

แผนธุรกิจ  
การจัดจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถและรถแบคโฮมือสองภายในประเทศ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ

การจัดจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถและรถแบคโฮมือสองภายในประเทศ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ.2558



นางสาวชุตินา ชัยภัทรวี  
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พริศลา รุ่งเรือง

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวิวงศ์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจเรื่อง การจัดจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถและรถแบคโฮมือสองภายในประเทศ ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงบรรลุตามเป้าหมายได้ ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังค์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อรายงานการศึกษาฉบับนี้ รวมถึงให้คำแนะนำแนวทางที่เป็นประโยชน์และกำกับดูแลกระบวนการจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ให้สำเร็จ ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒน ปิติสันต์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิสา รุ่งเรือง อาจารย์ผู้สอนวิชาการจัดการทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing Management) และวิชาหลักการจัดการ (Principle of Management) ซึ่งเป็นพื้นฐานหลักในการบริหารจัดการธุรกิจ ทำให้ผู้วิจัยมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนธุรกิจมากขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคุณชัย แซ่จิว และคุณเพชร ศรีโสภาทที่ให้คำแนะนำด้านรายละเอียดผลิตภัณฑ์และข้อมูลด้านการตลาดของการจัดจำหน่ายอะไหล่รถและรถแบคโฮมือสอง ในย่านเชียง กง รังสิต ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจแนวโน้มตลาดรถแบคโฮมือสองในไทย รวมทั้งขอขอบพระคุณบริษัท A.C.T. Machinery จำกัด ที่เอื้อเฟื้อสถานที่ในการเยี่ยมชมเพื่อทำให้การเขียนแผนธุรกิจฉบับนี้สมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญ ขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย เพื่อนๆ รุ่น BM 16B ที่ให้ความช่วยเหลือกันและกันอย่างดีโดยตลอด รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวถึง ณ ที่นี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจ หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขอรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

ชุติสา ชัยภัทรวี

## บทสรุปผู้บริหาร

เครื่องจักรกลหนักเพื่อการก่อสร้างมีความสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมหลักของประเทศ ประเทศไทยมีแนวโน้มใช้เครื่องจักรกลทดแทนการใช้แรงงานคน ทั้งนี้เพราะเครื่องจักรกลมีประสิทธิภาพการทำงานบางอย่างสูงกว่าการใช้แรงงาน ผลงานที่ได้รับตรงตามมาตรฐานที่กำหนด โดยความต้องการเครื่องจักรกลหนักที่เพิ่มขึ้นเป็นผลจากไทยที่ได้รับแรงกดดันจากต้นทุนค่าแรงงานเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการและผู้รับเหมาก่อสร้างต้องพึ่งพาเครื่องจักรกลหนักในการก่อสร้างเพื่อลดต้นทุนการก่อสร้างและลดระยะเวลาการก่อสร้างในแต่ละโครงการ

ปัจจุบันประเทศไทยมีธุรกิจการค้าเครื่องจักรกลหนักที่ใช้ในการก่อสร้าง เช่น รถขุดไฮดรอลิกบั้งก็ตักเข้า (Hydraulic Backhoe Excavator) หรือเรียกสั้นๆว่า รถแบคโฮ โดยรถแบคโฮถือเป็นสินค้าต้นทุนคงที่สูง เนื่องจากเมื่อผู้ประกอบการตัดสินใจซื้อรถแบคโฮใหม่ ส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินงานสูงตามไปด้วย ผลสืบเนื่องข้อมทำให้ราคาสินค้าสุดท้ายสูง ส่งผลกระทบต่อกำไรของธุรกิจน้อยกว่าที่คาด ดังนั้น รถแบคโฮมือสองสภาพดีจึงเป็นทางเลือกแก่ผู้ประกอบการที่มีความต้องการใช้รถแบคโฮ แต่มีงบประมาณจำกัด

บริษัท JCT Machinery จำกัด ก่อตั้งขึ้นจากพื้นฐานประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจทางการค้ารถแบคโฮมือสองมานานกว่า 20 ปี ของคุณธวัชชัย ชัยภัทรวี ทำให้บริษัทมีทีมงานที่เชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวกับอะไหล่รถและรถแบคโฮมือสองเป็นอย่างดี เช่น การซ่อมบำรุงอะไหล่และเครื่องยนต์ การบำรุงรักษารถแบคโฮให้อยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งาน เป็นต้น

บริษัท JCT Machinery จำกัด จัดจำหน่ายในส่วนของรถขุดไฮดรอลิกบั้งก็ตักเข้าใน 2 ลักษณะ คือ จัดจำหน่ายรถขุดไฮดรอลิกบั้งก็ตักเข้าทั้งคันและจัดจำหน่ายอะไหล่รถขุดไฮดรอลิกบั้งก็ตักเข้า ได้แก่ มอเตอร์ตัวเดิน, โซ่พร้อมแผ่นแทรก, ปัมไฮดรอลิกและเครื่องยนต์ เป็นต้น โดยทางบริษัทฯจัดจำหน่ายในส่วนของรถขุดไฮดรอลิกบั้งก็ตักเข้าชนิดดินตะขาบแขนมาตรฐานเป็นสำคัญ เนื่องจากเป็นรถขุดที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าและอะไหล่ของรถประเภทนี้สามารถขายได้ง่าย เพราะเป็นอะไหล่รถที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้างและลูกค้าที่ประกอบธุรกิจขายหินดินทราย ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง เป็นลูกค้าจากต่างจังหวัดเพื่อหาซื้อรถแบคโฮตามสภาพ จากนั้นนำไปปรับปรุงใหม่ เพื่อนำรถแบคโฮที่ปรับปรุงสภาพแล้วไปจำหน่ายต่อ

## บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

สำหรับนโยบายทางการเงิน บริษัทฯมีการใช้เงินลงทุนในโครงการ จำนวน 10 ล้านบาท แบ่งเป็นสัดส่วนเงินทุนของหุ้นส่วนกิจการ 3 ล้านบาท สัดส่วนเงินกู้ยืม 7 ล้านบาท โดยคาดว่าจะสามารถสร้างรายได้จากยอดขายปีหนึ่งได้ 48 ล้านบาท ทำให้บริษัทมีกำไรสุทธิประมาณ 2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.68 และมีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นปีละประมาณร้อยละ 10 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของธุรกิจ (NPV) เท่ากับ 3.24 ล้านบาท อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 21.61 ระยะเวลาคืนทุน 3.43 ปี โดยปีหนึ่งมีอัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA) เท่ากับ ร้อยละ 16.08 และอัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เท่ากับ ร้อยละ 43.18





## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
<b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>	<b>1</b>
<b>ความเป็นมาของธุรกิจร้านขายรถแบคโฮมือสอง “JCT Machinery”</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ	1
1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ	4
1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์	6
1.3.1 โครงสร้างของรถขุดไฮดรอลิกนึ่งที่ตักเข้า	7
1.3.2 รถขุดไฮดรอลิกนึ่งที่ตักเข้า	7
1.4 รูปแบบธุรกิจ	17
1.5 วิสัยทัศน์และพันธกิจ	17
1.6 เป้าหมายของธุรกิจ	18
<b>บทที่ 2</b> <b>วิเคราะห์อุตสาหกรรม</b>	<b>19</b>
2.1 ภาพรวมตลาด	19
2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Analysis)	22
2.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five – Force Model)	24
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง	26
2.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Analysis)	29
2.6 การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3</b>	
<b>แผนการดำเนินงาน/แผนการจัดการ</b>	<b>33</b>
3.1 สถานที่ตั้ง	33
3.2 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	35
3.3 โครงสร้างองค์กร	37
3.4 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและการจัดการทั่วไป	39
3.5 กระบวนการในการให้บริการ/จัดจำหน่าย	40
3.6 การดำเนินงานด้านอุปกรณ์	42
3.7 แผนฉุกเฉิน	43
<b>บทที่ 4</b>	
<b>แผนการตลาด</b>	<b>45</b>
4.1 การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation)	45
4.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target market)	45
4.3 กลยุทธ์ทางการตลาด (Market Strategy)	46
<b>บทที่ 5</b>	
<b>แผนการเงิน</b>	<b>51</b>
5.1 นโยบายทางการเงิน	51
5.2 การวิเคราะห์งบการเงิน	59
5.3 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	60
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>62</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>63</b>
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแคตตาล็อก	64
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>66</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	ลักษณะผลิตภัณฑ์ของรถขุดไฮดรอลิกตีนตะขาน้ำหนักดีก่อกำแพงคั้น แบ่งตามขนาดของรถและลักษณะการใช้งาน	11
1.2	ลักษณะผลิตภัณฑ์ของชิ้นส่วนอะไหล่รถขุดไฮดรอลิกตีนตะขาน้ำหนักดีก่อกำแพงคั้น แบ่งตามลักษณะการใช้งาน	12
3.1	สัดส่วนของผู้ถือหุ้น	36
3.2	ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของบริษัท	39
4.1	ราคาเฉลี่ยรถแบคโฮ KOMATSU	47
4.2	ราคาเฉลี่ยอะไหล่รถแบคโฮ KOMATSU	47
5.1	การประมาณการยอดขายของสินค้า (รถแบคโฮและอะไหล่)	52
5.2	ราคาขายของสินค้าแต่ละชนิด (รถแบคโฮและอะไหล่)	52
5.3	การประมาณการยอดขายสินค้าทั้งหมดต่อปี	53
5.4	การประมาณการรายจ่าย	53
5.5	การประมาณการค่าเสื่อมราคาในการผลิต การขายและการบริหาร	54
5.6	การประมาณการงบกำไรขาดทุน	55
5.7	การประมาณการงบดุล	57
5.8	การประมาณการงบกระแสเงินสด	58
5.9	การประมาณการอัตราผลตอบแทนจากโครงการ	59
5.10	การประมาณการระยะเวลาในการคืนทุน	59
5.11	การประมาณการอัตราส่วนทางการเงิน	60

## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 สถิติการจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถแทรกเตอร์และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก ปี 2548-2557 รวมทั้งประเทศ	3
1.2 รถขุดไฮดรอลิกชนิดแขนมาตรฐาน	7
1.3 รถขุดไฮดรอลิกชนิดแขนยาว	8
1.4 รถขุดไฮดรอลิกชนิดล้อยาง	9
2.1 ประมาณการภาวะเศรษฐกิจโลก ปี 2557 และ 2558	23
3.1 สถานที่ตั้งบริษัท JCT Machinery จำกัด	34
3.2 แผนผังในร้าน ประกอบด้วยพื้นที่ 20 ไร่	35
3.3 แผนผังขององค์กร	37
4.1 ตัวอย่างอะไหล่รถแบคโฮที่ประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์	49
4.2 ตัวอย่างรถแบคโฮที่ประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์	49

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาของธุรกิจร้านขายรถแบคโฮมือสอง “JCT Machinery”

จากพื้นฐานประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจทางการค้ารถแบคโฮมือสองมานานกว่า 20 ปี ของคุณรัชชัย ชัยภัทรวี ผู้เป็นบิดา ทำให้บริษัทมีทีมงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวกับอะไหล่รถและรถแบคโฮมือสองเป็นอย่างดี เช่น การซ่อมบำรุงอะไหล่และเครื่องยนต์ การบำรุงรักษารถแบคโฮให้อยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งาน เป็นต้น นอกจากนี้ความพร้อมทางด้านความรู้และประสบการณ์ในวงการค้ารถแบคโฮมือสองแล้ว บริษัทได้เล็งเห็นว่าทำเลที่ตั้ง ณ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เป็นทำเลที่ตั้งธุรกิจที่ดี เนื่องจาก ลูกค้าสามารถเดินทางได้สะดวกทั้งจากทางสายเหนือและสายอีสาน บริษัทเห็นว่า ณ ทำเลที่ตั้งดังกล่าวสามารถเป็นอีกทางเลือกที่สะดวกมากขึ้นสำหรับลูกค้าที่ต้องการอะไหล่และรถแบคโฮมือสอง

#### 1.1 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ

อุตสาหกรรมก่อสร้าง นับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมพื้นฐานที่มีความสำคัญในการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างที่อยู่อาศัยและสาธารณูปโภคต่างๆ ระบบการคมนาคมขนส่ง อาทิเช่น ถนน สะพาน ฯลฯ และมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล เป็นต้น

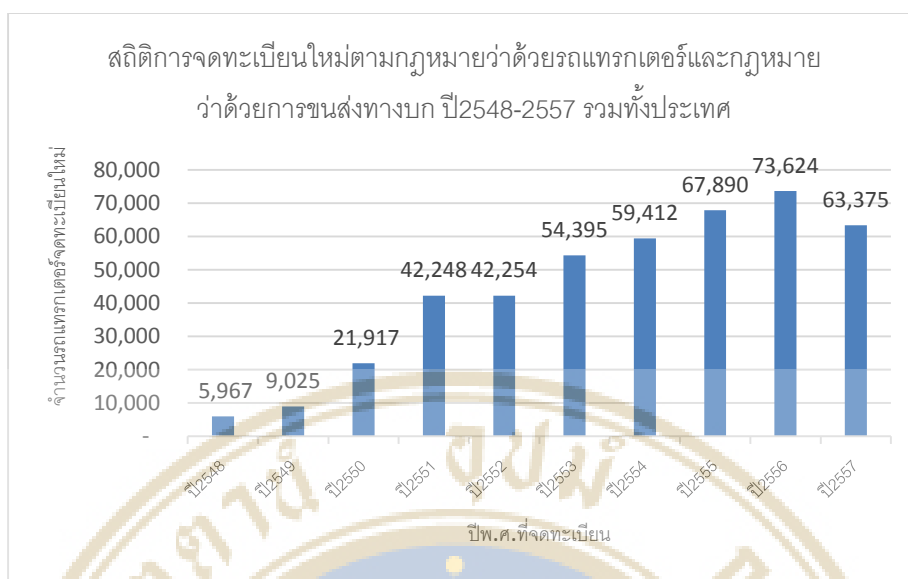
อุตสาหกรรมก่อสร้างภาครัฐเป็นตัวต่อเนื่องในช่วงปลายปี 2557 ถึงปี 2558 สืบเนื่องจากนโยบายการลงทุนของภาครัฐที่ให้ความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของไทย พ.ศ.2558-2565 ด้วยกรอบวงเงินลงทุนเบื้องต้น 2,400,000 ล้านบาท โดยคาดว่ามูลค่าการลงทุนในการก่อสร้างของภาครัฐในครึ่งหลังของปี 2557 น่าจะอยู่ในกรอบ 228,000 – 235,000 ล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 4.8 – 8.0 (ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย (กระแสดูแลเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2548) สอดคล้องกับแผนงบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ ปี 2558 ซึ่งมีวงเงิน จำนวน 70,282 ล้านบาท งบประมาณส่วนนี้มุ่งเน้นการปรับปรุงและพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน อาทิการบำรุงรักษาโครงข่ายทางหลวง,การพัฒนาและจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกและความปลอดภัยในระบบการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น คาดการณ์ว่าแผนงานพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งมีผลต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ประกอบกับแนวโน้มอุตสาหกรรมก่อสร้างภาครัฐที่ดีขึ้นในช่วงปี 2557- 2558 ทำให้อุตสาหกรรมก่อสร้างมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของอุตสาหกรรมก่อสร้างภาคเอกชนสะท้อนจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยอ้างอิงข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ รวมทั้งสมาคมภาคอสังหาริมทรัพย์ คาดการณ์ว่าในปี 2558 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยส่งเสริม นั่นคือ การก่อสร้างรถไฟฟ้าในกรุงเทพฯและปริมณฑลที่คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2558 จำนวนหลายเส้นทางและการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้อสังหาริมทรัพย์ไทยมีความต้องการมากขึ้น

อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและโลหะการในช่วงปี 2555-2557 มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี ในส่วนของการนำเข้าเครื่องจักรกลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจัยหนุนจากการขยายการลงทุนของบริษัทในไทยและบริษัทต่างชาติในไทย โดยเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่ที่มีแผนเพิ่มการลงทุนเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

เครื่องจักรกลหนักเพื่อการก่อสร้าง เป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล ซึ่งเครื่องจักรกลหนักเพื่อการก่อสร้างมีความสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมหลักของประเทศ อีกทั้งอุตสาหกรรมก่อสร้างที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนส่งเสริมให้เครื่องจักรกลหนักเพื่อการก่อสร้างอาจมีแนวโน้มที่ดีตามไปด้วย นอกจากนี้ ปัจจุบันอุตสาหกรรมก่อสร้างของไทยมีแนวโน้มใช้เครื่องจักรกลทดแทนการใช้แรงงานคน ทั้งนี้เพราะ เครื่องจักรกลมีประสิทธิภาพการทำงานบางอย่างสูงกว่าการใช้แรงงาน ทำให้ผลงานที่ออกมาตรงตามมาตรฐานการก่อสร้างที่กำหนดไว้ โดยความต้องการเครื่องจักรกลหนักที่เพิ่มขึ้นอาจเป็นผลมาจากปัจจัยภาคการก่อสร้างของไทยที่ได้รับแรงกดดันจากต้นทุนค่าแรงงานเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการและผู้รับเหมาก่อสร้างต้องพึ่งพาเครื่องจักรกลหนักในการก่อสร้างเพื่อลดต้นทุนการก่อสร้างและลดระยะเวลาการก่อสร้างในแต่ละโครงการ



**ภาพที่ 1.1 :** สถิติการจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถแทรกเตอร์และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก ปี 2548-2557 รวมทั้งประเทศ

**ที่มา :** <http://www.dlt.go.th/th/index.php?option>

จากภาพที่ 1.1 ซึ่งเป็นข้อมูลอ้างอิงจากรายงานสถิติการขนส่ง ประจำปี 2557 กรมการขนส่งทางบก ให้คำนิยามเกี่ยวกับรถแทรกเตอร์(รย.13) จัดเป็นประเภทรถยนต์ คือ รถที่มีล้อหรือสายพาน และมีเครื่องยนต์ขับเคลื่อนในตัวเองเป็นเครื่องจักรกลขึ้นพื้นฐานในงานที่เกี่ยวกับการขุด ตัก ดัน หรือขุดลากหรือรถยนต์สำหรับลากจูงซึ่งมิได้ใช้ประกอบการขนส่งส่วนบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก ต้องมีขนาดกว้างไม่เกิน 4.40 เมตร ยาวไม่เกิน 16.20 เมตร ซึ่งรถแบคโฮจัดอยู่ในรถประเภทนี้ จำนวนรถแทรกเตอร์ที่จดทะเบียนสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 และ 2557 ได้แก่ 398,071 คันและ446,507 คัน ตามลำดับ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.17 ข้อมูลข้างต้นและข้อมูลจากภาพที่ 1.1 เห็นว่ารถแทรกเตอร์ที่จดทะเบียนใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ทำให้เป็นไปได้ที่จำนวนรถแบคโฮมือสองซึ่งเป็นรถชนิดหนึ่งในประเภทของรถแทรกเตอร์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากจำนวนรถแทรกเตอร์ที่จดทะเบียนใหม่ จำนวนรถแบคโฮจดทะเบียนใหม่ที่เพิ่มขึ้น มีผลดีต่อการเป็นแหล่งวัตถุดิบให้กับธุรกิจอะไหล่รถและรถแบคโฮมือสองต่อไป ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีในการประกอบธุรกิจรถแบคโฮมือสอง

นอกจากผลดีจากจำนวนรถแบคโฮที่เพิ่มขึ้นทุกปีแล้วนั้น โอกาสของธุรกิจรถแบคโฮมือสองอีกประการหนึ่ง คือ รถแบคโฮรุ่นใหม่ที่ออกสู่ตลาดในปัจจุบันนั้นยังคงมีราคาสูง การที่ผู้ประกอบการตัดสินใจซื้อรถแบคโฮใหม่เพื่อประกอบธุรกิจ จำเป็นต้องขอสินเชื่อจากทางธนาคาร กระทบกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ผู้อนุมัติสินเชื่อระมัดระวังการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น เนื่องจากเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการปล่อยสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดกำไร ดังนั้น ผู้ที่สามารถซื้อรถแบคโฮมือหนึ่งมี

อยู่ในวงจำกัดเท่านั้น รถแบคโฮมือสองย่อมเป็นอีกทางเลือกของผู้ประกอบการ เพราะรถแบคโฮมือสองมีราคาถูกกว่ารถแบคโฮมือหนึ่งโดยเฉลี่ยประมาณครึ่งหนึ่ง ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีเงินเพียงพอที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อรถแบคโฮมือสองได้ ปัจจัยส่งเสริมที่กล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทมองเห็นโอกาสของธุรกิจรถแบคโฮมือสองที่จะสามารถเติบโตในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลหนักเพื่อการก่อสร้างได้

## 1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ

ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา ต้องอาศัยการนำเข้าเครื่องจักรกลหนักจากต่างประเทศ โดยเครื่องจักรกลหนักสำหรับใช้งานในประเทศไทยมีการนำเข้าจากต่างประเทศใน 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) นำเข้าเครื่องจักรใหม่สำเร็จรูปจากต่างประเทศ 2) นำเข้าชิ้นส่วนอุปกรณ์แล้วมาประกอบในประเทศ 3) นำเข้าเครื่องจักรที่ใช้แล้ว (Used Machine) มา ปรับปรุงสภาพใหม่ สาเหตุที่ประเทศไทยต้องนำเข้าเครื่องจักรกลหนักเป็นส่วนใหญ่เพราะอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting Industries) ของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลหนักยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ และแรงงานไทยยังไม่มีความสามารถเพียงพอในการใช้เทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ในการผลิตและด้วยขีดความสามารถที่จำกัด ส่งผลให้ไม่สามารถผลิตชิ้นส่วนที่มีความแม่นยำ เพียงพอที่จะใช้ในการผลิตเครื่องจักรกลหลายประเภทได้ ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องพึ่งพาการนำเข้าเครื่องจักรกลหนักจากต่างประเทศเป็นสำคัญ (ภาวิณี กุทวิทรัพย์และดร. ไกรจิต สุตะเมื่อง, แรงจูงใจในการเลือกซื้อเครื่องจักรกลหนักมือสองจากประเทศญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, มกราคม-มีนาคม 2556)

เครื่องจักรกลหนักถือเป็นสินค้าที่มีค่าใช้จ่ายสูงเนื่องจากเมื่อผู้ประกอบการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรกลหนัก ค่าใช้จ่ายส่วนนี้จะถูกจัดสรรเป็นต้นทุนคงที่ โดยเมื่อมีต้นทุนคงที่สูง ส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินงานสูงตามไปด้วย ผลสืบเนื่องย่อมทำให้ราคาสินค้าสุดท้ายสูง ส่งผลกระทบต่อกำไรของธุรกิจน้อยกว่าที่คาดไว้ ซึ่งเครื่องจักรกลหนักนำเข้าจากต่างประเทศ เข้าข่ายลักษณะเครื่องจักรกลหนักต้นทุนสูง ดังนั้น เครื่องจักรกลหนักมือสองสภาพดีจึงเป็นทางเลือกแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการซื้อเครื่องจักรกลหนัก แต่มีงบประมาณจำกัด หากธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการได้ ธุรกิจย่อมมีโอกาสเติบโตต่อไป ไม่เพียงแต่การแข่งขันในด้านราคาที่คุ้มค่าเท่านั้น ในตลาดเครื่องจักรกลหนักมือสองมีลักษณะของธุรกิจที่น่าสนใจ คือ บริษัทที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ประกอบการ/ลูกค้าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญของธุรกิจ เพราะลักษณะธุรกิจเครื่องจักรกลหนักมือสอง ผู้ประกอบการ/ลูกค้ามีความต้องการสินค้าที่ค่อนข้าง

เฉพาะเจาะจงกับเครื่องจักรแต่ละชนิด ดังนั้น การตอบสนองความต้องการของลูกค้าย่อมเป็นลักษณะเฉพาะตามลูกค้าแต่ละราย ซึ่งการติดต่อธุรกิจเพื่อให้เกิดการซื้อขายได้ย่อมต้องอาศัยพนักงานขายในการสื่อสารคุณลักษณะและคุณค่าที่ดีของตัวสินค้ารวมทั้งคนกลางต้องมีทักษะในการขายสินค้าที่ดี ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ หากธุรกิจใดคนกลางมีทักษะในการขายที่ดี ย่อมสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้ ทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจการค้าเครื่องจักรกลหนักมือสองที่ใช้ในการก่อสร้างที่ทำได้กันอย่างแพร่หลาย แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ การซื้อขายเครื่องจักรกลหนักมือสองทั้งคันและการซื้อเครื่องจักรกลหนักมือสองและแกะอะไหล่ออกเพื่อขายอะไหล่แยกแต่ละชนิด ซึ่งลักษณะการพิจารณาเพื่อซื้อเครื่องจักรกลหนักมือสองทั้งสองประเภท มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ต้องพิจารณาจากต้นทุนจากการซื้อเครื่องจักรกลหนักมือสอง, โอกาสในการขายสินค้าต่อไปยังผู้ประกอบการรายต่อไป เมื่อธุรกิจสามารถซื้อเครื่องจักรกลหนักมือสองในราคาต่ำ ทำให้ต้นทุนขายสินค้าต่ำ ดังนั้นการตั้งราคาขายให้กับผู้ประกอบการรายต่อไปทำให้สูงมากขึ้น (Marked-up price) เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าที่มีส่วนต่างของผลกำไรที่สูงขึ้นตามไปด้วย กรณีเป็นการซื้อเครื่องจักรกลหนักเพื่อแกะอะไหล่จำเป็นต้องคำนึงถึงความสมบูรณ์ของชิ้นส่วนอะไหล่เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากมีผลต่อโอกาสที่ดีในการขายอะไหล่ชนิดนั้นๆ ไปยังผู้ประกอบการรายต่อไป

ปัจจุบันประเทศไทยมีธุรกิจการค้าเครื่องจักรกลหนักที่ใช้ในการก่อสร้าง เช่น รถขุดไฮดรอลิกบู๊ตักเข้า (Hydraulic Backhoe Excavator) หรือเรียกสั้นๆว่า รถแบคโฮอย่างแพร่หลาย แต่โดยส่วนใหญ่จะมีการดำเนินกิจการในต่างจังหวัดมากกว่าในกรุงเทพฯ ทั้งนี้อาจเป็นผลจากข้อจำกัดในด้านพื้นที่ในการตั้งโชว์สินค้า เพราะรถขุดมีขนาดใหญ่ จำเป็นต้องใช้พื้นที่มากกว่าหากเปรียบเทียบกับรถชนิดอื่น ในส่วนของการค้าเครื่องจักรกลหนักในเขตกรุงเทพฯ มักพบแหล่งจำหน่ายในบริเวณชานเมือง อาทิเช่น บริเวณเขตรังสิตและปทุมธานี พบว่าในเขตรังสิตมีร้านจำหน่ายรถขุดดินตะขบเป็นจำนวนมากและร้านตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน ส่วนในเขตปทุมธานี ซึ่งเป็นเขตที่มีพื้นที่กว้าง และมีร้านจำหน่ายรถขุดหนาแน่นน้อยกว่า อาจทำให้มีอัตราการแข่งขันน้อยกว่า รวมทั้งเขตปทุมธานีเป็นพื้นที่รอยต่อเพื่อเดินทางไปสู่ภาคเหนือและภาคอีสานได้อย่างสะดวก จึงเป็นข้อดีในการเลือกเป็นทำเลที่ตั้งในการประกอบธุรกิจ

### 1.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ในงานก่อสร้างเครื่องจักรกลหนักประเภทรถขุด นิยมใช้ในการปรับหรือดันวัสดุกลับลงไปในพื้นที่เช่น ขุดระบายน้ำ หลุม ฐาน ตัดพุ่มไม้ ยก วางท่อ เหมืองแร่และขุดลอกคลอง มีด้วยกันหลายชนิดเพื่อใช้งานตามความเหมาะสมกับลักษณะงานที่ต้องการ

รถขุดมีส่วนประกอบสำคัญ คือ เสา ถังขุดและห้องโดยสารซึ่งอยู่บนฐานที่หมุนได้ รถขุดมีทั้งแบบขนาดเล็กและแบบใช้งานหนัก ปกติจะมากับอุปกรณ์เกี่ยย ดักดินและล้อ

โครงสร้างล่างและห้องขับ คือ ส่วนสำคัญของรถขุด โดยโครงสร้างล่างมีใบมีดดินตะขาบ กรอบดินตะขาบและตัวขับเคลื่อนสุดท้ายเป็นส่วนประกอบ มีไฮดรอลิกมอเตอร์และเกียร์ซึ่งสามารถบังคับให้การขับเคลื่อนกับแตร็กเดียวได้ ซึ่งตัวรถมีทั้งห้องคนขับ น้ำหนักถ่วงเครื่องยนต์ ถังน้ำมันระบบไฮดรอลิก ตัวห้องขับเคลื่อนติดอยู่กับโครงสร้างล่างด้วยแกนกลางที่ทำให้รถสามารถหมุนได้ 360 องศา

รถขุดที่มีบู๊ทักเข้ามาในปัจจุบันจะเป็นแบบที่ทำงานโดยใช้ระบบไฮดรอลิกล้วน ทั้งการขับเคลื่อน การหมุนส่วนบนและการทำงานของอุปกรณ์ขุดตัก จึงนิยมเรียกกันว่า Hydraulic Excavator ซึ่งจะมีทั้งแบบล้อยางที่ขับเคลื่อนด้วยตัวเองและแบบดินตะขาบ แต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นแบบดินตะขาบ เพราะสามารถทำงานได้ดีในที่ลุ่มและมีการทรงตัวที่ดีในขณะที่ทำการขุดตัก



### 1.3.1 โครงสร้างของรถขุดไฮดรอลิกบั้งกี้ตักเข้า (Hydraulic Backhoe Excavator)

1.3.1.1 ส่วนบนหรือส่วนที่หมุน (Rovolving Superstructure) ประกอบด้วย เครื่องยนต์ ส่วนของระบบถ่ายทอตกำลัง ระบบควบคุมการทำงานของอุปกรณ์และห้องพนักงานขับเคลื่อน

1.3.1.2 ส่วนที่สอง คือ ส่วนที่รองรับส่วนบนที่หมุนและเป็นส่วนที่ติดตั้งระบบเคลื่อนที่ (Mounting or Travel unit) แบบล้อยาง (Rubber Tire Carrier Mounting) และแบบตีนตะขาบ (Crawler Mounted)

1.3.1.3 ส่วนที่สาม คือ ส่วนที่ทำงานขุดตักซึ่งติดตั้งเข้ากับส่วนบนหรือส่วนที่หมุน (Attachment) โดยทั่วไปประกอบด้วยบูม (Boom) แขนต่อ (Arm) และบั้งกี้ (Basket) ซึ่งจะทำงานได้การควบคุม (Operate) ของช่างขุด สมรรถนะของรถขุด Backhoe จะถูกกำหนดโดยขอบเขตของการทำงาน (Working Range) แรงของฟันขุด (Footh Force) และขนาดของบั้งกี้ (Basket Size)

1.3.2 รถขุดไฮดรอลิกบั้งกี้ตักเข้า (Hydraulic Backhoe Excavator) แบ่งออกเป็น 4 ชนิด คือ



ภาพที่ 1.2 : รถขุดไฮดรอลิกชนิดแขนมาตรฐาน

ที่มา : <http://www.thaitractor.com>

1.3.2.1 ชนิดตีนตะขาบแขนมาตรฐาน (Standard Boom) รถขุดถูก ออกแบบมาเพื่อขุดและเคลื่อนย้ายสิ่งของขนาดใหญ่ นิยมใช้ในงานก่อสร้างที่ใช้งานขุด – ตัก ได้ อย่างแข็งแรงมีประสิทธิภาพและสมรรถนะสูง เพราะ บูม อาร์มได้ออกแบบมาเพื่อใช้งานหนัก

การปฏิบัติงานสามารถที่จะขุดดินที่อัดแน่นหรือมีหินเป็นส่วนผสมได้ดี พอสถการ ขุดดินตาด ดินลูกรัง รื้อซาก อาคาร ฯลฯ

- ใช้งานขุดดินจากบ่อใส่รถบรรทุกเทท้าย เพื่อลำเลียงไปยังบริเวณ ก่อสร้าง

- ขุดบ่อ , ขุดสระน้ำ , ขุดร่องแกน , ขุดคลอง

- ใช้งานบำรุงรักษาได้

- เปลี่ยนอุปกรณ์เพื่อใช้งานอื่น ๆ ได้ เช่น เครื่องเจาะ คอนกรีต เป็นต้น



ภาพที่ 1.3 : รถขุดไฮดรอลิกชนิดแขนยาว

ที่มา : <http://www.thaitractor.com>

1.3.2.2 ชนิดตีนตะขาบแขนยาว (Long Reach) รถขุดชนิดตีนตะขาบไฮดรอลิกบั้งก็่ดักเข้าแขนยาว เป็นรถขุดไฮดรอลิกทั่ว ๆ ไปแต่เปลี่ยนเสาป็นจัน (Boom) แขน (Arm) ให้ยาวขึ้นและลดขนาดของบั้งก็่ (Bucket) ให้เล็กลง เพื่อให้สามารถที่จะขุดตักดินวัสดุต่าง ๆ ได้ อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพสูง สามารถขุดตักได้ลึกและไกลขึ้น ใช้ในงานขุดลอกคลอง ธรรมชาติ ขุดคลอง ขุดบ่อกว้างๆ รถขุด Long Reach นี้มีความคล่องตัวสูง สามารถปฏิบัติงานขุด ลอกและกำจัดวัชพืชได้อย่างมีประสิทธิภาพ การควบคุม (Operate) ต้องใช้ช่วงขุดที่ชำนาญงานเข้า ทำการปฏิบัติงานพร้อมคู่มือประเทศ ,ลักษณะงานและแบบที่กำหนดไว้



ภาพที่ 1.4 : รถขุดไฮดรอลิกชนิดล้อยาง

ที่มา : <http://www.thaitractor.com>

1.3.2.3 ชนิดล้อยาง (Wheel Mounted) รถขุดล้อยาง (Hydraulic Wheel Mounted) โดยทั่วไปเป็นบั้งก็่ดักลากเข้าพาตัวรถแล้วขับเคลื่อนด้วยล้อยาง ควบคุมการทำงานด้วย ระบบไฮดรอลิก ใช้ในงานขุดตักดินหรือวัสดุอื่น ๆ เช่นเดียวกับรถขุดไฮดรอลิกขับเคลื่อนด้วย ตีนตะขาบ มีขารองรับ (Out Rigger) เพื่อให้รถขุดมีการทรงตัวดีในขณะที่ปฏิบัติงาน มีความคล่องตัว สูง สามารถเดินทางออกปฏิบัติงานจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งที่ห่างไกลได้รวดเร็วและวิ่งบนถนน หลวงได้ เหมาะกับงานขุดคลอง ขุดลอกคลองธรรมชาติ คลองระบายน้ำขนาดเล็ก ขุดร่องแกน ขุด ดินใสรถบรรทุกทั้งดินอ่อนดินแข็ง และงานฝังท่อต่าง ๆ ที่ต้องเคลื่อนย้ายบ่อย ๆ

1.3.2.4 ชนิดโป๊ะเหล็กหรือสะพานน้ำสะพานบก (Marsh Backhoe) รถขุด โป๊ะเหล็กไฮดรอลิกบั้งก็่ดักเข้า (Marsh Backhoe) ลักษณะตัวรถเสาป็นจัน (Boom) แขนท่อนบน (Arm) มีลักษณะเช่นเดียวกับรถขุดไฮดรอลิกตีนตะขาบ แต่แทนลางทำเป็นโป๊ะ (Pontoon) เพื่อ รองรับตัวรถขณะลงไปปฏิบัติงานในลางคลอง หนอง บึง หรือชายทะเล ที่มีน้ำท่วมขังแทรก สามารถที่จะปีนปายคลั่งได้เดินทางได้ในระยะสั้น ๆ แต่ควรจะเดินในที่ที่มีน้ำหรือเลนจะดีกว่าเดิน บนพื้นแห้ง การทำงานการขับเคลื่อนจะเหมือนกับรถขุดไฮดรอลิกตีนตะขาบ

รถขุดชนิดนี้จึงเหมาะสำหรับใช้งานในพื้นที่ ที่เป็นที่ลุ่ม มีน้ำขังตลอดเวลา เช่น ขุดลอกคลองธรรมชาติ ห้วย หนอง ชายทะเล และงานกำจัดวัชพืช ซึ่งเครื่องจักรธรรมดาไม่สามารถทำงานได้

บริษัท JCT Machinery จำกัด จัดจำหน่ายในส่วนของบริษัทไฮดรอลิกบั้งก็ตกเข้าชนิดดินตะขบแบบมาตรฐานเป็นสำคัญเนื่องจากเป็นรถขุดที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าและอะไหล่ของรถประเภทนี้สามารถขายได้ง่าย เพราะเป็นอะไหล่รถที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

แหล่งรถแบคโฮมือสองของบริษัท มักเป็นรถขุดที่ถูกใช้แล้วซึ่งมาจาก 6 แหล่ง ได้แก่ บริษัทรับเหมาก่อสร้างถนน-อสังหาริมทรัพย์ บริษัทที่ให้เช่ารถแบคโฮ บ่อดินทราย โรงไม้หินและบริษัทนำเข้ารถแบคโฮมือสองจากญี่ปุ่น






บริษัท JCT Machinery จำกัด จัดจำหน่ายในส่วนของบริษัทไฮดรอลิกบั้งก็ตกเข้าใน 2 ลักษณะ คือ

1. จัดจำหน่ายรถขุดไฮดรอลิกบั้งก็ตกเข้าทั้งคัน ได้แก่ รถขนาดเล็ก Komatsu PC60, รถขนาดกลาง Komatsu PC120 และรถขนาดใหญ่ Komatsu PC200
2. จัดจำหน่ายอะไหล่รถขุดไฮดรอลิกบั้งก็ตกเข้า ได้แก่ มอเตอร์ตัวเดิน, โซ่พร้อมแผ่นแทรก, ล้อนำพร้อมสปริงดัน, โรลเลอร์, แครีเออร์, เอวสวิง, มอเตอร์สวิง, ปัมป์ไฮดรอลิก, เครื่องยนต์, กระบอกไฮดรอลิก เป็นต้น

ตารางที่ 1.1 : ลักษณะผลิตภัณฑ์ของรถขุดไฮดรอลิกตีนตะขาบรุ่นที่ตัดเข้าทั้งคัน แบ่งตามขนาดของรถและลักษณะการใช้งาน

ผลิตภัณฑ์		ลักษณะการใช้งาน
<p><u>รถขุดขนาดเล็ก</u> Komatsu PC60</p>		<p>สำหรับงานก่อสร้าง ใช้การขุด – ตัก</p>
<p><u>รถขุดขนาดกลาง</u> Komatsu PC120</p>		<p>สำหรับงานก่อสร้าง ใช้การขุด – ตัก</p>
<p><u>รถขุดขนาดใหญ่</u> Komatsu PC200</p>		<p>สำหรับงานก่อสร้าง ใช้การขุด – ตัก</p>

ตารางที่ 1.2 : ลักษณะผลิตภัณฑ์ของชิ้นส่วนอะไหล่รถขุดไฮดรอลิกดินตะขามบุงที่ตกเข้า แบ่งตามลักษณะการใช้งาน (อ้างอิงจากรถขุด Komatsu PC120,PC200)

ผลิตภัณฑ์		ลักษณะการใช้งาน
มอเตอร์ตัวเดิน		สำหรับขับเคลื่อนรถขุด
โซ่พร้อมแผ่นแทร์ก		สำหรับเดินรถเสมือนล้อรถ เรียกว่า แทร์ก
สื่อนำพร้อมสปริงคั้น		สำหรับเร่งแทร์กให้ตึงหรือหย่อน
โรลเลอร์		สำหรับรองรับโซ่และแผ่นแทร์ก
แกเรีย		สำหรับรองรับโซ่และแผ่นแทร์ก

ตารางที่ 1.2 : ลักษณะผลิตภัณฑ์ของชิ้นส่วนอะไหล่รถขุดไฮดรอลิกดินตะขบับึ่งที่ตัดเข้า แบ่งตามลักษณะการใช้งาน (อ้างอิงจากรถขุด Komatsu PC120,PC200) (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์		ลักษณะการใช้งาน
เอวสวิง		สำหรับรองรับการหมุนของตัวรถ ทำให้ตัวรถหมุนได้รอบทิศทาง
มอเตอร์สวิง		สำหรับขับเคลื่อนเอวสวิง ทำให้มีแรงหมุน
ปั๊มไฮดรอลิก		สำหรับปั๊มน้ำมันไฮดรอลิกเข้าสู่ระบบกระบอกไฮดรอลิกเพื่อให้รถขุด-ตัดได้ตามต้องการ
เครื่องยนต์		สำหรับขับเคลื่อนระบบปั๊มไฮดรอลิกและระบบไฟฟ้าสามารถทำงานได้
กระบอกไฮดรอลิก		สำหรับยกแขนกลของรถขุดในการขุด-ตัด

ตารางที่ 1.2 : ลักษณะผลิตภัณฑ์ของชิ้นส่วนอะไหล่รถขุดไฮดรอลิกตีนตะขาบรุ่นที่ตักเข้า แบ่งตามลักษณะการใช้งาน (อ้างอิงจากรถขุด Komatsu PC120,PC200) (ต่อ)





ผลิตภัณฑ์		ลักษณะการใช้งาน
หม้อน้ำและออยล์คูลเลอร์		หม้อน้ำ-สำหรับระบายความร้อนของเครื่องยนต์ ออยล์คูลเลอร์-สำหรับหล่อเย็นน้ำมันไฮดรอลิก
หัวเก๋งพร้อมอุปกรณ์		สำหรับคนนั่งควบคุมรถภายในมีหน้าจอบอกการทำงานและอุปกรณ์ควบคุมรถขุดในการขุด-ตักดิน
กล่องคอมพิวเตอร์		สำหรับควบคุมระบบไฟฟ้า
บูม/อาร์ม		สำหรับยกบูม <sup>+</sup> เพื่อขุด-ตักดิน
บูม <sup>+</sup>		สำหรับรองรับดินในการขุด-ตัก



ตารางที่ 1.2 : ลักษณะผลิตภัณฑ์ของชิ้นส่วนอะไหล่รถขุดไฮดรอลิกดินตะขบับักที่ตกเข้า แบ่งตามลักษณะการใช้งาน (อ้างอิงจากรถขุด Komatsu PC120,PC200) (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์		ลักษณะการใช้งาน
เฟรมล่าง		สำหรับตั้งตัวรถขุด
เฟรมบน		สำหรับตั้งตัวรถขุด
คอนโทรลวาล์ว		สำหรับควบคุมการทำงานของรถขุดซึ่งคอนโทรลวาล์วเชื่อมต่อกับสายไฮดรอลิกเพื่อควบคุมแขนกลสำหรับการขุด-ตัด
ลูกโป่งพร้อมระบบไฟฟ้า (โซลินอยด์)		สำหรับควบคุมน้ำมันไฮดรอลิก
ชุดสายไฮดรอลิก		สำหรับส่งผ่านน้ำมันไฮดรอลิกไปยังจุดต่างๆ เช่น กระบอกไฮดรอลิก

ตารางที่ 1.2 : ลักษณะผลิตภัณฑ์ของชิ้นส่วนอะไหล่รถขุดไฮดรอลิกดินตะขามบุงที่ตัดเข้า แบ่งตามลักษณะการใช้งาน (อ้างอิงจากรถขุด Komatsu PC120,PC200) (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์		ลักษณะการใช้งาน
ฝาครอบตัวรถ		สำหรับประกอบโครงสร้างตัวรถให้สวยงาม
กล่องฟิวส์		สำหรับควบคุมระบบไฟฟ้า
ชุดสายไฟ		สำหรับส่งผ่านกระแสไฟฟ้าไปยังจุดต่างๆ
สลัก		สำหรับประกอบโครงสร้างรถขุดให้สมบูรณ์

## 1.4 รูปแบบธุรกิจ

บริษัท JCT Machinery จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายรถขุดไฮดรอลิกนึ่งก็ตักเข้า (Hydraulic Backhoe Excavator) มือสองภายในประเทศตามความต้องการของลูกค้าและจัดจำหน่ายอะไหล่ที่เป็น ส่วนประกอบของรถขุดที่ได้จากการแกะชิ้นส่วนอะไหล่จากรถขุดไฮดรอลิกนึ่งก็ตักเข้าที่มีสภาพดี เน้นการจัดจำหน่ายรถขุดไฮดรอลิกนึ่งก็ตักเข้าที่มีสภาพดีและให้ความสำคัญในการคัดสรรรถขุดที่มีสภาพดีเพื่อให้ ได้อะไหล่ในแต่ละส่วนที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

## 1.5 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

### 1.5.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

JCT Machinery คือ ผู้ให้บริการเกี่ยวกับรถขุดไฮดรอลิกนึ่งก็ตักเข้ามือสองภายในประเทศโดยมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพและการบริการที่ครบวงจร

### 1.5.2 พันธกิจ (Mission)

1.5.2.1 มุ่งเน้นสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในการเลือกซื้อรถและอะไหล่รถขุดไฮดรอลิกนึ่งก็ตักเข้า (แบคโฮ) มือสองภายในประเทศที่มีคุณภาพดี

1.5.2.2 มุ่งส่งเสริมและให้ความสำคัญกับบุคลากรอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนการเสนอสินค้าและ บริการที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

1.5.2.3 มุ่งพัฒนาการให้บริการที่เหนือคู่แข่งโดยมุ่งการให้บริการที่ครบวงจร

## 1.6 เป้าหมายของธุรกิจ

### 1.6.1 เป้าหมายระยะสั้น (1-3 ปี)

1.6.1.1 JCT Machinery สามารถสร้างรายได้ในปีที่ 1 ประมาณ 40 ล้านบาทและ สามารถทำกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15 ทุกปี ระยะเวลาคืนทุนภายในเวลาประมาณ 3 ปี

### 1.6.2 เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)

1.6.2.1 บริษัท JCT Machinery จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 10 สำหรับธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายรถขุดไฮดรอลิกบั้งก็ตักเข้ามือสองภายในประเทศและชิ้นส่วนอะไหล่ของรถขุดไฮดรอลิกบั้งก็ตักเข้า โดยในปัจจุบันตลาดรถแบคโฮมือสอง บริษัท อุทัยพาณิชย์ 2496 จำกัดเป็นผู้ที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดมากถึงร้อยละ 40 รองลงมาคือบริษัท กิมฮยู แทรคเตอร์ จำกัดและบริษัท สมัยการช่าง จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 20 และ บริษัทเพชร แทรคเตอร์ จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 10

1.6.2.2 ขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากบริเวณใกล้เคียงเขตปทุมธานีซึ่งเป็นตำแหน่งที่ตั้งของบริษัทไปเป็นบริเวณเขตปริมณฑลและเขตจังหวัดใกล้เคียงภายในระยะเวลา 4-5 ปี โดยมีอัตราการเจริญเติบโตของผลกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ต่อปี

## บทที่ 2

### วิเคราะห์อุตสาหกรรม

#### 2.1 ภาพรวมตลาด

ตลาดรถขุดไฮดรอลิกบั้งก็ตักเข้า (Hydraulic Backhoe Excavator) หรือที่เรียกชื่อสั้นๆ ว่ารถแบคโฮเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่มากในประเทศไทย ซึ่งมีผู้ประกอบการเปิดดำเนินการหลายสิบปี มีทั้งรถแบคโฮที่เป็นรถใหม่ ซึ่งภายในตลาดการค้ารถ คือ 1) รถมือหนึ่งโดยเป็นรถที่มีการนำเข้าจากต่างประเทศ 2) รถมือสองเป็นรถมือหนึ่งที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว ซึ่งบริษัทที่ดำเนินการค้ารถแบคโฮมือสองในประเทศไทย มีการดำเนินธุรกิจค้ารถมือสองในรูปแบบที่รถมือสองเกิดจากรถมือหนึ่งที่ถูกรื้อและถูกใช้งานในประเทศไทยซึ่งลักษณะนี้เป็นการซื้อรถมาเพื่อประกอบกิจการของธุรกิจใหญ่ อาทิเช่น การก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ การก่อสร้างถนนและธุรกิจโรงโม่ปูน เป็นต้น อีกรูปแบบของธุรกิจค้ารถมือสอง คือ การนำเข้ารถมือสองจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่รถประเภทนี้ถูกนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากรถมือสองจากญี่ปุ่นแม้ผ่านการใช้งานมาแล้วยังคงมีสภาพดีและบางกรณีรูปลักษณะภายนอกดูเหมือนใหม่

ในอดีตตลาดรถแบคโฮที่เป็นรถมือสองนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นมีราคาสูงมากและสามารถทำกำไรให้กับผู้นำเข้าอย่างมาก ตลาดรถแบคโฮมือสองเป็นตลาดที่น่าสนใจ มีผู้เล่นหน้าใหม่มุ่งเข้าสู่ตลาดเพื่อดำเนินการอย่างเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาพรวมของตลาดรถแบคโฮมือสองเติบโตตลอดมาและมีแนวโน้มเติบโตต่อไปได้อย่างแน่นอน

การดำเนินธุรกิจค้ารถแบคโฮมือสอง ในการสร้างการเติบโตและผลกำไรอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จประการหนึ่ง คือ ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพของรถแบคโฮมือสองและอะไหล่ ความครบครันของทั้งรถแบคโฮและอะไหล่ตามความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทที่สามารถเข้าถึงแหล่งจำหน่ายรถแบคโฮมือสองที่มีสภาพดีและสามารถคัดเลือกรถแบคโฮมือสองตรงตามคุณลักษณะที่ควรจะเป็นในรถแต่ละรุ่น รวมทั้งการบริการลูกค้าที่ดี มีบริการหลังการขาย การรับประกันในอะไหล่ชิ้นสำคัญของรถแบคโฮมือสอง

ตลาดรถแบคโฮมือสองในปัจจุบัน ประกอบด้วย กลุ่มลูกค้าที่ใช้รถหลากหลายวัตถุประสงค์ ได้แก่

**2.1.1 ผู้รับเหมาก่อสร้าง** ประกอบด้วย ผู้รับเหมาสร้างถนน ผู้รับเหมาก่อสร้างอาคาร เช่น หมู่บ้านจัดสรร อาคารพาณิชย์ และผู้รับเหมาขุดลอกคูคลอง เป็นต้น

ผู้รับเหมาสร้างถนน จะใช้รถแบคโฮในการปรับปรุงพื้นที่ สิ่งกีดขวางที่ไม่ต้องการให้ออกไปจากพื้นที่หรือในบางการก่อสร้างที่พื้นที่อุดมไปด้วยหินจำนวนมาก ผู้รับเหมาก่อสร้างสามารถเปลี่ยนหัวของรถแบคโฮที่ใช้สำหรับขุดตักเป็นหัวกระแทกทดแทนได้ เพื่อทำหน้าที่กระแทกหินให้แตก ทั้งนี้รถแบคโฮเป็นเครื่องจักรที่สามารถช่วยประหยัดแรงงานคนและประหยัดเวลาในการทำงาน ทำให้เกิดงานที่ดีมีคุณภาพ

ผู้รับเหมาก่อสร้างอาคาร ประเภทหมู่บ้านจัดสรรจะใช้รถแบคโฮขนาดเล็กในการปรับพื้นที่ก่อสร้างเพื่อความเหมาะสม สะอาด เรียบร้อย รวมทั้งใช้สำหรับขุดหลุมทำตอม่อเพื่อหล่อเสาเข็มหรือการขุดบ่อเพื่อทำสระว่ายน้ำ โดยถือว่ารถแบคโฮเป็นรถที่ใช้ได้หลายวัตถุประสงค์

**2.1.2 กลุ่มเกษตรกร** ประกอบด้วย เกษตรกรที่จำเป็นต้องใช้เครื่องจักรที่ใช้ในการเกษตร การปลูสดัก การทำสวน โดยหลักรถแบคโฮที่ใช้ในการเกษตร คือ เครื่องจักรที่ใช้สำหรับการปรับพื้นที่ รถแบคโฮสามารถดัดแปลงเพื่อใช้อำนวยความสะดวกในการเกษตร เช่น เครื่องไถคราด เครื่องกำจัดวัชพืช เครื่องขุด เครื่องหว่านเมล็ด เครื่องหว่านปุ๋ย รวมทั้งเป็นเครื่องจักรสำหรับเก็บเกี่ยว โดยรถแบคโฮบางรุ่น อาทิ Komatsu PC 120-1 สามารถนำมาดัดแปลงให้เป็นรถเกี่ยวรวงข้าวได้

**2.1.3 กลุ่มโรงโม่หิน บ่อหินทรายและบ่อขยะ** การใช้งานของรถแบคโฮที่มีต่อลักษณะงานของโรงโม่หิน คือ การย่อยหินเป็นขนาดต่างๆ จากนั้นใช้รถแบคโฮในการขุดและตักขึ้นรถสิบล้อเพื่อขนส่งไปยังโรงโม่เพื่อผลิตเป็นสินค้าต่อไป การใช้งานของรถแบคโฮที่มีต่อลักษณะงานของบ่อขยะ คือ การขุดหลุมฝังกลบขยะ รวมทั้งการขุดบ่อหินทรายเพื่อให้ได้ขนาดของบ่อตามที่ต้องการ

**2.1.4 กลุ่มกิจการรับซื้อขายของเก่า** การใช้งานของรถแบคโฮที่มีต่อลักษณะงานประเภทนี้ คือ การใช้อุปกรณ์หัวหนีบนำมาติดตั้งที่ปลายอาร์มของรถแบคโฮเพื่อหนีบวัสดุต่างๆ เช่น หนีบกระดาด เหล็ก เพื่อใช้ในการขนถ่ายขึ้นรถต่อไป

**2.1.5 กลุ่มบริษัทให้เช่ารถแบคโฮ** บริษัทเหล่านี้มักติดต่อซื้อรถแบคโฮจากบริษัทขายรถแบคโฮมือสอง โดยบริษัทให้เช่ารถแบคโฮมักจะเลือกซื้อรถแบคโฮขึ้นกับลักษณะงานและความต้องการของลูกค้า ตัวอย่างบริษัทให้เช่ารถแบคโฮ ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ล้อเพชรโยธการ บริษัทเว้งจักรกลก่อสร้าง จำกัด เป็นต้น การให้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ล้อเพชรโยธการ ได้แก่ บริการให้เช่ารถแทรกเตอร์ เช่ารถหัวเจาะแทรกยางใหม่ เช่ารถแบคโฮ เช่ารถแทร็คเตอร์ เช่ารถบด เช่ารถเขี่ยบ เช่ารถค้ำ เช่ารถบรรทุกติดเครน รับกวดเสาเข็ม เป็นต้น

**2.1.6 ร้านค้าอะไหล่รถแบคโฮในต่างจังหวัด** นอกจากรถแบคโฮมือสองที่จำหน่ายกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ในตลาดรถแบคโฮที่มีการซื้อ-ขาย กันยังประกอบด้วยบริษัทที่มีการจำหน่ายรถแบคโฮที่เป็นรถแบคโฮใหม่ที่น่าเข้าจากต่างประเทศ (รถมือหนึ่ง), รถแบคโฮมือสองที่ใช้แล้วในประเทศไทยซึ่งเกิดจากการประกอบกิจการของธุรกิจต่างๆของกลุ่มลูกค้าและรถแบคโฮมือสองที่น่าเข้าจากต่างประเทศ

ในธุรกิจค้ารถแบคโฮมือสองจำเป็นต้องมีแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบรถแบคโฮ (Supplier) อาทิเช่น แหล่งรถแบคโฮและอะไหล่รถใช้แล้วซึ่งโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มลูกค้าดั่งที่กล่าวมาข้างต้นและการนำเข้ารถใช้แล้วจากญี่ปุ่น ได้แก่

**2.1.6.1 บริษัทรับหมากก่อสร้าง** บริษัทที่ให้เช่ารถแบคโฮ บ่อดินทราย โรงโม้หินและกลุ่มเกษตรกร เป็นแหล่งจำหน่ายรถแบคโฮใช้แล้วให้แก่ธุรกิจค้ารถแบคโฮมือสองได้ เนื่องจากบริษัทเสร็จสิ้นการใช้งานและต้องการเปลี่ยนรถแบคโฮเป็นรุ่นใหม่หรือรถแบคโฮที่ใช้อยู่เก่าและไม่ต้องการซ่อมแซมแล้ว

**2.1.6.2 บริษัทนำเข้ารถแบคโฮมือสองจากญี่ปุ่น** เป็นอีกแหล่งจำหน่ายรถแบคโฮใช้แล้วให้แก่ธุรกิจค้ารถแบคโฮมือสอง ได้แก่ บริษัทไทยยนต์แทรกเตอร์ บริษัทส่งเสริมอิควิปเมนท์ จำกัด

การซื้อขายรถแบคโฮมือสองในตลาดรถแบคโฮจำเป็นต้องอาศัยคนกลางในการส่งผ่านข้อมูลของรถแบคโฮซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดของรถแบคโฮที่มีลักษณะข้อมูลที่จำเพาะเจาะจงกับลูกค้าแต่ละราย มีคำศัพท์เฉพาะทางเทคนิค ทำให้คนกลางเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการทำให้เกิดการซื้อขายรถแบคโฮมือสอง รวมทั้งอะไหล่รถมือสองเช่นกัน คนกลางที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อขายรถแบคโฮมือสอง คือ พนักงานขาย, นายหน้าค้ารถที่อยู่ในเครือข่ายของบริษัท เป็นต้น ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มีความสามารถเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างบริษัทซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสองกับลูกค้า นอกจากการอาศัยคนกลางในการทำให้เกิดการซื้อขายรถแบคโฮแล้ว

บริษัทจำเป็นต้องมีหน้าร้านในการวางโชว์สินค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้ามาติดต่อกับบริษัทด้วยตัวเอง การมีหน้าร้านส่งเสริมให้ลูกค้าสามารถเห็นสินค้าจริงและรับข้อมูลข่าวสารจากทางบริษัทเกี่ยวกับรายละเอียดของรถได้อย่างเต็มที่ ทำให้เกิดการซื้อ-ขายรถได้ในอีกช่องทางหนึ่ง

ระบบการขายรถแบคโฮมือสองในปัจจุบัน ประกอบด้วย

1. การขายเงินสด ซึ่งส่วนใหญ่การซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสองมักเป็นไปในลักษณะนี้
2. เครดิตระยะสั้น 1 สัปดาห์
3. การจัดไฟแนนซ์

## 2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Analysis)

### 2.2.1 ด้านการเมืองและกฎหมาย

การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล อุปกรณ์และส่วนประกอบในไทย ยังคงเป็นไปได้ยาก เนื่องจาก การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมให้มีความสามารถทัดเทียมกับผู้ผลิตเครื่องจักรกลรายใหญ่ๆ ของโลก ประเทศไทยยังขาดการสนับสนุนทั้งในด้านนโยบายและมาตรการทางภาษีภายในประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตเครื่องจักรในประเทศสูงกว่าการนำเข้าเครื่องจักรสำเร็จรูปจากต่างประเทศ เช่น การชำระภาษีหัก ณ ที่จ่ายร้อยละ 3 ขณะที่การนำเข้าชิ้นส่วนหรือชุดควบคุมเครื่องจักรยังต้องเสียภาษีนำเข้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10

ต้นทุนที่ผู้ประกอบการไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการต่างชาติ คือ กฎเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุน ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการชาวต่างชาติ ทำให้สามารถนำเข้าเครื่องจักรสำเร็จรูปจากต่างประเทศโดยสามารถของคืนภาษีในส่วนเครื่องจักรได้ และได้รับสิทธิลดหย่อนทางภาษี

รวมทั้งปัจจัยเกี่ยวกับความไม่แน่นอนทางการเมืองของประเทศไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลบ่อยครั้งในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนของนโยบายทางการเมืองและกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออก โดยเฉพาะนโยบายทางด้านภาษีนำเข้าและส่งออกซึ่งมีความไม่แน่นอนซึ่งมีผลกระทบต่อ การนำเข้าสินค้าเข้าประเทศ แม้สถานการณ์ทางการเมืองมีเสถียรภาพ และมีทิศทางชัดเจนขึ้นแล้วก็ตาม



## 2.2.2 ด้านเศรษฐกิจ


ข้อมูลคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจตลอดปี 2557 และปี 2558 ของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ หอการค้าไทย บ่งชี้ว่าภาวะเศรษฐกิจของโลกที่เกิดการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกาและประเทศในกลุ่มยูโรโซนและเศรษฐกิจของเอเชียที่ยังขยายตัวได้ดีในระดับร้อยละ 5

### ประมาณการภาวะเศรษฐกิจโลก ปี 2557 และ 2558

รายการ	หน่วย	2552	2553	2554	2555	2556	2557F (มี.ค. 57)	2557F (ก.ค. 57)	2558F (ก.ค.57)
การขยายตัวของปริมาณการค้าโลก	%	-10.7	12.6	5.9	2.7	3.0	4.5	4.0	5.3
การขยายตัวทางเศรษฐกิจของโลก	%	-0.7	5.1	3.9	3.1	3.0	3.7	3.4	4.0
- สหรัฐอเมริกา	%	-3.5	2.4	1.8	2.8	1.9	2.8	1.7	3.0
- ยูโรโซน	%	-4.3	2.0	1.4	-0.7	-0.5	1.0	1.1	1.5
- ญี่ปุ่น	%	-6.3	4.5	-0.6	1.4	1.5	1.7	1.6	1.1
- จีน	%	9.1	10.4	9.3	7.7	7.7	7.5	7.4	7.1
- ASEAN 10	%	1.4	8.0	4.8	5.7	5.0	5.2	5.0	5.4
ราคามัถัน	S/bbl.	61.5	77.0	106.7	109.1	105.4	104-109	104-109	106-108

ที่มา: IMF, World Economic Outlook, July 2014 and ADB, Asian Development outlook, 2014

(ASEAN 10 = Indonesia, Malaysia, Philippines, Thailand, Viet Nam, Brunei, Cambodia, Lao, Myanmar, Singapore)

 The center economic and business forecasting

ภาพที่ 2.1 : ประมาณการภาวะเศรษฐกิจโลก ปี 2557 และ 2558

ที่มา : [cebf.utcc.ac.th/upload/report](http://cebf.utcc.ac.th/upload/report)

ประกอบกับเศรษฐกิจไทย ในปี 2557 มีโอกาสขยายตัวประมาณ 2.0-2.5% (โอกาสที่เศรษฐกิจจะขยายตัวมากขึ้นเพียงใด ขึ้นอยู่กับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยที่เป็นรูปธรรม) การส่งออกขยายตัวประมาณ 1.5-2.0% อัตราเงินเฟ้ออยู่ในระดับ 2.3-2.7% ปัจจัยเหล่านี้ยังคงส่งเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมเครื่องจักรกลหนักที่มีโอกาสเติบโตได้

อีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมเครื่องจักรกลหนักในประเทศ คือ การปรับตัวเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของทั้งภาครัฐและเอกชน โดยปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความต้องการเครื่องจักรกลหนัก คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในมิติโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่งและบริการ โลจิสติกส์ นั่นคือ การเชื่อมโยงเครือข่ายการขนส่งที่เชื่อมแหล่งปัจจัยการผลิต ระบบการผลิต ห่วงโซ่การผลิตระหว่าง

ประเทศ และ ประตูล่งออกตามมาตรฐานสากลอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิเช่น การก่อสร้างถนน, รถไฟรางคู่และรถไฟความเร็วสูง เป็นต้น

## 2.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม ( Five – Force Model)

### 2.3.1 อุปสรรคกีดขวางการเข้าสู่อุตสาหกรรม

2.3.1.1 การผูกพันในตราหือ (Brand Loyalty) ในอุตสาหกรรมการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสอง การทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมทั้งความครบครันของรถแบคโฮและอะไหล่ของรถในรุ่นหรือชนิดที่ลูกค้าต้องการอยู่เสมอ (Availability of product) ส่งผลถึงความผูกพันในตัวบริษัทในมุมมองของลูกค้า ดังนั้น หากมีผู้เล่นหน้าใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่อุตสาหกรรม ผู้เข้าใหม่จะเสียเปรียบในแง่ของการผูกพันในบริษัทของลูกค้าน้อยกว่าผู้ประกอบการเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมมานาน

2.3.1.2 เงินลงทุน (Capital requirements) ในอุตสาหกรรมการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสอง จัดว่าเป็น อุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง เพราะรถแบคโฮจัดเป็นเครื่องจักรกลหนักที่มีต้นทุนคงที่ (Fixed cost) สูง ดังนั้น การใช้เงินลงทุนสูง จึงเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรม

2.3.1.3 ข้อได้เปรียบต้นทุนในด้านการเรียนรู้และการมีประสบการณ์ ในอุตสาหกรรมการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสองนั้นเป็นอุตสาหกรรมที่มีความจำเพาะในเรื่องของเครื่องจักรกลและรายละเอียดของชิ้นส่วนเครื่องยนต์พอสมควร ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาก่อนเป็นระยะเวลาาน จึงมีความได้เปรียบมากกว่าผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรม เนื่องจากมีความได้เปรียบในเรื่องของความมีประสบการณ์ ทำให้มีแนวทางทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง เช่น ความสามารถในการหาแหล่งจำหน่ายอะไหล่ชิ้นส่วนที่มีราคาถูก มีแหล่งเงินทุนที่ต้นทุนต่ำ เป็นต้น

### 2.3.2 แรงผลักดันจากผู้ผลิตหรือคู่แข่งที่มีในอุตสาหกรรม

2.3.2.1 ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้า (Switching cost) รถแบคโฮจัดเป็นสินค้าที่มี ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าสูง หากลูกค้าต้องการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าไปใช้สินค้าทดแทน ต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้สูง ต้นทุนเหล่านี้อาจหมายถึง ต้นทุนของอุปกรณ์เครื่องจักรที่ต้องปรับเปลี่ยนเพิ่ม หรือ อาจจะเป็นระบบงานที่ต้องจัดรูปแบบใหม่ ค่าฝึกอบรมและสอนงานให้กับพนักงานเพื่อให้ทำงานตามระบบใหม่ เป็นต้น

2.3.2.2 อุตสาหกรรมการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสอง มีจำนวนคู่แข่งชั้นก่อนข้างมาก ซึ่งการแข่งขันกันใน อุตสาหกรรมต้องวัดที่ขีดความสามารถของแต่ละบริษัท ซึ่งขีดความสามารถที่เป็นข้อได้เปรียบของ อุตสาหกรรมนี้คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา เนื่องจาก ลูกค้ามีความต้องการใช้รถแบคโฮเพื่อทำงานให้เสร็จทันตามกำหนด

2.3.2.3 อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม ถ้าอุตสาหกรรมยังคงเติบโต การแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นจะยังไม่สูงนัก โดยอุตสาหกรรมการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสองจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ยังมีการเติบโต ดังนั้น การแข่งขันในอุตสาหกรรมจึงไม่รุนแรงมากนัก แม้จะมีการซื้อ-ขายรถแบคโฮที่คล้ายคลึงกันในแต่ละบริษัท แต่ความแตกต่างของการให้บริการและการจัดการรถแบคโฮที่เป็นที่ต้องการของตลาด ได้มากกว่าคู่แข่งซึ่งเป็นความสามารถที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ ทำให้อุตสาหกรรมรถแบคโฮ มือสองมีการแข่งขันไม่สูงมากนัก

2.3.2.4 กำดิ่งการผลิตส่วนเกินในอุตสาหกรรมการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสองยังมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรง เนื่องจากในตลาดรถแบคโฮ ยังมีอุปสงค์ของสินค้ามากกว่าอุปทานของสินค้า

2.3.2.5 อุปสรรคของการออกจากตลาด รถแบคโฮจัดเป็นเครื่องจักรกลหนักที่มีลักษณะจำเพาะเจาะจงต่อการประกอบธุรกิจ หากผู้ประกอบการต้องการออกจากอุตสาหกรรม จำเป็นต้องขายกิจการและเครื่องจักรกลที่มีอยู่ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจอื่นๆ โดยทั่วไปได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงยังคงอยู่ในอุตสาหกรรมต่อไป ทำให้เกิดการแข่งกันสูง

### 2.3.3 อำนาจต่อรองของผู้ขาย (ซัพพลายเออร์)

ในอุตสาหกรรมการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสอง มีจำนวนผู้ขายที่มีอยู่จำนวนมาก ดังนั้นอำนาจต่อรองของผู้ขายจึงมีน้อย

### 2.3.4 อำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า

2.3.4.1 ในอุตสาหกรรมการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสอง จำนวนลูกค้าในตลาดมากโดยปริมาณการซื้อขึ้นกับความต้องการใช้งานและข้อมูลที่ลูกค้าได้รับเกี่ยวกับสินค้า ดังนั้นลูกค้าจึงมีอำนาจการต่อรองสูง

2.3.4.2 ความสามารถของผู้ซื้อที่จะมีการรวมกิจการไปด้านหลัง (Backward Integration) คือ ถ้าลูกค้าสามารถผลิตสินค้าได้ด้วยตัวเอง อำนาจการต่อรองจะสูง ซึ่งในอุตสาหกรรมการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสอง ยังพบน้อยรายที่ลูกค้าจะเปลี่ยนมาเป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบเพื่อแข่งขันในตลาด เนื่องด้วย ต้นทุนในการเริ่มต้นธุรกิจที่สูงทำให้เป็นอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรม

2.3.4.3 ต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่นหรือใช้สินค้าของกลุ่มคู่แข่ง (Switching cost) รถแบคโฮจัดเป็นสินค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าสูง หากลูกค้าต้องการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้สูง จึงทำให้อำนาจการต่อรองของลูกค้าต่ำ

### 2.3.5 แรงผลักดันซึ่งเกิดจากสินค้าอื่นๆ ซึ่งสามารถใช้ทดแทนได้

ในอุตสาหกรรมการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสอง ไม่มีสินค้าทดแทน เนื่องจากรถแบคโฮมีลักษณะการทำงานที่เฉพาะเจาะจงที่รถประเภทอื่นไม่สามารถทดแทนได้ รวมทั้งต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าปัจจุบันไปสู่การใช้สินค้าทดแทนที่มีค่าใช้จ่ายสูง อีกทั้งคุณสมบัติการใช้งานของสินค้าทดแทนที่ไม่สามารถทดแทนได้ทั้งหมด ทำให้เกิดแรงกดดันที่เกิดจากสินค้าทดแทนเกิดขึ้นน้อย

## 2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง

ปัจจุบันคู่แข่งทางธุรกิจรถแบคโฮมือสองและการค้าอะไหล่รถกำลังเป็นที่แพร่หลาย บริษัทจึงมีคู่แข่งที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกันอยู่พอสมควร แบ่งเป็น

### 2.4.1 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitors)

คู่แข่งทางตรงของรถแบคโฮมือสอง คือ บริษัทที่จำหน่ายรถแบคโฮมือสองเช่นเดียวกับบริษัท JCT Machinery ตัวอย่างบริษัทที่เป็นคู่แข่งทางการค้า ได้แก่

**2.4.1.1 บริษัท ถวิล แทรกเตอร์** บริษัทจำหน่ายเฉพาะรถแบคโฮมือสอง ทั้งคัน เน้นจำหน่ายเฉพาะรถรุ่นใหญ่ ทำให้มีข้อได้เปรียบมากกว่าบริษัทอื่นที่มีความเชี่ยวชาญในรถแบคโฮรุ่นใหญ่ แต่การจำหน่ายรถรุ่นใหญ่ ราคาสินค้าต่อหน่วยย่อมสูงตามไปด้วย อีกทั้งทางบริษัทไม่มีอะไหล่จำหน่าย ที่ตั้งร้านห่างจากบริษัท JCT Machinery ประมาณ 5 กิโลเมตร ในเขตอำเภอลาดหลุมแก้วถือได้ว่าเป็นบริเวณที่มีทำเลที่ตั้งของร้านที่ดี

**2.4.1.2 บริษัท อุทัยพาณิชย์ 2496 จำกัด** บริษัทจำหน่ายทั้งรถแบคโฮมือสองทั้งคันและจำหน่ายอะไหล่ที่ได้จากการตัดชิ้นส่วนรถ โดยราคาอะไหล่ที่จำหน่ายจะเป็นการจำหน่ายให้กับผู้ใช้โดยตรงด้วยราคาขายปลีก ดังนั้นราคาอะไหล่ของอุทัยพาณิชย์จะมีราคาแพงกว่า JCT Machinery ประมาณ 10-20% ส่วนบริษัท JCT Machinery จำหน่ายอะไหล่ในราคาส่งให้กับร้านค้าที่เป็นพันธมิตร เพื่อให้ร้านค้าที่รับซื้อไปขายต่อทำกำไรเพิ่มได้อีก ที่ตั้งร้านอยู่ห่างจากบริษัท JCT Machinery ประมาณ 10-15 กิโลเมตร จุดเด่นของบริษัท อุทัยพาณิชย์ 2496 จำกัด คือ บริษัทมีสินค้าหลากหลายประกอบด้วยมีประสบการณ์ในธุรกิจยาวนานจึงสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ดี ในส่วนของจุดด้อย คือ อะไหล่รถแบคโฮที่มีราคาแพง

**2.4.1.3 บริษัท พชร แทรกเตอร์ จำกัด** บริษัทจำหน่ายทั้งรถแบคโฮและอะไหล่รถแบคโฮมือสอง แต่เน้นหนักทางด้านอะไหล่รถแบคโฮมือสองมากกว่า

**2.4.1.4 บริษัท สมัยการช่าง จำกัด** บริษัทจำหน่ายรถแบคโฮมือสองทั้งในไทยและรถแบคโฮมือสองจากต่างประเทศแต่ไม่ได้จำหน่ายอะไหล่รถ

**2.4.1.5 บริษัท กิมหุย แทรกเตอร์ จำกัด** บริษัทจำหน่ายรถแบคโฮมือสอง แต่จำหน่าย อะไหล่ใหม่ที่สั่งซื้อจากบริษัทนำเข้ารถแบคโฮในประเทศไทย เช่น บริษัทบางกอก โคมิตซูเซลส์ จำกัด

**2.4.1.6 บริษัท ลาดหลุมแก้ว แทรกเตอร์ จำกัด** บริษัทจำหน่ายรถแบคโฮมือสองและรับซ่อมรถแบคโฮเก่าแต่ไม่มีอะไหล่รถจำหน่าย

**2.4.1.7 บริษัท สากล แทรกเตอร์ จำกัด** บริษัทจำหน่ายรถแบคโฮมือสอง แต่ไม่มีอะไหล่รถจำหน่าย

## 2.4.2 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitors)

คู่แข่งทางอ้อมของบริษัท แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

2.4.2.1 บริษัทใหญ่ที่นำเข้ารถแบคโฮใหม่จากต่างประเทศ เช่น บริษัท บางกอกโคมมิตซูเซลส์ จำกัด ตัวแทนจำหน่ายรถแบคโฮ ยี่ห้อ Komatsu ในประเทศไทย บริษัท เมโทรแมชินเนอรี (เมโทรแคต) เป็นตัวแทนจำหน่ายรถแบคโฮ แคตเตอร์พิลลาร์ (Caterpillar) ในประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งราคาขายรถแบคโฮใหม่แพงกว่าราคาขายรถแบคโฮมือสอง โดยเฉลี่ยประมาณ 40-60% ซึ่งส่งผลดีต่อบริษัท JCT Machinery เนื่องจากสามารถชี้แจงข้อดีในส่วนต่างของราคาขายที่สามารถประหยัดได้ให้แก่ลูกค้า รวมทั้ง การรู้ราคาขายของรถแบคโฮใหม่ทำให้บริษัทสามารถสร้างกลยุทธ์ในการตั้งราคาขายของรถแบคโฮมือสองได้ โดยข้อได้เปรียบของบริษัทนำเข้รถแบคโฮใหม่จากต่างประเทศ คือ บริษัทมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงในด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้จากบริษัทแม่ในต่างประเทศ จึงมีระบบการให้ข้อมูลลูกค้าที่ดี บริษัทมีชื่อเสียงที่ดีจากแบรนด์ที่แข็งแกร่งระดับโลก ทำให้บริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยมีความน่าเชื่อถือสูง ในขณะที่ลูกค้าต้องใช้งบลงทุนสูงเนื่องจากรถแบคโฮมีราคาสูงมาก

2.4.2.2 บริษัทนำเข้รถแบคโฮมือสองจากประเทศญี่ปุ่น ได้แก่

บริษัท ไทยยนต์แทรกเตอร์ จำกัด บริษัทที่นำเข้รถแบคโฮมือสองจากต่างประเทศ อาทิเช่น ประเทศญี่ปุ่น บริษัทจำหน่ายอะไหล่ใหม่ของรถแบคโฮทุกรุ่น

บริษัท ไทย-นิปปอน อีควิปเมนท์ จำกัด บริษัทที่นำเข้รถแบคโฮมือสองจากประเทศญี่ปุ่น โดยการนำรถแบคโฮใช้แล้วจากต่างประเทศมาซ่อมทั้งเครื่องยนต์และทำสีใหม่ทั้งคัน

บริษัท ส่งเสริม อีควิปเมนท์ จำกัด บริษัทนำเข้รถแบคโฮมือสองจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีแต่ไม่จำหน่ายอะไหล่

บริษัท ซี.เอส.มอเตอร์ จำกัด บริษัทนำเข้รถแบคโฮมือสองจากประเทศญี่ปุ่นแต่เน้นการจำหน่ายรถแบคโฮยี่ห้อ Komatsu

บริษัท เอส.เค. อีควิปเมนท์ จำกัด บริษัทนำเข้รถแบคโฮมือสองจากประเทศญี่ปุ่นและจำหน่ายอะไหล่ใหม่

โดยข้อดีของบริษัทนำเข้รถแบคโฮมือสองจากประเทศญี่ปุ่น คือ รถแบคโฮและอะไหล่ที่มี ราคาถูกแต่สภาพตัวรถและเครื่องจักรอยู่ในสภาพที่ดี ในขณะที่ชื่อเสียงของบริษัทนำเข้รถแบคโฮมือสองจากประเทศญี่ปุ่น คือ กระบวนการนำเข้าสินค้ายุ่งยาก ต้องเสียภาษี

## 2.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Analysis)

### 2.5.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรด้วยการประเมินความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) และความสามารถหลักขององค์กร (Core Competency) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

#### 2.5.1.1 ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

บริษัทมีจุดเด่นที่จะใช้กลยุทธ์ คือ การสร้างความแตกต่างทางการบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ได้แก่

2.5.1.1.1 การให้ลูกค้าสามารถทดสอบชิ้นส่วนอะไหล่และรถแบคโฮได้ตามความต้องการของลูกค้า เช่น มอเตอร์ตัวเดินรถแบคโฮซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนรถ การทดสอบเครื่องยนต์ และปั๊มไฮดรอลิก เป็นต้น

2.5.1.1.2 การเลือกรถแบคโฮที่มีคุณภาพดีและอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน ทำให้ประหยัดเวลาและแรงงานคนในการซ่อมบำรุง

2.5.1.1.3 การเลือกรถแบคโฮรุ่นที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาด เพื่อลดจำนวนสินค้าคงคลัง

2.5.1.1.4 การเลือกอะไหล่รถแบคโฮให้ตรงกับรุ่นที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาด เพื่อลดจำนวนสินค้าคงคลัง

จากที่กล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งในด้านราคาและคุณภาพเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งและพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถแบคโฮมือสองของลูกค้า นั่นคือ รถแบคโฮมีคุณภาพคุ้มค่างบราคา

#### 2.5.1.2 ความสามารถหลักขององค์กร (Core competency)

จากการที่บริษัทมีประสบการณ์ในการซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสองอย่างยาวนานเกือบ 20 ปี ทำให้มีความเชี่ยวชาญในเรื่องของรถแบคโฮทั้งคันและด้านเครื่องยนต์ ชิ้นส่วนอะไหล่ของรถแบคโฮ เป็นอย่างดี ในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างไปจากเดิม คือ การตัดแยกชิ้นส่วนอะไหล่ของรถแบคโฮเพื่อจำหน่ายด้วยนั้น ส่งเสริมให้บริษัทสามารถสร้างคุณค่าที่ดีให้กับลูกค้าได้มากขึ้น เพราะนอกจากลูกค้าจะได้ชิ้นส่วนอะไหล่ที่มีคุณภาพจากบริษัทแล้ว ลูกค้ายังจะได้รับการบริการหลังการขายที่ดีอีกด้วย อาทิเช่น การรับประกันอะไหล่ที่เป็นชิ้นส่วนสำคัญ จำพวกเครื่องยนต์ โดยบริษัทมีการรับประกันนาน 1 เดือน เป็นต้น

ด้วยประสบการณ์ในอุตสาหกรรมที่มีอย่างยาวนาน ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบในเรื่องของการมีฐานข้อมูลลูกค้าเป็นจำนวนมาก ซึ่งลูกค้าโดยส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีคุณภาพสำหรับบริษัท คือ กลุ่มลูกค้าที่มีความเชื่อมั่นในคุณภาพของรถแบคโฮมือสองของบริษัทเป็นอย่างดี ซึ่งความสามารถดังกล่าวเป็นความสามารถที่หาได้ยากและคู่แข่งยากจะลอกเลียนแบบในระยะเวลาอันสั้น ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

บริษัท JCT Machinery มีการทำการค้ากับบริษัทค้ารถแบคโฮต่างๆมาเป็นระยะเวลานาน โดยบริษัทที่ทำการค้าร่วมกันด้วยคืออย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานานประมาณ 5-10 ปี บริษัทถือว่าเป็นบริษัทคู่ค้าหรือเป็นพันธมิตรทางการค้า บริษัทที่เป็นพันธมิตรกันนั้นมีข้อดีในด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันในทางธุรกิจ ตัวอย่างเช่น การส่งผ่านลูกค้าให้แก่กัน เกิดขึ้นเมื่อบริษัทเราไม่มีสินค้าที่ลูกค้าต้องการจำหน่าย แต่เมื่อสอบถามไปทางบริษัทคู่ค้ามีสินค้านั้น หรือบางครั้งทางบริษัทเราไปซื้อสินค้าจากบริษัทคู่ค้าเพื่อมาจำหน่ายให้แก่ลูกค้า โดยการค้าเป็นไปอย่างยืดหยุ่นขึ้นอยู่กับแต่ละกรณี บริษัทคู่ค้ามีทั้งเป็นบริษัทที่ค้าขายรถแบคโฮและบริษัทผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างในการทำถนน

ตัวอย่าง บริษัทที่เป็นคู่ค้ากับบริษัท JCT Machinery

- บริษัท A.C.T. Machinery จำกัด
- บริษัท บางกอกมอเตอร์เวิร์ค จำกัด
- บริษัท ช.ทวีก่อสร้าง จำกัด
- บริษัท หาดใหญ่การโยธา จำกัด
- บริษัท ชุมพรการศิลา จำกัด
- บริษัท ไพศาลกรุ๊ป จำกัด
- บริษัท อุดมศิลา จำกัด



## 2.6 การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT

จากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาดธุรกิจการซื้อ-ขายอะไหล่และรถแบคโฮมือสองในประเทศไทย สามารถวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT ได้ดังนี้

### 2.6.1 จุดแข็ง (Strength)

- 2.6.1.1 เป็นผู้นำตลาดรถแบคโฮมือสองในย่านสามโคก จังหวัดปทุมธานี
- 2.6.1.2 มีความสามารถในการจัดการรถแบคโฮมือสองที่มีสภาพดีและมีช่างที่ชำนาญงานที่มีความสามารถในการซ่อมบำรุงเพื่อให้รถแบคโฮอยู่ในสภาพที่พร้อมจำหน่ายต่อไป
- 2.6.1.3 มีประสบการณ์ในธุรกิจเหล่านี้มานานเกือบ 20 ปี
- 2.6.1.4 มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้นำวัตถุดิบประกอบรถ เป็นอย่างดี ทำให้มีสินค้าให้เลือกมากมาย ทางบริษัทสามารถคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพได้ และเนื่องจากบริษัทมีความเชื่อมั่น เชื่อใจ (Trust) ในผู้นำวัตถุดิบทำให้การซื้อ-ขายวัตถุดิบเป็นไปในแนวทางของการตกลงราคาที่เป็นกันเอง
- 2.6.1.5 มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและมีฐานลูกค้าที่มั่นคง โดยลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า
- 2.6.1.6 บริษัทสามารถประหยัดเงินทุน เนื่องจากไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าจากต่างประเทศ

### 2.6.2 จุดอ่อน (Weakness)

- 2.6.2.1 เนื่องจากบางครั้งรถแบคโฮมือสองและชิ้นส่วนอะไหล่บางรุ่นค่อนข้างหายาก เหตุผลจากการที่ไม่มีผู้นำวัตถุดิบจำหน่ายให้เนื่องจากจำเป็นต้องใช้ในงานรับหมากก่อสร้างที่มีอยู่
- 2.6.2.2 โดยส่วนใหญ่ การชำระค่าสินค้าต้องชำระเป็นเงินสดเต็มจำนวน เนื่องจากไม่สามารถติดตาม การชำระเงินเป็นงวดได้ในกรณีที่เป็นลูกค้าใหม่ อาจเป็นอุปสรรคในการซื้อ-ขายได้เนื่องจาก รถแบคโฮมือสองเป็นสินค้าที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง

### 2.6.3 โอกาส (Opportunity)

แนวโน้มความต้องการใช้รถแบคโฮที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวและแนวโน้ม การสนับสนุนจากโครงการของภาครัฐ เช่น โครงสร้างพื้นฐานของประเทศเกี่ยวกับการ

ก่อสร้างสาธารณูปโภค ถนน รถไฟฟ้า รถไฟรางคู่ เป็นต้น รวมทั้งแนวโน้มการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมก่อสร้าง ส่งเสริมให้ธุรกิจรถแบคโฮมือสองที่เป็นพันธมิตรในอุตสาหกรรมก่อสร้างมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง

#### 2.6.4 อุปสรรค (Threat)

ราคาของรถแบคโฮมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจาก ปัจจุบันผู้ซื้อที่มีความต้องการรถอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นไปตามหลักของอุปสงค์และอุปทานของตลาดที่ว่า เมื่อในตลาดมีความต้องการสินค้าสูง ราคาสินค้าย่อมเพิ่มสูงขึ้นตาม



### บทที่ 3

#### แผนการดำเนินงาน/แผนการจัดการ

บริษัท JCT Machinery จำกัด ประกอบธุรกิจซื้อ-ขายรถแบคโฮมือสอง รวมถึงอะไหล่รถแบคโฮมือสอง ตั้งอยู่ริมถนนสายอุดรรักษา บางบัวทอง-บางบัวทอง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยทางคณะผู้บริหาร ได้ทำการศึกษารวมทั้งสำรวจทำเลที่ตั้งและขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

#### 3.1 สถานที่ตั้ง

การเลือกทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจขายรถแบคโฮมือสอง จะพิจารณาจากความเหมาะสมในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

**3.1.1 สภาพแวดล้อม** โดยทั่วไปของตำแหน่งที่ตั้ง บริษัท JCT Machinery จำกัด อยู่ในทำเลที่มีรถผ่านเป็นจำนวนมาก การคมนาคมสะดวก หากลูกค้าเดินทางจากภาคอีสานสามารถเดินทางเข้าสู่ถนนอุดรรักษาได้ง่าย หากเดินทางจากภาคเหนือสามารถเดินทางได้สะดวกโดยใช้เส้นทางวงแหวนตะวันตก

#### 3.1.2 ความสะดวกสบายในการเดินทาง มีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 ระยะทาง 7 กิโลเมตร จากบริษัทถึงมอเตอร์เวย์

3.2.2 ระยะทาง 4 กิโลเมตร จากบริษัทถึงทางด่วนสายบางปะอิน และ

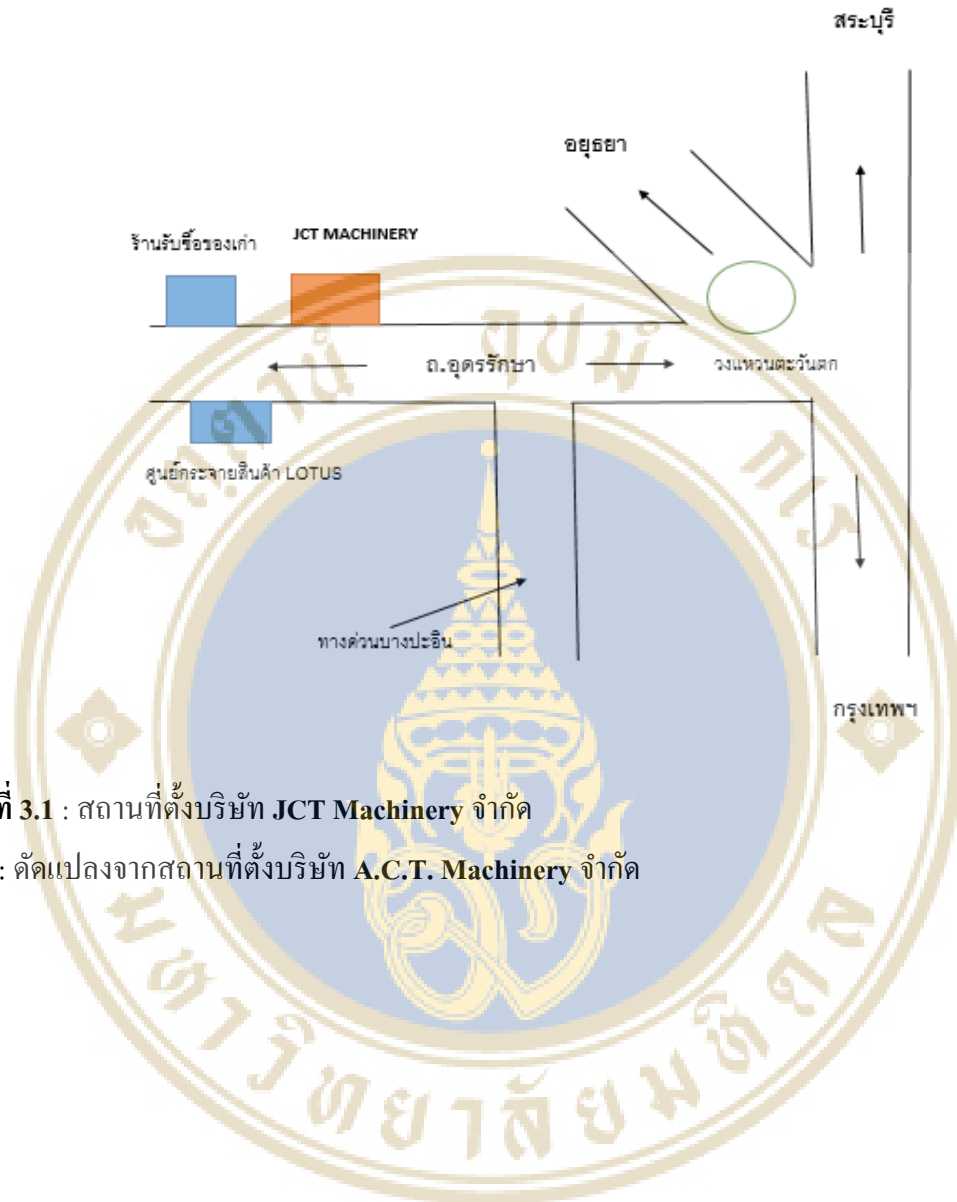
บางไทร

3.2.3 ระยะทาง 10 กิโลเมตร จากบริษัทถึงวงแหวนตะวันตก

3.2.4 ระยะทาง 12 กิโลเมตร จากบริษัทถึงศูนย์อะไหล่เชียงใหม่

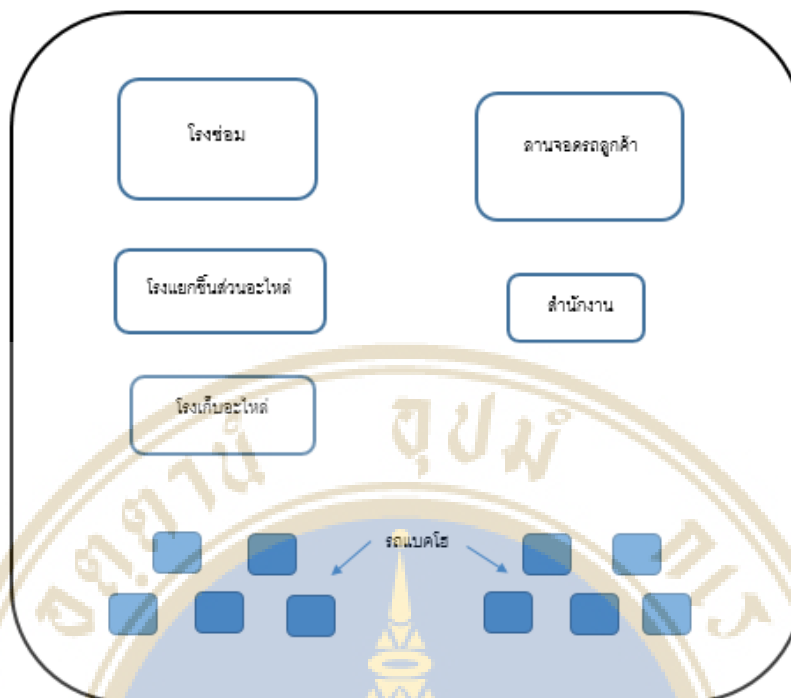
#### 3.1.3 ขนาดพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้งานจะใช้พื้นที่ประมาณ 20 ไร่ ในการประกอบธุรกิจ

### สถานที่ตั้งและแผนผังในร้าน



ภาพที่ 3.1 : สถานที่ตั้งบริษัท JCT Machinery จำกัด

ที่มา : คัดแปลงจากสถานที่ตั้งบริษัท A.C.T. Machinery จำกัด



ภาพที่ 3.2 : แผนผังในร้าน ประกอบด้วยพื้นที่ 20 ไร่

ที่มา : คัดแปลงจากสถานที่ตั้งบริษัท A.C.T. Machinery จำกัด

### 3.2 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

ชื่อบริษัทตั้งขึ้นจากการใช้ตัวอักษรย่อจากชื่อต้นของครอบครัว “ชัยภัทรวี” โดยชื่อมารดา Jutamas (J), ชื่อตัวข้าพเจ้า Chutisa (C), ชื่อบิดา Thawitchai (T) จึงเป็นตัวอักษรรวมกันเป็น JCT จึงกลายเป็นชื่อบริษัท JCT Machinery Limited ป่งบอกว่า เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับรถแบคโฮและเครื่องจักรกลหนักมือสอง

ในการทำธุรกิจชื่อ-ขายรถแบคโฮมือสอง ซึ่งมีการจดทะเบียนเป็นรูปแบบบริษัทและสามารถแสดงสัดส่วนผู้ร่วมลงทุน ได้ตามตาราง

ตารางที่ 3.1 : สัดส่วนของผู้ถือหุ้น

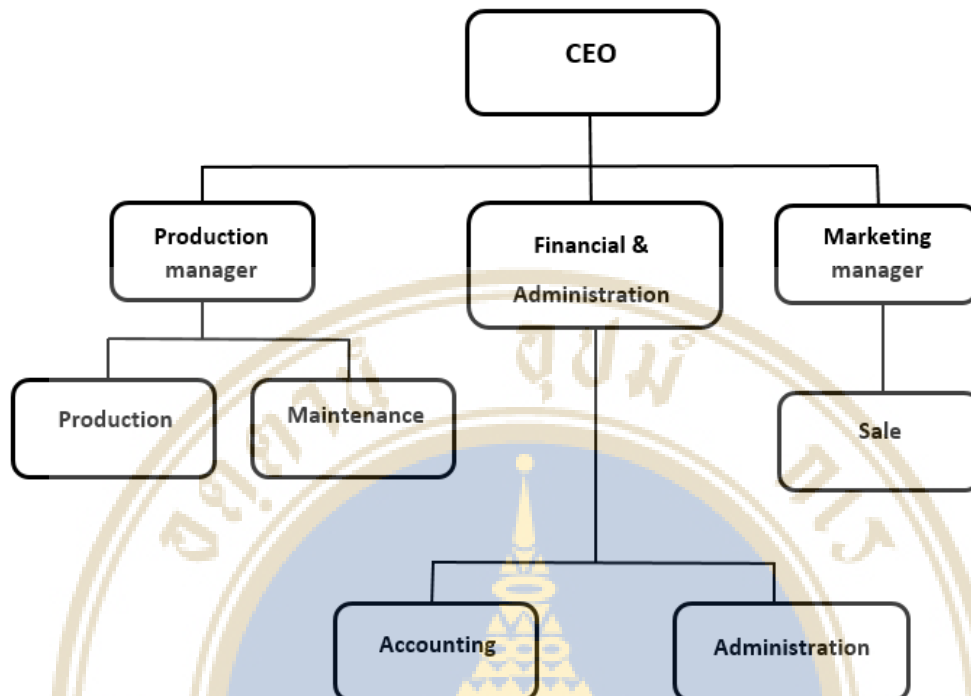
ผู้ถือหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น	จำนวนหุ้น	จำนวนเงิน (บาท)
1.รวิชัย ชัยภัทรวี	30%	300	3,000,000
2.ชุตินา ชัยภัทรวี	20%	200	2,000,000
3.ดิศพล ศุภพิศ	20%	200	2,000,000
4.ทัยวี สนิทสม	20%	200	2,000,000
5.เพชร ศรีโสภา	10%	100	1,000,000
รวม	100%	1000	10,000,000

สำหรับโครงสร้างองค์กรภายในมีวิธีการจัดกลุ่มงานที่มีลักษณะเหมือนกันเข้าภายใต้แผนกเดียวกัน (Departmentalization by Function) ซึ่งเหมาะสำหรับบริษัทที่เป็นองค์กรใหม่ ภาระงานไม่ซับซ้อน

#### การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ทางบริษัทจะทำการคัดเลือกพนักงาน โดยให้ความสำคัญกับประสบการณ์การทำงานและความเชี่ยวชาญในเชิงเทคนิคในตำแหน่งของช่างผู้ชำนาญการ นโยบายของบริษัทจะมีการทดลองงานของพนักงานเป็นเวลา 4 เดือน เพื่อทำการสอนงานและทดสอบพนักงาน

### 3.3 โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 3.3 : แผนผังขององค์กร

ที่มา : มัทนพร พัดน้อยและอุดมศักดิ์ สิงห์กุล. (2553). แผนธุรกิจการประกอบและจัดจำหน่ายรถบรรทุกมือสองนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น.

#### 3.3.1 หน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่งของงาน (Job Description)

##### 3.3.1.1 ผู้บริหารระดับสูง (Chief Executive Officers)

- เป็นผู้วางแผนงานของบริษัท โดยการกำหนดพันธกิจของบริษัท  
เป้าหมาย กลยุทธ์ แผนงาน วิธีการปฏิบัติงานตลอดจนการประเมินผลและการควบคุมการทำงานร่วมกับฝ่ายต่างๆของบริษัท

- มอบหมายอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงาน

- ประสานงานให้ทุกฝ่ายทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

##### 3.3.1.2 ผู้จัดการฝ่ายผลิต (Production Manager)

- กำหนดนโยบายและวางแผนด้านการผลิต รวมทั้งกำหนดระบบงานการผลิตให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของบริษัท

- ควบคุมและตรวจสอบการผลิตให้ได้มาตรฐานตรงตามแผนงานและนโยบายของบริษัท

- ควบคุมและตรวจสอบการซ่อมบำรุงให้ได้มาตรฐานตรงตามแผนงาน  
และนโยบายของบริษัท

- อบรมพนักงานในส่วนของการผลิตให้มีความรู้ความสามารถ
- อบรมพนักงานในส่วนของการซ่อมบำรุงให้มีความรู้ความสามารถ
- วางแผนและจัดทำแผนตามการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ
- ปรับปรุงหรือแก้ไขเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆเพื่อให้อยู่ในสภาพที่

สมบูรณ์พร้อมใช้งานและปลอดภัย

### 3.3.1.3 ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน

- กำหนดให้สอดคล้องกับนโยบายและวางแผนงานด้านบัญชีและการเงิน  
รวมทั้งกำหนดระบบบัญชีและการเงินให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของบริษัท

- ควบคุมการจัดทำบัญชีและตรวจสอบการปิดบัญชีของบริษัทในแต่ละ  
งวดให้ถูกต้องและเป็นไปตามแนวทางการดำเนินงานของบริษัท

- ควบคุมและตรวจสอบการจัดทำงบการเงิน งบดุล งบกำไรขาดทุน และ  
รายงานทางบัญชีต่างๆ

- ควบคุมและตรวจสอบการรับ-จ่ายเงินของบริษัท โดยตรวจสอบการ  
ออกใบเสร็จการบันทึกบัญชี เอกสารการเบิกจ่าย และรายงานทางการเงินให้ถูกต้องตรงกัน

- ควบคุมการจัดทำงบประมาณของบริษัท และตรวจสอบดูแลการใช้  
งบประมาณให้ถูกต้องและเป็นไปตามแผนงบประมาณที่วางไว้

- ควบคุมการจัดทำรายงานภาษีอากรเพื่อนำส่งหน่วยงานราชการที่  
เกี่ยวข้อง

- สรุปผลการทำงานให้กับผู้จัดการทั่วไป

### 3.3.1.4 ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

- ร่วมกับผู้จัดการทั่วไปในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ แผนงาน วิธี  
ปฏิบัติงานของฝ่ายการตลาด โดยยึดพันธกิจและเป้าหมายของบริษัทเป็นหลัก

- วางแผนการตลาด การกำหนดกลุ่มลูกค้า การส่งเสริมการขายของแต่ละ  
กลุ่มให้สอดคล้องกัน

- ประสานงานกับฝ่ายต่างๆในการปฏิบัติงานและสรุปความเป็นไปของ  
สถานะตลาดให้ผู้จัดการทั่วไปทราบ

- ควบคุมแผนงานส่งเสริมการขายให้เป็นไปตามแผนงานและกระตุ้น  
ยอดขายให้เป็นไปตามยอดขายที่กำหนดไว้



- ทำการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
- สรุปผลการทำงานและยอดขายของบริษัทร่วมกับพนักงานทั่วไป

### 3.4 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและการจัดการทั่วไป

ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานบุคคล สามารถแสดงรายละเอียด ได้ดังนี้

ตารางที่ 3.2 : ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของบริษัท

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (ต่อเดือน)
ผู้บริหารสูงสุด	1 ตำแหน่ง	60,000
ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน	1 ตำแหน่ง	40,000
ผู้จัดการฝ่ายการผลิต	1 ตำแหน่ง	40,000
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1 ตำแหน่ง	40,000
พนักงานขาย	2 ตำแหน่ง	30,000
ช่างสี	2 ตำแหน่ง	20,000
ช่างซ่อมเครื่องยนต์	2 ตำแหน่ง	35,000
รวม	10 ตำแหน่ง	265,000

### 3.5 กระบวนการในการให้บริการ/จัดจำหน่าย

#### 3.5.1 ขั้นตอนการทำงาน (Business Process)

3.5.1.1 ลูกค้าเดินทางมาดูรถที่บริษัทโดยตรงตามข้อมูลที่บริษัทเสนอไป โดยอาศัยคนกลาง เช่น พนักงานขายประจำร้านและนายหน้าที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัท เมื่อลูกค้าตัดสินใจเลือกรถแบบไฮมือสอง ต่อมาจึงมีการทดลองรถโดยช่างผู้ชำนาญงาน ช่างจะทดสอบระบบต่างๆ เช่น เครื่องยนต์ ปัมป์ไฮดรอลิก ระบบการขับเคลื่อน ระบบไฟฟ้า โดยที่ลูกค้าสามารถติดตามการทำงานของรถตลอดการทดสอบประสิทธิภาพการทำงานของรถ

3.5.1.2 กิจกรรมหลักของธุรกิจ คือ การเลือกสินค้ารถแบบไฮมือสองที่ดี มีคุณภาพจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) บางกรณีอาจเป็นผู้รับเหมาที่เลิกใช้รถแบบไฮแล้วจึงเสนอขายโดยตรงกับบริษัท บริษัทจะจัดช่างผู้ชำนาญงานไปทดสอบรถแบบไฮถึงสถานที่ จากนั้นจึงทำการตกลงราคาตามรุ่นของรถ ต่อมาทางบริษัทจะเรียกรถขนส่งเพื่อขนส่งรถจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบมายังบริษัท

3.5.1.3 เมื่อรถแบบไฮถูกขนส่งมายังบริษัทแล้ว บริษัทจะทำความสะอาดรถแบบไฮ ในทันที จากนั้นแผนกช่างทำการตรวจเช็คระบบโดยละเอียดว่าควรซ่อมที่จุดใดบ้าง ขั้นตอนเหล่านี้ใช้ระยะเวลา 7 วัน หลังจากนั้นจึงจัดวางเพื่อจำหน่ายต่อไป บางกรณีถ้าลูกค้าสนใจซื้อรถแบบไฮ บริษัทอาจดำเนินการเรื่องการทำสีซึ่งขั้นตอนการทำสีใช้ระยะเวลา 5 วัน

3.5.1.4 เมื่อตกลงราคากันเรียบร้อยแล้วลูกค้าชำระเงินตามขั้นตอนต่อไป คือการขนส่ง โดยทางบริษัทจะเรียกรถขนส่ง (เทลเลอร์) ขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ขึ้นกับขนาดของรถแบบไฮ ถ้าเป็นการขนส่งภายในกรุงเทพและปริมณฑล บริษัทให้บริการค่าขนส่งฟรี ถ้าเป็นการขนส่งไปต่างจังหวัดบริษัทจะคิดค่าขนส่งตาม ระยะทางของปลายทางของลูกค้า ซึ่งรถขนส่งที่บริษัทใช้ เป็น รถขนส่งที่ได้มาตรฐานเรื่องความปลอดภัย

3.5.1.5 กรณีที่ลูกค้าต้องการชิ้นส่วนอะไหล่ของรถแบบไฮเพิ่มเติม อาทิ เช่น บูม อาร์ม ให้ยาวกว่าขนาดมาตรฐาน บริษัทสามารถปรับเปลี่ยนให้ได้ตามต้องการ

### 3.5.2 การบริการ

ทางบริษัทจะมีการให้บริการเสริมแก่ลูกค้า สำหรับลูกค้าที่ซื้อรถแบคโฮ อาทิเช่น

3.5.2.1 เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง

3.5.2.2 เปลี่ยนถ่ายน้ำมันไฮดรอลิก

3.5.2.3 รับประกันเครื่องยนต์และปั้ม 1 เดือน นับจากวันที่จำหน่าย

3.5.2.4 หากลูกค้าซื้อรถแบคโฮตั้งแต่ 3 คันขึ้นไป บริษัทจะบริการตรวจสอบระบบการเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน โดยไม่คิดค่าบริการ เป็นระยะเวลา 3 เดือน

3.5.2.5 กรณีที่เกิดปัญหารถแบคโฮทำงานไม่ได้ ทางบริษัทจะเปลี่ยนรถแบคโฮ คันใหม่ให้ภายใน 7 วัน

### 3.5.3 บริการหลังการขาย

3.5.3.1 ให้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องใหม่

3.5.3.2 ให้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันไฮดรอลิก ลูกค้าที่ซื้อรถแบคโฮมือสองไปทุกคันจะต้องมีการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง น้ำมันไฮดรอลิก เปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่อง ทางบริษัทจะคิดค่าบริการเฉพาะค่าน้ำมันเครื่อง น้ำมันไฮดรอลิกและไส้กรองต่างๆ โดยไม่คิดค่าแรงในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน ซึ่งราคาน้ำมันเครื่องและน้ำมันไฮดรอลิก ไส้กรองนั้นแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเกรดของน้ำมันและเครื่องยนต์ที่ลูกค้าซื้อ

3.5.3.3 ให้บริการรับจดทะเบียนรถแบคโฮ โดยรถแบคโฮทุกคันที่ซื้อจะต้องทำการจดทะเบียนเพื่อให้ ถูกต้องตามกฎหมายของกรมการขนส่งทางบก ดังนั้น ลูกค้าที่ต้องการจะให้ทางบริษัทจดทะเบียนรถแบคโฮสามารถให้บริการได้ โดยทางบริษัทมีบริษัทรับจดทะเบียนให้อีกต่อหนึ่งเพื่อความสะดวกรวดเร็ว

3.5.3.4 ให้บริการรับแลกรถแบคโฮเก่าจากลูกค้าที่นำรถมาแลกรถแบคโฮของบริษัท ซึ่งจะช่วยเหลือเงินของลูกค้าที่ไม่ต้องจ่ายเงินก้อนใหญ่ เช่น ราคารถแบคโฮของบริษัท ราคา 500,000 บาท ส่วนรถแบคโฮของลูกค้าเมื่อตีราคาประมาณ 200,000 บาท ลูกค้าเพิ่มเงิน 300,000 บาท

### 3.5.4 บุคลากรของบริษัท

3.5.4.1 ทีมผู้บริหาร ประกอบด้วย ผู้บริหารหลักที่มีความสามารถและประสบการณ์ใน ธุรกิจรถแบคโฮมือสองมาอย่างยาวนานประมาณ 20 ปี ผู้บริหารมีความรู้ในด้าน เครื่องยนต์ การดูแลรักษาโดยรวมของรถแบคโฮ รวมถึงมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และมีพันธมิตรทางธุรกิจ ถือได้ว่าเป็นส่วนที่สำคัญในธุรกิจซึ่งสามารถนำความได้เปรียบและประสบการณ์เหล่านี้ มาเป็นประโยชน์ในการบริหารธุรกิจจัดจำหน่ายรถแบคโฮมือสอง

3.5.4.2 พนักงานทั่วไป คัดเลือกจากบุคคลที่มีความประสบการณ์ในด้านต่างๆ เช่น ช่างประกอบรถแบคโฮ ช่างทำสีปะผุ ช่างเครื่องยนต์ สามารถซ่อมเครื่องยนต์ได้อย่างชำนาญงาน เพื่อให้สินค้าได้ตามมาตรฐาน รวมทั้งการจัดสวัสดิการให้กับพนักงานโดยตอบสนองความต้องการ ขั้นพื้นฐานเกี่ยวกับปัจจัยสี่ให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

3.5.4.3 พนักงานขาย คัดเลือกจากบุคคลที่มีความประสบการณ์ในด้านการขายรถ แบคโฮอย่างน้อย 3 ปี สามารถสื่อสารข้อมูลเฉพาะทางเทคนิคให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

### 3.5.5 การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ทางบริษัทจะทำการคัดเลือกพนักงาน โดยให้ความสำคัญกับประสบการณ์การทำงาน และความเชี่ยวชาญในเชิงเทคนิคในตำแหน่งของช่างผู้ชำนาญการ นโยบายของบริษัทจะมีการทดลองงานของพนักงานเป็นเวลา 4 เดือน เพื่อทำการสอนงานและทดสอบพนักงาน

## 3.6 การดำเนินงานด้านอุปกรณ์

### อุปกรณ์ในการใช้งาน

- 1.รถโฟล์คลิฟท์ขนาด 3 ตัน 1 คัน
- 2.แท่นอัดแรงไฮดรอลิก
- 3.เครื่องปั๊มลม 1 ชุด
- 4.เครื่องฉีดน้ำแรงดันสูง 2 เครื่อง
- 5.ชุดตัดแก๊ส 2 ชุด
- 6.ชุดสว่านเจาะ 2 ชุด
- 7.เครื่องเจียร 3 ชุด
- 8.ชุดเครื่องมือขันน็อต 2 ชุด (ขนาดใหญ่)
- 9.รถแบคโฮใช้สำหรับยก PC200-5 จำนวน 1 คัน

## 10. เครื่องเชื่อม 1 เครื่อง

### 3.7 แผนฉุกเฉิน

#### 3.7.1 กรณีความต้องการในการซื้อรถแบคโฮมือสองและชิ้นส่วนอะไหล่ที่เพิ่มมากขึ้น

3.7.1.1 เมื่อความต้องการในการซื้อรถแบคโฮมือสองที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ทางบริษัทอาจไม่สามารถปรับปรุงสภาพรถแบคโฮได้ทันต่อความต้องการของลูกค้า เนื่องจากช่างชำนาญงานของบริษัทมีจำนวนน้อย ทางบริษัทสามารถแก้ไขได้โดยการใช้ Outsources ช่างจากบริษัทที่เป็นพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญในการปรับปรุงสภาพรถ เพื่อเป็นการเพิ่มกำลังการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า โดยการว่าจ้างช่างจากภายนอกบริษัท จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับทางบริษัทพันธมิตรและตัวช่างมากกว่าปกติในอัตรา 1.5 เท่าของค่าแรงปกติ

3.7.1.2 เมื่อความต้องการในการซื้อรถแบคโฮมือสองที่เพิ่มมากขึ้น ในบางครั้ง ทางบริษัท ไม่มีรถแบคโฮในรุ่นหรือสีที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทางบริษัทแก้ไขโดยการส่งผ่านลูกค้าไปให้กับบริษัทคู่ค้าใกล้เคียง โดยที่ทางบริษัทจะคิดค่านายหน้าในการส่งผ่านลูกค้ากับ บริษัทคู่ ค้าด้วยในอัตรา 10-30%ของราคารถแบคโฮ ขึ้นอยู่กับการตกลงกันและเงื่อนไขทางการค้า โดยมีการทำข้อตกลงเจรจาว่าในกรณีที่เมื่อลูกค้าต้องการซื้อรถแบคโฮที่บริษัทคู่ค้าไม่มีจำหน่ายบริษัทคู่ค้าจะส่งผ่านลูกค้ามายังบริษัทของเราเช่นกัน

3.7.2 เมื่อความต้องการในชิ้นส่วนอะไหล่ของรถแบคโฮมือสองที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ทาง บริษัทไม่มีอะไหล่ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในทันที ทางบริษัทแก้ไขโดยการส่งผ่านลูกค้าไปให้กับบริษัทคู่ค้าใกล้เคียง โดยที่ทางบริษัทจะคิดค่านายหน้าในการส่งผ่านลูกค้ากับบริษัทคู่ค้าด้วย ในอัตรา 10%ของราคาชิ้นส่วนอะไหล่รถแบคโฮ โดยมีการทำข้อตกลงเจรจาว่าในกรณีที่เมื่อลูกค้าต้องการซื้อชิ้นส่วนอะไหล่ที่บริษัทคู่ค้าไม่มีจำหน่าย บริษัทคู่ค้าจะส่งผ่านลูกค้ามายังบริษัทของเราเช่นกัน

#### 3.7.3 กรณีที่รถแบคโฮในประเทศญี่ปุ่นมีราคาสูงขึ้น

เนื่องจากทางบริษัทประกอบธุรกิจเกี่ยวกับรถแบคโฮมือสองซึ่งบางกรณีมีรถแบคโฮที่รับซื้อจากประเทศญี่ปุ่น ประกอบกับประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดรถแบคโฮเก่าที่ใหญ่มากในปัจจุบัน ดังนั้น หากราคารถแบคโฮในประเทศญี่ปุ่นมีราคาสูงขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อราคาขายรถแบคโฮมือ

สอง โดยส่งผลทำให้กำไรที่ได้จะลดน้อยลงตามไปด้วย ดังนั้น แผนที่รองรับผลกระทบดังกล่าว คือ การหาตลาดรถเก่าที่อยู่ในประเทศอื่น เช่น ประเทศจีน, ประเทศเกาหลี เป็นต้น แต่ข้อจำกัดของรถแบคโฮเก่าที่มาจากประเทศอื่น คือ ชื่อเสียงด้านคุณภาพของรถที่ยังไม่เป็นแพร่หลายมีผลต่อความเชื่อมั่นและการตัดสินใจซื้อของลูกค้า



## บทที่ 4

### แผนการตลาด

#### 4.1 การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation)

บริษัท JCT Machinery จำกัด มีการแบ่งส่วนตลาด ทำให้เห็นความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนในแต่ละส่วนของตลาด โดยทางบริษัทได้แบ่งส่วนตลาดโดยใช้ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์-อาชีพและรายได้เป็นปัจจัยหลักและปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์เป็นปัจจัยรองซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและอัตราการใช้รถแบคโฮมือสอง การแบ่งส่วนตลาดทำให้บริษัทนำไปวางแผนในส่วนของกลุ่มทางการตลาดได้เหมาะสมต่อไป

#### 4.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target market)

##### 4.2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary Customer)

###### 4.2.1.1 ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

- รับเหมาทำถนน
- รับเหมาขุดสระ
- รับเหมาก่อสร้าง
- รับเหมาก่อสร้างบ้าน, คอนโด
- ร้านขายของเก่า

4.2.1.2 ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจขายหิน, ดิน, ทราย มีความจำเป็นต้องใช้รถขุด รถตักในการขนวัสดุขึ้นรถสิบล้อ

##### 4.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary Customer)

กลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้าจากต่างจังหวัดเพื่อหาซื้อรถแบคโฮตามสภาพ จากนั้นนำไปปรับปรุงใหม่ เพื่อนำรถแบคโฮที่ปรับปรุงสภาพแล้วไปจำหน่ายต่อ หรือบางกรณีโรงงานผลิตรถ

เกี่ยวกับความต้องการซื้อชิ้นส่วนช่วงล่างของรถแบคโฮ เพื่อปรับปรุงสภาพเป็นรถเกี่ยวนาข้าว อาทิเช่น Komatsu PC 120-1

### 4.3 กลยุทธ์ทางการตลาด (Market Strategy)

#### 4.3.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)

รถแบคโฮมือสองที่เป็นรถนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ธุรกิจการเกษตรและอุตสาหกรรมต่างๆอย่างแพร่หลาย ด้วยคุณสมบัติในด้านคุณภาพของสินค้า อาทิ ยี่ห้อ Komatsu, Kobelco มีความแข็งแรง ทนทานมากกว่ารถแบคโฮที่ผลิตจากประเทศอื่นๆ มีลูกค้าเพียงบางกลุ่มที่ไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้า บริษัท JCT Machinery จำกัด จึงมีมาตรการการรับประกันสินค้าในส่วนของเครื่องยนต์และปั๊มไฮดรอลิก เป็นเวลา 1 เดือน นับจากวันที่ส่งมอบรถ ส่วนการรับประกันอะไหล่เก่า บริษัทจะรับประกัน 7-10 วันเท่านั้น โดยมีเอกสารยืนยันการรับประกันสินค้า เป็นต้น

ในกรณีที่ลูกค้าต้องการรถแบคโฮบางรุ่นที่ทางบริษัท JCT Machinery ไม่มีจำหน่าย บริษัทจะทำการจัดหาให้โดยการติดต่อบริษัทที่เป็นพันธมิตรเพื่อจัดซื้อรถแบคโฮนั้นๆมาจำหน่ายให้แก่ลูกค้าแต่ละราย ระยะเวลาการดำเนินการภายใน 7 วัน เพื่อให้สามารถตอบสนองได้ทันตามความต้องการของลูกค้า

บริษัท JCT Machinery จำกัด จัดจำหน่ายในส่วนของรถแบคโฮประเภทแขนมาตรฐานเป็นสำคัญเนื่องจากเป็นรถชุดที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าและอะไหล่ของรถประเภทนี้สามารถขายได้ง่าย เพราะเป็นอะไหล่รถที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

บริษัท JCT Machinery จำกัด จัดจำหน่ายในส่วนของรถแบคโฮมือสองใน 2 ลักษณะคือ

1. จัดจำหน่ายรถแบคโฮมือสองทั้งคัน
2. จัดจำหน่ายอะไหล่รถแบคโฮมือสอง

#### 4.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

บริษัทมีหลักเกณฑ์การตั้งราคาสินค้า การตั้งราคาในส่วนที่เป็นกำไรของสินค้า โดยคำนวณจากต้นทุนเฉลี่ยซึ่งเป็นผลรวมของต้นทุนสินค้า+ต้นทุนดำเนินงาน 10% บวกกับกำไรถัวเฉลี่ย 20% ได้เป็นราคาขายของสินค้า โดยแบ่งตามประเภท,รุ่น และยี่ห้อของรถแบคโฮ



**ตารางที่ 4.1 : ราคาเฉลี่ยรถแบคโฮ KOMATSU (หน่วย : บาท)**

ประเภท	ต้นทุนเฉลี่ย	กำไร 20%	ราคาขาย	ราคากลาง	ถูกกว่า
PC 60-5	650,000	130,000	780,000	800,000	20,000
PC 120-1	700,000	140,000	840,000	850,000	10,000
PC 120-2	750,000	150,000	900,000	950,000	50,000
PC120-5	900,000	180,000	1,080,000	1,100,000	20,000
PC 200-1	500,000	100,000	600,000	650,000	50,000
PC 200-2	550,000	110,000	660,000	680,000	20,000
PC 200-3	720,000	144,000	864,000	900,000	36,000
PC 200-5	1,200,000	240,000	1,444,000	1,500,000	56,000

**ตารางที่ 4.2 : ราคาเฉลี่ยอะไหล่รถแบคโฮ KOMATSU (หน่วย : บาท)**

ประเภท	ต้นทุนเฉลี่ย	กำไร 20%	ราคาขาย	ราคากลาง	ถูกกว่า
เครื่องยนต์	150,000	30,000	180,000	200,000	20,000
ปั๊มไฮดรอลิก	70,000	14,000	84,000	85,000	1,000
โซ่+แผ่น	120,000	24,000	144,000	150,000	6,000
มอเตอร์สวิง + เกียร์สวิง	50,000	10,000	60,000	70,000	10,000

#### 4.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

4.3.3.1 สถานที่ตั้งบริษัท บริษัท JCT Machinery จำกัด ตั้งอยู่ที่ถนนอุดรรักษา อำเภอสามโคก ตำบลคลองควาย จังหวัดปทุมธานี เป็นถนนสายหลักที่เชื่อมระหว่างบางปะอินกับบางบัวทอง ซึ่งที่ตั้งบริษัทตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ฝั่งตรงข้ามกับศูนย์กระจายสินค้าโลตัสและปั๊มน้ำมันบางจาก หากเดินทางมาจากภาคใต้สามารถลงทางด่วนแล้วเลี้ยวซ้ายข้ามสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา ระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร จะถึงที่ตั้งของบริษัท JCT Machinery จำกัด ซึ่งลูกค้าสามารถเดินทางไป-มาได้สะดวก

สถานที่ตั้งยังเป็นสถานที่โปร่ง โล่ง ไม่มีสิ่งกีดขวางทัศนียภาพของบริษัท สามารถจัดตั้งรถแบคโฮได้ภายในเนื้อที่ 2 ไร่ ด้านหน้าติดถนนใหญ่ ด้านข้างของบริษัทติดกับร้านรับซื้อของเก่าและเศษเหล็ก จึงเป็นข้อได้เปรียบของร้านด้านความสะดวก เมื่อบริษัทมีการตัดรถแบคโฮสามารถแยกชิ้นส่วนอะไหล่ส่วนที่เหลือที่เรียกว่าเศษเหล็กจำหน่ายให้ร้านดังกล่าวได้ทันที

ด้านหลังของบริษัทเป็นสำนักงานขนาดกลาง อีกส่วนหนึ่งภายในบริษัทเป็นส่วนซ่อมบำรุงและแผนกสี ส่วนนี้ทำหน้าที่ในการปรับปรุงและตกแต่งรถแบคโฮให้อยู่ในสภาพที่สวยงามและนำใช้งาน ส่วนสุดท้ายเป็นส่วนอเนกประสงค์สำหรับตัดรถแบคโฮและแยกชิ้นส่วนอะไหล่

จากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าบริษัทตั้งอยู่ในทำเลที่ดี ลูกค้าสามารถมองเห็นรถแบคโฮได้โดยสะดวกและสะดวกต่อลูกค้าที่พบเห็น อีกทั้งการคมนาคมเมื่อเดินทางมาที่บริษัทนั้นมีความสะดวกสบาย โดยรูปแบบการค้าเป็นแบบ Business to customer คิดเป็นร้อยละ 70 และ Business to business คิดเป็นร้อยละ 30 การจำหน่ายนั้นจะเน้นตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลักและภาวะตลาดในขณะนั้น เช่น ลูกค้ามีความต้องการใช้รถแบคโฮ รุ่น KOMATSU PC 120-5 มากกว่ารุ่น PC 120-1 บริษัทจะมีการสต็อกรุ่น PC 120-5 มากกว่า เป็นต้น

4.3.3.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อบริษัทซื้อรถแบคโฮมือสองมาแล้วตามราคาที่พอใจ ขั้นตอนต่อไป คือ นำรถมาวิเคราะห์สภาพโดยรวมว่าจะต้องซ่อมส่วนใดบ้าง โดยช่างผู้ชำนาญงานของบริษัท จะมีใบส่งซ่อมเป็นรายการออกมา ใช้เวลาในการซ่อมแซมและพ่นสีประมาณ 7-15 วัน ขึ้นอยู่กับสภาพของรถแบคโฮ รถแบคโฮมือสองส่วนใหญ่ที่ทางบริษัทซื้อมานั้นอยู่ในสภาพที่ดี นั่นคือ เครื่องยนต์,ปั๊มไฮดรอลิก,ช่วงล่างของรถ จะไม่ค่อยเสียหายมากนัก ส่วนที่บริษัทต้องปรับปรุงซ่อมแซมมาก คือ ตัวถังรถ มักมีสนิมที่เสียหายจากการใช้งาน ทำให้รูปลักษณ์รถแบคโฮไม่น่าใช้

รถแบคโฮ คิดเป็นร้อยละ 50 ของรถแบคโฮทั้งหมด จะยังไม่ซ่อมจนกว่าจะมีการซื้อขาย เพราะลูกค้าต้องการดูสภาพเดิมของรถก่อน ถ้ามีการทำสีไปแล้ว บางกรณีลูกค้าจะเกิดความไม่แน่ใจและไม่มั่นใจต่อสินค้า ลูกค้าส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 80 ต้องการรถแบคโฮในสภาพเดิมก่อน หลังจากซ่อมเสร็จแล้ว บริษัทจึงนำรถออกมาโชว์หน้าร้าน

#### 4.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

เนื่องจากบริษัทยังไม่เป็นที่รู้จักจึงจำเป็นต้องเลือกใช้การสื่อสารทางการตลาดในหลายรูปแบบ ดังนี้

4.3.4.1 มีการสร้างเว็บไซต์เพื่อเป็นการแนะนำสินค้าและให้รายละเอียดสินค้าแต่ ละรุ่นและชิ้นส่วนอะไหล่ว่าทางบริษัทมีหรืออะไรจำหน่ายบ้าง รวมทั้งการบริการหลังการขาย

### อะไหล่รถแบคโฮมือสองสภาพดี



ภาพที่ 4.1 : ตัวอย่างอะไหล่รถแบคโฮที่ประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์

ที่มา : <http://www.thaitractor.com>

### รถแบคโฮมือสองสภาพดี



ภาพที่ 4.2 : ตัวอย่างรถแบคโฮที่ประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์

ที่มา : <http://www.thaitractor.com>

4.3.4.2 ทำจดหมายเชิญชมสินค้าที่บริษัททุก 2-3 เดือน โดยแนะนำในจดหมายและแนบรายละเอียดสินค้าไปด้วย

4.3.4.3 ส่งข้อเสนอรายละเอียดแนะนำสินค้าถึงลูกค้าผ่านทางอีเมลล์

4.3.4.4 มีการจ้างพนักงานขายในการนำเสนอลูกค้าเพื่อจัดจำหน่ายสินค้า โดยในระยะเริ่มต้นจะเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัทก่อน

การส่งเสริมการตลาดในส่วนของการใช้ Social Media เข้ามามีอิทธิพลในอุตสาหกรรมรถ แบริด และเครื่องจักรกลหนักมากขึ้น Social Media อาทิเช่น Facebook , Line Official , Instagram เป็นต้น ทางบริษัทเห็นว่า การใช้ Social Media เช่น Facebook, Instagram เป็นรูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่มีประโยชน์แต่อาจไม่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมรถแบคโฮมากนัก เนื่องจากว่า อุตสาหกรรมรถแบคโฮเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยการให้ความรู้เฉพาะทางที่มีรายละเอียดมาก ลูกค้าที่ต้องการสินค้าจำเป็นต้องทราบรายละเอียดการใช้งานและต้องทดลองรถแบคโฮรวมถึงเครื่องยนต์และอะไหล่จากสินค้าจริง จึงไม่เหมาะสมกับลักษณะการประชาสัมพันธ์และการขายผ่าน Facebook , Instagram ที่เป็นการสื่อสารผ่านภาพที่บอกรายละเอียดได้น้อย มักเหมาะกับลักษณะสินค้าที่มีรายละเอียดน้อยและสื่อสารผ่านภาพ, ภาพเคลื่อนไหวได้

ในส่วนของ Line Official ทางบริษัทมีการใช้มาก เพราะ Line เป็นการสื่อสารที่สะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ โทรสาร เป็นต้น เพราะ Line มีฟังก์ชันการส่งภาพและข้อความที่รวดเร็วมากกว่าอีเมลล์ ทำให้ทางบริษัทสามารถให้พนักงานขายส่งภาพและข้อมูลแก่ลูกค้าเฉพาะรายผ่านทาง Line ทั้งนี้การติดต่อระหว่างลูกค้ากับทางบริษัทเป็นไปในลักษณะของพันธมิตรด้วย เพราะการคำกับลูกค้าของทางบริษัทเป็นในลักษณะการบอกต่อสินค้าที่ดีของบริษัท (Word of mouth) ทำให้บริษัทมีชื่อเสียงเพิ่มมากขึ้น

## บทที่ 5 แผนการเงิน

### 5.1 นโยบายทางการเงิน

1. การรับรู้จำนวนรายได้ตามเกณฑ์สิทธิ์ (Accrual Basis)
2. บริษัทคิดระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณเป็นรายปี 1 ปี (365 วัน)
3. บริษัทคิดระยะเวลาที่ใช้เป็นรายเดือน 1 เดือน (30 วัน)
4. บริษัทมีระยะเวลาในการซื้อสินค้า (Credit term) 30 วัน
5. บริษัทมีระยะเวลาในการให้เครดิตลูกค้า (Credit term) 30 วัน
6. การคิดค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวรคิดโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้งาน

อาคาร-สิ่งปลูกสร้าง    10 ปี

เครื่องจักรอุปกรณ์    10 ปี

ยานพาหนะ                5 ปี

อุปกรณ์สำนักงาน    5 ปี

7. บริษัทมีนโยบายเก็บเงินสดที่ใช้เสริมสภาพคล่องให้กับบริษัทไว้ในธนาคาร เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินในการหมุนเวียน
8. วัสดุสิ้นเปลืองและอื่นๆ คิดตามราคาทุน (วิธีถัวเฉลี่ยเนื่องจากรายการวัสดุสิ้นเปลืองจะมีความแตกต่างกันไม่มากนัก)
9. นโยบายการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรนั้นทางบริษัทจะไม่มีการลงทุนเพื่อเก็งกำไรในสินทรัพย์ถาวร
10. บริษัทได้มีนโยบายในการจ่ายปันผลเพื่อเป็นการให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น โดยในช่วง 5 ปีแรก จะยังไม่มี การจ่ายเงินปันผล เนื่องจากบริษัทต้องการที่จะนำเงินในส่วน ของผลกำไรมาใช้ในการหมุนเวียนธุรกิจให้เกิดความมั่นคงก่อน

### สมมติฐานทางการเงิน

1. อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล ร้อยละ 20 ต่อปี
2. อัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ 7 ต่อปี
3. ใช้เงินลงทุนในโครงการ 10 ล้านบาท
4. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ร้อยละ 10 ต่อปี
5. มีการกู้ยืมเงินกับธนาคารเพื่อการลงทุน เป็นจำนวนเงิน 7 ล้านบาท คิดอัตราดอกเบี้ย

ร้อยละ 10

### การประมาณการทางการเงิน

ตารางที่ 5.1 : การประมาณการยอดขายของสินค้า (รถแบคโฮและอะไหล่)

หน่วย : ชิ้น

คิดเป็นร้อยละของ ปริมาณการผลิตสูงสุด		100%	110%	121%	133%	146%
ชื่อสินค้า		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	เครื่องยนต์	24	26	29	32	35
สินค้า 2	pc120	24	26	29	32	35
สินค้า 3	pc200	12	13	15	16	18
รวม		60	66	73	80	88

ตารางที่ 5.2 : ราคาขายของสินค้าแต่ละชนิด (รถแบคโฮและอะไหล่)

ราคาขายต่อหน่วย			
ชื่อสินค้า		บาท	หน่วย
สินค้า 1	เครื่องยนต์	180,000	ชิ้น
สินค้า 2	pc120	1,100,000	คัน
สินค้า 3	pc200	1,500,000	คัน

ตารางที่ 5.3 : การประมาณการยอดขายสินค้าทั้งหมดต่อปี

หน่วย : บาท

ชื่อสินค้า		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	เครื่องยนต์	4,320,000	4,752,000	5,227,200	5,745,600	6,307,200
สินค้า 2	pc120	26,400,000	29,040,000	31,944,000	35,112,000	38,544,000
สินค้า 3	pc200	18,000,000	19,800,000	21,780,000	23,940,000	26,280,000
รวม		48,720,000	53,592,000	58,951,200	64,797,600	71,131,200
ยอดขายต่อเดือน		4,060,000	4,466,000	4,912,600	5,399,800	5,927,600

ตารางที่ 5.4 : การประมาณการรายจ่าย

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ต้นทุนขาย</b>					
- สินค้า	39,600,000	43,560,000	47,916,000	52,668,000	57,816,000
- แรงงานในการผลิต	1,320,000	1,320,000	1,320,000	1,320,000	1,320,000
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
- ค่าโสหุ้ยในการผลิต	858,000	943,800	1,038,180	1,141,140	1,252,680
<b>รวม</b>	<b>41,958,000</b>	<b>46,003,800</b>	<b>50,454,180</b>	<b>55,309,140</b>	<b>60,568,680</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>					
แรงงานในการขายและบริหาร	2,520,000	2,880,000	3,240,000	3,600,000	3,600,000
ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	30,000	45,000	45,000	30,000	30,000
ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	501,700	550,420	604,012	662,476	725,812
<b>รวม</b>	<b>3,211,700</b>	<b>3,635,420</b>	<b>4,049,012</b>	<b>4,452,476</b>	<b>4,515,812</b>

## ประเมินค่าเสื่อมราคา

โดยค่าเสื่อมราคาจะแบ่งเป็นค่าเสื่อมราคาในการผลิตและค่าเสื่อมราคาในการขายและการบริหาร

ตารางที่ 5.5 : การประมาณการค่าเสื่อมราคาในการผลิต การขายและการบริหาร

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
<b>ค่าเสื่อมราคาในการผลิต</b>					
สิ่งปลูกสร้าง	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
เครื่องจักรและอุปกรณ์	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
<b>รวม</b>	<b>180,000</b>	<b>180,000</b>	<b>180,000</b>	<b>180,000</b>	<b>180,000</b>
<b>ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร</b>					
ยานพาหนะ	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000
อุปกรณ์สำนักงาน	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
<b>รวม</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>



## ประมาณการงบกำไรขาดทุน

### ตารางที่ 5.6 : การประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ยอดขาย</b>	48,720,00	53,592,00	58,951,20	64,797,60	71,131,20
	0	0	0	0	0
<b>ต้นทุนขาย</b>					
- วัตถุดิบ	39,600,00	43,560,00	47,916,00	52,668,00	57,816,00
	0	0	0	0	0
- แรงงานในการผลิต	1,320,000	1,320,000	1,320,000	1,320,000	1,320,000
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
- ค่าเสียหายในการผลิต	858,000	943,800	1,038,180	1,141,140	1,252,680
<b>รวมต้นทุนขาย</b>	41,958,00	46,003,80	50,454,18	55,309,14	60,568,68
	0	0	0	0	0
<b>กำไรขั้นต้น</b>	6,762,000	7,588,200	8,497,020	9,488,460	10,562,520
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>					
- แรงงานในการขายและบริหาร	2,520,000	2,880,000	3,240,000	3,600,000	3,600,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	30,000	45,000	45,000	30,000	30,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	501,700	550,420	604,012	662,476	725,812
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	3,211,700	3,635,420	4,049,012	4,452,476	4,515,812
<b>กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้</b>	3,550,300	3,952,780	4,448,008	5,035,984	6,046,708
ดอกเบี้ยจ่าย	700,000	560,000	420,000	280,000	140,000
<b>กำไรก่อนหักภาษีเงินได้</b>	2,850,300	3,392,780	4,028,008	4,755,984	5,906,708
ภาษีเงินได้	570,060	678,556	805,602	951,197	1,181,342
<b>กำไรสุทธิ</b>	2,280,240	2,714,224	3,222,406	3,804,787	4,725,366

จากการประมาณการงบกำไรขาดทุนของบริษัท พบว่าบริษัทมีความสามารถในการทำกำไรตั้งแต่ปีแรกของการดำเนินการ โดยในปีที่ 1 บริษัทมีรายได้จากการขายเท่ากับ 48,720,000 บาท โดยมีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 6,762,000 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 13.88 ของรายได้จากการขายและทำให้บริษัทมีกำไรสุทธิเท่ากับ 2,280,240 บาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 4.68

ในปีที่ 2 บริษัทวางแผนที่จะเพิ่มความสามารถในการขายทำให้บริษัทจะมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 53,592,000 บาท หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีที่ 1 โดยกำไรสุทธิจะอยู่ที่ 2,714,224 บาท และในปีที่ 3,4 และ 5 คาดว่ากำไรสุทธิจะเท่ากับร้อยละ 5.47, 5.87 และ 6.64 ตามลำดับ



## ประมาณการงบดุล

### ตารางที่ 5.7 : การประมาณการงบดุล

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>					
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	5,361,990	6,771,639	8,665,013	11,116,310	14,463,729
- ลูกหนี้การค้า	4,060,000	4,466,000	4,912,600	5,399,800	5,927,600
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	1,748,250	1,916,825	2,102,258	2,304,548	2,523,695
- สต็อกวัตถุดิบ	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	11,170,240	13,154,464	15,679,870	18,820,658	22,915,024
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>					
- ที่ดินและการปรับปรุง	750,000	750,000	750,000	750,000	750,000
- สิ่งปลูกสร้าง	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
- เครื่องจักรอุปกรณ์	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
- ยานพาหนะ	700,000	700,000	700,000	700,000	700,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	3,350,000	3,350,000	3,350,000	3,350,000	3,350,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	340,000	680,000	1,020,000	1,360,000	1,700,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,010,000	2,670,000	2,330,000	1,990,000	1,650,000
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>14,180,240</b>	<b>15,824,464</b>	<b>18,009,870</b>	<b>20,810,658</b>	<b>24,565,024</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
- เจ้าหนี้การค้า	3,300,000	3,630,000	3,993,000	4,389,000	4,818,000
รวมหนี้สินหมุนเวียน	3,300,000	3,630,000	3,993,000	4,389,000	4,818,000
<b>หนี้สินระยะยาว</b>	5,600,000	4,200,000	2,800,000	1,400,000	-
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>8,900,000</b>	<b>7,830,000</b>	<b>6,793,000</b>	<b>5,789,000</b>	<b>4,818,000</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
- เงินลงทุน	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
- กำไรสะสม	2,280,240	4,994,464	8,216,870	12,021,658	16,747,024
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	5,280,240	7,994,464	11,216,870	15,021,658	19,747,024
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>14,180,240</b>	<b>15,824,464</b>	<b>18,009,870</b>	<b>20,810,658</b>	<b>24,565,024</b>

จากการประมาณการงบดุลของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม พบว่าบริษัทมีสภาพคล่องดีมาก โดยสินทรัพย์หมุนเวียนของบริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเงินสดของบริษัทจากความสามารถในการทำกำไรของบริษัท โดยบริษัทมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรในปีแรกในส่วน of สิ่งปลูกสร้าง, เครื่องมือและอุปกรณ์ในส่วนของการผลิต และหลังจากนั้นไม่มีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเพิ่ม

ทางด้านหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น บริษัทมีการกู้ยืมเงินเนื่องจากนำมาลงทุนในส่วน of สิ่งปลูกสร้างและเงินทุนหมุนเวียน จำนวน 10,000,000 บาท โดยตั้งเป้าการชำระหนี้ไว้ภายใน 5 ปี

ตารางที่ 5.8 : การประมาณการงบกระแสเงินสด

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>แหล่งที่มาของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุน	3,000,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	7,000,000	-	-	-	-
- ยอดขาย	48,720,000	53,592,000	58,951,200	64,797,600	71,131,200
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	3,300,000	330,000	363,000	396,000	429,000
<b>รวมแหล่งที่มา (ก.)</b>	<b>62,020,000</b>	<b>53,922,000</b>	<b>59,314,200</b>	<b>65,193,600</b>	<b>71,560,200</b>
<b>แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	3,350,000	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	41,778,000	45,823,800	50,274,180	55,129,140	60,388,680
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	3,051,700	3,475,420	3,889,012	4,292,476	4,355,812
- ดอกเบี้ยจ่าย	700,000	560,000	420,000	280,000	140,000
- ภาษีเงินได้	570,060	678,556	805,602	951,197	1,181,342
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	4,060,000	406,000	446,600	487,200	527,800
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	1,748,250	168,575	185,433	202,290	219,148
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- ชำระคืนเงินกู้	1,400,000	1,400,000	1,400,000	1,400,000	1,400,000
<b>รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)</b>	<b>56,658,010</b>	<b>52,512,351</b>	<b>57,420,826</b>	<b>62,742,303</b>	<b>68,212,781</b>
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	5,361,990	6,771,639	8,665,013	11,116,310
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	5,361,990	1,409,649	1,893,374	2,451,297	3,347,419
<b>เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด</b>	<b>5,361,990</b>	<b>6,771,639</b>	<b>8,665,013</b>	<b>11,116,310</b>	<b>14,463,729</b>

จากการประมาณการกระแสเงินสดของบริษัท พบว่าในช่วงปีแรกของบริษัทจะมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน 5,361,990 บาท นอกจากนี้ในปีที่ 2-5 จะมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเท่ากับ 6,771,639บาท, 8,665,013บาท, 11,116,310บาท และ 14,463,729บาท ตามลำดับ

## 5.2 การวิเคราะห์ห้งบการเงิน

### อัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR)

ตารางที่ 5.9 : การประมาณการอัตราผลตอบแทนจากโครงการ

ปี	ปีที่ลงทุน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดสุทธิ	-10,000,000	2,620,240	3,054,224	3,562,406	4,144,787	5,065,366
มูลค่าปัจจุบัน (NPV)	3,235,288					
อัตราผลตอบแทน (IRR)	21.61%					

จากตารางแสดงการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของธุรกิจ แสดงให้เห็นว่ามูลค่าของธุรกิจในช่วงเวลาปัจจุบัน มีมูลค่าเพิ่มขึ้นถึง 0.32 เท่า และมีผลตอบแทนในการลงทุนมากถึงร้อยละ 21.61 หมายความว่าถึงศักยภาพของธุรกิจนี้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างดี

### การวิเคราะห์ระยะเวลาคุ้มทุนในการดำเนินงาน

ตารางที่ 5.10 : การประมาณการระยะเวลาในการคืนทุน

ปี	ปีที่ลงทุน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดสุทธิ	-	2,620,240	3,054,224	3,562,406	4,144,787	5,065,366
ระยะเวลาคืนทุน	-10,000,000	-7,719,760	-5,005,536	-1,783,130	2,021,658	

จากตารางแสดงระยะเวลาในการคืนทุน จะได้ว่าระยะเวลาในการคืนทุนอยู่ที่ 3.43 ปี หรือประมาณ 3 ปี กับ 5 เดือน

### 5.3 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 5.11 : การประมาณการอัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>1. วัดสภาพคล่องทางการเงิน</b>					
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	3.38	3.62	3.93	4.29	4.76
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	2.86	3.10	3.40	3.76	4.23
<b>2. วัดความสามารถในการทำกำไร</b>					
- อัตรากำไรขั้นต้น	13.88%	14.16%	14.41%	14.64%	14.85%
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	7.29%	7.38%	7.55%	7.77%	8.50%
- อัตรากำไรสุทธิ	4.68%	5.06%	5.47%	5.87%	6.64%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA)	16.08%	17.15%	17.89%	18.28%	19.24%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	43.18%	33.95%	28.73%	25.33%	23.93%
<b>3. วัดประสิทธิภาพการจัดการเงินทุนหมุนเวียน</b>					
- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	3.44	3.39	3.27	3.11	2.90
- ระยะเวลาในการจัดเก็บหนี้ (วัน)	30.42	30.42	30.42	30.42	30.42
- ระยะเวลาในการชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า (วัน)	30.42	30.42	30.42	30.42	30.42
- ระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงคลัง (วัน)	15.21	15.21	15.21	15.21	15.21
<b>4. วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง</b>					
- อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.63	0.49	0.38	0.28	0.20
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	1.69	0.98	0.61	0.39	0.24
- อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	5.07	7.06	10.59	17.99	43.19

#### การวัดสภาพคล่องทางการเงิน

จากตาราง พบว่าแนวโน้มของอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนมีค่ามากขึ้นในทุกๆปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความสามารถมากพอที่จะทำการชำระหนี้ระยะสั้น แต่หากมองในอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วซึ่งมีค่าน้อยกว่าแนวโน้มของอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน แสดงให้เห็นถึงสภาพคล่องในการชำระหนี้ ซึ่งยังมีปัญหาอยู่บ้างเล็กน้อย แต่ไม่มากนักซึ่งอาจจะเกิดจากหลายสาเหตุ เช่น อัตราเงินเฟ้อ เงินฝืด เป็นต้น

### การวัดความสามารถในการทำกำไร

ความสามารถในการทำกำไรอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากมีอัตราส่วนในการทำกำไรระดับปานกลาง แต่ยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปได้อีก โดยในส่วนของอัตรากำไรขั้นต้นยังมีอัตราส่วนในการทำกำไรระดับต่ำ รวมถึงอัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ของบริษัทที่แสดงถึง การลงทุนในส่วนของสินทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพ สามารถแสดงให้เห็นถึงการสร้างผลกำไรด้านค่าตอบแทนจากการลงทุนได้

### การวัดประสิทธิภาพในการจัดการเงินทุนหมุนเวียน

จากการที่นโยบายการรับและชำระหนี้ของบริษัทที่ใช้ระยะเวลาไม่มากนัก สามารถทำให้อัตราเงินหมุนเวียนมีความคล่องตัว มีการปล่อยสินค้าออกได้เร็ว ช่วยให้บริษัทสามารถลดภาระต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าคงคลังได้

### การวัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง

จากผลกำไรในแต่ละปีที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทสามารถชำระหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะเวลาอันสั้น ทำให้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทอยู่ในระดับต่ำ ช่วยลดปัจจัยบนความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ปัญหาทางเศรษฐกิจที่อาจจะมีผลต่อยอดขายไปในอนาคตได้ ซึ่งหากบริษัทสามารถชำระหนี้ได้เร็วเท่าไร ยิ่งสามารถช่วยให้บริษัทมีสภาพคล่องมากขึ้นเท่านั้น รวมทั้งอัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ยจ่ายของบริษัทที่เพิ่มมากขึ้น แสดงถึงบริษัทสามารถชำระหนี้ระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## บรรณานุกรม



- กรมการขนส่งทางบก. เข้าถึงได้จาก: <http://www.dlt.go.th>. วันที่สืบค้น 20 มิ.ย. 2558.
- งบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ.2558. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://library2.parliament.go.th>.  
วันที่สืบค้น 2 ก.พ.2558.
- แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและโลหะการปี 2555. เข้าถึงได้จาก: <http://www.ksmecare.com>.  
วันที่สืบค้น 22 ก.พ.2558.
- บางกอกคอมมิตส์ เซลส์ จำกัด. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:<http://www.bangkokkomatsusales.com>.  
วันที่สืบค้น 12 ก.พ. 2558.
- พัทธนันท์ ภูมิเวช. การจัดการเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านเครื่องจักรกลการเกษตร : กรณีศึกษา บริษัท ยันมาร์ เอส.พี. จำกัด, สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย; 2554.
- ภาวิณี กุทวิทรัพย์ และไกรจิต สุตะเมือง. แรงจูงใจในการเลือกซื้อเครื่องจักรกลหนักมือสองจากประเทศญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล,วารสารการเงินการลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ 2556;3(1):365-382.
- มัทนพร พัดน้อย และอุดมศักดิ์ สิงห์กุล. แผนธุรกิจ การประกอบและจัดจำหน่ายรถบรรทุกมือสองนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น, ปรินญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล; 2554.
- ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจ ตลอดทั้งปี 2557และ2558. [ออนไลน์].  
เข้าถึงได้จาก: <http://cebf.utcc.ac.th>. วันที่สืบค้น 3 มี.ค. 2558.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.kasikornresearch.com/TH/K-EconAnalysis>. วันที่สืบค้น 2 ก.พ. 2558.





## ภาคผนวก ก



## ตัวอย่างแคตตาล็อก

	<p>Komatsu PC60-7 Used Excavator</p> <p>Type: EXCAVATOR</p> <p>Manufacturer: Komatsu</p> <p>Model: PC60-7</p> <p>Hour: 3843</p> <p>Year: 1997</p> <p>Place: Japan origin</p> <p>Condition: Very good</p>
	<p>Komatsu PC200-7 Used Excavator</p> <p>Type: EXCAVATOR</p> <p>Manufacturer: Komatsu</p> <p>Model: PC200-7</p> <p>Hour: 7191</p> <p>Year: 2003</p> <p>Place: Japan origin</p> <p>Condition: Very good</p>

ตัวอย่างแคตตาล็อกคราดแบคโฮมือสอง

## ภาคผนวก ก

## ตัวอย่างแคะตาดื้อ

	<p><b>Excavator Spare Parts</b></p> <p>Spare Parts of Construction Machines: KOMATSU, SHINKO, HITACHI, KATO, SUMITOMO, CATERPILLIAR</p> <p>Replaced spare parts: Boom &amp; Arm, Bucket, Bucket Tooth &amp; Adaptor, Bucket Cylinder, Arm Cylinder, Pins, Bushings, Motor/Engine, Engine Parts</p>
	<p><b>Komatsu teeth &amp; adapters</b></p> <p>Material: Carbon steel, low alloy, stainless steel and high alloy materials and also nonferrous alloys of Aluminum and Copper based materials</p> <p>Materials specification: GB , ASTM , AISI, JIS, DIN, SS.</p> <p>Quality: Higher impact value and hardness</p>

ตัวอย่างแคะตาดื้ออะไหล่รถแบคโฮมือสอง