คู่มือธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร

1. โครงสร้างธุรกิจ 1
   1.1 ภาพรวมธุรกิจ 1
   1.2 การวิเคราะห์โซ่อุปทาน 9
2. สภาวะตลาดและแนวโน้มการแข่งขัน 13
   2.1 ความสามารถในการแข่งขัน 13
   2.2 สภาวะตลาดและแนวโน้มการแข่งขันในประเทศ 15
   2.3 สภาวะตลาดและแนวโน้มการแข่งขันในต่างประเทศ 16
3. คุณสมบัติผู้ประกอบธุรกิจ 19
4. รูปแบบและขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจ 21
   4.1 การจัดตั้งธุรกิจ 21
   4.2 การขออนุญาตประกอบธุรกิจ 24
   4.3 องค์ประกอบหลักในการจัดตั้งธุรกิจ 34
5. กระบวนการดำเนินงาน 35
6. ข้อมูลทางการเงิน 49
   6.1 โครงสร้างการลงทุน 49
   6.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 51
   6.3 ประมาณการรายได้ 54
7 บทศึกษาเชิงกลยุทธ์แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ 54
   7.1 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ 54
   7.2 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ 58
8. แนวทางการจัดทำมาตรฐาน 60

1. โครงสร้างธุรกิจ

1.1 ภาพรวมธุรกิจ

คำจำกัดความธุรกิจ

สมาคมบริการทำความสะอาดนานาชาติ (International Janitorial Cleaning Services Association หรือ IJCSA) ให้คำจำกัดความธุรกิจทำความสะอาดอาคาร เป็นธุรกิจบริการที่ให้บริการทำความสะอาด อาคาร โรงงาน บ้านพัก และสถานที่ต่างๆ (Cleaning & Janitorial Services) หรือ ให้บริการจัดส่งพนักงานทำความสะอาด ไปให้บริการยังสถานที่ของผู้ว่าจ้างทั้งแบบชั่วคราวและแบบประจำ (Maid Services) หรือ รับจ้างเหมาให้บริการทำความสะอาดจากผู้ประกอบการรายอื่น (Subcontract Janitorial Services)

ตามกรอบการจำแนกธุรกิจบริการตามองค์การการค้าโลก (WTO) ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร (Building Cleaning Services) จัดอยู่ในสาขาหลักที่ 1 สาขาธุรกิจบริการบริการประเภทอื่นๆ (Other Business Services) ซึ่งมีการจำแนกเป็นสาขาย่อยดังนี้

ตารางที่ 1 : การจำแนกธุรกิจบริการตามองค์การการค้าโลก

สาขา / สาขาย่อย ธุรกิจ	Corresponding CPC
สาขาหลักที่ 1 คือ สาขาธุรกิจบริการ (Business Services)	
กลุ่มธุรกิจสาขาย่อย 1F ธุรกิจการบริการอื่นๆ (Other Business Services)	874
ธุรกิจสาขาย่อย บริการทำความสะอาดอาคาร – ประกอบด้วย	
- กำจัดสิ่งปฏิกูลและกำจัดแมลงสิ่งรบกวน	87401
- ทำความสะอาดกระจก	87402
- บริการรักษาความสะอาดอาคาร	87403
- บริการทำความสะอาดประเภทอื่นๆ	87409

กล่าวโดยสรุป ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารเป็นงานบริการที่ทำให้อาคาร สิ่งปลูกสร้างสะอาดขึ้น อันรวมตั้งแต่งานบริการกำจัดสิ่งปฏิกูล แมลง สิ่งรบกวนต่างๆ งานบริการทำความสะอาดกระจก งานบริการรักษาความสะอาดอาคาร อนึ่ง ในรายงานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงลึกในธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร (Janitorial services) เป็นหลัก เนื่องจากเป็นงานที่ผู้ประกอบวิชาชีพทำความสะอาดให้ความสนใจและประกอบธุรกิจมากที่สุด (Cleaning services survey by American firm, 2546)

ประเภทการให้บริการ

การจำแนกประเภทธุรกิจฯ นี้สามารถแบ่งได้ 3 แนวทาง กล่าวคือ

แนวทางแรก ตามการจำแนกและคำจำกัดความของ WTO จะแบ่งงานทำความสะอาดอาคารออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) บริการกำจัดสิ่งปฏิกูลและหนู ปลวก แมลง เชื้อโรคต่างๆ (Disinfecting and Exterminating Services) (2) บริการทำความสะอาดกระจก (Window Cleaning Services) (3) บริการทำความสะอาดอาคารสิ่งปลูกสร้าง (Janitorial Services) (4) บริการทำความสะอาดอื่นๆ ที่ไม่ได้รวมใน 3 ข้อข้างต้น (Other Building Cleaning Services)

แนวทางที่ 2 ของ Don (2546) เจ้าของธุรกิจทำความสะอาดอาคารชื่อดังในประเทศสหรัฐอเมริกาได้เขียนในหนังสือ “Building Cleaning Services” ได้จำแนกประเภทงานบริการทำความสะอาดแบ่งตามขนาดงานออกเป็นสองประเภท ได้แก่ 1) Commercial work งานทำความสะอาดขนาดใหญ่ เช่น ตึกอาคารขนาดใหญ่ โครงการ หมู่บ้าน โรงงาน โรงพยาบาล ฯลฯ ส่วนใหญ่ใช้การประมูล (Bid) แข่งขันเพื่อให้ได้งาน และ 2) Residential work งานทำความสะอาดระดับปัจเจกชน เช่น บ้าน ที่อยู่อาศัย เป็นต้น ผู้ประกอบการบริการทำความสะอาดส่วนใหญ่ไม่ให้ความสนใจและหลีกเลี่ยงการรับงานระดับครัวเรือน ยกเว้นในกรณีงานที่ทำครั้งเดียวเสร็จ เช่น งานทำความสะอาดบ้านก่อนการเข้าอยู่ หรือในโอกาสสำคัญๆ เช่น ใช้บ้านเป็น

สถานที่จัดงานต่างๆ เช่น ทำบุญขึ้นบ้านใหม่ จัดงานบวช เป็นต้น ส่วนสาเหตุที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มุ่งเน้นตลาดระดับ Residential work แม้ว่าจะให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าระดับ Commercial work เนื่องจากเมื่อส่งแม่บ้านเข้าไปทำความสะอาด บางครั้งอาจถูกเจ้าของที่พักอาศัย กล่าวหาว่ามีการสูญหายของทรัพย์สินมีค่าอันเกิดจากพนักงานทำความสะอาดของกิจการ ซึ่งส่วนใหญ่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าแม่บ้านเอาไปหรือไม่ ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกิจการในแง่ลบและยังถูกเรียกร้องให้ชดใช้ค่าเสียหายซึ่งไม่คุ้มต่อค่าจ้างที่ได้รับงาน

อนึ่ง แนวทางนี้จะยึดเป็นแนวทางหลักที่จะกล่าวถึงในงานวิจัยต่อไปเพราะการแบ่งขนาดงานทำให้เข้าใจถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม และทำให้เสนอ ออกแบบบริการได้ตรงตามความต้องการมากกว่าการแบ่งตามลักษณะกิจกรรมของงาน

แนวทางที่สาม แบ่งตามชนิดกิจกรรมของงาน ประกอบด้วย ทำความสะอาดพรม (Carpet cleaning) ทำความสะอาดเพดาน (Ceiling cleaning) ทำความสะอาดเฟอร์นิเจอร์ (Furniture cleaning) ทำความสะอาดปล่องไฟ (Chimney cleaning) ทำความสะอาดพื้น (Concrete floor sealing) ทำความสะอาดสถานที่ก่อสร้าง (Construction cleanup) ทำความสะอาดภายหลังเหตุการณ์ภัยพิบัติ (Disaster cleanup) ทำความสะอาดและบำรุงรักษาพื้นผิว (Floor care) ทำความสะอาดบ้านที่อยู่อาศัย (House cleaning) บริการแม่บ้านทำความสะอาด (Maid services) ทำความสะอาดเหล็กและงานโลหะ (Metal cleaning) ทำความสะอาดโรงงาน โกดัง (Plant maintenance) กำจัดแมลง และสิ่งรบกวน (Pest extermination) ทำความสะอาดสระว่ายน้ำ (Swimming pool maintenance) ทำความสะอาดกระจก (Windows cleaning) ทำความสะอาดหลังคา (Roof painting) ทำความสะอาดผนัง (Wall covering installation)

▶ **จำนวนผู้ประกอบการ**

จากข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจ พบว่าในปี 2550 มีผู้ประกอบธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจ จำนวน 1,184 ราย มูลค่าตลาดทำความสะอาด (Total Market size)[1] สำหรับปี 2550 เท่ากับ 12,475 ล้านบาท อุตสาหกรรมเติบโตร้อยละ 6.71 จากปี 2549 และมีค่าเฉลี่ยกำไรขั้นต้น (Industry Gross Margin) เท่ากับร้อยละ 29.41 จากการสังเกตพบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้สูงสุด 5 อันดับแรก มีบริษัทชาวไทยเพียงบริษัทเดียว นอกนั้นเป็นบริษัทข้ามชาติ (Multinational Corporation หรือ MNC) และเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ

ตารางที่ 2 : รายได้จากการประกอบธุรกิจบริการทำความสะอาด ปี 2549 และ 2550

Company name	Sales 2550	sales 2549	%	สัญชาติ
บจก. พรอพเพอร์ตี้ แคร์ เซอร์วิสเซส	3,106.95	2,681.93	15.85%	อังกฤษ
บจก. ไอเอสเอส ฟาซิลิตี้ เซอร์วิส	997.93	836.96	19.23%	เนเธอร์แลนด์
บจก. ซีอาร์ อินดัสเตรียล เซอร์วิสเซส	500.20	625.52	-20.03%	สิงคโปร์
บจก. ซี.ซี คอนเทนท์ คอมเมอร์เชียล	472.75	398.16	18.73%	ไทย
บจก. เอ แอนด์ พี เมนทิแนนซ์ เซอร์วิส	472.75	398.16	18.73%	สิงคโปร์

หมายเหตุ หน่วยล้านบาท

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้าและ Business Online Public Company Limited (BOL)

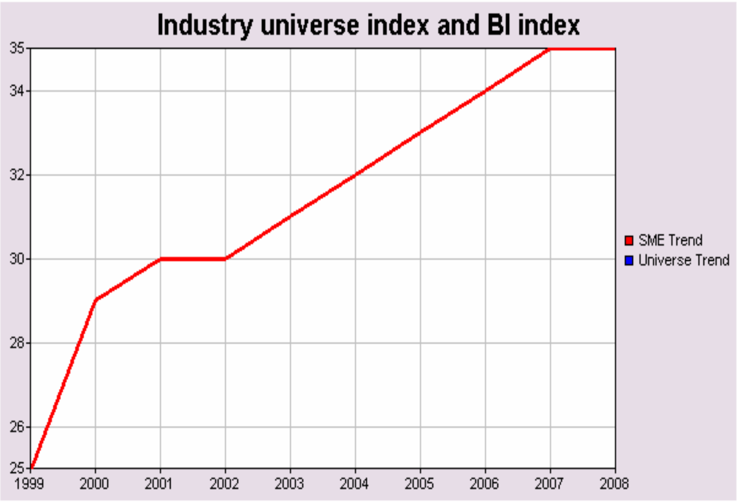
จากรูปที่ 1 Industry index ของอุตสาหกรรมการกำจัดสิ่งปฏิกูลและบริการที่คล้ายคลึงกันอันหมายรวมถึงธุรกิจทำความสะอาดอาคาร แสดงให้เห็นว่า ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา ธุรกิจทำความสะอาดอาคาร (Janitorial Business in Thailand) มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทย โดยในปี 2550 – 2551 ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารในประเทศไทยมีมูลค่ารวมเท่ากับ 12,475 ล้านบาท และ 12,611 ล้านบาท ตามลำดับ และมีกำไรขั้นต้นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับร้อยละ 29.41 และร้อยละ 29.18 โดยมีจำนวนผู้ประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้นเล็กน้อยระหว่างปี 2550 - 2551 จาก

---

[1] ขณะที่จัดทำรายงานนั้น งบการเงินตรวจสอบปี 2551 ยังไม่แล้วเสร็จ จึงมีข้อมูลถึงปี 2550

1,184 รายเป็น 1,187 ราย (BOL และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า) ธุรกิจทำความสะอาดอาคารมีการลงทุนในสินทรัพย์ที่ค่อนข้างต่ำและมีความสามารถในการทำกำไรที่ดีจึงดึงดูดผู้ประกอบรายใหม่ๆ เข้ามาเริ่มในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก

รูปที่ 1 : Industry index ของอุตสาหกรรมการกำจัดสิ่งปฏิกูล
และบริการที่คล้ายคลึงกันซึ่งหมายรวมถึงธุรกิจทำความสะอาดอาคาร



ที่มา: Business Online Public Company Limited (BOL) และ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

- **จำนวนการจ้างงาน**

จากการสำรวจ[2] ประมาณการว่า การจ้างงานในธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารในปี 2552 มีจำนวนประมาณ 0.28 ล้านคน แบ่งเป็นพนักงานประจำสำนักงานประมาณ 0.03 ล้านคน และพนักงานทำความสะอาดและควบคุมการปฏิบัติ

---

[2] ประมาณการจากจำนวนผู้ประกอบการ ขนาดรายได้ และจากการใช้แรงงานของแต่ละขนาดธุรกิจ

การประมาณ 0.25 ล้านคน (พนักงานทำความสะอาดมีการว่าจ้างใน 2 ลักษณะ คือ พนักงานประจำและจ้างในลักษณะชั่วคราวตามงานที่เพิ่มขึ้น) นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศไทยกำลังเผชิญภาวะขาดแคลนแรงงานไทย และต้องการแรงงานจำนวนมากในภาคบริการทำความสะอาดเนื่องจากคนไทยมองข้ามงานทำความสะอาดว่าเป็นงานที่ไม่มีเกียรติ ส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายของประชาชนจากประเทศเพื่อนบ้านที่เข้ามาในประเทศไทย (Mobilization of vicinity country's Labors :e.g. Laos, Myanmar, Vietnam and Cambodia) หรือ แรงงานต่างด้าว เข้ามาแย่งงานคนไทยในภาคบริการทำความสะอาดจำนวนมาก และแรงงานต่างด้าวในระดับปฏิบัติการมีความขยันขันแข็งและมีประสิทธิผลอยู่ในระดับน่าประทับใจ (Productivity per head) และมีค่าแรงถูกว่าแรงงานไทยทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนค่าบริการที่ต่ำลง อนึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จ่ายค่าจ้างพนักงานทำความสะอาดชาวไทยระดับปฏิบัติการในอัตราค่าแรงขั้นต่ำตามประกาศกระทรวงแรงงาน ดังในรายละเอียดในตารางที่ 3

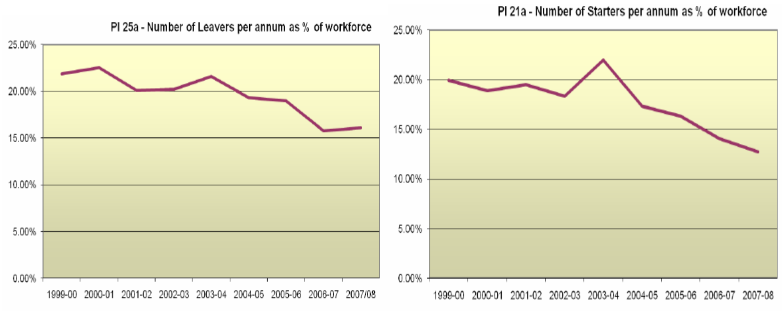
ตารางที่ 3 : ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำตามพื้นที่จังหวัด

ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำตามพื้นที่จังหวัด		
พื้นที่	ปี 2551 (วันที่ 1 มิถุนายน 2551) (บาท)	ปี 2550 (บาท)
กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร	203	191
ภูเก็ต	197	186
ชลบุรี	180	172
สระบุรี	179	168
ฉะเชิงเทรา พระนครศรีอยุธยา และระยอง	173	160
นครราชสีมา	170	162
ระนอง	169	160
พังงา และเชียงใหม่	168	159
กระบี่ และกาญจนบุรี	165	156
เพชรบุรี และราชบุรี	164	156
จันทบุรี ปราจีนบุรี และลพบุรี	163	155
เลย	162	150

ที่มา : รายงานสถานการณ์แรงงาน ปี 2551 สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน กระทรวงแรงงาน

อัตราการเข้า-การออก (Employee Turnover: Starters and leavers: Recruitment & Retention) ในอุตสาหกรรมบริการทำความสะอาดมีอัตราค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมใช้แรงงานจำนวนมาก (Labor intensive industry) และมักจะประสบปัญหาขาดอัตรากำลังที่จะให้บริการเพราะพนักงานมีการเปลี่ยนงานบ่อย อนึ่งผู้ประกอบการได้เล็งเห็นปัญหาและเพิ่มมาตรการจูงใจและสวัสดิการ รวมทั้งการอบรมให้พนักงาน (Human resource development) ส่งผลให้อัตราการเปลี่ยนงานของพนักงานลดลงอันนำไปสู่ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ยังพบอีกว่าจำนวนผู้สนใจประกอบอาชีพพนักงานทำความสะอาดมีน้อยเนื่องจากเห็นว่าเป็นอาชีพที่ไม่มีเกียรติ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการสรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อความต้องการ และปัจจุบันผู้สนใจมีแนวโน้มลดลง ดังนั้นการรักษาพนักงานไว้จึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ให้ความสำคัญ

รูปที่ 2 : อัตราการเปลี่ยนงานของพนักงาน



ที่มา: Manpower (2551)

- **ขนาดของสถานประกอบการ**

แม้ว่าจะมีการหลักเกณฑ์สำหรับการจัดขนาดของสถานประกอบการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 แต่กลับไม่สามารถนำมาประยุกต์กับธุรกิจทำความสะอาดอาคารได้ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมพึ่งพาแรงงานจำนวนมากและมีการลงทุนด้านอุปกรณ์ต่ำ ประกอบกับสินทรัพย์ถาวร

ของกิจการทำความสะอาดขนาดใหญ่ที่มีการจ้างงานมากกว่า 1,000 คน และมียอดขายมากกว่า 400 ล้านบาท นั้นมีความแตกต่างกันอย่างมากในแง่มูลค่า กล่าวคือ บางบริษัทมีสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 200 ล้านบาท (ซึ่งอยู่ในรูปแบบเงินลงทุนระยะยาวอันไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการดำเนินงาน) บางบริษัทมีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท ซึ่งทำให้ไม่อาจจัดประเภทด้วยจำนวนสินทรัพย์ถาวรได้ เพราะจะทำให้ไม่สามารถทราบขนาดที่แท้จริงของกิจการทำความสะอาด

ดังนั้นในที่นี้ใช้รายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งขนาดในการรองรับลูกค้า โดยมีเหตุผลสนับสนุนจากขนาดรายได้ของกิจการทำความสะอาดที่มากกว่า 400 ล้านบาท จะมีการจ้างงานพนักงานมากกว่า 1,000 คน ส่วนระดับ 50-400 ล้านบาท จะจ้างงานตั้งแต่ 200-1,000 คน และรายได้ต่ำกว่า 50 ล้านบาท จะมีการจ้างงานน้อยกว่า 200 คน

ตารางที่ 4 : จำนวนผู้ประกอบการแยกตามขนาดการรับรองลูกค้า

ขนาดในการรองรับลูกค้า	ยอดขายสุทธิ 2007	จำนวนพนักงาน	ส่วนแบ่งตลาด		จำนวนผู้ประกอบการ	
			ล้านบาท	%	ราย	%
ขนาดเล็ก	ต่ำกว่า 50 ลบ./ปี	ต่ำกว่า 200 คน	4,911.972	39.37	1,153.00	97.38
ขนาดกลาง	50-400 ลบ./ปี	200 – 1,000 คน	3,020.675	24.21	27.00	2.28
ขนาดใหญ่	มากกว่า 400 ลบ./ปี	มากกว่า 1,00 คน	4,542.574	36.41	4.00	0.34
		รวม	12,475.22	100	1,184.00	100

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้าและ Business Online Public Company Limited (BOL)

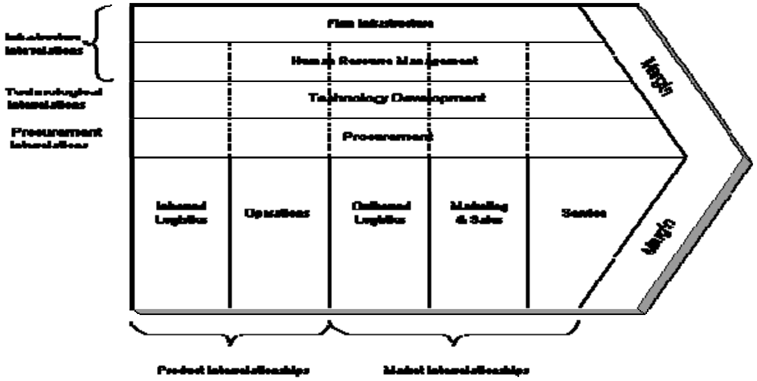
จากตารางข้างต้น พบว่า ในปี 2550 มีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้บริการทำความสะอาดจำนวน 1,184 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กกว่าจำนวน 1,153 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.38 ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทั้งหมด แต่สามารถครอบครองส่วนแบ่งการตลาดเพียงร้อยละ 39.37 ของมูลค่าตลาดทำความสะอาดเพราะมีผู้ประกอบการขนาดเล็กจำนวนถึงร้อยละ 20 ยังไม่สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินงานได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่มี

เพียง 4 ราย ทั้งหมดล้วนเป็นกิจการร่วมทุนกับต่างชาติและมีตราบริการและได้รับความเชื่อถือในด้านบริการจากลูกค้า อาทิ ตึกอาคาร โรงพยาบาล โรงงาน และคิดเป็นเพียงร้อยละ 0.34 ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทั้งหมด แต่มีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 39.37 ของมูลค่าตลาดทำความสะอาด

1.2 การวิเคราะห์โซ่อุปทาน

โซ่อุปทาน หมายถึง การเชื่อมต่อของหน่วยหรือจุดต่างๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการ ที่เริ่มต้นจากวัตถุดิบไปยังจุดสุดท้ายคือลูกค้าโดยผ่านทุกจุดหรือหน่วยต่างๆ ตลอดทั้งสายของโซ่อุปทาน ดังแสดงในรูปที่ 3 ดังนั้นคุณภาพของสินค้าและบริการนั้นจะขึ้นอยู่กับทุกหน่วยมิใช่หน่วยใดหน่วยหนึ่งโดยเฉพาะ ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้มีแนวความคิดในการบูรณาการทุกๆ หน่วยเพื่อให้การผลิตสินค้าหรือบริการเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพตามที่ลูกค้าคาดหวัง

รูปที่ 3 : โซ่อุปทาน



ที่มา: Porter,M.E. (2528), “Competitive Advantage: Creating and Sustaining superior performance”

- หากมองในแง่กิจกรรมหลัก (Primary activities) ของธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร พบว่า ในสายของโซ่อุปทานประกอบด้วย

ผู้ส่งมอบ วัตถุดิบให้หน่วยบริการซึ่งอาจมองว่าเป็น 1) เจ้าของ/ผู้ดูแลบริหารตึกอาคาร โรงพยาบาล โรงงาน สิ่งปลูกสร้างที่ต้องการรักษาความสะอาดตึกอาคารของตนเอง 2) เอเจนซี่ หรือนายหน้าจัดหาแรงงาน และ 3) ผู้ขายอุปกรณ์ เครื่องมือ น้ำยาทำความสะอาด

ในขั้นตอนต่อไปคือ ***กรรมวิธีการให้บริการ (operations)*** เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารได้รับมอบหมายให้ทำความสะอาดตึกอาคาร สิ่งปลูกสร้างนั้นๆ ผู้ประกอบการก็จะจัดกำลังพล จัดหาจำนวนแรงงานที่เหมาะสม (Man power) น้ำยา อุปกรณ์เครื่องมือ เทคโนโลยี และองค์ความรู้ในการทำความสะอาด (Know-how) เข้าไปบริการทำความสะอาดให้เหมาะสมกับแต่ละงานที่ได้รับ ต่อมาเมื่อพนักงานเข้าไปประจำการทำความสะอาด ณ อาคารใดอาคารหนึ่งแล้ว ทางบริษัทก็จะจัดชุดสายตรวจจำนวนหนึ่งอันจะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนตลอดเวลาเพื่อมาทำหน้าที่ควบคุมคุณภาพการทำความสะอาดของพนักงานทำความสะอาดแต่ละไซต์งานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาคุณภาพและสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า ในขณะที่กิจการบางแห่งได้เริ่มนำคอมพิวเตอร์แบบมือถือ (PDA) เข้ามาตรวจสอบควบคุมคุณภาพการให้บริการซึ่งก็ทำให้สามารถควบคุมการทำงานของพนักงานแบบ real-time

ถัดมาเป็น***กิจกรรมด้านการขายและการตลาด*** ก็จะเป็นการรักษาฐานลูกค้าเก่าและขยายฐานตลาดไปยังลูกค้ารายใหม่ โดยปกติผู้ใช้บริการมักจะไม่เปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการทำความสะอาดมากนัก หากกิจการดังกล่าวให้บริการเป็นที่ประทับใจแก่ผู้ใช้บริการและมีราคาสมเหตุสมผลแข่งขันได้ ในกรณีลูกค้าเป็นรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจจะหาข้อมูลการประมูล (TOR) ได้ตามเว็บไซต์หรือโทรศัพท์เข้าไปสอบถามยังกระทรวง ทบวง กรม ต่างๆ ส่วนในกรณีลูกค้าเป็นเอกชน การได้งานส่วนมากจะเป็นการเข้าไปหาของพนักงานขาย และโทรศัพท์เข้าไปติดต่อเสียมากกว่า

ส่วนกิจกรรมหลักอันสุดท้ายคือ***บริการ(Services)*** ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า customer relationship management (CRM) และการบริการหลังการขายค่อนข้างมีความสำคัญต่อการได้งานในครั้งต่อๆ ไปของผู้ให้บริการทำความสะอาดค่อนข้างมาก (ในที่นี้บริการหลังการขาย หมายถึงการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อนำไปปรับปรุง ออกแบบ พัฒนาบริการใหม่ๆ) เนื่องจากทัศนคติความสะอาดของปัจเจกชนแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน การสื่อสารและชี้แจงข้อเท็จจริงก็ช่วยให้ผู้ว่าจ้างเข้าใจขีดจำกัดและหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขร่วมกัน จากภาพข้างต้นของโซ่อุปทานแสดงให้เห็นว่า ทุกๆ จุดในสายของโซ่อุปทานมีผลต่อคุณภาพของบริการทำความสะอาดซึ่งเป็นหนึ่งในหัวใจหลักของการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่กำลังเลือกใช้บริการ

- ด้านกิจกรรมสนับสนุน (Supportive Activities) ประกอบด้วย

อันดับแรกเป็น***การจัดซื้อ (Procurement)*** ซึ่งการจัดหาผู้ขายอุปกรณ์และเครื่องมือทำความสะอาดก็มีความสำคัญต่อการจัดการในด้านต้นทุนและคุณภาพของการทำความสะอาด ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมี supplier ด้านน้ำยาและเครื่องมือรายหลักประมาณ 2-5 ราย (Few Suppliers) บางรายเป็นผู้ผลิตน้ำยาทำความสะอาดเองด้วยซ้ำ ทั้งนี้ทางผู้ประกอบการจะจัดมาตรฐานในการสั่งซื้อสินค้าเดือนละครั้ง (Standardization) โดยมีสินค้าคงคลังในระดับต่ำที่สุด (Stockless purchasing) และจะดำเนินการกระจายน้ำยาไปยังสถานที่ให้บริการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (แต่ละสถานที่ให้บริการจะต้องทำใบสั่งซื้อน้ำยาอุปกรณ์มายังส่วนกลาง หลังจากนั้นทางส่วนกลางจะขนส่งน้ำยา โดยให้มีจำนวนเที่ยวน้อยที่สุดไปยังทุกสถานที่ให้บริการ) เพื่อควบคุมต้นทุนให้ต่ำ จากการสอบถามผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารการส่งมอบน้ำยาและอุปกรณ์ พบว่า หลังจากบริษัทมีการจัดเส้นทาง และวางแผนการสั่งซื้อและจัดส่งอุปกรณ์ น้ำยาช่วยให้สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายลงไปได้ร้อยละ 3-7 ของค่าใช้จ่ายรวม

ต่อมาด้าน***การพัฒนาของเทคโนโลยี (Technology development)*** จะพบว่า ผู้ประกอบการทำความสะอาดขนาดใหญ่จะให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีทำความสะอาดที่มีประสิทธิภาพลดการใช้กำลังคนและเวลาลง โดยส่วนใหญ่จะจัดหาจากบริษัท Johnson & Controls และ Newfix เพราะทั้งสองแห่งมีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทำความสะอาดที่ล้ำสมัย แต่ทั้งนี้หากเป็นผู้ประกอบการที่เข้ามาใหม่ไม่แนะนำให้ลงทุนในเครื่องมือเทคโนโลยีล้ำสมัย ขนาดใหญ่ เนื่องจากราคาสูงและไม่คุ้มค่า กล่าวคือ ในช่วงเริ่มต้นกิจการ งานทำความสะอาดที่ได้ยังมีขนาดที่ไม่มากนัก เช่น ใช้คนประมาณ 10-12 คน จึงยังไม่มีความจำเป็นที่จะต้องลงทุนในเครื่องทำความสะอาดขนาดใหญ่เสียทีเดียว ตลอดจนความไม่แน่นอนของรายได้ในช่วงเริ่มต้นอันจะก่อให้เกิดภาระต้นทุนทางการเงินที่สูง จนประสบปัญหาสภาพคล่องได้และความอยู่รอดของกิจการได้

ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ *(Human Resource management)* ในธุรกิจทำความสะอาดอาคารมีอัตราการเข้าออกงานที่สูงมาก หากพนักงานมีการเข้าออกบ่อยต้นทุนแรงงานซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60-70 ของต้นทุนบริการทำความสะอาดทั้งหมดก็จะสูงตามไปด้วย ดังนั้นการจัดหาแรงงานและรักษาพนักงานไว้จึงค่อนข้างมีความสำคัญและมีผลโดยตรงต่อคุณภาพบริการ โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการขนาดกลางจะมีเจ้าหน้าที่ในสำนักงานส่วนกลางทำหน้าที่บริหารกำลังพลอยู่ประมาณ 2-3 คน ในกรณีที่แรงงานไม่เพียงพอ กิจการส่วนใหญ่จะว่าจ้างผู้ให้บริการภายนอก (outsource) ไปยังกิจการทำความสะอาดขนาดเล็กกว่าและมีความน่าเชื่อถือของคุณภาพความสะอาด เป็นต้น

สุดท้ายคือ ***หน่วยงานอื่น ๆ ของ องค์กร (Firm Infrastructure)*** ได้แก่ การเงิน กฎหมาย ทีมงานผู้บริหาร ซึ่งมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตขององค์กร การบริหารการเงินที่ดีมีความสำคัญต่อกิจการทำความสะอาดอย่างมาก เพราะมีระยะเวลาลูกหนี้ที่ยาวนาน ต้องให้บริการเสร็จสิ้นก่อนอาจเป็นรายเดือน รายไตรมาส ถึงจะวางบิลกับลูกค้าได้ แต่ทางกิจการจะต้องสำรองจ่ายค่าแรงงาน ค่าอุปกรณ์ น้ำยาใน

การทำความสะอาด ตลอดจนลงทุนในสำนักงานและเครื่องมือ เทคโนโลยีทำความสะอาดต่างๆ ผู้ประกอบการหลายรายประสบปัญหาสภาพคล่องทำให้ไม่สามารถดำรงกิจการได้ ด้านกฎหมาย หากไม่มีที่ปรึกษาด้านกฎหมายที่ดีอาจทำให้เสียเปรียบด้านสัญญาในการรับงาน โดยจากที่คาดว่ามีผลกำไรก็อาจประสบภาวะขาดทุนได้

2. สภาวะตลาดและแนวโน้มการแข่งขัน

2.1 ความสามารถในการแข่งขัน

- **ทรัพยากรบุคคล**

ลักษณะโครงสร้างการจ้างงานในธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารประกอบด้วย 1) พนักงานประจำสำนักงานจะแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจ โดยทั่วไปจะมี 1-5 คน โดยแต่ละคนจะทำหลายๆหน้าที่ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบัญชี การเงิน จัดซื้อบริหารทั่วไป บุคคล และการหา ลูกค้า และ 2) พนักงานทำความสะอาด ผู้ประกอบกิจการโดยมากจะจ้างเป็น 2 ลักษณะ คือ พนักงานประจำและจ้างในลักษณะชั่วคราวตามงานที่เพิ่มขึ้น จำนวนพนักงานทำความสะอาดจะแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจและจำนวนลูกค้า

ปัจจัยหลักที่จะทำให้ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารดำรงอยู่ได้ในตลาด หรือทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (Key Success Factor) นั้นขึ้นอยู่กับบุคลากร กล่าวคือ คุณภาพในการบริการขึ้นอยู่กับพนักงานทำความสะอาด โดยบริษัทจะต้องเป็นมีกระบวนการจัดอบรมพนักงานอยู่ตลอด เพื่อให้สามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และเรียนรู้เทคโนโลยีและวิธีการในการทำความสะอาดใหม่ๆ เพื่อให้พนักงานให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและน่าพึงพอใจ อนึ่ง แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมา ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารจะเผชิญภาวะขาดแคลนแรงงานทำความสะอาด เนื่องจากการไหลแรงงานไปยังภาคอุตสาหกรรมดังที่กล่าวมาข้างต้น ประกอบกับคน

ไทยไม่สนใจงานทำความสะอาดเนื่องจากมองว่าเป็นงานไม่มีเกียรติ ในขณะเดียวกันแรงงานต่างด้าวได้ไหลทะลักเข้ามาทำงานในไทย ประกอบกับการลดการจ้างงาน (layoff) จากภาคอุตสาหกรรมเนื่องจากเศรษฐกิจถดถอย ทำให้แรงงานมีเพียงพอ

- <u>เทคโนโลยีสนับสนุนการให้บริการ</u>

ปัจจุบันผู้ประกอบให้ความสนใจกับเครื่องจักรอเนกประสงค์ที่สามารถใช้งานได้หลายหน้าที่ อาทิ Multi-functional use of sweepers- sweeping, washing, scrubbing, ground maintenance, winter maintenance เพราะคุ้มค่าต่อการลงทุน ช่วยลดต้นทุน และยังสามารถดูแลรักษาได้ง่ายอีกด้วย

- <u>เทคโนโลยีการสนับสนุนการบริหาร</u>

- ธุรกิจสามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจให้ดำเนินไปอย่างมีคุณภาพ ตัวอย่างเช่น การนำโปรแกรมบัญชีแยกประเภทมาใช้ในธุรกิจ ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อให้ธุรกิจสามารถออกรายงานงบการเงินได้ทั้งสองภาษา การบริหารแรงงาน (Labor Management system) ใช้ในการควบคุมต้นทุน -ระบบควบคุมคุณภาพ (Quality Assurance system) การใช้ LAN (Wide Area Network) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างภายในและภายนอกองค์กร

- มีการให้คำปรึกษาและสนับสนุนด้านเทคนิคในการให้บริการทำความสะอาด การอบรมพนักงาน Online training เป็นต้น

- <u>เทคโนโลยีในการสื่อสารกับลูกค้า</u>

- SMART (Surveys made available real time) เป็นเครื่องมือในการควบคุมคุณภาพซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีสาขาและให้บริการครอบคลุมหลายพื้นที่

- ระบบ Call center ที่รับแจ้งเรื่องการให้บริการ

- ทางเว็บไซต์

2.2 สภาวะตลาดและแนวโน้มการแข่งขันในประเทศ

ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตสูงและรวดเร็ว การแบ่งช่วงธุรกิจทำความสะอาดอาคาร อาจแบ่งเป็นยุคแรก คือ ช่วงก่อนปี 2530 ผู้ให้บริการทำความสะอาดส่วนใหญ่เป็นต่างชาติซึ่งมีเพียง 4-5 รายเพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติ ยุคถัดมาคือ ตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา ชาวไทยเริ่มเข้ามาเป็นผู้ให้บริการทำความสะอาด แต่บริษัทข้ามชาติก็ยังเป็นเจ้าตลาดและมีส่วนแบ่งการตลาด (Market share) กว่าร้อยละ 50 ของตลาดรวม โดยจะสังเกตว่าบริษัทชั้นนำในธุรกิจทำความสะอาดอาคารจะเป็นบริษัทข้ามชาติเป็นส่วนใหญ่ อาทิเช่น บริษัท พรอพเพอร์ตี้แคร์ เซอร์วิส จำกัด และ บริษัท ไอเอสเอส ฟาซิลิตี้ จำกัด เป็นต้น ปัจจัยที่ทำให้องค์กรที่ร่วมทุนกับต่างชาติประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้เกิดจากถ่ายทอดองค์ความรู้ในการบริหาร อบรม พัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กิจการเหล่านั้นสามารถผลิตและรักษาบุคลากรได้อันนำไปสู่คุณภาพการบริการที่ดี ตลอดจนต่างชาติยังได้นำเทคโนโลยี อุปกรณ์เครื่องมือทำความสะอาดเข้ามาซึ่งช่วยทุ่นแรงและยกระดับมาตรฐานการบริการให้สูงขึ้น (Technology & knowledge transfer) ส่วนในยุคปัจจุบัน ผู้ประกอบการชาวไทยมีการพัฒนาทักษะและการแข่งขันขึ้นมาทัดเทียมผู้ประกอบการทำความสะอาดต่างชาติมากขึ้น อย่างเช่น บริษัท ซี ซี คอนเทนต์ คอมเมอร์เชียล จำกัด ห้างหุ้นส่วน คลีนแอนด์แคร์ จำกัด เป็นต้น

อนึ่ง ประเทศไทยมีการจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ด้วยทั้งในระดับทวิภาคี (bilateral agreement) ได้แก่ อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น รวมทั้ง FTA ระดับภูมิภาค (Regionalism) ได้แก่ ความตกลงเขตการค้าเสรีที่อาเซียนจัดทำกับจีนและเกาหลีใต้ อันจะส่งผลให้กลุ่มประเทศดังกล่าวสามารถเข้ามาแข่งขันกับผู้ประกอบการทำความสะอาดในประเทศไทยได้อย่างเสรี ทั้งนี้ การเปิดเสรีไม่ได้สร้างความวิตกกังวลให้แก่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดเล็กของไทยมากนัก พิจารณาจากปัจจัยสนับสนุนในระดับตลาดขนาดใหญ่ โครงสร้างผู้ประกอบการอันประกอบด้วยผู้ประกอบการรายใหญ่จำนวนน้อยรายที่มีอิทธิพลและส่วนแบ่งตลาด

เป็นสัดส่วน 1 ใน 3 ของมูลค่าตลาดทำความสะอาดรวม ผู้นำในตลาดบริการทำความสะอาดของไทยเป็นบริษัทข้ามชาติกว่าร้อยละ 80 เป็นองค์กรที่มีฐานลูกค้าขนาดใหญ่ ประกอบกับมีการถ่ายทอดทักษะ องค์ความรู้ความชำนาญระดับสูงในการจัดการและให้บริการทำความสะอาด (Knowledge transfer) ให้กับพนักงานอันนำไปสู่การให้บริการที่มีประสิทธิผลด้วยต้นทุนที่แข่งขันได้ การเข้ามาแข่งขันในธุรกิจในขนาดใหญ่ของต่างชาติรายใหม่อาจไม่ใช่เรื่องง่ายนัก ส่วนตลาดทำความสะอาดขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าตลาด 2 ใน 3 ของมูลค่าตลาดรวม การเข้าถึงฐานลูกค้าซึ่งมีการกระจายตัวของสถานที่ตั้งต้องอาศัยเวลา ความเชื่อถือในบริการและองค์กร ความสัมพันธ์คุ้นเคย รวมทั้งการเข้าถึงแหล่งแรงงานพนักงานทำความสะอาด ดังนั้นจึงอาจไม่คุ้มในแง่การลงทุนและผลตอบแทน

2.3 สภาวะตลาดและแนวโน้มการแข่งขันในต่างประเทศ

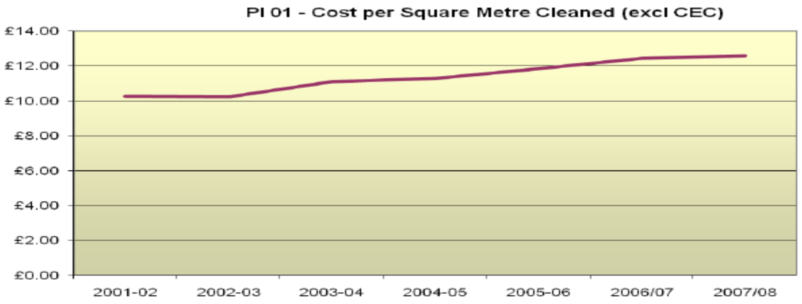
สหรัฐอเมริกา: จากรายงานของ Building Service Contractors Association International (BSCAI) ตลาดทำความสะอาดในสหรัฐอเมริกามีมูลค่าตลาดกว่า 1.28 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2551 โดยเติบโตจากปี 2550 ที่ร้อยละ 7 และเติบโตจากปี 2546 ที่ร้อยละ 30.16 โดยธุรกิจทำความสะอาดอาคารถูกจัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วของสหรัฐ นักวิเคราะห์ชาวอเมริกันยังได้ประมาณการการเติบโตยอดรายได้จะมีมูลค่า 1.553 แสนล้านเหรียญสหรัฐในปี 2553 จากการเติบโตอย่างรวดเร็วส่งผลให้มีผู้ประกอบการสนใจเข้ามาทำธุรกิจนี้จำนวนมาก กระแสแฟรนไชส์ (Commercial cleaning franchise) จึงมาแรง โดยผู้ขายแฟรนไชส์จะให้องค์ความรู้สนับสนุนการดำเนินงานของกิจการ ตั้งแต่ด้านการจัดการบุคลากร เทคโนโลยี กระบวนการในการทำความสะอาด ระบบการจัดการบัญชี การเงิน การเรียกเก็บเงิน เป็นต้น อันจะเป็นทางลัดสำหรับผู้ที่เข้ามาในธุรกิจรายใหม่ๆ ให้สามารถเรียกความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคได้และเข้าถึงแหล่งงานทำความสะอาด

นอกจากนี้ U.S Bureau of Labor Statistics ได้คาดการณ์ว่าธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารจะเป็นอาชีพที่มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นมาก (Fastest growing occupation) โดยเฉพาะผู้เชี่ยวชาญด้านการทำความสะอาด (Professional Cleaning specialist) ในทศวรรษหน้า นอกจากนี้ BSCAI ยังให้ประเด็นที่น่าสนใจของธุรกิจนี้ว่า เป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวเติบโตรวดเร็วจากกิจการขนาดเล็กที่ไม่มีการจ้างงานพนักงานเลยในปี 2545 เป็นกิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่ในปัจจุบัน รวมทั้งยังพบว่าไม่มีกิจการใดเลยเป็นผู้นำเด่นชัดหรือกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมจากผู้ประกอบการ 56,000 ราย และสามารถเข้าทำธุรกิจได้ง่าย (Low barrier of new entrant) เนื่องจากใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีต่ำ

ยุโรป: ปัจจุบันผู้ประกอบการได้รับแรงกดดันจากการแข่งขันด้านราคาจากผู้ว่าจ้างจากหน่วยงานขนาดใหญ่ เช่น โรงเรียน หน่วยงานราชการ ออฟฟิศขนาดใหญ่ รวมทั้งการปรับราคาค่าบริการต่ำกว่าอัตราเงินเฟ้อทำให้ margin บางลง ดังสังเกตได้จากรูปที่ 4 ซึ่งแสดงการเปรียบเทียบราคาเฉลี่ยบริการทำความสะอาดต่อตารางเมตรของผู้ประกอบการในสก๊อตแลนด์ (APSE, ธันวาคม 2551) โดยราคาเฉลี่ยของเดือนมิถุนายน 2550 และ เดือนกรกฎาคม 2551 เท่ากับ £12.45 และ £ 12.60 ตามลำดับ เห็นได้ว่ามีค่าต่ำกว่าระดับเงินเฟ้อซึ่งแสดงถึงการแข่งขันด้านราคาค่อนข้างสูงขึ้นในอุตสาหกรรมนี้

ปัจจุบัน ตลาดยุโรปมีความต้องการเครื่องจักรอเนกประสงค์ที่สามารถใช้งานได้หลายหน้าที่ อาทิ Multi-functional use of sweepers- sweeping, washing, scrubbing, ground maintenance, winter maintenance เพราะคุ้มค่าต่อการลงทุนและลดต้นทุนด้วย ส่วนผู้บริโภคชาวยุโรปกำลังให้ความสนใจการทำความสะอาดสีเขียว (Green Cleaning) หรือการทำความสะอาดปลอดสารเคมีอันก่อให้เกิดสารพิษและทำลายสิ่งแวดล้อม

รูปที่ 4 : แสดงการเปรียบเทียบราคาเฉลี่ยบริการทำความสะอาดอาคารต่อตารางเมตร ของผู้ประกอบการในสก๊อตแลนด์



ที่มา: ASPE, ธันวาคม 2551

แม้ตลาดอเมริกาเหนือและยุโรปจะเผชิญปัญหาเศรษฐกิจถดถอย อัตราการว่างงานที่เพิ่มสูงขึ้น แต่การทำความสะอาดประเภท commercial building อาทิ ออฟฟิศ ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล ตึกขนาดใหญ่ อาคาร คอนโดมิเนียมสร้างเสร็จใหม่ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องทำความสะอาดอยู่ ส่งผลให้มีความต้องการบริการทำความสะอาดเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าบริการทำความสะอาดระดับ commercial work ที่ถูกเรียกใช้บริการมากสุด เรียงจากมากไปน้อย อันดับแรกทำความสะอาดออฟฟิศ คิดเป็นร้อยละ 32 ของการทำความสะอาดในระดับ commercial work รองลงมาคือ government building institutions retail / wholesale establishment และ industrial facilities ตามลำดับ

เอเชีย: ตลาดทำความสะอาดในเอเชียเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและมีอุปสงค์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ทั้งนี้ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารกำลังเผชิญกับความท้าทายในเรื่องมาตรฐานของบริการทำความสะอาดระหว่างมาตรฐานท้องถิ่น (Local standard) และมาตรฐานสากล (International Standard) ทั้งในเรื่องอุปกรณ์เครื่องมือการทำความสะอาดและบริการ รวมทั้งการแข่งขันที่รุนแรงจากการเข้ามา

ของต่างชาติจำนวนมาก ซึ่งมีความได้เปรียบได้ด้านเทคโนโลยี ตราสินค้า ความน่าเชื่อถือ และองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจ

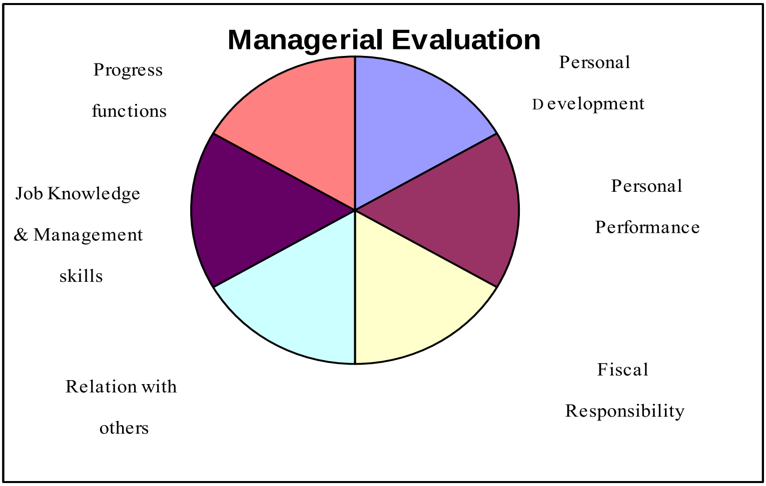
3. คุณสมบัติผู้ประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร ผู้ประกอบการควรมีคุณสมบัติที่จำเป็นดังนี้

- เป็นผู้มีใจรักในงานทำความสะอาดเนื่องจากคนทั่วไปมีทัศนคติต่องานทำความสะอาดว่าเป็นงานไม่มีเกียรติ (Overcoming the janitor image) ผู้ประสบความสำเร็จในกิจการทำความสะอาดส่วนใหญ่เป็นผู้ทำงานด้วยใจรักและมีทัศนคติที่ดีต่องานทำความสะอาด
- เป็นผู้วางแผนในการลงทุนอย่างชาญฉลาด เพราะกิจการทำความสะอาดแม้จะต้องการเงินทุนเริ่มต้นที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับธุรกิจอย่างอื่น อีกทั้งผู้ใช้บริการมักจะเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ มีความน่าเชื่อถือ ส่งผลให้กิจการที่เข้ามาใหม่อาจยังไม่มีรายได้ในช่วงแรก ประกอบกับการเรียกเก็บค่าบริการจากลูกค้าหลังจากให้บริการ อาจใช้เวลานาน ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่ควรมีเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการทำงานขั้นต่ำ 6 เดือน นอกจากนี้ ยังควรหลีกเลี่ยงการกู้ยืมเงินจากธนาคาร เพราะธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารเป็นธุรกิจที่มีกำไรไม่สูงนัก ดอกเบี้ยอาจจะเป็นแหล่งไหลออกของกำไรกิจการ อนึ่ง กิจการทำความสะอาดที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบันส่วนใหญ่มักเริ่มกิจการจากขนาดเล็กและไม่ลงทุนสูงในช่วงเริ่มต้น ยังระมัดระวังการเติบโตที่รวดเร็วเกินไปด้วย

- เป็นผู้มีคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ คือมีความกล้าตัดสินใจในการลงทุนอย่างมีเหตุผล โดยต้องศึกษาข้อมูลให้ครบถ้วนก่อนการตัดสินใจลงทุน มีความสามารถประเมินโอกาสทางธุรกิจ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบต่องาน มีความศรัทธาในอาชีพ สัตย์ซื่อถือคุณธรรม เพียรพยายาม ขยัน อดทน ไม่ท้อถอย มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความสามารถในการตัดสินใจ สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ
- เป็นผู้มีความสามารถในการวางแผน และพัฒนาซึ่งต้องอาศัยสติปัญหาและการฝึกฝน ต้องมีความเข้าใจปัญหาและแยกแยะ วิเคราะห์อย่างเป็นตรรกะในการขจัดปัญหา ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารเป็นธุรกิจพึ่งพาแรงงานในจำนวนมาก (Labor Intensive) และมีการเข้าออกของพนักงานในอัตราสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีทักษะในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ดังรูปที่ 5

รูปที่ 5



4. รูปแบบและขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจ

4.1 การจัดตั้งธุรกิจ[3]

การจัดตั้งธุรกิจและการบริหารจัดการส่วนใหญ่อยู่ในรูปของการระดมทุนเป็นหุ้นส่วนนิติบุคคล จะเป็นการขอจดทะเบียนกิจการกับกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งวิธีการขอจดทะเบียนจะแตกต่างกันไปตามรูปแบบของธุรกิจที่ต้องการจัดตั้ง ได้แก่

- **กิจการเจ้าของคนเดียว**

เจ้าของกิจการมีหน้าที่ยื่นขอจดทะเบียนพาณิชย์ภายใน 30 วันนับแต่วันที่ได้เริ่มประกอบกิจการ เจ้าของกิจการใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 2,000 บาท และปรับต่อเนื่อง อีกวันละไม่เกิน 100 บาท จนกว่าจะได้จดทะเบียนการจดทะเบียนพาณิชย์ต้องเสียค่าธรรมเนียม 50 บาท

- **ห้างหุ้นส่วนจำกัด**

1) **ห้างหุ้นส่วนสามัญ** ผู้ลงทุนเรียกว่า "หุ้นส่วนจำพวกไม่จำกัดความรับผิด" ซึ่งจะต้องรับผิดชอบในหนี้ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจอย่างไม่จำกัดจำนวน ห้างหุ้นส่วนสามัญนี้จะจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์หรือไม่ก็ได้

2) **ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล** ผู้ลงทุนเรียกว่า "หุ้นส่วนจำพวกไม่จำกัดความรับผิด" ซึ่งจะต้องรับผิดชอบในหนี้ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจอย่างไม่จำกัดจำนวน ห้างหุ้นส่วนสามัญนี้จะต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

---

[3] สำหรับการจดทะเบียนพาณิชย์ ให้ศึกษากฎหมายเพิ่มเติมที่ http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=101

3) **ห้างหุ้นส่วนจำกัด** ผู้ลงทุนแบ่งออกเป็น 2 จำพวก จำพวกที่ต้องรับผิดในหนี้ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจอย่างไม่จำกัดจำนวนเรียกว่า "หุ้นส่วนจำพวกไม่จำกัดความรับผิด" และอีกจำพวกหนึ่งซึ่งรับผิดในหนี้ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไม่เกินจำนวนเงินที่ตกลงจะร่วมลงทุนด้วยเรียกว่า "หุ้นส่วนจำพวกจำกัดความรับผิด" ห้างหุ้นส่วนจำกัดต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

<u>ขั้นตอนการจดทะเบียนของห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล และห้างหุ้นส่วนจำกัด</u>

1) ยื่นแบบขอจองชื่อห้างหุ้นส่วนเพื่อตรวจสอบไม่ให้ซ้ำกับห้างหุ้นส่วนบริษัทอื่น

2) กรอกรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อของห้างหุ้นส่วน กิจการที่จะทำ สถานที่ตั้งห้าง ชื่อ ที่อยู่ อายุ สัญชาติ สิ่งที่นำมาลงทุน ลายมือชื่อของผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคน ชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ข้อจำกัดอำนาจหุ้นส่วนผู้จัดการ (ถ้ามี) พร้อมกับ ประทับตราสำคัญของห้างในแบบพิมพ์คำขอจดทะเบียนจัดตั้ง และให้หุ้นส่วนผู้จัดการเป็นผู้ยื่นขอจดทะเบียน หรือหุ้นส่วนผู้จัดการจะมอบอำนาจให้ผู้อื่นไปยื่นจดทะเบียนแทนก็ได้

3) เสียค่าธรรมเนียมโดยนับจำนวนผู้เป็นหุ้นส่วนกล่าวคือ ผู้เป็นหุ้นส่วนไม่เกิน 3 คน เสียค่าธรรมเนียม 1,000 บาท กรณีเกิน 3 คน จะเสียค่าธรรมเนียมหุ้นส่วนที่เกินเพิ่มอีกคนละ 200 บาท

4) เมื่อจดทะเบียนจัดตั้งแล้วจะได้รับหนังสือรับรองและใบสำคัญเป็นหลักฐาน

▶ **บริษัทจำกัด**

ผู้ถือหุ้นจะรับผิดในหนี้ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจไม่เกินจำนวนเงินผู้ถือหุ้นแต่ละคน ตกลงจะร่วมลงทุน วิธีการจดทะเบียนของบริษัท มีดังนี้

1) ยื่นแบบขอจองชื่อบริษัทเพื่อตรวจสอบไม่ให้ซ้ำกับห้างหุ้นส่วนบริษัทอื่น

2) จัดทำหนังสือบริคณห์สนธิ โดยกรอกรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อบริษัท จังหวัดที่ตั้งสำนักงานแห่งใหญ่ กิจการที่จะทำทุนจดทะเบียน จำนวนหุ้น มูลค่าหุ้น ชื่อ ที่อยู่ อายุ อาชีพ จำนวนหุ้นที่จะลงทุน (ซึ่งต้องจองซื้อหุ้นอย่างน้อย 1 หุ้น) และลายมือชื่อของผู้เริ่มก่อตั้งบริษัททุกคนในแบบพิมพ์ คำขอจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ (หนังสือบริคณห์สนธิต้องผนึกอากรแสตมป์ 200 บาท) และให้ผู้เริ่มจัดตั้งบริษัทคนหนึ่งคนใดก็ได้เป็นผู้ยื่นขอจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิด้วยตนเอง หรือจะมอบอำนาจให้ผู้อื่นไปยื่นจดทะเบียนแทนก็ได้ การจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิต้องเสียค่าธรรมเนียมตามจำนวนทุน กล่าวคือ ทุนจดทะเบียนแสนละ 50 บาทแต่ไม่ต่ำกว่า 500 บาท และสูงสุดไม่เกิน 25,000 บาท

3) จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทจำกัด เมื่อผู้เริ่มจัดตั้งบริษัทได้จดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิแล้ว ผู้เริ่มจัดตั้งจะต้องนัดผู้จองซื้อหุ้นเพื่อประชุมจัดตั้งบริษัท ต่อจากนั้นคณะกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งจากที่ประชุมจัดตั้งบริษัทจะต้องเรียกเก็บเงินค่าหุ้นจากผู้จองซื้อหุ้น (คราวแรกให้เรียกเก็บค่าหุ้น ๆ ละไม่ต่ำกว่าร้อยละยี่สิบห้า) และกรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อกระทำการแทนบริษัทต้องจัดทำคำขอจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทยื่นจดทะเบียนภายใน 3 เดือนนับตั้งแต่วันที่ประชุมจัดตั้งบริษัท การจดทะเบียนบริษัทต้องเสียค่าธรรมเนียมตามจำนวนทุน กล่าวคือ ทุนจดทะเบียนแสนละ 500 บาท แต่ไม่ต่ำกว่า 5,000 บาท และสูงสุดไม่เกิน 250,000 บาท

4.2 การขออนุญาตประกอบธุรกิจ

ตารางที่ 5 : ขั้นตอนและระยะเวลาการจัดตั้งธุรกิจ

ขั้นตอน	ระยะเวลา	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	กรมสรรพากร
1. จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท/ห้างหุ้นส่วน	1 วัน		
2. ขอมีเลข และบัตรประจำตัวผู้เสียภาษี	1 วัน		
3. จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม	1 วัน		

การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท

ขั้นตอนการดำเนินการในการจัดตั้งบริษัทจำกัด มี 2 ขั้นตอน คือ

1. การจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ
2. การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทจำกัด

<u>การจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ</u>

ในการจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ ต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ผู้เริ่มก่อการจองชื่อนิติบุคคล
2. เมื่อได้รับอนุญาตให้ใช้ชื่อแล้ว ผู้เริ่มก่อการอย่างน้อย 3 คน เข้าชื่อกันจัดทำหนังสือบริคณห์สนธิ
3. ผู้เริ่มก่อการยื่นจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิต่อนายทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันที่นายทะเบียนอนุญาตให้จองชื่อนิติบุคคล

ข้อมูลที่ต้องใช้ในการจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ

1. ชื่อของบริษัท (ตามที่ได้จองชื่อไว้)
2. ที่ตั้งสำนักงานแห่งใหญ่ (ตั้งอยู่ ณ จังหวัดใด)
3. วัตถุที่ประสงค์ของบริษัทที่จะประกอบกิจการค้า
4. ทุนจดทะเบียน จะต้องแบ่งเป็นหุ้นๆ มีมูลค่าหุ้นเท่าๆ กัน (มูลค่าหุ้นจะต้องไม่ต่ำกว่า 5 บาท)
5. ชื่อ ที่อยู่ อาชีพ และจำนวนหุ้นที่ผู้เริ่มก่อการจองซื้อไว้
6. ชื่อ ที่อยู่ อายุ สัญชาติ ของพยาน 2 คน
7. อากรแสตมป์ 200 บาท

เอกสารหลักฐานที่ต้องใช้ในการจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ

a. คำขอจดทะเบียนบริษัทจำกัด (แบบ บอจ.1)
b. หนังสือบริคณห์สนธิ (แบบ บอจ.2) ผนึกอากรแสตมป์ 200 บาท
c. แบบวัตถุที่ประสงค์ (แบบ ว.)
d. แบบจองชื่อนิติบุคคล
e. หลักฐานให้ความเห็นชอบในการจัดตั้งบริษัทเพื่อประกอบธุรกิจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ใช้เฉพาะในการประกอบธุรกิจที่มีกฎหมายพิเศษควบคุม)
f. สำเนาบัตรประจำตัวของผู้เริ่มก่อการที่ลงลายมือชื่อในคำขอจดทะเบียน
g. สำเนาหลักฐานการเป็นผู้รับรองลายมือชื่อ (ถ้ามี)
h. หนังสือมอบอำนาจ (กรณีที่ผู้ขอจดทะเบียนไม่สามารถยื่นขอจดทะเบียนได้ด้วยตนเอง)

แบบพิมพ์จดทะเบียนสามารถขอและซื้อได้จากหน่วยงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือ Download จาก www.dbd.go.th

ค่าธรรมเนียม

การจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิทุกจำนวนเงินไม่เกิน 100,000 บาท แห่งจำนวนทุนที่กำหนดไว้ 50 บาท เศษของ 100,000 บาท ให้คิดเป็น 100,000 บาท ทั้งนี้รวมกันไม่ให้ต่ำกว่า 500 บาท และไม่ให้เกิน 25,000 บาท

สถานที่จดทะเบียน

1. สำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ยื่นจดทะเบียนได้ที่ ส่วนจดทะเบียนธุรกิจกลาง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ถนนนนทบุรี 1 จังหวัดนนทบุรี หรือสำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจทั้ง 7 แห่ง
2. สำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่จังหวัดอื่น ยื่นจดทะเบียนได้ที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดที่บริษัทมีสำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่
3. ยื่นจดทะเบียนทางอินเตอร์เน็ตที่ www.dbd.go.th

เมื่อจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิแล้ว ก็ให้ดำเนินการดังนี้

1. ผู้เริ่มก่อการจัดให้มีการจองซื้อหุ้นทั้งหมด
2. เมื่อมีการจองซื้อหุ้นหมดแล้ว ก็ให้ผู้เริ่มก่อการออกหนังสือนัดประชุมผู้เข้าชื่อซื้อหุ้นเพื่อประชุมจัดตั้งบริษัท การออกหนังสือนัดประชุมจะต้องห่างจากวันประชุมอย่างน้อย 7 วัน
3. จัดประชุมผู้เข้าชื่อซื้อหุ้นเพื่อจัดตั้งบริษัท
    3.1 องค์ประชุมจะต้องมีผู้เข้าชื่อซื้อหุ้นเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้เข้าชื่อซื้อหุ้นทั้งหมดและนับจำนวนหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของหุ้นทั้งหมด (จะมอบฉันทะให้ผู้อื่นเข้าประชุมแทนก็ได้)
    3.2 วาระการประชุม
        (1) ทำความตกลงตั้งข้อบังคับของบริษัท
        (2) ให้สัตยาบันแก่บรรดาสัญญาซึ่งผู้เริ่มก่อการได้ทำไว้ และค่าใช้จ่ายที่ผู้เริ่มก่อการต้องจ่ายในการเริ่มก่อตั้งบริษัท
        (3) กำหนดจำนวนเงินซึ่งจะให้แก่ผู้เริ่มก่อการ (ถ้ามี)

(4) ในกรณีที่บริษัทจะออกหุ้นบุริมสิทธิ ให้กำหนดจำนวนหุ้นบุริมสิทธิ พร้อมทั้งกำหนดสภาพและบุริมสิทธิของหุ้นบุริมสิทธิว่ามีสภาพหรือสิทธิอย่างไร

(5) ในกรณีที่บริษัทจะออกหุ้นเพื่อเป็นการตอบแทนการลงทุนด้วยทรัพย์สินหรือแรงงาน จะต้องกำหนดจำนวนหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิซึ่งออกให้เสมือนหนึ่งว่าได้ใช้เต็มค่าแล้วหรือได้ใช้แต่บางส่วนเพราะได้ใช้ค่าหุ้นด้วยอย่างอื่นนอกจากตัวเงิน โดยจะต้องระบุรายละเอียดให้ชัดเจนทั้งในหนังสือนัดประชุมและมติที่ประชุม แรงงานที่จะนำมาตีราคาเป็นค่าหุ้นของบริษัทต้องเป็นแรงงานที่ได้กระทำไปแล้ว

(6) การเรียกชำระค่าหุ้น

(7) เลือกตั้งกรรมการและกำหนดอำนาจกรรมการ

(8) เลือกผู้สอบบัญชีรับอนุญาตพร้อมทั้งกำหนดค่าสินจ้าง การตั้งผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเพื่อตรวจสอบและรับรองงบการเงินต้องแต่งตั้งบุคคลธรรมดาเท่านั้น จะแต่งตั้งสำนักงานตรวจสอบบัญชีไม่ได้

4. ผู้เริ่มก่อการมอบหมายกิจการงานทั้งหมดให้แก่คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งจากที่ประชุม
5. คณะกรรมการเรียกเก็บค่าหุ้นจากผู้เข้าชื่อซื้อหุ้น อย่างน้อยร้อยละ 25 ของมูลค่าหุ้น
6. เมื่อเก็บค่าหุ้นได้ครบแล้ว ให้กรรมการผู้มีอำนาจจัดทำคำขอจดทะเบียนตั้งบริษัทแล้วยื่นจดทะเบียนต่อนายทะเบียน

*** การยื่นจดทะเบียนจะต้องให้กรรมการผู้มีอำนาจเป็นผู้ลงลายมือชื่อในคำขอจดทะเบียน และต้องยื่นจดทะเบียนภายใน 3 เดือนนับแต่วันที่ที่ประชุมจัดตั้งบริษัท ถ้าไม่จดทะเบียนภายในกำหนดเวลาดังกล่าวจะทำให้การประชุมตั้งบริษัทเสียไป หากต่อไปต้องการจดทะเบียนตั้งบริษัทก็ต้องดำเนินการจัดประชุมผู้จองซื้อหุ้นใหม่ ***

<u>ข้อมูลที่ต้องใช้ในการจัดตั้งบริษัทจำกัด</u>

1. ข้อบังคับ (ถ้ามี)
2. จำนวนทุน (ค่าหุ้น) ที่เรียกชำระแล้ว อย่างน้อยร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียน
3. ชื่อ ที่อยู่ อายุของกรรมการ
4. รายชื่อหรือจำนวนกรรมการที่มีอำนาจลงชื่อแทนบริษัท (อำนาจกรรมการ)
5. ชื่อ เลขทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตพร้อมค่าตอบแทน
6. ชื่อ ที่อยู่ สัญชาติ และจำนวนหุ้นของผู้ถือหุ้นแต่ละคน
7. ตราสำคัญ
8. ที่ตั้งสำนักงานแห่งใหญ่/สาขา

บริษัทจะไม่จดทะเบียนตราสำคัญของบริษัทก็ได้ หากว่าอำนาจกรรมการไม่ได้กำหนดให้ต้องประทับตราสำคัญด้วย

เอกสารหลักฐานที่ต้องใช้ในการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทจำกัด

1. คำขอจดทะเบียนบริษัทจำกัด (แบบ บอจ.1)
2. รายการจดทะเบียนจัดตั้ง (แบบ บอจ.3)
3. รายละเอียดกรรมการ (แบบ ก.)
4. บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น (แบบ บอจ.5)
5. สำเนาหนังสือนัดประชุมตั้งบริษัท
6. สำเนารายงานการประชุมตั้งบริษัท
7. สำเนาข้อบังคับ ผนึกอากร 200 บาท (ถ้ามี)
8. หลักฐานการชำระค่าหุ้นที่บริษัทออกให้แก่ผู้ถือหุ้น
9. กรณีคนต่างด้าวลงทุนในบริษัทจำกัด ตั้งแต่ร้อยละ 40 แต่ไม่ถึงร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียน หรือกรณีมีคนต่างด้าวลงทุนในบริษัทจำกัดต่ำกว่าร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียนแต่คนต่างด้าวเป็นกรรมการผู้มีอำนาจกระทำการแทนบริษัท ให้

ผู้ถือหุ้นที่มีสัญชาติไทยทุกคนส่งหลักฐานแสดงที่มาของเงินลงทุนที่สอดคล้องกับจำนวนเงินที่ชำระแล้วของผู้ถือหุ้นแต่ละราย อย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

9.1 สำเนาสมุดเงินฝากธนาคาร หรือสำเนาใบแจ้งยอดบัญชีธนาคารย้อนหลัง 6 เดือน หรือ

9.2 เอกสารที่ธนาคารออกให้เพื่อรับรอง หรือแสดงฐานะทางการเงินของผู้ถือหุ้น หรือ

9.3 สำเนาหลักฐานที่แสดงแหล่งที่มาของเงินที่นำมาชำระค่าหุ้น

10. แบบ สสช.1 จำนวน 1 ฉบับ
11. สำเนาบัตรประจำตัวของกรรมการที่ลงชื่อในคำขอจดทะเบียน
12. สำเนาหลักฐานการเป็นผู้รับรองลายมือชื่อ (ถ้ามี)
13. หนังสือมอบอำนาจ (กรณีที่ผู้ขอจดทะเบียนไม่สามารถยื่นขอจดทะเบียนได้ด้วยตนเอง ก็มอบอำนาจให้บุคคลอื่นดำเนินการแทนโดยทำหนังสือมอบอำนาจและผนึกอากรแสตมป์ด้วย)

แบบพิมพ์จดทะเบียนสามารถขอและซื้อได้จากหน่วยงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือ Download จาก www.dbd.go.th

ค่าธรรมเนียม

1. คิดตามทุนจดทะเบียนแสนละ 500 บาท แต่ไม่น้อยกว่า 5,000 บาท และไม่เกิน 250,000 บาท (เศษของแสนคิดเป็นแสน)
2. หนังสือรับรอง ฉบับละ 200 บาท
3. ใบสำคัญแสดงการจดทะเบียน ฉบับละ 100 บาท
4. รับรองสำเนาเอกสาร หน้าละ 50 บาท

สถานที่จดทะเบียน

1. สำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ยื่นจดทะเบียนได้ที่ ส่วนจดทะเบียนธุรกิจกลาง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ถนนนนทบุรี 1 จังหวัดนนทบุรี หรือสำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจทั้ง 7 แห่ง
2. สำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่จังหวัดอื่น ยื่นจดทะเบียนได้ที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดที่บริษัทมีสำนักงานแห่งใหญ่ตั้งอยู่
3. ยื่นจดทะเบียนทางอินเตอร์เน็ตที่ www.dbd.go.th

ขอมีเลข และบัตรประจำตัวผู้เสียภาษี

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร

กรมสรรพากรมีหน้าที่จัดเก็บภาษีจากผู้เสียภาษีอากรทั้งที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลและเพื่อประสิทธิภาพในการบริหารการจัดเก็บจึงได้ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บฐานข้อมูลของผู้เสียภาษีอากรโดยกำหนดให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากรแต่ละรายมีและใช้เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากรเพียง 1 หมายเลข ประกอบด้วยตัวเลข 10 หลัก ทั้งนี้ ตามที่กำหนดไว้ในประมวลรัษฎากร ดังนี้

”มาตรา 3 เอกาทศ เพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร อธิบดีมีอำนาจกำหนดให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากรและผู้มีหน้าที่จ่ายเงินได้มีและใช้เลขประจำตัวในการปฏิบัติการตามประมวลรัษฎากรได้ ตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่อธิบดีกำหนด ทั้งนี้ โดยอนุมัติรัฐมนตรี การกำหนดตามวรรคหนึ่งให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

เลขประจำตัวประชาชนใช้แทนเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร

ให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและผู้จ่ายเงินได้ซึ่งมีหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่าย เฉพาะบุคคลธรรมดาที่มีและใช้เลขประจำตัวประชาชนตามกฎหมายว่าด้วย

การทะเบียนราษฎร ใช้เลขประจำตัวประชาชนในการยื่นรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและยื่นรายการภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย โดยไม่ต้องยื่นคำร้องขอมีเลขประจำตัวและบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร

เอกสารที่ต้องแนบพร้อมกับแบบคำร้องการขอมีเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร

ประเภทนิติบุคคล (แนบพร้อมกับแบบ ล.ป.10.3)

1. กรณีขอมีเลขและบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร ได้แก่
   (1) ภาพถ่ายสำเนาทะเบียนบ้านที่ใช้เป็นสถานประกอบการของสำนักงานใหญ่
   (2) ภาพถ่ายหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล
   (3) ภาพถ่ายหนังสือรับรองการประกอบกิจการในประเทศไทย
   (4) ภาพถ่ายหนังสือสัญญาประกอบกิจการร่วมกัน
   (5) ภาพถ่ายหนังสือสัญญาแต่งตั้งลูกจ้างหรือผู้ทำการแทนฯในประเทศไทย
   (6) ภาพถ่ายบัตรประจำตัวประชาชน / ใบสำคัญคนต่างด้าว / หนังสือเดินทางของกรรมการผู้จัดการ / หุ้นส่วนผู้จัดการผู้มีอำนาจจัดการหรือลูกจ้างผู้ทำการแทนฯ ในประเทศไทย
   (7) ภาพถ่ายหนังสือยินยอมให้ใช้สถานที่ (กรณีที่ใช้สถานที่ของบุคคลอื่นเป็นสถานประกอบการ)
   (8) ภาพถ่ายบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากรของผู้มีอำนาจจัดการ / ลูกจ้าง / ผู้ทำการแทนฯ ในประเทศไทย
2. กรณีขอแก้ไขรายละเอียดผู้เสียภาษีอากร ได้แก่
   (1) ภาพถ่ายหลักฐานการเปลี่ยนชื่อ ที่ตั้งนิติบุคคล
   (2) บัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากรฉบับเดิม
3. กรณีบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากรชำรุดหรือสูญหาย ได้แก่

(1) ภาพถ่ายบัตรประจำตัวประชาชน / ใบสำคัญคนต่างด้าว / หนังสือเดินทางของกรรมการผู้จัดการหุ้นส่วนผู้จัดการผู้มีอำนาจจัดการ หรือลูกจ้างผู้ทำการแทนฯในประเทศไทย

(2) บัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากรฉบับเดิม (ถ้ามี)

4. กรณีขอคืนบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร ได้แก่

(1) ภาพถ่ายหนังสือจดทะเบียนเลิกประกอบกิจการ / ควบกิจการ / โอนกิจการทั้งหมด

(2) บัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากรที่คืน

จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

1. ผู้ประกอบการต้องยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเมื่อเริ่มประกอบกิจการขายสินค้าหรือให้บริการ เว้นแต่กรณีที่ผู้ประกอบการมีแผนงานที่สามารถพิสูจน์ได้ว่าได้เตรียมการเพื่อประกอบกิจการขายสินค้าหรือให้บริการที่อยู่ในบังคับต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มและมีการดำเนินการเพื่อเตรียมประกอบกิจการอันเป็นเหตุให้ต้องมีการซื้อสินค้าหรือรับบริการที่อยู่ในบังคับต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม เช่น การก่อสร้างโรงงาน การสร้างอาคารสำนักงานหรือการติดตั้งเครื่องจักร ให้ผู้ประกอบการมีสิทธิยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ภายในกำหนด 6 เดือนก่อนวันเริ่มประกอบกิจการขายสินค้าหรือให้บริการ

2. ผู้ประกอบการที่มีรายรับเกินกว่า 1.8 ล้านบาทต่อปี ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มภายใน 30 วันนับแต่วันที่มีมูลค่าของฐานภาษี (รายรับ) เกินกว่า 1.8 ล้านบาท

ภาษีป้าย

ผู้ประกอบธุรกิจที่ติดตั้งป้ายใหม่ หรือแสดงป้ายใหม่ จะต้องชำระภาษีป้ายต่อเจ้าพนักงานภายใน 15 วัน และจะต้องยื่นชำระภาษีป้ายทุกปีที่ยังติดตั้งป้าย

สถานที่ขออนุญาต

กรุงเทพฯ ยื่นขอ ณ สำนักงานเขตที่ป้ายนั้นติดตั้งอยู่

ต่างจังหวัด ยื่นขอ ณ สำนักงานเทศบาลหรือสุขาภิบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งดูแลพื้นที่ที่ป้ายนั้นติดตั้งอยู่

กฎหมายและระเบียบเฉพาะธุรกิจ

ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

หากธุรกิจบริการทำความสะอาดมีการผลิตหรือแยกผสมน้ำยาทำความสะอาดที่มีกรดประเภทใดก็ตามเป็นส่วนผสมอยู่หรือมีการเก็บสะสมน้ำยาทำความสะอาดที่มีฤทธิ์เป็นกรดไว้ในปริมาณมาก เป็นกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุขต้องขออนุญาตประกอบกิจการก่อนดำเนินการ

สถานที่ขออนุญาต

กรุงเทพฯ ยื่นขอ ณ สำนักงานหรือเขตที่ตั้งสถานประกอบการ

ต่างจังหวัด ยื่นขอ ณ สำนักงานเทศบาล หรือ สำนักงานสุขาภิบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งดูแลเขตพื้นที่ที่ตั้งสถานประกอบการ

ค่าธรรมเนียม ไม่เกิน 10,000 บาท

นอกจากนี้ยังมีกฎหมายและระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม สวัสดิการและการคุ้มครองแรงงานที่ต้องถือปฏิบัติ

4.3 องค์ประกอบหลักในการจัดตั้งธุรกิจ

- **สถานที่ตั้ง**

ควรตั้งอยู่ในบริเวณหรือจังหวัดใกล้เคียงกับงานรับเหมาทำความสะอาดเพื่อให้ง่ายต่อการควบคุมดูแล เนื่องจากต้นทุนด้านยานพาหนะ ขนส่งจะเป็นภาระสูงจนสูบเอาความสามารถในการทำกำไรของกิจการออกไป

- **เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในกิจการทำความสะอาด**

ในการเริ่มต้นเข้าสู่ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารครั้งแรก ผู้ประกอบการหลายรายมักจะจัดซื้อ ตระเตรียมอุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ไว้ก่อน บ้างอาจซื้อเครื่องกวาดลานจอดรถไว้ก่อน บ้างก็ซื้อเครื่องจักรอเนกประสงค์ที่มีกำลังการผลิตขนาดใหญ่ ทั้งๆ ที่ยังไม่ได้รับเหมางานทำความสะอาดลานจอดรถ หรืองานที่จำเป็นต้องใช้เครื่องจักรขนาดใหญ่ตามที่ซื้อมา ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินงานสูงขึ้นโดยไม่จำเป็น และมีผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจนี้ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า เมื่อเริ่มต้นนั้นควรซื้อเครื่องจักรเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้เกิดขึ้นจริงๆ หรืออาจใช้การเช่าซื้อเครื่องจักร (Operating lease หรือ financial lease) เป็นการเสริมสภาพคล่องอีกด้วยจึงเป็นแนวทางเลือกที่น่าสนใจ เมื่อตัดสินใจซื้อเครื่องจักร อุปกรณ์ทำความสะอาดนั้นกิจการควรพึงระวังในเรื่องต่อไปนี้

1. บริการหลังการขายของผู้ขายเครื่องจักรนั้นๆ
2. ความเสี่ยงเรื่องเทคโนโลยีเครื่องจักรล้าสมัย และแนวโน้มบริการทำความสะอาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อยๆ ดังนั้นควรจะศึกษาเครื่องจักร และเข้าชมโรงงานผู้ขาย (janitorial supply house) เข้าชมงาน trade show เพื่อให้ทันสถานการณ์
3. ควรเลือกซื้อเครื่องจักรสำหรับงานทำความสะอาดจากผู้ขายชั้นนำและคุณภาพที่ดี จะช่วยลดต้นทุนด้านเวลาได้อย่างมาก (Down time cost)

- **บุคลากร**

ปัจจัยหลักที่จะทำให้ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารดำรงอยู่ได้ในตลาด หรือทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (Key Success Factor) นั้นขึ้นอยู่กับบุคลากร ลักษณะโครงสร้างการจ้างงานในธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร ประกอบด้วย 1) พนักงานประจำสำนักงานจะแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจ โดยทั่วไปจะมี 1-5 คน โดยแต่ละคนจะทำหลายๆ หน้าที่ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบัญชี การเงิน จัดซื้อบริหารทั่วไป บุคคล และการหาลูกค้า 2) พนักงานทำความสะอาดอาคาร ผู้ประกอบกิจการโดยมากจะจ้างเป็น 2 ลักษณะ คือ พนักงานประจำและจ้างในลักษณะชั่วคราวตามงานที่เพิ่มขึ้น จำนวนพนักงานทำความสะอาดจะแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจและจำนวนลูกค้า และ 3) พนักงานสายตรวจและหัวหน้าแม่บ้านเพื่อควบคุมคุณภาพของบริการทำความสะอาด

- **อัตราค่าบริการ**

อัตราค่าบริการไม่ระบุแน่ชัดขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อาทิ ความซับซ้อนของงาน วัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลืองว่าฝ่ายใดเป็นผู้จัดหา การคำนวณอัตราค่าบริการสามารถคำนวณจากต้นทุนค่าแรงงานเป็นอัตราค่าแรงงานขั้นต่ำตามประกาศกระทรวงแรงงาน

5. กระบวนการดำเนินงาน

สำหรับการดำเนินธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร การที่จะได้งานบริการทำความสะอาดจากลูกค้านั้น การเสนอราคา (BID) และ การประเมินราคาบริการความสะอาด (Estimated) ให้มีความถูกต้องแม่นยำนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง หากมีความคลาดเคลื่อนมากก็อาจทำให้ไม่ได้รับมอบหมายงานนั้นๆ หรือ กิจการอาจขาดทุนหากประเมินราคาต่ำกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้น

ข้อพึงระวังสำหรับการประมูลแต่ละครั้ง คือ

1) ต้องไปดูสถานที่จริง เพื่อที่จะได้ข้อมูลประกอบการประเมินราคาว่าสถานที่ทำความสะอาดมีลักษณะอย่างไร พื้นผิวที่ทำความสะอาดมีความยากง่ายเพียงใด เวลาที่ใช้ในการทำงานเป็นเท่าไหร่ เพราะหลายครั้งที่ข้อมูลที่ทางหน่วยงานรัฐ เอกชนให้มาอาจไม่ครบถ้วน ซึ่งจะทำให้การประเมินมีความคลาดเคลื่อนได้สูง

2) ต้องจดรายละเอียดของงานและลักษณะของอาคาร งานที่ทำความสะอาดให้เพียงพอที่จะสามารถตีราคาได้ เพื่อป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อน

3) หากมีการเสนอราคาให้แก่ลูกค้าแล้วพบว่าการประเมินราคาคลาดเคลื่อนควรจะต้องแจ้งแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการก่อนที่จะเริ่มให้บริการ ผู้ประกอบการหลายรายได้เสนอราคา bid ที่ต่ำ เพื่อหวังจะต่อรองเพิ่มราคาค่าบริการในภายหลัง ซึ่งจะนำไปสู่การทำลายความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและส่งผลแง่ลบต่อการรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาว

4) ต้องเก็บราคาเสนอประมูลเป็นความลับอยู่ตลอดเวลา

5) หากทำงานไม่ทัน และมีกำลังพลไม่เพียงพอ ควรเลือก subcontract ผู้ประกอบการที่มีความไว้ใจ สุจริตใจ (bona fide subcontract) ได้

ขั้นตอนเตรียมข้อมูลเพื่อการเข้าไปเสนอราคา

1) รวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประเมินราคา อันได้แก่ ขอบข่ายงาน (specifications) ขนาด (size) ชนิดของพื้นผิว (type of area cover) ประวัติของการทำงานในตึก อาคาร และผู้คนที่ต้องติดต่อ และจะมีปัญหา หรือความท้าทายใดๆ ในงานที่จะเข้าไปทำหรือไม่

2) สำรวจสถานที่ต้องให้บริการจริง (site) และประเมินถึงจำนวนในการใช้ความหนาแน่นของบริเวณ และเวลาที่พนักงานต้องใช้ในการทำความสะอาด ดังรายละเอียดในแบบฟอร์มด้านล่าง

Building Survey

Survey by__________________________________ Date:________________

Acoount____Contract:___________________________
Address:_______________________________________Zip:_________ Phone:________________
Frequency:______________Work Days:___________ Work Time:____________Alarm:____________
Floors:__________________Carpets:_____________Windows:______________Blinds:____________
Lights:________________Suppplies__________________________________Density:____________
Present Condition:____Initial:______________________
Equipment:____Distances:_________________
Overall Dimensions:______________________________________Gross SQ Footage:____________
Exterior Maintenance____

Area	**Dimensions**	**Floor Type**	**Number Units**		**Estimated Time**	**Windows @______**	**Blinds @ ______**	**other**
				Totals				

Key: CC-commercial Carpet: SC-Shag Carper;
R-Resilient Flooring: CT-Ceramic Tile; T-Terazzo; CT-Concrete;W-Wood

Detailed Contract Work Schedule

For

Day of Service…………………………………………

Time service is performed………………………………

Building Representative…………………………………

Work to be Performed			
General Cleaning	**Times per week**	**Times per month**	**Times per year**
Empty and Damp-wipe AshTrays &urns			
Empty Wastebaskets			
Dust Tops of Desks, Furniture, Counters			
Dust Telephones			
Dust Tops of Cabinets, Picture Frames			
Dust Partitions and Ledges			
Spot-clean or Damp-wipe Dest Tops			
Spot-clean Dorrs, Light Switches			
Spot-clean Walls, Partitions			
Clean Drinking Fountains			
Clean Sinks			
Damp-Wipe Funiture in Eating Areas			
Dry clean Chalkboards (If erased)			
Periodic general cleaning			
High Dusting			
Dust Venetian Blinds			
Polish or clean Kick Plates and handrails			
Replace Bured-Out Bulbs and Lamps			
Dust or clean Vents and Grills			
Vacumm Window Draperies			

Bidding Considerations Form

Considerations	**Good**	**Marginal**	**Bad**
1. Condition of the building			
2. Company stability			
3. How secure will the job be?			
4. My past experience with this company and this type of contract			
5. The person I will have to work with on the job			
6. Distance from my center of operations			
7. Working hours			
8. Do I have the personnel available to do the job?			
9. Duration of the job			
10. Equipment needed			
11. Potential for additional work			
12. initial investment required			
13. Area growth potential			
Considerations	**Good**	**Marginal**	**Bad**
14. How much of my time will it take?			
15. Potential harm of job failure			
16. what is my knowledge of this particular job?			

3) อัตราค่าบริการ อัตราค่าบริการทำความสะอาดนั้นไม่ระบุแน่ชัดขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อาทิ ความซับซ้อนของงาน วัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลืองว่าฝ่ายใดเป็นผู้จัดหา การคำนวณอัตราค่าบริการสามารถคำนวณจากต้นทุนค่าแรงงานเป็นอัตราค่าแรงงานขั้นต่ำตามประกาศกระทรวงแรงงาน * จำนวนคนและเวลาที่ใช้ (ผู้ประกอบการสามารถอ้างอิงประสิทธิภาพและเวลาในการทำงานของพนักงานจากตารางในหน้าถัดไปได้) + ค่าโสหุ้ยการผลิต (overhead cost) ประมาณร้อยละ 12-25 + กำไรอีกร้อยละ 10-20

Production rates Table Daily Janitorial work

(Daily production time in sq ft. per man hours)*

Area type	Density/Traffic/Difficulty Carpeted Floors			Density/Traffic/Difficulty Wax Floors		
	Low	Med	High	Low	Med	High
General offices	3,600	3,300	3,000	3,200	3,000	2,800
Executive offices	3,500	3,200	-	3,100	2,900	-
Corridors	6,500	6,000	5,500	6,000	5,500	5,000
Lobbies	5,500	5,000	4,500	4,600	4,200	3,800
Elevators	800	700	600	1,900	1,900	1,900
Cafeteria	2,800	2,500	2,000	2,500	2,200	1,800
Restrooms	-	-	-	600	500	400
Mechanical Rms	-	-	-	10,000	8,000	6,000
Auditorium	6,000	5,000	4,500	5,000	4,500	4,000
Conference Rms	3,600	3,200	2,800	3,400	3,000	2,600
Data Processing	4,500	4,250	4,000	4,500	4,250	4,000
Stairs	1,200	1,000	800	1,000	800	600
Parking Garage	concrete			12,000	11,000	9,000
Telephone eqpt	8,000	7,000	6,000	7,000	6,000	5,000

* Daily production rates include common periodic tasks such as high dusting, carpet cleaning, floor waxing etc.

4) หลังจากรวบรวมข้อมูล ก็นำมาคำนวณเพื่อตั้งราคา ดูตัวอย่างในส่วนการวิเคราะห์การลงทุนและผลตอบแทนต่อไปนี้

ตัวอย่าง การคำนวณราคา ผู้ประกอบกิจการทำความสะอาดรายหนึ่งลงทุนซื้อทาวน์เฮาส์ 2 ชั้น 2 คูหา เพื่อใช้เป็นสำนักงาน มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 160 ตารางเมตร ราคาสิ่งปลูกสร้างประมาณ 400,000 บาท มีพนักงานทำความสะอาด 120 คน และมีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้ (หน่วย: บาท)

1. ต้นทุนคงที่
    a. ต้นทุนคงที่เป็นตัวเงิน

i.	เงินเดือนพนักงาน	=	360,000
ii.	ค่าไฟฟ้า	=	36,000
iii.	ค่าน้ำประปา	=	12,000
iv.	ค่าโทรศัพท์	=	120,000
v.	ค่าดอกเบี้ยจ่าย	=	120,000
vi.	ค่าประกันภัย	=	20,000
vii.	ค่าประกันสังคม	=	300,000
viii.	ค่าภาษี	=	50,000
ix.	ค่าต่อทะเบียนรถยนต์	=	3,000
x.	ค่าทำบัญชี	=	15,000
	รวม	=	1,036,000

b. ต้นทุนคงที่ไม่เป็นตัวเงิน

i. ค่าอาคารสำนักงาน 400,000บาท คิดค่าเสื่อมราคาร้อยละ 5	=	20,000
ii. ค่าตกแต่งภายใน 50,000 บาทคิดค่าเสื่อมราคาร้อยละ 20	=	10,000
iii. ค่าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน 151,800 บาท		
คิดค่าเสื่อมราคาร้อยละ 20	=	30,360
iv. ค่าเครื่องมืออุปกรณ์ 825,000 บาท คิดค่าเสื่อมราคาร้อยละ 20	=	165,000
v. ค่ายานพาหนะ 730,000 บาท		
คิดค่าเสื่อมราคาร้อยละ 20	=	146,000
รวม	=	371,360
รวมต้นทุนคงที่ทั้งหมด	=	1,407,360

2. ประมาณการพนักงานทำความสะอาดที่มีผู้มาใช้บริการในปีปัจจุบัน
   a. ปีที่ผ่านมามีผู้ใช้บริการพนักงานรักษาความสะอาดทั้งหมด 120 คน/เดือน หรือเท่ากับ 1,440 คน/ปี
   b. ในปีปัจจุบันคาดการณ์ว่าจะมีผู้ใช้บริการรักษาความสะอาดเท่าเดิมคือ 120 คน/เดือน หรือเท่ากับ 1,440 คน/ปี
3. ต้นทุนคงที่จัดสรร (ต่อพนักงาน 1 คน/เดือน) =1,407,360/1440 = 977.33

4. ต้นทุนผันแปรต่อคนต่อเดือน

a. ค่าแรงงานพนักงานรักษาความสะอาดต่อคนต่อเดือน = 245*22 = 5,390

(อัตราค่าแรงงาน 245 บาท/คน/วัน) ระยะเวลาทำงาน ารต่อเดือน)

b. ค่าวัสดุสิ้นเปลืองต่อคนต่อเดือน = 100

c. ค่าใช้จ่ายเดินทางต่อคน ต่อเดือน = 300

รวม = 5,790

5. ต้นทุนทั้งหมด= 977.33+5,790 (บาท/คน/เดือน) = 6,767.33

6. ผู้ประกอบกิจการต้องการกำไรร้อย 10 ของต้นทุนทั้งหมด = 76.73

อัตราค่าบริการ = 6,767.33+676.73 = 7,444.06

7. ผู้ประกอบกิจการตัดสินใจตั้งอัตราค่าบริการสำหรับพนักงานรักษาความสะอาด = 7,500 บาท/คน/เดือน

5) เปรียบเทียบราคาที่ตั้งกับมาตรฐาน และสถิติที่คู่แข่งเคยเสนอราคา

6) ทำรายละเอียดเสนอราคาประมูล ส่วนประกอบของขอบข่ายงาน ราคา และคุณสมบัติขององค์การ

Bid Work Sheet

Account Name:_______________________________________

Bid by:_____________________________Date:________________________

Daily Work									
Area/Type	**Square Footage**	**+**	**Square Ft. Per Hour**	**=**	**Daily Hours**	**X**	**Days Per Mo. (21.1)**	**=**	**Hours Per Mo.**
General Offices		+		=		X		=	
Executive Offices		+		=		X		=	
Corridors		+		=		X		=	
Lobbies		+		=		X		=	
Elevators		+		=		X		=	
Cafeteria		+		=		X		=	
Restrooms		+		=		X		=	
Mechanical Rms		+		=		X		=	
Auditorium		+		=		X		=	
Conference Rm.		+		=		X		=	
Total		*				**			
							Total Daily Work Hour/Mo.		

* Does this agree with overall sq footage estimate from survey?

** Does this agree with estimated time on survey sheet?

Bid Work Sheet

Work Loading					
Labor Type	**Hours Per Month**	**x**	**Rate Per Hour**	**=**	**Labor Cost per Month**
Supervision		**x**		**=**	**$**
General Cleaning		**x**		**=**	
Floor Work		**x**		**=**	
Utility		**x**		**=**	
Matron/Porter		**x**		**=**	
Trash		**x**		**=**	
Vacuum		**x**		**=**	
Restrooms		**x**		**=**	
		x		**=**	
		x		**=**	
Total Hours/Month			**Total Labor**		**$**

Pay roll Costs	
F.I.C.A.	
S.U.T.	
F.U.T.	
W/CI	
PL/PD	
TOTAL	

TOTAL Labor	$
Payroll Costs	
Supplies	
Equipment Amortization	
Uniforms	
Total Direct Cost	$
Markup or Overhead	
Profit	
Total Monthly Price	$

Total sq. ft. ____________+ Total hours/mo.______________=______________Overall Production Rate

7) หากเป็นการประมูลกับหน่วยงานรัฐ ก็ต้องมีการซื้อแบบ ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นการประมูล e-auction (TOR) ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

8) การในการเข้าไปเจรจาเสนองานประมูล ต้องศึกษาว่าผู้ใช้บริการ (ลูกค้า) มีรายละเอียดลักษณะสำคัญอย่างไรบ้าง เช่น ประกอบธุรกิจอะไร ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับงานต่างๆ สัญญา เทอม

9) หลังจากได้งานต้องมีการเข้าไปตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ

หากผู้ประกอบการบริการทำความสะอาดมีความสนใจ หรือข้อสงสัยเกี่ยวกับงานบริการทำความสะอาด อาจเข้าไปหาข้อมูลได้ที่http://www.globalcleaningassociation.com ซึ่งจะเป็นบอร์ดหนึ่งที่แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ที่อยู่ในแวดวงทำความสะอาด

Inspection Form

Building________________________Floor_______________________City_______________

Inspected By_________________Employee_______________Date_____________________

Classification	Poor	Fair	Good	Ex'llnt	Quality Value
Entrance					
Lobbies					
Elevators					
Corridors					
Stairwells					
Restrooms					
Office- Equipment Areas					
Windows					
Exterior & Grounds					
Janitor Closets					
Miscellaneous					
				Quality Index	

Comment:

____

____

____

____

____

____

____

____

____

Frequency Work Schedule

Month ___________________________

Extra Work Job Sheet

ORDERED
BY: ______________________________ **BILL TO:** ______________________________

________________**DATE**________________ ______________________________

________________**PHONE**________________ ______________________________

DESCRIPTION OF WORK COMPLETED	**UNIT COST**	**COST**
LOCATION		
JON SHEET No.______________________ **TOTAL BILLING**		

DATE WORK COMPLETED **SIGNED:**

EXTRA WORK JOB SHEET

FOR OFFICE USE ONLY FOR FIELD USE NUMBER____________

CHECKED BY	DATE	POSTED & BILLED BY	DATE	PAY COMMISSION TO	AMOUNT	TOTALS	
LABOR EXPENSE		RATE	********DATE*********		TOTAL HOURS	TOTAL COSTS	TOTAL BILLIN

BOSS

6. ข้อมูลทางการเงิน

6.1 โครงสร้างการลงทุน

โครงสร้างการลงทุน เป็นการศึกษาด้านการเงินของการจัดตั้งธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการลงทุนว่าจะต้องใช้เงินทุนในด้านใดบ้างเป็นอย่างละจำนวนเท่าไร จะหาแหล่งเงินทุนได้จากที่ไหน การจัดตั้งธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารนี้จะให้ผลตอบแทนการลงทุนสูงต่ำอย่างไร การศึกษาด้านการเงินเป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน หรือวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดต่อเจ้าของกิจการ องค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการวิเคราะห์ด้านการเงิน มีดังนี้

1. ประมาณการเงินลงทุนในการจัดตั้งธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร เพื่อดูว่าจะต้องใช้เงินในด้านใดบ้าง เป็นจำนวนเท่าไร จะหาแหล่งเงินทุนได้จากที่ไหน ซึ่งเงินลงทุนจะประกอบไปด้วย
   - สินทรัพย์ถาวร และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน (Fixed Assets)
   - เงินทุนหมุนเวียน (Working Capital)
2. การประมาณการด้านการเงินของธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารซึ่งแยกออกได้เป็น
   - ประมาณการในด้านต้นทุนซึ่งจะหนักไปทางต้นทุนทรัพยากรบุคคล
   - ประมาณการด้านค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและค่าโสหุ้ยต่างๆ
   - ประมาณการงบกำไรขาดทุน
   - ประมาณการงบกระแสเงินสด

3. การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าควรจะตัดสินใจลงทุนหรือไม่ โดยดูจากผลตอบแทนการลงทุนว่าสูงต่ำอย่างไร

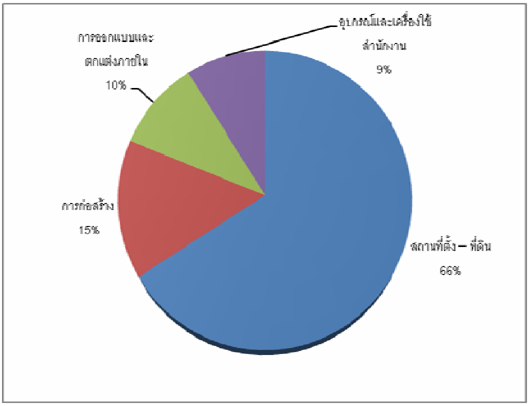
- มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value, NPV)
- อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return, IRR)
- ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
-

ตารางที่ 6 : องค์ประกอบหลักในการลงทุนเริ่มต้น

องค์ประกอบ	ประมาณการลงทุน	หมายเหตุ
สถานที่ตั้ง – ที่ดิน	45,000 บาท ต่อ ตร.ว.	ประมาณการจากที่ดินชานเมืองกรุงเทพและเขตปริมณฑล ราคาขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง
การก่อสร้าง	750,000 - 1,000,000 บาท ต่อพื้นที่ 100 ตร.ว.	เป็นอาคารชั้นเดียว
การออกแบบและตกแต่งภายใน	8,000 – 15,000 บาทต่อ ตร.ม.	ขึ้นอยู่กับวัสดุที่ใช้และพื้นที่ใช้สอย
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	30,000 บาท	ตัวอย่างเช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ โทรศัพท์ โทรสาร

สัดส่วนขององค์ประกอบหลักในการลงทุนเริ่มต้นควรมีโครงสร้างดังนี้

รูปที่ 6 : สัดส่วนขององค์ประกอบหลักในการลงทุนเริ่มต้น



6.2 **ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน**

องค์ประกอบหลักของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expenses) ประกอบด้วยค่าจ้างบุคลากรและพนักงาน ค่าใช้จ่ายจากการบริการ และค่าใช้จ่ายจากการบริหาร ตัวอย่างการคำนวณราคาในหัวข้อ 6.2 และ 6.3 นี้ จะพิจารณาจากผู้ประกอบกิจการทำความสะอาดรายหนึ่งลงทุนซื้อทาวเฮาส์ 2 ชั้น 2 คูหา เพื่อใช้เป็นสำนักงาน มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 160 ตารางเมตร ราคาสิ่งปลูกสร้างประมาณ 400,000 บาท มีพนักงานทำความสะอาด 120 คน ซึ่งมีการประมาณการเบื้องต้นและแบ่งเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมได้ดังนี้

ตารางที่ 7 : ค่าจ้างบุคลากรและพนักงาน

รายการ	ประมาณเงินเดือนต่อคน	จำนวนคน	จำนวนเงินประมาณการต่อเดือน (บาท)
ผู้บริหาร	40,000	1	40,000
พนักงานทำความสะอาด	5,000	120	600,000
ยามรักษาความปลอดภัยประจำสำนักงาน	6,000	2	12,000
แม่บ้านทำความสะอาดประจำสำนักงาน	5,000	1	5,000
พนักงานธุรการ	8,000	2	16,000

ตารางที่ 8 : ค่าใช้จ่ายจากการบริการ

รายการ	จำนวนเงินประมาณการต่อเดือน (บาท)
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	12,000
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	36,000

ตารางที่ 9 : ค่าใช้จ่ายจากการบริหาร

รายการ	**จำนวนเงินประมาณการต่อเดือน (บาท)**
ค่าไฟฟ้า	36,000
ค่าน้ำประปา	12,000
ค่าโทรศัพท์	120,000
ค่าดอกเบี้ยจ่าย	120,000
ค่าประกันภัย	20,000
ค่าประกันสังคม	300,000
ค่าภาษี	50,000
ค่าต่อทะเบียนรถยนต์	3,000
ค่าทำบัญชี	15,000
อุปกรณ์สำนักงาน	2,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	2,000

สัดส่วนค่าใช้จ่ายรายเดือน โดยทั่วไปสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 10 : สัดส่วนค่าใช้จ่ายรายเดือน

ค่าใช้จ่ายรายเดือน	**สัดส่วน (ร้อยละ)**
ค่าจ้างบุคลากรและพนักงาน	70
ค่าใช้จ่ายจากการบริการ	15
ค่าใช้จ่ายจากการบริหาร	15

6.3 ประมาณการรายได้

การประมาณการรายได้ขึ้นอยู่กับจำนวนคนที่เข้ารับบริการในแต่ละเดือน และสรุปเป็นโครงสร้างรายได้ดังนี้

ตารางที่ 11 : อัตราค่าบริการและรายได้อื่นๆ ของธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร

รายการ	จำนวนเงิน	หมายเหตุ
ค่าบริการทำความสะอาด	7,500 – 8,000 บาท ต่อพนักงานหนึ่งคน	อัตราค่าบริการนี้เป็นอัตราค่าบริการทั่วไปตามสำนักงานต่างๆ โดยจะแตกต่างจากอัตราค่าบริการตามโรงงานต่างๆ
ส่งแม่บ้านไปตามบ้านตามคำร้องขอพิเศษเป็นกรณี	เพิ่มร้อยละ 10 – 20 จากอัตราค่าบริการปกติ	อัตรานี้รวมค่าเดินทางและค่าใช้จ่ายอื่นๆ
ขายน้ำยาทำความสะอาด	กำไรร้อยละ 5 – 10 จากราคาขาย	อัตรานี้ขึ้นอยู่กับประเภทและยี่ห้อของน้ำยาที่จำหน่าย

7 บทศึกษาเชิงกลยุทธ์แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ

7.1 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ

กลยุทธ์ทางธุรกิจ ในธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ดังนี้

▶ **<u>แข่งขันด้วยต้นทุน</u>:** ควรใช้มุมมองภาพรวมในโซ่อุปทานในการวิเคราะห์หาจุดบกพร่องและทางรั่วไหลของค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการประหยัดต้นทุน การลดรายจ่าย

ที่ไม่จำเป็นและการเพิ่มประสิทธิภาพของเนื้องาน ตัวอย่างเช่น การบริหารสินค้าคงคลังและอัตราการใช้วัสดุสิ้นเปลือง เพราะมีผลผันแปรต่อกำไร บางบริษัทจะมีการจับอัตราการใช้วัสดุสิ้นเปลืองแต่ละชนิดเพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีต้นทุนค่าแรงงานที่ใกล้เคียงกันเมื่อใช้จำนวนแรงงานที่เท่ากัน ในที่นี้ผู้ประกอบการจะควบคุมให้แรงงานทำงานอยู่ในเวลาและมีประสิทธิภาพตามสถิติและมาตรฐานประสิทธิภาพในการทำความสะอาดแต่ละชนิด ทั้งนี้เมื่อมีการประกาศผลประมูลควรเก็บสถิติราคาผู้ชนะประมูลแล้วนำมาทำการวิเคราะห์ cost breakdown อันจะช่วยให้เห็นวิธีการคิดราคาของคู่แข่ง อาจพบว่าบางรายการเราอาจจะตั้งราคาต้นทุนที่สูงเกินไปหรือต่ำเกินไป

▶ **แข่งขันด้วยคุณภาพ:** การให้บริการเน้นที่คุณภาพเพื่อสร้างความแตกต่างในท้องตลาด คุณภาพในที่นี้หมายรวมถึงคุณภาพของสินค้า (น้ำยา วัสดุสิ้นเปลือง) และการให้บริการทำความสะอาดซึ่งโดยทั่วไปจะเสนอบริการในราคาที่สูงกว่าเล็กน้อย ต้องเน้นกลยุทธ์การสร้างตราสินค้าและภาพลักษณ์ขององค์กร (Branding Strategy) นอกจากนี้ยังเน้นการรักษาบุคลากรจะทำให้สามารถรักษาคุณภาพของบริการและสร้างความไว้ใจให้แก่ลูกค้าโดยจะเน้นการพัฒนาฝึกอบรมบุคลากรอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งดูแลสวัสดิการของพนักงานเป็นอย่างดี การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย อุปกรณ์ชั้นเยี่ยม การนำเสนอบริการที่เป็นเลิศในคุณภาพเพื่อสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม (Environmental friendly: Green cleaning trend) หรือเน้นเป็นผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญชำนาญในการให้บริการทำความสะอาดเฉพาะอย่าง เช่น ทำความสะอาดหลังเกิดภัยพิบัติ ไฟไหม้

▶ **ความรวดเร็ว:** การให้บริการเน้นที่ความรวดเร็วในการให้บริการและตอบสนองกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง แข่งขันด้วยความรวดเร็วในการให้บริการ (Speed Strategy) ส่วนใหญ่จะใช้กับงานระดับที่พักอาศัยเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากผู้ใช้บริการทำความสะอาดไม่ต้องการให้มีคนแปลกหน้า หรือพนักงานทำความสะอาดในบ้านและที่พักอาศัยเป็นเวลานาน ต้องการความเป็น

ส่วนตัวและพักผ่อน ดังนั้นจึงมีบริการที่จะส่งแม่บ้านเป็นกลุ่ม ประมาณ 2-3 คน เพื่อเข้าไปทำความสะอาดใช้เวลาประมาณ 45 นาที ถึง 1 ชั่วโมง ซึ่งในประเทศไทยยังไม่ค่อยมีการแข่งขันด้วยกลยุทธ์นี้เท่าใดนักเนื่องจากลูกค้าระดับองค์กรจะมีการวางแผนในการจัดหาเหมาว่าจ้างผู้ทำความสะอาดเป็นรายปีและให้เข้าประมูลราคาแข่งกัน ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะให้ความสนใจด้านราคาและคุณภาพมากกว่า ในขณะที่กลยุทธ์เหมาะสมแก่การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าระดับที่พักอาศัย (Residential customers) แต่ผู้ประกอบการทำความสะอาดขนาดกลางและใหญ่ส่วนมากจะหลีกเลี่ยงลูกค้ากลุ่มนี้เพราะมักประสบปัญหาเรื่องทรัพย์สินสูญหายและความไม่ปลอดภัยของพนักงานทำความสะอาดเอง ซึ่งในระยะยาวผลตอบแทนไม่คุ้มค่ากับการทำงาน

▶ **<u>ความยืดหยุ่น</u>**: การให้บริการที่มีความยืดหยุ่นและสามารถตอบสนองลูกค้าที่มีความต้องการที่แตกต่างและหลากหลายได้ เสนอมาตรฐานบริการที่ครบวงจรสำหรับการดูแลสถานที่ของลูกค้า อาทิ ให้บริการทำความสะอาด บริการดูแลอาคารครบวงจร บริการกำจัดแมลง เน้นความพึงพอใจของลูกค้า และให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงานโดยดูแลในด้านสวัสดิการ การอบรมและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจทำความสะอาดอาคารขนาดใหญ่ที่ประสบความสำเร็จมักจะใช้กลยุทธ์ผสม (Mixed strategy) ระหว่างกลุยทธ์ด้านต้นทุน (Cost strategy), กลยุทธ์ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ (Speed strategy), กลยุทธ์ด้านคุณภาพ (Quality strategy) และกลยุทธ์ด้านความยืดหยุ่น (Flexible strategy) ทั้งนี้ ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่มุ่งหวังเป็นองค์กรขนาดใหญ่นั้น การวางแผนและเลือกใช้กลยุทธ์หลักเพียงหนึ่งหรือสองแบบข้างต้นเพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งน่าจะมีประสิทธิผลมากกว่าเพราะความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อองค์กรทำความสะอาดที่มีประสบการณ์น้อย ไม่มีชื่อเสียงนั้นอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งหากองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลางสามารถสร้างจุดเด่นของกิจการ รวมถึงการสื่อความการตลาดและสร้างความเข้าใจถึงจุดเด่นดังกล่าวก็จะช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น

ยุทธวิธีในการสร้างคุณค่าในธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคาร

- แฟรนไชส์ในกิจการทำความสะอาดก็น่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ
- ปัจจุบันวิถีการดำรงชีวิตของชาวไทยเปลี่ยนแปลงไป ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น ทำให้มีความต้องการแม่บ้านทำความสะอาดเพิ่มขึ้นในตลาด Residential cleaning แม้ตลาด Home-Based business จะมีอุปสงค์สูงแต่ผู้ประกอบการทำความสะอาดส่วนใหญ่จะไม่ค่อยเลือกตลาดนี้มากนักเพราะประสบปัญหาเรื่องทรัพย์สินสูญหายและความจู้จี้จุกจิกของเจ้าของบ้าน ตลาดระดับที่พักอาศัยระดับสูง (Premium cleaning services) ก็เป็นอีกตลาดที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่เพราะยังมีช่องว่างทางการตลาดอีกมาก ลูกค้าเป้าหมายกลุ่มนี้จะเป็น1) ผู้ที่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านและเป็นผู้ที่มีรายได้ระดับ B+ ขึ้นไป หรือ 2) กลุ่มเศรษฐี การเข้าถึงกลุ่มนี้ต้องขายความเป็นมืออาชีพ (Professional) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Trustworthy) ผู้ประกอบการจำเป็นลงทุนในการอบรมมารยาทและความรู้ในการทำความสะอาดของพนักงานอย่างมาก ลูกค้ากลุ่มนี้ไม่เกี่ยงเรื่องราคาเมื่อได้รับการบริการที่พอใจ จึงพิจารณาว่าเป็นช่องทางตลาดที่สร้างกำไรได้ดีในอนาคต
- นอกจากนี้ กิจการควรให้พนักงานทำความสะอาดลงเวลาเข้า-ออกทำงาน และควรสุ่มจับรายละเอียดประสิทธิภาพในการทำความสะอาดของงานแต่ละงานเพื่อนำมาสร้างเป็นมาตรฐานในการทำงานด้วย ปัญหาส่วนตัวของพนักงานทำความสะอาดจะมีผลกระทบต่อผลิตผล (Productivity)ให้ลดลง แนวทางในการแก้ไขควรตั้งมาตรฐานการทำงาน กฎระเบียบของกิจการ หากพนักงานทำความสะอาดฝ่าฝืนก็อาจตักเตือนก่อน และยังไม่สามารถปฏิบัติตามก็ต้องเชิญออก

7.2 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จคือ การวัดผล เพื่อการวางแผนและควบคุม โดยต้องกำหนดให้มีการวัดผลการดำเนินงานในด้านต่างๆ ให้เกิดขึ้น เช่น การวัดด้านการเงิน การวัดด้านลูกค้า การวัดด้านกระบวนการภายใน การวัดด้านการเรียนรู้การพัฒนา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุง และเป็นการกำหนดมาตรการในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องจัดทำวัตถุประสงค์ และเป้าหมายในด้านต่างๆ ให้ชัดเจน และปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้

การจัดระบบการวัดผลที่ดี ในที่นี้ผู้ประกอบการทำความสะอาดควรประยุกต์นำเครื่องมือชี้วัดผลดำเนินงาน ดังเช่น การเติบโตของยอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ ค่าใช้จ่ายของวัสดุสิ้นเปลืองต่อยอดขาย ค่าใช้จ่ายของแรงงานต่อยอดขาย อัตราส่วน Asset turnover อัตราการเข้า-ออกของพนักงาน แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า อัตราความถูกต้องระหว่างราคาประเมินทำความสะอาดเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง

ตัวอย่างวัตถุประสงค์ และดัชนีชี้วัด

วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด
ด้านการเงิน	
-เพิ่มรายได้/กำไร	ร้อยละของรายได้เงินสดที่ได้มาจากลูกค้า
-ลดต้นทุน	ร้อยละของค่าใช้จ่ายด้านพลังงานที่ลดลง
ด้านลูกค้า	
-สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า	ร้อยละของความพึงพอใจของลูกค้า จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้า
-คุณภาพงาน	ร้อยละของลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้น
-การหาลูกค้าเพิ่ม	

วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด
ด้านกระบวนการภายใน	
-ลดเวลาการทำงาน	ร้อยละของเวลาที่ลดลงของการทำงาน เช่น การจัดทำนิติกรรมสัญญาต่างๆ
-พัฒนาทักษะด้านสารสนเทศ	จำนวนพนักงานที่สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้
-พัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน	จำนวนอุบัติเหตุที่เกิดจากการทำงานของพนักงาน

จากการพิจารณาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (SWOT Analysis) ข้างต้น (ในบทวิเคราะห์ลักษณะธุรกิจ) พบว่า ในภาพรวมปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการในธุรกิจบริการทำความสะอาด (Key Service marketing dimension for cleaning services: Key success factors) ประกอบด้วย 1.) คุณภาพ - ให้บริการที่รวดเร็วและตรงต่อเวลาแก่ผู้มาใช้บริการ 2.) ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ จริงใจ ยืดหยุ่น และเป็นกันเองกับผู้มาใช้บริการ 3.) คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานทำความสะอาดให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4.) จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูงมาช่วยในการทำความสะอาด 5.) สร้างตราหรือเครื่องหมายที่เป็นสัญลักษณ์เพื่อให้ลูกค้าระลึกและจดจำได้ง่าย 6.) สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการและอัตราค่าบริการ และ 7.)เลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อและอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้า

กล่าวโดยสรุป ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารขนาดใหญ่ที่ประสบความสำเร็จมักจะใช้กลยุทธ์ผสม (Mixed strategy) ระหว่างกลยุทธ์ด้านต้นทุน (Cost strategy), กลยุทธ์ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ (Speed strategy), กลยุทธ์ด้านคุณภาพ (Quality strategy) และกลยุทธ์ด้านความยืดหยุ่น (Flexible strategy)

ทั้งนี้ ในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่มุ่งหวังเป็นองค์กรขนาดใหญ่นั้น การวางแผนและเลือกใช้กลยุทธ์หลักเพียงหนึ่งหรือสองแบบข้างต้นเพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งน่าจะมีประสิทธิผลมากกว่าเพราะความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อองค์กรทำความสะอาดที่มีประสบการณ์น้อย ไม่มีชื่อเสียงนั้นอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งหากองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลางสามารถสร้างจุดเด่นของกิจการ รวมถึงการสื่อความการตลาดและสร้างความเข้าใจถึงจุดเด่นดังกล่าวก็จะช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น

8 แนวทางการจัดทำมาตรฐาน

8.1 หน่วยงานที่ร่วมรับผิดชอบ

- องค์ประกอบทางด้านการบริการทำความสะอาดอาคาร ประกอบด้วย (1) ด้านแรงงานและแรงงานต่างด้าวซึ่งรับผิดชอบโดยกรมจัดหางาน (2) หากธุรกิจทำความสะอาดอาคารมีการผลิตหรือแยกผสมน้ำยาทำความสะอาดที่มีกรดไว้ในประมาณมาก ถูกกำหนดให้เป็นกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุขต้องขออนุญาตประกอบกิจการก่อนดำเนินการ
- องค์ประกอบทางด้านพาณิชย์ ซึ่งหมายรวมถึงการจัดการภายในการบริหารธุรกิจ และการเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการการบริการ และนวัตกรรมการบริการต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับตลาดทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งในส่วนนี้ควรได้รับการดูแลและสนับสนุนโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

8.2 มาตรฐานการดำเนินงานภายในสถานประกอบการ

อุตสาหกรรมนี้ยังไม่มีบทบัญญัติกฎหมายที่ควบคุมกำกับดูแลและควบคุมการประกอบอาชีพบริการรักษาความสะอาดของประเทศไทย ทั้งนี้บริษัทจะกำหนดคุณสมบัติและมาตรฐานการทำงานเองและบางบริษัทที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมรักษาความสะอาดแห่งประเทศไทยพยายามสร้างและกำหนดมาตรฐานของตนเอง รวมทั้งมีการแบ่งปันประสบการณ์การทำงานต่อกัน อันจะช่วยให้ผู้ประกอบการใหม่ๆ ได้เรียนรู้มาตรฐานในการกำหนดราคา การจัดหาและพัฒนาบุคลากรสำหรับธุรกิจทำความสะอาดอาคารต่อไป สำหรับผู้ประกอบการทั่วไปสามารถใช้แนวทางการจัดทำข้อกำหนดและเกณฑ์มาตรฐานภายในสถานประกอบการ ซึ่งมีองค์ประกอบขั้นต่ำดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ

1. ผู้ประกอบกิจการจะต้องมีพื้นฐานความรู้ในธุรกิจให้บริการของตนเองและติดตามความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งโดยตรงและโดยอ้อมตลอดเวลา
2. ผู้ประกอบกิจการต้องมีความเป็นผู้นำและมีพื้นฐานความรู้ด้านการบริหารจัดการ
3. สร้างองค์กรในลักษณะสถาบัน ไม่ยึดติดในตัวบุคคล และบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ
4. ให้ความสำคัญกับการสรรหาและฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร
5. ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่พนักงานทุกระดับ และมีระบบสิ่งจูงใจที่เหมาะสม
6. สร้างความภาคภูมิใจแก่พนักงานในการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร
7. ควรจัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างมีทิศทางและเหมาะสมสอดคล้องกับปัจจัยทั้งภายในและภายนอกขององค์กร
8. เจ้าของหรือผู้ประกอบกิจการจะต้องให้ความสำคัญและให้เวลากับการบริหารธุรกิจอย่างใกล้ชิด

ด้านการตลาด

การบริการ ให้บริการที่รวดเร็วและตรงต่อเวลาแก่ผู้มาใช้บริการ ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ จริงใจ ยืดหยุ่นและเป็นกันเองกับผู้มาใช้บริการ คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานทำความสะอาดให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูงมาช่วยในการทำความสะอาด สร้างตราหรือเครื่องหมายที่เป็นสัญลักษณ์เพื่อให้ลูกค้าระลึกและจดจำได้ง่าย สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการและอัตราค่าบริการ

สถานที่ให้บริการ ควรเลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางติดต่อและอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และตกแต่งสำนักงานให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้า

การส่งเสริมการขาย ทำป้ายโฆษณาหน้าสถานที่ให้บริการให้สะดุดตาและสามารถสื่อความหมายที่ดีต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย , ลงโฆษณาในสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยต้นทุนที่ต่ำ ทำโบรชัวร์ แผ่นพับ และเอกสารอื่นๆ เพื่อเผยแพร่และแนะนำบริการ เพื่อแจกจ่ายยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ด้านบัญชีและการเงิน

1. พยายามลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและไม่สร้างภาระค่าใช้จ่ายในลักษณะเป็นค่าใช้จ่ายประจำมากเกินไป และมีโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม
2. ให้มีการแยกบัญชีและการเงินระหว่างของธุรกิจและส่วนตัวออกจากกันเพื่อให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้
3. ควรจัดทำงบการเงินให้ถูกต้อง ไม่ควรจัดทำงบ 2 ชุดเพื่อหวังผลในการหลีกเลี่ยงภาษี

8.3 การกำหนดมาตรฐานในประเทศต่าง ๆ

อุตสาหกรรมบริการทำความสะอาดยังไม่มีข้อกำหนดระเบียบมาตรฐานในการให้บริการในแต่ละประเทศ แต่ตั้งแต่ปี 2547 หน่วยงาน CSSA (Cleaning & Support services association) และ WYG (White Young Green) ได้วางแผนนำการบริหารสิ่งแวดล้อม สาธารณสุข เข้ามาผนวกเป็นข้อกำหนดในอุตสาหกรรมบริการทำความสะอาด อย่างเช่น ISO 14001, EMAS และ BS8555/Acorn เข้ามาใช้ โดยเริ่มมีบริษัททำความสะอาดในอเมริกาเข้ามาร่วมโครงการนำร่อง (pilot project) จำนวน 9 บริษัท[4]

[4] www.cleaningindustry.org