู้เขียน	69



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 8.1: แสดงราคาขายโดยวิธีต้นทุนส่วนเพิ่ม 15% ตามประเภทของรถยนต์มือสอง	50
ตารางที่ 8.2: แสดงการประมาณการรายได้สำหรับการขายในปีแรกแบ่งตามประเภทของรถยนต์	50
ตารางที่ 8.3: แสดงการประมาณการรายได้จากการขายรถยนต์มือสองในเวลา 3 ปี	51
ตารางที่ 8.4: ประมาณการต้นทุนสินค้าและยอดขายเฉลี่ยต่อคัน	51
ตารางที่ 8.5: ประมาณการเงินลงทุน (ต่อเดือน)	51
ตารางที่ 8.6: แสดงค่าใช้จ่ายเงินเดือนของพนักงานศรีนครกมลการ	52
ตารางที่ 8.7: แสดงค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์	53
ตารางที่ 8.8: แสดงค่าเสื่อมค่าตกแต่งอาคารสำนักงานและที่ดิน	53
ตารางที่ 8.9: แสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนรายเดือนของธุรกิจเด็กรถยนต์มือสองศรีนครกมลการ	54
ตารางที่ 8.10: แสดงการประมาณการงบกำไรขาดทุน	55
ตารางที่ 8.11: แสดงการประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	56
ตารางที่ 8.12: แสดงงบกระแสเงินสด	57
ตารางที่ 8.13: แสดงการประมาณการประเมินโครงการ	59

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: แสดงแนวโน้มการเติบโตของรถยนต์มือสองในปี พ.ศ. 2565	2
ภาพที่ 1.2: แสดง 4 แนวโน้มต้นทุนธุรกิจสินเชื่อรถยนต์มือสอง	3
ภาพที่ 1.3: แสดงดัชนีราคาการรถยนต์มือสอง	4
ภาพที่ 2.1: แสดงตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจของ P.S. Used Car	10
ภาพที่ 2.2: แสดงตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจของ นายหัวแหลม รถยนต์มือสอง	11
ภาพที่ 3.1: โลโก้ตราสินค้า	15
ภาพที่ 3.2: แสดงตัวอย่างการโปรโมทสินค้า ใน Facebook	19
ภาพที่ 4.1: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ	23
ภาพที่ 4.2: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจำแนกตามอายุ	23
ภาพที่ 4.3: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	24
ภาพที่ 4.4: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส	24
ภาพที่ 4.5: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	25
ภาพที่ 4.6: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับยี่ห้อรถยนต์มือสองที่ผู้บริโภคสนใจหรือต้องการซื้อ	25
ภาพที่ 4.7: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับอายุของรถยนต์มือสองที่ผู้บริโภคสนใจหรือต้องการซื้อ	26
ภาพที่ 4.8: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการชำระเงินที่ผู้บริโภคต้องการ	26
ภาพที่ 4.9: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง	27
ภาพที่ 4.10: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคที่รู้จักเห็นรถยนต์มือสอง ครีโนครกการจากแหล่งใด	27
ภาพที่ 4.11: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสอง ครีโนครกการ มีสภาพรถยนต์ภายนอกที่สมบูรณ์	28
ภาพที่ 4.12: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสอง ครีโนครกการ มีสภาพตัวถังและภายในรถดี	28
ภาพที่ 4.13: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสอง ครีโนครกการ มีสภาพเครื่องยนต์ดี	29
ภาพที่ 4.14: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสอง ครีโนครกการ มีความหลากหลายของยี่ห้อและรุ่นของรถยนต์ภายในร้าน	30
ภาพที่ 4.15: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสอง ครีโนครกการ มีประวัติรถและเอกสารที่ชัดเจนถูกต้อง	30

## สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.16: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนคร กลการมีราคาที่เหมาะสมกับรถยนต์	36
ภาพที่ 4.17: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนคร กลการมีป้ายราคาที่บอกชัดเจน	31
ภาพที่ 4.18: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนคร กลการมีส่วนลดให้พิเศษกรณีที่ผู้บริโภคซื้อรถยนต์เป็นเงินสด	32
ภาพที่ 4.19: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนคร กลการมีราคาตัวรถยนต์ที่ต่ำและระยะเวลาในการผ่อนสูง	32
ภาพที่ 4.20: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนคร กลการมีราคาของรถยนต์แต่ละยี่ห้อเหมาะสมต่อสภาพการใช้งาน	33
ภาพที่ 4.21: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์ มือสองของศรีนครกลการ มีสถานที่กว้างขวาง สะดวกสบาย	33
ภาพที่ 4.22: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์ มือสองศรีนครกลการ มีเปิดจำหน่ายรถยนต์ทุกวัน ไม่มีวันหยุด	34
ภาพที่ 4.23: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์ มือสองศรีนครกลการ มีทำเลที่สะดวกสบายใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	34
ภาพที่ 4.24: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์ มือสอง ศรีนครกลการ มีประวัติการขายรถยนต์ที่น่าเชื่อถือ	35
ภาพที่ 4.25: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์ มือสอง ศรีนครกลการ มีบริการออกฤกษ์รถตามเวลาที่ผู้บริโภครต้องการ	35
ภาพที่ 4.26: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้บริโภคเห็นว่า รถยนต์มือสองศรีนครกลการมีบริการหลังการขาย	36
ภาพที่ 4.27: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้บริโภคเห็นว่า รถยนต์มือสองศรีนครกลการ มีโปรโมชั่นและการแถมสินค้าอื่น ๆ	36
ภาพที่ 4.28: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้บริโภคเห็นว่า รถยนต์มือสองศรีนครกลการ มีการโฆษณาตามสื่อออนไลน์ต่าง ๆ	37
ภาพที่ 4.29: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้บริโภคเห็นว่า รถยนต์มือสองศรีนครกลการ มีพนักงานและการบริการที่ดี	37

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.30: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้บริโภคเห็นว่า รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีการแนะนำเกี่ยวกับรถยนต์จากช่างผู้เชี่ยวชาญ ด้านรถยนต์	38
ภาพที่ 5.1: แผนภาพแสดงการรับรู้ตำแหน่งตราสินค้า	41
ภาพที่ 7.1: โครงสร้างองค์กร	47



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความน่าสนใจของธุรกิจ (ที่มาและแนวคิดของธุรกิจ)

เนื่องจากในปัจจุบัน รถยนต์ ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของประชาชนในปัจจุบันอย่างมาก ส่งผลให้ตลาดรถยนต์มีความกว้างขวางมากขึ้น ประชาชนมีความต้องการใช้รถยนต์ที่มากขึ้น รถยนต์มีการปรับเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมและมีความทันสมัยมากขึ้น การแข่งขันของค่ายผลิตรถยนต์ต่าง ๆ ก็มีการแข่งขันที่มีความแข็งแกร่งมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการมากขึ้น ความต้องการซื้อรถใหม่ที่สูง ส่งผลให้ปริมาณรถใหม่ถูกย้ายมายังตลาดรถยนต์มือสองมากขึ้นด้วย เกิดเป็นธุรกิจรถยนต์มือสองขึ้นมา สถานการณ์ตลาดรถยนต์มือสองในปี 2558 พบว่า ตลาดรถยนต์มือสองเริ่มมีการปรับตัวที่ขึ้น เนื่องมาจากภาวะ เศรษฐกิจที่ชะลอตัว ซ้ำลง ส่งผลให้ประชาชนประหยัดการ ใช้จ่ายและหันมาซื้อรถยนต์มือสองมากขึ้น เนื่องจากรถยนต์มือสองมีข้อได้เปรียบในเรื่องของราคาที่ถูกลงและสภาพรถยนต์ที่มีความใกล้เคียงกับรถใหม่ ดังนั้นตลาดรถยนต์มือสองจึงเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อรถยนต์ที่มีคุณภาพดีแต่ราคาไม่สูงมากนัก โดยสมาคมผู้ประกอบการรถยนต์ใช้แล้วระบุว่าตลาดธุรกิจรถยนต์มือสอง มีมูลค่าสูงประมาณ 8 หมื่นล้านบาท ในปี 2564 เติบโตขึ้นประมาณ 10-15% สำหรับรถยนต์และมืออัตรารถยนต์ขยายตัว 1.5-3.5% สำหรับบรรดารถทุก โดยในปี 2565 ราคาตลาดรถยนต์มือสองของไทยยังมีทิศทางเติบโตขึ้นต่อเนื่อง โดยทิศทางตลาดรถยนต์มือสองในปี 2565 จะยังคงมีแนวโน้มที่ดี ผู้บริโภคยังคงมีความต้องการซื้อรถยนต์อย่างต่อเนื่อง เพราะได้เปรียบในเรื่องราคาเมื่อเทียบกับรถยนต์มือหนึ่ง อีกทั้งรถยนต์มือสองในปัจจุบันมีอายุการใช้งานที่ไม่มาก คุณภาพยังคงดี ยังอยู่ในเงื่อนไขการรับประกันทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและมั่นใจในการซื้อรถยนต์มือสองมากขึ้น ดังนั้นทางเราจึงเล็งเห็นว่าธุรกิจเดินที่รถยนต์มือสองนั้นน่าสนใจมาก เพราะสามารถสร้างกำไรได้อย่างมาก เนื่องจากรถยนต์มือสอง 1 คัน จะมีกำไรตั้งแต่ 50,000 ขึ้นไป

ภาพที่ 1.1: แสดงแนวโน้มการเติบโตของรถยนต์มือสองในปี พ.ศ. 2565



ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). รถมือ 2 สดใส รับตลาดรถมือสองโต จากอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น  
 จำกัดความสามารถในการซื้อรถมือหนึ่งของภาคครัวเรือน. สืบค้นจาก  
<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/ST-FB-21-06-2022-1.aspx>.



ภาพที่ 1.2: แสดง 4 แนวโน้มด้านธุรกิจสินเชื่อรถมือสอง



ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). รถมือ 2 สดใส รับตลาดรถมือสองโต จากอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น จำกัดความสามารถในการซื้อรถมือหนึ่งของภาคครัวเรือน. สืบค้นจาก

<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/ST-FB-21-06-2022-1.aspx>.



ภาพที่ 1.3: แสดงดัชนีราคารถยนต์มือสอง



ที่มา: PPTV Online. (2565). *ค่าครองชีพพุ่ง หนุนรถยนต์มือสอง คาดปี 2565 ขยายตัว 5-7%*. สืบค้นจาก <https://www.pptvhd36.com/news/เศรษฐกิจ/174457>.

## 1.2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

ธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง เป็นที่ธุรกิจที่เกี่ยวกับการซื้อขายระหว่างผู้บริโภคและเจ้าของเต็นท์รถยนต์มือสอง โดยที่เต็นท์รถยนต์มือสองจะมีจำนวนรถยนต์และยี่ห้อของรถยนต์ที่หลากหลายลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความต้องการ โดยที่เมื่อก่อนลูกค้าจะต้องมาดูรถยนต์ที่เต็นท์เท่านั้น แต่ในปัจจุบันนั้น ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อและดูรถยนต์มือสองได้จากช่องทางออนไลน์ อาทิเช่น Facebook, Instagram หรือจะเว็บไซต์อื่น ๆ ที่ทำการซื้อขายรถยนต์มือสอง เช่น Taladrod, One2car, Kaidee.com และผู้บริโภคค่อยเดินทางมาดูรถยนต์ตัวจริงกับทางเต็นท์รถยนต์มือสอง เพราะส่วนมากกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันชอบความสะดวกสบายไม่ยุ่งยาก

## 1.3 เหตุผลที่เลือกทำกิจการนี้เป็นแผนธุรกิจ

ปัจจุบันธุรกิจนี้เป็นธุรกิจของครอบครัวของนักศึกษาซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการซื้อขายรถยนต์มือสอง มีชื่อว่า ศรีนครกมลการ เป็นธุรกิจซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน รถยนต์ทุกชนิด จัดไฟแนนซ์ รีไฟแนนซ์ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการรถยนต์คุณภาพดี ในราคา

ที่ไม่แพง พร้อมทั้งบริการก่อนและหลังการขายที่มีมาตรฐาน เป็นการยกระดับรถยนต์มือสองให้มีคุณภาพทัดเทียมกับรถยนต์ใหม่ ซึ่งในปัจจุบันศรีนครกลการมีทั้งหมด 3 สาขา ในจังหวัด นครศรีธรรมราช โดยทางนักศึกษาอยากจะทำต่อธุรกิจนี้เพราะมีความชื่นชอบทางด้านรถยนต์และพอมีความรู้ทางด้านรถยนต์อยู่บ้าง โดยทางนักศึกษาคิดว่าอาจจะมีการเพิ่มบริการให้เช่ารถยนต์ ภายในเดือนที่รถ เช่น การเช่ารถยนต์ ในอนาคตจะมีการขยายสาขาไปยังตัวเมืองจังหวัด นครศรีธรรมราช ดังนั้นจึงเห็นว่าควรเลือกธุรกิจนี้ในการทำแผนธุรกิจเพื่อต่อยอดธุรกิจ เพราะเล็งเห็นว่าธุรกิจนี้ สามารถสร้างกำไรได้อย่างมาก

#### 1.4 โครงสร้างธุรกิจ

##### 1.4.1 พันธมิตร (Key Partners)

พันธมิตรของเต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกลการคือ บริษัทรับจัดทำไฟแนนซ์ บริษัทประกันภัย และธนาคาร

##### 1.4.2 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

มีบริการที่เกี่ยวกับรถยนต์มือสองที่ครบวงจร เช่น รับซื้อและขายรถยนต์มือสอง รับผิดชอบ เบี้ยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ มีการบริการหลังการขาย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าทางศรีนครกลการนั้นมีมาตรฐาน ทำการโฆษณาโปรโมทเพื่อให้คนรู้จักเพื่อให้สามารถซื้อขายรถยนต์มือสองได้

##### 1.4.3 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

ทรัพยากรหลัก ๆ ของเต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกลการ คือ รถยนต์มือสองสภาพดี เงินทุน อาคารสถานที่ พนักงาน

##### 1.4.4 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

เต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกลการจะมีการแบ่งโครงสร้างต้นทุนเป็น ดังนี้

- 1) ต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าเงินเดือนพนักงาน
- 2) ต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าน้ำมัน ค่าซื้อรถยนต์มือสอง ค่าใช้จ่ายที่

เกี่ยวข้องเกี่ยวกับด้านการตลาด

##### 1.4.5 คุณค่าสินค้าหรือบริการ (Value Propositions)

รถยนต์มีสภาพดี ไม่เฉี่ยว ไม่ชน บริการที่ประทับใจ ความสะดวกสบาย มีการบริการหลังการขาย

#### 1.4.6 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

การจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อดึงดูดและสร้างฐานลูกค้า สร้างการบริหารและการบริการที่ดีได้มาตรฐาน มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง มีบริการรับจัดไฟแนนซ์ มีบริการออกรถยนต์ตามฤกษ์มงคล

#### 1.4.7 ช่องทางการเข้าถึง (Channels)

การใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ อาทิเช่น Facebook, Instagram และ Tiktok เพื่อเพิ่มการเข้าถึงที่หลากหลายให้กับลูกค้า และก็ยังบริการในหน้าร้านที่เป็นตัวแทนรถยนต์เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถมาดูรถยนต์ตัวจริงได้

#### 1.4.8 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อาศัยในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง มีอาชีพเป็นข้าราชการ ทำธุรกิจส่วนตัว มีอายุตั้งแต่ 23 ปีขึ้นไป

#### 1.4.9 รายได้หลัก (Revenue Streams)

รายได้หลักได้จากการจำหน่ายและซื้อรถยนต์มือสองทุกยี่ห้อ การจดทะเบียน พ.ร.บ. ประกันภัยรถยนต์ การรับจัดไฟแนนซ์ รับฝากรถ รับฝากทะเบียนรถ การเช่ารถยนต์

## บทที่ 2

### การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

#### 2.2 โครงสร้างอุตสาหกรรม

ธุรกิจรถยนต์มือสอง เป็นหนึ่งในธุรกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่น่าจับตามองในขณะนี้อย่างมาก เพราะนอกจากจะมีมูลค่าทางการตลาดสูงมากแล้ว ยังคงเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจอื่น ได้แก่ ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจอะไหล่ยนต์ และธุรกิจประมูลรถยนต์ ที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดการจ้างงานภายในประเทศในธุรกิจที่หลากหลาย ซึ่งแม้จะมีสถานการณ์โควิดที่ส่งผลกระทบต่อหลาย ๆ ธุรกิจแต่ก็ได้สร้างมิติใหม่ให้กับตลาดรถมือสอง จากความต้องการใช้รถยนต์ส่วนตัวเพิ่มขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ ในช่วงที่ภาวะการเงินของ คริวเรือนได้รับผลกระทบและมีความไม่แน่นอน แต่ยังคงมีความจำเป็นต้องใช้รถยนต์เพื่อเดินทาง และเป็นที่จับตามองถึงทิศทางของตลาดรถยนต์มือสอง ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ในปี 2565 สิ่งที่น่าจับตามองคือแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทในการทำธุรกิจตลาดรถยนต์มือสองมากขึ้น ทั้งในด้านของข้อมูลและช่องทางการขาย รถยนต์มือสองที่นำเข้าสู่ตลาดจะถูกคัดสรรและมีคุณภาพมากกว่าเดิม ผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบราคาได้ด้วยตัวเอง ในขณะที่ผู้ประกอบการใหญ่มีการเปลี่ยนมาทำการขายทางแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทั้ง Facebook, Line โดยปัจจุบันส่วนมากผู้ประกอบการจะเน้นการทำตลาดทาง Facebook ของตนเองเป็นหลัก

โควิดกระตุ้นตลาดรถมือสองให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง แม้วายอดขายรถยนต์มือหนึ่งจะหดตัวแล้วถึง 37% ครึ่งปีแรก แต่ยอดขายรถมือสองที่วัดจากยอดการโอนกรรมสิทธิ์รถยนต์ลดลงเพียง 15% จึงทำให้เห็นสภาวะตลาดรถยนต์มือสองที่ยังคงแข็งแกร่งมีความยืดหยุ่นกว่าตลาดรถยนต์ใหม่ เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังซื้อรถยนต์ที่หดตัวลดลงอย่างมากจากสถานการณ์โควิด 19 ทำให้ผู้บริโภคเกิดตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ยากและอาจจะตัดสินใจหันไปซื้อรถยนต์มือสองเพื่อทดแทนการซื้อรถยนต์มือหนึ่ง มีสัดส่วนรถปีใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้นจากการเทขายผู้ใช้รถที่เผชิญปัญหาสภาพคล่อง จากข้อมูลบนเว็บไซต์ One2car พบว่าเป็นตลาดรถยนต์ออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ในปัจจุบันพบว่าจำนวนรถยนต์ที่ลงประกาศขายก่อนครบรอบการเปลี่ยนรถยนต์ปกติ

ดังนั้นจากที่ทางเดินที่รถยนต์มือสองศรีนครกการได้ทำการตลาดเกี่ยวกับรถยนต์มือสองนั้นได้พบว่า ส่วนใหญ่ในธุรกิจเดินที่รถยนต์มือสองนั้นจะเป็นเจ้าใหญ่ ๆ ทั้งนี้ก็ยังยังสามารถดำเนินธุรกิจนี้ได้ เนื่องจากธุรกิจด้านรถยนต์มือสองจะต้องใช้ทั้งประสบการณ์และเงินทุนในการลงทุนทำธุรกิจที่สูงมาก ทำให้เจ้าอื่น ๆ ที่เป็นมือใหม่ไม่สามารถแบกรับเรื่องค่าใช้จ่ายที่สูงมากได้ ทำให้กิจการต้องปิดตัวลงไป ดังนั้นทางเราจะต้องมีการทำการตลาดที่แปลกใหม่และต้องสามารถสร้าง

ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค ทั้งผู้บริโภคเก่าและใหม่ เพื่อให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่งสามารถมีแข่งขันกับเจ้าอื่น ๆ ในตลาดรถยนต์มือสองได้

## 2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (PEST Analysis)

### 2.2.1 สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political Factors)

สภาพแวดล้อมทางการเมืองที่ส่งผลอย่างมากเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง คือเรื่องภาษีรถยนต์ ซึ่งภาษีรถยนต์ คือ ป้ายกระดาษสีเหลืองเล็ก ๆ ที่ผู้มีรถยนต์ทุกคนต้องจ่ายภาษีรถยนต์ตามกฎหมายบังคับ ซึ่งภาษีรถยนต์ที่จะต้องต่อในแต่ละปีนั้นมีราคาที่สูง ซึ่งหากขาดการต่อภาษีรถยนต์หลังจากป้ายภาษีหมดอายุจะถือว่าเป็นรถผิดกฎหมาย ทำให้สภาพแวดล้อมทางการเมืองส่งผลอย่างมากกับธุรกิจเดินที่รถยนต์มือสอง

### 2.2.2 สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)

เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจในปัจจุบันก็มีการส่งผลอยู่บ้างในการทำธุรกิจเดินที่รถยนต์มือสอง เนื่องจากผู้คนเริ่มมีการตัดสินใจในการซื้อรถยนต์ที่มากขึ้น ทำให้การซื้อขายด้านรถยนต์มีการชะลอตัวที่ลดลง แต่ในทางกลับกันนั้น ธุรกิจเดินที่รถยนต์มือสองก็ได้เป็นตัวเลือกอีกช่องทางหนึ่งให้กับผู้บริโภคที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อรถยนต์ เพราะปัจจุบันรถยนต์มือสองมีสภาพของรถที่ดี อายุการใช้งานของรถยนต์ไม่มาก แต่ได้ราคาที่ถูกกว่ารถยนต์มือหนึ่งเกือบเท่าตัว ทำให้เกิดการซื้อขายในตลาดรถยนต์มือสองที่มากขึ้น ทำให้เกิดการซื้อขายอยู่ตลอดเวลา

### 2.2.3 สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Factors)

สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรมเกี่ยวกับรถยนต์มือสองคือ ผู้บริโภคมีความต้องการและรสนิยมของรถยนต์ที่แตกต่างกันไป เช่น บางคนซื้อรถยนต์เพื่อไว้ใช้ในการเดินทางอย่างเดียวไม่จำเป็นต้องใช้รถที่มีราคาแพง หรือบางกลุ่มเป็นลูกค้าที่ชื่นชอบด้านการสะสมรถยนต์ โดยที่ไม่เป็นจำเป็นต้องเป็นรถยนต์มือหนึ่งเพราะกลุ่มนี้ส่วนมากจะเป็นคนที่มีความชื่นชอบรถยนต์ คนเหล่านี้ก็จะซื้อมาเพื่อสะสม

### 2.2.4 สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technological Factors)

สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยีมีผลกระทบอย่างมากสำหรับธุรกิจเดินที่รถยนต์มือสอง เพราะปัจจุบันผู้บริโภคจะใช้ช่องทาง Social Media ในการใช้ชีวิตประจำวันอย่างมาก เพื่อตอบสนองความสะดวกสบาย ทำให้ธุรกิจรถยนต์มือสองต้องมีการปรับตัวให้กับสถานการณ์ให้เข้ากับปัจจุบัน โดยจะต้องมีการทำการตลาดที่มากขึ้น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มีการตัดสินใจในการซื้อรถยนต์มือสองที่มากขึ้น

## 2.3 การประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรม (การวิเคราะห์อุตสาหกรรม ด้วย Five Forces Analysis)

### 2.3.1 อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

ผู้ขายที่ต้องการจะขายรถยนต์ก็สามารถที่จะเข้ามาที่ตัวแทนรถยนต์ของเราได้ เพื่อเข้ามาสอบถามราคาหรือขายรถยนต์กับทางเราได้ตลอดเวลา หรือสามารถเปรียบเทียบว่าที่ไหนให้ราคารถยนต์ของผู้บริโภคสูงที่สุด

### 2.3.2 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers)

เนื่องจากปัจจุบันมีธุรกิจตัวแทนรถยนต์มือสองที่มากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่มากขึ้นเช่นกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบราคาของรถยนต์ได้จากหลายที่ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับว่าที่ไหนรถยนต์มีคุณภาพและราคาที่ดีกว่ากัน และผู้ซื้อก็ยังนำข้อได้เปรียบนี้มาต่อรองราคากับทางตัวแทนรถยนต์ที่ผู้ซื้อสนใจได้

### 2.3.3 การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Current Competitors)

ปัจจุบันคู่แข่งของธุรกิจตัวแทนรถยนต์มือสองมีจำนวนที่มากขึ้นมากกว่าเดิม ทุกที่พยายามที่จะสร้างการตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร เพื่อสร้างความแตกต่างและความประทับใจให้กับลูกค้าใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว มีสินค้าที่เป็นรถยนต์ที่หลากหลาย การบริการที่ดี มีบริการหลังการขาย ทำให้เกิดการซื้อขายที่รวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน

### 2.3.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน คือ รถจักรยานยนต์ เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคจะเน้นด้านความสะดวกสบาย จึงส่งผลให้รถจักรยานยนต์เป็นอีกตัวเลือกหนึ่ง สำหรับผู้บริโภคในการเลือกยานพาหนะการเดินทาง เพราะรถจักรยานยนต์มีราคาที่ถูกกว่ารถยนต์ การบำรุงรักษาไม่มากนักเท่ากับ ดังนั้นรถจักรยานยนต์จึงนับว่าเป็นภัยคุกคามจากด้านสินค้าทดแทน

### 2.3.5 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance)

ธุรกิจตัวแทนรถยนต์มือสองนั้นมีคู่แข่งรายใหม่จำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาในเรื่องของราคารถยนต์ เพราะส่วนมากผู้แข่งรายใหม่ในช่วงแรกของการขายรถยนต์จะมีการขายรถยนต์ที่ราคาพิเศษหรือถูกกว่าเจ้าอื่น ๆ ที่มีมาก่อน ทำให้ตัวธุรกิจของเรานั้นต้องมีการขยับราคาลงมา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ธุรกิจเจ้าอื่น ๆ ที่อยู่ในการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันนั้น ต้องยอมรับการได้ที่กำไรจากการขายรถยนต์มือสองที่น้อยลงกว่าเดิม

## 2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น (การวิเคราะห์ตลาดและโครงสร้างทางการแข่งขัน (Competitors Analysis)

### 2.4.1 คู่แข่งทางตรง (Direct competitors)

#### 2.4.1.1 คู่แข่งทางตรง รายที่ 1

P.S. Used Car ซื้อ-ขาย รถยนต์มือสอง นครศรีธรรมราช

ภาพที่ 2.1: แสดงตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจของ P.S. Used Car



ที่มา: P.S. Used Car ซื้อ-ขาย รถยนต์มือสอง นครศรีธรรมราช. (2563). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/P.S.UsedCar/>.

เป็นคู่แข่งทางตรงกับธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ เพราะเป็นธุรกิจที่เป็นเต็นท์รถยนต์มือสอง ซื้อขายรถยนต์ และรับทำบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับรถยนต์ โดยส่วนมากจะทำการตลาดในช่องทางของ Facebook เป็นหลัก มีจำนวนของรถที่หลากหลายและสถานที่กว้างขวาง



### 2.4.1.2 คู่แข่งทางตรงรายที่ 2 นายหัวแหลม รถยนต์มือสอง

ภาพที่ 2.2: แสดงตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจของ นายหัวแหลม รถยนต์มือสอง



ที่มา: รถยนต์มือสองนายหัวแหลม. (2563). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/naihualaem/>.

นายหัวแหลม รถยนต์มือสอง เป็นตัวแทนรถยนต์มือสองที่มีสถานที่กว้างขวาง รับทั้งบริการซื้อและขายรถยนต์ เป็นตัวแทนรถยนต์ที่คนในจังหวัดนครศรีธรรมราชรู้จักเยอะที่สุด โดยส่วนมากจะทำการตลาดในช่องทาง Facebook โดยการโพสต์รูปและราคาของรถยนต์ เหมือนกับตัวแทนรถยนต์ P.S. Used Car ซื้อ-ขาย รถยนต์มือสอง นครศรีธรรมราช

### 2.4.2 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitors)

#### 2.4.2.1 คู่แข่งทางอ้อมรายที่ 1

Carsome



ภาพที่ 2.3: แสดงตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจของ Carsome

# CARSOME

ที่มา: Carsome ระดมทุนซีรีส์ ซี 1,500 ล้านบาท เตรียมรุกหนักตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้.

(2562). สืบค้นจาก <https://www.thumbsup.in.th/carsome-startup-raise-fund-for-sea>.

Carsome เป็นแพลตฟอร์มซื้อ-ขายรถยนต์มือสองออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นำเสนอบริการแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นจนจบสำหรับลูกค้า และดีลเลอร์รถยนต์มือสองทุกราย

2.4.2.2 คู่แข่งทางอ้อมรายที่ 2

Motto Auction

ภาพที่ 2.4: แสดงตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจของ Motto Auction



ที่มา: Motto Auction ผู้นำการประมูลรถยนต์ระดับโลก ยุคดิจิทัลล้ำหน้าด้วยเทคโนโลยีฯครบวงจร  
ครองแชมป์ธุรกิจตลาดรถ 68,000 คัน ปี 2562. (2562). สืบค้นจาก

<https://highlightmotorsports.wordpress.com/2019/11/22/motto-auction-leader-of-car-auction>.

Motto Auction เป็นผู้ให้บริการการขายออนไลน์ ที่ให้บริการเกี่ยวกับการขายรถยนต์ทุก วันตลอด 24 ชั่วโมง ในการช่วยเหลือประสานงานแก่ธนาคาร สถาบันการเงิน ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจ รถเช่า ธุรกิจเช่าซื้อทั้งรถยนต์ รถจักรยานยนต์รถอู่ปะติเหตุ รถบรรทุก และเครื่องจักรกลทางการ เกษตร

#### 2.4.3 สินค้าทดแทน (Substitute Product)

สินค้าทดแทนของรถยนต์มือสอง คือ รถจักรยานยนต์หรือมอเตอร์ไซค์ เนื่องจากในปัจจุบัน การเดินทางด้วยรถยนต์นั้นอาจทำให้เกิดปัญหาด้านการจราจรที่ล่าช้า เพราะมีจำนวนของผู้บริโภค ที่ใช้รถยนต์มากขึ้น ทำให้รถจักรยานยนต์นั้นเป็นสินค้าทดแทนที่ผู้บริโภคสนใจ เนื่องจากมีราคาที่ไม่ แพงมากนัก และสามารถช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง ค่าน้ำมันมีราคาถูกกว่ารถยนต์ ดังนั้นรถ จักรยานยนต์จึงเป็นสินค้าทดแทนที่ผู้บริโภคนิยมเลือกใช้แทนรถยนต์

### 2.5 ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จ (Key Success Factors)

#### 2.5.1 ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จที่ 1

##### ด้านการบริการ

ด้านบริการเรื่องการขายนั้นสำคัญมากสำหรับธุรกิจเด็กรถยนต์มือสอง เนื่องจากทางเรา ต้องสร้างความเชื่อถือและความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าสินค้ารถยนต์มือสองของเรานั้นมีคุณภาพ และ ต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งก่อนและหลังการขายสินค้า เพราะถ้าทางเรามีความสัมพันธ์การ บริการที่ดีให้กับลูกค้า ก็จะเป็นการสร้างชื่อเสียงที่ดีให้กับธุรกิจส่งผลให้มีลูกค้ามากขึ้นและยอดขาย ของรถยนต์มือสองก็จะมากขึ้นตามลำดับ

#### 2.5.2 ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จที่ 2

##### ด้านการตลาด

ด้านการตลาดนั้น ทางเราจะต้องมีการคิดและวิเคราะห์ด้านการตลาดอยู่ตลอดเวลา ดูเรื่อง ความสนใจ เศรษฐกิจต่าง ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อธุรกิจเด็กรถยนต์มือสอง เพราะสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อ ความต้องการของผู้บริโภค เช่น ช่วงต้นปี 2565 ตลาดของรถยนต์ไฟฟ้ามีความต้องการที่มากขึ้น ทางเราก็ต้องศึกษาว่าสิ่งที่เกิดขึ้น จะส่งผลอย่างไรกับธุรกิจของเราและจะต้องหาทางแก้ปัญหาให้ได้ เพื่อให้ผู้บริโภคกลับมาสนใจและซื้อรถยนต์มือสอง

### 2.6 สรุปประเด็นสำคัญจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรม

การจะทำธุรกิจนั้นจะต้องอาศัยปัจจัยหลาย ๆ ด้านอย่างมากเรื่องของอุตสาหกรรมนั้นก็ สำคัญ เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดว่าธุรกิจของเรานั้นสามารถเติบโตได้หรือไม่ จากการ วิเคราะห์ในเรื่องตลาดอุตสาหกรรมด้านรถยนต์มือสอง พบว่าเป็นตลาดเป็นที่น่าจับตามองอย่างมาก

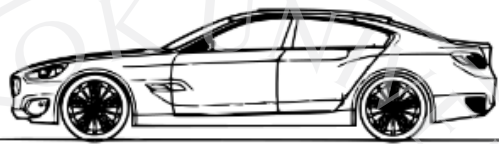
ในขณะนี้ เพราะเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าของตลาดที่สูง ซึ่งในปัจจุบันช่องทางออนไลน์มีผลอย่างมาก ต่อทำ  
ธุรกิจและการวิเคราะห์ตลาด ยังส่งผลช่วยให้เราเห็นถึงสถานะต่าง ๆ ในสังคม ที่ส่งผลทั้งด้านที่ดีและ  
ไม่ดีต่อตัวธุรกิจ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เราเรียนรู้และวิเคราะห์การแก้ไข การเตรียมพร้อม และการปรับปรุง  
เพื่อให้ธุรกิจของเรานั้นสามารถดำเนินการต่อไปได้



บทที่ 3  
การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน

3.1 ตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจ

ภาพที่ 3.1: โลโก้ตราสินค้า



ศรีนครกมลการ  
-USED CAR-  
Nakhon Si Thammarat

3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

3.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นที่หนึ่งเรื่องรถยนต์มือสอง เน้นการบริการและคุณภาพของรถยนต์ที่ดี

3.2.2 พันธกิจ (Mission)

เป็นที่รู้จักในตลาดรถยนต์มือสอง ขยายตลาดของรถยนต์มือสองให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

3.2.3 เป้าหมาย (Goals)

สร้างยอดขายให้ได้อย่างน้อย 15 คันต่อเดือน และผลักดันให้เต็นท์รถยนต์มือสอง

ศรีนครกมลการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

3.2.3.1 เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

เป้าหมายในระยะ 1-2 ปีนั้นคือ การเป็นที่รู้จักในตลาดของรถยนต์มือสอง และมีการสร้างยอดขายอย่างน้อย 100 คันต่อปี และจะต้องเพิ่มยอดขายขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับ

### 3.2.3.2 เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)

เป้าหมายในระยะยาวนั้น คือ การสร้างฐานลูกค้าทั้งเก่าและใหม่ มีจำนวนรถที่เยอะและหลากหลายี่ห้อเพื่อตอบสนองต่อความต้องการรถยนต์มือสองของผู้บริโภคที่มีจำนวนที่มากขึ้น และมีการสร้างยอดขายอย่างน้อย 200 คัน

## 3.3 การประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ

### 3.3.1 SWOT Analysis

#### 3.3.1.1 จุดแข็ง (Strength)

- 1) มีจำนวนของรถยนต์ที่มาก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
- 2) มีบริการด้านสถาบันทางการเงินไฟแนนซ์ให้กับลูกค้า
- 3) มีบริการที่ใส่ใจลูกค้า รถมีคุณภาพ มีบริการหลังการขาย
- 4) มีบริการออกฤกษ์รถตามความต้องการของลูกค้า
- 5) มีบริการเช่ารถยนต์

#### 3.3.1.2 จุดอ่อน (Weakness)

1) ทำเลที่ตั้งของเต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ เป็นทำเลที่ใกล้กับหลาย ๆ เต็นท์รถเจ้าอื่น ๆ ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเลือกซื้อรถยนต์มากขึ้น

2) ในช่วงแรกอาจจะมีจำนวนของรถและยี่ห้อของรถยนต์ไม่มากนัก

3) ทางเรามีจำหน่ายแต่เฉพาะรถยนต์ ไม่ได้มีรถยนต์ประเภทอื่น ๆ เช่น

รถจักรยานยนต์

#### 3.3.1.3 โอกาส (Opportunity)

1) เนื่องจากตอนนี้ผู้บริโภคต้องการใช้เงินที่น้อยลง จึงทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจการซื้อรถยนต์มือสองมากขึ้นเนื่องจากรถยนต์มือสองมีราคาที่ถูกลงกว่ารถยนต์มือหนึ่ง

2) ทางเรามีไฟแนนซ์ทางการเงินเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการขาย

3) ช่วงนี้มีการเปิดตัวรถยนต์มือหนึ่งที่ย่อยขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคขายรถยนต์จำนวนมากขึ้น ทำให้ทางเราสามารถจัดซื้อรถยนต์มือสองได้เยอะขึ้น

#### 3.3.1.4 อุปสรรค (Threats)

1) มีจำนวนคู่แข่งเยอะที่เกี่ยวกับรถยนต์มือสองมากขึ้น

2) ในบางครั้งอาจจะมีการจัดไฟแนนซ์ที่ยากขึ้น

### 3.3.2 การวิเคราะห์กลยุทธ์ของธุรกิจโดยใช้ TOWS Matrix

#### 3.3.2.1 (S+O) กลยุทธ์เชิงรุก

1) ลูกค้ำเก่าที่ซื้อรถยนต์มือสองกับทางเรา ถ้าทางเรามีรถยนต์ใหม่เข้ามาสามารถนำรถยนต์เก่ามาเทรินเป็นรถใหม่ได้ในราคาพิเศษ

2) มีบริการทดลองขับรถฟรี มีบริการเซ็นเอกสารและส่งรถถึงบ้าน โดยไม่มีค่าใช้จ่าย มีฟรีประกันและล้างรถฟรี 6 เดือน

3) ทางเรามีพนักงานที่มีความรู้ด้านรถยนต์และสามารถให้ความรู้ด้านรถยนต์ได้อย่างแม่นยำ

#### 3.3.2.2 (S+T) กลยุทธ์เชิงป้องกัน

1) ทางเรามีจำนวนไฟแนนซ์ที่เยอะ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า

2) การบริหารงานของเราบริหารด้วยผู้ที่เชี่ยวชาญด้านรถยนต์ ซึ่งเปิดบริการด้านรถยนต์มานานกว่า 15 ปี ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจและเชื่อถือเกี่ยวกับรถยนต์มือสองของทางเราได้ว่ามีคุณภาพแน่นอน

#### 3.3.2.3 (W+O) กลยุทธ์เชิงแก้ไข

เนื่องจากในปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่จะเน้นด้านความสะดวกสบายเป็นหลัก ทำให้ทางเรามีบริการขับรถยนต์ให้ไปให้ดูถึงบ้านอละมีบริการเซ็นเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับรถยนต์ฟรี

#### 3.3.2.4 (W+T) กลยุทธ์เชิงรับ

1) อาจจะมีการจัดสถานที่ของเต็นท์ให้มีความโดดเด่นและน่าสนใจ เพื่อสร้างความแตกต่างกับเต็นท์รถยนต์มือสองเจ้าอื่น ๆ

2) หาราคารรถยนต์มือสองที่พิเศษสำหรับลูกค้าที่ซื้อรถยนต์ด้วยเงินสด

## 3.4 แนวทางกลยุทธ์ของธุรกิจ

### 3.4.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

เนื่องจากกลยุทธ์ระดับองค์กรนั้นแบ่งออกเป็น 3 องค์กร ทางเราจะเลือกนำกลยุทธ์มุ่งเน้นการเติบโต (Growth Strategy) เป็นการดำเนินธุรกิจด้วยเพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยการเพิ่มจำนวนของรถยนต์มือสองให้มากขึ้นเพื่อสร้างกำไรมากขึ้น การขยายกลุ่มเป้าหมายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น การทำให้ลูกค้าใช้สินค้าของเรามากขึ้น

### 3.4.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

กลยุทธ์ระดับธุรกิจเป็นการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจที่จะช่วยให้เรารู้ว่าธุรกิจของเราควรจะดำเนินการไปในด้านไหนของธุรกิจ ด้วยธุรกิจจะแข่งขันกันด้วยวิธีไหน โดยทางเราเลือกใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง คือการมีสินค้าหรือบริการที่แตกต่างจากที่อื่น เพื่อเป็นตัวดึงดูดลูกค้า ธุรกิจของ

เรานั้น จะมุ่งเน้นที่การคัดสรรคุณภาพของรถยนต์มือสองและการบริการด้านการขายที่ตอบโจทย์กับ  
ผู้บริโภค เน้นการจัดจำหน่ายรถยนต์ในสภาพดีอยู่ในความต้องการ อีกทั้งยังมีบริการออกรถยนต์ตาม  
ฤกษ์เวลามงคลตามที่ลูกค้าสะดวกหรือต้องการ โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เพื่อสร้างความเชื่อมั่น  
และมั่นใจต่อลูกค้า

### 3.4.3 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy)

#### 3.4.3.1 กลยุทธ์ระดับแผนกการขายและการตลาด

กลยุทธ์ระดับแผนกการขายและการตลาดทางเราจะเน้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์  
เป็นหลัก อาทิเช่น เพลจ Facebook, Instagram เพราะในปัจจุบันผู้บริโภคจะเน้นความสะดวกสบาย  
ในการดำเนินชีวิตเป็นหลัก โดยเราจะทำการลงรูปภาพของรถยนต์มือสองในเพลจและมีการบอก  
รายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับรถยนต์ มีโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและ  
ความมั่นใจให้กับลูกค้า และเราจะเลือกใช้ Platform Tiktok ในการเจาะลูกค้ารุ่นใหม่ เนื่องจาก  
ตอนนี้แพลตฟอร์ม Tiktok ได้รับความนิยมอย่างมาก มีฐานลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นและผู้ใหญ่ ซึ่งเราจะทำ  
แนวคลิปวิดีโอสั้น เนื่องจากในปัจจุบันยังมีคลิปที่เกี่ยวกับรถยนต์มือสองไม่มาก ซึ่งการตลาดแบบนี้  
เหมาะสำหรับการตลาดเจาะกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ สร้างเอกลักษณ์ความแตกต่าง



ภาพที่ 3.2: แสดงตัวอย่างการโปรโมทสินค้า ใน Facebook

**รถมือสองสภาพดี ขายรถเกรดเอ ศรีนครกมลการ2**  
 16 กรกฎาคม เวลา 10:06 น. · 🌐

👉 สวยมากกกk รุ่นตามหา ขับสนุก เบาะคู่หน้าไฟฟ้า แม็กขอบ 18 ยางใหม่ ~~100~~ ~~100~~ ~~100~~  
 HONDA Accord 2.0cc EL Auto ท็อปสุด รุ่นปี 2011  
 #ประวัติดีฟรีดาวน์นะคะ !!  
 ราคา 425,000 บาท ✓ #จับ จอง ลองขับกันได้นะคะ 😊  
 📞 สนใจสอบถามเพิ่มเติม inbox หรือ  
 โทรคุณพงษ์ศักดิ์ 081-7973436, ID-LINE:0817973436

#รถบ้าน #รถมือสองเกรดเอ #ฟรีดาวน์ #ดอกเบี้ยพิเศษ #ใช้เงินออกเพียง0บาท #ออกรถได้ทันที #ฟรีดาวน์  
 #ซื้อได้ทุกอาชีพ #ไม่มีเครดิตออกได้ #อนุมัติเร็ว #ไม่ต้องค่า #ผ่อนสบาย #รถมือสอง #one2car #ตลาดรถ  
 #ออกรถฟรี #ขายรถมือสอง #ออกรถ #ขายรถมือสองฟรีดาวน์ #ขายรถบ้าน

ที่มา: รถมือสองสภาพดี ขายรถเกรดเอ ศรีนครกมลการ2. (2565). สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/www22com>.

#### 3.4.3.2 กลยุทธ์ระดับแผนกบัญชีและการเงิน

กลยุทธ์ระดับแผนกบัญชีและการเงินทางเราจะต้องมีการวางแผนทางการเงินตลอดเวลา เนื่องจากข้อมูลทางบัญชีมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในทุกลำดับขั้น นับตั้งแต่การกำหนด วิสัยทัศน์ เช่น การใช้งบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของธุรกิจ ให้เราทราบถึง ศักยภาพของธุรกิจ ทางเราต้องมีการจัดทำงบประมาณที่เป็นระบบไม่ยุ่งยาก เพื่อให้งบประมาณนั้น



สอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจ มีการคิดวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณจำหน่าย กำไรของธุรกิจอยู่ตลอดเวลา และต้องมีการติดตามข้อมูลทางบัญชีเพื่อปรับใช้ในเวลาที่เหมาะสม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เรารับรู้ถึงข้อมูลทางบัญชีและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในประกอบการวางแผน การตัดสินใจ การควบคุม การประเมินผล และการปรับปรุงแก้ไขงานจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนดำเนินการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

#### 3.4.3.3 กลยุทธ์ระดับแผนกจัดซื้อและบริหารผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ระดับแผนกจัดซื้อและบริหารผลิตภัณฑ์ เนื่องจากทางเราประกอบธุรกิจเกี่ยวกับรถยนต์มือสอง ทำให้เราจะต้องมีการเช็คราคาของรถยนต์ในตลาดรถยนต์มือสองอยู่ตลอดเวลา ต้องมีการเช็คสภาพของรถยนต์ว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด รถยนต์ที่ได้มาจะต้องอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์อยู่ตลอดเวลา และก่อนจะนำรถยนต์มือสองส่งให้กับผู้บริโภคก็ต้องการเช็คสภาพของรถยนต์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รถยนต์ในคุณภาพที่ดีที่สุด

#### 3.4.3.4 กลยุทธ์ระดับแผนกบริการลูกค้าสัมพันธ์

กลยุทธ์ระดับแผนกบริการลูกค้าสัมพันธ์ คือแผนการเพิ่มยอดขายพร้อมกับพัฒนาการบริการลูกค้า ทางเราจะเน้นการบริการที่ดีกับผู้บริโภค ต้องสร้างความพึงพอใจทั้งในตัวสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค มีการพัฒนาทีมงานด้านการขายการบริการและทีมการตลาด ติดตามและช่วยเหลือลูกค้าหลังการขายสินค้า เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและการบริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวธุรกิจในระยะยาว เพื่อให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือการบริการต่อไปยังผู้อื่น เกิดการพูดแบบปากต่อปากในทางบวกเกี่ยวกับสินค้าของเรา

## บทที่ 4

### แผนการตลาด

#### 4.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

วิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อรถยนต์มือสอง ศรีนครกลการ ว่าในตลาด ช่วงนี้ผู้ที่สนใจซื้อรถยนต์มือสอง ให้ความสนใจกับรถยนต์มือสอง ประเภทไหน ยี่ห้อไหน ผู้ที่สนใจเป็นกลุ่มคนอายุเท่าไร เพื่อที่จะนำข้อมูลจากการวิจัยนำไปปรับใช้ในการเลือกซื้อรถยนต์มือสองเข้ามาขายภายในเดือนที่รถยนต์มือสอง ศรีนครกลการ เพื่อตอบโจทยความต้องการของลูกค้าในตลาดรถยนต์มือสอง

#### 4.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อรถยนต์มือสอง ศรีนครกลการ สามารถนำมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองเข้ามาภายในเดือนที่รถยนต์ได้ เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของบริโภคว่า ต้องการซื้อรถยนต์แบบไหน รุ่นไหน อายุการใช้งานของรถยนต์ เพื่อให้ธุรกิจนี้สามารถสร้างกำไรได้อย่างสูงสุด

#### 4.3 ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการวิจัยที่นำมาใช้คือ การวิจัยเชิงสำรวจ โดยเลือกใช้วิธีการลิงก์ Google Form ส่งให้ทางช่องทาง Facebook, Line, Instagram เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค โดยกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นผู้ที่สนใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 150 คน

#### 4.4 วิธีการเก็บข้อมูลและแหล่งข้อมูล

สร้างแบบสอบถามผ่านทาง Google Form และส่งลิงก์ให้กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการผ่านช่องทางออนไลน์ที่กลุ่มผู้บริโภคสะดวก โดยทางเราจะเลือกใช้คำถามที่เกี่ยวกับความต้องการต่าง ๆ ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์มือสองและข้อมูลเป็นด้านการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ

#### 4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ทางเราเลือกแบบฟอร์ม Google Form เพราะมีความสะดวกสบายและผู้ใช้ข้อมูลสามารถกรอกข้อมูลได้ง่าย สามารถทำได้รวดเร็ว และมีการคำนวณตัวเลขที่แม่นยำ ข้อมูลถูกต้องสามารถเชื่อถือได้ โดยตัวแบบสอบถามนั้นจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เรื่องแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบปลายเปิด โดยข้อความนี้เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วยคำถามจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานะภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เรื่องความต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค เป็นคำถามแบบปลายเปิด โดยข้อความนี้เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วยข้อความใหญ่ ๆ จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย

- 1) ยี่ห้อของรถยนต์มือสองที่ท่านสนใจหรือต้องการซื้อ
- 2) อายุการใช้งานของรถยนต์มือสองที่ท่านสนใจหรือต้องการซื้อ
- 3) วิธีการชำระเงินที่ท่านต้องการ
- 4) วัตถุประสงค์หลักของการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง
- 5) ท่านรู้จักตัวแทนรถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ จากแหล่งใดบ้าง

ส่วนที่ 3 เรื่องความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ เป็นคำถามแบบปลายเปิด ประกอบด้วยข้อความใหญ่ ๆ จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย

- 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- 2) ปัจจัยด้านราคา
- 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนักเป็น 5

ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

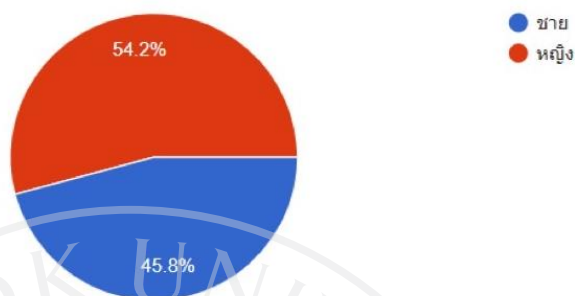
#### 4.6 สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยการตลาดในแผนธุรกิจตัวแทนรถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 100 คน ซึ่งสามารถสรุปผล ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

ภาพที่ 4.1: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ

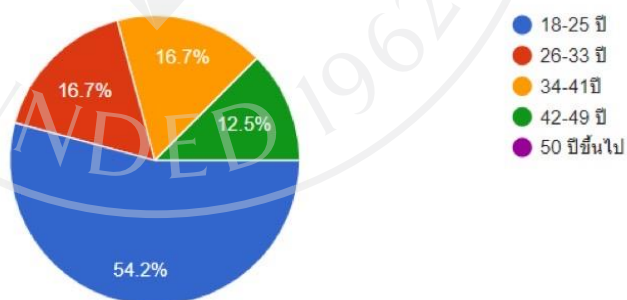
### 1.เพศ



จากภาพที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงสัดส่วนอยู่ที่ 54.2% และลำดับที่ 2 เป็นเพศชาย สัดส่วนอยู่ที่ 45.8%

ภาพที่ 4.2: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจำแนกตามอายุ

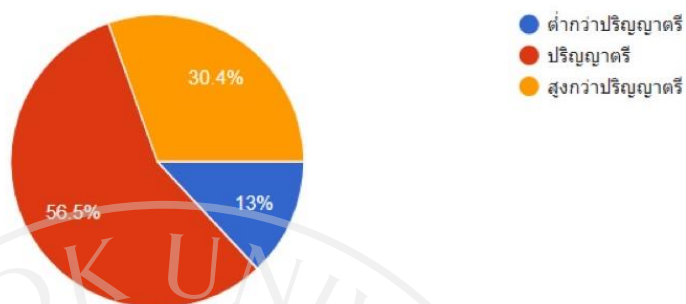
### 2.อายุ



จากภาพที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 18-25 ปี สัดส่วนอยู่ที่ 54.2% ลำดับที่ 2 คือช่วงอายุระหว่าง 26-33 ปี และ 34-41 ปี สัดส่วนอยู่ที่ 16.7%

ภาพที่ 4.3: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

#### ระดับการศึกษา



จากภาพที่ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีอยู่ที่ 56.5% และลำดับที่ 2 คือสูงกว่าปริญญาตรี สัดส่วนอยู่ที่ 30.4%

ภาพที่ 4.4: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

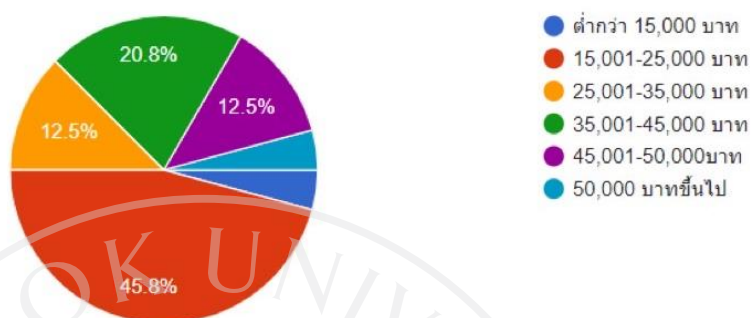
#### สถานภาพสมรส



จากภาพที่ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด สัดส่วนอยู่ที่ 70.8% และลำดับที่ 2 คือสถานภาพสมรส อยู่ที่ 29.2 %

ภาพที่ 4.5: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

#### รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

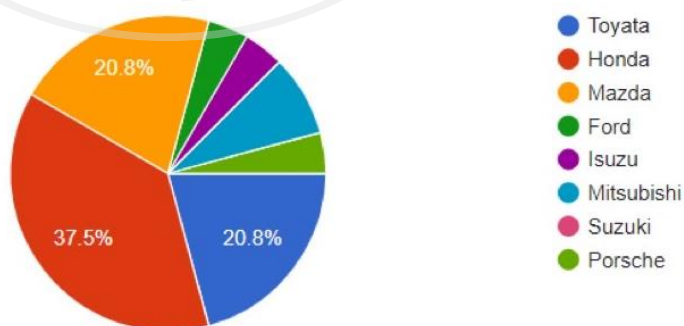


จากภาพที่ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000–25,000 บาทต่อเดือน สัดส่วนอยู่ที่ 45.8% และลำดับที่ 2 คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ 35,000-45,000 บาทต่อเดือน โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 20.8%

#### ส่วนที่ 2 ความต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค

ภาพที่ 4.6: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับยี่ห้อรถยนต์มือสองที่ผู้บริโภคสนใจหรือต้องการซื้อ

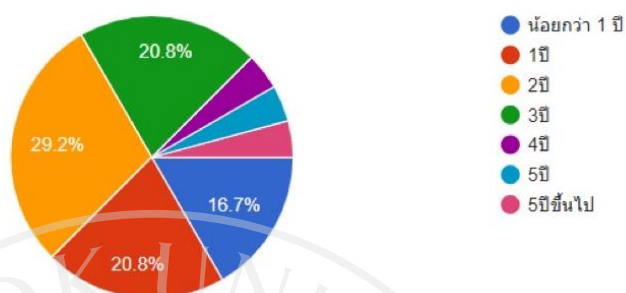
#### 1. ยี่ห้อของรถยนต์มือสองที่ท่านสนใจหรือต้องการซื้อ



จากภาพที่ 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อ Honda สัดส่วนอยู่ที่ 37.5% และลำดับที่ 2 คือ รถยนต์ยี่ห้อ Toyota และ Mazda สัดส่วนอยู่ที่ 20.8%

ภาพที่ 4.7: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับอายุของรถยนต์มือสองที่ผู้บริโภคนใจหรือต้องการซื้อ

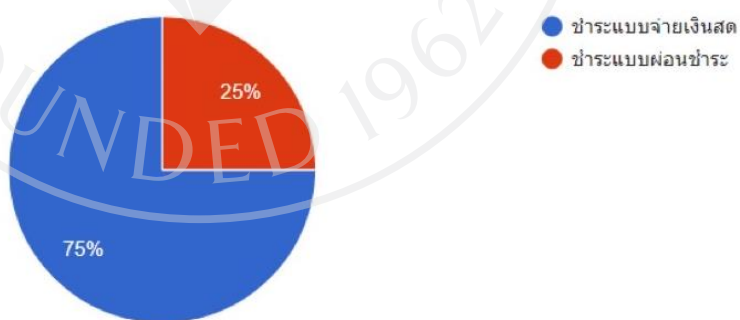
### 2. อายุของรถยนต์มือสองที่ท่านสนใจหรือต้องการซื้อ



จากภาพที่ 4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจซื้อรถยนต์ที่มีอายุการใช้งาน 2 ปี อยู่ที่ 29.2% และลำดับที่ 2 คืออายุใช้งาน 1 ปี และ 3 ปี โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 20.8%

ภาพที่ 4.8: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการชำระเงินที่ผู้บริโภคนใจหรือต้องการ

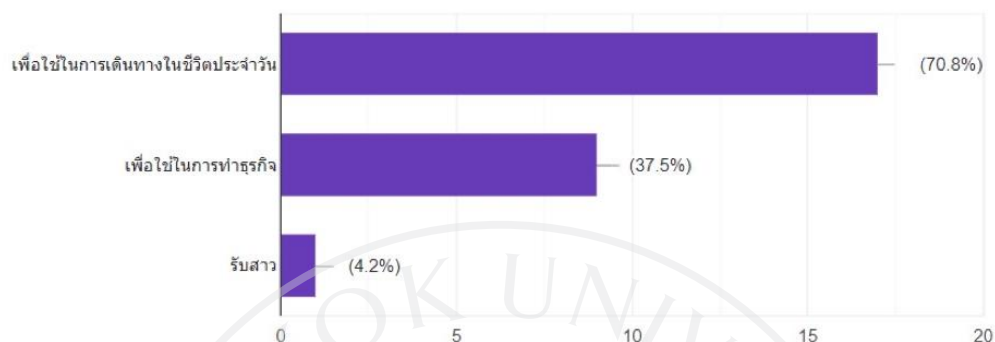
### 3. วิธีการชำระเงินที่ท่านต้องการ



จากภาพที่ 4.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกวิธีการชำระเงินแบบจ่ายเงินสด สัดส่วนอยู่ที่ 75% และลำดับที่ 2 คือเลือกวิธีการชำระเงินแบบผ่อนชำระ อยู่ที่ 25%

ภาพที่ 4.9: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง

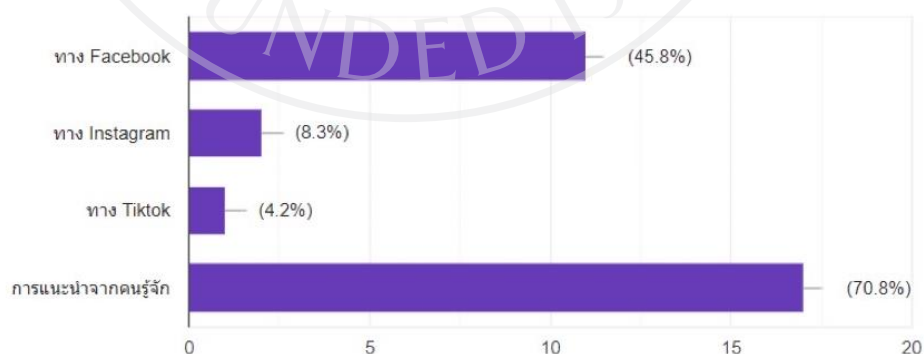
#### 4. วัตถุประสงค์หลักของการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง



จากภาพที่ 4.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อรถยนต์มือสองเพื่อใช้ในการเดินทางในชีวิตประจำวัน โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 70.8% และลำดับที่ 2 คือ เพื่อใช้ในการทำธุรกิจ สัดส่วนอยู่ที่ 37.5%

ภาพที่ 4.10: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภครู้จักตัวแทนรถยนต์มือสอง ศรีนครกการจากแหล่งใด

#### 5. ทานรู้จักตัวแทนรถยนต์มือสอง ศรีนครกการ จากแหล่งใดบ้าง (เลือกได้หลายคำตอบ)



จากภาพที่ 4.10 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักตัวแทนรถยนต์มือสอง ศรีนครกการจากการแนะนำจากคนรู้จัก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 70.8% และลำดับที่ 2 คือทาง Facebook สัดส่วนอยู่ที่ 45.8%

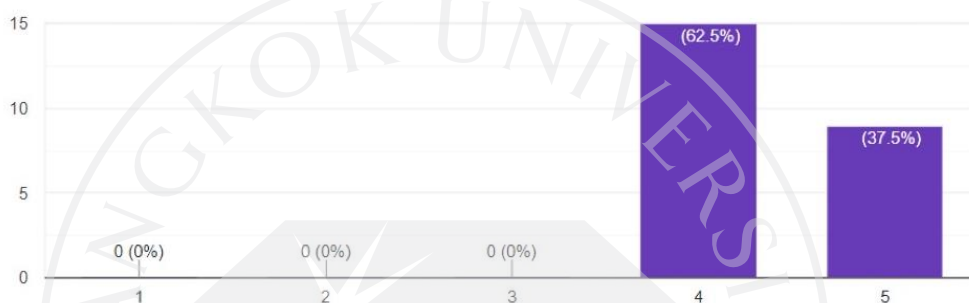


ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์มือสองศรีนครกมลการ

ภาพที่ 4.11: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีสภาพรถยนต์ภายนอกที่สมบูรณ์

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

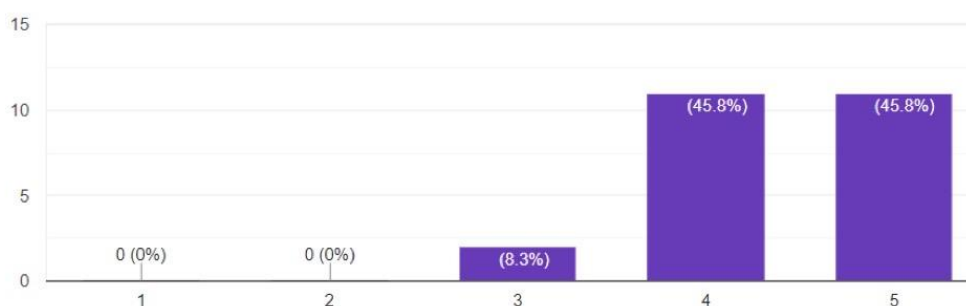
1. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีสภาพภายนอกสมบูรณ์



จากภาพที่ 4.11 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีสภาพรถยนต์ภายนอกที่สมบูรณ์มาก สัดส่วนอยู่ที่ 62.5% และลำดับที่ 2 คือ เห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีสภาพรถยนต์ภายนอกที่สมบูรณ์มากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 37.5%

ภาพที่ 4.12: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีสภาพตัวถังและภายในรถดี

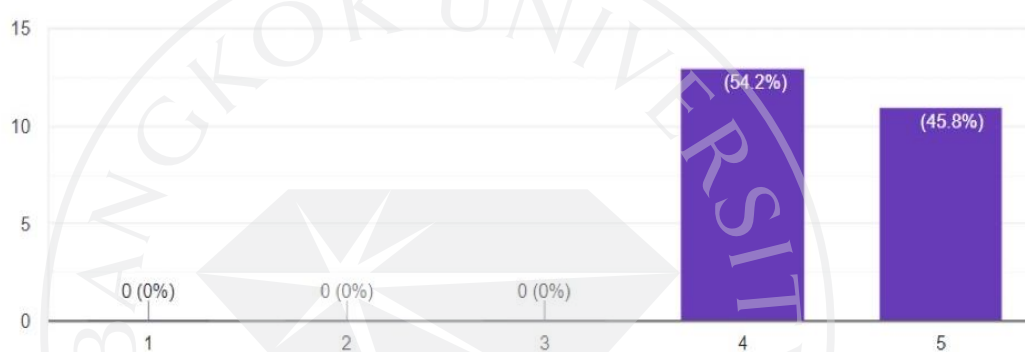
2. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีสภาพตัวถังและภายในรถดี



จากภาพที่ 4.12 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นวาร์รถยนต์มือสองศรีนครกการ มีสภาพตัวถังและภายในรถดีอยู่ในระดับที่ดีมากที่สุดและระดับดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 45.8% และลำดับที่ 2 คือ อยู่ในระดับปานกลาง สัดส่วนอยู่ที่ 8.3%

ภาพที่ 4.13: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นวาร์รถยนต์มือสองศรีนครกการ มีสภาพเครื่องยนต์ดี

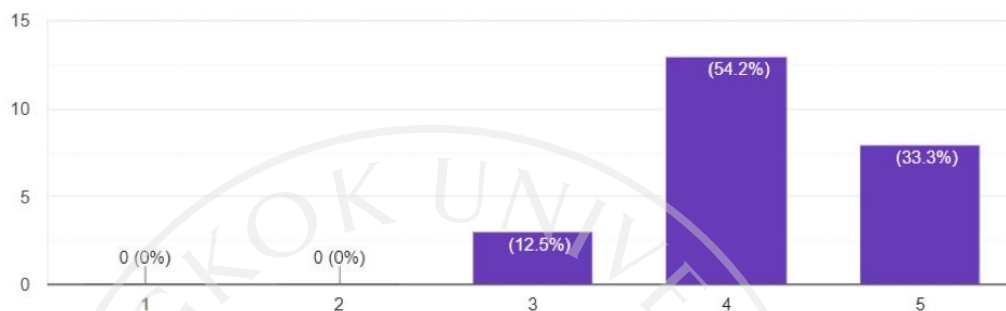
### 3. ท่านเห็นวาร์รถยนต์มือสองของศรีนครกการ มีสภาพเครื่องยนต์ดี



จากภาพที่ 4.13 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รถยนต์มือสองศรีนครกการ มีสภาพเครื่องยนต์ดีอยู่ในระดับดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 54.2% และลำดับที่ 2 คือ อยู่ในระดับดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 45.8%

ภาพที่ 4.14: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกลการ มีความหลากหลายของยี่ห้อและรุ่นของรถยนต์ภายในร้าน

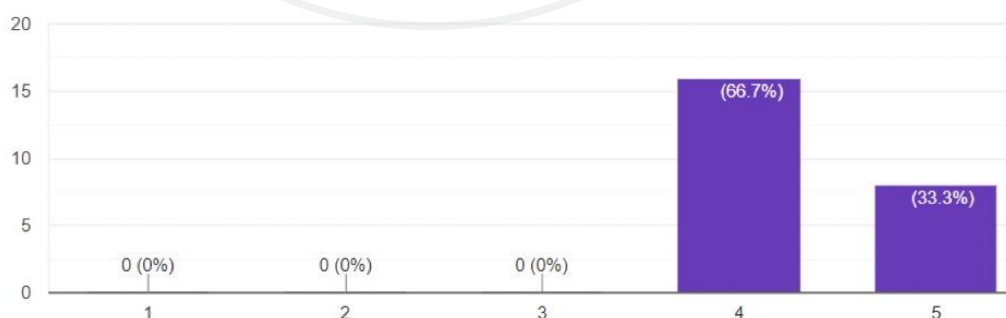
4. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกลการ มีความหลากหลายของยี่ห้อและรุ่นของรถภายในร้าน



จากภาพที่ 4.14 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกลการ มีความหลากหลายของยี่ห้อและรุ่นของรถยนต์ภายในร้านอยู่ในระดับดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 54.2% และลำดับที่ 2 คืออยู่ในระดับดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 33.3%

ภาพที่ 4.15: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกลการ มีประวัติรถและเอกสารที่ชัดเจนถูกต้อง

5. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกลการมีประวัติรถและเอกสารที่ชัดเจน ถูกต้อง

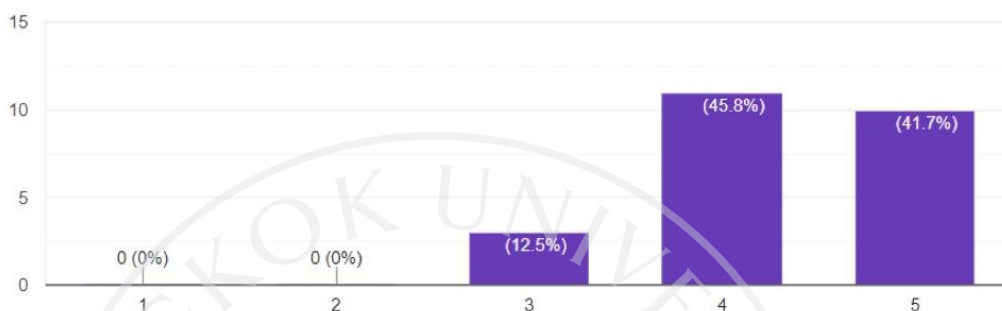


จากภาพที่ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า รถยนต์มือสองศรีนครกลการ มีประวัติรถและเอกสารที่ชัดเจนถูกต้องอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 66.7% และลำดับที่ 2 คือ อยู่ในระดับที่ดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 33.3%

ภาพที่ 4.16: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีราคาที่เหมาะสมกับรถยนต์

#### ปัจจัยด้านราคา

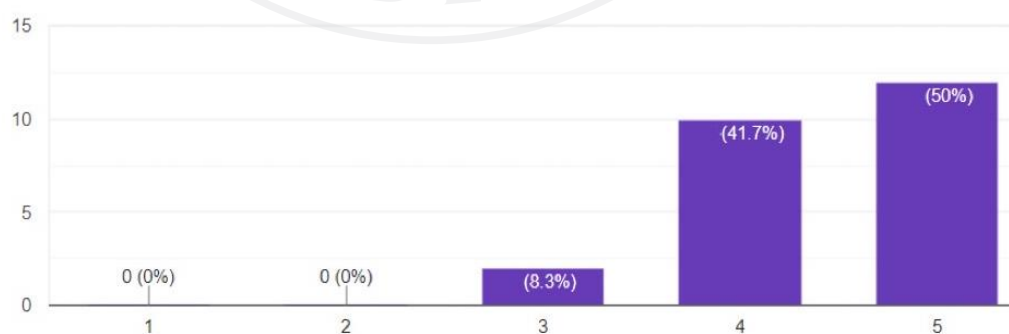
##### 1. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการมีราคาที่เหมาะสมกับรถยนต์



จากภาพที่ 4.16 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีราคาที่เหมาะสมกับรถยนต์อยู่ในระดับดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 45.8% และลำดับที่ 2 คืออยู่ในระดับดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 41.7%

ภาพที่ 4.17: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการมีป้ายราคาที่บอกชัดเจน

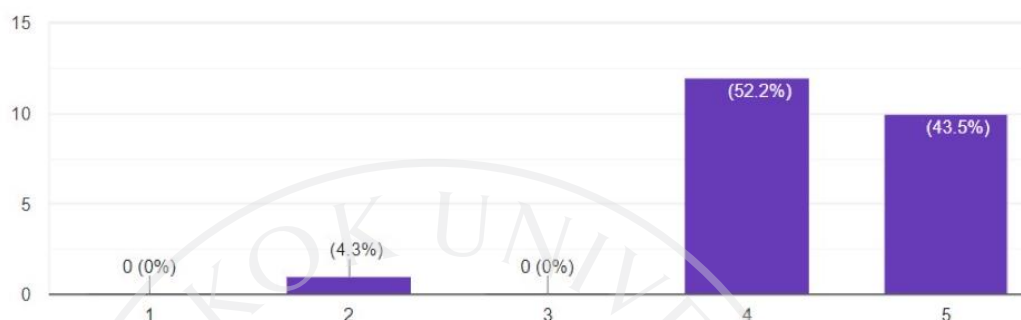
##### 2. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีป้ายราคาที่บอกชัดเจน



จากภาพที่ 4.17 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการมีป้ายราคาที่บอกชัดเจนอยู่ในระดับดีมากที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 50% และลำดับที่ 2 คือ อยู่ในระดับดีมาก สัดส่วนอยู่ที่ 41.7%

ภาพที่ 4.18: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการมีส่วนลดให้พิเศษกรณีที่ผู้บริโภคซื้อรถยนต์เป็นเงินสด

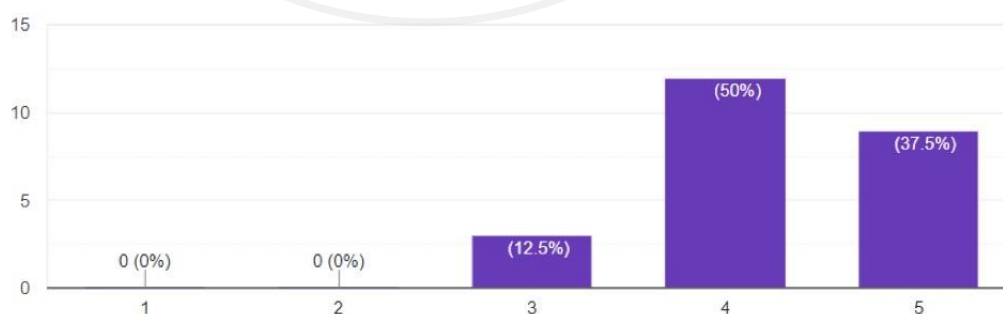
3. ท่านเห็นวารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีส่วนลดให้พิเศษกรณีที่ท่านซื้อรถยนต์เป็นเงินสด



จากภาพที่ 4.18 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการมีส่วนลดให้พิเศษกรณีที่ผู้บริโภคซื้อรถยนต์เป็นเงินสด อยู่ในระดับดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 52.2% และลำดับที่ 2 คือ อยู่ในระดับดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 43.5%

ภาพที่ 4.19: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการมีราคาตัวรถยนต์ที่ต่ำและระยะเวลาในการผ่อนสูง

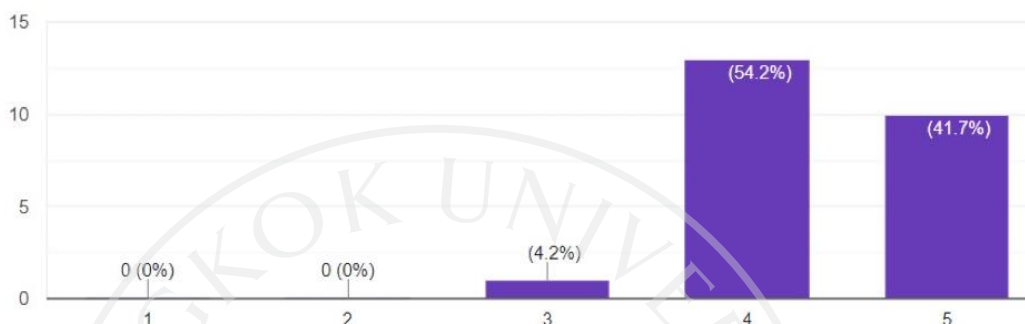
4. ท่านเห็นวารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีราคาตัวรถยนต์ที่ต่ำและให้ระยะเวลาในการผ่อนสูง



จากภาพที่ 4.19 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า รถยนต์มือสองศรีนครกมลการมีราคาตัวรถยนต์ที่ต่ำและระยะเวลาในการผ่อนสูง อยู่ในระดับดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 50% และลำดับที่ 2 คือ อยู่ในระดับดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 37.5%

ภาพที่ 4.20: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีราคาของรถยนต์แต่ละยี่ห้อเหมาะสมต่อสภาพการใช้งาน

5. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีราคาของรถยนต์แต่ละยี่ห้อเหมาะสมต่อสภาพการใช้งาน

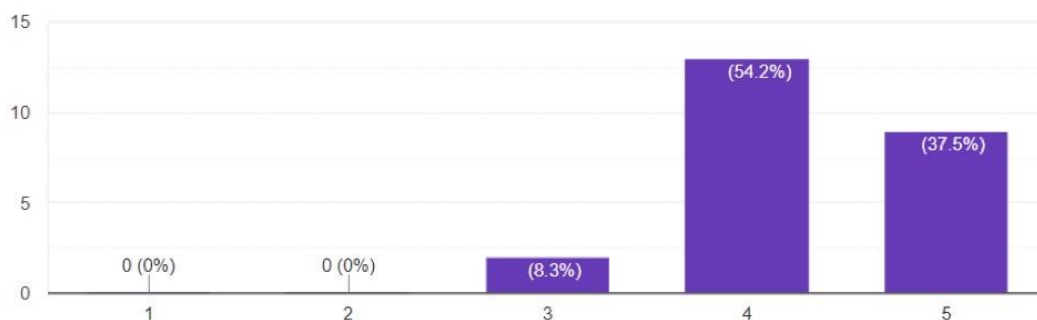


จากภาพที่ 4.20 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารถยนต์มือสองศรีนครกมลการมีราคาของรถยนต์แต่ละยี่ห้อเหมาะสมต่อสภาพการใช้งาน อยู่ในระดับดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 54.2% และลำดับที่ 2 คือ อยู่ในระดับดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 41.7%

ภาพที่ 4.21: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีสถานที่กว้างขวาง สะดวกสบาย

#### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

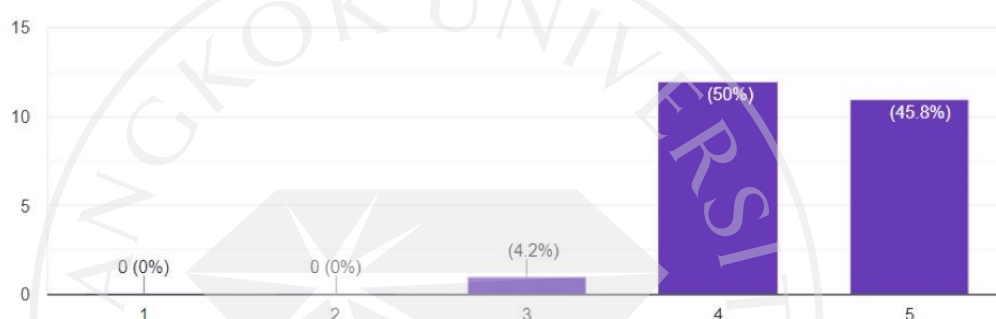
1. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีสถานที่กว้างขวาง สะดวกสบาย



จากภาพที่ 4.21 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกการ มีสถานที่กว้างขวาง สะดวกสบาย อยู่ในระดับดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 54.2% และลำดับที่ 2 คือ อยู่ในระดับดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 37.5%

ภาพที่ 4.22: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภครู้เห็นว่ารถยนต์มือสอง ศรีนครกการ มีเปิดจำหน่ายรถยนต์ทุกวัน ไม่มีวันหยุด

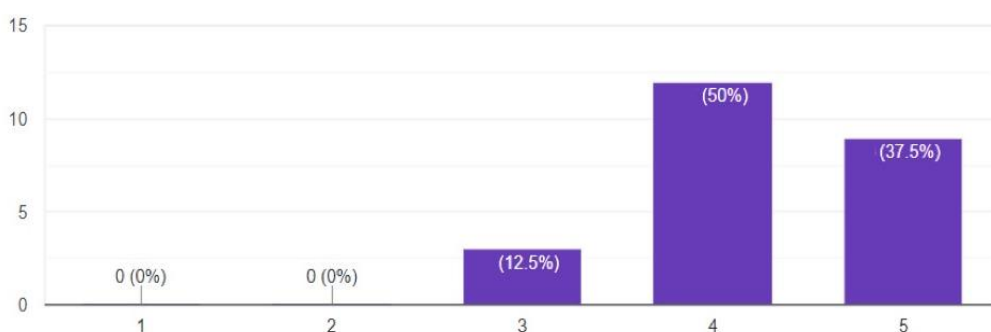
### 2. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกการ มีเปิดจำหน่ายรถยนต์ทุกวัน ไม่มีวันหยุด



จากภาพที่ 4.22 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้บริโภครู้เห็นว่ารถยนต์มือสอง ศรีนครกการ มีเปิดจำหน่ายรถยนต์ทุกวัน ไม่มีวันหยุด อยู่ในระดับดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 50% และลำดับที่ 2 อยู่ในระดับดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 45.8%

ภาพที่ 4.23: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภครู้เห็นว่ารถยนต์มือสอง ศรีนครกการ มีทำเลที่สะดวกใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

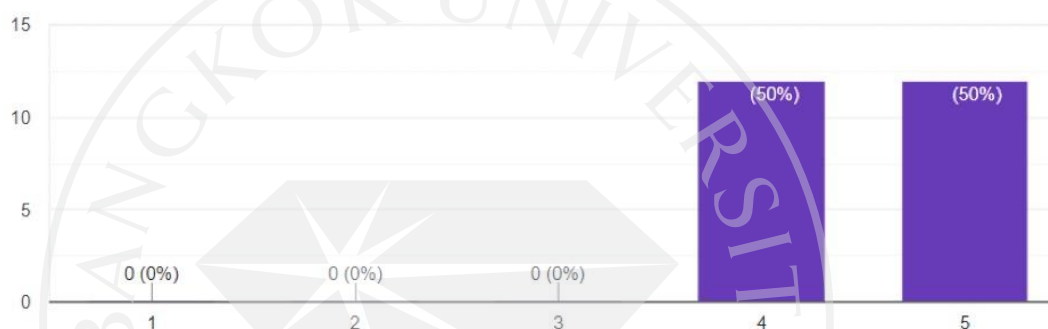
### 3. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกการมีทำเลที่สะดวกใกล้บ้าน/ที่ทำงาน



จากภาพที่ 4.23 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารถยนต์มือสอง ศรีนครกกลการ มีทำเลที่สะดวกสบายใกล้บ้านหรือที่ทำงาน อยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 50% และลำดับที่ 2 อยู่ในระดับที่ดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 37.5%

ภาพที่ 4.24: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสอง ศรีนครกกลการ มีประวัติการขายรถยนต์ที่น่าเชื่อถือ

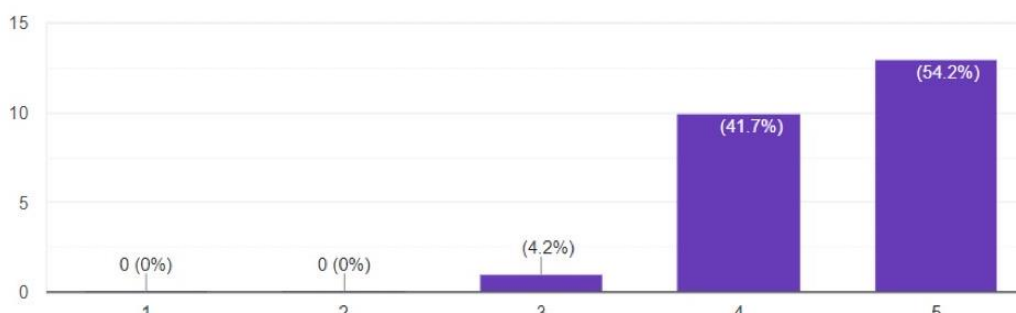
#### 4. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกกลการ มีประวัติการขายรถยนต์ที่น่าเชื่อถือ



จากภาพที่ 4.24 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารถยนต์มือสอง ศรีนครกกลการ มีประวัติการขายรถยนต์ที่น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับที่ดีมากที่สุดและดีมาก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 50% ทั้งคู่

ภาพที่ 4.25: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสอง ศรีนครกกลการ มีบริการออกฤกษ์รถตามเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

#### 5. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกกลการ มีบริการการออกฤกษ์รถตามเวลาที่ท่านต้องการ



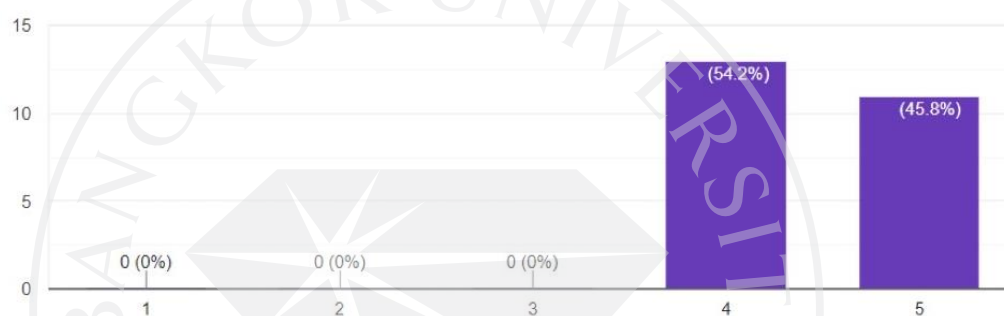


จากภาพที่ 4.25 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการยนต์มือสอง ศรีนครกการ มีบริการออกฤกษ์รถตามเวลาที่ผู้บริโคต้องการ อยู่ในระดับที่ดีมากที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 54.2% และลำดับที่ 2 อยู่ในระดับที่ดีมาก สัดส่วนอยู่ที่ 41.7%

ภาพที่ 4.26: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้บริโคเห็นว่าการยนต์มือสอง ศรีนครกการมีบริการหลังการขาย

#### ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

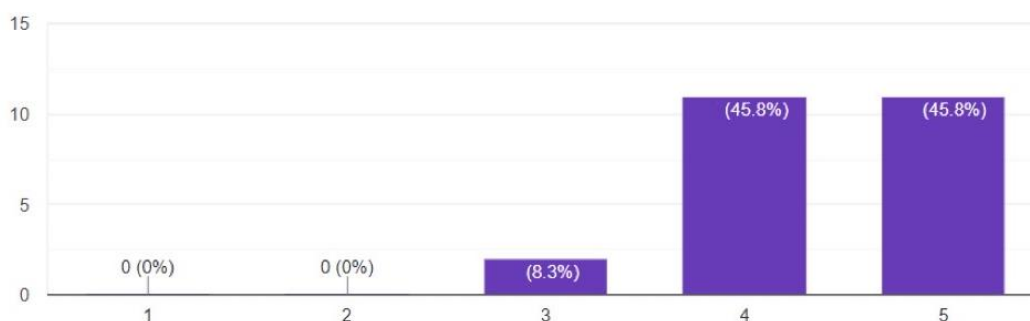
##### 1. ท่านเห็นว่าการยนต์มือสองของศรีนครกการมีการบริการหลังการขาย



จากภาพที่ 4.26 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการยนต์มือสอง ศรีนครกการมีบริการหลังการขาย อยู่ในระดับที่ดีมาก โดยสัดส่วนอยู่ที่ 54.2% และลำดับที่ 2 อยู่ในระดับที่ดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 45.8%

ภาพที่ 4.27: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้บริโคเห็นว่าการยนต์มือสอง ศรีนครกการ มีโปรโมชั่นและการแถมสินค้าอื่น ๆ

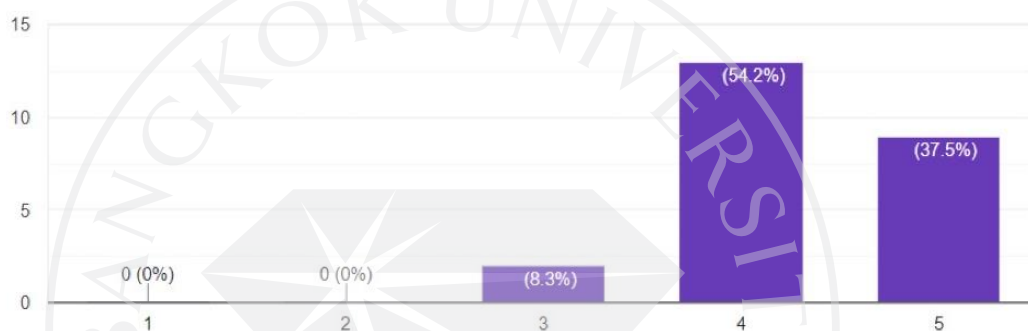
##### 2. ท่านเห็นว่าการยนต์มือสองของศรีนครกการมีโปรโมชั่นและการแถมสินค้าอื่น ๆ



จากภาพที่ 4.27 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นวาระถยนต์มือสอง ศรีนครกการ มีโปรมอซันและการแถมสึนค้าอึน ๆ อึยึนระดบัตึมคากทึสึตและตึมคาก โดยมึสึตสั่วนอึยึทึ 45.8% ทึงคู้ล้าคับทึ 2 อึยึนระดบัปานกลาง สึตสั่วนอึยึทึ 8.3%

ภาพทึ 4.28: แสดงคู้มอูลเกึยวคึบปึจจึยคัานการสังเสริมททางการตลาดทึผู้บรึโภคเห็นวาระถยนต์มือสอง ศรีนครกการ มึการโฆษณาตามสึอออนไลน์ต้ง ๆ

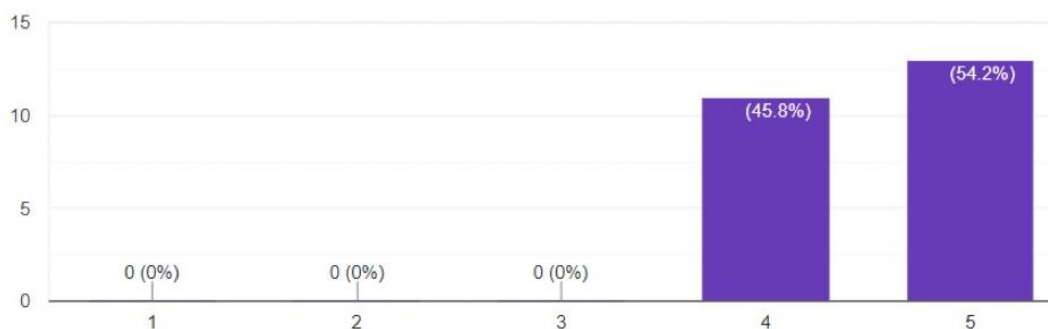
### 3. ท่านเห็นวาระถยนต์มือสองของศรีนครกการมีการโฆษณาตามสึอออนไลน์ต้ง ๆ



จากภาพทึ 4.28 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นวาระถยนต์มือสอง ศรีนครกการ มึการโฆษณาตามสึอออนไลน์ต้ง ๆ อึยึนระดบัตึมคาก โดยมึสึตสั่วนอึยึทึ 54.2% และล้าคับทึ 2 อึยึนระดบัตึมคากทึสึต สึตสั่วนอึยึทึ 37.5%

ภาพทึ 4.29: แสดงคู้มอูลเกึยวคึบปึจจึยคัานการสังเสริมททางการตลาดทึผู้บรึโภคเห็นวาระถยนต์มือสอง ศรีนครกการ มึพนักงานและการบรึการทึตึ

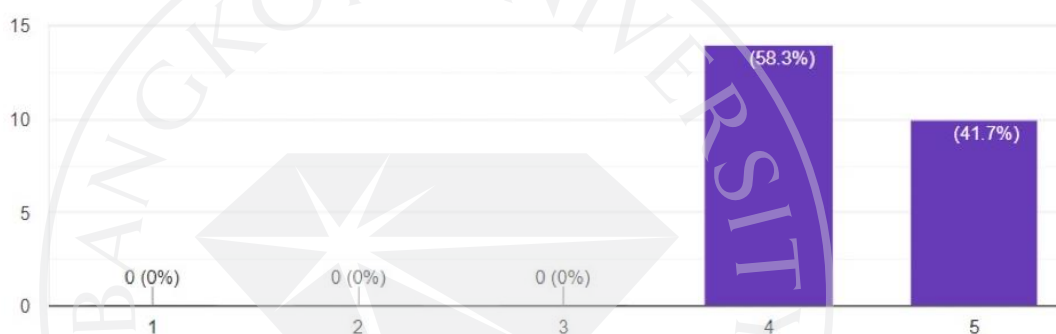
### 4. ท่านเห็นวาระถยนต์มือสองของศรีนครกการมีพนักงานและการบริการทึตึ



จากภาพที่ 4.29 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า รถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ มีพนักงานและการบริการที่ดี อยู่ในระดับดีมากที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 54.2% และลำดับที่ 2 อยู่ในระดับดีมาก สัดส่วนอยู่ที่ 45.8%

ภาพที่ 4.30: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้บริโภคเห็นว่ารถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ มีการแนะนำเกี่ยวกับรถยนต์จากช่างผู้เชี่ยวชาญด้านรถยนต์

#### 5. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการมีการแนะนำเกี่ยวกับรถยนต์จากช่างผู้เชี่ยวชาญด้านรถยนต์



จากภาพที่ 4.30 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ารถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ มีการแนะนำเกี่ยวกับรถยนต์จากช่างผู้เชี่ยวชาญด้านรถยนต์ อยู่ในระดับที่ดีมาก โดยสัดส่วนอยู่ที่ 58.3% และลำดับที่ 2 อยู่ในระดับที่ดีมากที่สุด สัดส่วนอยู่ที่ 41.7%

#### 4.6.1 กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายหลัก

กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายหลักของเต็นท์ศรีนครกมลการ คือเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ที่มีความสนใจในการซื้อรถยนต์ยี่ห้อ Honda เป็นหลัก เลือกวิธีการชำระเงินแบบเงินสดมากกว่าการผ่อนชำระ ที่มีความต้องการรถยนต์มือสองที่มีคุณภาพสมกับราคา

#### 4.7 ประเด็นจากผลการวิจัยที่น่าสนใจและสามารถนำมาเป็นประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจ

จากการผลการวิจัยจะสรุปได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหลักของเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ คือ เพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ที่มีความสนใจซื้อรถยนต์มือสองยี่ห้อ Honda เป็นหลัก และจากสถิติที่สอบถามเรื่องวิธีการซื้อรถยนต์มือสองของกลุ่มเป้าหมายนี้

ระบุว่าใช้เงินสดเป็นหลักในการเลือกซื้อรถยนต์ ซึ่งสิ่งนี้สามารถเป็นประโยชน์เพื่อลูกค้าที่สนใจซื้อรถยนต์กับทางเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ เพื่อตอบโต้ให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้า



## บทที่ 5

### กลยุทธ์ทางการตลาด

#### 5.1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด

วัตถุประสงค์ทางการตลาดของเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ คือเป็นธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง ที่เป็นหนึ่งเรื่องรถยนต์มือสอง เน้นการบริการและคุณภาพของรถยนต์ที่ดีที่สุด ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและมียอดขาย 150 คัน ในปีแรกและยอดขายต้องเพิ่มขึ้น 20% ในอนาคต มีการวางแผนทำการตลาดผ่านทางช่องทางออนไลน์ให้มากที่สุด เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่จะใช้ช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ในการเลือกซื้อขายรถยนต์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มของผู้บริโภคและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

#### 5.2 การแบ่งส่วนทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และตำแหน่งทางการตลาด (STP)

##### 5.2.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด (S : Segmentation)

1) เนื่องจากทางเรามีหน้าร้านที่ชัดเจน ทำให้จะมีส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งด้าน offline และ Online กลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้ Facebook

2) ในด้านจิตวิทยาของลูกค้า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ในช่องทางออนไลน์จะมีกลุ่มเฉพาะขึ้นชอบรถยนต์มือสอง ซึ่งจะต้องมีการอัปเดตตลอดเวลาเกี่ยวกับตัวรถยนต์อยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความต้องการซื้อให้กับลูกค้า มีการจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า

3) ด้านภูมิศาสตร์ การขายรถยนต์ของเป็นการขายแบบ Offline และ Online โดยมีหน้าเต็นท์รถยนต์ที่ชัดเจน ที่ อ. เมือง จ. นครศรีธรรมราช ส่วนด้านออนไลน์มีการลงการซื้อขายผ่านทางช่องทาง Facebook, Instagram, Tiktok, Line เป็นต้น

##### 5.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T : Targeting)

###### 5.2.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สนใจซื้อรถยนต์มือสองยี่ห้อ Honda เพื่อใช้ในการเดินทางในชีวิตประจำวัน

###### 5.2.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง 26-33 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สนใจซื้อรถยนต์มือสอง ยี่ห้อ Toyota และ Mazda เพื่อใช้ในการทำธุรกิจ

### 5.2.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (P : Positioning)

มีเต็นท์รถยนต์มือสองขนาดใหญ่ มีรถยนต์ ที่คุณภาพดีกว่าที่อื่น ๆ โดยที่ราคาที่จะถูกกว่าเจ้าอื่น ๆ มีการรับประกันตัวรถยนต์ที่ลูกค้าได้ไปมีคุณภาพ มีบริการทั้งก่อนและหลังการขายเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า มีโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า

#### 5.2.3.1 Brand DNA

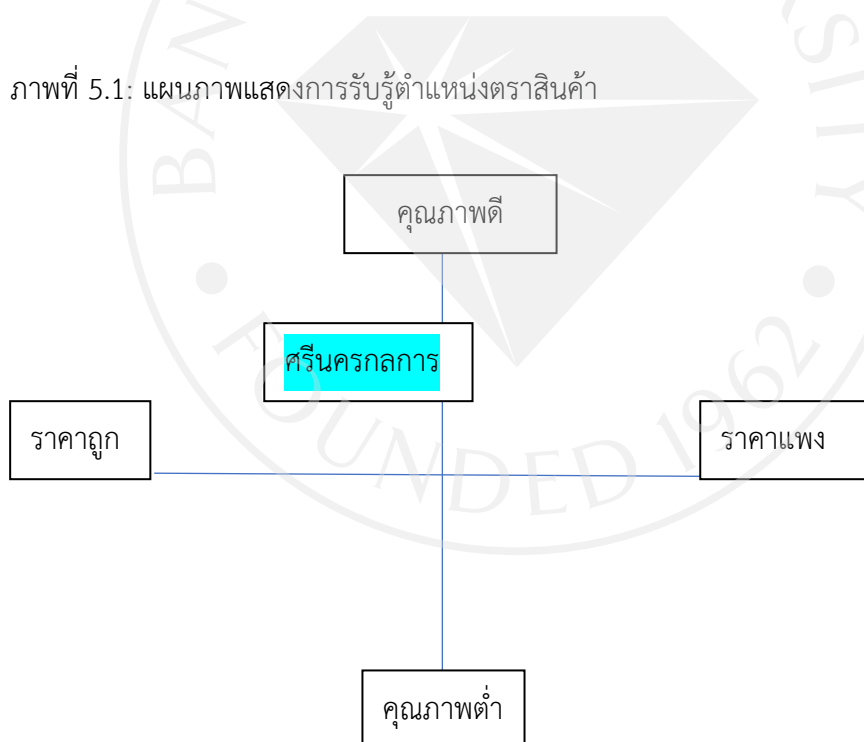
เป็นผู้ขายรถยนต์มือสองที่ดีที่สุดในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีการบริการที่ดีและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

#### 5.2.3.2 การจัดวางตำแหน่งตราสินค้า (Brand Positioning Statement)

เต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกถการ ชื่อขายรถยนต์ คุณภาพดี หมายถึง การตอบโจทย์ผู้บริโภคในด้านของการขายรถยนต์ที่มีคุณภาพ ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่ารถยนต์มือสองที่ได้ไปนั้นมีคุณภาพดีเหมาะสมกับราคา

#### 5.2.3.3 แผนภาพแสดงการรับรู้ (Brand Perceptual Map)

ภาพที่ 5.1: แผนภาพแสดงการรับรู้ตำแหน่งตราสินค้า



### 5.3 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

#### 5.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product)

1) ซื้อรถยนต์เข้ามาในราคาที่เหมาะสมกับลูกค้าโดยจะเน้นรถเก๋ง กระบะและรถยนต์ เอนกประสงค์เน้นไปที่มีปีที่จดทะเบียนไม่เกิน 5 ปี และสภาพภายนอกและภายในที่ดีไม่ประสบอุบัติเหตุมา

2) มีการรับประกันทั้งก่อนและหลังการขาย

#### 5.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ ราคาขึ้นอยู่กับจำนวนปี ยี่ห้อของรถยนต์และคุณภาพของรถยนต์ โดยทางเราจะเลือกวิธีการกำหนดราคาขายตามวิธีทุนส่วนเพิ่ม (Cost Plus) 15%

#### 5.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

มีบริการหน้าร้าน ที่ อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช ทำเลที่อยู่ติดถนน เดินทางได้สะดวก มีที่จอดรถ จะมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของธุรกิจ Facebook Fanpage และ Line@ Application ที่เป็นทางการ

#### 5.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การจัดกิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยเราให้ความสำคัญด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทางเราจะจัดให้มีเว็บไซต์ให้สามารถเข้าถึงสินค้าที่มีอยู่ภายในเต็นท์รถยนต์ได้โดยสะดวกและยังจะจัดให้มีการโฆษณาผ่านทางสื่อ เช่น Facebook, Instagram, Tiktok มีการทำโปรโมชั่นต่าง ๆ บนโซเชียลมีเดีย

##### 5.3.4.1 การโฆษณา (Advertising)

###### 1) การทำการตลาดผ่านช่องทาง Facebook

เริ่มจากการสร้างเพจทาง Facebook ของเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ เพื่อทำการโปรโมทหน้าเต็นท์รถยนต์มือสองของเรา มีการลงรูปของรถยนต์รายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับรถยนต์เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยที่ลูกค้าก็สามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดที่ลูกค้าสนใจผ่านทางช่องทาง Facebook ได้

###### 2) การทำการตลาดผ่านช่องทาง Instagram

เริ่มจากการทำ Account ของเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ เพื่อทำการโปรโมทรถยนต์และทำการลง Story IG เพื่อโปรโมทรถยนต์ในแต่ละวันให้ลูกค้าเห็นว่า ทางเรามีรถยนต์รุ่นไหนเข้ามาภายในเต็นท์บ้าง

#### 4) การทำการตลาดผ่านช่องทาง Tiktok

เริ่มจากการทำ Account Tiktok ของเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกถการ ทำการสร้าง Content เกี่ยวกับรถยนต์ เช่นการให้ความรู้ด้านพื้นฐานสำหรับมือใหม่ที่ไม่มีความรู้เรื่องรถยนต์มือสอง เพื่อเป็นการสร้างฐานลูกค้าและสร้างทั้งความสนุกสนาน ความประทับใจให้กับลูกค้า

#### 5.3.4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

##### การจัดทำ Marketing Campaigns

มีการจัดทำโปรโมชั่นให้กับลูกค้าเก่า โดยที่ลูกค้าเก่าที่ซื้อรถยนต์ไปกับทางเรา เมื่อทางเรามีรถยนต์รุ่นใหม่ที่เข้ามา ลูกค้าเก่าสามารถนำรถยนต์ที่ซื้อกับทางเรา มาขายได้ในราคาพิเศษเพื่อซื้อคันใหม่กับทางเราได้





## บทที่ 6 กลยุทธ์การดำเนินงาน

### 6.1 การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ

ธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกลการทำการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจเป็น บริษัทจำกัด คือ จะมีผู้ร่วมลงทุน 3 คนขึ้นไป ที่ทำการค้าร่วมกันและแบ่งกำไรที่ได้จากการดำเนินธุรกิจเท่า ๆ กัน

#### 6.1.1 การจัดตั้งธุรกิจ

การจัดตั้งธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกลการ จะทำสร้างหน้าร้านหรือตัวเต็นท์รถยนต์มือสองอย่างเป็นทางการและทำการโดยการสร้างเพจ Facebook, Instagram, Tiktok มีการทำการตลาด การซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้า

#### 6.1.2 การขออนุญาตประกอบกิจการ

เต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกลการต้องมีการยื่นจดทะเบียนพาณิชย์ ยื่นจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม การจดทะเบียนการโอนกรรมสิทธิ์

#### 6.1.3 ภาษีและประกันสังคม

บริษัทศรีนครกลการมีหน้าที่ต้องเสียภาษีต่อสรรพากร โดยคำนวณจากอัตราส่วนร้อยละ 20% ของกำไรหลังจากหักจากค่าใช้จ่ายแล้ว

### 6.2 แผนการดำเนินงาน

#### 6.2.1 แผนการดำเนินงานก่อนการเปิดให้บริการ

ก่อนที่จะดำเนินการเปิดธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง จะต้องทำการวางแผนจัดการรถยนต์มือสอง ในท้องตลาดให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำมาขาย และต้องศึกษาและสำรวจความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสนใจรถยนต์มือสองประเภทใด หรือรุ่นไหน อายุการใช้งานกี่ปี เพื่อเราจะได้ตอบโต้ความต้องการของผู้บริโภคได้และต้องมีการกำหนดเป้าหมายในการขายรถยนต์ในแต่ละปี

##### 6.2.1.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง และการจัดเตรียมพื้นที่

การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกลการนั้น ทางเราจะเลือกทำเล ที่ อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช เต็นท์รถยนต์ของเราจะติดกับถนนใหญ่ ใกล้ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลนครศรีธรรมราช ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้ลูกค้าเดินทางสะดวก

##### 6.2.1.2 ขั้นตอนการดำเนินงานก่อนการเปิดให้บริการ

1) หาข้อมูลและรายละเอียดของรถยนต์ที่มีเกี่ยวกับความต้องการตลาดรถยนต์มือสองของผู้บริโภค

- 2) ดำเนินการจัดการรถยนต์มือสอง เข้ามาขายภายในเดือน
- 3) หาข้อมูลของรถยนต์เพิ่มเติม ทำการโปรโมทรถยนต์เพื่อดึงดูดลูกค้า
- 4) อัปเดตข้อมูลต่าง ๆ ของรถยนต์อยู่ตลอดเวลา

#### 6.2.2 แผนดำเนินงานภายหลังการเปิดให้บริการ

หลังจากการเปิดให้บริการธุรกิจเดือนรถยนต์มือสองครบครณการแล้ว เราจะมี การดูแลลูกค้าหลังการขายตลอดเวลา ลูกค้าสามารถเข้ามาสอบถามเกี่ยวกับเรื่องรถยนต์ได้ มีการทำการตลาดทั้งด้าน Offline และ Online อยู่ตลอดเพื่อรักษาฐานลูกค้าเก่าและใหม่

#### 6.3 การจัดสรรพื้นที่ภายใน

ทางเดือนรถยนต์มือสองครบครณการ จะมีส่วนที่จอดรถให้กับลูกค้าที่เข้ามาติดต่อซื้อขายรถยนต์มือสอง มีห้องบริการรับรองให้กับลูกค้า มีการจัดการจอดรถยนต์เป็นระบบระเบียบให้ลูกค้าดูเพื่อสร้างความเป็นเรียบร้อยภายในเดือนรถยนต์

#### 6.4 แผนการให้บริการลูกค้า

ด้านการบริการของเดือนรถยนต์ครบครณการ คือ การที่มีพนักงานสุภาพ การแต่งกายเรียบร้อย ยิ้มแย้ม สามารถตอบและให้คำปรึกษาด้านรถยนต์ให้กับลูกค้าได้ มีหลักฐานการซื้อขายรถยนต์ที่ชัดเจนและน่าเชื่อถือ

## บทที่ 7 กลยุทธ์การดำเนินงาน

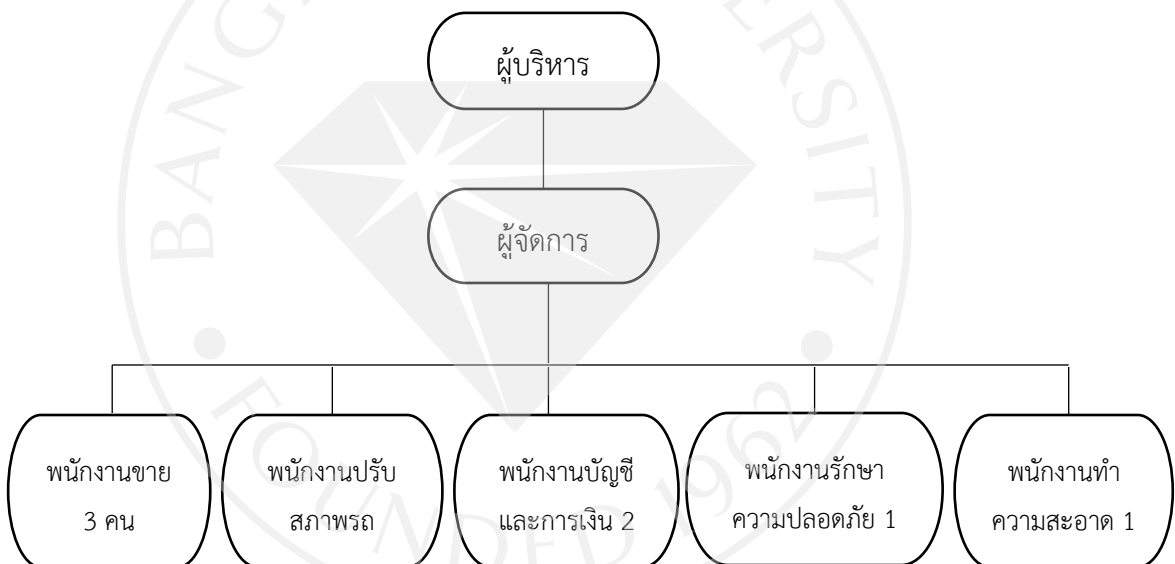
### 7.1 แผนการบริหารงานบุคคล

#### 7.1.1 วัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรบุคคล

เนื่องจากการทำธุรกิจที่เป็นเต็มไทม์ไลน์ จึงทำให้จะมีจำนวนพนักงานประมาณ 10 คน ทำให้ต้องมีการบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อสร้างความเป็นมาตรฐานให้กับตัวธุรกิจ

#### 7.1.2 โครงสร้างองค์กร

ภาพที่ 7.1: โครงสร้างองค์กร



#### 7.1.3 การสรรหาและการคัดเลือกพนักงานและบุคลากร

- 1) ด้านผู้จัดการของช่องทางเต็มไทม์ไลน์มือสองศรีนครินทร์การจะต้องมีการทำงานที่เป็นขั้นตอนละเอียด ต้องสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี
- 2) ด้านพนักงานขายของช่องทางเต็มไทม์ไลน์มือสองศรีนครินทร์การจะต้องมีการตั้งเป้าหมายยอดขายรายเดือนในแต่ละเดือนและต้องทำการขายให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ พนักงานขายเป็นพนักงานที่มีประสบการณ์และมีความรู้ด้านรถยนต์ มีการบริการที่สุภาพเรียบร้อย มีความตั้งใจในการทำงาน เอาใจใส่ลูกค้า
- 3) ด้านพนักงานบัญชีของช่องทางเต็มไทม์ไลน์มือสองศรีนครินทร์การจะต้องมีความละเอียดรอบคอบ มีความรู้ด้านบัญชี การเงิน การเสียภาษีต่าง ๆ มีความซื่อสัตย์ อดทน

4) ด้านพนักงานปรับสภาพรถยนต์ของทางเดินที่รถยนต์มือสองศรีนครกการจะต้องเป็นพนักงานที่มีความรู้ด้านการซ่อมรถยนต์ มีความละเอียดรอบคอบในการซ่อมรถ

5) ด้านพนักงานทำความสะอาดของทางเดินที่รถยนต์มือสองศรีนครกการจะต้องมีความขยัน คอยดูแลความสะอาดของเดินที่อยู่ตลอดเวลา

6) ด้านพนักงานรักษาความปลอดภัยของทางเดินที่รถยนต์มือสองศรีนครกการต้องมีการทำการดูแลความปลอดภัยของเดินที่รถในเวลากลางคืน มีความขยันอดทนในการทำงาน

#### 7.1.4 ค่าตอบแทนและสวัสดิการ

1) ด้านค่าตอบแทนสำหรับผู้จัดการจะมีค่าตอบแทน เดือนละ 20,000 บาทต่อเดือน

2) ด้านค่าตอบแทนสำหรับพนักงานขายจะมีค่าตอบแทน เดือนละ 14,000 บาทต่อเดือน มีความคอมมิชชั่นด้านการขายรถยนต์ คันละ 3,000 บาท

3) ด้านค่าตอบแทนสำหรับพนักงานบัญชีจะมีค่าตอบแทน เดือนละ 18,000 บาทต่อเดือน

4) ด้านค่าตอบแทนสำหรับพนักงานปรับสภาพรถยนต์จะมีค่าตอบแทน เดือนละ 13,000 บาทต่อเดือน

5) ด้านค่าตอบแทนสำหรับพนักงานทำความสะอาดจะมีค่าตอบแทน เดือนละ 12,000 บาทต่อเดือน

6) ด้านค่าตอบแทนพนักงานรักษาความปลอดภัยจะมีค่าตอบแทน เดือนละ 12,000 บาทต่อเดือน สวัสดิการ พนักงานทุกคนจะได้รับสิทธิประโยชน์ประกันสังคมทุกคน โดยจะออกเงินประกันสังคมให้ 5% ของเงินเดือน

#### 7.1.5 การฝึกอบรม

จะมีการฝึกอบรมพนักงานทุก ๆ 6 เดือน เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมด้านการบริการอยู่ตลอดเวลา และต้องมีการฝึกอบรมเรื่องรถยนต์ให้กับพนักงานทุกคนเพื่อให้ทุกคนมีความรู้และสามารถให้คำปรึกษากับลูกค้าได้ จะมีการประเมินพนักงานด้วยค่าค่า Key Performance Indicators (KPIs)

## 7.2 แผนรองรับในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19

### 7.2.1 กรณีทั่วไป

ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคโควิด19 การขายรถยนต์มือสอง จะมีการต้องเตรียมตัวรองรับเรื่องของแผนการตลาดและแผนการเงิน เนื่องจากผู้บริโภคจำนวนมากจะขาดรายได้ ทำให้ตลาดรถยนต์มือสองมีการชะลอตัวซ้าลง แต่ผู้บริโภคบางคนก็ต้องการซื้อรถยนต์มือสองแทนรถยนต์มือหนึ่งเนื่องจากต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย เพราะฉะนั้นเดินที่รถยนต์มือสองศรีนครกการจึงมีการ

คัดเลือกรถยนต์มือสองอย่างละเอียด ก่อนที่จะซื้อรถยนต์มาขายในเต็นท์นั้น ต้องมีการศึกษาความต้องการของตลาดรถยนต์มือสอง เนื่องจากรถยนต์มือสองบางประเภท สามารถขายได้ราคาดีในช่วงโควิด 19

#### 7.1.2 การคัดกรอง

การคัดกรองสำหรับเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ จำเป็นจะต้องมีการคัดกรองในเรื่องของการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองเข้ามาขายภายในเต็นท์เพื่อทำการซื้อขายกับลูกค้า ต้องศึกษาด้านความต้องการของตลาดในเวลานั้นว่า รถยนต์รุ่นไหน ยี่ห้อไหนได้รับความนิยมมากที่สุด

#### 7.1.3 การใช้พื้นที่

การใช้พื้นที่สำหรับเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ อาจจะต้องมีการกำหนดจำนวนของลูกค้าที่จะเข้ามาดูรถยนต์ในแต่ละครั้งว่าสามารถรับได้ไม่เกินจำนวนเท่าไร เพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้า และต้องมีการดูแลทำความสะอาดของรถยนต์อยู่ตลอดเวลา



## บทที่ 8 กลยุทธ์ด้านการเงิน

### 8.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน

วัตถุประสงค์ทางการเงินของธุรกิจเริ่มต้นที่รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ ทำเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการจัดสรรการดำเนินงานธุรกิจว่า ของเรานั้นสามารถสร้างกำไร มีรายได้และยังสามารถช่วยด้านเรื่องวางแผนการเงินเพื่อให้ธุรกิจยังสามารถดำเนินงานกิจการต่อไปได้

### 8.2 เป้าหมายทางการเงิน

ธุรกิจเริ่มต้นที่รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีเป้าหมายในการพัฒนายอดขายให้มากขึ้นในทุก ๆ ปี โดยมีการกำหนดอัตราการเติบโตดังนี้ อัตราเติบโตต้องเติบโตขึ้น 20% ของทุกปี

### 8.3 นโยบายทางการเงิน

ธุรกิจเริ่มต้นที่รถยนต์มือสองศรีนครกมลการจะใช้เงินทุนให้เกิดความคุ้มค่าอย่างที่สุด และทำการจัดการรถยนต์มือสองมาขายในราคาที่สามารถทำกำไรให้ได้มากที่สุด

### 8.4 ข้อสมมติฐานของการพยากรณ์ตัวแปรทางการเงิน

เริ่มต้นที่รถยนต์มือสองศรีนครกมลการจะเลือกใช้ทุนที่มาจากตัวเจ้าของ 100% โดยทุนเหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในด้านต่าง ๆ ของการทำธุรกิจ เช่น ด้านต้นทุนของการซื้อรถยนต์มือสองเข้ามาขายภายในเดือนที่ ด้านการตลาดเพื่อโปรโมทสินค้าให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าของเรา ด้านค่าใช้จ่ายด้านการบริการและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจเริ่มต้นที่รถยนต์มือสอง

8.4.1 แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างของเงินลงทุน และต้นทุนทางการเงิน บริษัทเริ่มต้นที่รถยนต์มือสองศรีนครกมลการจะเลือกใช้เงินลงทุนมาจากเจ้าของ 100%

#### 8.4.2 ประมาณการรายได้

สมมติฐานการประมาณการยอดขายของธุรกิจเริ่มต้นที่รถยนต์มือสอง ระยะเวลา 3 ปี

1) จากการคำนวณยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดที่ต้องการ สำหรับการประมาณการยอดขายในปีแรกจะมียอดขาย 150 คันต่อปี ตกเดือนละ 12 คันต่อเดือน

2) ราคาขายต่อหน่วยคือราคาของต้นทุนต่อหน่วย จะเลือกวิธีการกำหนดราคาขายตามวิธีต้นทุนส่วนเพิ่ม 15%

3) ประมาณการยอดขายจะเพิ่มขึ้น 20% ทุกปี

ตารางที่ 8.1: แสดงราคาขายโดยวิธีต้นทุนส่วนเพิ่ม 15% ตามประเภทของรถยนต์มือสอง

ประเภทของรถยนต์ มือสอง	คำอธิบาย	ราคาต้นทุนเฉลี่ยต่อ หน่วย (บาท)	ราคาขายที่ได้จาก ต้นทุนส่วนเพิ่ม 15%
รถเก๋ง	ใช้ตัวแทนข้อมูลเป็น ราคาเฉลี่ย Honda City อายุไม่เกิน 5 ปี	300,000 บาท	345,000 บาท
รถกระบะ	ใช้ตัวแทนข้อมูลเป็น ราคาเฉลี่ย Toyota Vigo อายุไม่เกิน 5 ปี	400,000 บาท	460,000 บาท
รถยนต์เอนกประสงค์	ใช้ตัวแทนข้อมูลเป็น ราคาเฉลี่ย Toyota Fortuner อายุไม่เกิน 5 ปี	600,000 บาท	690,000 บาท

ตารางที่ 8.2: แสดงการประมาณการรายได้สำหรับการขายในปีแรกแบ่งตามประเภทของรถยนต์

ประเภทของรถยนต์ มือสอง	ราคาขายที่ได้จาก ต้นทุนส่วนเพิ่ม 15% (บาท)	อัตราส่วน การขาย	ประมาณการ ขายต่อปี (คัน)	ประมาณการ ยอดขาย (บาท)
รถเก๋ง	345,000 บาท	56%	83	28,635,000
รถกระบะ	460,000 บาท	24%	37	17,020,000
รถยนต์เอนกประสงค์	690,000 บาท	20%	30	20,700,000
รวมยอดขายต่อปี				66,355,000

ตารางที่ 8.3: แสดงการประมาณการรายได้จากการขายรถยนต์มือสองในเวลา 3 ปี

ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 (บาท)	ปีที่ 3 (บาท)
66,355,000	79,626,000	95,551,200

ตารางที่ 8.4: ประมาณการต้นทุนสินค้าและยอดขายเฉลี่ยต่อคัน

รายการของประเภทรถยนต์	จำนวนขายต่อเดือน (คัน)	ต้นทุนต่อคัน (บาท)	รวมต้นทุน (บาท)	ราคาขายต่อคัน(บาท)	รวมยอดขาย (บาท)
รถเก๋ง	7	300,000	2,100,000	345,000	2,415,000
รถกระบะ	4	400,000	1,600,000	460,000	1,840,000
รถยนต์อเนกประสงค์	4	600,000	2,400,000	690,000	2,760,000
รวม	15		6,100,000		7,015,000
เฉลี่ยต่อหน่วย			406,666		467,666

ตารางที่ 8.5: ประมาณการเงินลงทุน (ต่อเดือน)

รายการสินค้า	จำนวน	ราคา (บาท)
ค่ารถยนต์มือสอง	12	5,200,000
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	-	100,000
ค่าปรับสภาพรถยนต์	12	1,200,000
ค่าอาคารสถานที่ สิ่งปลูกสร้าง	1	600,000
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	-	2,900,000
รวม		10,000,000

#### 8.4.5 การประมาณค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายหลัก ๆ จะเป็นเรื่องค่าใช้จ่ายของเงินเดือนพนักงานที่จะต้องจ่ายทุกเดือนและค่าใช้จ่ายด้านการตลาดค่าสาธารณูปโภคและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ



ตารางที่ 8.6: แสดงค่าใช้จ่ายเงินเดือนของพนักงานศรีนครกมลการ

รายการ	ราคาต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ต้นทุนรวมต่อปี (บาท)
ผู้บริหาร	30,000	1	30,000
พนักงานตำแหน่งผู้จัดการ	20,000	1	20,000
พนักงานตำแหน่งพนักงานขาย	14,000	3	42,000
พนักงานตำแหน่งบัญชีและการเงิน	18,000	2	36,000
พนักงานตำแหน่งพนักงานปรับสภาพรถยนต์	13,000	2	26,000
พนักงานตำแหน่งพนักงานดูแลความปลอดภัย	12,000	1	12,000
พนักงานตำแหน่งพนักงานทำความสะอาด	12,000	1	12,000
รวมค่าใช้จ่ายด้านเงินเดือนของพนักงาน			178,000

## 8.4.5.2 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ค่าทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ (AD, Facebook, Instagram, Tiktok)

- 1) แพ็กเกจโฆษณา Facebook Ads (12 เดือน) = 30,000 บาท ตกเดือนละ 2,500 บาท
- 2) แพ็กเกจโฆษณา Instagram Ads (12 เดือน) = 30,000 บาท ตกเดือนละ 2,500 บาท
- 3) แพ็กเกจโฆษณา Tiktok Ads (12 เดือน) = 39,600 บาท ตกเดือนละ 3,300 บาท

ค่าการทำโปรโมชั่นให้กับลูกค้า จัดทำโปรโมชั่นให้กับลูกค้าเก่า โดยที่ลูกค้าเก่าที่ซื้อรถยนต์ไปกับทางเรา เมื่อทางเรามีรถยนต์รุ่นใหม่ที่เข้ามา ลูกค้าเก่าสามารถนำรถยนต์ที่ซื้อกับทางเรา มาขายได้ในราคาพิเศษเพื่อซื้อคันใหม่กับทางเราได้ (คันละไม่เกิน 10,000 บาท)

## 8.4.5.3 ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

- 1) ค่าน้ำ 1,500 บาทต่อเดือน
- 2) ค่าไฟฟ้า 5,000 บาทต่อเดือน
- 3) ค่า Internet 2,000 บาทต่อเดือน
- 4) ค่าโทรศัพท์ 2,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 8.7: แสดงค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์

รายการสินค้า	ต้นทุนรวม	จำนวน	อายุ (ปี)	ราคา (บาท)	ค่าเสื่อมราคา ต่อปี (บาท)
เฟอร์นิเจอร์ (ชุด)	15,000	4	5	60,000	12,000
คอมพิวเตอร์	15,000	4	5	60,000	12,000
เครื่องปริ้น	5,000	2	5	10,000	2,000
เครื่องปรับอากาศ	20,000	1	5	20,000	4,000
เครื่องถ่ายเอกสาร	10,000	2	5	20,000	4,000
อุปกรณ์ปรับสภาพรถยนต์ เช่น แม่แรงไฮดรอลิก	100,000	-	5	100,000	20,000
โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ	2,000	4	5	8,000	1,600
รวม					55,600

ตารางที่ 8.8: แสดงค่าเสื่อมค่าตงแต่งอาคารสำนักงานและที่ดิน

รายการสินค้า	อายุการใช้งาน (ปี)	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคา (บาท)	ค่าเสื่อมราคา ต่อปี (บาท)
ค่าตงแต่งอาคารสำนักงานและที่ดิน	5	1	600,000	600,000	120,000
รวม					120,000

ตารางที่ 8.9: แสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนรายเดือนของธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง ศรีนครกลการ

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	
จำนวนรถยนต์มือสองที่จะขายคุ้มทุนต่อเดือน	7
ยอดขายคุ้มทุนต่อเดือน	3,273,662 บาท
การตั้งสมมุติฐาน	
รายได้เฉลี่ย/คัน	467,666 บาท
ต้นทุนเฉลี่ย/คัน	406,666 บาท
ประมาณค่าใช้จ่ายคงที่ต่อเดือน	430,000 บาท

#### 8.4.5.5 ภาษีเงินได้นิติบุคคล

เต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกลการ ต้องจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลจากกำไรหลังการขาย

20%

#### 8.4.6 การประมาณการงบทางการเงิน

ตารางที่ 8.10: แสดงการประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการจำหน่ายรถยนต์มือสอง	66,355,000	79,626,000	95,551,200	114,661,440	137,593,728
หักต้นทุนสินค้า	57,700,000	70,500,000	80,000,000	91,000,000	103,500,000
ต้นทุน-ค่าปรับสภาพรถยนต์	1,500,000	1,800,000	2,100,000	2,400,000	2,700,000
กำไรข้างต้น	7,155,000	7,326,000	13,451,200	21,261,440	31,393,728
หักค่าใช้จ่ายการบริการ					
ค่าเช่าที่ดิน	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	55,600	55,600	55,600	55,600	55,600
ค่าเสื่อมตกแต่งอาคารสำนักงานและที่ดิน	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าสาธารณูปโภค	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000
ค่าโทรศัพท์	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าอินเทอร์เน็ต	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าใช้จ่ายการตลาด	1,599,600	1,599,600	2,199,600	2,499,600	2,799,600
ค่าเงินเดือนพนักงาน	178,000	178,000	178,000	211,000	211,000
ค่าจัดทำบัญชี	48,000	48,000	48,000	50,000	50,000
รวมค่าใช้จ่ายการบริการ	2,607,800	2,907,200	3,207,200	3,540,200	3,842,200

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.10 (ต่อ): แสดงการประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	4,547,200	4,418,800	10,244,000	17,721,240	27,551,528
หัก ภาษีเงินได้	909,440	883,760	2,048,800	3,544,248	5,510,305.6
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	3,637,760	3,835,040	8,495,200	14,476,992	22,341,222.4

ตารางที่ 8.11: แสดงการประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	6,013,360	9,724,000	18,094,800	32,447,392	54,664,214.4
สินค้าคงคลังรถยนต์	5,200,000	5,400,000	5,600,000	5,800,000	6,000,000
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	11,213,360	15,124,000	23,694,800	38,247,392	60,664,214.4
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อาคารสิ่งปลูกสร้าง	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
หัก ค่าเสื่อมราคา สะสม	400,000	800,000	1,200,000	1,600,000	2,000,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.11 (ต่อ): แสดงการประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อาคารสิ่งปลูกสร้าง สุทธิ	1,600,000	1,200,000	800,000	400,000	0
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
หัก ค่าเสื่อมราคา สะสม	120,000	240,000	360,000	480,000	600,000
อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก สุทธิ	480,000	360,000	240,000	120,000	0
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	2,080,000	1,560,000	1,040,000	520,000	0
รวมสินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน	2,080,000	1,560,000	1,040,000	520,000	0
รวมสินทรัพย์	13,293,360	16,684,000	24,734,800	38,767,392	60,664,214.4

ตารางที่ 8.12: แสดงงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน						
กำไรขาดทุนสุทธิ	-	3,637,760	3,835,040	8,495,200	14,476,992	22,341,222.4
ค่าเสื่อมราคา	-	175,600	175,600	175,600	175,600	175,600
รวมกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	-	3,813,360	4,010,640	8,670,800	14,652,562	22,409,722.4

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.12 (ต่อ): แสดงงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน						
ค่าอาคารสิ่งปลูกสร้าง	2,000,000	-	-	--	-	-
ค่าตกแต่งอาคาร	600,000	-	-	-	-	-
ค่ารถยนต์มือสอง	5,200,000	-	-	-	-	-
รวมกระแสเงินสด จากกิจกรรมการลงทุน	7,800,000	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน						
เงินสดได้รับจากเจ้าของ	10,000,000	-	-	-	-	-
รวมกระแสเงินสด จากการจัดหาเงิน	10,000,000	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	2,200,000	3,813,360	4,010,640	8,670,800	14,652,562	22,409,722.4
กระแสเงินสดต้นงวด	-	2,200,000	6,013,360	10,024,000	18,694,800	33,247,392
กระแสเงินสดปลาย งวด	2,200,000	6,013,360	10,024,000	18,694,800	33,247,392	54,657,114.4

ตารางที่ 8.13: แสดงการประมาณการประเมินโครงการ

การประเมินโครงการ การลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายการ					
กำไรสุทธิ	3,637,760	4,010,640	8,670,800	14,652,562	22,409,722.4
บวก ค่าเสื่อมราคา	175,600	175,600	175,600	175,600	175,600
กระแสเงินสดสุทธิ	3,813,360	4,186,240	8,846,400	14,828,162	22,585,322.4
อัตราผลตอบแทน ภายใน (IRR)	163%				
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	32,918,180.18				
ระยะเวลาคืนทุน (Playback Period)	คืนทุนภายใน 3 ปี				

### 8.5 การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุน

ความเสี่ยงจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อทำเต็มที่รถยนต์มือสองแล้วมีคู่แข่งที่เปิดเต็มที่รถยนต์มือสองที่ขายรถยนต์รุ่นเดียวกันในราคาที่ถูกลง ทำให้ผู้บริโภคจะให้ความสนใจที่จะซื้อรถยนต์กับเต็มที่รถยนต์ที่ขายถูกลง หรือกรณีที่ซื้อรถยนต์เข้าภายในเต็มที่มาในราคาปกติ แล้วราคาในตลาดรถยนต์ถูกลง

#### 8.5.1 สถานการณ์ปกติ (Base Case)

ในสถานการณ์ปกติทางเราจะประมาณการขายให้ได้เดือนละ 12 คันต่อเดือนมากกว่า สามารถสร้างกำไรได้อย่างน้อย 50,000 บาทต่อคัน สร้างยอดขายรถยนต์มือสอง ต่อปีอาจสามารถทำการขายได้ 150 คันภายใน 1 ปี

#### 8.5.2 สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case)

สถานการณ์ที่ดีที่สุด คือ ประมาณการขายได้มากกว่า 15 คันต่อเดือน สามารถสร้างกำไรได้เยอะที่สุด รถยนต์มือสองบางคันบางรุ่นบางยี่ห้อ สามารถเรียกราคาขายมากกว่าช่วงปกติ ได้เนื่องจากมีความต้องการในตลาดมาก ซึ่งจะสามารถสร้างกำไรจากการขายรถยนต์มือสองได้



### 8.5.3 สถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด (Worst Case)

สถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด คือขายรถยนต์มือสอง ได้เดือนละ 6 คัน โดยกำไรต่อการขายรถยนต์มือสองต่อคันก็จะลดลงเหลือประมาณ 20,000 บาทต่อคัน ภายในระยะเวลา 1 ปี อาจขายได้เพียง 12 คัน



## บทที่ 9 แผนฉุกเฉิน

### 9.1 แผนฉุกเฉินด้านการตลาด

หากในเวลา 2 เดือนรถยนต์มือสองที่มีอยู่ภายในเต็นท์รถขายไม่ได้ หรือมีผู้บริโภคนใจน้อย จะต้องมีการทำการโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดผู้บริโภคมให้มาซื้อ เพื่อไม่ให้เกิดการค้างรถยนต์ภายในเต็นท์ทำการโปรโมชั่นทางช่องทางออนไลน์เพื่อให้รถยนต์สามารถขายออกไปได้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้

#### 9.1.1 แผนฉุกเฉินด้านการดำเนินงาน

ในกรณีที่หารรถยนต์มือสอง มาขายได้แค่ 6-8 คันต่อเดือน ทำให้จะต้องซื้อรถยนต์มือสองในราคาที่ถูกลงกว่าเดิม อาทิ ปกติซื้อรถยนต์มือสองมาในราคา 400,000 บาท และขายต้องขายรถยนต์มือสองให้ได้ในราคา 500,000-600,000 บาท ก็อาจจะต้องมีการซื้อรถยนต์ในราคาที่ถูกลงแต่ต้องขายให้ได้ในราคาที่ได้กำไรเท่ากับรถยนต์ราคาปกติ

#### 9.1.2 แผนฉุกเฉินด้านการเงิน

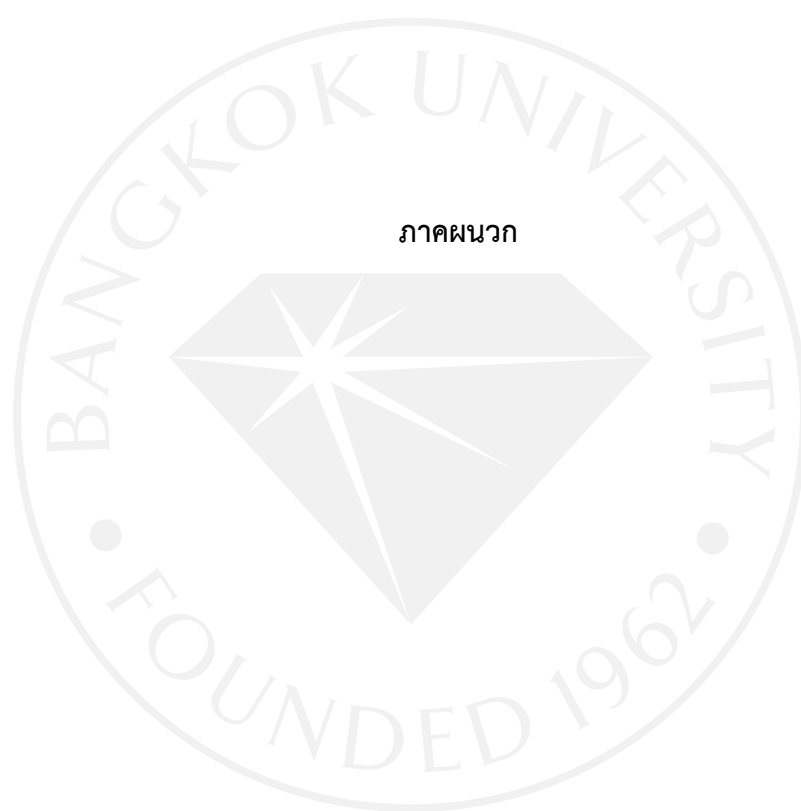
ในกรณีที่ซื้อรถยนต์มือสองเข้ามาในเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มาแล้วเกิดการขายไม่ได้ ส่งผลให้เงินทุนหมุนไม่สามารถหมุนได้ แล้วมีความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายเงินด่วน อาจจะต้องมีการนำรถยนต์ภายในเต็นท์ที่มีอยู่เข้าทำการจัดไฟแนนซ์เพื่อแบ่งเบาภาระทางการเงินลง

### 9.2 แผนในอนาคต

ในอนาคตเต็นท์รถยนต์มือสองศรีนครกมลการ มีความต้องการที่จะขายรถยนต์มือสองให้ได้ขั้นต่ำเดือนละ 12 คันต่อเดือนหรือมากกว่านั้น มีการโปรโมชั่นทางช่องทางออนไลน์อยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างฐานลูกค้า

### บรรณานุกรม

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). รถมือ 2 สดใส รับตลาดรถมือสองโต จากอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น จำกัดความสามารถในการซื้อรถมือหนึ่งของภาคครัวเรือน. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/ST-FB-21-06-2022-1.aspx>.
- Carsome ระดมทุนซีรีส์ ซี 1,500 ล้านบาท เตรียมรุกหนักตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. (2562). สืบค้นจาก <https://www.thumbsup.in.th/carsome-startup-raise-fund-for-sea>.
- Motto Auction ผู้นำการประมูลรถยนต์ระดับโลก ยุคดิจิทัลล้ำหน้าด้วยเทคโนโลยีฯครบวงจร ครองแชมป์ธุรกิจตลาดรถ 68,000 คัน ปี 2562. (2562). สืบค้นจาก <https://highlightmotorsports.wordpress.com/2019/11/22/motto-auction-leader-of-car-auction>.
- PPTV Online. (2565). ค่าครองชีพพุ่ง หนุนรถยนต์มือสอง คาดปี 2565 ขยายตัว 5-7%. สืบค้นจาก <https://www.pptvhd36.com/news/เศรษฐกิจ/174457>.
- P.S. Used Car ซื้อ-ขาย รถยนต์มือสอง นครศรีธรรมราช. (2563). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/P.S.UsedCar/>.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อรถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ

ตอนที่1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจงโปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ตรงกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

18-25 ปี

26-33 ปี

34-41 ปี

42-49 ปี

50 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพสมรส

โสด

แต่งงานแล้ว

หย่า

เป็นหม้าย

5. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ข้าราชการ

พนักงานบริษัทเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว

อื่น ๆ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 15,000 บาท

15,001-25,000 บาท

25,001-35,000 บาท

35,001-45,000 บาท

45,001-50,000บาท

50,001-55,000 บาท

55,001-60,000 บาท

60,000 บาทขึ้นไป

## ตอนที่ 2 ความต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค

คำชี้แจงโปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ตรงกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับท่านมากที่สุด

1. ยี่ห้อของรถยนต์มือสองที่ท่านสนใจหรือต้องการซื้อ (เลือกได้หลายคำตอบ)

- |                                     |                                      |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Toyota     | <input type="checkbox"/> Honda       |
| <input type="checkbox"/> Ford       | <input type="checkbox"/> Isuzu       |
| <input type="checkbox"/> Mazda      | <input type="checkbox"/> Suzuki      |
| <input type="checkbox"/> Mitsubishi | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ..... |

2. อายุของรถยนต์มือสองที่ท่านสนใจหรือต้องการซื้อ

- |  |                               |
|--|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 1 ปี |
| <input type="checkbox"/> 2 ปี          | <input type="checkbox"/> 3 ปี |
| <input type="checkbox"/> 4 ปี          | <input type="checkbox"/> 5 ปี |
| <input type="checkbox"/> 5 ปีขึ้นไป    |                               |

3. วิธีการชำระเงินที่ท่านต้องการ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ชำระแบบเงินสด | <input type="checkbox"/> ชำระแบบผ่อนชำระ |
|--|--|

4. วัตถุประสงค์หลักของการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> เพื่อใช้ในการเดินทางในชีวิตประจำวัน |
| <input type="checkbox"/> เพื่อใช้ในการทำธุรกิจ               |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....                         |

5. ท่านรู้จักอินเทอร์เน็ตรถยนต์มือสอง ศรีนครกมลการ จากแหล่งใดบ้าง (เลือกได้หลายคำตอบ)

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> ทาง Facebook        |
| <input type="checkbox"/> ทาง Instagram       |
| <input type="checkbox"/> ทาง Tiktok          |
| <input type="checkbox"/> การแนะนำจากคนรู้จัก |

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์มือสอง

#### ศรีนครกมลการ

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง

1) ให้ท่านพิจารณาความเห็นโดยรวมของท่านที่มีต่อรถยนต์มือสอง

2) โดยเลข 5 ให้มีความไว้วางใจมากที่สุด และเลข 1 ให้มีความไว้วางใจน้อยที่สุด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านให้ความคิดเห็น

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลความต้องการซื้อรถยนต์มือสอง	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	ไม่เห็นด้วย
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีสภาพภายนอกสมบูรณ์					
2. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีสภาพตัวถังและภายในรดี					
3. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีสภาพเครื่องยนต์ดี					
4. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีความหลากหลายของยี่ห้อและรุ่นของรถภายในร้าน					
5. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีประวัติรถและเอกสารที่ชัดเจนถูกต้อง					
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>					
1. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการมีราคาที่เหมาะสมกับรถยนต์					
2. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนครกมลการ มีป้ายราคาที่บอกชัดเจน					

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มี ผลความต้องการซื้อรถยนต์มือสอง	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	ไม่เห็น ด้วย
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>					
3. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการ มีส่วนลดให้พิเศษกรณีที่ท่านซื้อ รถยนต์เป็นเงินสด					
4. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการ มีราคาต่ำกว่ารถยนต์ที่ต่ำและให้ ระยะเวลาในการผ่อนสูง					
5. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการ มีราคาของรถยนต์แต่ละยี่ห้อ เหมาะสมต่อสภาพการใช้งาน					
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
1. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการ มีสถานที่กว้างขวาง สะดวกสบาย					
2. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการ มีเปิดจำหน่ายรถยนต์ทุกวัน ไม่มีวันหยุด					
3. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการมีทำเลที่สะดวกใกล้บ้าน/ที่ทำงาน					
4. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการ มีประวัติการขายรถยนต์ที่ น่าเชื่อถือ					
5. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการ มีบริการการออกฤกษ์รถตาม เวลาที่ท่านต้องการ					



ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มี ผลความต้องการซื้อรถยนต์มือสอง	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	ไม่เห็น ด้วย
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด</b>					
1. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการมีการบริการหลังการขาย					
2. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการมีโปรโมชั่นและการแถมสินค้า อื่น ๆ					
3. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการมีการโฆษณาตามสื่อออนไลน์ ต่าง ๆ					
4. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการมีพนักงานและการบริการที่ดี					
5. ท่านเห็นว่ารถยนต์มือสองของศรีนคร กลการมีการแนะนำเกี่ยวกับรถยนต์จาก ช่างผู้เชี่ยวชาญด้านรถยนต์					

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายการ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	เจนจิรา คงตุก
อีเมล	Jenjirakongtuk@gmail.com
ประวัติการศึกษา	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การบริหารและจัดการ) สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

