

## บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

### 6.1 รูปแบบการดำเนินงาน

ศูนย์บริการ G-SAVE มีแผนการดำเนินงานเพื่อมุ่งเป็นผู้จำหน่ายและติดตั้งอุปกรณ์ช่วยประหยัดน้ำมันที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือสามารถใช้งานได้จริง และมีการให้บริการติดตั้งที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงสุด โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ตาม Business Strategy ของบริษัทในการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง ตามหน่วยงานต่างๆ ใน Value Chain ของบริษัท ดังนี้

ภาพที่ 6-1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานของศูนย์บริการ G-SAVE



#### 6.1.1 การคัดเลือกสินค้าและผู้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ (Vender Selection)

เนื่องจากศูนย์บริการ G-SAVE มุ่งเน้นจำหน่ายเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพสูง เป็นที่ยอมรับจากสถาบันการทดสอบต่างๆ หรือมีผลการทดสอบจริงว่าสามารถใช้งานได้ผลจริง และมีการรับประกันคุณภาพการใช้งานจากผู้ผลิตที่เชื่อถือได้ มีระบบควบคุมการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน และมีความสามารถในการผลิตสินค้าได้เพียงพอกับความต้องการของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงเลือกจำหน่ายสินค้าเพียง 2 ชนิดคือ Diesel Economizer และ R-Tech ในช่วงแรก เนื่องจากสินค้าทั้งสองมีเทคโนโลยี และหลักการทำงาน และลักษณะการติดตั้งที่ใกล้เคียงกัน เพื่อเป็นการง่ายในการการศึกษาข้อมูลสินค้า การทดสอบสินค้าเพื่อเปรียบเทียบโดยละเอียด และการฝึกอบรมทีมขาย ช่างเทคนิค และพนักงานติดตั้งได้โดยง่าย

นอกจากนี้แล้วสินค้าทั้ง 2 ชนิดนี้มีการวางตำแหน่งทางการตลาด และมีราคาสินค้าที่แตกต่าง กันอย่างชัดเจน ซึ่งทำให้ทางร้านสามารถบริหารพอร์ตการขายและสต็อกสินค้าได้โดยง่าย แต่อย่างไรก็ตามบริษัทก็จะมีการติดต่อกับผู้ผลิตสินค้าอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันรายอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศเพื่อนำมาทดสอบ และเข้ามาจัดจำหน่ายเพิ่มเติมในอนาคตเพื่อเป็นการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ของบริษัท และเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า

#### ❖ Diesel Economizer

อุปกรณ์ช่วยประหยัดน้ำมัน ที่มีหลักการทำงานในการช่วยปรับปรุงคุณภาพของน้ำมันดีเซลให้มีสภาวะพร้อมใช้งานมากขึ้นก่อนส่งเข้าสู่เครื่องยนต์ ซึ่งช่วยเพิ่มอุณหภูมิให้กับน้ำมัน ลดพลังงานพันธะของโมเลกุล ทำให้ความหนาแน่นและความถ่วงจำเพาะลดลง ความหนืดลดลง ทำให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์มีความสมบูรณ์มากขึ้น ช่วยประหยัดการใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงลงได้ 7-22% โดยขึ้นอยู่กับสภาพการใช้งาน และเพิ่มประสิทธิภาพการเผาไหม้ในเครื่องยนต์ทำให้สามารถทำอัตราเร่งได้ดีขึ้น เครื่องยนต์เดินเรียบไม่สะดุด และช่วยลดควันดำลงประมาณ 35% โดยใช้เน้นเจาะตลาดล่าง เนื่องจากมีราคาไม่สูงมากนัก สามารถติดตั้งได้โดยง่าย และมีสินค้าที่หลากหลายขนาดที่สามารถใช้ได้กับรถกระบะ รถบรรทุก รถตู้ และรถบัส

#### ❖ R-Tech

อุปกรณ์ปรับสภาพน้ำมัน โดยใช้หลักการเพิ่มอุณหภูมิให้แก่ น้ำมันดีเซลซึ่งจะทำให้เนื้อของ น้ำมันดีเซลใสขึ้น ซึ่งมีผลดีในการฉีดผ่านหัวฉีด ซึ่งจะเป็นละอองที่ละเอียดมากกว่าก่อนที่จะผ่านการเพิ่มอุณหภูมิ โดยสามารถควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมได้ โดยอาศัยความร้อนจากแหล่งกำเนิดพลังงาน 2 แหล่งด้วยกัน คือ Heater ไฟฟ้า และน้ำมันไหลกลับจากแม่ปั๊ม สามารถใช้ได้กับทั้งเครื่องยนต์ดีเซลธรรมดา และเครื่องที่ใช้ก๊าซ LPG และ NGV โดยสามารถประหยัดน้ำมัน 10 - 20% และลดควันดำลงประมาณ 40 - 60% โดยใช้เจาะตลาดบนที่ต้องการสินค้าคุณภาพสูงกว่า Diesel Economizer และลูกค้าที่ต้องการติดร่วมกับอุปกรณ์ก๊าซ LPG

### 6.1.2 การทดสอบและควบคุมคุณภาพสินค้าที่จะจำหน่าย (Product Quality Control)

กระบวนการในการทดสอบสินค้า โดยก่อนที่บริษัทจะนำสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเข้ามาจำหน่ายที่ร้าน บริษัทจะทำการนำสินค้าของผู้ผลิตรายต่างๆ เข้ามาทดสอบการใช้งานจริงกับรถของ บริษัทก่อน เพื่อพิสูจน์ประสิทธิภาพในการประหยัดน้ำมันจริงของสินค้าในสภาวะการทำงานรูปแบบต่างๆ เป็นเวลาอย่างน้อย 3 เดือน ก่อนที่จะนำเข้ามาจำหน่ายที่ร้าน โดยจะมีการนำข้อมูลผลการทดสอบที่ได้ รวมไปถึงข้อจำกัดต่างๆ ของสินค้าแจ้งกับลูกค้าก่อนการติดตั้งทุกครั้ง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยไม่มีการโฆษณาเกินจริง ซึ่งหากลูกค้านำไปใช้แล้วไม่ได้ผลตามนั้นอาจจะส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของร้านได้

นอกจากนี้บริษัทจะมีการทำ QC สินค้าทุกชิ้นก่อนที่จะรับเข้าโกดังสินค้าของร้าน โดยสินค้าทุกชิ้นจะต้องอยู่ในสภาพที่พร้อมการใช้งาน ไม่มีการเปลี่ยนแปลงสภาพของรูปทรงสินค้าซึ่งอาจทำให้สินค้าไม่สามารถทำงานได้ รวมไปถึงการตรวจ Serial Number และจัดทำระบบ Bar Code สินค้าทุกชิ้น เพื่อให้ทราบถึงแหล่งที่มาของสินค้าแต่ละชิ้น ข้อมูลการนำเข้า ขายออก และระยะเวลาในการเก็บสินค้าตามหลักบัญชี ที่สามารถทำ Claim กับทางผู้ผลิตได้ทันทีเมื่อสินค้ามีปัญหา หรือลูกค้าเข้ามา Claim กับทางร้าน

### 6.1.3 การฝึกอบรมพนักงานขาย และพนักงานบริการ (Employee Training & Development)

#### ❖ ทักษะทางเทคนิค (Technical Skill)

การฝึกอบรมความรู้และทักษะทางด้านเทคนิคของสินค้าแต่ละชนิดให้กับพนักงานขาย, ช่างยนต์ และพนักงานติดตั้ง ในเรื่องความรู้อย่างละเอียดทั้งในเรื่องของหลักการทำงานของอุปกรณ์ เทคนิคการติดตั้ง การทดสอบสินค้า ตลอดจนการซ่อมบำรุงเมื่อมีการทำงานขัดข้องนั้น โดยบริษัทจะมีการเชิญเจ้าหน้าที่จากผู้ผลิตสินค้าเข้ามาอบรม หรือจัดส่งพนักงานไปทำการฝึกอบรมกับบริษัทผู้คิดค้นและผลิตสินค้าโดยตรงเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและไม่เกิดปัญหาในการติดตั้งสินค้า เกิดการพัฒนาทักษะจนสามารถนำมาปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพให้กับลูกค้า นอกจากนี้บริษัทจะจัดให้มีการทดสอบความรู้และทักษะต่างๆที่จำเป็นใน

การทำงานหลังจากผ่านการฝึกอบรมแล้ว เพื่อให้มั่นใจได้ว่าพนักงานมีความรู้และทักษะที่ถูกต้องและเพียงพอ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ได้

❖ **ทักษะการทำงานเป็นทีมและการทำงานที่ยืดหยุ่น (Teamwork Skill& Flexibility Skills)**

การพัฒนาให้พนักงานสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งฝ่ายชาย ฝ่ายช่างเทคนิคและพนักงานติดตั้ง ที่จะต้องสามารถทำงานเบี่ยงต้นแทนกันได้ในกรณีเร่งด่วน เช่น ฝ่ายช่างเทคนิค พนักงานติดตั้งและพนักงานต้อนรับจะต้องให้ข้อมูลสินค้า และคำแนะนำสินค้าเบี่ยงต้นให้กับลูกค้าได้

❖ **การพัฒนาความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement)**

การกำหนดนโยบายที่ให้เจ้าหน้าที่เทคนิคของบริษัทหรือพนักงานใดๆ ของบริษัทที่มีการส่งไปอบรมกับผู้ผลิตโดยตรง จะต้องมีการถ่ายโอนความรู้ความสามารถให้กับพนักงานคนอื่นๆ ด้วยเพื่อให้สามารถทำงานแทนตนได้ในกรณีที่ไม่มีอยู่ และหากพนักงานติดตั้งคนใดที่มีศักยภาพที่เพียงพอบริษัทก็จะมี การส่งไปอบรมทางด้านเครื่องยนต์เพิ่มเติม เพิ่มทำการพัฒนาให้สามารถเป็นช่างยนต์ประจำบริษัทต่อไปได้ในอนาคต เพื่อทดแทนพนักงานเดิมที่ออกไป หรือการส่งไปทำงานในสาขาอื่นๆ ของบริษัท

นอกจากนี้บริษัทยังจะมีการให้ทุนสนับสนุนกับช่างเทคนิคของบริษัทในการที่จะวิจัยพัฒนาสินค้าอุปกรณ์ประหยัดพลังงานของบริษัทขึ้นมาเอง โดยอาศัยพื้นฐานความรู้จากสินค้าที่มีอยู่เพื่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอนาคตให้กับองค์กร

#### 6.1.4 การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

ใช้ระบบการบริหารสินค้าคงคลัง โดยบริษัทจะทำการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตแต่ละรายเดือนละ 1 ครั้ง โดยสั่งตามยอดขายที่วางไว้ในแต่ละเดือนที่มีการวางแผนการการซื้อสินค้านี้ร่วมกับผู้ผลิตสินค้า เพื่อให้บริษัทมีสินค้าเพียงพอต่อการจำหน่ายในแต่ละเดือน และบริษัทสั่งสินค้าจำนวนมากพอที่จะได้รับส่วนลดการค้า นอกจากนี้บริษัทมีเป้าหมายให้สินค้าในสต็อกสินค้าต้องมีอายุไม่เกินกว่า

1 เดือน เพื่อลดต้นทุน และความเสี่ยงจากการมีสินค้าคงคลังเป็นจำนวนมากที่อาจจะมึผลกระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัท

แต่อย่างไรก็ตามหากสินค้าของบริษัทไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายในช่วงเวลานั้น บริษัทก็จะสั่งซื้อเพิ่มเป็นรายครั้งไป เพื่อให้สามารถตอบสนองของความต้องการของลูกค้าได้ในทันที ถึงแม้จะมีต้นทุนที่สูงขึ้นก็ตาม

#### 6.1.5 การให้บริการขายและติดตั้งสินค้า (Sales & Service)

บริษัทจะมีการกำหนดนโยบายการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากทางร้านโดยอาศัยหลัก Customer Focus ดังนี้

##### ❖ Time & Timeliness

การกำหนดเวลาในการติดตั้งสินค้า Pro-R ที่ไม่เกิน 30 นาที และสินค้า R-Tech ที่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง (ไม่รวมการตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์) เพื่อลดเวลาในการรอของลูกค้า และสามารถให้บริการกับลูกค้าใหม่ที่เข้ามาขอได้เร็วขึ้น

##### ❖ Completeness & Accuracy

การให้บริการตรวจสอบสภาพรถยนต์ และเครื่องยนต์เบื้องต้นเพื่อสามารถให้คำแนะนำเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับรถของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมตามที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงการให้คำแนะนำการใช้งาน และดูแลรักษาสินค้าเบื้องต้นที่ถูกต้องกับลูกค้า เนื่องจากสินค้าอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันจะสามารถแสดงประสิทธิภาพได้ดีในกรณีที่ผู้ขับขี่ใช้งานตามมาตรฐานของสินค้าที่กำหนดเท่านั้น เช่น การขับรถที่ความเร็วคงที่เป็นระยะเวลาหนึ่ง, การที่ไม่ขับรถกระชากเครื่อง รวมทั้งการบำรุงรักษาเครื่องยนต์รถไปพร้อมๆ กันด้วย เพื่อป้องกันปัญหาที่ลูกค้าติดตั้งแล้วไม่สามารถใช้งานได้จริงตามที่ให้ข้อมูลไว้ก่อนการขาย

ทั้งนี้บริษัทจะมีการติดตั้งอุปกรณ์ทดสอบการประหยัดน้ำมันกับรถยนต์ของลูกค้า และนำรถลูกค้าออกไปวิ่งทดสอบก่อนและหลังการติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันของบริษัท เพื่อทดสอบความสามารถในการประหยัดน้ำมันที่แท้จริงของสินค้าว่าสามารถประหยัดได้จริงตามที่กำหนดไว้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าทุกครั้ง

#### ❖ Consistency

การกำหนดมาตรฐานการให้บริการของพนักงานทุกหน่วยงาน ทั้งพนักงานต้อนรับ พนักงานขาย พนักงานติดตั้ง และบำรุงรักษาสินค้าต้องทำตามนโยบาย และระเบียบขั้นตอนการทำงานของ บริษัทที่สม่ำเสมอกับลูกค้าทุกรายอย่างเคร่งครัด เพื่อควบคุมคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าแต่ละรายได้เช่นเดียวกัน

#### ❖ Courtesy

การดูแลเอาใจใส่จากพนักงานอย่างใกล้ชิดทั้งจากพนักงานต้อนรับ พนักงานขาย และพนักงานติดตั้งในการสอบถามข้อมูลความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาในร้าน ลูกค้าที่โทรศัพท์เข้ามา หรือลูกค้าที่เข้ามาทาง Web site ของบริษัท ในการให้ข้อมูลสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการอย่างละเอียด พร้อมให้ลูกค้าสามารถเข้ามาทดสอบประสิทธิภาพของสินค้าได้ตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าได้พิจารณาอย่างละเอียดก่อนทำการตัดสินใจ โดยไม่มุ่งเน้นการปิดการขายกับลูกค้าเกินไป

#### ❖ Responsiveness

การตอบสนอง และรับผิดชอบต่อปัญหาที่เกิดขึ้นจากความบกพร่องของสินค้า หรือการติดตั้งกับลูกค้าอย่างเต็มที่ ด้วยนโยบายคืนเงินทันทีหากสินค้าไม่สามารถใช้งานได้จริงตามที่ประกาศไว้ภายใน 3 เดือน หรือหากสินค้ามีปัญหา บริษัทก็จะยินดีเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้ทันทีภายในระยะเวลาประกัน 1 ปี

#### ❖ Demand Management

ทั้งนี้ในกรณีที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากเกินกว่าที่เจ้าหน้าที่ของทางร้านจะให้บริการได้ทัน บริษัทจะใช้กลยุทธ์แบบ Chase Demand Capacity โดยแจ้งพนักงานติดตั้งชั่วคราวที่

บริษัทเคยอบรมหรือใช้งานแล้วเข้ามาช่วยเหลือเป็นบางครั้ง จ้างพนักงานให้ทำงาน Overtime ช่วงเวลากลางคืนเพื่อที่สามารถให้บริการลูกค้าได้เสร็จภายใน 1 วัน แต่อย่างไรก็ตามบริษัทจะมีการ manage Demand ให้อยู่ในสภาวะคงที่ด้วยการให้ลูกค้ามีการโทรเข้ามานัดวันเวลาการติดตั้งล่วงหน้า ก่อน ซึ่งจะได้รับค่าบริการในราคาต่ำกว่าลูกค้าที่ Walk-In เข้ามาปกติ เพื่อให้การควบคุมการ ให้บริการลูกค้าสามารถทำได้ง่ายขึ้น และยังเป็น การช่วย Stock Demand ไปได้ในระดับหนึ่ง

#### 6.1.6 การบริการหลังการขาย (After Sales Service)

##### ❖ Customer Satisfaction Survey

เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการของศูนย์บริการ G-SAVE แล้ว หลังจากติดตั้ง 7 วัน และ 1 เดือน พนักงานฝ่ายขายจะโทรติดต่อลูกค้าเพื่อสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับการใช้สินค้า และคำแนะนำติชมต่างๆ โดยผู้บริหารของศูนย์ฯจะมีการพิจารณาบททวนข้อมูลดังกล่าว ทุกเดือน เพื่อพิจารณาปรับปรุงการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและทันที่

##### ❖ Maintenance Time Reminder

บริษัทจะมีบริการส่ง SMS หรือ E-Mail แจ้งไปยังลูกค้า เมื่อครบกำหนดระยะเวลาตรวจเช็คสภาพและบำรุงรักษาทุก 1 ปี หลังการติดตั้ง เพื่อเตือนให้ลูกค้านำรถมาตรวจเช็คและบำรุงรักษา อุปกรณ์ที่ศูนย์ฯ ได้ฟรีเป็นเวลา 2 ปี เพื่อลดทำความสะอาดสินค้า ตรวจเช็คความเสียหายของสินค้า และการติดตั้ง เพื่อให้สินค้าสามารถทำงานได้เต็มประสิทธิภาพต่อไปได้

## 6.2 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งและรูปแบบร้านค้า

### 6.2.1 วิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง

การเลือกทำเลที่ตั้งของร้าน G-SAVE สาขาแรกนั้น จะเปิดที่เขตบางบอน โดยบริษัทจะทำการเช่าอาคารพาณิชย์ขนาดประมาณ 3 คูหา เพื่อทำการปรับปรุงและตกแต่งเป็นศูนย์บริการที่มีความทันสมัย สะดุดตา มีบรรยากาศที่ดีมีขนาดกว้างขวางเพียงพอที่จะรองรับความต้องการเข้าใช้บริการ

ของลูกค้าได้ในทุกๆ ช่วงเวลา รวมไปถึงเป็นเขตที่อยู่บริเวณชานเมืองกรุงเทพฯ ทำให้มีราคาค่าเช่าที่ต่ำกว่าที่จะเข้าไปตั้งร้านอยู่ย่านใจกลางเมืองมาก

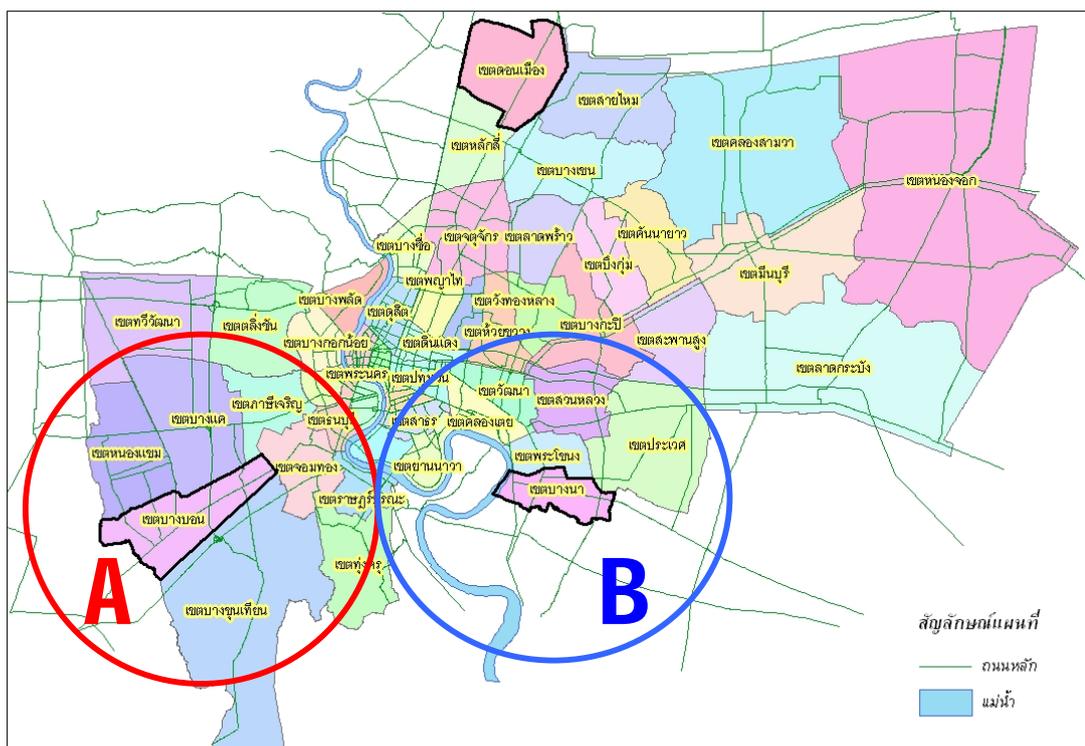


สาเหตุที่บริษัทเลือกตั้งร้านบริเวณเขตบางบอน เนื่องจากเป็นโซนกรุงเทพฯ ตะวันตก ซึ่งมีโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัท ตั้งอยู่หนาแน่นเป็นอันดับหนึ่ง และยังสามารถขยายขอบเขตการขายไปยังจังหวัดใกล้เคียงอย่างนครปฐมและสมุทรสาครซึ่งมีจำนวนโรงงานอยู่หนาแน่นเช่นกัน ดังข้อมูลในตาราง 6-2 และตาราง 6-3 นอกจากนี้ บริเวณดังกล่าวยังอยู่ใกล้บริเวณเส้นทางหลัก ได้แก่ ถนนเพชรเกษม และถนนพระรามสอง (ธนบุรี-ปากท่อ) ที่ใช้ในการคมนาคมขนส่งระหว่างกรุงเทพฯ กับจังหวัดทางตะวันตกและทางภาคใต้ ซึ่งมีรถกระบะและรถบรรทุกต่างๆ บรรทุกสินค้าวิ่งผ่านเส้นทางดังกล่าวนี้เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการนำรถมาใช้บริการที่ศูนย์ ดังภาพที่ 6-2

อย่างไรก็ตามบริษัทมีแผนที่จะเปิดสาขาที่ 2 ภายใน 5 ปีนั้น เกณฑ์การเลือกทำเลก็จะใช้แนวทางเดียวกับสาขาแรก โดยจะไปตั้งอยู่ที่เขตบางนาซึ่งอยู่ในโซนกรุงเทพฯ ตะวันออก มีโรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่หนาแน่นรองลงมา และสามารถขยายกลุ่มลูกค้าในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีซึ่งมีจำนวนโรงงานตั้งอยู่อย่างหนาแน่นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ บริเวณดังกล่าวยังอยู่ใกล้บริเวณถนนสุขุมวิท ซึ่งเป็นเส้นทางหลักที่ใช้ในการขนส่งระหว่างกรุงเทพฯ กับจังหวัดทางตะวันออก มีรถกระบะและรถบรรทุกต่างๆ บรรทุกสินค้าวิ่งผ่านเส้นทางดังกล่าวนี้เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการนำรถมาใช้บริการที่ศูนย์เช่นกัน ดังภาพที่ 6-2

ในอนาคตหากบริษัทต้องการเปิดสาขาที่ 3 เพิ่มอีก ก็อาจจะใช้เกณฑ์การเลือกทำเล เช่นเดียวกันนี้ โดยอาจพิจารณาตั้งศูนย์ในบริเวณเขตดอนเมืองหรืออำเภอรังสิต ปทุมธานี ซึ่งอยู่ในโซนกรุงเทพฯเหนือ สามารถขยายกลุ่มลูกค้าไปยังจังหวัดปทุมธานี อยุธยาและสระบุรี ซึ่งมีจำนวนโรงงานตั้งอยู่อย่างหนาแน่นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ บริเวณดังกล่าวยังอยู่ใกล้บริเวณถนนพหลโยธิน ซึ่งเป็นเส้นทางหลักที่ใช้ในการขนส่งระหว่างกรุงเทพฯกับจังหวัดทางภาคเหนือและภาคอีสาน มีรถกระบะและรถบรรทุกต่างๆบรรทุกสินค้าวิ่งผ่านเส้นทางดังกล่าวนี้เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดความสะดวกในการนำรถมาใช้บริการที่ศูนย์เช่นกัน

ภาพที่ 6-2 แสดงแผนที่โซนการบริการหลักของร้าน G-SAVE



ตารางที่ 6-1 แสดงจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมในกรุงเทพฯ

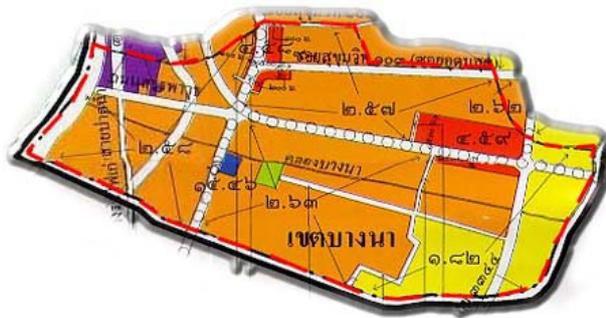
จังหวัด	เขต	จำนวนโรงงาน
กรุงเทพฯ(ตะวันตก)	บางขุนเทียน	1582
กรุงเทพฯ(ตะวันตก)	บางบอน	1266
กรุงเทพฯ(ตะวันตก)	จอมทอง	1251

จังหวัด	เขต	จำนวนโรงงาน
กรุงเทพมหานคร	ทุ่งครุ	677
กรุงเทพมหานคร	ภาษีเจริญ	646
กรุงเทพมหานคร	บางแค	674
กรุงเทพมหานคร	หนองแขม	489
กรุงเทพมหานคร	ทวีวัฒนา	56
กรุงเทพมหานคร	ตลิ่งชัน	99
กรุงเทพมหานคร	คลองสาน	482
กรุงเทพมหานคร	บางกอกน้อย	255
กรุงเทพมหานคร	บางกอกใหญ่	424
กรุงเทพมหานคร	ธนบุรี	586
กรุงเทพมหานคร	คลองเตย	465
กรุงเทพมหานคร	บางนา	363
กรุงเทพมหานคร	พระโขนง	321
กรุงเทพมหานคร	สวนหลวง	418
กรุงเทพมหานคร	ประเวศ	485
กรุงเทพมหานคร	สะพานสูง	79
กรุงเทพมหานคร	ลาดกระบัง	411
กรุงเทพมหานคร	มีนบุรี	263
กรุงเทพมหานคร	บางกะปิ	275
กรุงเทพมหานคร	วังทองหลาง	266
กรุงเทพมหานคร	หนองจอก	172
กรุงเทพมหานคร	ดินแดง	192
กรุงเทพมหานคร	บางซื่อ	412
กรุงเทพมหานคร	จตุจักร	309
กรุงเทพมหานคร	ลาดพร้าว	216
กรุงเทพมหานคร	บึงกุ่ม	230
กรุงเทพมหานคร	คันนายาว	143
กรุงเทพมหานคร	คลองสามวา	100
กรุงเทพมหานคร	บางเขน	229
กรุงเทพมหานคร	หลักสี่	119
กรุงเทพมหานคร	ดอนเมือง	84
กรุงเทพมหานคร	สายไหม	114



ภาพที่ 6-4 แสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินในเขตบางนา

### ผังรายเขตบางนา



### สัญลักษณ์

- ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย
- ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง
- ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก
- ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม
- ที่ดินประเภทอุตสาหกรรมและคลังสินค้า
- ที่ดินประเภทคลังสินค้า
- ที่ดินประเภทอุตสาหกรรมเฉพาะกิจ
- ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม
- ที่ดินประเภทที่โล่งเพื่อันทนาการและการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- ที่ดินประเภทสวนการศึกษา
- ที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม
- ที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรม ๒๒
- ที่ดินประเภทสวนสาธารณะ
- ที่ดินประเภทสวนราชการ
- สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

### 6.2.2 รูปแบบร้าน

ลักษณะของร้าน G-SAVE จะเน้นการตกแต่งร้านให้ดูโล่ง ปลอดโปร่ง ดูทันสมัยกว่าคู่แข่งอื่นทั่วไปเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และน่าสนใจของร้านค้า ในลักษณะใกล้เคียงกับร้าน B-Quick โดยมีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ภายในเป็นบริเวณรับรถ บริเวณติดตั้ง ส่วนต้อนรับลูกค้าและห้องพักรถลูกค้า ระหว่างรอการติดตั้งแยกจากกันเพื่อความสะดวก รวดเร็วในการทำงาน มีความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้ารู้สึกอยากเข้ามาติดต่อสอบถามข้อมูล และใช้บริการของทางร้าน ในขณะที่ส่วนสำนักงาน ห้องประชุม และโกดังสินค้าจะจัดให้อยู่ที่ชั้น 2 ของอาคาร

ภาพที่ 6-5 แสดงรูปแบบของร้าน G-SAVE



### 6.2.3 แผนผังร้าน

การวางผังของร้านค้าจะมีการวางแผนการใช้ประโยชน์จากพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยพิจารณาพื้นที่ตามชั้นตอนและลำดับการใช้งาน ซึ่งสามารถแบ่งพื้นที่ใช้สอยออกเป็นสองส่วนดังนี้

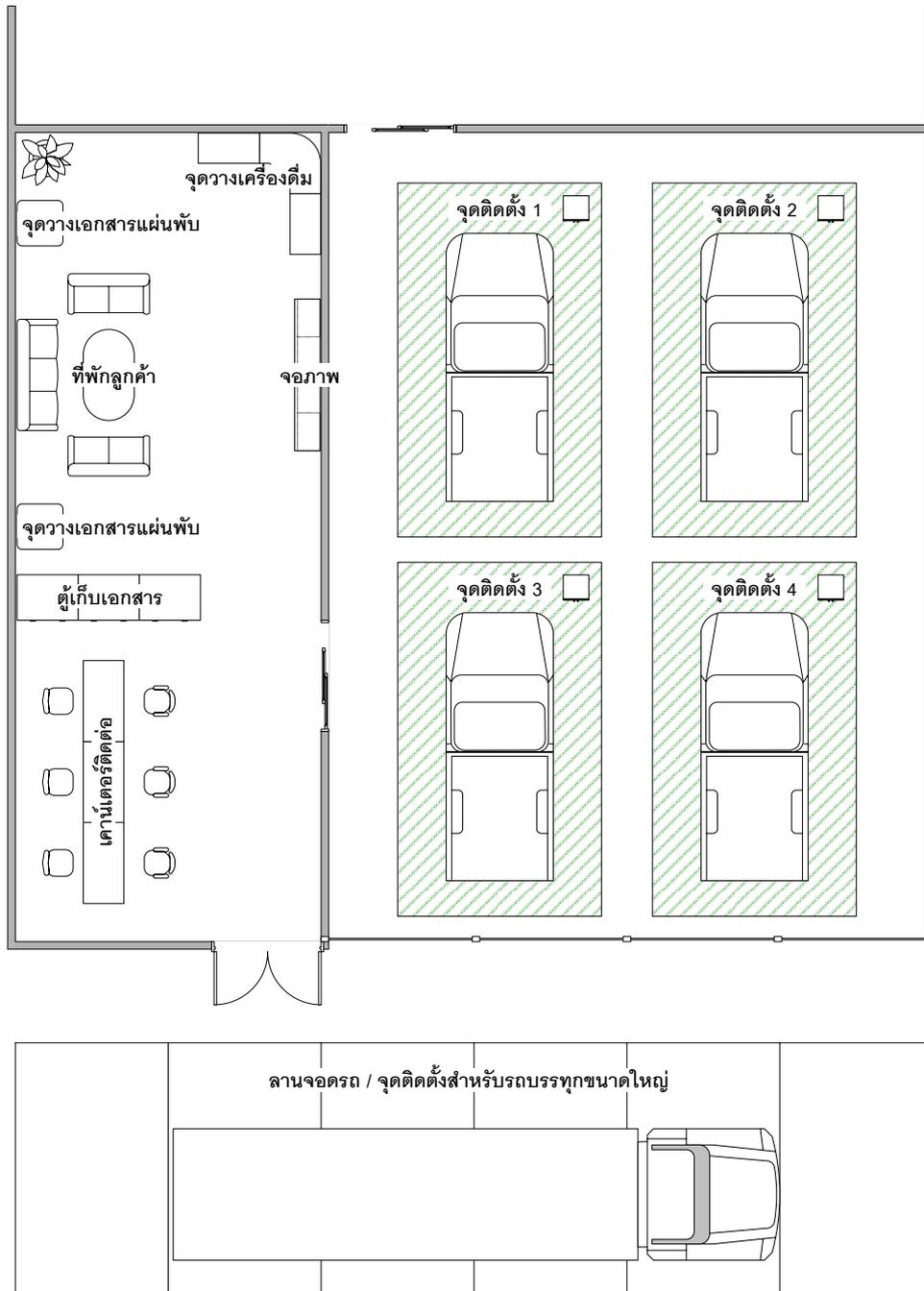
#### ❖ พื้นที่ติดต่อและบริการลูกค้า

- ส่วนเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ที่ติดต่อกับลูกค้าเบื้องต้น ก่อนจะมีเจ้าหน้าที่ขายเข้ามาให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้าโดยละเอียด พร้อมให้ลูกค้าสามารถชม VDO Presentation ของสินค้า
- ส่วนนั่งรอของลูกค้าระหว่างการติดตั้งสินค้าซึ่งเป็นเก้าอี้โซฟา

#### ❖ พื้นที่บริการติดตั้งอุปกรณ์

- พื้นที่จอดรถหน้าร้านริมถนนสำหรับลูกค้าที่เข้ามาติดต่อก่อนเข้าใช้บริการติดตั้งของทางร้านที่สามารถจอดรถกระบะได้ 6 คัน และเป็นพื้นที่สำหรับติดตั้งอุปกรณ์กับรถบรรทุก
- พื้นที่บริการติดตั้งอุปกรณ์และตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์เบื้องต้นภายในอาคาร สามารถรองรับรถกระบะ หรือรถตู้เพื่อทำการติดตั้งได้จำนวน 4 คัน

ภาพที่ 6-6 แสดงแผนผังภายในร้าน G-SAVE



### 6.3 การออกแบบระบบการดำเนินงาน

#### ขั้นตอนแผนการบริการ (Process Operation Plan)

ทุกๆขั้นตอนของศูนย์บริการ G-SAVE นั้น ลูกค้าจะต้องรู้สึกได้รับคุณค่าจากการให้บริการของศูนย์บริการ เริ่มต้นตั้งแต่ลูกค้านำรถเข้ามาในศูนย์บริการ การต้อนรับลูกค้าของพนักงานต้อนรับ การรับรองลูกค้าในส่วนของส่วนรับรอง คุณภาพของงานหลังจากการบริการเสร็จ การตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งรถคืนให้ลูกค้า การส่งมอบรถคืนให้กับลูกค้า การนัดหมายลูกค้าในการเข้ารับบริการครั้งต่อไป ซึ่งสามารถแสดงได้ในภาพที่ 6-7

ภาพที่ 6-7 แผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการของศูนย์บริการ G-SAVE



โดยในแต่ละขั้นตอนการให้บริการของศูนย์บริการ G-SAVE นั้น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1. การรับนัดหมายเวลาและการบริการทางโทรศัพท์และเว็บไซต์

เจ้าหน้าที่ต้อนรับหน้าร้าน/รับโทรศัพท์ ซึ่งจะได้รับการอบรมมาอย่างดีเกี่ยวกับรายละเอียดการบริการของศูนย์บริการ จะทำการทักทายลูกค้าและสอบถามข้อมูลของลูกค้า ประเภท ยี่ห้อ รุ่น และทะเบียนรถยนต์ เพื่อตรวจสอบกับข้อมูลเก็บไว้ในฐานข้อมูล หากเป็นลูกค้าที่เคยมาใช้บริการแล้ว แต่หากเป็นลูกค้าใหม่ก็จะบันทึกลงในฐานข้อมูล หลังจากนั้นจะสอบถามปัญหาและความต้องการของลูกค้า เวลาที่จะเข้ารับบริการ หลังจากนั้นจึงเสนองานบริการที่เหมาะสม รวมทั้งรายการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ต่างๆ อย่างละเอียด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในงานบริการ และบันทึกรายการจองในระบบ ประเมินค่าใช้จ่าย รวมทั้งประมาณระยะเวลาที่ใช้ในการบริการ แล้วจึงทำการยืนยันการจองและแจ้งข้อมูลต่างๆ ให้ลูกค้าทราบอย่างครบถ้วน

### 2. การรับรถ

เมื่อลูกค้าขับรถเข้ามาใช้บริการในศูนย์บริการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับจะต้องทำการตรวจสอบข้อมูลจากระบบทันที ว่าเป็นลูกค้าที่ได้มีการนัดหมายล่วงหน้าไว้หรือไม่ ถ้ามีการนัดหมายล่วงหน้าไว้แล้ว เจ้าหน้าที่จะต้องส่งพิมพ์รายการนัดหมายออกมา ก่อนจะทำการทบทวนปัญหา ความต้องการ และบริการต่างๆ ที่ลูกค้าได้แจ้งไว้ เพื่อให้ลูกค้าได้ยืนยันอีกครั้ง แต่หากลูกค้าไม่ได้ทำการนัดหมายล่วงหน้า เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับจะสอบถามความต้องการของลูกค้าก่อนที่จะตรวจสอบสภาพของรถทั้งภายในและภายนอก พร้อมทั้งให้คำแนะนำเกี่ยวกับบริการที่เหมาะสม รวมทั้งประเมินค่าใช้จ่ายและระยะเวลาที่ใช้ในการบริการ เช่นเดียวกันกับการรับจองทางโทรศัพท์นั่นเอง

### 3. สรุปคำสั่งงานบริการและจ่ายงาน

เมื่อลูกค้าเลือกบริการที่ต้องการได้แล้ว เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับจะต้องบันทึกผลการตรวจสอบสภาพรถและงานบริการที่ลูกค้าเลือกลงในใบสั่งงานซึ่งระบุหมายเลขของงานบริการไว้ด้วย จากนั้นจะระบุระยะเวลาที่ต้องใช้และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดก่อนออกใบสั่งงานและบันทึกสภาพรถจำนวน 2 ชุด สำหรับฝ่ายบริการและลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าผลงานของการบริการจะตรงกับที่ตนเองเลือก สามารถทราบค่าใช้จ่ายทั้งหมดได้ก่อนได้ และทราบเวลาการรอคอย

#### 4. การตรวจสอบสภาพรถของฝ่ายบริการ

เมื่อฝ่ายบริการได้รับรถและใบสั่งงานจากฝ่ายต้อนรับแล้ว ฝ่ายบริการจะต้องทำการตรวจสอบสภาพรถโดยละเอียดอีกครั้ง ถ้ามีจุดแตกต่างจากที่ฝ่ายต้อนรับได้บันทึกไว้ เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการจะต้องแจ้งกลับให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับทราบในทันที พร้อมทั้งหากเห็นว่าสภาพรถยนต์ควรได้รับการบริการอื่นๆเสริม ก็ควรจะให้คำแนะนำลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารับทราบ และตัดสินใจว่าจะใช้บริการอื่นเพิ่มเติมหรือไม่

#### 5. การให้บริการ

เมื่อตรวจสอบสภาพรถยนต์อย่างละเอียดแล้ว เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการจะนำรถเข้าสู่กระบวนการบริการ โดยในกรณีที่ยังไม่สามารถให้บริการได้ทันที เจ้าหน้าที่จะนำรถยนต์ไปจอดรอรับบริการตามพื้นที่จอดต่างๆ และนำรถเข้าสู่กระบวนการให้บริการทันทีที่มีพื้นที่ในส่วนของให้บริการว่าง โดยการให้บริการของฝ่ายบริการนั้นจะแยกออกเป็นส่วนๆ ไม่มีการปะปนกัน พนักงานทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมเป็นอย่างดี ทั้งในด้านคุณภาพของการให้บริการ และระยะเวลามาตรฐานในแต่ละขั้นตอน รวมทั้งต้องใส่ใจในรายละเอียด แม้จะเป็นเพียงส่วนเล็กน้อยก็ตาม โดยภายหลังจากให้บริการเสร็จก็จะเคลื่อนรถไปยังพื้นที่รับรถ เพื่อเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบคุณภาพต่อไป

#### 6. การตรวจสอบคุณภาพ

เมื่อเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการทำงานตามขั้นตอนมาตรฐานคุณภาพเรียบร้อยแล้ว จะเข้าสู่ขั้นตอนของการตรวจสอบคุณภาพ โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการจะส่งเอกสารใบบันทึกงานให้แก่เจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพ หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพจะทำการตรวจสอบผลงานว่าได้มาตรฐานหรือไม่ ถ้าไม่ได้มาตรฐานก็ต้องมีการแก้ไขงานจนกระทั่งได้มาตรฐาน หลังจากนั้นจะต้องบันทึกผลการตรวจสอบลงในใบบันทึกงานบริการ

#### 7. การตรวจรับงาน

ภายหลังจากตรวจสอบคุณภาพเสร็จเรียบร้อยแล้ว เจ้าหน้าที่ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ จะแจ้งไปยังฝ่ายต้อนรับเพื่อให้ลูกค้ารับทราบว่าได้ให้บริการเรียบร้อยแล้ว พร้อมทั้งนำลูกค้าไปยังรถเพื่อตรวจรับงานบริการด้วยตัวเองอีกครั้งว่าพอใจในคุณภาพการให้บริการหรือไม่ หากพบจุดบกพร่องก็จะรีบทำ

การแก้ไขทันที จนกระทั่งลูกค้าพอใจ หลังจากนั้นจึงให้คำแนะนำลูกค้าในการบำรุงและดูแลรักษา รถยนต์ ตลอดจนเวลาที่เหมาะสมในการเข้ารับบริการครั้งต่อไป

## 8. การชำระเงินและนัดหมายบริการครั้งต่อไป

หลังจากลูกค้าตรวจรับรถเสร็จสิ้น จะเป็นขั้นตอนการชำระเงิน โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับจะเตรียมใบเสร็จและใบนัดหมายสำหรับการเข้ารับบริการครั้งต่อไปของลูกค้า จากนั้นจะกล่าวคำขอบคุณพร้อมทั้งกล่าวสโลแกนของศูนย์บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและจดจำตราสินค้าของศูนย์บริการ G-SAVE ได้

## 9. การบันทึกข้อมูลลูกค้าลงฐานข้อมูล

ภายหลังจากลูกค้าออกจากศูนย์บริการเรียบร้อยแล้ว เจ้าหน้าที่จะทำการบันทึกข้อมูลทั้งหมด ตั้งแต่ชื่อลูกค้า รายละเอียดเกี่ยวกับรถยนต์ ประเภทของการบริการที่ลูกค้าเลือก รวมทั้งหากลูกค้าทำแบบสอบถามความพึงพอใจ ก็จะทำกรรวบรวมไว้ในฐานข้อมูลเพื่อปรับปรุงการให้บริการของศูนย์ ซึ่งเมื่อลูกค้ารายเดิมเข้ารับบริการอีกครั้ง เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับจะสามารถทักทายลูกค้าและแนะนำการให้บริการที่เหมาะสมในครั้งนั้นๆแก่ลูกค้าได้ทันที ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) และการบริหารประสบการณ์ให้กับลูกค้า (CEM) นั่นเอง