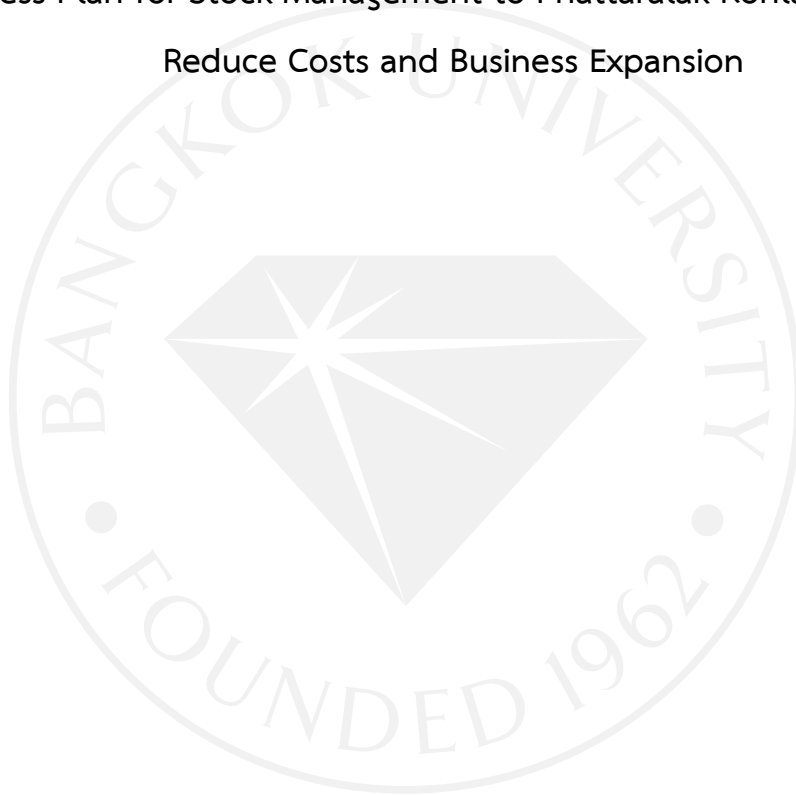


แผนธุรกิจเพื่อการจัดระบบสต็อกอะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อลดต้นทุน
และการขยายธุรกิจ ร้านภัทรลักษณ์กลการ จังหวัดชัยนาท

Business Plan for Stock Management to Phattaralak Konlakan Chainat
Reduce Costs and Business Expansion



แผนธุรกิจเพื่อการจัดระบบสต็อกอะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อลดต้นทุน
และการขยายธุรกิจ ร้านภัทรลักษณ์กลการ จังหวัดชัยนาท

Business Plan for Stock Management to Phattaralak Konlakan Chainat
Reduce Costs and Business Expansion



ภัทรลักษณ์ น้อยนาท

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



©2561

ภัทรลักษณ์ น้อยนาค

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจเพื่อการจัดระบบสต็อกอะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อลดต้นทุนและการขยายธุรกิจ
ร้านภัทรลักษณ์กลการ จังหวัดชัยนาท

ผู้วิจัย ภัทรลักษณ์ น้อยนาค

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวัฒน์ เบญญาศรีสวัสดิ์)

ผู้เชี่ยวชาญ


(ดร.ชุติมาวดี ทองจีน)


(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 12 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2561

ภัทรลักษณ์ น้อยนาถ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, พฤษภาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจเพื่อการจัดระบบสต็อกอะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อลดต้นทุนและการขยายธุรกิจ

ร้านภัทรลักษณ์กลการ จังหวัดชัยนาท (145 หน้า).

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.ประวัฒน์ เบญญาศรีสวัสดิ์

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาโอกาส ปัญหา และอุปสรรคของธุรกิจประเภทการให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ของร้านภัทรลักษณ์กลการ จังหวัดชัยนาท โดยทำการวิจัยในด้านการจัดการสต็อกอะไหล่รถจักรยานยนต์ เพื่อลดต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่ในเบื้องต้น เนื่องจากระบบเดิมไม่มีระบบการจัดการสต็อกอะไหล่รถจักรยานยนต์ นอกจากนี้ยังมีการจัดทำแผนเพื่อเป็นแนวทางในการขยายธุรกิจในอนาคตให้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพสูงสุด วิธีการในการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ เริ่มจากการเก็บข้อมูล การจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์และเลือกกลุ่มตัวอย่างอะไหล่ที่ขายดีนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้เห็นต้นทุนและกำไรที่แท้จริง ทำให้สามารถวางแผนในการสั่งซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ให้มีปริมาณอะไหล่ที่เหมาะสมและสัมพันธ์กับยอดขายอะไหล่รถจักรยานยนต์ในแต่ละเดือนด้วย ในด้านการขยายธุรกิจ เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขัน ทำให้เห็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้า 2 กลุ่ม คือ 1.) กลุ่มวัยรุ่นและผู้ที่ชอบขี่รถจักรยานยนต์ประเภทบิ๊กไบค์ โดยการจำหน่ายหมวกกันน็อคทรง Full-Face ที่กำลังเป็นที่นิยม รวมทั้งการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบออนไลน์ ผ่าน Facebook Page 2.) กลุ่มลูกค้าที่เป็นช่าง จะเน้นเพิ่มราคาขายส่งอะไหล่รถจักรยานยนต์ให้มากยิ่งขึ้น พร้อมกับการให้บริการรูปแบบเฉพาะสำหรับช่างที่เป็นเจ้าของกิจการแบบครบวงจร ในแผนสำหรับเป้าหมายระยะยาว จะมีการขยายสาขาและจุดบริการไปยังอำเภอต่างๆ ที่มีขนาดใหญ่ในจังหวัดชัยนาท จากแผนธุรกิจที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและดำเนินธุรกิจ ต่อยอดภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านการให้บริการและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ที่ครบวงจรในจังหวัดชัยนาท สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายรถจักรยานยนต์, ระบบสต็อกอะไหล่, ลดต้นทุน

Noinak, P. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), May 2018, Graduate School Bangkok University. Business Plan for Stock Management to Reduce Costs and Business Expand Phattarakonlakan Chainat (145 pp).
Advisor: Asst. Prof. Prawat Benyasrisawat, Ph.D.

ABSTRACT

This business plan is intended as a guideline for the study of problems, opportunities and threats to the business of motorcycle parts and services center: Phattarakonlakan (Chai Nat). By researching on stock motorcycle spare parts to reduce cost of spare parts procurement. Because the original system did not have a good stock management system for motorcycle parts. In addition, there are plans to expand the business in the future to continuity and efficiency. The method of this business plan is start from collection sale's data of motorcycle spare parts and select sample of best seller spare parts to be analyzed for seeing the actual cost and profit in order to purchase the motorcycle parts in relation with motorcycle parts sales each month. Furthermore, in business expansion is analyzed the business environment so competitive can analysis the opportunity to expand the customer base in two groups 1.) Selling popular Full-Face helmets to teenagers and motorcyclists riding big bikes by sharing on online communication through Facebook fan page 2.) The customer, technician groups, will focus on increasing the wholesale price of motorcycle parts along with specialized services for technicians in the plan for long-term goals. It will expand branches and service to every districts in Chai Nat. The above business can be used as a guideline to develop business and reinforcing leadership in servicing and selling motorcycle parts in Chai Nat. We can meet the needs of customers as well.

Keywords: Motorcycle parts and services center, Stock Management, Reduce Costs

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้เฉพาะบุคคลในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก
ผศ.ดร.ประวัฒน์ เบญญาศรีสวัสดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะ
แนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์
ในการจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน และสำเร็จไปได้ด้วยดี
รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้จากการเรียนวิชาต่างๆ ตลอดจนทั้งหลักสูตร
ทำให้สามารถนำวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณ
เป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

ภัทรลักษณ์ น้อยนาค



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ	
1.1 แนะนำประเภทของธุรกิจ	2
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	21
1.3 วิสัยทัศน์และพันธกิจ	22
1.4 เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของธุรกิจ	22
1.5 ที่ตั้งของสถานประกอบการ	23
1.6 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้	24
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้	27
2.2 วิธีการเก็บข้อมูล	48
2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	48
2.4 ผู้ที่ให้ข้อมูล	48
2.5 จำนวนผู้ที่ให้ข้อมูล	49
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ (SWOT Analysis)	50
3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ (PESTEL Analysis)	52
3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม	53
3.4 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ	54
3.5 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force Model)	56

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

4.1 โมเดลของธุรกิจ (Business Model Canvas) 60

4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดล 61

บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

5.1 แผนกลยุทธ์เพื่อการลดต้นทุนโดยการจัดการระบบสต็อกสินค้า (ธุรกิจอะไหล่) 76

5.2 แผนกลยุทธ์เพื่อการขยายธุรกิจในอนาคต (ธุรกิจซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่) 97

5.3 แผนบริหารความเสี่ยง 107

บรรณานุกรม 109

ภาคผนวก 111

ประวัติผู้เขียน 148

เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda	6
ตารางที่ 1.2: แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Yamaha	8
ตารางที่ 1.3: แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Suzuki	9
ตารางที่ 1.4: แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Kawasaki	10
ตารางที่ 2.1: รายการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560	37
ตารางที่ 2.2: แสดงข้อมูลการสั่งซื้ออะไหล่ก่อนการทำวิจัยเก็บข้อมูล	38
ตารางที่ 2.3: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกรกฎาคม	39
ตารางที่ 2.4: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนสิงหาคม	40
ตารางที่ 2.5: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกันยายน	41
ตารางที่ 2.6: แสดงการสรุปต้นทุนซื้อและยอดขายในแต่ละเดือน	42
ตารางที่ 2.7: แสดงการคาดการณ์แนวโน้มในการสั่งซื้ออะไหล่ที่เหมาะสม	43
ตารางที่ 2.8: แสดงจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูล	44
ตารางที่ 2.9: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่เดือนกรกฎาคมภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยน จำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่	45
ตารางที่ 2.10: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนสิงหาคมภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยน จำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่	46
ตารางที่ 2.11: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่เดือนกันยายน ภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยน จำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่	47
ตารางที่ 2.12: แสดงการสรุปต้นทุนซื้อและยอดขายในแต่ละเดือน ภายใต้สมมติฐานการปรับ เปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่	48
ตารางที่ 3.1: แสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของร้านภัทรลักษณ์กลการ	51
ตารางที่ 3.2: แสดงการวิเคราะห์จุดแข็ง และโอกาส เพื่อนำไปคิดแผนกลยุทธ์	53
ตารางที่ 3.3: แสดงการสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาส ให้ธุรกิจ	54
ตารางที่ 4.1: แสดงการเปรียบเทียบกับผู้แข่งขันหลักในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	68
ตารางที่ 5.1: แสดงการหาค่าเฉลี่ยต่อเดือนของต้นทุนซื้ออะไหล่แบบเดิม - แบบใหม่ และ ยอดขาย	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.2: แสดงงบประมาณการลงทุน	81
ตารางที่ 5.3: แสดงค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	82
ตารางที่ 5.4: แสดงการประมาณการสินค้าคงเหลือเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม	83
ตารางที่ 5.5: แสดงการประมาณการสินค้าคงเหลือเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่	84
ตารางที่ 5.6: แสดงการประมาณการยอดขาย	85
ตารางที่ 5.7: แสดงต้นทุนคงที่การประมาณการค่าใช้จ่าย	85
ตารางที่ 5.8: แสดงต้นทุนแปรผันโดยคิดต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิมคือ 107% ของยอดขาย	86
ตารางที่ 5.9: แสดงการคำนวณจุดคุ้มทุนโดยต้นทุนแปรผันในการสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม 107% ของยอดขาย	86
ตารางที่ 5.10: แสดงต้นทุนแปรผันโดยคิดต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่คือ 60% ของยอดขาย	87
ตารางที่ 5.11: แสดงการคำนวณจุดคุ้มทุนโดยต้นทุนแปรผันในการสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่ 60% ของยอดขาย	87
ตารางที่ 5.12: แสดงงบกำไรขาดทุนเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม	88
ตารางที่ 5.13: แสดงงบกำไรขาดทุนเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่	88
ตารางที่ 5.14: แสดงงบกระแสเงินสดเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม	89
ตารางที่ 5.15: แสดงงบกระแสเงินสดเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่	90
ตารางที่ 5.16: งบแสดงฐานะทางการเงินเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม	91
ตารางที่ 5.17: งบแสดงฐานะทางการเงินเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่	92
ตารางที่ 5.18: แสดงกระแสเงินสดรับตลอดโครงการเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม	93
ตารางที่ 5.19: แสดงกระแสเงินสดรับตลอดโครงการเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่	94
ตารางที่ 5.20: แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม	95
ตารางที่ 5.21: แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่	96
ตารางที่ 5.22: แสดงโครงสร้างตำแหน่งและหน้าที่ของพนักงานร้านภัทรลักษณ์กลการ	100

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: Logo ธุรกิจร้านซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ ภายใต้แบรนด์ “ภัทรลักษณ์กลการ”	2
ภาพที่ 1.2: logo แบรนด์ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ยอดนิยม 4 ยี่ห้อของประเทศไทย	2
ภาพที่ 1.3: รายละเอียดของการให้บริการของร้านภัทรลักษณ์กลการ	3
ภาพที่ 1.4: รายละเอียดการแบ่งประเภทรถจักรยานยนต์	5
ภาพที่ 1.5: logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda (ฮอนด้า)	6
ภาพที่ 1.6: logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha (ยามาฮา)	7
ภาพที่ 1.7: logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Suzuki (ซูซูกิ)	9
ภาพที่ 1.8: logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Kawasaki (คาวาซากิ)	10
ภาพที่ 1.9: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Wave110i	12
ภาพที่ 1.10: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Wave125i	12
ภาพที่ 1.11: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Suzuki รุ่น Smash	13
ภาพที่ 1.12: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Suzuki รุ่น Shogun	13
ภาพที่ 1.13: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Dream Super Cub	14
ภาพที่ 1.14: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น MSX125	14
ภาพที่ 1.15: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น M-Slax	15
ภาพที่ 1.16: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น CBR	15
ภาพที่ 1.17: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Scoopy-i	16
ภาพที่ 1.18: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น Grand Filano	16
ภาพที่ 1.19: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น PCX	17
ภาพที่ 1.20: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Zoomer-X	17
ภาพที่ 1.21: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Click	18
ภาพที่ 1.22: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น Fino	18
ภาพที่ 1.23: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น Mio	19
ภาพที่ 1.24: แผนที่ร้านภัทรลักษณ์กลการ ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองชัยนาท จังหวัดชัยนาท	24
ภาพที่ 2.1: หมวกกันน็อคทรง Full Face แบรนด์ Real Helmet	26

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 2.2: แสดงสถานการณ์ของแผนกบริการซ่อมและบำรุงรักษา	31
ภาพที่ 2.3: แสดงสถานการณ์ของการหยิบอะไหล่เพื่อจำหน่าย	32
ภาพที่ 2.4: แสดงสถานการณ์ของการลงรับอะไหล่ใหม่ที่สั่งมา	33
ภาพที่ 2.5: แสดงสถานการณ์ของการลงรับอะไหล่ใหม่ที่สั่งมา	34
ภาพที่ 4.1: แสดงโมเดลของธุรกิจ (Business Model Canvas) ของร้านภัทรลักษณ์กลการ	60
ภาพที่ 4.2: แสดงแผนที่พื้นที่ตั้งร้านภัทรลักษณ์กลการและร้านของคู่แข่งชั้นหลัก - คู่แข่งชั้นรอง	67
ภาพที่ 4.3: แสดงภาพการเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้านบริการ	70
ภาพที่ 4.4: แสดงภาพการเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้านผลิตภัณฑ์	71
ภาพที่ 4.5: แสดงภาพการเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้านกลุ่มลูกค้า	72
ภาพที่ 4.6: แสดงภาพการเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้านลักษณะราคาขายสินค้า	73
ภาพที่ 5.1: แสดงการทำไคเซ็นในสถานประกอบการโดยใช้ 5ส	78
ภาพที่ 5.2: แสดงการเปรียบเทียบผลการประมาณการต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม และแบบใหม่	80

บทที่ 1

การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ

ปัจจุบันตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และมียอดขายรถจักรยานยนต์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด เนื่องจากเป็นหนึ่งในทางเลือกที่สำคัญในการเดินทาง ช่วยอำนวยความสะดวกและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี จากการเติบโตของตลาดอย่างต่อเนื่องทำให้ส่งผลดีกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ดังเช่นธุรกิจที่ให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องแต่เนื่องจากรถแต่ละยี่ห้อที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมีมากมายหลากหลายรุ่น ตั้งแต่รุ่นยอดนิยมในอดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้จำนวนชิ้นส่วนอะไหล่มีมากมายหลากหลายตามไปด้วย ร้านที่จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์หลายยี่ห้อที่ผู้บริโภคนิยมใช้ จึงจำเป็นต้องสต็อกอะไหล่ ที่หลากหลายตามรุ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงต้องมีการบริหารจัดการและ ควบคุมสต็อกให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนที่เกิดจากการสต็อกอะไหล่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในส่วนของบทนี้จะนำเสนอเรื่องการแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจของร้านภัทรลักษณ์กลการ ซึ่งเป็นธุรกิจให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท มีเนื้อหาตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 1.1 แนะนำประเภทของธุรกิจ
 - 1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ
 - 1.3 วิสัยทัศน์และพันธกิจ
 - 1.4 เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของธุรกิจ
 - 1.5 ที่ตั้งของสถานประกอบการ
 - 1.6 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้
- ซึ่งจะแสดงให้เห็นดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 การแนะนำประเภทของธุรกิจ

ภาพที่ 1.1: Logo ธุรกิจร้านซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ ภายใต้แบรนด์ “ภัทรลักษณ์กลการ”



ร้านภัทรลักษณ์กลการ ตั้งอยู่ในจังหวัดชัยนาท เป็นธุรกิจแบบเจ้าของกิจการคนเดียว ให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่สำหรับรถจักรยานยนต์ รวมถึงบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยให้บริการรถจักรยานยนต์ 4 ยี่ห้อหลัก คือ ฮอนด้า (Honda) ยามาฮ่า (Yamaha) ซูซูกิ (Suzuki) และคาวาซากิ (Kawasaki)

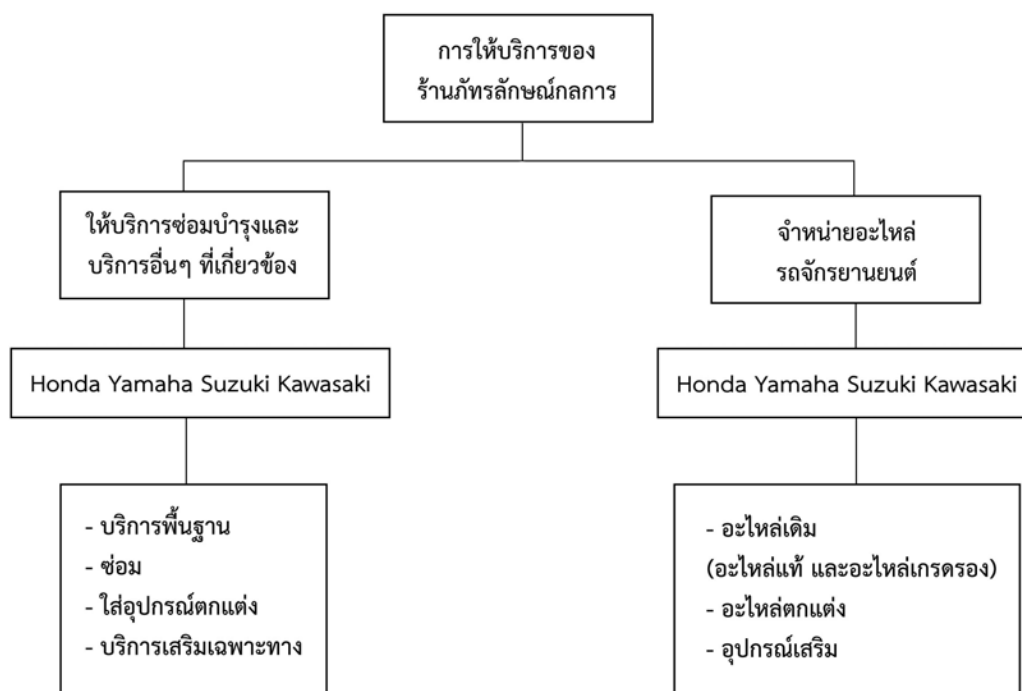
ภาพที่ 1.2: Logo แบรนด์ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ยอดนิยม 4 ยี่ห้อของประเทศไทย



1.1.1 รายละเอียดของการให้บริการ

การให้บริการของร้านภัทรลักษณ์กลการสามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ มีรายละเอียดดังแผนผังต่อไปนี้

ภาพที่ 1.3: รายละเอียดของการให้บริการของร้านภัทรลักษณ์กลการ



อธิบายรายละเอียดส่วนของบริการซ่อมบำรุงเพิ่มเติมพร้อมยกตัวอย่าง

บริการพื้นฐาน คือ การบำรุงดูแลรักษารถจักรยานยนต์ เช่น

- เติมน้ำมัน ล้อหน้า ล้อหลัง
- เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง
- เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเฟืองท้าย
- ปะยาง
- เปลี่ยนยางนอก ยางใน
- เปลี่ยนผ้าเบรคหน้า-หลัง

- เปลี่ยนแบตเตอรี่
- เปลี่ยนโซ่ สเตอร์หน้า-หลัง
- ตั้งโซ่

บริการเสริมเฉพาะทาง คือ บริการที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญในการทำและใช้เครื่องมือเฉพาะด้าน

- ตัดแผงคอ-ตัดตัวถังรถ
- ตัดแกนโซ่คหน้า
- คว้านเสื้อสูบ
- ชุบโครเมียม
- กลึง
- ทำสี
- ริดล้อแม็ก
- หุ้มหนังเบาะนั่ง
- ต่อภาษี พรบ. โอน รถจักรยานยนต์

อะไหล่ที่จำหน่ายในหมวดอุปกรณ์เสริม คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ควบคู่ไปกับรถจักรยานยนต์

อาจจะใช้เพื่ออำนวยความสะดวก เพื่อความปลอดภัย เพื่อดูแลรักษาและทำความสะอาด เป็นต้น

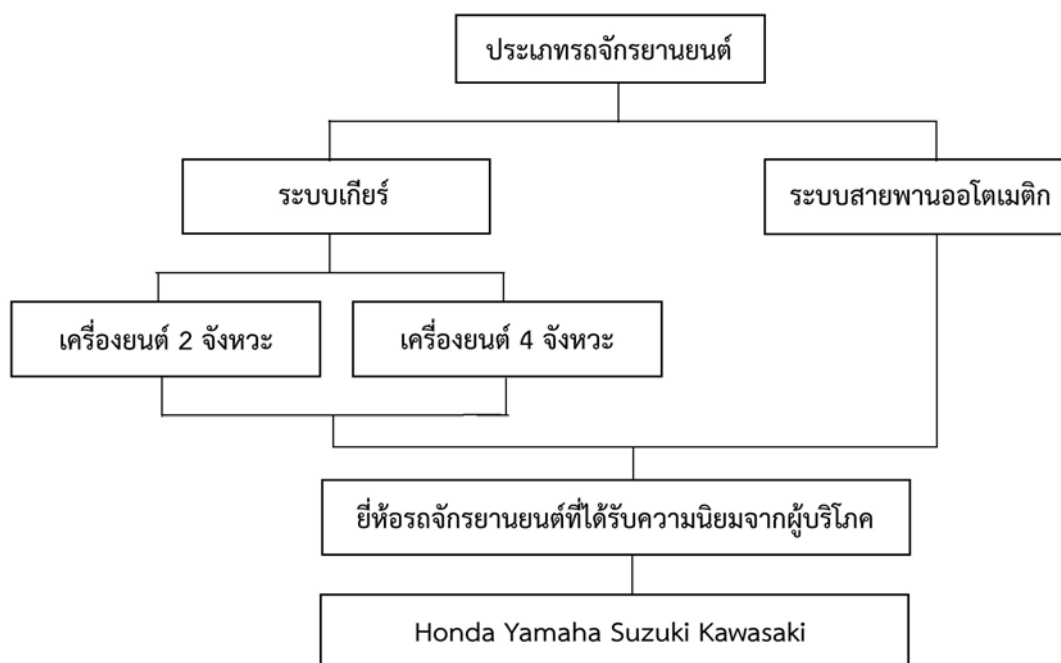
- หมวกกันน็อก
- กระจกหน้าหมวก
- อุปกรณ์ล้อครถ
- เบาะนั่งสำหรับเด็ก
- น้ำยาเช็ดทำความสะอาดเฟรมรถ
- น้ำยาเช็ดยาง
- สีสเปรย์
- ถุงมือ/ซัพพอร์ทซัพเหงื่อ (ใส่ก่อนใส่หมวกกันน็อก)
- ตาข่ายคลุมตะกร้าหน้า
- สายรัดของ
- แคปซูลใส่ พรบ. รถ

- กรอบป้ายทะเบียน
- ตะขอแขวนของ
- ที่ใส่ขวดน้ำ

1.1.2 รายละเอียดสินค้า

1.1.2.1 การแบ่งประเภทจักรยานยนต์

ภาพที่ 1.4: รายละเอียดการแบ่งประเภทจักรยานยนต์



รถจักรยานยนต์แต่ละยี่ห้อที่มีรุ่นต่างๆ ที่ได้รับความนิยมทั้งในอดีตและปัจจุบัน ดังนี้

- รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda

ภาพที่ 1.5: Logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda (ฮอนด้า)



ที่มา: Aphonda. (2018). Logo. Retrieved from <https://www.aphonda.co.th>

ตารางที่ 1.1: แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda

รุ่นรถระบบเกียร์		รุ่นรถระบบอัตโนมัติ
Beat	Wave125i (2005)	Click
Custom	Wave125i (2012)	Click-i
C-50	Wave125i (2014)	Click125-i (2012)
C-65	Wave125i (2015)	Click125-i (2014)
C-70	Wave125i (2017)	Click125-i (2015)
C-700	Wave100	Icon
C-900	Wave100s	Air blade
Chaly	Wave100Z	Air blade-i
LS125	Wave110i	Scoopy-i
CG110	Wave110i AT	Scoopy-i (2013)
JX100	Wave110i (2011)	PCX
NSR	Wave110i (2013)	PCX 150 (2012)
Nova	CBR150R (2004)	PCX 150 (2014)
Nova-S	CBR150R (2011)	PCX 150 (2015)
Nova-RS	CBR250R (2011)	Zoomer-x (2012)
Nova-Super	CBR250R (2013)	Zoomer-x (2014)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda

Tena	CBR150R (2014)	Zoomer-x (2015)
Dash	CBR300R (2014)	Forza (2013)
Dash new	CZ-i	Moove (2014)
Sonic	Spacy-i	
Sonic new	Dream	
Nice	Dream Excell	
Smile	Dream 110i	
Phantom200	Dream supercub (2013)	
Wave125i	Dream supercub (2014)	
Wave125s	Dream supercub (2016)	
Wave125R	MSX125	
Wave125X	MSX125 SF	

- รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Yamaha

ภาพที่ 1.6: Logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha (ยามาฮา)



ที่มา: Yamaha. (2018). Logo. Retrieved from <https://www.yamaha-motor.co.th>

ตารางที่ 1.2 : แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Yamaha

รุ่นระบบเกียร์	รุ่นระบบอัตโนมัติ
Alfa	Mio
Belle-R	Mio-Mx
Rainbow	Mio 125
RXS	Mio - Z
RXZ	Nouvo
RXK	Nouvo-Mx
VR150	Fino
Fresh	Fino new
Mate100	Filano
Mate111	Grand Filano
Y80	Fiore
Y100	Mio
Teara	Mio-Mx
JR120	Mio 125
TZM	Mio-Z
TZR	Nouvo
ZR	Nouvo-Mx
X1	Fino
Spark	Fino new
Spark 135	
Spark Z	
M-slaz	

- รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Suzuki

ภาพที่ 1.7: Logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Suzuki (ซูซูกิ)



ที่มา: Thaisuzuki. (2018). Logo. Retrieved from <http://www.thaisuzuki.co.th>

ตารางที่ 1.3: แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Suzuki

รุ่นรถระบบเกียร์	รุ่นรถระบบอัตโนมัติ
F70 FR80 RC80 RC100 RC110 Crystal Royal Best110 Best125 Akira Akira young Swing Stinger Viva Shogan A100	Step

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.3 (ต่อ): แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Suzuki

รุ่นรถระบบเกียร์	รุ่นรถระบบอัตโนมัติ
RGV RG gamma Shooter Smash Smash 110 Smash junior Smash relvo Skydrive	

- รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Kawasaki

ภาพที่ 1.8: Logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Kawasaki (คาวาซากิ)



Kawasaki

ที่มา: Kawasaki. (2018). Logo. Retrieved from <http://www.kawasaki.co.th>

ตารางที่ 1.4: แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Kawasaki

รุ่นรถระบบเกียร์	รุ่นรถระบบอัตโนมัติ
Kaze	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.4 (ต่อ): แสดงรุ่นรถจักรยานยนต์ของรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Kawasaki

รุ่นระบบเกียร์	รุ่นระบบอัตโนมัติ
Leo Tuxedo Cheer Serpico KR150 KR SE KRR Victor Cosmo Boss GTO Joy Neon KSR	

รถจักรยานยนต์ที่ได้รับความนิยม มีผู้ใช้จำนวนมาก ในปัจจุบันมีหลายรุ่น ดังนี้

- รถจักรยานยนต์ประเภท Family

- 1.) Honda Wave110i

ภาพที่ 1.9: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Wave110i



ที่มา: Aphonda. (2018). *Honda Wave110i*. Retrieved from <https://www.aphonda.co.th>

- 2.) Honda Wave125i

ภาพที่ 1.10: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Wave125i



ที่มา: Aphonda. (2018). *Honda Wave125i*. Retrieved from <https://www.aphonda.co.th>

3.) Suzuki Smash

ภาพที่ 1.11: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Suzuki รุ่น Smash



ที่มา: Thaisuzuki. (2018). *Suzuki Smash*. Retrieved from <http://www.thaisuzuki.co.th>

4.) Suzuki Shogun

ภาพที่ 1.12: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Suzuki รุ่น Shogun



ที่มา: Thaisuzuki. (2018). *Suzuki Shogun*. Retrieved from <http://www.thaisuzuki.co.th>

5.) Honda Dream Super Cub

ภาพที่ 1.13: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Dream Super Cub



ที่มา: Aphonda. (2018). *Honda Dream Super Cub*. Retrieved from <https://www.aphonda.co.th>

- **รถจักรยานยนต์ประเภท Sport**

6.) Honda MSX125

ภาพที่ 1.14: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น MSX125



ที่มา: Aphonda. (2018). *Honda MSX125*. Retrieved from <https://www.aphonda.co.th>

7.) Yamaha M-Slaz

ภาพที่ 1.15: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น M-Slaz



ที่มา: Yamaha. (2018). *Yamaha M-Slaz*. Retrieved from <https://www.yamaha-motor.co.th>

8.) Honda CBR

ภาพที่ 1.16: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น CBR



ที่มา: Aphonda. (2018). *Honda CBR*. Retrieved from <https://www.aphonda.co.th>

- รถจักรยานยนต์ประเภท Automatic

9.) Honda Scoopy-i

ภาพที่ 1.17: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Scoopy-i



ที่มา: Aphonda. (2018). *Honda Scoopy-i*. Retrieved from <https://www.aphonda.co.th>

10.) Yamaha Grand Filano

ภาพที่ 1.18: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น Grand Filano



ที่มา: Yamaha. (2018). *Yamaha Grand Filano*. Retrieved from <https://www.yamaha-motor.co.th>

11.) Honda PCX

ภาพที่ 1.19: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น PCX



ที่มา: Aphonda. (2018). *Honda PCX*. Retrieved from <https://www.aphonda.co.th>

12.) Honda Zoomer-X

ภาพที่ 1.20: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Zoomer-X



ที่มา: Aphonda. (2018). *Honda Zoomer-x*. Retrieved from <https://www.aphonda.co.th>

13.) Honda Click

ภาพที่ 1.21: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Click



ที่มา: Aphonda. (2018). *Honda Click*. Retrieved from <https://www.aphonda.co.th>

14.) Yamaha Fino

ภาพที่ 1.22: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น Fino



ที่มา: Yamaha. (2018). *Yamaha Fino*. Retrieved from <https://www.yamaha-motor.co.th>

15.) Yamaha Mio

ภาพที่ 1.23: รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น Mio



ที่มา: Yamaha. (2018). *Yamaha Mio*. Retrieved from <https://www.yamaha-motor.co.th>

1.1.2.2. การแบ่งประเภทของอะไหล่รถจักรยานยนต์

เนื่องจากธุรกิจจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์รวม 4 ยี่ห้อ คือ ฮอนด้า (Honda) ยามาฮ่า (Yamaha) ซูซูกิ (Suzuki) และคาวาซากิ (Kawasaki) ทำให้มีความหลากหลายของอะไหล่ตามไปด้วย ในที่นี้จะแบ่งตามระบบการทำงานของรถจักรยานยนต์ อะไหล่หมวดชิ้นส่วนประกอบและอะไหล่ที่เป็นอุปกรณ์เสริม มีรายละเอียดดังนี้

1.) แบ่งตามระบบต่างๆ ในรถจักรยานยนต์

- ระบบเครื่องยนต์
- ระบบจุดระเบิด
- ระบบส่งกำลังและขับเคลื่อน
- ระบบสตาร์ท
- ระบบไฟชาร์จ
- ระบบระบายความร้อน
- ระบบน้ำมันเชื้อเพลิง

- ระบบหล่อลื่น
- ระบบไฟแสงสว่าง
- ระบบห้ามล้อ
- ระบบบังคับเลี้ยว
- ระบบรองรับน้ำหนักและลดแรงสั่นสะเทือน

2.) อะไหล่หมวดชิ้นส่วนประกอบ

- น็อต
- ชีล
- โอริง
- ลูกปืน

3.) อะไหล่ที่เป็นอุปกรณ์เสริม

เพื่ออำนวยความสะดวก

- ตระกร้าหน้า
- ถังมือ
- ซัพพอร์ตซับเหงื่อ (ใส่ก่อนใส่หมวกกันน็อก)
- ตาข่ายคลุมตะกร้าหน้า
- สายรัดของ
- แคปซูลใส่ พรบ. รถ
- กรอบป้ายทะเบียน
- ตะขอแขวนของ
- ที่ใส่ขวดน้ำ

เพื่อความปลอดภัย

- กระจกมองข้าง ซ้าย/ขวา
- แตร
- กันตก

- หมวกกันน็อก
- กระจกหน้าหมวก
- อุปกรณ์สื่อสาร
- เบาะนั่งสำหรับเด็ก

เพื่อดูแลรักษาและทำความสะอาด

- น้ำยาเช็ดทำความสะอาดเฟรมรถ
- น้ำยาเช็ดยาง
- สีสเปรย์

1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ร้านภัทรลักษณ์กลการ เป็นธุรกิจที่รุ่นคุณพ่อสร้างขึ้นมา และกำลังจะได้รับการถ่ายทอดกิจการสู่รุ่นต่อไป เริ่มต้นเปิดกิจการตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 จนถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลากว่า 24 ปี โดยเริ่มต้นจากการเช่าที่ดินเปล่าใกล้ตลาดสดในตัวเมืองจังหวัดชัยนาท สร้างห้องที่เป็นชั้นเดียวขึ้นมาเอง ให้บริการซ่อมรถจักรยานยนต์อย่างเดียวไม่ได้จำหน่ายอะไหล่ เมื่อลูกค้านำรถเข้ามาซ่อม ก็จะเห็นว่าต้องการอะไหล่อะไรบ้างแล้วจึงไปซื้อจากร้านอะไหล่ในจังหวัดชัยนาทซึ่งมีหลายร้าน หรือซื้อจากร้านอะไหล่ในจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีเขตติดต่อกันและเป็นจังหวัดใหญ่ นำมาเปลี่ยนให้ลูกค้า เมื่อมีลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น จึงจำเป็นต้องจ้างช่างเพิ่ม 3 คน รวมตัวเจ้าของร้านด้วยเป็น 4 คน จากการที่เจ้าของร้านขับรถไปซื้ออะไหล่ที่จังหวัดนครสวรรค์ ทำให้มีโอกาสได้เห็นสินค้าใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นที่ใช้รถจักรยานยนต์ในขณะนั้น คือ นีตกลิ่ง และท่อสูตร ประกอบกับในจังหวัดชัยนาทยังไม่มีใครนำมาจำหน่าย จึงได้เริ่มนำนีตกลิ่งและท่อสูตร มาจำหน่ายที่ร้าน ซึ่งก็ได้ผลตอบรับ เป็นอย่างดีจากลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น ทำให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้นและมีลูกค้าเพิ่มขึ้น

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2537 โดนเจ้าของที่ไร่ที่ ประจวบเหมาะจะมีโครงการสร้างอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น จำนวน 7 คูหาซึ่งอยู่ห่างจากร้านเดิมไม่มาก เจ้าของร้านจึงตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ 1 ห้อง โดยใช้เงินลงทุนจากการกู้กับธนาคาร ทำให้เกิดการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส ในการขยายกิจการให้เติบโตมากยิ่งขึ้น

ปี พ.ศ. 2538 ย้ายเข้ามาอยู่ร้านใหม่ในอาคารพาณิชย์ที่ซื้อ เริ่มส่งอะไหล่มาจำหน่ายเองควบคู่ไปกับให้บริการซ่อมบำรุง

ปี พ.ศ. 2540 ได้เช่าห้องที่อยู่ติดกันเพิ่ม 1 ห้อง เนื่องจากส่งอะไหล่มาจำหน่ายเพิ่ม จึงไม่มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการซ่อม และการจอดรถจักรยานยนต์ และต่อมาได้ซื้อห้องที่เช่า เป็นของตนเอง

ปัจจุบันนี้ ร้านภัทรลักษณ์กลการเป็นอาคารพาณิชย์ 2 ห้อง ให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ยี่ห้อ Honda Yamaha Suzuki Kawasaki รวมทั้งอะไหล่ตกแต่งและมีบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์แบบครบวงจร เช่น รับต่อพรบ. คิวานเสื้อสูบ ผ้าเครื่อง ยกเครื่องใหม่ ตัดแผงคอรถ ตัดตัวถังรถ ทำสี ชุบโครเมียม จำหน่ายหมวกกันน็อค เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีบริการ รับ-ส่งรถให้ลูกค้าที่มาซ่อมฟรี ในระยะทางไม่เกิน 40 กิโลเมตรจากร้าน

1.3 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

1.3.1 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำตลาดด้านการให้บริการเกี่ยวกับการดูแลรักษาและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ครบวงจรที่ดีที่สุดในจังหวัดชัยนาท พัฒนาไปอย่างต่อเนื่องและมั่นคง ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภค สโลแกน “ภัทรลักษณ์กลการ ครบเครื่องเรื่องมอเตอร์ไซด์”

1.3.2 พันธกิจ

- 1.) มุ่งมั่นให้บริการด้วยความเชี่ยวชาญ มีคุณภาพ และมาตรฐานที่ดี “ซื่อสัตย์ โปร่งใส ใส่ใจบริการ”
- 2.) เข้าใจความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคที่ใช้รถจักรยานยนต์ และสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี
- 3.) เป็นผู้นำด้านบริการและอะไหล่รถจักรยานยนต์ครบวงจรที่สุดในจังหวัดชัยนาท

1.4 เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1.4.1 เป้าหมาย

- 1.) เป้าหมายระยะสั้น (กำหนดแล้วเสร็จภายใน 1 ปี)
ปรับปรุงระบบการควบคุมสต็อกอะไหล่รถจักรยานยนต์เพื่อลดต้นทุน เนื่องจากระบบเดิมใช้คนลงรับและตรวจเช็คอะไหล่ ทำให้ข้อมูลมีโอกาสเกิดความผิดพลาดสูง ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จึงส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการสั่งซื้ออะไหล่
- 2.) เป้าหมายระยะกลาง (กำหนดแล้วเสร็จภายใน 2-5 ปี)
ธุรกิจมีการขยายฐานลูกค้าโดยการขายอะไหล่จะเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่เป็นช่างหรือร้านซ่อมขนาดเล็ก ควบคู่ไปกับการเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่ใช้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ พร้อมทั้งสร้างแบรนด์ให้มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความน่าเชื่อถือและทันสมัย

3.) เป้าหมายระยะยาว (กำหนดแล้วเสร็จภายในปีที่ 5 ขึ้นไป)

ธุรกิจมีการขยายสาขาไปยังต่างอำเภอที่มีขนาดใหญ่ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้มากขึ้น พร้อมทั้งรักษามาตรฐานและคุณภาพที่ดีในการให้บริการในทุกสาขา

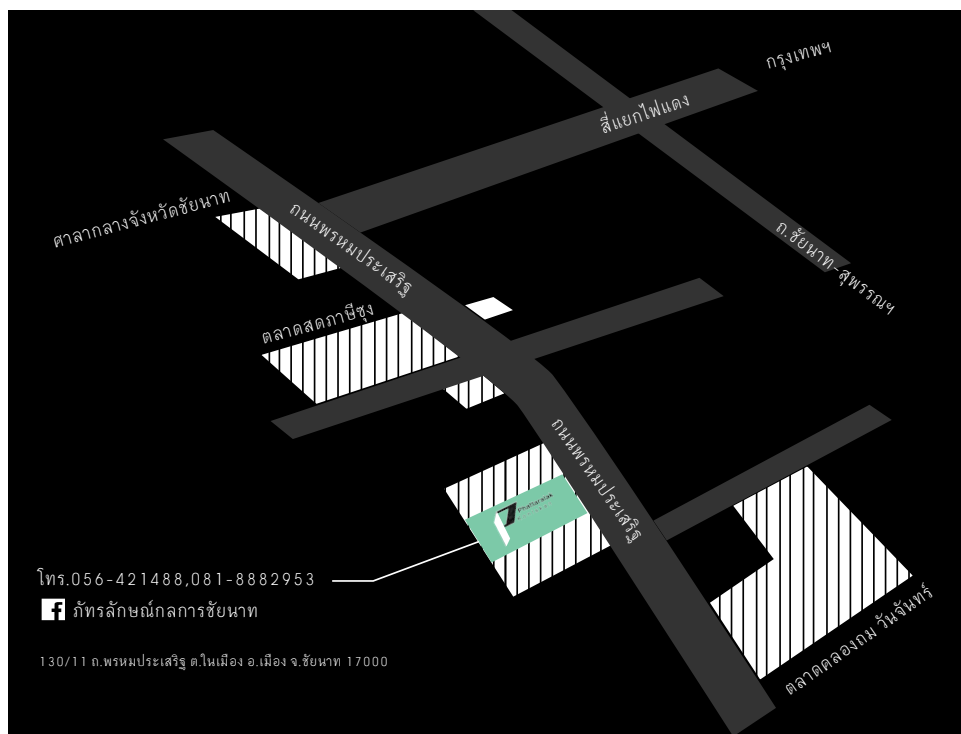
1.4.2 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

- 1.) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจเป็นไปอย่างมั่นคงและยั่งยืน
- 2.) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำด้านการให้บริการและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ที่ครบวงจร สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ตลอดจนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า
- 3.) เพื่อให้ธุรกิจมีอัตราการเติบโตของยอดขาย ควบคุมต้นทุน และสามารถสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

1.5 ที่ตั้งของสถานประกอบการ

สถานที่ตั้งร้านภัทรลักษณ์กลการ ที่อยู่ 130/11 ถ.พรหมประเสริฐ ต.ในเมือง อ.เมืองชัยนาท จ.ชัยนาท 17000 ร้านตั้งอยู่ในอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น จำนวน 2 คูหา อยู่บนถนนเส้นหลักในย่านตลาด ซึ่งเป็นย่านการค้าที่สำคัญของจังหวัดชัยนาท มีรถสัญจรผ่านตลอดทั้งวัน

ภาพที่ 1.24: แผนที่ร้านภัทรลักษณ์กลการ ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองชัยนาท จังหวัดชัยนาท



1.6 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้

- 1.) เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการควบคุมการสต็อกอะไหล่และลดต้นทุนในเบื้องต้น สามารถบริหารจัดการด้านการควบคุมสต็อกอะไหล่และบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 2.) เพื่อเป็นแนวทางในการขยายธุรกิจโดยการขยายกลุ่มลูกค้า
- 3.) เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนในการดำเนินธุรกิจให้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพสูงสุด

บทที่ 2

วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

จากวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ ว่าด้วยเรื่องกลยุทธ์การลดต้นทุนโดยการควบคุมสต็อกอะไหล่รถจักรยานยนต์ของร้านภัทรลักษณ์กลการ จังหวัดชัยนาท สืบเนื่องมาจากการมีสินค้าคงคลังที่มีปริมาณมากเกินไป เนื่องจากทางร้านต้องการมีสินค้าที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม จึงจำเป็นต้องมีสต็อกสินค้าไว้เกือบทุกประเภท และในแต่ละประเภทก็มีหลายชนิด รวมถึงไม่มีการจัดทำระบบสต็อกอะไหล่ที่มีประสิทธิภาพมากพอเป็นผลทำให้คลังสินค้ามีสต็อกที่มากเกินไปและเงินทุนบางส่วนจมไปกับการสต็อกสินค้าบางประเภทที่มีความเคลื่อนไหวช้า (Slow Movement) หรือบางประเภทเป็นสินค้าตกรุ่น (Dead Stock) สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อต้นทุนการเก็บรักษาและสภาพคล่องทางธุรกิจ จากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้เกิดการจัดทำแผนธุรกิจนี้ขึ้นมาเพื่อพัฒนาการจัดการระบบสต็อกสินค้าให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการสั่งอะไหล่ในปริมาณที่เหมาะสม ทำให้มีต้นทุนอะไหล่ที่ต่ำลง ในขณะเดียวกันก็มีปริมาณสินค้าอยู่ในระดับที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าด้วย ซึ่งวิธีดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้จะแบ่ง เป็น 2 ส่วนใหญ่คือ

- 1.) การเก็บข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่เพื่อให้เห็นต้นทุนและกำไรที่แท้จริง ทำให้สามารถวางแผนทางในการลดต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่ ในขณะเดียวกันก็มีความเหมาะสมกับยอดขายอะไหล่ในแต่ละเดือนด้วย
- 2.) แนวทางในการขยายธุรกิจ ดังที่จะแสดงรายละเอียด ดังนี้

เป้าหมายระยะสั้น (1 ปี) : จัดการระบบสต็อกอะไหล่ใหม่

Phase 1

เก็บข้อมูลการหมุนเวียนของอะไหล่ในระยะเวลา 1 เดือน ซึ่งทำให้รู้ข้อมูลของอะไหล่ขายดีอะไหล่ที่ใช้ในการซ่อมบริการเยอะ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์แนวทางในการสั่งอะไหล่ครั้งต่อไปให้มีความเหมาะสมเพียงพอต่อการจำหน่ายและไม่มากเกินไปจนกลายเป็นสินค้า ค้างสต็อก ทำให้เงินทุนจมในขณะเดียวกันก็ระบายสินค้าตกรุ่น (Dead Stock) ออกจากสินค้าคงคลัง เพื่อไม่ให้สิ้นเปลืองพื้นที่จัดเก็บ ลดต้นทุนการเก็บรักษา และได้เงินเข้ามาหมุนเวียนในระบบต่อไป

Phase 2

ใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีในการจัดการระบบสต็อกอะไหล่ใหม่

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี) : ขยายฐานลูกค้า

Phase 1

ขยายกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น เนื่องจากปัจจุบันได้เกิดกระแสบิ๊กไบค์มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทางร้านได้เล็งเห็นช่องว่างทางการตลาดในจังหวัดชัยนาทที่ยังไม่มีร้านใดนำหมวกกันน็อคทรง Full Face (รูปแบบหมวกกันน็อคแบบเดียวกับที่นักแข่งรถจักรยานยนต์ทางเรียบใช้ในการแข่งขันในสนาม) มาจำหน่าย ซึ่งเลือกแบรนด์ที่มีคุณภาพ ได้รับมาตรฐาน มอก. และมาตรฐานสากล ราคาอยู่ในระดับกลาง (ราคาใบละ 1,900-3,400 บาท) พร้อมทั้งเพิ่มช่องทาง การเข้าถึงลูกค้า กลุ่มวัยรุ่น โดยการสร้าง Facebook Page ของร้านขึ้นมา ควบคู่ไปด้วย

ภาพที่ 2.1: หมวกกันน็อคทรง Full Face แบรนด์ Real Helmet



ที่มา: Real Helmets. (2018). *Full Face*. Retrieved from <http://www.real-helmets.com/2014/index.php>

Phase 2

ขยายกลุ่มลูกค้าที่เป็นช่าง ที่เปิดร้านขนาดเล็ก-ขนาดใหญ่ เนื่องจากในปัจจุบันช่างที่มาซื้อของที่ร้าน ยังมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับคู่แข่ง เพราะกลยุทธ์เดิมที่วางไว้ส่วนใหญ่จะเน้นจำหน่ายอะไหล่ให้ลูกค้าในราคาปลีก มีราคาส่งแต่ก็จะแพงกว่าร้านคู่แข่งที่เน้นจำหน่ายอะไหล่ราคาส่งมากกว่า

Phase 3

ดำเนินการต่อเนื่องจากเป้าหมายระยะสั้น เพิ่มการปรับปรุงระบบสมาชิกให้มีความทันสมัย ข้อมูลถูกต้องแม่นยำ สามารถนำข้อมูลการซื้อขายอะไหล่และการใช้บริการของลูกค้ามาวิเคราะห์ หาแนวทางของแผนธุรกิจในอนาคตได้ เนื่องจากระบบสมาชิกที่ใช้ก่อนหน้านี้ จะเป็นสมุดเล่มเล็ก ที่เอาไว้วางขายต่อชื่อของลูกค้า เพื่อสะสมยอดแรกของสมมนาคุณฟรี ตามเงื่อนไขที่กำหนด

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

Phase 1

ขยายสาขาและจุดให้บริการเพิ่มในต่างอำเภอที่มีขนาดใหญ่ๆ ในจังหวัดชัยนาท

2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้

2.1.1 การค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1.1 ความหมายสินค้าคงคลัง (Inventory)

สินค้าคงคลัง หมายถึง ทรัพยากรที่จัดเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนอย่างหนึ่งของธุรกิจ ซึ่งมีไว้เพื่อขายหรือผลิต เช่น สินค้าสำเร็จรูปเก็บไว้ในคลังรอการนำออกขายหรือสินค้าที่อยู่ในกระบวนการผลิต วัตถุดิบที่รอการแปรรูปเป็นสินค้า อะไหล่ที่รอการเบิกจ่าย เป็นต้น (เกศินี วิฑูรชาติ, ศลิษา ภมรสติธย์ และจักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา, 2546)

สินค้าคงคลังถือได้ว่าเป็นสินทรัพย์ซึ่งมีมูลค่าสูงของธุรกิจที่ให้ทั้งประโยชน์และโทษ ประโยชน์คือการมีสินค้าเตรียมไว้ขายให้ลูกค้าตลอดเวลาเมื่อลูกค้าต้องการทำให้การผลิตไม่หยุดชะงัก ส่วนโทษคือมีผลทำให้ขาดสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากมีสินค้าคงคลังมากเกินไปเกิดผลขาดทุนเพราะสินค้าคงคลังเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนที่สูงกว่ารายได้ (อมรศิริ ดิสสร, 2550)

2.1.1.2 ต้นทุนการบริหารสินค้าคงคลัง

เนื่องจากแต่ละกิจการอยู่ในสถานการณ์ที่ต่างกัน ดังนั้นจึงควรพิจารณาต้นทุนด้านโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นในกิจการของตนและพยายามที่จะทำให้ต้นทุนต่ำที่สุด โดยสามารถรักษาระดับของการให้บริการลูกค้าไว้ Douglas (1975) ได้กล่าวไว้ว่าต้นทุนการบริหารสินค้าคงคลังเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนด้านโลจิสติกส์ที่กิจการควรให้ความสำคัญ โดยจำแนกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ต้นทุนของเงินทุน (Capital Cost)

ต้นทุนของเงินทุนจากการมีสินค้าคงคลังเก็บไว้ทำให้เงินทุนส่วนหนึ่งต้องจมอยู่กับสินค้าโดยที่ไม่สามารถนำไปใช้ในกิจกรรมอื่นได้ ซึ่งถือเป็นต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินทุน (Opportunity Cost of

Capital) โดยเงินทุนส่วนนี้อาจมาจากแหล่งเงินทุนภายในกิจการหรือภายนอกกิจการ เช่น เงินกู้ยืมธนาคารหรือเงินทุนที่ได้จากการออกหุ้นสามัญ เป็นต้น ซึ่งอัตราที่ใช้พิจารณาค่าเสียโอกาสดังกล่าวควรเป็นอัตราที่สะท้อนต้นทุนของเงิน (Cost of Money) ที่กิจการลงทุนไปใน สินค้าคงคลัง ดังนั้นแต่ละกิจการต้องพิจารณาอัตราที่เหมาะสม เพื่อที่ว่า การเก็บสินค้า คงคลังไว้เป็นจำนวน มากเกินไปจะไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการแต่อย่างใด

2. ต้นทุนด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าคงคลัง (Inventory Service Costs)

ต้นทุนด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าคงคลังประกอบด้วยค่าประกันภัยทั้งในด้านอัคคีภัยและการโจรกรรมทรัพย์สินที่เป็นสินค้าคงคลังและภาษีในการถือครองทรัพย์สินส่วนบุคคล (Personal Property Taxes) ซึ่งทรัพย์สินในที่นี้คือสินค้าคงคลัง ส่วนค่าประกันภัยจะไม่แปรผันตามระดับปริมาณของสินค้าคงคลังมากนักเนื่องจากค่าประกันภัยจะคิดจากมูลค่าของสินค้าที่กำหนดไว้แน่นอนในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งควรมีการแก้ไขกรรมธรรม์ประกันภัยเป็นช่วงๆ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงระดับของสินค้าคงคลังเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการคำนวณต้นทุนด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าคงคลังในแต่ละปีจะประมาณตัวเลขโดยใช้ต้นทุนจริงของภาษีและค่าประกันภัยที่เกิดขึ้นในรอบปีที่ผ่านมา โดยคำนวณเป็นร้อยละเทียบกับมูลค่าของสินค้าคงคลัง ในกรณีที่มีการทำงานประมาณ สำหรับปีต่อไป จะใช้ร้อยละของต้นทุนในปีที่ผ่านมาเพื่อประมาณของปีต่อไปเนื่องจากสัดส่วนของต้นทุนประเภทนี้ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนักในแต่ละปี

3. ต้นทุนการเก็บรักษา (Carrying Costs)

ต้นทุนการเก็บรักษาเป็นค่าใช้จ่ายในการดูแลเก็บรักษาสินค้าคงคลังให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์พร้อมใช้งานได้ทันที ซึ่งขึ้นกับปริมาณสินค้าคงคลังและระยะเวลาที่เก็บรักษา

4. ต้นทุนความเสี่ยงที่เกิดจากสินค้าคงคลัง (Inventory Risk Costs)

ต้นทุนของความเสี่ยงที่เกิดจากสินค้าคงคลัง หมายถึง ต้นทุนที่เกิดจากความเสี่ยงในการเก็บสินค้าคงคลังไว้ แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

- 1) ต้นทุนสินค้าเสื่อม (Obsolescence) เกิดขึ้นเนื่องจากสินค้าไม่สามารถขายได้ในราคาปกติอีกต่อไป ซึ่งจริงๆ แล้วคือต้นทุนที่เกิดจากการถือสินค้าคงคลังนั้นไว้เกินช่วงอายุที่สามารถใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ (Useful Life) ต้นทุนสินค้าเสื่อมคุณภาพคำนวณได้จากผลต่างระหว่างราคาสินค้าปกติลบด้วยมูลค่าซาก (Salvage Value) ของสินค้านั้น หรือราคาเต็มของสินค้าลบด้วยราคาที่กำจัดสินค้านั้นออกไป ทั้งนี้ต้นทุนสินค้าเสื่อมจะรวมไว้ในต้นทุนสินค้าที่ผลิตหรือต้นทุนสินค้าขายแทนที่จะแยกออกมาต่างหากในงบกำไรขาดทุน

2) ต้นทุนสินค้าเสียหาย (Damage Costs) ต้นทุนส่วนนี้เป็นต้นทุนของความเสียหายที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่งสินค้า ในกรณีที่มีการใช้คลังสินค้าสาธารณะ ค่าเสียหายส่วนนี้สามารถขอคืนได้จากผู้จัดการคลังสินค้าในกรณีที่มีการเสียหายเกินกว่าที่ได้ตกลงกันไว้ซึ่งต้นทุนสินค้าเสียหายจำนวนนี้คือต้นทุนสุทธิหลังจากที่ขอคืนเงินได้บางส่วน

3) ต้นทุนสินค้าหดหาย (Shrinkage Costs) สินค้าหดหายในที่นี้รวมถึงสินค้าสูญหายและสินค้าหดตัวเนื่องจากน้ำหนักหรือปริมาตรลดลง สินค้าหดตัวสามารถเกิดได้จากการขนส่งสินค้าทางการเกษตร เช่น แร่ธาตุ น้ำมัน เป็นต้น ซึ่งน้ำหนักของสินค้าเหล่านี้ส่วนหนึ่งจะหดตัวไปหรือระเหยไประหว่างการขนส่ง

4) ต้นทุนการย้ายสถานที่ (Relocation Costs) ต้นทุนของการย้ายสถานที่ที่เกิดขึ้นเมื่อมีการย้ายสินค้าจากคลังสินค้าแห่งหนึ่งไปยังคลังสินค้าอีกแห่งหนึ่งเพื่อลดปัญหาความเสี่ยงของสินค้า

2.1.1.3 ประโยชน์ของการบริหารสินค้าคงคลัง

การบริหารสินค้าคงคลังมีประโยชน์ต่อกิจการในการจัดเตรียมสินค้าไว้ตอบสนองลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาทั้งในและนอกฤดูกาล มีผลต่อการรักษากระบวนการผลิตให้สามารถดำเนินงานต่อเนื่องในอัตราคงที่สม่ำเสมอ ช่วยในการรักษาระดับการว่าจ้างแรงงาน ป้องกันสินค้าขาดสต็อกและผลกระทบสำคัญที่สุดของกิจการนั้นคือความสามารถในการทำกำไร

2.1.1.4 การควบคุมสินค้าคงคลัง

การควบคุมสินค้าคงคลังมีความสำคัญ โดยผู้บริหาร กิจการต้องจัดให้มีการลงบันทึกบัญชีสินค้าแต่ละชนิด เพื่อให้ข้อมูลที่ได้แสดงปริมาณสินค้าตรงกับผลที่ได้จากการตรวจนับได้จริง ซึ่งการควบคุมสินค้าคงคลังสามารถทำได้ 3 ระบบ คือ ระบบการตรวจนับสินค้าคงคลังแบบต่อเนื่อง ระบบการตรวจนับสินค้าคงคลังเมื่อสิ้นงวดบัญชี และระบบการจำแนกสินค้าคงคลังเป็นหมวดเอบีซี (ABC)

1. ระบบการตรวจนับสินค้าคงคลังแบบต่อเนื่อง (Perpetual Inventory System)

เป็นระบบการบันทึกบัญชีทุกครั้ง ที่มีการรับหรือจ่ายสินค้าคงคลัง ผู้บริหารสามารถทราบยอดสินค้าคงคลังได้ตลอดเวลา ทำให้ไม่เกิดสินค้าขาดมือ และสามารถวางแผนเกี่ยวกับส่วนลด ที่ได้รับจากการสั่งซื้อปริมาณมากได้ แต่ระบบนี้จะมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับงานด้านเอกสารค่อนข้างสูง โดยปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานด้านบัญชี เช่น คอมพิวเตอร์ การใช้รหัสแท่ง (Bar Code) หรือรหัสสากลสำหรับผลิตภัณฑ์ (Universal Product Code: UPC) ปิดลงบนสินค้าแล้วใช้เครื่องสแกนสัญญาณเลเซอร์อ่านรหัส (Laser Scan) และ อาร์เอฟไอดี (RFID) เป็นต้น

2. ระบบการตรวจนับสินค้าคงคลังเมื่อสิ้นงวดบัญชี (Periodic Inventory System)

เป็นระบบการบันทึกบัญชีสินค้าคงคลังเฉพาะช่วงเวลาที่กำหนดเท่านั้น เช่น เมื่อมีการตรวจนับ ณ วันสิ้นงวด เช่น ทุกวันศุกร์ของสัปดาห์ หรือทุกวันสิ้นเดือน เป็นต้น ซึ่งระบบนี้เหมาะกับสินค้าที่มีการสั่งซื้อหรือเบิกใช้ในเวลาที่แน่นอนสำหรับระบบนี้ใช้เวลาและมีค่าใช้จ่ายในการควบคุมน้อยงานเกี่ยวกับเอกสารมีน้อย ลดค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อต่ำลง แต่ผู้บริหารกิจการไม่สามารถทราบมูลค่าสินค้าคงคลังได้ตลอดเวลาที่ต้องการ

เมื่อกิจการสามารถเลือกใช้ระบบการควบคุมสินค้าคงคลังได้อย่างเหมาะสมแล้วผู้บริหารกิจการควรต้องทราบมูลค่าสินค้าคงคลังที่เป็นตัวเงินเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการตัดสินใจต่อไปได้อย่างถูกต้องตามความเป็นจริง

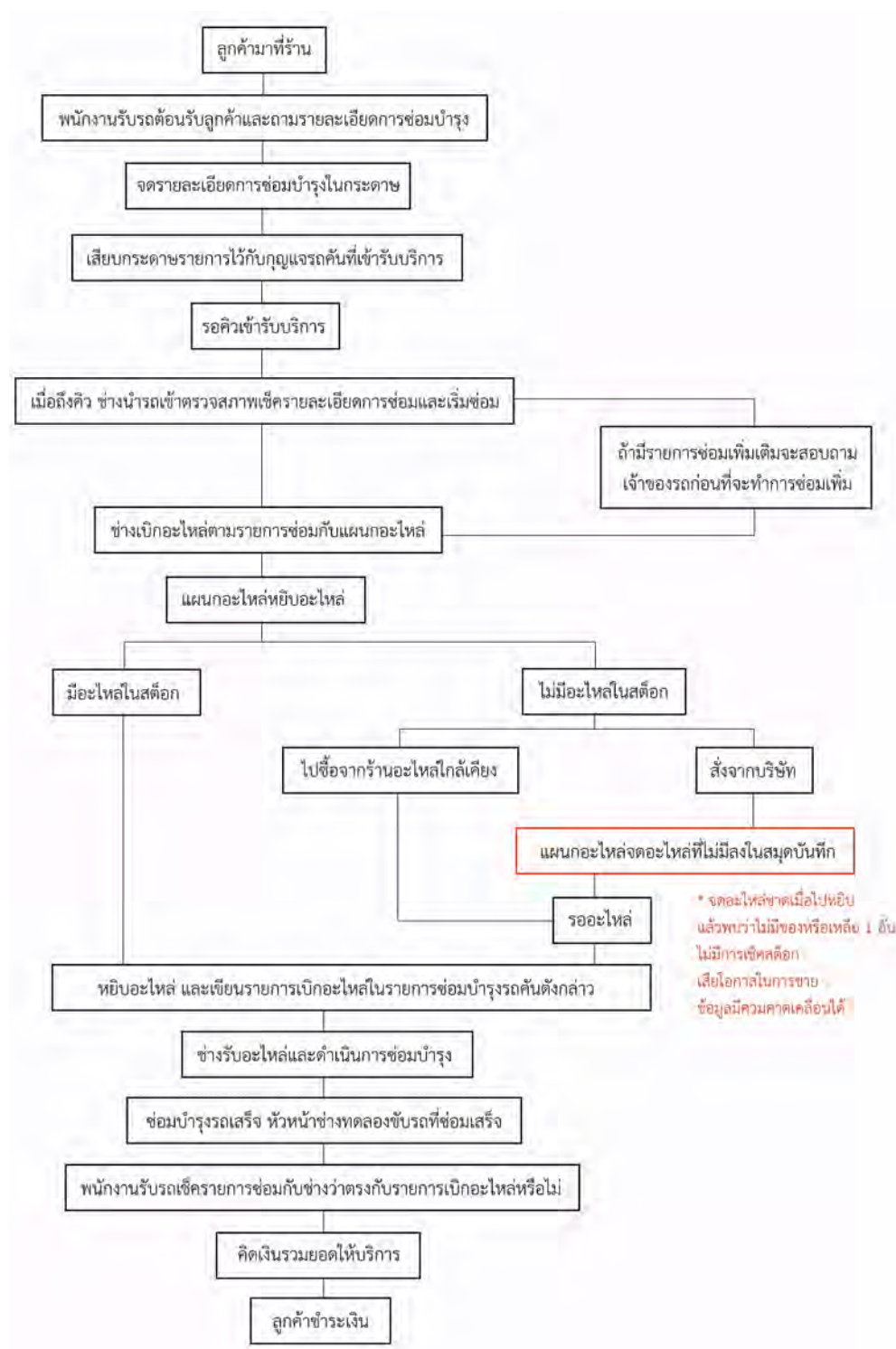
2.1.2 ข้อมูลจากการทำวิจัย

เก็บข้อมูลผลการดำเนินงานของกิจการด้านการหมุนเวียนของอะไหล่รถจักรยานยนต์ในร้านภัทรลักษณ์กลการในระบบเดิมที่เคยดำเนินงานมา

2.1.2.1 การเคลื่อนไหวของอะไหล่ในสถานการณ์ต่างๆ

สถานการณ์ที่ 1 : แผนกบริการซ่อมและบำรุงรักษา

ภาพที่ 2.2: แสดงสถานการณ์ของแผนกบริการซ่อมและบำรุงรักษา

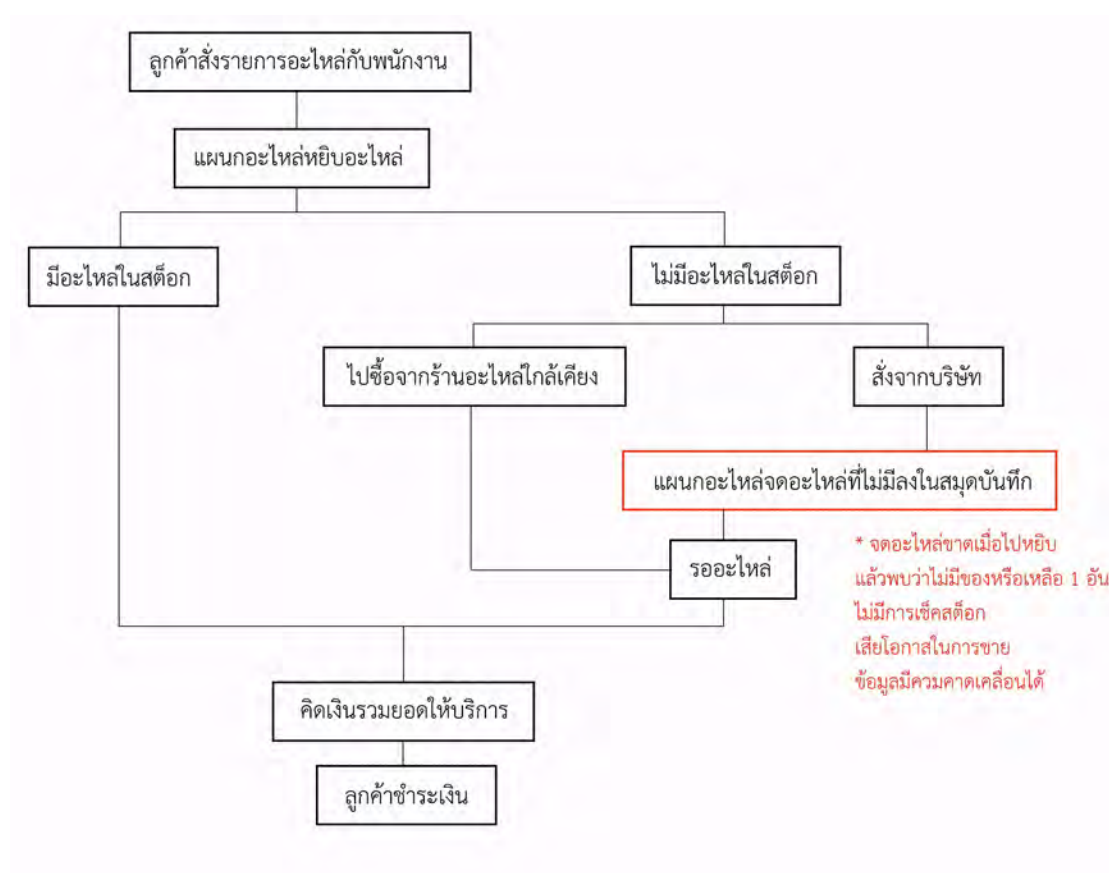


ปัญหาที่พบจากสถานการณ์ที่ 1 : แผนกบริการซ่อมและบำรุงรักษา

จตอะไหล่ขาดเมื่อไปหยิบแล้วพบว่าไม่มีของหรือเหลือ 1 อัน ไม่มีการเช็คสต็อก เสียโอกาสในการขาย ข้อมูลมีความคลาดเคลื่อนได้

สถานการณ์ที่ 2 : หยิบอะไหล่เพื่อจำหน่าย

ภาพที่ 2.3: แสดงสถานการณ์ของการหยิบอะไหล่เพื่อจำหน่าย

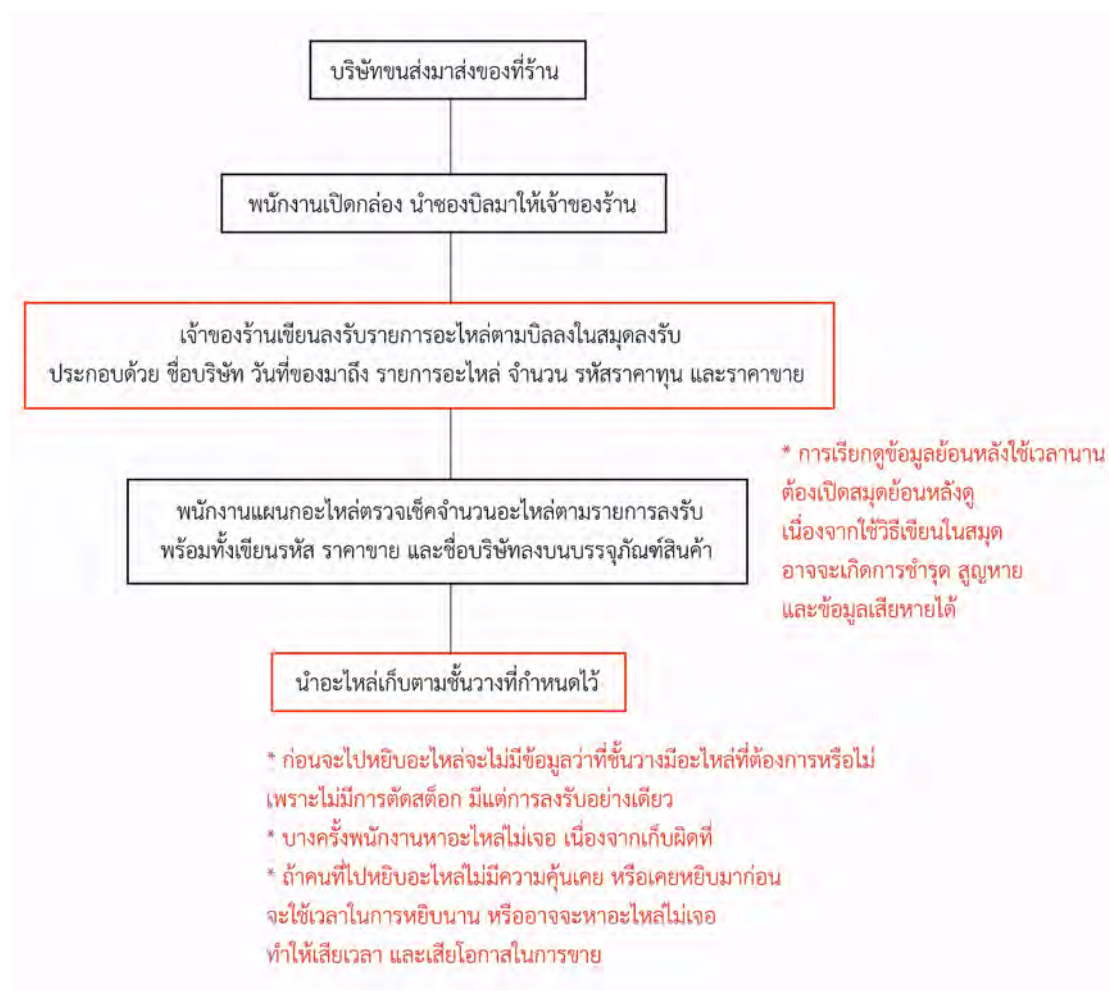


ปัญหาที่พบจากสถานการณ์ที่ 2 : หยิบอะไหล่เพื่อจำหน่าย

จตอะไหล่ขาดเมื่อไปหยิบแล้วพบว่าไม่มีของหรือเหลือ 1 อัน ไม่มีการเช็คสต็อก เสียโอกาสในการขาย ข้อมูลมีความคลาดเคลื่อนได้

สถานการณ์ที่ 3 : การลงรับอะไหล่ใหม่ที่สั่งมา

ภาพที่ 2.4: แสดงสถานการณ์ของการลงรับอะไหล่ใหม่ที่สั่งมา

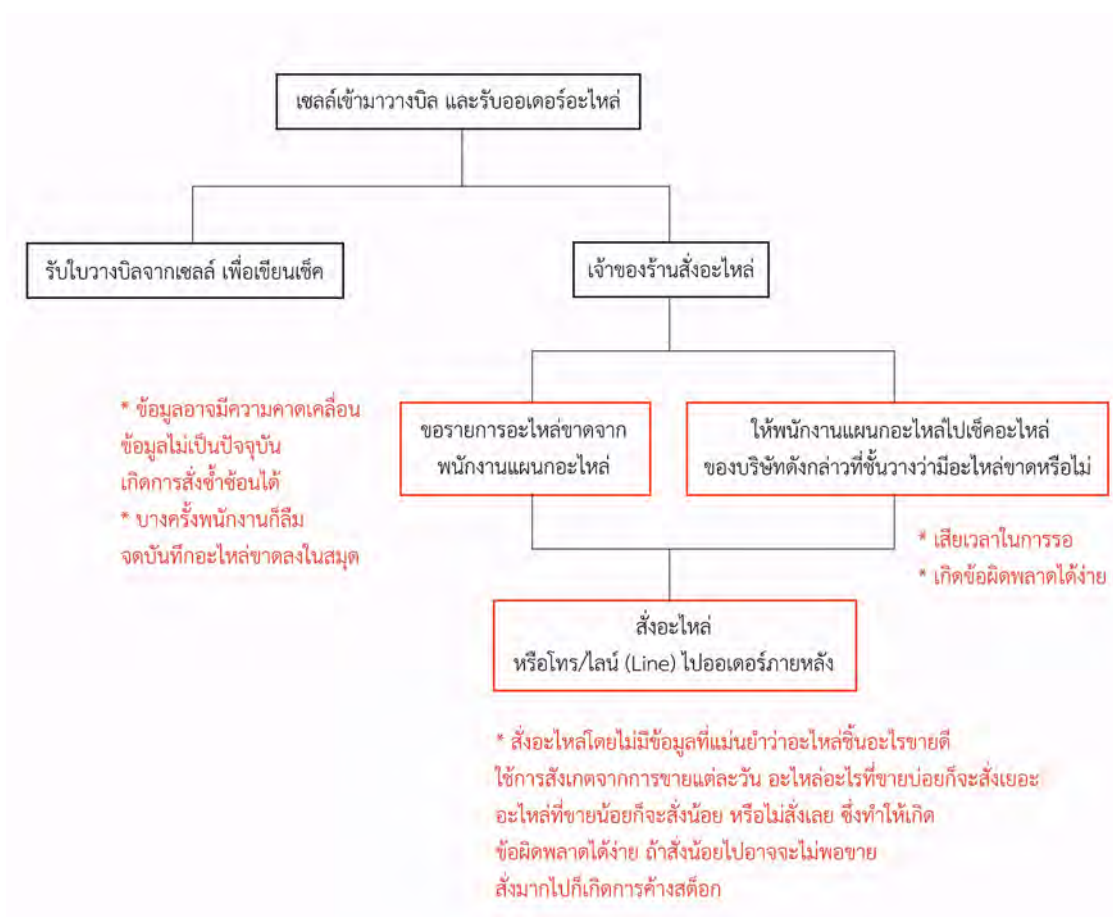


ปัญหาที่พบสถานการณ์ที่ 3 : การลงรับอะไหล่ใหม่ที่สั่งมา

- การเรียกดูข้อมูลย้อนหลังใช้เวลานาน ต้องเปิดสมุดย้อนหลังดู เนื่องจากใช้วิธีเขียนในสมุด อาจเกิดการซ้ำชุด สูญหาย และข้อมูลเสียหายได้
- ก่อนจะไปหยิบอะไหล่จะไม่มีข้อมูลว่าที่ชั้นวางมีอะไหล่ที่ต้องการหรือไม่ เพราะไม่มีการติดสต็อก มีแต่การลงรับอย่างเดียว
- บางครั้งพนักงานหาอะไหล่ไม่เจอ เนื่องจากเก็บผิดที่
- ถ้าคนที่ไปหยิบอะไหล่ไม่มีความคุ้นเคย หรือเคยหยิบมาก่อน จะใช้เวลาในการหยิบนานหรืออาจจะหาอะไหล่ไม่เจอ ทำให้เสียเวลา และเสียโอกาสในการขาย

สถานการณ์ที่ 4 : การสั่งอะไหล่

ภาพที่ 2.5: แสดงสถานการณ์ของการลงรับอะไหล่ใหม่ที่สั่งมา



ปัญหาที่พบสถานการณ์ที่ 4 : การสั่งอะไหล่

- ข้อมูลอาจมีความคลาดเคลื่อน ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน เกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย
- บางครั้งพนักงานก็ลืมจดบันทึกอะไหล่ขาดลงในสมุด
- เสียเวลาในการรอ
- เกิดการสั่งซ้ำซ้อนได้
- สั่งอะไหล่โดยไม่มีข้อมูลที่แม่นยำว่าอะไหล่ชิ้นอะไรขาด ใช้การสังเกตจากการขายแต่ละวัน

อะไหล่อะไรที่ขายบ่อยก็จะสั่งมาก อะไหล่ที่ขายน้อยก็จะสั่งน้อย หรือไม่สั่งเลย ซึ่งทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย ถ้าสั่งน้อยไปอาจจะไม่พอขาย สั่งมากไปก็เกิดการค้างสต็อก

2.1.2.2 ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560

รายการขายอะไหล่ของเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560 โดยจำแนกอะไหล่ตามหมวดอะไหล่ทั้งหมด 24 ประเภท ดังนี้

- 1.) อะไหล่หมวดระบบเครื่องยนต์
- 2.) อะไหล่หมวดระบบไฟแสงสว่าง
- 3.) อะไหล่หมวดระบบไฟชาร์จ
- 4.) อะไหล่หมวดระบบบังคับเลี้ยว
- 5.) อะไหล่หมวดระบบห้ามล้อ
- 6.) อะไหล่หมวดระบบกันสะเทือน และรองรับน้ำหนัก
- 7.) อะไหล่หมวดระบบหล่อลื่น
- 8.) อะไหล่หมวดระบบระบบน้ำมันเชื้อเพลิง
- 9.) อะไหล่หมวดระบบระบบจุดระเบิด
- 10.) อะไหล่หมวดระบบสตาร์ท
- 11.) อะไหล่หมวดระบบส่งกำลังและขับเคลื่อน
- 12.) อะไหล่หมวดระบบระบายความร้อน
- 13.) อะไหล่หมวดชิ้นส่วนพลาสติกสี
- 14.) อะไหล่หมวดสติ๊กเกอร์
- 15.) อะไหล่หมวดอุปกรณ์เสริมเพื่ออำนวยความสะดวก
- 16.) อะไหล่หมวดอุปกรณ์เสริมเพื่อความปลอดภัย
- 17.) อะไหล่หมวดซีล
- 18.) อะไหล่หมวดโอรัง
- 19.) อะไหล่หมวดลูกปืน
- 20.) อะไหล่หมวดน็อต
- 21.) อะไหล่หมวดผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและทำความสะอาด
- 22.) อะไหล่หมวดเครื่องมือ และอุปกรณ์เสริม

23.) อะไหล่หมวดหมวกกันน็อค+อุปกรณ์เสริมหมวก

24.) อะไหล่หมวดอะไหล่ตกแต่ง

จากการเก็บข้อมูลในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560 จำหน่ายอะไหล่ทั้งสิ้น 972 รายการ
ดังที่จะแสดงรายละเอียดของอะไหล่ทั้งหมดในส่วนของภาคผนวก



จากข้อมูลจะแสดงให้เห็นการหมุนเวียนของอะไหล่แต่ละชนิดตั้งแต่ร้อยละน้อยจนถึงมาก เนื่องจากข้อมูลเกี่ยวกับอะไหล่ที่มีความซับซ้อนมากเพราะอะไหล่มีความหลากหลาย จึงจำเป็นต้องตั้งเกณฑ์ขึ้นมา เพื่อเลือกตัวอย่างข้อมูลนำมาวิเคราะห์ต่อ โดยหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกคือเลือกอะไหล่ที่มีการจำหน่ายมากกว่า 12 ชิ้นต่อเดือนจากอะไหล่แต่ละประเภท ทำให้สามารถเลือกอะไหล่มาวิเคราะห์ต่อได้ทั้งหมด 11 รายการ ดังนี้

ตารางที่ 2.1: รายการจำหน่ายอะไหล่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560

รายการอะไหล่	ราคาต้นทุน/ชิ้น	ราคาขาย	จำนวนขาย	ยอดขาย
หลอดไฟท้าย 12v	15	40	19	760
หลอดไฟหน้า Stanley	20	50	37	1,850
แบตเตอรี่ Egle Wave	230	380	14	5,320
ผ้าเบรคหลัง Honda	38	120	27	3,240
น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L	90	150	22	3,300
น้ำมันเฟืองท้าย Castrol	38	60	27	1,620
น้ำมันเครื่อง Castrol Active 0.8 L	88	120	37	4,440
น้ำมันเครื่อง Castrol Power1 0.8 L	114	140	44	6,160
น็อตหัวแฉก No.8	1	2	18	36
น็อตซาลาเปา	2.5	5	20	100
กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	55	120	14	1,680
				<u>28,506</u>

นำรายการอะไหล่ที่เลือกแล้วมาวิเคราะห์ต่อในเรื่องต่างๆ ดังที่จะแสดงในหัวข้อถัดไป

2.1.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุน

ปัจจุบันทางร้านภัทรลักษณ์กลการ มีการสั่งซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์จากบริษัทต่างๆ มาจำหน่าย ซึ่งราคาต้นทุนในการสั่งซื้อแต่ละชนิดในแต่ละครั้งส่วนใหญ่จะเท่าเดิม ยกเว้นในกรณีที่ได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจ ก็จะทำให้มีการปรับเปลี่ยนราคาอะไหล่จากบริษัทต่างๆ ซึ่งนานๆ ที่ ถึงจะเกิดขึ้นสักครั้ง หรือมีบริษัทใหม่ๆ มาเสนอราคาอะไหล่ที่ถูกกว่าบริษัทเดิม ทำให้ทางร้านไม่ได้มีปัญหาเกี่ยวกับเรื่องต้นทุนค่าอะไหล่ชนิดเดียวกันไม่เท่ากัน แต่จะประสบปัญหาจากการสั่งซื้ออะไหล่ต่อเนื่องในจำนวนที่มากเกินไป เนื่องจากที่ร้านไม่มีการทำระบบสต็อกสินค้า ทำให้ไม่มีข้อมูลการขายอะไหล่ ต้นทุน ยอดขาย และกำไรที่ชัดเจน ซึ่งก่อนการทำวิจัยทางร้านใช้วิธีการสั่งซื้ออะไหล่จากการคาดการณ์คร่าวๆ หรือดูจากจำนวนอะไหล่ที่ขึ้นวาง ทำให้ในบางครั้งเกิดการสั่งซื้ออะไหล่ที่มากเกินไปไม่สัมพันธ์กับแนวโน้มของยอดขายที่คาดว่าจะขายได้ในแต่ละเดือน ด้วยเหตุนี้ทำให้ส่งผลกระทบกับต้นทุนและกำไรในแต่ละเดือน

จากการเก็บข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560 ทำให้ทราบถึงข้อมูลการหมุนเวียนของอะไหล่ภายในร้าน และเลือกข้อมูลอะไหล่ที่มีการจำหน่ายมากกว่า 12 ชิ้นภายในระยะเวลา 1 เดือน แล้วนำมาวิเคราะห์เกี่ยวกับเรื่องดังต่อไปนี้
(รายการอะไหล่ทั้งหมดที่จำหน่ายในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560 จะแสดงอยู่ในภาคผนวก)

1.) ข้อมูลการสั่งซื้ออะไหล่ก่อนการทำวิจัยเก็บข้อมูล

ตารางที่ 2.2: แสดงข้อมูลการสั่งซื้ออะไหล่ก่อนการทำวิจัยเก็บข้อมูล

รายการอะไหล่	ลักษณะการสั่ง	จำนวนสั่งซื้อ	ราคาต้นทุน/ชิ้น	ต้นทุนซื้อ
หลอดไฟท้าย 12v	สั่งทุก 2 เดือน	50	15	750
หลอดไฟหน้า Stanley	สั่งทุก 2 เดือน	100	20	2,000
แบตเตอรี่ Egle Wave	สั่งทุกเดือน	50	230	11,500
ผ้าเบรคหลัง Honda	สั่งทุกเดือน	30	38	1,140
น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L	สั่งทุกเดือน	60	90	5,400

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ): แสดงข้อมูลการสั่งซื้ออะไหล่ก่อนการท่วิจัยเก็บข้อมูล

รายการอะไหล่	ลักษณะการสั่ง	จำนวนสั่งซื้อ	ราคาต้นทุน/ชิ้น	ต้นทุนซื้อ
น้ำมันเฟืองท้าย Castrol	สั่งทุกเดือน	84	38	3,192
น้ำมันเครื่อง Castrol Active 0.8 L	สั่งทุกเดือน	72	88	6,336
น้ำมันเครื่อง Castrol Power1 0.8 L	สั่งทุกเดือน	60	114	6,840
น็อตหัวแฉก No.8	สั่งทุก 3 เดือน	100	1	100
น็อตซาลาเปา	สั่งทุก 3 เดือน	100	2.5	250
กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	สั่งทุกเดือน	30	55	1,650
ต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่				<u>39,158</u>

2.) ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ ระยะเวลา 3 เดือน (เดือนกรกฎาคม - เดือนกันยายน พ.ศ.2560)

ในส่วนนี้จะแสดงตารางข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ของแต่ละเดือน ภายใต้เงื่อนไขลักษณะการสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม ซึ่งเป็นลักษณะการสั่งซื้อก่อนที่จะทำการวิจัย ดังที่แสดงในตารางก่อนหน้านี้

• ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกรกฎาคม

ตารางที่ 2.3: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกรกฎาคม

ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกรกฎาคม							
รายการอะไหล่	จำนวน ในสต็อก	ต้นทุน ซื้อ	ราคาต้นทุน ต่อชิ้น	ต้นทุน ขาย	ราคา ขาย	จำนวน ขาย	ยอด ขาย
หลอดไฟท้าย 12v	50	750	15	285	40	19	760
หลอดไฟหน้า Stanley	100	2,000	20	740	50	37	1,850
แบตเตอรี่ Egle Wave	50	11,500	230	3,220	380	14	5,320

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.3 (ต่อ): แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกรกฎาคม

รายการอะไหล่	จำนวน ในสต็อก	ต้นทุน ซื้อ	ราคาคืนทุน ต่อชิ้น	ต้นทุน ขาย	ราคา ขาย	จำนวน ขาย	ยอด ขาย
ผ้าเบรคหลัง Honda	30	1,140	38	1,026	120	27	3,240
น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L	60	5,400	90	1,980	150	22	3,300
น้ำมันเฟืองท้าย Castrol	84	3,192	38	1,026	60	27	1,620
น้ำมันเครื่อง Castrol Active 0.8 L	72	6,336	88	3,256	120	37	4,440
น้ำมันเครื่อง Castrol Power1 0.8 L	60	6,840	114	5,016	140	44	6,160
น็อตหัวแฉก No.8	100	100	1	18	2	18	36
น็อตซาลาเปา	100	250	2.5	50	5	20	100
กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	30	1,650	55	770	120	14	1,680
		<u>39,158</u>		<u>17,387</u>			<u>28,506</u>

จากตารางจะเห็นว่าต้นทุนซื้อเดือนกรกฎาคม คือ 39,158 บาท และมียอดขาย 28,506 บาท

- ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนสิงหาคม

ตารางที่ 2.4: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนสิงหาคม

ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนสิงหาคม									
รายการอะไหล่	ยกมา	สั่งซื้อ เพิ่ม	ต้นทุน ซื้อ	จำนวน ใน สต็อก	ราคา ต้นทุน ต่อชิ้น	ต้นทุน ขาย	ราคา ขาย	จำนวน ขาย	ยอด ขาย
หลอดไฟท้าย 12v	31	0	0	31	15	225	40	15	600
หลอดไฟหน้า Stanley	63	0	0	63	20	840	50	42	2,100
แบตเตอรี่ Egle Wave	36	50	11,500	86	230	3,680	380	16	6,080
ผ้าเบรคหลัง Honda	3	30	1,140	33	38	1,140	120	30	3,600

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.4 (ต่อ): แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนสิงหาคม

รายการอะไหล่	ยกมา	สั่งซื้อ เพิ่ม	ต้นทุน ซื้อ	จำนวน ใน สต็อก	ราคา ต้นทุน ต่อชิ้น	ต้นทุน ขาย	ราคา ขาย	จำนวน ขาย	ยอด ขาย
น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L	38	60	5,400	98	90	1,710	150	19	2,850
น้ำมันเฟืองท้าย Castrol	57	84	3,192	141	38	950	60	25	1,500
น้ำมันเครื่อง Castrol Active 0.8 L	35	72	6,336	107	88	3,344	120	38	4,560
น้ำมันเครื่อง Castrol Power1 0.8 L	16	60	6,840	76	114	4,560	140	40	5,600
น็อตหัวแฉก No.8	82	0	0	82	1	10	2	10	20
น็อตซาลาเปา	80	0	0	80	2.5	75	5	30	150
กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	16	30	1,650	46	55	1,100	120	20	2,400
			<u>36,058</u>			<u>17,634</u>			<u>29,460</u>

จากตารางจะเห็นได้ว่าต้นทุนซื้อเดือนสิงหาคม คือ 36,058 บาท และมียอดขาย 29,460 บาท

- ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกันยายน

ตารางที่ 2.5: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกันยายน

ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกันยายน									
รายการอะไหล่	ยกมา	สั่งซื้อ เพิ่ม	ต้นทุน ซื้อ	จำนวน ใน สต็อก	ราคา ต้นทุน ต่อชิ้น	ต้นทุน ขาย	ราคา ขาย	จำนวน ขาย	ยอด ขาย
หลอดไฟท้าย 12v	16	50	750	66	15	270	40	18	720
หลอดไฟหน้า Stanley	21	100	2,000	121	20	780	50	39	1,950
แบตเตอรี่ Egle Wave	70	50	11,500	120	230	4,600	380	20	7,600
ผ้าเบรคหลัง Honda	3	30	1,140	33	38	950	120	25	3,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.5 (ต่อ): แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกันยายน

รายการอะไหล่	ยกมา	สั่งซื้อ เพิ่ม	ต้นทุน ซื้อ	จำนวน ใน สต็อก	ราคา ต้นทุน ต่อชิ้น	ต้นทุน ขาย	ราคา ขาย	จำนวน ขาย	ยอด ขาย
น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L	79	60	5,400	139	90	2,160	150	24	3,600
น้ำมันเฟืองท้าย Castrol	116	84	3,192	200	38	1,140	60	30	1,800
น้ำมันเครื่อง Castrol Active 0.8 L	69	72	6,336	141	88	3,520	120	40	4,800
น้ำมันเครื่อง Castrol Power1 0.8 L	36	60	6,840	96	114	4,446	140	39	5,460
น็อตหัวแฉก No.8	72	0	0	72	1	22	2	22	44
น็อตซาลาเปา	50	0	0	50	2.5	60	5	24	120
กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	26	30	1,650	56	55	990	120	18	2,160
			<u>38,808</u>			<u>18,938</u>			<u>31,254</u>

จากตารางจะเห็นได้ว่าต้นทุนซื้อเดือนกันยายน คือ 38,808 บาท และมียอดขาย 31,254 บาท

- สรุปต้นทุนซื้อและยอดขายในแต่ละเดือน

ตารางที่ 2.6: แสดงการสรุปต้นทุนซื้อและยอดขายในแต่ละเดือน

เดือน	ต้นทุนซื้อ	ยอดขาย	กำไร / (ขาดทุน)
กรกฎาคม	39,158	28,506	(10,652)
สิงหาคม	36,058	29,460	(6,598)
กันยายน	38,808	31,254	(7,554)

จากการเก็บข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าทางร้านมีต้นทุนในการสั่งซื้ออะไหล่ที่สูงมากกว่ายอดขาย ที่จำหน่ายได้ในแต่ละเดือน เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดอะไหล่ค้างสต็อกและต้นทุนจม ต้องใช้รายได้จากส่วนอื่นๆ มาเป็นเงินหมุนเวียนในส่วนนี้ด้วย ซึ่งอาจจะทำให้ธุรกิจขาดสภาพคล่องได้

ดังนั้น จึงควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาเป็นแนวทางในการการสั่งซื้ออะไหล่ให้สัมพันธ์กับ
ยอดขาย

3.) การวิเคราะห์และการคาดการณ์แนวโน้มในการสั่งซื้ออะไหล่ที่เหมาะสม

ตารางที่ 2.7: แสดงการคาดการณ์แนวโน้มในการสั่งซื้ออะไหล่ที่เหมาะสม

รายการอะไหล่	ลักษณะการสั่งซื้อ แบบเดิม	จำนวนการสั่งซื้อ แบบเดิม	ปรับเปลี่ยนการสั่งซื้อ แบบใหม่
หลอดไฟท้าย 12v	สั่งทุก 2 เดือน	(5 กล่อง) 50 หลอด	ลดเหลือ 40
หลอดไฟหน้า Stanley	สั่งทุก 2 เดือน	(10 กล่อง) 100 หลอด	ลดเหลือ 80
แบตเตอรี่ Egle Wave	สั่งทุกเดือน	(5 ลัง) 50 ลูก	ลดเหลือ 30
ผ้าเบรคหลัง Honda	สั่งทุกเดือน	30 คู่	สั่งแบบเดิม
น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L	สั่งทุกเดือน	(5 ลัง) 60 กระป๋อง	ลดเหลือ 24 กระป๋อง
น้ำมันเฟืองท้าย Castrol	สั่งทุกเดือน	84 อัน	ลดเหลือ 36 อัน
น้ำมันเครื่อง Castrol Active 0.8 L	สั่งทุกเดือน	(6 ลัง) 72 กระป๋อง	ลดเหลือ 48 กระป๋อง
น้ำมันเครื่อง Castrol Power1 0.8 L	สั่งทุกเดือน	(5 ลัง) 60 กระป๋อง	ลดเหลือ 48 กระป๋อง
น็อตหัวแฉก No.8	สั่งทุก 3 เดือน	(1 ลูก) 100 ตัว	สั่งทุก 4 เดือน
น็อตขาลาเปา	สั่งทุก 3 เดือน	(1 ลูก) 100 ตัว	สั่งแบบเดิม
กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	สั่งทุกเดือน	30 อัน	ลดเหลือ 20 อัน

4.) การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนเมื่อเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่

ตารางที่ 2.8: แสดงจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูล

จำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูล				
รายการอะไหล่	ลักษณะการสั่งซื้อ (ปรับปรุง)	จำนวนที่ควรสั่งซื้อ (ปรับปรุง)	ราคาต้นทุน/ชิ้น	ต้นทุนซื้อ
หลอดไฟท้าย 12v	สั่งทุก 2 เดือน	40	15	600
หลอดไฟหน้า Stanley	สั่งทุก 2 เดือน	80	20	1,600
แบตเตอรี่ Egle Wave	สั่งทุกเดือน	30	230	6,900
ผ้าเบรคหลัง Honda	สั่งทุกเดือน	30	38	1,140
น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L	สั่งทุกเดือน	24	90	2,160
น้ำมันเฟืองท้าย Castrol	สั่งทุกเดือน	36	38	1,368
น้ำมันเครื่อง Castrol Active 0.8 L	สั่งทุกเดือน	48	88	4,224
น้ำมันเครื่อง Castrol Power1 0.8 L	สั่งทุกเดือน	48	114	5,472
น็อตหัวแฉก No.8	สั่งทุก 4 เดือน	100	1	100
น็อตซาลาเปา	สั่งทุก 3 เดือน	100	2.5	250
กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	สั่งทุกเดือน	20	55	1,100
ต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่				<u>24,914</u>

ผลจากการปรับเปลี่ยนจำนวนในการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่ทำให้ต้นทุนลดลง จากเดิมที่มี
ต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่ 39,158 บาท ลดลงเหลือ 24,914 บาท

- ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่เดือนกรกฎาคม ภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่

ตารางที่ 2.9: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่เดือนกรกฎาคมภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่

ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกรกฎาคม							
รายการอะไหล่	จำนวน ในสต็อก	ต้นทุน สินค้า ในสต็อก	ราคาต้นทุน ต่อชิ้น	ต้นทุน ขาย	ราคา ขาย	จำนวน ขาย	ยอด ขาย
หลอดไฟท้าย 12v	40	600	15	285	40	19	760
หลอดไฟหน้า Stanley	80	1,600	20	740	50	37	1,850
แบตเตอรี่ Egle Wave	30	6,900	230	3,220	380	14	5,320
ผ้าเบรคหลัง Honda	30	1,140	38	1,026	120	27	3,240
น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L	24	2,160	90	1,980	150	22	3,300
น้ำมันเฟืองท้าย Castrol	36	1,368	38	1,026	60	27	1,620
น้ำมันเครื่อง Castrol Active 0.8 L	48	4,224	88	3,256	120	37	4,440
น้ำมันเครื่อง Castrol Power1 0.8 L	48	5,472	114	5,016	140	44	6,160
น็อตหัวแฉก No.8	100	100	1	18	2	18	36
น็อตซาลาเปา	100	250	2.5	50	5.0	20	100
กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	20	1,100	55	770	120.0	14	1,680
		<u>24,914</u>		<u>17,387</u>			<u>28,506</u>

จากตารางจะเห็นได้ว่าต้นทุนซื้อเดือนกรกฎาคม คือ 24,914 บาท และมียอดขาย 28,506 บาท

- ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่เดือนสิงหาคม ภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่

ตารางที่ 2.10: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนสิงหาคมภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่

ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนสิงหาคม									
รายการอะไหล่	ยกมา	สั่งซื้อ เพิ่ม	ต้นทุน สินค้า สั่งซื้อ เพิ่ม	จำนวน ใน สต็อก	ราคา ต้นทุน ต่อชิ้น	ต้นทุน ขาย	ราคา ขาย	จำนวน ขาย	ยอด ขาย
หลอดไฟท้าย 12v	21	0	0	21	15	225	40	15	600
หลอดไฟหน้า Stanley	43	0	0	43	20	840	50	42	2,100
แบตเตอรี่ Egle Wave	16	30	6,900	46	230	3,680	380	16	6,080
ผ้าเบรคหลัง Honda	3	30	1,140	33	38	1,140	120	30	3,600
น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L	2	24	2,160	26	90	1,710	150	19	2,850
น้ำมันเฟืองท้าย Castrol	9	36	1,368	45	38	950	60	25	1,500
น้ำมันเครื่อง Castrol Active 0.8 L	11	48	4,224	59	88	3,344	120	38	4,560
น้ำมันเครื่อง Castrol Power1 0.8 L	4	48	5,472	52	114	4,560	140	40	5,600
น็อตหัวแฉก No.8	82	0	0	82	1	10	2	10	20
น็อตขาลาเปา	80	0	0	80	2.5	75	5	30	150
กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	6	20	1,100	26	55	1,100	120	20	2,400
			<u>22,364</u>			<u>17,634</u>			<u>29,460</u>

จากตารางจะเห็นได้ว่าต้นทุนซื้อเดือนสิงหาคม คือ 22,364 บาท และมียอดขาย 29,460 บาท

- ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่เดือนกันยายน ภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่

ตารางที่ 2.11: แสดงข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่เดือนกันยายน ภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่

ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่ เดือนกันยายน									
รายการอะไหล่	ยกมา	สั่งซื้อ เพิ่ม	ต้นทุน สินค้า สั่งซื้อ เพิ่ม	จำนวน ใน สต็อก	ราคา ต้นทุน ต่อชิ้น	ต้นทุน ขาย	ราคา ขาย	จำนวน ขาย	ยอด ขาย
หลอดไฟท้าย 12v	6	40	600	46	15	270	40	18	720
หลอดไฟหน้า Stanley	1	80	1,600	81	20	780	50	39	1,950
แบตเตอรี่ Egle Wave	30	30	6,900	60	230	4,600	380	20	7,600
ผ้าเบรคหลัง Honda	3	30	1,140	33	38	950	120	25	3,000
น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L	7	24	2,160	31	90	2,160	150	24	3,600
น้ำมันเฟืองท้าย Castrol	20	36	1,368	56	38	1,140	60	30	1,800
น้ำมันเครื่อง Castrol Active 0.8 L	21	48	4,224	69	88	3,520	120	40	4,800
น้ำมันเครื่อง Castrol Power1 0.8 L	12	48	5,472	60	114	4,446	140	39	5,460
น็อตหัวแฉก No.8	72	0	0	72	1	22	2	22	44
น็อตขาลาเปา	50	0	0	50	2.5	60	5	24	120
กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	6	20	1,100	26	55	990	120	18	2,160
			<u>24,564</u>			<u>18,938</u>			<u>31,254</u>

จากตารางจะเห็นได้ว่าต้นทุนซื้อเดือนกันยายน คือ 24,564 บาท และมียอดขาย 31,254 บาท

- สรุปต้นทุนซื้อและยอดขายในแต่ละเดือน ภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่

ตารางที่ 2.12: แสดงการสรุปต้นทุนซื้อและยอดขายในแต่ละเดือน ภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่

เดือน	ต้นทุนซื้อเดิม	ต้นทุนซื้อ ปรับใหม่	ยอดขาย	สั่งซื้อแบบเดิม (ขาดทุน)	สั่งซื้อแบบใหม่ กำไร
กรกฎาคม	39,158	24,914	28,506	(10,652)	3,592
สิงหาคม	36,058	22,364	29,460	(6,598)	7,096
กันยายน	38,808	24,564	31,254	(7,554)	6,690

จากตารางสามารถสรุปผลได้ว่าหลังจากวิเคราะห์ข้อมูลและปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่ โดยให้เหมาะสมและสัมพันธ์กับยอดขายในแต่ละเดือนเป็นผลทำให้ต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่ลดลงจากเดิม

2.2 วิธีการเก็บข้อมูล

จากระบบเดิมที่ดำเนินการอยู่ปัจจุบัน เมื่อมีรายการสั่งซื้ออะไหล่จากลูกค้า และการเบิกจ่ายอะไหล่เพื่อซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ ในส่วนของการให้บริการ จะมีการจดบันทึกโดยพนักงานแผนกอะไหล่ โดยแยกข้อมูลออกเป็นอะไหล่ที่จำหน่ายรายวัน และใบเบิกอะไหล่สำหรับซ่อมบำรุงรถแต่ละคัน โดยเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 3 เดือน (เดือนกรกฎาคม - เดือนกันยายน พ.ศ.2560)

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

- ใบจดรายการขายอะไหล่รถจักรยานยนต์รายวัน
- ใบจดรายการเบิกอะไหล่เพื่อซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์แต่ละคัน

2.4 ผู้ให้ข้อมูล

พนักงานแผนกอะไหล่ และเจ้าของกิจการร้านภัทรลักษณ์กลการเป็นผู้ให้ข้อมูล

2.5 จำนวนข้อมูล

เริ่มเก็บข้อมูลที่จะนำมาวิจัยวันที่ 1 กรกฎาคม ถึงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2560

เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน

หมายเหตุ : ร้านภัทรลักษณ์กลการ เปิดทำการ วันจันทร์ - วันเสาร์ เวลา 08:00 – 17:00 น.



บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจร้านบริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ “ภัทรลักษณ์กลการ” ภายใต้ทฤษฎีเรื่องการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ของ Albert S.

Humphrey, 1960 โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ (SWOT Analysis) ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้แนวคิดทฤษฎีสภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis) ของ Thomas L. Wheelen and J. David Hunger, 1967
3. การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม
4. การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาลดข้ออ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ
5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis) ภายใต้แนวคิดทฤษฎี Porter's Five-Force Model

ดังรายละเอียดที่จะแสดงต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ (SWOT Analysis)

ตารางที่ 3.1: แสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของร้านภัทรลักษณ์กลการ

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
- เปิดบริการมา 24 ปี เป็นที่รู้จักได้รับความเชื่อถือ - เจ้าของร้านมีความรู้และเชี่ยวชาญด้านช่างและอะไหล่รถจักรยานยนต์มีบริการ ครบวงจร (ซ่อม อะไหล่เดิม อะไหล่ทดแทน บริการเสริมอื่นๆ เช่น ทำสี ต่อ พรบ. คว้านเสื้อสูบ ดัดแผงคอ ฯลฯ)	- บุคลากรช่างที่เก่งและมีความเชี่ยวชาญหายาก - ไม่มีระบบการเทรนงานสำหรับบุคลากรเข้าใหม่ที่เป็นแบบแผนใช้วิธีลงมือปฏิบัติจริงพร้อม เรียนรู้ไปด้วย - ระบบจัดการสต็อกอะไหล่ไม่มีประสิทธิภาพ ใช้วิธีการจด นับ ไม่มีการตัดสต็อก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของร้านภัทรลักษณ์ภัทการ

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
- มีบริการเฉพาะที่ร้านอื่นไม่มี (คว้านเสื่อสูบ ตัดแผงคอ ตัดตัวถัง ตัดแกนโช๊ค อัดก้านสูบ เป็นต้น) - ซื้ออะไหล่จากเซลล์ของบริษัทโดยตรง - ทำเลตั้งร้านอยู่ติดถนนย่านตลาดการค้าในตัวเมืองจังหวัดชัยนาท	- บริการเฉพาะที่ร้านอื่นไม่มีเจ้าของร้านทำได้คนเดียว - ราคาสินค้าบางชนิดตั้งสูงไป ไม่มีราคาขายส่งที่ตั้ง เป็นมาตรฐานทำให้ช่างไม่ค่อยมาซื้ออะไหล่
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีระบบสต็อกสินค้าที่มีประสิทธิภาพ - สื่อโซเชียลมีเดียทำให้เข้าถึงลูกค้าง่ายขึ้น เช่น Facebook Page เป็นต้น - ในต่างจังหวัดคนนิยมใช้รถจักรยานยนต์กันอย่างแพร่หลาย - กระแสรถ Bigbike กำลังเป็นที่นิยม - นโยบายภาครัฐในด้านการคมนาคม เช่น การสวมหมวกกันน็อค การต่อภาษี พรบ. ตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ - การสต็อกอะไหล่แบบครบวงจรเป็นธุรกิจที่เงินลงทุนสูงจึงเป็นกำแพงสกัดกั้นคู่แข่งในอนาคตได้ส่วนหนึ่ง	- การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งที่ขายอะไหล่ออนไลน์ - มีคู่แข่งชั้นหลายรายทั้งคู่แข่งด้านการบริการซ่อมบำรุง และคู่แข่งที่จำหน่ายอะไหล่เดิมอะไหล่ตกรัดง ที่อยู่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากชัยนาทเป็นจังหวัดขนาดเล็ก ทำให้มีการแข่งขันสูง - นโยบายภาครัฐ เช่น อะไหล่แต่งบางชนิดที่วัยรุ่นให้ความนิยมไม่มี มอก.ทำให้ไม่สามารถนำมาจำหน่ายได้ - ภัยธรรมชาติและภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลกระทบต่อรายได้และพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้า

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจภายใต้แนวคิดทฤษฎี สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้แนวคิดทฤษฎี สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis) ของ Thomas L. Wheelen and J. David Hunger, 1967 เพื่อวิเคราะห์ภาพรวมและแนวโน้มด้านการตลาด ตลอดจนปัจจัยที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ 6 ปัจจัยเพื่อการตัดสินใจ ดังนี้

1. P-Political (การเมือง) อยู่ในช่วงรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ และคณะ คสช. ได้ประกาศใช้กฎหมายเพิ่มความเข้มงวดกับร้านที่ซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ สืบเนื่องจากปัญหาเด็กแว้น ทำให้ธุรกิจต้องมีความระมัดระวังในการคัดเลือกสินค้าที่จะนำมาจำหน่ายในร้านต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพได้รับมาตรฐาน มอก. และไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ยังไม่รับบริการที่ปรับแต่งเครื่องยนต์ให้แรงด้วย เพราะเนื่องจากจะมีเจ้าหน้าที่ทหารเข้ามาตรวจตราความเรียบร้อยเป็นระยะ
2. E-Economic (เศรษฐกิจ) สภาวะเศรษฐกิจ ราคาน้ำมัน มีผลต่อราคาของสินค้า ตลอดจนรายได้ และพฤติกรรมการใช้เงินของกลุ่มลูกค้า
3. S-Sociological (สังคม วัฒนธรรมและค่านิยม) คนนิยมใช้รถจักรยานยนต์กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในต่างจังหวัด ที่หนึ่งครัวเรือนจะมีรถจักรยานยนต์อย่างน้อย 1 คัน เพราะมีความคล่องตัว และราคาถูกกว่ารถยนต์
4. T-Technical (เทคโนโลยี) ปัจจุบันเทคโนโลยีได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องรวมทั้งสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ทำให้เป็นผลดีกับธุรกิจ เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในระบบการจัดการ ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น การใช้ช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า เป็นต้น
5. L-Legal (กฎหมาย) กฎหมายว่าด้วยเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่รถจักรยานยนต์บนท้องถนน ผู้ขับขี่ต้องสวมใส่หมวกกันน็อคทุกครั้งเพื่อความปลอดภัยรถจักรยานยนต์ต้องเข้ารับการตรวจสภาพรถจักรยานยนต์เพื่อต่อภาษี พรบ.
6. E-Environmental (สภาพแวดล้อม) สภาพอากาศแปรปรวนส่งผลกระทบต่อเกษตรกร ทำให้การเพาะปลูกมีปัญหาหรือราคาตก ส่งผลกระทบต่อรายได้และพฤติกรรมการใช้เงินของลูกค้ากลุ่มนี้

3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 3.2: แสดงการวิเคราะห์จุดแข็ง และโอกาส เพื่อนำไปคิดแผนกลยุทธ์

จุดแข็ง (Strength)	โอกาส (Opportunity)
- เปิดบริการมา 24 ปี ทำให้เป็นที่รู้จักและได้รับความเชื่อถือ - เจ้าของร้านมีความรู้และเชี่ยวชาญด้านช่างและอะไหล่รถจักรยานยนต์ - มีบริการครบวงจร (ซ่อม อะไหล่เดิม อะไหล่ทดแทน บริการเสริมอื่นๆ เช่นทำสี ต่อพรบ. คว้านเสื้อสูบ ดัดแผงคอ ฯลฯ) - มีบริการเฉพาะที่ร้านอื่นไม่มี (คว้านเสื้อสูบ ดัดแผงคอ ดัดตัวถัง ดัดแกนโช๊ค อัดก้านสูบ เป็นต้น) - ชื้ออะไหล่จากเซลล์ของบริษัทอะไหล่ โดยตรง - ทำเลที่ตั้งร้านอยู่ติดถนนย่านตลาดการค้าในตัวเมืองจังหวัดชัยนาท	- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีระบบสต็อกสินค้าที่มีประสิทธิภาพ - สื่อโซเชียลมีเดีย ทำให้เข้าถึงลูกค้าง่ายขึ้น เช่น Facebook Page เป็นต้น - ต่างจังหวัดคนนิยมใช้รถจักรยานยนต์กันอย่างแพร่หลาย - กระแสรถ Bigbike กำลังเป็นที่สนใจและได้รับความนิยม - นโยบายภาครัฐในด้านการคมนาคม เช่น การสวมหมวกกันน็อค การต่อภาษี พรบ. ตรวจสอบสภาพรถจักรยานยนต์ - การสต็อกอะไหล่แบบครบวงจรเป็นธุรกิจที่เงินลงทุนสูง จึงเป็นกำแพงสกัดกั้นคู่แข่งในอนาคตได้ส่วนหนึ่ง

จากข้อมูลในตารางมีแนวทางที่สอดคล้องกับ จุดแข็ง (S) และโอกาส (O) เพื่อนำมาสร้างกลยุทธ์ ดังนี้

1. นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินงานด้านการสต็อกอะไหล่เนื่องจากมีความซับซ้อนและ มีความหลากหลายอย่างมาก จำเป็นต้องมีระบบการจัดการที่ชัดเจน ถูกต้อง แม่นยำ เพื่อไม่ให้มี ผลกระทบเรื่องต้นทุน สินค้าค้างสต็อก และการทำงานที่ผิดพลาด จึงควรมีระบบการจัดการสต็อก สินค้าเพื่อเป็นแนวทางในการสั่งซื้ออะไหล่ให้มีความเหมาะสมและสัมพันธ์กับยอดขาย
2. ขยายกลุ่มลูกค้ากระแส Bigbike เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อคงภาพลักษณ์ของการให้บริการที่ครบวงจรต่อไป โดยเริ่มต้นจากการนำหมวกกันน็อคทรง Full-Face มาจำหน่าย เพื่อดูกระแสตอบรับจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และนำไปเป็นแนวทางพัฒนาธุรกิจในส่วนนี้ต่อไปในอนาคต

3. ใช้สื่อโซเชียลมีเดีย Facebook Page สร้างเพจของร้านขึ้นมาเพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยเริ่มจากกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นที่ซื้อหมวกกันน็อคแบบ Full-Face เป็นกลุ่มแรก

4. ใช้จุดแข็งในด้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและมีการให้บริการที่ครบวงจร ขยายสาขาไปยังต่างอำเภอ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้นเนื่องจากรถจักรยานยนต์เป็นพาหนะที่คนนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย

3.4 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ

ตารางที่ 3.3: แสดงการสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	อุปสรรค (Threat)
- เปิดบริการมา 24 ปี เป็นที่รู้จักได้รับความเชื่อถือ - เจ้าของร้านมีความรู้และเชี่ยวชาญด้านช่างและอะไหล่รถจักรยานยนต์ - มีบริการครบวงจร (ซ่อม อะไหล่เดิม อะไหล่ดัดแปลง บริการเสริมอื่นๆ เช่น ทำสี ต่อ พรบ. คว้านล้อสูบ ดัดแผงคอ ฯลฯ)	- บุคลากรช่างที่เก่งและมีความเชี่ยวชาญหายาก - ไม่มีระบบการเทรนงานสำหรับบุคลากรเข้าใหม่ที่เป็นแบบแผน - ระบบจัดการสต็อกอะไหล่ไม่มีประสิทธิภาพ ใช้วิธีการจด นับ ไม่มีการตัดสต็อก - บริการเฉพาะที่ร้านอื่นไม่มี เจ้าของร้านทำได้คนเดียว	- การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งที่ขายอะไหล่ออนไลน์ - มีคู่แข่งหลายรายทั้งคู่แข่งด้านการบริการซ่อมบำรุงและคู่แข่งที่จำหน่ายอะไหล่เดิม อะไหล่ดัดแปลงที่อยู่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากชียนาเป็นจังหวัดขนาดเล็ก ทำให้มีการแข่งขันสูง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.3 (ต่อ): แสดงการสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	อุปสรรค (Threat)
- มีบริการเฉพาะที่ร้านอื่นไม่มี (คว้านเสิร์ฟ ดัดแผงคอ ดัดตัวถัง ดัดแกนโซ้คอัดก้านสูบ เป็นต้น) - ซื้ออะไหล่จากเซลล์ของบริษัท อะไหล่โดยตรง - ทำเลที่ตั้งร้านอยู่ติดถนนย่าน - ตลาดการค้าในตัวเมืองจังหวัดชัยนาท	- ราคาสินค้าบางชนิดตั้งสูงไป ทำให้ช่างไม่ค่อยมาซื้ออะไหล่	- นโยบายภาครัฐ เช่น อะไหล่แต่งบางชนิดที่วัยรุ่นให้ความนิยมไม่มี มอก. ทำให้ไม่สามารถนำมาจำหน่ายได้ - ภัยธรรมชาติ ทำให้เศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลกระทบต่อรายได้ของลูกค้า

จากข้อมูลในตารางมีแนวทางที่สอดคล้องกับการใช้จุดแข็ง (S) แก้ไขปัญหาจุดอ่อน (W) และอุปสรรค (T) เพื่อนำมาสร้างกลยุทธ์ ดังนี้

1. เจ้าของร้านมีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านช่างและอะไหล่รถจักรยานยนต์ สามารถใช้ความรู้นี้มาสร้างเป็นระบบเทรนงานที่มีแบบแผนสำหรับเทรนพนักงานของร้านให้มีความรู้ความสามารถและทักษะในการทำงาน
2. ใช้ความได้เปรียบทางด้านราคาอะไหล่ที่ซื้อโดยตรงกับบริษัท มาตั้งระบบราคาขายส่งใหม่ ให้มีราคาที่เป็นมาตรฐานทั้งปลีกและส่ง เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่เป็นช่าง
3. ใช้ความน่าเชื่อถือที่เปิดกิจการมานานและมีหน้าร้าน ทำการเพิ่มกลุ่มลูกค้าทางออนไลน์
4. ใช้ความได้เปรียบในการเข้าถึงบริษัทต่างๆ ที่จำหน่ายอะไหล่ ทำให้เข้าถึงอะไหล่ที่หลากหลาย นำขยายบริการให้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์อย่างครอบคลุม พร้อมทั้งรักษาคุณภาพทั้งสินค้าและบริการเพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อมได้

3.5 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five-Force Model)

1. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Current Competitors)

วิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ตลาด คือ ตลาดภายในประเทศไทย และตลาดบริเวณสถานที่ตั้งร้าน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- **ตลาดภายในประเทศไทย** จากภาพรวมของตลาดประเทศไทยพบว่าตลาดรถจักรยานยนต์ ในปัจจุบันมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะรถจักรยานยนต์ประเภทบิ๊กไบค์ ทำให้ธุรกิจให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์มีแนวโน้มที่ดีตามไปด้วยร้านที่เปิดให้บริการจะมีอยู่หลายประเภท ประกอบด้วย
 - ศูนย์บริการของรถแต่ละยี่ห้อ (ศูนย์บริการ Honda Yamaha Suzuki Kawasaki) ที่มีอยู่ทั่วประเทศ ให้บริการหลักคือการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ และมีบริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่แท้เป็นส่วนเสริม
 - ร้านจำหน่ายอะไหล่เดิมที่เกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ สินค้ามีหลายเกรดตั้งแต่อะไหล่แท้ อะไหล่เทียม อะไหล่เกรดญี่ปุ่น (บางร้านอาจจะจำหน่ายอะไหล่ทดแทนด้วย)
 - ร้านจำหน่ายอะไหล่ทดแทนโดยเฉพาะสำหรับรถตลาดทั่วไปที่วัยรุ่นให้ความนิยม(บางร้านจะมีบริการใส่อะไหล่ทดแทนให้ด้วย) ร้านมีตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ขึ้นอยู่กับตลาดที่ตั้งของร้าน มักเปิดกระจายอยู่ทั่วประเทศ
 - ร้านที่จำหน่ายอะไหล่ทดแทนของรถจักรยานยนต์ประเภทบิ๊กไบค์ (BigBike) โดยเฉพาะส่วนใหญ่จะเปิดตามจังหวัดขนาดใหญ่ กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
 - ผู้ขายอะไหล่ออนไลน์ ไม่มีหน้าร้าน มีหลายประเภท เช่น อะไหล่ทดแทน อะไหล่เฉพาะรถบิ๊กไบค์ อะไหล่เฉพาะรถประเภทโมโตครอส อะไหล่รถคลาสสิก อะไหล่มือสอง เป็นต้น
 - ร้านที่ให้บริการซ่อมบำรุงขนาดเล็ก ร้านลักษณะนี้จะกระจายอยู่ทั่วประเทศ ให้บริการซ่อมบำรุงขั้นพื้นฐาน ไม่มีการสต็อกอะไหล่
 - ร้านที่ให้บริการซ่อมบำรุงขนาดกลาง ร้านลักษณะนี้จะกระจายอยู่ทั่วประเทศ ให้บริการซ่อมบำรุงขั้นพื้นฐาน มีการสต็อกอะไหล่ขั้นพื้นฐานที่ใช้เป็นประจำ เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน แบตเตอรี่ หลอดไฟ โช้เสเตอร์ หมวกกันน็อค เป็นต้น
 - ร้านที่ให้บริการซ่อมบำรุงขนาดใหญ่ ร้านลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ตัวเมือง กระจายอยู่ทั่วประเทศ ให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่แบบครบวงจร

- **ตลาดบริเวณสถานที่ตั้งร้าน** ร้านภัทรลักษณ์การตั้งอยู่บนถนนเส้นหลักในเขตอำเภอเมืองชัยนาท อยู่ใกล้ตลาดที่เป็นย่านการค้าขายของจังหวัดชัยนาท มีคนสัญจรผ่านเป็นจำนวนมากตลอดทั้งวัน และมีสภาวะการแข่งขันสูง เนื่องจากในบริเวณใกล้เคียงมีคู่แข่งหลักคือ

ร้านที่ให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ จำนวน 4 ร้าน และคู่แข่งชั้นรองคือร้านที่ให้บริการซ่อมบำรุง หรือจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นร้านที่มีขนาดเล็ก จำนวน 8 ร้าน

2. อำนาจการต่อรองของผู้จัดจำหน่าย (Bargaining Power of Suppliers)

แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

- ผู้จัดจำหน่ายที่มีสินค้าหรือที่ติดตลาด เป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้า จึงทำให้ทางร้านมีอิทธิพลในการต่อรอง มีอำนาจการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายต่ำ
- ผู้จัดจำหน่ายที่มีสินค้าทั่วไป หลากหลายยี่ห้อ ทางร้านมีอิทธิพลในการต่อรอง มีอำนาจการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายสูง เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์เป็นจำนวนมากทำให้ตลาดมีสถานะการแข่งขันที่สูง ต่างก็มีการเสนอโปรโมชั่นและ ให้ราคาที่ถูกกว่าคู่แข่ง

3. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customer)

ลูกค้ามีอำนาจการต่อรองกับผู้ประกอบการได้ในบางเรื่อง เช่น ในด้านการขอลดราคาสินค้า ถ้าลูกค้ามียอดซ่อมหรือยอดซื้ออะไหล่จำนวนมากก็สามารถต่อรองราคากับเจ้าของร้านได้ ทางร้านมีการคัดสรรอะไหล่ที่มีคุณภาพมาจำหน่ายพร้อมกับให้บริการที่ครบวงจรทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่เกิดความรู้สึกคุ้มค่าได้รับสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับราคาที่จ่าย

4. ภัยคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทน (Threat of Substitute Services)

สินค้าและบริการทดแทนของร้านซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ยังไม่มีคู่แข่งที่เด่นชัดมากนัก เนื่องจากการซ่อมรถจักรยานยนต์ต้องใช้ความรู้ความสามารถเฉพาะทาง ความชำนาญ และประสบการณ์

5. ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ (Threat of New Entrants)

สภาพตลาดธุรกิจให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์มีการแข่งขันค่อนข้างสูงทำให้เกิดภัยคุกคามทั้งจากผู้ประกอบการที่เปิดกิจการอยู่แล้วและผู้แข่งขันหน้าใหม่ได้ตลอดเวลา แต่จะมีกำแพงสกัดกั้นคู่แข่งได้ส่วนหนึ่งคือ การสต็อกอะไหล่แบบครบวงจรเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง รวมทั้งคุณภาพในการให้บริการ ทางร้านจึงต้องต่อยอดและพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ให้ลูกค้าประทับใจและเกิดความจงรักภักดีกับแบรนด์ รวมทั้งการขยายฐานลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าไว้ด้วย

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (Five Forces Model) ทั้ง 5 ปัจจัยในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า สภาพการแข่งขันภายในตลาดอุตสาหกรรม ทั้งตลาดภายในประเทศไทย

และตลาดบริเวณสถานที่ตั้งร้านในภาพรวมมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ก็มีการแข่งขันที่สูงเนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมาก ราย ทำให้ร้านภัทรลักษณ์กลการจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างในรูปแบบต่างๆ การมีสินค้าและบริการที่ครบวงจรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่ง รวมทั้งให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของทั้งสินค้าและบริการ ขยายฐานลูกค้าใหม่ พร้อมทั้งรักษาฐานลูกค้าเก่าทำให้ธุรกิจมีรากฐานมั่นคงสามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งได้



บทที่ 4

โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโมเดลในการทำธุรกิจร้านภัทรลักษณ์กลการในด้านต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วยเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. Key Partners (คู่ค้า/คู่แข่ง)
2. Key Activities (กิจกรรมหลักที่ทำ)
3. Key Resources (ทรัพยากรหลักที่ใช้ในการทำงาน)
4. Value Propositions (สิ่งที่เรามอบให้ลูกค้า)
5. Customer Relationship (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)
6. Channels (ช่องทางส่งมอบสินค้าและบริการ)
7. Customer Segments (กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)
8. Cost Structure (ต้นทุนและค่าใช้จ่าย)
9. Revenue Streams (แหล่งรายได้ที่เข้ามา)

รวมทั้งการวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คู่แข่ง พันธมิตรเครือข่ายทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้า ดังที่จะแสดงรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 โมเดลของธุรกิจ (Business Model Canvas)

ภาพที่ 4.1: แสดงโมเดลของธุรกิจ (Business Model Canvas) ของร้านภัทรลักษณ์การ

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segment
บริษัทผลิตและจำหน่าย อะไหล่	ซ่อม/บำรุงรักษา จำหน่ายอะไหล่	สินค้า, บริการครบวงจร	ซื้อสตัย โปร่งใส ใส่ใจบริการ	ผู้ที่ใช้รถจักรยานยนต์ 4 ล้อหลักในตลาด
ศูนย์บริการ Honda Yamaha Suzuki Kawasaki	สินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง บริการเฉพาะทาง ที่เกี่ยวข้อง	บริการรับ - ส่ง รถที่มาซ่อมฟรี	ระบบสมาชิก	เพศชาย - หญิง
ร้านจำหน่ายอะไหล่ ร้านอื่น	Key Resources	ต่อภาษี พรบ.	โฆษณาวิทยุ	อายุ 15 ปีขึ้นไป
ร้านทำสี โรงกลึง ร้านชุบโครเมียม		บริการเฉพาะทางอื่นๆ	Channels	ลูกค้าที่เป็นช่าง
ตรอ. ตรวจสภาพรถ	ช่าง แผนกอะไหล่	สมาชิกสะสมยอดซ่อม, ยอดซื้ออะไหล่แลกของ สมนาคุณฟรี		
	เครื่องมือ	บริการน้ำมัน, ทีวี , Free Wifi	หน้าร้าน	
	อะไหล่		Facebook Page ของร้าน	
Cost Structure		Revenue Streams		
ค่าอะไหล่ ค่าเครื่องมือ ค่าอุปกรณ์เสริม ค่าอุปกรณ์สำนักงาน ค่าจ้างแรงงาน ค่าประกันสังคม ค่าขนส่ง ค่าน้ำมัน ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าโฆษณา ค่าภาษีการค้า		จำหน่ายอะไหล่ บริการซ่อมบำรุง บริการเสริม ต่อภาษี พรบ. จำหน่ายเครื่องคั้นน้ำอัดลม จำหน่ายวัสดุรีไซเคิล		

การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดล

4.2.1 ลูกค้าย่อยเป้าหมาย

ลูกค้าย่อยเป้าหมายของร้าน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1.) กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใช้รถจักรยานยนต์ 4 ยี่ห้อหลักของตลาด (Honda Yamaha Suzuki Kawasaki) ทั้งเพศชายและหญิง อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป 2.) ลูกค้ากลุ่มที่เป็นช่าง เปิดร้านขนาดเล็กถึงขนาดกลาง

4.2.2 คู่แข่งขัน

คู่แข่งขันของธุรกิจมีการพิจารณาทั้งคู่แข่งหลักและคู่แข่งรอง ซึ่งคู่แข่งหลักของธุรกิจร้านภัทรลักษณ์กลการจะเลือกพิจารณาจากบริเวณสถานที่ตั้งใกล้เคียงกันซึ่งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท

4.2.2.1 คู่แข่งขันหลัก (Direct Competitors)

คู่แข่งหลักของธุรกิจร้านภัทรลักษณ์กลการจะเป็นร้านที่ให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ในพื้นที่ย่านการค้าในตัวเมืองของอำเภอเมืองจังหวัดชัยนาท ซึ่งแต่ละร้านจะเป็นร้านขนาดใหญ่หรือเป็นร้านที่กลุ่มลูกค้าให้ความนิยมในการเข้าใช้บริการ มีทั้งหมด 3 ร้าน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

• ร้าน ข.

มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักจากการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ใหม่หลากหลายยี่ห้อและเป็นที่จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์รายใหญ่ของจังหวัดชัยนาท รวมทั้งมีบริการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์เป็นส่วนเสริมไว้บริการลูกค้าแต่ไม่เน้นมาก

จุดแข็ง

1. มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก เนื่องจากเปิดกิจการมานาน
2. อะไหล่รถจักรยานยนต์เต็มๆ มีหลากหลาย และจำหน่ายราคาส่งสำหรับช่าง
3. พื้นที่ตั้งร้านมีทำเลดี อยู่ใกล้สี่แยกไฟแดงใหญ่ซึ่งเป็นทางที่จะเข้ามาถึงย่านตลาดในตัวเมือง และอยู่ใกล้กับเทศบาลเมืองชัยนาท

จุดอ่อน

1. เจ้าของกิจการไม่มีความรู้ด้านช่างและอะไหล่ เพราะยกหน้าที่นี้ให้พนักงานจัดการทั้งหมด
2. ไม่ค่อยมีกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น เพราะไม่ได้จำหน่ายอะไหล่ตกแต่ง

• **ร้าน พ.**

เน้นจำหน่ายอะไหล่ให้ลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นและลูกค้ากลุ่มช่าง แต่ไม่มีบริการซ่อมบำรุง มีสินค้าที่หลากหลายทั้งอะไหล่เดิมๆ และอะไหล่ทดแทน มีสาขาใหญ่อยู่ที่อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นเขตติดต่อกับจังหวัดชัยนาท

จุดแข็ง

1. เป็นร้านที่มีสาขาใหญ่อยู่ที่ อ.ตาคลี จ.นครสวรรค์ ซึ่งเป็นอำเภอที่มีเขตติดต่อกับจังหวัดชัยนาท จึงทำให้มีสินค้าในสต็อกที่หลากหลาย
2. มีฐานลูกค้าเก่าจากร้านที่ อ.ตาคลี อยู่แล้ว เนื่องจากก่อนที่จะมาเปิดช่างที่เปิดร้านอยู่ในจังหวัดชัยนาทไปซื้อของที่ร้านนี้อยู่แล้ว
3. จำหน่ายอะไหล่ราคาส่งถูก ลูกค้ากลุ่มช่างจึงมีเยอะ
4. จำหน่ายอะไหล่ทดแทนด้วย จึงทำให้มีลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น
5. พื้นที่ตั้งร้านอยู่ตรงข้ามกับวิทยาลัยเทคนิคชัยนาท ทำให้ใกล้กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น

จุดอ่อน

1. ไม่มีบริการซ่อมบำรุง ลูกค้าที่ซื้ออะไหล่จากร้านจะต้องนำอะไหล่ไปใส่เอง หรือจ้างช่างร้านอื่นใส่/ซ่อม

• **ร้านช่าง น.**

เป็นร้านที่ให้บริการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์โดยเฉพาะ ไม่มีการจำหน่ายอะไหล่

จุดแข็ง

1. เจ้าของร้านมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ด้านช่าง และลงมือให้บริการลูกค้าเองด้วย
2. เจ้าของร้านมีอัธยาศัยดี มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

จุดอ่อน

1. ไม่ได้จำหน่ายอะไหล่ มีสต็อกบ้างเล็กน้อย เฉพาะอะไหล่ที่ใช้ซ่อมบ่อย
2. เมื่อมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการซ่อมบำรุง จะไปซื้ออะไหล่ที่ร้านอื่นๆ ในจังหวัดชัยนาท ซึ่งทำให้ได้กำไรในส่วนที่ได้จากการขายอะไหล่เล็กน้อย

4.2.2.2 คู่แข่งขันรอง (Indirect Competitors)

คู่แข่งขันรองของธุรกิจร้านภัทรลักษณ์กลการจะเป็นร้านที่ให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์หรือให้บริการแค่อ่างใดอย่างหนึ่ง มีขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ตั้งอยู่ในพื้นที่ย่านการค้าในตัวเมืองของอำเภอเมืองจังหวัดชัยนาท มีทั้งหมด 8 ร้าน มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

• ร้าน ส.

ให้บริการทั้งซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ แต่มีอะไหล่ไม่หลากหลาย ไม่มีกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นคนวัยทำงานและผู้สูงอายุเนื่องจากสถานที่ตั้งร้านอยู่ติดกับตลาดสด มีช่างเพียง 2 คนรวมตัวเจ้าของร้านด้วย

จุดแข็ง

1. เปิดกิจการมานานตั้งแต่รุ่นพ่อ เป็นร้านเก่าแก่เป็นที่รู้จัก
2. พื้นที่ตั้งร้านอยู่ติดกับตลาดสด จึงทำให้มีคนที่สัญจรผ่านเยอะ
3. เจ้าของร้านมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ด้านช่าง และลงมือให้บริการลูกค้าเองด้วย

จุดอ่อน

1. มีช่างให้บริการน้อย
2. อะไหล่รถจักรยานยนต์ไม่มีความหลากหลายและมีน้อย
3. ไม่มีการพัฒนาต่อยอดธุรกิจ

• ร้าน ข่าง ง.

ให้บริการทั้งซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ แต่มีอะไหล่ไม่หลากหลาย สถานที่ตั้งร้านอยู่ติดกับตลาดสดเทศบาล มีช่างเพียง 2 คนรวมตัวเจ้าของร้านด้วย

จุดแข็ง

1. เปิดกิจการมานาน เป็นร้านเก่าแก่เป็นที่รู้จัก
2. พื้นที่ตั้งร้านอยู่ติดตรงข้ามกับโรงเรียนมัธยมประจำจังหวัดและใกล้กับตลาดสดเทศบาล จึงทำให้มีคนที่สัญจรผ่านมาก
3. เจ้าของร้านมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ด้านช่าง และลงมือให้บริการลูกค้าเองด้วย

จุดอ่อน

1. มีช่างให้บริการน้อย
2. อะไหล่รถจักรยานยนต์ไม่มีความหลากหลายและมีน้อย

3. ไม่มีพื้นที่สำหรับให้ลูกค้านั่งรอ

• ร้านข้าง ก.

จำหน่ายอะไหล่รถแต่งสำหรับรถจักรยานยนต์ มีอะไหล่ใหม่ๆบ้างเล็กน้อย บริการใส่อะไหล่หรือการซ่อมบำรุงชิ้นพื้นฐาน ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่น มีช่างเพียง 2 คนรวมตัวเจ้าของร้านด้วย

จุดแข็ง

1. เจ้าของร้านมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ด้านช่าง และลงมือให้บริการลูกค้าเองด้วย
2. เน้นจำหน่ายอะไหล่รถแต่ง มีกลุ่มลูกค้าเป็นวัยรุ่นเยอะ
3. เจ้าของร้านมีช่องทางการเข้าถึงลูกค้าทางออนไลน์โดยใช้ Facebook

จุดอ่อน

1. มีช่างให้บริการน้อย
2. ไม่ค่อยมีอะไหล่รถจักรยานยนต์แบบใหม่ๆ เน้นจำหน่ายอะไหล่แต่ง จึงมีแต่ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม
3. เสี่ยงต่อการโดนตรวจคุณภาพสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน และสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เนื่องจากสินค้าที่นำมาจำหน่ายส่วนใหญ่มีราคาไม่แพงมากเพื่อเน้นลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นที่มีทุนทรัพย์น้อย

• ร้านข้าง ต.

ให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์บ้างเล็กน้อย อะไหล่ไม่มีความหลากหลาย สถานที่ตั้งงานตั้งอยู่บนถนนเส้นหลักที่คนใช้สัญจรในย่านตลาด มีช่างเพียง 1 คน คือตัวเจ้าของร้านเอง

จุดแข็ง

1. เจ้าของร้านมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ด้านช่าง และลงมือให้บริการลูกค้าเองด้วย
2. ร้านตั้งอยู่บนถนนเส้นหลักที่คนใช้สัญจรในย่านตลาด

จุดอ่อน

1. มีช่างให้บริการน้อย
2. อะไหล่รถจักรยานยนต์ไม่มีความหลากหลายและมีน้อย
3. ร้านมีขนาดเล็กมีพื้นที่น้อย

- **ร้าน อ.**

ให้บริการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์เพียงอย่างเดียว ไม่ได้จำหน่ายอะไหล่ สถานที่ตั้งงานตั้งอยู่บนถนนเส้นหลักที่คนใช้สัญจรในย่านตลาด มีช่างเพียง 1 คน คือตัวเจ้าของร้านเอง

จุดแข็ง

1. เปิดกิจการมานาน เป็นร้านเก่าแก่เป็นที่รู้จัก
2. เจ้าของร้านมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ด้านช่าง และลงมือให้บริการลูกค้าเองด้วย
3. ร้านตั้งอยู่บนถนนเส้นหลักที่คนใช้สัญจรในย่านตลาด

จุดอ่อน

1. มีช่างให้บริการน้อย
2. ไม่ได้จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์
3. ร้านมีขนาดเล็กมีพื้นที่น้อย

- **ร้านช่าง อ.**

ให้บริการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์เพียงอย่างเดียว ไม่ได้จำหน่ายอะไหล่ สถานที่ตั้งงานตั้งอยู่บนถนนเส้นหลักที่คนใช้สัญจรในย่านตลาด มีช่างเพียง 2 คนรวมตัวเจ้าของร้านด้วย

จุดแข็ง

1. เจ้าของร้านเป็นวัยรุ่น เน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยรุ่น ชื่นชอบการแต่งรถ
2. เจ้าของร้านมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ด้านช่าง และลงมือให้บริการลูกค้าเองด้วย

จุดอ่อน

1. มีช่างให้บริการน้อย
2. ไม่ได้จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์
3. ร้านมีขนาดเล็กมีพื้นที่น้อย

- **ร้านช่าง ย.**

ให้บริการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์เพียงอย่างเดียว ไม่ได้จำหน่ายอะไหล่ มีช่างเพียง 1 คน คือตัวเจ้าของร้านเอง

จุดแข็ง

1. เน้นแต่งรถแข่งโมโตครอส (รถจักรยานยนต์วิบาก)

2. เจ้าของร้านมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ด้านช่าง และลงมือให้บริการลูกค้าเองด้วย

จุดอ่อน

1. มีช่างให้บริการน้อย
2. ไม่ได้จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์
3. ร้านมีขนาดเล็กมีพื้นที่น้อย

• ร้านช่าง ม.

ให้บริการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์เพียงอย่างเดียว ไม่ได้จำหน่ายอะไหล่ มีช่างเพียง 1 คน คือตัวเจ้าของร้านเอง

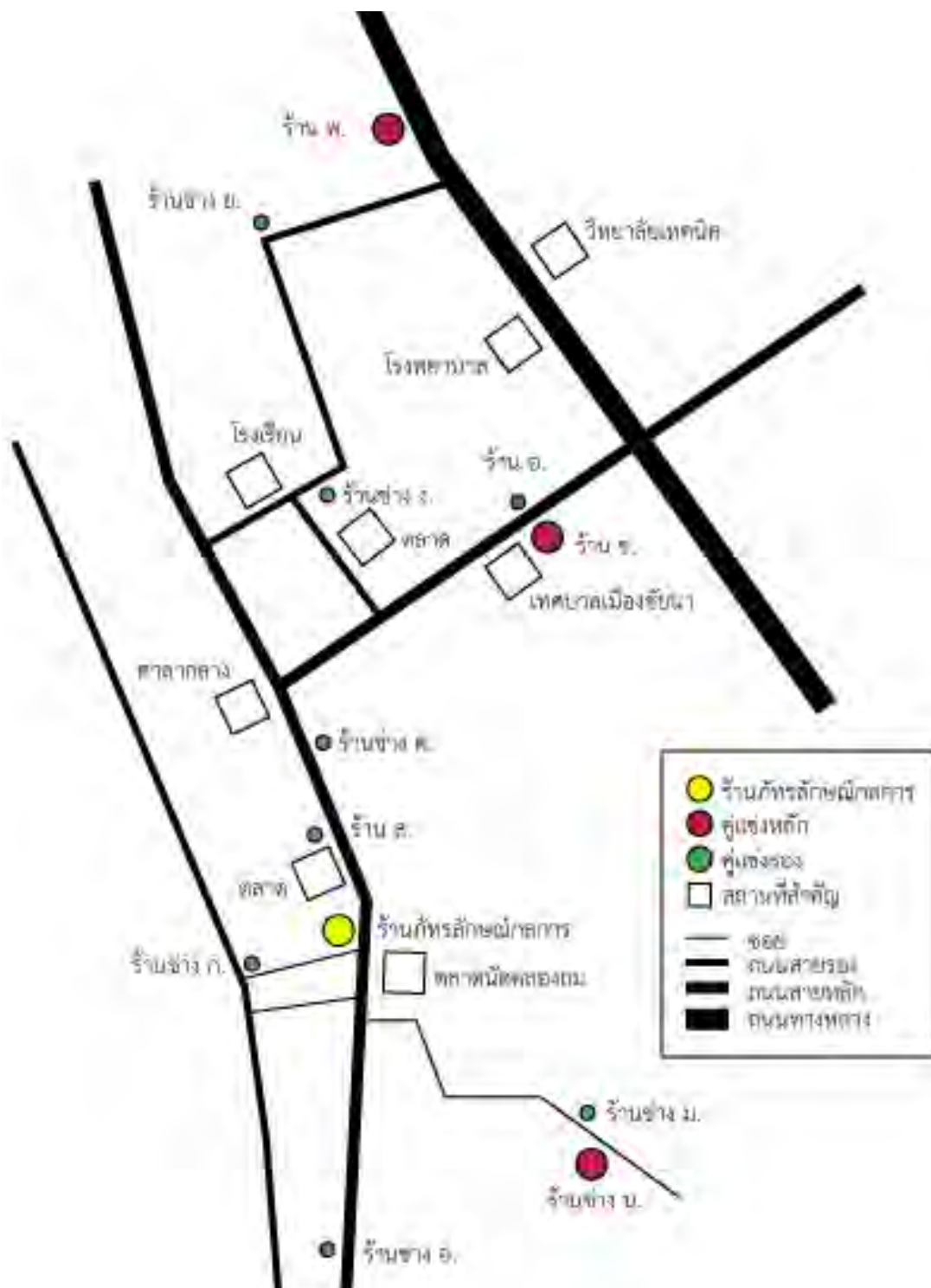
จุดแข็ง

1. เจ้าของร้านมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ด้านช่าง และลงมือให้บริการลูกค้าเองด้วย

จุดอ่อน

1. มีช่างให้บริการน้อย
2. ไม่ได้จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์
3. ร้านมีขนาดเล็กมีพื้นที่น้อย

ภาพที่ 4.2: แสดงแผนที่พื้นที่ตั้งร้านภัทรลักษณ์ภัตตาคารและร้านของคู่แข่งหลัก - คู่แข่งขันรอง



4.2.2.3 การเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลักในด้านต่างๆ

ตารางที่ 4.1: แสดงการเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลักในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจัยการเปรียบเทียบ	ร้านภัทรลักษณ์ กมลการ			ร้าน ช.			ร้าน พ.			ร้านช่าง น.		
	บ.หะ	บ.อบ	บ.อู่	บ.หะ	บ.อบ	บ.อู่	บ.หะ	บ.อบ	บ.อู่	บ.หะ	บ.อบ	บ.อู่
ด้านบริการ												
- ซ่อมพื้นฐาน	✓	-	-	-	✓	-	-	-	-	✓	-	-
- ซ่อมเครื่องยนต์	✓	-	-	-	-	✓	-	-	-	✓	-	-
- เป็นศูนย์บริการ Bike Point ของน้ำมันเครื่อง Castrol	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
- ใช้แทนให้บริการที่มีมาตรฐาน	✓	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	✓
- คว้นเสื่อสูบ	✓	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	✓
- ดัดแผงคอ ดัดตัวถัง ดัดแกนโช๊ค	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
- บริการต่อภาษี พรบ.	✓	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	✓	-
- บริการรับ-ส่งรถที่มาซ่อมฟรี	✓	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	✓
- ที่นั่งรอสำหรับลูกค้า	✓	-	-	-	✓	-	-	-	✓	-	✓	-
- บริการน้ำดื่มฟรี	✓	-	-	✓	-	-	-	-	✓	✓	-	-
- บริการขายเครื่องดื่มอื่นๆ (น้ำอัดลม นม)	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- บริการโทรศัพท์/นิตยสาร	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- บริการ Free Wifi	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ด้านผลิตภัณฑ์												
- อะไหล่แท้	-	✓	-	-	✓	-	-	✓	-	-	✓	-
- อะไหล่เทียม	✓	-	-	✓	-	-	✓	-	-	-	-	✓
- อะไหล่มือสอง	-	✓	-	-	-	-	-	-	✓	-	✓	-
- อะไหล่ดัดแปลง	-	✓	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	✓
- ผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้อง (กรอบป้ายทะเบียน น้ำยาเช็ดรถ สีสเปรย์ ฯลฯ)	✓	-	-	-	✓	-	✓	-	-	-	✓	-
- หมวกกันน็อคทั่วไป	✓	-	-	-	-	✓	✓	-	-	-	-	-
- หมวกกันน็อค Full Face	✓	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-
- จำหน่ายรถจักรยานยนต์	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-

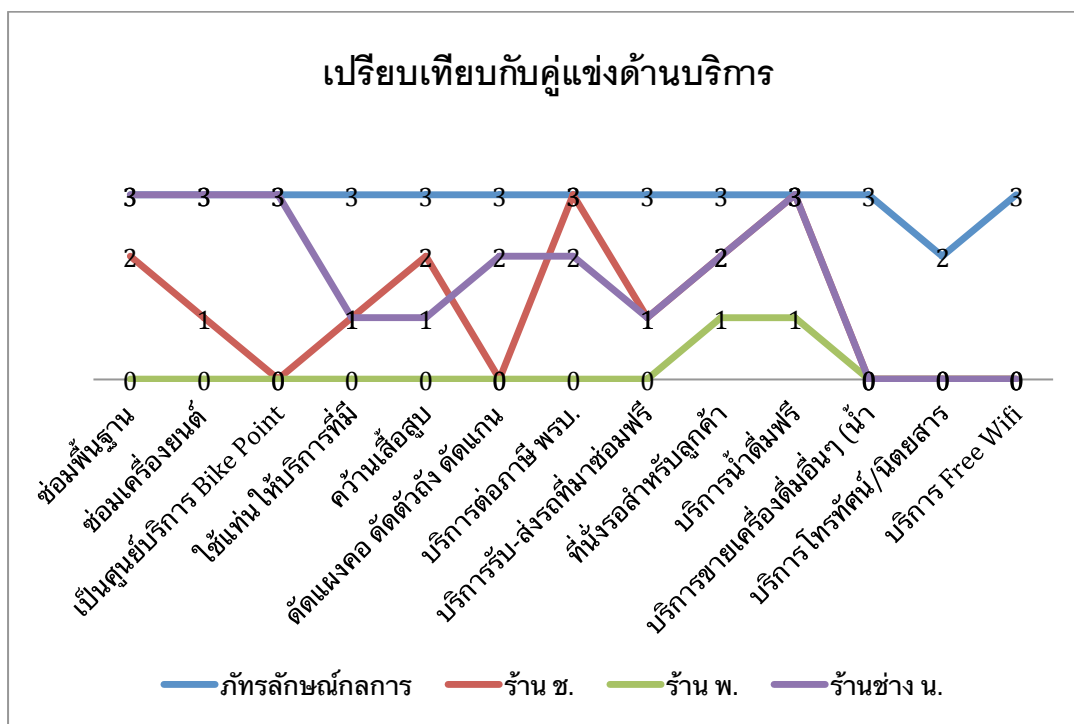
(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงการเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลักในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจัยการเปรียบเทียบ	ร้านภัทรลักษณ์ กลการ			ร้าน ช.			ร้าน พ.			ร้านช่าง น.		
	มาก	กลาง	น้อย	มาก	กลาง	น้อย	มาก	กลาง	น้อย	มาก	กลาง	น้อย
ด้านผลิตภัณฑ์												
- ใช้เทคโนโลยีในการทำระบบสต็อกสินค้า	-	-	-	✓	-	-	✓	-	-	-	-	-
กลุ่มลูกค้า												
- วัยรุ่น	-	✓	-	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	-
- วัยทำงาน	✓	-	-	✓	-	-	-	-	✓	✓	-	-
- ผู้สูงอายุ	✓	-	-	✓	-	-	-	-	✓	✓	-	-
- ช่าง	-	-	✓	✓	-	-	✓	-	-	-	-	✓
ลักษณะราคาขายสินค้า												
- ราคาปลีก	✓	-	-	✓	-	-	✓	-	-	✓	-	-
- ราคาส่ง	-	✓	-	✓	-	-	✓	-	-	-	-	-

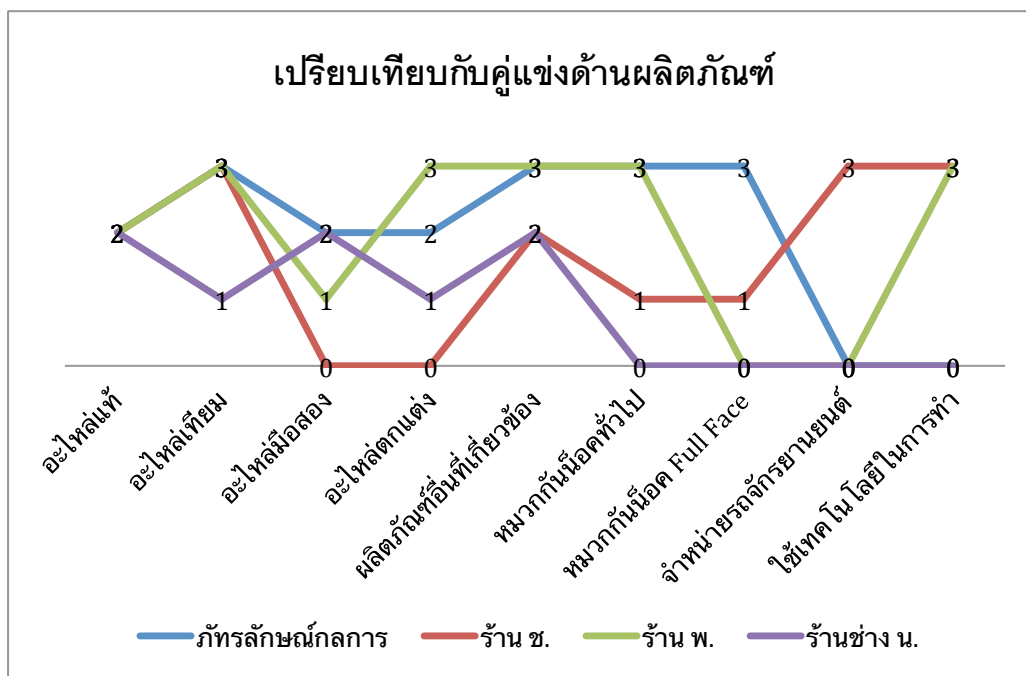
จากตารางสามารถนำมาแสดงให้อยู่ในลักษณะแผนภูมิโดยแบ่งตามด้านต่างๆ ได้ดังนี้

ภาพที่ 4.3: แสดงภาพการเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้านบริการ



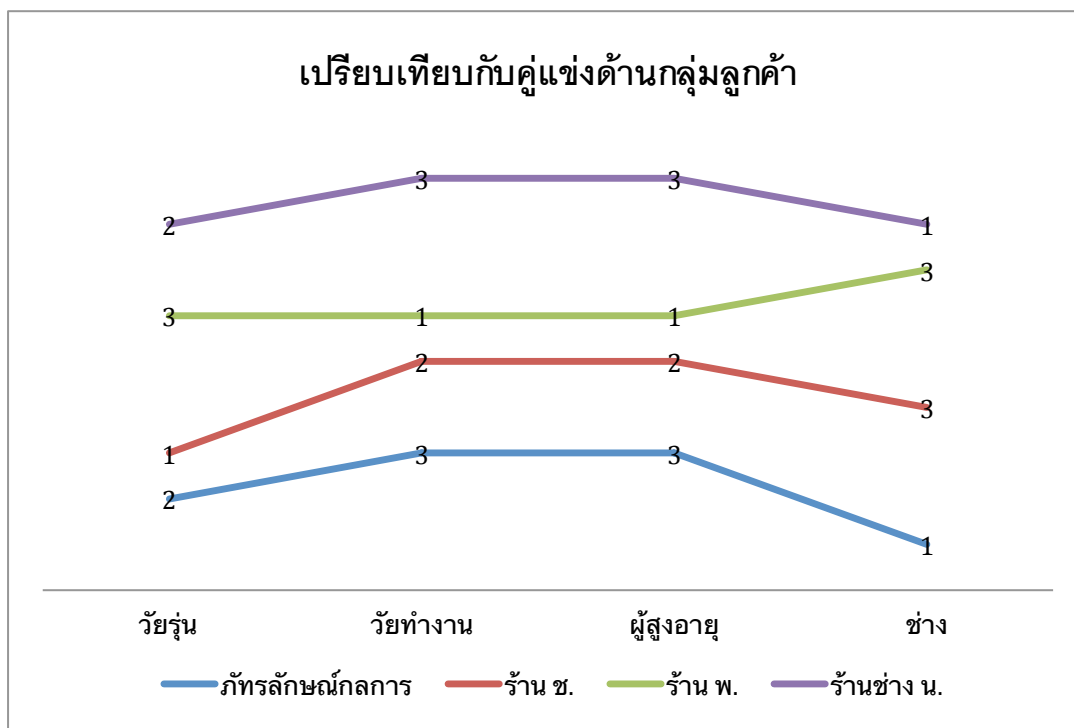
จากแผนภูมิจะเห็นว่าร้านภัทรลักษณ์การเมื่อเปรียบเทียบด้านการให้บริการกับคู่แข่งมีความเหนือกว่าในเกือบทุกเรื่อง

ภาพที่ 4.4: แสดงภาพการเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้านผลิตภัณฑ์



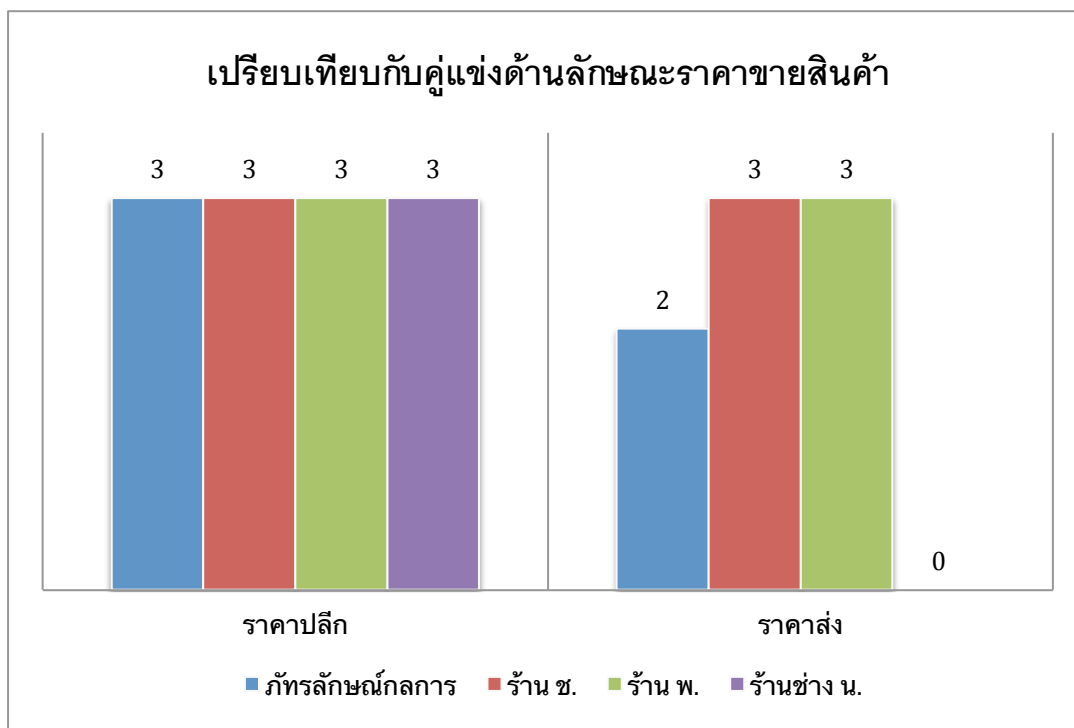
จากแผนภูมิจะเห็นว่าร้านภัทรลักษณ์กลการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจะด้อยกว่าร้าน พ. ในส่วนของอะไหล่ตกแต่งส่วนเรื่องการจำหน่ายรถจักรยานยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับร้าน ช. จะเห็นว่าเป็นธุรกิจคนประเภทแต่มีความเกี่ยวเนื่องกันจึงไม่นำผลเปรียบเทียบมาใช้วิเคราะห์ต่อเพื่อวางแผนกลยุทธ์ แต่ถึงแม้ว่าทางร้านภัทรลักษณ์กลการจะไม่ได้จำหน่ายรถจักรยานยนต์โดยตรง แต่ในบางครั้งก็จะมีรถจักรยานยนต์มือสองมาวางจำหน่ายในบางโอกาส

ภาพที่ 4.5: แสดงภาพการเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้านกลุ่มลูกค้า



จากแผนภูมิจะเห็นว่าร้านภัทรลักษณ์การเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งมีความด้อยกว่าในกลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นและกลุ่มลูกค้าที่เป็นช่าง เพราะจำหน่ายอะไหล่ตกแต่งน้อย และเรื่องราคาขายส่งอะไหล่ที่แพงกว่าร้าน ช. และร้าน พ. จึงทำให้ช่างมาซื้ออะไหล่ที่ร้าน น้อยกว่า เนื่องจากเมื่อก่อนทางร้านไม่ได้เน้นจำหน่ายอะไหล่ในราคาส่ง เน้นขายอะไหล่จากการที่ลูกค้าเข้ามาซ่อมบำรุงมากกว่า

ภาพที่ 4.6: แสดงภาพการเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้านลักษณะราคาขายสินค้า



จากแผนภูมิจะเห็นได้ว่าร้านภัทรลักษณ์กลการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้านลักษณะราคาขายสินค้ากับคู่แข่ง ในด้านราคาส่งมีความด้อยกว่าร้าน ช. และร้าน พ. ที่เน้นขายอะไหล่ให้ลูกค้ากลุ่มที่เป็นช่างด้วย

จากตารางและแผนภูมิที่แสดงการเปรียบเทียบร้านภัทรลักษณ์กลการกับคู่แข่งในด้านต่างๆ สามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

ร้านภัทรลักษณ์กลการ ให้บริการซ่อมบำรุงที่ครบวงจร มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์มีการจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม แต่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในระบบสต็อกสินค้า ทำให้มีการผิดพลาดของข้อมูล และสามารถตรวจสอบได้ยาก ลูกค้าส่วนใหญ่ของที่ร้านจะเป็นวัยทำงานและผู้สูงอายุที่จะมาใช้บริการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์เป็นหลัก ส่วนวัยรุ่นจะเข้ามาใช้บริการซ่อมบำรุงและการตกแต่งรถจักรยานยนต์เพื่อความสวยงาม ทางร้านได้เริ่มนำหมวกกันน็อคทรง Full Face เข้ามาจำหน่ายเนื่องจากเห็นช่องว่างทางการตลาด มีกระแสการขับซิ่งรถบิ๊กไบค์กำลังเป็นที่นิยมประกอบกับยังไม่ค่อย

มีคู่แข่งนำมาจำหน่ายในพื้นที่ใกล้เคียงกันทางร้านจึงเริ่มจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นให้มากยิ่งขึ้น ส่วนลูกค้ากลุ่มที่เป็นช่างจะมีน้อย เนื่องจากอะไหล่ที่จำหน่ายขายราคาส่งแพงกว่าร้าน ช.ยนต์กิจ และร้าน PPS เพราะที่ร้านเน้นขายปลีกมากกว่า ช่างส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้บริการพิเศษที่ร้านอื่นไม่มี หรือไม่สามารถทำได้เพราะต้องใช้ความชำนาญและเครื่องมือพิเศษ เช่น คว้านเสื้อสูบ ตัดแผงคอ ตัดตัวถัง ตัดแกนโช๊ค

ร้าน ช. เน้นการจำหน่ายรถจักรยานยนต์หลายยี่ห้อและการจำหน่ายอะไหล่ที่ ครบวงจร เน้นจำหน่ายอะไหล่เดิมทั้งของแท้และเทียม มีบริการซ่อมบำรุงเป็นส่วนเสริม ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่ออกรถใหม่และกลุ่มช่างที่จะมาซื้ออะไหล่ไปซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ของลูกค้าหรือนำไปจำหน่ายต่อ มีการจำหน่ายหมวกกันน็อคทรง Full Face บ้างเล็กน้อยโดยการทำ โปรโมชันพิเศษสำหรับผู้ซื้อออกรถจักรยานยนต์ใหม่

ร้าน พ. จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์อย่างเดียว ไม่มีบริการซ่อมบำรุง หรือเปลี่ยนอะไหล่ให้ ร้านนี้เป็นร้านสาขาของร้านใน อ.ตาคลี จ.นครสวรรค์ ซึ่งเป็นเขตติดต่อกับจังหวัดชัยนาท ใช้เวลาเดินทางเพียงครึ่งชั่วโมงจากตัวเมืองจังหวัดชัยนาทเท่านั้น จำหน่ายทั้งอะไหล่เดิม และอะไหล่ทดแทน ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นและกลุ่มช่าง เนื่องจากมีสินค้าหลากหลาย และจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง

ร้านช่าง น. เน้นให้บริการด้านซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ มีแค่อะไหล่พื้นฐานที่ใช้บ่อย (น้ำมันเครื่อง แบตเตอรี่ ยางใน-ยางนอกบางเบอร์ เป็นต้น) อะไหล่ส่วนใหญ่จะไปซื้อที่ร้าน ช.

ร้าน พ. และร้านภัทรลักษณ์กลการ เมื่อมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้าน

4.2.3 พันธมิตรเครือข่ายทางธุรกิจ และวิธีการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

- บริษัทผลิตและจำหน่ายอะไหล่

จะมีเซลล์จากบริษัทต่างๆ เข้ามาเสนอขายอะไหล่รถจักรยานยนต์ที่ร้านโดยตรง และจะเข้ามารับออเดอร์/วางบิลเดือนละ 1 ครั้ง แต่ถ้าทางร้านต้องการสั่งของเพิ่มเติมก็สามารถโทรศัพท์หรือใช้ Line ในการสั่งสินค้ากับเซลล์โดยตรงได้

- ศูนย์บริการ Honda Yamaha Suzuki Kawasaki

เป็นแหล่งส่งอะไหล่แท้ของรถจักรยานยนต์รุ่นต่างๆ เมื่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านมีความต้องการอยากได้อะไหล่แท้ ทางร้านก็จะดำเนินการสั่งซื้ออะไหล่กับศูนย์บริการฯ หรือถ้าอะไหล่บางชนิดมีสต็อกไว้ทางศูนย์บริการฯ ก็จะมีบริการมาส่งให้ที่ร้าน

- ร้านจำหน่ายอะไหล่ร้านอื่น (ร้าน ช. ,ร้าน พ.)

เป็นแหล่งที่ซื้ออะไหล่ฉุกเฉินในกรณีที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านแล้วมีความต้องการอะไหล่ที่ทางร้านไม่มีหรืออยู่ในระหว่างส่งรอการขนส่ง แม้ว่าวิธีการนี้จะทำให้ทางร้านได้กำไรจากการจำหน่ายอะไหล่ลดลงแต่ทางร้านก็จะไม่เสียฐานลูกค้าไปให้กับคู่แข่ง

- ร้านทำสี โรงกลึง ร้านชุบโครเมียม

เนื่องจากที่ร้านมีบริการที่ครบวงจรจึงต้องหาเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เพื่อส่งต่องานต่างๆ ที่ทางร้านทำเองไม่ได้ให้กับร้านเหล่านี้

- ตรอ. ตรวจสอบสภาพรถ

เนื่องจากที่ร้านมีบริการที่ครบวงจรจึงต้องหาเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

4.2.4 ผู้จัดการสินค้า

เจ้าของร้านจะเป็นผู้จัดการสินค้าเอง แต่ถ้าซื้อสินค้ากับศูนย์บริการฯ หรือร้าน ช. และร้าน พ. พนักงานแผนกอะไหล่จะเป็นคนดำเนินการ

บทที่ 5

แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

เนื้อหาของบทนี้จะประกอบไปด้วยแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจของร้านภัทรลักษณ์กลการชัยนาท โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

5.1 แผนกลยุทธ์เพื่อการลดต้นทุนโดยการจัดการระบบสต็อกสินค้าของธุรกิจอะไหล่

5.2 แผนกลยุทธ์เพื่อการขยายธุรกิจในอนาคต (ธุรกิจซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่)

ดังที่จะแสดงรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 แผนกลยุทธ์เพื่อการลดต้นทุนโดยการจัดการระบบสต็อกสินค้า (ธุรกิจอะไหล่)

จากการกำหนดเป้าหมายระยะสั้น (1 ปี) : จัดการระบบสต็อกอะไหล่ใหม่

Phase 1

เก็บข้อมูลการหมุนเวียนของอะไหล่ในระยะเวลา 1 เดือน ซึ่งทำให้รู้ข้อมูลของอะไหล่ขายดีอะไหล่ที่ใช้ในการซ่อมบริการมาก เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์แนวทางในการสั่งอะไหล่ครั้งต่อไปให้มีความเหมาะสมเพียงพอต่อการจำหน่ายและไม่มากเกินไปจนกลายเป็นสินค้าค้างสต็อก ทำให้เงินทุนจมในขณะเดียวกันก็ระบายสินค้าตกรุ่น (Dead Stock) ออกจากสินค้าคงคลัง เพื่อไม่ให้สิ้นเปลืองพื้นที่จัดเก็บ ลดต้นทุนการเก็บรักษา และได้เงินเข้ามาหมุนเวียนในระบบต่อไป

Phase 2

ใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีในการจัดการระบบสต็อกอะไหล่ใหม่ (เป็นแผนในอนาคต)

ซึ่งมีรายละเอียดของแผนกลยุทธ์ ดังนี้

5.1.1 การทดลองโดยการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่ให้มีความ

เหมาะสมกับยอดขาย ซึ่งเป็นวิธีการลดต้นทุนในเบื้องต้น

เนื่องจากร้านภัทรลักษณ์กลการไม่มีการทำระบบสต็อกอะไหล่ ทำให้ไม่มีข้อมูลการขายอะไหล่ ต้นทุน ยอดขาย และกำไรที่ชัดเจน ซึ่งก่อนการทำวิจัยทางร้านใช้วิธีการสั่งอะไหล่จากการคาดการณ์คร่าวๆ หรือดูจากจำนวนอะไหล่ที่ขึ้นวาง ทำให้ในบางครั้งเกิดการสั่งซื้ออะไหล่ที่มากเกินไป ไม่สัมพันธ์กับแนวโน้มของยอดขายที่คาดว่าจะขายได้ในแต่ละเดือนด้วยเหตุนี้ทำให้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนและกำไรในแต่ละเดือนและเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดอะไหล่ค้างสต็อกและต้นทุนจมต้องใช้รายได้จากส่วนอื่นๆ มาเป็นเงินหมุนเวียนในส่วนนี้ด้วย ซึ่งอาจจะทำให้ธุรกิจขาดสภาพคล่องได้ ดังนั้นจึงมี

แนวคิดในการทำวิจัยโดยการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาเป็นแนวทางในการสั่งซื้ออะไหล่ให้สัมพันธ์กับยอดขาย เมื่อทดลองในบทที่ 2 สามารถสรุปผลได้ว่าหลังจากวิเคราะห์ข้อมูลและปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่ โดยให้เหมาะสมและสัมพันธ์กับยอดขายในแต่ละเดือนแล้ว เป็นผลทำให้ต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่ลดลงจากเดิม

5.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง : ไคเซ็น (Kaizen)

ไคเซ็นเป็นเทคนิควิธีอื่นหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานขององค์กร คำว่า “Kaizen” หมายถึงการ ปรับปรุงให้ดีขึ้นในภาษาญี่ปุ่น โดยหลักการแล้วเป็นการปรับปรุงงานโดยการทำงานให้น้อยลง (ฝ่ายการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันส่งเสริมเทคโนโลยี, 2545)

เมื่อกล่าวว่า ไคเซ็น คือการปรับปรุงงานโดยการทำงานให้น้อยลงนั้นอาจให้ความรู้สึกที่ขัดแย้งในความคิดของคนทั่วไป อย่างไรก็ตามหลักการดังกล่าวเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ เนื่องจากไคเซ็นเป็นการปรับปรุงงานโดยอาศัยการวิเคราะห์กระบวนการทำงาน จากนั้นตัดกระบวนการทำงานที่ไม่จำเป็นหรือซ้ำซ้อนกันออก นอกจากนี้ยังต้องอาศัยการค้นหาแนวคิดใหม่ๆ ในการทำงานเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้นไคเซ็นก็คือการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยการลดขั้นตอนการทำงานหรือเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานใหม่เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างสะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น เป็นการประหยัดแรงงาน เวลา และค่าใช้จ่าย (Dailey, 2005)

การไคเซ็นในสถานประกอบการให้เริ่มจากการทำ 5ส (5ส คือจุดเริ่มต้นของการจัดการหน้างาน) 5ส คือ สะสาง สะดวก สะอาด สุขลักษณะ สร้างนิสัย ซึ่งถือเป็นพื้นฐานของสถานประกอบการ

สะสาง : แยกสิ่งของที่จำเป็นกับไม่จำเป็นออกจากกัน แล้วทิ้งสิ่งที่ไม่จำเป็น

สะดวก : กำหนดตำแหน่งสำหรับวางสิ่งของที่จำเป็น เพื่อให้หยิบใช้ได้ทันทีที่ต้องการ

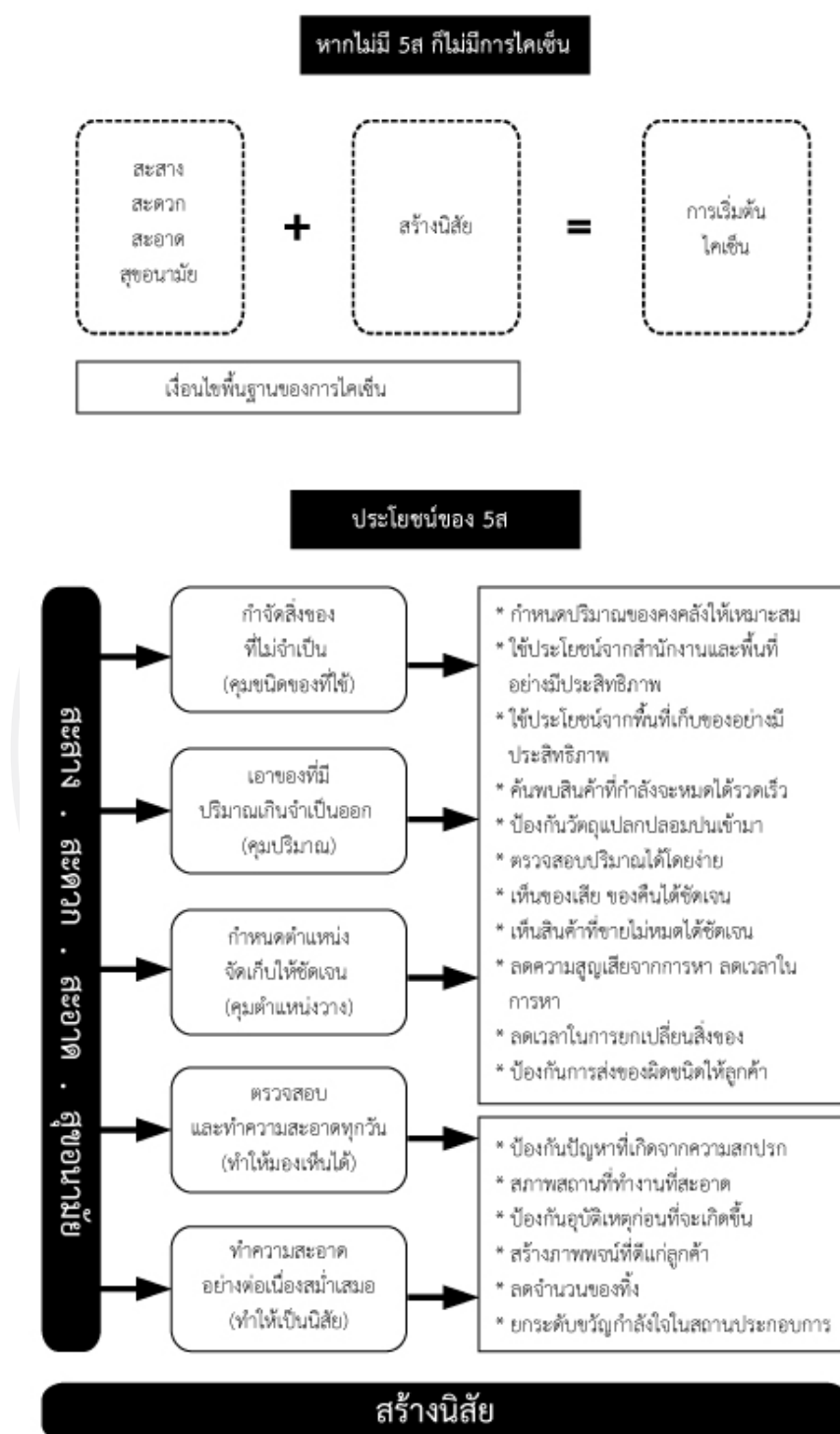
สะอาด : ดูแลไม่ให้เปื้อนหรือมีฝุ่นจับ เพื่อให้มองเห็นได้หากเกิดสิ่งผิดปกติ

สุขลักษณะ : ดำเนินการสะสาง สะดวก สะอาดอย่างทั่วถึง และดูแลรักษาไม่ให้สกปรก

สร้างนิสัย : สร้างอุปนิสัยที่ทุกคนดำเนินการตามที่ได้กำหนดไว้

ในระบบการผลิตแบบโตโยต้ากำหนดไว้ว่าการทำไคเซ็นในสถานประกอบการนั้นให้เริ่มจาก สะสางและสะดวก สำหรับสะอาดและสุขอนามัยนั้นถือเป็นพื้นฐานของการปฏิบัติงาน ส่วนการสร้างนิสัยนั้นเป็นการสร้างอุปนิสัยที่จะยึดทำตามสิ่งที่ตกลงกันไว้ การสร้างนิสัยจึงนับเป็น “ทัศนคติและพลังขับเคลื่อน” ที่เชื่อมโยงไปสู่การทำไคเซ็นโดยผ่านความร่วมมือร่วมใจของพนักงานทุกคนในสถานประกอบการเพื่อกำหนดแก้ไขปัญหาที่ประสบ

ภาพที่ 5.1: แสดงการทำไคเซ็นในสถานประกอบการโดยใช้ 5ส



ที่มา: Toyota Seisan Hoshiki wo Kangaeru Kai. (2556). *ไคเซ็นในธุรกิจบริการ* (ประยูร เชี่ยววัฒนา, ผู้แปล). กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

กลยุทธ์การใช้ 5ส ในการทำไคเซ็นของธุรกิจอะไหล่ ร้านภัทรลักษณ์กลการ

สะสาง

- จำแนกอะไหล่ที่ค้างสต็อก ไม่มีการเคลื่อนไหวออกมา เพื่อหาทางทำให้มีมูลค่า (ทำโปรโมชันลดล้าง สต็อก เป็นต้น)
- จำแนกอะไหล่ที่ชำรุด เสียหาย ไม่อยู่ในสภาพที่จะจำหน่ายได้ออกไป และนำไปทำให้มีมูลค่า (แยกชิ้นส่วนที่ยังสามารถใช้งานได้ไว้เป็นอะไหล่สำรวจซ่อม นำซากไปขายเพื่อผันเป็นเงินสด เป็นต้น)

สะดวก

- จัดสรรชั้นวางอะไหล่ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย แยกเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้พนักงานหาสินค้าได้ง่าย ลดความสูญเสียเวลาจากการหา สามารถเห็นจำนวนอะไหล่ที่เหลืออยู่ และเห็นของชำรุดได้ง่าย
- กำหนดตำแหน่งวางอะไหล่แต่ละชนิดให้เหมาะสมกับความสะดวกในการหยิบใช้งานได้ทันที
- เมื่อจัดสรรพื้นที่ดี เป็นสัดส่วน ทำให้ลดอุบัติเหตุที่อาจเกิดจากการวางของไม่เรียบร้อย ทางเดินมีสิ่งกีดขวาง การโยกย้ายของที่มีขนาดใหญ่

สะอาด

- รักษาความสะอาดบริเวณที่โชว์อะไหล่ให้ลูกค้าได้เลือกซื้อไม่ให้เปรอะเปื้อนหรือมีฝุ่นจับ ทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีและสามารถเห็นสินค้าได้อย่างชัดเจน สภาพสินค้าไม่เก่าน่าซื้อ
- รักษาความสะอาดชั้นวางอะไหล่ เพื่อให้เห็นสินค้าได้ชัดเจนและลดการชำรุดของอะไหล่ที่มีสภาพเก่าจากการเก็บรักษาไม่ดี เปรอะเปื้อนหรือมีฝุ่นจับ

สุขอนามัย

- ดำเนินการสะสาง สะดวก สะอาดอย่างทั่วถึง และดูแลรักษาไม่ให้สกปรก ทำอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

สร้างนิสัย

- สร้างอุปนิสัยที่พนักงานทุกคนดำเนินการตามที่ได้กำหนดไว้

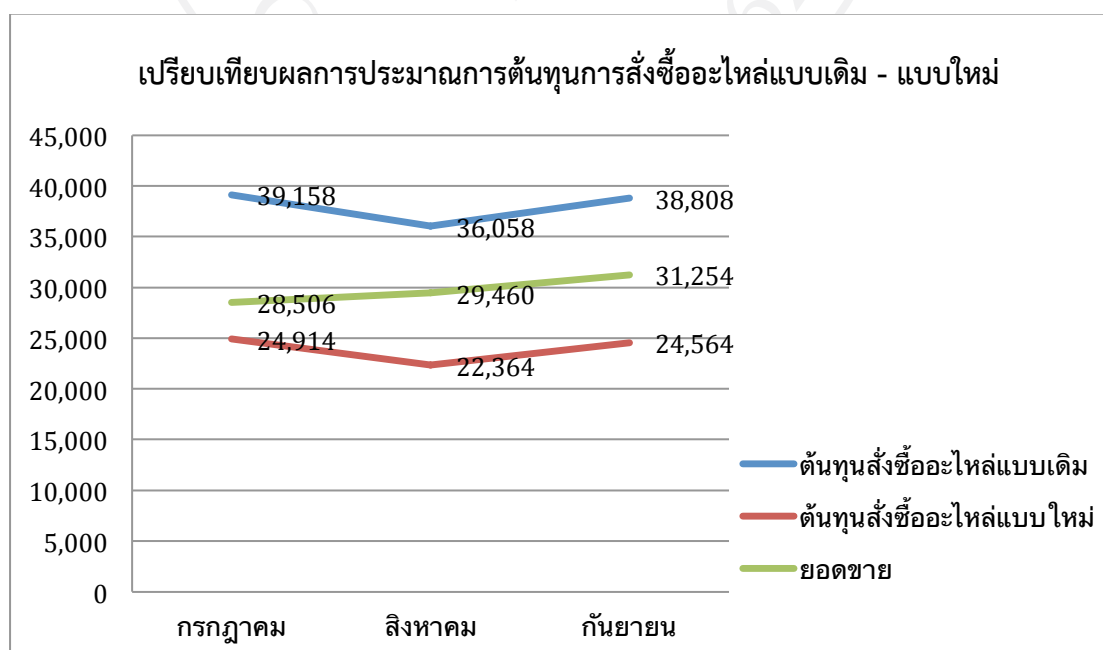
5.1.3 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน

จากการทดลองในบทที่ 2 สามารถสรุปต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่และยอดขายในแต่ละเดือนภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่ โดยอ้างอิงผลสรุปการทำวิจัยจากตารางที่ 2.12: แสดงการสรุปต้นทุนซื้อและยอดขายในแต่ละเดือน ภายใต้สมมติฐานการปรับเปลี่ยนจำนวนการสั่งซื้ออะไหล่ใหม่ ในบทที่ 2 นำมาหาค่าเฉลี่ยของต้นทุนซื้ออะไหล่แบบเดิม - แบบใหม่ และยอดขาย เพื่อนำตัวเลขที่ได้ไปทำการวิเคราะห์ต่อไป

ตารางที่ 5.1: แสดงการหาค่าเฉลี่ยต่อเดือนของต้นทุนซื้ออะไหล่แบบเดิม - แบบใหม่ และยอดขาย

เดือน	ต้นทุนซื้อเดิม	ต้นทุนซื้อ ปรับใหม่	ยอดขาย	สั่งซื้อแบบเดิม (ขาดทุน)	สั่งซื้อแบบใหม่ กำไร
กรกฎาคม	39,158	24,914	28,506	(10,652)	3,592
สิงหาคม	36,058	22,364	29,460	(6,598)	7,096
กันยายน	38,808	24,564	31,254	(7,554)	6,690
ค่าเฉลี่ยต่อเดือน	<u>38,008</u>	<u>23,947</u>	<u>29,740</u>		

ภาพที่ 5.2: แสดงการเปรียบเทียบผลการประมาณการต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิมและแบบใหม่



ถ้ากำหนดยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 29,740 บาท เท่ากับ 100% จะได้

ต้นทุนสั่งซื้อแบบเดิมเฉลี่ยต่อเดือน 38,008 บาท เท่ากับ 128% (การสั่งซื้อแบบเดิมทำให้ขาดทุน)

ต้นทุนสั่งซื้อแบบใหม่เฉลี่ยต่อเดือน 23,947 บาท เท่ากับ 81%

โดยที่มีต้นทุนคงที่และต้นทุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องรวมอยู่ด้วย 21%

ทำให้ได้ตัวเลขพยากรณ์ (%) ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิมเฉลี่ยต่อเดือน 128% - 21% = **107%**

และต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่เฉลี่ยต่อเดือน 81% - 21% = **60%**

จากตารางได้นำต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่ และยอดขาย มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยต่อเดือน เพื่อที่จะนำตัวเลขที่ได้มาคำนวณหาตัวเลขพยากรณ์เปอร์เซ็นต์ (%) ของต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่ทั้งแบบเดิมและแบบใหม่ เพื่อที่จะได้นำไปคำนวณในส่วนของการเงินต่อไป

- แหล่งที่มาของเงินทุน/ประเภทของการลงทุน

ตารางที่ 5.2: แสดงงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
อาคารพาณิชย์	2,700,000	2,700,000	-
เคาน์เตอร์+เฟอร์นิเจอร์	20,000	20,000	-
ชั้นวางอะไหล่	30,000	30,000	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,750,000		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าตกแต่ง	50,000	50,000	-
ค่าอะไหล่	200,000	200,000	-
อุปกรณ์สำนักงาน	5,000	5,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	300,000	300,000	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	3,305,000	3,305,000	-
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน	100%	100%	0%

ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายตัดจ่าย

ตารางที่ 5.3: แสดงค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย

ค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,750,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	550,000	1,100,000	1,650,000	2,200,000	2,750,000
โอนไปงบแสดงการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงิน					
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	550,000	1,100,000	1,650,000	2,200,000	2,750,000
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนสุทธิ	2,200,000	1,650,000	1,100,000	550,000	-
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าตกแต่ง	50,000				
ค่าตกแต่งตัดจ่าย	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ตัดจ่ายสะสม	10,000	20,000	30,000	40,000	50,000
โอนไปงบแสดงการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงิน					
ค่าตกแต่ง	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
หักตัดจ่ายสะสม	10,000	20,000	30,000	40,000	50,000
ค่าตกแต่งสุทธิ	40,000	30,000	20,000	10,000	-

การประมาณการสินค้าคงเหลือ

ตารางที่ 5.4: แสดงการประมาณการสินค้าคงเหลือเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม

การประมาณการสินค้าคงเหลือ (ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม)

นโยบายคิดต้นทุนขาย 107%					
นโยบายสำรองสินค้า 30 วัน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายรวม	3,600,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000
ต้นทุนขาย	3,852,000	4,044,600	4,044,600	4,044,600	4,044,600
สินค้าต่อคงเหลือต่อวัน	11,006	11,556	11,556	11,556	11,556
สินค้าคงเหลือปลายงวด	330,171	346,680	346,680	346,680	346,680
นโยบายการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ					
ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 30 วัน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการซื้อสินค้า	3,852,000	4,044,600	4,044,600	4,044,600	4,044,600
ยอดซื้อเฉลี่ยต่อวัน	11,005.71	11,556.00	11,556.00	11,556.00	11,556.00
เจ้าหนี้การค้า	330,171	346,680	346,680	346,680	346,680
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด					
เจ้าหนี้การค้า	330,171	346,680	346,680	346,680	346,680
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	330,171	16,509	-	-	-

ตารางที่ 5.5: แสดงการประมาณการสินค้าคงเหลือเมื่อใช้ต้นทุนสำเร็จอะไหล่แบบใหม่

การประมาณการสินค้าคงเหลือ (ต้นทุนสำเร็จอะไหล่แบบใหม่)

นโยบายคิดต้นทุนขาย 60%					
นโยบายสำรองสินค้า 30 วัน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายรวม	3,600,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000
ต้นทุนขาย	2,160,000	2,268,000	2,268,000	2,268,000	2,268,000
สินค้าต่อคงเหลือต่อวัน	6,171	6,480	6,480	6,480	6,480
สินค้าคงเหลือปลายงวด	185,143	194,400	194,400	194,400	194,400
นโยบายการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ					
ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 30 วัน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการซื้อสินค้า	2,160,000	2,268,000	2,268,000	2,268,000	2,268,000
ยอดซื้อเฉลี่ยต่อวัน	6,171.43	6,480	6,480	6,480	6,480
เจ้าหนี้การค้า	185,143	194,400	194,400	194,400	194,400
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด					
เจ้าหนี้การค้า	185,143	194,400	194,400	194,400	194,400
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	185,143	9,257	-	-	-

- การประมาณจุดคุ้มทุน

ตารางที่ 5.6: แสดงการประมาณการยอดขาย

การประมาณการยอดขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมยอดขายต่อวัน	10,000	10,500	10,500	10,500	10,500
รวมยอดขายต่อเดือน	300,000	315,000	315,000	315,000	315,000
รวมยอดขายต่อปี	3,600,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000

อัตราการเพิ่มขึ้น 5.00%

ตารางที่ 5.7: แสดงต้นทุนคงที่การประมาณการค่าใช้จ่าย

การประมาณการค่าใช้จ่าย					
ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าหน้าประปา(เพิ่มขึ้น 2%)	2,400	2,448	2,497	2,547	2,598
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่มขึ้น 3%)	8,400	8,652	8,912	9,179	9,454
ค่าขนส่ง (เพิ่มขึ้น 5%)	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าไฟฟ้า (เพิ่มขึ้น 5%)	14,400	15,120	15,876	16,670	17,503
ค่าเสื่อมราคา	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	342,000	359,100	377,055	395,908	415,703
รวมต้นทุนคงที่	939,200	957,920	977,570	998,195	1,019,845

ตารางที่ 5.8: แสดงต้นทุนแปรผันโดยคิดต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิมคือ 107% ของยอดขาย

ต้นทุนแปรผัน (ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม)

นโยบายคิดต้นทุนขาย 107% ของยอดขาย					
ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	3,852,000	4,044,600	4,044,600	4,044,600	4,044,600
ค่าบรรจุภัณฑ์ 0.5%	18,000	18,900	18,900	18,900	18,900
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1%	36,000	37,800	37,800	37,800	37,800
รวมต้นทุนผันแปร	3,906,000	4,101,300	4,101,300	4,101,300	4,101,300

ตารางที่ 5.9: แสดงการคำนวณจุดคุ้มทุนโดยต้นทุนแปรผันในการสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม 107% ของยอดขาย

การคำนวณจุดคุ้มทุนโดยใช้ต้นทุนแปรผันที่เป็นต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม

การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน					
กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร					
อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย					
การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,600,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000
กำไรส่วนเกิน	-306,000	-321,300	-321,300	-321,300	-321,300
อัตรากำไรส่วนเกิน	-9%	-9%	-9%	-9%	-9%
จุดคุ้มทุนต่อปี	-11,049,412	-11,269,647	-11,500,818	-11,743,469	-11,998,172
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	-920,784	-939,137	-958,401	-978,622	-999,848
จุดคุ้มทุนต่อวัน	-30,693	-31,305	-31,947	-32,621	-33,328

ตารางที่ 5.10: แสดงต้นทุนแปรผันโดยคิดต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่คือ 60% ของยอดขาย

ต้นทุนแปรผัน (ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่)

นโยบายคิดต้นทุนขาย 60% ของยอดขาย					
ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	2,160,000	2,268,000	2,268,000	2,268,000	2,268,000
ค่าบรรจุภัณฑ์ 0.5%	18,000	18,900	18,900	18,900	18,900
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1%	36,000	37,800	37,800	37,800	37,800
รวมต้นทุนผันแปร	2,214,000	2,324,700	2,324,700	2,324,700	2,324,700

ตารางที่ 5.11: แสดงการคำนวณจุดคุ้มทุนโดยต้นทุนแปรผันในการสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่ 60% ของยอดขาย

การคำนวณจุดคุ้มทุนโดยใช้ต้นทุนแปรผันที่เป็นต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่

การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน					
กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร					
อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย					
การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,600,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000
กำไรส่วนเกิน	1,386,000	1,455,300	1,455,300	1,455,300	1,455,300
อัตรากำไรส่วนเกิน	39%	39%	39%	39%	39%
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,439,481	2,488,104	2,539,142	2,592,714	2,648,947
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	203,290	207,342	211,595	216,059	220,746
จุดคุ้มทุนต่อวัน	6,776	6,911	7,053	7,202	7,358

- งบประมาณกำไรขาดทุน และหนี้สิน

ตารางที่ 5.12: แสดงงบกำไรขาดทุนเมื่อใช้ต้นทุนสิ่งซื้ออะไหล่แบบเดิม

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ (ต้นทุนสิ่งซื้ออะไหล่แบบเดิม)					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,600,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000
หัก ต้นทุนผันแปร	3,906,000	4,101,300	4,101,300	4,101,300	4,101,300
กำไรส่วนเกิน	-306,000	-321,300	-321,300	-321,300	-321,300
หัก ต้นทุนคงที่	939,200	957,920	977,570	998,195	1,019,845
กำไรก่อนการดำเนินงาน	-1,245,200	-1,279,220	-1,298,870	-1,319,495	-1,341,145
กำไรก่อนหักภาษี	-1,245,200	-1,279,220	-1,298,870	-1,319,495	-1,341,145
หัก ภาษีเงินได้	-249,040	-255,844	-259,774	-263,899	-268,229
กำไรสุทธิ	-996,160	-1,023,376	-1,039,096	-1,055,596	-1,072,916

ตารางที่ 5.13: แสดงงบกำไรขาดทุนเมื่อใช้ต้นทุนสิ่งซื้ออะไหล่แบบใหม่

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ (ต้นทุนสิ่งซื้ออะไหล่แบบใหม่)					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,600,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000	3,780,000
หัก ต้นทุนผันแปร	2,214,000	2,324,700	2,324,700	2,324,700	2,324,700
กำไรส่วนเกิน	1,386,000	1,455,300	1,455,300	1,455,300	1,455,300
หัก ต้นทุนคงที่	939,200	957,920	977,570	998,195	1,019,845
กำไรก่อนการดำเนินงาน	446,800	497,380	477,730	457,105	435,455
กำไรก่อนหักภาษี	446,800	497,380	477,730	457,105	435,455
หัก ภาษีเงินได้	89,360	99,476	95,546	91,421	87,091
กำไรสุทธิ	357,440	397,904	382,184	365,684	348,364

- งบประมาณเงินสด

ตารางที่ 5.14: แสดงงบกระแสเงินสดเมื่อใช้ต้นทุนสิ่งซื้ออะไหล่แบบเดิม

งบกระแสเงินสด ประเมินการจากสถานการณ์ปกติ (ต้นทุนสิ่งซื้ออะไหล่แบบเดิม)					
กระแสเงินสดจากกิจกรรม การดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	-996,160	-1,023,376	-1,039,096	-1,055,596	-1,072,916
บวก ค่าเสื่อมราคา	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-249,040	-6,804	-3,930	-4,125	-4,330
บวก เจ้าหนี้ที่เพิ่มขึ้น	330,171	16,509	-	-	-
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-99,616	-2,722	-1,572	-1,650	-1,732
หัก สิ้นค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	-330,171	-16,509	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	-784,816	-472,902	-484,597	-501,371	-518,978
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-2,750,000	-	-	-	-
ค่าตกแต่ง	-50,000	-	-	-	-
ค่าอะไหล่	-200,000	-	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	-5,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	-3,005,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
หัก เงินปันผลจ่าย	99,616	102,338	103,910	105,560	107,292
ทุนหุ้นสามัญ	3,305,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	3,404,616	102,338	103,910	105,560	107,292
เงินสดสุทธิ	-385,200	-370,564	-380,688	-395,811	-411,686
บวก เงินสดต้นงวด	-	-385,200	-755,764	-1,136,452	-1,532,263
เงินสดปลายงวด	-385,200	-755,764	-1,136,452	-1,532,263	-1,943,949

ตารางที่ 5.15: แสดงงบกระแสเงินสดเมื่อใช้ต้นทุนสังซื้ออะไหล่แบบใหม่

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ (ต้นทุนสังซื้ออะไหล่แบบใหม่)					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	357,440	397,904	382,184	365,684	348,364
บวก ค่าเสื่อมราคา	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	89,360	10,116	-3,930	-4,125	-4,330
บวก เจ้าหนี้ที่เพิ่มขึ้น	185,143	9,257	-	-	-
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	35,744	4,046	-1,572	-1,650	-1,732
หัก สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	-185,143	-9,257	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	1,042,544	972,066	936,683	919,909	902,302
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-2,750,000	-	-	-	-
ค่าตกแต่ง	-50,000	-	-	-	-
ค่าอะไหล่	-200,000	-	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	-5,000				
กระแสเงินสดจากการลงทุน	-3,005,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
หัก เงินปันผลจ่าย	-35,744	-39,790	-38,218	-36,568	-34,836
ทุนหุ้นสามัญ	3,305,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	3,269,256	-39,790	-38,218	-36,568	-34,836
เงินสดสุทธิ	1,306,800	932,276	898,464	883,341	867,466
บวก เงินสดต้นงวด	-	1,306,800	2,239,076	3,137,540	4,020,881
เงินสดปลายงวด	1,306,800	2,239,076	3,137,540	4,020,881	4,888,347

ตารางที่ 5.16: งบแสดงฐานะทางการเงินเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม

งบแสดงฐานะทางการเงินประมาณการจากสถานการณ์ปกติ (ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม)					
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	-385,200	-755,764	-1,136,452	-1,532,263	-1,943,949
สินค้าคงเหลือ	330,171	346,680	346,680	346,680	346,680
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-55,029	-409,084	-789,772	-1,185,583	-1,597,269
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนสุทธิ	2,200,000	1,650,000	1,100,000	550,000	-
ค่าตกแต่งสุทธิ	40,000	30,000	20,000	10,000	-
ค่าอะไหล่	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
อุปกรณ์สำนักงาน	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,445,000	1,885,000	1,325,000	765,000	205,000
รวมสินทรัพย์	2,389,971	1,475,916	535,228	-420,583	-1,392,269
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
เจ้าหนี้การค้า	330,171	346,680	346,680	346,680	346,680
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-249,040	-255,844	-259,774	-263,899	-268,229
เงินปันผลค้างจ่าย	-99,616	-102,338	-103,910	-105,560	-107,292
หนี้สินระยะสั้น	-18,485	-11,502	-17,003	-22,779	-28,840
รวมหนี้สิน	-18,485	-11,502	-17,003	-22,779	-28,840
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	3,305,000	3,305,000	3,305,000	3,305,000	3,305,000
กำไรสะสม	-896,544	-1,817,582	-2,752,768	-3,702,805	-4,668,429
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,408,456	1,487,418	552,232	-397,805	-1,363,429
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,389,971	1,475,916	535,228	-420,583	-1,392,269

ตารางที่ 5.17: งบแสดงฐานะทางการเงินเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่

งบแสดงฐานะทางการเงินประมาณการจากสถานการณ์ปกติ (ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่)					
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	1,306,800	2,239,076	3,137,540	4,020,881	4,888,347
สินค้าคงเหลือ	185,143	194,400	194,400	194,400	194,400
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,491,943	2,433,476	3,331,940	4,215,281	5,082,747
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนสุทธิ	2,200,000	1,650,000	1,100,000	550,000	-
ค่าตกแต่งสุทธิ	40,000	30,000	20,000	10,000	-
ค่าอะไหล่	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
อุปกรณ์สำนักงาน	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,445,000	1,885,000	1,325,000	765,000	205,000
รวมสินทรัพย์	3,936,943	4,318,476	4,656,940	4,980,281	5,287,747
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
เจ้าหนี้การค้า	185,143	194,400	194,400	194,400	194,400
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	89,360	99,476	95,546	91,421	87,091
เงินปันผลค้างจ่าย	35,744	39,790	38,218	36,568	34,836
หนี้สินระยะสั้น	310,247	333,666	328,165	322,389	316,328
รวมหนี้สิน	310,247	333,666	328,165	322,389	316,328
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	3,305,000	3,305,000	3,305,000	3,305,000	3,305,000
กำไรสะสม	321,696	679,810	1,023,776	1,352,891	1,666,419
ส่วนของผู้ถือหุ้น	3,626,696	3,984,810	4,328,776	4,657,891	4,971,419
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,936,943	4,318,476	4,656,940	4,980,281	5,287,747

- การประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน

ตารางที่ 5.18: แสดงกระแสเงินรับตลอดโครงการเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม

กระแสเงินรับตลอดโครงการ (ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบเดิม)	
ปีที่	
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	-3,305,000.00
1 กระแสเงินสดรับ	-385,200.00
2 กระแสเงินสดรับ	-370,564.00
3 กระแสเงินสดรับ	-380,687.92
4 กระแสเงินสดรับ	-395,811.39
5 กระแสเงินสดรับ*	88,313.95
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด	10%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	-954,031.49
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	-3,305,000.00
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	-4,259,031.49
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	ไม่สามารถหาค่าได้

ตารางที่ 5.19: แสดงกระแสเงินรับตลอดโครงการเมื่อใช้ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่

กระแสเงินรับตลอดโครงการ (ต้นทุนสั่งซื้ออะไหล่แบบใหม่)	
ปีที่	
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	-3,305,000.00
1 กระแสเงินสดรับ	1,306,800.00
2 กระแสเงินสดรับ	932,276.00
3 กระแสเงินสดรับ	898,464.08
4 กระแสเงินสดรับ	883,340.61
5 กระแสเงินสดรับ*	1,367,465.95
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด	10%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	3,231,906.01
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	-3,305,000.00
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	-73,093.99
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	19%

- การประเมินระยะเวลาคืนทุน

ตารางที่ 5.20: แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเมื่อใช้ต้นทุนตั้งซื้ออะไหล่แบบเดิม

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (ต้นทุนตั้งซื้ออะไหล่แบบเดิม)					
รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	3.0	35.6	46.4	52.0	55.4
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	-4.7	-8.3	-13.1	-18.5	-24.8
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราการลงทุนของสินค้า (รอบ)	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	30.4	30.4	30.4	30.4	30.4
อัตราการลงทุนสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (รอบ)	1.6	2.3	3.4	6.9	
อัตราการลงทุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	1.5	2.6	7.1	-9.0	-2.7
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	-0.0	-0.0	-0.0	0.1	0.0
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-0.4	-0.7	-1.9	2.5	0.8
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	-0.4	-0.7	-1.9	2.7	0.8
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	-8.5	-8.5	-8.5	-8.5	-8.5
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	-34.6	-33.8	-34.4	-34.9	-35.5
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	-27.7	-27.1	-27.5	-27.9	-28.4
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	- 4,259,031.5				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	ไม่สามารถหาค่าได้				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	คืนทุนมากกว่า 5 ปี				

ตารางที่ 5.21: แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเมื่อใช้ต้นทุนสิ่งซื้ออะไหล่แบบใหม่

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (ต้นทุนสิ่งซื้ออะไหล่แบบใหม่)					
รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	4.8	7.3	10.2	13.1	16.1
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	4.8	7.6	10.8	14.1	17.4
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราการลงทุนของสินค้า (รอบ)	12.0	12.0	12.0	12.0	12.0
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	30.1	30.1	30.1	30.1	30.1
อัตราการลงทุนสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (รอบ)	1.6	2.3	3.4	6.9	
อัตราการลงทุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.9	0.9	0.8	0.8	0.7
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	38.5	38.5	38.5	38.5	38.5
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	12.4	13.2	12.6	12.1	11.5
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	9.9	10.5	10.1	9.7	9.2
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	- 73,094				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	0.2				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	3.2				

5.2 แผนกลยุทธ์เพื่อการขยายธุรกิจในอนาคต (ธุรกิจซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่)

จากการกำหนดเป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี) : ขยายฐานลูกค้า

Phase 1

ขยายกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น เนื่องจากปัจจุบันได้เกิดกระแสบิ๊กไบค์มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทางร้านได้เล็งเห็นช่องว่างทางการตลาดในจังหวัดชัยนาทที่ยังไม่มีร้านใดนำหมวกกันน็อคทรง Full Face (รูปแบบหมวกกันน็อคแบบเดียวกับที่นักแข่งรถจักรยานยนต์ทางเรียบใช้ในการแข่งขันในสนาม) มาจำหน่าย ซึ่งเลือกแบรนด์ที่มีคุณภาพ ได้รับมาตรฐาน มอก. และมาตรฐานสากล ราคาอยู่ในระดับกลาง (ราคาใบละ 1,900-3,400 บาท) พร้อมทั้งเพิ่มช่องทาง การเข้าถึงลูกค้า กลุ่มวัยรุ่น โดยการสร้าง Facebook Page ของร้านขึ้นมา ควบคู่ไปด้วย

Phase 2

ขยายกลุ่มลูกค้าที่เป็นช่าง ที่เปิดร้านขนาดเล็ก-ขนาดใหญ่ เนื่องจากในปัจจุบันช่างที่มาซื้อของที่ร้าน ยังมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับคู่แข่ง เพราะกลยุทธ์เดิมที่วางไว้ส่วนใหญ่จะเน้นจำหน่ายอะไหล่ให้ลูกค้าในราคาปลีก มีราคาส่งแต่ก็จะแพงกว่าร้านคู่แข่งที่เน้นจำหน่ายอะไหล่ราคาส่งมากกว่า

Phase 3

ดำเนินการต่อเนื่องจากเป้าหมายระยะสั้น เพิ่มการปรับปรุงระบบสมาชิกให้มีความทันสมัย ข้อมูลถูกต้องแม่นยำ สามารถนำข้อมูลการซื้ออะไหล่และการใช้บริการของลูกค้ามาวิเคราะห์ หาแนวทางของแผนธุรกิจในอนาคตได้ เนื่องจากระบบสมาชิกที่ใช้ก่อนหน้านี้ จะเป็นสมุดเล่มเล็ก ที่เอาไว้วัดยอดซื้อของลูกค้า เพื่อสะสมยอดแรกของสมมนาคุนพรี ตามเงื่อนไขที่กำหนด

จากการกำหนดเป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

Phase 1

ขยายสาขาและจุดให้บริการเพิ่มในต่างอำเภอที่มีขนาดใหญ่ ในจังหวัดชัยนาท

จากการกำหนดเป้าหมายระยะกลางและระยะยาวข้างต้นสามารถจัดทำแผนกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ได้ ดังนี้

5.2.1 แผนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการองค์กร และทรัพยากรบุคคล

- แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจให้คนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

ทฤษฎีการจูงใจ Two-Factors Theory ของ Frederick Herzberg, 1950

ทฤษฎีนี้บอกว่า การทำงานของคนหรือการหยุดงานประท้วง จะเกิดขึ้นด้วยปัจจัยสำคัญ 2 ประการคือ

1.) Motivation Factors หรือปัจจัยขั้นพื้นฐานที่พนักงานต้องได้รับ

ถ้าไม่ได้รับจะก่อให้เกิดปัญหา การ ประท้วงหรือการนัดหยุดงาน ซึ่งได้แก่

- เงินเดือน
- สภาพการทำงานที่ดี
- ความมั่นคงในงาน
- ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงาน
- นโยบายที่ดีขององค์กร
- หัวหน้างานมีการควบคุมการทำงานที่ดี

2.) Satisfaction Factors เป็นปัจจัยที่สร้างความพอใจให้พนักงาน ถ้ามีแล้วจะทำให้การทำงานของพนักงานดีขึ้น ซึ่งได้แก่

- งานที่ทำท้าทาย ทำแล้วสนุก เป็นงานที่พนักงานชอบ
- งานที่ทำแล้วมีผลงานเกิดขึ้น ทำแล้วได้รับความสำเร็จ
- งานที่มีความรับผิดชอบสูง
- งานที่ผู้อื่นยอมรับในความสำคัญ
- งานที่ทำแล้วก้าวหน้า
- งานที่ทำแล้วก่อให้เกิดความรู้ หรือความชำนาญเพิ่มมากขึ้น

นอกจากเรื่องความต้องการในการทำงาน ซึ่งมีผลต่อการสร้างสิ่งจูงใจให้พนักงานแล้ว ยังมีทฤษฎีที่น่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์อีกทฤษฎีหนึ่ง ซึ่งนำเสนอโดย Douglas McGregor, 1960 ที่รู้จักกันดีในนามของทฤษฎี X และทฤษฎี Y

ทฤษฎี X ของ Douglas McGregor, 1960

เป็นการมองพฤติกรรมมนุษย์ในแง่ร้าย โดยเชื่อว่ามนุษย์ทุกคนไม่มีใครอยากทำงานเกินกว่าความจำเป็นที่เขาต้องทำและไม่ต้องการรับผิดชอบมากกว่าที่ควรจะได้รับ ผิดชอบ ผู้บริหารจึงต้องสั่งงานอย่างเข้มงวดจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยทฤษฎีนี้เชื่อว่าคนมีลักษณะดังนี้

- ไม่ชอบทำงาน

- ขาดความทะเยอทะยาน
- คนไม่มีความรับผิดชอบ
- คนชอบทำตามผู้อื่นสั่ง
- ต้องใช้วิธีให้คนอื่นมาควบคุม

ทฤษฎี Y ของ Douglas McGregor, 1960

เชื่อว่าคนทุกคนไม่ว่าจะทำงานที่ระดับใดจะมีความขยันและต้องการทำงานให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยการขยายขอบเขตความรับผิดชอบออกไปเสมอๆ และสามารถร่วมออกความเห็นกับคนอื่น ๆ ได้ ลักษณะของบุคคลในทฤษฎีนี้ ได้แก่

- คนชอบทำงาน
- คนมีความกระตือรือร้น
- คนมีความรับผิดชอบ
- คนชอบเป็นผู้นำ
- คนทุกคนชอบคุมตนเอง

จากทฤษฎีความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ดังกล่าว จึงทำให้มีผู้เสนอแนวทางในการจูงใจพนักงานไว้หลายแบบด้วยกัน ซึ่งได้แก่

1.) Behavioral Model หรือการจูงใจโดยอาศัยพฤติกรรมของคน ได้แก่

- Autocratic Model ใช้อำนาจในการสั่งการให้คนทำงาน การที่พนักงานจะเชื่อฟังหรือไม่อยู่ที่ตัวผู้บริหารซึ่งถ้าผู้ใต้บังคับบัญชามีความกลัวมากก็จะทำงานแต่ผลลัพธ์ที่ได้จากงานและแนวคิดนี้มีไม่มากนัก
- Custodial Model เป็นการใช้เงินหรือปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน
- Supportive Model เป็นการจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาโดยการแสดงความเป็นผู้นำให้เห็นเพื่อให้เกิดการทำตาม
- Collegial Model เป็นการจูงใจโดยการทำให้พนักงานรู้สึกสนุกกับงาน ความสำเร็จขึ้นกับทีมงานหรือเป้าหมายของหลายๆ คนร่วมกัน

2.) Dual Model (Managerial Model) เป็นการจูงใจให้ทำงานด้วยความเชื่อว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยขององค์กร และปัจจัยของมนุษย์ ได้แก่

- Traditonal Model แนวคิดนี้เชื่อว่าลักษณะของคนเป็นแบบทฤษฎี X ดังนั้นจึงต้องทำการควบคุมอย่างใกล้ชิด มีการแบ่งแยกงานเป็นส่วนย่อยๆ ที่ไม่ซ้ำซ้อนกัน
- Human Relation Model แนวคิดนี้เชื่อว่าคนทุกคนอยากได้ประโยชน์จากงาน อยากมีส่วนร่วม และอยากเป็นเจ้าของ ดังนั้น จึงจูงใจพนักงานด้วยการทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าตัวเองมีประโยชน์ มีความสำคัญต่อองค์กร และกลุ่ม

• **การจัดโครงสร้างองค์กรและการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ**

การวางแผนกำลังคนและการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในปริมาณงานที่เหมาะสมกับพนักงานที่มีอยู่ เพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด ไม่เกิดความกดดันจากการทำงานไม่เกิดความเร่งรีบในการทำงานที่อาจส่งผลให้งานด้อยคุณภาพ และยังส่งผลให้พนักงานทำงานได้อย่างมีความสุข

ตารางที่ 5.22: แสดงโครงสร้างตำแหน่งและหน้าที่ของพนักงานร้านภัทรลักษณ์กลการ

ตำแหน่ง	จำนวนคน	หน้าที่รับผิดชอบ
เจ้าของร้าน	2	คนหนึ่งดูแลฝั่งซ่อมบริการ คนหนึ่งดูแลด้านอะไหล่
หัวหน้าช่างซ่อม	1	ทำงานซ่อม ดูแลความเรียบร้อย จัดสรรงานให้ช่าง
ช่างซ่อม	3	ทำงานซ่อมบำรุงต่าง
หัวหน้าแผนกอะไหล่	1	หยิบอะไหล่ให้ช่างพร้อมทั้งเขียนเบิกอะไหล่ซ่อม ขายอะไหล่ ให้ลูกค้า ตรวจเช็คอะไหล่ ลงรับสินค้า จัดวางอะไหล่เข้าชั้นวาง
พนักงานแผนกอะไหล่	1	หยิบอะไหล่ให้ช่างพร้อมทั้งเขียนเบิกอะไหล่ซ่อม ขายอะไหล่ ให้ลูกค้า ตรวจเช็คอะไหล่ ลงรับสินค้า จัดวางอะไหล่เข้าชั้น
พนักงานต้อนรับ	1	ต้อนรับลูกค้า ถามรายละเอียดการซ่อมหรืออะไหล่ ที่ลูกค้าต้องการ ขายอะไหล่ เสริมน้ำเปล่าบริการลูกค้า จัดคิวรถที่เข้าซ่อมเพื่อบอกช่าง เขียนบิลรายการซ่อม (ช่วยหยิบอะไหล่ในบางครั้ง)

- **เกณฑ์ในการรับบุคลากร**

สรรหาบุคคลที่จะมาเป็นพนักงาน โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

แผนกช่าง

- เพศชาย อายุ 15 – 35 ปี
- วุฒิการศึกษา ม.3 - ปวส.
- เรียนจบจากสายที่เกี่ยวข้องกับช่างยนต์ หรือมีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับช่างซ่อมรถจักรยานยนต์ จะพิจารณาเป็นพิเศษ
- มีความชื่นชอบและสนใจเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์
- ชยัน อดทน สู้งาน พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่

แผนกอะไหล่

- เพศชาย - หญิง อายุ 15 – 35 ปี
- วุฒิการศึกษา ม.3 - ปวส.
- มีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับด้านอะไหล่ จะพิจารณาเป็นพิเศษ
- ชยัน อดทน สู้งาน พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่

ผู้สมัครงานจะต้องทำการส่งใบสมัครและประวัติของตนเองพร้อมทั้งสามารถผ่านการสัมภาษณ์จากเจ้าของร้าน เมื่อได้รับการคัดเลือกเป็นพนักงานแล้วจะต้องทดลองงานเป็นเวลา 3 เดือนเมื่อผ่านโปรแล้วจึงได้บรรจุเป็นพนักงานประจำ จะมีการอธิบายระบบการทำงานและปรับทัศนคติ การทำงานเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันและการปฏิบัติงานที่ไปในทิศทางเดียวกัน

- **วิธีการจูงใจ และรักษาบุคลากร**

- การปฏิบัติกับพนักงานเหมือนคนในครอบครัว อยู่ร่วมกันแบบพี่น้อง สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ในโอกาสพิเศษหรือช่วงที่มีงานเยอะก็จะมีการเลี้ยงอาหาร ให้พนักงานทุกคนได้มาทานร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเที่ยวประจำปี เพื่อให้พนักงานมีการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน และเจ้าของกิจการ ทำให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีในการทำงานที่ร้านภัทรลักษณ์กลการ
- ในด้านการทำงานทางร้านจะมีการประชุมพนักงานเพื่อสรุปปัญหาในการทำงาน รวมถึงนโยบายต่างๆ ซึ่งพนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนวทางในการแก้ไขได้

ทำให้พนักงานรู้สึกมีส่วนร่วม ในการพัฒนาหรือปรับปรุงแก้ไข เกิดเป็นความรู้สึกผูกพัน เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของร้านและมีทัศนคติที่ดีกับร้าน

- ให้ความเชื่อมั่นในตัวพนักงานจนพนักงานก็รู้สึกเองได้ เช่น มอบหมายงานที่ทำหาย เป็นต้น

• การบริหารเงินเดือน และสวัสดิการ

สวัสดิการพนักงาน

- มีวันหยุดตามที่กระทรวงแรงงานกำหนด ใน 1 ปี หยุด 13 วัน (วันหยุดเทศกาล นักชัตฤกษ์ต่าง)
- มีวันหยุดตามที่กระทรวงแรงงานกำหนด ทำงาน 6 วัน วันจันทร์-วันเสาร์ หยุดทุกวันอาทิตย์
- มีวันลากิจ ลาป่วย
- มีการทำประกันสังคม
- มีกิจกรรมเที่ยวประจำปี 2 วัน 1 คืน
- มีกิจกรรมจับของขวัญช่วงเทศกาลปีใหม่
- มีการมอบเงินโบนัสทุกๆ ต้นปี

• การจ้างบุคลากร (จ้างรายเดือน/จ้างรายวัน)

การจ้างพนักงานประจำ จะจ้างเป็นรายเดือน โดยจะจ่ายเป็น 2 งวด คือ งวดที่ 1 จ่ายทุกวันที่ 15 ของเดือน และงวดที่ 2 จ่ายทุกสิ้นเดือน โดยในงวดที่ 2 จะหักเงินสมทบค่าประกันสังคมออกจากเงินเดือนด้วย

การจ้างพนักงานที่ยังไม่ผ่านโปร (ทดลองงาน 3 เดือน) จะจ้างเป็นรายวัน

5.2.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

• แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบของความสำเร็จของการตลาดบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์การบริหารการตลาดที่ได้รับความนิยม มาหลายทศวรรษเป็นแนวคิดหลักที่ใช้ในการพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญในการตอบสนองต่อตลาด ได้อย่างเหมาะสม โดยเริ่มต้นที่ธุรกิจต้องมีสิ่งที่จะนำเสนอต่อลูกค้าหรือผลิตภัณฑ์ทำการตั้งราคา ที่เหมาะสมหาวิธีการนำส่งถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและหาวิธีการสื่อสารเพื่อที่จะแจ้งข่าวสารและ กระตุ้นให้เกิดการซื้อด้วยการทำการส่งเสริมการตลาด

ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้ถือว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่เป็นที่รู้จักกันดี ซึ่งรวมเรียกว่า

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Produce)
2. ราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)

แต่เนื่องจากลักษณะของการบริการที่มีความแตกต่างจากสินค้า การที่คำนึงถึงเพียง 4Ps

ดังกล่าวข้างต้นยังไม่เพียงพอ การที่จะทำให้ธุรกิจบริการประสบความสำเร็จยังมีปัจจัยที่สำคัญอีก 4

ประการที่นักการตลาดต้องคำนึงถึงคือ

1. กระบวนการ (Process)
2. ประสิทธิภาพและคุณภาพ (Productivity and Quality)
3. คน (People)
4. สิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ (Physical Evidence) ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ

สิ่งสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารการตลาดต่างต้องพิจารณาถึงลูกค้า กล่าวคือ

ในการวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึง **ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า** ที่มีต่อ

ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ต้องพิจารณาถึง **ต้นทุนของลูกค้า**สำหรับการกำหนดราคา การจัดจำหน่ายก็ต้อง

พิจารณาถึง **ความสะดวกสบายในการรับบริการ** การส่งมอบสู่ลูกค้า สถานที่ และเวลาในการส่งมอบ

พิจารณาถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะเลือก **วิธีติดต่อสื่อสาร** ที่สามารถเลือกใช้

การส่งเสริมการตลาดเข้าถึงและจูงใจลูกค้าได้เหมาะสม

กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการ คือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้น

กระบวนการ (Process) บริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึง

ต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ

ประสิทธิภาพและคุณภาพ (Productivity and Quality) มักถูกแยกออกจากกัน การเพิ่ม

ประสิทธิภาพจะเป็นความพยายามในการทำให้ต้นทุนรวมของการบริการต่ำลง สำหรับการสร้าง

คุณภาพ เป็นความพยายามในการสร้างความแตกต่างและสร้างความภักดีของลูกค้าแต่การเพิ่ม

คุณภาพ มักต้องแลกมาด้วยต้นทุนสูง

การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับ **คน (People)** ทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ

คนเป็นปัจจัยสำคัญ ที่อาจ ทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้ บริษัทต้อง

เตรียมกระบวนการเกี่ยวกับ คนหรือบุคลากรเป็นสำคัญ ตั้งแต่การสรรหา รับ ฝึกอบรม และกระตุ้นพนักงาน โดยเฉพาะพนักงาน ในส่วนที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

สิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ (Physical Evidence) เป็นองค์ประกอบของธุรกิจบริการ ที่ลูกค้า สามารถมองเห็นและใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการได้ ตัวอย่างของสิ่งที่มองเห็น ได้ เช่น อาคารสำนักงานของบริษัท ท่าเลที่ตั้ง การตกแต่งสำนักงาน เครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ พนักงาน สัญลักษณ์ของบริษัท และสิ่งที่มองเห็นได้ต่างๆ

ธุรกิจบริการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาให้ส่วนประกอบทั้ง 8 ประการสอดคล้องและเหมาะสมกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์และศักยภาพของธุรกิจ และแนวทางในการพิจารณาวิธีที่มีประสิทธิภาพในการบริหารการตลาดไม่ได้อยู่ที่การพิจารณาเลือกแนวทางที่ดีที่สุด แต่ควรเลือกวิธีที่เหมาะสมที่สุด เหมาะสมกับลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า และเหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์และความสามารถของธุรกิจในการจัดทำและการนำเสนอ

- **นวัตกรรมที่นำมาใช้กับผลิตภัณฑ์/บริการ**

- ใช้สื่อโซเชียลมีเดีย Facebook เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอีกช่องทางหนึ่ง
- รองรับสังคมไร้เงินสดในอนาคต โดยการมีเครื่องรับบัตรเครดิต และการจ่ายเงินโดยการสแกน QR Code ผ่านแอปพลิเคชันของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในสมาร์ทโฟน
- ในอนาคตนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการสต็อกอะไหล่ และใช้โปรแกรม POS
- ระบบสมาชิกแบบการ์ดบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์

- **การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์/บริการ**

- สำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก เมื่อสะสมยอดซื้ออะไหล่หรือยอดซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ สามารถนำมาแลกเป็นส่วนลดหรือของสมนาคุณตามเงื่อนไขที่กำหนด
- เมื่อซื้ออะไหล่กับทางร้านจะมีบริการใส่ให้ฟรี

- **แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ**

- พัฒนาระบบภายใน โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น ระบบสต็อกอะไหล่ ระบบ POS ระบบสมาชิก เป็นต้น

- พัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน โดยมีการจัดเก็บข้อมูลความรู้ให้เป็นระบบ เมื่อมีพนักงานเข้าใหม่สามารถทราบงานได้ทันที
- ขยายกลุ่มลูกค้ากลุ่มที่เป็นวัยรุ่น โดยเริ่มจากการจำหน่ายหมวกกันน็อกทรง Full Face จักรกลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นและลูกค้ากลุ่มที่ขับรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์
- ขยายการบริการรองรับการเข้ารับบริการซ่อมบำรุงเบื้องต้นของรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในอนาคต เช่น การบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง เปลี่ยนยาง เป็นต้น
- ขยายกลุ่มลูกค้ากลุ่มที่เป็นช่าง โดยการปรับราคาอะไหล่ให้เป็นราคาขายส่งมากขึ้น
- ปรับปรุงภาพลักษณ์ของร้าน โดยการตกแต่งให้ดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น ใช้สไตล์การตกแต่งแนวลอฟท์ (Loft Style) ให้กลิ่นอายดิบ เท่ที่เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของร้านที่ให้บริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์
- เพิ่มช่องทางการสั่งซื้ออะไหล่แบบออนไลน์ จำหน่ายอะไหล่ บริการส่งทั่วประเทศ
- เพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้าในจังหวัดชัยนาทให้มากยิ่งขึ้น โดยการขยายสาขาไปยังต่างอำเภอที่มีขนาดใหญ่

• การตั้งราคา

การตั้งราคาใช้กลยุทธ์การตั้งราคามุงที่ต้นทุน คำนึงถึงทั้งต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผันที่ใช้ในการดำเนินงาน ราคาของอะไหล่แต่ละชนิดจะตั้งให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและความยากง่ายเวลาในการให้บริการที่ลูกค้าได้รับ โดยอิงจากราคาตลาดด้วย เนื่องจากสินค้าบางชนิดที่นำมาจำหน่ายไม่ได้มีความแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่ง

• การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย

มีทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้มากที่สุด มีรายละเอียดดังนี้

ช่องทางออนไลน์

- จัดทำ Facebook Page ของร้าน โดยมีแอดมินเป็นเจ้าของร้านและพนักงานอะไหล่ เพื่อให้สามารถโต้ตอบกับลูกค้าทางออนไลน์ได้ทันที เมื่อมีลูกค้าสอบถามเข้ามา
- ในระยะแรกที่จัดตั้ง Facebook Page ของร้าน จะใช้เป็นสื่อที่ประชาสัมพันธ์ร้าน จำหน่ายหมวกกันน็อกทรง Full Face ด้วย โดยการถ่ายรูปลูกค้าที่ซื้อหมวกกันน็อก และทำการ Tag รูปภาพที่โพสต์ลงเพจไปยัง Facebook ของลูกค้า

- ลงโฆษณากับ Facebook เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายยิ่งขึ้น
- เพิ่มการอัปเดตคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับอะไหล่และการบำรุงรักษารถจักรยานยนต์ผ่าน Facebook Page มากยิ่งขึ้น
- เพิ่มยอด Like ยอดแชร์ โดยการมีกิจกรรมต่างๆ ให้ลูกค้าได้ร่วมสนุก หรือแจกของรางวัล
- เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อแบบออนไลน์ บริการส่งทั่วประเทศ

ช่องทางออฟไลน์

- มีหน้าร้าน ให้บริการครบวงจรทั้งบริการซ่อมบำรุงและจำหน่ายอะไหล่
- มีบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่รอรถที่เข้ารับบริการ โดยทางร้านมีบริการที่นั่ง น้ำดื่ม ฟรี Wifi โทรศัพท์ และนิตยสาร
- บริการรับ-ส่งรถจักรยานยนต์นอกสถานที่

• การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

- จัดทำโลโก้ของร้าน เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เป็นที่จดจำของลูกค้ามากยิ่งขึ้น
- มีการใช้โลโก้ลงในสื่อต่างๆ เช่น Facebook เพื่อเพิ่มการจดจำของลูกค้า
- อัปเดตข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Facebook Page สม่าเสมอ
- การโฆษณาวิทยุเพื่อเพิ่มการจดจำของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ฟังวิทยุ
- เป็นผู้สนับสนุนโครงการเพื่อสังคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ทำ เช่น การสนับสนุนบริจาคหมวกกันน็อคให้กับโครงการของตำรวจจราจร เป็นต้น

• การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

- มีสินค้าและบริการที่หลากหลายครบวงจร มาที่เดียวจบ เป็น One Stop Service
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มาราคาให้ลูกค้าเลือกหลายระดับ ราคาจะอิงจากราคาตลาด
- จัดทำการส่งเสริมการขายด้วยโปรโมชั่นต่างๆ ทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจ
- ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า และนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด เช่น ในช่วงปลายปี-ต้นปี ลูกค้ากลุ่มที่ชื่นชอบการ

ออกทริปขับขี่รถจักรยานยนต์ไปเที่ยวทางภาคเหนือ ทางร้านก็ควรนำเสนอสินค้าที่ใช้ในการขับขี่ จำพวกหมวกกันน็อก ผ้าคลุมรถ ถุงมือ แจ็คเก็ต กระเป๋าข้างอเนกประสงค์ ที่ติดตั้งกับตัวรถ เป็นต้น

- สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก

• การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ร้านภัทรลักษณ์กลการได้มีการจัดทำระบบสมาชิกอยู่แล้ว แต่ใช้วิธีบันทึกลงสมุดสมาชิกเล่มเล็กที่ให้ลูกค้าไว้พร้อมทั้งบันทึกข้อมูลของสมาชิกทุกคนเก็บไว้ที่ร้านด้วย ซึ่งระบบเดิมนั้นมีความเสี่ยงต่อการสูญหาย ขำรด ข้อมูลคลาดเคลื่อน จึงมีความคิดที่จะพัฒนา และจัดทำแผนดังนี้

- ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้ระบบมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ลูกค้าที่เป็นสมาชิกสามารถบอกเบอร์โทรศัพท์ในการทำรายการซื้อเพื่อเก็บสะสมยอดซื้อให้บันทึกลงในระบบ
- บัตรสมาชิกของลูกค้าจะเป็นการดี

นอกจากการพัฒนาระบบสมาชิกแล้ว ยังมีการจัดโปรโมชั่นให้สมาชิกสามารถซื้อสินค้าราคาพิเศษ มีการจัดโปรโมชั่นในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ฉลองร้านเปิดกิจการครบรอบ 25 ปี เป็นต้น

5.3 แผนบริหารความเสี่ยง

แผนบริหารความเสี่ยงของร้านภัทรลักษณ์กลการ ในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อเป็นตัวช่วยเบื้องต้นในการเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น เมื่อเกิดสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ มีรายละเอียดดังนี้

สถานการณ์ที่ 1 : ผลประกอบการต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้

แนวทางการแก้ไขปัญหา:

1. ทำการวิเคราะห์ตรวจสอบหาสาเหตุหรือจุดบกพร่อง ที่ทำให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามแผนการที่กำหนดไว้
2. ปรับเปลี่ยนหรือกำหนดเป้าหมายใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
3. จัดทำแผนส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นยอดขายและให้ลูกค้าเกิดความต้องการในตัวสินค้าและบริการมากยิ่งขึ้น

4. จัดทำแผนลดต้นทุนในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การลดต้นทุนการสั่งซื้ออะไหล่ให้สัมพันธ์กับยอดขาย

5. เตรียมจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการขาดสภาพคล่องทางธุรกิจ

สถานการณ์ที่ 2 : การเกิดคู่แข่งรายใหม่ หรือเกิดการขยายธุรกิจของคู่แข่งรายเก่า

แนวทางการแก้ไขปัญหา:

1. รักษาระดับคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการและรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้

2. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้มากขึ้น เช่น สร้างกิจกรรมในสื่อโฆษณาทั้งทางออฟไลน์และทางออนไลน์ เช่น สื่อวิทยุ Facebook เป็นต้น หรือการพัฒนาระบบสมาชิกให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ลูกค้าเกิดความจดจำและตระหนักถึงแบรนด์ร้านภัทรลักษณ์กลการมากยิ่งขึ้น

3. พัฒนาและแก้ไขจุดบกพร่อง หรือจุดที่ด้อยกว่าคู่แข่งให้มีความมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. จัดทำแผนส่งเสริมการขายเพื่อดึงลูกค้ารายใหม่หันมาสนใจในการใช้บริการที่ร้านภัทรลักษณ์กลการ มากขึ้น

สถานการณ์ที่ 3 : เกิดการลาออกของพนักงาน

แนวทางการแก้ไขปัญหา

1. สร้างความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน

เพื่อให้บุคลากรหรือพนักงานเกิดความผูกพันและ เกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร

2. ฝึกฝนพนักงานที่มีตำแหน่งและหน้าที่ใกล้เคียงกันให้มีการเรียนรู้วิธีการทำงานซึ่งกันและกัน เพื่อที่จะสามารถทำงานทดแทนกันได้ชั่วคราวในสถานการณ์ฉุกเฉิน

3. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับวิทยาลัยเทคนิคชัยนาท ซึ่งเป็นแหล่งผลิตบุคลากรที่มีความรู้และทักษะด้านช่างยนต์อีกแหล่งหนึ่งที่สำคัญ โดยเริ่มจากการเป็นสถานประกอบการที่รองรับนักศึกษาฝึกงานจากสาขาช่างยนต์ (รถจักรยานยนต์) ของวิทยาลัยเทคนิคชัยนาท

4. เนื่องจากงานบริการซ่อมบำรุงเป็นงานที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถเฉพาะบุคคล จึงทำให้ลูกค้าบางรายยึดติดกับตัวบุคคลที่ลูกค้าให้ความเชื่อมั่นเป็นช่างที่ให้บริการ ซึ่งอาจจะเกิดปัญหาตามมาเมื่อช่างคนดังกล่าวลาออก ดังนั้นทางร้านควรจะขยายธุรกิจให้มีความครบวงจร ทำให้มีรายได้จากหลายทาง เพื่อที่จะได้นำรายได้ส่วนนี้มาทดแทนรายได้ดังกล่าวที่อาจจะสูญเสียไป

บรรณานุกรม

- เกศินี วิฑูรชาติ. (2546). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2549). *การจัดการและการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น CBR. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.aphonda.co.th/honda2017/th/motorcycle/sport/cbr300r>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Click. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.aphonda.co.th/honda2017/th/motorcycle/automatic/click125i-2016>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Dream Super Cub. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.aphonda.co.th/honda2017/th/motorcycle/family/super-cub-2017>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น MSX125. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.aphonda.co.th/honda2017/th/motorcycle/sport/msx125sf-2017>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น PCX. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.aphonda.co.th/honda2017/th/motorcycle/automatic/pcx150-2016>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Scoopy-i. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.aphonda.co.th/honda2017/th/motorcycle/automatic/all-new-scoopy-i>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Wave110i. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.aphonda.co.th/honda2017/th/motorcycle/family/wave110i-2016>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Wave125i. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.aphonda.co.th/honda2017/th/motorcycle/family/wave125i-2016>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda รุ่น Zoomer-X. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.aphonda.co.th/honda2017/th/motorcycle/automatic/zoomer-x-2016>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Suzuki รุ่น Shogun. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.thaisuzuki.co.th/bikes/shogun125/>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Suzuki รุ่น Smash. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.thaisuzuki.co.th/bikes/smash-115-fi/>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น Fino. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.yamaha-motor.co.th/commuter/fino-125-2015/overview>
- รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น Mio. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.yamaha-motor.co.th/commuter/mio125i-2015/overview>

รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น M-Slax. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.yamaha-motor.co.th/commuter/m-slax/overview>

รถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha รุ่น Grand Filano. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.yamaha-motor.co.th/commuter/grand-filano/overview>

สหัสโรจน์ โรจน์เมธา และฉัตรชัย บุณนาค. (2544). *Hi-speed MBA Vol.2*. กรุงเทพฯ: ทิปป์ พอยท์.

อมรศิริ ดิสร. (2550). *การบริหารสินค้าคงคลัง*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

Dailey, K. (2005). *The Kaizen Pocket Handbook*. Michigan: DW.

Douglas, M. L. (1975). *The Development of Inventory Costing Methodology: A Study Of the Cost Associated with Holding Inventory*. Chicago: National Council of Physical.

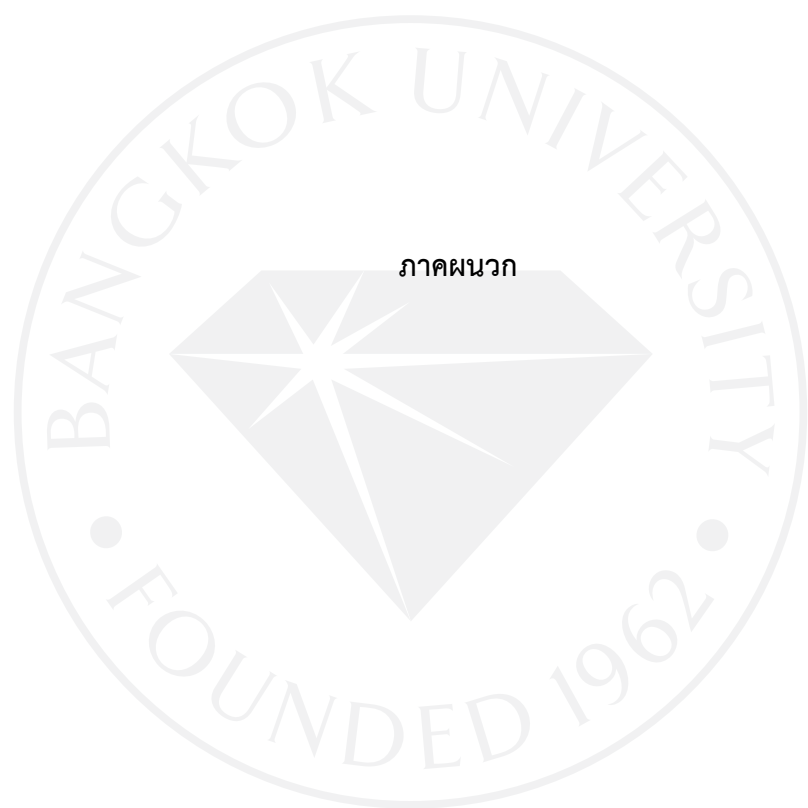
Logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Honda (ฮอนด้า). (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.aphonda.co.th/honda2017/th>

Logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Kawasaki (คาวาซากิ). (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://www.kawasaki.co.th>

Logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Suzuki (ซูซูกิ). (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.thaisuzuki.co.th>

Logo ผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Yamaha (ยามาฮา). (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.yamaha-motor.co.th>

Toyota Seisan Hoshiki wo Kangaeru Kai. (2556). *ไคเซ็นในธุรกิจบริการ* (ประยูร เชี่ยววัฒนา, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).



ภาคผนวก

ข้อมูลการจำหน่ายอะไหล่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560

รายการขายอะไหล่ของเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560 โดยจำแนกตามหมวดอะไหล่ทั้งหมด 24 ประเภท มีอะไหล่ทั้งหมด 972 รายการ ดังนี้

1.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบเครื่องยนต์

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบเครื่องยนต์	จำนวนที่ขาย
1	ก้านสูบ JP JR	1
2	ก้านสูบ JP Scoopy-i	1
3	ก้านสูบ JP Smash	1
4	ก้านสูบ JP Tena	1
5	แกนร้าวลิ้น Click-i	1
6	แกนร้าวลิ้น Smash	1
7	แกนร้าวลิ้น Wave110i	1
8	ขาคดโซ่	1
9	เข็มขัดรัดท่อไอเสีย	1
10	คอท่อหน้า Smash	1
11	คอท่อหน้า Tena	1
12	คอท่อหน้า Wave125	1
13	โซ่ร้าวลิ้นแท้ Dream	1
14	โซ่ร้าวลิ้น Kaze	1
15	โซ่ร้าวลิ้น Smash	1
16	โซ่ร้าวลิ้น Wave125	1
17	โซ่ร้าวลิ้นแท้ Wave110i	1
18	โซ่ร้าวลิ้นแท้ Wave125	1
19	ตัวดันโซ่ร้าวลิ้น Mio-115	1
20	ตัวดันโซ่ร้าวลิ้น Smash	1
21	บุชแท่นเครื่อง Mio	1
22	ประเก็นกลางท่อ Y80	1
23	ปะเก็นข้างคลัทช์ Dream	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบเครื่องยนต์	จำนวนที่ขาย
24	ปะเก็นคอท่อ Wave125	1
25	ปะเก็นชุดเล็ก Beat	1
26	ปะเก็นชุดเล็ก JR	1
27	ปะเก็นชุดเล็ก Kaze (230)	1
28	ปะเก็นชุดเล็ก KR	1
29	ปะเก็นชุดเล็ก Mio-z	1
30	ปะเก็นชุดเล็ก Mio125	1
31	ปะเก็นชุดเล็ก Spark (140)	1
32	ปะเก็นชุดใหญ่ Best-110	1
33	ปะเก็นชุดใหญ่ Dream	1
34	ปะเก็นชุดใหญ่ JR (180)	1
35	ปะเก็นชุดใหญ่ Mio (250)	1
36	ปะเก็นชุดใหญ่ Mio-115 (250)	1
37	ปะเก็นชุดใหญ่ RXK	1
38	ปะเก็นชุดใหญ่ Smash	1
39	ปะเก็นชุดใหญ่ Sonic	1
40	ปะเก็นชุดใหญ่ Tena (130)	1
41	ปะเก็นตีนเสื้อ Mio (45)	1
42	ปะเก็นตีนเสื้อมีเนียม 3 มิล Mio (120)	1
43	ปะเก็นฝาสูบ Mio	1
44	ปะเก็นฝาสูบ Wave125R (35)	1
45	ปะเก็นเสื้อสูบ Wave110i	1
46	ปะเก็นเสื้อสูบ ทองแดง Sonic	1
47	ประกบเร่ง	1
48	ปลายท่อ Smile	1
49	ปลอกมือ+ไส้เร่ง	1
50	ปลอกสูบ Wave125	1
51	ฝาครอบเครื่อง Wave125i (150)	1
52	ฝาครอบเครื่องแท้	1
53	เฟืองโซ่ร้าวลิ้น	1
54	มือโซ่ Smash (40)	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบเครื่องยนต์	จำนวนที่ขาย
55	ยางกลางท่อ A100	1
56	ยางอุดกระบอกโช้ Lifan	1
57	ลูกสูบ JP Kaze	1
58	ลูกสูบ+แหวน แท้ Best-110	1
59	ลูกสูบ+แหวน แท้ Scoopy-i (950)	1
60	ลูกสูบ+แหวน แท้ Wave110i	1
61	ลูกสูบ+แหวน แท้ Wave125i (950)	1
62	ลูกสูบ+แหวน JP Click	1
63	ลูกสูบ+แหวน JP Dream	1
64	ลูกสูบ+แหวน JP Kaze (680)	1
65	ลูกสูบ+แหวน JP Mio	1
66	ลูกสูบ+แหวน JP Mio125	1
67	ลูกสูบ+แหวน JP Nova	1
68	ลูกสูบ+แหวน JP Scoopy-i	1
69	ลูกสูบ+แหวน JP Spark (680)	1
70	ลูกสูบ+แหวน JP Tena (680)	1
71	วาล์วไอดี Scoopy-i (280)	1
72	วาล์วไอดี Spark (180)	1
73	วาล์วไอดี Wave100s	1
74	วาล์วไอดี Wave125s (220)	1
75	วาล์วไอเสีย Boss	1
76	วาล์วไอเสีย C70	1
77	วาล์วไอเสีย Scoopy-i (280)	1
78	วาล์วไอเสีย Sonic (250)	1
79	วาล์วไอเสีย Spark (180)	1
80	วาล์วไอเสีย Wave100s	1
81	วาล์วไอเสีย Wave125s (220)	1
82	สะพานรองโช้ตัวบน Mio	1
83	สะพานรองโช้ตัวบน Wave125i (120)	1
84	สะพานรองโช้ตัวล่าง Wave125	1
85	สปริงวาล์วตัวนอก Click	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบเครื่องยนต์	จำนวนที่ขาย
86	สปริงวาล์วตัวใน Click	1
87	สลักลูกสูบ Kaze	1
88	สายโซ่ JR	1
89	สายโซ่ Wave100	1
90	สายเร่ง Click-i (180)	1
91	สายเร่ง LS125	1
92	สายเร่ง Royal	1
93	สายเร่ง Wave125	1
94	สายเร่งสามล้อ (120)	1
95	เสื้อสูบ Mio	1
96	เสื้อสูบ Wave125 (980)	1
97	แหวน Jp Sonic	1
98	แหวน Jp Wave125	1
99	หัวฉีดแท้ Scoopy-i (650)	1
100	หัวฉีด Wave110i new	1
101	กระดองวาล์ว Smash (120)	2
102	กระดองวาล์ว Wave125	2
103	ก้านสูบ JP Mio-115 (980)	2
104	ก้านสูบ JP Wave125 (980)	2
105	คอท่อหน้า Wave110i	2
106	ท่อไอเสีย Wave110i	2
107	บุชเสื้อสูบแท้ Fino (55)	2
108	บุชเสื้อสูบ Mio (55)	2
109	ปะเก็นชุดเล็ก Dream (165)	2
110	ปะเก็นชุดเล็ก Mio	2
111	ปะเก็นชุดเล็ก RC	2
112	ปะเก็นชุดเล็ก Smash (220)	2
113	ปะเก็นชุดเล็ก Wave100	2
114	ปะเก็นชุดใหญ่ FD110 (140)	2
115	ปะเก็นดินเสื้อ Smash (20)	2
116	ปะเก็นดินเสื้อ Wave125	2

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบเครื่องยนต์	จำนวนที่ขาย
117	ปะเก็นเสื้อสูบ Wave125i (45)	2
118	ประกับเร่ง Nova	2
119	ฝาครอบวาล์ว	2
120	ฝาครอบวาล์ว C70 (85)	2
121	ลูกสูบ+แหวน JP Dio-zx	2
122	ลูกสูบ+แหวน JP JR (680)	2
123	ลูกสูบ+แหวน JP RC-100	2
124	ลูกสูบ+แหวน JP Smash	2
125	ลูกสูบ+แหวน JP Wave100s	2
126	ลูกสูบ+แหวน JP Wave110	2
127	ลูกสูบ+แหวน JP Sonic	2
128	วาล์วไอดี Sonic (250)	2
129	วาล์วไอดี Wave110i (180)	2
130	วาล์วไอดี Wave125i (280)	2
131	วาล์วไอเสีย Wave110i (180)	2
132	วาล์วไอเสีย Wave125i (280)	2
133	สายเร่ง Sonic	2
134	สายเร่ง Y111	2
135	ไส้เร่ง	2
136	แหวน Jp	2
137	โซ่ร้าวลิ้น 84L (180)	3
138	บุชเสื้อสูบแท้ Wave125 (55)	3
139	ปะเก็นชุดเล็ก Fino (180)	3
140	ปะเก็นชุดเล็ก Wave110i (150)	3
141	ปะเก็นชุดใหญ่ Wave125 (250)	3
142	ลูกสูบ+แหวน JP Fino (680)	3
143	ลูกสูบ+แหวน JP Wave110i	3
144	วาล์วไอดี Fino (180)	3
145	วาล์วไอเสีย Fino (180)	3
146	สายโซ่ Wave125	3
147	ไส้เร่ง Nova	3

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบเครื่องยนต์	จำนวนที่ขาย
148	หัวฉีด Wave110i (480)	3
149	กระเบื้องวาล์ว Mio (180)	4
150	ยางกลิ้งแท้ (180)	4
151	ยางกดแท้	4
152	วาล์วไอเสีย Mio (180)	4
153	ปะเก็นชุดเล็ก Wave125i (180)	5
154	วาล์วไอดี Mio (180)	5
155	ลูกสูบ+แหวน JP Wave125i (680)	9
156	ใยแก้ว	10
157	ปะเก็นคอต	12

2.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบไฟแสงสว่าง

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบไฟแสงสว่าง	จำนวนที่ขาย
1	แอมป์ไฟหน้า C70	1
2	ขั้วไฟเลี้ยว	1
3	จานฉาย GPX	1
4	จานฉาย Wave100/110	1
5	จานฉายแท้ Wave125s	1
6	ชุดไฟท้าย KR	1
7	ชุดไฟท้าย LS125	1
8	ชุดไฟเลี้ยวหน้า Wave	1
9	ชุดไฟเลี้ยวหลัง C-70	1
10	ชุดไฟเลี้ยวหลัง Zoomer-x	1
11	แผ่นทับทิมสะท้อนแสง Y80	1
12	ฝาไฟท้าย Spark	1
13	ฝาไฟท้าย Y80	1
14	ฝาไฟเลี้ยวหน้า (L) RC	1
15	ฝาไฟเลี้ยวหน้า (L) Y80	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบไฟแสงสว่าง	จำนวนที่ขาย
16	ฝาไฟเลี้ยวหน้า (R) Y80	1
17	ฝาไฟเลี้ยวหลัง (L) Wave125i	1
18	ฝาไฟเลี้ยวหลัง (L) Y80	1
19	ฝาไฟเลี้ยวหลัง (R) Y80	1
20	สายไฟเส้นใหญ่	1
21	สวิตช์ปิด-เปิด	1
22	สต็อปปเบรคหน้า Dream	1
23	สต็อปปเบรคหน้า Nova	1
24	สต็อปปเบรคหน้า RC	1
25	สต็อปปเบรคหน้า Step	1
26	หลอดไฟ 3 ขา ซีนอล	1
27	หลอดไฟหน้าซีนอล	1
28	ขั้วไฟหน้า	2
29	จานฉาย Nova-s	2
30	ชุดไฟท้าย RC	2
31	ฝาไฟเลี้ยวหน้า (R) RC	2
32	ฝาไฟเลี้ยวหลัง (R) Wave125i	2
33	สวิตช์ไฟบอกเกียร์แท้ Wave100	2
34	สวิตช์ไฟเลี้ยว	2
35	สวิตช์ไฟเลี้ยว Wave125	2
36	หลอดไฟ 3 ขา Stanley	2
37	หลอดไฟเลี้ยวเขียว	2
38	ขั้วเสียบไฟ	3
39	ชุดไฟเลี้ยวหน้า (R) RC	3
40	ชุดไฟเลี้ยวหน้า Zoomer-x	3
41	สายไฟเส้นเล็ก	3
42	สวิตช์ไฟสูง-ต่ำ แท้	3
43	สวิตช์ไฟหน้า Wave125i	3
44	หลอดไฟเรือนไมล์	3
45	หลอดไฟหน้า Leo	3
46	รีเลย์ไฟเลี้ยว 12v	4

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบไฟแสงสว่าง	จำนวนที่ขาย
47	สต็อปปเบรคหลัง Wave	4
48	ฟิวส์ตัด แบบขาเสียบ	5
49	หลอดไฟเกียร์	5
50	หลอดไฟหรี	6
51	หลอดไฟเลี้ยว 12v	7
52	หลอดไฟท้าย 12v	19
53	หลอดไฟหน้า Stanley	37

3.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบไฟชาร์จ

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบไฟชาร์จ	จำนวนที่ขาย
1	แบตเตอรี่ Yaguso Nouvo	1
2	แบตเตอรี่ Motobat Dream (650)	1
3	ปะเก็นจานไฟ Smash (35)	1
4	พลัซเซอร์คอล์ย Wave100s	1
5	แผ่นชาร์จ C-70 (380)	1
6	แผ่นชาร์จแท้ Tiger (680)	1
7	แผ่นชาร์จ Wave110	1
8	แบตเตอรี่ Motobat PCX	2
9	ปะเก็นจานไฟ Sonic	2
10	ปะเก็นจานไฟ Wave125 (45)	2
11	พลัซเซอร์คอล์ย KR	2
12	แบตเตอรี่ Motobat CBR	3
13	แบตเตอรี่ Yaguso Wave	5
14	แบตเตอรี่ Motobat Mio เก่า (650)	5
15	ขั้วเสียบแบตเตอรี่	6
16	แบตเตอรี่ Motobat Wave (580)	8
17	แบตเตอรี่ Egle Wave (380)	14

4.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบบังคับเลี้ยว

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบบังคับเลี้ยว	จำนวนที่ขาย
1	ถ้วยคอ Sonic	1
2	ปลายแฮนด์ Wave125	1
3	ปลอกมือ Fino (65)	1
4	ปลอกมือ Tena (85)	1
5	ปลอกมือ Wave	1
6	แฮนด์ RC	1
7	แฮนด์ Sonic	1
8	ถ้วยคอ Nova	2

5.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบห้ามล้อ

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบห้ามล้อ	จำนวนที่ขาย
1	ขาかりปเปอร์หน้า Sonic (120)	1
2	ขาかりปเปอร์หลัง	1
3	จานดิส Sonic	1
4	ชุดซ่อมปั้ม 2T	1
5	ชุดซ่อมปั้มบน Belle-R	1
6	ชุดซ่อมปั้มดิสบน Fino	1
7	ชุดซ่อมปั้มดิสบน JR (150)	1
8	ชุดซ่อมปั้มบน Smash (150)	1
9	ชุดซ่อมปั้มบน Tena (150)	1
10	ปั้มดิสบน Wave100s (380)	1
11	ปั้มดิสบน X1 (380)	1
12	ปั้มล่างหลัง Sonic	1
13	ผ้าเบรคหน้า Nova ดิส	1
14	ผ้าเบรคหน้า RC (100)	1
15	ผ้าเบรคหน้า Scoopy-i (150)	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบห้ามล้อ	จำนวนที่ขาย
16	ผ้าเบรคหน้า Smash ดิส	1
17	ผ้าเบรคหน้า Wave ดัม	1
18	ผ้าเบรคหลัง Step (180)	1
19	ผ้าเบรคหลัง Sonic	1
20	ผ้าเบรคหลัง Y80	1
21	มือเบรค Nova	1
22	มือเบรคแท้ (L) Step (150)	1
23	สายเบรคหน้า Dream (85)	1
24	สายเบรคหน้า DT100	1
25	สายเบรคหลัง Mio-115 (180)	1
26	สายเบรคหลัง Wave110	1
27	สปริงขาเบรค (35)	1
28	สปริงสายเบรคหลัง (45)	1
29	สปริงสต็อปปเบรค (15)	1
30	ขาเบรค Wave110i new	2
31	ชุดซ่อมปั้มบน Wave125i (150)	2
32	ปั้มบน Nova	2
33	ปั้มล่าง Wave125	2
34	ปั้มลอย	2
35	ผ้าเบรคหน้า Nova (150)	2
36	ผ้าเบรคหน้า PCX (150)	2
37	ผ้าเบรคหลัง Click	2
38	ผ้าเบรคหลัง RC (120)	2
39	มือเบรค Wave	2
40	สายเบรคหน้า Y80 (85)	2
41	ผ้าเบรคหน้า Fino (150)	3
42	ผ้าเบรคหน้า Wave110i (85)	3
43	ผ้าเบรคหน้า Wave110i (150)	3
44	ผ้าเบรคหน้า Wave125 (150)	4
45	ชุดซ่อมปั้มดิสบน Nova (150)	7

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบห้ามล้อ	จำนวนที่ขาย
46	ผ้าเบรคหลัง Wave125R (150)	7
47	ผ้าเบรคหลัง Honda (120)	27

6.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบกันสะเทือน และรองรับน้ำหนัก

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบกันสะเทือน และรองรับน้ำหนัก	จำนวนที่ขาย
1	แกนขาตั้งคู่ C-70 (75)	1
2	แกนโช๊ค+กระบอกโช๊คหน้าRC (1,100)	1
3	ขาตั้งเดี่ยว Dream (120)	1
4	ขาตั้งเดี่ยว Nova (120)	1
5	ขาตั้งเดี่ยว Shooter	1
6	ขาตั้งเดี่ยว Smash	1
7	ขาตั้งเดี่ยว Wave110i (120)	1
8	โช๊คหลัง Y-80 (650/คู่)	1
9	ตัวล็อกเบาะ Chaly	1
10	เบาะนั่ง Chaly	1
11	เบาะนั่ง Smash	1
12	ยางพีกเท้าหน้า Beat	1
13	ยางพีกเท้าหน้า FD110 (85)	1
14	ยางพีกเท้าหน้า Tena (65)	1
15	ยางพีกเท้าหน้า Wave110i	1
16	ยางพีกเท้าหลัง Chaly (90)	1
17	ยางพีกเท้าหลัง Wave (120)	1
18	สปริงขาตั้งคู่ (25)	1
19	สแตย์พีกเท้าหลัง (L) Tena	1
20	สแตย์พีกเท้าหลัง (R) Tena	1
21	สแตย์พีกเท้าหลัง (R) Wave125i	1
22	หนังหุ้มเบาะ Fino (220)	1
23	หนังหุ้มเบาะ Mio (180)	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบกันสะเทือน และรองรับน้ำหนัก	จำนวนที่ขาย
24	หนังหุ้มเบาะ Nova (180)	1
25	เหล็กพีกเท้าหน้า Wave110i new	1
26	แกนขาตั้งคู่ Mio (85)	2
27	ตัวล็อกเบาะหลัง RC	2
28	บุชโช๊คใหญ่	2
29	บุชโช๊คหลังชุดเล็ก C70	2
30	ยางพีกเท้าหน้า Wave (85)	2
31	ยางพีกเท้าหลัง RC (120)	2
32	ยางพีกเท้าหลัง Smash	2
33	ยางหุ้มโช๊ค	2
34	หนังหุ้มเบาะ Smash	2
35	หนังหุ้มเบาะรถป๊อป (250)	2
36	ยางพีกเท้าหน้า Smash (85)	3
37	ยางพีกเท้าหลัง Nova	3
38	สแตย์พีกเท้าหลัง (R)	3
39	บุชโช๊คเล็ก	4
40	สปริงขาตั้งเดี่ยว (20)	4

7.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบหล่อลื่น

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบหล่อลื่น	จำนวนที่ขาย
1	กระปุกน้ำมันเบรค	1
2	น้ำมันเครื่อง Auto power1 1.0 L (180)	1
3	น้ำมันเครื่อง motul bigbike 1L	1
4	น้ำมันเครื่อง motul Auto	1
5	น้ำมันเครื่อง castrol MTX 1.0 L (125)	2
6	น้ำมันเบรค	3
7	น้ำมันเฟืองท้าย motul	5
8	น้ำมันเครื่อง Auto Active 1.0 L (160)	6

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบหล่อลื่น	จำนวนที่ขาย
9	น้ำมันเครื่อง castrol 2T 0.5 L (80)	7
10	น้ำมันเครื่อง castrol power1 1.0 L (160)	8
11	น้ำมันโซ้ค (45)	10
12	น้ำมันเครื่อง castrol 2T 1.0 L (130)	11
13	น้ำมันเครื่อง Auto power1 0.8 L (160)	11
14	น้ำมันเครื่อง castrol Active 1.0 L (140)	12
15	น้ำมันเครื่อง Auto Active 0.8 L (150)	22
16	น้ำมันเฟืองท้าย castrol (60)	27
17	น้ำมันเครื่อง castrol Active 0.8 L (120)	37
18	น้ำมันเครื่อง castrol power1 0.8 L (140)	44

8.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบระบบน้ำมันเชื้อเพลิง

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบน้ำมันเชื้อเพลิง	จำนวนที่ขาย
1	ก๊อคน้ำมันเชื้อเพลิงแท้ ClicK (380)	1
2	ก๊อคน้ำมันเชื้อเพลิง Wave125	1
3	กรองน้ำมันเครื่อง Tiger (65)	1
4	คาร์บูเรเตอร์ C70 K1	1
5	คาร์บูเรเตอร์ Dash	1
6	คาร์บูเรเตอร์ Sonic (850)	1
7	คอหรีด Mio	1
8	จุกวัดน้ำมันเครื่อง Wave125	1
9	ชุดซ่อมคาร์บูเรเตอร์ KR กลม	1
10	ชุดซ่อมคาร์บูเรเตอร์ NSR Pro	1
11	ชุดซ่อมคาร์บูเรเตอร์ RC	1
12	ชุดซ่อมคาร์บูเรเตอร์ VR150	1
13	ชุดซ่อมคาร์บูเรเตอร์ Wave100 (250)	1
14	ชุดซ่อมคาร์บูเรเตอร์ Wave125	1
15	นมหนูน้ำมัน Dash No.90	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบน้ำมันเชื้อเพลิง	จำนวนที่ขาย
16	ปั้มน้ำมันเชื้อเพลิงแท้ Scoopy-i (2,200)	1
17	ปั้มน้ำมันเชื้อเพลิง Wave110i	1
18	ฟาล์งน้ำมัน RX-100	1
19	เฟืองปั้มน้ำมันเครื่อง C-70 (180)	1
20	เฟืองปั้มน้ำมันเครื่อง Dream	1
21	เฟืองปั้มน้ำมันเครื่อง Wave125 (250)	1
22	ยางรองฟาล์งน้ำมัน CG	1
23	ยางรองฟาล์งน้ำมัน Y80 (15)	1
24	ลูกเร่งคาร์บู Sonic (250)	1
25	ไส้กรองอากาศแท้ Grand Filano	1
26	ไส้กรองอากาศแท้ Mio (180)	1
27	ไส้กรองอากาศแท้ Scoopy-i (180)	1
28	ไส้กรองอากาศแท้ Sonic (180)	1
29	ไส้กรองอากาศแท้ Zoomer-x	1
30	ก๊อคน้ำมันเชื้อเพลิง Kaze	2
31	ก๊อคน้ำมันเชื้อเพลิง RC80/100 (220)	2
32	กรองน้ำมันเครื่อง Smash (85)	2
33	กรองเบนซิล	2
34	คาร์บูเรเตอร์ Wave100s (2005)	2
35	แป้นคาร์บู Dash	2
36	ปั้มน้ำมันเครื่อง Wave125i (850)	2
37	ลูกลอย Dash	2
38	ไส้กรองอากาศแท้ Fino (180)	2
39	ไส้กรองอากาศ KR150	2
40	ไส้กรองอากาศแท้ Dream (95)	2
41	ไส้กรองอากาศแท้ Wave110i	2
42	ไส้กรองอากาศแท้ Click-i (180)	3
43	ไส้กรองอากาศแท้ Nouvo-mx	3
44	ไส้กรองอากาศแท้ Tena (95)	3
45	ลูกลอย Wave110	7
46	สายน้ำมัน (10/m)	16

9.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบจตุระเบ็ด

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบจตุระเบ็ด	จำนวนที่ขาย
1	กล่อง CDI Dream (380)	1
2	กล่อง CDI Nova	1
3	กล่อง CDI Wave100 (380)	1
4	คอยล์หัวเทียน RC100	1
5	ปลั๊กหัวเทียน C-70 (45)	1
6	หัวเทียน Scoopy-i (85)	1
7	หัวเทียน Y80 (65)	1
8	คอยล์สตาร์ท Dream (สตาร์ทมือ)	2
9	ปลั๊กหัวเทียน RC (45)	2
10	ปลั๊กหัวเทียน Wave125	2
11	หัวเทียน C-70	2
12	หัวเทียน Dream	2
13	หัวเทียน Kaze (65)	2
14	หัวเทียน RC (65)	2
15	หัวเทียน Smash	3
16	หัวเทียน Wave	3
17	หัวเทียน Wave125/Sonic (85)	4

10.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบสตาร์ท

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบสตาร์ท	จำนวนที่ขาย
1	แกนสตาร์ท Wave110i new	1
2	คันสตาร์ท Dash	1
3	คันสตาร์ท Fino115i	1
4	คันสตาร์ท Y100	1
5	คันสตาร์ท Wave110i	1
6	คันสตาร์ทแท้ Tiger (250)	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบสตาร์ท	จำนวนที่ขาย
7	คอยล์สตาร์ท Dream (190)	1
8	ชุดแปลงสตาร์ทมือ Wave100s	1
9	ชุดแปลงสตาร์ทมือ Wave125	1
10	ไคร์สตาร์ท รถป๊อป (950)	1
11	ไคร์สตาร์ท Cystral	1
12	ไคร์สตาร์ท Mio-115 (980)	1
13	ไคร์สตาร์ท Scoopy-i (850)	1
14	ไคร์สตาร์ท Sonic (980)	1
15	ถ่านไคร์สตาร์ท Wave110i (180)	1
16	ปุ่มสตาร์ทมือแท้ (180)	1
17	เฟืองสตาร์ท รถป๊อป (450)	1
18	เฟืองสตาร์ท Click (380)	1
19	เฟืองสตาร์ท Mio-115 (480)	1
20	ฝาครอบเฟืองสตาร์ทแท้ Click	1
21	มอเตอร์สตาร์ท Kaze (900)	1
22	มอเตอร์สตาร์ท Wave125i (850)	1
23	รีเลย์สตาร์ท Dio	1
24	รีเลย์สตาร์ท RC110 สตาร์ทมือ	1
25	รีเลย์สตาร์ท Scoopy-i	1
26	สปริงคันสตาร์ท FD110 (180)	1
27	สวิทช์กุญแจ Nouvo	1
28	สวิทช์กุญแจ Y-80m (280)	1
29	สวิทช์สตาร์ทมือ Nova	1
30	สวิทช์แฮนด์ (R) RC	1
31	คันสตาร์ท Crystal	2
32	ไคร์สตาร์ท Fino115i หัวฉีด	2
33	ไคร์สตาร์ท Wave110i (850)	2
34	ฝาครอบสวิทช์กุญแจ RC	2
35	คันสตาร์ท Wave125	3
36	ถ่านไคร์สตาร์ท Smash	3

11.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบส่งกำลังและขับเคลื่อน

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบส่งกำลังและขับเคลื่อน	จำนวนที่ขาย
1	กระปุกไมล์ Wave100s	1
2	แกนทดคลัทช์แท้ CBR (250)	1
3	แกนเกียร์ Wave110i	1
4	คันเกียร์ Belle-R	1
5	คันเกียร์ Smash (120)	1
6	คันเกียร์ Wave125	1
7	คันเกียร์ Y80 (150)	1
8	คันเกียร์สามล้อ (150)	1
9	คลัทช์ก๊อน Wave125	1
10	จ๊อบลมงอ เลส	1
11	เจดีย์คลัทช์ Dream (1,250)	1
12	เจดีย์คลัทช์ Wave125	1
13	ขามคลัทช์ Wave125	1
14	ขามคลัทช์ตัวในแท้ CBR (380)	1
15	ชุดโยงเกียร์ Akira	1
16	ซี่ลวด No.10x1.84	1
17	ขั้มคลัทช์แท้ Wave125i (850)	1
18	โซ่ Osaki 4.20x106L Wave110i	1
19	โซ่เลส 4.28x132L	1
20	โซ่ DID 4.28x104L Wave100	1
21	โซ่สเตอร์ยกชุด Akira Nice (380)	1
22	โซ่สเตอร์ยกชุด Akira Smash (380)	1
23	โซ่สเตอร์ยกชุด Tena อย่างดี (550)	1
24	โซ่สเตอร์ยกชุด Wave100 อย่างดี	1
25	โซ่สเตอร์ยกชุด Wave125 อย่างดี	1
26	โซ่สเตอร์ยกชุด Wave100s อย่างดี	1
27	โซ่สเตอร์ยกชุด Dream Sup อย่างดี	1
28	โซ่สเตอร์ยกชุด MSX อย่างดี (550)	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบส่งกำลังและขับเคลื่อน	จำนวนที่ขาย
29	คัมหน้ากลิ้ง	1
30	คัมหน้า MSX	1
31	คัมหลัง MSX	1
32	คัมหลัง Wave110i	1
33	ตัวกดคลัทช์ Nice	1
34	ปะเก็นข้างคลัทช์ Wave100s (25)	1
35	ปั้มคลัทช์	1
36	แผ่นกดคลัทช์แท้ CBR (380)	1
37	ฝาครอบสเตอร์หน้า Wave110i	1
38	เฟืองไมล์ Fino-115i	1
39	เฟืองไมล์ Smash (150)	1
40	เม็คตัมแรงเหวี่ยงแท้ Nouvo 6 เม็ค (360)	1
41	ยางนอก Deestone 3.50-10 (480)	1
42	ยางนอก Duro 2.50-17 (380)	1
43	ยางนอก Duro 100/80-12 (880)	1
44	ยางนอก Duro 110/90-12 (980)	1
45	ยางนอก Duro 70/90-14 (490)	1
46	ยางนอก Duro 80/90-17	1
47	ยางนอก IRC 2.75-14	1
48	ยางนอก IRC 2.25-17 ลาย Dream	1
49	ยางนอก IRC 2.25-17 ลาย T-spec (420)	1
50	ยางนอก IRC 2.50-17 ลาย Dream	1
51	ยางนอก IRC 110/90-12 TL (1,220)	1
52	ยางนอก IRC 70/90-14 (540)	1
53	ยางนอก IRC 90/90-14 (735)	1
54	ยางนอก IRC 70/80-16 TL	1
55	ยางนอก IRC 60/90-17 T-spec (450)	1
56	ยางนอก IRC 70/90-17 ลาย Dream (500)	1
57	ยางนอก Michelin 2.50-17 (650)	1
58	ยางนอก Michelin 80/90-14 (750)	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบส่งกำลังและขับเคลื่อน	จำนวนที่ขาย
59	ยางนอก SR วิบาก 2.50-17	1
60	ยางนอก SR 3.00-17 ลายบรรพต	1
61	ยางนอก SR 60/80-17 (350)	1
62	ยางนอก SR 70/90-17 (380)	1
63	ยางนอก SR 80/90-17 (580)	1
64	ยางนอก Yokohama 70/90-14 (450)	1
65	ยางนอก Yokohama 60/80-17	1
66	ยางใน IRC 2.75-16	1
67	ยางใน IRC 3.00-18	1
68	ยางใน IRC 4.00-18	1
69	ยางใน Quick 2.50-17 (140)	1
70	ยางใน SR 1.85-17 (120)	1
71	ยางใน SR 2.75-21 (160)	1
72	ยางในดุม GTO	1
73	ยางในดุม Nova	1
74	ยางรองโซ่ KR	1
75	ล้อขับสายพานหลัง ชุดใหญ่ Fino (980)	1
76	วงล้อเหล็ก 1.40-14 (450/วง)	1
77	วงล้อเหล็ก 1.60-17	1
78	สายคลัทช์ JX	1
79	สายคลัทช์ NSR (85)	1
80	สายคลัทช์ Rider (120)	1
81	สายคลัทช์ Serpico	1
82	สายพานแท้ Step (480)	1
83	สายไมล์ Click (120)	1
84	สายไมล์ Fino-115i (95)	1
85	สายไมล์ Smash revo (120)	1
86	สายไมล์ Wave100S	1
87	สายวัดรอบ TZR	1
88	สเตอร์หน้าเลส 420	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบส่งกำลังและขับเคลื่อน	จำนวนที่ขาย
89	สเตอร์หน้าดอกบัว 14T C70	1
90	สเตอร์หน้าเพชร MSX	1
91	สเตอร์หน้าเพชร 15T C70	1
92	สเตอร์หน้าเพชร 14T Nova	1
93	สเตอร์หน้าเพชร RXZ 16T (65)	1
94	สเตอร์หน้าเพชร Wave125 14T	1
95	สเตอร์หลังเลส 420	1
96	สเตอร์หลังดอกบัว Wave125 34T	1
97	สเตอร์หลังเพชร JR	1
98	สเตอร์หลังเพชร Wave100 36T	1
99	สเตอร์หลังเพชร Wave125 36T	1
100	สเตอร์หลังเพชร Wave125 38T (280)	1
101	หางปลาตั้งโซ่	1
102	แกนเกียร์ JR (250)	2
103	ข้อต่อโซ่ 4.28	2
104	คันเกียร์ Akira	2
105	คันเกียร์ JR (150)	2
106	คันเกียร์ RX100	2
107	โซ่เลส 4.20x104L	2
108	โซ่เลส 5.20x120L (1,100)	2
109	โซ่สเตอร์ยกชุด Akira Wave125R (480)	2
110	โซ่สเตอร์ยกชุด Wave110i อย่างดี (550)	2
111	บุชล้อหน้า (R) Mio	2
112	ยางนอก Duro 70/90-17	2
113	ยางนอก IRC 2.50-17	2
114	ยางนอก IRC 2.50-17 ลายบรรพต	2
115	ยางนอก IRC 70/100-17	2
116	ยางนอก IRC 80/90-17 T-spec	2
117	ยางนอก IRC 90/100-17	2
118	ยางนอก Michelin 2.25-17 (600)	2

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบส่งกำลังและขับเคลื่อน	จำนวนที่ขาย
119	ยางนอก SR 3.00-8	2
120	ยางนอก SR 2.25-17 (350)	2
121	ยางนอก SR 2.50-17 (380)	2
122	ยางนอก Yokohama 80/90-14 (500)	2
123	ยางนอก SR 80/90-14 (550)	2
124	ยางใน IRC 3.00-17 (180)	2
125	ยางใน IRC 2.75-18 (180)	2
126	ยางใน Quick 2.25-17 (120)	2
127	ยางใน SR 3.00-10 (140)	2
128	ยางในดุม Wave125	2
129	ยางรองโซ่ Y80 (45)	2
130	วงล้อเหล็ก 1.40-17 (380)	2
131	สายพานแท้ Click125i	2
132	สายพานแท้ Scoopy-i (480)	2
133	สเตอร์หน้า M-slaz	2
134	สเตอร์หน้าดอกบัว 14T Wave110i (45)	2
135	สเตอร์หน้าพระอาทิตย์ 14T Wave125s (65)	2
136	สเตอร์หน้าเพชร 15T Nova	2
137	สเตอร์หน้าเพชร 14T RC	2
138	สเตอร์หลังดอกบัว 36T Wave110i	2
139	สเตอร์หลังเพชร MSX	2
140	สเตอร์หลังเพชร Nova 52T	2
141	สเตอร์หลังเพชร 34T RC	2
142	สเตอร์หลังเพชร 47T RXZ	2
143	แกนราวสเตอร์หน้า Wave125	3
144	โซ่ Osaki 4.28x106L Wave125	3
145	โซ่ EK 4.20x132L (280)	3
146	โซ่ DID 4.28x106L Wave125	3
147	โซ่สเตอร์ยกชุด Akira Wave110i (380)	3
148	ตัวกดคลัทช์ Wave125	3

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบส่งกำลังและขับเคลื่อน	จำนวนที่ขาย
149	ปะเก็นข้างคลัทช์ Wave125 (65)	3
150	แผ่นคลัทช์ FD110 (65/แผ่น)	3
151	มูเลย์สายพานหลัง Scoopy-i (1,250)	3
152	ยางนอก Duro 2.75-17	3
153	ยางนอก Duro 100/90-12 (950)	3
154	ยางนอก IRC 2.00-17	3
155	ยางนอก IRC 90/90-12	3
156	ยางนอก IRC 100/90-12	3
157	ยางนอก IRC 80/90-14 (640)	3
158	ยางนอก SR วิบาก 2.75-17	3
159	ยางนอก SR 2.50-17 ลายบรรพทุก (500)	3
160	ยางนอก SR 70/90-14	3
161	ยางนอก SR 50/85-17	3
162	ยางใน IRC 2.50-16 (160)	3
163	ยางใน IRC 2.00-17	3
164	ยางใน IRC 2.25-17	3
165	ยางใน SR 2.75-14 (160)	3
166	ยางใน SR 2.25-17 (120)	3
167	ยางใน SR 2.50-17 (140)	3
168	วงล้อเหล็ก 1.20-17 (350)	3
169	สายไมล์ Y80 (80)	3
170	สเตอร์หลังดอกบัว Wave125	3
171	สเตอร์หลังเพชร 35T Dream	3
172	สเตอร์หลังเพชร Wave125 34T	3
173	คลัทช์ 3 ก้อน Drream (580)	4
174	โซ่ DID 4.20x104L Wave110i	4
175	โซ่ DID 4.28x100L RC	4
176	แผ่นคลัทช์เหล็กแท้ CBR	4
177	ยางนอก IRC 90/90-10 TL	4
178	ยางในจักรยาน	4

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบส่งกำลังและขับเคลื่อน	จำนวนที่ขาย
179	ยางใน Camel 2.75-10	4
180	ยางใน IRC 2.75-14	4
181	สายไมล์ Wave125	4
182	สเตอร์หน้าดอกบัว 14T Wave125	4
183	ซีลวด No.10x1.60	5
184	โซ่ DID 4.28x120L	5
185	แผ่นคลัทช์แท้ CBR	5
186	แผ่นคลัทช์เหล็ก JR	5
187	ยางนอก Yokohama 50/90-17	5
188	ยางใน IRC 2.75-17	5
189	โซ่สเตอร์ยกชุด Akira Wave100s	6
190	เม็دتัมแรงเหวี่ยงแท้ Fino	6
191	ยางใน SR 2.50-14	6
192	เม็دتัมแรงเหวี่ยงแท้ Grand Filano	7
193	ซีลวด No.10x1.57	8
194	ยางใน IRC 2.50-14	8
195	ยางใน IRC 2.50-17	10
196	ยางใน SR 2.00-17	10
197	ยางพินล้อ (10)	10
198	ซีลวด No.9	12
199	เม็دتัมแรงเหวี่ยง Clic125i	13

12.) จำหน่ายอะไหล่หมวดระบบระบายความร้อน

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบระบายความร้อน	จำนวนที่ขาย
1	แกนปั้มน้ำแท้ Mio125 (180)	1
2	ท่อส่งน้ำ Sonic	1
3	น้ำยาหม้อน้ำ	2
4	น้ำกลั่น	3

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ระบบระบายความร้อน	จำนวนที่ขาย
5	น้ำยาหล่อเย็น	3

13.) จำหน่ายอะไหล่หมวดชิ้นส่วนพลาสติก

ลำดับ	รายการอะไหล่ชิ้นส่วนพลาสติก	จำนวนที่ขาย
1	กล่อง U-box Wave125 (580)	1
2	กล่องท้ายเบาะ Nova	1
3	คางหมุ่แท้ (L) Wave110i (380)	1
4	คอนโซลกลาง Nova	1
5	ชุดเฟรม Smash ทั้งคัน	1
6	ชุดเฟรม Tena ทั้งคัน (1,800)	1
7	บังโคลนท้าย A100	1
8	บังโคลนหน้า Fino	1
9	บังโคลนหน้า Wave125	1
10	บังโซ่ Y80 (450)	1
11	บังลมแท้ (L) Dream (280)	1
12	บังลมแท้ (R) Dream (280)	1
13	บังลม (R) Fino-115i แท้	1
14	บังลม RC100	1
15	บังลม Y80 (280)	1
16	บังลมตัวใน Fino	1
17	บังลมตัวใน R Wave125	1
18	บังไมล์ LS125	1
19	บังไมล์ Wave125i (150)	1
20	บังไมล์ ZR	1
21	ฝากระป๋ (L) LS125	1
22	ฝากระป๋ (R) LS125	1
23	ฝากระป๋ (R) LS125 D	1
24	ฝากระป๋ (R) RC	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ชิ้นส่วนพลาสติก	จำนวนที่ขาย
25	ฝากระป๋อง (R) Smash110	1
26	ฝากระป๋อง (L) Wave100s	1
27	ฝากระป๋อง (L) Wave110	1
28	ฝากระป๋อง (R) Wave110	1
29	ฝาครอบโซ้ค Wave110	1
30	ฝาปิดแตร Smash110	1
31	ฝาปิดแตร Wave110	1
32	ฝาปิดท้ายเบาะ Smash	1
33	หน้ากากแท้ Best-125	1
34	หน้ากากแท้ Smash (480)	1
35	หน้ากาก Tena new	1
36	หน้ากาก Wave125i	1
37	หน้ากาก Wave125s (280)	1
38	หน้ากากตัวล่าง RC	1
39	เสื้อไฟหลัง Wae125i	1
40	กางปลาแท้ Wave125i	2
41	คางหมู Wave125	2
42	คอนโซลกลาง Tena	2
43	คอนโซลกลาง Wave100s	2
44	คอนโซลกลาง Wave125 (180)	2
45	คอนโซลกลางตัวเล็ก Wave125 (120)	2
46	คอนโซลกลาง Wave125i (2005)	2
47	คอนโซลตัวล่าง Wave125i (2005)	2
48	บังโคลนหน้า LS125	2
49	บังโคลนหน้า Wave110	2
50	บังโคลนหน้าแท้ KSR	2
51	บังลม (L) Smash	2
52	บังลมตัวใน L Wave110	2
53	บังลมตัวใน R Wave110	2
54	บังลมตัวนอก L Wave100s	2

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ชิ้นส่วนพลาสติก	จำนวนที่ขาย
55	บังลมตัวนอก L Wave110	2
56	บังลมตัวนอก R Wave100s	2
57	บังลมตัวนอก R Wave110	2
58	บังไมล์ KR	2
59	ฝากระป๋ (L) RC	2
60	หน้ากาก Wave100s (2005)	2
61	หน้ากาก Wave110	2
62	หน้ากาก Wave125R	2
63	เสื้อไฟหลังแท้ Wae125s (380)	2
64	บังโคลนท้าย Tena (150)	3
65	ฝาปิดท้ายเบาะ Wave110	3
66	หน้ากากใหญ่แท้ Wae110i (750)	4

14.) จำหน่ายอะไหล่หมวดสต็อกเกอร์

ลำดับ	รายการสต็อกเกอร์	จำนวนที่ขาย
1	สต็อกเกอร์ Beat	1
2	สต็อกเกอร์ Fino-115i	1
3	สต็อกเกอร์ Mio เก่า	2
4	สต็อกเกอร์ Wave110i	2
5	สต็อกเกอร์ Smash-110	2
6	สต็อกเกอร์ Sonic เก่า	2
7	สต็อกเกอร์ Sonic new	2
8	สต็อกเกอร์ Dream เก่า	3
9	สต็อกเกอร์ Wave100	3
10	สต็อกเกอร์ Wave100s	3
11	สต็อกเกอร์ Wave125i (185)	3
12	สต็อกเกอร์ Spark-z	3
13	สต็อกเกอร์ Wave125	4

15.) จำหน่ายอะไหล่หมวดอุปกรณ์เสริมเพื่ออำนวยความสะดวก

ลำดับ	รายการอุปกรณ์เสริมเพื่ออำนวยความสะดวก	จำนวนที่ขาย
1	ตะกร้าหน้า LS125	1
2	ตะกร้าหน้า SPARK (180)	1
3	ตะกร้าหน้า Dream sup เหล็กชุบ (450)	1
4	ตะกร้าหน้า Wave125 เหล็กชุบ	1
5	ตะกร้าหน้าชุบ Y80 (480)	1
6	แมสแบบผ้า M1	1
7	กันล่าย Wave	2
8	ตะกร้าหน้า Step (150)	2
9	ตะกร้าหน้า Wave100s (150)	2
10	ตะกร้าหน้า Wave110i new	2
11	แว่นกันลม	2
12	สติกเกอร์ใส่ติด พรบ.	2
13	ตะกร้าหน้า RC	3
14	ตะกร้าหน้า Wave	3
15	หนังคลุมตะกร้าหน้า	3
16	ตะขอแขวนของทั่วไป	3
17	กรอบป้าย พรบ.	3
18	กรอบป้ายทะเบียน (160)	3
19	ตัดกรอบป้ายแต่ง (80)	3
20	ตะกร้าหน้า Dream supercub	4
21	ตะกร้าหน้า Wave110i (150)	4
22	ตะกร้าหน้า Wave125	4
23	ตาข่ายคลุมตะกร้า (55)	5
24	แคปซูลใส่ พรบ.	6
25	ซัพพอร์ตหมวกกันน็อค M1 (150)	7
26	ถุงมือผ้าครึ่งนิ้ว (85)	9
27	กรอบป้ายทะเบียน (120)	10

16.) จำหน่ายอะไหล่หมวดอุปกรณ์เสริมเพื่อความปลอดภัย

ลำดับ	รายการอุปกรณ์เสริมเพื่อความปลอดภัย	จำนวนที่ขาย
1	กระจก Fino	1
2	กระจก Mio (180)	1
3	กระจกอย่างดี Click (180)	1
4	กระจกอย่างดี Wave110i (220)	1
5	กระจกอย่างดี X1 (180)	1
6	กระจกย่อ Sonic	1
7	หุกระจก (R) Dash	1
8	หุกระจก (R) Dream (65)	1
9	หุกระจก (R) Fino	1
10	หุกระจก (L) GPX (85)	1
11	หุกระจก (R) Mio (55)	1
12	หุกระจกแท้ (L) Step (120)	1
13	กันตก Crystal	1
14	กุญแจล็อกเบาะหลัง RC	1
15	บังโคลน	1
16	เบาะนั่งเด็ก Alfa	1
17	เบาะนั่งเด็ก Wave110i (360)	1
18	เบาะนั่งเด็ก Wave125i (2012)	1
19	ปุ่มมาตร Wave125	1
20	กระจกกลม	2
21	กระจกอย่างดี Smash	2
22	กระจกเคปล่า Suzuki	2
23	เบาะนั่งเด็ก Best	2
24	มาตร 12v	2
25	ตัวล็อกจานดิส (250)	2
26	กระจกย่อ RC	3
27	หุกระจก (L) RXS	4
28	กระจก Smash	6
29	กระจก Wave (180)	9

17.) จำหน่ายอะไหล่หมวดซีส

ลำดับ	รายการซีส	จำนวนที่ขาย
1	ซีส 16-28-7	1
2	ซีสกันฝุ่น Nova (50)	1
3	ซีสก้านวาล์ว Scoopy-i (35)	1
4	ซีสกดคลัทช์ CBR (55)	1
5	ซีสเกียร์ FD110 (45)	1
6	ซีสเกียร์แท้ Wave125	1
7	ซีสข้อเหวี่ยง (L) Click-i	1
8	ซีสแคร้งกลางตัวใหญ่ Scopy-i (120)	1
9	ซีสจานไฟแท้ C-70 (120)	1
10	ซีสจานไฟ Dream (120)	1
11	ซีสจานไฟ RC	1
12	ซีสชุด Tena (180)	1
13	ซีสชุด Wave125 (55)	1
14	ซีสคัมหน้า Wave	1
15	ซีสปัมน้ำ Mio125 (180)	1
16	ซีสสเตอร์หน้า Wave	1
17	ซีสสเตอร์หน้าแท้ Wave125	1
18	ซีสก้านวาล์ว Wave125R (35)	2
19	ซีสเกียร์ Speed (50)	2
20	ซีสแคร้งกลางตัวเล็ก Scopy-i (85)	2
21	ซีสจานไฟ TZR	2
22	ซีสโซ๊คหน้า JR (80)	2
23	ซีสโซ๊คหน้า Tena (120)	2
24	ซีสกันฝุ่น Wave	3
25	ซีสจานไฟตัวเล็ก แท้ Smash (120)	3
26	ซีสโซ๊คหน้า Wave	3
27	ซีสกันฝุ่น Leo	5
28	ซีสโซ๊คหน้า Spark	6
29	ซีสโซ๊คหน้า Nova (120)	9

18.) จำหน่ายอะไหล่หมวดโอรัง

ลำดับ	รายการโอรัง	จำนวนที่ขาย
1	โอรังครอบเฟืองสตาร์ท Nouvo (35)	1
2	โอรังจานไฟ C-70 (35)	1
3	โอรังจานไฟตัวเล็ก	1
4	โอรังถ้วยคาร์บู Wave	1
5	โอรังฝาครอบวาล์วแท้ Scopy-i (150)	1
6	โอรังฝา วาล์ว Nouvo (35)	1
7	โอรังฝา วาล์ว Wave125	1
8	โอรังฝา วาล์ว C70	1
9	โอรังก๊อกล้ำมัน Wave	3
10	โอรังฝาครอบวาล์วแท้ Wave110i	3

19.) จำหน่ายอะไหล่หมวดลูกปืน

ลำดับ	รายการลูกปืน	จำนวนที่ขาย
1	เม็ดลูกปืนถ้วยคอ	1
2	ลูกปืน 6201 (85)	1
3	ลูกปืน 6300 (85)	1
4	ลูกปืน 6904	1
5	ลูกปืนแกนร้าวลิ้น	1
6	ลูกปืนจานคลัทช์ JR (85)	1
7	ลูกปืนวันเวย์สตาร์ท Fino (50)	1
8	ลูกปืน 6905	2
9	ลูกปืนข้อเหวี่ยง L/R (250)	6
10	ลูกปืน 6301 (85)	9

20.) จำหน่ายอะไหล่หมวดน๊อต

ลำดับ	รายการน๊อต	จำนวนที่ขาย
1	ก๊ีบล็อคบั้งไมล์ Wave125	1
2	น๊อตขาตั้งเดี่ยว	1
3	น๊อตคันสตาร์ท (35)	1
4	น๊อตตั้งวาล์ว C-70 (45)	1
5	น๊อตตั้งวาล์ว Dream	1
6	น๊อตตั้งวาล์ว Mio	1
7	น๊อตถ่านน้ำมันเครื่องยนต์ใหญ่ (65)	1
8	น๊อตแท่นเครื่อง Wave125 (45)	1
9	น๊อตแท่น No.10 (25)	1
10	น๊อตแผงคอตัวบน C-70	1
11	น๊อตมือเบรค	1
12	น๊อตล็อคคันสตาร์ท TZR	1
13	น๊อตล็อคขามคลัทช์หน้า Mio	1
14	แหวนน๊อตไล่ลมเบรค (10)	1
15	ก๊ีบล็อค No.8 (10)	2
16	น๊อตตั้งเบรค (20)	2
17	น๊อตปีกตัวผู้ No.12 (20)	2
18	น๊อตหลักสเตอร์ (25)	2
19	แหวนสปริง No.12 (5)	2
20	น๊อตแครง หัวเหลี่ยม NO.10 (20)	3
21	น๊อตล็อคสเตอร์ No.12 (10)	3
22	น๊อตหัวแฉก No.10	3
23	แหวนรองน๊อต (20)	3
24	แหวนรองน๊อตถ่านน้ำมันเครื่องยนต์ (20)	3
25	แหวนรองน๊อตสายดิส (20)	3
26	บูชบังลม RC	4
27	น๊อตตะกร้าหน้า (10)	4
28	น๊อตฝาдисبن (10)	4

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการน้อด	จำนวนที่ขาย
29	น้อดฝาสูป	4
30	น้อดสั้น No.12 (5)	4
31	น้อดสี	4
32	ผ้าพันท่อ	4
33	น้อดกลิ้งตัวผู้ สีแดง	5
34	น้อดตั้งคลังทซ์ (35)	5
35	น้อดแผงคอตัวล่าง C-70	5
36	เหล็กกรู	5
37	ก๊ิบล็อค	6
38	น้อดจานดิส	6
39	น้อดซาลาเปาแกะลาย (10/ตัว)	6
40	น้อดถ่ายน้ำมันเครื่อง+แหวน (60)	8
41	น้อดแท้ No.8	8
42	น้อดยาว	9
43	น้อดสีแดง No.10	10
44	น้อดเลส	11
45	ก๊ิบล็อค No.6 (10)	12
46	น้อดหัวแฉก No.8	18
47	น้อดซาลาเปา (5/ตัว)	20

21.) จำหน่ายอะไหล่หมวดผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและทำความสะอาด

ลำดับ	รายการผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและทำความสะอาด	จำนวนที่ขาย
1	แว็กซ์	1
2	สีสเปรย์ Gold	1
3	สีสเปรย์ S-35	1
4	สีสเปรย์ 217	1
5	สีสเปรย์ 232	1
6	สีสเปรย์ 514 ไทเทเนียม	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาและทำความสะอาด	จำนวนที่ขาย
7	สเปรย์ขัดสี	1
8	น้ำยาเช็ดยาง	2
9	สีสเปรย์ H-2	2
10	สีสเปรย์ H-10	2
11	สีสเปรย์ H-32	2
12	สีสเปรย์ แลคเกอร์	3
13	สีสเปรย์ Black	3
14	น้ำยาเช็ดรถ แวกซ์ชมพู	6

22.) จำหน่ายอะไหล่หมวดเครื่องมือ และอุปกรณ์เสริม

ลำดับ	รายการเครื่องมือ และอุปกรณ์เสริม	จำนวนที่ขาย
1	เทปพันสายไฟ	1
2	สแตนด์รถ bigbike	1
3	กระดาดทราย	2
4	กาวบอน	2
5	ตัวดูดจานไฟ	2
6	กาว wenal	4
7	ไอติมเย็นปะยาง	4
8	หนวดกุ้ง (5)	6
9	เกลียวสปริง No.10 (120)	8

23.) จำหน่ายอะไหล่หมวดหมวกกันน็อค+อุปกรณ์เสริมหมวก

ลำดับ	รายการหมวกกันน็อค+อุปกรณ์เสริมหมวก	จำนวนที่ขาย
1	หมวกเด็ก BM	1
2	หมวก BM classic ลายแต่ง	2

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการหมวกกันน็อค+อุปกรณ์เสริมหมวก	จำนวนที่ขาย
3	กระจกหน้าหมวกเต็มใบ พรอท	2
4	หมวก BM เต็มใบ (380)	3
5	กระจกหน้าหมวกเต็มใบ	3
6	น๊อตหมวกกันน็อค	4
7	กระจกหน้าหมวก classic	5
8	หมวก BM ครึ่งใบ	6
9	หมวก nagoya เต็มใบ	6
10	กระจกหน้าหมวกครึ่งใบ	14

24.) จำหน่ายอะไหล่หมวดอะไหล่ตกแต่ง

ลำดับ	รายการอะไหล่ตกแต่ง	จำนวนที่ขาย
1	กรองเปลี่ยน Dash	1
2	กรองเปลี่ยน Wave	1
3	กรองเปลี่ยนเลส Nova	1
4	ชาคาริปเปอร์	1
5	คันเกียร์ Dream-sup	1
6	ครอบกรอง MSX (300)	1
7	ครอบโช๊ค L/R KSR (280)	1
8	ชีวน้ำ MSX	1
9	ชุดน็อตเฟรม MSX	1
10	ชุดน็อตเลสหัวเจาะ สีทอง MSX	1
11	ชุดน็อตเลสหัวเจาะ สีไทเท Wave125	1
12	โช๊คหลัง MDI Wave110i	1
13	โช๊คหลังแก๊ส MDI Wave125i (1,300)	1
14	โช๊คหลัง YSS Click	1
15	โช๊คหลัง YSS Wave	1
16	ตัวยกโช๊ค Posh	1
17	บังฝุ่น Click	1

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ทดแทน	จำนวนที่ขาย
18	ป้ายทะเบียนญี่ปุ่น	1
19	ปั้มคลัทช์ Racing boy (L)	1
20	ปั้มตุ้ปลา Brembo	1
21	ปั้มตุ้ปลา	1
22	ฝาปิดหางปลา MSX	1
23	พักเท้าหลังแต่ง Wave110i (135)	1
24	เฟรมคางหมู MSX (980)	1
25	มือเบรคชุด Dream (75)	1
26	มือเบรคแต่ง MSX	1
27	มือเบรคแต่ง Wave100s (300)	1
28	ลูกปืนผ่า	1
29	วงล้อแม็กหลัง Racingboy Dream (1,300)	1
30	วงล้อแม็กหลัง Racingboy X1	1
31	วงล้อ Yoko ทอง 1.60x17 (680)	1
32	สายถัก	1
33	สายเบรคหลังแต่ง	1
34	เสื้อสูบแต่ง Dream	1
35	เสื้อสูบแต่ง Mio	1
36	เสื้อสูบแต่ง Sonic (1,350)	1
37	หน้ากาก Demon	1
38	กระจกแต่ง	2
39	กันดีด MSX	2
40	แกนล้อหลังแต่ง MSX	2
41	เกียร์โยง Tena	2
42	ตะแกรงเก็บของใต้เบาะ Zoomer-x	2
43	ฝาครอบข้างท่อ Scoopy-i new	2
44	ฝาครอบวาล์วแต่ง Wave125	2
45	พักเท้าหน้าแต่ง Wave110i (120)	2
46	วงล้อ Leo เงิน	2
47	วงล้อ Leo ทอง 1.40x17	2

(ตารางมีต่อ)

ลำดับ	รายการอะไหล่ตกแต่ง	จำนวนที่ขาย
48	วงล้อ US เงิน 1.20x17 (650)	2
49	สตีกเกอร์ติดขอบล้อ 17"	2
50	สายดิสหลังถัก 42นิ้ว	2
51	เสื่อสับแต่ง Wave100 54m.	2
52	หางปลา MSX	2
53	เหล็กกรุ Posh	2
54	แฮนด์แต่ง	2
55	กระจกปลายแฮนด์	3
56	จูปลมแต่ง	3
57	ตัวดันโซ่	3
58	บังท้อ Dream super cup	3
59	ปะกับแรงแต่ง Potimic	3
60	ปลอกมือแต่งแบบยางคละสี (60)	3
61	กันดีด M-slaz (750)	4
62	โซ้คหลัง MDI CBR (980)	4
63	ปลอกมือแต่งยางแกะลาย (120)	6
64	ชุดไฟเลี้ยวแต่ง Ace moto (380)	7
65	ปลอกมือแต่งแบบยาง Racing boy	7

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล ภัทรลักษณ์ น้อยนาค
อีเมล phattarak.noin@bumail.net
ประวัติการศึกษา ศึกษาปริญญาตรี จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สาขาออกแบบสันทะสามมิติ
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 ศึกษาปริญญาโท จากคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสหกิจขนาดกลางและ
 ขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหมากกลางและขนาดย่อม

วันที่ 12 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [REDACTED] อยู่บ้านเลขที่ 22/23

ชื่อย่อ ไชยจรรย์ ถนน พรหมประเสริฐ ตำบล/แขวง ในเมือง

อำเภอ/เขต เมืองชัยนาท จังหวัด ชัยนาท รหัสไปรษณีย์ 17000

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590201013

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาหมากกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ๖๖แผนธุรกิจเพื่อการจัดการแบบสต็อกในองค์กรขนาดเล็กเพื่อลดต้นทุน
และทฤษฎีธุรกิจ ร้านค้าปลีกแบบไฮเปอร์มาร์เก็ต จังหวัดชัยนาท

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

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

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเหมือนกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..........ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
()

ลงชื่อ..........ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..........พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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