

# แนวทางการออกแบบศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและ นำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์

## Design Guidelines for one-stop car service centre support technology and 90s art.

โดย ชามี พาดายา

### บทคัดย่อ

จากสถานการณ์การจดทะเบียนรถยนต์ในประเทศไทยที่มีมากขึ้น พบว่าศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรแปรผกผันกับปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการดูแลรักษารถยนต์และกิจกรรมเกี่ยวกับรถยนต์ และเพื่อศึกษาแนวทางการจัดตั้งและออกแบบโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร เพื่อกำหนดกลยุทธ์ การสร้างศักยภาพในการแข่งขันของศูนย์บริการรถยนต์ครบวงจร โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลมาประกอบในการตัดสินใจแนวทางการจัดการวางผังในโครงการ โดยมีการนำข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการดูแลรักษาและกิจกรรมเกี่ยวกับรถยนต์ ที่มีผลต่อการจัดตั้งธุรกิจศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร การเงิน การตลาด และการจัดตั้งโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร โดยเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม ในเรื่องความต้องการในการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ครบวงจร จำนวน 112 ชุด ผลจากการเก็บข้อมูลพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความต้องการในการใช้ศูนย์บริการรถยนต์ครบวงจร เนื่องจากปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะดูแลรักษารถยนต์ของตัวเองมากขึ้น และมีความต้องการในการใช้สถานที่บริการรถยนต์แบบครบวงจรมากขึ้น โดยมีแนวทางในการเลือกพื้นที่ที่อยู่บริเวณกรุงเทพมหานครชั้นในและกรุงเทพมหานครชั้นนอก เนื่องจากการเดินทางที่มีความสะดวกในการเข้าถึงโครงการ และความเป็นไปได้ทางการเงินโดยมีค่าเช่าที่ดินและค่าก่อสร้างเป็นหลัก ดังนั้นถ้าจะทำให้คุ้มทุนได้โดยเร็วจำเป็นต้องพิจารณาเรื่องการเงินเป็นหลัก

คำสำคัญ: ศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร, กิจกรรมเกี่ยวกับรถยนต์, ดูแลรักษารถยนต์ของตัวเองมากขึ้น

### Abstract

Due to the increment of car registration in Thailand, we found that there is an inverse variation between the comprehensive service center and the increase of number of cars. The objective of this research is for learning the behavior of people who decide to use car maintenance services and the related activities. Moreover, in order to learn the way for establishing and desinging one-stop car service centre. This research contains both quantitative and qualitative researches in order to use these information to support the decision of the project layout by having the information of demography and behavior of how they choose a car service center. We use in-depth interview and questionnaire regarding 112 requirements when they use the services of complete car service center. As a result, we found the the target people want to use the service of the car service center. This is because, nowadays, many people tend to want their cars to be maintained, and the full-service car centers tend to be their choices increasingly. with guidelines for selecting areas in the area of inner Bangkok and outer Bangkok Due to the convenience of traveling to the project and financial feasibility with land rent and construction cost Therefore, if it is possible to make break-even , it is necessary to consider financial matters.

## 1. บทนำ

ปัจจุบันคนไทยดำเนินชีวิตประจำวันและดำเนินธุรกิจด้วยรถยนต์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีพของคนในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล และในต่างจังหวัด โดยยอดรวมของรถยนต์ที่จดทะเบียนรถยนต์ในประเทศไทยในปี 2564 มีจำนวนถึง 42,229,048 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2564) ถึงแม้ช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ประเทศไทยจะประสบกับภาวะทางด้านโรคระบาด COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจมากก็ตาม แต่อัตราการเพิ่มขึ้นของรถยนต์ในประเทศไทยยังคงมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี และยังมีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นตามเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวขึ้นอีกด้วย

จากการขยายตัวของปริมาณรถยนต์ประกอบกับปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ผู้ใช้รถยนต์ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาสภาพรถยนต์ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานอย่างถูกวิธี ทั้งภายในและภายนอก แม้กระทั่งสภาพของถนนในประเทศไทยที่ผู้ใช้รถยังต้องคำนึงถึง นั่นเต็มไปด้วยฝุ่นละออง หิน กรวด ดิน ทราย ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้บริการในศูนย์บริการรถยนต์ และวิธีการดำรงชีวิตของคนไทยที่ต้องการความเร่งรีบแข่งขันกันในแต่ละวัน จึงส่งผลให้ความต้องการธุรกิจศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรมีบทบาทสูงขึ้นเพื่อรองรับปริมาณความต้องการผู้ที่มาใช้บริการ

เนื่องจากชิ้นส่วนต่างๆ ของรถยนต์นั้นมีอายุในการใช้งานอย่างจำกัด เมื่อผ่านการใช้งานก็เริ่มหมดสภาพมีกลิ่นหรือของขึ้นส่วนภายในรถยนต์ ทำให้เจ้าของรถยนต์ต้องนำรถยนต์เข้ารับการตรวจสอบเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะเวลา หรือในบางครั้งรถยนต์เกิดปัญหาทำให้รถยนต์นั้นไม่สามารถใช้งานได้สมบูรณ์ ดังนั้นเจ้าของรถยนต์จึงจำเป็นต้องรักษาสภาพรถยนต์ให้สมบูรณ์พร้อมใช้งานอยู่เสมอ จึงทำให้เล็งเห็นถึงโอกาสในการประกอบธุรกิจประเภทศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร ซึ่งปัจจุบันธุรกิจประเภทนี้ในประเทศไทยนั้นยังมีไม่มากนัก โดยส่วนมากจะเป็นธุรกิจดูแลรักษาเครื่องยนต์เพียงอย่างเดียว ซึ่งธุรกิจนี้จะเกิดการเติบโตตามการขยายตัวของรถยนต์ที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นในธุรกิจประเภทนี้ รวมทั้งธุรกิจนี้ก็เป็นธุรกิจที่ต้องทำให้ลูกค้านั้นพึงพอใจในการบริการ โดยจะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า ซึ่งลูกค้าแต่ละคนนั้นมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการที่รู้ถึงความต้องการของลูกค้านั้น จะทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคนได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

ธุรกิจศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร เป็นการดำเนินการทางด้านบริการเกี่ยวกับการดูแลรักษาเครื่องยนต์ การรับฝากรถยนต์ และการตกแต่งรถยนต์ตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นที่ได้รับความนิยมในตอนนี้ ซึ่งได้ถูกพัฒนามาจากรูปแบบของการบริการดูแลรักษาเครื่องยนต์ทั่วไป ซึ่งไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบวงจรภายในที่เดียวได้ ในปัจจุบันผู้ประกอบการบางรายได้เล็งเห็นแนวทางที่จะตอบสนองลูกค้าในเรื่องของการบริการเกี่ยวกับการดูแลรักษาและตกแต่งรถยนต์ภายในที่เดียว การบำรุงรักษาและตกแต่งรถยนต์ในปัจจุบันนั้นถูกพัฒนาขึ้นโดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งอุปกรณ์ เครื่องมือ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลรักษาและตกแต่งรถยนต์ ลูกค้าสามารถทำกิจกรรมอย่างอื่นได้นอกจากการนั่งรอรถยนต์เพียงอย่างเดียว ซึ่งสามารถให้ความสะดวกสบายและสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ในปัจจุบันนั้นศูนย์บริการรถยนต์ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตมากขึ้น ผู้คนต้องออกไปใช้ชีวิตนอกบ้านมากขึ้น และยังคงต้องการความสะดวกสบายในการรับบริการเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร ซึ่งเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่เลือกใช้บริการดูแลรักษาเครื่องยนต์และกิจกรรมเกี่ยวกับรถยนต์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดตั้งและออกแบบโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร

### 3. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรในไทย ผู้วิจัยได้วางกรอบประเด็นต่างๆ ให้ได้ตามวัตถุประสงค์โดยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาโดยนำเสนอในหัวข้อดังนี้

1. ศูนย์บริการรถยนต์
2. ศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร
3. ศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์

#### ศูนย์บริการรถยนต์

ศูนย์บริการรถยนต์หรือคิกเซอร์วิส คือ เป็นที่รวมของช่างซ่อมรถยนต์ที่มีประสบการณ์ในแต่ละส่วน เช่น ช่างยางรถยนต์จะดูแลเกี่ยวกับยางรถยนต์ โดยจะทำหน้าที่เดียว เป็นต้น เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินลูกค้านำรถเข้ามาที่ศูนย์บริการรถยนต์ จะพบได้ว่าพนักงานแต่ตัวสุภาพ หรือในชื่อ CGR(Customer Relationship Guy) หรือพนักงานที่เป็นผู้ช่วยประสานงานลูกค้ากับศูนย์บริการรถยนต์ จะออกมาต้อนรับและสอบถามอาการหรือบริการรถยนต์ที่ต้องการเข้ารับ หลังจากนั้นจะมีการแนะนำแนวทางที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าโดยเป็นทางเลือกกว่าควรจะทำอย่างไร ซึ่งลูกค้าจะรู้สึกถึงความกดดันเพราะมีแนวทางในการแก้ปัญหาและบริการมากกว่าอยู่ซ่อมรถทั่วไป โดยในศูนย์บริการรถยนต์จะมีกิจกรรมต่างๆให้ลูกค้าทำระหว่างรอการให้บริการรถยนต์ รถยนต์จะถูกช่างซ่อมรถยนต์นำไปดูอาการที่เกิดเหมือนกับอยู่ซ่อมรถทั่วไป แต่การวิเคราะห์ของช่างจากศูนย์บริการรถยนต์ จะแม่นยำกว่าเนื่องจากมีเครื่องมือที่เหมาะสมในการซ่อมบำรุงในแต่ละด้าน(เชี่ยวชาญเฉพาะทาง) ดังนั้นสรุปได้ว่า

#### ศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร

ศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร คือ การเปลี่ยนจากศูนย์บริการรถยนต์ทั่วไปมาเป็นศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร นำเสนอความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ ยาง น้ำมันเครื่อง ช่างล่าง การบำรุงดูแลรักษา รถยนต์ เป็นต้น ได้รวบรวมแบรนด์ต่างๆจากทั่วโลกมาไว้ในที่เดียวกัน แล้วยังมีกิจกรรมอื่นๆให้ผู้ที่มาใช้บริการได้มาใช้ อย่างสะดวกสบาย ศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรจะต่างจากศูนย์บริการรถยนต์ทั่วไปโดยจะให้บริการต่างๆครบในที่เดียว ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการไม่ต้องกังวลในเรื่องบริการที่จะรองรับการให้บริการต่างๆที่ผู้ที่มาใช้บริการสะดวกสบาย

#### ศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์

ศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์ คือ ศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่จะมีการนำเสนอเทคโนโลยีต่างๆมาใช้ในการดูแลรักษา การตกแต่ง และการบริการต่างๆเกี่ยวกับรถยนต์ เช่น การทำสีรถยนต์โดยใช้เทคโนโลยีของเครื่องจักรและสีที่มีความแตกต่างจากที่อื่น เป็นต้น และยังมีนำศิลปะและวัฒนธรรมในช่วง ค.ศ.1990 มาประยุกต์กับตัวโครงการ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบต่างๆภายในโครงการ การนำรถยนต์ในช่วง ค.ศ.1990 มาจัดแสดง และยังมีส่วนของที่จัดงานศิลปะบนรถยนต์ ให้ผู้ที่มาใช้บริการได้ชม

#### 4.ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางและความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร ซึ่งใช้วิธีศึกษาแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

#### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางและความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร จากผู้บริโภคที่ใช้รถยนต์ที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 53 ปีขึ้นไป ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลดังกล่าวในช่วงระหว่าง เดือนตุลาคม พ.ศ.2564 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2564 และผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการจัดตั้งศูนย์บริการรถยนต์ครบวงจร

และจากการศึกษาข้อมูลจากกรณีศึกษาพบว่า โครงการส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายของโครงการเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตพื้นที่ที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาทางด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ และความเป็นไปได้ทางการเงินและการตลาด การศึกษาใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสุ่มกลุ่มประชากรการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งสิ้น 112 คน และการศึกษาเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 2 คน โดยศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่เลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์และกิจกรรมเกี่ยวกับรถยนต์ ได้แก่ บัณฑิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำรถยนต์มาใช้บริการในศูนย์บริการรถยนต์ครบวงจร บริการที่สนใจภายในศูนย์บริการรถยนต์ครบวงจร การมาใช้บริการในโครงการเกี่ยวกับศูนย์บริการรถยนต์ครบวงจร เป็นต้น

#### ศึกษาเปรียบเทียบจากกรณีศึกษา

ศึกษากรณีศึกษาจากโครงการศูนย์บริการรถยนต์ โดยมีแนวทางในการเลือกพื้นที่ที่อยู่บริเวณกรุงเทพมหานครชั้นในและกรุงเทพมหานครชั้นนอก เนื่องจากการเดินทางที่มีความสะดวกในการเข้าถึงโครงการ และการให้บริการภายในโครงการ

1. 25G Bangkok
2. Garage Edition
3. Infinite Motorsport

#### 5.ผลการศึกษา

##### 5.1 พฤติกรรมของผู้ที่เลือกใช้บริการดูแลรักษารถยนต์และกิจกรรมเกี่ยวกับรถยนต์

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสุ่มกลุ่มประชากรการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยอยู่ในช่วงอายุ 18 ถึง 22 ปี มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วงต่ำกว่า 20,000 บาท ต่อเดือน ทางด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Car Detailing มากที่สุด รองลงมาเป็น Hotel Car Service และ Meeting Car ตามลำดับ โดยส่วนมากจะมีรถเป็นของตัวเองและมีรถยนต์เป็นของตัวเองทั้งหมด 1 คันมากที่สุด รองลงมาอยู่ที่ 2 คัน และ 3 คัน ตามลำดับ กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในตัวโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์ โดยการมาใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์กลุ่มเป้าหมายเลือกที่จะมาใช้บริการ 2 คนมากที่สุด รองลงมาจะมาใช้บริการเพียงคนเดียว และมาใช้บริการ 3 คนขึ้นไปตามลำดับ บัณฑิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ



Car detailing	/	/	/
Meeting car	/		/
Car service	/		/
Cafe		/	/
Restaurant	/		
Partner	/	/	/

จากการศึกษาการให้บริการภายในโครงการจากกรณีศึกษา ทำให้ทราบถึงพื้นที่ที่สำคัญสำหรับการให้บริการของกรณีศึกษา และพื้นที่ที่เพิ่มเติมคือพื้นที่ของ Gallery เพื่อรองรับสำหรับการจัดแสดงผลงานของโครงการ โดยการใช้เทคโนโลยีและศิลปะในยุค 90 เข้ามาประยุกต์ ช่วยส่งเสริมในการขายการบริการภายในโครงการให้มากขึ้น

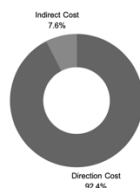
ตารางที่ 2 สรุปพื้นที่การให้บริการภายในโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์

พื้นที่การใช้งาน	กิจกรรม	ขนาด(ตร.ม.)
Gallery zone	Showroom Configuration room Lounge	785
Retail zone	Restaurant Café	1,463
Event zone	Event Meeting	273
Detailing zone	Storage Workshop Office Service	1,087
Hotel car service	Hotel Car Hotel Car(Detailing)	1,662

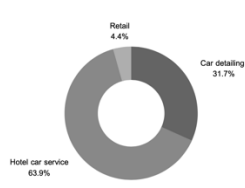
### 5.2.1.2 แนวทางการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

#### 1) สมมติฐานประกอบการลงทุน

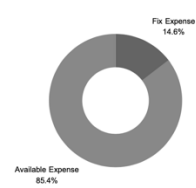
Total Cost 541.14 ล้านบาท



Revenue 241.37 ล้านบาท



Expense 8.74 ล้านบาท



## รูปที่ 2 สัดส่วนความเป็นไปได้ด้านการเงิน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินพบว่า โครงการมีที่ดินขนาด 1,608 ตารางวา ราคาที่ดิน 1,377,250 บาทต่อตารางวา คิดเป็น 2,203,000,000 บาท โดยจะเป็นการเช่าที่ดินทั้งหมด 30 ปี เพื่อลดค่าใช้จ่ายหลักให้ลดลง ค่าก่อสร้างอาคารทั้งหมดรวมประมาณ 541,141,398 บาท แบ่งเป็นค่าก่อสร้าง งานตกแต่งเพอร์นิเจอร์และงานระบบ 70,486,000 บาท และค่าดำเนินการต่าง ๆ เช่น ค่าขออนุญาตก่อสร้าง ค่างานออกแบบ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ รวม 41,011,214.67 บาท

รายได้โครงการทั้งหมดรวมประมาณ 241,375,200 บาท แบ่งเป็นค่าบริการภายในโครงการ 188,340,000 บาท พื้นที่เช่าภาพในโครงการ 26,131,200 บาท

ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากเงินลงทุน อาทิเช่น ค่าจ้างพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค รวมประมาณ 8,740,500 บาท

โดยผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน พบว่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) อยู่ที่ 19.00% และ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ระหว่าง 8 ปี

### 5.2.2 แนวทางการออกแบบโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร

สำหรับแนวทางการออกแบบโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และนำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา ความเป็นไปได้ของพื้นที่ภายในโครงการ บนที่ดินขนาด 1,608 ตารางวาสรุปพื้นที่ต่างๆได้ดังตารางที่ 2 และสามารถแบ่งเป็นพื้นที่การใช้งานภายในโครงการได้ ดังนี้ พื้นที่จัดแสดงผลงาน พื้นที่การบริการรถยนต์ พื้นที่ร้านอาหารและคาเฟ่ พื้นที่จัดงานอีเวนต์ พื้นที่รับฝากรถยนต์ และพื้นที่พบปะของกลุ่มคนที่ชื่นชอบรถยนต์ ใช้การออกแบบเน้นการให้เห็นถึงการบริการทั้งหมดภายในโครงการ

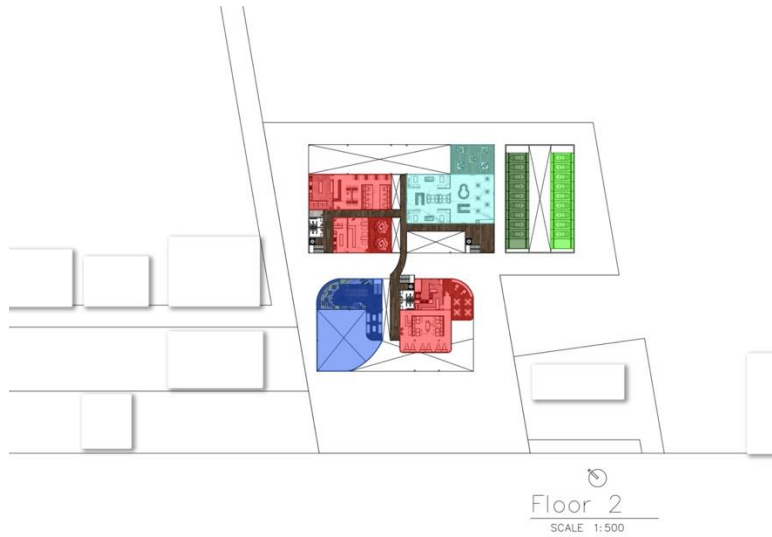
โดยบริเวณด้านหน้าโครงการติดกับถนนใหญ่เป็นพื้นที่ลานจอดรถของโครงการเพื่อความสะดวกต่อการเข้าออกโครงการ และสามารถปรับพื้นที่จัดงานต่างๆ ซึ่งสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่โครงการ

ในส่วนของอาคารด้านหน้าจะแบ่งทั้งหมดเป็นสองอาคารคืออาคาร Gallery มีทั้งหมด 3 ชั้น เป็นอาคารที่รองรับสำหรับผู้ที่จะเข้ามาใช้บริการและเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับรถยนต์ อาคาร Retail มีทั้งหมด 3 ชั้น เป็นอาคารสำหรับรองรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการและต้องการที่จะมานั่งรอหรือนัดพบปะพูดคุยกัน

โดยในส่วนของอาคารด้านในจะแบ่งทั้งหมดเป็นสามอาคาร คือ อาคาร Detailing จะมีทั้งหมดสองอาคาร และมีทั้งหมด 2 ชั้น โดยด้านล่างของทั้งสองอาคารเป็นส่วนของการบริการรถยนต์ทั้งหมด และมีพื้นที่เก็บของและออฟฟิศ ในส่วนของชั้นสองมีร้านอาหารรองรับและมีห้องรับรองสำหรับผู้ที่มาใช้บริการ อาคาร Hotel car service เป็นอาคารที่บริการรับฝากรถยนต์ ดังรูปที่ 3 4 และ 5

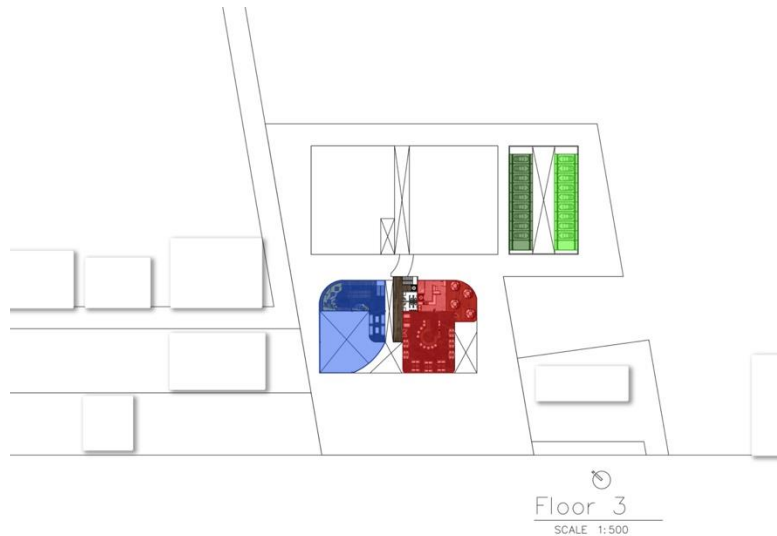


รูปที่ 3 ผังโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์ ชั้น 1



รูปที่ 4 ผังโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์ ชั้น 2





รูปที่ 5 ผังโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์ ชั้น 3

## 6.อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในการใช้บริการต่างๆของศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร โดยหากผู้ประกอบการจะทำโครงการประเภทศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจร บริการที่จำเป็นต้องมีมากที่สุด คือ Car Detailing รองลงมาเป็น Meeting Car และ Hotel Car Service ตามลำดับ และพบว่าโครงการจำเป็นต้องมีสิ่งดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้า ได้แก่ การนำศิลปะยุค 90 มาใช้ในการออกแบบทั้งสถาปัตยกรรมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดความแตกต่างและตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากที่สุด

และจากการศึกษาสัดส่วนความเป็นไปได้ด้านการเงิน พบว่า หากผู้ประกอบการต้องการให้มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ระหว่าง 8 ปี และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) อยู่ที่ 19.00% จำเป็นต้องเช่าที่ดินโครงการ และควรเพิ่มการบริการและกำหนดราคาของบริการให้เหมาะสมมากขึ้น เพื่อที่จะส่งเสริมรายได้ให้เพิ่มมากขึ้นและลดค่าใช้จ่ายอื่นๆให้น้อยลง

## รายการอ้างอิง

กรมการขนส่งทางบก. (2564). พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2565, จาก

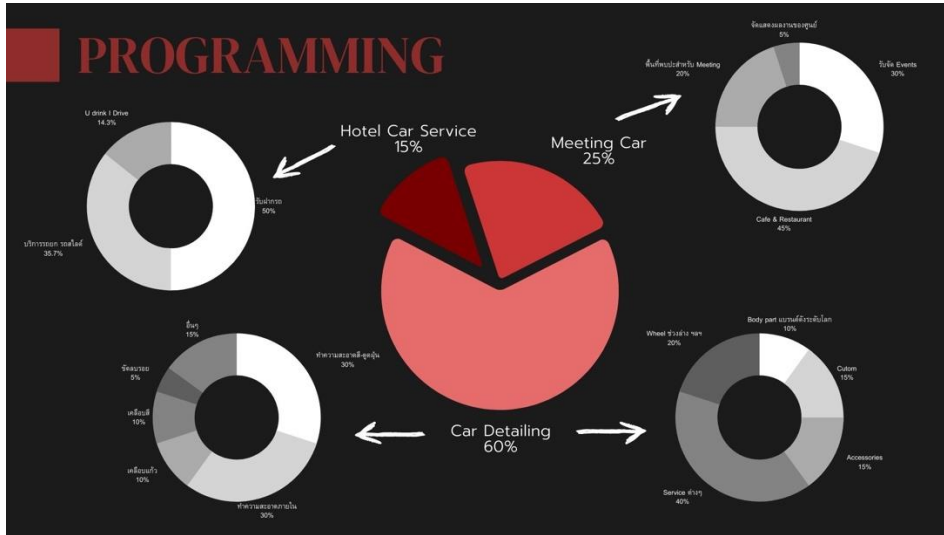
<https://web.dlt.go.th/statistics/>

ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง. (2563). คีอกพิท “ศูนย์บริการรถยนต์ครบวงจร” พร้อมแล้วที่จะให้บริการลูกค้าด้วยการบริการผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ชั้นนำด้านการบริการรถยนต์อย่างครบวงจร ด้วยทีมช่างมืออาชีพ. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2565, จาก <https://www.autovisionmag.com/th/articles/184278>

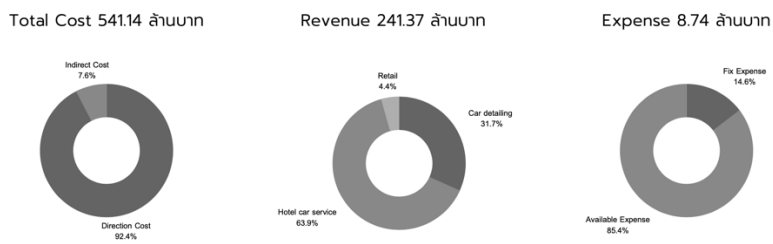
ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง. (2556). รู้ไหม? ศูนย์บริการรถยนต์ ต่างจากอู่ซ่อม. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2565, จาก <https://fortronth.wordpress.com>

อรรด ระบายเพชร. (2556). คู่มือทำธุรกิจคาร์แคร์แบบมืออาชีพ. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2565, จาก

<https://images-se-ed.com/ws/Storage/Pdf/978974/212/9789742126667PDF.pdf>



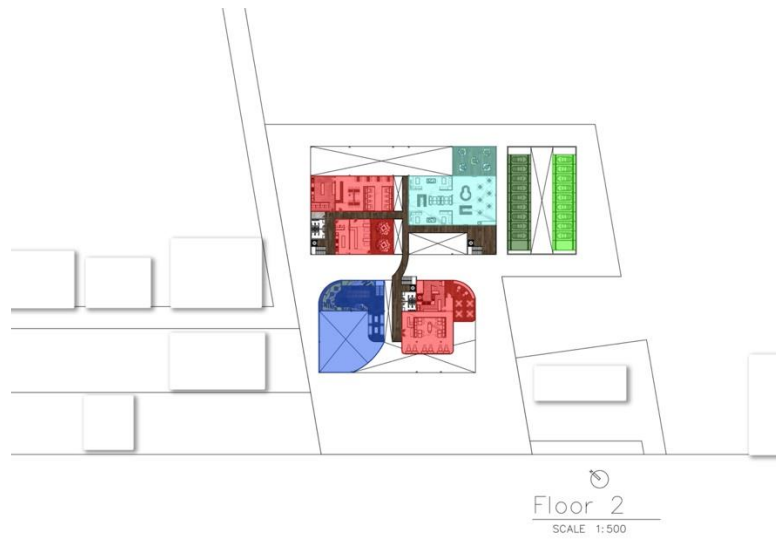
รูปที่ 1 ผลการสำรวจและรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งสิ้น 112 คน และการศึกษาเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งหมด 2 คน



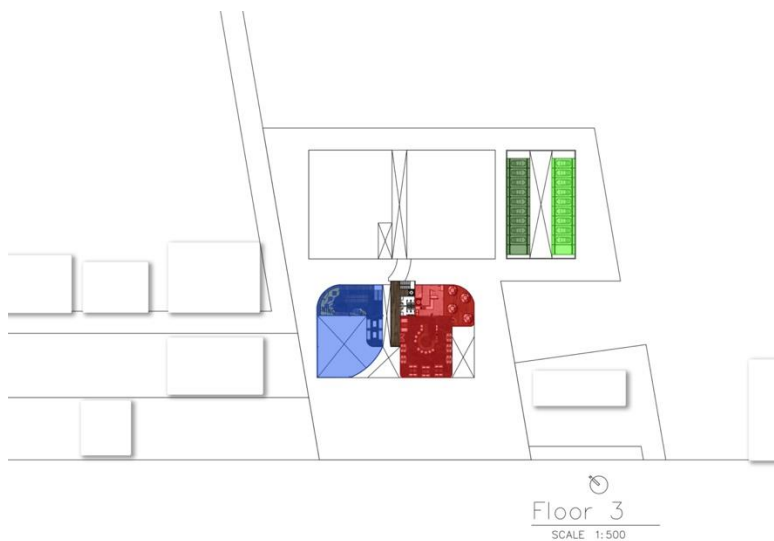
รูปที่ 2 สัดส่วนความเป็นไปได้ด้านการเงิน



รูปที่ 3 ผังโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามา  
ประยุกต์ ชั้น 1



รูปที่ 4 ผังโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามา  
ประยุกต์ ชั้น 2



รูปที่ 5 ผังโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามา  
ประยุกต์ ชั้น 3

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบการให้บริการจากกรณีศึกษา

	25G Bangkok	Garage Edition	Infinite Motorsport
Hotel car service	/	/	/
Car detailing	/	/	/
Meeting car	/		/
Car service	/		/
Cafe		/	/
Restaurant	/		
Partner	/	/	/

จากการศึกษาการให้บริการภายในโครงการจากกรณีศึกษา ทำให้ทราบถึงพื้นที่สำคัญสำหรับการให้บริการของกรณีศึกษา และพื้นที่ที่เพิ่มเติมคือพื้นที่ของ Gallery เพื่อรองรับสำหรับการจัดแสดงผลงานของโครงการ โดยการใช้เทคโนโลยีและศิลปะในยุค 90 เข้ามาประยุกต์ ช่วยส่งเสริมในการขายการบริการภายในโครงการให้มากขึ้น ตารางที่ 2 สรุปพื้นที่การให้บริการภายในโครงการศูนย์บริการรถยนต์แบบครบวงจรที่ส่งเสริมการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนำศิลปะยุค 90 เข้ามาประยุกต์

พื้นที่การใช้งาน	กิจกรรม	ขนาด(ตร.ม.)
Gallery zone	Showroom Configuration room Lounge	785
Retail zone	Restaurant Café	1,463
Event zone	Event Meeting	273
Detailing zone	Storage Workshop Office Service	1,087
Hotel car service	Hotel Car Hotel Car(Detailing)	1,662