

แผนธุรกิจ Addict Laundry

Business Plan for Addict Laundry



แผนธุรกิจ Addict Laundry

Business Plan for Addict Laundry



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



© 2562

บุญพจน์ วงศ์วิวัฒน์ไชย

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจ Addict Laundry

ผู้วิจัย ปุณพจน์ วงศ์วิวัฒน์ไชย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


(ดร.พีสร เพ็องเกษม)

ผู้เชี่ยวชาญ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ)


(ดร.สุชาติา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 27 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

บุญพจน์ วงศ์วิวัฒน์ไชย. ปรึญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม, ธันวาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ Addict Laundry (56 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. รพีสร เพ็องเกษม

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผนและเตรียมการในการเริ่มจัดตั้งธุรกิจซัก
อบ รีดซึ่งแผนธุรกิจนี้ได้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจประเภทบริการโดยเป็นการดำเนินธุรกิจใหม่โดยใช้
เทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผนคือการวิเคราะห์ธุรกิจโดยรวมทั้งปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ และการ
วิเคราะห์การแข่งขัน

ร้าน ซัก อบ รีด Addict Laundry โดยมุ่งตอบโจทย์ผู้บริโภค ซัก อบ รีด ภายใต้งุดเด่น สัมผัส
ที่ใช่ กับกลิ่นที่คุ้นเคยโดยเน้นการให้บริการซักอบรีดเป็นพิเศษ และบริการเสริมโดยมีตัวเลือก กลิ่น
น้ำยาปรับผ้านุ่มชนิดพิเศษที่ทางร้านพยายามนำมาปรับใช้ให้ผู้บริโภคสามารถเลือกกลิ่นที่ชอบได้และใช้
ถุงผ้าในการบริการรับ ส่ง โดยอัตราเหมาจ่าย ทางร้านเลือกตั้งอยู่ที่ซอย สุขุมวิท 57ซึ่งบริเวณดังกล่าว
โดยรอบประกอบไปด้วย คอนโด อพาร์ทเมนต์ สำนักงาน ที่มีผู้พักอาศัยจำนวนมาก พื้นที่บริเวณ
ดังกล่าวมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ และมีการเดินทางที่สะดวกในการเดินทาง
มาที่ร้านได้

ทางด้านการเงิน Addict Laundry มีงบประมาณการลงทุนทั้งสิ้น 1,800,000 บาท โดยเป็น
ส่วนของเจ้าของเต็มจำนวน ไม่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มเติม ซึ่งจากแผนวิเคราะห์ความเป็นไป
ได้ของธุรกิจสำหรับการประมาณการการลงทุนใน3ปีแรกพบว่าAddict Laundryมีความเป็นไปได้ใน
การลงทุนโดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 342,139.73 บาท ณ สิ้นปีที่ 3 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมี
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) สูงกว่าต้นทุนของเงินทุนของกิจการโดยมีระยะเวลาคืนทุน (Payback
Period) ไม่เกิน 3 ปีซึ่งกิจการสามารถสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนได้ในระดับดี

คำสำคัญ: ซัก อบ รีด, แผนธุรกิจ

Wongwiwatchai, P. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), December 2018,
Graduate School, Bangkok University
Business Plan for Addict Laundry (56 pp.)
Advisor: Rapeesorn Phuangkasem, Ph.D.

ABSTRACT

This business plan aimed to plan and prepare for the start-up of a laundry business. This business plan was designed for a service business. The new business was based on techniques and methods of planning, namely business analysis, including business environment and an analysis on competition in comparison.

Addict Laundry was established to a need of the consumer with the touch of a familiar smell. The hotel also offers laundry and room service. The smell of a special softener the shop tried to adapt to improve the pleasant smell of any preferred-smelling features for the satisfied consumer. And a use of the laundry-cloth bag on delivery was provided in the service of the whole sale rate. The shop is located on Sukhumvit Soi 57, which is surrounded by apartments, apartments, offices with many residents. The area with convenience and accessibility features has gained as the favorable environment for performing the service business.

Addict Laundry has put a total investment of 1,800,000 baht in capital, of which is owned in full amount and no loans from financial institutions were stated. From the business plan of feasibility in the first three years of investment, Addict Laundry has been in such potential investment in the making. The payback period was with a net present value (NPV) of 342,139.73 baht at the end of the third year and a return on investment would be in over 3 years on ward.

Keywords: Laundry, Business plan

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร. รพีสร เพ็ญเกษม อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ครอบครัว และเพื่อนๆ ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเนื้อหา จนทำให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ อาจารย์และเจ้าของงานวิชาการต่างๆ ที่ผู้ศึกษาได้อ้างถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอมอบความดีให้แต่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

บุญพจน์ วงศ์วิวัฒน์ไชย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของธุรกิจ	1
1.2 แนะนำธุรกิจ	3
1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ของธุรกิจ	6
1.4 ทำเลที่ตั้ง	7
1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	7
บทที่ 2 วิธีการในการดำเนินการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้	8
2.2 วิธีการเก็บข้อมูล	10
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์ภาพรวมตลาด	14
3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกธุรกิจ (SWOT)	15
3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ	16
3.4 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อน และอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ (TOWS Matrix)	17
3.5 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น	17
3.6 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น	18
3.7 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	20
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินการธุรกิจ	
4.1 Value Propositions คุณค่าของธุรกิจเรา	23
4.2 Customer Segment ลูกค้าของเราเป็นคนแบบไหน	23
4.3 Customer Relationships การสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า	23
4.4 Channels ช่องทางการเข้าถึง	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) โมเดลในการดำเนินการธุรกิจ	
4.5 Key Activities สิ่งที่ต้องทำเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจนี้	24
4.6 Key Partners พาร์ทเนอร์หลักของเรา	25
4.7 Key Resource ทรัพยากรที่จำเป็นของบริษัท	25
4.8 Revenue Streams รายได้ของเรามีอะไรบ้าง	25
4.9 Cost Structure โครงสร้างต้นทุน	25
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจการบริหารจัดการองค์กร และทรัพยากรบุคคล	27
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	32
5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ / กระบวนการให้บริการ	38
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน	43
บรรณานุกรม	51
ภาคผนวก	52
ประวัติผู้เขียน	56
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 : การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายระหว่างการชักผ้าด้วยตัวเองและการใช้ บริการร้านซักอบรีด	2
ตารางที่ 1.2 : ราคาค่าบริการ	5
ตารางที่ 3.1 : การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ	15
ตารางที่ 3.2 : การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	16
ตารางที่ 5.1 : อัตราค่าตอบแทนประจำตำแหน่ง	31
ตารางที่ 5.2 : ราคาค่าบริการ	36
ตารางที่ 5.3 : ประมาณการรายได้รายปีของกิจการ	44
ตารางที่ 5.4 : เงินลงทุนของกิจการ	45
ตารางที่ 5.5 : งบกำไร ขาดทุน ของกิจการ	46
ตารางที่ 5.6 : งบกระแสเงินสด	48
ตารางที่ 5.7 : งบแสดงฐานะทางการเงิน	48
ตารางที่ 5.8 : กระแสเงินสดสุทธิ (Payback Period)	49
ตารางที่ 5.9 : คำนวณจุดคุ้มทุน	50

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : ตราร้านค้า Addict Laundry	3
ภาพที่ 1.2 : สถานที่ตั้ง Addict Laundry	4
ภาพที่ 1.3 : ถุงผ้าเหมาจ่าย	5
ภาพที่ 4.1 : แอปพลิเคชันในการติดตามสินค้า	24
ภาพที่ 4.2 : การวิเคราะห์ Business Model Canvas	26
ภาพที่ 5.1 : โครงสร้างองค์กรตามหน้าที่งาน (The Functional Structure) ของร้าน Addict Laundry	29
ภาพที่ 5.2 : Positioning Map	34
ภาพที่ 5.3 : ขั้นตอนการให้บริการของ Addict Laundry	41



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของธุรกิจ

ในปัจจุบันที่พักอยู่อาศัยของคนเมืองได้เปลี่ยนแปลงไปมากโดยเฉพาะลักษณะที่อยู่อาศัย คราวเรือนไทยเองก็มีขนาดเล็กลงจากเดิมเมื่อปี 2523 เคยมีสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ยจำนวน 5 คน ลดเหลือเฉลี่ยเพียงแค่ 2.7 คน ในปี 2557 (พิมลพรรณ อิศรภักดี, 2560) พื้นที่อยู่อาศัยมีขนาดเล็กลงโดยจะเห็นได้จากพื้นที่กรุงเทพมหานคร เขตชั้นในขยายตัวไปยังชานเมือง โดยเฉพาะตามแนวรถไฟฟ้าในปัจจุบัน และอนาคตต่างมีคอนโดมิเนียมสูงทยอยสร้าง และเกิดขึ้นมากมายซึ่งวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงานยุคปัจจุบันต่างมองหา ห้องคอนโดมิเนียม อาศัยอยู่ เพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิต ในการไปทำงาน การศึกษา และเพื่อหลีกเลี่ยงสภาพการจราจรในชั่วโมงเร่งด่วน แม้กระทั่งการริเริ่มสร้างครอบครัว โดยจะแยกจากพ่อแม่ซึ่งอาศัยอยู่ที่เดิม

ซึ่งผลวิจัยของศูนย์ธนาคารกสิกรไทยพบว่าในปี 2560 แนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล รวมทั้งส่วนภูมิภาคที่เป็นหัวเมืองทางเศรษฐกิจ และหัวเมืองรองทางเศรษฐกิจ เช่น เชียงราย อุดรธานี ปราจีนบุรี เชียงใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา ชลบุรี ภูเก็ต และสงขลา คาดว่าจะโตขึ้นถึง 4-5% และจะขยายตัวต่อเนื่องหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จากการที่นักลงทุน และแรงงานในกลุ่มอาเซียนเข้ามาซื้อและเช่าอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นถึง 20% และในปัจจุบันภาพรวมของตลาดคอนโดมิเนียมทั่วประเทศปิดใหม่ในปี 2559 นี้ ไม่ต่ำกว่า 100,000 หน่วย โดยแนวโน้มของคอนโดในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่จะขยายตัวไปตามแนวรถไฟฟ้า BTS, MRT และ Airport Link หลายสาย โดยเฉพาะโซนฝั่งธนบุรีขยายตัวมากถึง 126% และพื้นที่รอบนอกฝั่งสุขุมวิทก็ขยายตัวกว่า 50% (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559)

ด้วยสภาวะเร่งรีบของสังคมเมืองในแต่ละวันทำให้ ร้าน ชัก อบ รีด เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่สนองความต้องการของประชากรในสังคมเมืองใหญ่ที่อาศัยอยู่ในแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ เช่น หอพัก คอนโดมิเนียม แต่มีพื้นที่ห้องอาศัยขนาดไม่กว้างมากนักซึ่ง หอพัก คอนโดมิเนียม ในปัจจุบันขนาดห้องพักอาศัยมีขนาดละ 21 -35 ตารางเมตร ซึ่งเป็นขนาดที่มีจำนวนมากที่สุดในแต่โครงการที่อยู่อาศัย ด้วยราคาต่อพื้นที่ของแต่ละโครงการ และกำลังซื้อของผู้อาศัยจะอยู่ในกลุ่มนี้เป็นส่วนใหญ่ ฉะนั้นแนวโน้มของผู้รับบริการจากร้านชักอบรีด จึงมาด้วยเหตุผล และปัจจัยดังนี้

1. ความต้องการความสะดวกสบาย (Convenience) ด้วยจำนวนผู้อยู่อาศัยในครัวเรือนลดลง กลุ่มคนสังคมเมืองจึงไม่อยากเสียเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัดไปกับการ รีดผ้า และซักผ้า
2. ความคุ้มค่า (Economy) การซักเสื้อผ้า และรีดผ้านั้นเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการแน่นอนการซักผ้า หรือรีดผ้าเป็นจำนวนน้อยตามผู้อยู่อาศัยทำให้ค่าใช้จ่ายมากต้องดำเนินการเก็บผ้าไว้เป็นจำนวนมากเพื่อทำให้ต้นทุนในการดำเนินการลดลง ไม่ว่าจะเป็นค่าน้ำในการซักผ้า ค่าไฟฟ้า

ในการรีดผ้า ฉะนั้นเมื่อกลุ่มคนสังคมเมืองมองประเด็นนี้ทำให้ตัดสินใจในการใช้บริการร้านซักอบรีด เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และยังสามารถมีพื้นที่มากขึ้นในห้องที่อยู่อาศัยอีกด้วย

3. สนองความต้องการ และเก็บรักษา (Service on Demand and keep) กลุ่มคนสังคมเมืองนั้นมีการะ และความต้องการเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นปัจจัยสี่ ในการดำรงชีวิต ฉะนั้นการเก็บรักษาถนอมเครื่องนุ่งห่มที่ชื่นชอบนั้นมีความสำคัญ ซึ่งสนองความต้องการของแต่ละบุคคล

ฉะนั้น ธุรกิจนี้จึงเป็นโอกาสที่จะสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มสังคมเมืองในอนาคตที่จะเจริญไปพร้อมกับที่อยู่อาศัยที่มีการอยู่อาศัยเป็นจำนวนมากขึ้น ผนวกกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จะนำมาให้บริการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสามารถสร้างอาชีพให้กับกลุ่มคนที่สนใจ

อย่างไรก็ตามธุรกิจซักอบรีด ในต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศที่มีพื้นที่น้อยอย่าง ฮองกง สิงคโปร์ จะได้รับความนิยมอย่างมากขึ้นเรื่อยๆ ตามสภาวะ สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างร้านค้า ที่ฮ่องกง อัตราการเติบโตในธุรกิจนี้มากกว่า 15% (South China Morning post, 2016) และในประเทศสิงคโปร์ มีการวิเคราะห์ ค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบระหว่างการซักผ้าด้วยตนเอง และใช้บริการร้านซักอบรีด จะเห็นได้ว่า ค่าใช้จ่าย การบริการซักอบรีด นั้นสูงกว่าการดำเนินการเองไม่มากนัก เมื่อเทียบกับเวลาที่ต้องสูญเสียไป (The online Citizen, 2018)

ตารางที่ 1.1 : การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายระหว่างการซักผ้าด้วยตัวเองและใช้บริการร้านซักอบรีด

	DIY	Service
Cost per Laundry	S\$6.08	S\$20.00
Washing Machine	S\$400.00	S\$0.00
Total Cost of 34 Washes	S\$674.57	S\$680.00

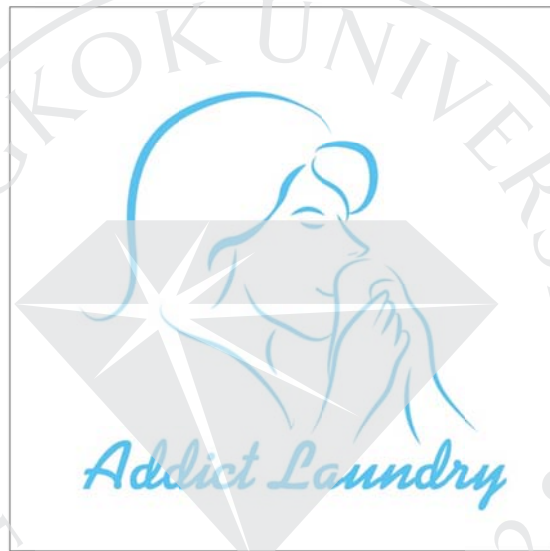
สำหรับในประเทศไทยผลการวิจัยของศูนย์สถิติไทยพบว่า ร้านซัก อบ รีด ในประเทศไทยมีจำนวน 20,000 ร้าน มีระบบชักน้ำจำนวน 90% และระบบชักแห้งจำนวน 10% มีเพียง 40% ที่ทำธุรกิจซักอบรีดครบวงจรเท่านั้น สอดคล้องกับปัจจุบันที่ผู้อยู่อาศัยในแหล่งชุมชนสังคมเมืองต้องดำเนินชีวิตอย่างเร่งรีบ จึงต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกสบายจึงทำให้บุคคลเหล่านี้หันมาใช้บริการ ซัก อบ รีด โดยกลุ่มคนเหล่านี้ยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อความสะดวกสบาย ธุรกิจ ซัก อบ รีด จึงเป็นธุรกิจทองสำหรับผู้ที่ต้องการเป็นประกอบธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ดังนั้น จึงเป็นที่มาของการจัดทำแผนธุรกิจธุรกิจ Addict Laundry

อันจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการปรับปรุงให้บริการ หรือกำหนดกลยุทธ์ในการให้บริการของ Addict Laundry ในอนาคตต่อไป

1.2 แนะนำธุรกิจ

1.2.1 ชื่อธุรกิจ Addict Laundry

ภาพที่ 1.1 : ตราร้านค้า Addict Laundry



จากภาพลักษณ์ตราร้านค้า สามารถแจกแจงองค์ประกอบได้ดังนี้

Addict : หมายถึง กลิ่นที่ติดทนนาน สื่อให้ถึงผู้บริโภคที่จะได้รับกลิ่นในสิ่งที่ตนเองชอบ และสามารถเลือกเองได้ และให้ความสัมผัสถึงความสะอาดของเนื้อผ้า

Laundry : หมายถึงการซักรีด ที่มีคุณภาพ ออกแบบให้ตัวอักษรสื่อถึงความนุ่มนวล

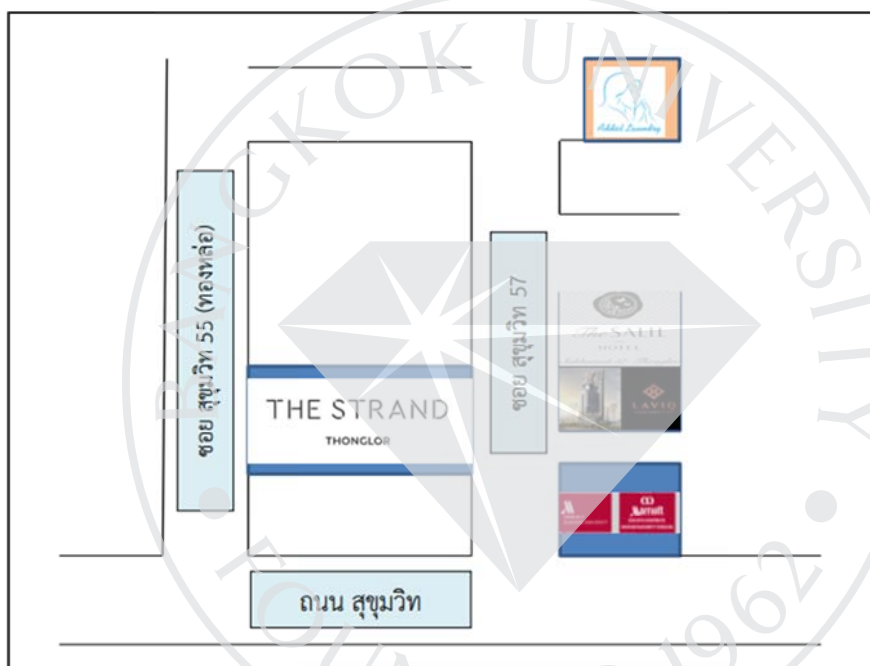
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ร้าน ซัก อบ รีด ภายใต้จุดเด่น “สัมผัสที่ใช้ กับกลิ่นที่คุ้นเคย”

- โดยทางร้านค้า ให้บริการที่เพิ่มเติม และแตกต่าง จากร้านอื่นโดยทั่วไป คือ ลูกค้าสามารถที่จะเลือก กลิ่น น้ำยาปรับผ้านุ่มได้ เพื่อให้ตรงกลับบุคลิก คนสวมใส่ และหอม ติดทนนาน
- บริการรับฝากเสื้อผ้า และดำเนินการ ซัก อบ รีด

1.2.2 รายละเอียดของธุรกิจ สินค้าและ บริการ

- ประเภทของธุรกิจ : ธุรกิจร้านค้าขายบริการ ซัก อบ รีด ภายใต้จุดเด่น สัมผัสที่ใช่ กับ กลิ่นที่คุ้นเคย
- สถานที่ตั้ง : บ้านเลขที่ 14/3 ซอยสุขุมวิท 57 ถนนสุขุมวิท คลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ

ภาพที่ 1.2 : สถานที่ตั้ง Addict Laundry



- ประเภทของสินค้า : บริการ ซัก อบ รีด และน้ำยาปรับผ้านุ่ม
- คุณ สมบัติของผลิตภัณฑ์ : เป็นร้าน ซัก อบ รีด ที่สามารถให้ลูกค้าเลือกกลิ่น น้ำยาปรับผ้านุ่มได้
- ราคาการบริการ

ตารางที่ 1.2 : ราคาค่าบริการ

รายการ/ราคาต่อชิ้น (บาท)	ซัก	รีด	รวม
เสื้อเชิ้ต	25	25	50
เสื้อสตรี	25	25	50
เสื้อยืด	20	20	40
กางเกง , ยีนส์	25	25	50
กางเกงขาสั้น	20	20	40
กระโปรงสั้น	25	25	50
กระโปรงชุด	40	40	80
ผ้าเช็ดตัวขนหนู	40		
ผ้าปูที่นอน	60	60	120
ปลอกหมอน	10	10	20
ผ้าห่มนวม	200 – 250	-	-

ภาพที่ 1.3 : ถุงผ้าเหมาจ่าย



นอกจากนี้ยังมีบริการเหมา ซักอบรีด โดยใช้ถุงผ้าเหมาจ่าย โดยทาง Addict Laundry จะแจกถุงผ้าไว้ให้มารับทุกวันศุกร์ และส่งถุงผ้าคืนในวันอาทิตย์ถัดไป โดยน้ำหนักผ้าไม่เกิน 3 กิโลกรัม ในราคา 160 บาทต่อเครื่อง ซึ่งบริการนี้ จะเป็นการเหมา เหมาะสำหรับผู้ที่อยู่อาศัยตามคอนโด และครอบครัวขนาดเล็ก และมีการเสริมด้วยบริการพิเศษคือการเลือกกลิ่นน้ำยาปรับผ้านุ่มได้

- บริการกลิ่นน้ำยาปรับผ้านุ่มที่ทางร้านพยามนำมาปรับใช้ และสินค้าเป็นรายได้ บริการเสริมอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันแนวโน้มความต้องการในผลิตภัณฑ์ธรรมชาติของผู้คนในสังคมเมืองมีมากขึ้น และความต้องการกลิ่นหอมระเหยธรรมชาติในกิจกรรมครัวเรือนเพื่อสุขภาพและสุนทรียาบำบัดมีมากขึ้น โอกาสธุรกิจน้ำยาปรับผ้านุ่มกลิ่นหอมระเหยธรรมชาติจึงเป็นธุรกิจที่มีอนาคต สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการได้อย่างมาก และมีแนวโน้มการเติบโตธุรกิจในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง (ณัฐวุฒิ พินตา, 2559) โดย Addict Laundry ได้ร่วมงานกับบริษัททรูกรุ๊ป (ผลิตสินค้าเครื่องหอมให้กับ THANN ชื่อ ดังและอีกหลายแบรนด์) และ บริษัทคริสตัล คลีน เคมิคอล จำกัด เป็น ซึ่งเป็นพันธมิตรทางการค่านั่น ทำให้ Addict Laundry มีโอกาสทราบแนวโน้มของสินค้าว่า ในฤดูกาลที่จะมาถึง กลิ่นไหนหรือรูปแบบไหนกำลังจะเป็นที่นิยมของตลาด และสามารถนำมาปรับใช้ให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ของ Addict Laundry ได้ โดยมีกลิ่นน้ำยาปรับผ้านุ่มให้เลือกใช้ได้แก่

- YLANG YLANG น้ำยาปรับผ้านุ่ม ดอกกระดังงา เหมาะกับเสื้อผ้าที่ต้องใส่ไปทำงานทำให้มีความมั่นใจต่อผู้สวมใส่

- EUCALYPTUS น้ำยาปรับผ้านุ่ม เหมาะกับลักษณะทำให้สดชื่น

- SWEET ORANGE น้ำยาปรับผ้านุ่ม จะมอบกลิ่นหอมสดชื่นสุดๆ

1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ของธุรกิจ

1.3.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

ร้าน ชัก อบ ริด ที่สามารถให้ลูกค้าเลือกสิ่งที่คุณค่าต้องการ เพื่อเสื้อผ้าที่คุณชอบนั้นมีคุณค่า และสร้างความมั่นใจเวลาสวมใส่

1.3.2 พันธกิจ (Mission)

- เป็นร้าน ชัก อบ ริด ที่มีตัวเลือกการบริการมากกว่าร้านอื่นๆ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค
- เป็นร้าน ชัก อบ ริด ที่สร้างความแตกต่างในเรื่อง กลิ่นที่ติดบนเสื้อผ้า
- เป็นร้าน ชัก อบ ริด ที่สามารถให้ลูกค้า ออกแบบกลิ่นที่จะทำให้เป็นแบบเฉพาะ ของตนเอง

1.3.3 เป้าหมาย (Target)

ภายใน 6 เดือนแรก ร้าน ชัก อบ ริด Addict Laundry จะพยามเสนอ ผู้บริโภคที่อาศัย อยู่ใน เขต หอยสุขุมวิท 57 และ บริเวณ พื้นที่ใกล้เคียงออกไป เช่น ถนนทองหล่อ และ ถนนเอกมัย

1.3.4 วัตถุประสงค์ ของธุรกิจ (Purpose)

เพื่อตอบสนองวิถีการดำเนินชีวิต ที่เปลี่ยนไป ในย่านถนนสุขุมวิท ทองหล่อ

1.4 ทำเลที่ตั้ง

สถานที่ตั้ง อยู่ในซอย สุขุมวิท 57 ถัดจากซอย สุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) ซึ่งซอยดังกล่าวมีความลึกจากหน้าปากซอย 500 เมตร และ ตลอดระยะทาง มีโครงการ คอนโดมิเนียม สูง ที่กำลังก่อสร้าง และ กำหนดแล้วเสร็จ ใน ปี 2562 มีจำนวนห้องรวมแล้วมากกว่า 1000 ยูนิต และกลุ่มคนที่ซื้อห้องดังกล่าวมีมูลค่าเฉลี่ย 5 ล้านบาทขึ้นไป จากการพิจารณาแล้ว คาดว่าจะมีกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ บริการซัก อบ รีด

1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

- 1.5.1 เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจกับปัญหาอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น รวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหา
- 1.5.2 เพื่อศึกษาปัจจัยภายใน และภายนอกของการทำธุรกิจ ร้านซักอบรีด Addict Laundry
- 1.5.3 เพื่อวิเคราะห์ตำแหน่งของธุรกิจ ร้านซักอบรีด Addict Laundry และคู่แข่งภายในบริเวณพื้นที่
- 1.5.4 เพื่อประมาณงบประมาณต่างๆ ในการทำธุรกิจ ร้านซักอบรีด Addict Laundry และคาดการณ์ผลตอบแทนที่จะได้รับเพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินงาน
- 1.5.5 เพื่อจัดเตรียมกลยุทธ์ในการนำไปดำเนินธุรกิจร้านซักอบรีด Addict Laundry

บทที่ 2

วิธีการในการดำเนินการจัดทำแผนธุรกิจ

ในการจัดทำแผนธุรกิจร้าน ซักอบรีด Addict Laundry มีวิธีการในการดำเนินการจัดทำแผนธุรกิจที่สามารถอธิบายได้ตามรายการดังนี้

2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้

2.1.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

โดยการเข้าไปสัมภาษณ์ร้านซักอบรีด ที่อยู่บริเวณดังกล่าว ถึงประวัติความเป็นมา และแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคจากผู้ประกอบการปัจจุบัน

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับกลิ่น

ปัจจุบัน กลิ่นหอมระเหยกลายเป็นสิ่งจำเป็นต่อมนุษย์เพิ่มขึ้นและมีบทบาทอย่าง กว้างขวาง ในสังคมไทยในการดึงดูดความสนใจ ทั้งทางด้านอุปโภคและบริโภคและที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันแล้ว แต่ใช้ในเครื่องอุปโภคช่วยปรุงแต่งด้วยกลิ่นหอมระเหยด้วยกันและเครื่องหอม เริ่มตั้งแต่สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ผงซักฟอก ผลิตภัณฑ์ซักผ้า น้ำมันใส่ผม โลชั่น โคลโลญจ์ เป็นต้น

1) สรรพคุณของกลิ่นหอมระเหย

การใช้กลิ่นหอมระเหยมีสรรพคุณที่แตกต่างกันออกไป กลิ่นหรืออโรมาเธอราปี ก็สามารถบำบัดให้สมองมีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้นได้เช่นกัน โดยผู้ใช้ต้องศึกษาถึงคุณสมบัติของกลิ่นก่อนที่จะนำมาใช้ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ และโอกาสเสียก่อนหากต้องการกระตุ้นด้านความจำ กลิ่นลาเวนเดอร์ และกลิ่นกุหลาบสามารถช่วยได้กลิ่นเปปเปอร์มินต์ ช่วยให้ความสดชื่นและกระปรี้กระเปร่า กลิ่นส้มมีส่วนช่วยในการลดความวิตกกังวล (กฤษณา ภูตะคาม, 2542) ได้กล่าวถึงกลิ่นหอมระเหยว่ามีประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ถึงแม้ว่ากลิ่นหอมของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันก็ตาม การอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีกลิ่นหอมที่ชอบจะทำให้จิตใจสดชื่น อารมณ์ดี ซึ่งจะส่งผลต่อสุขภาพของร่างกายด้วย

นอกจากนี้ พิมลพรรณ พิทยานุกุล (2550) ได้กล่าวถึง อโรมาเธอราปี บำบัดไว้วา นักวิทยาศาสตร์ พบว่า กลิ่นของกลิ่นหอมระเหย สามารถกระตุ้นพลังของการรับกลิ่นของร่างกายมนุษย์ได้อย่างดีเยี่ยม เพราะกลิ่นมีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์และสัตว์มาก ผู้ที่สูญเสียความสามารถในการรับกลิ่นไปหรือรับได้ลดน้อยลงซึ่ง ชนินทร์ ลีวานันท์ (2551) ได้ทำการศึกษา

อโรมาเธอราปีสามารถไปกระตุ้นประสาทการรับรู้กลิ่นผ่านทางต่อมรับกลิ่นภายในจมูก และส่งสัญญาณประสาทความรู้สึกเข้าสู่สมองเมื่อสมองได้รับสัญญาณดังกล่าว ก็จะแปลผลความรู้สึกนั้นออกมา แล้วส่งผลกลับไปให้ร่างกายทั้งหมดตอบสนองต่อกลิสนั้นๆ

2) การประยุกต์ใช้กลิ่นหอมระเหย

ในปัจจุบันกลิ่นหอมระเหยเป็นที่ยอมรับ และนิยมมากขึ้นซึ่งมีการนำมาประยุกต์ใช้กับการทำสปา นวดแผนโบราณ ในสถานที่ทำงานเพื่อการสร้างบรรยากาศให้สดชื่น และผ่อนคลาย โรงพยาบาลวิกรม (Vibharam, 2554) ได้กล่าวในบทความไว้ว่า การนำศิลปะการนวดแบบไทย ผสมผสานกับบรรยากาศของสปาซึ่งให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย จากสัมผัสของการนวดที่ต่อเนื่อง นุ่มนวลสดชื่นกับธรรมชาติทำให้กล้ามเนื้อและเส้นเอ็นลดอาการตึงตัว การนวดแบบไทยประคบ (Thai Herbal Traditional Compress Massage) ศิลปะการนวดคลึง กล้ามเนื้อ และเส้นเอ็น โดยการนำเอาสมุนไพรไทยมาช่วยในการบำบัด ลดอาการปวดตึงของกล้ามเนื้อและเส้นเอ็น สมุนไพรจากลูกประคบยังช่วยบำรุงผิวพรรณให้เปล่งปลั่ง การนวดน้ำมันหอมระเหย (Aromatherapy Massage) ศาสตร์ของชาวกรีกในสมัยโบราณ ซึ่งนำเอาดอกไม้มาสกัดให้น้ำมันหอมระเหย ใช้ในการบำบัดความเครียดของคนในยุคนั้น ปัจจุบันได้นำเอากลิ่นหอมระเหย มาประยุกต์ใช้ร่วมกับการนวดที่นุ่มนวลแผ่วเบาผสมผสานกลิ่นหอมของน้ำมัน ทำให้ร่างกายสดชื่นและผ่อนคลาย การนวดฝ่าเท้า (Foot Massage) การนวดเท้าเป็นศิลปะของชาวเอเชียตะวันออกสมัยโบราณ โดยมีการคัดแปลงศิลปะการนวดฝ่าเท้ามาจนถึงปัจจุบันเท้าเป็นอวัยวะที่สำคัญของร่างกายที่ใช้รับน้ำหนัก และรักษาความสมดุลการทรงตัวในอิริยาบถต่างๆ ของร่างกายการนวดฝ่าเท้า เพื่อกระตุ้นการตอบสนองของอวัยวะหรือระบบต่างๆ ในร่างกายให้ตื่นตัว Thai Massage เป็นการนำศิลปะการนวดไทย แบบผสมผสานกับบรรยากาศของสปา ซึ่งให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย การสัมผัสของการนวดที่ต่อเนื่องให้ความนุ่มนวลสดชื่นกับธรรมชาติ (Thai Herbal Traditional Compress Massage) เป็นศิลปะการนวดคลึงกล้ามเนื้อและเส้นเอ็น โดยการนำเอาสมุนไพรช่วยในการบำบัด ลดอาการปวดตึงของกล้ามเนื้อและเส้นเอ็น การเข้ากระโจม (Herbal Steam) การเข้ากระโจม หรือการนั่งกระโจมของคนไทยในยุคโบราณ ซึ่งสืบสานต่อเนื่องกันมาจนถึงปัจจุบัน เป็นวิธีนวดตัวด้วยไอน้ำจากการต้มสมุนไพร ซึ่งเหมาะสำหรับสตรีหลังคลอดบุตร หรือผู้ที่ต้องการลดน้ำหนักด้วยวิธีธรรมชาติ การอบสมุนไพรช่วยให้การไหลเวียนของโลหิต น้ำเหลืองดีขึ้น และยังช่วยบำรุงผิวพรรณ ให้เปล่งปลั่ง Aromatherapy เป็นศาสตร์ของชาวกรีกสมัยโบราณ ซึ่งนำดอกไม้มาสกัดให้น้ำมันหอมระเหยใช้ในการบำบัดความเครียด ของคนในยุคนั้นปัจจุบันได้นำเอาน้ำมันหอมระเหยมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการนวดที่นุ่มนวลแผ่วเบา ผสมผสานกับกลิ่นหอมของน้ำมัน ทำให้ร่างกายสดชื่นผ่อนคลาย น้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรไทย เป็นการนวดผสมผสานในแบบไทยกับอโรมา โดยการใช้มนวดตัวเป็น

ส่วนประกอบ ทำให้เส้นเอ็นกล้ามเนื้อคลายตัว จากอาการเกร็งทำให้กล้ามเนื้อผ่อนคลาย เหมาะสมสำหรับผู้ที่ชอบออกกำลังกาย หรือนั่งทำงานนานๆ น้ำมันยังช่วยบำรุงผิวพรรณอีกด้วย การนวดเท้าเป็นศิลปะของชาวเอเชียตะวันออก เพื่อกระตุ้นการตอบสนอง ของอวัยวะ หรือระบบต่างๆ ในร่างกายให้ตื่นตัวฟื้นฟูตนเอง

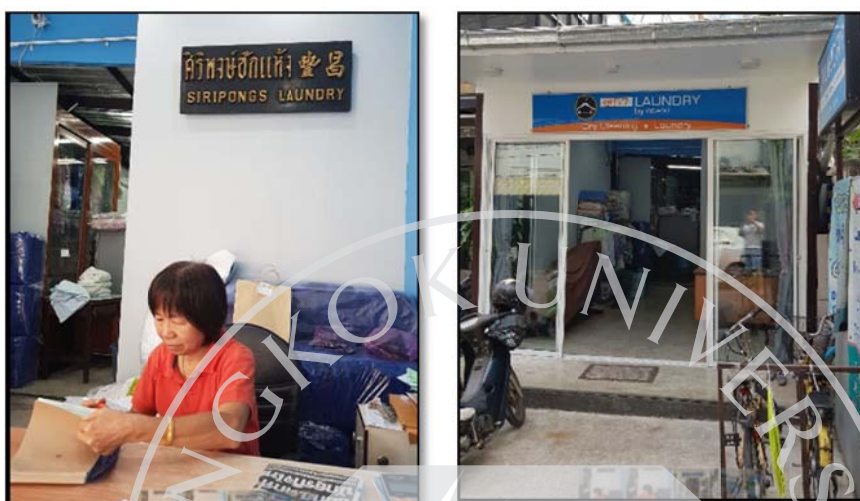
จากบทความข้างต้นเป็นการศึกษาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกลิ่นหอมระเหย กลิ่นหอมระเหย มีหลายประเภทแต่ละประเภทจะให้การรักษาและบำบัดที่แตกต่างกันออกไป และมีสรรพคุณทางยาสามารถช่วยบำบัดให้สมองมีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้นและมีผลกับสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ซึ่งในปัจจุบันมีการนำไปประยุกต์ใช้ได้หลายทาง เช่น การนำไปใช้กับสปา การนำไปใช้บำบัดช่วยรักษาโรค นำไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมอุปโภคบริโภค และเครื่องสำอางค์ กลิ่นหอมของจากดอกไม้และสมุนไพรไทยได้รับการยอมรับและนำมาสกัดเป็นกลิ่นหอมระเหยกันอย่างแพร่หลาย แต่การใช้กลิ่นของกลิ่นหอมระเหยแต่ละกลิ่นจะมีความแตกต่างกันตามคุณสมบัติหรือตามความชอบของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับสถานที่และโอกาส ทำให้มีการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2.2 วิธีการเก็บข้อมูล

2.2.1 ทำการเก็บข้อมูลจากร้าน ศิริพงษ์ ชักแห้ง ซึ่งเป็นคู่แข่งทางธุรกิจ โดยเป็นธุรกิจที่ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2500 สถานที่ตั้ง บริเวณ สุขุมวิท ซอย 55 และ 57 ในปัจจุบันบริหารโดย นางสาว วรรณิ อัครศวะเมฆ ซึ่งรับช่วงต่อมาจากคุณพ่อ จากสัมภาษณ์ ณ วันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2561

ผลจากการสัมภาษณ์ คุณ วรรณิ เจ้าของกิจการ ศิริพงษ์ ชักแห้ง กล่าวว่า ศิริพงษ์ ชักแห้ง เปิดดำเนินธุรกิจสืบสานมาจากทางรุ่นพ่อ โดยสถานที่เก่านั้นอยู่ตรงบริเวณ ป้ายรถประจำทาง สุขุมวิท 55 และเมื่อปี 2560 ได้ดำเนินการย้ายมาตรงท้ายซอย สุขุมวิท 57 ซึ่งเป็นพื้นที่ในการดำเนินงานของ ร้าน ชัก อบ รีด Addict Laundry ในอนาคต โดยผลที่ได้จากการสัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

ภาพที่ 2.1 : เจ้าของกิจการ ศิริพงษ์ ชักแห้ง



2.2.1.1 ลักษณะของลูกค้า ที่เข้ามาใช้บริการ

คุณ วรรณิ กล่าวว่า ลักษณะลูกค้าแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ ลูกค้าชาจร และ ลูกค้าประจำ ซึ่งพักอาศัยอยู่ในบริเวณ ซอยสุขุมวิท 55 และ ซอยสุขุมวิท 57 และบริเวณ ซอยเอกมัย โดยอาณาเขตจากร้านศูนย์กลาง ราว 3 – 5 กิโลเมตร โดยอัตรา ณ ปัจจุบัน ลูกค้าชาจรจะมีปริมาณ รว 70% และลูกค้าประจำ 30% ลักษณะลูกค้าชาจรเพิ่มมาจาก ปริมาณโรงแรม และโครงการ คอนโดที่เกิดขึ้นในบริเวณดังกล่าว และลูกค้าประจำที่พักอาศัยอยู่

2.2.1.2 ลักษณะประเภทการบริการ

คุณ วรรณิ กล่าวว่า การบริการลูกค้าส่วนใหญ่จะนิยมนำเสื้อผ้ามาให้ซักเหมา โดย ปริมาณ 3 กิโลกรัม – 5 กิโลกรัม ไม่นับชิ้น และลูกค้าชาจรที่ต้องการซักเสื้อผ้าบางส่วน พฤติกรรมที่ เราสนใจคือ ลูกค้าที่ซักประจำนั้นสนใจเรื่องกลิ่นของน้ำยาปรับผ้านุ่มหรือไม่ โดย คุณวรรณิ กล่าวว่า เรื่องน้ำยาปรับผ้านุ่ม นั้นเป็นสิ่งสำคัญ เพราะลูกค้าที่ใช้บริการประจำ จะนำน้ำยาปรับผ้านุ่มมาเอง และเป็นประเด็นที่ทางร้าน ซัก อบ รีด Addict Laundry สนใจเพื่อเป็นจุดขายต่อไป

2.2.1.3 ลักษณะต้นทุนการดำเนินการ

คุณ วรรณิ กล่าวว่า ต้นทุนที่สำคัญและมีส่วนร่ายจ่ายมากที่สุดคือ ต้นทุนด้าน แรงงาน ที่มีสัดส่วนมากถึง 30% - 35% ของรายได้ และรองลงมาคือต้นทุนค่าเช่าพื้นที่ อยู่ที่ ประมาณ 20% ของรายได้ และมีสัดส่วนส่วนของกำไรหลังจากการดำเนินงานอยู่ที่ 25% - 30%

2.2.2 เก็บข้อมูลสำหรับผู้บริโภคที่ใช้บริการ ร้าน ชัก อบ รีด

การเก็บข้อมูลครั้งนี้มาจากการให้สัมภาษณ์ จากการสุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ถึงพฤติกรรมการใช้บริการร้าน ชัก อบ รีด ซึ่งได้ผลจากการสัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 1

นางสาว วิชุดา รักชื่อ ซึ่งอาศัยอยู่คอนโด IDEO วุฒากาศ ซึ่งอาศัยอยู่มาแล้วมากกว่า 2 ปี ซึ่งใช้บริการร้านชัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 750 – 1000 บาท และน่าน้ำยาปรับผ้านุ่มไปให้ทางร้านเอง

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 2

นางสาว วินิตรัตน์ อินตะวิยะ ซึ่งอาศัยอยู่ลุมพินีวิลล์ อ่อนนุช-ลาดกระบังมาแล้วมากกว่า 2 ปี ซึ่งใช้บริการร้านชัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 750 – 1000 บาท และไม่ได้น่าน้ำยาปรับผ้านุ่มไปให้ทางร้านเอง เพราะชอบใช้น้ำหอมมากกว่า

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 3

นางสาว ชชนก สีนํ้าเงิน ซึ่งอาศัยอยู่เดอะทรีสต์ คอนโด แล้วมากกว่า 2 ปี โดยเริ่มใช้บริการชัก อบ รีด เป็นเวลา 1 ปี และการใช้บริการชักผ้าหอม และผ้าม่านร่วมด้วย โดยมีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 500 – 1,000 บาท และไม่ได้น่าน้ำยาปรับผ้านุ่มไปให้ทางร้าน โดยการบอกกลิ่นที่ต้องการกับทางร้านเพียงเท่านั้น

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 4

นางสาว นิรมล พันธุ์วิชาติกุล ซึ่งอาศัยอยู่ IDEO เตาปูน มาแล้วเป็นเวลา 6 เดือน ใช้บริการร้านชัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ประมาณ 1,500 บาทต่อเดือน ซึ่งไม่ต้องการให้ทางร้านใช้น้ำยาปรับผ้านุ่ม ให้ใช้เพียงน้ำยาซักผ้าที่ซื้อมาเอง

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 5

นางสาว ชนตติ สุขสวัสดิ์ ซึ่งอาศัยอยู่คอนโดเดอะรूम สุขุมวิท 62 มาแล้วมากกว่า 3 ปี ซึ่งใช้บริการร้านชัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,000 – 1,500 บาท มีการเลือกใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มของทางร้านชักรีดเอง และมีการใช้บริการซักผ้ารวม และผ้าม่านในห้องด้วย

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 6

นางสาว มณธิชา ทิมเขียว ซึ่งอาศัยอยู่คอนโด ศุภาลัย เวเร็นต้า รัชวิภา-ประชาชื่น มาแล้ว 1 ปี ซึ่งใช้บริการร้านชัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 800 – 1,000 บาท มีการเลือกใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มของทางร้านชักรีดเอง โดยการเลือกกลิ่นที่ชอบ

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 7

นางสาว เนติมา อัครพันธ์ ซึ่งอาศัยอยู่เดอะทรีสต์ คอนโด มาแล้วมากกว่า 2 ปี ซึ่งใช้บริการร้านซัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 500 – 1,000 บาท เลือกใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มแล้วแต่ทางร้าน

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 8

นาย รัฐภูมิ ศิริโชติ ซึ่งอาศัยอยู่คอนโด ศุภาลัย เวอเรนต้า รัชวิภา-ประชาชื่น มาแล้ว 1 ปี ซึ่งใช้บริการร้านซัก อบ รีดประมาณ 6 เดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 800 – 1,000 บาท ต่อเดือน และไม่ได้ใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มเนื่องจากแพ้กลิ่นสังเคราะห์จากน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 9

นางสาว กรวรรณ สีนานกุล ซึ่งอาศัยอยู่คอนโด IDEO Q จุฬาฯ – สามย่าน มาแล้วมากกว่า 4 ปี ซึ่งใช้บริการร้านซัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 800 – 1,200 บาท เลือกใช้เฉพาะน้ำยาซักผ้า ไม่ใช้น้ำยาปรับผ้านุ่ม และมีการใช้บริการ ซักผ้ามาน ผ้าปูที่นอน และผ้าห่ม ร่วมด้วย

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 10

นางสาว รสสุคนธ์ แซ่เฮีย ซึ่งอาศัยอยู่คอนโด IDEO Q จุฬาฯ - สามย่าน มาแล้วมากกว่า 4 ปี ซึ่งใช้บริการร้านซัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 800 – 1,200 บาท เลือกใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มที่เตรียมไปเองให้กับทางร้าน โดยเป็นน้ำยาปรับผ้านุ่มที่ผลิตจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ

ผลข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้พักอาศัยในคอนโดต่างๆ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 10 ท่าน พบว่า การเลือกใช้บริการร้าน ซัก อบ รีด ต่อเดือนอยู่ที่ราคาตั้งแต่ 500 บาท ถึง 1,500 บาท ต่อเดือน ซึ่งเป็นกรอบราคาที่ทางผู้บริโภครับได้ ถือเป็นค่าใช้จ่ายจำเป็นในแต่ละเดือน ทางร้านจะนำข้อมูลนี้มาปรับใช้กับโครงสร้างราคาขาย ต่อหน่วย เสื้อผ้า หรือปรับใช้กับอัตราเหมาจ่ายในการให้บริการ

ส่วนเรื่องกลิ่นจากน้ำยาปรับผ้านุ่ม ผลข้อมูลโดยส่วนใหญ่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่มที่ทางร้านเตรียมไว้ให้ ซึ่งถือว่าตรงตามเป้าที่ทางร้านได้วางกลยุทธ์ที่จะเพิ่มมูลค่าจากการให้บริการเพิ่มขึ้น โดยนำกลิ่นน้ำยาปรับผ้านุ่มที่ดำเนินการปรุงเองมาให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการ และมีบางท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ตนเองจัดเตรียมมาเอง จากที่สอบถามลูกค้าต้องการกลิ่นที่ไม่รุนแรง กลิ่นบางเบา เพื่อให้มีความรู้สึกมั่นใจว่า สวมเสื้อผ้าที่ไม่มีกลิ่นอับชื้น และส่วนหนึ่งไม่ใช้ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่มเนื่องจากแพ้กลิ่น หรือไม่ชอบกลิ่น นอกจากนี้ส่วนหนึ่งยังมีการใช้บริการอย่างอื่นร่วมด้วย เช่น การซักผ้าห่ม หรือผ้าม่าน

บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

3.1 การวิเคราะห์ภาพรวมตลาด

IMF ประมาณการว่าปี 2561 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปีที่แล้วด้วยแรงหนุนหลักของการลงทุนของภาครัฐ ด้านการส่งออกสินค้าที่เติบโตเกินคาด และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และคาดว่ามูลค่าการส่งออกทั้งปีจะเติบโตได้ถึง 7% ซึ่งดีที่สุดในรอบ 6 ปี นอกจากนี้ภาคการท่องเที่ยวยังคงมีแนวโน้มที่ดี การบริโภคภาคเอกชนในระยะข้างหน้ามีแนวโน้มขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยมีหลายปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ รายได้เกษตรกรที่ยังขยายตัวสูงกว่าปีก่อนจากผลผลิตที่เพิ่มขึ้น รายได้แรงงานในภาคการผลิตเพื่อการส่งออก และภาคการท่องเที่ยวที่ปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มรายได้สูง ภาระหนี้จากมาตรการลดหนี้ครั้งแรกที่ทยอยหมดลง รวมทั้งผลดีจากมาตรการภาครัฐ เช่น โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ อย่างไรก็ดี ตลาดแรงงานยังไม่ได้รับผลดีอย่างเต็มที่จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ส่วนหนึ่งเพราะการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจที่มีการใช้เครื่องจักรทดแทนแรงงาน (Automation) มากขึ้น โดยเฉพาะในบางอุตสาหกรรมที่การส่งออกขยายตัวดีอีกทั้งยังมีการเคลื่อนย้ายแรงงานจากภาคอุตสาหกรรมไปทำงานในภาคบริการที่มีผลิตภาพและผลตอบแทนต่ำกว่า รวมทั้งภาระหนี้ของครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูงโดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยซึ่งจำเป็นต้องใช้เวลาปรับตัวอีกระยะหนึ่ง ทำให้การบริโภคมีแนวโน้มขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป และอาจไม่กระจายตัวเท่าที่ควร

สำหรับการลงทุนในปี 2561 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่าจะยังไม่ต่างจากปี 2560 โดยสภาพคล่องจะยังคงมีสูงจากการที่ประเทศแกนหลักอย่างยุโรป และญี่ปุ่น ยังดำเนินมาตรการผ่อนคลายทางการเงินเพื่อหนุนการเติบโตของเศรษฐกิจและส่งผลบวกต่อบริษัทจดทะเบียนและในยุโรปอีกหลายประเทศ อาทิ ฝรั่งเศส และ เยอรมัน ในปีนี้ ก็มีที่ท่าว่าความเสี่ยงจะคลี่คลายลงในปีหน้า แต่ความไม่แน่นอนก็ยังคงมีอยู่ โดยล่าสุดฝั่งเยอรมันยังไม่ลงรอยกันในการจัดตั้งรัฐบาลผสม รวมถึงการเลือกตั้งในอิตาลีภายในเดือน พ.ค. ปีหน้า อีกทั้งประเด็นในคาบสมุทรเกาหลี ซึ่งปัญหาทางการเมืองทั้งในและระหว่างประเทศมักส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและบรรยากาศการลงทุน

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในส่วนธุรกิจซักรีด พบว่าธุรกิจซักรีด มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะสามารถเข้ามาตอบโจทย์คนเมืองรุ่นใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบาย และมีข้อจำกัดเรื่องเวลา และสถานที่ไม่เหมาะสมจะทำความสะอาดเสื้อผ้าด้วยตัวเอง จากผลวิจัยของศูนย์ธนาคารกสิกรไทย พบว่า ในปี 2560 แนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล รวมทั้งส่วนภูมิภาคที่เป็นหัวเมืองทางเศรษฐกิจ และหัวเมืองรองทางเศรษฐกิจเช่น เชียงราย อุดรธานี ปราจีนบุรี อาทิจiangใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา ชลบุรี ภูเก็ต และสงขลา คาดว่าจะโตขึ้นถึง 4-5% และจะ

ขยายตัวต่อเนื่องหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 นักลงทุนและแรงงานในกลุ่มอาเซียนเข้ามาซื้อและเช่าอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นถึง 20% และในปัจจุบันภาพรวมของตลาดคอนโดมิเนียมทั่วประเทศเปิดใหม่ในปี 2559 นี้ ไม่ต่ำกว่า 100,000 ยูนิต โดยแนวโน้มของคอนโดในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ จะขยายตัวไปตามแนวรถไฟฟ้า BTS, MRT และ Airport Link หลายสาย โดยเฉพาะโซนฝั่งธนบุรีขยายตัวมากถึง 126% และพื้นที่รอบนอกฝั่งสุขุมวิทก็ขยายตัวกว่า 50% ซึ่งปัจจุบัน ผู้อยู่อาศัยในแหล่งชุมชนสังคมเมืองต้องดำเนินชีวิตอย่างเร่งรีบ ผู้หญิงต้องทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้เสริมจึงต้องการความสะดวกคล่องตัว ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกสบายจึงทำให้บุคคลเหล่านี้หันมาใช้บริการ ชักอบริด โดยกลุ่มคนเหล่านี้ยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อความสะดวกสบาย ธุรกิจชักอบริด จึงเป็นธุรกิจทองสำหรับผู้ที่ต้องการเป็นประกอบธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกธุรกิจ (SWOT)

ตารางที่ 3.1 : การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ

จุดแข็ง (STRENGTH)	จุดอ่อน (WEAKNESS)
1. พื้นที่หน้าร้าน ใกล้แหล่งที่อยู่อาศัย คอนโดมิเนียม ที่กำลังสร้างแล้วเสร็จภายในปี 2562 2. สามารถประกอบกิจการพื้นที่ตนเองได้ 3. มีสินค้าบริการเสริมที่แปลกใหม่ สนองความต้องการผู้บริโภค คือ เรื่องการให้ลูกค้าเลือกกลิ่น น้ำยาปรับผ้านุ่ม ที่ตนชื่นชอบได้	1. เป็นธุรกิจใหม่สำหรับตนเอง ที่ต้องเรียนรู้ ขบวนการบริการ ด้านการ ชักอบริด 2. เป็นธุรกิจที่ต้องใช้ความละเอียดอ่อน รอบคอบความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อผ้า และทรัพย์สินที่มีค่าของทางลูกค้า 3. ต้องดำเนินการหาพนักงานที่มีทักษะความ ชำนาญในการ รีดผ้า และดูแลเนื้อผ้า

ตารางที่ 3.2 : การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

โอกาส (OPPORTUNITY)	อุปสรรค (THREAT)
1. จากการขยายตัวคอนโดมิเนียม ในซอย สุขุมวิท 57 และ บริเวณใกล้เคียง ทำให้มีผู้ที่เข้ามาอยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น 2. ด้วยขนาดของห้องคอนโดส่วนใหญ่ มีพื้นที่ตารางเมตรไม่มาก และผู้อยู่อาศัยพยายามประหยัดพื้นที่ ทำให้ต้องมีเครื่องซักผ้าในห้องของตนเอง 3. พฤติกรรมส่งเสื้อไปรีด ที่ร้าน ซักอบรีดนั้น ลูกค้าจะได้รับความมั่นใจเรื่องความสะดวกมากกว่า	1. เรื่องการสรรหาบุคลากรพนักงานที่มีความชำนาญในเรื่องการรีดผ้า เข้าใจเนื้อผ้ายาก 2. ภาวะการแข่งขันด้านราคาจากคู่แข่ง

3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ด้วยทำเลที่ตั้งร้าน Addict Laundry อยู่ในซอย สุขุมวิท 57 ซึ่งมีโครงการ คอนโดมิเนียม ที่เกิดขึ้นและแล้วเสร็จภายในระหว่างปี 2562 – 2563 โดยมีโครงการในรัศมีไม่เกิน 500 เมตร ได้แก่ โครงการ

LAVIQ Sukhumvit 57 : จำนวนห้องทั้งสิ้น 235 ยูนิต : กำหนดแล้วเสร็จ 2562

The Bangkok ทองหล่อ : จำนวนห้องทั้งสิ้น 148 ยูนิต : กำหนดแล้วเสร็จ 2562

The Stand Thonglor : จำนวนห้องยังไม่ประกาศ ยูนิต : กำหนดแล้วเสร็จ 2565

นอกจากนี้ด้วยทำเลใกล้สถานที่รถไฟฟ้า BTS ทองหล่อ ซึ่ง บริเวณรถไฟฟ้าทองหล่อจะมีโครงการคอนโดมิเนียม ที่เกิดขึ้นบริเวณรอบสถานีรถไฟฟ้าทองหล่อ ดังนี้

Ideo Q Sukhumvit 36 ในซอยสุขุมวิท 36 ใกล้ BTS ทองหล่อ : จำนวนห้องทั้งสิ้น 449 ยูนิต : กำหนดแล้วเสร็จ 2563

The Esse Sukhumvit 36 Condominium ในซอยสุขุมวิท 36 ใกล้ BTS ทองหล่อ : จำนวนห้องทั้งสิ้น 338 ยูนิต : กำหนดแล้วเสร็จ 2563

3.4 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อน และ อุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ (TOWS Matrix)

การวิเคราะห์ TOWS Analysis เป็นการวิเคราะห์กลยุทธ์ของธุรกิจในการจับคู่ระหว่างทรัพยากรภายในธุรกิจตลอดจนทักษะต่างๆ ภายในธุรกิจกับโอกาสพร้อมทั้งความเสี่ยงต่างๆ ภายนอกธุรกิจ ซึ่งจากการวิเคราะห์ TOWS Analysis จะทำให้เกิดการผสมผสานกันขององค์ประกอบภายในและภายนอกธุรกิจจนทำให้เกิดกลยุทธ์ต่างๆ ที่เหมาะสมกับธุรกิจ ดังต่อไปนี้

3.4.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy)

กลยุทธ์เชิงรุก มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็ง และโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก

ร้าน ซักอบรีด Addict Laundry ด้วยสถานที่ตั้งเป็น บ้านห้องแถว ซึ่งเป็นทรัพย์สินของตนเอง และสภาพการอยู่อาศัยภายในพื้นที่ ที่เป็นอยู่เปลี่ยนแปลงไป จึงนำมาซึ่งกลยุทธ์ในเชิงรุก เพื่อมองหาธุรกิจที่สามารถสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ ที่เปลี่ยนแปลง พื้นที่ตั้งร้านนั้นอยู่ใกล้ แหล่งผู้อยู่อาศัยเป้าหมายลูกค้า ทำให้ลูกค้าสะดวกสบายในการรับ ส่งเสื้อผ้าในการซัก อบ รีด

3.4.2 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy)

กลยุทธ์เชิงป้องกัน มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณา ร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือ กลยุทธ์ในเชิงการป้องกัน

ร้าน ซักอบรีด Addict Laundry ที่มีจุดแข็งในเรื่องทำเลที่ตั้งแล้ว เพื่อที่จะสามารถรับส่งเสื้อผ้าของทางลูกค้า และรองรับบริการในพื้นที่ ที่กว้างออกไปด้วย ฉะนั้นการเพิ่มจุดเด่นเรื่องการให้บริการ ลูกค้าสามารถเลือก กลิ่นน้ำยาปรับผ้านุ่มเองได้ จะเป็นการตรึงย้ำการบริการที่แตกต่าง และรักษาสถานลูกค้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

3.4.3 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)

กลยุทธ์เชิงแก้ไข มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อน และโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข

ร้าน ซักอบรีด Addict Laundry ด้วยที่ตั้งร้านค้า อยู่ในช่วงท้ายซอย ฉะนั้นเรื่องการประชาสัมพันธ์ให้ ผู้ที่อยู่อาศัยภายในซอยดังกล่าวรับทราบถึงการบริการดังกล่าว จึงจำเป็นต้องดำเนินการติดตั้งป้ายร้าน หรือป้ายประชาสัมพันธ์ ในทุกช่วง 100 เมตร ของซอยในช่วงแรก และดำเนินการจัดทำแผ่นใบปลิวในการนำเสนอการบริการร้านค้าให้แก่ ผู้อยู่อาศัยตามคอนโดมิเนียมทุกห้องในบริเวณพื้นที่ดังกล่าว

3.4.4 กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)

กลยุทธ์เชิงรับ มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ

ร้าน ซักอบรีด Addict Laundry ซึ่งเป็นร้านซักอบรีด ที่เข้ามาเปิดตลาดใหม่ จากการสำรวจพื้นที่ภายในซอยมีร้านซักอบแห้ง เดิมที่เปิดดำเนินการมานานมากกว่า 20 ปี โดยร้านค้าดังกล่าว ย้ายมาจากซอยอื่น เนื่องจากถูกเวนคืนพื้นที่ ทำให้ต้องมาเช่าพื้นที่ท้ายซอย สุขุมวิท 57 ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ฉะนั้นนโยบายของทางร้าน จึงต้องให้ความสำคัญด้านราคาที่จะเสนอออกไปสู่ตลาด เพื่อลดการเปรียบเทียบ และเพิ่มมูลค่าด้านการบริการที่แตกต่าง

3.5 การวิเคราะห์คู่แข่ง

3.5.1 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitors)

เนื่องจาก Addict Laundry ต้องการที่จะเน้นทำการตลาดระดับกลาง แต่เน้นที่การให้บริการ เรื่องซัก อบ รีด โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าสามารถที่จะเลือก กลิ่น น้ำยาปรับผ้านุ่มได้ เพื่อให้ตรงกับบุคลิก คนสวมใส่ และหอม ติดทนนาน จึงทำให้คู่แข่งทางตรงของ Addict Laundry คือ ผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งเน้นการให้บริการในเรื่องของการซักรีด หรือ ซักอบรีด เช่นเดียวกัน โดยผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่ซอยสุขุมวิท 57 และซอย สุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) ส่วนใหญ่ จะมีลักษณะการดำเนิน ธุรกิจในรูปแบบธุรกิจ SMEs โดยส่วนใหญ่อาศัยอาคารพาณิชย์ หรือการเช่าพื้นที่ ได้ตึกหรือ อพาร์ทเมนต์ เพื่อให้บริการซักอบรีด

สำหรับรูปแบบของการให้บริการของผู้ประกอบการรายย่อยในปัจจุบัน คือ ลูกค้าจะมารับส่งผ้าเองที่ร้านในเวลาที่เหมาะสม หรือผู้ประกอบการบางรายอาจมีรถให้บริการรับส่งผ้าตามบ้าน โดยเจ้าของร้าน และพนักงานในร้านส่วนใหญ่จะไม่ได้มีการฝึกอบรมในด้านการให้บริการ หรือการควบคุมคุณภาพมากนัก ทำให้ไม่มีการปรับปรุงคุณภาพและไม่มีการทำการตลาดเพื่อหาลูกค้ารายใหม่ๆ อยู่เสมอ

สำหรับในพื้นที่ซอยสุขุมวิท 57 และซอย สุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) ผู้ประกอบการซัก อบ รีด ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรายย่อย โดยทำเลที่ตั้งส่วนใหญ่จะอยู่ภายในซอยและร้านส่วนใหญ่จะเป็นอาคารพาณิชย์ อย่างไรก็ตามในส่วนของจำนวนผู้ประกอบการไม่สามารถระบุได้แน่นอน เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่เป็นลักษณะของการรับทำเป็นงานเสริมไม่มีหน้าร้าน อีกทั้งผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านส่วนมากก็ไม่ได้มีการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ เนื่องจากไม่มีกฎหมายบังคับว่าต้องเปิดเป็นนิติบุคคล จึงทำให้ไม่มีหน่วยงานหรืองานวิจัยใดๆ ที่สามารถเก็บตัวเลขได้แน่นอน แต่จากการสำรวจพื้นที่ซอยสุขุมวิท 57 และซอย สุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) ซึ่งจะเป็นบริเวณที่ Addict Laundry จะเปิดกิจการ พบว่ามี ผู้ประกอบการมากกว่า 20 แห่ง และส่วนมากจะมีที่ตั้งไม่ติดถนนใหญ่ จะอยู่ตามซอย ยกตัวอย่างเช่น มิตรสัมพันธ์ซักแห้ง สยามแลนด์ ซักอบรีด Simply Cool Laundry & Dry Cleaning ELS laundry service (Ekamai Branch) เป็นต้น ซึ่ง

ผู้ประกอบการในแต่ละแห่งมีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงที่พักรอคอยทั้งสิ้น โดยส่วนใหญ่จะเน้นการทำ การตลาดกับกลุ่มลูกค้าตั้งแต่ระดับกลางขึ้นไป มีอัตราค่าใช้บริการเริ่มขึ้นละ 15 บาท ขึ้นไป

3.5.2 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitors)

สำหรับคู่แข่งทางอ้อมของ Addict Laundry คือ ร้านซักอบรีด ที่ให้บริการแบบครบวงจร และมีสาขาหรือแฟรนไชส์ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีลักษณะที่ประกอบการ เป็นแบบ Stand Alone ไม่ได้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรืออาคารสำนักงาน ซึ่งได้แก่ ซินไฉฮั่ว ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซินไฉฮั่ว ฟองแป็บ ลอนดรี & ดราย คลีน ของ บริษัท ทุ แมน ไอเดีย จำกัด เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการ กลุ่มนี้จะมีจำนวนสาขาย่อยมากมาย มีทั้งลักษณะคือเป็นเจ้าของเองบางส่วน และ ขายแฟรนไชส์ ให้กับผู้ประกอบการที่สนใจ อีกทั้งยังมีแฟรนไชส์ที่มาจากต่างประเทศโดย ผู้ประกอบการจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมและค่า Loyalty ให้กับบริษัทแม่

โดย ผู้ประกอบการรายใหญ่นั้นต้องมีเงินลงทุนค่อนข้างมาก เน้นเครื่องซักอบรีด ที่มีความ ทนสมัย และมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณผ้าและน้ำหนัผ้าที่มากขึ้น จากการที่เทคโนโลยีการผลิต เครื่องใช้ไฟฟ้ามีการพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้กระบวนการซักอบรีด มีการพัฒนาคุณภาพและ ถนอมเนื้อผ้าได้ดียิ่งขึ้น โดยทั่วไปจะมีบริการรับส่งเสื้อผ้าเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่อยู่ ทางไกลร้าน หรือไม่สะดวกในการมารับส่งผ้าด้วยตัวเอง และมีการทำการตลาดเพื่อหาลูกค้ารายใหม่ๆ อยู่เสมอ สำหรับผู้ประกอบการที่ขายแฟรนไชส์ต้องอาศัยชื่อเสียงและการสร้างแบรนด์ที่ส่งสมมาจากใน อดีต เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ประกอบการที่สนใจสมัครแฟรนไชส์

ซึ่งพบว่าคู่แข่งทางอ้อมของ Addict Laundry จะมี ผู้ประกอบการ 2 รายใหญ่ที่ให้บริการอยู่ ซึ่งประกอบไปด้วย

- 1) ร้านให้บริการซัก อบ รีด และ ซินไฉฮั่ว ของห้างหุ้นส่วนจำกัด ซินไฉฮั่ว ปัจจุบัน ซินไฉฮั่วดำเนินงานภายใต้สโลแกนที่ว่า “รับใช้นาน นาน ผลงานคุณภาพ” มีวิสัยทัศน์ ที่จะเป็นหนึ่งใน ผู้ประกอบการที่มีบทบาทสำคัญในด้านธุรกิจการบริการในด้านงานซักผ้าทุกชนิด โดยเน้นการพัฒนา ด้านการผลิต บริการ และบุคลากรไปพร้อมกันกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของ เทคโนโลยี
- 2) ร้านฟองแป็บ ลอนดรี ก่อตั้งขึ้นมาตั้งแต่ปลายปี 2548 ซึ่งถือว่าในปัจจุบันประสบความสำเร็จในการให้บริการซัก อบ รีด ด้วยดี โดยที่มีการพัฒนาให้มีการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์มา ช่วยในการบริหารงานของทางร้าน ซึ่งสามารถช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ดูแลร้าน และลดความผิดพลาด ของการบริหารงานได้เป็นอย่างดี จึงเกิดแนวคิดอยากขยายธุรกิจไปในวงกว้าง โดยจัดทำ เป็น ระบบแฟรนไชส์ ให้แก่บุคคลทั่วไปที่มีความสนใจอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเอง ในปัจจุบันมีจำนวน แฟรนไชส์ทั้งหมดมากกว่า 30 แห่งกระจายอยู่ในกรุงเทพมหานครและตามต่างจังหวัด

3.6 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

การวิเคราะห์ PEST Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อธุรกิจเพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงสถานการณ์ในขณะนั้นและสามารถวางแผนจัดการเพื่อรับมือกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอได้ โดยมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.6.1 ปัจจัยทางการเมือง (Political and Legal Factors)

การเมืองส่งผลกระทบต่อนโยบายการค้าประกอบธุรกิจของประเทศโดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลแบบผสมผสานพรรคบ่อยๆ เมื่อการเมืองไม่มั่นคงทำให้ต่างชาติขาดความเชื่อถือ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบ่อย เช่น สินค้าบางอย่างต้องเสียภาษีเพิ่มขึ้น ธุรกิจบางชนิดถูกควบคุมโดยเพิ่มหลักเกณฑ์มากขึ้น เศรษฐกิจชะงักเนื่องจากเงินตราไหลออกนอกประเทศซึ่งแม้ว่าสถานการณ์ทางการเมืองอาจจะกลับมาเป็นปกติได้ แต่อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะมีผลต่อความเชื่อมั่น และการใช้จ่ายของผู้บริโภคและส่งผลโดยตรงถึงภาพรวมของผู้ประกอบธุรกิจ ได้แก่ กำลังซื้อของผู้บริโภค ที่ยังคงมีอยู่อย่างจำกัด และยังไม่มีการฟื้นตัวที่จะมาช่วยเพิ่มรายได้หรือกำลังซื้อให้กับผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นราคาสินค้าเกษตรสำคัญที่ส่วนใหญ่ในปีนี้มีแนวโน้มทรงตัวหรือมีทิศทางปรับลดลง ซึ่งยังคงกดดันรายได้ของเกษตรกร

นอกจากนี้จากนโยบายการลดอัตราภาษีสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ส่งผลทางด้านบวกต่อการดำเนินธุรกิจที่เป็น SME เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ ตามพระราชบัญญัติการออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการลดอัตราและยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 583) พ.ศ. 2558 ได้ลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลกิจการ SMEs ที่มีทุนที่ชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบบัญชีไม่เกินห้าล้านบาทและมีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการในรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 30,000,000 บาทสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2558 เป็นต้นไป ดังนี้

1. ยกเว้นภาษีเงินได้กำไรสุทธิ 300,000 บาทแรก
2. กำไรสุทธิที่เกิน 300,000 บาทแต่ไม่เกิน 3,000,000 บาท เสียภาษี 15%
3. กำไรสุทธิส่วนที่เกิน 3,000,000 บาทขึ้นไป เสียภาษี 20%

3.6.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factors)

การเติบโตของเศรษฐกิจไทยในปี 2561 ประมาณ 3.3% จากการส่งออกสินค้าที่เติบโตดีกว่าที่คาดการณ์ไว้ แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2562 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.5 - 4.5 โดยมีแรงสนับสนุนที่สำคัญ ประกอบด้วย (1) การใช้จ่ายภาคครัวเรือนยังมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ดีและสนับสนุน การขยายตัวทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง (2) การปรับตัวดีขึ้นของการลงทุนรวม โดยการลงทุนภาครัฐมีแนวโน้มเร่งตัวขึ้น และการลงทุนภาคเอกชนขยายตัวในเกณฑ์ดีต่อเนื่อง (3) การ

ปรับตัว ดีขึ้นของภาคการท่องเที่ยว (4) การขยายตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลกที่สามารถสนับสนุนการขยายตัวของการส่งออกได้อย่างต่อเนื่อง และ (5) การเปลี่ยนแปลงทิศทางการค้า การผลิต และการลงทุนระหว่างประเทศ ทั้งนี้ คาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าจะขยายตัวร้อยละ 4.6 การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 4.2 และร้อยละ 5.1 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 0.7 - 1.7 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 5.8 ของ GDP

แต่อย่างไรก็ตามจากปัญหานี้ครัวเรือน ที่ยังส่งสัญญาณที่จะทรงตัวในระดับ 80.2% มีผลต่ออำนาจการซื้อของครัวเรือนต่ำ ทั้งนี้กำลังซื้อของครัวเรือนไทยยังไม่ดีขึ้นตามกำลังซื้อจากต่างประเทศ แม้ว่าการใช้จ่ายของผู้มีรายได้สูงจะค่อนข้างดี สะท้อนจากยอดขายสินค้าคงทน โดยเฉพาะรถยนต์นั่งที่มีอัตราการเติบโตสูง แต่การใช้จ่ายของผู้มีรายได้ปานกลางถึงรายได้น้อยยังคงซบเซา เห็นได้จากรายจ่ายในสินค้าจำเป็นอย่างอาหารและเครื่องดื่มที่ชะลอตัว ซึ่งเป็นไปตามทิศทางของรายได้เกษตรกรที่ลดลงจากช่วงครึ่งปีแรก ในขณะที่รายได้นอกภาคเกษตรมีแนวโน้มทรงตัว ทั้งนี้ ครัวเรือนไทยยังมีแนวโน้มที่จะชะลอการก่อหนี้ใหม่ เพราะยังมีภาระหนี้เดิมในระดับสูงประกอบกับการปรับมาตรการควบคุมสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลตามชั้นรายได้ใหม่ที่เริ่มมีผลตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2561 เป็นต้นไป ทำให้การบริโภคสินค้าในหมวดคงทนถาวรและหมวดสินค้ากึ่งคงทนถาวรอาจต้องชะลอออกไป ขณะเดียวกันแนวโน้มหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของเอสเอ็มอี จากสถาบันการเงินมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการปล่อยสินเชื่อทั้งระบบหดตัวลง การลงทุนลดลง การว่างงานเพิ่มขึ้น ตลอดจนราคาน้ำมันสูงขึ้น ส่งผลให้เงินเฟ้อสูงขึ้น ซึ่งอาจเพิ่มแรงกดดันต่อการใช้จ่ายของครัวเรือนไทยชะลอการจับจ่ายลง และเป็นภาระต้นทุนการขนส่งที่เพิ่มขึ้น

3.6.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

ในปัจจุบันแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยพฤติกรรมความเป็นอยู่ของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย และมีข้อจำกัดเรื่องเวลา และสถานที่ไม่เหมาะสมจะทำความสะดวกเสื้อผ้าด้วยตัวเอง ผู้หญิงต้องทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้เสริมจึงต้องการความคล่องตัว ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกสบายจึงทำให้บุคคลเหล่านี้หันมาใช้บริการซักอบรีด โดยกลุ่มคนเหล่านี้ยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อความสะดวกสบายธุรกิจซักอบรีด จึงเป็นธุรกิจทองสำหรับผู้ที่ต้องการเป็นประกอบธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว

นอกจากนี้จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปทุกการดำเนินชีวิตประจำวันมีความเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี จึงกล่าวได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศไทยยุค 4.0 เน้นเสพสื่อบันเทิงเป็นหลัก โดยกว่า 75% ของผู้บริโภคใช้เวลาว่างกับการเล่นอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย โดยผู้บริโภคไทยช่างเลือก และหาข้อมูลมากขึ้นในการซื้อสินค้าและบริการ อีกทั้งยังมีความต้องการสินค้าและบริการที่เฉพาะเจาะจงกับตัวเอง และกล้าซื้อสินค้านำมาใช้บริการต่างๆ ในช่องทางออนไลน์มากขึ้น ในขณะที่ตลาด E-commerce แม้ว่าจะยังเป็นสัดส่วนน้อยในมูลค่าการค้าปลีกรวม แต่ก็มีแนวโน้ม

เติบโตสูงต่อเนื่องเฉลี่ย 13% ต่อปี ทั้งนี้ กว่า 90% ในกลุ่มผู้บริโภคที่อายุต่ำกว่า 40 ปีล้วนเคยซื้อของทางออนไลน์ เพียงแต่ยังไม่ใช้ช่องทางหลักโดยใช้บริการเพียง 1-2 ครั้งต่อเดือนเท่านั้น อย่างไรก็ตาม การซื้อสินค้าออนไลน์ยังมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นธุรกิจจึงยังต้องพัฒนาช่องทางเข้าถึงลูกค้าหลายช่องทางไปพร้อมๆ กัน เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านความสะดวกสบาย และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคที่ต้องดำเนินชีวิตด้วยความเร่งรีบ แข่งกับเวลา ทำให้พฤติกรรมการใช้ร้านสะดวกซื้อมีแนวโน้มสูงขึ้นตามไปด้วย

3.6.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factors)

ปัจจุบันเป็นยุคความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อทิศทางและความก้าวหน้าขององค์กรธุรกิจพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในปัจจุบันมีการใช้ Smart Phone ในการสนทนาและแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นจากการที่สื่อดิจิทัลมีบทบาทมากขึ้นจึงมีการนำสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook Youtube และ Twitter มาใช้สร้างความรู้จักในทางธุรกิจไม่เพียงธุรกิจ SMEs แต่ธุรกิจใหญ่ที่มีแบรนด์เป็นที่รู้จัก และมียอดขายสินค้าที่สูงอยู่แล้วก็หันมาเพิ่มช่องทางขายสินค้าออนไลน์ และการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยการกด Like Facebook หรือผ่านการ Download Sticker Line ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคมักจะหาข้อมูลสินค้าและบริการจากอินเทอร์เน็ตก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าสามารถทำให้เกิดการสื่อสารความเข้าใจต่อผู้บริโภคได้โดยตรง

บทที่ 4

โมเดลในการดำเนินการธุรกิจ

การวิเคราะห์ Business Model Canvas ถูกพัฒนาขึ้นมาให้เป็นเครื่องมือสำเร็จรูปโดย Alex Oster Walder เพื่อมาเติมเต็มช่องว่างของโมเดลธุรกิจ ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้ครบทุกมิติมากขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการประเมินความเสี่ยงในการลงทุนได้ดียิ่งขึ้นเป็นการตอบโจทย์สำคัญของการทำธุรกิจ นั่นคือทำอะไรให้มี “กำไร” Business Model Canvas จึงเปรียบเสมือนแผนลงทุนของผู้ประกอบการด้วย Business Model ที่สมบูรณ์ ซึ่งประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้ (จุลเรขา วิทยายุทธนิกุล, 2560)

4.1 Value Propositions คุณค่าของธุรกิจเรา

สินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการที่นำเสนอมีคุณค่าเพียงพอสำหรับลูกค้าหรือไม่ คุณค่าของสินค้าและบริการดังกล่าวอาจเป็นนวัตกรรม เป็นการนำเสนอสิ่งใหม่ หรือมีการเพิ่มคุณสมบัติ พิเศษที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น จนทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการของเราแทนที่จะเลือกของคู่แข่ง

ฉะนั้น ร้าน Addict Laundry ซึ่งเป็นร้านซักอบรีด จึงได้เห็นการสร้างคุณค่าการบริการ เพิ่มตัวเลือกสิ่งแปลกใหม่ให้กับทางลูกค้า

4.2 Customer Segment ลูกค้าของเราเป็นคนแบบไหน

กลุ่มมีความหลากหลายหรือไม่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะทำให้ธุรกิจสามารถนำเสนอสินค้า และบริการได้ตรงกับความต้องการ

ฉะนั้น ร้าน Addict Laundry ซึ่งเป็นร้านซักอบรีด จึงเห็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ที่พักอาศัยอยู่ในคอนโดในพื้นที่ซอย สุขุมวิท 57 โดยเป็นกลุ่มลูกค้าระดับกลางขึ้นไปส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนทำงาน ไม่มีเวลาในการจัดการเรื่องการซักรีดเสื้อผ้า มีพื้นที่ในการซักรีดอย่างจำกัด รวมทั้งต้องการความสะดวกสบาย การใช้บริการร้านซักอบรีด จึงเป็นทางเลือกที่กลุ่มเหล่านี้ให้ความสนใจและเลือกใช้บริการ

4.3 Customer Relationships การสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า

ความสัมพันธ์กับลูกค้าเมื่อองค์กรจะกำหนด Customer Relationships ในจุดนี้ต้องมองในมุมของลูกค้าเป็นหลักเพราะถ้ามองในมุมของเจ้าของสินค้าความคลาดเคลื่อนอาจจะมีความ Customer Relationships ค่อนข้างมีความสำคัญเพราะเป็นตัวบ่งบอกว่าลูกค้าจะกลับมาซื้อซ้ำหรือไม่ หรือลูกค้าจะบอกต่อให้เพื่อนๆ ใช้สินค้านี้หรือไม่

ฉะนั้น ร้าน Addict Laundry ซึ่งเป็นร้านซักอบรีด บริการในการรับส่งเสื้อผ้าเมื่อลูกค้าพร้อม และบริการแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลากำหนด

4.4 Channels ช่องทางการเข้าถึง

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้าเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายก็มี หรือบางองค์กรใช้เป็น Logistics ก็มี บางองค์กรการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านการตลาดจะมองจุดนี้เป็นช่องทางการจัดจำหน่าย บางคนการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านการจัดการก็จะมองจุดนี้เป็น Logistics

ฉะนั้นร้าน Addict Laundry ซึ่งเป็นร้านซักอบรีด ควรเป็นส่วนผสมที่ลงตัวทั้งช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการสื่อสาร และช่องทางการตลาด ทางบริษัทจะพัฒนาแอปพลิเคชันในการติดตามสินค้าให้กลับทางลูกค้าและเป็นการเก็บข้อมูลเพื่อแจ้งเตือนการรับสินค้าและส่งมอบสินค้า

ภาพที่ 4.1 : แอปพลิเคชันในการติดตามสินค้า



4.5 Key Activities สิ่งที่ต้องทำเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจนี้

กิจกรรมหลักที่จะสนับสนุนให้สินค้าและบริการมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น หรือเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่าง คู่ค้า-ดำเนินธุรกิจหลัก ว่าควรมีกิจกรรมอย่างไรเพื่อให้ คู่ค้าสนับสนุนธุรกิจขององค์กรได้ดีมากยิ่งขึ้น

ฉะนั้นร้าน Addict Laundry มีการใช้เทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงาน ทั้งการผลิต การบริการ การแก้ปัญหาให้ลูกค้าการสร้างเครือข่าย การตลาด และการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

4.6 Key Partners พาร์ทเนอร์หลักของเรา

คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญ หรือองค์กรอื่นที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ หรือสนับสนุนธุรกิจให้ดำเนินไปอย่างปกติ หรือ ดำเนินไปได้ดีขึ้นจากปกติ เพื่อหากลยุทธ์จากข้อมูลต่างๆ ที่ป้อนเข้าไป เช่น ผู้ส่งมอบ (Supplier) คู่ความร่วมมือที่เป็นทางการ (Partners) คู่ความร่วมมือที่ไม่เป็นทางการ

ร้าน Addict Laundry จะมีในส่วนวัตถุดิบทรัพยากรที่ต้องการสนับสนุนจากบริษัทชั้นนำเช่น บริษัท และ บริษัท ยูนิลีเวอร์ ซึ่งต้องสนับสนุนผงซักฟอกในกลุ่มอุตสาหกรรม

4.7 Key Resource ทรัพยากรที่จำเป็นของบริษัท

ทรัพยากรหลัก เป็นวัตถุดิบ (Material) ที่ใช้ในการผลิตก็ได้ เพื่อให้สินค้าและบริการดีขึ้น หรือจะเป็นสินค้าอื่นๆ ที่ซื้อมาเพื่อขายร่วมกับสินค้าก็ได้ในการแผนผลิตภัณฑ์ หรืออาจจะกล่าวถึง Packaging ที่สนับสนุนให้การส่งสินค้าดีขึ้น

ร้าน Addict Laundry มีทรัพยากรหลักขององค์กรที่ต้องลงทุนสินทรัพย์ทุกประเภท ทั้ง อสังหาริมทรัพย์ เครื่องจักร อุปกรณ์ ทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรด้านปัญญา รวมทั้งทรัพยากรมนุษย์

4.8 Revenue Streams รายได้ของเรามีอะไรบ้าง

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า หมายถึง ทางเข้าของรายได้ หลากๆ สาย และการที่รายได้เข้ามาเป็นสาย นั้นหมายถึง ความมั่นคงทางการเงินที่มากขึ้น

ร้าน Addict Laundry มีกำไรที่ได้จากกระแสรายรับ เงินสดที่ได้รับหลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว โดยที่มาของรายได้ทั้งหมด เช่น รายได้จากการขาย ค่าบริการ ค่าสมาชิก ค่าธรรมเนียม

4.9 Cost Structure โครงสร้างต้นทุน

โครงสร้างค่าใช้จ่าย ดูจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอน ทั้งนี้จะทำให้เห็นภาพรวมของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นว่ามีจำนวนประมาณเท่าใด จุดใดเสียค่าใช้จ่ายมาก หรือน้อยอย่างไร และเป็นตัวบ่งชี้ว่าจะสามารถคุมค่าใช้จ่ายให้เหมาะสม ณ จุดใด ซึ่งโครงสร้างค่าใช้จ่ายและกระแสรายได้จะบ่งบอกถึงสถานะทางการเงินของธุรกิจ

ร้าน Addict Laundry มีต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ทั้งต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนการผันแปร (Variable Cost)

โดยสามารถสรุปการวิเคราะห์ Business Model Canvas ดังภาพที่ 4.2

ภาพที่ 4.2 : การวิเคราะห์ Business Model Canvas

KEY PARTNERS น้ำยาปรับผ้านุ่ม บริษัทที่ สนับสนุนเรื่อง ผลิตภัณฑ์ซักล้าง	KEY ACTIVITIES การยีนยั่น กำหนดการซัก ล้างให้ทันตาม กำหนดตามที่ ลูกค้าที่ต้องการ	OFFER การสร้างคุณค่า การบริการ เพิ่มตัวเลือกสิ่ง แปลกใหม่ ให้กับทางลูกค้า	CUSTOMER RELATIONSHIPS -การบริการที่มีการ รับส่งผ้าจากลูกค้า โดยมีการรับตาม กำหนดรอบ บริการ โทรสั่งในการรับผ้า -การสะสมคะแนน เพื่อเสริมสร้าง ยอดขายอย่างต่อเนื่อง	CUSTOMER SEGMENT -กลุ่มลูกค้าที่อาศัย ตามคอนโดที่มี พื้นที่อย่างจำกัด -กลุ่มลูกค้าที่ ต้องการความ สะดวกสบาย
KEY RESOURCES -บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และ บริการที่เข้าใจลูกค้า โดยทางบริษัท ส่งบุคลากร ของทางบริษัท เข้าไป ฝึกอบรมความรู้ เครื่องมือการซักล้าง กับหน่วยงานต่างๆที่มีความชำนาญ		CHANNELS -ทางบริษัทจะพัฒนาแอปพลิเคชัน ในการติดตามสินค้าให้กลับ ทางลูกค้าและเป็นการเก็บข้อมูลเพื่อแจ้งเตือนการรับสินค้า และส่งมอบสินค้า		
COST STRUCTURE -ต้นทุนคงที่ ในส่วนของพนักงาน เงินเดือน -ต้นทุนผันแปร ในส่วนค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ที่เป็นปัจจัยหลักในการผลิต -ต้นทุนผลิตมาแล้วถูกลง คือปริมาณ การซักผ้า ต่อรอบ -ต้นทุนซื้อรวมกันแล้วถูกลง วัตถุดิบ หลักคือผงซักฟอก และน้ำยาปรับ ผ้านุ่ม		REVENUE STREAMS -รายได้จากการให้บริการซักเสื้อผ้า -รายได้จากการขายสินค้าน้ำยาปรับผ้านุ่มเพิ่มเติม		

บทที่ 5

แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจการบริหารจัดการองค์กร และทรัพยากรบุคคล

5.1.1 แนวคิด และทฤษฎี

ในยุคโลกาภิวัตน์ เชื่อกันว่า คน หรือ ทรัพยากรมนุษย์ เป็นกุญแจไขสู่ความสำเร็จขององค์กร ทุกองค์กรต้องการทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพ คุณภาพ และจริยธรรมสูง ก็คงก้าวเข้าไปสู่ในโลกไร้พรมแดน ได้อย่างไม่ยากเย็นมากนัก ฉะนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร จึงไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับขั้นตอนการสรรหา และคัดเลือกบุคคลให้เข้ามาทำงาน ตลอดจนมีการสลับสับเปลี่ยน โอนย้าย เลื่อนขั้นตำแหน่งบุคคลเหล่านั้น ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความสามารถของเขา ดังคำที่ว่า Put the right man to the right job จัดคนให้เหมาะสมกับงาน (จุฑามณี ตระกูลมุกดา, 2544)

ผู้ประกอบการที่ดีต้องให้ความสำคัญในการบริหารคนซึ่งคนเป็นทรัพยากรที่มีค่าในองค์กรนั่นเอง ในการวางแผนทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์มีหัวข้อหลักๆ ในการกำหนดแผนงาน ดังนี้คือ (สมยศ นาวิการ, 2546)

1. การวางแผนกำลังคนเป็นการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรมนุษย์ในการวางแผนกำลังคน ผู้ประกอบการจะต้องร่วมคิดกับฝ่ายต่างๆ ในการจัดทำแผนกำลังคน
2. การจ้างงานจะต้องเกี่ยวข้องกับการสรรหาการบรรจุ และการว่าจ้างในแผนงานนี้จะต้องเน้นที่เชิงรุก และเน้นเรื่องความยุติธรรมและความสามารถเป็นหลัก
3. การประเมินผลการปฏิบัติงาน ผู้ประกอบการควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบด้วยเครื่องมือชี้วัดที่ชัดเจน ต้องมีการกลั่นกรองที่ดีจากผู้บริหารหลายๆ ฝ่าย เพื่อให้เกิดความโปร่งใส
4. การฝึกอบรม และพัฒนาพนักงานเป็นการเพิ่มคุณค่าของชีวิต และงานให้กับพนักงานเมื่อพนักงานเกิดการพัฒนามาจะทำให้คนเกิดการเรียนรู้และสามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดแรงงานนั่นเอง
5. การวางแผนอาชีพ และการเลื่อนตำแหน่งโดยปกติแล้วแต่ผู้บริหารจะเป็นผู้กำหนดจากตัวบุคคล แต่ทางที่ดีควรใช้ระบบคณะกรรมการที่เน้นการประเมินจากศักยภาพของพนักงานอย่างเป็นระบบ เน้นหลักความยุติธรรมและความสามารถ
6. การขึ้นเงินเดือนประจำปีผู้ประกอบการควรมีการกำหนดงบประมาณในส่วนนี้ไว้ก่อนล่วงหน้าโดยพื้นฐานการขึ้นเงินเดือนมาจากการประเมินผลการปฏิบัติงานนั่นเองระบบการขึ้นเงินเดือนจะต้องเป็นธรรมและอธิบายได้

7. การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยหลักการทั่วไปทุกบริษัทจะมีกฎหมายกำหนดโดยผู้ประกอบการต้องดูจากความต้องการของพนักงานเป็นหลักโดยเปรียบเทียบค่าตอบแทนและสวัสดิการกับอุตสาหกรรมโดยรวม

8. วินัยและการร้องทุกข์ ผู้ประกอบการควรตรวจสอบเสมอว่าพนักงานมีความโปร่งใสในการทำงานมากน้อยเพียงใด โดยอาจศึกษาจากความผิดพลาดจากการทำงาน หรือการร้องทุกข์จากลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร

9. แรงงานสัมพันธ์ ในส่วนนี้จะเน้นถึงการศึกษาถึงพฤติกรรมของคน เน้นการสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง อบอุ่น การทำงานไม่เครียดทำงานเป็นทีมและเปลี่ยนแนวความคิดการทำงานของพนักงานให้เป็นหุ้นส่วนซึ่งกันและกัน

10. ความปลอดภัยในการทำงาน เป็นการสร้างระบบการเพิ่มความปลอดภัยให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอส่วนในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการจัดการและการบริหาร เน้น 3 หลักการในการทำให้บุคคลากรหรือพนักงานมีความยินดีหรือมีความสุขในการทำงาน ภายใต้กลยุทธ์หลักของบริษัทนั่นเอง ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้ได้แก่

10.1 กลยุทธ์ในการวางแผนการจัดการและแผนคน โดยเน้นต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งภายใต้ นโยบายของบริษัท

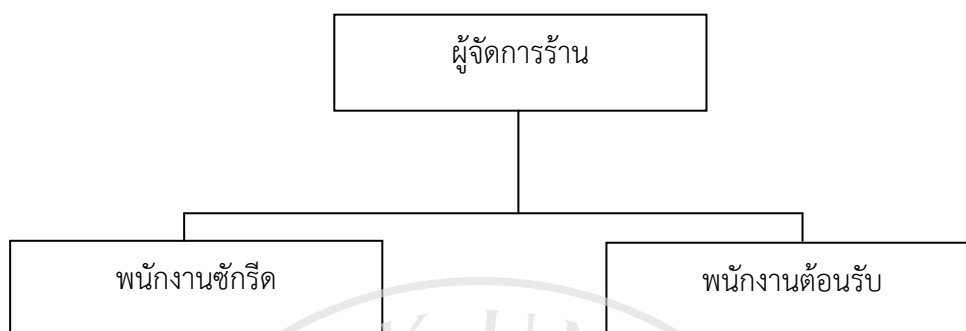
10.2 กลยุทธ์ในการวางแผนการจัดการและแผนคน โดยเน้นการตอบสนองการสร้าง ความแตกต่างที่เหนือคู่แข่ง และภายใต้ นโยบายของบริษัท

10.3 กลยุทธ์ในการวางแผนการจัดการและแผนคน โดยเน้นการตอบสนองลูกค้าหรือ พนักงานที่เหนือคู่แข่ง ภายใต้ นโยบายของบริษัท

5.1.2 การจัดการโครงสร้างองค์กร และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

Addict Laundry มีการออกแบบโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่งาน (The Functional Structure) ให้มีลักษณะแบบ Flat Organizational Structure คือ โครงสร้างองค์กรที่มีลำดับชั้นน้อย เพื่อความสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การแข่งขันได้อย่างรวดเร็วตามการแข่งขัน เนื่องจาก Addict Laundry เป็นร้านที่มีขนาดเล็ก ยังต้องการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการแข่งให้มีความเหมาะสมมากที่สุดกับการแข่งขันในช่วงแรก โดยมีโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่งาน (The Functional Structure) ดังนี้

ภาพที่ 5.1 : โครงสร้างองค์กรตามหน้าที่งาน (The Functional Structure) ของร้าน Addict Laundry



หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงาน

การที่จะทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นจะต้องมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนของพนักงาน ให้สอดคล้องกับความสามารถของแต่ละคน ดังนั้นทางร้านจึงกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละตำแหน่งดังนี้

- 1) ผู้จัดการร้าน คือ ผู้ที่คอยทำหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินงานของร้าน Addict Laundry ทั้งหมดให้เป็นไปในทิศทางที่กำหนดไว้ ทั้งในเรื่องการบริหารการทำงานของพนักงานภายในร้าน มาตรฐานการให้บริการ การเบิกจ่ายค่าวัสดุ อุปกรณ์ของร้าน การจัดตารางเวรของพนักงาน ตรวจสอบดูแลความสะอาดภายในร้าน ดูแลความปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการซักผ้า ช่วยตรวจสอบและรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ จากลูกค้า ศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด จัดทำแผนการเงินของร้าน เพื่อค้นหาแนวทางกลยุทธ์ที่เหมาะสมให้กับร้าน
- 2) พนักงานต้อนรับ คือ ผู้มีหน้าที่ต้อนรับลูกค้าหน้าร้าน รวมทั้งให้บริการคำปรึกษาช่วยเหลือลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ และเก็บค่าใช้บริการจากลูกค้า นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ดูแลความสะอาดภายในร้านให้มีความสะอาดน่าใช้งานอยู่เสมอ
- 3) พนักงานซักรีด คือ ผู้มีหน้าที่ทำความสะอาดเสื้อผ้าของลูกค้าให้มีความ ตั้งแต่การคัดแยกเสื้อผ้า การซักเสื้อผ้า การตากผ้า การรีดผ้า ตลอดจนการพับผ้า และจัดเก็บเสื้อผ้าให้ตรงกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

5.1.3 เกณฑ์ในการรับบุคคลากร

เกณฑ์ในการรับบุคลากร ประเด็นแรก ความกระฉับกระชวยในลักษณะงาน หน้าที่ขอบเขตความรับผิดชอบ และรายละเอียดของงาน ต้องสื่อ อย่างตรงประเด็น ไม่อ้อมค้อม หรือมโนภาพให้ผู้สมัคร คล้อยตามลักษณะงานที่ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ และเข้าใจวัตถุประสงค์ของงานไม่ผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง ประเด็นนี้สำคัญยิ่งสำหรับการตัดสินใจของทั้งสองฝ่าย

ประเด็นที่สอง คือ สภาพแวดล้อมที่จะต้องดำเนินการ พุดคุยเกี่ยวกับแนวคิดการแก้ไขปัญหา ประเมินปัญหาที่จะต้องร่วมกันดำเนินการ หรือโครงการในอนาคตเพื่อที่จะมีหลักการทำงานก่อนเข้าร่วมงาน

ประเด็นที่สาม แสดงถึงความท้าทาย ของงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เมื่อบุคคลนั้นต้องก้าวเข้ามาอยู่ในการควบคุมดูแลของหัวหน้างาน ในส่วนงานนั้นที่เข้าสมัคร จำเป็นอย่างมากที่เขาต้องทราบเกี่ยวกับลักษณะนิสัย อุปนิสัยใจคอของเพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้า

ดังนั้นร้าน Addict Laundry มีเกณฑ์ในการรับบุคลากร ดังนี้

1) ผู้จัดการร้าน

คุณสมบัติ

- เพศชาย/หญิง อายุไม่เกิน 40 ปี
- จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่าในสาขาบริหารหรือที่เกี่ยวข้อง
- มีประสบการณ์การทำงาน 3 ปีขึ้นไป
- มีความรับผิดชอบสูง สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้
- มีอัธยาศัยดี มีใจรักการบริการ
- มีความคิดสร้างสรรค์และชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา

2) พนักงานต้อนรับ

คุณสมบัติ

- เพศชาย/หญิง อายุไม่เกิน 35 ปี
- จบการศึกษาระดับมัธยมปลายหรือสูงกว่า
- มีประสบการณ์การทำงานด้านการบริการ 1 ปีขึ้นไป
- มีอัธยาศัยดี มีใจรักการบริการ และชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา
- รักความสะอาด

3) พนักงานซักรีด

คุณสมบัติ

- เพศชาย/หญิง อายุไม่เกิน 45 ปี
- รักความสะอาด
- มีความขยันอดทน อัธยาศัยดี

5.1.4 เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ทางร้าน Addict Laundry จะแบ่งการประเมินเป็นสองกลุ่มพนักงานกลุ่มแรกพนักงานหน่วยปฏิบัติงาน โดยคำนึง ถึงเวลาการเข้างานวัดจากการขาด ลา มาสาย และผลลัพธ์ของผลงานใน

แต่ละวันที่สามารถดำเนินการได้ บรรลุตามเป้าหมาย เพื่อประสิทธิภาพในการส่งมอบเสื้อผ้าต่างๆ ให้กับทางลูกค้าตามกำหนด

กลุ่มที่สองคือฝ่ายต้อนรับและ พัฒนารูปร่าง คือหน่วยงานด้านหน้าที่จะต้องเข้าหาลูกค้าโดยตรง กลุ่มนี้จะวัดจากความพึงพอใจของลูกค้ามีให้ และเป้าหมายจากยอดขายในแต่ละเดือน สำหรับตำแหน่งงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้า อาจให้ลูกค้าประเมินการให้บริการ ของพนักงาน และนำมารวบรวมคะแนน ตลอดจนให้ลูกค้ากรอกรูปแบบฟอร์มแสดงความคิดเห็น เพื่อนำมาใช้ในการประเมินผล

5.1.5 การบริหารเงินเดือน และสวัสดิการ

ค่าตอบแทน (Compensation) เงินเดือน คือ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่องค์กรจ่ายให้แก่ผู้ปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบจูงใจให้มีการ ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพที่ส่งเสริมขวัญและกำลังใจของผู้ปฏิบัติงาน และเสริมสร้างฐานะความเป็นอยู่ของครอบครัวผู้ปฏิบัติงานให้ดีขึ้นโดยทางร้านได้กำหนดอัตราค่าจ้างของพนักงานในแต่ละตำแหน่งที่แตกต่างกันตามความรับผิดชอบของตนเอง เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับพนักงาน และเพื่อเป็นการลดอัตราการเข้าออกของพนักงาน ทางร้านจะปรับขึ้นเงินเดือนให้กับพนักงานในอัตราร้อยละ 5 ต่อปี ตามอัตราเงินเฟ้อของประเทศไทย ดังนี้

ตารางที่ 5.1 : อัตราค่าตอบแทนประจำตำแหน่ง

ตำแหน่ง	เงินเดือน (บาท)	อัตราจ้าง (คน)	เงินรวม (บาท)
1. ผู้จัดการร้าน	20,000	1	20,000
3. พนักงานซักรีด	12,000	2	24,000
4. พนักงานต้อนรับ	9,000	1	9,000
รวม		4	53,000

1) โบนัส

ร้าน Addict Laundry มีนโยบายในการจ่ายเงินโบนัสให้พนักงานทุกคนปีละ 1 ครั้ง โดยจะพิจารณาตามผลประกอบการของกิจการ และผลงานของตัวพนักงานเองเพื่อให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

2) ประกันสังคม

ร้าน Addict Laundry มีการจัดทำประกันสังคมให้กับพนักงานทุกคนตามที่กฎหมายกำหนดไว้ เพื่อผลประโยชน์ทางด้านการรักษาพยาบาลของตัวพนักงานเอง โดยการจ่ายเงินประกันสังคมจะมาจาก 2 ส่วนด้วยกัน คือ เงินที่หักจากเงินเดือนของพนักงาน ในอัตราร้อยละ 5 ของเงินเดือน แต่ไม่

เกิน 750 บาทต่อเดือน และเงินที่ทางร้านจ่ายสมทบให้ลูกจ้างอีกร้อยละ 5 ของเงินเดือน (สำนักงานประกันสังคม, 2557)

3) สิทธิวันหยุด

ร้าน Addict Laundry ให้สิทธิพนักงานหยุดงานได้สัปดาห์ละ 1 วันโดยสามารถเลือกหยุดวันใดก็ได้ตามที่ผู้จัดการเป็นผู้กำหนดหรือเห็นสมควร และยังให้สิทธิพนักงานหยุดงานตามวันหยุดนักขัตฤกษ์จำนวน 13 วันตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ทางร้านให้สิทธิลาหยุดกับพนักงาน โดยพนักงานจะต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน เพื่อที่ทางผู้จัดการร้านหรือผู้ช่วยผู้จัดการร้านจะได้จัดตารางเวรให้มีความเหมาะสม หรือประกาศรับสมัครพนักงาน Part-Time มาแทนในวันที่ขอลาหยุดได้

5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

5.2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ด้านการตลาดเป็นการวิเคราะห์ถึงอุปสงค์และลักษณะตลาดเพื่อนำมาสู่การกำหนดขอบเขตของตลาดเป้าหมาย และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งการวิเคราะห์ด้านตลาดในการศึกษานี้จะได้มาซึ่งข้อมูลทางด้านอุปสงค์และอุปทานของธุรกิจที่พักระยะยาวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในไทย ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับรูปแบบให้บริการตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ด้านการเงิน (ชัยยศ สันตวงค์, 2533)

โดยนำทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาใช้ ซึ่งประกอบไปด้วย

- 1) สินค้า (Product) คือ ตัวสินค้าหรือการให้บริการ
- 2) ราคา (Price) คือ การกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการนั้น
- 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ สถานที่ขายสินค้าหรือบริการ
- 4) การส่งเสริมการขาย(Promotion) คือการโฆษณาและส่งเสริมการจัดจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ กิจกรรมการสื่อสารในการชักชวนลูกค้าเป้าหมายมาซื้อหรือใช้บริการ ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยบุคคล (Personal Selling)

5.2.2 เป้าหมายการตลาด

Addict Laundry ทำการเลือกผู้บริโภคที่ต้องการติดต่อด้วย โดยการใช้การแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมายด้วยการระบุส่วนตลาด จากนั้นเลือกส่วนตลาดมาหนึ่งส่วนตลาดหรือมากกว่าแล้วพัฒนาในแต่ละส่วนตลาดที่เลือกให้ดีที่สุด การแบ่งกลุ่มตลาด กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการตลาด จึงถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนการตลาด

5.2.3 การวิเคราะห์ STP Marketing

การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดเป้าหมายเป็นวิธีการที่ใช้เพื่อแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มของผู้บริโภค โดยถือเกณฑ์ลักษณะพฤติกรรมหรือความต้องการที่แตกต่างกัน ปัจจัยในการกำหนดตลาดเป้าหมายของร้าน Addict Laundry มีดังนี้

1. ตัวแปรด้านภูมิศาสตร์ (Geography) ร้าน Addict Laundry ตั้งอยู่บริเวณถนนซอย สุขุมวิท 57 ด้วยทำเลใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS ทองหล่อ ซึ่ง บริเวณรถไฟฟ้าทองหล่อจะมีโครงการคอนโดมิเนียม และคอนโดมิเนียม ที่จะเกิดขึ้นและแล้วเสร็จภายในระหว่างปี 2562 – 2563 มีผู้อาศัยจำนวนมาก บริเวณดังกล่าวมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ การคมนาคมสะดวก สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้

2. ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demography) สำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของร้าน Addict Laundry จะเป็นกลุ่มที่กำลังซื้อสอดคล้องกับภาพลักษณ์และบริการของ ร้าน Addict Laundry คือ กลุ่มคนที่พักอาศัยอยู่ในคอนโดในพื้นที่ซอย สุขุมวิท 57 รวมทั้งกลุ่มคนที่พักอาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนต์ พนักงานบริษัท นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ที่อาศัยอยู่ใกล้เคียง ที่มีอำนาจการใช้จ่ายค่อนข้างสูง จึงไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น รวมทั้งกลุ่มผู้บริโภคที่บางครั้งอำนาจการใช้จ่ายอาจไม่มากนัก แต่เพื่อความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันที่เร่งรีบต้องทำงานแข่งกับเวลา หรือความจำกัดด้านสถานที่ของห้องพักที่ไม่แยกพื้นที่ซักล้างไว้ให้ ทำให้ต้องเลือกใช้บริการร้านซักรีด

ลูกค้าเป้าหมาย (Target Group)

หลังจากที่ได้แบ่งส่วนตลาดแล้ว ทาง ร้าน Addict Laundry ได้ทำการวิเคราะห์และประเมินกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง เพื่อให้เหมาะสมกับการทุ่มเทงบประมาณทางการตลาด ซึ่งจากข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ผู้จัดทำโครงการได้นำมากำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มคนที่พักอาศัยอยู่ในคอนโดในพื้นที่ซอย สุขุมวิท 57 เช่น คอนโด LAVIQ Sukhumvit 57, The Bangkok ทองหล่อ และ The Stand Thonglor เนื่องจากพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มลูกค้าที่คำนึงถึงความสะดวกสบาย มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง และยินยอมจ่ายเงินเพื่อแลกมาด้วยความสะดวกสบาย โดยจะใช้บริการร้านซัก อบ รีด กับเสื้อผ้าทุกชนิด ทั้งเสื้อผ้าที่ต้องการความประณีตสูง และเสื้อผ้าที่ไม่ต้องการความประณีตในการดูแลมากนัก

กลุ่มคนที่พักอาศัยอยู่ในคอนโด หรืออพาร์ทเมนต์ใกล้เคียง พนักงานบริษัท นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ที่อาศัยอยู่ใกล้เคียง โดยพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ยอมเสียค่าใช้จ่ายพอสมควรเพื่อแลกมาด้วยความสะดวกสบายที่ไม่ต้องจัดการเรื่องเสื้อผ้าเอง เป็นกลุ่มลูกค้าที่มี

กำลังซื้อและมีความต้องการซื้อพอประมาณ โดยจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของการให้บริการที่ต้องมีความเหมาะสมกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป โดยลูกค้ากลุ่มนี้แม้จะมีความต้องการความสะดวกสบายจากการใช้บริการร้าน ซัก อบ รีด แต่ก็มีความรู้สึกว่าเสื้อผ้าบางประเภท เช่น เสื้อยืด ชุดนอน หรือกางเกงขาสั้น ไม่คุ้มค่ากับการที่ต้องใช้บริการร้านซัก อบ รีด ต่างต้องการการบริการซัก อบ รีด ที่มีคุณภาพสามารถไวใจ เชื่อถือได้ ซึ่งตรงกับการให้บริการของ ร้าน Addict Laundry ที่เน้นคุณภาพการให้บริการเป็นหลัก เพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้อย่างสูงสุด โดยการเน้นบริการที่เน้นคุณภาพแต่ก็ไม่มากจนเกินความต้องการของลูกค้า อันจะทำให้ราคาในการบริการสูงจนเกินไป ผู้จัดทำโครงการได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายตามข้อมูลข้างต้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาดได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ก็จะช่วยให้มองเห็นภาพที่องค์กรเป็นอยู่ได้มากยิ่งขึ้น

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

ร้าน Addict Laundry เป็นผู้ให้บริการซัก อบ รีด ที่เน้นการให้บริการซักรีดเป็นหลัก นอกจากนี้ยังให้บริการที่เพิ่มเติม และแตกต่าง จากร้านอื่นโดยทั่วไป คือ ลูกค้าสามารถที่จะเลือกกลิ่น น้ำยาปรับผ้านุ่มได้ เพื่อให้ตรงกับบุคลิก คนสวมใส่ และหอม ติดทนนาน โดยยึดมั่นกับคุณภาพของการบริการซักรีด รวมถึงบริการซักให้ตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการใช้งาน และมีบริการส่งตรงถึงบ้านให้กับลูกค้าในพื้นที่ที่กำหนด ภายใต้คุณภาพที่มากขึ้นคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าสามารถจ่ายได้

ภาพที่ 5.2 : Positioning Map



จากแผนแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของธุรกิจที่กำหนดขึ้น จะเห็นว่าแบ่งตำแหน่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านความคุ้มค่ากับราคา โดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่งกลุ่มผู้ให้บริการรายใหญ่ เช่น ซินไฮฮั่ว ฟองแปบ รวมถึงกลุ่มผู้ให้บริการรายย่อยต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียง โดยจะเห็นว่าคู่แข่งทางตรงคือกลุ่มผู้ให้บริการรายย่อยอื่นๆ จะอยู่ตำแหน่งด้านล่างสุด คืออัตราค่าบริการระดับต่ำสุด รวมทั้งคุณภาพการให้บริการระดับต่ำกว่ารายอื่นๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการรายย่อยต่างๆ ที่ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องอัตราค่าบริการที่ต่ำ โดยที่คุณภาพการให้บริการก็จะสอดคล้องไปกับราคาค่าบริการนั้น ในส่วนคู่แข่งทางอ้อม ทั้ง ซินไฮฮั่ว และฟองแปบ ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่จะอยู่ในตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการคิดค่าบริการสูง และให้บริการด้วยคุณภาพการบริการที่สูงเช่นกัน ซึ่ง Addict Laundry เล็งเห็นว่าเนื่องจากลูกค้าในพื้นที่เป้าหมายที่ตั้งของร้านในปัจจุบันมีความต้องการการบริการ และมีกำลังซื้อที่สูง โดยมากจะเป็นชนชั้นกลางซึ่งมีรายได้มากในระดับหนึ่งให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพการให้บริการมากกว่าการให้ความสำคัญกับเรื่องของราคาค่าบริการที่ต่ำเพียงอย่างเดียว ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่เน้นเรื่องราคาค่าบริการที่ต่ำเพียงอย่างเดียวจึงไม่ใช่สิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั้งหมด รวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เน้นเรื่องคุณภาพการให้บริการเป็นหลักแต่ไม่สามารถควบคุมเรื่องต้นทุนที่สูงขึ้นตามไปได้จึงทำให้ต้องอัตราค่าบริการที่สูงขึ้นตามไป จึงเป็นช่องว่างในการเข้าไปทำการตลาดในส่วนนี้ของร้าน Addict Laundry โดยเน้นการทำการตลาดในราคาระดับปานกลางที่ลูกค้าทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองสามารถเลือกใช้บริการได้ภายใต้คุณภาพการให้บริการที่มีมาตรฐานและมีคุณภาพ

5.2.4 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด Marketing Mix 4P's

กลยุทธ์ด้านการบริการ

Addict Laundry จะเน้นการให้บริการ ชัก อบ รีด เป็นพิเศษ โดยบริการกลิ้งนํ้ายาปรับผ้านุ่มที่ทางร้านพยามนำมาปรับใช้ และสินค้านี้เป็นรายได้ บริการเสริมอีกช่องทางหนึ่ง เนื่องจากยังไม่มีผู้ให้บริการรายใดวางตำแหน่งตัวเองเป็นพิเศษในการให้บริการดังกล่าว โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเน้นการให้บริการที่มีความหลากหลาย แต่ไม่ได้มีการทราบว่าแท้จริงแล้วลูกค้าต้องการอะไร ซึ่งลูกค้าระดับกลางที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้น ต้องการแค่การบริการซักรีด หรือ ชัก อบ รีด เพียงเท่านั้น ส่วนบริการซักแห้งนั้นลูกค้าจะมีความต้องการเป็นครั้งคราวเท่านั้น อีกทั้งการซักแห้งยังมีเจ้าตลาดเดิมอยู่แล้วคือ ซินไฮฮั่ว ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ หรือฟองแปบที่เพิ่งเข้ามาทำการตลาดและนำเสนอบริการซักชุดวิวาห์เป็นจุดแข็งของตนเอง

Addict Laundry จะเน้นการให้บริการชัก อบ รีด บริการเหมา ชัก อบ โดยใช้ถุงผ้าเหมาจ่าย รวมทั้งบริการรับส่งเสื้อผ้าที่มีคุณภาพ โดยมีการใช้รถที่มีการดัดแปลงเฉพาะ เพื่อรักษาคุณภาพของเสื้อผ้า รวมทั้งจะมีการให้บริการที่มีการจัดส่งตรงเวลา โดยไม่มีเงื่อนไขพิเศษใดๆ เพิ่มเติม เช่น

ต้องมีจำนวนขั้นต่ำที่ขึ้น ส่งฟรีเดือนละไม่เกินกี่ครั้งเหมือนผู้ประกอบการรายอื่นๆ ซึ่งลูกค้าของ Addict Laundry จะสามารถเลือกช่วงเวลาในการรับส่งเสื้อผ้าได้ทั้งหมด 2 ช่วงเวลา คือ 9.00 – 12.00 และ 18.00 – 20.00 เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการบริการจัดการเรื่องการจัดส่ง และให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีที่สามารถกำหนดเวลาและเลือกช่วงเวลาได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีการใช้ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่มกลิ่นที่ลูกค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีกลิ่นหอม ตรงกับความต้องการของลูกค้า และเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งใช้ผลิตภัณฑ์ไม้แขวนเสื้อและถุงพลาสติกที่แสดงจุดเด่นของร้านทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐาน

กลยุทธ์ด้านราคา

จากการที่ผู้ประกอบการรายใหญ่เน้นเรื่องคุณภาพการให้บริการในระดับสูงทำให้มีอัตราค่าบริการที่สูงขึ้นตามไปด้วย ส่วนผู้ประกอบการรายย่อยต่างๆ ที่ให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการที่ต่ำ ทำให้คุณภาพการให้บริการต่ำไปด้วย ซึ่งจะเห็นช่องว่างของการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าส่วนหนึ่งที่มีความต้องการซื้อและมีความสามารถในการซื้อ เนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าเพียงจำนวนหนึ่งเท่านั้นที่มีความต้องการคุณภาพการซักที่สะอาดสูง และมีลูกค้าอีกจำนวนไม่มากนักที่คำนึงถึงเฉพาะราคาที่ต่ำมาก โดยไม่ให้ความสำคัญถึงคุณภาพการบริการ

Addict Laundry จึงกำหนดราคาค่าบริการในระดับกลาง คือเป็นอัตราค่าบริการที่สูงกว่าระดับล่างเล็กน้อย แต่ต่ำกว่าระดับบนมาก เหตุผลมาจากการที่มีการกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายไว้ชัดเจน และการให้บริการเท่าที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจริงๆ เพียงเท่านั้น รวมทั้งการบริการจัดการที่ดี เพื่อให้ต้นทุนในการดำเนินการไม่สูงจนเกินไปโดยไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ จึงสามารถตั้งราคาที่ไม่สูงมากนักภายใต้การบริการอันมีคุณภาพในระดับสูง โดยการตั้งราคาในการบริการซักที่ เริ่มต้นที่ 10 บาท ต่อชิ้นโดยสิ่งที่ลูกค้าจะได้เพิ่มมากขึ้นคือเรื่องของบริการที่มีคุณภาพตั้งแต่กระบวนการ ซักที่ และการนำส่ง โดยมีการกำหนดราคาค่าบริการดังนี้

ตารางที่ 5.2 : ราคาค่าบริการ

รายการ/ราคาต่อชิ้น (บาท)	ซัก	รีด	รวม
เสื้อเชิ้ต	25	25	50
เสื้อสตรี	25	25	50
เสื้อยืด	20	20	40
กางเกง , ยีนส์	25	25	50

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) : ราคาค่าบริการ

รายการ/ราคาต่อชิ้น (บาท)	ซัก	รีด	รวม
กางเกงขาสั้น	20	20	40
กระโปรงสั้น	25	25	50
กระโปรงชุด	40	40	80
ผ้าเช็ดตัวขนหนู	40		
ผ้าปูที่นอน	60	60	120
ปลอกหมอน	10	10	20
ผ้าห่มนวม	200 – 250		

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะเล็งเห็นว่าทำเลที่ตั้งของร้าน ซัก อบ รีด ควรอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน รวมไปถึงความสะดวกในการเดินทาง ทั้งนี้ถึงแม้ว่า Addict Laundry จะมีบริการจัดส่งเสื้อผ้าถึงบ้านลูกค้า แต่ทำเลที่ตั้งยังเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้การบริหารจัดการเกี่ยวกับเวลาในการขนส่งเสื้อผ้าให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นสถานที่ตั้งของร้าน Addict Laundry จึงตั้งอยู่บริเวณในซอย สุขุมวิท 57 ถัดจากซอย สุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) อยู่ท้ายซอย ซึ่งซอยดังกล่าวมีความลึกจากหน้าปากซอย 500 เมตร ซึ่งบริเวณโดยรอบประกอบไปด้วย คอนโด อพาร์ทเมนต์ สำนักงาน มีผู้พักอาศัยจำนวนมาก บริเวณดังกล่าวมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ ภายในร้านมีความสะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ มีพื้นที่ไว้รองรับสำหรับลูกค้าใช้บริการพร้อมแผ่นพับแสดงอัตราค่าบริการของผ้าแต่ละชนิด มีคู่มือบัตรหรือประกาศนียบัตรที่ผ่านการอบรมการทำธุรกิจร้านซักอบรีดอย่างมืออาชีพ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าใช้บริการ

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดของ Addict Laundry จะเน้นเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบปากต่อปาก (word of mouth) เพื่อให้เกิดการบอกต่อของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการทำกลยุทธ์ส่งเสริมการขายอื่นๆ เช่น การให้ส่วนลด การแจกของแถม นอกเหนือจากนี้แล้วการที่ปัจจุบันได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในปัจจุบันซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่วัยทำงาน ซึ่งมักจะเข้าถึงสื่อทางอินเทอร์เน็ตได้ง่าย Addict Laundry จึงเน้นการทำการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตอีกช่องทางหนึ่ง เนื่องจากเป็นช่องทางการทำการตลาดที่ใช้ต้นทุนในการ

ดำเนินการต่ำ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ในการบริการของ Addict Laundry และสื่อสารตำแหน่งทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการทดลองใช้บริการในครั้งแรก และทำให้เกิดการใช้บริการในครั้งต่อไป อันเป็นผลมาจากการเห็นถึงคุณค่าจากการใช้บริการ ซึ่งจะนำมาสู่ความภักดีในตราสินค้า และการแนะนำให้คนอื่นมาใช้บริการต่อไป

5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ /กระบวนการให้บริการ

5.3.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แผนการผลิตและการจัดซื้อ /กระบวนการให้บริการ จะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการ ในการจัดการกระบวนการปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังทรัพยากรบริการให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยทรัพยากร นั้น หมายถึง จำนวนบุคลากรที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำงาน หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ ใช้ ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน เงินลงทุน และอื่นๆ กระบวนการปฏิบัติการ หมายถึง กระบวนการ ในการให้บริการเพื่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กรสูงสุด และผลผลิต นั้น หมายความว่า จำนวนหรือ มูลค่าของบริการที่ผลิตได้ (เอกจิตต์ จิงเจริญ, 2560)

ในการวางแผนการปฏิบัตินั้นต้องพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการ ภายในกิจการตามประเด็นที่สำคัญๆ รวม 9 ประเด็นดังต่อไปนี้ คือ

1. คุณภาพ
2. การออกแบบสินค้าและบริการ
3. การออกแบบกระบวนการปฏิบัติการ
4. การเลือกสถานที่ตั้ง
5. การออกแบบผังของสถานประกอบการ
6. การออกแบบระบบงานและการวางแผนกำลังคน
7. การจัดการกระบวนการจัดส่งวัตถุดิบ (Supply-Chain Management)
8. กำหนดการปฏิบัติการ
9. การดำรงรักษาเครื่องมือและเครื่องจักร

5.3.2 การจัดซื้อวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของ Addict Laundry นั้นสามารถแบ่งได้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการซัก อบ รีด ซึ่งวัตถุดิบหลักในการผลิตนั้นทางกิจการจะสั่งซื้อ จากซัพพลายเออร์ต่างๆ ในประเทศไทย โดยคัดเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่ได้มาตรฐานสากล สินค้ามี

คุณภาพ โดยทางกิจการจะส่งวัตถุดิบหลักในการผลิตจากซัพพลายเออร์ผู้จำหน่าย โดยวัตถุดิบหลักในการผลิตมีดังนี้

- 1) ผงซักฟอก : ควรมีคุณภาพดีเหมาะแก่การนำมาใช้ซักเสื้อผ้าให้ลูกค้า เช่น ผงซักฟอกสูตรอ่อนโยนเส้นใยผ้า สูตร ขจัดคราบฝังลึก เป็นต้น
- 2) น้ำยารีดผ้า : เป็นเคมีภัณฑ์ที่ช่วยประหยัดเวลาและทำให้การรีดผ้าง่าย ขึ้น อีกทั้งผ้าที่รีดก็จะเรียบน่าสวมใສ่มากขึ้น
- 3) น้ำหอมปรับกลิ่น : ใช้นิดพรมลงบนผ้าที่ต้องการ สร้างบรรยากาศสดชื่นขณะหยิบมาใช้ เช่น เสื้อผ้า ผ้าเช็ดตัว ผ้านวม เป็นต้น

ส่วนที่เป็นวัตถุดิบอื่นๆ ในส่วนของ น้ำยาปรับผ้านุ่ม Addict Laundry ได้ร่วมงานกับบริษัท หริกุล กรุ๊ป และ บริษัทคริสตัล คลีน เคมีคอล จำกัด เป็น ซึ่งเป็นพันธมิตรทางการค้านั้น ทำการผลิตเองเพื่อสร้างกลิ่นเป็นเอกลักษณ์ของ Addict Laundry โดยมีกลิ่นน้ำยาปรับผ้านุ่มให้เลือกใช้ได้แก่

- YLANG YLANG น้ำยาปรับผ้านุ่ม ดอกกระดังงา เหมาะกับเสื้อผ้าที่ต้องใส่ไปทำงานทำให้มีความมั่นใจต่อผู้สวมใส่
- EUCALYPTUS น้ำยาปรับผ้านุ่ม เหมาะกับลักษณะทำให้สดชื่น
- SWEET ORANGE น้ำยาปรับผ้านุ่ม จะมอบกลิ่นหอมสดชื่นสุดๆ

จากที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าวัตถุดิบหลักๆ ที่เป็นเคมีภัณฑ์นั้นทางซัพพลายเออร์ที่เป็นคู่ค้า ซึ่งมีมาตรฐานเป็นผู้จัดส่งให้ จึงสามารถเชื่อมั่นได้ว่าจะสามารถส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพตามที่กิจการต้องการ และสามารถจัดส่งได้ตรงตามเวลาที่กำหนด เพื่อลดอัตราการเกิดความเสียหายและเสียโอกาสทางธุรกิจได้ รวมถึงความสามารถในการควบคุมความเสี่ยงในเรื่องของวัตถุดิบขาดตลาด

ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ ในส่วนของน้ำยาปรับผ้านุ่มนั้น ได้มีการร่วมงานกับคู่ค้าที่เป็นผู้ชำนาญในการผลิตและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ โดยจะมีการกำหนดมาตรฐานของสินค้า และมีกระบวนการติดต่อกับคู่ค้าที่มีประสิทธิภาพ และราคาเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในการบริหารงานในภายหลังอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามจะต้องคำนึงการปริมาณการผลิตอีกด้วย เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ สะอาดปลอดภัย ได้คุณภาพที่เป็นมาตรฐาน และทางกิจการจะมีการวางแผนในการจัดซื้อวัตถุดิบในระดับที่เหมาะสม ไม่มากหรือน้อยจนเกินไป และจะสั่งซื้อล่วงหน้าก่อนวัตถุดิบจะหมด เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาวัตถุดิบขาดหรือล้นสต็อก จนเกิดความเสียหาย หรือจะต้องไปสั่งซื้ออย่างเร่งด่วนกันทางผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายอื่นที่อาจขายแพงกว่า หรือคุณภาพต่ำกว่า ซึ่งส่งผลกับต้นทุนของกิจการ เกิดความเสียหายและเสียโอกาสทางธุรกิจได้

5.3.3 การจัดเก็บสินค้าและบริหารสินค้าคงคลัง

ถึงแม้ว่าวัตถุดิบส่วนใหญ่ของ Addict Laundry เป็นสินค้าซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บรักษานาน แต่ทั้งนี้ทาง Addict Laundry ได้ทำการเลือกใช้วัตถุดิบและการจำหน่ายสินค้าน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ของทางกิจการนั้นจะใช้ระบบแบบเข้าก่อนออกก่อน (First In, First Out) หรือ FIFO เพื่อให้วัตถุดิบที่เข้ามาก่อนถูกนำไปใช้ก่อน ซึ่งทำให้การหมุนเวียนวัตถุดิบมีประสิทธิภาพ

5.3.4 รายละเอียดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ

1) เครื่องซักผ้า Addict Laundry เลือกใช้เครื่องซักผ้าแบบฝาหน้า เนื่องจากมีตัวเครื่องมีความทนทานจากการที่ตัวถังทำจากเหล็ก และสแตนเลส เครื่องทำงานเงียบ ความสูง ใช้ซักผ้าได้ในปริมาณมาก สามารถควบคุมปริมาณน้ำและผงซักฟอก ได้เอง ผู้ใช้สามารถเลือกโปรแกรมเครื่องใช้ให้เหมาะกับประเภทของผ้าส่วนใหญ่ เครื่องจะทำการใส่น้ำ ใส่น้ำผงซักฟอกเปลี่ยนถ่ายน้ำซักใหม่ รวมถึงปั่นแห้ง ทั้งหมดเองอัตโนมัติ ผู้ใช้เพียงนำไปตากให้แห้งเท่านั้นก็พอ นอกจากนี้เครื่องซักผ้าแบบฝาหน้าจะมีอายุการใช้งานยาวนานกว่าเครื่องซักผ้าแบบฝาบน และ ที่สำคัญคือมีประสิทธิภาพในการซักดีกว่า เครื่องฝาบนในหลายๆ ด้าน ทั้งเรื่องความสะดวกในการซักล้าง ประหยัดน้ำ และ ถนอมผ้า ซึ่งเครื่องซักผ้าแบบฝาบนจะไม่มีในส่วนนี้

เครื่องซักผ้าที่ทางร้านเลือกใช้มีขนาด 7.5 กิโลกรัม กับ 10 กิโลกรัม ถ้าเป็นขนาด 7.5 กิโลกรัม จะเหมาะสำหรับใช้ซักผ้าบางๆ เช่น เสื้อยืด เสื้อยืด ซักผ้าได้ประมาณ 16 – 20 ชิ้นต่อครั้ง ถ้าเป็นขนาด 10 กิโลกรัม จะเหมาะสำหรับใช้ซักผ้าหนาๆ เช่น ผ้าห่ม ผ้าคลุม กางเกงยีนส์ โดยจะ ซักผ้าหนาได้ประมาณ 10-15 ชิ้นต่อครั้ง ผ้าธรรมดาซักได้ 25 - 30 ชิ้นต่อครั้ง

2) เครื่องอบผ้า ร้านซักอบรีดในปัจจุบันจะใช้เครื่องอบผ้าแทนการตากแดดมากขึ้น เพราะเครื่องอบผ้าช่วยประหยัดเวลาและยังช่วยถนอมผ้าอีกด้วย อีกทั้งอากาศในประเทศไทยที่ไม่แน่นอน เครื่องอบผ้าจึงเป็นอีกตัวช่วยที่ธุรกิจซักอบรีดนิยมนำมาใช้ นอกจากจะช่วยให้สะดวกยิ่งขึ้นแล้ว ยังช่วยให้ประหยัดเวลา ช่วยฆ่าเชื้อ และฝุ่นละอองจะไม่เกาะในเนื้อผ้า เครื่องอบผ้าที่ทาง Addict Laundry ใช้มีขนาด 10 กิโลกรัม

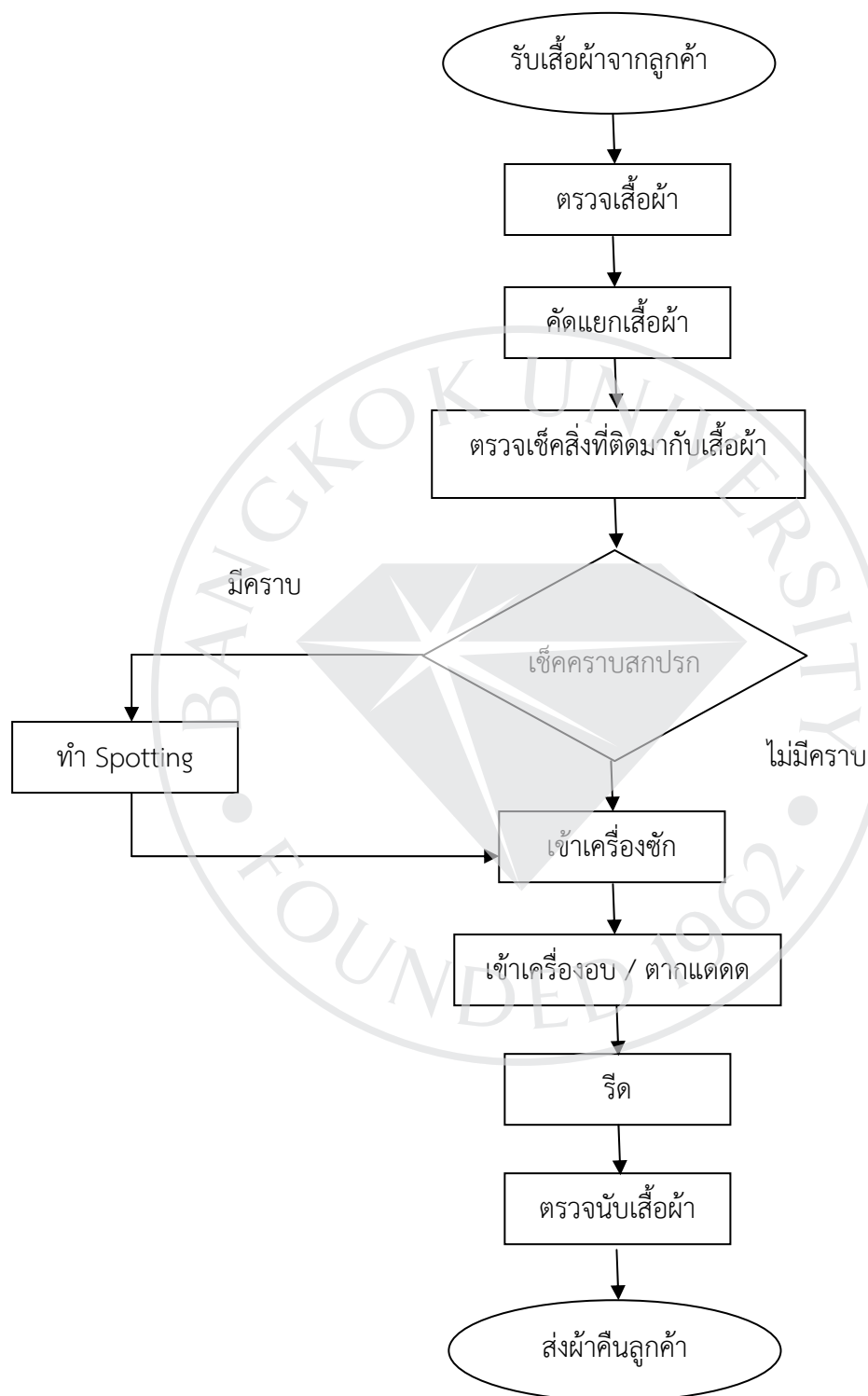
3) เตารีดไอน้ำ ที่ช่วย ถนอมผ้า ไม่ทำให้ผ้าติดเตารีด ไม่ต้องเสียเวลาฉีดย้ำยาตลอดเวลา เนื่องจากเตารีดไอน้ำจะมีน้ำอยู่ในตัว

4) อุปกรณ์อื่นๆ ได้แก่ กะละมัง ไม้แขวนเสื้อ ราวตากผ้า ที่รองรีด ถังซักผ้า ถังใส่ผ้า และถังคลุมเสื้อ

5.3.5 ขั้นตอนการบริการ

ขั้นตอนการให้บริการของ Addict Laundry มีขั้นตอนของการให้บริการดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.3 : ขั้นตอนการให้บริการของ Addict Laundry



จากภาพที่ 5.3 สามารถอธิบายขั้นตอนการให้บริการของ Addict Laundry ได้ดังนี้

- 1) รับผ้าจากลูกค้า รับเสื้อผ้านั้นจะต้องแยกเสื้อผ้าของลูกค้าอย่างดีไม่เช่นนั้นแล้วจะเกิดการปะปนกัน
- 2) ตรวจตราผ้าหลังจากที่ลูกค้านำผ้ามาส่ง จำเป็นต้องมีการตรวจจำนวนชิ้นผ้า ตรวจดูตำหนิ รอยเปื้อนต่างๆ ว่าอยู่ตำแหน่งใด เพื่อให้ลูกค้า และร้านเข้าใจตรงกันก่อนออกบิลรับผ้าให้ลูกค้า โดยจะต้องออกไปตรวจเช็คเสื้อผ้า เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่ามีการรับเสื้อผ้า แต่ละประเภทเป็นจำนวนเท่าใด รวมทั้งเพื่อป้องกันความผิดพลาดเวลาที่ส่งเสื้อผ้าคืนลูกค้า สำหรับลูกค้าใหม่จะต้องทำตำหนิไว้ โดยทางร้านจะติดไหมแยกสีของลูกค้าที่เป็นสมาชิก และสำหรับลูกค้าที่ไม่ใช่สมาชิกจะมีโบว์ติดแยกต่างหาก 1 สีต่อ 1 ราย โดยติดไว้ที่ชายตะเข็บด้านใน
- 3) คัดแยกผ้าทำการแยกประเภทของการซักออกโดยชัดเจน เพื่อให้คุณภาพของการซักดีขึ้น การคัดแยกประเภทของเสื้อผ้า การแยกผ้าขาว ผ้าสี ผ้าโทนสีอ่อน สีเข้ม ออกจากกัน ผ้าเนื้อหนามากๆ เช่น ผ้ายีนส์ ทำการแยกซักต่างหาก การคัดแยกผ้าที่สกปรกเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงอย่างมาก เนื่องจากผ้าสี ตกจะทำให้ผ้าอื่นๆ ที่ซักรวมกันเกิดการติดสีขึ้น ทำให้เกิดความเสียหายเกิดขึ้น ดังนั้นจึงต้องระวัง ผ้าลักษณะนี้อย่างมาก
- 4) ตรวจเช็คสิ่งสกปรกที่ติดมาทำการล้างตามกระเปาะเสื้อ กางเกง ดูว่ามีสิ่งใดติดมา เช่น เหรียญเงิน เข็มกลัด จากนั้นปิดซิปปิดกระดุม ตะขอ แล้วถอดเข็มขัด ระบายน้ำออกถ้ามี
- 5) การ Spotting การ Spotting คือการขจัดคราบที่เปื้อนติดผ้า สำหรับผ้าที่มีรอยเปื้อนต้องใช้น้ำยาขจัดคราบเปื้อน โดยจะต้องดูว่าเป็นคราบชนิดใด จึงใช้น้ำยาชนิดนั้นขจัดคราบที่เปื้อนออกก่อนจึงนำไปซัก
- 6) การซักในการซักผ้า จะต้องแยกประเภทซัก โดยนำผ้าโทนสีอ่อนมาซักก่อน แล้วจึงนำผ้าโทนสีเข้มมาซักทีหลัง เนื้อผ้าประเภทเดียวกันควรซักพร้อมกัน ผ้าทุกชิ้นจะทำการกลับเอาด้านในออกก่อนซัก เพื่อให้การซักสะอาดยิ่งขึ้น และผ้านวมเป็นผ้าที่ควรแยกซัก เนื่องจากเป็นผ้าที่อมน้ำมาก และเครื่องที่จะรองรับในการซักต้องมีขนาดใหญ่ ซึ่งโดยปกติแล้วการซักผ้านวมจะคิด ราคาต่างหากจากการบริการปกติ
- 7) การอบผ้าปกติเครื่องซักผ้าและสลัดผ้าจะทำให้ผ้าแห้งประมาณ 70 - 80% แล้ว และการอบผ้าจะทำให้ผ้าแห้ง 100% โดยทำการแยกผ้าโทนสีอ่อน ผ้าโทนสีเข้มออกจากกัน ผ้าแต่ละประเภทจะใช้เวลาในการอบแตกต่างกันออกไป สำหรับขั้นตอนการอบนั้น ทางร้านจะไม่ทำการอบผ้าทุกชนิด จะใช้วิธีตากผ้ากับแดดแทน แต่จะทำการอบผ้าที่หนา เช่น ตุ๊กตา ผ้านวม และจะอบผ้าในช่วงฤดูฝน เนื่องจากในฤดูฝนอากาศมีความชื้นสูงทำให้ผ้าเหม็นอับง่าย
- 8) การรีดผ้าการรีดต้องการใช้เวลาให้น้อยที่สุดเพื่อประหยัดไฟฟ้ามากที่สุด ก่อนรีด ผู้รีด จะต้องรู้ก่อนว่าผ้าชนิดไหนควรใช้พระดับความร้อนที่เท่าใดโดยดูที่ป้ายยี่ห้อเสื้อ และควรรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับประเภทผ้าไว้บ้าง เช่น ผ้าใยสังเคราะห์ ผ้าไหม ผ้าขนสัตว์ ควรใช้ความร้อนระดับ ต่ำ และผ้าฝ้าย ผ้าลินิน ควรใช้ความร้อนระดับกลาง สำหรับวิธีการรีด ควรรีดทีละส่วน คือ ถ้ารีดเสื้อจะรีดส่วนย้วย อย่างปกเสื้อ ตะเข็บ บ่า ก่อน แล้วค่อยรีดตรงตัวเสื้อ แล้วกลับมารับแต่งแขนเสื้ออีกครั้ง ส่วนกางเกงจะรีดที่ตะเข็บด้านในแล้วค่อยกลับเข้าไปรีดขอบเอว กระเปาะ ขา และรีดตัวทั้งด้านหน้า ด้านหลัง
- 9) การเตรียมการจัดส่งคืนให้กับลูกค้า

ก่อนจัดส่งผ้าให้ลูกค้าจะต้องตรวจนับเสื้อผ้าให้ตรงกับใบรับเสื้อทั้งหมดอีกครั้ง และต้องแยกสายการส่งคืนเพื่อประหยัดในการหา และจัดลำดับการให้บริการ โดยพนักงานรับผ้าหน้าร้านจะเป็นคนจัดคิวผ้าให้พนักงานรีด และเป็นผู้ตรวจสอบผ้าเป็นคนสุดท้าย ตรวจสอบทั้งความสะอาด ความเรียบร้อย หากมีปัญหอะไรจะได้รับแก้ไขก่อนที่จะนำคืนให้ลูกค้า 10) การส่งผ้าการส่งผ้าคืนให้แก่ลูกค้า ลูกค้าจะลงนามรับว่าได้รับเสื้อผ้าครบถ้วน และ ทางร้านจะทำบิลรายการหากเป็นลูกค้ารายเดือนจะดูว่าซักไปแล้วกี่ชิ้น เหลือกี่ชิ้น 11) การชำระเงินสำหรับลูกค้าที่ชำระรายวันจะกำหนดให้ชำระเงินทันทีที่ส่งคืนผ้า ส่วนลูกค้ารายเดือน จะกำหนดให้ลูกค้าชำระเงิน ทุกวันที่ 25 ของแต่ละเดือนทางร้านจะพิมพ์บิลให้ลูกค้าตรวจสอบรายละเอียดเช่น ส่งผ้ามาซักเมื่อไร ส่งผ้ามาทั้งหมดกี่ตัว ในกรณีที่เกินจากรายเดือน มีเกินกี่ตัวคิดเงินเพิ่มอีกเท่าไร

5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน

5.4.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ทางการเงินเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะสามารถทำให้ธุรกิจประเมินสถานการณ์ว่าควรจะทำอะไรในอนาคต โดยทั่วไปสิ่งที่พิจารณาในส่วนของการเงิน (สมบัติ จำปาเงิน, 2544)

1. แนวโน้มทางการเงินของธุรกิจในปัจจุบันเป็นเช่นไร โดยพิจารณาผลของการวิเคราะห์งบการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์งบดุล งบกำไรขาดทุน เป็นต้น
2. การพิจารณาแนวโน้มจากหน้าที่ที่สำคัญของทางด้านการเงิน และการเงินที่มีหน้าที่หลัก 2 หน้าที่ คือ

2.1 การหาเงิน ทั้งที่จากการขายสินค้า ระดมเงินลงทุนเพิ่มหรือการกู้เงินเพื่อนำมาใช้ในการขยายกิจการ เป็นต้น

2.2 นำเงินที่มีอยู่ไปใช้จ่ายอะไรบ้าง (การจัดสรรทุน)

การวิเคราะห์ทางการเงิน

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำเครื่องมือทางการเงินมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อศึกษาถึงโครงการที่จัดทำขึ้นคุ้มทุนหรือไม่ โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ ดังนี้ (สมบัติ จำปาเงิน, 2544)

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือ มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดตลอดอายุโครงการ เมื่อเปรียบเทียบกับเงินลงทุนเริ่มต้น กล่าวคือการนำมูลค่าอนาคต หรือผลตอบแทน ทั้งหมดที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน มาคิดกลับเป็นมูลค่าปัจจุบัน และหักออกด้วยเงินลงทุน เริ่มต้น ดังนั้น มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หรือ NPV จึงถูกนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับความคุ้มค่าในแง่ของการลงทุนในโครงการต่างๆ สูตรการคำนวณ

เกณฑ์ในการตัดสินใจ

1. มูลค่าปัจจุบัน (NPV) มีค่าเป็นบวกจะยอมรับโครงการ
2. มูลค่าปัจจุบัน (NPV) มีค่าเป็นลบ จะปฏิเสธโครงการ

ทั้งนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ได้จากการคำนวณสามารถนำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ ความเหมาะสมของโครงการที่จะลงทุน กล่าวคือ ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เนื่องจากโครงการที่ให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ เท่ากับ หรือมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า ศูนย์แสดงว่า การลงทุนไม่คุ้มค่าเนื่องจากเป็นโครงการที่ผลตอบแทนต่ำกว่าอัตรา

2. อัตราผลตอบแทนคิดลด (Internal Rate of Return: IRR) หมายถึง การคำนวณหาอัตรา คิดลดที่มีผลทำให้มูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่ได้รับมาในอนาคตเท่ากับเงินลงทุนที่จ่ายในปัจจุบัน นั่น คือ มูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย โดยใช้สูตรดังนี้

การคำนวณหาค่า IRR ก็คือการหาค่า Discount Rate ที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ ถ้าค่า IRR มากกว่า หรือ เท่ากับ ค่าของทุน Discount Rate (i) ที่ผู้ลงทุนเลือกใช้เป็นจุดตัดสินใจ ก็ถือได้ว่า โครงการ ดังกล่าวเป็นโครงการที่น่าลงทุน โดยทั่วไปแล้วทั้งวิธีในการประเมินโครงการจาก ค่า IRR และ NPV จะให้ผลการตัดสินใจรับโครงการ หรือปฏิเสธโครงการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ในบาง กรณีที่ใช้ข้อสมมติ เช่น การนำเงินที่ได้ในแต่ละปีไปลงทุนใหม่ (Reinvestment) หรือการใช้วิธีหักค่า เสื่อมราคาแบบ Double-declining Balance Method แทนแบบ Straight Line Method ก็อาจ ทำให้คำตอบที่ได้จากทั้ง 2 วิธี ขัดแย้งกันได้ ดังนั้นการพิจารณาประเมินโครงการลงทุนจากทั้ง 2 วิธี จึงต้องคำนึงถึงข้อสมมติที่ใช้ในการคำนวณด้วยเช่นกัน

5.4.2 การประมาณการรายได้

ตารางที่ 5.3 : ประมาณการรายได้รายปีของกิจการ

ประมาณการรายได้รายปีของกิจการ	
ปีที่	รายได้
1	3,884,400
2 (+15%)	4,467,060
3 (+15%)	5,137,119

จากตารางที่ 5.2 จะเห็นได้ว่าในปีแรกมีรายได้ประมาณการรวม 3,884,400 บาท และเติบโตขึ้นในปีที่ 2 เป็นยอดประมาณการรวม 4,467,060 บาท และ ปีที่ 3 เป็นยอดประมาณการรวม 5,137,119 บาท ตามลำดับซึ่งจะมีแนวโน้มการเติบโตจากการทำตลาดมาเป็นระยะเวลานานทำให้ Addict Laundry มีชื่อเสียง และติดตลาดมากยิ่งขึ้นแล้ว ยอดขายที่เพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งมาจากการซื้อซ้ำของลูกค้าและการบอกกันปากต่อปากของกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยยอดขายในปีที่ 2 และปีที่ 3 นั้นจะเพิ่มขึ้นอย่างคงที่ที่ 15% ส่วนปีที่ 3 ยอดขายจะเพิ่มขึ้นคงต่อเหมือนกับปีที่ 2 เนื่องจากคาดการณ์ว่าจะต้องมีคู่แข่งเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดตรงส่วนนี้อยู่บ้าง แต่ก็ไม่ได้มากเพราะ Addict Laundry มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าแล้ว

5.4.3 งบประมาณการลงทุน

ทาง Addict Laundry นั้น มีงบประมาณการลงทุนทั้งสิ้น 1,800,000 บาท โดยเป็นส่วนของเจ้าของเต็มจำนวน ไม่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มเติม โดยเงินลงทุนของ Addict Laundry นั้น จะใช้ไปกับการปรับปรุงสถานที่ลงทุนในการเตรียมการเริ่มกิจการ การสั่งซื้อวัสดุ และการเตรียมเงินสดไว้สำรองจ่ายในช่วงเริ่มกิจการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.4 : เงินลงทุนของกิจการ

เงินทุนเริ่มต้นที่ต้องการ	จำนวน	จำนวนปี (สำหรับการเสื่อมราคา)
การปรับปรุงพื้นที่	100,000	5 ปี
อุปกรณ์	200,000	5 ปี
เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง	100,000	5 ปี
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ	100,000	5 ปี
รวมสินทรัพย์ถาวรทั้งสิ้น	<u>550,000</u>	
เงินเดือนก่อนเริ่มกิจการ	53,000	
ค่าประกาศรับสมัครงาน	5,000	
ค่าวิจัยและพัฒนาสูตร	30,000	
ค่าดำเนินการทางกฎหมายและบัญชี	30,000	
สินค้าคงคลัง (ซื้อครั้งแรก)	56,500	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) : เงินลงทุนของกิจการ

เงินทุนเริ่มต้นที่ต้องการ	จำนวน	จำนวนปี (สำหรับการเสื่อมราคา)
ค่าดำเนินการทางด้านสาธารณูปโภค	50,000	
ค่าใช้จ่ายเริ่มต้นอื่นๆ	30,000	
เงินสด	1,000,000	
รวมเงินทุนหมุนเวียนทั้งสิ้น	<u>1,254,500</u>	
เงินทุนเริ่มต้นที่ต้องการทั้งสิ้น	<u>1,804,500</u>	

งบการลงทุนของกิจการ Addict Laundry จะต้องมีย่อยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานก่อนที่จะเปิดให้บริการ โดยหลักๆ มาจากการปรับปรุงพื้นที่ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการดำเนินงานก่อนเปิดอื่นๆ อีก ซึ่งรวมทั้งสิ้น 1,804,500 บาท ส่วนที่เหลือจะเป็นสินทรัพย์ของกิจการ

5.4.4 งบการเงิน

ตารางที่ 5.5 : งบกำไร ขาดทุน ของกิจการ

งบกำไร ขาดทุน ของ Addict Laundry			
รายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การขายสินค้า	3,884,400	4,467,060	5,137,119
รายได้ทั้งสิ้น	3,884,400	4,467,060	5,137,119
ต้นทุนสินค้า			
สินค้า	946,200	1,088,130	1,251,350
ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น	946,200	1,088,130	1,251,350
กำไรขั้นต้น	2,938,200	3,378,930	3,885,770
เงินเดือนและค่าจ้าง			
เงินเดือนผู้บริหาร	720,000	741,600	763,848
เงินเดือนพนักงาน	636,000	655,080	674,732
ผลประโยชน์อื่นๆ	387,930	399,568	411,555

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) : งบกำไร ขาดทุน ของกิจการ

งบกำไร ขาดทุน ของ Addict Laundry			
ค่าใช้จ่ายทางด้านการเงินทั้งสิ้น	1,743,930	1,796,248	1,850,135
ค่าใช้จ่ายคงที่			
ค่าโฆษณา	180,000	185,400	190,962
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	84,000	86,520	89,116
ใบอนุญาตและค่าธรรมเนียม	2,000	2,000	2,000
ไปรษณีย์และการจัดส่ง	120,000	123,600	127,308
การขายและการตลาด	66,000	67,980	70,019
โทรศัพท์และการติดต่อสื่อสาร	54,000	55,620	57,289
ค่าน้ำค่าไฟ	36,000	37,080	38,192
ค่าใช้จ่ายคงที่ทั้งสิ้น	540,000	558,200	574,886
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ			
ค่าตัดจ่าย	141,500	141,500	141,500
ค่าเสื่อม	61,429	61,429	61,429
จํานอง	15,491	15,148	14,776
ภาษี	118,568	192,611	279,864
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งสิ้น	333,889	407,657	482,792
กำไรสุทธิ	<u>332,773</u>	<u>628,943</u>	<u>977,956</u>

จากตารางที่ 5.5 จะเห็นได้ว่าการประมาณการยอดขายที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำมาประมาณการงบกำไรขาดทุนดังที่แสดงในตาราง 5.5 ข้างต้น พบว่าผลประกอบการของธุรกิจจะได้กำไรเล็กน้อยในปีแรก โดยมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 332,773 บาท ส่วนปีที่ 2 และ 3 มีกำไรสุทธิ 628,943 และ 977,956 ตามลำดับ จากนั้นผู้วิจัยก็นำผลจากงบกำไรขาดทุนของกิจการมาทำการประมาณการงบกระแสเงินสด และงบแสดงฐานะทางการเงินของกิจการมาแสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.6 : งบกระแสเงินสด

	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
รายได้จากการขาย	3,884,400	4,467,060	5,137,119
การแสเงินสดเข้าทั้งหมด	3,884,400	4,467,060	5,137,119
กระแสเงินสดออก			
ค่าใช้จ่ายในการขาย	946,200	1,088,130	1,251,350
เงินเดือนและค่าจ้าง	1,743,930	1,796,248	1,850,135
ค่าใช้จ่ายคงที่	540,000	558,200	574,886
ภาษี	118,568	192,611	279,864
รวมกระแสเงินสดออก	3,348,698	3,635,189	3,956,235
กระแสเงินสด	535,702	831,871	1,180,884

ตารางที่ 5.7 : งบแสดงฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์	สิ้นปีที่ 1	สิ้นปีที่ 2	สิ้นปีที่ 3	สิ้นปีที่ 4	สิ้นปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	1,535,702	2,367,573	3,548,457	5,029,341	6,800,225
สินค้าคงคลัง	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าใช้จ่าย จ่ายล่วงหน้า	249,667	124,833	(0)	(0)	(0)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นๆ	33,333	16,667	(0)	(0)	(0)
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน ทั้งสิ้น	1,848,702	2,539,073	3,578,457	5,059,341	6,830,225
การปรับปรุงพื้นที่	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
อุปกรณ์	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
สินทรัพย์ถาวรทั้งสิ้น	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.7 (ต่อ) : งบแสดงฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์	สิ้นปีที่ 1	สิ้นปีที่ 2	สิ้นปีที่ 3	สิ้นปีที่ 4	สิ้นปีที่ 5
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	61,429	122,857	184,286	245,715	307,144
สินทรัพย์ทั้งสิ้น	<u>2,137,273</u>	<u>2,766,215</u>	<u>3,744,172</u>	<u>5,163,626</u>	<u>6,873,081</u>
หุ้น	1,804,500	1,804,500	1,804,500	1,804,500	1,804,500
กำไรสะสม	332,773	961,716	1,939,672	2,239,672	2,539,672
ส่วนของเจ้าของทั้งสิ้น	<u>2,137,273</u>	<u>2,766,215</u>	<u>3,744,172</u>	<u>5,163,626</u>	<u>6,873,081</u>
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	<u>2,137,273</u>	<u>2,766,215</u>	<u>3,744,172</u>	<u>5,163,626</u>	<u>6,873,081</u>

จากงบกระแสเงินสดและงบแสดงฐานะทางการเงิน ตามตารางที่ 5.6 และ 5.7 ข้างต้นนั้น จะแสดงให้เห็นว่า กิจการมีสภาพคล่อง โดยมีเงินสดพอเพียงต่อการดำรงอยู่ของกิจการ และกิจการมีความมั่นคงสูง

5.5.5 การประเมินโครงการ

1) ระยะเวลาคืนทุน

ตารางที่ 5.8 : กระแสเงินสดสุทธิ (Payback Period)

	กระแสเงินสด	กระแสเงินสด (สะสม)	มูลค่าปัจจุบัน
ปีที่ 0	(1,804,500.00)	(1,804,500.00)	(1,804,500.00)
ปีที่ 1	535,701.71	(1,268,798.29)	496,020.11
ปีที่ 2	831,871.39	(436,296.89)	713,195.64
ปีที่ 3	1,180,884.24	743,957.35	937,423.99
อัตราดอกเบี้ยลด (WACC)			8.00%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)			342,139.73
IRR			17%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)			2.42 ปี

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นการประเมินว่า การลงทุนในธุรกิจหนึ่งๆ สามารถสร้างผลกำไรได้หรือไม่ โดยการทอนเงินสดสุทธิแต่ละก้อนที่ได้นั้น กลับมาเป็นมูลค่า ณ ปัจจุบัน เพื่อทำการบวกลบสุทธิออกมาเป็น NPV จากการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของกิจการ Addict Laundry อยู่ที่ 342,139.73 บาท ณ สิ้นปีที่ 3 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้จึงเป็นที่น่ายอมรับในการลงทุนและสามารถสร้างผลกำไรได้

ผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เป็นการประเมินว่า การลงทุนในธุรกิจหนึ่งๆ ให้อัตราผลตอบแทนเท่าใด โดยการสุ่มอัตราคิดลด (Discount Rate) ที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ (0) จากการวิเคราะห์ อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ของกิจการ Addict Laundry คือ 17% ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้จึงเป็นที่น่ายอมรับในการลงทุน

2) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

ตารางที่ 5.9 : คำนวณจุดคุ้มทุน

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	บาท	เปอร์เซ็นต์
ยอดขายต่อปี	3,884,400	100.00%
ต้นทุนสินค้าที่ขาย	946,200	24.36%
กำไรขั้นต้น	2,938,200	75.64%
ค่าแรง	1,743,930	
ค่าใช้จ่ายคงที่	603,429	
ค่าใช้จ่ายคงที่ทั้งสิ้น	2,347,359	
คำนวณจุดคุ้มทุน	2,347,359	
	75.64%	
จุดคุ้มทุน (บาท)	<u>3,103,288</u>	

จากการคำนวณวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนพบว่า กิจการ Addict Laundry มีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 3,103,288 บาท

บรรณานุกรม

- จุฑามณี ตระกูลมุกดา. (2544). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยยศ สันตวงศ์. (2533). *การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พิมลพรรณ อิศรภักดี. (2560). การมีส่วนร่วมในกลุ่มเพื่อนและการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีกับผลที่มีต่อสุขภาพจิตของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดกาญจนบุรี1. *วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 19(1), 1-13.
- รุจเรขา วิทยายุทธภูมิกุล. (2560). ห้องสมุด ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และสังคม: การประชุมวิชาการนานาชาติห้องสมุดและสารสนเทศของอิลล่า ค.ศ. 2017. *วารสารห้องสมุด*, 61(2), 9-26.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). *คาดที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี'60 ขยายตัวร้อยละ 5-7 ผู้ประกอบการยังเผชิญความท้าทายในการขายที่อยู่อาศัย*. สืบค้นจาก <https://kasikornresearch.com/th/>.
- สมยศ นาวิการ. (2546). *การบริหารและพฤติกรรมองค์กร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บรรจกิจ.
- สมบัติ จำปาเงิน. (2544). *กระทรวง ทบวง กรม ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- เอกจิตต์ จิงเจริญ. (2560). *การพยากรณ์ทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



การสัมภาษณ์ จากการสุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียม ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ถึง พฤติกรรมการใช้บริการร้าน ชัก อบ รีด โดยตั้งคำถามถึงความจำเป็น แนวโน้ม ค่าใช้จ่ายต่อเดือน และความพึงพอใจใน น้ำยาปรับผ้านุ่ม ซึ่งได้ผลจากการสัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 1

นางสาว วิชุดา รักชื่อ ซึ่งอาศัยอยู่คอนโด IDEO วุฒากาศ ซึ่งอาศัยอยู่มาแล้วมากกว่า 2 ปี ซึ่งใช้บริการร้านชัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 750 – 1000 บาท และนำน้ำยาปรับผ้านุ่มไปให้ทางร้านเอง

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 2

นางสาว วินิตรัตน์ อินตะวิยะ ซึ่งอาศัยอยู่ลุมพินีวิลล์ อ่อนนุช-ลาดกระบังมาแล้วมากกว่า 2 ปี ซึ่งใช้บริการร้านชัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 750 – 1000 บาท และไม่ได้นำน้ำยาปรับผ้านุ่มไปให้ทางร้านเอง เพราะชอบใช้น้ำหอมมากกว่า

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 3

นางสาว ชชนก สีน้าเงิน ซึ่งอาศัยอยู่เดอะทรีสต์ คอนโด แล้วมากกว่า 2 ปี โดยเริ่มใช้บริการชัก รีด เป็นเวลา 1 ปี และการใช้บริการชักผ้าห่ม และผ้าม่านร่วมด้วย โดยมีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 500 – 1,000 บาท และไม่ได้นำน้ำยาปรับผ้านุ่มไปให้ทางร้าน โดยการบอกกลิ่นที่ต้องการกับทางร้านเพียงเท่านั้น

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 4

นางสาว นิรมล พันธุ์วิชาติกุล ซึ่งอาศัยอยู่ IDEO เตาปูน มาแล้วเป็นเวลา 6 เดือน ใช้บริการร้านชัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ประมาณ 1,500 บาทต่อเดือน ซึ่งไม่ต้องการให้ทางร้านใช้น้ำยาปรับผ้านุ่ม ให้ใช้เพียงน้ำยาซักผ้าที่ซื้อมาเอง

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 5

นางสาว ชนตติ์ สุขสวัสดิ์ ซึ่งอาศัยอยู่คอนโดเดอะรूम สุขุมวิท 62 มาแล้วมากกว่า 3 ปี ซึ่งใช้บริการร้านชัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,000 – 1,500 บาท มีการเลือกใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มของทางร้านชักรีดเอง และมีการใช้บริการชักผ้าม่าน และผ้าม่านในห้องด้วย

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 6

นางสาว มณิชา ทิมเขียว ซึ่งอาศัยอยู่คอนโด สุภาลัย เวรเอนด์ รัชวิภา-ประชาชื่น มาแล้ว 1 ปี ซึ่งใช้บริการร้านซัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 800 – 1,000 บาท มีการเลือกใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มของทางร้านซักรีดเอง โดยการเลือกกลิ่นที่ชอบ

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 7

นางสาว เนติมา อัครพินธุ์ ซึ่งอาศัยอยู่เดอะทรีสต์ คอนโด มาแล้วมากกว่า 2 ปี ซึ่งใช้บริการร้านซัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 500 – 1,000 บาท เลือกใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มแล้วแต่ทางร้าน

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 8

นาย รัฐวุฒิ ศิริโชติ ซึ่งอาศัยอยู่คอนโด สุภาลัย เวรเอนด์ รัชวิภา-ประชาชื่น มาแล้ว 1 ปี ซึ่งใช้บริการร้านซัก อบ รีดประมาณ 6 เดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 800 – 1,000 บาท ต่อเดือน และไม่ได้ใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มเนื่องจากแพ้กลิ่นสังเคราะห์จากน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 9

นางสาว กรวรรณ สินธนานุกูล ซึ่งอาศัยอยู่คอนโด IDEO Q จุฬาฯ – สามย่าน มาแล้วมากกว่า 4 ปี ซึ่งใช้บริการร้านซัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 800 – 1,200 บาท เลือกใช้เฉพาะน้ำยาซักผ้า ไม่ใช้น้ำยาปรับผ้านุ่ม และมีการใช้บริการ ซักผ้ามาน ผ้าปูที่นอน และผ้าห่ม รวมด้วย

ผู้ให้การสัมภาษณ์ รายที่ 10

นางสาว รสสุคนธ์ แซ่เฮีย ซึ่งอาศัยอยู่คอนโด IDEO Q จุฬาฯ - สามย่าน มาแล้วมากกว่า 4 ปี ซึ่งใช้บริการร้านซัก อบ รีดทุกเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 800 – 1,200 บาท เลือกใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มที่เตรียมไปเองให้กับทางร้าน โดยเป็นน้ำยาปรับผ้านุ่มที่ผลิตจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ

บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบันที่พักอยู่อาศัยของคนเมืองได้เปลี่ยนแปลงไปมาก โดยเฉพาะลักษณะที่อยู่อาศัย คราวเรือนไทยเองก็มีขนาดเล็กลง พื้นที่อยู่อาศัยมีขนาดเล็กลง โดยเฉพาะตามแนวรถไฟฟ้าในปัจจุบัน และอนาคตต่างมีคอนโดมิเนียมสูง ทยอยสร้างและเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงานยุคปัจจุบัน ต่างมองหา ห้องคอนโดมิเนียม อาศัยอยู่ เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต ในการไปทำงาน การศึกษา และ เพื่อหลีกเลี่ยงสภาพการจราจรในช่วงเร่งด่วน แม้กระทั่งการริเริ่มสร้างครอบครัว โดยจะแยกจากพ่อแม่ซึ่งอาศัยอยู่ที่เดิม จึงต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกสบายจึงทำให้บุคคลเหล่านี้หันมาใช้บริการ ชัก อบ ริด โดยกลุ่มคนเหล่านี้ยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อความสะดวกสบาย ธุรกิจ ชัก อบ ริด จึงเป็นธุรกิจทองสำหรับผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ฉะนั้น ธุรกิจชัก อบ ริด จึงเป็นโอกาส ที่จะสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มสังคมเมืองในอนาคตที่จะเจริญไปพร้อม กับที่อยู่อาศัย ที่มีการอยู่อาศัยเป็นจำนวนมากขึ้น ผวนกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จะนำมาให้บริการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสามารถสร้างอาชีพให้กับกลุ่มคนที่สนใจ

ร้าน ชัก อบ ริด Addict Laundry โดยมุ่งตอบโจทย์ผู้บริโภค ชัก อบ ริด ภายใต้จุดเด่น สัมผัสที่ใช่ กับกลิ่นที่คุ้นเคย เน้นการให้บริการ ชัก อบ ริด เป็นพิเศษ โดยบริการกลิ่นน้ำยาปรับผ้านุ่มชนิดพิเศษ ที่ทางร้านพยายามนำมาปรับใช้ให้ผู้บริโภคสามารถเลือกกลิ่นที่ชอบได้ และโดยใช้ถุงผ้าเหมาจ่าย โดยเลือกตั้งอยู่ที่ซอย สุขุมวิท 57 ซึ่งบริเวณโดยรอบประกอบไปด้วย คอนโด อพาร์ทเมนต์ สำนักงาน มีผู้พักอาศัยจำนวนมาก บริเวณดังกล่าวมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ และมีการเดินทางที่สะดวกในการเดินทางมาที่ร้านได้

ทางการเงิน Addict Laundry มีงบประมาณการลงทุนทั้งสิ้น 1,800,000 บาท โดยเป็นส่วนของผู้เจ้าของเต็มจำนวน ไม่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มเติม ซึ่งจากแผนวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ สำหรับการประมาณการการลงทุนใน 3 ปีแรก พบว่า Addict Laundry มีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 342,139.73 บาท ณ สิ้นปีที่ 3 ซึ่งมีค่าเป็นบวก และมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) สูงกว่าต้นทุนของเงินทุนของกิจการโดยมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ไม่เกิน 3 ปี ซึ่งกิจการสามารถสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนได้ในระดับดี

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-นามสกุล**

นายปณพจน์ วงศ์วิวัฒน์ไชย

อีเมล

Punnapoj.womg@bumail.net

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 24 เดือน เมษายน พ.ศ. 2562.

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อุเทนจันท์ วงศ์วิเศษไชย อยู่บ้านเลขที่ 14/3

ซอย คันฉั่ง 57 ถนน คันฉั่ง ตำบล/แขวง คลองตันเหนือ

อำเภอ/เขต วัฒนา จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10110

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600262936

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 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 แผนธุรกิจ Addict Laundry

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

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

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ปณตพงศ์ วัฒนวิทย์ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ปณตพงศ์ วัฒนวิทย์)

ลงชื่อ อริย์ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อริย์ภา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ สุชาดา พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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