

แผนธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ Betong Drift Trike

Business Plan for Betong Drift Trike



แผนธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ Betong Drift Trike

Business Plan for Betong Drift Trike



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2565  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ Betong Drift Trike

ผู้วิจัย จารุกัญญา วิหุรชานาญกิจ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ธีระศักดิ์ ณ ระนอง

ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาทร พร้อมพัฒนพัก

จารุภิญญา วิฑูรย์ชานาญกิจ. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต (สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ), กันยายน 2565, มหาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ Betong Drift Trike (62 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. อธิศักดิ์ ธีรณรงค์

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันเมื่อเอ่ยถึง “อำเภอเบตง” จะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และส่วนใหญ่จะนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และในปี พ.ศ. 2559–2562 ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ชาวมาเลเซียและสิงคโปร์) และนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ยังคงหลงใหลเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเบตง และในปี พ.ศ. 2562 มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 2,000 ล้านบาท มีอัตราเพิ่มขึ้นอยู่ที่ 8.98 เปอร์เซ็นต์ และในปัจจุบันนักท่องเที่ยว Gen Z ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจสนามรถจักรยาน ในรูปแบบเชิงผจญภัยจึงมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นนั้นส่งผลให้เล็งเห็นโอกาสในการสร้างธุรกิจสนามรถจักรยาน ในรูปแบบเชิงผจญภัย ของร้าน Betong Drift Trike ตั้งอยู่ที่ อำเภอเมืองเบตง จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ที่มีจุดเด่น ไม่ซ้ำจำเจที่เป็นเพียงแต่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเท่านั้น Betong Drift Trike เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่สามารถให้ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเบตงและนักท่องเที่ยว ให้มีสถานที่ในการทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน เพื่อการใช้เวลาร่วมกัน และสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่น่าตื่นเต้นไปด้วยกัน

จากการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด และการประเมินความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ ภายในระยะเวลา 3 ปี พบว่าธุรกิจ Betong Drift Trike ใช้เงินลงทุนทั้งหมด จำนวน 2,000,000 บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 1,923,033.87 บาท โดยการวิเคราะห์ผลตอบแทนภายใน (IRR) มีอัตราผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนร้อยละ 58.62% และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) จากการคำนวณเปรียบเทียบเงินลงทุนเริ่มต้นทั้งหมด 2,000,000 บาท พบว่ามีระยะคืนทุนภายใน 1 ปี 2 เดือน

คำสำคัญ: สนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์, แหล่งท่องเที่ยว, อำเภอเบตง

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

Business Plan for Betong Drift Trike (62 pp.)

Advisor: Teerasak Na Ranong, Ph.D.

## ABSTRACT

Nowadays, when it comes to "Betong District", it has received a lot of attention from tourists and most of them think of the abundant natural attractions. In the past of 2016 - 2019, foreign tourists (Malaysian and Singaporean) and Thai tourists that still flows into tourism in the area of Betong District. In 2019, there is a tourism revenue is more than 2,000 million baht, an increase of 8.98 percent. Due to Gen Z tourists are interested in adventure tourism. Therefore, Betong Drift Trike business is very interesting.

Results in an opportunity to create the business. In the adventurous style of Betong Drift Trike, located at Mueang Betong District, Yala Province. Which is a new tourist attraction that has a unique and also unique feature that is only a natural attraction. Betong Drift Trike is a tourist attraction that can provide the population living in the Betong area and tourists. There is a place to do activities with family or friends in order to spend time and create exciting new experiences together

Result of analysis of marketing strategies and assessing the feasibility of doing business within 3 years, it was found that the Betong Drift Trike business spent a total investment of 2,000,000 baht with a net present value (NPV) of 1,923,033.87 baht. The internal return analysis (IRR) had a rate of return greater than the cost of 58.62 percent and Analyze the Pay Back Period from the comparison of the total initial investment of 2,000,000 baht, found that the payback period is within 1 year 2 months.

*Keywords: Tricycle Drifting, Tourist Attraction, Betong District*

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจคัณฑ์อริสระ หรือ Independent Study ฉบับสมบูรณ์ในหัวข้อ แผนธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ Betong Drift Trike สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จ ลุล่วงได้ด้วยดี ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมไปถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจนี้ ซึ่งทั้งหมดนี้ ผู้จัดทำได้รับรับความกรุณาอย่างสูงจากท่านอาจารย์ ดร. อธิศักดิ์ ณ ระนอง ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำการคัณฑ์อริสระนี้ ที่ได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ ในการทำแผนธุรกิจนี้ ให้ถูกต้องตามหลักการ รวมถึงคณะอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ตลอดระยะเวลาที่ได้รับ การศึกษา ซึ่งผู้จัดทำได้นำองค์ความรู้ที่ได้รับมาใช้ในการทำแผนธุรกิจนี้ได้สำเร็จไปด้วยดี ผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณทุกท่าน ณ โอกาสนี้

จารุกัญญา วิฑูรชานาญกิจ



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและแนวคิดของการดำเนินธุรกิจ	1
1.2 ลักษณะและขอบเขตธุรกิจ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำรายงาน	2
1.4 โครงสร้างธุรกิจ	3
บทที่ 2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (PESTEL Analysis)	8
2.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขัน (Five Forces Analysis)	11
2.3 การวิเคราะห์ตลาดและโครงสร้างการแข่งขัน	13
2.4 วิเคราะห์ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (Key Success Factor)	16
บทที่ 3 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน	
3.1 ชื่อและตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจ	17
3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	17
3.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจการ (SWOT Analysis)	18
3.4 แนวทางกลยุทธ์ของธุรกิจ	19
บทที่ 4 การวิจัยทางการตลาด	
4.1 วัตถุประสงค์การวิจัย	22
4.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	22
4.3 ระเบียบวิธีการวิจัย	22
4.4 ขอบเขตการวิจัย แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง	22
4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	23

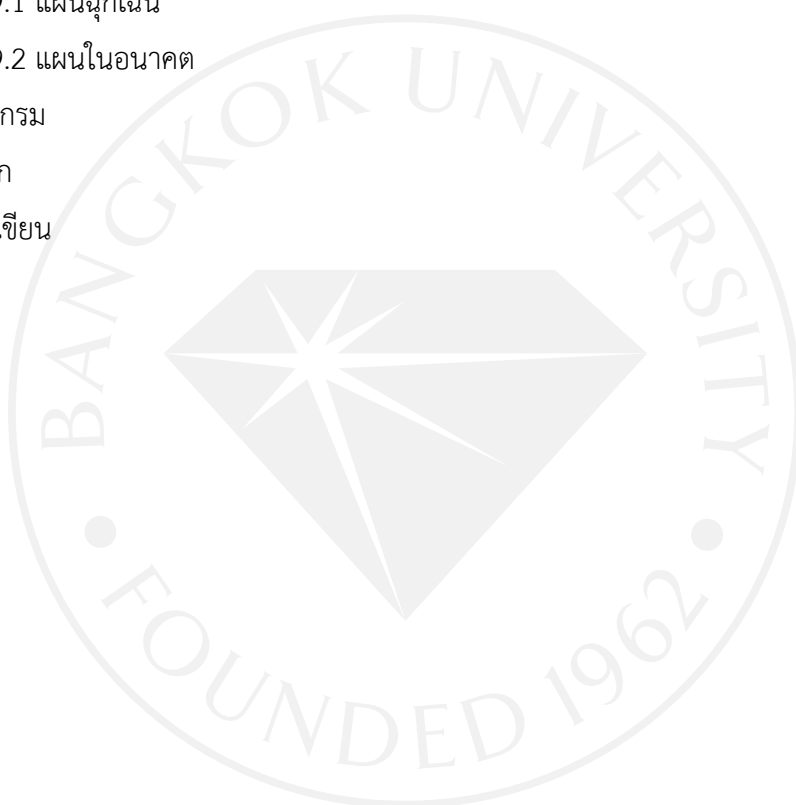
## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) การวิจัยทางการตลาด	
4.6 สรุปผลการวิจัย	23
4.7 ประเด็นจากผลการวิจัยที่น่าสนใจและสามารถนำมาเป็นประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจ	23
บทที่ 5 กลยุทธ์ทางการตลาด	
5.1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด	27
5.2 การแบ่งส่วนทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และตำแหน่งทางการตลาด (STP)	27
5.3 การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย	28
5.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)	28
5.5 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	30
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจ	35
6.2 แผนการดำเนินงานก่อนเปิดให้บริการ	37
6.3 ขั้นตอนการจัดหาสินค้า/บริการ	38
บทที่ 7 แผนการจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
7.1 วัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรบุคคล	39
7.2 การจัดองค์กร	39
7.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	40
7.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร	42
บทที่ 8 แผนการเงิน	
8.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน	43
8.2 เป้าหมายทางการเงิน	43
8.3 นโยบายทางการเงิน	43
8.4 โครงสร้างเงินทุน	44
8.5 สมมติฐานทางการเงิน	45
8.6 ประมาณงบทางการเงิน	46



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 8 (ต่อ) แผนการเงิน	
8.7 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ	49
8.8 การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุน	49
บทที่ 9 แผนฉุกเฉิน	
9.1 แผนฉุกเฉิน	51
9.2 แผนในอนาคต	51
บรรณานุกรม	53
ภาคผนวก	54
ประวัติผู้เขียน	61



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: Business Model Canvas	4
ตารางที่ 7.1: อัตราค่าตอบแทนประจำตำแหน่ง	41
ตารางที่ 8.1: แหล่งที่มาของเงินลงทุน	44
ตารางที่ 8.2: โครงสร้างของเงินลงทุน	44
ตารางที่ 8.3: ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 3 ปี	45
ตารางที่ 8.4: ค่าใช้จ่ายทางการตลาด 3 ปี	46
ตารางที่ 8.5: ค่าเสื่อมราคา	46
ตารางที่ 8.6: แสดงงบกำไรขาดทุน	47
ตารางที่ 8.7: งบแสดงฐานะทางการเงิน	47
ตารางที่ 8.8: งบกระแสเงินสด	48



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: โลโก้ของร้าน AKIBA DRIFT TRIKE และบรรยากาศของสนาม	13
ภาพที่ 2.2: โลโก้ของร้าน มั่นส์ Drift Electric Drift Road 345 และบรรยากาศของสนาม	14
ภาพที่ 2.3: โฆษณาล่องแก่งห้วยยาง อัยเวง	15
ภาพที่ 4.1: กราฟลูกค้าที่สนใจเข้ารับบริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์	24
ภาพที่ 4.2: แสดงกราฟความพึงพอใจของลูกค้าที่เคยใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์	24
ภาพที่ 4.3: แสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการมากกว่าหนึ่งรอบ	25
ภาพที่ 4.4: แสดงกราฟสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการรับบริการ	25
ภาพที่ 4.5: แสดงกราฟสาเหตุที่ลูกค้าตัดสินใจเข้ารับบริการ	26
ภาพที่ 5.1: แผนภาพแสดงการรับรู้ (Perception Map)	30
ภาพที่ 5.2: ลักษณะของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์	31
ภาพที่ 5.3: ตัวอย่างการลงภาพโฆษณา Facebook	33
ภาพที่ 5.4: ตัวอย่างการลงภาพโฆษณา Tik Tok	34
ภาพที่ 6.1: แผนผังของสถานประกอบการ	37
ภาพที่ 7.1: แผนผังโครงสร้างองค์กร	39

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและแนวคิดของการดำเนินธุรกิจ

อดีตที่ผ่านมาเมื่อเอ่ยถึง “อำเภอเบตง” ประชากรส่วนใหญ่จะนึกถึงคำว่า “สามจังหวัดชายแดนภาคใต้” ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีความสนใจอยากมาเที่ยว อำเภอเบตง เกิดความกลัวและหวาดระแวงกับสถานการณ์ความรุนแรงนำเหตุและเลวร้ายต่าง ๆ แต่ในปัจจุบันภาพความรุนแรงเหล่านั้นเริ่มถูกลบเลือนหายไป เนื่องด้วยประชากรชาวต่างชาติ (ชาวมาเลเซียและสิงคโปร์) ที่ยังคงหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเบตงในระยะเวลาช่วงปี พ.ศ. 2559–2562 ที่ผ่านมา และยังมีนักท่องเที่ยวชาว ๆ ไทยอีกเป็นจำนวนมาก เพราะชื่นชอบในสภาพอากาศ, วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอเบตง แต่เมื่อเกิดวิกฤตสถานการณ์โควิด 19 ขึ้นมาก็ทำให้ประชากรนักท่องเที่ยวต่างชาติน้อยลงไป เนื่องด้วยไม่สามารถทำการข้ามผ่านชายแดนไทย–มาเลเซียเข้ามาได้ แต่ถึงอย่างไรก็ตาม เมื่อมีประกาศอนุญาตให้ประชากรนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถข้ามผ่านชายแดนไทย–มาเลเซียได้ ในวันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ที่ผ่านมา ก็ได้มีนักท่องเที่ยวแห่เข้ามาเที่ยวยัง อำเภอเบตง อย่างล้นหลาม โดยช่วงวันหยุดช่วงวันที่ 15 มิถุนายน จะเป็นวันหยุดปิดเทอมของโรงเรียนในประเทศมาเลเซีย มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตงไม่ต่ำกว่า 2,000–3,000 คนต่อวัน เพื่อมาพักผ่อนและท่องเที่ยวในอำเภอเบตง และช่วงวันหยุดยาวตั้งแต่วันที่ 13–16 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตง มากกว่า 35,000 คน

ทั้งนี้จากข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดยะลา ณ วันที่ 15 มกราคม 2562 เมื่อปี 2559 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 2,886.29 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2560 มีรายได้ 3,145.57 ล้านบาท อัตราเพิ่มขึ้น อยู่ที่ 8.98 เปอร์เซ็นต์ และปี พ.ศ. 2561 มีรายได้ 3,443.17 ล้านบาท อัตรารายได้เพิ่มขึ้นจาก ปี 2560 อยู่ที่ 9.44 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งจะเห็นได้มีรายได้เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี (ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้, 2562)

จากข้อมูลประชากรนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตงทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ส่งผลให้เล็งเห็นโอกาสที่จะเริ่มต้นกิจการธุรกิจ กิจการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ที่เกิดมาจากความชอบของตัวนักศึกษาเอง และอีกทั้งยังได้ทดลองเล่นและสัมผัสโดยมีประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริงกับตัวของนักศึกษาเองและมองเห็นถึงความเป็นไปได้และการเติบโตของธุรกิจ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว และเปิดประสบการณ์ดี ๆ ที่น่าตื่นเต้นให้แก่นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะมาในรูปแบบของกลุ่มวัยรุ่นที่ต้องการความท้าทาย หรือนักท่องเที่ยวที่มาเป็นรูปแบบกลุ่มครอบครัว ที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเบตง

## 1.2 ลักษณะและขอบเขตธุรกิจ

ธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์มีขนาดพื้นที่ขนาดหนึ่งไร่ อยู่กลางเมืองอำเภอเบตง จังหวัดยะลา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถให้นักท่องเที่ยวหรือประชากรในพื้นที่ อำเภอเบตงมีกิจกรรมเล่นไม่ว่าจะมาในรูปแบบของกลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มครอบครัว อีกทั้งสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดี และน่าตื่นเต้นเมื่อเข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตง ภายในสนามจักรยานสามล้อ ดริฟท์ของนักศึกษาสามารถรองรับให้ลูกค้าเข้าไปเล่นในพื้นที่สนามได้สูงสุดสิบคน ลูกค้าหนึ่งคนต่อรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์หนึ่งคัน โดยภายในสนามตกแต่งเหมือนเป็นลานรถแข่งและมีดริฟท์สำหรับการเข้าโค้งเยอะมาก เพื่อสร้างความตื่นเต้นให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยมีอัตราค่าบริการแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของร้านค้าเป็นรายครั้ง ครั้งละ 200 บาทต่อ 15 นาที

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำรายงาน

เนื่องจากสถิติที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเบตงและส่งผลทำให้เศรษฐกิจในพื้นที่อำเภอเบตงเติบโตเป็นอย่างมาก ทั้งนี้จากข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวจังหวัดยะลา ณ วันที่ 15 มกราคม 2562 เมื่อปี 2559 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 2,886.29 ล้านบาท ปี 2560 มีรายได้ 3,145.57 ล้านบาท อัตราเพิ่มขึ้น อยู่ที่ 8.98 เปอร์เซ็นต์ และ ปี 2561 มีรายได้ 3,443.17 ล้านบาท อัตรารายได้เพิ่มขึ้นจาก ปี 2560 อยู่ที่ 9.44 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งจะเห็นได้มีรายได้เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี (ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้, 2563) ซึ่งสังเกตจากรายได้ที่ได้รับจากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเบตง ลูกค้าส่วนมากมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินให้แก่สิ่งที่ตนเองพึงพอใจ และปัจจัยเหล่านี้ ส่งผลให้มีความสนใจในการทำธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์เป็นอย่างมาก

อีกทั้งกิจกรรมการเล่นสามล้อ ดริฟท์เป็นกิจกรรมที่ส่วนตัวของผู้จัดทำ ชื่นชอบในการเล่นและในสำรวจจากคนใกล้ตัวและคนในครอบครัว ตั้งแต่ช่วงอายุ 7-55 ปี รวมทั้งเพศชาย และเพศหญิง และทุกคนมีเสียงเดียวกันว่าสนุกและชื่นชอบในการเล่นรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์นี้เหมือนกัน ในครั้งแรกที่ทุกคนได้ลองเล่นมีการเล่นมากกว่าหนึ่งครั้งในครั้งแรกที่ได้ลองเล่น และกลับมาเล่นซ้ำอีกในครั้งต่อไป และในประเทศไทยที่มีสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ มีเพียงแค่ 3 แห่งเท่านั้น และตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร และจังหวัดสมุทรปราการ ลูกค้าที่มีโอกาสเล่นรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์มีเพียงแคลูกค้าที่อาศัยอยู่หรือมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดสมุทรปราการเท่านั้น จึงเล็งเห็นว่าโอกาสเติบโตของธุรกิจรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ในพื้นที่อำเภอเบตงมีโอกาสที่จะเติบโตสูง

### 1.3.1 ธุรกิจรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ที่มีอยู่ในประเทศไทย

#### 1) Akiba Drift Trike

ตั้งอยู่ที่ : 458 ซอย โรงฟอกหนัง กม. 30 ตำบล ห้วยบ้าน อำเภอมืองสมุทรปราการ  
สมุทรปราการ 10280

#### 2) สนามมันส์ดริฟท์ 345 (Drift Electric Drift Road 345)

ตั้งอยู่ที่ : ถนน สะพานนนทบุรี-บางบัวทอง ตำบล คลองข่อย อำเภopakเกร็ด  
นนทบุรี 11120

#### 3) มันส์ดริฟท์ คาเฟ่

ตั้งอยู่ที่ : 98 นบ.3021 ตำบล บางหลวง อำเภอมืองปทุมธานี ปทุมธานี 12000

## 1.4 โครงสร้างธุรกิจ

โครงสร้างทางธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ที่สามารถอธิบายได้โดยใช้  
Business Model Canvas ดังนี้



ตารางที่ 1.1: Business Model Canvas

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ผลิตรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์</li> <li>- บริษัททัวร์ใน อ. เบตง</li> <li>- ร้านคาราโอเกะ ใน อำเภอเบตง</li> </ul>	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ที่แรกและที่เดียวใน อำเภอเบตง</li> <li>- การให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีและน่าตื่นเต้นให้แก่ลูกค้าที่สนใจและต้องการมาเล่นรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์</li> </ul>	<p>Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พื้นที่ที่ให้ลูกค้าทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว</li> <li>- สร้างความตื่นเต้นและประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ</li> </ul>	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การให้บริการของพนักงาน</li> <li>- การโฆษณาบนเพจเฟซบุ๊ก</li> <li>- การสะสมแต้ม</li> </ul>	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ชาวจีนมาเลเซีย) ที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอเบตง</li> <li>- นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มครอบครัวที่มาเที่ยวใน อำเภอเบตง</li> <li>- กลุ่มครอบครัวในพื้นที่ อ. เบตง</li> <li>- ช่วงอายุช่วง 8-55 ปีขึ้นไป</li> <li>- รายได้ 13,000 บาทขึ้นไป</li> </ul>
	<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทรัพยากรการเงินทุน</li> <li>- ทรัพยากรมนุษย์</li> <li>- ทรัพยากรของใช้ถาวร</li> <li>- ทรัพยากรของใช้สิ้นเปลือง</li> <li>- ทรัพยากรของเสื่อมสภาพ</li> </ul>		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หน้าร้านที่ลูกค้าสามารถเดินทางเข้ามาใช้บริการ</li> <li>- ช่องทางการติดต่อสอบถามหรือติดตามข่าวสารเพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และไลน์</li> </ul>	
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าอุปกรณ์และวัสดุรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์</li> <li>- ค่าโฆษณา</li> <li>- ค่าสาธารณูปโภค</li> </ul>		<p>Revenue Streams</p> <p>ให้บริการในรูปแบบหน้าร้าน</p>		

#### 1.4.1 พันธมิตร (Key Partners)

- 1) ผู้ผลิตรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์
- 2) บริษัททัวร์ในพื้นที่ อำเภอเบตง
- 3) ร้านคาราโอเกะในพื้นที่ อำเภอเบตง

#### 1.4.2 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

- 1) เป็นสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ที่แรกและที่เดียวใน อำเภอเบตง
- 2) ให้บริการกลุ่มลูกค้าที่เป็นรูปแบบครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนเข้ามาใช้บริการจักรยานสามล้อ ดริฟท์
- 3) การให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีและน่าตื่นเต้นให้แก่ลูกค้าที่มีความสนใจและต้องการมาเล่นรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

#### 1.4.3 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

- 1) ทรัพยากรเงินทุน
- 2) ทรัพยากรมนุษย์
- 3) ทรัพยากรของใช้ถาวร
- 3) ทรัพยากรของใช้สิ้นเปลือง
- 4) ทรัพยากรของเสื่อมสภาพ

#### 1.4.4 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

- 1) ค่าอุปกรณ์วัสดุรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์
- 2) ค่าจ้างพนักงาน
- 3) ค่าโฆษณา
- 4) ค่าจ้างอินฟลูเอนเซอร์
- 5) ค่าสาธารณูปโภค
- 6) ค่าเบ็ดเตล็ด

#### 1.4.5 คุณค่าสินค้าหรือบริการ (Value Propositions)

- 1) สนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์เป็นพื้นที่ที่สามารถให้ลูกค้าทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มครอบครัว เพื่อสร้างความทรงจำดี ๆ ร่วมกัน
- 2) สร้างความตื่นเต้น ความสนุก และประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

#### 1.4.6 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

- 1.4.6.1 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่การให้บริการของพนักงานแก่ลูกค้า ให้ลูกค้ารู้สึกถึงความปลอดภัย และมีพนักงานที่ดูแลความปลอดภัยของลูกค้าตลอดเวลาที่ลูกค้าเล่น



รถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ และแนะนำการเล่นให้แก่ลูกค้าอย่างเป็นกันเอง ไม่ทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกเครียดหรือกดดัน

1.4.6.2 เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการของทางร้าน จะมีบริการสะสมแต้มผ่านทางไลน์ให้ลูกค้า เพียงแค่ลูกค้าสแกนผ่านคิวอาร์โค้ด โดยไม่จำเป็นต้องมีคู่มือต่างๆให้ลูกค้ารู้สึกถึงความยุ่งยาก เมื่อลูกค้าสะสมแต้มครบตามจำนวนที่ทางร้านกำหนด ลูกค้าสามารถนำมาแลกขนมหรืออาหารที่ทางร้านกำหนดให้ หรือนำมาเล่นจักรยานสามล้อ ดริฟท์ฟรีหนึ่งรอบ ซึ่งวิธีนี้เป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้แก่ลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

1.4.6.3 การโฆษณาของทางร้าน รวมไปถึงคอนเทนต์ต่าง ๆ บนเพจเฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรม เพื่อสร้างความอยากรู้อยากลองหรืออยากสัมผัสประสบการณ์ใหม่ให้ลูกค้า และเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของทางร้าน รวมไปถึงสามารถให้คำแนะนำ หรือติชมแก่ทางร้านค้า เพื่อนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงกิจการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

#### 1.4.7 ช่องทางการเข้าถึง (Channels)

1) สนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ตั้งอยู่ใน 89 ถนน สุขยางค์ ตำบล เบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา 95110 อยู่กลางเมืองเบตง เป็นเส้นทางที่ลูกค้าสามารถผ่านได้ง่าย และมีที่จอดรถรองรับให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

2) เฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรมของทางร้าน ที่มีคอนเทนต์กิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์เพื่อสร้างความอยากรู้อยากลองหรืออยากสัมผัสประสบการณ์ใหม่ให้ลูกค้า และเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของทางร้าน รวมไปถึงสามารถให้คำแนะนำ หรือติชมแก่ทางร้านค้า เพื่อนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงกิจการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

#### 1.4.8 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

- 1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีท่องเที่ยวในอำเภอเบตง
- 2) กลุ่มลูกค้ามีตั้งแต่ช่วงอายุ 8-55 ปี ทั้ง เพศชาย และเพศหญิง ที่มีความชื่นชอบเกี่ยวกับการเล่นที่นำตื่นเต้น ชอบการอยากรู้อยากลอง อยากมีประสบการณ์ใหม่ ๆ
- 3) กลุ่มครอบครัวในพื้นที่อำเภอเบตง ที่ต้องการใช้เวลาทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว
- 4) ลูกค้าที่เป็นเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความพร้อมที่จะจ่ายเงินแลกกับประสบการณ์ใหม่ ๆ เพราะการเล่นหนึ่งครั้งมีราคาค่อนข้างสูง
- 5) ลูกค้าที่มีรายได้ 13,000 บาทขึ้นไป

#### 1.4.9 รายได้หลัก (Revenue Streams)

รายได้หลักของทางร้านมาจากการให้บริการในรูปแบบหน้าร้าน

## บทที่ 2

### การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

ในยุคอดีตจนถึงยุคปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นในด้านทางเศรษฐกิจ หรือด้านทางสังคม เมื่อเศรษฐกิจถูกกระตุ้นและขับเคลื่อนไปโดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงตามมาซึ่งการยกระดับคุณภาพของประเทศไทย อย่างเช่นการคมนาคมภายในประเทศที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น เพื่อให้การเดินทางไปต่างจังหวัด หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ สะดวกสบายต่อคนในประเทศมากขึ้น ทั้งนี้รวมถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรในประเทศไทย และอีกทั้งในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยและเชิงนิเวศ ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y เป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการท่องเที่ยวของแต่ละครั้งที่ได้ไปผจญภัย

เมื่อเอ่ยถึง อำเภอเมือง “เบตง” นักท่องเที่ยวส่วนมากจะพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า เป็นเมืองที่มีเหตุการณ์ความไม่สงบต่ำที่สุดในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และยังเป็นเมืองที่มีความสวยงาม และสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงนิเวศในเมืองเบตงมีความโดดเด่น และมีชื่อเสียงในหมู่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ทะเลหมอก อัยเยอร์เวง ที่เป็นแลนด์มาร์คของอำเภอเบตง และรวมไปถึงมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และสิงคโปร์ เข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตงอยู่เสมอ และนอกจากแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือเชิงนิเวศแล้ว ในอำเภอเมืองเบตงยังมีการท่องเที่ยวที่อยู่ในกระแสนิยมที่หลากหลาย เช่น สตรีทอาร์ต หรือสตรีทฟุตของชาวพื้นเมืองอำเภอเบตง ที่เมื่อไหร่ที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนทุกคนย่อมคิดถึง ตู้ไปรษณีย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก หรือเงือกวัย เบตง ที่มีชื่อเสียงมากในหมู่นักท่องเที่ยว และในปัจจุบันนั้น มีสนามบินแห่งใหม่ในอำเภอเบตง นับเป็นแลนด์มาร์คใหม่ของอำเภอเบตง โดยมีสโลแกนว่า “สวรรค์บนดิน สนามบินเบตง” สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการได้ถึง 300 คนต่อหนึ่งชั่วโมง โอกาสนี้สามารถทำให้อำเภอเบตงเป็นที่รู้จักในยกท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากขึ้น

อุตสาหกรรม สนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ของผู้จัดทำ เป็นธุรกิจที่ให้แก่ลูกค้าได้เข้ามาเล่น เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย สร้างความสนุกตื่นเต้นให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และเป็นแลนด์มาร์คใหม่ในอำเภอเมืองเบตง โดยมีการให้บริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่สนาม ทางสนามมีรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์รองรับกลุ่มลูกค้าทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าในรูปแบบกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน สามารถรองรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้สูงสุดถึง 10 คันต่อหนึ่งรอบ พื้นที่สนาม จำนวน 1 ไร่ ภายในสนามมีรูปแบบเหมือน

สนามแข่งรถ มีโค้งเยาะ เพื่อเพิ่มสนุกและความตื่นเต้นในการดริฟท์รถจักรยานสามล้อให้แก่ลูกค้า และมีความปลอดภัยสูง โดยมีพนักงานคอยให้คำแนะนำและดูแลลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเรื่องความปลอดภัยอย่างละเอียด เช่น การสวมหมวกกันน็อค และการรัดเข็มขัดตลอดการใช้งาน สำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการครั้งแรกก็จะมีพนักงานคอยแนะนำดูแลและสอนวิธีการเล่นให้อย่างใกล้ชิด และธุรกิจจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับทุกเพศและทุกวัย ทุกคนสามารถใช้เวลาในการทำกิจกรรมนี้ร่วมกันได้

## 2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (PESTEL Analysis)

### 2.1.1 สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ผ่านมา ในวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ณ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัด นนทบุรี ได้มีการจัดตั้งการประชุม โดยมีนโยบายการควบคุมของการระบาดของโรค COVID-19 และการฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ภาครัฐได้มีการเร่งการฉีดวัคซีนประชาชนคนไทยให้ครบภายใน 100,000,000 ล้านโดส ภายในเดือน พฤศจิกายน เพื่อสร้างความปลอดภัย และรับมือกับความเสี่ยงเพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ดำเนินการต่อไปอย่างต่อเนื่องโดยไร้ซึ่งผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และ ในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565 ที่ผ่านมา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มีการคาดการณ์ว่านับตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป ประเทศไทยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย, เมียนมา, ลาว และกัมพูชา และจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ที่ประมาณ 8-15 ล้านคน โดยมีรายได้รวมทั้งสิ้น 1.3-1.8 ล้านล้านบาท

สำหรับอำเภอเมืองเบตง ณ ปัจจุบันเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น หลังจากการเปิดให้บริการ สกายวอล์ค อัยเยอร์เวง ในปี 2563 ส่งผลให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวของอำเภอเมืองเบตง คึกคัก และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก เฉลี่ยวันละ 1,000 คน และ -3,000 -4,000 คนในวันหยุดศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ส่งผลให้สามารถสร้างงานและสร้างอาชีพให้แก่ประชากรในพื้นที่อำเภอเบตงได้เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้รัฐบาลมุ่งมั่นที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจ ซึ่งจะส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม และผลการดำเนินงานของโครงการเมืองต้นแบบ ชีให้เห็นถึงความสำเร็จของนโยบายของรัฐบาล และจากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยว ช่วงมกราคม-พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยว 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีมากกว่า 500,000 คน และมีรายได้ประมาณ 215,000,000 บาท (สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์, 2565)

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political Factors) ส่งผลกระทบด้านบวกกับธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของอำเภอเมืองเบตงโดยมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวจากภาครัฐ

### 2.1.2 สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic)

ในปัจจุบัน อำเภอ เบตง เป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ยังมีจุดเด่นที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ เช่น มีเขตชายแดนติดเมืองเศรษฐกิจของมาเลเซีย และมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และอีกทั้งจากข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาภายในพื้นที่อำเภอเบตง ในปี 2563 จำนวนนักท่องเที่ยว 131,099 คน มีรายได้ 169.85 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2564 จำนวน 170,745 คน มีรายได้ 445.37 ล้านบาท เกิดการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ร้อยละ 30.24 และในปัจจุบัน ได้มีการพัฒนาโครงการ “เบตงหมื่นล้าน” เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและพัฒนาให้เบตงเป็นชุมชนต้นแบบ โดยใช้เทคโนโลยีมาส่งเสริมในการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมาย คือ ดึงนักท่องเที่ยวจำนวน 2 ล้าน คน ให้มาใช้จ่ายใช้สอยภายในพื้นที่อำเภอเบตง เฉลี่ย 5,000 บาทต่อคน และนำมาซึ่งเม็ดเงิน 1 หมื่นล้านบาท ซึ่งจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจของพื้นที่อำเภอเบตง ส่งผลในเชิงบวกของธุรกิจของผู้เขียน

### 2.1.3 สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social)

อำเภอเมืองเบตง เป็นพื้นที่ที่อยู่ใต้สุดของประเทศไทย และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ และเชิงนิเวศ ก่อนหน้านี้ในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในพื้นที่อำเภอเบตงนั้นจะเป็นชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวมาเลเซีย และสิงคโปร์ แต่ในปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยเริ่มให้ความสนใจในอำเภอเบตงเป็นอย่างมาก และอำเภอเบตงเป็นเมืองท่องเที่ยว ที่ผู้คนรู้จักอย่างแพร่หลาย อีกทั้งอำเภอเบตงพื้นที่เมืองชายแดนที่มีการเคลื่อนไหวทางการค้าสูง และมีการผสมผสาน ทั้งทางวัฒนธรรม ประเพณี และภาษา เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตง แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ๆ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวตามสถานบันเทิงในเมืองเบตง และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และรับประทานอาหารพื้นเมืองของชาวเบตง ช่วงในวันหยุดสุดสัปดาห์พื้นที่อำเภอเบตงจะมีความครึกครื้นเป็นอย่างมาก และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ หลังไหลเข้ามาอยู่ตลอด

จากการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา นักศึกษาจึงตัดสินใจที่จะเริ่มต้นเปิดกิจการที่อำเภอเบตง เป็นกิจการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เนื่องจากมีที่ดินส่วนตัวอยู่แล้ว และกิจการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ยังไม่มีคู่แข่ง ในอำเภอ เบตง และอีกทั้งยังเป็นเจ้าแรกและเจ้าเดียวในพื้นที่อำเภอเบตง จึงคาดว่าจะได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก

#### 2.1.4 สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technology)

เนื่องจากอำเภอเบตง เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและอากาศที่ดี ดังนั้นทางร้านจึงเลือกการทำลักษณะรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์เป็นในรูปแบบไฟฟ้า เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง ระบบการทำงานของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เป็นอุปกรณ์ส่งกำลังในรูปแบบไฟฟ้า ประกอบไปด้วยอุปกรณ์ 5 อย่าง คือ 1) Hub Motor 60v 2000w Blushless ขนาด 17, 2) กล้อง Votoy EM50s, 3) BMS, 4) แบตเตอรี่ลิเธียม 60v 30A, 5) คันเร่งไฟฟ้า

รายละเอียดของการทำงานของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์มี ดังนี้

1) Em50s จะรับสัญญาณจากคันเร่งไฟฟ้าที่จ่ายออกมาเป็นดิจิตอล แล้วจะทำการส่ง แรงดันไฟฟ้า+กระแสไฟฟ้าไปที่มอเตอร์ตามค่าที่เราตั้งค่าของกล่อง กับคันเร่งที่ส่งออกมา

2) การจ่ายไฟ Bms จะทำหน้าที่ในการควบคุมกระแสไฟ+แรงดันไฟที่ได้มาจากแบตเตอรี่แล้วส่งไปที่กล่องEm50s

รายละเอียดของระบบการทำงานของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ มีดังนี้

1) กล่อง Em50s เราสามารถปรับเปลี่ยนค่าได้ตามที่เราต้องการ เช่น เราต้องการที่จะให้บิดคันเร่งทั้งหมด 100% แต่อยากให้อัตราการทำงานแค่ 60% เป็นต้น

2) การทำงานของ BMS ไม่ได้มีจ่ายไฟไปใช้งานยังเดียว ยังมีหน้าที่การรักษาระดับในการบาลานซ์ความสมดุลของแบตเตอรี่แต่ละเซลล์ 1 เซลล์ ให้เท่ากัน 3.7v-4.2v

ระบบความปลอดภัยของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์มี ดังนี้

1) เวลาที่มีอุปกรณ์ใด ที่ทำงานผิดปกติ กล่อง Em50s จะทำการตัดการทำงานออกทำให้รถหยุดโดยทันที และไม่มีเหตุการณ์ที่รถจะวิ่งเอง

2) เวลาแบตเตอรี่มีความร้อนหรือช็อตกัน BMS จะทำการหยุดทำงานของแบตเตอรี่ เซลล์นั้นทิ้งไป จะไม่ทำให้เกิดการระเบิดจากแบตเตอรี่

#### 2.1.5 สภาพแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

ในปัจจุบันผู้คนส่วนมากให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวในเชิงธรรมชาติหรือเชิงผจญภัย เป็นต้น เพื่อเป็นการพักผ่อนจากการทำงาน และสร้างพลังงานบวกใหม่ ๆ รวมไปถึงทัศนคติเชิงบวกในการทำงาน และอำเภอเบตงเป็นเมืองท่องเที่ยวธรรมชาติที่ ณ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนมากให้ความสนใจ และมีความต้องการที่จะเข้ามาภายในพื้นที่เพื่อท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติหรือแหล่งท่องเที่ยวในผจญภัย รวมไปถึงการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ในวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการดำรงชีวิตหรืออาหารการกินที่แตกต่างออกไปจากพื้นที่อื่น ๆ

ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยอย่าง Betong Drift Trike จึงสามารถเป็นที่รองรับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน ที่มีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวเชิงผจญภัยใน

พื้นที่อำเภอเบตง เพื่อใช้เวลาในการทำกิจกรรมร่วมกันกับกลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน และพักผ่อนหย่อนใจ

### 2.1.6 สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (Legal)

ปัจจุบันในประเทศไทยได้มีกฎหมายรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการท่องเที่ยว และพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถเติบโตหรือแข่งขันในตลาดโลกได้ รวมไปถึงการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว (“กฎหมายการท่องเที่ยว”, 2554)

ทั้งนี้กฎหมายหลักที่สำคัญและสนับสนุนแก่การดำเนินธุรกิจในพื้นที่อำเภอเบตง คือกฎหมายเกี่ยวกับองค์การที่ดูแลและสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ได้แก่ พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเนื่องจากอำเภอเบตงมีนักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นชาวต่างชาติ จึงจำเป็นต้องใช้กฎหมายควบคุมนักท่องเที่ยว ได้แก่ พระราชบัญญัติคนเข้าเมือง เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้าออกประเทศไทยในฐานะนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของคนในพื้นที่อำเภอเบตง และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาอยู่ในพื้นที่อำเภอเบตง ทุกคนจึงจำเป็นต้องทำตามกฎระเบียบเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

## 2.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขัน (Five Forces Analysis)

### 2.2.1 อุปสรรคสำหรับผู้เล่นรายใหม่ (Threat of New Entrance)

การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่มีค่อนข้างน้อย เนื่องจากในพื้นที่อำเภอเบตง ไม่มีใครเปิดกิจการนี้ และของทางร้านจะเป็นที่แรกที่เปิดให้ลูกค้าใช้บริการ แต่ในยุคปัจจุบันเมื่อมีผู้ประกอบการก่อสร้างกิจการและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ก็จะมีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นได้อยู่เสมอ ดังนั้นทางร้านจึงจำเป็นต้องมีสัญญาเกี่ยวกับเจ้าของสิทธิบัตรว่าจะไม่ขายรถดริฟท์ ให้แก่ผู้ประกอบการคนอื่นในพื้นที่ อำเภอเบตง เนื่องด้วยเป็นอำเภอที่ค่อนข้างเล็กและประชาน้อย ถ้าเกิดการคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่อาจจะทำให้ธุรกิจมีรายได้ที่น้อยลงไปอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นทางร้านจะมีการโปรโมทสนามเล่นรถดริฟท์ทางโซเชียลมีเดีย วิดีโอคอนเทนต์ต่าง ๆ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวทุกคนรับรู้ได้ว่าที่นี่เป็นที่แรกและที่เดียวในเบตง

### 2.2.2 อำนาจการต่อรองของคู่ค้าธุรกิจ (Power of Suppliers)

อำนาจการต่อรองของผู้ผลิตมีน้อย เนื่องจากผู้ผลิตรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์และเป็นเจ้าของสิทธิบัตรในประเทศไทย เป็นคนรู้จักของทางร้าน ทางร้านจึงสามารถนำรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ มาจำนวนเท่าที่ต้องการได้โดยไม่ต้องผ่านกระบวนการที่ยุ่งยาก จึงทำให้กิจการของทางร้านสามารถเปิดไปได้ด้วยดีโดยไม่มีปัญหาสิทธิบัตรหรือลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ตามมาที่หลัง และจำเป็นต้องมี



สัญญาว่าจะไม่ขายรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ให้แก่เจ้าของกิจการคนอื่นใน อำเภอเบตง เพื่อไม่ก่อให้เกิดการสร้างกิจการหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ซ้ำซ้อนใน อำเภอเบตง และด้วยเหตุนี้ทำให้ต้นทุนการผลิตที่ทางร้านจำเป็นต้องจ่ายมีจำนวนที่ลดลง และรวมไปถึงวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการบำรุงรักษา รถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เช่น ยางรถ อะไหล่ต่าง ๆ เป็นต้น สามารถหาได้ตามแหล่งที่ซื้อสินค้าประเภทเหล่านี้ทั่วไป

### 2.2.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Power of Customer)

อำนาจการต่อรองของลูกค้าในด้านราคามีค่อนข้างน้อย เนื่องจากทางร้านได้มีการแสดงราคาชัดเจนของการเล่นรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ และจะมีโปรโมชั่นให้แก่ลูกค้าประจำคือเป็นการเก็บสะสมแต้มให้แก่ลูกค้า และการเพิ่มเวลาเล่นให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นจำนวนหลายรอบ และการทำวิธีนี้ สามารถตอบสนองความสุขของลูกค้า เพราะลูกค้าส่วนมากชอบความรู้สึกในการได้ของแถม และวิธีการนี้ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ทางร้านได้คืนกำไรให้แก่ลูกค้าให้ลูกค้า อีกทั้งยังทำให้ลูกค้ารู้สึกสนุกและอยากเล่นอีก เมื่อทางแบรนด์มีคู่มือฟรี และคู่มือสะสมให้แก่ลูกค้า

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อในด้านการบริโภค เนื่องจากร้านจักรยานสามล้อ ดริฟท์เป็นของเล่นที่มีราคาค่อนข้างสูง ราคา 15 นาที 300 บาท ลูกค้าบางกลุ่มอาจจะมีความรู้สึกไม่คุ้มค่ากับการเล่นในครั้งนี้ ลูกค้าอาจจะเลือกไปเที่ยวธรรมชาติหรือเที่ยวคาเฟ่แทน แต่ลูกค้าก็จะไม่ได้รับความสนุกกลับไป ดังนั้นทางร้านจึงจำเป็นต้องทำคอนเทนต์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการรีวิว หรือวิดีโอคอนเทนต์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการเล่นรถดริฟท์ให้ดูสนุกและตื่นเต้น เพื่อกระตุ้นความรู้สึกของคนดูให้อยากเข้ามาลองเล่นดูซักครั้งหนึ่ง และกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

### 2.2.4 ภัยคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

การคุกคามจากสินค้าทดแทนเป็นไปได้ว่า ลูกค้าอาจจะเลือกที่จะไปที่ยวสถานที่อื่น ๆ ทดแทน เช่น ห้องเที่ยวธรรมชาติ ทะเลหมอกอัยเยอร์เวง เล่นล่องแก่ง หรือพายเรือ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม การละเล่นที่ต่างกัน ก็เป็นความสุขที่ต่างกันเช่นกัน ทางร้านจึงจำเป็นต้องทำสื่อการตลาดออนไลน์ หรือไปเข้าร่วมกับเพจท่องเที่ยวในอำเภอเบตง เพื่อที่จะกระตุ้นความอยากรู้อยากลองของนักท่องเที่ยว และอยากมาลองเล่นลองสัมผัสดูจริง ๆ เมื่อลูกค้าถูกใจกับการเล่นก็จะมาเล่นซ้ำ ๆ หรือในการเล่นหนึ่งครั้งลูกค้าจะเล่นมากกว่าหนึ่งรอบขึ้น

### 2.2.5 สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Competitive Rivalry within an Industry)

การแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันในพื้นที่ อำเภอเบตงมีค่อนข้างน้อย เพราะเป็นที่แรกและที่เดียวในพื้นที่อำเภอเบตง และทางร้านได้ทำสัญญากับผู้ผลิตว่าจะไม่มีการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่น จึงทำให้การแข่งขันในตลาดเดียวกันมีเปอร์เซ็นต์ต่ำ แต่อย่างไรก็ตามคู่แข่งทางอ้อมก็มีอยู่ไม่น้อย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวการเล่นอื่น ๆ อย่างเช่น การล่องแก่ง ลูกค้าก็จะได้ทั้ง

เที่ยวธรรมชาติและเล่นของเล่นไปด้วย ดังนั้นทางร้านจึงจำเป็นต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการเล่นไม่เหมือนกันความสนุกก็ไม่มีทางเหมือนกันได้ ลูกค้าต้องมาสัมผัสและลองเล่นซักรั้งด้วยตนเองซักรั้งหนึ่ง เพราะทดลองจากตนเองและคนรอบข้างและคนในครอบครัวทุกคนมีความเห็นเดียวกันว่าสนุกมาก ไม่ว่าจะช่วงอายุไหนก็สามารถเล่นได้

### 2.3 การวิเคราะห์ตลาดและโครงสร้างการแข่งขัน

การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันนั้น สามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจของตนเอง เพื่อเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของธุรกิจของตนเอง และในการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ คู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม

#### 2.3.1 สภาวะการแข่งขันในตลาด

สภาวะตลาดนักท่องเที่ยว ณ ปัจจุบันภายในพื้นที่อำเภอเมืองเบตง มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติเข้ามาในพื้นที่เป็นจำนวนมาก และมากเป็นพิเศษในช่วงวันหยุดยาวตามเทศกาลต่าง ๆ และนักเกิดกลับมาท่องเที่ยวซ้ำแ่ครั้งของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเป็นจำนวนมาก

#### 2.3.2 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitor)

เป็นคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน มีรูปแบบในการให้บริการใกล้เคียงกัน รวมถึงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าเดียวกัน ราคาของการเล่นใกล้เคียงกัน มีสนามที่ให้บริการลูกค้าในลักษณะของรถดริฟท์ญี่ปุ่น

##### 2.3.2.1 Akiba Drift Trike

ภาพที่ 2.1: โลโก้ของร้าน AKIBA DRIFT TRIKE และบรรยากาศของสนาม



ที่มา: Akiba Drift Trike. (2565). Retrieved from <https://www.facebook.com/akibadrifttrike>.



ที่อยู่และราคาของคู่แข่ง

ตั้งอยู่ที่ : 458 ซอย โรงฟอกหนัง กม. 30 ตำบล ท้ายบ้าน อำเภอเมืองสมุทรปราการ

สมุทรปราการ 10280

15 นาที 250 บาท / คน

2.3.2.2 มินีส Drift Electric Drift Road 345

ภาพที่ 2.2: โลโก้ของร้าน มินีส Drift Electric Drift Road 345 และบรรยากาศของสนาม



ที่มา: มินีส Drift Electric Drift Road345. (2565). สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100057226188397>.

ที่อยู่และราคาของคู่แข่ง

ที่อยู่: ถนน สะพานนนทบุรี-บางบัวทอง ตำบล คลองข่อย อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี

11120

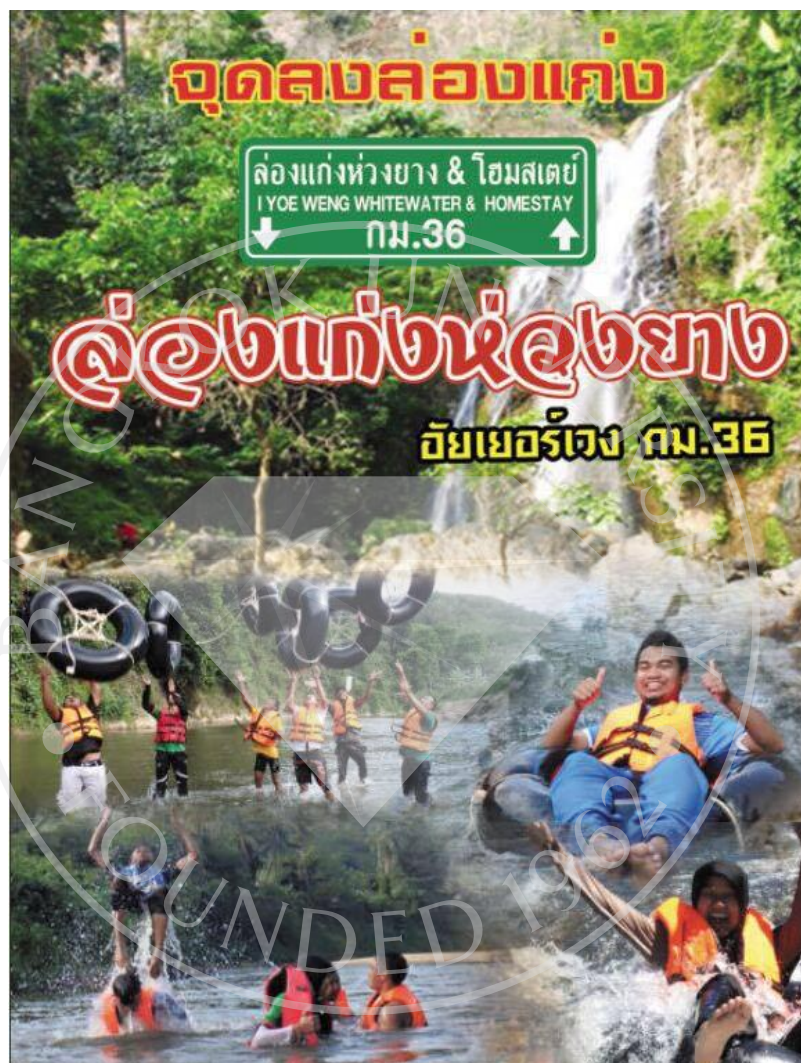
ราคา 15 นาที 200 บาท / คน

2.3.3 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitors)

เป็นคู่แข่งที่มีลักษณะธุรกิจเกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงผจญภัยและสันทนาการเหมือนกัน แต่มีลักษณะการเล่นที่แตกต่างกันออกไป และมีปัจจัยที่หลากหลายกว่าเช่น มีบริการที่พักโฮมสเตย์ เป็นต้น

### 2.3.3.1 ล่องแก่งห้วยยางอัยเวง อำเภอเบตง

ภาพที่ 2.3: โฆษณาล่องแก่งห้วยยาง อัยเวง



ที่มา: ล่องแก่งห้วยยาง อัยเวง. (2565). สืบค้นจาก [www.โอเคเบตง.com/15773080/](http://www.โอเคเบตง.com/15773080/)ติดต่อ-ล่องแก่งกวางยาง-เรือคายัค.

ที่อยู่และราคาของคู่แข่ง

ที่อยู่ : ตั้งอยู่ที่ บ้านอัยเยอร์เวง (หลังอนามัยบ้าน กม. 29) ตำบลอัยเยอร์เวงอำเภอเบตง จังหวัดยะลา

ราคา 390-450 บาท / คน

## 2.4 วิเคราะห์ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (Key Success Factor)

### 2.4.1 บรรยากาศของสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

ทางร้านให้ความสำคัญกับบรรยากาศภายในสนามเป็นอย่างมาก เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการมีความคาดหวังเกี่ยวกับบรรยากาศและทัศนียภาพของสนาม สามารถสร้างความตื่นเต้น ทันสมัย และรู้สึกเหมือนกับได้อยู่ในสนามแข่งรถจริง ๆ ภายในสนามจะตกแต่งให้เหมือนกับสนามแข่งของประเทศญี่ปุ่น

### 2.4.2 ทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

ทำเลที่ตั้งของทางร้านอยู่ในพื้นที่กลางเมืองอำเภอเบตง มีที่จอดรถสำหรับลูกค้าทุกประเภท มีพื้นที่เพียงพอต่อการจอดรถหลากหลายประเภท เช่น รถบัส รถตู้ หรือรถส่วนตัว เป็นต้น บรรยากาศรอบ ๆ ของร้านเป็น ต้นไม้ เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกปลอดโปร่งและสดชื่น และอีกทั้งทำเลของร้าน ยังเป็นทางผ่านในการเข้าไป บ่อน้ำร้อน ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของอำเภอเบตง ลูกค้าสามารถเดินทางไปเที่ยวต่อได้อย่างสะดวก หลังจากการใช้บริการของทางร้าน

### 2.4.3 การตลาดและประชาสัมพันธ์

การตลาดและการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างมาก เป็นสิ่งที่สามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงและรับรู้ถึงการมีอยู่ของร้าน ทางร้านจึงจำเป็นต้องสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของทางร้านได้สะดวกสบาย และรวดเร็ว อีกทั้งยังจำเป็นต้องเป็นต้องประชาสัมพันธ์ร่วมกับองค์กรการท่องเที่ยวของอำเภอเบตง เพื่อประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตง ว่าที่นี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และสิ่งที่ไม่ควรพลาดเมื่อเข้ามาอยู่ในพื้นที่อำเภอเบตง

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงก่อให้เกิดแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจไปในเชิงบวก อีกทั้งมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่เบตงจากทั้งทั้งรัฐบาลและสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ มีความเป็นไปได้ว่าธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ จะเป็นที่ยู่งักและมีชื่อเสียงในกลุ่มนักท่องเที่ยว

### บทที่ 3 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน

#### 3.1 ชื่อและตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจ

ภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจ



ตราสัญลักษณ์ร้าน Betong Drift Trike มีพื้นหลังสีดำ ตกแต่งด้วยแสงสีไฟนีออน สีฟ้าและสีชมพู เพื่อสื่อให้รู้สึกถึง สนามแข่งรถ ความรู้สึกตื่นเต้น และมีความทันสมัยและเหมาะกับกิจการของทางร้าน และมีรูปของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์เพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงลักษณะรถ และชื่อร้าน “Betong Drift Trike” สื่อให้เห็นถึงเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือแหล่งที่ให้ครอบครัวคนในพื้นที่อำเภอเบตงเข้ามาทำกิจกรรมร่วมกันภายในพื้นที่ของร้าน และอีกทั้งยังเป็นร้านรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ที่น่าสนใจ

#### 3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

##### 3.2.1 วิสัยทัศน์

ทุกคนที่มาเที่ยวเบตง ต้องมาที่ Betong Drift Trike

##### 3.2.2 พันธกิจ (Mission)

Betong Drift Trike เป็นผู้ให้บริการในธุรกิจนันทนาการแบบ Adventure ในรูปแบบ Drift Tricycle โดยมีการบริการที่ปลอดภัย สร้างประทับใจแก่ลูกค้า ทั้งครอบครัวที่มาท่องเที่ยวในเมืองเบตง ด้วยความเป็นมืออาชีพและความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ดังนี้

- 1) ให้บริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ที่มีบรรยากาศเป็นเลิศ สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีและความตื่นเต้นที่น่าจดจำให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
- 2) ให้บริการที่ดีเลิศแก่ลูกค้า และสำคัญที่สุดดูแลด้านความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
- 3) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าประทับใจในทุกครั้งที่เข้ามาใช้บริการ
- 4) ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชาวบ้านในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง

### 3.2.3 เป้าหมายของธุรกิจ

#### 3.2.3.1 เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

- 1) สร้างการรับรู้ถึงการมีอยู่ของธุรกิจให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในกลุ่มนักท่องเที่ยว ร่วมมือกับองค์กรการท่องเที่ยวอำเภอเบตง
- 2) สร้างสื่อแพลตฟอร์มออนไลน์ Facebook, Instagram และ Tik Tok โดยให้มีผู้ติดตามทั้งคนไทยและคนต่างชาติ ในสื่อต่าง ๆ จำนวน 20,000 คน
- 3) จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น 20% ต่อปี โดยรวมจากลูกค้าเพิ่มขึ้น ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำคนรู้จักเข้ามาใช้บริการ
- 4) มีผลกำไรจากกิจการภายในไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท

#### 3.2.3.2 เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)

- 1) จำนวนผู้ติดตามทางโซเชียลมีเดีย มีเพิ่มขึ้นเป็น 40,000 คน
- 2) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องมาเมื่อเข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตง
- 3) มีผลกำไรเพิ่มขึ้นเป็น 30%

## 3.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจการ (SWOT Analysis)

### 3.3.1 จุดแข็ง (Strength)

- 1) เป็นเจ้าแรกที่เริ่มต้นทำธุรกิจรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ในอำเภอเบตง เพราะได้ทำสัญญา กับผู้ผลิตรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ และเจ้าของสิทธิบัตรว่าจะไม่ทำการซื้อขายกับคนที่ต้องการทำกิจการนี้ ในพื้นที่อำเภอเบตง
- 2) การเงินแข็งแกร่ง มีเงินทุนเพียงพอต่อการลงทุน และมีเงินสำรองสำหรับความเสี่ยงกับปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น
- 3) ทำเลของสถานที่ Betong Drift Trike ตั้งอยู่ในเมืองอำเภอเบตง มีที่จอดรถเพียงพอต่อการรองรับลูกค้าทุกรูปแบบ



4) เจ้าของกิจการเป็นที่รู้จักในพื้นที่อำเภอเมืองเบตง เช่น องค์กรการท่องเที่ยว หรือบริษัททัวร์ ในพื้นที่อำเภอเบตง จึงทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการได้หลายช่องทาง

### 3.3.2 จุดอ่อน (Weakness)

1) มีเพียงเครื่องเล่นเดียว  
 2) พนักงานอาจมีการให้บริการผิดพลาด เนื่องจากยังขาดประสบการณ์ในช่วงแรก แต่จะมีความชำนาญเกิดขึ้นหลังจากได้รับประสบการณ์การทำงาน

### 3.3.3 โอกาส (Opportunity)

1) รัฐบาล และองค์กรการบริหารการท่องเที่ยวอำเภอเบตง ผลักดันและส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอเบตง  
 2) มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างเป็นจำนวนมากหลังไหลเข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตงอยู่เสมอ  
 3) เป็นเทรนด์สำหรับคน GEN Z โดยดูข้อมูลการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวเชิง Adventure

### 3.3.4 อุปสรรค (Threat)

มีเพียงเครื่องเล่นเดียวลูกค้าอาจเกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายได้

## 3.4 แนวทางกลยุทธ์ของธุรกิจ

### 3.4.1 ประเด็นสำคัญของธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจ รวมไปถึงการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเหล่านี้ทาง Betong Drift Trike จึงได้สร้างกลยุทธ์ทางการตลาด และวางแผนทางการตลาดเพื่อให้กิจการของทาร์นเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทั้งหมด ให้ความสนใจที่จะเข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่ของทาร์น

### 3.4.2 การสร้างกลยุทธ์โดยการประเมินสภาพแวดล้อมองค์กร TOWS Matrix

การวิเคราะห์กลยุทธ์ของธุรกิจโดยใช้เครื่องมือ TOWS Matrix ช่วยทำให้กำหนดกลยุทธ์ได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการใช้ SWOT ที่เกี่ยวข้องมาช่วยเราสามารถพัฒนาและวางกลยุทธ์ได้อย่างครบทุกมิติได้มากยิ่งขึ้น

#### 3.4.2.1 (S+O) กลยุทธ์เชิงรุก

ปัจจุบันประชากรส่วนมาก ให้ความสำคัญและความสนใจกับการท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ และมีตัวเลือกที่หลากหลายในการท่องเที่ยว ดังนั้นทาร์นจึงตัดสินใจในการเริ่มเปิดกิจการ Betong Drift Trike ซึ่งเป็นที่แรกและที่เดียวในอำเภอเบตง นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ จะรับรู้

และมีภาพจำว่าที่นี่เป็นที่เดียวในอำเภอเบตง อีกทั้งทำการโฆษณาเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของธุรกิจได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว และรวมไปถึงการตลาดอื่น ๆ อีก เช่น การโฆษณาวิดีโอ คอนเทนต์ หรือคอนเทนต์ต่าง ๆ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของทางร้าน และโปรโมชั่นต่าง ๆ ของทางร้าน เช่น โปรโมชั่นสะสมแต้ม เพื่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

#### 3.4.2.2 (S+T) กลยุทธ์เชิงป้องกัน

เนื่องจากอำเภอเบตงเป็นเมืองท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงมีตัวเลือกของแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทางร้านจำเป็นต้องร่วมมือกับสื่อหรือองค์กรรัฐต่าง ๆ ของในพื้นที่อำเภอเบตง เพื่อเป็นการโฆษณาให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ได้อย่างทั่วถึง และสร้างความสนใจ ที่อยากมาเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการมาท่องเที่ยวอำเภอเบตง

#### 3.4.2.3 (W+O) กลยุทธ์เชิงแก้ไข

สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัททัวร์ หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในพื้นที่อำเภอเบตง เพื่อเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ร่วมช่วยเหลือกันในการโฆษณา หรือในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มากขึ้นของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการพาคณะนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการของทางร้าน และรักษาลูกค้าของกลุ่มลูกค้าในพื้นที่อำเภอเบตงอยู่เสมอ

#### 3.4.2.4 (W+T) กลยุทธ์เชิงรับ

เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่สนามของทางร้าน จะมีความรู้สึกตื่นเต้น และบรรยากาศของสนามทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกเหมือนได้แข่งรถและมีกิจกรรมทำกับกลุ่มเพื่อนๆหรือครอบครัว และสร้างสื่อคอนเทนต์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความสนใจ ความอยากรู้และอยากลองเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า

### 3.4.3 กลยุทธ์ระดับองค์กร

ธุรกิจของ Betong Drift Trike เลือกใช้กลยุทธ์ระดับองค์กรแบบ Growth Strategy เพื่อมุ่งเน้นการเติบโตของธุรกิจ โดยใช้รูปแบบ Market Penetration เพื่อให้การเข้ามาใช้บริการของลูกค้าที่มากขึ้น โดยใช้วิธีการโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ของทางร้าน เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงวิธีการเล่น ความสนุกของการเล่น มีความตื่นเต้นอย่างไรบ้าง และให้ลูกค้าเห็นการตกแต่งภายในสนามว่ามีความทันสมัย และเหมือนสนามแข่งรถมากขนาดไหน เพื่อกระตุ้นความรู้สึกให้แก่ลูกค้า และร่วมมือกับเพจโปรโมชั่นการท่องเที่ยวต่าง ๆ บนโซเชียลมีเดีย เพื่อการเพิ่มการเข้าถึงของกลุ่มลูกค้าต่าง ๆ มากขึ้น และ Betong Drift Trike เป็นกิจกรรมที่สามารถเล่นได้ทุกเพศ และทุกวัย ตั้งแต่เด็กที่มีอายุ 3 ปีขึ้นไป ดังนั้นกลุ่มลูกค้าของทางร้านจึงจะเน้นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในพื้นที่อำเภอเบตง และกลุ่มครอบครัวคนในพื้นที่อำเภอเบตง

### 3.4.4 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

#### 3.4.4.1 Competitive Advantages

Betong Drift Trike เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และการเล่นกิจกรรมรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ที่มีที่แรกและที่เดียวในพื้นที่อำเภอเบตง นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมใหม่ ๆ ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอื่น ๆ ของภายในพื้นที่อำเภอเบตงอย่างที่ผ่านมา

#### 3.4.4.2 Focus Differentiation

พนักงานของทางร้านจะมีการดูแลและให้บริการลูกค้าแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน ออกไป เช่น ลูกค้าที่มาในรูปแบบกลุ่มครอบครัว ก็จะเน้นไปในการเล่นสนุก ๆ เป็นการทำกิจกรรมร่วมกันภายในครอบครัว แต่กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น ที่เข้ามาใช้บริการ ก็จะมีการอยากเล่นด้วยความเร็วเพื่อสร้างความตื่นเต้นและความท้าทายในประสบการณ์ในการเล่นของการเล่นแต่ละครั้ง และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการดูแลความปลอดภัยของลูกค้าทุกคนที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่ของทางร้าน

### 3.4.5 กลยุทธ์ระดับหน้าที่

#### 3.4.5.1 กลยุทธ์ระดับแผนกขายและการตลาด

ในปัจจุบันก่อนที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเข้าไปเที่ยวยังพื้นที่ใด นักท่องเที่ยวจะมีการดูข้อมูลและรีวิวต่าง ๆ ของสถานะนั้น ๆ ดังนั้นทางร้านจึงจะมีการจัดทำคอนเทนต์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการเล่นหรือบรรยากาศภายในสนามเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและได้รับข้อมูลที่อัปเดตอยู่เสมอ และเพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเข้ามาใช้บริการได้ง่ายขึ้น

#### 3.4.5.2 กลยุทธ์ระดับแผนกบัญชีและการเงิน

เป็นแผนกที่ดูแลข้อมูลบัญชีทั้งหมดของทางร้าน รวมไปถึงการควบคุม ต้นทุน กำไร หรือค่าใช้จ่าย ๆ ต่าง ๆ ของทางร้าน ตามที่ทางร้านได้มีการกำหนดไว้ และดูแลงบกระแสเงินสด ให้งบไหลเวียนไปในเชิงบวกอยู่เสมอ มีแผนรองรับของงบการเงินอย่างชัดเจน และรวมไปถึงการจัดการภาษีของทุก ๆ ปีของทางร้าน

#### 3.4.5.3 กลยุทธ์ระดับแผนกบริการลูกค้าสัมพันธ์

เป็นแผนกที่คอยดูแลเรื่องการทำโฆษณาต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ของทางร้าน Betong Drift Trike ตอบข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สำนวความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ว่ามีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง และนำมาพัฒนาปรับปรุงธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อยู่เสมอ



## บทที่ 4 การวิจัยทางการตลาด

### 4.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 4.1.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้บริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์
- 4.1.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้ใช้บริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์
- 4.1.3 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์
- 4.1.4 เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการทำแบบสอบถาม มาใช้วิเคราะห์และวางแผนธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

### 4.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 4.2.1 เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์
- 4.2.2 เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์
- 4.2.3 เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า

### 4.3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยตลาดธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เป็นการวิจัยเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า และพฤติกรรมของลูกค้า อีกทั้งยังรวมถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าที่มีความสนใจเข้ามาใช้บริการ เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมแก่กิจการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

### 4.4 ขอบเขตการวิจัย แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยตลาดในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ของกลุ่มลูกค้าที่ทั้งเคยใช้และไม่เคยใช้บริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ที่มีต่อสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมา ไปใช้ในการพัฒนาในการออกแบบบรรยากาศสนาม และวิธีการเล่นของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รวมไปถึงนำไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด จากการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ จำนวน 101 คน ที่ได้รับจากการทำแบบสอบถามทั้งหมด

#### 4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยตลาดครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ต้องอาศัยการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกในการเก็บข้อมูล ซึ่งใช้วิธีการตั้งคำถามในรูปแบบปลายเปิด โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 ตัวอย่าง คือ เพศชาย ซึ่งสามารถจัดเก็บกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 61 คน และเพศหญิงสามารถจัดเก็บกลุ่มตัวอย่างได้ 40 คน โดยผู้เขียนได้กำหนดหัวข้อของคำถามที่ต้องการไว้แล้ว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามที่ต้องการ โดยมีแนวคิดคำถามอยู่ในภาพผนวก ก ส่วนประเด็นของคำถามจะมีการแบ่ง ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้ามาใช้บริการ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวธุรกิจรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

#### 4.6 สรุปผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มนั้น คือกลุ่มลูกค้าเพศชายและกลุ่มลูกค้าเพศหญิง โดยผู้ที่ทำแบบสอบถามนั้น มีทั้งผู้ที่เคยและยังไม่เคยใช้บริการสนาสมรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์การใช้บริการมาก่อน

ดังนั้น ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำแบบสอบถาม จะได้รับข้อมูลในเรื่องของข้อมูลทั่วไป ข้อมูลพฤติกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการ และความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจสนาสมรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

##### 4.6.1 กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายหลัก

จากการทำแบบสอบถาม จำนวน 101 คน เป็นกลุ่มลูกค้าเพศชาย จำนวน 61 คน คำนวณเป็นสัดส่วน ร้อยละ 60.4

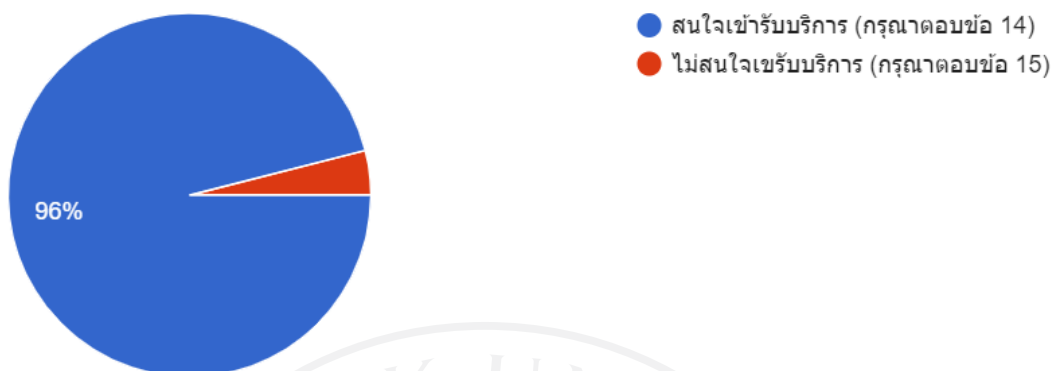
##### 4.6.2 กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายรอง

จากการทำแบบสอบถาม จำนวน 101 คน เป็นกลุ่มลูกค้าเพศหญิงจำนวน 40 คน คำนวณเป็นสัดส่วน ร้อยละ 39.6

#### 4.7 ประเด็นจากผลการวิจัยที่น่าสนใจและสามารถนำมาเป็นประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจ

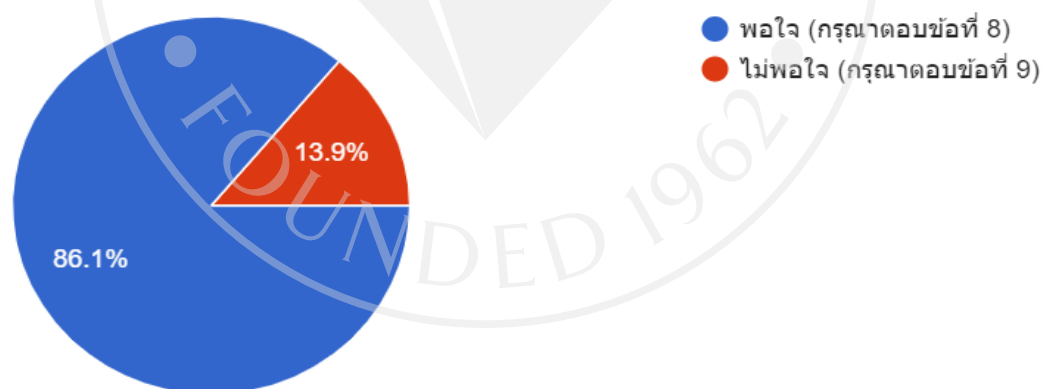
จากการทำแบบสอบถามจากจำนวน 101 คน ลูกค้าสนใจเข้าใช้บริการสนาสมรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ คิดเป็นร้อยละ 96 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด

ภาพที่ 4.1: กราฟลูกค้าที่สนใจเข้ารับบริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์



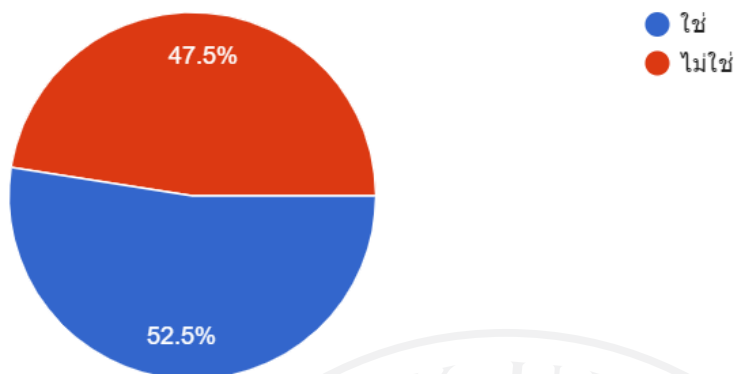
จากการทำแบบสอบถาม ลูกค้าที่เคยใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ร้อยละ 86.1 มีความพึงพอใจในการใช้บริการ และร้อยละ 13.9 ไม่พึงพอใจ เนื่องจากไม่เคยเข้าใช้บริการ และเป็นกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของตนเอง

ภาพที่ 4.2: แสดงกราฟความพึงพอใจของลูกค้าที่เคยใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์



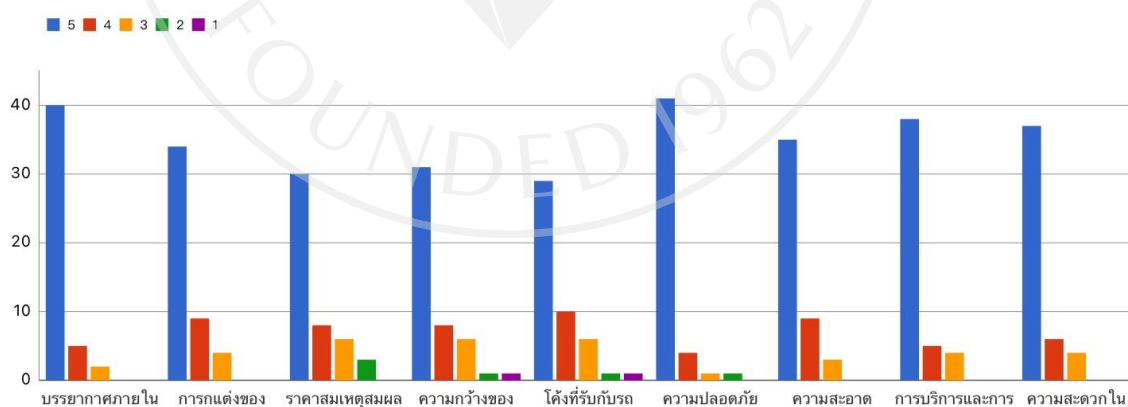
จากการทำแบบสอบถาม ลูกค้าที่ใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์มากกว่าหนึ่งรอบภายในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ มีมากกว่าจำนวนลูกค้าที่เล่นเพียงหนึ่งครั้ง

ภาพที่ 4.3: แสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการมากกว่าหนึ่งรอบ



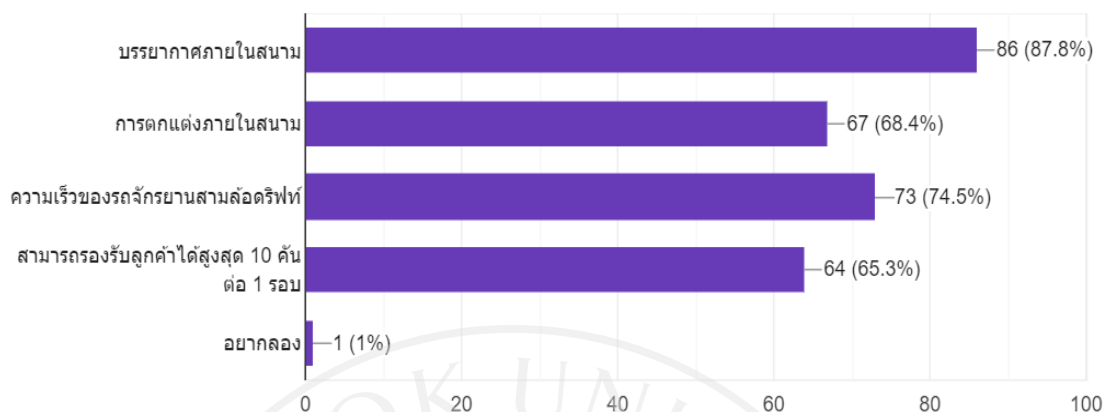
จากการทำแบบสอบถามจากลูกค้าที่เคยใช้บริการ รถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้ารับบริการ เรียงจากน้อยไปมาก ได้แก่ บรรยากาศภายในสนาม ความปลอดภัย การบริการ และการให้คำแนะนำของพนักงาน ความสะดวกในการเดินทางและที่จอดรถ ความสะอาดภายในสนาม ความกว้างของสนาม โค้งที่รับกับรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ การตกแต่งของสนาม และราคาสมเหตุสมผล

ภาพที่ 4.4: แสดงกราฟสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจในการรับบริการ



จากการทำแบบสอบถาม สาเหตุที่ทำให้ลูกค้าสนใจเข้าใช้บริการ มีดังนี้

ภาพที่ 4.5: แสดงกราฟสาเหตุที่ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ



เนื่องจากการวิจัยตลาดในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ของกลุ่มลูกค้าที่ทั้งเคยใช้และไม่เคยใช้บริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ที่มีต่อสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมา ไปใช้ในการพัฒนาในการออกแบบบรรยากาศสนาม และวิธีการเล่นของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รวมไปถึงนำไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด จากการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ จำนวน 101 คน ที่ได้รับจากการทำแบบสอบถามทั้งหมด

## บทที่ 5

### กลยุทธ์ทางการตลาด

#### 5.1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด

จากข้อมูลที่ได้จากทางการสัมภาษณ์เชิงลึก และวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใน บทที่ 4 ส่งผลให้เข้าใจถึงพฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยนำข้อมูลไปวิเคราะห์และวางแผนทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้ ดังนี้

##### 5.1.1 วัตถุประสงค์ระยะสั้น (1 ปี)

- 1) สร้างการรับรู้ของ Betong Drift Trike
- 2) จำนวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ไม่ต่ำกว่าวันละ 30 คน
- 3) มีผลกำไรจากกิจการภายในไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท
- 4) สร้างสื่อแพลตฟอร์มออนไลน์ Facebook, Instagram และ Tik Tok โดยให้มีผู้ติดตามทั้งคนไทยและคนต่างชาติ ในสื่อต่าง ๆ จำนวน 20,000 คน

##### 5.1.2 วัตถุประสงค์ระยะยาว (3-5 ปี)

- 1) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องมาเมื่อเข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตง
- 2) มีผลกำไรจากกิจการภายในไม่ต่ำกว่า 1.5 ล้านบาท
- 3) จำนวนผู้ติดตามทางสื่อโซเชียลมีเดีย มีเพิ่มขึ้นเป็น 40,000 คน

#### 5.2 การแบ่งส่วนทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และตำแหน่งทางการตลาด (STP)

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

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนทางการตลาด (Segmentation) จะใช้การในการแบ่งส่วนทางการตลาดด้วยลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) ลักษณะทางภูมิศาสตร์ (Geographic) หลักพฤติกรรมศาสตร์ (Behavior) และหลักจิตวิทยา (Psychographic)

##### 5.2.2 การแบ่งส่วนทางการตลาดด้วยลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)

ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเบตง หรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเบตง ในรูปแบบครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน ที่มีอายุตั้งแต่ 3 ขวบถึง 55 ปีขึ้นไป มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป

##### 5.2.3 การแบ่งส่วนทางการตลาดด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ (Geographic)

ผู้ที่มีความชื่นชอบในการท่องเที่ยว ชอบการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบความสนุกตื่นเต้น และชื่นชอบในบรรยากาศ หรือสภาวะแวดล้อมของอำเภอเมืองเบตง และรวมไปถึงวัฒนธรรมพื้นเมืองของคนในพื้นที่อำเภอเบตง

#### 5.2.4 การแบ่งส่วนทางการตลาดด้วยพฤติกรรมศาสตร์ (Behavior)

ผู้ที่มีความต้องการในการท่องเที่ยว และต้องการที่จะไปท่องเที่ยวตามต่างจังหวัดเมื่อมีโอกาสอยู่ตลอดเวลา ผู้ที่แสวงหาความสุขและความตื่นเต้นอยู่เสมอ รวมไปถึงครอบครัวที่ต้องการมีกิจกรรมร่วมกันเมื่อออกไปนอกพื้นที่ต่าง ๆ และผู้ที่ชื่นชอบในการสังสรรค์ และดื่มกับกลุ่มเพื่อน

#### 5.2.5 การแบ่งส่วนทางการตลาดด้วยหลักจิตวิทยา (Psychographic)

ผู้ที่มีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย หรือสนใจในการไปในสถานที่ใหม่ๆ อยู่เสมอ และผู้ที่มีความสนใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมที่ต่างออกไปจากในพื้นที่นั้น ๆ ของตนเอง และรวมไปถึงผู้ที่มีความชื่นชอบการแข่งขัน การแสวงหาความตื่นเต้นอยู่ตลอดเวลา

### 5.3 การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย

#### 5.3.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายลูกค้าหลัก (Primary Target)

1) กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตง ในรูปแบบกลุ่มครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน ที่มีความต้องการในการทำกิจกรรมร่วมกัน และสร้างความสนุกและตื่นเต้นเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองเบตง

2) กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ที่เข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตง ในรูปแบบกลุ่มครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน ที่มีความต้องการในการทำกิจกรรมร่วมกัน และสร้างความสนุกและตื่นเต้นเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองเบตง

#### 5.3.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary Target)

1) กลุ่มลูกค้าที่เป็นครอบครัวอาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเบตง ที่ต้องการหากิจกรรมให้คนในครอบครัวได้ใช้เวลาด้วยกัน หรือให้คนในครอบครัวมีกิจกรรมทำนอกรอกจากการเล่นเกมส์

2) กลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเบตง ที่มี อายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไป ที่มีความต้องการในการทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อน ๆ หรือหากิจกรรมทำในการพักผ่อนและคลายเครียด

### 5.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

#### 5.4.1 Point-of-Parity (POP) and Points-of-Difference (POD)

การจัดวางตำแหน่งสินค้าของ Betong Drift Trike ให้มีความสำคัญกับการสามารถในการจดจำผลิตภัณฑ์ และการบริการของสินค้า ผ่านมุมมองทางด้านอารมณ์ การใช้งานของลูกค้า จากการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ลูก้า ร้อยละ 87.8 ให้ความสำคัญกับบรรยากาศภายในสนามและการตกแต่งภายในสนาม ดังนั้นทาง Betong Drift Trike จึงตกแต่งภายในสนามให้มีความร่มรื่น และตกแต่งให้เหมือนสนามรถแข่งเพื่อสร้างความน่าสนใจ และดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่

#### 5.4.2 Brand DNA

##### 1) Brand Attributes

Betong Drift Trike เป็นแบรนด์สินค้าให้บริการลูกค้าในรูปแบบสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ สร้างความสนุกและความตื่นเต้นให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่

##### 2) Brand Benefit

Betong Drift Trike เป็นที่สร้างความสนุกตื่นเต้น และประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการดริฟท์รถให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่ รวมไปถึงยังสร้างความทรงจำใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาทำกิจกรรมในรูปแบบกลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน

##### 3) Brand Value

Betong Drift Trike เป็นสถานที่ ที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในพื้นที่ที่สามารถสร้างความสนุกสนาน ความตื่นเต้นให้แก่ลูกค้า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในสนามได้รับความคุ้มค่าในการเล่น

##### 4) Brand Personality

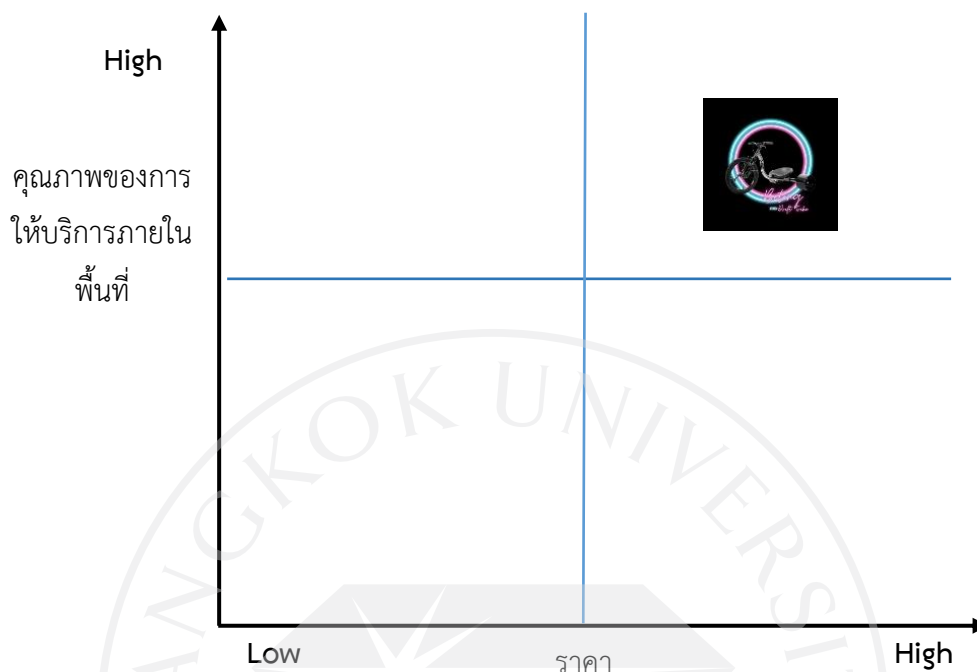
Betong Drift Trike เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่สร้างความสนุกสนาน ความตื่นเต้นให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ Logo ของ Betong Drift Trike มีรูปรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงลักษณะของรถ รวมทั้งใช้สีไฟนีออน ในการตกแต่งโลโก้ให้ความรู้สึกถึงความตื่นเต้น และการตกแต่งไฟภายในสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

#### 5.4.3 Perception Map

แผนภาพแสดงการรับรู้ (Perception Map) ของ ธุรกิจ Betong Drift Trike ใช้เกณฑ์ตัวชี้วัดในเรื่องของคุณภาพในการใช้บริการสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่ และราคา เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมของธุรกิจ รวมไปถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ Betong Drift Trike



ภาพที่ 5.1: แผนภาพแสดงการรับรู้ (Perception Map)



#### 5.4.4 Positioning Statement

Betong Drift Trike คือ สถานที่ท่องเที่ยว รูปแบบสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาภายในพื้นที่อำเภอเมืองเบตง เพื่อทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน อีกทั้งเป็นสถานที่สำหรับคนในพื้นที่อำเภอเบตง เพื่อให้คนภายในพื้นที่ที่มีสถานที่ในการทำกิจกรรมร่วมกันที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้ Betong Drift Trike ได้ตกแต่งภายในสนามให้มีความรู้สึกเหมือนสนามรถแข่ง เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่ เกิดความรู้สึกสนุกสนาน และตื่นเต้นในทุกครั้งที่เกิดการใช้บริการ

### 5.5 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

จากข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยทางการตลาด สามารถนำมาวิเคราะห์และเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด ได้ดังนี้

#### 5.5.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ ถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

และรวมไปถึงการทำให้ธุรกิจรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ มีดังนี้

#### 5.5.1.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

ทางร้าน Betong Drift Trike จะมีการฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจความปลอดภัยของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์เป็นอย่างดี เพื่อให้พนักงานจะสามารถให้คำแนะนำ และดูแลลูกค้าด้านความปลอดภัยได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยเมื่อเข้ารับบริการกับทางร้าน และพนักงานทุกคนของทางร้าน จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ดี มีการรักในการบริการ เพื่อที่สามารถพูดคุย และสามารถแนะนำเรื่องต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและบอกต่อ หรือเกิดการเข้ามาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป

#### 5.5.1.2 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ภาพที่ 5.2: ลักษณะของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์



ที่มา: นันทพงศ์ ภัคศิบุตร. (2561). “มันส์ Drift Electric Road 345” สามล้อ ดริฟท์ไฟฟ้าฝีมือคนไทย “มันส์ทุกโค้ง”. สืบค้นจาก <https://www.grandprix.co.th/มันส์-drift-electric-road-345-สามล้อ-ดริฟท์/>.

Betong Drift Trike เป็นสถานที่แห่งแรกในอำเภอเบตงที่มีการนำรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์เข้ามาในพื้นที่ ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว หรือสถานที่ทำกิจกรรมของคนในพื้นที่อำเภอเบตง และลักษณะของ และทางร้านมั่นใจในคุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ เพราะทางร้านได้ทำการ

สั่งซื้อจากผู้ผลิตและเป็นเจ้าของสิทธิบัตรรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ของประเทศไทย และระบบความปลอดภัยของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ มีดังนี้

1) เวลาที่มีอุปกรณ์ใด ที่ทำงานผิดปกติ กล้อง Em50s จะทำการตัดการทำงานออก ทำให้รถหยุดโดยทันที และไม่มีเหตุการณ์ที่รถจะวิ่งเอง

2) เวลาแบตเตอรี่มีความร้อนหรือช็อตกัน Bms จะ ทำการหยุดทำงานของแบตเตอรี่ เซลล์นั้นทิ้งไป จะไม่ทำให้เกิดการระเบิดจากแบตเตอรี่

#### 5.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

จากข้อมูลที่ได้รับมาจากการวิจัยแบบสอบถามเชิงลึก พบว่าลูกค้าที่สนใจเข้ามาใช้บริการ สนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ มีความยินดีที่จะจ่ายค่าบริการการเล่นรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ในราคา 15 นาที 200 บาท และสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมากกว่า 5 คนขึ้นไปต่อ 1 ครั้ง ทางร้านจะมีคูปองแถมฟรีให้ 1 คูปอง ลูกค้าสามารถนำไปแลกขนมกินเล่นจากทางร้าน หรือเล่นเพิ่มได้หนึ่งคน

#### 5.5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งเป็น 2 ช่องทาง คือแบบออฟไลน์ และออนไลน์

1) ช่องทางออฟไลน์ ลูกค้าสามารถเข้ามาได้ทางหน้าร้าน ที่ตั้งอยู่ ณ กลางเมือง อำเภอบางเต่างาย ลูกค้าสามารถเดินทางมาได้สะดวก และมีที่จอดรถที่สามารถรองรับลูกค้าได้ทุกประเภท

2) ช่องทางออนไลน์ ลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อคูปองเข้าเล่นได้ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ของทางร้าน ทางเฟซบุ๊ก เพจ และทางไลน์ของทางร้าน

#### 5.5.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1) ทางร้านมีโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เมื่อลูกค้าซื้อคูปอง 5 ใบ ทางร้านจะมีการแถมให้ลูกค้า 1 ใบ ลูกค้าสามารถนำคูปองมาแลกขนมจากทางร้าน หรือนำลูกค้ามาเล่นเพิ่มอีกหนึ่งคนก็ได้

2) มีจุดเช็คอินของทางร้าน เพื่อให้ลูกค้าถ่ายรูปว่ามาถึง ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ในอำเภอบางเต่างายแล้ว เพื่อลูกค้าสามารถอัปโหลดลงโซเชียลมีเดีย และยังสามารถเพิ่มการเข้าถึงของลูกค้าบนโซเชียลมีเดียได้มากขึ้น

3) ทางร้านสร้างลิงก์สำหรับการเช็คอินผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ติ๊กต็อก และอินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสามารถเช็คอินบนแพลตฟอร์มเหล่านี้ได้เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

#### 5.5.4.1 การโฆษณา (Advertising)

1) การทำการตลาดผ่านช่องทาง Facebook

ภาพที่ 5.3: ตัวอย่างการลงภาพโฆษณา



ที่มา: นันทพงศ์ ภักดีบุตร. (2561). “มันส์ Drift Electric Road 345” สามล้อ ดริฟท์ไฟฟ้าฝีมือคนไทย “มันส์ทุกโค้ง”. สืบค้นจาก <https://www.grandprix.co.th/มันส์-drift-electric-road-345-สามล้อ-ดริฟท์/>.

เพื่อเพิ่มการเข้าถึงของลูกค้า และสร้าง Brand Awareness ทางร้านจำเป็นต้องอัปเดต คลิปวิดีโอ หรือรูปภาพวิธีการเล่นรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ รวมไปถึงบรรยากาศภายในสนาม เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าใจวิธีการเล่น ระบบรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ ของทางร้าน และรวมไปถึงการกระตุ้นความรู้สึกของลูกค้าให้อยากเข้ามาลองใช้บริการของทางร้าน

2) การทำการตลาดผ่านช่องทาง Tik Tok

ภาพที่ 5.4: ตัวอย่างการลงภาพโฆษณา Tik Tok



ที่มา: นันทพงศ์ ภัคติบุตร. (2561). “มันส์ Drift Electric Road 345” สามล้อ ดริฟท์ไฟฟ้าฝีมือคนไทย “มันส์ทุกโค้ง”. สืบค้นจาก <https://www.grandprix.co.th/มันส์-drift-electric-road-345-สามล้อ-ดริฟท์/>.

เนื่องด้วยปัจจุบันแพลตฟอร์ม Tik Tok เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในทุกเพศ และทุกวัย การทำการตลาดและโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook อย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ ดังนั้น ทางร้านจึงทำการอัปเดตคลิปลิงก์วิดีโอสั้น ๆ แต่เข้าใจง่าย และวิดีโอของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการว่าเป็นอย่างไรบ้าง ผ่านช่องทาง Tik Tok ทุกวัน วันละอย่างน้อย หนึ่งถึงสามคลิป เพื่อเพิ่มยอดการเข้าถึงของลูกค้า และขึ้นโชว์ในฟีดของแพลตฟอร์ม Tik Tok

#### 5.5.4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

- 1) การมอบคูปองส่วนลด On-Top  
สำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และได้ทำการซื้อคูปอง 5 ใบภายในหนึ่งครั้ง ทางร้านจะมีการแถมคูปองฟรีให้หนึ่งใบให้แก่ลูกค้า
- 2) การพัฒนาระบบ Membership Award)

ทางร้านมีบริการสะสมแต้มให้แก่ลูกค้า เพื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ทางร้านมีบริการคิวอาร์โค้ด ให้ลูกค้าสแกนเพื่อเก็บสะสมแต้ม เมื่อลูกค้าสะสมแต้มครบสิบครั้ง ลูกค้าสามารถเล่นรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ฟรีหนึ่งรอบ หรือนำไปแลกอาหารหรือเครื่องดื่มตามที่ร้านได้กำหนดไว้

#### 5.5.5 กลยุทธ์ด้านบุคคล (People)

ลักษณะธุรกิจของธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์เป็นธุรกิจในรูปแบบการบริการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคล เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นทาง Betong Drift Trike จึงให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงานที่รักในการบริการ มีอัธยาศัยดี ใส่ใจลูกค้า สามารถช่วยเหลือและให้ข้อมูลหรือความรู้ของกิจการให้แก่ลูกค้าได้เสมอ และที่สำคัญที่สุดพนักงานทุกคนต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอยู่เสมอ และทางร้านจะมีการจัดการประชุมกับพนักงานภายในร้าน เพื่อสอบถามถึงปัญหาที่พบเจอ หรือจำนวนของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และมีสวัสดิการให้แก่พนักงาน เช่น วันหยุดประจำปี งานเลี้ยงประจำปีของทางร้าน หรือโบนัสประจำปีให้แก่พนักงาน

#### 5.5.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการ

##### 5.5.6.1 ระบบการจองเข้าใช้บริการล่วงหน้า

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสามารถ ทำการซื้อคูปองออนไลน์ล่วงหน้าได้ ลูกค้าสามารถระบุวันและเวลาที่สนใจจะเข้ามาใช้บริการได้ เมื่อลูกค้าได้ทำการสั่งซื้อคูปองออนไลน์เรียบร้อยแล้วไม่สามารถทำการขอคืนเงินจากทางร้านได้ไม่ว่าในกรณีใด ๆ ก็ตาม

##### 5.5.6.2 ระบบการประเมินการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าและแจ้งปัญหา

ลูกค้าสามารถประเมินความพึงพอใจของการเข้ามาใช้บริการ หรือแจ้งปัญหาในการใช้บริการ ได้ผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ของทางร้าน เพื่อที่ทางร้านจะนำความคิดเห็นที่ได้รับจากลูกค้ามาพัฒนาและปรับปรุงกิจการให้ดีขึ้น

#### 5.5.7 กลยุทธ์ด้านองค์ประกอบและกายภาพ (Physical Evidence)

Betong Drift Trike เป็นธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้า และเป็นธุรกิจในรูปแบบ B2C (Business to Customer) โดยลูกค้าจะต้องเดินทางมายังสถานที่ที่ต้องการจะใช้บริการ รวมไปถึงการสัมผัสถึงสภาพแวดล้อมของสนาม ดังนั้น Betong Drift Trike จึงให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในสนาม ดังนี้

##### 5.5.7.1 บรรยากาศภายในสนาม

บรรยากาศภายในสนามเป็นเหมือนสนามรถแข่ง ให้รู้สึกเหมือนประเทศญี่ปุ่น พื้นที่กว้างขวางขนาด 1 ไร่ พร้อมตกแต่งรอบ ๆ สนามด้วยต้นไม้สีเขียว เพื่อสร้างความร่มรื่นในช่วงตอนกลางวัน มีพื้นที่ให้นั่งเล่นให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้นั่งรอ หรือนั่งคุยกัน



#### 5.5.7.2 การแต่งกายของพนักงาน

Betong Drift Trike จะมีเสื้อโปโลของทางร้านให้แก่พนักงาน พนักงานทุกคนจะใส่เสื้อโปโลของทางร้าน และแต่งตัวให้สุภาพ เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรับรู้ว่าเป็นพนักงาน เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือสามารถเรียกพนักงานได้อย่างสะดวก



## บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

### 6.1 การจัดตั้งธุรกิจ

การจัดตั้งธุรกิจสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ Betong Drift Trike เพื่อเป็นสถานที่รองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่อำเภอเมืองเบตง เพื่อให้นักท่องเที่ยวรวมไปถึงคนในพื้นที่อำเภอเบตง มีสถานที่ในการทำกิจกรรมร่วมกัน

#### 6.1.1 สถานที่ตั้งสำนักงาน

สนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ Betong Drift Trike ตั้งอยู่ที่ 89 ถ.รัตนกิจ อำเภอเบตง จ.ยะลา 95110

#### 6.1.2 การตกแต่งสำนักงาน

การตกแต่งภายในสนามของ Betong Drift Trike เป็นรูปแบบสนามแข่งรถสไตล์ญี่ปุ่น มีโค้งทุกส่วนของสนามเพื่อให้ลูกค้าเพลิดเพลินกับการเล่นรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ และภายนอกสนามมีต้นไม้เพื่อสร้างความร่มรื่นให้แก่ภายในสนาม

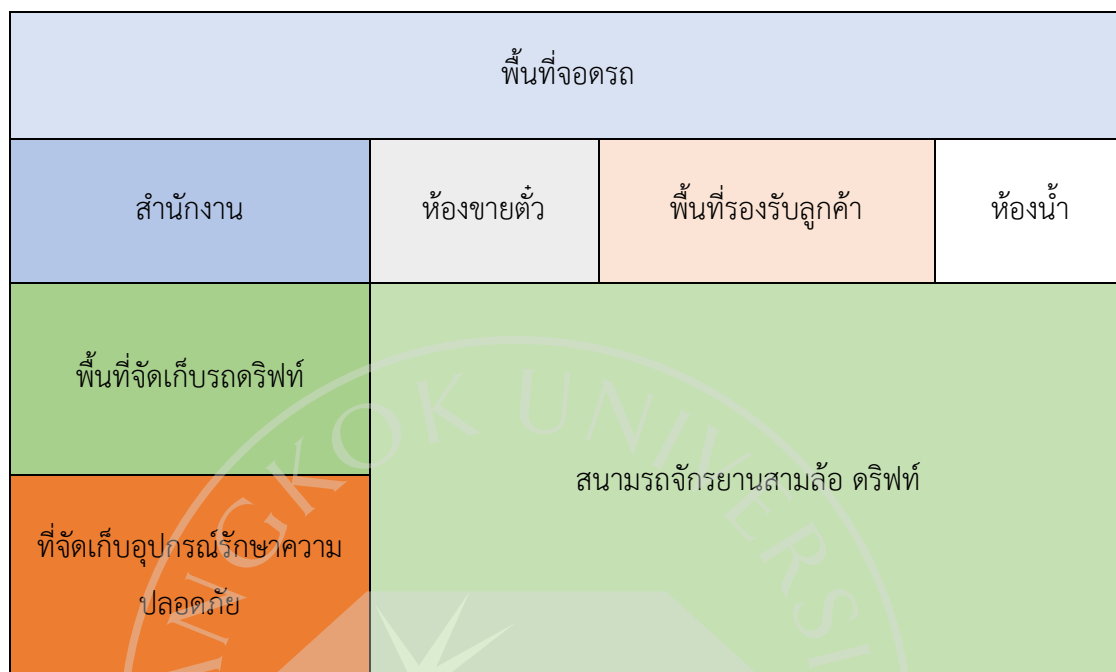
#### 6.1.3 แผนผังของสถานประกอบการ (Layout and Floor Plan)

พื้นที่ภายในร้านจะถูกแบ่งออกเป็น 7 โซน ดังนี้

- 1) โซนสำนักงาน
- 2) โซนสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์
- 3) โซนเก็บรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์
- 4) โซนเก็บอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย
- 5) โซนนั่งเล่น ลูกค้าสามารถถ่ายรูปได้
- 6) โซนที่จอดรถ
- 7) โซนห้องน้ำ
- 8) โซนห้องขายตั๋ว



ภาพที่ 6.1: แผนผังของสถานประกอบการ



## 6.2 แผนการดำเนินงานก่อนเปิดให้บริการ

การวางแผนการดำเนินงานของกิจการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญต่าง ๆ ของแผนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอน มีการกำหนดแผนการดำเนินงานและขอบเขตการทำงานที่ชัดเจน เพื่อลดความเสี่ยงของปัญหาที่อาจจะพบเจอได้ในอนาคต หรือสามารถแก้ไขปัญหาได้ในทันทีเมื่อเกิดปัญหา ทั้งนี้ยังเป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหาร เพื่อช่วยวางแผนกลยุทธ์หรือแผนการดำเนินงานของบุคลากร เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกิจการ

จากการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์จากลูกค้าที่เคยใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ในเขตพื้นที่ นนทบุรี สิ่งที่ได้ผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของลูกค้าสูงสุด 3 อันดับคือ ความปลอดภัยบรรยากาศภายในสนาม และการบริการและการให้คำแนะนำของพนักงาน ดังนั้นทางร้านจึงให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเรื่องความปลอดภัยของลูกค้า ก่อนนำรถให้ลูกค้าใช้บริการ ทางร้านได้มีการตรวจสอบเรื่องความปลอดภัยของรถ ว่ารถสมบูรณ์ที่สุด ถึงจะสามารถให้ลูกค้าใช้บริการได้ และบรรยากาศภายในสนามทางร้านได้ตกแต่งเหมือนกับสนามแข่งรถญี่ปุ่น รวมไปถึงพนักงานทุกคนที่เข้ามาทำงานทางร้านได้ทำการคัดสรรอย่างดีที่สุด ดังนั้นทางร้านจึงจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับกิจการภายใน ดังนี้

1) ศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายว่ามีความชื่นชอบการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนหย่อนใจอย่างไรบ้าง

- 2) ศึกษาเกี่ยวกับระบบกลไกของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ เพื่อความปลอดภัยของลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการ และสามารถนำไปอบรมให้แก่พนักงานได้
- 3) ในแต่ละวันมีกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายเข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตงเป็นจำนวนเท่าไร
- 4) วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการ
- 5) วางแผนการดำเนินงานของกิจการ

### 6.3 ขั้นตอนการจัดหาสินค้า/บริการ

#### 6.3.1 ขั้นตอนการผลิต

Betong Drift Trike สั่งซื้อสินค้ารถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ผ่านเจ้าของสิทธิบัตรรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ภายในประเทศไทย โดยการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็น จำนวน 20 คัน ราคาทั้งหมดอยู่ที่ 600,000 บาท

#### 6.3.2 ขั้นตอนการให้บริการ

รูปแบบขั้นตอนการให้บริการของ Betong Drift Trike มีดังนี้

- 1) ขายตัวให้แก่ลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่
- 2) นำลูกค้ำสวมใส่อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย เพื่อความปลอดภัยแก่ลูกค้ำ
- 3) แนะนำเรื่องความปลอดภัยให้แก่ลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการ
- 4) แนะนำวิธีการเล่น และดูแลลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการจนลูกค้ำสามารถเล่นได้ด้วยตนเอง
- 5) ความเร็วของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ สามารถปรับผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือได้
- 6) สำหรับลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่ครั้งแรก พนักงานจะปรับความเร็วของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์อยู่ที่ 20 กิโลเมตรต่อชั่วโมง
- 7) สำหรับลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่เป็นประจำ หรือมีความสามารถในการเล่น พนักงานจะพิจารณาปรับความเร็วของรถตามความเหมาะสม

## บทที่ 7

### แผนการจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

#### 7.1 วัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรบุคคล

7.1.1 เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรบุคคล กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานภายใน Betong Drift Trike

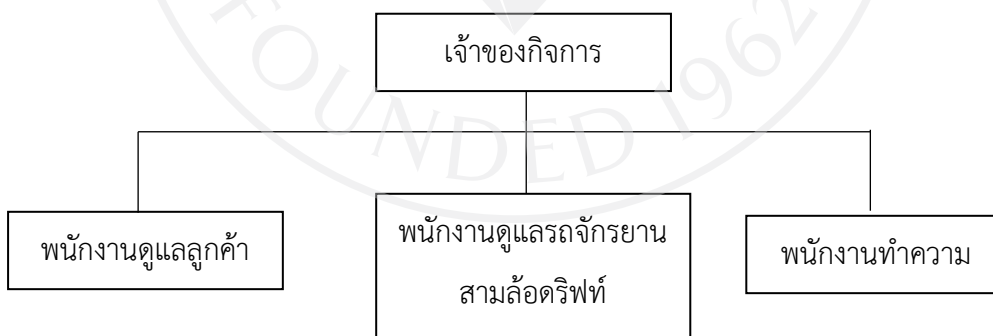
7.1.2 เพื่อที่สามารถอบรมและพัฒนาพนักงานให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ เพื่อให้ Betong Drift Trike บรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้

#### 7.2 การจัดองค์กร

##### 7.2.1 โครงสร้างองค์กร

Betong Drift Trike ออกแบบโครงสร้างองค์กรตามหน้าทำงาน มีโครงสร้างองค์กรขนาดเล็ก พนักงานทุกคน มีหน้าที่รับผิดชอบของตนเอง เพื่อดูแลลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้อย่างทั่วถึง และนำปัญหาและข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่พบเจอในแต่ละวัน มาหาวิธีแก้ไข เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันที่ดีมากขึ้น โดยมีการจัดแบ่งบุคคลากรขององค์กร ดังนี้

ภาพที่ 7.1: แผนผังโครงสร้างองค์กร



##### 7.2.2 หน้าที่ความรับผิดชอบ

บุคคลากรขององค์กรมี ดังนี้

###### 7.2.2.1 เจ้าของร้าน / ผู้จัดการร้าน / แอดมิน มีหน้าที่ปฏิบัติการ ดังนี้

- 1) การวางแผน และบริหารการเงินให้อยู่ในสภาพคล่องที่ดีอยู่เสมอ
- 2) มองหาวิธีเพิ่มกำไร และเพิ่มยอดผู้เข้าใช้บริการของทางร้าน

3) การวางแผน และบริหารเรื่องบุคคลากร เช่น การสรรหาพนักงาน เงินเดือน พนักงาน สวัสดิการ และวันหยุด เป็นต้น

- 4) แก้ไขปัญหาของทางร้านที่พบเจอในแต่ละวัน
- 5) ตอบแชททางช่องทางออนไลน์ที่ได้รับมาจากลูกค้า

#### 7.2.2.2 พนักงานดูแลลูกค้า

- 1) มีอัธยาศัยดี มีมารยาท และสะอาด สวมใส่ยูนิฟอร์มของทางร้าน
- 2) ดูแลลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
- 3) ดูแลเรื่องความปลอดภัยของลูกค้าตลอดการให้บริการ
- 4) ให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการเล่นรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ให้แก่ลูกค้า

#### 7.2.2.3 พนักงานดูแลรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

- 1) คอยเปลี่ยนอะไหล่ต่าง ๆ ของรถ เมื่อถึงเวลาอยู่เสมอ
- 2) ดูแลความปลอดภัยของรถ ไม่ให้มีรถที่ไม่สมบูรณ์ไปถึงลูกค้า

#### 7.2.2.4 พนักงานทำความสะอาด จำนวน 1 คน

คอยดูแลทำความสะอาดบริเวณทั้งหมดภายในร้าน ให้สะอาดอยู่เสมอ

### 7.3 นโยบายการบริหารบุคคลากร

#### 7.3.1 การวางแผนกำลังคน

- 1) เจ้าของร้าน / ผู้จัดการร้าน / แอดมิน จำนวน 1 คน
- 2) พนักงานดูแลลูกค้า จำนวน 3 คน
- 3) พนักงานดูแลรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ จำนวน 1 คน
- 4) พนักงานทำความสะอาด จำนวน 1 คน

#### 7.3.2 การสรรหาและการคัดเลือกบุคคลากร

การสรรหาและการคัดเลือกบุคคลากรนั้น เป็นสิ่งที่ทางร้านให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยทำการค้นหาบุคคลากรที่มีคุณภาพ เหมาะสม มีใจรักในการบริการ และมีอัธยาศัยที่ดี การที่มีบุคคลากรที่ดี สามารถนำมาซึ่งการบรรลุเป้าหมายที่ทางกิจการได้วางไว้ โดยมีขั้นตอนในการสรรหาและคัดเลือกบุคคลากร 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การวางแผนการสรรหาและคัดเลือกบุคคลากรโดยตนเอง
- 2) การสื่อสารเพื่อสรรหาบุคคลากร
- 3) การกำหนดคุณสมบัติของบุคคลากร
- 4) การกำหนดขอบเขตหน้าที่การทำงานของบุคคลากร
- 5) การทำสัญญาจ้างงาน

### 7.3.3 การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ

ทางร้านได้กำหนดค่าจ้างของพนักงานในแต่ละตำแหน่งหน้าที่ ที่แตกต่างกันตามความรับผิดชอบของพนักงาน และเพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงาน ทางร้านจะมีการให้โบนัสแก่พนักงานประจำปี อัตราการให้โบนัสขึ้นอยู่กับผลงาน และการทำงานของตัวพนักงาน

ตารางที่ 7.1: อัตราค่าตอบแทนประจำตำแหน่ง

ตำแหน่ง	เงินเดือนประจำตำแหน่ง (บาท)	อัตราจ้าง (คน)	เงินรวม (บาท)
ผู้จัดการร้าน	35,000	1	35,000
พนักงานดูแลลูกค้า	15,000	3	45,000
พนักงานดูแลรถ	17,000	1	17,000
พนักงานทำความสะอาด	12,000	1	12,000
รวม		6	109,000

#### 7.3.3.1 ประกันสังคม

ร้าน Betong Drift Trike จัดทำประกันสังคมให้แก่พนักงานทุกคนตามที่กฎหมายได้กำหนดไว้ เพื่อเป็นประโยชน์แก่พนักงาน ทางด้านการรักษาพยาบาล ค่าคลอดบุตร หรือค่าใช้จ่ายยามเกษียณ ของตัวพนักงานเอง โดยทางร้านจะทำการจ่ายเงินสมทบให้พนักงาน ในอัตราร้อยละ 5 ของเงินเดือนพนักงาน และหักจากเงินเดือนพนักงานในอัตรา ร้อยละ 5 ของเงินเดือน แต่ไม่เกินเดือนละ 750 บาทต่อเดือน (สำนักงานประกันสังคม, 2565)

#### 7.3.3.2 สิทธิวันหยุดของพนักงาน

ร้าน Betong Drift Trike ให้สิทธิพนักงานหยุดงานได้สัปดาห์ละ 1 วัน โดยสามารถเลือกวันหยุดเองได้ แต่ยกเว้น วัน ศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ และสิทธิวันหยุดของพนักงานในร้านแต่ละคนจะไม่ซ้ำกัน

### 7.3.4 การประเมินผลการปฏิบัติงาน

ทางร้านจะทำการประเมินผลการปฏิบัติงานของทุกคนในทุกสัปดาห์ โดยผ่านความคิดเห็นของผู้จัดการร้าน และจะมีการจัดการประชุมของทางร้านทุกสัปดาห์ เพื่อทำการพูดคุยถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่ได้พบเจอในทุก ๆ วัน รวมไปถึงการติชมของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่ของทางร้าน เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

## 7.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร

### 7.4.1 การฝึกอบรม

เพื่อให้พนักงานทุกคนของทางร้านเข้าใจในการดำเนินงาน และขอบเขตหน้าที่ในการดำเนินงานของกิจการ และสามารถทำงานกันเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางร้าน Betong Drift Trike จึงจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมพนักงานทุกคนก่อนเริ่มทำงาน และระหว่างการทำงาน ดังนี้

#### 1) การฝึกอบรมพนักงานใหม่

เพื่อให้พนักงานใหม่เรียนรู้ถึงรายละเอียดต่าง ๆ ภายในร้าน Betong Drift Trike ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของขอบเขตหน้าที่ในการทำงาน หรือความปลอดภัยในการให้บริการลูกค้า รวมไปถึงกฎระเบียบต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ของทางร้าน

#### 2) การประชุมรายสัปดาห์

ร้าน Betong Drift Trike มีการจัดตั้งการประชุมสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง เพื่อปรึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่พนักงานได้พบเจอในแต่ละวัน และหาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ รวมไปถึงการระดมความคิดเห็นในการพัฒนากิจการไปด้วยกัน

### 7.4.2 การจูงใจและรักษาบุคลากร

ทางร้าน Betong Drift Trike มีการขึ้นเงินเดือนให้แก่พนักงานอัตรา ร้อยละ 1.5 และจะมีการให้โบนัสแก่พนักงานประจำปี อัตราการให้โบนัสขึ้นอยู่กับผลงาน และการทำงานของตัวพนักงานเป็นรายบุคคล รวมไปถึงการจัดทำประกันสังคมให้แก่พนักงานประจำของทางร้าน และมีวันหยุดให้พนักงานทุกคนอาทิตย์ละ 1 วัน รวมไปถึงการจัดกิจกรรมพิเศษในเทศกาลต่าง ๆ ของทางร้าน

## บทที่ 8 แผนการเงิน

กลยุทธ์ด้านการเงินเป็นกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อการบริหารด้านการเงินการลงทุน รายรับ และรายจ่ายต่าง ๆ ของทางร้าน Betong Drift Trike และยังสามารถสร้างโครงสร้างที่เหมาะสมของกิจการ เพื่อสร้างความสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอื่น ๆ ตลอดจนการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงส่งผลให้กิจการสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและสามารถสร้างผลประกอบการที่มีกำไรในระยะยาว

### 8.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน

8.1.1 เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของของกิจการ โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงินในการวิเคราะห์ผลตอบแทน

8.1.2 เพื่อบริหารเงินลงทุนของกิจการให้มีสภาพคล่องที่ดี ส่งผลให้สามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างราบรื่น

8.1.3 เพื่อวางแผนกลยุทธ์ด้านการเงิน เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดผลตอบแทนที่สูงที่สุด

### 8.2 เป้าหมายทางการเงิน

8.2.1 ผลตอบแทนมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกิจการเป็นบวก

8.2.2 มีอัตราผลตอบแทนของกิจการสูงกว่าต้นทุนทางการเงิน

8.2.3 มีระยะเวลาคืนทุนไม่เกิน 2 ปี นับตั้งแต่เริ่มกิจการ

### 8.3 นโยบายทางการเงิน

นโยบายการตั้งเงินสำรองในกิจการให้เพียงพอตลอดในระยะเวลาการดำเนินงาน หรือโดยประมาณไม่น้อยกว่าใช้จ่ายทั้งหมดภายในระยะเวลา 6 เดือน เพื่อให้กิจการสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น และมีเงินทุนสำรองเพียงพอ เมื่ออาจเกิดปัญหาภาวะเศรษฐกิจ หรือโรคภัยอื่น ๆ ในอนาคต

## 8.4 โครงสร้างเงินทุน

### 8.4.1 ความต้องการเงินทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

ร้าน Betong Drift Trike มีการประมาณการเงินทุนเริ่มต้นในกิจการ จำนวน 2,000,000 บาท เพื่อลงทุนในสินทรัพย์เริ่มต้น และเป็นเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ โดยแหล่งเงินทุนเป็นเงินทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยการลงทุนในครั้งแรกแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนที่หนึ่งคือ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และสองค่าใช้จ่ายทางการตลาด ดังนั้นจะมีค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างพื้นที่ทั้งหมดภายใน 3 เดือน และสำนักงาน รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการโฆษณา เป็นต้น

ตารางที่ 8.1: แหล่งที่มาของเงินทุน

ชื่อ-สกุล	สัดส่วน	เงินทุน
จาร์กัญญ์ วิฑูรชานาญกิจ	100%	2,000,000

### 8.4.2 โครงสร้างของเงินทุน และต้นทุนทางการเงิน

เงินทุนในร้าน Betong Drift Trike เป็นแหล่งเงินทุนที่มาจากส่วนของเจ้าของ เพื่อใช้ในการตกแต่งสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ และการสั่งซื้อรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ รวมไปถึงอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ที่จำเป็นภายในร้าน โดยจะมีเงินทุนทั้งหมดเป็นจำนวน 1,353,990 บาท

ตารางที่ 8.2: โครงสร้างของเงินทุน

รายการ	ราคา (บาท)	จำนวน	ต้นทุนรวม (บาท)
ค่าตกแต่งสนาม	500,000	1	500,000
ค่ารถดริฟท์ 20 คัน	30,000	20	600,000
ค่าโต๊ะนั่งเล่น	3,000	5	15,000
ค่าเก้าอี้นั่งเล่น	1,500	10	15,000
ค่าอุปกรณ์เซฟตี้	200	20	4,000
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	19,990	1	19,990
เงินสดหมุนเวียน	200,000	1	200,000
รวม			1,353,990



## 8.5 สมมติฐานทางการเงิน

### 8.5.1 ประมาณการรายได้

ร้าน Betong Drift Trike มีรายได้มาจาก การเปิดให้บริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ตั้งแต่ 13.00 น. ถึง 21.00 น. โดยทางร้านได้ประเมินการรายได้จากการใช้เครื่องมือแบบสอบถาม พบว่ามีผู้ทำแบบสอบถามทั้งสิ้น 101 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 86.1 มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ และยินดีที่จะจ่ายค่าบริการในการเล่น 200 บาทต่อหนึ่งครั้ง และอีก 53 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 52.5 เกิดการใช้บริการมากกว่าหนึ่งครั้งต่อการเล่น

จากการประมาณการในปีแรกของการเปิดกิจการ ทางร้าน Betong Drift Trike คาดการณ์ว่าในวันธรรมดาจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็น จำนวน 30 คนต่อวัน และในวันหยุด เป็นจำนวน 60 คนต่อวัน และลูกค้าบางรายอาจเกิดการใช้บริการมากกว่าหนึ่งครั้งต่อการใช้บริการ

### 8.5.2 ประมาณการต้นทุนสินค้าหรือบริการ

ต้นทุนหลักของการบริการของร้าน Betong Drift Trike คือค่าดูแลและบำรุงรักษา รถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ และการเปลี่ยนอะไหล่ของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ โดยประมาณการ ต้นทุน ดังนี้

1) ค่ายางรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ราคาเส้นละ 1000 บาท เปลี่ยนหนึ่งครั้งต่อสองสัปดาห์ ราคาทั้งหมด 4,000 บาทต่อเดือน

2) ค่าอะไหล่รถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ราคาทั้งหมด 5,000 บาทต่อเดือน

ราคาต้นทุนของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ทั้งหมด ราคา 9,000 บาทต่อเดือน 300 บาทต่อวัน 12.5 บาทต่อชั่วโมง ราคาการให้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ต่อหนึ่งครั้ง 15 นาที 200 บาท ต้นทุนของการบริการอยู่ที่ 3.15 บาทต่อ 15 นาที

### 8.5.3 การประมาณค่าใช้จ่าย

ร้าน Betong Drift Trike ได้ทำการประมาณการณค่าใช้จ่ายเป็นสองส่วนคือ ส่วนแรกเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารปีที่ 1 ถึง 3 และส่วนที่สองคือค่าใช้จ่ายทางการตลาดในปีที่ 1 ถึง 3 ดังนี้

ตารางที่ 8.3: ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 3 ปี

รายการ	รายเดือน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
เงินเดือนพนักงาน	109,000	1,308,000	1,373,400	1,442,070
ค่าเช่า	7,000	84,000	84,000	84,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.3 (ต่อ): ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 3 ปี

รายการ	รายเดือน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าโทรศัพท์	300	3,600	3,600	3,600
ค่าไฟฟ้า	8,000	96,000	96,000	96,000
ค่าน้ำ	1,000	12,000	12,000	12,000
รวม		1,503,600	1,569,000	1,637,670

ตารางที่ 8.4: ค่าใช้จ่ายทางการตลาด 3 ปี

กิจกรรม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าจ้าง Influencer ในการโปรโมท กิจการ	70,000	77,000	67,600
ค่าทำ Video Viral	10,000	10,000	10,000
ค่าโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์	60,000	60,000	40,000
รวม	140,000	147,000	117,600

ตารางที่ 8.5: ค่าเสื่อมราคา

รายการ	ต้นทุนรวม	อายุ	ค่าเสื่อมราคาต่อปี
รถดริฟท์	600,000	10	5,000.00
อุปกรณ์เซฟตี้	4,000	3	111.11
อุปกรณ์สำนักงาน	19,990	10	166.58
โต๊ะ	15,000	10	125.00
เก้าอี้	15,000	10	125.00
รวม	653,990	66,332	5,527.69

## 8.6 ประมาณงบทางการเงิน

### 8.6.1 ประมาณงบบำไรขาดทุน

งบบำไรขาดทุนประมาณการ 3 ปี สามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8.6: แสดงงบกำไรขาดทุน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้จากการให้บริการ	3,441,000	3,511,700	3,862,870
รวมรายได้	3,451,700	3,511,700	3,862,870
ต้นทุนสินค้าขาย			
ต้นทุนสินค้าขาย	-60,000	-60,000	-66,000

## แสดงงบกำไรขาดทุน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รวมต้นทุน	-60,000	-60,000	-66,000
กำไรขั้นต้น	3,381,000	3,451,700	3,796,870
ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและบริหาร			
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	140,000	147,000	117,600
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1,503,600	1,569,000	1,637,670
ค่าเสื่อม	66,332	66,332	66,332
กำไร (ขาดทุน) ก่อนหักภาษี	1,741,768	1,669,368	1,975,268
ภาษีนิติบุคคล 20%	348,354	333,874	395,054
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	1,491,768	1,669,368	1,580,214
กำไรสะสม	1,491,768	3,161,135	4,741,349

## 8.6.2 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงินประมาณการ 3 ปี สามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8.7: งบแสดงฐานะทางการเงิน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสด	3,154,110	4,889,810	6,536,356

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.7 (ต่อ): งบแสดงฐานะทางการเงิน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,154,110	4,889,810	6,536,356
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
รถจักรยานสามล้อ คริปท์	653,990	653,990	653,990
ค่าเสื่อมราคาสะสม	-66,332	-132,664.7	-198,997
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	587,658	521,325	454,993
รวมสินทรัพย์	3,741,768	5,411,135	6,991,349
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
เจ้าหนี้การค้า	0	0	0
รวมหนี้สิน	0	0	0
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,000,000	2,000,000	2,000,000
กำไร (ขาดทุน) สะสม	1,491,768	3,161,135	4,741,349
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,491,768	5,161,135	6,741,349

## 8.6.3 ประมาณงบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสดประมาณการ 3 ปี สามารถแสดงได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8.8: งบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	1,491,768	1,669,368	1,580,214
ค่าเสื่อมราคา	66,332	66,332	66,332
เงินสดสุทธิ	1,558,100	1,735,700	1,646,546
เงินสดต้นงวด	0	1,558,100	3,293,800
เงินสดสิ้นงวด	1,558,100	3,293,800	4,940,346

## 8.7 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

### 8.7.1 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Pay Back Period)

จากการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) จากการคำนวณเปรียบเทียบเงินลงทุนเริ่มต้นทั้งหมด 2,000,000 บาท พบว่า มีระยะคืนทุนภายใน 1 ปี 2 เดือน

### 8.7.2 มูลค่าลงทุนสุทธิ (NPV)

จากการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของ Betong Drift Trike คือ 1,923,033.87 บาท โดยมีผลตอบแทนการลงทุนเป็นบวก

### 8.7.3 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return-IRR)

จากการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ของ Betong Drift Trike คือ 58.62%

## 8.8 การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุน

### 8.8.1 สถานการณ์ปกติ (Base Case)

ในสถานการณ์ที่ปกติ สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ได้วางกลยุทธ์ และตามวัตถุประสงค์ของทางร้าน โดยมียอดผู้เข้าใช้บริการอยู่ที่ จำนวน 30 คนในวันธรรมดา และจำนวน 60 คนในหยุด ส่งผลให้มีผลประกอบการเป็นบวก และมีกำไรสะสมเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี โดยสามารถนำกลยุทธ์ทั้งหมดไปปรับใช้ในปีถัด ๆ ไป เพื่อผลประกอบการที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

### 8.8.2 สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)

ในสถานการณ์ที่ดีที่สุด กำหนดอัตราการเข้าใช้บริการของลูกค้า ในวันธรรมดา จำนวน 60 คนต่อวัน และในวันหยุดจำนวน 100 คนต่อวัน และมีจำนวนมากขึ้น ร้อยละ 10 ถึง 20 ในปีต่อ ๆ ไป รวมไปถึงมีลูกค้าเข้าใช้บริการในช่วงเวลาบ่ายโมง ถึงบ่ายสามโมงมากขึ้น ส่งผลให้กิจการเป็นกระแสอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมีชื่อเสียงอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอเมืองเบตง รวมถึงเป็นสถานที่ที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

### 8.8.3 สถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด (Worst Case)

ในสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด จะเกิดขึ้นได้เมื่ออัตราการเข้าใช้บริการของลูกค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารทางการตลาดไม่ประสบความสำเร็จ จึงส่งผลให้อัตราการเข้าใช้บริการของลูกค้า ในวันธรรมดาและในวันหยุด และอัตรารายได้จากการให้บริการไม่เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ เนื่องด้วยอาจเกิดจากปัญหาจากเศรษฐกิจที่มีความชะงักงัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อให้แกกิจการ Betong Drift Trike ทั้งนี้ทาง Betong Drift Trike มีแผนสำรอง เพื่อทำการตลาดให้กิจการเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้น และดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่อำเภอเบตงให้ได้มากที่สุด รวมถึงทาง

Betong Drift Trike มีการวางแผนทางการเงินอย่างรัดกุม และชัดเจน เพื่อให้มีเงินทุนสำรองที่เพียงพอมาใช้ในยามเกิดเหตุฉุกเฉิน



## บทที่ 9 แผนฉุกเฉิน

### 9.1 แผนฉุกเฉิน

#### 9.1.1 แผนฉุกเฉินด้านการตลาด

กรณีปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ในด้านการตลาดของธุรกิจ Betong Drift Trike นั้น คือกรณีลูกค้าเข้าใช้บริการของทางร้านน้อยกว่าที่ได้มีการคาดการณ์ไว้ ส่งผลให้รายได้ และอัตราการเติบโตของกิจการลดลง ไม่ได้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่ได้มีการวางไว้ ดังนั้นทางร้านจึงได้ทำการสำรวจช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อยที่สุดของแต่ละวัน เพื่อจัดทำโปรโมชั่นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ช่วงเวลานั้น ๆ เช่น ในวันธรรมดา ช่วงเวลาบ่ายโมงถึงบ่ายสามโมง ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้าน จะได้ระยะเวลาในการเล่นเพิ่ม จากเดิม 15 นาที เป็น 20 นาที และในวันธรรมดาลูกค้าในพื้นที่อำเภอเบตง จะได้รับราคาพิเศษ จากราคาปกติอยู่ที่ 15 นาที 200 บาท เป็น 15 นาที 150 บาท

#### 9.1.2 แผนฉุกเฉินด้านการดำเนินงาน

กรณีปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ในด้านการดำเนินงาน คือ การไม่สามารถทำให้ลูกค้าประทับใจหรือพึงพอใจในการใช้บริการของทางร้านได้ ดังนั้นทางร้านจึงสร้างแบบประเมินความพึงพอใจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีอยู่ของทางร้าน เพื่อให้ลูกค้าสามารถประเมินความพึงพอใจของการใช้บริการในแต่ละครั้ง และบอกถึงปัญหาต่าง ๆ ที่ได้พบเจอในระหว่างเข้าใช้บริการ เพื่อทางร้านได้นำปัญหาเหล่านั้นมาวิเคราะห์และพัฒนา ปรับปรุงกิจการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในครั้งถัดไป

#### 9.1.3 แผนฉุกเฉินด้านการเงิน

ปัญหาหลักใหญ่ ๆ ในด้านการเงิน คือ ธุรกิจอาจเกิดการขาดสภาพคล่อง ดังนั้น ทางร้านจึงได้เตรียมวิธีรับมือ และแก้ไขกับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เช่นในกรณีที่กิจการไม่ก่อให้เกิดผลผลกำไรในช่วงระยะเวลา 3 เดือนขึ้นไป ทางร้านจำเป็นต้องหาวิธีเพิ่มทุน โดยการนำเงินส่วนตัวของเจ้าของมาระดมทุนเพิ่ม หรือการกู้ยืม หรือในระหว่างที่ดำเนินกิจการไปได้ด้วยดีนั้น ทางร้านมีการนำกำไรเหล่านั้น แบ่งเก็บไว้เพื่อเป็นเงินทุนสำรองฉุกเฉิน สำหรับกรณีปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

### 9.2 แผนในอนาคต

เนื่องจากร้าน Betong Drift Trike เป็นสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ และมีกลุ่มเป้าหมาย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ รวมไปถึงประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเบตง และทางร้านต้องการให้ Betong Drift Trike เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย อันดับหนึ่งของอำเภอเมืองเบตง ดังนั้นทางร้านมีการวางแผนกลยุทธ์ว่าต้องการให้ ร้าน Betong Drift

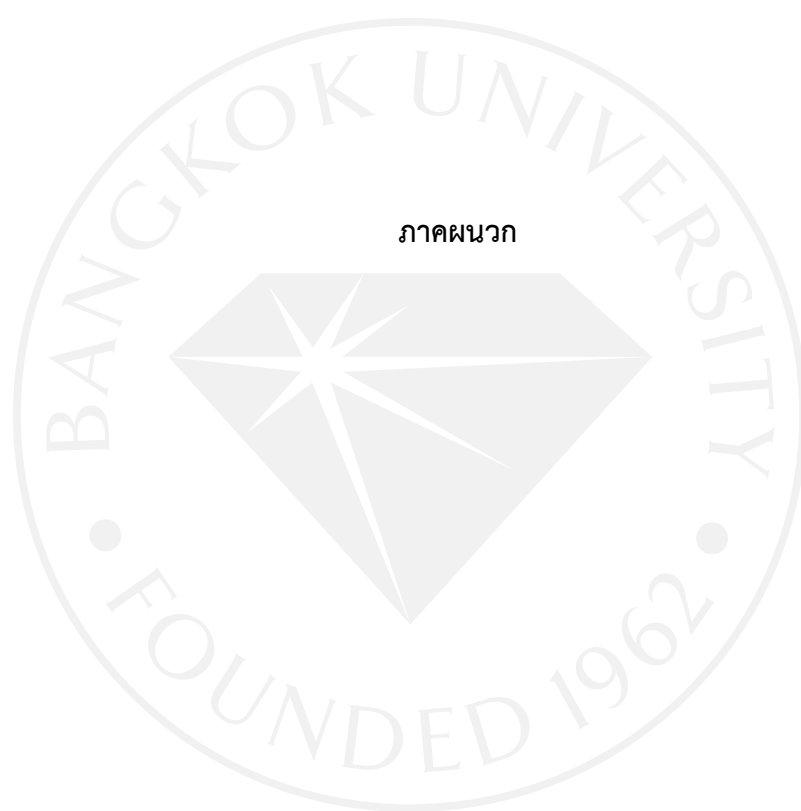
Trike เป็นธุรกิจสันตนาการ ในรูปแบบเชิงผจญภัย ดังนั้นทางร้านจึงมีการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของทางร้าน และทำการโฆษณาธุรกิจของทางร้าน บนสื่อแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ร้าน Betomg Drift Trike เป็นที่หนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในอำเภอเบตง และในอนาคต ทางร้านอาจเพิ่มเครื่องเล่นให้หลากหลายมากขึ้น





### บรรณานุกรม

- กฎหมายการท่องเที่ยว. (2554). สืบค้นจาก <https://tourismmatbuu.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/>.
- มันส์ Drift Electric Drift Road345. (2565). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/profile.php?id=100057226188397>.
- ล่องแก่งห้วยยาง อัยเวง. (2565). สืบค้นจาก [www.โอเคเบตง.com/15773080/ติดต่อ-ล่องแก่งที่วยาง-เรือคายัค](http://www.โอเคเบตง.com/15773080/ติดต่อ-ล่องแก่งที่วยาง-เรือคายัค).
- ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้. (2563). “เบตง” เมืองต้นแบบการท่องเที่ยว สร้างรายได้การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ด้าน คอ.บต.ผลักดันท่องเที่ยวชุมชนให้เข้มแข็ง เตรียมรับสนามบินเบตง-สกายวอค กลางปีนี้. สืบค้นจาก <https://www.sbpac.go.th/?p=50757>.
- สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์. (2565). ททท. คาดปีนี้ จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไทยกว่า 5 ล้านคน สร้างรายได้มากกว่า 1.3 ล้านล้านบาท. สืบค้นจาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG220526141212587>
- สำนักงานประกันสังคม. (2565). กองทุนประกันสังคม. สืบค้นจาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER056/GENERAL/DATA0000/000000086.PDF>.
- Akiba Drift Trike. (2022). Retrieved from <https://www.facebook.com/akibadrifttrike>.



ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

### เรื่อง ความคิดเห็นในการเข้ามาใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจของกิจการ  
สนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการสนับสนุนการจัดทำแผนธุรกิจของ  
นักศึกษา เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการวางแผนธุรกิจเพื่อความเป็นผู้ประกอบการ สาขาวิชาความเป็น  
ผู้ประกอบการ คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ ปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้ศึกษาขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ทาง  
ธุรกิจ โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะรักษาความลับ เพื่อใช้ในการศึกษา  
เท่านั้น โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้ามาใช้บริการ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวธุรกิจรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

##### 1. เพศ

เพศชาย

เพศหญิง

##### 2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20 – 25 ปี

26 – 35 ปี

36 – 45 ปี

46 – 50 ปี

50 ปีขึ้นไป

## 3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่า 10,000 บาท
- 10,001 – 20,000 บาท
- 20,001 – 30,000 บาท
- 30,001 – 40,000 บาท
- 40,001 – 50,000 บาท
- 50,000 บาทขึ้นไป

## 4. อาชีพ

- นักเรียน หรือนักศึกษา
- รับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานเอกชน
- รับจ้างทั่วไป
- ธุรกิจส่วนตัว
- อื่น ๆ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการจักรยานสามล้อ ดริฟท์

## 5. เคยใช้บริการจักรยานสามล้อ ดริฟท์หรือไม่ (หากเลือกว่าเคย กรุณาตอบข้อ 6)

- เคย
- ไม่เคย

## 6. ท่านใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์มากกว่าหนึ่งรอบ ในแต่ละครั้งที่ไปหรือไม่

- ใช่
- ไม่ใช่

## 7. ท่านพึงพอใจกับการเข้ามาใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์หรือไม่

- พอใจ (กรุณาตอบข้อที่ 8)
- ไม่พอใจ (กรุณาตอบข้อที่ 9)

8. สาเหตุที่ตอบว่า “พอใจ” ในข้อที่ 7.....

9. สาเหตุที่ตอบว่า “ไม่พอใจ” ในข้อที่ 7.....

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

คำชี้แจง โปรดคัดเลือกข้อภายในตารางตามความคิดเห็นของท่านในการเข้ารับบริการ

(1-น้อยที่สุด, 2-น้อย, 3-ปานกลาง, 4-มาก, 5-มากที่สุด)

#### 10. ระดับความสำคัญที่ส่งผลให้คุณตัดสินใจเข้ารับบริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

	1	2	3	4	5
บรรยากาศภายในสนาม					
การตกแต่งของสนาม					
ราคาสมเหตุสมผล					
ความกว้างของสนาม					
	1	2	3	4	5
โค้งที่รับกับรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์					
ความปลอดภัย					
ความสะอาดภายในสนาม					
การบริการและการให้คำแนะนำของพนักงาน					
ความสะดวกในการเดินทางและที่จอดรถ					

#### 11. ท่านอยากให้มีบริการอื่นนอกจากรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์หรือไม่

ใช่

ไม่ใช่

#### 12. ท่านสนใจให้มีบริการสะสมแต้มหรือไม่

ใช่

ไม่ใช่

### ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

\*แนวคิดธุรกิจ คือ สนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่อำเภอเบตง

ให้บริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในรูปแบบ การขับรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์ด้วยกันเป็นกลุ่ม หรือ

แข่งกันดริฟท์ มีพนักงานคอยแนะนำและให้บริการลูกค้าอยู่ตลอดเวลาที่ใช้บริการ และความ

ปลอดภัยของลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด อีกทั้งยังมีการตกแต่งภายในสนามให้เหมือนสนามแข่ง มี

โค้งที่เข้ากับลักษณะของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์โดยเฉพาะ เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้สร้างประสบการณ์ที่ท้าทายและน่าตื่นเต้น



ลักษณะการเล่นของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์



กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์



ตัวอย่างรูปแบบสนามจักรยานสามล้อ ดริฟท์

13. จากรูปด้านบน ท่านสนใจเข้ามาใช้บริการสนามรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์หรือไม่

สนใจเข้ารับบริการ (กรุณาตอบข้อ 14)

ไม่สนใจเข้ารับบริการ (กรุณาตอบข้อ 15)

14. สาเหตุที่ตอบว่า “สนใจเข้ารับบริการ” ในข้อ 13 เพราะเหตุใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บรรยากาศภายในสนาม

การตกแต่งภายในสนาม

ความเร็วของรถจักรยานสามล้อ ดริฟท์

สามารถรองรับลูกค้าได้สูงสุด 10 คัน ต่อ 1 รอบ

อื่น ๆ

15. สาเหตุที่ตอบว่า “ไม่สนใจเข้ารับบริการ” .....

16. ทางร้านมีโปรโมชั่นสะสมแต้มให้แก่ลูกค้า เล่นครบ 10 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง จะมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้าหรือไม่

5	4	3	2	1

17. ทางร้านมีโปรโมชั่นสะสมแต้มให้แก่ลูกค้า มา 5 คน แถม 1 คน จะมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้าหรือไม่

5	4	3	2	1

18. ทางร้านมีพนักงานดูแลเรื่องความปลอดภัยอยู่เสมอ ลูกค้าทุกคนจำเป็นต้องใส่อุปกรณ์เซฟตี้ จะมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้าหรือไม่

5	4	3	2	1

19. สนามของทางร้านมีโค้งอยู่ทุกช่วงของสนาม จะมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้าหรือไม่

5	4	3	2	1

20. ภายในสนามมีจุดเช็คอินไว้ให้ลูกค้าเข้ามาถ่ายรูป จะมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้าหรือไม่

5	4	3	2	1

21. หากทางร้านมีบริการขายอาหารเครื่องดื่มให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ จะมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้าหรือไม่

5	4	3	2	1

22. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....



**ประวัติผู้เขียน****ชื่อ-นามสกุล**

จรรักษ์ญญ์ วิฑูรชำนานุกิจ

**อีเมล**

jarrukan.with@bumail.net

**ประวัติการศึกษา**

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต หลักสูตรสองภาษา  
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสายการบิน  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

