

**แผนธุรกิจ**  
**ระบบ APPLICATION สำหรับการเรียกใช้บริการดูแลบำรุงรักษารถยนต์**  
**ชื่อธุรกิจ EASY CAR WASH APPLICATION**

**ชยุต พันธุ์กระจับ<sup>1</sup>**  
**ผศ.ดร. ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์<sup>2</sup>**

### **1.บทคัดย่อ**

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการบริการทางด้านการบำรุงรักษารถยนต์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ด้วยการนำเทคโนโลยีระบบการสื่อสารมาประยุกต์ใช้กับการให้บริการเทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผน คือ การวิเคราะห์ปัจจัย แวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์ถึงระบบการแข่งขัน และการสำรวจที่เป็นการใช้เครื่องมือ แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และทำการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ โดยภาพรวมด้วยเครื่องมือ SWOT , BCG MATRIX และ 5 Force Model โดยสภาพการตลาดในอนาคต รถยนต์ยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น และขยายไปถึงระบบการแข่งขันของธุรกิจที่มากยิ่งขึ้น การสร้างกลยุทธ์และรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกนั้นในหัวข้อหลักคือ ข้อจำกัดของสถานที่ในการให้บริการและกฎหมาย เกี่ยวกับการปรับแต่งยานพาหนะ ส่วนปัจจัยเสี่ยงในสภาพแวดล้อมภายในคือ การควบคุมคุณภาพการให้บริการและการพัฒนาระบบ Application ให้มีคุณภาพ เพื่อให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพไปจนถึงการจัดสรรความเหมาะสมในการใช้งบประมาณ การพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งทั้งหมดนี้จะต้องขับเคลื่อนไปพร้อม ๆ กัน ในการวิเคราะห์ผลการลงทุน นั้นถือว่าเป็นธุรกิจที่เหมาะสมแก่การลงทุน ซึ่งจากการคำนวณ ระยะเวลาในการคืนทุนของธุรกิจจะมีระยะเวลา 3 ปี และยังมีวางแผน พัฒนารัฐกิจในอนาคตเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งที่เกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยการขยายพื้นที่ในการให้บริการ,ขยาย partner ทางการค้า และ พัฒนาระบบ Application อย่างต่อเนื่อง และทำการตลาดผ่านเครื่องมือการสื่อสารทาง ออนไลน์ และ ออฟไลน์ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้และทดลองใช้สินค้าจนกลายเป็น ลูกค้าที่จงรักภักดีต่อแบรนด์ในอนาคต

### **2.ความเป็นมาของธุรกิจ**

เนื่องจากจำนวนรถยนต์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเห็นได้จากปัญหาการจราจรที่หนาแน่นในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนจากระบบขนส่งสาธารณะ ยังไม่ครอบคลุม ไม่เพียงพอต่อความต้องการการใช้งานของคน ทำให้การดำรงชีวิตในสังคมเมืองมีความจำเป็นต้องใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ประกอบกับ อิทธิพลของ Internet

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

<sup>2</sup> ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลัก

และ Social Media ที่ทำให้การค้าขายนั้นง่ายขึ้น จึงทำให้เกิดโมเดลธุรกิจนี้ขึ้น เพื่อตอบสนอง รูปแบบ การดำรงชีวิตในปัจจุบัน และ การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการบริการ ทางด้านการบำรุงรักษา รถยนต์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ด้วยการนำเทคโนโลยีระบบการสื่อสารมา ประยุกต์ใช้กับการให้บริการ

### 3.รายละเอียดสินค้าและบริการ

สินค้าเป็น Application สำหรับเรียกบริการ ล้างรถและดูแลรักษารถยนต์ ชื่อว่า Easy Cars Wash โดยผู้ให้บริการล้างรถ เป็นบุคคลทั่วไปที่ต้องการหารายได้พิเศษ โดยต้องผ่านการฝึกอบรมจาก บริษัทก่อน มีการทำงานโดย เมื่อมีผู้เรียกใช้บริการ ระบบจะแจ้งเตือนไปยังหน้าแจ้งเตือนไป ในหน้าของ เจ้าหน้าที่ จากนั้น เจ้าหน้าที่ ที่อยู่ในเขตพื้นที่ใกล้เคียง จะต้องตอบรับและให้บริการและ การชำระเงิน จะต้องทำผ่าน App เท่านั้น ผู้ที่สนใจจะใช้บริการ สามารถ Download App ฟรีได้จาก App Store และ Play Store

### 4.วิสัยทัศน์

การให้บริการ Car Detailing แบบ Delivery ผ่าน Application ที่สะดวกสบาย มีระดับการ บริการที่ได้มาตรฐาน และผสมผสานเทคโนโลยีในยุค ดิจิทัล เพื่อส่งมอบ สินค้าและบริการที่มี คุณภาพสูงสุดให้แก่ลูกค้า และ สร้างอาชีพเพื่อความยั่งยืนอยู่ที่ดีให้แก่สังคม

### 5.พันธกิจ

- 5.1 มุ่งพัฒนา เทคโนโลยี และ นวัตกรรม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้แก่สินค้าและบริการ
- 5.2 มุ่งพัฒนาสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้าไม่มี วันหยุด
- 5.3 มุ่งสร้างแบรนด์ เพื่อครอบคลุมใจผู้บริโภคตลอดไป
- 5.4 ปฏิบัติกับพนักงานและผู้ร่วมงานอย่างสุจริตยุติธรรมเสมือนบุคคลในครอบครัว
- 5.5 สร้างระบบควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ
- 5.6 มุ่งพัฒนาทักษะและความสามารถให้แก่บุคลากรอยู่เสมอ

### 6.เป้าหมายการเติบโต ของธุรกิจ

#### 6.1 ระยะสั้น (ปีที่1)

- 6.1.1 สร้างการรับรู้ในแบรนด์
- 6.1.2 จัดการ กระบวนการทำงานขององค์กรในแผนกต่าง ๆ ให้ลงตัว
- 6.1.3 สร้างส่วนแบ่งการตลาดเป็น 5% ของมูลค่ารวมของตลาดคาร์แคร์
- 6.1.4 สร้างการตลาดองให้แก่ผู้บริโภค

## 6.2 ระยะกลาง (ปีที่ 2-4)

6.2.1 สร้างส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มเป็น 20% จากมูลค่ารวมของตลาดคาแค

6.2.2 สร้างแบรนด์ ROYALTY ในสินค้าและบริการ

## 6.3 ระยะยาว (ปีที่ 5 เป็นต้นไป)

6.3.1 ขยายเครือข่ายการให้บริการให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

6.3.2 ขยายลิขสิทธิ์การให้บริการไปต่างประเทศ

6.3.3 ร่วมถือหุ้นกับบริษัทผู้ผลิตสินค้าและสร้างสินค้าแบรนด์ของตนเอง

6.3.4 สร้างส่วนแบ่งการตลาดเป็น 50% ของมูลค่าตลาดรวมในประเทศ

## 7.การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

### 7.1 การวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS

#### 7.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

- 1). การใช้ Application ร่วมกับ การให้บริการจากผู้ร่วมงาน หลากหลายพื้นที่ เป็น Model ธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ตลาดยังไม่มี
- 2). การให้บริการจากหลากหลายพื้นที่ ทำให้การบริการไปถึงได้ไว และต้นทุนในการเดินทางต่ำกว่าทำให้สามารถกำหนดราคาได้ต่ำกว่าคู่แข่ง
- 3). การสร้าง Partner กับผู้จัดจำหน่ายสินค้าบำรุงรักษารถยนต์ ที่ได้มาตรฐาน เป็นแบรนด์ที่ได้รับการยอมรับในตลาดระดับ Medium – High
- 4). การเรียกใช้บริการผ่าน Application สะดวกสบายและตอบโจทย์กับพฤติกรรมผู้บริโภคใน ยุคปัจจุบัน
- 5). มีการกำหนดมาตรฐาน การฝึกอบรม ของเจ้าหน้าที่ให้บริการ ทำให้แบรนด์ น่าเชื่อถือ
- 6). มีระบบการจ่ายเงินอัตโนมัติผ่านแอปพลิเคชันทำให้สะดวกต่อผู้จ่ายและง่ายต่อผู้รับ
- 7). มีการรับผิดชอบหากเกิดการเสียหายในขณะที่ใช้บริการทำให้ลูกค้ามั่นใจต่อการเรียกใช้บริการ
- 8). มีบริการแนะนำการปรับแต่งสภาพรถและบริการการติดตั้งฟรี

#### 7.1.2 จุดอ่อน (Weakness)

- 1). การมีเจ้าหน้าที่ให้บริการ ที่เป็นอิสระ หลากหลายพื้นที่ ทำให้ยากต่อการควบคุมคุณภาพการให้บริการ
- 2). การควบคุม และป้องกันเจ้าหน้าที่ใช้อุปกรณ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพในการ จะตรวจสอบยาก

#### 7.1.3 โอกาส (Opportunity)

- 1). จำนวนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย
- 2). เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ในยุคปัจจุบัน ที่เอื้ออำนวยต่อการทำระบบ

- 3). พฤติกรรมในชีวิตประจำวันของสังคมในปัจจุบันที่เร่งรีบมีเวลาน้อย
- 4). พฤติกรรมความนิยมในการใช้ Application และ Social network เพื่อตอบสนองความสะดวกสบายในปัจจุบัน

#### 7.1.4 อุปสรรค (Threats)

- 1). ความไม่เสถียรทางระบบ สัญญาณ Internet ที่จะส่งผลกระทบต่อการใช้งานระบบ Application, Line, face book
- 2). กฎหมายทางการจราจร ที่จะเรียกตรวจมอเตอร์ไซค์และรถยนต์ที่ดัดแปลงสภาพ ทำให้เกิดความล่าช้าในการให้บริการ

## 8.การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด

### 8.1 วิเคราะห์แนวโน้มตลาด

ในปี 2561 ธุรกิจบริการและผลิตภัณฑ์ดูแลรักษารถยนต์ เติบโตอยู่ที่ 30% หรือมีมูลค่าอยู่ที่ 1 หมื่นล้านบาท แบ่งเป็น คาแค 8,000 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์และบริการ 2000 ล้านบาท และคาดว่าปี 2562 จะขยายตัวอย่างต่อเนื่องแม้ว่าภาพรวมยอดขายรถยนต์จะไม่คึกคัก แต่มีปัจจัยสนับสนุน จากพฤติกรรมผู้ใช้รถยนต์ ระดับกลาง ขึ้นไปให้ความสำคัญกับการดูแลรักษารถยนต์มากขึ้นข้อมูลอ้างอิงจาก <https://www.posttoday.com/market/news/339253> และในปัจจุบันที่เป็นยุค ดิจิทัล ก็ได้เกิดธุรกิจคาแครูปแบบใหม่เกิดขึ้นโดยใช้เทคโนโลยี มาใช้เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคสังคมในเมืองในยุค ดิจิทัล โดยการเรียกบริการ delivery ผ่าน Application ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก แต่เป็นการทำงานโดยพนักงานคาแคที่นั่น ๆ ยังไม่มีการเปิดให้บุคคลทั่วไปมาทำแบบ Freelance เหมือนโมเดลธุรกิจนี้

### 8.2 การวิเคราะห์สถานภาพทางการตลาดของธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ BCG MATRIX

ตำแหน่งทางการตลาดในโมเดล BCG Matrix โดยธุรกิจสามารถจัดอยู่ในกลุ่มของช่อง Question Marks เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ถือว่าเป็น Model ธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยทำมาก่อน จึงถือเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ยังมีคู่แข่งน้อย และสามารถเข้าไปสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดจนกลายเป็นผู้นำตลาดได้ โดยต้องอาศัยการโปรโมทและจัดทำ Promotion ผ่านการสื่อสารทางการตลาด ผ่านสื่อทั้ง ออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อทำให้เกิด การทดลองใช้ และกลายเป็นผู้จงรักภักดีต่อแบรนด์ เพื่อก้าวเข้าสู่ขั้น Star ต่อไปในอนาคต

### 8.3 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางธุรกิจด้วยเครื่องมือ 5 FORCH MODEL

- 1). การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในตัว Application สำหรับรถยนต์นั้นมี Apps ใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาอยู่เสมอ เช่น App สำหรับนำทาง ,แจ้งเตือนการดูแลสภาพรถ หรือ ช่วยเหลือในการขับขี่ ดังนั้นผู้ที่ได้เข้าไปในตลาดก่อนต้องสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด ก่อนคู่แข่งจะออกตามมา
- 2). การต่อรองของลูกค้า ลูกค้าจะมีอำนาจในการเปรียบเทียบต่ำเนื่องจากเป็น Model ธุรกิจแบบใหม่ จึงยังมีคู่แข่งน้อย

3). สินค้าทดแทน มี Apps ตัวอื่น ๆ ที่ให้บริการทำความสะอาดรถยนต์ถึงที่พักอาศัย แต่รูปแบบการให้บริการ จะไม่กระจายหลายพื้นที่ ทำให้ราคาค่อนข้างสูงกว่า และ ร้านทำความสะอาดรถยนต์ที่อยู่บริเวณใกล้เคียง

4). อำนาจการต่อรองของ Supplier ในส่วนคู่พันธมิตรทางการค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้ตกลงเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งยอดขายแก่กันนั้น จะมีอำนาจการต่อรองที่ต่ำกว่า เนื่องจากปัจจุบัน น้ำยาและอุปกรณ์ในการดูแลรักษารถยนต์นั้นมีมากมายหลายยี่ห้อ ทำให้เราสามารถเลือกได้หากจ้าวปัจจุบันตกลงผลประโยชน์ไม่ลงตัว

5). ในปัจจุบันธุรกิจคาเฟ่มีการแข่งขันสูงขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก และมีธุรกิจคาเฟ่รูปแบบใหม่ๆ ออกมาเพื่อตอบสนองผู้บริโภคมากมาย เช่นการบริการรับส่ง รถยนต์ และ การให้บริการแบบ Delivery Service

## 9.การดำเนินการวิจัยตลาด

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และนำผลมาแปรค่าเป็น อัตราส่วน ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจคือผู้ที่อาศัยในเขตงามวงวาน จังหวัด นนทบุรี ใช้ตัวอย่างจำนวน 400 คน แบบสอบถามในการวิจัยจะแบ่ง ออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ส่วนที่1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม, ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ, ส่วนที่3 เป็นคำถามความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการติดตามข้อมูลข่าวสาร ว่าผ่านทางสื่อ social media ใดมากที่สุด

### 9.1 สรุปผลการเก็บข้อมูลในส่วนที่ 1

- 1). จำนวน เพศชายจำนวน 248 คน และเพศหญิงจำนวน 152 คน
- 2). อายุในช่วง 18 – 23 ปี จำนวน 41 คน อายุ 24–28 ปีจำนวน 236 คน อายุ 29–35 ปี จำนวน 106 คน และ อายุ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน
- 3). มีอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 90 คน ข้าราชการ 69 คน อาชีพอิสระ 97 คน ธุรกิจส่วนตัว 113 คน นักเรียนนักศึกษา 28 คน และ อื่นๆ จำนวน 3 คน
- 4). มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 6 คน 15,001–25,000 บาท จำนวน 261 คน 25,001–35,000 บาท จำนวน 119 คน มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 14 คน
- 5). เคยใช้บริการ ล้างรถ แบบ Delivery จำนวน 32 คน ไม่เคย จำนวน 368 คน
- 6). มีวิธีการดูแลรักษารถยนต์โดยการเข้าศูนย์บริการจำนวน 258 คน ดูแลด้วยตนเองจำนวน 85 คน ดูแลด้วยตนเองและเข้าศูนย์บริการจำนวน 57 คน
- 7). มีพฤติกรรมล้างรถที่บ้านจำนวน 20 คน ล้างรถที่ร้านล้างรถจำนวน 283 คน ล้างรถที่บ้านและร้านล้างรถ จำนวน 97 คน
- 8). มีความถี่ในการล้างรถต่อสัปดาห์ที่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 82 คน จำนวน 2 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 229 คน 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 63 คน มากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 26คน

## 9.2 สรุปผลการเก็บข้อมูลใน ส่วนที่ 2

จากการสำรวจแบบสอบถามในส่วนที่ 2 นั้น สามารถประเมินผลได้ว่าผู้บริโภคนั้นจะให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง มาก และ มากที่สุด ในปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยจะมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญในปัจจัยข้างต้น อยู่ในระดับตั้งแต่ 4.05 ขึ้นไปจนถึงระดับ 4.35 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยต่างๆข้างต้นมีความสำคัญอยู่ในระดับ สูง ต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และมีค่า

ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตั้งแต่ 0.51 – 0.89 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลนั้นเกาะกลุ่มกันในเกณฑ์ที่ใช้อ้างอิงได้

## 9.3 สรุปผลการเก็บข้อมูลใน ส่วนที่ 3

จากการสำรวจข้อมูลของผู้บริโภคในด้านช่องทางการติดตามข่าวสารข้อมูลของสินค้าและบริการ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียช่องทางใดมากที่สุด โดยผลการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคจะติดตามข่าวสารผ่านสื่อ Facebook เป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 211 คน อันดับที่ 2 คือ ช่องทาง Line Adv มีจำนวน 69 คน อันดับที่ 3 คือ Youtube Chanel จำนวน 41 คน อันดับที่ 4 คือ Google จำนวน 39 คน อันดับที่ 5 คือ Instragram จำนวน 34 คน อันดับที่ 6 คือ Twister จำนวน 6 คน

# 10.การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

## 10.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร

### 1). กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategy)

เป็นกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อช่วยให้ยอดขาย กำไร และสินทรัพย์เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในระหว่างที่ธุรกิจอยู่ในขั้นที่กำลังขยายตัว วัตถุประสงค์เพื่อการเจริญเติบโต เพื่อความอยู่รอดเป็นสิ่งสำคัญ การสร้างความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในกลุ่มลูกค้าผู้เรียกใช้บริการ และ การสร้างให้คนเข้าร่วมงานเป็นเจ้าหน้าที่กับเรา อันจะนำมาซึ่งยอดขายที่สูงขึ้น ต้นทุนต่อหน่วยลดลง โดยมีการจัดทำ Sale Promotion และ Advertising Promotion เช่นการออกงานแสดงสินค้า ,ใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย และ ให้ส่วนลด แจก แคม พิเศษในช่วงแรกหลังการเปิดตัว Applicationเพื่อดึงดูดการทดลองใช้

### 2). กลยุทธ์การร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ

ดำเนินการหาพันธมิตรทางธุรกิจโดยตกลงแบ่งเปอร์เซ็นต์ผลตอบแทนจากการขาย และทำการส่งเสริมการตลาดร่วมกัน ระหว่างผู้จัดจำหน่ายในสินค้าและอุปกรณ์ ที่เจ้าหน้าที่ต้องซื้อใช้ในการให้บริการดูแลรักษารถยนต์ เพื่อลดต้นทุนเรื่องการจ้างผลิตและสต็อกสินค้า

### 3). กลยุทธ์การพัฒนาตลาด

ดำเนินการขยายเครือข่ายการให้บริการไปนอกเขตกรุงเทพและปริมณฑล จนครอบคลุมทั่วประเทศ

### 4). กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์

เน้นการปรับปรุงและพัฒนาระบบ Application ให้ใช้งานได้กับอุปกรณ์สื่อสารทุกรูปแบบ และ พัฒนาคูณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและทำให้เกิดความจดจำและภักดี ต่อแบรนด์

## 10.2 กลยุทธ์ระดับหน้าที่

ในการวางแผนการตลาดระดับหน้าที่ จะเป็นการวางกลยุทธ์ของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หลังจากที่ได้ทำการแบ่งส่วนตลาด และเลือกตลาดเป้าหมายแล้ว ส่วนผสมการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินงานทางกลยุทธ์ตลาดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมายอันประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 อย่างคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

## 11. กลยุทธ์และนโยบายทางการเงิน

### 11.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน

พิจารณาถึงความคุ้มค่าในการประกอบธุรกิจด้วยข้อมูลทางการเงินต่างๆ เพื่อให้ดำเนินนโยบายทางการเงินที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร โดยให้สามารถดูแลและตรวจสอบ บัญชี รายได้ รายจ่าย ตลอดจนดูเงินทุนหมุนเวียนเพื่อให้มีสภาพคล่องในหารดำเนินธุรกิจได้รองรับการเจริญเติบโตต่อไปในอนาคต

### 11.2 เป้าหมายทางการเงิน

- 1). มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) ของโครงการเป็นบวก
- 2). สามารถบริหารจัดการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3). สามารถเพิ่มกำไรให้ได้ทุก ๆ ปี

### 11.3 ข้อสรุปทางการเงิน

บริษัทมีนโยบายในการจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานจากส่วนของผู้ถือหุ้นหรือผู้บริหาร 100% เป็นจำนวนเงิน 6,000,000 บาท ซึ่งเป็นจำนวนเงินทุนที่คาดว่าจะสามารถรองรับกับการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในการเริ่มดำเนินการ โดยคาดว่าจะรายรับและรายจ่ายในปีที่ 2 และปีที่ 3 จะเพิ่มขึ้น เป็น 5% และ 10% ตามลำดับ และคาดว่าผลประกอบการจะคืนทุนภายในระยะเวลา 3 ปี

## 12. การควบคุมและประเมินผลการดำเนินการ

ในการประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละปีจะมีหัวข้อหลักที่ใช้ในการประเมินเพื่อแก้ไขและพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้แก่ธุรกิจโดยแบ่งหัวข้อการประเมินดังนี้

- 12.1 การประเมินความสำเร็จของแผนงาน
- 12.2 การประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
- 12.3 การประเมินผลด้านการเงิน
- 12.4 การประเมินผลด้านกลยุทธ์

## บรรณานุกรม

- พีพีทีวี ออนไลน์.(2561, 15 กุมภาพันธ์). กรุงเทพฯ รถล้นพื้นที่ รถยนต์ 4.2 ล้าน. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/75872>
- เวิร์คพอยท์ นิวส์.(2561, 23 มีนาคม). เปิดตัวเลขการว่างงานเดือนกุมภาพันธ์ เจียดห้าแสนคน. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, จาก <https://workpointnews.com/2018/03/23/เปิดตัวเลขการว่างงานเดือน/>
- โพสต์ทูเดย์.(2558, 5 มกราคม). รถไฮสปีดกลางดงคาร์แคร์โต30%. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.posttoday.com/market/news/339253>