

แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์บริการรถบรรทุกขนส่งสำหรับธุรกิจอาหาร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์บริการรถบรรทุกขนส่งสำหรับธุรกิจอาหาร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558



นางสาวภาวิดา กุลวนิชชากรณ์
ผู้วิจัย

.....
นปกรณ์ กลิ่นทอง

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ศิริสุข รักถิ่น

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
วุฒิ ลีลากุลดวงศ์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์บริการรถบรรทุกขนส่งสำหรับธุรกิจอาหารสำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วย ความอนุเคราะห์จาก ดร.นปกรณ์ กลิ่นทอง อาจารย์ที่ปรึกษาของผู้วิจัย ผู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำและความดูแลเอาใจใส่ในการติดตามความก้าวหน้าตลอดการดำเนินงานอีกทั้งให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบและให้คำแนะนำในการแก้ไข เพิ่มเติมต่างๆ เพื่อความสมบูรณ์ของรูปเล่มของโครงการ แผนธุรกิจนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.นปกรณ์ กลิ่นทอง มา ณ ที่นี้ และขอขอบพระคุณ ดร.ศิริสุข รักถิ่น และ ดร.วุฒิ ลีลากุลดวงศ์ที่ได้เป็นเกียรติในการสอบและให้คำแนะนำต่างๆสำหรับโครงการ แผนธุรกิจในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้มอบวิชาความรู้และประสบการณ์อันมีค่าที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ต่างๆ ที่ได้รับมาจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ได้สำเร็จนอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านสำหรับการอำนวยความสะดวกต่างๆ และขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคน รวมถึงผู้มีส่วนร่วมทุกท่านที่มีได้กล่าวนาม ที่คอยให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนและให้กำลังใจที่ดีแก่ผู้วิจัยสุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณแม่และครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนในการศึกษาและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมาตลอดการศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร

ภาวิดา กุลวานิชชาภรณ์

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์บริการรถบรรทุกขนส่งสำหรับธุรกิจอาหาร
BUSINESS PLAN: TRANSPORT SERVICES FOR THE FOOD INDUSTRY.

ภาววิชา กุณวณิชชากรณ 5650140

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : นปกรณ กลิ่นทอง, Ph.D., ศิริสุข รักถิ่น, Ph.D.,
วุฒิ ลีลาฤกษ์วงศ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์บริการรถบรรทุกขนส่งสำหรับธุรกิจอาหารนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างแผนการตลาด การดำเนินการ การบริหารจัดการ และการเงิน รวมถึงการบริหารความเสี่ยง ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงความเป็นไปได้ทางธุรกิจอย่างเหมาะสม ด้วยการที่ตลาดปัจจุบันธุรกิจรถตู้เย็นบรรทุกอาหารสดถือเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตมาก เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพ จึงต้องการเลือกรับประทานอาหารที่สดใหม่ และให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อาหาร การศึกษานี้จะทำการวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดและโอกาสทางธุรกิจ ภายใต้เครื่องมือ การสัมภาษณ์ และการจัดทำแผนธุรกิจ โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ โอกาสทางการตลาดและการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการกลุ่มเป้าหมาย โดยการเริ่มธุรกิจด้วยทุนทะเบียนจำนวน 30,000,000 บาท สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เท่ากับ 59,422,053 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) เท่ากับ 31.87% และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ประมาณ 4 ปี แสดงว่าธุรกิจผลิตภัณฑ์บริการรถบรรทุกขนส่งสำหรับธุรกิจอาหาร คຸ້ມຄ່າຕໍ່ການລົງທຸນ

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ/ ผลิตภัณฑ์บริการรถบรรทุกขนส่งสำหรับธุรกิจอาหาร/ รถขนส่ง

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 โอกาสและความสำคัญ	2
1.3 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	5
1.5 ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจ	5
1.6 วิสัยทัศน์พันธกิจและเป้าหมายทางธุรกิจ	6
1.7 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	7
บทที่ 2 ธุรกิจและผลิตภัณฑ์	9
2.1 รายละเอียดของธุรกิจและผลิตภัณฑ์	9
2.2 ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์	12
บทที่ 3 กลยุทธ์การแข่งขันและแบบจำลองทางธุรกิจ	13
3.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ	13
3.2 การวิเคราะห์ธุรกิจ	18
3.2.1 การวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือ PESTEL ANALYSIS	18
3.2.2 การวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces)	19
3.2.3 การวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือ SWOT ANALYSIS	23

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.3 กลยุทธ์ทางการแข่งขัน	24
3.4 แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model)	25
บทที่ 4 แผนการตลาด	26
4.1 การวิจัยการตลาด	26
4.1.1 วัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ	26
4.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ	26
4.1.3 ผลการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	27
4.2 เป้าหมายทางการตลาด	37
4.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	38
4.4 กลยุทธ์การตลาด (4Ps)	39
4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	39
4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	40
4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	40
4.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	40
4.5 การพยากรณ์ยอดขายและรายได้จากการขาย	41
4.6 ประเมินการค่าใช้จ่ายในการขาย	41
บทที่ 5 แผนการดำเนินการ	42
5.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน	42
5.1.1 ขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท	42
5.1.2 ดำเนินการก่อสร้างอาคารสำนักงาน และพื้นที่สำหรับจัดเก็บรถขนส่ง	42
5.1.3 ดำเนินงานติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	42
5.1.4 ดำเนินการรับสมัครและคัดเลือกพนักงาน	43
5.1.5 ดำเนินการฝึกอบรมพนักงานขับรถ	44
5.1.6 ดำเนินการติดต่อลูกค้า เพื่อให้บริการในการขนส่ง	46
5.1.7 ดำเนินการติดตามผลการให้บริการ และ นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุง	46

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6	
แผนการบริหารและจัดการองค์กร	47
6.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	47
6.2 ลักษณะ โครงสร้างองค์กร	48
6.3 ทีมผู้บริหาร	49
6.4 แผนการบริหารงาน	50
6.5 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ	54
6.6 การจัดตั้งสำนักงาน	55
6.7 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	57
บทที่ 7	
แผนการเงิน	59
7.1 เงินลงทุน	59
7.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	60
7.3 สมมติฐานทางการเงิน	61
7.4 ประมาณการรายได้	62
7.5 ประมาณการต้นทุน	63
7.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	64
7.7 งบกำไรขาดทุน	65
7.8 งบดุล	66
7.9 กระแสเงินสดอิสระ โครงการ (Free Cash Flow)	68
7.10 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio)	69
7.11 จุดคุ้มทุนและผลตอบแทนการลงทุน	70
7.11.1 จุดคุ้มทุน	70
7.11.2 ผลตอบแทนการลงทุน	72
7.12 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ (Sensitivity Analysis)	73

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 8 การบริหารความเสี่ยง	75
8.1 การจำแนกความเสี่ยง (Risk Identification)	75
8.2 การประเมินความเสี่ยง(Risk Evaluation)	79
8.3 การจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (Risk Response)	81
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	84
ภาคผนวก ก ประวัติผู้บริหาร	85
ภาคผนวก ข รายละเอียดของสถานประกอบการ	86
ภาคผนวก ค แบบสอบถามการสำรวจตลาด	87
ภาคผนวก ง ตารางการเงิน	93
ประวัติผู้วิจัย	103

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
3.1	แสดงข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการขนส่งและสถานที่จัดเก็บสินค้า	16
3.2	แสดงข้อมูลผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์รายใหญ่ในไทย	17
3.3	แสดงผลจากการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจขนส่งสินค้า	22
4.1	แสดงกลุ่มตัวอย่างลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร	27
4.2	แสดงสัดส่วนการให้บริการขนส่งของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร	27
4.3	แสดงรูปแบบรถขนส่งและปริมาณความต้องการใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร	28
4.4	แสดงคุณสมบัติที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมองหาจากผู้ให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร	29
4.5	แสดงข้อกำหนดลักษณะของรถขนส่งสินค้าอาหาร ในกิจกรรมการขนส่งสินค้าขาเข้า	29
4.6	แสดงข้อกำหนดลักษณะของรถขนส่งสินค้าอาหาร ในกิจกรรมการขนส่งสินค้าขาออก	30
4.7	แสดงปัจจัยที่ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการรถขนส่ง	31
4.8	แสดงช่วงเวลาที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใช้บริการรถขนส่งในปัจจุบัน	32
4.9	แสดงนโยบายค่าขนส่งของลูกค้าเป้าหมายในการใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร	32
4.10	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยทางการให้บริการครบวงจรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร	33
4.11	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยทำเลที่ตั้งของผู้ให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร	33
4.12	แสดงช่วงเวลาที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใช้บริการรถขนส่งในปัจจุบัน	34
4.13	แสดงปัจจัยทางการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถขนส่ง	35

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.14 แสดงการพยากรณ์ยอดขายและรายได้จากการให้บริการรถบรรทุก ขนส่งสินค้าอาหาร	41
4.15 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายของการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร	41
6.1 แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น	47
6.2 แสดงหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของพนักงาน	51
6.3 แสดงแผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร	54
6.4 แสดงแสดงค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	55
6.5 แสดงแสดงค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	56
6.6 แสดงแสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของปีที่ 1 แบบจำแนกรายเดือน และแบบจำแนกรายปีสำหรับปีที่ 0 – 5	57
7.1 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ	60
7.2 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน	61
7.3 แสดงสมมุติฐานทางการเงินสำหรับการให้บริการขนส่งสินค้าอาหาร	61
7.4 แสดงประมาณรายได้สำหรับการให้บริการขนส่งสินค้าอาหาร	62
7.5 แสดงประมาณต้นทุนการให้บริการขนส่งสินค้าอาหารประเภท 4 ล้อ	63
7.6 แสดงประมาณต้นทุนการให้บริการขนส่งสินค้าอาหารประเภท 10 ล้อ	63
7.7 แสดงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานการให้บริการขนส่งสินค้าอาหาร	64
7.8 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด	64
7.9 แสดงประมาณงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 – ปีที่ 5	65
7.10 แสดงประมาณการงบดุล ปีที่ 1 – ปีที่ 5	66
7.11 แสดงประมาณการกระแสเงินสดอิสระโครงการ ปีที่ 0 – ปีที่ 5	68
7.12 แสดงอัตราส่วนทางการเงินของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด ปีที่ 1 – ปีที่ 5	70
7.13 แสดงจุดคุ้มทุนของสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร 4 ล้อ	71
7.14 แสดงจุดคุ้มทุนของสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร 10 ล้อ	71
7.15 แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร	72

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
7.16	แสดงผลตอบแทนการลงทุนของการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านราคาขาย ยอดขายและต้นทุนสินค้า	74
8.1	แสดงประเภทของความเสี่ยง ลักษณะของความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง และความรุนแรง	79
8.2	แสดงการประเมินความเสี่ยงของธุรกิจในด้านต่าง	80



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แสดงรูปแบบบรรณรทุกชนสง่ที่ใช้ในการจัดส่งสินค้า	2
1.2 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร	3
1.3 แสดงปริมาณ-มูลค่าตลาดอาหารแปรรูปแช่แข็งในประเทศไทย พ.ศ. 2552-2560	3
1.4 มูลค่าตลาด , ส่วนแบ่งตลาด และอัตราการขยายตัวของตลาดอาหารแปรรูปแต่ละประเภท ปี2555 และ 2556	4
2.1 แสดงรูปแบบบรรณรทุกชนสง่ 4 ล้อ แบบตู้ทึบ พร้อมเครื่องทำความเย็น	9
2.2 แสดงรูปแบบบรรณรทุกชนสง่10ล้อ แบบตู้ทึบ พร้อมเครื่องทำความเย็น	10
2.3 แสดงลักษณะตราสินค้าของผลิตภัณฑ์บริการ บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด	11
3.4 แสดงทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model)	19
3.5 แสดงกลยุทธ์ทางการแข่งขัน	24
3.6 แสดงแบบจำลองทางธุรกิจ	25
4.1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์บริการบรรณรทุกชนสง่สินค้าอาหาร บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด	38
5.1 แสดงขั้นตอนดำเนินงานติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์	43
5.2 แสดงขั้นตอนการฝึกอบรมพนักงานขับรถ	44
6.1 แสดงโครงสร้างองค์กรของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด	48
6.2 แสดงผังองค์กรของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด	49
6.3 แสดงทีมผู้บริหารของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด	49

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

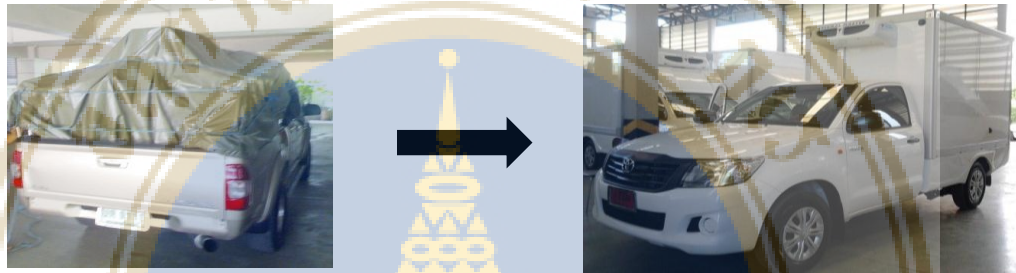
ปัจจุบันหลายบริษัทต้องประสบปัญหากับการแข่งขันทางธุรกิจ ต้นทุนดำเนินงานสูงขึ้น รวมถึงความต้องการของลูกค้าที่มีเพิ่มขึ้น หลากหลาย ไม่มีขอบเขต ทำให้แต่ละบริษัทให้ความสำคัญทางด้านโลจิสติกส์มากขึ้น เนื่องจากถ้าสามารถที่จะลดต้นทุนได้ ก็จะสามารถสร้างกำไรหรือถ้าสามารถที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังนั้นโลจิสติกส์จึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ

สถานะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันอยู่ในช่วงวิกฤตประกอบกับความผันผวนของราคาน้ำมัน ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจต่างๆอย่างมาก นอกจากการขนส่งสินค้าทางถนนยังเป็นสิ่งจำเป็นยังส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขนส่งระบบอื่นด้วย การวิเคราะห์ต้นทุนด้านการขนส่งเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญมากต่อการบริหารจัดการ ซึ่งยังมีธุรกิจอีกมากมายที่ยังไม่มีระบบการบริหารจัดการทางด้านการขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากพอ ดังนั้นการที่จะนำเสนอแนวทางหรือทางเลือกที่จะสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับในแต่ละบริษัทนั้น ก็เป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจขนส่งที่จะกลไกสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับลูกค้าได้

ไม่ว่าจะเป็นบริษัทอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หรือขนาดกลางถึงขนาดย่อม และกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่บริษัทต่างๆ มักจะนึกถึงในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการลดต้นทุนของบริษัทก็คือ การจัดจ้าง (Outsource) ผู้ประกอบการภายนอกซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในงานหนึ่งงานใด ซึ่งมีความสามารถซึ่งจะเข้ารับบทบาทการทำงานนั้นๆ ได้ดีกว่าการที่องค์กรจะดำเนินการด้วยตนเอง โดยผลลัพธ์ที่จะได้จากการทำงานที่จ้างผู้ให้บริการภายนอก องค์กรต่างก็ได้มีการศึกษาและเปรียบเทียบ ว่าการจัดจ้างผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเข้ามารับบทบาทแทนนั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการทั้งในด้านเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน

1.2 โอกาสและความสำคัญ

จากโอกาสที่อุตสาหกรรมอาหาร เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ที่มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมที่ให้การสนับสนุนได้รับผลของการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารไปด้วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการทางด้านอาหารได้แข่งขันมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพสินค้าเพื่อชูภาพลักษณ์ตราสินค้าของตนว่า เน้นความปลอดภัย ควบคุมคุณภาพ และ ใส่ใจตลอดห่วงโซ่อาหาร จึงทำให้เกิดการพลิกโฉมวิธีการจัดส่งสินค้าจากรถขนส่งธรรมดา (รถขนส่งด้วยไม้อัดที่มีลักษณะปิดทึบและไม่ได้ติดตั้งเครื่องควบคุมอุณหภูมิ) เป็น การจัดส่งด้วยรถส่งสินค้าที่มีมาตรฐานตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกกระบวนการ (รถขนส่งที่มีตู้ปิดทึบ มีการติดตั้งเครื่องทำความเย็น และอุปกรณ์ในการตรวจสอบควบคุมอุณหภูมิ)

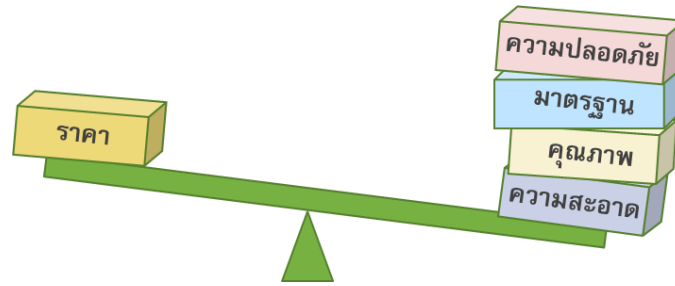


ภาพที่ 1.1 แสดงรูปแบบรถบรรทุกขนส่งที่ใช้ในการจัดส่งสินค้า

สำหรับสินค้าเกษตรและอาหารนั้น การจัดการโซ่ความเย็นที่มีประสิทธิภาพตลอดโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงมือผู้บริโภค จะช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตผลและผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้

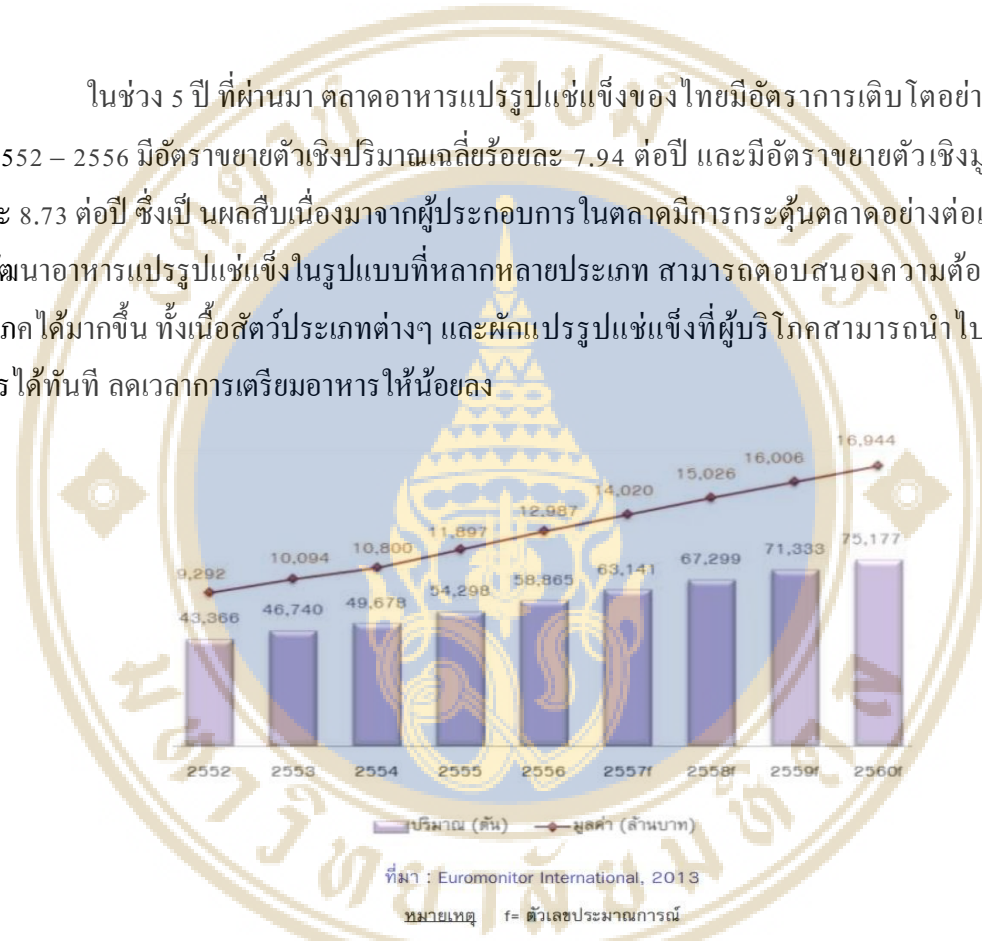
1. สร้างความปลอดภัยในอาหาร
2. ยืดอายุการเก็บรักษา
3. รักษาคุณภาพให้เหมือนของสดหรือผลิตใหม่
4. ลดอัตราการสูญเสีย
5. สร้างความปลอดภัยในอาหาร
6. ลดเวลาในการตรวจสอบคุณภาพ สินค้าถึงมือผู้บริโภคเร็วขึ้น
7. ขายสินค้าในราคาสูงขึ้นสำหรับตลาดพรีเมียม
8. สร้างโอกาสในการขยายตลาดไปต่างประเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและลด

การคิดค้นทางการค้าผู้ประกอบการจึงผลักดันให้สินค้าอาหารมีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้า



ภาพที่ 1.2 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

ในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา ตลาดอาหารแปรรูปแช่แข็งของไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปี 2552 – 2556 มีอัตราขยายตัวเชิงปริมาณเฉลี่ยร้อยละ 7.94 ต่อปี และมีอัตราขยายตัวเชิงมูลค่าเฉลี่ย ร้อยละ 8.73 ต่อปี ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากผู้ประกอบการในตลาดมีการกระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาอาหารแปรรูปแช่แข็งในรูปแบบที่หลากหลายประเภท สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ทั้งนี้สัตว์ประเภทต่างๆ และผักแปรรูปแช่แข็งที่ผู้บริโภคสามารถนำไปประกอบอาหารได้ทันที ลดเวลาการเตรียมอาหารให้น้อยลง



ภาพที่ 1.3 แสดงปริมาณ-มูลค่าตลาดอาหารแปรรูปแช่แข็งในประเทศไทย พ.ศ. 2552-2560

มูลค่าตลาด หน่วย : ล้านบาท

ประเภทอาหารแปรรูปแช่แข็ง	2555			2556		
	มูลค่า ตลาด	ส่วนแบ่ง ตลาด (%)	อัตราการ เติบโต(%)	มูลค่า ตลาด	ส่วนแบ่ง ตลาด (%)	อัตราการ เติบโต(%)
อาหารพร้อมรับประทานแช่แข็ง	3,454	29.03%	14.48%	3,903	30.05%	13.00%
อาหารทะเลแปรรูปแช่แข็ง	1,861	15.64%	15.02%	2,103	16.19%	13.00%
เนื้อหมูแปรรูปแช่แข็ง	1,312	11.03%	3.47%	1,351	10.40%	2.97%
ไก่แปรรูปแช่แข็ง	800	6.72%	10.50%	875	6.74%	9.38%
เบเกอรี่แช่แข็ง	411	3.45%	4.85%	431	3.32%	4.87%
ผักแปรรูปแช่แข็ง	405	3.40%	2.53%	414	3.19%	2.22%
พืชชาแช่แข็ง	248	2.08%	3.33%	254	1.96%	2.42%
ขนมหวานแช่แข็ง	97	0.82%	3.19%	100	0.77%	3.09%
มันฝรั่งแปรรูปแช่แข็ง	66	0.55%	3.13%	69	0.53%	4.55%
อาหารแปรรูปแช่แข็งอื่นๆ	3,244	27.27%	8.49%	3,487	26.85%	7.49%
รวม	8,654	100%	10.15%	9,500	100%	9.15%

ที่มา : Euromonitor International, 2013 และจากการคำนวณ

ภาพที่ 1.4 มูลค่าตลาด, ส่วนแบ่งตลาดและอัตราการขยายตัวของตลาดอาหารแปรรูปแต่ละประเภท ปี 2555 และ 2556

1.3 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เพื่ออธิบายถึงแนวคิดในการทำธุรกิจและศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ การให้บริการรถบรรทุกทุกคนส่งสินค้าอาหาร และเตรียมความพร้อมในการดำเนินงาน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

1.4 ขอบเขตการศึกษา

เพื่อศึกษาการทำธุรกิจการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร โดยศึกษาถึงรูปแบบธุรกิจ รูปแบบการนำเสนอการให้บริการ การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด การสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ การวิจัยตลาด แผนการตลาด ตลอดจนแผนการดำเนินงานเพื่อปฏิบัติเชิงพาณิชย์

1.5 ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจ

ชื่อกิจการ	บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	บริษัทจำกัด
ที่ตั้งกิจการ	41/17 ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 10120
การให้บริการ	ให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร โดยเฉพาะ ด้วยรถขนส่งที่มีมาตรฐาน <ol style="list-style-type: none"> 1. ประกอบขึ้นโดยมีผนังที่เป็นฉนวนความร้อนปิดสนิทไม่มีรอยรั่วซึม และมีเครื่องทำความเย็นที่สามารถควบคุมอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในช่วง -18°C หรือต่ำกว่า 2. มีอุปกรณ์ตรวจวัด และบันทึกอุณหภูมิภายในพาหนะที่ถูกต้องเที่ยงตรง ติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็น และตรวจอ่านได้โดยสะดวก 3. มีแผนการดูแล รักษาความสะอาด เช่น เศษสิ่งสกปรก ถังน้ำมันดับ หรือสารเคมีอื่นๆ ที่สามารถปนเปื้อนอาหารได้
เวลาทำการ	จันทร์ – ศุกร์ เวลา 9.00 – 18.00 น. เสาร์ – อาทิตย์ เวลา 9.00 – 16.00 น.

1.6 วิสัยทัศน์พันธกิจและเป้าหมายทางธุรกิจ

1.6.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

บริษัทขนส่ง ที่ความเป็นมืออาชีพ โดยการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า ในด้านของความปลอดภัย ตรงต่อเวลา ความถูกต้องของการจัดส่ง อุณภูมิการขนส่ง และการตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกกิจกรรม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมอาหาร ให้มีมาตรฐานระดับโลก

1.6.2 พันธกิจ (Mission)

การพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างความเป็นมืออาชีพ ถือเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญที่จะช่วยผลักดันและสนับสนุนให้องค์กรให้บรรลุวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้ให้บริการในการขนส่งที่มีศักยภาพ ในการให้บริการจัดส่งสินค้าเป็นมาตรฐานในอุตสาหกรรมอาหาร จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาการบริการให้มีความพร้อมโดย

- 1) มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพ และ ใช้นานพาหนะมลพิษต่ำ
- 2) การให้บริการโดยการขยายเส้นทาง เพื่อสนับสนุนกิจกรรมของลูกค้า
- 3) ด้านทรัพยากรบุคคลโดยการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการฝึกอบรมและแลกเปลี่ยน แบ่งปันประสบการณ์ และ พัฒนากระบวนการทำงาน
- 4) ให้ความสำคัญในการขนส่งอย่างปลอดภัย โดยการตรวจสอบคุณภาพ สารเสพติดพนักงาน และ การควบคุมความเร็วในการขับขี่

1.6.3 เป้าหมายทางธุรกิจ (Objectives)

เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

- 1) ให้บริการขนส่งสินค้าอาหารสำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดใหญ่จำนวน 3-4 ราย โดยเน้นสร้างฐานลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล
- 2) ครองส่วนแบ่งการให้บริการ 10 % ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก
- 3) สร้างกำไรสุทธิ 10 %

เป้าหมายระยะกลาง(ปีที่ 2-3)

- 1) เพิ่มการให้บริการขนส่งสินค้าอาหารสำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหาร ขนาดกลางและขนาดใหญ่จำนวน 2-3 ราย โดยเน้นเพิ่มฐานลูกค้าในภาคกลางและภาค ตะวันออก
- 2) ครอบส่วนแบ่งการให้บริการ 12 %ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก และ 3% ของ กลุ่มเป้าหมายรอง
- 3) สร้างกำไรสุทธิ 12 %

เป้าหมายระยะยาว(ปีที่ 4-5)

- 1) เพิ่มการให้บริการขนส่งสินค้าอาหารสำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหาร ขนาดกลางและขนาดใหญ่จำนวน 1-2 ราย โดยเน้นเพิ่มฐานลูกค้าในภาคอีสาน
- 2) ครอบส่วนแบ่งการให้บริการ 15 %ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก และ 5% ของ กลุ่มเป้าหมายรอง
- 3) สร้างกำไรสุทธิ 15 %

1.7 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1.7.1 Right Place

ส่งมอบตรงสถานที่ มีอุปกรณ์ติดตั้งนำทาง คู่มือเส้นทาง และการฝึกอบรมเพื่อให้เกิด ความเชี่ยวชาญ ในสถานที่การให้บริการ

1.7.2 Right Time

ตรงเวลาที่ลูกค้าต้องการ มีจำนวนรถขนส่งที่เพียงพอและระบบการติดตามสามารถที่ ตรวจสอบสถานะรถขนส่ง มีสัญญาณเตือนเมื่อรถขนส่งออกนอกเส้นทาง หรือใช้เวลาเกินกว่าที่กำหนด เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าสินค้าจะสามารถจัดส่งได้ตามเวลาที่ลูกค้ากำหนดและต้องการ

1.7.3 Right Quantity

ตรงตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ มีการฝึกอบรมพนักงานถึงวิธีการตรวจเช็คสินค้า ทั้งในส่วนของการรับสินค้า และ ดำเนินการจัดส่งสินค้า และมีซีลล๊อค (security seal) เพื่อความปลอดภัยและป้องกันสินค้าสูญหายระหว่างขนส่ง

1.7.4 Right Cost

การส่งสินค้า ตามราคาที่แข่งขัน การทำสัญญาขนส่งระยะยาว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการขนส่งที่แพง



บทที่ 2

ผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

2.1 รายละเอียดของธุรกิจและผลิตภัณฑ์

2.1.1 รายละเอียดของธุรกิจ

ธุรกิจการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร ที่เน้นให้บริการกับลูกค้าที่ให้ความสำคัญในการรักษาคุณภาพสินค้า โดย เป็นการขนส่งด้วยรถขนส่งที่ติดตั้งระบบความเย็นที่มีความเหมาะสมกับสินค้าแต่ละชนิด ให้บริการด้วยความเป็นมืออาชีพ ในต้นทุนที่ลูกค้ายอมรับได้

2.1.2 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์การให้บริการ

(1) รถขนส่ง 4 ล้อ (ขนาดน้ำหนักบรรทุกสูงสุด 2 ตัน)



ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบรถบรรทุกขนส่ง 4 ล้อ แบบตู้ทึบ พร้อมเครื่องทำความเย็น

สามารถขนส่งสินค้าทั้งประเภทของแห้ง หรือ แช่เย็นที่ต้องการที่จะควบคุมอุณหภูมิ โดยสามารถรักษาอุณหภูมิได้ต่ำสุด -20 องศาเซลเซียส มีอุปกรณ์ตรวจสอบสถานะและอุณหภูมิของสินค้าแบบ Real time

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. ผู้จัดส่งวัตถุดิบ เช่นบริษัทที่จำหน่ายเนื้อสัตว์แปรรูปจัดส่งสินค้าให้กับสาขาหรือกลุ่มลูกค้าผู้ผลิตอาหารแปรรูป
2. ผู้ผลิตอาหารแปรรูป เช่น จัดส่งสินค้าเข้าห้างสรรพสินค้า หรือ ร้านค้าสะดวกซื้อ

(2) รถขนส่ง 10 ล้อ (ขนาดน้ำหนักบรรทุกสูงสุด 12 ตัน)



ภาพที่ 2.2 แสดงรูปแบบรถบรรทุกขนส่ง 10 ล้อ แบบตู้ทึบ พร้อมเครื่องทำความเย็น

สามารถขนส่งสินค้าทั้งประเภทของแห้ง หรือ แช่เย็นที่ต้องการที่จะควบคุมอุณหภูมิ โดยสามารถรักษาอุณหภูมิได้ต่ำสุด -20 องศาเซลเซียส โดยมีจุดเด่น คือ สามารถบรรทุกสินค้าได้สูงสุด 10 ตัน มีอุปกรณ์ตรวจสอบสถานะและอุณหภูมิของสินค้าแบบ Real time

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. ผู้จัดส่งวัตถุดิบ เช่นบริษัทที่จำหน่ายเนื้อสัตว์แปรรูปจัดส่งสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมผู้ผลิตอาหารแปรรูป จัดส่งสินค้าเพื่อการส่งออก จัดส่งให้กับศูนย์กระจายสินค้า ห้างสรรพสินค้า สาขาต่างจังหวัด ขนย้ายสินค้าระหว่างโรงงาน เป็นต้น
2. ผู้ผลิตอาหารแปรรูป เช่น จัดส่งสินค้าเข้าห้างสรรพสินค้า หรือ จัดส่งสินค้าเพื่อการส่งออก

2.1.3 ตราสินค้า



ภาพที่ 2.3 แสดงลักษณะตราสินค้าของผลิตภัณฑ์บริการ บริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด

VCP TRANSPORT เป็นธุรกิจที่ให้บริการขนส่งสินค้าอาหาร โดยเฉพาะ โดยตราสินค้ามีลักษณะดังนี้

1. พื้นหลังสีชมพู เพื่อให้สื่อสารถึงความสดใส และ นวัตกรรมใหม่
2. พื้นหลังโรงงาน ใช้สีเขียว เพื่อสื่อสารถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. สโลแกน I'm your เพื่อสื่อสารถึงความเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนกิจกรรมขนส่ง

ของลูกค้า

2.2 ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

รถขนส่งที่ให้บริการทุกคัน มีผนังที่เป็นฉนวนความร้อนปิดสนิทไม่มีรอยรั่วซึม และมีเครื่องทำความเย็นที่สามารถควบคุมอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในช่วง -18°C หรือต่ำกว่า มีอุปกรณ์ตรวจวัด และบันทึกอุณหภูมิภายในพาหนะที่ถูกต้องเที่ยงตรง ติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็น และตรวจอ่านได้โดยสะดวกมีแผนการดูแล รักษาความสะอาด



บทที่ 3

กลยุทธ์การแข่งขันและแบบจำลองทางธุรกิจ

3.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ

ปัจจุบันตลาดธุรกิจรถบรรทุกขนส่งอาหารถือว่าเป็นธุรกิจที่ยังมีบริษัทคู่แข่งน้อย หากเทียบกับรถบรรทุกของแห่งทั่วไปที่มีการแข่งขันสูงกว่า การที่ผู้ประกอบการรถบรรทุกทั่วไปยังไม่ก้าวเข้ามาทำธุรกิจรถตู้เย็นกันมากนัก ทั้งที่ตลาดยังมีโอกาสเติบโต เนื่องจากการประกอบธุรกิจรถบรรทุกขนส่งอาหารมีปัจจัยหลายองค์ประกอบที่จะต้องบริหารจัดการความเสี่ยง ต้องมีความรับผิดชอบสูงในการขนส่งสินค้าอาหารสดแต่ละเที่ยว เริ่มตั้งแต่การควบคุมการตรวจปล่อยรถแต่ละคันต้องมีการวางแผนให้สามารถไปถึงจุดหมายได้ตรงเวลา โดยสินค้าไม่เสียหาย หากกรณีระหว่างทางต้องมีการวางแผนหารอไปเปลี่ยนได้โดยเร็วเพื่อไม่ให้อาหารสดต้องเสียหาย จะมีความยากแตกต่างกันมากหากเทียบกับการบรรทุกของแห้ง การทำธุรกิจตรงนี้ถือว่าต้องอาศัยประสบการณ์ ความรู้ และความชำนาญที่เดียว

3.1.1 กลยุทธ์ทางธุรกิจ

กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) โดยมุ่งเน้นลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหาร ที่ให้ความสำคัญในความปลอดภัยและรักษาคุณภาพสินค้า หรือ โดยอาจถูกกำหนดวิธีการขนส่งจากทางลูกค้าปลายทางที่ให้การมุ่งเน้นความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อุปทาน

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategies) โดยออกแบบระบบที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งผู้ประกอบการขนาดใหญ่ และ ผู้ประกอบการขนาดเล็ก มีรูปแบบรถขนส่งที่หลากหลาย และ ปริมาณที่มากเพียงพอความต้องการของลูกค้า โดยรถขนส่งทั้งหมด จะเป็นรถขนส่งของทางบริษัท ไม่ใช่ ผู้รับเหมาช่วง (subcontract) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

3.1.2 ความได้เปรียบเชิงธุรกิจ

การมีความหลากหลายของขนาดรถขนส่ง ซึ่งจะครอบคลุมความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

3.1.3 คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้า

คุณค่าที่ทางบริษัท วิซิพี ทรานสปอร์ต จำกัด ได้ส่งมอบให้กับทางลูกค้า

- 1) การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง โดยการมีรถขนส่งที่จำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ สร้างความยืดหยุ่นในการให้บริการที่จับใจ อีกทั้งบุคลากรเป็นบุคลากรที่มีทักษะ โดยสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทั้งในด้านบริการที่ได้รับ และ ต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรม
- 2) บริษัทจะมุ่งเน้นพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ทางด้านการขนส่ง เช่น การเรียนใช้บริการผ่านระบบ ออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ ที่สามารถเชื่อมต่อกับ Smartphone เพื่อที่จะสามารถได้รับผลการยืนยันผลการจองการให้บริการ โดยทันทีหลังจากทำการเสร็จ เพื่อลดความผิดพลาดและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า อีกทั้งลูกค้ายังสามารถตรวจสอบเช็คสถานะรถขนส่งที่ได้ทำการจองได้แบบ Real time ตลอดเวลา ทั้งในส่วนของ เวลาการเข้ารับสินค้า จำนวนเวลาที่ใช้ในการขึ้นสินค้า ระยะเวลาในการเคลื่อนย้าย เวลาที่สินค้าถึงจุดปลายทาง ตลอดจนสามารถตรวจสอบอุณหภูมิภายในตู้ และดึงข้อมูลจากระบบเพื่อจัดเก็บเป็นประวัติของสินค้าได้ตลอดขั้นตอน
- 3) การใช้จ่ายยานพาหนะให้มีประสิทธิภาพโดยมีจุดมุ่งหมายให้เกิดมลพิษต่ำ เพื่อช่วยเสริมสร้างภาพให้กับลูกค้า ในการเป็นผู้ผลิตที่ให้ความใส่ใจในด้านสิ่งแวดล้อม

3.1.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Analysis)

ภาพรวมของธุรกิจขนส่งทางถนนเติบโตตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เติบโตของความเป็นเมือง (Urbanization) โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศหรือจีดีพี ในภาคขนส่งและโลจิสติกส์ทางถนน (ณ ราคาปีปัจจุบัน) ในปี 2557 จะมีมูลค่า 257,900-263,800 ล้านบาท โดยขยายตัวร้อยละ 5.1-7.5 จากปี 2556 ที่มีมูลค่าประมาณ 245,400 ล้านบาท ด้วยปัจจัยสำคัญคือการที่ธุรกิจค้าปลีก และผู้ประกอบการต่างขยายการลงทุนไปยังต่างจังหวัด อีกทั้งยังขยายจุดยุทธศาสตร์ในการกระจายสินค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน แต่ทั้งนี้สิ่งที่ภาคธุรกิจขนส่งยังคงต้องเผชิญความเสี่ยงอยู่คือปัญหาจากผลกระทบในการปรับขึ้นค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นและปัญหาด้านทุนราคาเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้นอีกปัญหาทางการเมือง ที่ส่งผลกระทบต่อความไม่แน่นอนของนโยบายภาครัฐ

การพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ของไทยยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น คือ เน้นการจัดส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเป็นหลัก ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้ว อย่าง ออสเตรเลีย สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา อยู่ในขั้นก้าวหน้า คือ การบูรณาการระบบโลจิสติกส์ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนกระทั่งผลิตสินค้าแล้วเสร็จ และส่งมอบไปสู่ผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้ จึงพบว่าต้นทุน โลจิสติกส์ของไทยยังสูงอยู่เมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าอื่นๆ

ลักษณะ โครงสร้างอุตสาหกรรมของการขนส่งทางบกนั้นมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดน้อยโดย ผู้ประกอบการขนส่งสามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย ทำให้มีจำนวนผู้ประกอบการที่รายใหญ่ที่เป็นบริษัทต่างชาติ ให้ความสนใจเข้ามาร่วมลงทุน เช่น DHL ExelTNTLinbox หรือ ผู้ประกอบการขนส่งที่มีศักยภาพภายในประเทศ เช่น มนต์ทรานสปอร์ต เกียรติชนาขนส่ง เป็นต้น แต่ผู้ประกอบการเหล่านั้นเน้นการให้บริการจัดส่งสินค้าระหว่างประเทศ หรือ เป็นการขนส่งสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป ที่ไม่ได้มุ่งเน้นการขนส่งในอุตสาหกรรมอาหารที่มีการควบคุมอุณหภูมิการจัดเก็บและขนส่งโดยเฉพาะ

จากโอกาสทางธุรกิจนี้ที่กล่าวมาข้างต้น และแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอาหาร ทำให้บริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต สนใจที่จะทำธุรกิจบริการขนส่งสินค้าอาหาร โดยมุ่งลดต้นทุนโลจิสติกส์ (Cost Efficiency) เพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) และเพิ่มความปลอดภัยและความเชื่อถือในกระบวนการนำส่งสินค้าและบริการ (Reliability and Security)



ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการขนส่งและสถานที่จัดเก็บสินค้า

สถิติการจดทะเบียน คงอยู่ ณ พ.ศ.2557	จำนวนนิติบุคคลคงอยู่(ราย)						
	บริษัทจำกัด	ห้าง หุ้นส่วน จำกัด	ห้าง หุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล	บริษัท มหาชน จำกัด	หอการค้า	สมาคม การค้า	รวม
กรุงเทพมหานคร	7,831	1,979	9	14	1	357	10,191
ภาคกลาง	3,127	2,677	11	5	2	362	6,184
ภาคตะวันออก	1,913	1,416	2	2		16	3,349
ภาคตะวันออกเฉียง เหนือ	659	827	2		2	105	1,595
ภาคเหนือ	654	744	3		1	13	1,415
ภาคใต้	1,080	746	4	1	1	2	1,834
ภาคตะวันตก	261	280				9	550
รวม	15,525	8,669	31	22	7	864	25,118

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ปี 2557)

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทย ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์รายใหญ่ในไทย ส่วนมากเป็นต่างชาติที่มีชื่อเสียงอยู่ในแวดวงอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ ซึ่งได้มีการจัดอันดับดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงข้อมูลผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์รายใหญ่ในไทย

อันดับ	ขนส่งทางบก	ทางน้ำ	ทางอากาศ	Freight Forwarder	คลังสินค้า
1	DHL	NYK	TG	DHL	DHL
2	ซีเมนต์ไทยโลจิสติกส์	OOCL	NIPPON	NYK	CEVA
3	NYK	MAERSK	DHL	MAERSK	SCHENKER
4	CEVA	KLINE	BFF	CEVA	NYK
5	Linfox	APL	AGILITTY	NIPPON	IDS

ที่มา : รายงานการศึกษการเพิ่มขีดความสามารถในแข่งขันอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทย 2551

จากการที่ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์รายใหญ่ที่มีระบบการทำงานที่กำหนดโดยบริษัทแม่จากต่างประเทศ ซึ่งนับว่าเป็นปัญหาสำหรับอุตสาหกรรมอาหารที่ต้องการความยืดหยุ่นทางด้านการบริการ และ เรื่องสัญญาการตกลงการจ้างขนส่งสินค้า ที่มีระบบยุ่งยาก ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็ก และ ขนาดกลาง ประสบปัญหาไม่สามารถที่จะใช้บริการของผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์รายใหญ่ได้ จึงดำเนินการซื้อรถขนส่งเป็นของตนเอง และไม่สามารถที่จะใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงในการขนส่งสินค้า

3.2 การวิเคราะห์ธุรกิจ

3.2.1 การวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือ PESTEL ANALYSIS

(1) การเมือง (Political Component)

- (1.1) สถานะความมั่นคงของรัฐบาล รูปแบบของรัฐบาล
- (1.2) นโยบายทางด้านพลังงานและบทบาทของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง
- (1.3) นโยบายทางการค้าและการประกอบธุรกิจ โครงสร้างอุตสาหกรรมขนส่ง

(2) เศรษฐกิจ (Economic Component)

- (2.1) อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจการลงทุนของภาคเอกชน
- (2.2) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
- (2.3) ภาวะการจ้างงานและค่าแรง
- (2.4) ราคาน้ำมัน
- (2.5) ผลกระทบของการค้าแบบโลกาภิวัตน์

(3) สังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Component)

- (3.1) แบบแผนการดำเนินชีวิตและพฤติกรรม
- (3.2) คุณภาพชีวิต

(4) เทคโนโลยี (Technological Component)

- (4.1) ผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ ที่จะเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

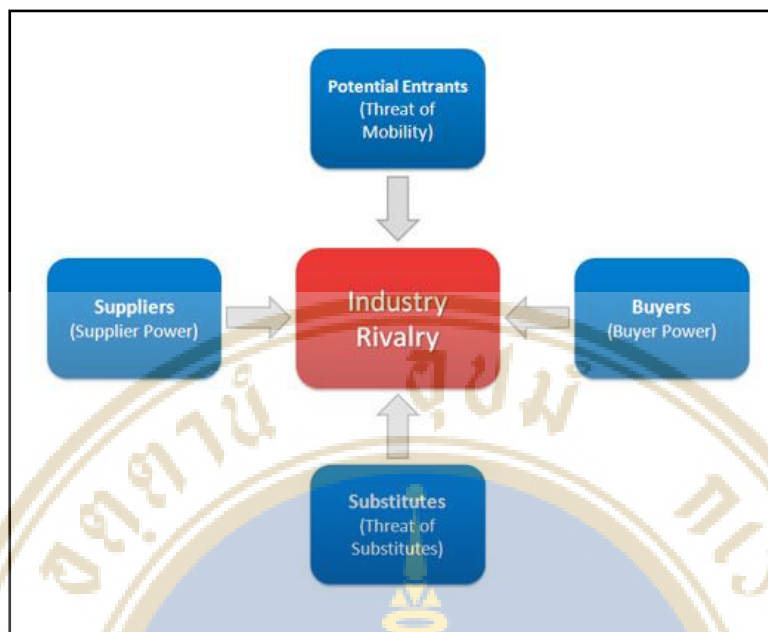
(5) สิ่งแวดล้อม (Environmental Component)

- (5.1) การใช้พลังงาน การจัดการ
- (5.2) สภาวะโลกร้อน ก๊าซเรือนกระจก

(6) กฎหมาย (Legal Component)

- (6.1) กฎและระเบียบการขนส่ง

3.2.2 การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ Five Forces)



ภาพที่ 3.4 แสดงทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model)

1. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Current Competitors) จะแบ่งออกเป็นปัจจัยหลักๆ ดังนี้

(1.1) จำนวนคู่แข่ง

จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมขนส่งมีจำนวนมาก เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มาก ในการเริ่มการค้าในธุรกิจ แต่ทั้งนี้ แม้ผู้ประกอบการขนส่งจะมีจำนวนมาก แต่จะถูกแบ่งตามลักษณะการใช้งานของกลุ่มลูกค้าซึ่งจะเป็นการกำหนดลักษณะของรถขนส่งโดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

(1.1.1) คู่แข่งทางตรง

มีคู่แข่งจำนวนมาก โดยเป็นผู้ประกอบการขนส่งที่มีรถขนส่งประเภทควบคุมอุณหภูมิเหมือนกัน โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรายเล็กที่เป็นเจ้าของรถเอง ซึ่งจะมีรถให้บริการเพียงคันเดียวหรือเป็น บริษัทที่เป็นตัวแทนนายหน้าและมีการจ้างช่วงเจ้าของรถเพื่อมาบริการลูกค้าต่อ ก็จะสามารถมีรถให้บริการหลายคัน ซึ่งคู่แข่งทางตรงนี้ มีจำนวนมาก หลากหลาย โดยจะแข่งขันกันโดยการตัดราคาให้ต่ำ เพื่อให้ได้รับการคัดเลือกจากทางลูกค้า

(1.1.2) คู่แข่งทางอ้อม

มีคู่แข่งจำนวนมากเช่นบริษัทต่างชาติที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ที่ปัจจุบันให้ความสนใจการให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และการให้บริการจัดเก็บสินค้ามากกว่าให้บริการขนส่งที่เฉพาะเจาะจงทางด้านอาหารภายในประเทศ อีกทั้งยังมีผู้ประกอบการที่เป็นรถไม่มีเครื่องควบคุมอุณหภูมิ ซึ่งคู่แข่งทางอ้อมนี้ จะถูกจำกัดด้วยลักษณะของรถขนส่งที่ให้บริการ โดยคู่แข่งประเภทนี้ มีโอกาสที่จะพัฒนามาเป็นคู่แข่งทางตรงในอนาคต

(1.2) อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมมีอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างสูง ทำให้ผู้ให้บริการขนส่งมีลูกค้าประจำของตนเอง และไม่แข่งขันทางด้านราคารุนแรง เพื่อแข่งขันกันเพื่อให้ได้ลูกค้า

(1.3) ข้อจำกัดในการเข้าออกจากอุตสาหกรรม

ในอุตสาหกรรมขนส่ง ใช้เงินลงทุนในการเข้ามาในอุตสาหกรรมไม่สูงแต่จำเป็นต้องมีความรู้และประสบการณ์ และในการยกเลิกกิจการและออกจากอุตสาหกรรมไม่มีข้อจำกัดเนื่องจากรถยนต์ที่ใช้ในการขนส่ง เมื่อผู้ประกอบการต้องการออกจากอุตสาหกรรมสามารถที่จะขายเป็นสินค้าไปแล้วได้ โดยมีตลาดรองรับ และเป็นราคาตลาดที่ซื้อขายกันทั่วไป ทำให้ไม่มีปัญหาส่วนเกินทางด้านผู้ประกอบการจากผู้ประกอบการที่ไม่สามารถแข่งขัน

(1.4) โครงสร้างการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ในอุตสาหกรรมขนส่ง เป็นการแข่งขันแบบสมบูรณ์ คือผู้ให้บริการที่สามารถนำเสนอบริการที่ตอบสนองลูกค้า ก็สามารถที่จะแข่งขันทางด้านราคาเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจ

2. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customer)

(2.1) ลูกค้าอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

จะเป็นการขนสินค้าที่เป็นลักษณะงานประจำ โดยลักษณะงานแบบนี้เป็นที่ต้องการของผู้ให้บริการขนส่ง เนื่องจากจะสามารถประมาณรายได้ และ จัดสรรทรัพยากรได้อย่างชัดเจน แต่กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และ ขนาดกลาง จะมีการศึกษาราคา และ จัดทำราคามาตรฐาน ในการทำสัญญาขนส่งสินค้ากับทางผู้ให้บริการขนส่ง ทำให้ลูกค้ามีอำนาจต่อรองราคา ลูกค้ากลุ่มนี้ จะเน้นคุณภาพการให้บริการ บนพื้นฐานของราคาที่ทางบริษัทได้มีการกำหนด

(2.2) ลูกค้าอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดเล็ก

จะเป็นกลุ่มที่พิจารณาราคาจากที่ผู้ให้บริการขนส่งเป็นผู้นำเสนอ โดยจะเปรียบเทียบราคาจากต้นทุนขนส่งของบริษัทตนเอง หรือ เปรียบเทียบราคาระหว่างผู้ให้บริการขนส่ง ลูกค้ากลุ่มนี้ จะไม่มีอำนาจต่อรองราคา เนื่องจากมีความจำเป็นในการใช้บริการ โดยจะเน้นการใช้บริการผู้ขนส่ง เพื่อแก้ปัญหา มากกว่าเน้นการบริการ

3. อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Suppliers Bargaining Power of Suppliers)

(3.1) ผู้จำหน่ายรถขนส่ง

ในตลาดมีผู้ผลิตน้อยราย แต่มีตัวแทนจำหน่ายจำนวนมาก โดยมีราคาเป็นมาตรฐาน โดยขึ้นอยู่กับจำนวนรถที่สั่งซื้อ ผู้ประกอบการขนส่งรายใหญ่ที่สั่งซื้อมาก จะทำให้ได้ส่วนลดมาก จะทำให้กิจการได้ต้นทุนที่ต่ำ และ มีอำนาจต่อรองกับทางผู้ขายสูง

(3.2) ผู้จำหน่ายน้ำมัน

เนื่องจากราคาน้ำมันเป็นราคาที่มีการกำหนดจากตลาดโลก และ จากหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศ ทำให้มีอำนาจต่อรองกับทางผู้ขายน้ำมันต่ำ

(3.3) พนักงานขับรถขนส่งสินค้า

ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการให้บริการ และ สร้างความพึงพอใจกับลูกค้า เนื่องจากเป็นคนที่จะเป็นผู้ที่ได้สัมผัสกับทางลูกค้าโดยตรง และ พนักงานขนส่งสินค้าอาหาร จำเป็นต้องมีทักษะ และ ประสบการณ์ จึงทำให้มีอำนาจต่อรองกับทางผู้ประกอบการระดับสูง

4. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services)

สินค้าทดแทนการให้บริการขนส่ง มีระดับการทดแทนระดับต่ำ การขนส่งทางน้ำ หรือ อากาศ ยังไม่สามารถทดแทนการขนส่งทางบกที่มีความสะดวกมากกว่าการขนส่งช่องทางอื่น

5. ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ (Threat of New Entrants)

(5.1) การประหยัด

เนื่องจากขนาดผู้ที่เป็นผู้แข่งขันรายเดิมจะสามารถ มีต้นทุนที่เกิดจากการรวมปริมาณ และ ต่อรองการสั่งซื้อรถขนส่ง หรือ ต้นทุนคงที่ต่ำกว่าผู้แข่งขันหน้าใหม่

(5.2) ความสามารถและทักษะในการให้บริการ

เนื่องจากผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมมานาน จะมีประสบการณ์ ทำให้ลดความผิดพลาด และสามารถพัฒนาวิธีการประหยัดต้นทุน ได้มากกว่าผู้เข้ามาแข่งขันรายใหม่

(5.3) ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

เนื่องจากผู้ขายรายเดิม ที่จะได้รับความเชื่อมั่นจากทางลูกค้า ทำให้เป็นอุปสรรคการเข้ามา ของคู่แข่งรายใหม่

ตารางที่ 3.3 แสดงผลจากการวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในธุรกิจขนส่งสินค้า

การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในธุรกิจ	ผลกระทบ
การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (ต่ำ)	ผลบวก
อำนาจการต่อรองของลูกค้า(ต่ำ)	ผลบวก
อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (สูง)	ผลลบ
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน(ต่ำ)	ผลบวก
ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่(ต่ำ)	ผลบวก

พบว่าแม้ว่าการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมจะมีผู้ให้บริการมากมาย แต่มีอัตราการเติบโต ในระดับที่สูงและกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเฉพาะ และ ให้ความจงรักภักดี เนื่องจากสร้างเครือข่ายและมี ต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงผู้ให้บริการใหม่ เช่น การทำสัญญาขนส่ง ที่ต้องมีการวางเงินค้ำประกัน และ เอกสารที่ยุ่งยาก หรือ ความเสี่ยงที่เกิดจากคุณภาพในการให้บริการที่จะทำให้สินค้าเสียหาย ซึ่งเป็นจุดที่ ทำให้ธุรกิจการบริการขนส่งอาหารเป็นที่น่าสนใจในการลงทุนทำธุรกิจ

3.2.3 การวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือด้วยเครื่องมือ SWOT ANALYSIS

(1) จุดแข็ง (Strengths)

- (1.1) มีรถขนส่งเพื่อใช้ในการบริการที่หลากหลายรูปแบบ และเพียงพอ ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า
- (1.2) การนำระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการประกอบการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการขนส่ง
- (1.3) มีทีมผู้บริหาร และ บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการขนส่ง

(2) จุดอ่อน (Weaknesses)

- (2.1) บุคลากรส่วนใหญ่มีทักษะการปฏิบัติในลักษณะงานประจำและยังขาดทักษะในการติดต่อสื่อสารให้บริการชาวต่างชาติ

(3) โอกาส (Opportunities)

- (3.1) มีการเปิดเสรีการค้า บริการในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่งผลให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารมีความตื่นตัวสำหรับ โอกาสที่เปิดกว้างขึ้น รวมถึงมีความร่วมมือด้านการขนส่งทางถนนกับประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นตามลำดับ
- (3.2) ผู้ประกอบการ และ ผู้บริโภคให้ความสนใจเลือกผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตที่ใส่ใจต่อความปลอดภัย ตลอดห่วงโซ่อาหารมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมขนส่งอาหารที่มีมาตรฐานมีอัตราเติบโตที่สูงไปในทิศทางเดียวกันกับอุตสาหกรรมอาหาร

(4) อุปสรรค (Threats)

- (4.1) ผู้ประกอบการขนส่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กทำให้ยากต่อการส่งเสริมและพัฒนาให้มีศักยภาพในการเผชิญกับการแข่งขันจากผู้ประกอบการขนส่งข้ามชาติ ที่มีศักยภาพ และ เงินลงทุนสูง

3.3 กลยุทธ์ทางการแข่งขัน



ภาพที่ 3.5 แสดงกลยุทธ์ทางการแข่งขัน

3.3.1 กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy)

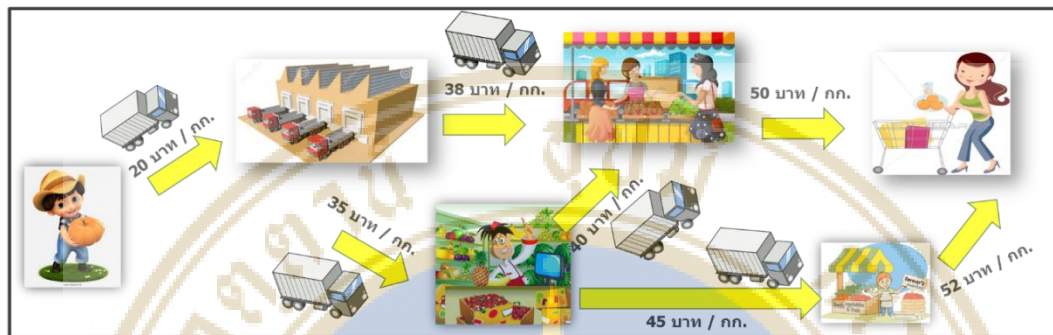
มุ่งเน้นลูกค้าในอุตสาหกรรมอาหาร ที่ให้ความสำคัญในความปลอดภัยและรักษาคุณภาพสินค้า

3.3.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy)

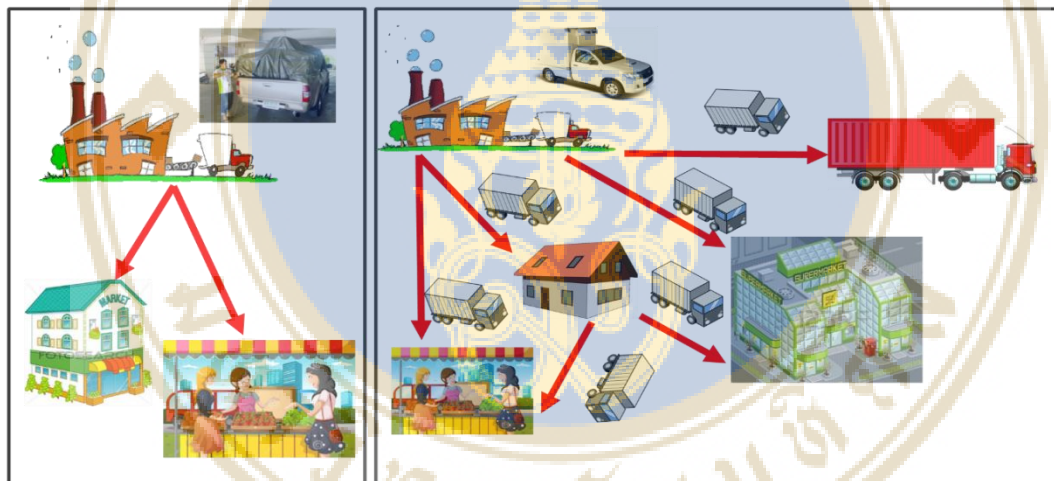
ให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งผู้ประกอบการขนาดใหญ่และเล็ก มีรูปแบบรถขนส่งที่หลากหลายปริมาณที่มากเพียงพอความต้องการโดยรถขนส่งทั้งหมดเป็นรถขนส่งของทางบริษัทไม่ใช่ ผู้รับเหมาช่วง (subcontract) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

3.4 แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model)

• เพิ่มมูลค่า



• เพิ่มโอกาสทางการขาย



ภาพที่ 3.6 แสดงแบบจำลองทางธุรกิจ

บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 การวิจัยการตลาด

ในการวิจัยการตลาดครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าประเภทอาหาร โดยทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ (In-depth interview) ผู้ประกอบการ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถขนส่ง และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปวางแผนด้านการตลาด

4.1.1 วัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหารเพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดตลาดเป้าหมาย (STP Marketing)
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนผสมทางการด้านราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำหรับผลิตภัณฑ์ช่วยลดหรือบรรเทาอาการเมาค้างจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนการตลาด
3. เพื่อทราบถึงโอกาสของการพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ

สัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารที่ใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหารซึ่งเป็นเป้าหมายในการให้บริการ โดยแบ่งเป็นบริษัทที่มียอดขายต่ำกว่า 10,000 ตัน จำนวน 3 บริษัท และบริษัทที่มียอดขายมากกว่า 10,000 ตัน จำนวน 3 บริษัท

ตารางที่ 4.1 แสดงกลุ่มตัวอย่างลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ปริมาณขายต่อปี (ตัน)	รายได้ต่อปี (บาท)	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
1	บริษัท -A1500	1,500	120,000,000	ทำธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับหน่วยธุรกิจ (B2B)
2	บริษัท-B3000	3,000	360,000,000	ทำธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับหน่วยธุรกิจ (B2B)
3	บริษัท -C8000	8,000	350,000,000	ทำธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C)
4	บริษัท-D50000	50,000	1,500,000,000	ทำธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับหน่วยธุรกิจ(B2B) ทำธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C)
5	บริษัท -E90000	90,000	2,500,000,000	ทำธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับหน่วยธุรกิจ (B2B)
6	บริษัท -F1000000	100,000	2,800,000,000	ทำธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับหน่วยธุรกิจ (B2B) ทำธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C)





4.1.3 ผลการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ตารางที่ 4.2 แสดงสัดส่วนการใช้บริการรถขนส่งของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร

สัดส่วนการใช้บริการรถขนส่ง	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
ดำเนินการจัดส่งสินค้าเอง (Own logistic)	60%	10%	0%	5%	0%	0%
ดำเนินการจัดส่งโดยจ้างบุคคลภายนอก (Outsourcing)	40%	90%	100%	95%	100%	100%

รูปแบบรถขนส่งที่ใช้บริการและจำนวนการใช้บริการ

ตารางที่ 4.3 แสดงรูปแบบรถขนส่งและปริมาณความต้องการใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร

รูปแบบรถขนส่งที่ใช้บริการ และจำนวนการใช้บริการ	บริษัท													
	A1500		B3000		C8000		D50000		E90000		F1000000		รวม	
	คัน	เที่ยว	คัน	เที่ยว	คัน	เที่ยว	คัน	เที่ยว	คัน	เที่ยว	คัน	เที่ยว	คัน	เที่ยว
1.ไม่กำหนดลักษณะของรถขนส่ง 	25	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	8
2.มีการกำหนดลักษณะรถขนส่ง รถขนส่งขนาด 4 ล้อ ที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า 	6	4	53	35	112	56	500	200	0	0	40	20	711	315
3.มีการกำหนดลักษณะรถขนส่ง รถขนส่งขนาด 6 ล้อ ที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า 	0	0	0	0	0	0	160	20	0	0	40	10	200	30
4.มีการกำหนดลักษณะรถขนส่ง รถขนส่งขนาด 10 ล้อ ที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า 	24	4	5	2	126	14	1,600	150	1,800	300	2,000	300	5,555	770

คุณสมบัติที่มองหาจากผู้ให้บริการขนส่ง

ตารางที่ 4.4 แสดงคุณสมบัติที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมองหาจากผู้ให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร

คุณสมบัติที่มองหา จากผู้ให้บริการขนส่ง	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
1.ประสบการณ์ของผู้ให้บริการขนส่ง	-	✓	✓	✓	✓	✓
2.สภาพรถขนส่งที่ทันสมัยสะอาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3.เป็นผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรถขนส่งเองทั้งหมด	-	-	-	-	-	✓
4.สามารถนำเสนอต้นทุนขนส่งที่ต่ำ	✓	-	✓	✓	-	✓
5. มีการอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการ	-	✓	-	-	✓	✓

1.ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

1.1 การกำหนดลักษณะของรถขนส่ง

ตารางที่ 4.5 แสดงข้อกำหนดลักษณะของรถขนส่งสินค้าอาหาร ในกิจกรรมการขนส่งสินค้าเข้า

การกำหนดลักษณะของรถขนส่ง-Inbound	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
ไม่กำหนดลักษณะของรถขนส่ง	✓	-	-	-	-	-
กำหนด :รถขนส่งที่มีลักษณะเป็นตู้ปิดมิดชิด	-	✓	✓	✓	✓	✓
กำหนด :รถขนส่งที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด	-	✓	✓	✓	✓	✓
กำหนด :มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอของอุณหภูมิสินค้า	-	✓	✓	✓	✓	✓
กำหนด : มี GPS Tracker เพื่อสามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้แบบ Real time	-	✓	✓	-	✓	✓
กำหนด : มีระบบการคำนวณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และจัดเก็บข้อมูลเพื่อสนับสนุนโครงการลดการปล่อยมลพิษ	-	-	-	-	-	✓

ตารางที่ 4.6 แสดงข้อกำหนดลักษณะของรถขนส่งสินค้าอาหาร ในกิจกรรมการขนส่งสินค้าออก

การกำหนดลักษณะของรถขนส่ง-Outbound	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
ไม่กำหนดลักษณะของรถขนส่ง	-	-	-	-	-	-
กำหนด :รถขนส่งที่มีลักษณะเป็นตู้ปิดมิดชิด	✓	✓	✓	✓	✓	✓
กำหนด :รถขนส่งที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด	✓	✓	✓	✓	✓	✓
กำหนด :มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓
กำหนด : มี GPS Tracker เพื่อสามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้แบบ Real time	✓	✓	✓	-	✓	✓
กำหนด : มีระบบการคำนวณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และจัดเก็บข้อมูลเพื่อสนับสนุน โครงการลดการปล่อยมลพิษ	-	-	-	-	-	✓

1.2 ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการรถขนส่ง

ตารางที่ 4.7 แสดงปัจจัยที่ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการรถขนส่ง

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการรถขนส่ง	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
ระดับที่ 4 : มากที่สุด	เลือกบริษัทที่มีความยืดหยุ่น	เลือกบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ	ต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำที่สุด	เลือกบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ	เลือกบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ	เลือกบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ
ระดับที่ 3 : มาก	ต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำที่สุด	มีจำนวนรถขนส่งจำนวนมาก	มีจำนวนรถขนส่งจำนวนมาก	เลือกบริษัทที่มีความยืดหยุ่น	เลือกบริษัทที่มีความยืดหยุ่น	เลือกบริษัทที่มีความยืดหยุ่น
ระดับที่ 2 : ปานกลาง	มีจำนวนรถขนส่งจำนวนมาก	เลือกบริษัทที่มีความยืดหยุ่น	เลือกบริษัทที่มีความยืดหยุ่น	ต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำที่สุด	มีจำนวนรถขนส่งจำนวนมาก	มีจำนวนรถขนส่งจำนวนมาก
ระดับที่ 1 : น้อยที่สุด	เลือกบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ	ต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำที่สุด	เลือกบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ	มีจำนวนรถขนส่งจำนวนมาก	ต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำที่สุด	ต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำที่สุด

ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการรถขนส่ง (คะแนนเต็ม 60)

ระดับมากที่สุด	คือ	เลือกบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ	18 คะแนน
ระดับมาก	คือ	เลือกบริษัทที่มีความยืดหยุ่น	17 คะแนน
ระดับปานกลาง	คือ	มีจำนวนรถขนส่งจำนวนมาก	13 คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	คือ	ต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำที่สุด	12 คะแนน

1.3 ช่วงเวลาที่ใช้บริการรถขนส่งในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.8 แสดงช่วงเวลาที่ถูกคัดกลุ่มเป้าหมายใช้บริการรถขนส่งในปัจจุบัน

ช่วงเวลาที่ใช้บริการรถขนส่งในปัจจุบัน	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
ช่วงเวลา 0.01– 03.00 น.	-	-	✓	✓	✓	✓
ช่วงเวลา 3.01– 07.59 น.	-	✓	-	-	✓	✓
ช่วงเวลา 8.00– 12.00 น.	-	-	-	-	✓	-
ช่วงเวลา 12.01– 15.00 น.	-	✓	-	-	-	-
ช่วงเวลา 15.01– 17.59 น.	✓	-	-	-	-	✓
ช่วงเวลา 18.01– 20.00 น.	-	-	-	✓	-	-
ช่วงเวลา 20.01– 22.00 น.	-	-	✓	-	-	✓
ช่วงเวลา 22.01– 00.00 น.	✓	-	-	-	-	✓

2.ปัจจัยทางด้านราคา

2.1 นโยบายค่าขนส่ง

ตารางที่ 4.9 แสดงนโยบายค่าขนส่งของลูกค้าเป้าหมายในการใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร

ปัจจัยทางด้านราคา ต้นทุนทางด้านค่าขนส่งเป็นอย่างไร	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
มีการกำหนดมาตรฐานค่าขนส่งตามระยะทางโดยทำสัญญากับผู้ขนส่งเป็นรายปี	-	✓	✓	✓	✓	✓
มีการกำหนดมาตรฐานค่าขนส่งตามน้ำหนักบรรทุกโดยทำสัญญากับผู้ขนส่งเป็นรายปี	-	-	-	-	-	-
ไม่มีการกำหนดมาตรฐานราคาโดยพิจารณาราคาที่ผู้ให้บริการเสนอในแต่ละครั้ง	✓	-	-	-	-	-

3.ปัจจัยทางด้านสถานที่

3.1 ปัจจัยจากการเลือกผู้ให้บริการที่ครบวงจร

ตารางที่ 4.10 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยทางการให้บริการครบวงจรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร

ปัจจัยทางด้านความครบวงจร ทั้งขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ หรือ บริการกระจายสินค้า	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
ระดับที่ 4 : มากที่สุด	-	-	-	-	-	-
ระดับที่ 3 : มาก	-	-	-	-	✓	-
ระดับที่ 2 : ปานกลาง	-	-	-	-	-	-
ระดับที่ 1 : น้อยที่สุด	✓	✓	✓	✓	-	✓

3.2 ปัจจัยการเลือกผู้ให้บริการจากทำเลที่ตั้งของบริษัท

ตารางที่ 4.11 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยทำเลที่ตั้งของผู้ให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร

ปัจจัยทางด้านสถานที่บริการ ที่มีอยู่บริเวณใกล้กับโรงงานของท่าน	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
ระดับที่ 4 : มากที่สุด	✓	✓	-	-	-	-
ระดับที่ 3 : มาก	-	-	✓	-	✓	-
ระดับที่ 2 : ปานกลาง	-	-	-	✓	-	✓
ระดับที่ 1 : น้อยที่สุด	-	-	-	-	-	-

3.3 ช่วงเวลาที่มุ่งหวังใช้บริการรถขนส่ง

ตารางที่ 4.12 แสดงช่วงเวลาที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใช้บริการรถขนส่งในปัจจุบัน

ช่วงเวลาที่มุ่งหวังใช้บริการ รถขนส่ง	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
ช่วงเวลา 0.01– 03.00 น.	-	✓	✓	-	✓	✓
ช่วงเวลา 3.01– 07.59 น.	-	✓	-	✓	-	✓
ช่วงเวลา 8.00– 12.00 น.	-	-	-	-	✓	-
ช่วงเวลา 12.01– 15.00 น.	-	✓	-	-	-	-
ช่วงเวลา 15.01– 17.59 น.	✓	-	-	-	-	-
ช่วงเวลา 18.01– 20.00 น.	-	-	-	✓	-	-
ช่วงเวลา 20.01– 22.00 น.	-	-	✓	-	-	✓
ช่วงเวลา 22.01– 00.00 น.	✓	-	-	-	-	-

ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ตารางที่ 4.13 แสดงปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถขนส่ง

ลำดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถขนส่ง (คะแนนเต็ม 60)

ปัจจัยทางด้าน การส่งเสริม การขาย	บริษัท					
	A1500	B3000	C8000	D50000	E90000	F1000000
ระดับที่ 4 : มากที่สุด	Credit term สูงสุด	ค่าขนส่งรวมเท่าเดิมแบ่งการจัดส่งสินค้าได้บ่อยขึ้น	การให้ส่วนลด Rebate	ค่าขนส่งเท่าเดิม บรรทุกสินค้าได้เพิ่มขึ้น	ค่าขนส่งเท่าเดิม บรรทุกสินค้าได้เพิ่มขึ้น	ค่าขนส่งเท่าเดิม บรรทุกสินค้าได้เพิ่มขึ้น
ระดับที่ 3 : มาก	ค่าขนส่งเท่าเดิม บรรทุกสินค้าได้เพิ่มขึ้น	ค่าขนส่งเท่าเดิม บรรทุกสินค้าได้เพิ่มขึ้น	Credit term สูงสุด	ค่าขนส่งรวมเท่าเดิม แบ่งการจัดส่งสินค้าได้บ่อยขึ้น	ค่าขนส่งรวมเท่าเดิมแบ่งการจัดส่งสินค้าได้บ่อยขึ้น	ค่าขนส่งรวมเท่าเดิมแบ่งการจัดส่งสินค้าได้บ่อยขึ้น
ระดับที่ 2 : ปานกลาง	ค่าขนส่งรวมเท่าเดิมแบ่งการจัดส่งสินค้าได้บ่อยขึ้น	Credit term สูงสุด	ค่าขนส่งรวมเท่าเดิมแบ่งการจัดส่งสินค้าได้บ่อยขึ้น	Credit term สูงสุด	การให้ส่วนลด Rebate	การให้ส่วนลด Rebate
ระดับที่ 1 : น้อยที่สุด	การให้ส่วนลด Rebate	การให้ส่วนลด Rebate	ค่าขนส่งเท่าเดิม บรรทุกสินค้าได้เพิ่มขึ้น	การให้ส่วนลด Rebate	Credit term สูงสุด	Credit term สูงสุด

ระดับมากที่สุด	คือ	ค่าขนส่งเท่าเดิม บรรทุกสินค้าได้เพิ่มขึ้น	19 คะแนน
ระดับมาก	คือ	ค่าขนส่งรวมเท่าเดิม แบ่งการจัดส่งสินค้าได้บ่อยขึ้น	17 คะแนน
ระดับปานกลาง	คือ	Credit term สูงสุด	13 คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	คือ	การให้ส่วนลด Rebate	11 คะแนน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้แทนจำหน่ายเป้าหมาย สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

1. ทุกบริษัทมีการใช้บริการจัดส่งสินค้าอาหาร โดยการจ้างบุคคลจากภายนอกจากการสัมภาษณ์พบว่า รถขนส่งขนาด 10 ล้อ ที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า เป็นรถที่มีความต้องการใช้สูงสุด เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับหน่วยธุรกิจ (B2B) ที่มีการสั่งซื้อครั้งละมากๆ เพื่อนำไปแปรรูปหรือ เพื่อกระจายสินค้าต่อ
2. ทุกบริษัท ให้ความสำคัญในการเลือกผู้ประกอบการที่มีรถขนส่งที่ทันสมัย สะอาด เป็นลำดับแรก เนื่องจากถือเป็นภาพลักษณ์ของบริษัท และ คุณสมบัติที่รองลงมาคือ การเลือกผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการขนส่งสินค้า เนื่องจากกรณีเลือกผู้ประกอบการที่ไม่มีประสบการณ์จะทำให้สินค้าเสียหาย และ สร้างความไม่พึงพอใจให้กับลูกค้า
3. ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการกำหนดคุณลักษณะของรถบรรทุกขนส่งสินค้า ทั้งในส่วนของการจัดส่งวัตถุดิบ(Inbound) หรือ การขนส่งสินค้าเพื่อจัดส่งให้ลูกค้า (outbound) และช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการรถขนส่งมากที่สุดคือช่วงเวลา 0.01– 03.00 น. เนื่องจากเป็นช่วงการรับสินค้าของกลุ่มห้างสรรพสินค้า และ เป็นช่วงที่รถบรรทุกขนาดใหญ่สามารถวิ่งให้บริการได้โดยไม่ติดเวลา
4. ปัจจัยทางด้านราคา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีนโยบายในการกำหนดมาตรฐานค่าขนส่งตามระยะทาง ที่มีการกำหนดอัตราผันผวนตามราคาน้ำมัน โดยทำสัญญากับผู้ขนส่งเป็นรายปี
5. ปัจจัยทางด้านสถานที่ ทางผู้ประกอบการให้ความสนใจ เลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการที่มีสำนักงานอยู่ใกล้กับ โรงงาน เนื่องจากมีความยืดหยุ่นสูง และสามารถให้บริการกรณีเร่งด่วนได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรายใหญ่ ให้ความสนใจในการเลือกผู้ขายที่ให้บริการแบบครบวงจร เช่น การมีศูนย์กระจายสินค้า หรือ มีการให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ เนื่องจากมีสินค้าในกลุ่มส่งออกต่างประเทศ เพื่อเป็นการลดขั้นตอนการขนย้ายสินค้าจำนวนหลายครั้ง
6. ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ขายส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการค่าขนส่งเท่าเดิม บรรทุกสินค้าได้เพิ่มขึ้น ให้ความสนใจต่อนวัตกรรมรถขนส่งที่บรรทุกต่อครั้งได้ประสิทธิภาพมากเพิ่มขึ้น

4.2 เป้าหมายทางการตลาด

4.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

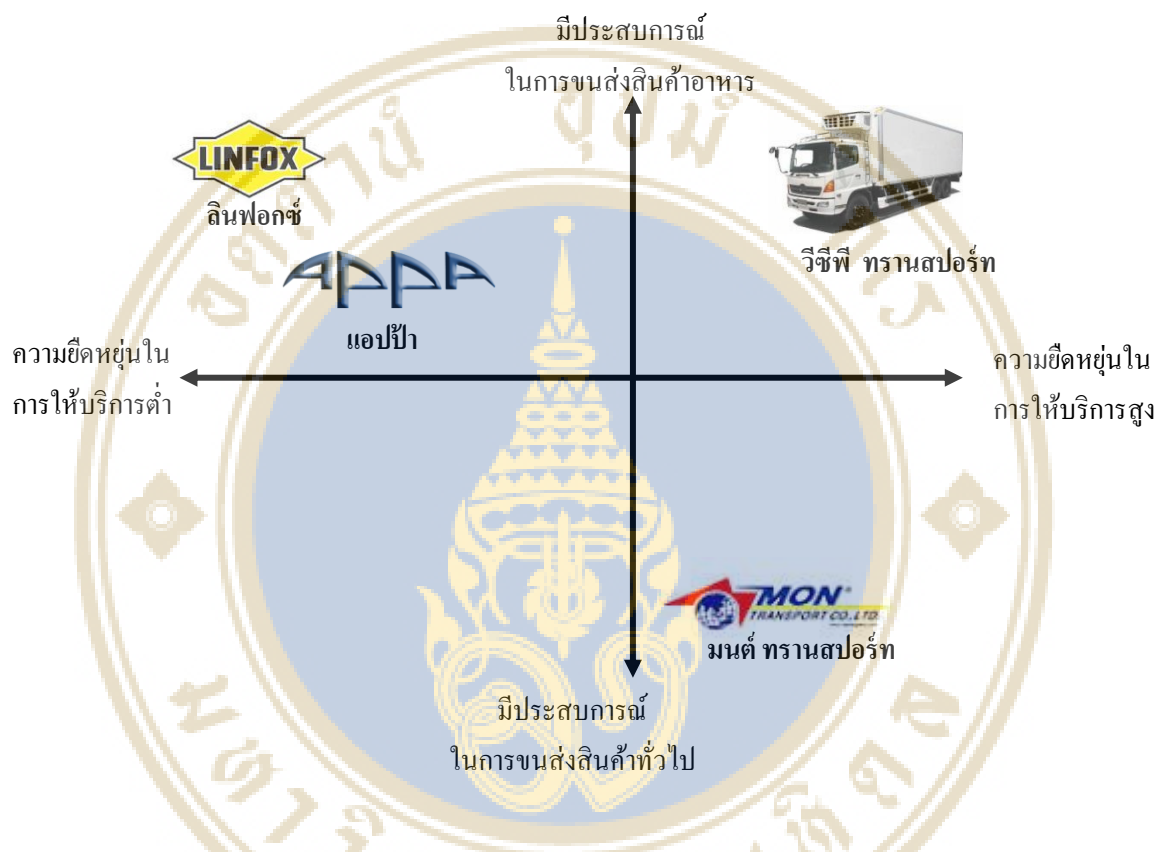
กลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัท คือ ผู้ประกอบการที่มีปริมาณขายมากกว่า 50,000 ตันขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีมีการกำหนดลักษณะรถขนส่ง ที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า โดยที่มีความต้องการใช้รถบรรทุกประเภท 10 ล้อ ประมาณ 750 เที่ยว ต่อสัปดาห์ และ รถขนส่งขนาด 4 ล้อ ที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า จำนวน 220 เที่ยว ต่อสัปดาห์ ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายหลักนี้มีความเข้มงวดในเรื่องของคุณภาพและประสิทธิภาพของผู้ให้บริการ มีมาตรฐานค่าบริการขนส่งที่สูงกว่าผู้ประกอบการขนาดกลาง

4.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มเป้าหมายรองของบริษัท คือ ผู้ประกอบการที่มีปริมาณขายน้อยกว่า 50,000 ตันขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีมีการกำหนดลักษณะรถขนส่ง ที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า โดยที่มีความต้องการใช้รถบรรทุกประเภท 4 ล้อ ประมาณ 95 เที่ยว ต่อสัปดาห์ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายรอง จะเป็นผู้ประกอบการที่มีรถขนส่งสินค้าเป็นของตัวเอง และมีการใช้บริการเพิ่มเติมเมื่อรถขนส่งมีปัญหา หรือ มียอดขายเพิ่มขึ้น แต่เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรมการค้าที่ทางบริษัทวิซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด สามารถขยายกลุ่มลูกค้าการให้บริการเพิ่มเติม เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงจากลูกค้ารายได้หลักจากผู้ขายรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย

4.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning)

การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ มีจุดประสงค์เพื่อสร้างการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดภาพหรือความรู้สึกนึกคิดในใจของผู้เลือกใช้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าประเภทอาหาร โดยบริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต สามารถกำหนดการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด

4.4 กลยุทธ์การตลาด (4Ps)

4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

การให้บริหารรถบรรทุกสำหรับขนส่งสินค้าอาหาร ที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานกำหนด นอกเหนือจากการช่วยรักษาคุณภาพอาหารให้มีความ สด สะอาด ปลอดภัย ยืดอายุ แล้ว ยังถือเป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้ผู้ประกอบการที่จะสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณภาพ และ ความใส่ใจในสินค้า รวมถึงการทำตามมาตรฐานที่ลูกค้ากำหนด เช่น ข้อกำหนดเพิ่มเติม ข้อ 3.3.1 ของ FSSC22000 เรื่อง “ข้อกำหนดสำหรับงานบริการ” ที่มีการกำหนดดังนี้

พาหนะที่ใช้ในการขนส่งอาหารแช่แข็ง เช่น รถบรรทุกห้องเย็น รถลาก ตู้ Container รถไฟ เรือ เครื่องบิน ควรจะ

1. ประกอบขึ้นโดยมีผนังที่เป็นฉนวนความร้อน และมีเครื่องทำความเย็นที่สามารถควบคุมอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในช่วง -18°C หรือต่ำกว่า
2. ประกอบด้วยอุปกรณ์ตรวจวัด และบันทึกอุณหภูมิภายในพาหนะที่ถูกต้องเที่ยงตรง ติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นและตรวจอ่านได้โดยสะดวก
3. ประกอบด้วยประตูที่สามารถปิดสนิทไม่มีรอยรั่วซึม รวมถึงช่องทางระบายน้ำภายใน ซึ่งควรมีที่ปิดเพื่อป้องกันการรั่วไหลของอากาศเย็นภายในห้อง
4. ต้องจะสะอาดปราศจากเศษดิน เศษสิ่งสกปรก กลิ่นเหม็นอับ หรือสารเคมีอื่นๆ ที่สามารถปนเปื้อนอาหารแช่แข็งได้
5. ต้องปรับความเย็นภายในพาหนะ (Pre-cooling) ก่อนการนำบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ อุณหภูมิของพื้นผิวภายในพาหนะอยู่ที่ -18°C หรือต่ำกว่า
6. ต้องมีการวัดอุณหภูมิผลิตภัณฑ์ อุณหภูมิของผลิตภัณฑ์ควรจะต้องอยู่ที่ -18°C หรือต่ำกว่า ขณะเคลื่อนย้ายให้ผู้ประกอบการขนส่ง ผู้ประกอบการขนส่งต้องไม่มารับขนย้ายผลิตภัณฑ์ที่มีอุณหภูมิสูงกว่า -18°C
7. ผู้ผลิต ผู้ดูแลห้องเก็บรักษา ผู้ประกอบการเคลื่อนย้าย ไม่ทำการส่งผลิตภัณฑ์หีบห่อ ภาชนะบรรจุที่มีการฉีกขาด เสียหาย อยู่ในสภาพที่จำหน่ายไม่ได้

8. มีอากาศเย็นหมุนเวียน โดยรอบผลิตภัณฑ์ขณะขนส่ง ปริมาณการหมุนเวียนของอากาศเย็นต้องมีเพียงพอ โดยคำนึงถึงอิทธิพลของอุณหภูมิแวดล้อมภายนอกพาหนะ เพื่อให้ทุกหีบห่อของผลิตภัณฑ์มีอุณหภูมิ -18°C หรือต่ำกว่าตลอดการขนส่ง
9. เปิดเครื่องทำความเย็นของพาหนะ และปิดประตูพาหนะตลอดเวลาที่มีผลิตภัณฑ์อยู่ภายใน ยกเว้นในช่วงเวลาขนย้ายผลิตภัณฑ์เข้าออก (อย่างรวดเร็ว)
10. ติดตั้ง เครื่องควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติ (Thermostat) ของพาหนะให้สามารถควบคุมอุณหภูมิอากาศที่ -18°C หรือต่ำกว่า

4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

สำหรับกลยุทธ์ด้านราคา การให้บริการรถบรรทุกสำหรับขนส่งสินค้าอาหาร ในกลุ่มของลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้าจะมีการกำหนดค่าบริการโดยเป็นสัญญาล่วงหน้า 1 ปี แต่สำหรับกลุ่มเป้าหมายรองนั้น จะมีการกำหนดมาตรฐานราคาที่จะสามารถปรับได้ตามความผันผวนของราคาน้ำมัน และ ค่าเสื่อมราคา

4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ในการให้บริการรถบรรทุกสำหรับขนส่งสินค้าอาหาร จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า การที่มีสถานที่ประกอบการใกล้กับลูกค้า จะทำให้ลูกค้าพิจารณาเลือกใช้บริการ เนื่องจากสามารถที่จะเข้ามารับสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และ ยังเป็นการประหยัดต้นทุนจากการวิ่งรถเที่ยวเปล่า เพื่อเข้าไปรับสินค้า

4.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สำหรับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับการให้บริการรถบรรทุกสำหรับขนส่งสินค้าอาหาร เพื่อให้เกิดความภักดี และ เชื่อมั่นในการให้บริการ โดยการใช้โปรแกรมพัฒนาประสิทธิภาพในการขนส่ง การสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นผู้ให้บริการที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยโปรแกรมจะวัดประสิทธิภาพการขนส่งโดยตัวเลข การคำนวณนี้ ลูกค้ากลุ่มสามารถนำไปสื่อสารในผลิตภัณฑ์ ได้ถึงการใส่ใจสิ่งแวดล้อม

4.5 การพยากรณ์ยอดขายและรายได้จากการขาย

ตารางที่ 4.14 แสดงการพยากรณ์ยอดขายและรายได้จากการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร

ช่องทางรายได้ของการให้บริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการให้บริการรถบรรทุก 4 ล้อ					
ราคาค่าขนส่ง (บาท)	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
จำนวนรอบการให้บริการ (เที่ยว)	6,205	6,570	6,570	6,570	6,570
รายได้จากรถบรรทุก 4 ล้อ (บาท)	15,512,500	16,425,000	16,425,000	16,425,000	16,425,000
รายได้จากการให้บริการรถบรรทุก 10 ล้อ					
ราคาค่าขนส่ง (บาท)	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
จำนวนรอบการให้บริการ (เที่ยว)	12,410	13,140	13,140	13,140	13,140
รายได้จากรถบรรทุก 10 ล้อ (บาท)	74,460,000	78,840,000	78,840,000	78,840,000	78,840,000
รวมรายได้จากการขายจากทุกช่องทาง (บาท)	89,972,500	95,265,000	95,265,000	95,265,000	95,265,000
รวมจำนวนรอบการให้บริการจากรถบรรทุกประเภท (เที่ยว)	18,615	19,710	19,710	19,710	19,710

4.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขาย

ตารางที่ 4.15 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายของการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่ากิจกรรมส่งเสริมการขาย	224,931	238,163	238,163	238,163	238,163

บทที่ 5

แผนการดำเนินงาน

5.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

บริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต แบ่งการดำเนินการออกเป็น 6 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.1 ขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท

ดำเนินการจดทะเบียนบริษัทกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

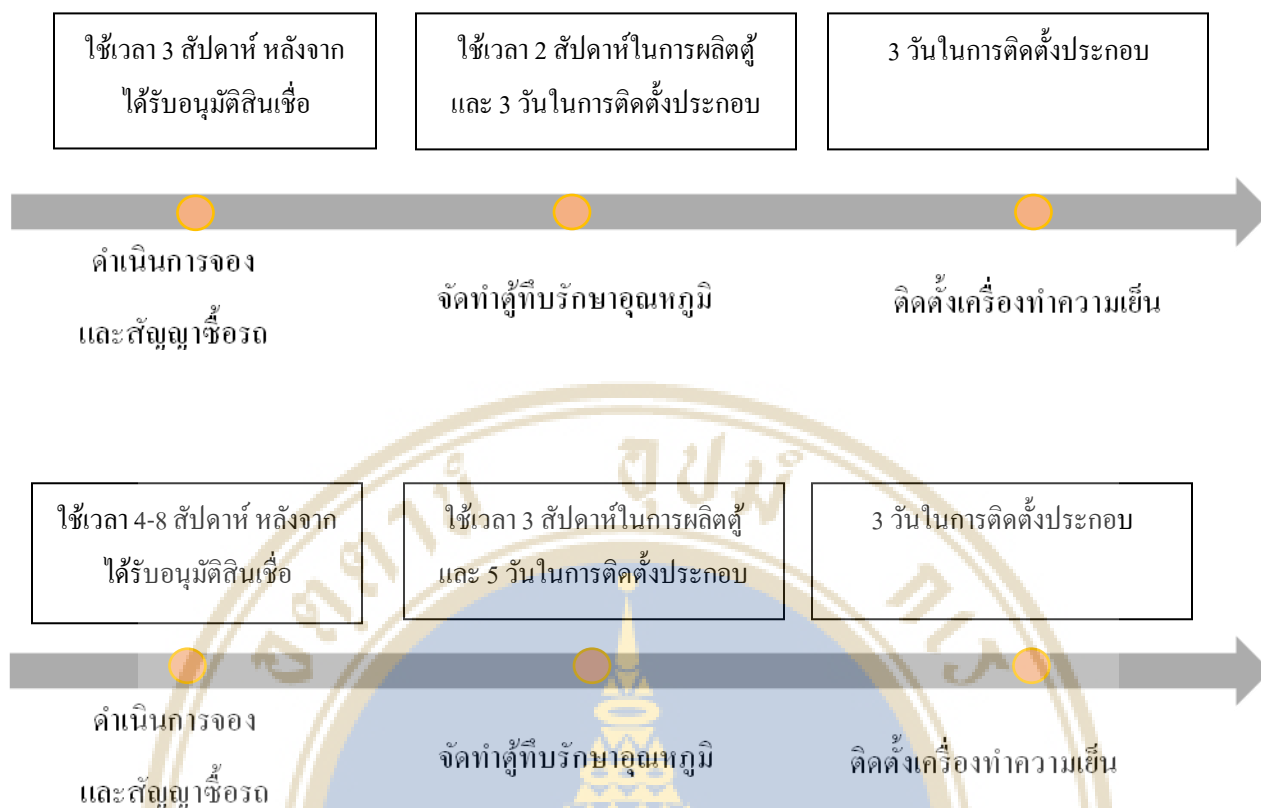
5.1.2 ดำเนินการก่อสร้างอาคารสำนักงาน และ ปรับปรุงพื้นที่สำหรับจัดเก็บรถขนส่ง

ดำเนินการปรับปรุงพื้นที่สำนักงานให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบการทำงาน

5.1.3 ดำเนินงานติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ดังนี้

ติดต่อทำสัญญาซื้อขายกับ บริษัท โตโยต้า พาราก่อน มอเตอร์ จำกัด (สาขาตลาดไท) พร้อมทั้ง ห้างหุ้นส่วนจำกัด รุจ โอฟาร์ สำหรับ รถยนต์กระบะ 4 ล้อ ตู้ที่ปรึกษาอุณหภูมิ พร้อมเครื่องทำความเย็น

ติดต่อทำสัญญาซื้อขายกับ บริษัท ชัยราชการ จำกัด สาขาวิภาวดี พร้อมทั้ง ห้างหุ้นส่วนจำกัด รุจ โอฟาร์ สำหรับรถ 10 ล้อ ตู้ที่ปรึกษาอุณหภูมิ พร้อมเครื่องทำความเย็น



ภาพที่ 5.1 แสดงขั้นตอนดำเนินงานติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

5.1.4 ดำเนินการรับสมัครและคัดเลือกพนักงาน

ดำเนินการสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่จะเข้าร่วมทำงานกับบริษัทตามตำแหน่งต่างๆ ตามที่บริษัทได้วางแผนไว้ และมีคุณสมบัติเป็นไปตามที่บริษัทกำหนด

5.1.5 ดำเนินการฝึกอบรมพนักงานขับรถ



ภาพที่ 5.2 แสดงขั้นตอนการฝึกอบรมพนักงานขับรถ

1. ตรวจสอบสภาพรถก่อนการปฏิบัติงาน

ก่อนนำรถออกไปปฏิบัติงาน พนักงานขับรถต้องดำเนินการตรวจสอบความพร้อมของรถยนต์ดังนี้

- 1) ตรวจสอบความดันลมยาง ดอกยาง และรอยขีดข่วน
- 2) เช็กรอยรั่วซึมตามจุดต่าง ๆ เช่น รอยน้ำมันเครื่อง, น้ำมันเกียร์, น้ำมันเบรก หรือมีของเหลวรั่วซึมจากใต้ท้องรถ หากพบรอยรั่วซึมต้องแจ้งช่างแผนกซ่อมบำรุงทันที
- 3) ระบบไฟส่องสว่างทั้งคันเช่น ไฟหน้ารถ สูง-ต่ำ, ไฟท้าย, ไฟเบรก, ไฟเลี้ยว, ไฟฉุกเฉิน
- 4) ตรวจสอบความผิดปกติจากไฟที่หน้าปัด เมื่อบิดกุญแจไปที่ on ไฟทุกอย่างควรขึ้นโชว์เป็นปกติ และเมื่อทำการสตาร์ทก็จะดับลงทั้งหมด
- 5) ตรวจสอบระดับของเหลวภายในเครื่อง อะไรที่พร่องหายไปก็ควรจัดการเช่น น้ำมันเบรก น้ำกลั่นในแบตเตอรี่, น้ำมันเครื่อง, น้ำมันเบรก, น้ำในหม้อน้ำ
- 6) ตรวจสอบความปกติของเครื่องทำความเย็น ว่าสามารถทำงานได้อย่างปกติ

7) ตรวจสอบอุปกรณ์ที่จำเป็นยามเหตุฉุกเฉิน เช่น แม่แรงที่ใช้งานได้ดี, ล้ออะไหล่, ไฟฉาย, ชุดไขวกรวมทั้ง เครื่องแต่งกายที่ใช้ระหว่างการรับส่งสินค้า

2. ตรวจสอบเส้นทางและยืนยันการให้บริการขนส่ง ทั้งต้นทางและปลายทาง พนักงานขับรถต้องทวนสอบเอกสารใบสั่งงานรับส่งสินค้า และ ทำการโทรศัพท์ยืนยันการเข้ารับสินค้ากับสถานที่รับสินค้า

3. ขั้นตอนและระเบียบที่เกี่ยวข้องในการเข้ารับสินค้าจากสถานที่ต้นทาง

- 1) วิธีการติดต่อกับหน่วยงานต้นทางในการเข้ารับสินค้า
- 2) ขั้นตอนและระเบียบการเข้ารับสินค้า
- 3) ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้าและวิธีการจัดเรียงสินค้า
- 4) ขั้นตอนการจัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง

4. ขั้นตอนและระเบียบที่เกี่ยวข้องในการจัดส่งสินค้าและนำส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง

- 1) วิธีการติดต่อกับหน่วยงานปลายทางในการจัดส่งสินค้า
- 2) ขั้นตอนและระเบียบการจัดส่งสินค้า
- 3) ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพสินค้าและยืนยันความครบถ้วนถูกต้องในการจัดส่งกับลูกค้าปลายทาง
- 4) ขั้นตอนการจัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินการจัดเก็บค่าบริการ

5. ขั้นตอนปฏิบัติเมื่อเกิดกรณีเหตุฉุกเฉิน

- 1) กรณีสินค้าไม่ตรงคุณภาพ หรือ จำนวนไม่ครบ
- 2) กรณีเมื่อรถยนต์ หรือ อุปกรณ์จัดคลัง ไม่สามารถปฏิบัติงานได้
- 3) กรณีเมื่อรถยนต์ประสบอุบัติเหตุ

5.1.6 ดำเนินการติดต่อลูกค้า เพื่อให้บริการในการขนส่ง

1) การดำเนินการติดต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก

ฝ่ายขายจะประสานงานติดต่อกับฝ่ายจัดส่งสินค้า ของบริษัทลูกค้า เพื่อขอทราบระเบียบ และ ขั้นตอนการพิจารณาเพื่อการได้รับอนุมัติเป็นบริษัทที่ให้บริการจัดส่งสินค้า

2) การดำเนินการติดต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรอง

ฝ่ายขายจะดำเนินการออกบูธแสดงสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการให้บริการ เพื่อหาลูกค้าทางธุรกิจ

5.1.7 ดำเนินการติดตามผลการให้บริการ และ นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุง

การทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึก เกินว่าค่าว่าพอใจการบริการก่อนและหลังการขายอย่างจริงจัง เต็มใจ และเป็นกันเอง รวมถึงการใช้ Call Center เข้ามาเพื่อรับการนำข้อเสนอมาปรับปรุง การบริการที่ดียิ่งขึ้น จัดระบบรับคำติชมจากลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ให้รางวัลใจแก่พนักงานที่แก้ไขปัญหาความไม่พอใจแก่ลูกค้า เช่น ลดกระบวนการทำงานของลูกค้าในการติดต่อ ด้วยระบบ One StopService คือ ลูกค้าสามารถติดต่อที่จุดเดียว ไม่ต้องผ่านกระบวนการหลายขั้นตอน หรือระบบการจองทางอินเทอร์เน็ต หรือ ผ่านโทรศัพท์

บทที่ 6

แผนการบริหารและจัดการองค์กร

6.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

บริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด เป็นบริษัทที่ให้บริการด้านการจัดส่งสินค้าประเภทอาหารที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสูง มุ่งดำเนิน บทบาทในฐานะพันธมิตรทางธุรกิจกับลูกค้าในระยะยาว เพื่อร่วมพัฒนาและเสริมสร้างความสามารถในการบริหารระบบซัพพลายเชนในระบบห่วงโซ่อาหาร และการจัดการกระบวนการ ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด โดยทำการจดทะเบียนภายใต้ชื่อ บริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด (VCP transport Co.,Ltd.) มีทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท จำนวนผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 2 คน แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของผู้ถือหุ้น 30,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 1,000 บาท รวมเป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 30 ล้านบาทและมีสัดส่วนการถือหุ้นดังตารางที่ 6.1 ดังนี้

ตารางที่ 6.1แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น

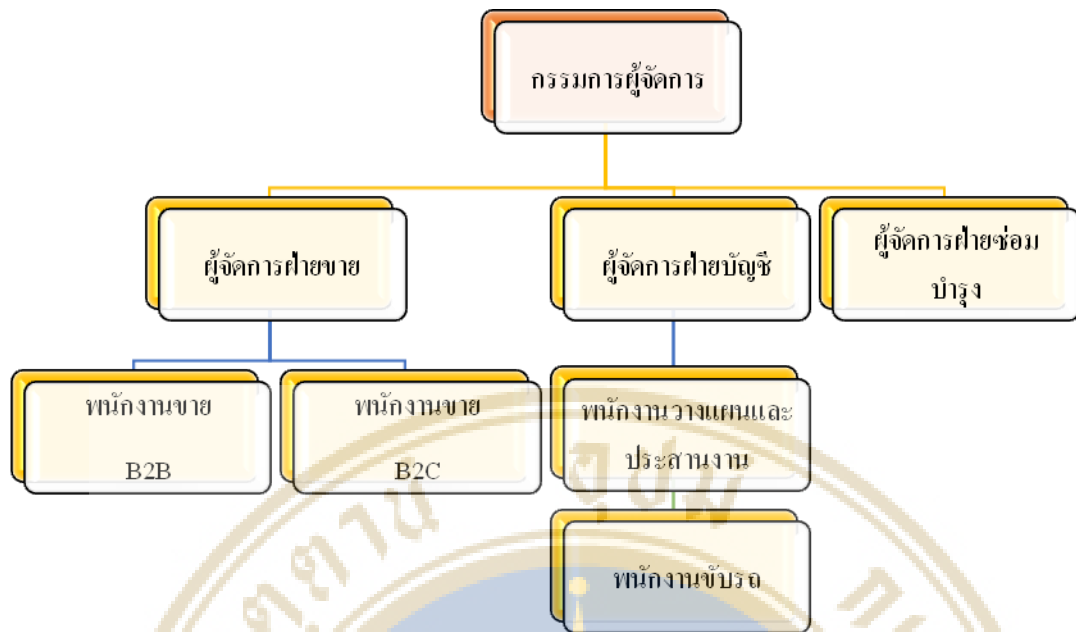
ลำดับ	ชื่อ – นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าการลงทุน (บาท)
1	นายศิริวัฒน์ โล่เกียรติคุณ	20,000 หุ้น	20,000,000 บาท
2	นางสาวภาวิดา กุลวานิชชาภรณ์	10,000 หุ้น	10,000,000 บาท
รวมทั้งสิ้น		30,000 หุ้น	30,000,000 บาท

6.2 ลักษณะโครงสร้างองค์กร

บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต เป็นบริษัทให้บริการในการขนส่งขนาดกลาง ที่มีการจัดโครงสร้างองค์กร ลักษณะแบ่งแยกตามหน้าที่และความรับผิดชอบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการบริหาร ลดความซับซ้อนในการอนุมัติ และ เพื่อความรวดเร็วในการตัดสินใจ มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากร ในการอบรมเพื่อให้เกิดทักษะที่จำเป็นในการทำงาน รวมถึง เสริมสร้างโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพที่มีส่วนช่วยให้บุคลากรมีความมั่นคงในการทำงาน ลดอัตราการหมุนเวียน หรือ เปลี่ยนงานของบุคลากร ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพของบริษัทในการสร้างความพึงพอใจกับทางลูกค้า รวมถึง ลดค่าใช้จ่ายในการสรรหา และการฝึกอบรมพนักงาน



ภาพที่ 6.1 แสดงโครงสร้างองค์กรของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด



ภาพที่ 6.2 แสดงผังองค์กรของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด

6.3 ทีมผู้บริหาร



ภาพที่ 6.3 แสดงทีมผู้บริหารของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด

6.4 แผนการบริหารงาน

แผนการบริการงานเป็นไปตามลักษณะโครงสร้างองค์กร โดยเจ้าของกิจการจะดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ โดยจะมีการสรรหาทีมฝ่ายบริหารจากบุคคลภายนอกที่มีประสบการณ์ โดยแบ่งเป็น

- 1) ผู้จัดการฝ่ายขาย รับผิดชอบในส่วนการหาลูกค้า ทั้งลูกค้า B2B และ B2C
- 2) ผู้จัดการฝ่ายบัญชี รับผิดชอบในการบริหารค่าใช้จ่าย คำนวณต้นทุน รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน
- 3) ผู้จัดการฝ่ายซ่อมบำรุง รับผิดชอบในการ ดูแล และบริหารในส่วนขอแผนการดูแลการเข้ารับการบำรุงรถยนต์และ อุปกรณ์ เพื่อให้รถยนต์อยู่ในสภาพที่ดี พร้อมใช้งานตลอดเวลา รวมถึงการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เมื่อรถยนต์ประสบอุบัติเหตุหรือปัญหาทางด้านรถยนต์ในการทำงาน



ตารางที่ 6.2 แสดงหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของพนักงานบริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	หน้าที่และความรับผิดชอบ	คุณสมบัติ
กรรมการผู้จัดการ	ปริญญาโท ด้านการบริหารจัดการ หรือ สาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง	1.บริหารจัดการองค์กรและ บุคลากรของบริษัท 2.กำกับและดูแลวางแผนและ กำหนดกลยุทธ์ ให้กับองค์กรทั้ง ระยะสั้น และระยะยาว 3.ตัดสินใจและแก้ไขปัญหา เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ขององค์กร	1.มีความรู้ในการบริหารองค์กร 2.มีวิสัยทัศน์และมีแนวคิด เชิงกลยุทธ์
ผู้จัดการฝ่ายขาย	ปริญญาตรี หรือ ปริญญาโท ด้านการบริหารจัดการ หรือ สาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง	1. บริหารจัดการทรัพยากรให้ เกิดประโยชน์สูงสุด 2. กำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้ ยอดขายเป็นไปตามเป้าหมาย 3. ศึกษา ค้นหาความต้องการ ของลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผล 4. ตัดสินใจ และ ให้คำแนะนำ ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า 5. กำกับ ดูแล ตรวจสอบ ผู้ได้บังคับบัญชา	1.มีความสามารถในการ ตัดสินใจและสั่งการ 2. มีความเป็นผู้นำมารถ ทำงานภายใต้สภาวะกดดันได้ เป็นอย่างดี

ตารางที่ 6.2 แสดงหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของพนักงานบริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด (ต่อ)

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	หน้าที่และความรับผิดชอบ	คุณสมบัติ
พนักงานขาย	ปริญญาตรี ด้านการบริหารจัดการ หรือ สาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง	1. ติดต่อประสานงานกับลูกค้า ทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างยอดขาย 2. ดูแล / รับผิดชอบ ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 3. ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ	1. เพศชาย อายุ 25-45 ปี 2. สามารถปฏิบัติงานต่างจังหวัดได้ 3. สามารถทำงานภายใต้สภาวะกดดันได้เป็นอย่างดี
พนักงานบัญชี	ปริญญาตรี สาขาบัญชี	1. ตรวจสอบบิลน้ำมัน คัดแยก และ จัดเก็บเอกสาร 2. ดูแล เอกสารเกี่ยวกับบัญชีการเงิน ใบกำกับภาษี หัก ณ ที่จ่าย 3. ดูแลการวางบิล และ ลูกหนี้การค้า 4. ดูแลการจ่ายเงินเจ้าหนี้การค้า 5. งานธุรการและจัดซื้อ 6. จัดทำค่าแรงพนักงาน	1. เพศชาย/หญิง อายุ 25 ปี ขึ้นไป 2. สามารถประสานงานกับลูกค้า หน่วยงานราชการ และบุคลากรภายในบริษัทได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 6.2 แสดงหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของพนักงานบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด (ต่อ)

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	หน้าที่และความรับผิดชอบ	คุณสมบัติ
พนักงาน ประสานงาน	ปริญญาตรี หรือ สาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง	<ol style="list-style-type: none"> ดูแล/รับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนการทำงานของรถขนส่งและพนักงานขับรถ ติดต่อประสานงานกับลูกค้าในเรื่องต่างๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ดูแล/รับผิดชอบ จัดทำ และตรวจสอบเอกสารใบส่งของให้กับลูกค้า ดูแล/รับผิดชอบ ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 	<ol style="list-style-type: none"> เพศชาย/หญิง อายุ 25 ปี ขึ้นไป สามารถประสานงานกับลูกค้าหน่วยงานราชการ และบุคลากรภายในบริษัท ได้เป็นอย่างดี
ผู้จัดการฝ่ายซ่อม บำรุง	ปริญญาตรี หรือ สาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง	<ol style="list-style-type: none"> ดูแลแผนการซ่อมบำรุงรถบรรทุกขนส่ง แก้ไขปัญหาเมื่อรถบรรทุกขัดข้อง และ หาแนวทางแก้ไข 	<ol style="list-style-type: none"> เพศชาย อายุ 25-45 ปี มีประสบการณ์ในการซ่อมบำรุง
พนักงานขับรถ	ม.3 ขึ้นไป	<ol style="list-style-type: none"> ขับรถส่งสินค้าด้วยความปลอดภัย 	<ol style="list-style-type: none"> เพศชาย อายุ 25-45 ปี ไม่มีประวัติอาชญากรรมและยาเสพติด

6.5 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ตารางที่ 6.3 แสดงแผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของบริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด

ลำดับ	ตำแหน่ง	ปีที่ 0		ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5	
		จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)
1	กรรมการผู้จัดการ	1	100,000	1	100,000	1	103,000	1	106,090	1	109,273	1	112,551
2	ผู้จัดการฝ่ายขาย	1	50,000	1	50,000	1	51,500	1	53,045	1	54,636	1	56,275
3	พนักงานขาย B2B	1	30,000	1	30,000	1	30,900	1	31,827	1	32,782	1	33,765
4	พนักงานขาย B2C	1	30,000	1	30,000	1	30,900	1	31,827	1	32,782	1	33,765
5	ฝ่ายบัญชี B2B , B2C	1	50,000	1	50,000	1	51,500	1	53,045	1	54,636	1	56,275
6	Admin ประสานงาน วางแผน	2	25,000	2	25,000	2	25,750	2	26,523	2	27,318	2	28,138
7	ผู้จัดการฝ่ายซ่อมบำรุง	1	30,000	1	30,000	1	30,900	1	31,827	1	32,782	1	33,765
	รวม (ต่อเดือน)	8	340,000	8	340,000	8	350,200	8	360,706	8	371,527	8	382,673
	รวม (ต่อปี)		2,040,000		4,080,000		4,202,400		4,328,472		4,458,326		4,592,076

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นธุรกิจขนาดกลาง และ ต้องใช้ทักษะของบุคลากร ในการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขัน ดังนั้นบริษัทจึงวางโครงสร้างของการว่าจ้างพนักงานให้ ครอบคลุมการเติบโตของบริษัทในช่วง 5 ปีแรก จึงทำให้ในระยะ 5 ปีแรกมีจำนวนของพนักงานคงที่ สำหรับเงินเดือนและผลตอบแทน บริษัทวางแผนให้มีการปรับอัตราการเพิ่มเงินเดือนร้อยละ 3 ต่อปี และมีผลตอบแทนประจำปีเป็นเงินพิเศษ (โบนัส) ซึ่งจะขึ้นอยู่กับผลการประเมินงานส่วนบุคคลและผล ประสิทธิภาพประจำปี

6.6 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน

ตารางที่ 6.4 แสดงแสดงค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงานของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด

หน่วย:บาท

ลำดับ	รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคา (บาท/ หน่วย)	รวม	
1	จดทะเบียนบริษัท			5,000	5,000	
2	ปรับปรุงพื้นที่และตกแต่งภายในสำนักงาน			3,000,000	3,000,000	
3	ติดตั้งเบอร์โทรศัพท์	2	เบอร์	5,000	10,000	
4	เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน	โต๊ะทำงานสำหรับผู้บริหาร	1	ชุด	20,757	20,757
		เก้าอี้สำหรับผู้บริหาร	1	ชุด	3,991	3,991
		โต๊ะทำงานของผู้จัดการ	3	ชุด	16,533	49,598
		โต๊ะทำงานฝ่ายขาย	2	ชุด	6,495.33	12,991
		โต๊ะทำงานฝ่ายประสานงานและบัญชี	2	ชุด	15,504.67	31,009
		เก้าอี้	7	ตัว	3,879	27,150
5	อุปกรณ์สำนักงาน	Fax/เครื่องถ่ายเอกสาร/พิมพ์เอกสาร/Scan เอกสาร/Fax	2	เครื่อง	7,000	14,000
		โทรศัพท์มือถือ Nokia 220 Dual SIM	38	เครื่อง	1,205.61	45,813
		Note book DELL Vostro V5470-W560423TH	8	เครื่อง	21,485.98	171,888
		WINDOWS SOFTWARE MS-WINDOWS 7 PRO 64 BIT	8	เครื่อง	4,757.01	38,056
		MICROSOFT OFFICE SOFTWARE MS-OFFICE HOME & BUSINESS 2013	8	เครื่อง	6,158.88	49,271
6	สิ่งอำนวยความสะดวก	แอร์มีตซูบิชิ MITSUBISHI MS-D36VC	2	เครื่อง	56,900	113,800
		ตู้เย็น	1	ตู้	7,490.00	7,490
		ไมโครเวฟ	1	เครื่อง	2,190	2,190
		กระติกน้ำร้อน	1	เครื่อง	1,890	1,890
รวม					3,604,893	

ค่าใช้จ่ายสำนักงาน

ตารางที่ 6.5 แสดงค่าใช้จ่ายสำนักงานของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด

หน่วย:บาท

ลำดับ	รายการ	ค่าใช้จ่าย(ต่อเดือน)	ค่าใช้จ่าย(ต่อปี)
1	ค่าน้ำ	5,000.00	60,000.00
2	ค่าไฟ	10,000.00	120,000.00
3	ค่าโทรศัพท์	16,000	192,000
4	ค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับเอกสาร	1,666.67	20,000.00
5	ค่าน้ำมันติดต่อกู้ค่า	30,000.00	360,000.00
6	ค่าแม่บ้าน	9,000.00	108,000.00
7	อื่นๆ	5,559.73	66,716.75
รวม		77,226.40	926,716.75

6.7 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตารางที่ 6.6 แสดงแสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของปีที่ 1 แบบจำแนกรายเดือนและแบบ
จำแนกรายปีสำหรับปีที่ 0 - 5 ของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด

รายการ	ปีที่ 1											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
เงินเดือน	340,000	340,000	340,000	340,000	340,000	340,000	340,000	340,000	340,000	340,000	340,000	340,000
ค่าประกัน สุขภาพ	26,265	26,265	26,265	26,265	26,265	26,265	26,265	26,265	26,265	26,265	26,265	26,265
ค่าใช้จ่ายอบรม และพัฒนา บุคลากร	17,510	17,510	17,510	17,510	17,510	17,510	17,510	17,510	17,510	17,510	17,510	17,510
ค่าใช้จ่าย สำนักงาน	77,226	77,226	77,226	77,226	77,226	77,226	77,226	77,226	77,226	77,226	77,226	77,226
รวม	341,750	341,750	341,750	341,750	341,750	341,750	341,750	341,750	341,750	341,750	341,750	341,750

รายการ	ปีที่					
	0	1	2	3	4	5
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	604,893	-	-	-	-	-
เงินเดือน	2,040,000	4,080,000	4,202,400	4,328,472	4,458,326	4,592,076
ค่าประกันสุขภาพ	157,590	315,180	324,635	334,374	344,406	1,318,596
ค่าใช้จ่ายในการอบรมและพัฒนาบุคลากร	105,060	210,120	216,424	222,916	229,604	879,064
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	463,358	926,717	1,010,666	1,040,986	1,072,216	4,050,585
รวม	3,370,901	5,532,017	5,754,125	5,926,749	6,104,552	10,840,321

สำหรับการประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท มีรายละเอียดดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน ซึ่งจะเกิดขึ้นเฉพาะปีที่ 0 เท่านั้นเนื่องจากการลงทุนเพียงครั้งเดียว โดยคิดเป็นค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 604,893บาท ประกอบด้วย

1.1) ค่าดำเนินการจดทะเบียนบริษัท 5,000 บาท

1.2) ค่าติดตั้งเบอร์โทรศัพท์ภายในสำนักงาน จำนวน 2 เบอร์ 10,000 บาท

1.3) ค่าเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน ประกอบด้วย ชุดโต๊ะและเก้าอี้ทำงาน เก้าอี้ ตู้เอกสาร

รวมเป็นเงิน 145,495บาท

1.4) ค่าอุปกรณ์สำนักงาน ประกอบด้วย โทรศัพท์ทั้งแบบมีสายและไร้สาย เครื่องถ่ายเอกสาร/พิมพ์เอกสาร/Scan/Fax คอมพิวเตอร์ รวมเป็นเงิน 319,028 บาท

1.5) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในสำนักงาน ประกอบด้วย ตู้เย็น ตู้กดน้ำ และไมโครเวฟ รวมเป็นเงิน 125,370 บาท

2. ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ประกอบด้วย

2.1) ค่าไฟ ประมาณการค่าใช้จ่ายไว้ที่ 10,000 บาทต่อเดือน

2.3) ค่าน้ำ ประมาณการค่าใช้จ่ายไว้ที่ 5,000 บาทต่อเดือน

2.4) ค่าโทรศัพท์ ประมาณการค่าใช้จ่ายไว้ที่ 16,000 บาทต่อเดือน

2.5) ค่าครุภัณฑ์ อุปกรณ์เครื่องเขียนต่างๆ ภายในสำนักงาน ประมาณการค่าใช้จ่ายไว้ที่ 1,666.67 บาทต่อเดือน

2.6) ค่าแม่บ้านทำความสะอาดประมาณการค่าใช้จ่ายไว้ที่ 9,000 บาทต่อเดือน

3. ค่าใช้จ่ายบุคลากร ประกอบด้วย

3.1) เงินเดือน โดยจะมีการปรับอัตราการขึ้นเงินเดือนร้อยละ 3 ต่อปี

3.2) ค่าประกันสุขภาพ ร้อยละ 7.5 ของเงินเดือน

3.3) ค่าใช้จ่ายในการอบรมและพัฒนาบุคลากร ร้อยละ 5 ของเงินเดือน

3.4) ค่าใช้จ่ายสำรองอื่นๆ ร้อยละ 1 ของรายได้รวม

บทที่ 7

แผนการเงิน

7.1 เงินลงทุน

เงินลงทุนสำหรับการให้บริการรถบรรทุกห้องเย็นสำหรับการขนส่งสินค้าประเภทอาหาร ประกอบด้วย เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน เงินทุนหมุนเวียนและเงินสดสำรองจ่ายในการดำเนินงาน โดยคาดว่าจะใช้เงินลงทุนประมาณ 90,000,000 บาท โดยเงินลงทุนจะมาจากแหล่งเงินทุนหลัก 2 แหล่ง คือ

1. เงินลงทุนโดยผู้ถือหุ้น ประมาณ 30,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33 โดยจะดำเนินการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด โดยมีทุนจดทะเบียน 30,000,000 บาท มีจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด 2 คน
2. เงินจากการกู้ยืมสถาบันการเงิน ประมาณ 60,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67

ตารางที่ 7.1 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ

หน่วย : บาท

รายการ	มูลค่า	แหล่งที่มาของเงินลงทุน (บาท)	
		เงินลงทุน	เงินกู้
1 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร			
1.1 อาคารและสำนักงาน	3,000,000.00	1,604,970.00	1,395,030.00
1.2 อุปกรณ์สำนักงาน			
เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน	145,495.33	145,495.33	
อุปกรณ์สำนักงาน	319,028.04	319,028.04	
1.3 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสำนักงาน	125,370.00	125,370.00	
1.4 ติดตั้งเบอร์โทรศัพท์ภายในสำนักงาน	10,000.00	10,000.00	
1.4 ยานพาหนะบรรทุก	80,710,000.00	24,105,030.00	56,604,970.00
2 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน			
2.1 การจดทะเบียนบริษัท	5,000.00	5,000.00	
3 เงินลงทุนหมุนเวียน	5,685,106.64	3,685,106.64	2,000,000.00
รวมมูลค่าการลงทุน	90,000,000	30,000,000.00	60,000,000.00

7.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าประเภทอาหารทางบริษัทมีนโยบายจะใช้เงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของกิจการ 33 % และ กู้ยืมจากสถาบันการเงิน สัดส่วน 67 % ซึ่งบริษัทมีผู้ร่วมลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 2 คน และมีจำนวนเงินลงทุนเป็นเงินทั้งสิ้น 30,000,000 บาท โดยมีรายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น จำนวนหุ้นและมูลค่าการลงทุนดังแสดงในตารางที่ 7.2

ตารางที่ 7.2 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน

ลำดับ	ชื่อ – นามสกุล	สัดส่วน(%)	จำนวน(หุ้น)	มูลค่าการลงทุน (บาท)
1	นายศิริวัฒน์ โล่เกียรติคุณ	67 %	20,000 หุ้น	20,000,000 บาท
2	นางสาวภาวิดา กุลวณิชชาภรณ์	33 %	10,000 หุ้น	10,000,000 บาท
รวมทั้งสิ้น		100 %	30,000 หุ้น	30,000,000 บาท

7.3 สมมุติฐานทางการเงิน

สำหรับการให้บริการขนส่งสินค้าประเภทอาหาร มีการประมาณการจากรายได้และต้นทุนในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 7.3

ตารางที่ 7.3 แสดงสมมุติฐานทางการเงินสำหรับการให้บริการขนส่งสินค้าอาหารของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต

รายการ	สมมุติฐานทางการเงิน
1. หักค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	5 ปี
2. หักค่าเสื่อมราคารถบรรทุกขนส่ง 4 ล้อ	5 ปี
3. หักค่าเสื่อมราคารถบรรทุกขนส่ง 10 ล้อ	10ปี
4. ให้เครดิตการชำระเงินแก่ลูกค้า	30 วัน
5. ได้รับเครดิตการชำระเงินจากเจ้าหนี้การค้า	0 วัน
6. อัตราเงินเฟ้อ (Escalation Factor)	เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี
7. อัตราการเติบโตของยอดขาย	เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ต่อปี
8. อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาขาย	ปรับตามความผันผวนของน้ำมัน
9. อัตราการขึ้นเงินเดือนของพนักงาน	เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี
10. อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	ร้อยละ 20 ต่อปี
11. การจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้น	ร้อยละ 10 ของกำไรสุทธิ

7.4 การประมาณรายได้

ตารางที่ 7.4 แสดงประมาณรายได้สำหรับการให้บริการขนส่งสินค้าอาหารของบริษัท วิชีพี ทราสปอร์ต

ช่องทางรายได้ของการให้บริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการให้บริการรถบรรทุก 4 ล้อ					
ราคาค่าขนส่ง (บาท)	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
จำนวนรอบการให้บริการ (เที่ยว)	6,205	6,570	6,570	6,570	6,570
รายได้จากรถบรรทุก 4 ล้อ (บาท)	15,512,500	16,425,000	16,425,000	16,425,000	16,425,000
รายได้จากการให้บริการรถบรรทุก 10 ล้อ					
ราคาค่าขนส่ง (บาท)	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
จำนวนรอบการให้บริการ (เที่ยว)	12,410	13,140	13,140	13,140	13,140
รายได้จากรถบรรทุก 10 ล้อ (บาท)	74,460,000	78,840,000	78,840,000	78,840,000	78,840,000
รวมรายได้จากการขายจากทุกช่องทาง (บาท)	89,972,500	95,265,000	95,265,000	95,265,000	95,265,000
รวมจำนวนการให้บริการรถทุกประเภท (เที่ยว)	18,615	19,710	19,710	19,710	19,710

7.5 การประมาณต้นทุน

7.5.1 ประมาณการต้นทุนของการให้บริการ 4 ล้อ

ตารางที่ 7.5 แสดงประมาณต้นทุนการให้บริการขนส่งสินค้าอาหารประเภท 4 ล้อของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต

ประมาณการต้นทุนของการให้บริการ 4 ล้อ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	800	800	800	800	800
ค่าแรงพนักงานขับรถ	400	400	400	400	400
รวมต้นทุนผันแปร	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
ต้นทุนคงที่เฉลี่ย	395	421	469	519	569
รวมต้นทุนต่อ 1 รอบการให้บริการ	1,595	1,621	1,669	1,719	1,769

7.5.2 ประมาณการต้นทุนของการให้บริการ 10 ล้อ

ตารางที่ 7.6 แสดงประมาณต้นทุนการให้บริการขนส่งสินค้าอาหารประเภท 10 ล้อของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต

ประมาณการต้นทุนของการให้บริการ 10 ล้อ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
ค่าแรงพนักงานขับรถ	500	500	500	500	500
รวมต้นทุนผันแปร	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
ต้นทุนคงที่เฉลี่ย	959	987	1,067	1,150	1,235
รวมต้นทุนต่อ 1 รอบการให้บริการ	2,659	2,687	2,767	2,850	2,935

7.6 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 7.7 แสดงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานการให้บริการขนส่งสินค้าอาหารบริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน	2,040,000	4,202,400	4,328,472	4,458,326	4,592,076	4,729,838
ค่าประกันสุขภาพ	157,590	315,180	324,635	334,374	344,406	354,738
ค่าใช้จ่ายในการอบรม	105,060	210,120	216,424	222,916	229,604	236,492
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	449,863	899,725	952,650	952,650	952,650	952,650
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	105,060	210,120	216,424	222,916	229,604	236,492
รวม	2,857,573	5,837,545	6,038,605	6,191,183	6,348,339	6,510,210

ตารางที่ 7.8 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่ากิจกรรมส่งเสริมการขาย	224,931	238,163	238,163	238,163	238,163

7.7 งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุนสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต แสดงในตารางที่ 7.9

ตารางที่ 7.9 แสดงประมาณงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 – ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	89,972,500	95,265,000	95,265,000	95,265,000	95,265,000
ต้นทุนขาย	42,894,843	45,953,939	47,323,557	48,734,264	50,187,292
กำไรขั้นต้น	47,077,657	49,311,061	47,941,443	46,530,736	45,077,708
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร					
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	224,931	238,163	238,163	238,163	238,163
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	5,837,545	6,038,605	6,191,183	6,348,339	6,510,210
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคา	41,015,181	43,034,294	41,512,097	39,944,234	38,329,336
ดอกเบี้ยจ่าย	4,200,000	4,200,000	4,200,000	4,200,000	4,200,000
ค่าเสื่อมราคา	9,236,979	9,236,979	9,236,979	9,236,979	9,236,979
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	27,578,202	29,597,315	28,075,118	26,507,256	24,892,357
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	5,515,640	5,919,463	5,615,024	5,301,451	4,978,471
กำไรสุทธิ	22,062,562	23,677,852	22,460,095	21,205,805	19,913,886
เงินปันผล	2,206,256	2,367,785	2,246,009	2,120,580	1,991,389
กำไรสะสม	19,856,306	21,310,067	20,214,085	19,085,224	17,922,497

7.8 งบดุล

งบดุลสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหารบริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ตจำกัด
แสดงในตารางที่ 7.10

ตารางที่ 7.10 แสดงประมาณการงบดุล ปีที่ 1 – ปีที่ 5

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	27,280,683	57,386,687	86,837,751	115,159,953	142,319,429
ลูกหนี้การค้า	7,497,708	7,938,750	7,938,750	7,938,750	7,938,750
สินค้าสำเร็จรูป	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	34,778,391	65,325,437	94,776,501	123,098,703	150,258,179
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	75,077,915	65,840,936	56,603,957	47,366,979	38,130,000
รวมสินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน	75,077,915	65,840,936	56,603,957	47,366,979	38,130,000
รวมสินทรัพย์	109,856,306	131,166,373	151,380,458	170,465,682	188,388,179

ตารางที่ 7.10 แสดงประมาณการงบดุล ปีที่ 1 – ปีที่ 5 (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สิน					
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
รวมหนี้สิน	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ส่วนของผู้ถือหุ้น	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000
กำไรสะสม	19,856,306	21,310,067	20,214,085	19,085,224	17,922,497
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	109,856,306	111,310,067	110,214,085	109,085,224	107,922,497

7.9 กระแสเงินสดอิสระโครงการ (Free Cash Flow)

กระแสเงินสดอิสระสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด แสดงในตารางที่ 7.11

ตารางที่ 7.11 แสดงประมาณการกระแสเงินสดอิสระโครงการ ปีที่ 0 – ปีที่ 5

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ		18,409,232	19,558,600	18,217,193	16,835,544	15,412,445
บวก ค่าเสื่อมราคา		9,236,979	9,236,979	9,236,979	9,236,979	9,236,979
หัก เงินปันผล (จ่าย)		2,206,256	2,367,785	2,246,009	2,120,580	1,991,389
เงินสดรับ (จ่าย) สุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน		25,439,954	26,427,793	25,208,162	23,951,942	22,658,035
2. เงินลงทุน						
อาคารสำนักงาน	(3,000,000)					
เครื่องใช้สำนักงาน	(599,893)					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	(5,000)					
ยานพาหนะบรรทุก	(80,710,000)					
เงินสดรับ (จ่าย) สุทธิจากกิจกรรมการลงทุน	(84,314,893)					
3. เงินทุนหมุนเวียน						
หัก เงินทุนหมุนเวียน	(5,685,107)	7,497,708	441,042			
กระแสเงินสดอิสระสุทธิ	(84,314,893)	23,801,832	32,473,789	31,697,073	30,442,783	29,150,864
กระแสเงินสดอิสระสะสม	(84,314,893)	(63,617,648)	(39,062,798)	(18,221,458)	(815,697)	13,677,434

7.10 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio)

อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio) สำหรับการให้บริการอาหารรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.12 แสดงอัตราส่วนทางการเงินของบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัดปีที 1 – ปีที 5

อัตราส่วน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) (เท่า)	-	-	-	-	-
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio) (เท่า)	-	-	-	-	-
อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์					
อัตราการหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)(รอบ)	-	-	-	-	-
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (Inventory Period)(วัน)	-	-	-	-	-
ความสามารถในการบริหารงาน					
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	52%	52%	50%	49%	47%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin)	46%	45%	44%	42%	40%
อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	20%	19%	16%	21%	18%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (Return On Assets : ROA)	17%	15%	12%	10%	8%
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity : ROE)	37%	38%	36%	34%	32%

ตารางที่ 7.12 แสดงอัตราส่วนทางการเงินของบริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด ปีที่ 1 – ปีที่ 5 (ต่อ)

หมายเหตุ: เนื่องจากธุรกิจนี้ เป็นธุรกิจที่ให้บริการ จึงไม่มีสินค้าคงเหลือ จึงทำให้ไม่มีอัตราส่วน

อัตราส่วน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราส่วนหนี้ (Debt Ratio)	0.55 เท่า	0.47 เท่า	0.41 เท่า	0.36 เท่า	0.32 เท่า
อัตราส่วนแหล่งเงินทุน (Debt to Equity Ratio)	1.24 เท่า	0.88 เท่า	0.68 เท่า	0.56 เท่า	0.47 เท่า
อัตราส่วนความสามารถจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	5.57 เท่า	6.05 เท่า	5.69 เท่า	5.31 เท่า	4.93 เท่า

อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์และ ธุรกิจไม่มีการกู้ยืมเงินระยะสั้นจากสถาบันทางการเงินแต่อย่างใด จึงทำให้ไม่มีอัตราส่วนวัดสภาพคล่อง

7.11 จุดคุ้มทุนและผลตอบแทนการลงทุน

7.11.1 จุดคุ้มทุน

จุดคุ้มทุนสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วีซีพี ทรานสปอร์ต จำกัด มีรายละเอียดดังนี้ แสดงในตารางที่ 7.13

ตารางที่ 7.13 แสดงจุดคุ้มทุนของสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด ปีที่ 1 – ปีที่ 5 สำหรับรถบรรทุก 4 ล้อ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนคงที่ (Fixed cost) (บาท)	2,224,913	2,287,160	2,351,275	2,417,314	2,485,333
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (Variable cost) (บาท)	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
ราคาขายถัวเฉลี่ย (บาท)	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
จุดคุ้มทุน (รอบ)	1,712	1,760	1,809	1,860	1,912

ตารางที่ 7.14 แสดงจุดคุ้มทุนของสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด ปีที่ 1 – ปีที่ 5 สำหรับรถบรรทุก 10 ล้อ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนคงที่ (Fixed cost) (บาท)	11,270,640	11,604,259	11,947,887	12,301,823	12,666,378
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (Variable cost) (บาท)	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
ราคาขายถัวเฉลี่ย (บาท)	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
จุดคุ้มทุน (รอบ) สำหรับรถ 10 ล้อ	2,622	2,699	2,779	2,861	2,946

7.11.2 ผลตอบแทนการลงทุน

ผลตอบแทนการลงทุนสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด จะพิจารณาโดยการเปรียบเทียบเงินลงทุนทั้งหมดที่ต้องเสียไปกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในด้านต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้ ดังตารางที่ xx

ตารางที่ 7.15 แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย)สุทธิตลอดอายุของโครงการ	59,422,053 บาท
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปี ตลอดอายุโครงการและจำนวนสินเชื่อ	31.87 %
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด	4 ปี
ดัชนีกำไร (Profitability Index :PI)	ค่าของอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรก	0.70 เท่า

จากตารางที่ 7.15 พบว่า การให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 59,422,053 บาท ซึ่งมูลค่าที่ได้รับจากการลงทุนมีมูลค่ามากกว่าเงินลงทุน นอกจากนี้ยังมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 31.87 % และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback period) ประมาณ 4 ปี รวมถึงมีดัชนีกำไร (PI) เป็น 0.70 เท่าของเงินลงทุน

จากการพิจารณาผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนด้าน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) และ ดัชนีกำไร (Profitability Index :PI) แสดงว่าธุรกิจพบว่า การให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหารบริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด คุ้มค่าต่อการลงทุน

7.12 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ หรือ Sensitivity Analysis นั้นเป็นการศึกษาว่าเมื่อสถานการณ์ในการดำเนินโครงการไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ จะมีผลกระทบต่อผลตอบแทนการลงทุนในโครงการอย่างไรบ้างและโครงการนี้ยังนำลงทุนอยู่หรือไม่

สำหรับการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วิชีพี ทรานสปอร์ต จำกัด ได้ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่คาดว่าหากเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนการลงทุน จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ราคาขายขอลดขายและต้นทุนสินค้า ดังนี้

กรณีที่ 1 ราคาขายสินค้าลดลงร้อยละ 5

กรณีที่ 2 ราคาขายสินค้าลดลงร้อยละ 10

กรณีที่ 3 ขอลดขายสินค้าลดลงร้อยละ 10

กรณีที่ 4 ขอลดขายสินค้าลดลงร้อยละ 20

กรณีที่ 5 ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

กรณีที่ 6 ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 20



ตารางที่ 7.16 แสดงผลตอบแทนการลงทุนของการให้บริการรถบรรทุกขนส่งสินค้าอาหาร บริษัท วิชีพี
ทรานสปอร์ต จำกัด เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านราคาขาย ยอดขายและต้นทุนสินค้า

การเปลี่ยนแปลงของโครงการ	ผลตอบแทน		
	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) (บาท)	อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) (%)	ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) (ปี)
กรณีปกติ	59,422,053	31.87	4
ราคาขาย			
ราคาขายสินค้าลดลงร้อยละ 5	40,690,865	26.94	4
ราคาขายสินค้าลดลงร้อยละ 10	21,959,677	21.71	6
ยอดขาย			
ยอดขายสินค้าลดลงร้อยละ 10	55,308,952	30.33	4
ยอดขายสินค้าลดลงร้อยละ 20	51,195,852	28.85	4
ต้นทุนสินค้า			
ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10	45,402,281	28.26	4
ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 20	31,382,509	24.48	5

บทที่ 8

การบริหารความเสี่ยง

8.1 การจำแนกความเสี่ยง (Risk Identification)

จากสถานการณ์ต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดเวลา รวมถึงโอกาสจากอัตราดอกเบี้ยในอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าอาหาร ที่เริ่มเข้าสู่การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้บริษัทวิซีพี ทรานสปอร์ต ตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่บริษัทวิซีพี ทรานสปอร์ต ต้องมีกลไกการบริหารงานเพื่อให้องค์กรมีการบริหารจัดการที่ดีและสร้างความ แข็งแกร่ง ให้สามารถแข่งขันในสภาวะการณ์ต่าง ๆ ได้ โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงเป็นหัวข้อหลักๆ ดังนี้

8.1.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

(1) ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่เนื่องจากสัดส่วนของรายได้หลักของบริษัท เกิดจากลูกค้าผู้นำตลาดในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน คือ อุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายอาหาร แม้จะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างรายได้ที่มั่นคงของบริษัท แต่ก็มีความเสี่ยงในการพึ่งพารายได้จากลูกค้ารายใดรายหนึ่ง แต่ความเสี่ยงนี้ เป็นความเสี่ยงที่ทางบริษัทสามารถจัดการได้ดังนี้ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ บริษัทมีนโยบายชัดเจนในการขยายการให้บริการและฐานลูกค้า

(2) ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมันต้นทุนน้ำมันเชื้อเพลิงถือเป็นต้นทุนหลักในการดำเนินธุรกิจให้บริการขนส่ง ซึ่งโดยทั่วไปราคาน้ำมันจะผันผวนตามอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลก ซึ่งในภาวะที่ราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้น ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทยจะปรับตัวสูงขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้ต้นทุนให้บริการเพิ่มขึ้นอย่างไรก็ตาม บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความผันผวนของราคาน้ำมัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนให้บริการ ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญในทุกขั้นตอนการควบคุมการเบิกจ่าย ตลอดจนประสิทธิภาพการใช้น้ำมันของ

พนักงานขับรถโดยค่าบริการจะปรับได้ตามสัดส่วนที่ได้มีการกำหนดไว้ในสัญญา ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงจากผลกระทบของความผันผวนของราคาน้ำมันลงได้

(3) ความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการขนส่งเนื่องจากธุรกิจเป็นกิจการที่ให้บริการทางด้านการขนส่ง และเนื่องด้วยประเภทสินค้าที่บริษัทให้บริการขนส่งนั้นเป็นสินค้าประเภทอาหาร ที่มีการกำหนดระยะเวลาในการขนส่ง ด้วยเหตุผลของคุณภาพสินค้า และ ช่วงเวลารับสินค้าของลูกค้าจึงส่งผลให้หากเกิดความผิดพลาดหรืออุบัติเหตุในการขนส่งสินค้าประเภทดังกล่าว อาจนำมาซึ่งความเสียหายที่ร้ายแรงได้ ซึ่งผลของอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อการยกเลิกสัญญาว่าจ้างหรือการไม่ต่อสัญญาว่าจ้างให้บริษัทเป็นผู้ดำเนินการขนส่งต่อไป รวมถึงอาจเกิดการเรียกร้องค่าเสียหายหรือค่าชดเชยจากอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น ทั้งนี้รถบรรทุกขนส่งของบริษัททุกคันได้ทำประกันภัยชั้น 1 ทั้งในส่วนของความเสียหายต่อรถบรรทุกขนส่ง และ ความเสียหายต่อสินค้า

อย่างไรก็ตาม แม้การทำประกันภัย จะสามารถลดผลกระทบที่เกิดจากความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการขนส่ง แต่ บริษัทได้เน้นหนักในการให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของการบริการขนส่งเป็นสำคัญ ซึ่งถือเป็นนโยบายในการบริหารงานขนส่งในการกำหนดให้ปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัยตามกฎหมาย รวมถึงผู้ปฏิบัติงานต้องเป็นบุคลากรที่ผ่านการอบรมและมีความชำนาญ เพราะพนักงานขับรถถือเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขนส่ง เนื่องจากพนักงานขับรถจะเป็นผู้รับผิดชอบการขนส่งตั้งแต่ออกจากจุดรับสินค้าจนถึงปลายทางบริษัทจึง ให้ความสำคัญมากตั้งแต่การจัดหาพนักงานขับรถโดยมีการตรวจสอบประวัติก่อนการบรรจุเข้าทำงาน และ การตรวจวัดปริมาณแอลกอฮอล์ในร่างกายก่อนการปฏิบัติงาน รวมถึงการฝึกอบรมเทคนิคการขับขี่อย่างปลอดภัยให้กับพนักงานขับรถ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ครอบคลุมและเพียงพอ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนในขณะที่ปฏิบัติงานจะมีการควบคุมและกำหนดความเร็วในการขับขี่ให้เหมาะสมกับการขนส่งสินค้าแต่ละประเภท รวมถึงการที่บริษัทลงทุนติดตั้ง GPS เพื่อประโยชน์ในการแจ้งตำแหน่งรถ และ สถานะปัจจุบันของรถ เพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบเช็คความเร็วและบันทึกพฤติกรรมในการขับขี่ของพนักงานขับรถ

ในส่วนของรถบรรทุกขนส่ง ทุกคันมีมาตรฐานตามกฎหมายกำหนด ซึ่งก่อนการปฏิบัติงานรถขนส่งทุกคันจะต้องผ่านการตรวจเช็คสภาพรถและระบบความปลอดภัย และ ต้องได้รับการซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ คู่มือรักษาช่วงล่างและยางรถบรรทุกให้มีสภาพสมบูรณ์อยู่เสมอ เพื่อลดความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงานอันเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าของลูกค้าและ ทรัพยากรบุคคลของบริษัท

ในกรณีเกิดอุบัติเหตุ ระหว่างปฏิบัติงาน ทางบริษัทได้มีการจัดทำแผนรองรับเหตุการณ์ดังกล่าว โดยระบุผู้ที่ได้รับมอบหมายให้พนักงานขับรถแจ้งอุบัติเหตุ เพื่อประเมินสถานการณ์ แก่ใจสถานการณ์เบื้องต้น และดำเนินการแจ้งลูกค้า หรือปลายทาง เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการใช้งานของลูกค้า

8.1.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

(1) การแข่งขันด้านอัตราค่าขนส่ง ในช่วงที่เศรษฐกิจซบเซา การแข่งขันทางด้านอัตราค่าขนส่งเป็นปัจจัยความเสี่ยงสำคัญอีกประการหนึ่งที่เกิดจากภาวะตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการทุกรายมีต้นทุนคงที่ คือ ต้นทุนในส่วนของการบรรทุกขนส่ง ทำให้เมื่อเกิดความซบเซาทางเศรษฐกิจผู้ประกอบการรายเล็กจะมีการปรับลดค่าขนส่ง เพื่อให้มีรายได้เพียงพอต่อและแย่งลูกค้าที่มีความอ่อนไหว ต่อราคาค่าขนส่ง แต่ทั้งนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัท วิซิพี ทรานสปอร์ต เป็นลูกค้าบริษัทรายใหญ่ ที่การจัดสัญญาค่าขนส่งด้วยราคามาตรฐาน จึงทำให้ความเสี่ยงทางด้านราคาไม่ส่งผลกระทบ จะมีเพียงลูกค้าส่วนน้อยที่เป็นการใช้บริการเป็นครั้งคราว ที่มีโอกาสได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงนี้

8.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

(1) ไม่สามารถหาแหล่งของเงินทุนได้ตามที่คาดการณ์ไว้เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ที่มีขนาดกลาง อีกทั้งต้องการเงินลงทุนจำนวนมากเพื่อใช้ในการจัดหาสินทรัพย์เพื่อการลงทุนในรถบรรทุกขนส่ง จึงทำให้มีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ได้เต็มจำนวน แม้จะมีสัญญาการว่าจ้างการดำเนินการขนส่ง เพื่อใช้ประกอบการขอสินเชื่อแล้วก็ตาม จึงทำให้ทางบริษัทมีการจัดหาเงินลงทุนโดยการใช้เงินลงทุนส่วนตัว และ ผู้ร่วมทุน ในการจัดหาเงินลงทุนให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน

(2) ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยเนื่องจากบริษัทได้มีสัดส่วนการหาเงินลงทุนจากการขอสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์จึงมีโอกาสประสบความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในตลาด เพื่อป้องกันและบรรเทาความเสี่ยงบางส่วนจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อเงินกู้ยืมระยะยาวดังกล่าว ทางบริษัทจึงดำเนินการบริหารต้นทุนดอกเบี้ยผ่านนโยบายการผสมผสานอัตราดอกเบี้ย ระหว่างอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่และแบบลอยตัว

8.1.4 ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล (Human Resource Risk)

เนื่องจากธุรกิจของบริษัทเป็นธุรกิจให้บริการขนส่งสินค้าในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งต้องใช้พนักงานที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านในงานขนส่ง เช่น ความรู้ในชนิดของสินค้า วิธีการขนส่งสินค้า อุณหภูมิที่เหมาะสมกับการขนส่งสินค้า เพื่อให้บริการขนส่งสินค้าด้วยความปลอดภัย รวมถึงการระงับเหตุฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น บริษัทจึงได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และประสิทธิภาพในการทำงาน โดยจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานทั้งพนักงานเก่าและพนักงานใหม่อย่างสม่ำเสมอ โดยให้พนักงานที่มีความชำนาญในแต่ละด้านเป็นผู้ฝึกอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้กัน

8.1.5 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)

การประกอบธุรกิจขนส่ง โดยเฉพาะการขนส่งสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมอาหารนั้นต้องปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เนื่องจากกรณีที่ไม่ปฏิบัติตามจะมีความเสี่ยงจากการปนเปื้อนสู่อาหารทำให้เกิดความเสี่ยงโดยตรงกับทางผู้บริโภค และ ทางชื่อเสียงของทางบริษัท และ ลูกค้าที่ทางบริษัทให้บริการขนส่งสินค้า

8.2 การประเมินความเสี่ยง (Risk Evaluation)

ตารางที่ 8.1 แสดงประเภทของความเสี่ยง ลักษณะของความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยงและความรุนแรง

ประเภทของความเสี่ยง	ลักษณะของความเสี่ยง		การประเมินความเสี่ยง		ความรุนแรง
			โอกาส	ผลกระทบ	
1. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)	1.1	การพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่	3	4	12
	1.2	ความผันผวนของราคาน้ำมัน	2	2	4
	1.3	อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการขนส่ง	3	3	9
2. ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)	2.1	การแข่งขันด้านอัตราค่าขนส่ง	1	2	2
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	3.1	ไม่สามารถหาแหล่งของเงินทุนได้ตามที่คาดการณ์ไว้	2	3	6
	3.2	ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย	2	2	4
4. ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล (Human Resource Risk)	4.1	บุคลากร	3	4	12
5. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)	5.1	กฎระเบียบและข้อบังคับ	1	2	16

ในการประเมินความเสี่ยงนั้น ผู้วิจัยจะใช้ Risk Severity Matrix (Erik W. Larson and Clifford F. Gray, 2554) ซึ่งประกอบด้วยแกน 2 แกน ได้แก่ โอกาสในการเกิดความเสี่ยงนั้นๆ และความรุนแรงหากเกิดความเสี่ยงนั้นๆ เกิดขึ้น ดังตารางที่ 8.2 ดังนี้

ตารางที่ 8.2 แสดงการประเมินความเสี่ยงของธุรกิจในด้านต่าง

จากตารางที่ 8.2 สามารถสรุปประเภทของความเสี่ยงจำแนกโอกาสและผลกระทบได้ดังนี้

		โอกาส				
		ไม่ให้เกิด (1)	ค่อนข้างน้อย (2)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างมาก (4)	สูงมาก (5)
ผลกระทบ	ร้ายแรง (5)					
	มาก (4)		ข้อ 2.1 ข้อ 5.1	ข้อ 1.1 ข้อ 4.1		
	ปานกลาง (3)		ข้อ 3.1	ข้อ 1.2		
	เล็กน้อย (2)		ข้อ 1.3 ข้อ 3.2			
	ไม่กระทบ (1)					

1) ประเภทของความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นปานกลางและมีผลกระทบมากซึ่งถือเป็นประเภทความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อบริษัทมากที่สุดได้แก่ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน เรื่องการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่และ ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล

2) ประเภทของความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นค่อนข้างน้อยแต่มีผลกระทบมากซึ่งถือเป็นประเภทความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อบริษัทค่อนข้างมาก ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการตลาด เรื่องการแข่งขัน อัตราค่าขนส่ง และ ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ

3) ประเภทของความเสียหายที่มีโอกาสเกิดขึ้นปานกลางและผลกระทบปานกลาง ซึ่งถือเป็นประเภทความเสียหายที่มีผลกระทบต่อบริษัทปานกลาง ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน เรื่อง ความผันผวนของราคาน้ำมัน

4) ประเภทของความเสียหายที่มีโอกาสเกิดขึ้นค่อนข้างน้อยและผลกระทบปานกลาง ซึ่งถือเป็นประเภทความเสียหายที่มีผลกระทบต่อบริษัทปานกลาง ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน เรื่อง ไม่สามารถหาแหล่งของเงินทุนได้ตามที่คาดการณ์ไว้

5) ประเภทของความเสียหายที่มีโอกาสเกิดขึ้นค่อนข้างน้อยและผลกระทบเล็กน้อย ซึ่งถือเป็นประเภทความเสียหายที่มีผลกระทบต่อบริษัทค่อนข้างน้อย ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน เรื่อง อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการขนส่ง และ ความเสี่ยงด้านการเงิน เรื่อง ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

8.3 การจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (Risk Response)

การจัดการความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อบริษัทนั้น บริษัทตัดสินใจที่จะขอรับความเสี่ยงดังกล่าวเหล่านั้น โดยมีแนวทางการจัดการความเสี่ยงในแต่ละด้านดังนี้

8.3.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

1) ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

มีนโยบายชัดเจนในการขยายการให้บริการและฐานลูกค้า ครอบคลุมตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำ (ผู้ผลิตวัตถุดิบ) ธุรกิจการแปรรูปอาหาร และ ธุรกิจการจัดจำหน่ายอาหารให้กับผู้บริโภค เพื่อให้ครอบคลุมทั้งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และ ขนาดเล็ก ลดการผูกขาด และ การมีอำนาจต่อรองจากลูกค้ารายใหญ่เพียงรายเดียว

2) ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำมัน

ดำเนินการจัดทำสัญญากับทางลูกค้าเรื่องค่าบริการที่จะสามารถปรับได้ตามความผันผวนของราคาน้ำมัน

3) ความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการขนส่ง

(3.1) ให้ความสำคัญในขั้นตอนการคัดเลือกบุคคลากรที่มีประวัติที่ดี

(3.2) ฝึกอบรมพนักงาน และ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ด้วยความปลอดภัย

(3.3) จัดทำประกันภัยชั้น 1 ที่ครอบคลุมทรัพย์สินของบริษัท สินค้าของลูกค้า

และบุคคลที่เกี่ยวข้อง

8.3.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

1) วิเคราะห์ความต้องการลูกค้า

เพื่อค้นหาความต้องการว่ามีการพัฒนาด้านขนส่งตลอดเวลาเพื่อจะทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากการเลือกรับบริการ

2) การแข่งขันด้านอัตราค่าขนส่ง

กำหนดนโยบายการให้บริการเน้นการบริการด้วยความชำนาญและเป็นมืออาชีพ โดยมีการกำหนด โครงสร้างราคาที่เหมาะสม กับการให้บริการ ลูกค้าในแต่และธุรกิจ และ ขนาดธุรกิจ

3) สภาพการแข่งขัน

ทำการวิเคราะห์คู่แข่ง สร้างความแตกต่าง และการให้บริการที่เหนือชั้น สร้างความพึงพอใจ ที่มากกว่ากับลูกค้า

8.3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

1) ไม่สามารถหาแหล่งของเงินทุนได้ตามที่คาดการณ์ไว้

ทำการจัดหาแหล่งเงินทุนสำรอง โดยการขอกู้ยืมเงินจากญาติพี่น้อง

2) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ดำเนินการบริหารต้นทุนดอกเบี้ยผ่านนโยบายการผสมผสานอัตราดอกเบี้ย ระหว่างอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่และแบบลอยตัว

8.3.4 ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล (Human Resource Risk)

ให้ความสำคัญในกระบวนการคัดสรรบุคลากร เพื่อคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ และ เน้นการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดทักษะ ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และ การสร้างแผน โอกาสความก้าวหน้าใน อาชีพการทำงาน เพื่อให้เกิดความมั่นคง ลดอัตราการลาออก

8.3.5 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)

จัดให้มีบุคลากรที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการติดตามแนวโน้มการออกกฎหมาย การประกาศใช้ การเปลี่ยนแปลงและการยกเลิกกฎหมายต่างๆ เพื่อให้บริษัทมีข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจนเพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม ตลอดจนมีการกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายต่างๆ อย่างเคร่งครัด

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. บริการข้อมูลจดทะเบียนธุรกิจ (บริษัทจำกัด)

[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: http://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=36.

(วันที่ค้นข้อมูล : 16มกราคม2558).

"แอปป่า" ีร์ดคู่เย็นขนอาหารสดรุ่ง ทุ่มลุยงานซูเปอร์มาร์เก็ตแข่งเค็อดยักษ์ข้ามชาติ

[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก http://www.thailog.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2177:312&catid=126

(วันที่ค้นข้อมูล : 20มกราคม 2558).





ภาคผนวก ก
ประวัติผู้บริหาร

1. นายศิริวัฒน์ โล่เกียรติคุณ

ตำแหน่ง	ผู้อำนวยการ
อายุ	30ปี
สัดส่วนการถือหุ้น	20,000 หุ้น
วุฒิการศึกษา	เทคโนโลยีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2551
ประสบการณ์ทำงาน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว ผลิตและจำหน่ายผลไม้ภายในประเทศและเพื่อ การส่งออกผลไม้สด และผลไม้แปรรูป

2. นางสาวภาวิดา กุลวณิชชาภรณ์

ตำแหน่ง	กรรมการผู้จัดการ
อายุ	29 ปี
สัดส่วนการถือหุ้น	10,000 หุ้น
วุฒิการศึกษา	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2552
ประสบการณ์ทำงาน	การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจอาหาร มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2558 2553 – ปัจจุบัน Packaging sourcing บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

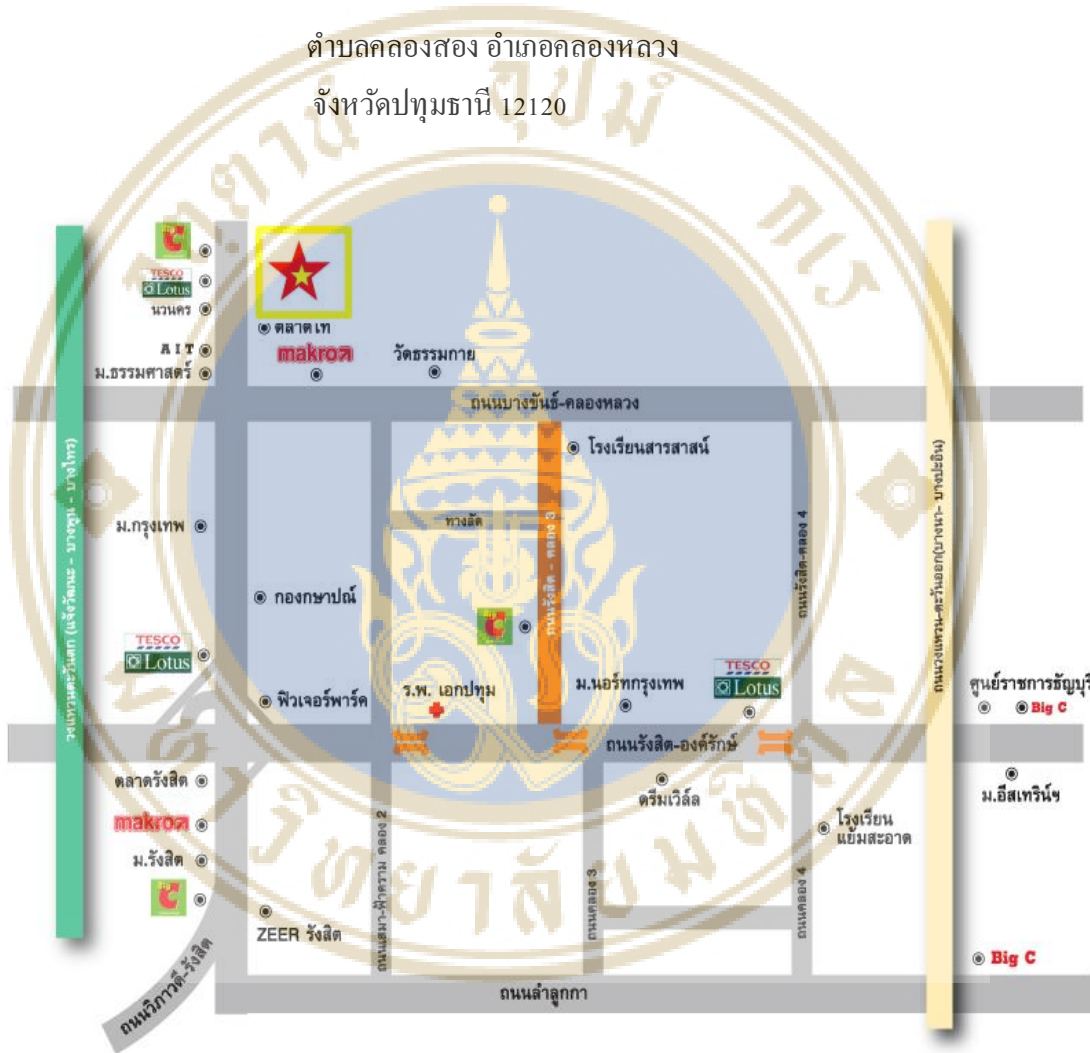
ภาคผนวก ข รายละเอียดของสถานประกอบการ

ที่ตั้งสถานประกอบการ

41/16-17 โครงการคลองหลวงเมืองใหม่

ตำบลคลองสอง อำเภอกองหลวง

จังหวัดปทุมธานี 12120



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามการสำรวจตลาด

Applicant's Interview

Company Name: _____ Date: _____

Interview Details

1. ลักษณะของธุรกิจ _____
2. ธุรกิจของท่านดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าอะไร

3. บริษัทก่อตั้งในปี _____
4. รายได้ต่อปี _____
5. น้ำหนักหนักในการจำหน่ายต่อปี

รูปแบบการให้บริการขนส่ง

- ดำเนินการจัดส่งสินค้าเอง (Own logistic) _____ %
- ดำเนินการจัดส่งโดยจ้างบุคคลภายนอก (Outsourcing) _____ %

รูปแบบรถขนส่งที่ใช้บริการและจำนวนการใช้บริการ



ไม่กำหนดลักษณะของรถขนส่ง

จำนวน _____ คัน/สัปดาห์

จำนวน _____ เทียบ/สัปดาห์



มีการกำหนดลักษณะรถขนส่ง รถขนส่งขนาด 4 ล้อ

ที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด

มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า

จำนวน _____ คัน/สัปดาห์

จำนวน _____ เทียบ/สัปดาห์



มีการกำหนดลักษณะรถขนส่ง รถขนส่งขนาด 6 ล้อ

ที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด

มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า

จำนวน _____ คัน/สัปดาห์

จำนวน _____ เทียบ/สัปดาห์



มีการกำหนดลักษณะรถขนส่ง รถขนส่งขนาด 10 ล้อ

ที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด

มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า

จำนวน _____ คัน/สัปดาห์

จำนวน _____ เทียบ/สัปดาห์

คุณสมบัติที่ท่านมองหาจากผู้ให้บริการขนส่ง

- ประสบการณ์ของผู้ให้บริการขนส่ง
- สภาพรถขนส่งที่ทันสมัย สะอาด
- เป็นผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรถขนส่งเองทั้งหมด
- สามารถนำเสนอต้นทุนขนส่งที่ต่ำ
- มีการอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการ

Questions to Ask Interviewer : Product

Question : การบริการขนส่งสินค้าประเภทอาหาร มีการกำหนดลักษณะของรถขนส่งหรือไม่

Inbound

- ไม่กำหนดลักษณะของรถขนส่ง ให้ความสำคัญกับการส่งสินค้าได้จำนวนถูกต้อง ตรงตามเวลา
- มีการกำหนดลักษณะของพาหนะขนส่งให้มีความสำคัญกับการส่งสินค้าได้จำนวนถูกต้อง ตรงตามเวลา
 - ___ รถขนส่งที่มีลักษณะเป็นตู้ปิดมิดชิด
 - ___ รถขนส่งที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด
 - ___ มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า
 - ___ มี GPS Tracker เพื่อสามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้แบบ Real time
 - ___ มีระบบการคำนวณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และจัดเก็บข้อมูลเพื่อสนับสนุนโครงการลดการปล่อยมลพิษ

Outbound

- ไม่กำหนดลักษณะของรถขนส่ง ให้มีความสำคัญกับการส่งสินค้าได้จำนวนถูกต้อง ตรงตามเวลา
- มีการกำหนดลักษณะของพาหนะขนส่งให้มีความสำคัญกับการส่งสินค้าได้จำนวนถูกต้อง ตรงตามเวลา
- ___ รถขนส่งที่มีลักษณะเป็นตู้ปิดมิดชิด
- ___ รถขนส่งที่มีลักษณะเป็นตู้กักเก็บความเย็นที่ปิดมิดชิด
- ___ มีเครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาความสม่ำเสมอ ของอุณหภูมิสินค้า
- ___ มี GPS Tracker เพื่อสามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้แบบ Real time
- ___ มีระบบการคำนวณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และจัดเก็บข้อมูลเพื่อสนับสนุนโครงการลดการปล่อยมลพิษ

Question : อะไรคือปัจจัยที่บริษัทของท่านให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการรถขนส่ง (กรุณาระบุความสำคัญ 4 มากที่สุด -1 น้อยที่สุด)

- เลือกบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ ลดความยุ่งยากในการบริหารงาน และ สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า
- เลือกบริษัทที่มีความยืดหยุ่น เช่นสามารถขอใช้บริการเร่งด่วน,เปลี่ยนแปลงเวลา,เปลี่ยนแปลงสถานที่
- เลือกบริษัทที่มีจำนวนรถขนส่งจำนวนมาก และ หลากหลาย เพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่เติบโตขึ้น
- เลือกบริษัทที่นำเสนอต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำที่สุด

Question : ช่วงเวลาที่ท่านใช้บริการรถขนส่งในปัจจุบัน (เลือกได้มากกว่า 1)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 00.01 - 03.00 น. | <input type="checkbox"/> 15.01 - 17.59 น. |
| <input type="checkbox"/> 03.01 - 07.59 น. | <input type="checkbox"/> 18.01 - 20.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 08.00 - 12.00 น. | <input type="checkbox"/> 20.01 - 22.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 12.01 - 15.00 น. | <input type="checkbox"/> 22.01 - 00.00 น. |

Questions to Ask Interviewer : Price

Question : ปัจจัยทางด้านราคา : ต้นทุนทางด้านค่าขนส่งของท่านเป็นอย่างไร

- มีการกำหนดมาตรฐานค่าขนส่งตามระยะทาง โดยทำสัญญากับผู้ขนส่งเป็นรายปี
- มีการกำหนดมาตรฐานค่าขนส่งตามน้ำหนักบรรทุก โดยทำสัญญากับผู้ขนส่งเป็นรายปี
- ไม่มีการกำหนดมาตรฐานราคา โดยพิจารณาราคาที่ผู้ให้บริการเสนอในแต่ละครั้ง

Questions to Ask Interviewer : Place

(ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ 4 มากที่สุด -1 น้อยที่สุด)

Question : ปัจจัยทางด้านเครือข่าย : ท่านให้ความสำคัญมากน้อยเพียงใดกับการใช้บริการบริษัทข้ามชาติที่มีบริการครบวงจรทั้งขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ หรือ บริการกระจายสินค้า

1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____

Question : ปัจจัยทางด้านสถานที่ : ท่านให้ความสำคัญมากน้อยเพียงใดกับการที่บริษัทขนส่งมีพื้นที่บริการใกล้ๆสถานประกอบการของท่าน

1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____

Question : ช่วงเวลาที่ท่านมีความมุ่งหวังจะใช้บริการรถขนส่ง (เลือกได้มากกว่า 1)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 00.01 - 03.00 น. | <input type="checkbox"/> 15.01 - 17.59 น. |
| <input type="checkbox"/> 03.01 - 07.59 น. | <input type="checkbox"/> 18.01 - 20.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 08.00 - 12.00 น. | <input type="checkbox"/> 20.01 - 22.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 12.01 - 15.00 น. | <input type="checkbox"/> 22.01 - 00.00 น. |

Questions to Ask Interviewer : Promotion

(ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ 4 มากที่สุด -1 น้อยที่สุด)

- ค่าขนส่งต่อน้ำหนักต่ำลง (ค่าขนส่งเท่าเดิม บรรทุกสินค้าได้เพิ่มขึ้น)
- ค่าขนส่งต่อเที่ยวการบรรทุกต่ำลง (ค่าขนส่งรวมเท่าเดิม แบ่งการจัดส่งสินค้าได้บ่อยขึ้น)
- Credit term สูงสุด
- การให้ส่วนลด Rebate กรณีใช้บริการตามข้อกำหนดที่ตกลง



บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. บริการข้อมูลจดทะเบียนธุรกิจ (บริษัทจำกัด)

[ออนไลน์]เข้าถึงได้จาก: http://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=36.

(วันที่ค้นข้อมูล : 16มกราคม2558).

"แอปป่า"ชี้รถตู้เย็นขนอาหารสดรุ่ง ทูมลุยงานซูเปอร์มาร์เก็ตแข่งเดียดักษ์ข้ามชาติ

[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก http://www.thailog.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2177:312&catid=126

(วันที่ค้นข้อมูล : 20มกราคม 2558).



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวภาวิดา กุลวนิชชาภรณ์
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 27 พฤศจิกายน 2528
สถานที่เกิด	จังหวัดขอนแก่น ประเทศไทย
วุฒิการศึกษา	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2552 การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2558
ที่อยู่ปัจจุบัน	41/16-17 โครงการคลองหลวงเมืองใหม่ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอกองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 E-mail : pavida.kuv@gmail.com
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันและสถานที่ทำงาน	Packaging sourcing บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โทรศัพท์ 02-642-0413 E-mail : pavida.kuv@cpf.co.th

Calendar Year	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	2558	2559	2560	2561	2562	2563
Operating year	0	1	2	3	4	5

1. Initial Investment cost estimation

Construction

Land Acquisition

Plant construction cost

Machinery & equipment cost 10 ล้อ

Other

Other

Total Construction cost

Pre-operating cost

Product design & development cost

Machinery & equipment cost 4 ล้อ

Office Decoration

Office equipment

Car/Truck

Register company

telephone

pre office expense

Total Pre-operating cost

Total Initial investment cost

	-	-	-	-	-	-
3,000,000	-	-	-	-	-	-
73,260,000	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
76,260,000	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
7,450,000	-	-	-	-	-	-
145,495	-	-	-	-	-	-
444,398	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
5,000	-	-	-	-	-	-
10,000	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
8,054,893	-	-	-	-	-	-
84,314,893	-	-	-	-	-	-

ภาคผนวก ๑
ตารางการเงิน

Calendar Year	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	2558	2559	2560	2561	2562	2563
Operating year	0	1	2	3	4	5

2. Depreciation & Amortization calculation

Construction Asset Service life (Year)

10

Cumulative investment asset	76,260,000	76,260,000	76,260,000	76,260,000	76,260,000	76,260,000
Depreciation for investment yr 0		7,626,000	7,626,000	7,626,000	7,626,000	7,626,000
Depreciation for investment yr 1			-	-	-	-
Depreciation for investment yr 2				-	-	-
Depreciation for investment yr 3					-	-
Depreciation for investment yr 4						-
Sub-Total		7,626,000	7,626,000	7,626,000	7,626,000	7,626,000
preoperating cost amortization (Year)	5	8,054,893	8,054,893	8,054,893	8,054,893	8,054,893
Amortization for Pe-operating cost yr 0		1,610,979	1,610,979	1,610,979	1,610,979	1,610,979
Total Depreciation & Amortization		9,236,979	9,236,979	9,236,979	9,236,979	9,236,979
Cumulative Depreciation		9,236,979	18,473,957	27,710,936	36,947,915	46,184,893
Net Fixed Asset		84,314,893	75,077,915	65,840,936	56,603,957	38,130,000

Calendar Year	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	2558	2559	2560	2561	2562	2563
Operating year	0	1	2	3	4	5

3. Working capital calculation

Cash on hand (days)	15	-	-	-	-	-
Account receivable (days)	30	-	7,497,708	7,938,750	7,938,750	7,938,750
Inventory (days)	0	-	-	-	-	-
Overhead (Yr 0 operating cost)		-	-	-	-	-
Account payable (days)	0	-	-	-	-	-
Working capital used		-	7,497,708	7,938,750	7,938,750	7,938,750
Net working capital (Yr_{t+1} - Yr_t)		-	7,497,708	441,042	-	-
Total investment		84,314,893				
Total Share equity		30,000,000				

Calendar Year	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	2558	2559	2560	2561	2562	2563
Operating year	0	1	2	3	4	5

4. Production cost caculation

Cost escalation factor (%p.a.)	3%	1.00	1.03	1.06	1.09	1.13	1.16
Production capacity	unit	21,900	21,900	21,900	21,900	21,900	21,900
Product 1 (10 ล้อ)							
Percent Utilization	%		85%	90%	90%	90%	90%
Production volume (unit)	unit		12,410	13,140	13,140	13,140	13,140
Variable cost per unit	B/unit	1,700	1,751	1,804	1,858	1,913	1,971
Total variable cost 1 (Baht)	Baht		21,729,910	23,698,384	24,409,336	25,141,616	25,895,864
Product 2 (4 ล้อ)							
Percent Utilization	%		85%	90%	90%	90%	90%
Production volume (unit)	unit		6,205	6,570	6,570	6,570	6,570
Variable cost per unit	B/unit	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351	1,391
Total variable cost 2 (Baht)	Baht		7,669,380	8,364,136	8,615,060	8,873,511	9,139,717
Total variable cost			29,399,290	32,062,520	33,024,395	34,015,127	35,035,581
Fixed cost/per year (Baht) (10 ล้อ)	Baht	10,796,737.44	11,120,640	11,454,259	11,797,887	12,151,823	12,516,378
Fixed cost/per year (Baht) 4 ล้อ	Baht	2,014,478.68	2,074,913	2,137,160	2,201,275	2,267,314	2,335,333
Fixed cost/per year (Baht) Plant	Baht	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
Total Fixed cost		13,111,216	13,495,553	13,891,419	14,299,162	14,719,137	15,151,711
Total production cost	Baht		42,894,843	45,953,939	47,323,557	48,734,264	50,187,292
Production cost/unit Product 1 (10 ล้อ)			2,659	2,687	2,767	2,850	2,935
Production cost/unit Product 2 (4 ล้อ)			1,595	1,621	1,669	1,719	1,769

Calendar Year	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	2558	2559	2560	2561	2562	2563
Operating year	0	1	2	3	4	5

5. Sale revenue & Marketing expenses

Target customer group 1

Sale volume		12,410	13,140	13,140	13,140	13,140
Sale price/unit	Growth 0%	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Sale Revenue 1		74,460,000	78,840,000	78,840,000	78,840,000	78,840,000

Target customer group 2

Sale volume		6,205	6,570	6,570	6,570	6,570
Sale price/unit	Growth 0%	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
Sale Revenue 2		15,512,500	16,425,000	16,425,000	16,425,000	16,425,000

Total sale revenue

		89,972,500	95,265,000	95,265,000	95,265,000	95,265,000
--	--	------------	------------	------------	------------	------------

Marketing expenses calculation

% of sale

Advertising	0.25%	224,931	238,163	238,163	238,163	238,163
Trade discount		-	-	-	-	-
Promotion		-	-	-	-	-
Channel cost		-	-	-	-	-
Services expenses		-	-	-	-	-

Total marketing expenses

		224,931	238,163	238,163	238,163	238,163
--	--	---------	---------	---------	---------	---------

Calendar Year	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	2558	2559	2560	2561	2562	2563
Operating year	0	1	2	3	4	5

6. Administration expenses							
Salary	3%	2,040,000	4,202,400	4,328,472	4,458,326	4,592,076	4,729,838
Health & Insurance	7.50%	157,590	315,180	324,635	334,374	344,406	354,738
Training & development	5%	105,060	210,120	216,424	222,916	229,604	236,492
Overhead	1%	449,863	899,725.00	952,650.00	952,650.00	952,650.00	952,650.00
Other expenses	5%	105,060	210,120	216,424	222,916	229,604	236,492
Total administration expense		2,857,573	5,837,545	6,038,605	6,191,183	6,348,339	6,510,210

Calendar Year	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	2558	2559	2560	2561	2562	2563
Operating year	0	1	2	3	4	5

7. ProForma Balance Sheet

Asset

Cash	5,685,107	27,280,683	57,386,687	86,837,751	115,159,953	142,319,429
Account Receivable	-	7,497,708	7,938,750	7,938,750	7,938,750	7,938,750
Inventory	-	-	-	-	-	-
Total Cureent Asset	5,685,107	34,778,391	65,325,437	94,776,501	123,098,703	150,258,179
Net Fixed Asset	84,314,893	75,077,915	65,840,936	56,603,957	47,366,979	38,130,000
Total Asset	90,000,000	109,856,306	131,166,373	151,380,458	170,465,682	188,388,179

Account payable

Total Cureent Liability

Account payable	-	-	-	-	-	-
Total Cureent Liability	-	-	-	-	-	-
Long term Loan	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
Total Liability	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
Shareholder equity	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000	30,000,000
Retained Earning	-	19,856,306	41,166,373	61,380,458	80,465,682	98,388,179
Total Liability & Equity	90,000,000	109,856,306	131,166,373	151,380,458	170,465,682	188,388,179

Calendar Year	2015 2558	2016 2559	2017 2560	2018 2561	2019 2562	2020 2563
Operating year	0	1	2	3	4	5

8. ProForma Income statement

Sale revenue		89,972,500	95,265,000	95,265,000	95,265,000	95,265,000
Less: production cost		42,894,843	45,953,939	47,323,557	48,734,264	50,187,292
Gross margin		47,077,657	49,311,061	47,941,443	46,530,736	45,077,708
Less: Marketing expense		224,931	238,163	238,163	238,163	238,163
Less: Administration expenses		5,837,545	6,038,605	6,191,183	6,348,339	6,510,210
EBITDA		41,015,181	43,034,294	41,512,097	39,944,234	38,329,336
Less: Interest	7%	4,200,000	4,200,000	4,200,000	4,200,000	4,200,000
Less: Depreciation & Amortization		9,236,979	9,236,979	9,236,979	9,236,979	9,236,979
EBIT		27,578,202	29,597,315	28,075,118	26,507,256	24,892,357
Tax on EBIT	20%	5,515,640	5,919,463	5,615,024	5,301,451	4,978,471
Net Profit		22,062,562	23,677,852	22,460,095	21,205,805	19,913,886
Dividend Paid	10%	2,206,256	2,367,785	2,246,009	2,120,580	1,991,389
To Retain earning		19,856,306	21,310,067	20,214,085	19,085,224	17,922,497

Calendar Year	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	2558	2559	2560	2561	2562	2563
Operating year	0	1	2	3	4	5

9.Free cashflow calculation

Net Profit		22,062,562	23,677,852	22,460,095	21,205,805	19,913,886
Add: Depreciation		9,236,979	9,236,979	9,236,979	9,236,979	9,236,979
Less: Net working capital		-	7,497,708	441,042	-	-
Less: Capital expenditure	84,314,893	-	-	-	-	-

Free cash flow (FCF)	(84,314,893)	23,801,832	32,473,789	31,697,073	30,442,783	29,150,864
-----------------------------	---------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Discounted rate (WACC)	15.00%					
PV of Discounted Factor	1.0000	0.8696	0.7561	0.6575	0.5718	0.4972
PV of FCF	(84,314,893)	20,697,245	24,554,850	20,841,340	17,405,760	14,493,132
Cumulative PV of free cash flow (FCF)	(84,314,893)	(63,617,648)	(39,062,798)	(18,221,458)	(815,697)	13,677,434

Project NPV	Baht'	59,422,053
Project IRR	%	31.87
Pay back period	Years	3.00
Profitability Index (PI)	x	0.70

Calendar Year	2015 2558	2016 2559	2017 2560	2018 2561	2019 2562	2020 2563
Operating year	0	1	2	3	4	5

10. Ending Cash Position calculation

Cash Beginning	90,000,000	90,000,000	5,685,107	27,280,683	57,386,687	86,837,751	115,159,953
Net cash flow	0	(84,314,893)	23,801,832	32,473,789	31,697,073	30,442,783	29,150,864
Dividend paid	0	-	(2,206,256)	(2,367,785)	(2,246,009)	(2,120,580)	(1,991,389)
Cash Ending	90,000,000	5,685,107	27,280,683	57,386,687	86,837,751	115,159,953	142,319,429