

แผนธุรกิจศูนย์บริการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงรถยนต์นอกสถานที่ “GO FOR YOU”

Business Plan of an Onsite Car Maintenance & Service, "GO FOR YOU"

ไอริน วณิชยวรรณันต์.

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนดำเนินงานของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ธุรกิจตั้งไว้ เทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผนคือ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจและการวิเคราะห์การแข่งขัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กิจการมีฐานข้อมูลลูกค้าเดิมเป็นจำนวนมาก เป็นผู้ให้บริการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงรถยนต์ แบบครบวงจรนอกสถานที่เป็นเจ้าแรกในจังหวัด ปัจจุบันการให้บริการดูแลรักษา รถยนต์ในรูปแบบการบริการ ณ สถานที่ที่ลูกค้าระบุ โดยลูกค้าสามารถติดต่อผ่านเจ้าหน้าที่ Call Center หรือ ผ่านระบบออนไลน์ (สำหรับบริการเปลี่ยนล้อแม็กซ์ ล้ออัลลอยด์) ทำให้เกิดความแตกต่างของบริการจากคู่แข่ง นอกจากนี้ผู้บริหารเป็นผู้ควบคุมดูแลคุณภาพและเป็นผู้ที่คอยให้คำปรึกษาแนะนำในทุกๆ ขั้นตอนของการทำงานจึงส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงในการให้บริการตลอดจน เป็นการสร้างความแตกต่างของการบริการและเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: บริการรถยนต์นอกสถานที่, บริการแบบครบวงจร

Abstract

The objective of this preparation of a business plan is to be used in an operation in order to achieve the business goals. Techniques and methods for the preparation of the plan are business environment analysis, and competitive analysis. The analysis found that the company is one of the first car care services in the province. The company currently has a strong database of existing customers. Moreover, the company is the first that offering onsite service for customers. They can contact through our Call Center or via online which will differentiate the overall picture of the company from the competitor. Furthermore, the executive is the one who control and supervise in all stages of the work. Therefore, it results as a high performance of the service also, build up customers' confidence to the company as well.

Keywords: Car maintenance, one stop service

1. บทนำ

ในการดำเนินธุรกิจศูนย์บริการซ่อมบำรุงรถยนต์และจัดจำหน่ายยางรถยนต์ หากจะพูดถึงแล้ว รถยนต์ถือเป็นยานพาหนะที่มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ ช่วยให้มีความสะดวกสบายและ รวดเร็วประหยัดเวลาในการเดินทาง รถยนต์ไม่ว่าจะเก่าหรือใหม่ล้วนแต่ต้องการได้รับการดูแลรักษา เพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัยและ

เต็มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน เช่น การเปลี่ยนยางรถยนต์เมื่อครบระยะอายุของยาง การเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องตาม กำหนด รถยนต์ใหม่ทุกคันที่เพิ่มขึ้นล้วนแต่ต้องการได้รับการที่มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันเมื่อรถยนต์ ยิ่งเกา่งแนวโน้มที่เจ้าของรถยนต์จะนำรถเข้าศูนย์บริการของยี่ห้อของรถยนต์นั้นๆ ก็จะน้อยลง แต่จะ นิยมหันเข้ามาใช้บริการตามร้านซ่อมบำรุงทั่วไปมากกว่า จึงเป็นสาเหตุให้ศูนย์บริการดูแลรักษารถยนต์ มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยพื้นที่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านภาพรวมของอุตสาหกรรมในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา รวมถึงปริมาณรถยนต์รวมในประเทศไทยที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2554 - 2555 ที่มีปริมาณรถยนต์ใหม่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก (กรมขนส่งทางบก, 2556). และถึงแม้ว่าในประเทศไทยจะประสบกับ ปัญหาอุทกภัยน้ำท่วมใหญ่ที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจเมื่อช่วงปี พ.ศ. 2554 แต่สำหรับภาคอุตสาหกรรม รถยนต์ยังมีโอกาสที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ดังนั้นมูลค่าตลาด รถยนต์จึงคิดเป็นเงินจำนวนมหาศาล

ในปัจจุบันธุรกิจศูนย์บริการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงรถยนต์ มีการให้บริการที่หลากหลายและมีผู้ให้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นสถานสำหรับบริการน้ำมัน หรือ ศูนย์บริการของค่ายรถยนต์ ต่างๆ และศูนย์บริการรถยนต์ในรูปแบบแฟรนไชส์ เช่น B-Quik หรือ A.C.T โดยผู้ให้บริการแต่ละราย จะมีจุดที่เน้นการให้บริการที่แตกต่างกันไป เช่น การเปลี่ยนถ่ายเฉพาะระบบน้ำมัน เป็นต้น โดยธุรกิจ ศูนย์บริการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงรถยนต์ในปัจจุบัน มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามปริมาณ ของรถยนต์ในประเทศ โดยปัจจุบันลักษณะของการให้บริการของศูนย์บริการซ่อมบำรุงและจัดจำหน่าย ยางรถยนต์อย่างครบวงจรนั้นยังคงเป็นที่ต้องการของตลาด

โครงการ “GO FOR YOU” เป็นการเสนอบริการดูแลรักษารถยนต์นอกสถานที่ (Onsite Service) ที่เน้นการให้บริการดูแลรักษารถยนต์แบบครบวงจรที่มีความสะดวก รวดเร็ว และการให้ บริการอย่างมืออาชีพ เช่น การบริการเปลี่ยนยางรถยนต์ การเปลี่ยนล้อแม็กอัลลอยด์รวมถึงการ ดูแลตรวจเช็คสภาพรถยนต์และการบริการเพื่อประสิทธิภาพ เช่น บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายในการให้บริการ ที่จะสามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้บริการของลูกค้า ด้วยประสบการณ์ที่สะสมมานานกว่า 20 ปี ของอยุธยาศูนย์ล้อ ดังนั้นจึง เป็นข้อที่สร้างความได้เปรียบในตลาดอุตสาหกรรมศูนย์บริการรถยนต์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจนี้ เพื่อพัฒนาแนวทางดำเนินงานของธุรกิจศูนย์บริการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงรถยนต์นอกสถานที่ “GO FOR YOU”

3. ระเบียบวิธีวิจัย

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคของธุรกิจ รวมทั้ง การวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (Lovell, et al.,2005). และกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Blackwell, Miniard, and Engel, 2001).

4. อุปกรณ์และวิธีการ

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภคและการดำเนินงานของคู่แข่ง นอกจากนี้ยังใช้การเก็บข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการค้นคว้ารวบรวม รายงานประจำปีของบริษัท วารสาร เอกสารอ้างอิง บทความ ต่างๆ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

5. ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

5.1 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคของธุรกิจ

จุดแข็งของ “GO FOR YOU” คือ เปิดกิจการมานาน 20 ปี ทำให้มีฐานข้อมูลลูกค้าเดิมเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ เป็นผู้ให้บริการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงรถยนต์แบบครบวงจรนอกสถานที่เป็นรายแรกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยลูกค้าสามารถติดต่อผ่านเจ้าหน้าที่ Call Center หรือ ผ่านระบบออนไลน์ (สำหรับบริการเปลี่ยนล้อแม็กซ์ ล้ออัลลอยด์) ทำให้เกิดความแตกต่างของบริการจากคู่แข่ง และผู้บริหารเป็นผู้ที่คอยให้คำแนะนำให้คำปรึกษาในทุกๆ ขั้นตอนของการทำงาน จุดอ่อนของกิจการ คือ การ ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น ช่างซ่อมเทคนิค และข้อจำกัดด้านเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการ เนื่องจากเป็นการให้บริการนอกสถานที่ จึงไม่สามารถนำเครื่องมือเป็นจำนวนมากไปกับชุดบริการเคลื่อนที่ได้ทั้งหมด นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของกิจการไม่ได้อยู่ในจุดที่ติดถนนใหญ่ จึงยากแก่การสังเกต

โอกาสทางธุรกิจ คือ ความจำเป็นของรถยนต์ที่มีความสำคัญในรูปแบบของการใช้ชีวิตในปัจจุบันนี้ ส่งผลให้ศูนย์บริการรถยนต์จึงเป็นที่ต้องการของตลาด นอกจากนี้จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเส้นทางที่สามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็ว จึง ทำให้การให้บริการนอกสถานที่สามารถดำเนินการได้ตรงต่อเวลา ในขณะที่อุปสรรคที่สำคัญคือ มีผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูง

5.2 การวิเคราะห์การแข่งขัน

รถยนต์ ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมาก ในรูปแบบของการใช้ชีวิตในยุคปัจจุบันโดยในรถยนต์หนึ่งคันก็มีส่วนประกอบมากมาย อาทิ ระบบกลไกเครื่องยนต์ ระบบช่วงล่าง รถยนต์ ยางและล้อแม็กซ์ ซึ่งทั้งหมดนี้ทำให้เกิดการให้บริการที่เป็นไปได้หลากหลายรูปแบบและ ในแต่ละรูปแบบนั้นก็มีการให้บริการในลักษณะเฉพาะ ในอดีตการให้บริการเกี่ยวกับการซ่อมบำรุง นั้นมักจะเป็นหน้าที่ของศูนย์บริการของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ แต่เนื่องจากในปัจจุบันรูปแบบในการให้บริการก็เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ปัจจุบันธุรกิจบริการดูแลซ่อมบำรุงและจัดจำหน่ายยางรถยนต์ ล้อแม็กซ์ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เช่น สถานีบริการน้ำมัน ศูนย์จัดจำหน่ายยางรถยนต์ ร้านประดับยนต์ ล้อแม็กซ์ และร้านสำหรับบริการแบตเตอรี่ เป็นต้น

โดยรวม ระดับการแข่งขันอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เนื่องจากจำนวนบุคลากรที่มีความรู้และเชี่ยวชาญ ทางด้านเทคโนโลยีโดยตรงมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคจุดเด่นของการแข่งขัน คู่แข่งมีทำเลที่ตั้งของกิจการอยู่ในจุดที่ติดถนนใหญ่ จึงง่ายแก่การ สังเกตมากกว่า ผู้ครองส่วนครองตลาด ได้แก่ B-quick, และ Bridgestone A.C.T ซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งหลักของกิจการ อย่างไรก็ตาม ความได้เปรียบการแข่งขันของร้าน คือ 1. บริการ ให้บริการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงรถยนต์แบบครบวงจรนอกสถานที่เป็น เจ้าแรก ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยปัจจุบันการให้บริการดูแลรักษารถยนต์ในรูปแบบการบริการ ณ สถานที่ที่ลูกค้าระบุ โดยลูกค้าสามารถติดต่อผ่านเจ้าหน้าที่ Call Center หรือ ผ่านระบบออนไลน์ (สำหรับบริการเปลี่ยนล้อแม็กซ์ ล้ออัลลอยด์) ทำให้เกิดความแตกต่างของบริการจากคู่แข่ง 2. มีราคาที่ถูกลงกว่า ถ้าเปรียบเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกัน ทำให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าใน การเลือกมาใช้บริการ 3. มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์การให้ บริการที่ทันสมัยและอยู่ในสภาพพร้อม ใช้งานเสมอและมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในด้าน การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อสามารถเก็บ ข้อมูลของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุดและ รวดเร็ว

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

โครงการ “GO FOR YOU” ของ หจก ออยุธยาศูนย์ล้อเป็นโครงการใหม่ ขยายธุรกิจเดิม โดย จุดแข็งของ “GO FOR YOU” คือ มีฐานข้อมูลลูกค้าเดิมจากการบริการธุรกิจเดิมเป็นจำนวนมาก โครงการนี้ เป็นการให้บริการดูแลรักษา

และซ่อมบำรุงรถยนต์แบบครบวงจรนอกสถานที่ โดยลูกค้าสามารถติดต่อผ่านเจ้าหน้าที่ Call Center หรือ ผ่านระบบออนไลน์ และผู้บริหารเป็นผู้ดูแลโดยตรง จุดอ่อนของกิจการ คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และข้อจำกัดด้านเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการนอกสถานที่ ถึงแม้ว่าการแข่งขันในธุรกิจนี้จะมีมาก โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น B-quick, และ Bridgestone A.C.T เป็นผู้ครองตลาด อย่างไรก็ตามความได้เปรียบในการแข่งขันของกิจการ คือ การให้บริการแบบครบวงจร ราคาบริการถูกกว่าคู่แข่งและเครื่องมือและอุปกรณ์การให้บริการมีความทันสมัย โครงการนี้ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,697,000.00 บาท โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,199,505.26 บาท ผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 34.08% ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 2 ปี 5 เดือน ดังนั้นโครงการนี้น่าลงทุน

สำหรับแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ขอเสนอแนะดังนี้

1. โครงการ “GO FOR YOU” ควรเน้นการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ผลผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขัน เช่น บริการนอกสถานที่แบบครบวงจร ซึ่งจะช่วยให้ไม่ต้องห่วงเรื่องการแข่งขันทางต้นทุนมากนัก

2. ควรมีผลผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ ของลูกค้าแต่ละราย ไม่ว่าจะเป็นการดูแลและซ่อมบำรุงรักษารถยนต์ ระบบเบรกและช่วงล่างรถยนต์ รวมถึงการบำรุงรักษาตามกำหนดระยะเวลา เช่น บริการเปลี่ยนยางรถยนต์ การสลัดยาง ถ่วงล้อและ ตั้งศูนย์ตามระยะ การเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน เครื่องและไส้กรองน้ำมันเครื่อง และแบตเตอรี่

3. ส่งเสริมการให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับรถยนต์และตัวผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและไว้วางใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้นั้นมีคุณภาพ และเหมาะสมกับรถยนต์ของลูกค้า

4. เน้นให้มีการบริการ ดูแลรักษารถยนต์ของลูกค้าแบบเป็นชุดบริการ เช่น บริการ Safety Check ซึ่งสามารถเพิ่มความ สะดวกสบายประหยัดให้กับลูกค้า

5. ควรมีการโฆษณาและให้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการ ของ GO FOR YOU ผ่านทางสื่อต่างๆ โดยจะโฆษณาผ่านรายการวิทยุท้องถิ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดอ่างทอง และจะเน้นการโฆษณาผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเลือกการลงโฆษณาหรือ ทำเป็นคอลัมน์สัมภาษณ์พิเศษ เกี่ยวกับ GO FOR YOU ในนิตยสารเรารักอยุธยา และหนังสือพิมพ์ ท้องถิ่นตลอดช่วง 2 เดือนแรก หลังจากนั้นจะลงโฆษณาบนปกนิตยสารเรารักอยุธยาสลับกับโฆษณาและใช้ป้ายโฆษณาหลังรถสามล้อเครื่อง เป็นเวลา 2 เดือน

7. เอกสารอ้างอิง

กรมขนส่งทางบก. (2556). *รายงานอุตสาหกรรมยานพาหนะ ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงเทพ*. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2558 จาก <http://www.dlt.go.th/th>

Blackwell, Roger D., Miniard Pual W., and Engel, James F. (2001). *Consumer Behavior*. 9th edition. South-Western, Thomson Learning , USA.

Lovelock, C., Wirtz, J., Ken, H.T., and Lui, X. (2005). *Service Marketing in Asia* (2th ed.). Singapore: Prentice Hall.