

กลยุทธ์และแผนการเข้าสู่ตลาดของผลิตภัณฑ์

Mr.Robot บริษัท โรโบ โตะ จำกัด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
กลยุทธ์และแผนการเข้าสู่ตลาดของผลิตภัณฑ์
Mr.Robot บริษัท โรโบ โตะ จำกัด

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2560



อรินทรา ไตรลักษณ์ากุล

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วีราสา

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ตฤณ ชนานุศักดิ์

กรรมการสอบ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินัย วงศ์สุวรรณ

ประธานกรรมการสอบ

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจแขนกลอัจฉริยะ เพื่องานอุตสาหกรรม ฉบับนี้ถูกลงได้ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา อาจารย์กฤษฎกร สุขเวชชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาในครั้งนีที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาของการศึกษานี้

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณกลุ่มผู้ประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง บริษัท ดอยคำ จำกัด บริษัท นัวสะเส็ง จำกัด บริษัท เอส เค ฟู๊ด (มหาชน) จำกัด บริษัท ฟู๊ดแมกเกอร์ จำกัด บริษัท ศรีรุ่งงามฟู๊ดส์โปรดักส์ จำกัด บริษัท เดลี ฟู๊ดส์ จำกัด บริษัท เอฟ แอนด์ เอ็น จำกัด ที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาอันมีค่าในการอนุญาตให้เข้าไปสัมภาษณ์ที่โรงงาน รวมถึงชี้แนะให้ข้อมูลและตอบแบบสำรวจเพื่อใช้ในการประกอบการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณกรรมการบริษัท โกโค อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด ที่ช่วยเหลือประสานงานกับบริษัทคู่ค้าหลักให้ และคุณ He Shi Zhang CEO บริษัท Keshenlong ที่ช่วยเหลือให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์รวมถึงร่วมลงทุนกับคณะผู้วิจัยให้ยืมแขนกลเป็นเครื่องบลัฟเฟอร์ในการดำเนินธุรกิจในครั้งนี้

คณะผู้วิจัยกราบขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญของคณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัยและขอบคุณเพื่อนๆที่เป็นผู้ให้คำแนะนำแสดงความคิดเห็นและให้กำลังใจกันมาโดยตลอดท้ายที่สุดนี้ทางคณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจและเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาเพิ่มเติมต่อไปได้ในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใดคณะผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

อรินทรา ไตรลักขณากุล

บทสรุปผู้บริหาร

ในยุคเริ่มต้นของอุตสาหกรรมในประเทศไทยเริ่มต้นตัวขึ้น เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ชัดเจน เช่น การยกเว้นลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร แต่โรงงานผลิตสินค้าส่งออก มักจะประสบปัญหาในเรื่องของคุณภาพ อาทิเช่น สินค้าที่ผลิตไม่ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้ากำหนด หรือสินค้าผลิตไม่ทันตามระยะเวลาที่กำหนด และแนวโน้มการเพิ่มขึ้นอัตราค่าแรงงาน รวมถึงคุณภาพแรงงาน ไม่ได้มาตรฐานขาดความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานทำให้เกิดความผิดพลาด หรือแรงงานลางานบ่อยส่งผลกระทบต่อโรงงานที่ผลิตสินค้า เนื่องจากต้องผลิตอย่างต่อเนื่องไม่สามารถหยุดผลิตได้ บริษัทจึงได้มีแผนธุรกิจนำเข้าแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม “Mr.Robot” ที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ทั้งเรื่องราคา และคุณภาพ นอกจากนี้โอกาสที่ส่งผลให้โรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องสนใจที่จะเลือกใช้แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม จากผลสำรวจพบว่า ธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตร้อยละ 5-15 มี 19 โรงงาน จาก 30 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 63 และธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตร้อยละ 16-30 มี 8 โรงงาน จาก 30 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 27 และความต้องการที่จะลดต้นทุนของอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋อง 30 โรงงานเรียงจากมากไปน้อย ผลสำรวจพบว่า ต้องการลดต้นทุนจากการลดขั้นตอนในการทำงาน > ลดค่าแรงคนงาน > ลดพลังงาน และยังได้มีการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ เจ้าของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋อง 30 โรงงาน ผลสำรวจพบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมเรียงจากมากไปน้อยคือ ราคา > ประสิทธิภาพ > รูปแบบการทำงาน และจากผลสำรวจความต้องการแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามลักษณะการใช้งาน มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า และทดแทนในช่วงเวลาที่สินค้าเสียหาย พบว่า ทุกโรงงานสนใจที่จะใช้แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมแน่นอนหากมีการนำเข้ามาจัดจำหน่าย จากปัญหาและโอกาสทางธุรกิจที่กล่าวไป ทางบริษัทจึงศึกษาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่จะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาของสถานประกอบการเหล่านั้นได้ และพบว่าแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม สามารถช่วยแก้ปัญหาของสถานประกอบการ รวมถึงความผิดพลาดของแรงงาน และระยะเวลาในการขนส่งรวมถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ต่ำ

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

บริษัท โรโบ โตะ จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินการนำเข้าและจัดจำหน่ายแขนกลอัจฉริยะ เพื่องานอุตสาหกรรม ซึ่งนำเข้าจากบริษัท Guangzhou Keshenlong Carton Packing Machine Co.,Ltd สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเครื่องจักรผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก อุปกรณ์ชิ้นส่วนอะไหล่ภายในเครื่องจักร และแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม ปัจจุบันได้มีการร่วมมือกับTenace ประเทศอิตาลี โดยนำเทคโนโลยีจากประเทศอิตาลีที่ทันสมัยมาปรับเปลี่ยนประยุกต์ใช้กับเครื่องจักรทุกเครื่อง เพื่อพัฒนาคุณภาพเครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

กลุ่มเป้าหมายหลักของทางบริษัทฯ คือ กลุ่มผู้ประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร กระป๋อง เช่น บริษัท ดอยคำ จำกัด บริษัท ฉั่วฮะเล็ง จำกัด บริษัท เอส เค ฟู้ด (มหาชน) จำกัด บริษัท ฟู้ดเมกเกอร์ จำกัด บริษัท ศรีรุ่งงามฟู้ดส์ จำกัด บริษัท เดลี่ ฟู้ดส์ จำกัด บริษัท เอฟ แอนด์ เอ็น จำกัด

ทางบริษัทฯ สร้างการรับรู้ในแบรนด์ หรือ Brand Awareness ให้กับกลุ่มเป้าหมายของบริษัท ทั้งคุณลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างจากแบรนด์อื่นที่เคยมีมาก่อน และคุณค่าที่ผู้ประกอบการจะได้รับ โดยวางตำแหน่งทางการตลาด (Brand Positioning) ดังนี้ คือ ด้านราคา และด้านบริการ ซึ่งราคาของ Mr. Robot จะมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดแต่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงแบรนด์ยุโรปที่สุด จึงเป็นการสร้างความคุ้มค่าให้แก่ลูกค้า และในด้านการบริการที่รวดเร็ว ได้มีการเตรียม Buffer product ให้กับลูกค้า 1 ตัวในช่วงเวลาที่เกิดความเสียหายเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่อาจจะต้องรอคิวในการซ่อมและบริการ

รูปแบบธุรกิจเป็นการบริการ บริษัทฯเป็นผู้ให้บริการ จำหน่ายติดตั้ง ดูแลรักษาแขนกลอัจฉริยะ มีทีมวิศวกรให้บริการสำรวจพื้นที่ และมีบริการหลังการขายตลอดอายุการใช้งาน โดยมี partner และ technical support จากประเทศจีน และช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นแบบ Direct sale คือ การขายตรงให้กับลูกค้าโดยผ่านทางลูกค้าที่ผลิตกล่องกระดาษลูกฟูกให้กับกลุ่มลูกค้าเหล่านี้อยู่แล้ว และการเข้าสู่ตลาดผ่านช่องทางการทำประชาสัมพันธ์นำเสนอข้อมูลตามโรงงานอุตสาหกรรม กระป๋องเพื่อให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ และสาธิตวีดีโอการทำงานกับกลุ่มเป้าหมายหลัก นอกจากนี้จะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวารสารสมาคมบรรจุภัณฑ์ รวมถึงประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในงานแสดงสินค้า โดยการออกบูธเพื่อเป็นการทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักผลิตภัณฑ์

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
บทที่ 2 แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	7
2.1 รูปแบบธุรกิจ	7
2.2 ลักษณะของผลิตภัณฑ์	10
2.2.1 รูปแบบของผลิตภัณฑ์	13
2.2.2 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	14
2.2.3 กระบวนการนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	15
2.2.4 วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์	15
2.3 คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์	17
บทที่ 3 การศึกษากลุ่มเป้าหมาย	18
3.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (TARGET CUSTOMERS)	18
3.1.1 การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation)	18
3.1.2 การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	18
3.2 การคาดการณ์ปริมาณกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	19
บทที่ 4 การกำหนดกลยุทธ์ และแผนการตลาด	21
4.1 เป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด (MARKETING GOALS AND OBJECTIVES)	21
4.2 แนวทางการปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายของแผนการตลาด	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2.1 ฝ่ายเสนอขายผลิตภัณฑ์	22
4.2.2 ฝ่ายการตลาด	23
4.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (BRAND POSITIONING)	23
4.4 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (7Ps)	24
4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	24
4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	25
4.4.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	25
4.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	26
4.4.5 กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)	26
4.4.6 กลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)	26
4.4.7 กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process)	27
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการเริ่มต้นธุรกิจ	28
5.1 บทสรุปภาพรวมการทำธุรกิจ	28
5.1.1 บทสรุปขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจ	29
5.2 ข้อเสนอแนะในการเริ่มต้นธุรกิจ	30
5.2.1 ข้อเสนอแนะในด้านการเติบโตของธุรกิจในอนาคต	30
5.2.2 ข้อเสนอแนะในกรณีเกิดเหตุที่ไม่คาดคิดกับบริษัท	31
บรรณานุกรม	33
ภาคผนวก	35
ภาคผนวก ก ผลและแบบสำรวจความเห็นความต้องการจากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน ของศูนย์ขนส่งอุตสาหกรรม	36
ภาคผนวก ข SUPPLIER	44
ประวัติผู้วิจัย	46

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	รายชื่อโรงงานที่มีความต้องการแลกเปลี่ยนอัตราระยะเพื่องานอุตสาหกรรม	19
4.1	ค่าเสนอผลิตภัณฑ์เข้าใน โรงงานอุตสาหกรรมแบ่งตามขนาดของโรงงาน	23



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	การทำงานของหุ่นยนต์อุตสาหกรรมเปรียบเทียบกับแขนมนุษย์	2
1.2	แสดงถึงปัญหาและอุปสรรคของสถานประกอบการทั่วประเทศ	4
1.3	แสดงถึงจำนวนอัตราการว่างงานรายไตรมาสในประเทศไทย	5
1.4	แสดงถึงอัตราค่าจ้างงานที่เพิ่มสูงขึ้นในประเทศไทย	5
2.1	รูปแบบธุรกิจของบริษัทนำเข้าและจัดจำหน่ายแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมบริษัท โรโบ โตะ จำกัด (Robot To Co., Ltd.)	8
2.2	รูปแบบผลิตภัณฑ์แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม	9
2.3	ตราโลโก้ บริษัท โรโบ โตะ จำกัด (Robot To Co., Ltd.) ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม	10
2.4	รูปแบบแสดงลักษณะโครงสร้างคาร์ทีเซียน	10
2.5	รูปแบบแสดงลักษณะโครงสร้างทรงกระบอก	11
2.6	รูปแบบแสดงลักษณะโครงสร้างเชิงขั้ว	11
2.7	รูปแบบแสดงลักษณะโครงสร้างมนุษย์	12
2.8	แสดงลักษณะรูปแบบใช้งานของแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม	13
2.9	ลักษณะชุดหัวสินค้าของแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม	14
2.10	กระบวนการดำเนินงานของบริษัทนำเข้าและจัดจำหน่ายแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม บริษัท โรโบ โตะ จำกัด (Robot To Co., Ltd.)	15
2.11	แสดงการใช้งานแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม	16
2.12	แสดงลักษณะการใช้งานแขนกลอัจฉริยะอุตสาหกรรมต่างๆ	16
2.13	แสดงลักษณะระบบการใช้งานแขนกลอัจฉริยะในงานอุตสาหกรรม	17
3.1	แสดงจำนวนโรงงานอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มทั่วประเทศไทย	19
4.1	แผนผังการบริหารจัดการทางการตลาด	22
4.2	ตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot)	24

บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

เนื่องจากเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงหากสามารถนำหุ่นยนต์มาใช้ทดแทนแรงงานมนุษย์ได้นั้นจะเป็นสิ่งที่สร้างความสำเร็จได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เนื่องจากหุ่นยนต์สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องไม่มีการหยุดพัก การใช้หุ่นยนต์เป็นเครื่องมือในการทํางานนั้นนับว่าเป็นเรื่องที่เหมาะสมผลกับการทํางานในปัจจุบันอย่างมาก เนื่องจากธุรกิจจำนวนมากมีการแข่งขันกันสูง อีกทั้งเรื่องระบบจัดการภายในที่ต้องดูแลให้เป็นไปอย่างรวดเร็วที่สุด การมีหุ่นยนต์ที่สามารถทํางานทดแทนแรงงานมนุษย์ได้นั้นนับว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าอย่างมหาศาล เนื่องจากสามารถควบคุมหุ่นยนต์ให้สร้างรายรับอย่างมหาศาลได้เช่นกัน

บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับสินค้า เมื่อความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงและให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ รวมถึงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่สั้นลงเรื่อยๆ และระบบอัตโนมัติแบบอัจฉริยะและยืดหยุ่นมีบทบาทที่สำคัญในการรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ ควบคู่กับเครื่องบรรจุภัณฑ์และการปรับตั้งรูปแบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ประสิทธิภาพสูงถูกกำหนดให้เป็นกระดูกสันหลังของการผลิตอาหารมาเป็นเวลายาวนาน บรรจุภัณฑ์อาหารในปัจจุบันคิดเป็นมากกว่าร้อยละ 40 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ในขณะที่ค่าแรงงานที่เพิ่มขึ้น การลาป่วยบ่อยครั้งของพนักงานที่อาจเกิดจากการเคลื่อนไหวในท่าซ้ำๆ การปฏิบัติตามกฎข้อบังคับด้านสุขลักษณะที่มีค่าใช้จ่ายสูง การทำบรรจุภัณฑ์แบบ Manual ต่างๆ หมายถึงกลุ่มต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งห่วงโซ่กระบวนการ ภายในบริบทนี้ หุ่นยนต์จึงช่วยเพิ่มผลผลิตได้ในทุกส่วนของการใช้งาน ทำให้ช่วยลดต้นทุน อีกทั้งเพิ่มบทบาทสำคัญในด้านความสามารถในการแข่งขัน

ในยุคเริ่มต้นของการส่งเสริมอุตสาหกรรมในประเทศไทยพบว่ามีโรงงานต่าง ๆ เข้ามาตั้งถิ่นฐานการผลิตในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดนิคมอุตสาหกรรมใหม่ๆ ขึ้นหลายแห่ง ทั้งนี้เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ชัดเจน อาทิเช่น ค่าแรงงาน การลดรายจ่ายเนื่องจากภาษี การนำเข้าสินค้า และวัตถุดิบบางชนิด แต่ปัจจุบันค่าแรงงานขั้นต่ำของ

ประเทศไทยสูงขึ้น และสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย เป็นต้น ในขณะที่ด้วยกันคุณภาพแรงงานที่ขาดมาตรฐาน ขาดทักษะความรู้จึงส่งผลให้มีการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศต่างๆ ที่มีแรงงานต่ำกว่า รวมถึงบริษัทอีกมากที่มีแผนการปรับเปลี่ยนองค์กร โดยการนำเทคโนโลยีระบบอัตโนมัติ (Automation Technology) เข้ามาใช้งานเพื่อให้สินค้าสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ทั้งในเรื่องราคา และคุณภาพ โดยเฉพาะในเรื่องคุณภาพ ปัจจุบันโรงงานผลิตสินค้าส่งออกหรือส่งให้กับลูกค้าที่เป็นบริษัทต่าง ประเทศมักจะประสบปัญหาในเรื่องของคุณภาพ อาทิ เช่น สินค้าที่ผลิตไม่ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้ากำหนด หรือ สินค้าผลิตไม่ทันตามระยะเวลาที่กำหนด อาจเนื่องจากการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอจึงต้องใช้เวลาในการติดตั้ง ปัจจุบันจึงมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้งาน ซึ่งหนึ่งในเทคโนโลยีที่มีความยืดหยุ่นสูง ได้แก่ หุ่นยนต์อุตสาหกรรม เนื่องจากการเปลี่ยนการทำงานสามารถทำได้โดยการเปลี่ยน โปรแกรมข้อมูล นอกจากนี้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและมีความสม่ำเสมอเป็นมาตรฐานเดียวกัน



ภาพที่ 1.1 การทำงานของหุ่นยนต์อุตสาหกรรมเปรียบเทียบกับแขนมนุษย์

การทำงานของหุ่นยนต์อุตสาหกรรมจะเลียนแบบร่างกายของมนุษย์โดยจะเลียนแบบเฉพาะส่วนของ ร่างกายที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมเท่านั้น นั่นคือช่วงแขนของมนุษย์ ดังนั้น บางท่านอาจจะเรียกว่าแขนกล ซึ่งก็หมายถึงหุ่นยนต์อุตสาหกรรม

ปัจจุบันและในอนาคตหุ่นยนต์อุตสาหกรรมจะเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยจะทำงานแทนมนุษย์ในงานต่างๆที่เป็นงานอันตราย เช่น งานยกเหล็กเข้าเตาหลอม งานที่มีความ

เกี่ยวข้องกับสารเคมี งานที่ทำต่อเนื่อง งานยกสินค้าจากสายงานการผลิต งานประกอบ งานบรรจุผลิตภัณฑ์ งานที่ต้องการคุณภาพมาตรฐานเดียวกัน เช่น งานเชื่อม งานตัด หรืองานที่ต้องใช้ทักษะความชำนาญสูง เช่น งานเชื่อมแนว เชื่อมเลเซอร์ หรืองานที่ต้องใช้ความละเอียดประณีต เช่น งานประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ งานตรวจสอบ (Inspection) เป็นต้น หลายปีที่ผ่านมาผู้ประกอบการไทยตระหนักถึงความสำคัญของหุ่นยนต์อุตสาหกรรมเป็นอย่างดี จากสถิติที่ประเทศไทยเป็นอันดับที่ 8 ของโลกในการนำเข้าหุ่นยนต์อุตสาหกรรม ในปี พ.ศ. 2557 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการเริ่มเล็งเห็นคุณประโยชน์ของการทำ Automation ทางอุตสาหกรรม ทิศทางหุ่นยนต์จึงเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในประเทศไทย จากการสำรวจเมื่อไม่นานมานี้ พบว่าบริษัทผู้ผลิตในประเทศไทยจำนวนร้อยละ 36 มีแผนขยายการดำเนินการอัตโนมัติกระบวนการปฏิบัติงานหลักภายใน 12 เดือนข้างหน้า ดังนั้น จึงเป็นเรื่องสำคัญที่หุ่นยนต์และแอปพลิเคชันต้องมีความหลากหลาย อีกทั้งสามารถรองรับการใช้งานของธุรกิจจากภาคส่วนต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

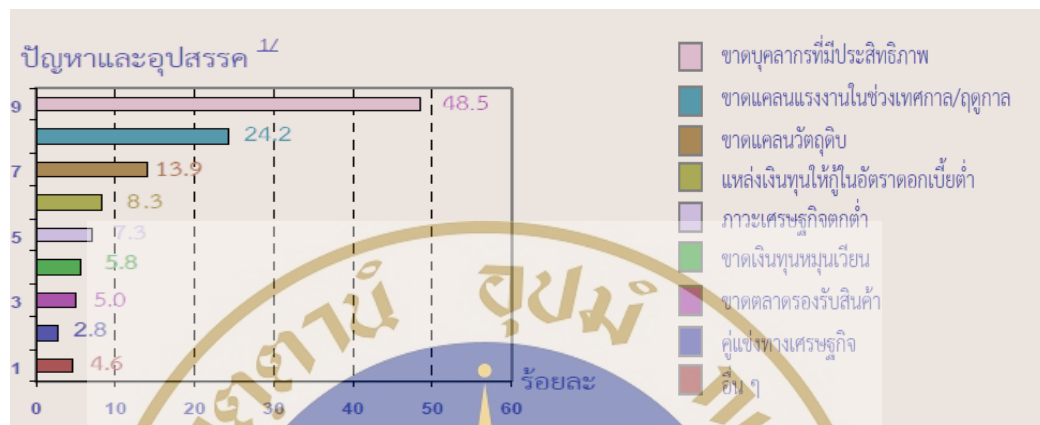
จำนวนของหุ่นยนต์จะเติบโตแซงหน้าจำนวนประชากรมนุษย์ภายในอีก 30 ปีข้างหน้า เนื่องจากหุ่นยนต์เหล่านี้สามารถเลียนแบบอากัปกริยาท่าทางต่างๆ ของมนุษย์และปฏิบัติงานต่างๆ แทนมนุษย์ได้ ดังนั้นจึงเป็นผลดีของภาคอุตสาหกรรมการผลิตในการนำหุ่นยนต์มาติดตั้งใช้งานแทนมนุษย์ ตามรายงานการสำรวจโดยสมาพันธ์หุ่นยนต์นานาชาติชี้จำนวนหุ่นยนต์อุตสาหกรรมที่ติดตั้งใช้งานทั่วโลกปัจจุบัน มีมากกว่า 200,000 ตัวเมื่อปี พ.ศ. 2557 โดยความต้องการหุ่นยนต์อุตสาหกรรมเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 12 ต่อปีนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560

หุ่นยนต์ หรือ ภาษาอังกฤษเขียนว่า Robot มาจากบทละครของ นายคารล คาเปก (Karel Kapek) นักแต่งนิยายชาว เช็ก เรื่อง R.U.R (Rossum's Universal Robots) ซึ่งหมายถึงคนงาน คำจำกัดความของ หุ่นยนต์ตามมาตรฐาน ISO 8373 An automatically controlled, reprogrammable, multipurpose, manipulator programmable in three or more axes which may be either fixed in place or mobile for use in industrial automation application หุ่นยนต์ คือ เครื่องจักรที่ถูกควบคุมอัตโนมัติสามารถเขียน โปรแกรมใหม่ได้ ใช้งานเอนกประสงค์ โปรแกรมการเคลื่อนที่จะต้องสามารถโปรแกรมให้เคลื่อนที่ได้อย่างน้อย 3 แกนหรือมากกว่า หุ่นยนต์อาจจะยึดอยู่กับที่หรือย้ายตำแหน่ง (Mobile) เพื่อใช้งาน

การประยุกต์ใช้งาน

หุ่นยนต์ชนิดนี้สามารถใช้งานได้กว้างขวางเพราะสามารถเข้าถึงตำแหน่งต่างๆ ได้ดี เช่นงานเชื่อม Spot Welding, Path Welding, งานยกของ, งานตัด, งานทากาว, งานที่มีการเคลื่อนที่ ยากๆ เช่น งานพันสี งาน sealing ฯลฯ ซึ่ง MR. Robot เป็นแขนกลอุตสาหกรรมชนิด Articulated Arm (Revolute)

จากภาพที่ 1.2 แสดงให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคของสถานประกอบการทั่วประเทศ ระบุว่าได้รับผลกระทบจากการขาดบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ร้อยละ 48.5 และพบปัญหาการขาดแคลนแรงงานในช่วงเทศกาล/ฤดูกาลต่างๆ ร้อยละ 24.2



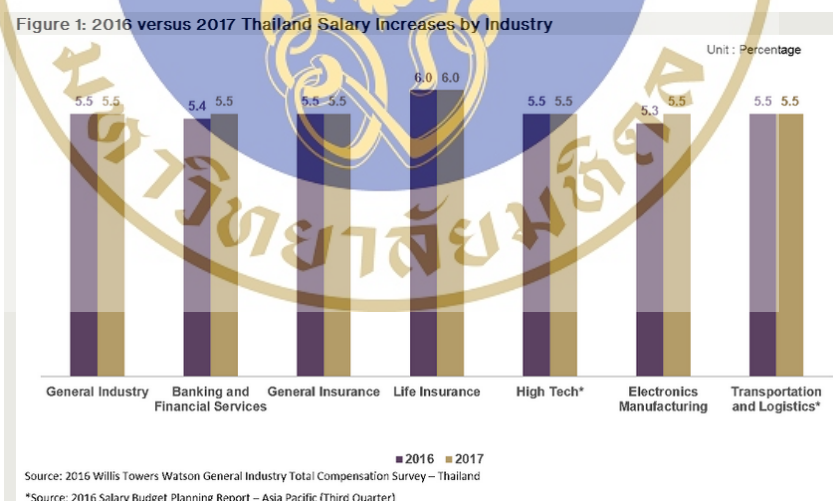
ภาพที่ 1.2 แสดงถึงปัญหาและอุปสรรคของสถานประกอบการทั่วประเทศ (ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ www.nso.go.th)

จำนวนและอัตราการว่างงานจากภาพที่ 1.3 แสดงให้เห็นถึงอัตราจำนวนผู้ว่างงานมีจำนวนเพิ่มขึ้น คิดเป็นทั้งสิ้นทั้งสิ้น 3.7 แสนคน ในไตรมาสที่ 1 พ.ศ. 2559 หรือคิดเป็นอัตราการว่างงาน ร้อยละ 1.0 ของกำลังแรงงานรวม เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2558 (ผู้ว่างงานเพิ่มขึ้น 1.0 หมื่นคน จาก 3.6 แสนคนเป็น 3.7 แสนคน) ซึ่งอัตราการว่างงานเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตราการหมุนเวียนพนักงาน (Turn over rate) เพิ่มขึ้นตามไปด้วย



ภาพที่ 1.3 แสดงถึงจำนวนอัตราการว่างงานรายไตรมาสในประเทศไทย
(ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ www.nso.go.th)

จากภาพที่ 1.4 แสดงถึงอัตราค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ซึ่งเป็นปัญหาหลักของสถานประกอบการอีกเช่นกัน



ภาพที่ 1.4 แสดงถึงอัตราค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้นในประเทศไทย
(ที่มา : ค่าเฉลี่ยอัตราค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น www.willistowerswatson.com)

ด้วยเหตุนี้ทางคณะวิจัยจึงเล็งเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับสถานประกอบการ จึงนำมาพัฒนาเป็นธุรกิจนำเข้าแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมเพื่อแก้ปัญหาให้กับสถานประกอบการ โดยเฉพาะ โดยแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot) นี้สามารถช่วยแก้ปัญหาทั้งในด้านความผิดพลาดของแรงงาน และ อัตราแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงความสามารถของแรงงานในสถานประกอบการได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง เลือกเฟ้นบริษัทผู้ผลิตที่ได้รับความน่าเชื่อถือรวมถึงมีการนำเทคโนโลยีจากประเทศอิตาลีมาใช้ในผลิตภัณฑ์ด้วยซึ่งจะทำให้เกิดคุณค่าทางตรงต่อสถานประกอบการทั้งในด้านความรวดเร็วในการทำงาน แก้ปัญหาความผิดพลาดในการทำงาน รวมถึงแก้ปัญหาแรงงานไม่เพียงพออีกด้วย



บทที่ 2

แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

2.1 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจเป็นลักษณะการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องจักรแกนกลอุตสาหกรรมติดตั้งพร้อมใช้งาน นำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมถึงอุปกรณ์ชิ้นส่วนประกอบหลักภายในเครื่องจักร โดยธุรกิจหลักธุรกิจเดิม เป็นตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวในประเทศไทย Sole Distributor จาก Keshenlong ซึ่งเป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญทางการผลิตเครื่องจักรที่ใช้ในงานอุตสาหกรรมมายาวนานกว่า 20 ปี มีฐานการผลิตใหญ่อยู่ที่มณฑลกวางตุ้ง สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมุ่งเน้นคุณภาพของเครื่องจักร เทคโนโลยี และการวิจัยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีประสิทธิภาพในระดับมาตรฐานสากล และเล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริการ และการซ่อมบำรุงเครื่องจักรตลอดอายุการใช้งาน เพื่อคงประสิทธิภาพและยืดอายุการใช้งานของเครื่องจักรที่ใช้ในงานอุตสาหกรรมนั้นๆ รวมถึงสามารถออกแบบเครื่องจักรให้เหมาะสมกับการใช้งานของอุตสาหกรรมนั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งในขณะนี้เครื่องจักรของเรามีอยู่มากถึงกว่า 70 ประเทศทั่วโลก เพื่อตอบสนองความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับลูกค้า Keshenlong ไม่หยุดที่จะพัฒนาเครื่องจักรให้มีคุณภาพและทันสมัย รวมถึงตอบโจทย์การใช้งานของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด เพื่อเป็นการันตถึงคุณภาพและบริการของเครื่องจักร Keshenlong ได้รับรองมาตรฐาน CE และ ISO 9001 : 2000, รางวัล China Famous Brand, รางวัล Guangdong Brand Product รวมถึงได้รางวัลรับรองคุณภาพเครื่องจักร จากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ปัจจุบัน Keshenlong ร่วมมือกับ Tenace จากประเทศอิตาลี เพื่อนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับเปลี่ยนประยุกต์ใช้กับเครื่องจักรทุกเครื่อง เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพเครื่องจักรในทุกๆ ด้านให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเรายังคงไม่หยุดที่จะพัฒนาเครื่องจักรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ด้วยแนวคิดที่ว่า “ ความพึงพอใจของลูกค้า คือเป้าหมายสูงสุดของเรา ”



ภาพที่ 2.1 รูปแบบธุรกิจของบริษัทนำเข้าและจัดจำหน่ายแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม บริษัท โรโบ โตะ จำกัด (Robot To Co., Ltd.)

ชื่อและที่อยู่บริษัท

บริษัท โรโบ โตะ จำกัด (Robot To Co., Ltd.) <http://mrrobot.com> ที่ตั้งเลขที่ 16 ถนนวงแหวนสายนอก แขวงบางไฟ เขตบางแค กรุงเทพฯ 10160

สินค้าและบริการ

จัดจำหน่ายเครื่องจักรแขนกลอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงสามารถออกแบบชุดจับแขนกลอุตสาหกรรมตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าได้ ซึ่งช่วยให้ประหยัดเวลาในการทำงานและลดความผิดพลาดจากบุคลากรในการทำงาน

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นบริษัทที่มีความเป็นเลิศในการให้บริการ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักรแขนกลอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพในระดับสากล

พันธกิจ (Mission)

บริษัทจัดจำหน่ายเครื่องจักรแขนกลอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งต้องการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อการบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

เป้าหมายด้านการดำเนินธุรกิจ และเพื่อเป็นผู้นำในตลาด ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องจักรแขนกลอุตสาหกรรม เพื่อให้สถานประกอบการได้รับประโยชน์สูงสุด และสามารถออกแบบตามลักษณะการใช้งานต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับสถานประกอบการนั้นๆ ได้ อีกทั้งสามารถลดความผิดพลาดจากบุคลากรได้ รวมถึงพัฒนาและนำเข้า ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

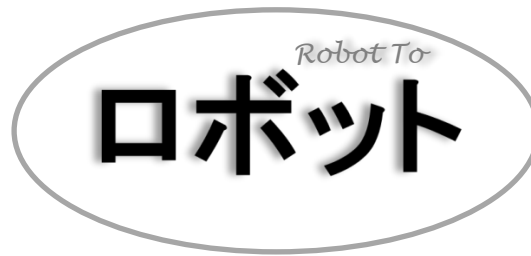
เป้าหมายด้านการตลาด

เป็นผู้นำในตลาดเกี่ยวกับผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องจักรแขนกลอุตสาหกรรม โดยมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ รวมถึงมีการนำนวัตกรรมต่างๆมาพัฒนาแล้ว



ภาพที่ 2.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม

Mr. Robot ผลิตโดยลูกค้าทางธุรกิจเดิมของบริษัทหลัก สำหรับตราผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นชื่อ Mr. Robot เนื่องจากบริษัทเป็นบริษัทชั้นนำที่ผลิตเครื่องจักรเพื่องานอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมถึงต้องการให้กลุ่มเป้าหมายจดจำชื่อและตราสินค้าบริษัทผู้ผลิตได้เป็นอย่างดี และทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในผลิตภัณฑ์ได้มากกว่า โดยนำเข้ามาในนามบริษัท โรโบ โตะ จำกัด (Robot To Co., Ltd.) สื่อถึง หุ่นยนต์ ซึ่งหมายความรวมถึงหุ่นยนต์ที่สามารถทำงานแทนคนได้ อีกทั้งเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยบริษัททศกัศพรผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อให้ลูกค้าสามารถมั่นใจและวางใจเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ โดยตราโลโก้ของบริษัท มีลักษณะดังนี้

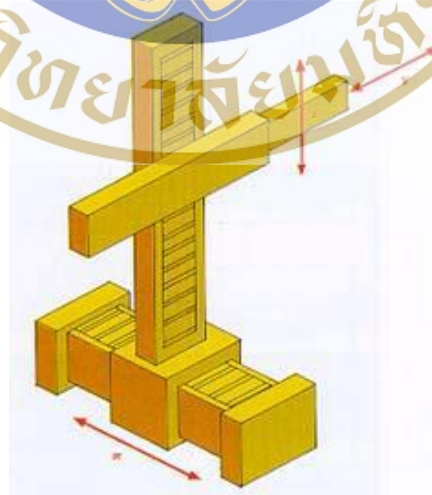


ภาพที่ 2.3 ตราโลโก้ บริษัท โรโบ โตะ จำกัด (Robot To Co., Ltd.) ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายแขนกล
อัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม

2.2 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากหุ่นยนต์อุตสาหกรรมได้รับการออกแบบสร้างขึ้นมา เพื่อทำหน้าที่แทนคน
ดังนั้น ลักษณะการออกแบบจึงมักจะเป็นส่วนบนของลาดำมนุษย์ ประกอบด้วยหัวไหล่ แขน และ
มือ โดยปกติแล้ว มักออกแบบเป็นแขนเดี่ยว ในบางชนิดได้ออกแบบให้แขนเคลื่อนที่อยู่บนทาง
เลื่อนได้ อาจจำแนกโครงสร้างของหุ่นยนต์ได้ 4 แบบ คือ

1) โครงสร้างคาร์ทีเซียน หรือฉาก (cartesian or rectangular) เป็นโครงสร้างที่
ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่วางไว้ตั้งฉากซึ่งกันและกัน 3 แกน ซึ่งทำให้สามารถเคลื่อนที่ไปยังจุดที่
ต้องการได้ และให้เห็นถึงหุ่นยนต์ระบบลมในงานเจาะ



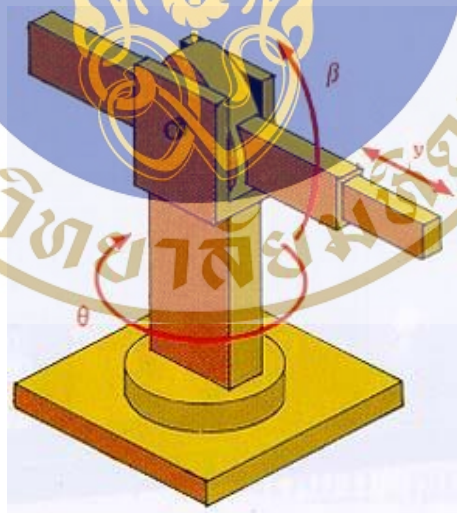
ภาพที่ 2.4 รูปแบบแสดงลักษณะโครงสร้างคาร์ทีเซียน

2) โครงสร้างทรงกระบอก (cylindrical) มีแกนเกาะกับแกนกลาง ซึ่งเป็นหลัก แขน นั้นสามารถเคลื่อนที่ขึ้นลงหมุนรอบแกน และสามารถบิดและหดได้



ภาพที่ 2.5 รูปแบบแสดงลักษณะโครงสร้างทรงกระบอก

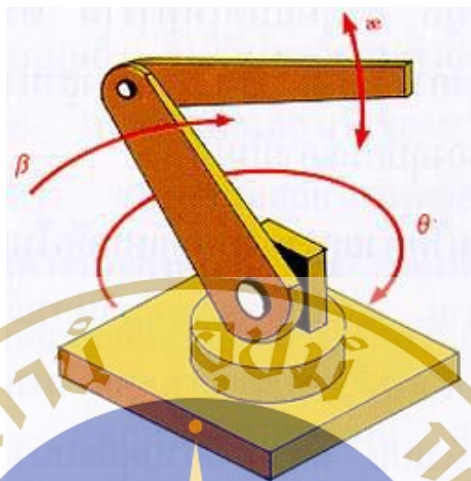
3) โครงสร้างเชิงขั้ว (polar) มีลำตัวที่บิดได้ มีแขนที่หมุนและยืดหดได้



ภาพที่ 2.6 รูปแบบแสดงลักษณะโครงสร้างเชิงขั้ว

4) โครงสร้างมนุษย์ (antropomorphic) เป็น โครงสร้างที่เลียนแบบโครงสร้างของ มนุษย์ ในหุ่นยนต์อุตสาหกรรม มีลักษณะเป็นส่วนบนของลำตัวมนุษย์ ประกอบด้วยหัวไหล่ แขน

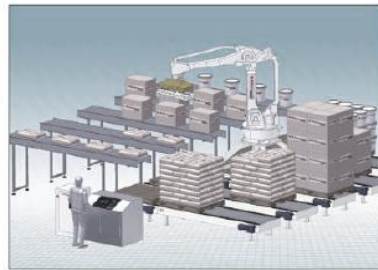
ท่อนบน แขนท่อนล่าง ข้อมือและมือ ลักษณะเคลื่อนที่ด้วยระบบไฮดรอลิก และระบบเซอร์โว มอเตอร์กระแสตรง



ภาพที่ 2.7 รูปแบบแสดงลักษณะ โครงสร้างมนุษย์

อุปกรณ์ให้กำลังขับเคลื่อนของหุ่นยนต์ ในปัจจุบันมีอุปกรณ์ให้กำลังขับเคลื่อน หุ่นยนต์อยู่ 3 ชนิด คือ มอเตอร์กระแสไฟตรง นิวมेटิก และไฮดรอลิก ก. มอเตอร์กระแสไฟตรง คือ อุปกรณ์ขับเคลื่อนหมุนรอบตัวเองได้ ด้วยพลังงานจากระแสไฟตรง เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ได้สะดวก ง่าย ต่อการควบคุม และตำแหน่งแม่นยำ ปัญหาสำคัญคือ มีกำลังจำกัด และมีปัญหาในการนำหุ่นยนต์ที่ ขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้าไปใช้ในบริเวณที่มีวัตถุไวไฟ เช่นงานพ่นสีเป็นต้น ข. นิวมेटิก เป็นระบบที่ ขับเคลื่อนทางตรง ทางโค้งหรือหมุนได้ ด้วยแรงอัดของลม เป็นอุปกรณ์ที่ราคาถูก และยุ่งยากน้อย ที่สุด ปัญหาที่สำคัญอยู่ที่การควบคุมความเร็ว และตำแหน่ง ค. ไฮดรอลิก เป็นระบบที่ขับเคลื่อนด้วย แรงอัดของน้ำมัน เป็นอุปกรณ์ที่ราคาแพง ให้กำลังสูง มีอุปกรณ์อยู่หลายแบบ สามารถเลือกใช้ให้ เหมาะสมกับงานได้ เช่น การเคลื่อนที่เป็นเส้นตรง หรือแบบหมุน เป็นต้น

2.2.1 รูปแบบของผลิตภัณฑ์



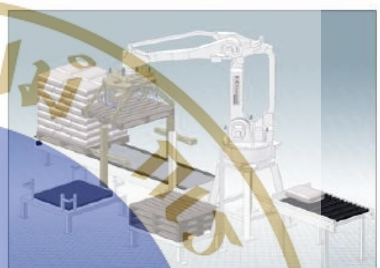
Multi-product palletizing - 5 lanes in & out *



Glass bottle palletizing - full layer handling *



Box palletizing with 7th axis rail *

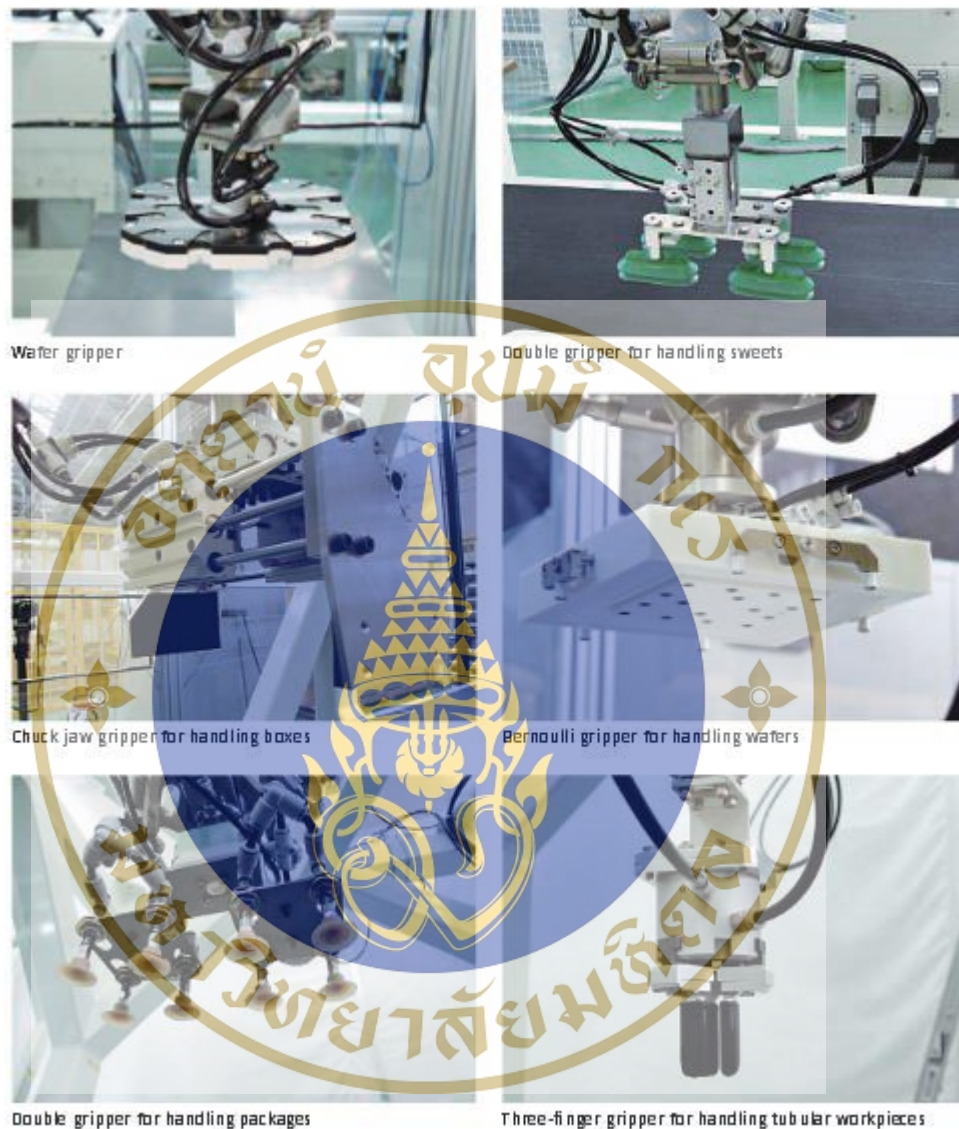


Bag palletizing with pallet handling *

ภาพที่ 2.8 แสดงลักษณะรูปแบบใช้งานของแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม

แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot) สามารถออกแบบลักษณะรูปแบบการใช้งานเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดในการใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังสามารถปรับเปลี่ยนชุดหัวจับชิ้นงานเพื่อใช้งานได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2.2.2 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2.9 ลักษณะชุดหัวสินค้าของแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม

จากภาพที่ 2.9 แสดงลักษณะชุดหัวสินค้าของแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามลักษณะงานที่ต้องการ กล่าวคือ กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกใช้หรือออกแบบชุดหัวจับชิ้นงานได้ตามความต้องการเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน ซึ่งผลที่ได้จากการออกแบบชุดหัวจับงาน โดยเฉพาะจะทำให้มีความแม่นยำในงาน ลดความเสียหายต่างๆในงาน รวมถึงประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

2.2.3 กระบวนการนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

โดยรูปแบบการดำเนินการประกอบไปด้วยขั้นตอน คือ เริ่มตั้งแต่การสำรวจพื้นที่โรงงาน สอบถามถึงลักษณะการใช้งาน จากนั้นหลังจากที่ฝ่ายขายได้มีการนำเสนอและสาธิตวิธีการใช้งานแก่ลูกค้าจนลูกค้าเกิดความสนใจสั่งซื้อสินค้า จากนั้นจึงสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทพาร์ทเนอร์ ผู้ผลิตที่สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยคำนวณระยะเวลาการผลิตจัดส่ง (ประมาณ 30-60 วัน) และระยะเวลาการจัดส่งสินค้า (ทางเรือประมาณ 15-30 วัน) เมื่อมีความต้องการใช้จึงมีการออกออเดอร์ผ่านฝ่ายจัดซื้อมายังบริษัท ซึ่งเมื่อบริษัทได้รับออเดอร์สินค้า จะทำการนัดหมายรับค่ามัดจำสินค้า พร้อมทั้งนัดหมายล่วงหน้าเพื่อเข้าตรวจวัดสถานที่การใช้งานจริงในสถานประกอบการ โดยอาจมีการปรึกษากับฝ่ายวิศวกรของบริษัท เพื่อสอบถามการใช้งานติดตั้งชุดหัวจับสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จากนั้นจึงจะมีการสั่งซื้อ และนำเข้าสินค้าจากทาง Partner หลังจากที่ได้รับสินค้ามาถึงจะทำการนัดหมายติดตั้ง รวมถึงสอนวิธีการใช้งานสินค้า ทดลองใช้งานสินค้า วางบิล และเมื่อครบกำหนดครบบิลจึงรับชำระเงิน

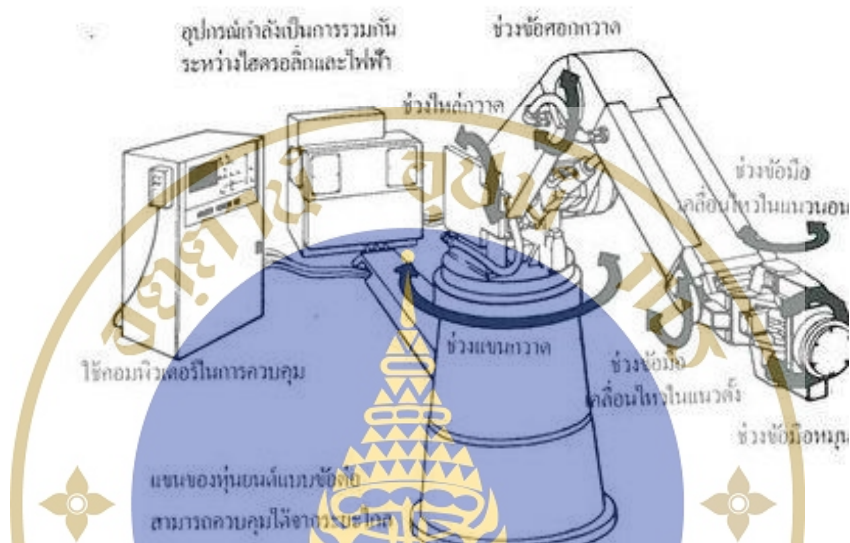


ภาพที่ 2.10 กระบวนการดำเนินงานของบริษัทนำเข้าและจัดจำหน่ายแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม บริษัท โรโบ โตะ จำกัด (Robot To Co., Ltd.)

2.2.4 วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์

ระบบควบคุมเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของหุ่นยนต์ ทำหน้าที่เป็นมองเก็บข้อมูล สั่งหุ่นยนต์ให้ทำงาน ตรวจสอบ และควบคุมตำแหน่งการทำงาน ในบางเครื่องสามารถตรวจสอบความผิดปกติของอุปกรณ์ภายในได้ หุ่นยนต์จะทำงานได้ด้วยการควบคุมแบบอัตโนมัติ โดยมีการกำหนด

เป้าหมาย และมีการควบคุมอุปกรณ์ให้ทำงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ด้วยอุปกรณ์ควบคุม การทำงานของอุปกรณ์ควบคุมมี ๒ แบบ คือ การควบคุมแบบวงจรถัด และการควบคุมแบบวงจรถัด สำหรับการควบคุมแบบวงจรถัดนั้น อุปกรณ์ควบคุมจะคอยตรวจสอบเปรียบเทียบกับเป้าหมาย และควบคุมให้ได้ผลที่ถูกต้องตลอดเวลา หน้าที่ของแบบนี้จึงจำเป็นต้องมีอุปกรณ์ตรวจสอบเป้าหมายด้วย ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้แขนกลอัจฉริยะได้หลากหลายงาน (ภาพที่ 2.11)

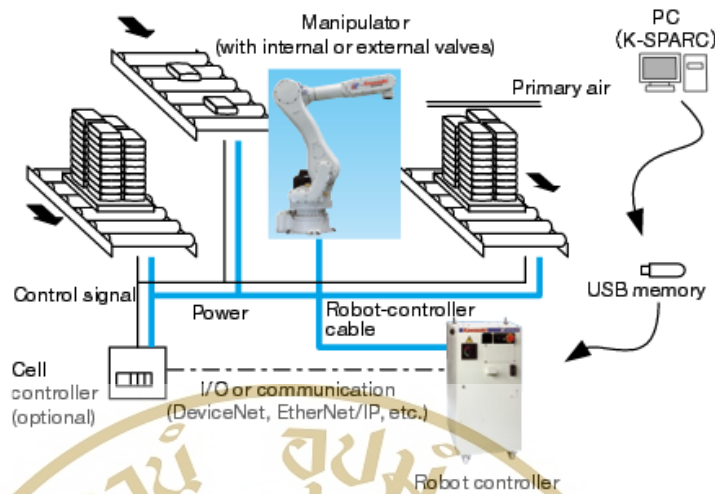


ภาพที่ 2.11 แสดงการใช้งานแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม



ภาพที่ 2.12 แสดงลักษณะการใช้งานแขนกลอัจฉริยะอุตสาหกรรมต่างๆ

SYSTEM CONFIGURATION EXAMPLE



ภาพที่ 2.13 แสดงลักษณะระบบการใช้งานแขนกลอัจฉริยะในงานอุตสาหกรรม

2.3 คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์

แขนกลเป็นหุ่นยนต์ชนิดหนึ่งที่น่ามาใช้งานในวงการอุตสาหกรรมการผลิต ได้ถูกนำมาใช้แทนแรงงานมนุษย์ในงานที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง งานที่ต้องทำซ้ำๆ กันตลอดเวลา งานที่เป็นอันตราย งานหนักและยากเกินกว่าที่มนุษย์จะทำไหว โดยปกติมนุษย์สามารถทำงานได้ทุกอย่าง แต่ข้อจำกัดของมนุษย์นั้นไม่สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องยาวนาน เนื่องจากจะเกิดความเหน็ดเหนื่อย เมื่อยล้าจึงต้องมีการพักผ่อน เมื่อมนุษย์ทำงานในที่อันตรายเช่นงานที่เกี่ยวกับสารเคมีที่มีพิษ ถ้าป้องกันไม่ดีก็จะส่งผลต่อสุขภาพได้ เมื่อมีข้อจำกัดเช่นนี้ หุ่นยนต์จึงเข้ามามีบทบาทในการทำงานดังกล่าว และข้อดีของการที่มีหุ่นยนต์ทำงานแทนมนุษย์นั้นนอกจากที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ประสิทธิภาพการทำงานก็จะเพิ่มขึ้น มีความแน่นอนแม่นยำมากขึ้นสามารถทำงานผลิตได้โดยไม่ต้องพัก จำนวนชิ้นงานที่ทำก็มากขึ้น สามารถทำงานได้โดยไม่มีหยุดพัก ซึ่งหุ่นยนต์อุตสาหกรรมนี้ สามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และสามารถทำงานแทนมนุษย์ได้มากขึ้นเป็นลำดับ ดังนั้นลักษณะของงานที่มนุษย์ทำในโรงงานอุตสาหกรรมจะค่อยๆ เปลี่ยนไป กล่าวคือ มนุษย์จะเข้ามามีหน้าที่ควบคุมการทำงาน และดูแลซ่อมแซมหุ่นยนต์มากกว่าจะลงมือผลิตเอง ส่วนผลในระยะยาว น่าจะนำไปสู่สังคมที่มนุษย์ใช้เวลาทำงานน้อยกว่าปัจจุบัน และมีเวลาทำกิจกรรมอื่นๆ เกิดความเมื่อยล้าสูงในงานที่ซับซ้อน และเพิ่มความปลอดภัยในการทำงาน สินค้าเสียหายน้อยลง ความคล่องตัวต่อการผลิตที่เปลี่ยนแปลงบ่อย ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่การผลิต

บทที่ 3

การศึกษากลุ่มเป้าหมาย

3.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customers)

เนื่องจากธุรกิจบริษัทหลัก ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องจักรผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูก และอ้างอิงจากลูกค้าที่ผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกว่า ลูกค้าของลูกค้า (เจ้าของโรงงาน) ที่ซื้อกล่องบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกไปใช้ใส่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 เป็นโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารกระป๋องและเครื่องดื่ม อีกทั้งธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงแบ่งส่วนตลาดได้ ดังนี้

3.1.1 การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation)

3.1.1.1 ตามประชากรศาสตร์ (Demographic) โรงงานอาหารกระป๋องและเครื่องดื่ม จำนวนคนงาน ตั้งแต่ 100-3000 คน โดยแบ่งตามโรงงานที่มีสายในการผลิตเท่ากับ 2 สายหรือมากกว่า โดยมียอดขายต่อปี 100 ล้านบาทขึ้นไป

3.1.1.2 ตามภูมิศาสตร์ (Geographic) โรงงานอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มทั่วประเทศไทย

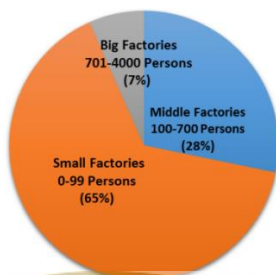
3.1.1.3 ตามพฤติกรรม (Behavioral) โรงงานขนาดกลางที่มีการประมาณการณ์ยอดขายที่จะเพิ่มขึ้นต่อปี และต้องการแก้ไขปัญหาการเกิดความผิดพลาดจากการทำงานของคนงาน รวมถึงต้องการลดต้นทุนในการผลิตเนื่องจากมีจำนวนคนงานมาก

3.1.1.4 ตามจิตวิทยา (Psychographic) ต้องการพัฒนาการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องและไม่ยึดติดกับการผลิตแบบเดิม

3.1.2 การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3.1.2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ โรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่ม โรงงานขนาดกลางถึงใหญ่ที่มียอดขาย ตั้งแต่ 600 - 3,000 ล้านบาทต่อปี ประมาณ 130 โรงงาน และมีสายการผลิตตั้งแต่ 2 สายการผลิตขึ้นไป ขนาดกล่องที่ใช้บรรจุกระป๋องขนาดมาตรฐาน (standard size 52.9 x 140 x 50 – KA185)

3.1.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ โรงงานขนาดกลาง มียอดขายตั้งแต่ 200 -600 ล้านบาทต่อปี ประมาณ 100 โรงงาน และมีสายการผลิตตั้งแต่ 2 สายการผลิตขึ้นไป



ภาพที่ 3.1 แสดงจำนวนโรงงานอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มทั่วประเทศไทย

3.2 การคาดการณ์ปริมาณกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

โดยในปีแรกที่เริ่มทำธุรกิจ Target customer คือ โรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มที่ทางกลุ่มไปทำแบบสอบถาม และการสำรวจแบบเชิงลึก ซึ่งทั้ง 12 โรงงานตามตารางที่ 4.2 มีความต้องการในแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม ดังนี้

ตารางที่ 3.1 รายชื่อโรงงานที่มีความต้องการแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม

ชื่อโรงงาน	สถานที่ตั้ง
บริษัท เติ้ลฟู๊ดส์ จำกัด	นิคมอุตสาหกรรมบางชัน จังหวัด กรุงเทพมหานคร
บริษัท นิ้วสะเส็ง จำกัด	อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
บริษัท เอส เค ฟู๊ด (มหาชน) จำกัด	อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร
บริษัท ฟู๊ดเมกเกอร์ จำกัด	จังหวัดน่าน
บริษัท ศรีรุ่งงามฟู๊ดส์โปรดักส์ จำกัด	จังหวัดสมุทรสาคร
บริษัท เอฟ แอนด์ เอ็น จำกัด	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 3.1 รายชื่อโรงงานที่มีความต้องการแลกเปลี่ยนจักรยะเพื่องานอุตสาหกรรม (ต่อ)

ชื่อโรงงาน	สถานที่ตั้ง
บริษัท ระยอง แคนเนอรี จำกัด	จังหวัดระยอง
บริษัท Quality pineapple product co.,Ltd.	อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
บริษัท Sea Value จำกัด	จังหวัดสมุทรสาคร
บริษัท สยามไวน์เนอรี จำกัด	จังหวัดสมุทรสาคร
โรงงานคอกำหลวงที่ 2	จังหวัดเชียงราย
เอเชียน อะโลอันซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	จังหวัดสมุทรสาคร

ในปีที่ 2 มีการขยายไปยังโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นอีก 9 โรงงาน โดยจะเจาะไปในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และภาคกลาง รวมถึงอาจจะให้ลูกค้าของบริษัทหลักแนะนำต่ออีกที

ในปีที่ 3 มีการขยายไปยังโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นอีก 6 โรงงาน โดยจะขยายไปในเขตภาคเหนือ ภาคใต้ ซึ่งมีโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องขนาดกลางถึงใหญ่ค่อนข้างเยอะ

ในปีที่ 4-5 มีการขยายไปยังโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นครอบคลุมทั่วประเทศไทย

บทที่ 4

การกำหนดกลยุทธ์ และแผนการตลาด

การวางแผนการตลาดเริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบกิจการ โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องและเครื่องดื่มน้ำ เพื่อศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจ โดยผลการสำรวจได้ถูกนำมาวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 เป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด (MARKETING GOALS AND OBJECTIVES)

เป้าหมายของบริษัทคือ สร้างยอดขายผลิตภัณฑ์แบรนด์อัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot) ให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการตั้งชื่อจากโรงงานอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มน้ำขนาดกลางถึงใหญ่ 130 โรงงานทั่วประเทศ ภายในระยะเวลา 3 ปี สร้างการรับรู้และจดจำ และเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์แบรนด์อัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot) ให้มากขึ้นว่าเป็นแบรนด์ของ Keshenlong โดยเป็นเจ้าของแรกของประเทศไทยที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีของประเทศอิตาลี ซึ่งแตกต่างจากแบรนด์อัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมที่นำเข้ามาจากจีนที่มีอยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อความสามารถในการเข้าสู่ตลาด และป้องกันการแข่งขันจากคู่แข่งได้ในอนาคต

4.2 แนวทางการปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายของแผนการตลาด

บริษัทจะดำเนินการสร้างการรับรู้ในแบรนด์ หรือ Brand Awareness ให้กับผู้ประกอบกิจการโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มน้ำ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัท ทั้งคุณลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างจากแบรนด์อื่นที่เคยมีมาก่อน และคุณค่าที่ผู้ประกอบกิจการจะได้รับ อีกทั้งยังเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ประกอบกิจการ โรงงานผลิตภัณฑ์กระดวยลูกฟูกด้วย เพื่อประโยชน์ในการช่วยนำเสนอผลิตภัณฑ์เข้าไปในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มน้ำ โดยการให้คอมมิชชั่นกับลูกค้า เพื่อให้เกิดประสบการณ์ร่วมกัน และเกิดการ

ทดลองใช้ รวมถึงการบอกต่อข้อมูล เพื่อให้เกิดการรับรู้ที่มากขึ้น โดยการบริหารจัดการทางด้านการตลาดจะแบ่งเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ ฝ่ายขาย (Sales) และฝ่ายการตลาด (Marketing) ซึ่งแต่ละส่วนจะทำหน้าที่แตกต่างกันดังนี้



ภาพที่ 4.1 แผนผังการบริหารจัดการทางการตลาด

4.2.1 ฝ่ายเสนอขายผลิตภัณฑ์

ประกอบด้วย ตัวแทนขายผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 ตำแหน่ง โดยทำหน้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทในการเสนอขายสินค้าให้กับ โรงงานอุตสาหกรรมที่ต้องการใช้สินค้า โดยแบ่งแผนแต่ละระยะดังนี้

แผนระยะสั้น (ช่วง 1-2 ปีแรก) จะทำการเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับ โรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่ม โดยผ่านทางบริษัทคู่ค้าหลัก หรือ โรงงานอุตสาหกรรมผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก ซึ่งทาง Mr. Robot จะดูแลลูกค้าอย่างดีทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อให้เกิดการบอกต่อกับทางโรงงานอื่นที่เป็นลูกค้า หรือ คู่ค้าของลูกค้าอีกที

แผนระยะกลาง (3-5 ปี) เสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับ โรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มที่ส่งออกไปสู่คอนเทนเนอร์ และ โรงงานอุตสาหกรรมที่ทำธุรกิจในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่อาหารกระป๋อง เพื่อเพิ่มยอดขายและขยายจำนวนฐานลูกค้า โดยอาศัยการอ้างอิงจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของโรงงานอุตสาหกรรมที่นำเข้าไปในสองปีแรก

แผนระยะยาว (5 ปีขึ้นไป) เสนอขายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทั่วประเทศและขยาย Product line ใหม่ที่อาจนำเข้าขายควบคู่ไปด้วย

สำหรับการนำเสนอผลิตภัณฑ์เข้าไปใน โรงงานอุตสาหกรรมนั้นจะมีการให้คอมมิชชั่นให้กับคู่ค้าหลักของลูกค้าและผู้แทนขายผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเป็น ค่าเสนอผลิตภัณฑ์เข้าไปใน โรงงานอุตสาหกรรมและค่าคอมมิชชั่นที่คำนวณจากยอดขายผลิตภัณฑ์ต่อชิ้นที่ผู้แทนขายได้ตั้งรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 ค่าเสนอผลิตภัณฑ์เข้าในโรงงานอุตสาหกรรมแบ่งตามขนาดของโรงงาน

ขนาดของโรงงานอุตสาหกรรม	ค่าคอมมิชชั่นจากการเสนอผลิตภัณฑ์
โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ คนงาน 700 - 4000	10,000 บาท
โรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลาง คนงาน 100 - 600	12,000 บาท
โรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลาง คนงาน 0 - 99	10,000 บาท

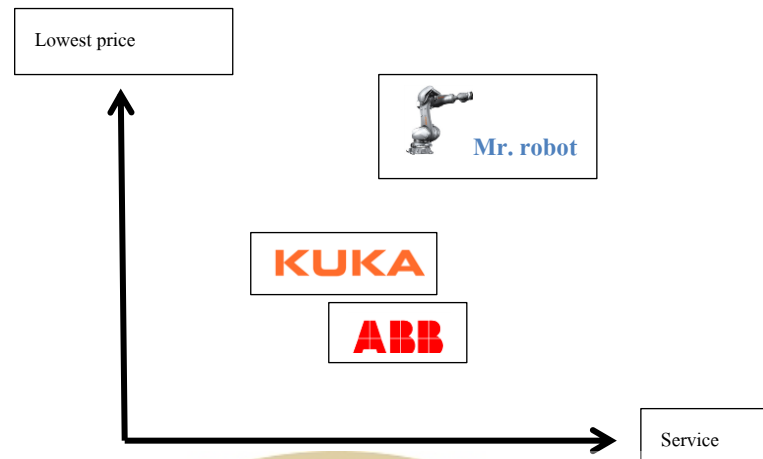
- ค่าเสนอผลิตภัณฑ์เข้าในโรงงานอุตสาหกรรม โดยเงื่อนไขแต่ละโรงงานยังไม่มีหุ่นยนต์อุตสาหกรรม (Hand Robot)
- ค่าคอมมิชชั่น จำนวนจากเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งยอดขายผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ คือให้ค่าคอมมิชชั่น 5% ของจำนวนยอดขายผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ทั้งหมด

4.2.2 ฝ่ายการตลาด

เนื่องจาก Mr. Robot นั้นนำเข้าจากประเทศจีน เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักของตลาดอยู่แล้ว แต่ติดปัญหาที่ต้นทุนของแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมมีราคาค่อนข้างสูงจึงคิดว่าไม่คุ้มที่จะลงทุน ซึ่งทางเรามีจุดเด่นในเรื่องของราคาที่ถูกที่สุดในตลาดนี้ และมีความสามารถที่ใกล้เคียงกัน การทำตลาดจึงต้องเน้นให้ผู้ใช้งานในโรงงานอุตสาหกรรมเห็นคุณสมบัติ และคุณประโยชน์ที่ทางโรงงานเคยได้รับการติดตั้ง และการบริการที่เหนือกว่าแบรนด์อื่น

4.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Brand Positioning)

สำหรับแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot) ของบริษัท เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จะสามารถเทียบได้ในสองด้าน คือ ด้านราคา ซึ่งราคาของ Mr. Robot จะมีราคาที่ถูกลงกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งทั้งสองตัวที่มีอยู่ในตลาดแต่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงแบรนด์ยุโรปที่สุด ซึ่งการลงทุนซื้อ Mr. Robot 2,240,000 บาท (ราคารวมค่าติดตั้งและค่าวิศวกร) เมื่อเทียบกับการจ่ายค่าแรง 1,198,080 บาท ต่อปี (*520 บาทต่อคนต่อวัน) ดังนั้นจะคืนทุนภายใน 1 ปี 11 เดือนจึงเป็นการสร้างความคุ้มค่าให้แก่ลูกค้า และในด้านการบริการที่รวดเร็ว ได้มีการเตรียม Buffer product ให้กับลูกค้า 1 ตัวในช่วงเวลาที่เกิดความเสียหายเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่อาจจะต้องรอคิวในการซ่อมและบริการ ซึ่งแสดงตำแหน่งได้ดังรูป



ภาพที่ 4.2 ตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot)

4.4 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนสมทางการตลาด (7Ps)

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การรวมกันของส่วนสมสำคัญ คือ สินค้า โครงสร้างราคา ระบบการ กระจายสินค้า และกิจกรรมการส่งเสริมการขายซึ่งบรรจุอยู่ในโปรแกรม การตลาด ดังนั้นความหมายของส่วนประสมทางการตลาดสรุปได้คือเป็นชุดเครื่องมือทางการตลาด ที่บริษัทสามารถควบคุมได้ เพื่อใช้ในการสร้างความพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านจะต้องนำมาเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันเพื่อ ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ของผู้บริโภค ดังนี้

4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายมอบให้แก่ ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งแขนกลอัจฉริยะเพื่องาน อุตสาหกรรม (Mr. Robot) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นในเรื่องของมีความแม่นยำสูงสำหรับการใช้จับ ยกสิ่งของ สามารถปรับเปลี่ยนชุดหัวจับ (customize) ได้ตามลักษณะงานของโรงงานที่ใช้ เช่น จับ กระจก ป้องกัน กระจกโค้งกระดาษถูกฟูก หรือจับทั้งพาเลต เป็นต้น ควบคุมด้วยระบบ PLC control เมนู คำสั่งการเป็นภาษาไทยเพื่อความสะดวกในการใช้งาน มีความคล่องตัวเชื่อมต่อโรงงานที่มีพื้นที่ที่ จำกัด เนื่องจากสามารถ customize โดยไม่ต้องติดตั้งวางบนพื้น สามารถแขวนบนผนังเพื่อช่วย ประหยัดพื้นที่ได้ และมีความปลอดภัยค่อนข้างสูงเนื่องจากสามารถตั้งค่าให้แขนกลเคลื่อนที่ใน

อัตราจ้างลงเมื่อมีคนเข้ามาในบริเวณที่แขนกลทำงาน และกลับไปเดินเครื่องด้วยความเร็วปกติ หลังจากคนพ้นไปจากบริเวณนั้น

4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าน่าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของสินค้าหรือบริการ กับราคา (Price) ของสินค้าหรือบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการควรมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ โดย Mr. Robot ใช้กลยุทธ์ตั้งราคาที่ถูกกว่าคู่แข่งเกินครึ่งหนึ่ง เช่น แบรินด์ ABB, Kuka, Kawasaki ราคาประมาณ 4-5 ล้านบาท แต่ Mr. Robot ราคาเพียง 2 ล้านบาท เมื่อเทียบกับคุณภาพที่สามารถใช้งานได้ดีเกือบจะเทียบเท่า หรือเมื่อเทียบส่วนประกอบแต่ละชิ้นส่วนของ Mr. Robot ก็มีความแข็งแรงทนทานและได้มาตรฐาน ดังนั้นราคาจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจบริโภคเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า (Reasonable Price)

4.4.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์กรออกไปยังตลาดประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

4.4.3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หรือ (Marketing Channel) ประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค อาจจะใช้ช่องทางทางตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค และใช้ช่องทางทางอ้อมจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค ซึ่ง Mr. Robot ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม คือ มีกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตต้องกระดาศลูกฟูกอยู่แล้ว โดยสำหรับ Mr. Robot เรา จะเข้าหากลุ่มลูกค้าโรงงานอาหารกระป๋องและเครื่องดื่ม โดยผ่านทางลูกค้าที่ผลิตต้องกระดาศลูกฟูก (คนกลาง) ไปยังกลุ่มลูกค้าเดิมของคนกลาง โดยมีกรให้ค่าคอมมิชชั่นร้อยละ 5 สำหรับการเป็นตัวกลางติดต่อให้

4.4.3.2 การกระจายตัวสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เช่น การขนส่ง การเก็บรักษา การคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ ซึ่ง Mr. Robot จะมีการบริหารสินค้า โดยสำรองแขนกลอุตสาหกรรมเก็บไว้ 1 ตัว เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการซ่อมแซมและเปลี่ยนสินค้าให้ลูกค้าไปใช้ก่อนชั่วคราว เนื่องจากโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มเหล่านี้ ไม่สามารถหยุดการผลิตและบรรจุภัณฑ์ได้ ถ้าหากเกิดความขัดข้องและต้องหยุดสายการผลิต นั่นก็หมายถึงการสูญเสียรายได้หลายล้านบาท

4.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม เพื่อให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเพื่อจดจำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และเป็นการติดต่อสื่อสาร เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายระหว่างกันได้

4.4.4.1 การโฆษณา (Advertising)

บริษัททำโฆษณาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการสื่อให้ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเพื่อจดจำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องความสามารถของแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot) รวมถึงนวัตกรรมที่ทำร่วมกับแบรนด์อิตาลี เพื่อสื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงประโยชน์ ความแข็งแรง และเพิ่มความน่าเชื่อถือของแบรนด์มากขึ้น ดังนี้

- จัดทำเว็บไซต์ <http://www.mrobot.com> และ Facebook ของบริษัท Mr. Robot เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ และเพื่อเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารกันระหว่างผู้บริโภคกับบริษัท

- ลงคลิปวิดีโอที่สร้างเป็นเรื่องราวเพื่อเผยแพร่ใน Youtube และสื่อ Social media อื่นๆ เพื่อเป็นการสร้างแบรนด์

4.4.4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

ออกบูธแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าเครื่องจักรอุตสาหกรรม เพื่อเป็นการโปรโมท ซึ่ง Mr. Robot จะมีการทำโปรโมชัน เช่นการทำแพคเกจราคาส่วนลดถ้าซื้อแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมไว้สองชิ้นจะได้ในราคาพิเศษ หรือฟรีค่า maintenance ภายใน 1 ปีแรก

4.4.5 กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)

ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาและสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้ เช่น การให้เงินเดือนที่เหมาะสมจูงใจแก่วิศวกร การขึ้นเงินเดือน เลื่อนตำแหน่งให้วิศวกรหรือช่าง หรือมีการส่งพนักงานไปอบรมความรู้เพิ่มเติมที่ต่างประเทศ

4.4.6 กลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

เป็นการสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่นสร้างภาพลักษณ์ให้ Mr. Robot ให้มีศักยภาพที่เทียบเท่ากับแบรนด์คู่แข่งญี่ปุ่นและยุโรป

4.4.7 กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process)

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและการปฏิบัติเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์และบริการ เช่นบริการหลังการขายที่สม่ำเสมอ สามารถส่งช่างไปดูแลลูกค้า และสามารถซ่อมแซมแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมได้อย่างรวดเร็วแม่นยำ คิตราคาซ่อมบำรุงอย่างเหมาะสม



บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการเริ่มต้นธุรกิจ

5.1 บทสรุปภาพรวมการทำธุรกิจ

การขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมในปัจจุบันนั้น “หุ่นยนต์” ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยคาดว่าอีก 2-3ปีข้างหน้า ความต้องการใช้หุ่นยนต์ทั่วโลกมีโอกาสเพิ่มสูงขึ้นเกือบ 2 เท่า ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ประกอบกับภาวะขาดแคลนแรงงานของภาคอุตสาหกรรมยังคงเป็นปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน รวมถึงคุณภาพแรงงานไม่ได้มาตรฐานขาดความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานทำให้เกิดความผิดพลาด เสียหาย หรือแรงงานลางานบ่อยส่งผลกระทบต่อโรงงานที่ผลิตสินค้า เนื่องจากต้องผลิตอย่างต่อเนื่องไม่สามารถหยุดผลิตได้ ขณะเดียวกันการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้น ทำให้ต้องพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการเพิ่มกำลังการผลิต และคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ยิ่งส่งผลให้การใช้งานหุ่นยนต์ในภาคอุตสาหกรรมมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต โดยขณะนี้ประเทศจีนถือเป็นอันดับ 1 ที่มีความต้องการใช้งานหุ่นยนต์อุตสาหกรรมมากที่สุดในโลก ครองสัดส่วนของยอดขายในตลาดโลกไปแล้วกว่า 30% และยังมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคตกลายเป็นผู้ผลิตหุ่นยนต์อุตสาหกรรมรายใหญ่ของโลกในอนาคต เช่นเดียวกับประเทศไทยในปัจจุบันที่กำลังจะพัฒนาอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ขึ้นเป็นอุตสาหกรรมใหม่ เพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยในยุค “ประเทศไทย 4.0” จากความเป็นมาของปัญหา และ โอกาสข้างต้นนี้ ทางผู้วิจัยจึงวางแผนธุรกิจจัดตั้งบริษัท โรโบ โตะ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่นำเข้าและจัดจำหน่ายแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม ซึ่งนำเข้าจากบริษัท Guangzhou Keshenlong Carton Packing Machine Co.,Ltd สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเครื่องจักรผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก อุปกรณ์ชิ้นส่วนอะไหล่ภายในเครื่องจักร และแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม ประกอบกับการเป็นตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวในประเทศไทย (Sole Distributor) ของบริษัท โกโด อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด กับทางบริษัท Keshenglong ซึ่งเป็นผู้ผลิต (Supplier) ที่ประเทศจีนอยู่แล้ว ทำให้บริษัท โรโบ โตะ จำกัด สามารถเป็นตัวแทนจำหน่ายแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot) ในประเทศไทยที่ได้ราคาต่ำที่สุดในหมวดแขนกลอุตสาหกรรม และปัจจุบันได้มีการร่วมมือกับ Tenace ประเทศอิตาลี โดยนำเทคโนโลยีจากประเทศอิตาลีที่ทันสมัยมาปรับเปลี่ยนประยุกต์ใช้กับเครื่องจักร

ทุกเครื่อง เพื่อพัฒนาคุณภาพเครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยสร้างเครือข่ายในเชิงพันธมิตร เพื่อรองรับการเป็นผู้ผลิตหุ่นยนต์รายใหญ่ในอนาคต และเพื่อสร้างแบรนด์ สร้างความเชื่อมั่นว่ามีประสิทธิภาพเทียบเท่าแบรนด์ยุโรป ผู้วิจัยได้มีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงปัญหาของผลิตภัณฑ์รวมทั้งปัจจัยต่างๆ ที่กลุ่มผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ จนกระทั่งออกมาเป็นผลิตภัณฑ์แขนกลอุตสาหกรรม payload 0-80 kgs ราคา 1,500,000 บาท และได้กำหนดกลยุทธ์การตลาด กลุ่มเป้าหมายหลักของทางบริษัทฯ คือ กลุ่มผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง และเครื่องคั้น โดยช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือ ผ่านทางคู่ค้าที่ผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก (คนกลาง) ไปยังกลุ่มลูกค้าเดิมของคู่ค้า โดยมีการให้ค่าคอมมิชชั่นร้อยละ 5 สำหรับการเป็นตัวกลางติดต่อให้ และการทำประชาสัมพันธ์ในรูปแบบการนำเสนอข้อมูลตามโรงงานอุตสาหกรรมกระป๋องเพื่อให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และสาธิตวีดีโอการทำงานกับกลุ่มเป้าหมายหลัก นอกจากนี้จะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวารสารสมาคมบรรจุดัชนี รวมถึงประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในงานแสดงสินค้า โดยการออกบูธเพื่อเป็นการทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักผลิตภัณฑ์

5.1.1 บทสรุปขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจ

ศึกษาอุตสาหกรรมเพื่อรวบรวมข้อมูลในการดำเนินธุรกิจนำเข้า และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจากการสังเกตปัญหาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีพนักงานเพิ่มสูงขึ้น อัตราค่าจ้างพนักงานที่เพิ่มสูงขึ้น ความต้องการสดต้นทุนในการผลิต และคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด จากนั้นได้ทำ Market survey เพื่อทราบถึงปัญหา และความต้องการที่แท้จริงในกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะทราบตำแหน่งของปัญหามากที่สุด และปริมาณความต้องการสินค้า ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง (demand) ที่มีการใช้จริงในตลาด นำไปสู่การวางแผน และคาดการณ์ปริมาณการเสนอขายสินค้า (supply) ที่จะนำเข้ามา รวมทั้งมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องคั้น เพื่อทราบข้อมูลของปัญหาและความต้องการเชิงลึก ว่ามีความต้องการของกลุ่มโรงงานเป้าหมายจำนวนหนึ่งที่ยากได้แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมนี้จริง มาช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานและลดขั้นตอนระยะเวลาในการทำงาน ได้มีการหาความเป็นไปได้ของธุรกิจ โดยการทำ Feasibility analysis เพื่อหาปัจจัยที่มีผลกระทบในการทำธุรกิจนี้ และความเป็นไปได้ของธุรกิจแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม สำหรับแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot) ของบริษัท เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จะสามารถเทียบได้ในสองด้าน คือ ด้านราคา และการบริการ ซึ่งราคาของ Mr. Robot จะมีราคาที่ถูกลงกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งทั้งสองตัวที่มีอยู่ในตลาดแต่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงแบรนด์ยุโรปที่สุด เป็นการสร้างความคุ้มค่าให้แก่ลูกค้า ในด้านการบริการที่

รวดเร็ว ได้มีการเตรียม Buffer product ให้กับลูกค้า 1 ตัวในช่วงเวลาที่เกิดความเสียหายเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่อาจจะต้องรอคิวในการซ่อมและบริการ การบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ตามแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ นั้น ทางบริษัท โรโบ โตะ จำกัด ได้จัดให้มีการร่างนโยบายและแผนงานรวมทั้งหน้าที่ความรับผิดชอบงานในแต่ละตำแหน่ง เพื่อให้พนักงานทุกคนได้ดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ โดยผ่านการจัดลำดับขั้นตอนสายบังคับบัญชาของแต่ละคนในแต่ละสายงาน เพื่อให้เกิดเป็นมาตรฐานที่ดี ทางบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการขายและงานบริการ โดยอาศัยกลยุทธ์ด้านบุคคล การคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาและสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้ เช่น การให้เงินเดือนที่เหมาะสมจูงใจแก่วิศวกร การขึ้นเงินเดือน เลื่อนตำแหน่งให้วิศวกรหรือช่าง หรือมีการส่งพนักงานไปอบรมความรู้เพิ่มเติมที่ต่างประเทศ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทฯ

5.2 ข้อเสนอแนะในการเริ่มต้นธุรกิจ

5.2.1 ข้อเสนอแนะในด้านการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

เป้าหมายของบริษัทคือ สร้างยอดขายผลิตภัณฑ์แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot) ให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสั่งซื้อจากโรงงานอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มขนาดกลางถึงใหญ่ 130 โรงงานทั่วประเทศ ภายในระยะเวลา 3 ปี สร้างการรับรู้และจดจำ และเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์แขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรม (Mr. Robot) ให้มากขึ้นว่าเป็นแบรนด์ของ Keshenlong โดยเป็นเจ้าของประเทศไทยที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีของประเทศอิตาลี ซึ่งแตกต่างจากแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมที่นำเข้ามาจากจีนที่มีอยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อความสามารถในการเข้าสู่ตลาด และป้องกันการแข่งขันจากคู่แข่งได้ในอนาคต

แผนระยะสั้น (ช่วง 1-2 ปีแรก) ทางบริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก จะทำการเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่ม โดยผ่านทางบริษัทคู่ค้าหลัก หรือโรงงานอุตสาหกรรมผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก ซึ่งทาง Mr. Robot จะดูแลลูกค้าอย่างดีทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อให้เกิดการบอกต่อกับทางโรงงานอื่นที่เป็นลูกค้า หรือ คู่ค้าของลูกค้าอีกที

แผนระยะกลาง (3-5 ปี) ทางบริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์การขายตลาด เสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มที่ส่งออกใส่ตู้คอนเทนเนอร์ และ โรงงาน

อุตสาหกรรมที่ทำธุรกิจในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่อาหารกระป๋อง เพื่อเพิ่มยอดขายและขยายจำนวนฐานลูกค้า โดยอาศัยการอ้างอิงจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของโรงงานอุตสาหกรรมที่นำเข้าไปในสองปีแรก

แผนระยะยาว (5 ปีขึ้นไป) เสนอขายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทั่วประเทศและขยาย Product line ใหม่ที่อาจนำเข้ามาขายควบคู่ไปด้วย

สำหรับการนำเสนอผลิตภัณฑ์เข้าไปในโรงงานอุตสาหกรรมนั้นจะมีการให้คอมมิชชั่นให้กับคู่ค้าหลักของลูกค้าและผู้แทนขายผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเป็น ค่าเสนอผลิตภัณฑ์เข้าไปในโรงงานอุตสาหกรรมและค่าคอมมิชชั่นที่คำนวณจากยอดขายผลิตภัณฑ์ต่อชิ้นที่ผู้แทนขายได้

5.2.2 ข้อเสนอแนะในกรณีเกิดเหตุที่ไม่คาดคิดกับบริษัท

5.2.2.1 กรณียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

เนื่องจากบริษัท โรโบ โตะ จำกัด เป็นบริษัทที่นำเข้ามาขนกอุตสาหกรรม ซึ่งเพิ่งก่อตั้ง และยังไม่เป็นที่รู้จักอาจมีความเสี่ยงด้านความน่าเชื่อถือ และสินค้าจากจีนนั้นมีคุณภาพที่ต่ำกว่า และ อายุการใช้งานไม่นานเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น ดังนั้นจึงต้องสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัท โดยใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เลือกสินค้าที่มีคุณภาพเข้ามา โดยอ้างถึงบริษัทที่ผลิตเครื่องจักร รวมถึงส่วนประกอบภายในเครื่องจักรที่ต้องผ่านกระบวนการรับรองมาตรฐานทั้งวัสดุที่นำมาผลิตและกระบวนการผลิตในระดับสากล รวมทั้งประชาสัมพันธ์ถึงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรกับประเทศอิตาลี เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ทางบริษัทมีการรับประกันเกี่ยวกับตัวเครื่องจักรให้กับลูกค้าเป็นระยะเวลา 1 ปีเต็มสำหรับตัวเครื่องจักร และการรับประกัน Mainboard 1 ปีครึ่ง อีกทั้งมีบริการหลังการขายตลอดอายุการใช้งานเครื่องจักร และสามารถสอบถามการใช้งานได้ตลอดเวลา รวมถึงมีสินค้าทดแทน เพื่อแก้ปัญหาการขาดช่วงเวลาที่สินค้ามีปัญหาหนานกว่า 1 อาทิตย์

5.2.2.2 กรณีคู่แข่งในตลาดเพิ่มมากขึ้น สินค้าทดแทนได้

เนื่องจากสินค้ามีความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ย่อมเป็นที่สนใจของกลุ่มคู่แข่งในตลาด ที่มีอยู่หลายยี่ห้อ และมีหลายบริษัทที่นำเข้าไป ส่งผลกระทบทำให้ความต้องการสินค้าลดลง นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการกำหนดราคาและโอกาสในการเติบโตของสินค้า ขนาด ความรุนแรงของการคุกคามของสินค้าหรือบริการทดแทน ดังนั้นปัจจัยที่จะช่วยแก้ปัญหาที่มีดังนี้ ระดับราคาของสินค้าทดแทนนั้น, ความสามารถในการตอบสนองความพึงพอใจของคุณภาพสินค้าหรือบริการหลังการขายแก่ผู้บริโภค ซึ่งบริษัท โรโบ โตะ จำกัด มีจุดแข็ง คือ บริษัทหลักของเราเป็น Sole Distributor โดยนำเข้าสินค้าเครื่องจักรเป็นธุรกิจหลักมาเป็นระยะเวลากว่า 10 ปี ไม่เว้นแม้แต่บริษัทผู้ผลิตเองก็ไม่สามารถนำสินค้าเข้าจำหน่ายได้เอง ต้องผ่านทางบริษัทของเราเท่านั้น

กลยุทธ์ด้านราคา (Price) โดย Mr. Robot ใช้กลยุทธ์ตั้งราคาที่ถูกลงกว่าคู่แข่งเกินครึ่งหนึ่ง เช่น แบรินด์ ABB, Kuka, Kawasaki ราคาประมาณ 4-5 ล้านบาท แต่ Mr. Robot ราคาเพียง 2 ล้านบาท เมื่อเทียบกับคุณภาพที่สามารถใช้งานได้ดีเกือบจะเทียบเท่า หรือเมื่อเทียบส่วนประกอบแต่ละชิ้นส่วนของ Mr. Robot ก็มีความแข็งแรงทนทานและได้มาตรฐาน ดังนั้นราคาจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจบริโภคเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า (Reasonable Price)

กลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น สร้างภาพลักษณ์ให้ Mr. Robot มีศักยภาพที่เทียบเท่ากับแบรนด์คู่แข่งญี่ปุ่นและยุโรป

กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และการปฏิบัติเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น บริการหลังการขายที่สม่ำเสมอ สามารถส่งช่างไปดูแลลูกค้า และสามารถซ่อมแซมแขนกลอัจฉริยะเพื่องานอุตสาหกรรมได้อย่างรวดเร็วแม่นยำ คิรราคาซ่อมบำรุงอย่างเหมาะสม



บรรณานุกรม

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.). ข้อมูลรายบริษัท/หลักทรัพย์ ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร
 กระทบ ถึง เข้าถึง ได้ จาก <https://www.set.or.th/set/commonslookup.do?language=th&country=TH>
- ธนาคารกสิกรไทย (ม.ป.ป.). ข้อมูลหลักทรัพย์โรงงานอุตสาหกรรมธุรกิจอาหารกระทบ ถึง เข้าถึง ได้ จาก
http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis/IndustrySolution_FoodsAndBeverages_2015.pdf
- ธีระยุทธ ไทยธนะไพศาล. (2559). หุ่นยนต์ไทย...ความท้าทายใหม่ที่นำจับตามอง เข้าถึง ได้ จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2708>
- สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) (ม.ป.ป.). ข้อมูลการแลกเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีและการขยาย
 โอกาสทางธุรกิจ เข้าถึง ได้ จาก <http://www.tpa.or.th>
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนโดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (ม.ป.ป.).
 หุ่นยนต์อุตสาหกรรม/หลักการทํางานของหุ่นยนต์อุตสาหกรรม เข้าถึง ได้ จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=11&chap=7&page=t11-7-info-detail03.html>
- สำนักงานทะเบียนเครื่องจักรกลาง (2551). หลักการจดทะเบียนกรรมสิทธิ์เครื่องจักร เข้าถึง ได้ จาก
<http://www2.diw.go.th/mac/duty/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (ม.ป.ป.). ข้อมูลสถิติแรงงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติ เข้าถึง ได้ จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014>
- Alibaba.com (ม .ป .ป .) Specs and Price of robot เข้า ถึง ได้ จ าก https://www.alibaba.com/product-detail/IKV-automatic-palletizer-robot-industrial-robot_60509028060.html?spm=a2700.7724838.0.0.TLLCXU&s=p
- CRI ONLINE (2558). หุ่นยนต์อุตสาหกรรมมีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมภาคการผลิตของจีน
 เข้าถึง ได้ จาก <http://thai.cri.cn/247/2015/11/10/228s237191.html>
- Guangzhou Myteck Machinery Co., Ltd (ม .ป .ป .) . Product Categories Of Machine เข้า ถึง ได้ จ าก
<https://myteck.en.alibaba.com/featureproductlist.html>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Hot Line News from VOA Washington (2559). นักลงทุนสนใจใช้จีนเป็นแหล่งผลิตหุ่นยนต์ที่ใช้ในโรงงานเพราะได้เปรียบด้านราคา เข้าถึงได้จาก <https://www.voathai.com/a/china-robots-ro/3312888.html>
- Keshenglong Co.,Ltd. (2015). ข้อมูล, ผลิตภัณฑ์และข่าวสารของบริษัทKeshenglong เข้าถึงได้จาก <http://en.keshenglong.com.cn/>
- KUKA (ม.ป.ป.). ข้อมูลของบริษัทKUKA เข้าถึงได้จาก <https://www.kuka.com/en-us/press>
- ModernManufacturing (ม.ป.ป.). ข้อมูลข่าวสารอัปเดตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมของประเทศไทย เข้าถึงได้จาก <https://www.mmthailand.com/thailand-4-0>
- Money Hub (2559). สาเหตุ และปัญหาของแรงงานไทยในปัจจุบัน เข้าถึงได้จาก [https:// moneyhub.in.th/article/thai-employee/](https://moneyhub.in.th/article/thai-employee/)
- Robomac (2546). ประวัติความเป็นมาบริษัท โรโบแมท ซิสเต็มส์ จำกัด เข้าถึงได้จาก <http://www.robomac.co.th/about-us.html>
- Tenace Solutions for automations. (ม.ป.ป.). Advanced Automation Solutions. เข้าถึงได้จาก <http://www.tenacesrl.com/english/index.php>
- Thai Food Processors' Association (ม.ป.ป.). รายชื่อบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารสำเร็จรูป เข้าถึงได้จาก http://thaifood.org/?page_id=62&cat=28
- Thailand Board Of Investment (ม.ป.ป.). THAILAND'S MACHINERY INDUSTRY เข้าถึงได้จาก http://www.boi.go.th/upload/content/BOI-brochure_2016-machinery-20151222_81490.pdf
- Thailand Board Of Investment (2543). แบบคำขออนุมัติยกเว้น/ลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร เข้าถึงได้จาก http://www.boi.go.th/thai/download/boi_forms/176/IM_06.pdf
- Thailand Board Of Investment (2543). เอกสารการชี้แจงการขอยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีอากรสำหรับเครื่องจักร เข้าถึงได้จาก http://www.boi.go.th/thai/download/boi_forms/174/IM_08.pdf
- Thailand Board Of Investment (2557). เอกสารการนำเข้าเครื่องจักร เข้าถึงได้จาก <http://www.faq108.co.th/>
- ThaiRobotics (2558). อะไรเป็นแรงผลักดันการปฏิวัติวงการหุ่นยนต์อุตสาหกรรมในจีน เข้าถึงได้จาก <https://www.thairobotics.com/2015/07/15/whats-propelling-chinas-industrial-robot-revolution/>



ภาคผนวก ก

ผลและแบบสำรวจความเห็นความต้องการจากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและ
ผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน ของแขนหุ่นยนต์อุตสาหกรรม

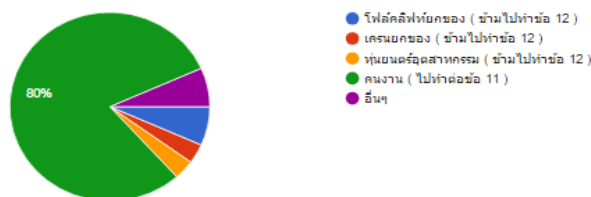
คำถามที่ 1 จากการปฏิบัติงานทั่วไป

จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน แรงงาน
อะไรในอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องที่ใช้สำหรับการบรรจุสินค้าลงกล่องบรรจุภัณฑ์



10. คุณใช้แรงงานอะไรในการบรรจุสินค้าลงกล่องบรรจุภัณฑ์

คำตอบ 30 ข้อ



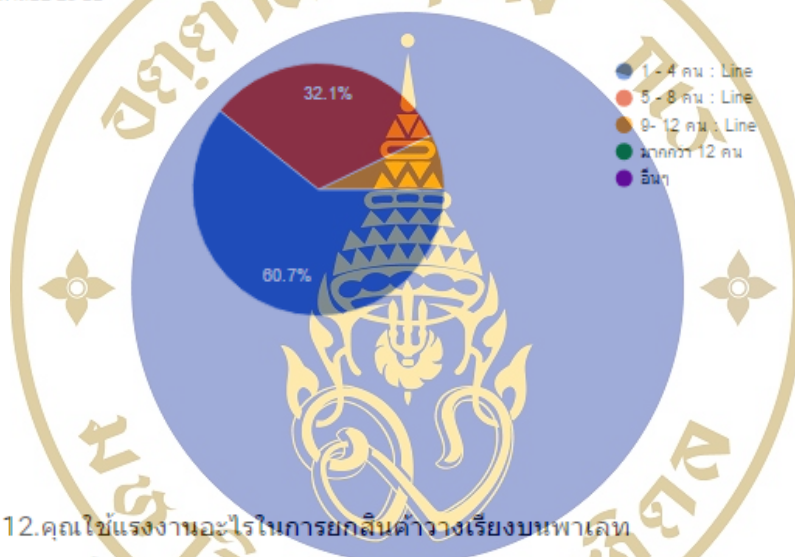
จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงานซึ่งมีจำนวนโรงงานที่ใช้กล่องในการบรรจุภัณฑ์ประมาณ 28 จาก 30 โรงงาน (96.7%) และเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานคนในการบรรจุสินค้าลงกล่อง ประมาณ 24 จาก 30 โรงงาน(80%) ซึ่งน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์จะอยู่ที่ประมาณ 0 – 100 กิโลกรัม ประมาณ (88%)

คำถามที่ 2 จากการปฏิบัติงานทั่วไป

จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน แรงงานอะไรในอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องที่ใช้สำหรับยกสินค้าวางเรียงบนพาเลท

11. ใช้แรงงานของคนในการบรรจุสินค้าลงกล่องบรรจุภัณฑ์ประมาณกี่คน

คำตอบ 28 ข้อ



12. คนใช้แรงงานอะไรในการยกสินค้าวางเรียงบนพาเลท

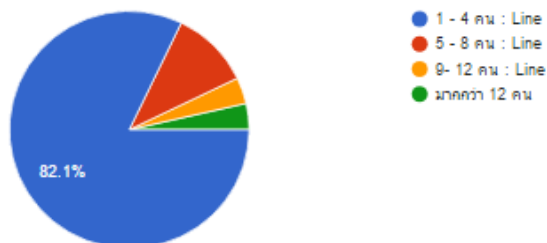
คำตอบ 30 ข้อ



จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร และ ผลไม้กระป๋อง ทั้งหมด 30 โรงงาน ซึ่งมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานคนในการยกสินค้าวางเรียงบนพาเลท ประมาณ 26 จาก 30 โรงงาน (86%)

13. ใช้แรงงานของคนในการยกสินค้าเรียงบน พาเลทประมาณกี่คน

คำตอบ 28 ข้อ



จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน ใช้แรงงานของคนประมาณ 1 – 4 คนต่อ สายการผลิต ในการยกสินค้าเรียงบน พาเลทประมาณ 25 จาก 30 โรงงานประมาณ (82%) และ บรรจุน้ำตาลกลั่น ประมาณ 18 จาก 30 โรงงานประมาณ (60%)

คำถามที่ 3 จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน ปัญหาและโอกาส อะไรบ้างที่ทำให้ท่านสนใจและสนใจที่จะเลือกใช้แขนหุ่นยนต์อุตสาหกรรม

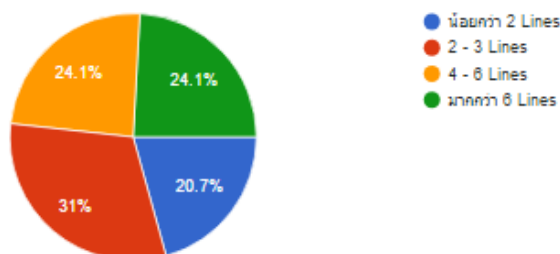
4.คุณคิดว่าธุรกิจของคุณมีแนวโน้มที่ขยายตัวทางธุรกิจมากเท่าไรในปี ถัดๆไป (มีการ Forecast ยอดขายเพิ่มขึ้นเท่าไร)

คำตอบ 30 ข้อ



7.มี Line การผลิตกี่ Line ในโรงงาน

คำตอบ 29 ข้อ



จากจำนวน โรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน ปัจจัยที่ทำให้โรงงานอุตสาหกรรมสนใจที่จะเลือกใช้แขนหุ่นยนต์อุตสาหกรรมนั้นเกิดจากปัจจัยดังนี้

- ชูรกิจมีแนวโน้มเติบโต

โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 5 - 15 % ประมาณ 19 จาก 30 โรงงาน (63%)

โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 16 - 30 % ประมาณ 8 จาก 30 โรงงาน (27%)

และยอดขายคงที่หรือ ลดลง ประมาณ 3 จาก 30 โรงงาน (10%)

- เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น

เนื่องจากชูรกิจมีแนวโน้มเติบโตขึ้นจึงส่งผลต่ออุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องมีความต้องการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น โดยจำนวน โรงงานที่มี

สายการผลิตมากกว่า 2 สายการผลิต ประมาณ 25 จาก 30 โรงงาน (80%) ต้องเพิ่มจำนวนคนงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

- ปัญหาในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

โดยจากผลสำรวจในการเพิ่มจำนวนคนงาน มีผลต่อปัญหาในประสิทธิภาพในการทำงาน โดยมีผลตามปัจจัยดังนี้

ขาดแรงงาน ,คนงานลาออก ,ค่าแรงที่สูงขึ้น ,คนงานทำงานผิดพลาด มียอดสั่งซื้อเพิ่มขึ้น โดยปัญหาค่าแรงที่สูงขึ้น คือปัญหาที่สูงที่สุดโดยจากผลสำรวจ ประมาณ 26 จาก 30 โรงงานมีปัญหา ประมาณ (80%)

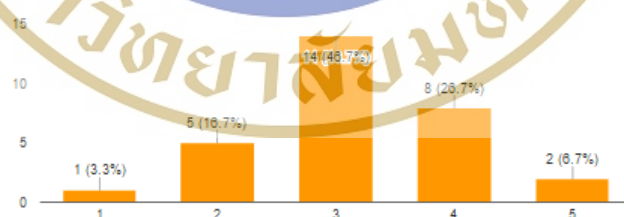
- มีความต้องการที่จะลดต้นทุน

โดยจากผลสำรวจต้นทุนที่อุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องมีความต้องการที่จะลดต้นทุนมากที่สุดคือ พลังงาน ,ค่าแรงคนงาน ,ลดขั้นตอนการทำงาน โดยปัจจัยในการลดต้นทุนที่สูงที่สุดโดยจากผลสำรวจดังนี้

ลดขั้นตอนการทำงาน ประมาณ 24 จาก 30 โรงงานมีปัญหา ประมาณ (80%)ค่าแรงคนงาน ประมาณ 22 จาก 30 โรงงานมีปัญหา ประมาณ (70 %)

คำถามที่ 4 จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน แบนด์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้งาน แขนหุ่นยนต์อุตสาหกรรมหรือไม่

Brand สินค้า
ค่าตอบ 30 โรง

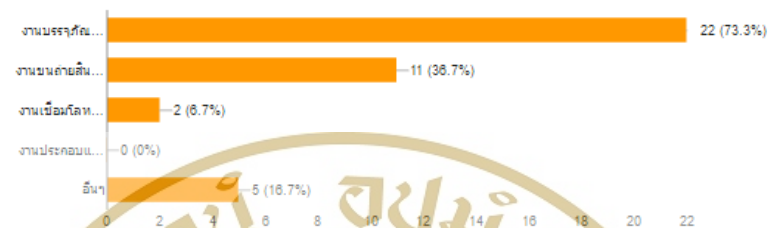


จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน แบนด์มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้งาน แขนหุ่นยนต์อุตสาหกรรม โดยใช้ผลสำรวจจากความต้องการน้อยสุด (1) ถึง สูงที่สุด (5) โดยผลสำรวจอยู่ในระดับปานกลาง 3 จาก 5 สูงที่สุดประมาณ (47%)

คำถามที่ 5 จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน ส่วนงานใดที่ธุรกิจของคุณต้องการใช้แขนหุ่นยนต์อุตสาหกรรม

11.ธุรกิจของคุณต้องการใช้อุปกรณ์ Hand robot machine ที่สนใจไปใช้อะไรในโรงงานของคุณบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

คำตอบ 30 ข้อ

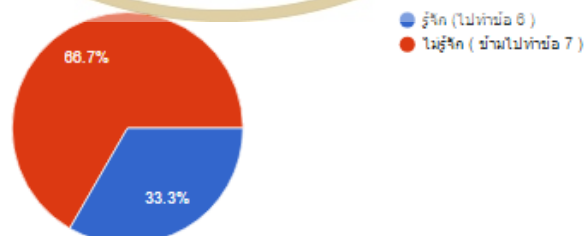


จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน มีต้องการใช้แขนหุ่นยนต์อุตสาหกรรมในส่วนงานบรรจุภัณฑ์ลงบนพาเลท,งานขนถ่ายสินค้า,งานเชื่อมโลหะ,งานประกอบ โดยส่วนงานที่ต้องการใช้มากที่สุดคือ งานบรรจุภัณฑ์ลงบนพาเลท ประมาณ 22 จาก 30 โรงงาน (78%) โรงงาน ,งานขนถ่ายสินค้าลงประมาณ 12 จาก 30 โรงงาน (40 %)

คำถามที่ 6 จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน โรงงานอุตสาหกรรมของท่านรู้จักหุ่นยนต์แขนกลอุตสาหกรรมหรือไม่ และปัจจัยอะไรในการเลือกซื้อแขนกลอุตสาหกรรม

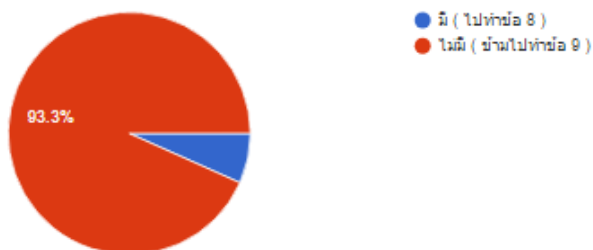
5.คุณรู้จัก Hand Robot machine หุ่นยนต์แขนกลอุตสาหกรรมหรือไม่

คำตอบ 30 ข้อ



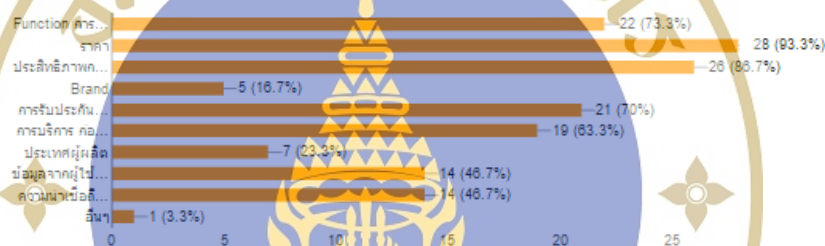
7. ปัจจัยโรงงานของคุณมี Hand Robot Machine หรือไม่

คำตอบ 30 ข้อ



9.ปัจจัยในการเลือกซื้อ Hand robot machine ของคุณคืออะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

คำตอบ 30 ข้อ



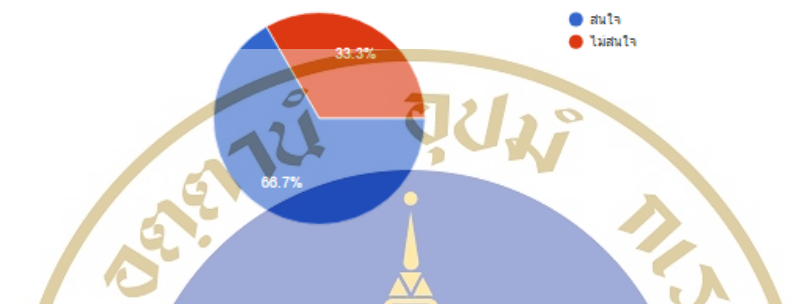
จากผลสำรวจพบว่าอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋อง 3 โรงงาน 0 (

- ไม่รู้จักหุ่นยนต์แขนกลอุตสาหกรรม ประมาณ 20 จาก 30 โรงงาน (66 %)
- ไม่มีหุ่นยนต์แขนกลอุตสาหกรรม ประมาณ 28 จาก 30 โรงงาน (93 %)
- ปัจจัยและความต้องการเลือกซื้อแขนกลอุตสาหกรรมของอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋อง ดังนี้
 - ราคาของสินค้าแขนกลอุตสาหกรรม ประมาณ 28 จาก 30 โรงงาน (93%)
 - ประสิทธิภาพในการทำงานประมาณ 26 จาก 30 โรงงาน (86 %)
 - รูปแบบการทำงาน ประมาณ 22 จาก 30 โรงงาน (73 %)
 - การรับประกันคุณภาพของสินค้า ประมาณ 21 จาก 30 โรงงาน (70 %)

คำถามที่ 7 จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน ถ้ามีแขนกลอุตสาหกรรมที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามลักษณะการใช้งาน มีการรับประกันคุณภาพของสินค้าและทดแทนในช่วงเวลาที่สินค้าเสียหาย ในราคา ถ้านบาท จะสนใจ 3 หรือไม่ และสนใจมากเท่าไร

1.ถ้ามี Hand robot ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามลักษณะการใช้งาน ในราคา 3 ล้านบาท จะสนใจหรือไม่

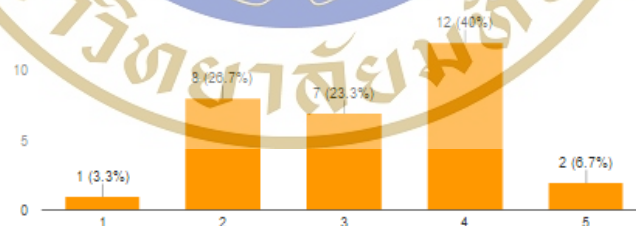
คำตอบ 30 ข้อ



จากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋องทั้งหมด 30 โรงงาน มีความต้องการใช้ หุ่นยนต์แขนกลอุตสาหกรรม เป็นจำนวน 20 โรงงาน (66.7%) โดยมีระดับความสนใจจาก น้อยสุด (1) ถึงสูงที่สุด (5) ตามภาพด้านล่าง

3.คุณสนใจในสินค้า Hand Robot Machine มากเท่าไร (Scale จาก ความสนใจน้อยสุด 1 - มากสุด 5)

คำตอบ 30 ข้อ



ซึ่งจากผลสำรวจจากความต้องการน้อยสุด (1) ถึงสูงที่สุด (5) โดยผลสำรวจจากอุตสาหกรรมอาหารและผลไม้กระป๋อง ผลลัพธ์ความต้องที่สูงที่สุดคือ 12 จาก 30 โรงงาน อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุดที่ 4 จาก 5 คิดเป็น 40%

ที่มา: https://docs.google.com/forms/d/1rk6mdQOoSRKWbRL2KJe_mLk22jCwxgKdU1sDX6OjLwU/edit#responses

ภาคผนวก ข

Supplier

Keshenlong เป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการผลิตเครื่องจักรที่ใช้ในงานอุตสาหกรรมมายาวนานกว่า 20 ปี มีฐานการผลิตใหญ่อยู่ที่มณฑลกวางตุ้ง สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมุ่งเน้นคุณภาพของเครื่องจักร เทคโนโลยี และการวิจัยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีประสิทธิภาพในระดับมาตรฐานสากล และเล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริการและการซ่อมบำรุงเครื่องจักรตลอดอายุการใช้งาน เพื่อคงประสิทธิภาพและยืดอายุการใช้งานของเครื่องจักรที่ใช้ในงานอุตสาหกรรมนั้นๆ รวมถึงสามารถออกแบบเครื่องจักรให้เหมาะสมกับการใช้งานของอุตสาหกรรมนั้น ได้อย่าง ซึ่งในขณะนี้เครื่องจักรของเรามีอยู่มากถึงกว่า 70 ประเทศทั่วโลก

เพื่อตอบสนองความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับลูกค้า Keshenlong ไม่หยุดที่จะพัฒนาเครื่องจักรให้มีคุณภาพและทันสมัย รวมถึงตอบโจทย์การใช้งานของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด เพื่อเป็นการันตีดึงคุณภาพและบริการของเครื่องจักรเรา Keshenlong ได้รับรองมาตรฐาน CE และ ISO 9001:2000, รางวัล China Famous Brand, รางวัล Guangdong Brand Product รวมถึงได้รางวัลรับรองคุณภาพเครื่องจักรจากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ปัจจุบัน Keshenlong ร่วมมือกับ Tenace จากประเทศอิตาลี เพื่อนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับเปลี่ยนประยุกต์ใช้กับเครื่องจักรทุกเครื่อง เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพเครื่องจักรในทุกๆด้านให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเรายังคงไม่หยุดที่จะพัฒนาเครื่องจักรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ด้วยแนวคิดที่ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือเป้าหมายสูงสุดของเรา

Keshenlong เริ่มขยายฐานการค้าไปยังประเทศต่างๆ อาทิเช่น ประเทศมาเลเซีย, ประเทศอินเดีย, ประเทศรัสเซีย, ประเทศอินโดนีเซีย รวมถึงประเทศไทย ซึ่ง Keshenlong เริ่มเข้ามาขยายฐานการค้าในไทยตั้งแต่ปี 2545 โดยเลือก บริษัท โกโค อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด เป็นผู้แทนจำหน่าย แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย



ภาพที่ 1 ประกาศนียบัตรรับรองจาก Istituto Giordano จากประเทศเยอรมัน



ภาพที่ 2 ประกาศนียบัตรรับรอง China Top Famous Brand



ภาพที่ 3 ประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานการส่งออกสหภาพยุโรป