



กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ร้านซักผ้า (Wash House)

พศ.รับสรณ์ เลิศในสัตย์

รองอธิการบดีฝ่ายบริการวิชาการ

รักษาการรองอธิการบดีฝ่ายรับสมัครนักศึกษา

และสื่อสารองค์กร สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

orbusiness@hotmail.com

Coin Laundry หรือร้านซักผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญ ในประเทศไทยโดยเฉพาะกรุงเทพฯ กำลังขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นแนวโน้มของธุรกิจใหม่อย่างหนึ่งที่มาทดแทนร้านซักที่ใช้น้ำซัก และรีด โดยเฉพาะในยุควิกฤติโควิด-19 การ Work From Home ทำให้คนไม่ต้องแต่งตัวไปทำงานหรือไปทำงานเพียงไม่กี่วัน ชุดเสื้อผ้าที่ต้องการซัก และรีด ก็น้อยลง เวลาอยู่บ้านก็ไม่ต้องใส่ชุดที่ต้องรีดให้เรียบร้อย ใส่ชุดธรรมดาอยู่ที่บ้านก็ทำงานได้ ทำให้ความจำเป็นต้องใส่เสื้อผ้าที่รีดเรียบร้อยแล้วก็น้อยลง จำนวนที่ส่งร้านซักก็ลดลง รายได้ของร้านซักก็อาจจะลดเหลือครึ่งหนึ่ง ซึ่งไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายหรือค่าเช่า ในขณะที่เดียวกัน การซักผ้าเองก็มีความลำบากต้องมีสถานที่ตากผ้า ดังนั้นการให้บริการร้านซักอบผ้าแบบอัตโนมัติ จึงมีความต้องการมากขึ้น เพราะมีเครื่องนอกจากซักแล้ว ยังอบแห้งด้วย ไม่จำเป็นต้องมีที่ตากผ้าก็ได้ ทำให้ร้านซักอบผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญมีความต้องการมากขึ้น จำนวนร้านซักผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญใหม่ ๆ เปิดขึ้นอย่างมากมาย เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่น่าจับตามอง

ในประเทศไทยญี่ปุ่น ธุรกิจร้านซักอบผ้าอัตโนมัติได้เริ่มมีมานานพอสมควร ในปัจจุบัน ได้พัฒนา Business model เป็นธุรกิจ Franchise ที่มีสาขากว่า 400 แห่ง ในหลาย ๆ ปีก่อน ร้านซักอบส่วนใหญ่ แคมป์ มีดี ปัจจุบันความต้องการของ Coin Laundry

แบบทันสมัยเริ่มมีมากขึ้นเรื่อย ๆ บริษัทที่มีสาขากว่า 400 แห่งนี้ก็คือ Wash House ที่มีจุดเริ่มต้นที่มียาซากิ ทางตอนใต้ของญี่ปุ่น เป้าหมายของลูกค้าที่มาร้าน Washing House ส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน ที่มาแวะร้านซักผ้านี้ ก่อนไปรับลูกที่อนุบาล แล้วใช้เวลาเพียง 20 นาที ก็สามารถกลับมารับได้อย่างเรียบร้อย หรืออาจจะเป็นคนที่มีครอบครัว วัยประมาณ 30 ปี ที่อาศัยอยู่ในคอนโดที่ไม่มีที่เพียงพอที่จะซักผ้า และตากผ้า แต่ภาพลักษณ์ของร้านซักผ้าอัตโนมัตินี้ยังเป็นแบบแคบ และมีดี

แต่ Wash House ได้พัฒนาร้านซักผ้าอัตโนมัติของตนเองให้มีความโปร่งใสด้วยกระจกใสด้านหน้า คล้าย ๆ กับร้านสะดวกซื้อภายในร้านก็มีความสว่าง และกว้างพอดี เครื่องซักผ้าก็มีสีสรรที่สวยงาม ประธานของ Wash House ได้กล่าวถึงนโยบายของบริษัทว่า ให้บริการ 24 ชั่วโมงไม่มีวันหยุด มีความสบายใจ และสะอาดปลอดภัย ทุก ๆ แห่งทั่วประเทศ บริษัทได้เริ่มต้นสาขาแรกในเมืองมียาซากิ ในปี 2002 ในปี 2004 ขยายไปที่ฟูกูโอกะทางเหนือของเกาะคิวชู หลังจากนั้นขยายไปทั่วเกาะคิวชู ในปี 2015 ขยายไปที่โอซาก้า ปี 2016 ขยายไปที่โตเกียว จำนวนสาขาในปี 2018 มี 410 สาขา และมีกลยุทธ์จะเพิ่มปีละ 150-200 สาขา คืออัตราการเพิ่มปีละ 1.5 เท่า

นอกจากใช้ระบบจัดร้านเหมือนร้านสะดวกซื้อ Wash House ยังมีลักษณะพิเศษอยู่ 3 อย่าง อย่างแรกคือ การบริหารแบบระบบ Franchise Chain (FC) การบริหารร้านนั้น สำนักงานใหญ่ของ Wash House จะรับผิดชอบ Franchisee (ผู้ซื้อ Franchise) จะไม่ยุ่งเกี่ยว จะมี Call Center ที่สำนักงานใหญ่ที่มียาซากิ ทำการบริหารโดยการควบคุมร้านจากระยะไกล

ประธานบริษัทนั้น แต่เดิมเคยทำงานที่บริษัทค้าหุ้น และ การบริหารร้านค้าของแม็คโดนัลด์ จากนั้นในปี 2001 จึงออกมาตั้ง ร้านซักรีดอัตโนมัติของตนเอง ในระยะนั้น ปรากฏว่าอัตรากำไร ของ Coin Laundry นั้นมีเพียง 3% แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ ถ้าหากว่า สามารถสร้างความรู้จักของร้านซักผ้าประเภทนี้แล้ว ก็มีโอกาสนี้ จะพัฒนาให้เติบโตใหญ่ได้อย่างมาก จึงตกลงตัดสินใจเข้าสู่ธุรกิจนี้

ในสมัยนั้นร้านซักผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญ ส่วนใหญ่ ยังเป็นการบริหารของส่วนบุคคล เป็นธุรกิจขนาดเล็ก แทบจะไม่มี คู่แข่งที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ ดังนั้นถ้าใช้ FC ก็ก็สามารถสร้างร้าน สาขาได้จำนวนมาก แนวทางธุรกิจคือ แทนที่จะให้บริษัทตนเอง ลงทุนขนาดใหญ่ในการเปิดสาขาจำนวนมาก การให้ระบบ FC จะทำให้ค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขานั้น ผู้ซื้อ Franchise จะเป็น ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขานั้น ก็จะมีการลงทุนอุปกรณ์ คือ เครื่องซักผ้า และเครื่องอบผ้า รวมทั้งค่าธรรมเนียม FC ประมาณ 23 ล้านบาท (ประมาณ 7.5 ล้านบาท) นอกจากนี้ ผู้ซื้อ Franchise ยังต้องรับผิดชอบค่าที่ดินหรือค่าเช่าอาคาร

ในอีกด้านหนึ่ง การแบ่งความเป็นเจ้าของกับการบริหาร หน้านั้น มีการแบ่งอย่างสมบูรณ์ซึ่งคล้ายกับระบบร้านสะดวกซื้อ ที่แบ่งระหว่างสำนักงานใหญ่กับร้าน FC เพื่อหลีกเลี่ยงการ ขัดแย้งซึ่งกันและกัน ในการเปิดสาขาใหม่นั้น Wash House จะ คัดเลือกสถานที่ที่คาดว่าจะได้รายได้ไม่ต่ำกว่าเดือนละ 1 ล้าน เยน (ประมาณ 3 แสนบาท) แล้วทำการรับสมัคร ผู้ซื้อ FC รายได้ ของผู้ซื้อ FC นั้น จะมีรายได้สุทธิประมาณครึ่งหนึ่งหรือ 5 แสนเยน หลังจากหักค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้ WASH House ค่าไฟ ค่าน้ำ ค่าแก๊ส ต่าง ๆ ผู้ซื้อ FC รายหนึ่งที่มีความคิดที่มี 3 สาขา การลงทุนในเบื้องต้นนั้น รวมค่าที่ดินแล้วประมาณ 50 ล้านบาท (ประมาณ 17 ล้านบาท) รายได้ต่อปี ประมาณ 6 ล้านบาท อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 12% ซึ่งเมื่อ เปรียบเทียบกับการลงทุนแมนชั่นให้เท่านั้น จะได้มากกว่าที่ 6-7%

ระบบการบริหารจะมีระบบบริหารระยะไกล (Long distance control system) และ Call center ที่นำเข้ามาบริหาร และ



ควบคุมร้านสาขาโดยรวม โดยสำนักงานใหญ่ ในสำนักงานบริหาร ของสำนักงานใหญ่จะมี Monitor TV 35 เครื่อง โดยมีทีมงาน 2-3 คน คอยเฝ้าดูตลอด 24 ชั่วโมง เครื่องซักผ้า และเครื่องอบผ้าทุก เครื่องทุกสาขา จะใช้ของแบรนด์เดียวกัน ทำการเฝ้าดูการทำงานของ เครื่องด้วย “IT Laundry System” สามารถควบคุมจากระยะ ไกลได้ เพื่อ Reset เมื่อมีการทำงานผิดพลาด หรือการทำ ความสะอาดภายในเครื่อง ภายในสาขา ก็จะมีติด CCTV 4 เครื่อง เมื่อ เกิดมีการใช้งานเครื่องไม่ไป หรือเกิดปัญหาอะไรขึ้น ก็จะได้ เห็นได้จาก CCTV แล้วพูดคุยกับผู้ใช้บริการผ่านไมค์ที่ติดตั้งไว้ได้ ทีมงานจะไปเยี่ยมสาขาก็ต่อเมื่อไปทำความสะอาดหรือเก็บเงิน เท่านั้น

เครื่องซักผ้าเป็นเครื่องสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม ดังนั้น ระยะเวลาการใช้งาน 13 ปี ในระยะยาวจึงมีค่าซ่อม หรือซื้อใหม่ รวมทั้ง มีค่าใช้จ่ายในการซ่อมพื้นที่ แต่ก็มีอัตรากำไรที่สูง ประกอบกับ การบริหารที่หน้างานเป็นความรับผิดชอบของสำนักงานใหญ่ จึงเป็นธุรกิจที่มีเสน่ห์สำหรับผู้ซื้อ FC

3 ปีก่อน บริษัทได้เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์เป็นที่เรียบร้อย สร้าง Antenna Shop นำเสนอแนวคิดของธุรกิจ ทำการเพิ่มร้าน สาขาให้มากขึ้น ธุรกิจนี้ ตามกระแสของสถานการณ์ที่คู่สมรสที่ ทำงานทั้งสองคนมีเพิ่มมากขึ้น การทำงานบ้านจะมีน้อยลง ดังนั้น การซักผ้าที่นอน แม้แต่ที่นอน ก็สามารถให้บริการได้ ทำให้ ผู้บริโภคอยากใช้บริการมากขึ้น

ในระยะหลัง คู่แข่งที่ขยายตัวระบบสาขามีเพิ่มขึ้น แต่ก็ ไม่สามารถเลียนแบบ Business Model ของบริษัทได้ แต่อย่างไร ก็ตามสำหรับผู้ให้บริการแล้ว ยังมีจุดอ่อนที่ทำให้ตัดสินใจเลือก ใช้บริการ WASH House เพราะว่าในทางเทคนิคแล้ว ไม่ว่าจะร้าน ซักผ้าแบบอัตโนมัติที่ไหนก็มีคุณสมบัติของเครื่องซักผ้าเครื่องอบผ้า ที่คล้ายคลึงกันนั่นเอง ดังนั้น สิ่งที่บริษัทต้องทำคือ การแข่งขัน ด้วยการรู้จัก (Awareness) และการแข่งขันด้วยราคา จึงมีแนวคิด ว่า ทำอย่างไรจึงจะให้ผู้ใช้บริการไม่เสียค่าบริการ แต่จะสร้างเป็น สถานที่ให้มารวมตัวกัน แล้วทำการพิมพ์คู่มือธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ แล้วรับค่าโฆษณามาเป็นรายได้ นอกจากนี้ยังจะมีการขยายตัว ไปสู่ต่างประเทศ เช่น ที่นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา

นี่เป็น Business model ใหม่สำหรับธุรกิจร้านซักรีดแบบ อัตโนมัติแบบหยอดเหรียญ ซึ่งเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ และมีโอกาส เติบโตอย่างมาก แม้แต่ในประเทศไทยเอง แต่อย่างไรก็ตาม การ แข่งขันด้วยราคา และความปลอดภัยของร้านเป็นประเด็นที่สำคัญ เพราะร้านซักรีดทั่วไปยังสามารถให้บริการในราคาที่ต่ำ อาจจะเป็น อุปสรรคในการสร้างกำไรในธุรกิจนี้