

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเข้าสู่ตลาดและการเงินของธุรกิจ
ศูนย์รวมการกระจายสินค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง จังหวัดสุรินทร์
“คอนเนกซ์” (CONEX)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
แผนธุรกิจ
ธุรกิจศูนย์รวมการกระจายสินค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง จังหวัดสุรินทร์
“คอนเนกซ์” (CONEX)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
 ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
 วันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2557

นางสาวชมพูนุท สมถือชาชัย
 ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,
 Ph.D.
 อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

วรพงษ์ จันยังยืน,
 D.B.A.
 ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ตันละมัย, Ph.D.
 คณบดี
 วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ธเนศ สำเร็จเวทย์,
 M.B.A.
 กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง แผนธุรกิจ ธุรกิจศูนย์รวมการกระจายสินค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างครบวงจร จังหวัดสุรินทร์ “คอนเนกซ์” (CONEX) ฉบับนี้ ลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาในการศึกษาอิสระครั้งนี้ที่ ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาของ การศึกษานี้ อีกทั้ง คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ อาจารย์ผู้สอนวิชาการศึกษาอิสระเป็น อย่างยิ่ง ในการให้ คำชี้แนะแนวทางการจัดทำ การศึกษาอิสระ วิพากษ์วิจารณ์ ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และกำกับดูแลกระบวนการจัดทำ การศึกษาครั้งนี้ให้สำเร็จตามกำหนดเวลา นอกจากนี้ทาง คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณเด่นชัย สมลือชาชัย เจ้าของร้านขวัญใจเฟอร์ คุณปัทมา คุณกิติเกษม เจ้าของร้าน คุณ ยงสวด คุณบัญชา เจ้าของร้านง่วนเส็งสอง และคุณเจ้สอ เจ้าของร้าน ส.การปุ่น ที่ให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาเป็นอย่างดี

คณะผู้วิจัยกราบขอขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญของ คณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ คณะผู้วิจัย และขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจให้กันและกันมาโดยตลอด ที่ท้ายที่สุดนี้ คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจและเป็นแนวทาง ให้แก่ผู้ที่สนใจจะทำการศึกษารื่องนี้เพิ่มเติมต่อไปได้ในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้วิจัยขอรับไว้ และขออภัยมา ณ ที่นี้

ชมพูนุท สมลือชาชัย

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท CONEX จำกัด ดำเนินธุรกิจรวบรวมสินค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่ครบครัน พร้อมด้วยบริการด้านการขนส่งที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ โดยมีร้านค้าพันธมิตรหลัก คือ ร้านขวัญใจเฟอร์ ร้านขายไม้ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ร้านศูนย์ฮวดตัวแทนจำหน่าย SCG แห่งเดียวในตัวเมืองสุรินทร์ ร้านง่วนเส็งสง ร้านสีที่ครบครันที่สุดในจังหวัดสุรินทร์ และร้าน ส.การปูน ร้านเดียวในจังหวัดสุรินทร์ที่มีวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างจำพวก หิน ดิน ทราซ ซึ่งทำให้ บริษัท CONEX จำกัด มีร้านค้าตัวแทนที่จัดจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างต่างๆ ที่ครบครัน เพื่ออำนวยความสะดวกและลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานก่อสร้างในเขตนอกเมือง จังหวัดสุรินทร์

บริษัท CONEX จำกัด จะทำการจัดสรรพื้นที่ในการจัดตั้งส่วนของสำนักงาน และพื้นที่ในการขนส่ง คัดแยก และส่งสินค้า อย่างเป็นระบบ ในบริเวณใกล้เขตเมือง จังหวัดสุรินทร์ และใกล้เคียงกับร้านค้าพันธมิตรทั้ง 4 แห่ง เวลาทำการ คือ 5.00 น.- 22.00 น. โดยหลังจากที่พนักงานรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า พนักงานจะตรวจสอบและสั่งซื้อสินค้าจากร้านค้าพันธมิตร รวบรวมสินค้าส่งให้กับลูกค้า โดยลูกค้าจะได้รับสินค้าในเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง ภายหลังจากการชำระค่าสินค้า

บริษัท CONEX จำกัด มีแผนที่จะเข้าสู่ตลาด โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านบริษัท หัวช้างดีไซน์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทออกแบบที่รับงานทั่วจังหวัดสุรินทร์ และใกล้เคียง และการขายตรง โดยการส่งตัวแทนจำหน่ายออกไปที่หน้างานก่อสร้างโดยตรง กับกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้รับเหมารายกลาง และรายเล็กในเขตนอกเมืองจังหวัดสุรินทร์ โดยที่ทางบริษัทจะจัดทำแคตตาล็อกสินค้าเป็นรายการสินค้า และ ราคาสินค้าทั้งหมด จัดส่งให้กับลูกค้าโดยตรง และจัดทำแคตตาล็อก ราคา ณ ปัจจุบัน และโปรโมชันใหม่ทุกๆ ไตรมาส

ในการดำเนินงาน บริษัท CONEX จำกัด คาดว่าจะใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 5.25 ล้านบาท แบ่งเป็นเงินลงทุน 4.08 ล้านบาท และเงินกู้ 1.16 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยค่าปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ 2.6 ล้านบาท ค่ารถกระบะ 3 คัน รวม 1.55 ล้านบาท ค่ารถโฟล์คลิฟต์ 1.3 แสนบาท ค่าระบบรักษาความปลอดภัย 2.4 หมื่นบาท ค่าระบบการขาย และอุปกรณ์ 7.06 หมื่นบาท และเงินทุนสำรอง 0.87 ล้านบาท

บริษัท CONEX จำกัด คาดว่าจะสามารถสร้างกำไรได้ตั้งแต่ปีแรกของการดำเนินงาน ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 2 เดือน มีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 18.15 ล้านบาท และมีอัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) ร้อยละ 96

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทสรุปผู้บริหาร	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ และรูปแบบธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
1.2 รูปแบบธุรกิจ CONEX	4
1.2.1 ประโยชน์ที่ลูกค้า และร้านพันธมิตรได้รับ	5
1.2.2 ลักษณะธุรกิจ	6
บทที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาด	9
2.1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Market Objective)	9
2.2 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market Segmentation)	10
2.2.1 ลูกค้าปลีก	10
2.2.2 กลุ่มผู้รับเหมา	10
2.2.3 กลุ่มโครงการก่อสร้าง	10
2.2.4 กลุ่มหน่วยงานราชการเอกชน	10
2.3 การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)	11
2.3.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)	11
2.3.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)	11
2.4 การตลาดการณั้กลุ่มเป้าหมาย	11
2.5 การกำหนดตำแหน่งของบริษัทในตลาด (Market Positioning)	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.6 กลยุทธ์ทางการตลาด	13
2.6.1 วิธีการสร้างให้ลูกค้าเกิด Brand Loyalty	13
2.6.2 กลยุทธ์ราคา (Pricing Strategy)	13
2.6.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Strategy)	13
2.6.4 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด (Promotion Strategy หรือ IMC Strategy)	14
บทที่ 3 การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ	15
3.1 การจัดตั้งธุรกิจ	15
3.2 การบริหารจัดการองค์กร	15
3.2.1 โครงสร้างธุรกิจ	15
3.2.2 ข้อมูลผู้ถือหุ้น	16
3.2.3 แผนผังองค์กร	16
3.2.4 การจ้างงาน	17
บทที่ 4 แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ	19
4.1 แผนการดำเนินงานด้านสถานที่	19
4.1.1 ทำเลที่ตั้งของ CONEX	19
4.1.2 อาคารของบริษัท CONEX	20
4.2 แผนการดำเนินงานด้านการบริการ	24
4.2.1 ขั้นตอนและวิธีการส่งสินค้า	24
4.3 แผนการดำเนินงานด้านการเดินรถ และเวลาในการส่งสินค้า	26
บทที่ 5 สมมติฐานทางการเงิน และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน	30
5.1 โครงสร้างและนโยบายการเงินของบริษัท CONEX	30
5.2 ที่มาของรายได้	32
5.2.1 รายได้จากการขายสินค้า	32
5.2.2 รายได้จากค่าขนส่ง	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 การประมาณการต้นทุน	35
5.3.1 ต้นทุนด้านสินค้า	35
5.3.2 ต้นทุนการขนส่ง	35
5.3.3 ต้นทุนด้านการบริหาร และการดำเนินงานกิจการ	37
5.3.4 การคำนวณดอกเบี้ยจ่าย	40
5.3.5 การคำนวณอัตราดอกเบี้ยภาษี	40
5.4 การประมาณการงบทางบัญชี	40
5.4.1 การประมาณการงบกำไรขาดทุน	40
5.4.2 ประมาณการงบกระแสเงินสด	41
5.4.3 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	42
5.5 การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน	44
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน	45
ภาคผนวก	46
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสำรวจ	47
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ผลสำรวจ	50
ภาคผนวก ค ต้นทุนสินค้าและบริการในด้านต่างๆ	54
ประวัติผู้วิจัย	60

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายของช่างเฟอร์นิเจอร์ในการเข้าไปซื้อสินค้าจากร้านค้า	20
3.1 แสดงจำนวนพนักงาน และรายได้ของบุคลากรต่อเดือน	17
4.1 แสดงเวลา และหน้าที่ของพนักงานรับคำสั่งซื้อและประสานงาน พนักงานขับรถ พนักงานขนของ ช่วงเวลาที่รวมยอดการสั่งซื้อสินค้า และเวลาในการเดินทางปกติ	27
5.1 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ และแหล่งที่มาของเงินลงทุน	31
5.2 แสดงรายละเอียดการใช้ไปของเงินทุน (ประมาณการ 5 ปี)	32
5.3 แสดงการประมาณการรายได้ 5 ปีของ CONEX	34
5.4 แสดงการประมาณการรายได้นอกเหนือจากการขายของบริษัท CONEX ปีที่ 1-5	34
5.5 ตารางแสดงกำไรที่ได้จากการขายสินค้าจากร้านพันธมิตร	35
5.6 ตารางแสดงการประมาณการต้นทุนสินค้าในปีที่ 1-5	35
5.7 แสดงการคาดการณ์ต้นทุนค่าขนส่งปีที่ 1-5	36
5.8 แสดงรายละเอียดของต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารและดำเนินกิจการ	38
5.9 แสดงต้นทุนด้านการบริหารและดำเนินกิจการปีที่ 1-5	39
5.10 แสดงดอกเบี้ยจ่ายของ CONEX ในปีที่ 1-4	40
5.11 แสดงอัตราการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	40
5.12 แสดงการประมาณการงบกำไรขาดทุน	41
5.13 แสดงการประมาณการงบกระแสเงินสด	42
5.14 แสดงการประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	43
7.1 แสดงรายละเอียดการประเมินการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ	56
7.2 แสดงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับระบบการขาย และอุปกรณ์	58

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แสดงจำนวนผู้รับเหมาในจังหวัดสุรินทร์ในเขตเมือง และนอกเมือง	2
1.2 แสดงมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมการก่อสร้าง จังหวัดสุรินทร์	3
1.3 แสดงจำนวนประชากรในจังหวัดสุรินทร์	3
1.4 เปรียบเทียบพื้นที่อนุญาตให้ก่อสร้าง ระหว่างปี พ.ศ 2553 .และ ปี พ.ศ2554 .	4
1.5 แสดงรูปแบบธุรกิจ CONEX	5
1.6 แสดงทำเลที่ตั้งของ CONEX และ ร้านพันมิตร	5
2.1 แสดงตำแหน่งของ บริษัท CONEX เปรียบเทียบคู่แข่งในจังหวัดสุรินทร์	12
3.1 แผนผังองค์กร	16
4.1 แสดงสถานที่ตั้งของบริษัท CONEX และร้านพันมิตร	20
4.2 แสดงส่วนดำเนินงานของบริษัท CONEX	21
4.3 แสดงส่วนการบริการรับส่งสินค้า	22
4.4 แสดงจุดรับ ส่งสินค้าจากร้านค้าพันมิตร	22
4.5 แสดงจุดแยกสินค้า	23
4.6 แสดงจุดส่งมอบสินค้า	24
4.7 แสดงระยะทางและการประเมินเวลาเดินทางระหว่างร้านพันมิตร	25
4.8 แสดงเส้นทางการเดินทางของบริษัท CONEX	28
5.1 แสดงส่วนแบ่งการตลาดวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างจังหวัดสุรินทร์	33
5.2 แสดงรายได้ และอัตรากำไรของบริษัท สยาม โกลบอลเฮ้าส์ จำกัด มหาชน	33
5.3 รถกระบะทาทา ไจแอนด์ รุ่นเฮฟวี่ดีวตี้	36
7.1 แสดงสัดส่วนปัจจัยในการเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้รับเหมานอกเมือง จังหวัดสุรินทร์	50
7.2 แสดงสัดส่วนสถานที่ที่ผู้รับเหมานอกเมืองจังหวัดสุรินทร์นิยมไปซื้อ	51
7.3 แสดงสัดส่วนปัจจัยที่ทำให้ผู้รับเหมาเข้าไปซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง	51
7.4 แสดงสัดส่วนการตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้รับเหมา กับปัจจัยด้าน	51
Credit Term	52

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
7.5 แสดงสัดส่วนของผู้รับเหมานอกเมืองที่สนใจในบริการของ CONEX	52
7.6 แสดงสัดส่วนของผู้รับเหมานอกเมืองที่จะเข้ามาใช้บริการ CONEX อย่างแน่นอน	53
7.7 แสดงสัดส่วนของผู้รับเหมานอกเมืองที่สนใจใช้บริการขนส่งกับทาง CONEX	53
7.8 แสดงการคำนวณเงินค่าน้ำ และเงินผ่อนรถกระบะทาทาใจแอนด์ รุ่นเฮฟวี ดีวีดี ระบบเครื่องยนต์ดีเซล	54
7.9 แสดงภาพและรายละเอียดของรถโฟล์คคลิฟท์ โคมมิตสู	55
7.10 แสดงอัตราการสร้างโครง	56
7.11 แสดงค่าใช้จ่ายในการสั่งทำแคตตาล็อกของบริษัทเหรียญทองการพิมพ์	59



บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ และรูปแบบธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

ปัจจุบันนี้จังหวัดสุรินทร์เริ่มมีการขยายตัว และมีความเจริญเข้ามามากขึ้น เนื่องด้วยจังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีเขตแดนติดกับประเทศกัมพูชา นักลงทุนจึงเริ่มเข้ามาลงทุนในจังหวัดนี้มากขึ้น การก่อสร้างอาคาร หรือที่อยู่อาศัยจึงมีเพิ่มขึ้นเช่นกัน

ร้านค้าขายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างครบวงจรในจังหวัดสุรินทร์ในปัจจุบันมีเพียงแค่บริษัท สยาม โกลบอลเฮาส์ จำกัด มหาชน และ บริษัท ไทยวัสดุ จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ใกล้ตัวเมืองจังหวัดสุรินทร์ ส่วนร้านค้าอื่นนั้นเป็นร้านค้าขายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างแบบแยกชนิดสินค้า กระจายอยู่ตามบริเวณต่างๆของจังหวัดสุรินทร์ ในจำนวนนั้น มีร้านขวัญใจเฟอร์ฯ ร้านขายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างจำพวกไม้ เช่น ไม้อัดยาง ไม้อัดยางเกรดเฟอร์นิเจอร์ ไม้ MDF ไม้จ๊อย เป็นต้น ซึ่งเป็นธุรกิจครอบครัวของคุณเด่นชัย สมลือชาชัย หนึ่งในหุ้นส่วนของบริษัท CONEX จำกัด (CONEX) นอกจากนี้คุณเด่นชัย ยังมีความสัมพันธ์อันดีกับร้านค้าขายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างชนิดต่างๆในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นร้านที่ทำการค้าขายกันมาเป็นเวลานาน และความสัมพันธ์ทางเครือญาติและเพื่อนสนิท ได้แก่ ร้าน กุ่ยฮวด ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในเครือของเอสซีจี (SCG) ตัวอย่างสินค้า เช่น ปูน สี สุขภัณฑ์ กระเบื้อง และวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างต่างๆ ร้าน ส.การปูน ร้านค้าแห่งเดียวในจังหวัดสุรินทร์ ที่มีสินค้าจำพวก หิน ทราย อิฐ และร้าน ง่วนสิ่งสง ขายประตู หน้าต่าง สี และเคมีภัณฑ์ หลากหลายยี่ห้อ ซึ่งคุณเด่นชัยสามารถซื้อของจากร้านพันธมิตรดังกล่าวได้ในราคาที่ถูกลงกว่าผู้รับเหมาหรือลูกค้าทั่วไป

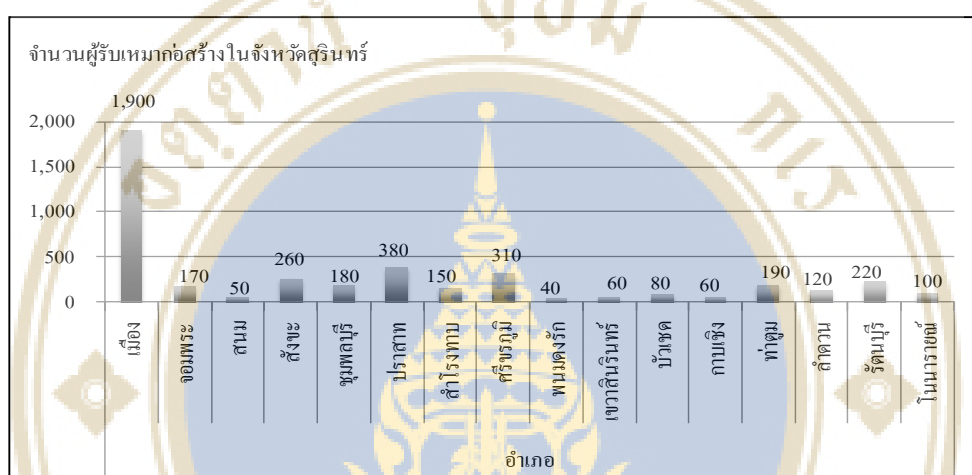
ในปัจจุบันผู้รับเหมาก่อสร้างนอกเมืองจังหวัดสุรินทร์นั้น กระจายตัวอยู่ตามอำเภอต่างๆ จำนวนมาก ซึ่งผู้รับเหมาที่อยู่นอกเมืองส่วนมากจะใช้บริการขนส่งสินค้าจากในเมือง เนื่องจากไม่มีรถกระบะสำหรับขนของเป็นของตนเอง และในบางครั้งผู้รับเหมาก่อสร้างนอกเมืองก็มีความจำเป็นต้องซื้อสินค้าจากหลากหลายร้านค้า ในกรณีที่ร้านค้านั้นๆมีสินค้าไม่ครบวงจร

ด้วยเหตุนี้เองแนวคิดธุรกิจ CONEX ทางเลือกใหม่สำหรับผู้รับเหมาก่อสร้างนอกเมืองจึงเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการให้แก่ ผู้รับเหมารายเล็ก และรายกลาง นอกเมืองจังหวัดสุรินทร์ที่ต้องการซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างครบวงจร ส่งถึงที่ภายในเวลา 24 ชั่วโมง โดยเฉพาะ

ผู้รับเหมานอกเมืองที่ไม่สะดวกเดินทางมาซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างในเมือง และในปัจจุบันนี้ก็ยังไม่มีธุรกิจรูปแบบนี้เกิดขึ้นในจังหวัดสุรินทร์

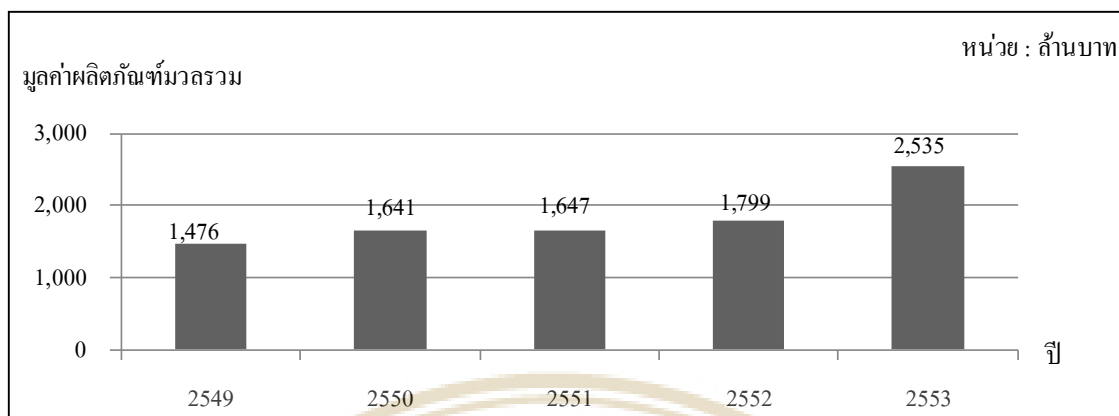
นอกจากนี้ธุรกิจวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างก็มีโอกาสเติบโตในตลาดได้มาก จากข้อมูลผู้รับเหมาก่อสร้างในจังหวัดสุรินทร์มีจำนวนทั้งหมด 4,270 ราย แบ่งออกเป็นผู้รับเหมาในเมืองจำนวน 1,900 ราย และผู้รับเหมานอกเมืองที่กระจายตัวอยู่ตามอำเภอต่างๆ รวมทั้งหมด 2,370 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 55.5 ของผู้รับเหมาในจังหวัดสุรินทร์ทั้งหมด ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 1.1

หน่วย : ราย



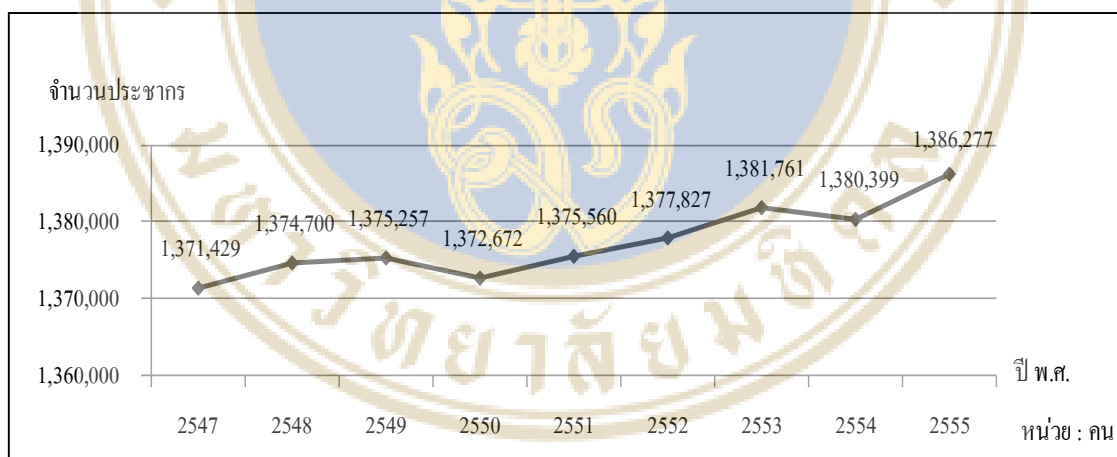
ภาพที่ 1.1 แสดงจำนวนผู้รับเหมาในจังหวัดสุรินทร์ในเขตเมือง และนอกเมือง (ที่มา Yellow pages และ Thai company profile)

นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการก่อสร้างของจังหวัดสุรินทร์ในปี พ.ศ. 2553 นั้นยังมีมูลค่าสูงถึง 2,535 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะมีมูลค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 1.2 และเมื่อหักในส่วนของการก่อสร้างร้อยละ 20 จึงมีมูลค่าการก่อสร้างที่แท้จริงอยู่ที่ 2,028 ล้านบาท ซึ่งในส่วนนี้แบ่งเป็นมูลค่าของค่าแรงผู้รับเหมาร้อยละ 30 และค่าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างร้อยละ 70 หรือคิดเป็นมูลค่าสูงถึง 1,420 ล้านบาท

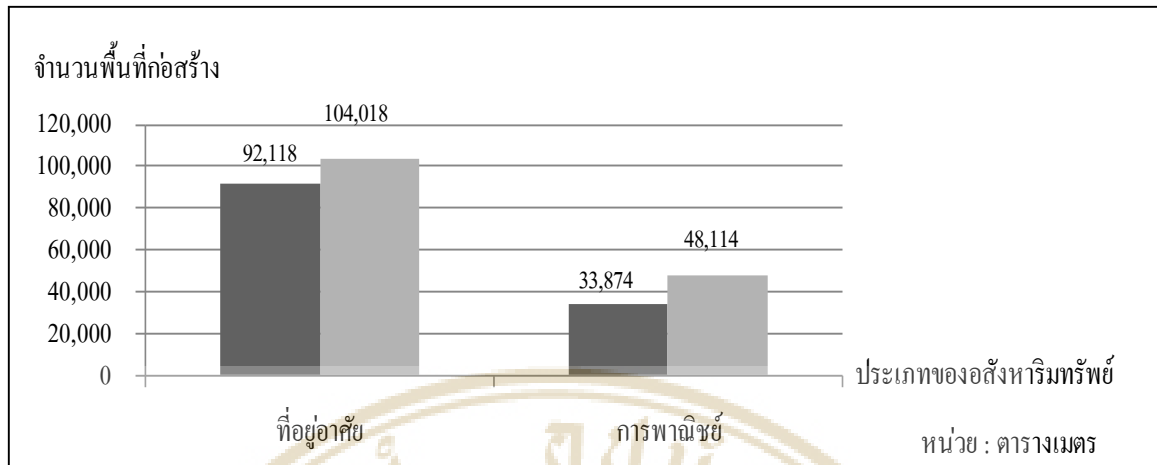


ภาพที่ 1.2 แสดงมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมการก่อสร้าง จังหวัดสุรินทร์ (อ้างอิงจาก สรุปรายข้อมูล จังหวัดสุรินทร์ปี พ.ศ. 2555)

ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อพิจารณาจำนวนประชากรที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังแสดงรายละเอียดดังภาพที่ 1.3 และการเพิ่มขึ้นของพื้นที่ที่อนุญาตให้มีการก่อสร้างเพื่อการอยู่อาศัย และการพาณิชย์ ซึ่งเติบโตขึ้นร้อยละ 12 และ 42 ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 1.4 ยิ่งช่วยย้ำว่าธุรกิจวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างในจังหวัดสุรินทร์นี้มีโอกาสที่จะเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 1.3 แสดงจำนวนประชากรในจังหวัดสุรินทร์ (อ้างอิงจาก กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย)



ภาพที่ 1.4 เปรียบเทียบพื้นที่อนุญาตให้ก่อสร้าง ระหว่างปี พ.ศ. 2553 และ ปี พ.ศ. 2554 (อ้างอิงจาก สรุปข้อมูลจังหวัดสุรินทร์ปี 2555)

1.2 รูปแบบธุรกิจ CONEX

CONEX ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้รับเหมาในเขตนอกเมืองจังหวัดสุรินทร์ ผู้รับเหมาสามารถสั่งซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างอย่างครบวงจรได้ภายในสถานที่เดียว ประหยัดเวลา ด้วยหลักการ คือ one stop shopping เพียงแค่โทรศัพท์ก็จะได้รับสินค้าครบครันส่งตรงถึงที่ ภายในเวลา 24 ชั่วโมง

โดย CONEX จะเป็นศูนย์กลางจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างครบวงจร (ภาพที่ 1.5) โดยรับสินค้าจากร้านค้าพันธมิตรทั้ง 4 ร้าน คือร้าน ขวัญใจเฟอร์ คู่แข่งฮวด ส.การปูน ง่วนเส็งสง ในราคาลูกค้าช่วง (เป็นราคาที่ถูกลงกว่าผู้รับเหมา และลูกค้าปลีก) และขายสินค้าให้กับผู้รับเหมานอกเมือง และลูกค้ารายย่อย ในราคาปลีก โดยลูกค้าจะได้รับการเพิ่มเติมจากร้านค้าอื่น คือ การบริการขนส่งถึงที่หมายภายในเวลา 24 ชั่วโมง



ภาพที่ 1.5 แสดงรูปแบบธุรกิจ CONEX

CONEX มีสำนักงานอยู่ที่ถนนทุ่งโพธิ์ อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ดังแสดงตำแหน่งในภาพที่ 1.6 บน พื้นที่ 500 ตารางเมตร ซึ่งเป็นทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมแก่การจัดตั้งบริษัท เนื่องจากเป็นพื้นที่โล่ง อยู่ติดถนน การคมนาคมสะดวกสบาย และที่สำคัญ คือ ทำเลดังกล่าวนี้ไม่ไกลจากร้านพันธมิตรทั้ง 4 ร้านสะดวกในด้านการขนส่ง ช่วยลดระยะเวลาในการเดินทางไปรับสินค้า เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า



ภาพที่ 1.6 แสดงทำเลที่ตั้งของ CONEX และ ร้านพันธมิตร

และนอกจากนี้ CONEX ยังเปิดทำการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 5.00 - 22.00 น. เพื่อการบริการที่สามารถให้การขนส่งได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้ภายใน 24 ชั่วโมงตามที่ได้กำหนดไว้

1.2.1 ประโยชน์ที่ลูกค้า และร้านพันธมิตรได้รับ

สิ่งที่ลูกค้าของ CONEX จะได้รับ คือ จะช่วยประหยัดเวลา และค่าขนส่งในเวลาเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น กรณีช่างเฟอร์นิเจอร์ ต้องเข้าไปซื้อวัสดุอุปกรณ์สำหรับงานเฟอร์นิเจอร์จากร้านค้าต่างๆ เพื่อเปรียบเทียบราคา ตรวจสอบว่ามีสินค้าหรือไม่ ซึ่งต้องเสียเวลาในการเดินทางเข้ามาในตัวเมืองประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที และยังเสียเวลาในการไปเลือกสินค้าตามร้านต่างๆ รวมแล้วใช้เวลาไปเกือบ 1 วัน และถ้ากรณีที่มีร้านที่ซื้อประจำ สมมติว่าซื้อจากร้านค้าพันธมิตรทั้ง 4 ร้าน แต่ละร้านก็ต้องใช้เวลาประมาณ 30 นาที - 1 ชั่วโมง โดยรวมแล้วก็ใช้เวลาประมาณครึ่งวัน และยังต้องเสียค่ารถ ค่าเดินทางหลายต่ออีกด้วย นอกจากนี้หากผู้รับเหมา ไม่มีรถเป็นของตัวเอง ก็

จำเป็นต้องใช้บริการขนส่งสินค้าแต่ละร้านขั้นต่ำอยู่ที่ร้านละ 200 บาท แต่หากใช้บริการ CONEX ก็จะสามารถช่วยให้ลูกค้ารายนั้นประหยัดต้นทุนเวลา และค่าขนส่งได้ รวมแล้วกว่า 1,300 บาท ดังรายละเอียดในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายของช่างเฟอร์นิเจอร์ในการเข้าไปซื้อสินค้าจากร้านค้า

หน่วย : บาท

	กรณีตัวเอง	CONEX
ค่าสูญเสียเวลา		
ค่าสูญเสียโอกาสในการทำงาน		
ค่าแรง (เฉลี่ยมีพนักงาน 3 คน)	900	0
ค่าเดินทาง (กรณีมีรถกระบะ)	70++	0
ค่าเดินทาง (รถโดยสาร)	50++	0
ค่าขนส่ง (20 กิโลเมตร)	600+	250
ค่าโทรศัพท์	0	3
รวม กรณีมีรถกระบะ	1,570++	253
รวมกรณีไม่มีรถกระบะ	1,550++	
สรุป สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้	1,297-1,317++	

นอกจากประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับแล้วประโยชน์ของร้านพันธมิตรทั้ง 4 ที่จะได้รับคือการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้านอกเมือง เนื่องจากฐานลูกค้าของร้านทั้ง 4 คือผู้รับเหมาในเขตเมืองทำให้มีรายได้มากขึ้น แม้กำไรที่ได้จะไม่ดีเหมือนการทำขายตลาดเอง แต่เนื่องจากร้านคู่แข่งขาดและ ส.การปูน เป็นร้านที่เจ้าของเป็นเครือญาติกับคุณเด่นชัย หนึ่งในหุ้นส่วนของ CONEX และเจ้าของร้านทั้งสองมีอายุประมาณ 60 ปี และไม่มีทายาทในการสืบทอดกิจการ และไม่มีแผนการที่จะขยายสาขา หรือขยายตลาดแต่อย่างใด ดังนั้นการเกิดขึ้นของธุรกิจ CONEX นั้นจะช่วยต่อยอดและขยายกิจการได้ โดยที่ร้านพันธมิตรไม่ได้เสียผลประโยชน์แต่อย่างใด

1.2.2 ลักษณะธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจของ CONEX จะแบ่งเป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ ด้านสินค้า และบริการ

1.2.2.1 สินค้า สินค้าของทาง CONEX นั้นจะมุ่งเน้นในด้านของคุณภาพที่มีมาตรฐาน ในราคาที่ยุติธรรม ซึ่งทาง CONEX มีพันธมิตรคือร้านค้าขายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างราย

ใหญ่ 4 ร้าน ซึ่งทำให้สามารถรับซื้อของได้ในราคาถูก สมเหตุสมผลพร้อมทั้งมีคุณภาพที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ร้านค้าพันธมิตรทั้ง 4 ร้าน คือ

- ร้านขวัญใจเฟอร์ฯ ร้านขายไม้อัดสำหรับประกอบการทำเฟอร์นิเจอร์ ไม้โครง ไม้แบบ ทำงานเครื่องเสียง หรือเวทีต่างๆ และวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในตัวเมืองจังหวัดสุรินทร์ ที่ตั้งห่างจาก CONEX 500 เมตร สินค้าที่มีในร้านขวัญใจเฟอร์ฯ ตัวอย่างเช่น

- ไม้อัดยาง เช่น ไม้อัดยางแบบ ใส ไม้ ไม้อัดยางแบบ ใส MDF ไม้อัดทำแบบก่อสร้าง
- บอร์ด เช่น ไม้อัดเคลือบขาว ไม้อัด MDF ปาร์ติเกิ้ล ฮาร์ดบอร์ด หรือ กระดาษอัด
- บานประตู เช่น บานประตูไม้อัดยาง ใส ไม้ภายในและภายนอก บานประตูไม้แฟนซี บานประตูแผ่นเรียบ HDF
- วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง เช่น กาว แลคเกอร์เคลือบไม้ บานพับประตู หน้าต่าง ตะปู ฯลฯ

- ร้านคู่ยอด ร้านขายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างเครือ SCG เจ้าใหญ่ในตัวเมืองจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีรายการสินค้าหลากหลาย แต่ตัวเล็กค่อนข้างจำกัด ตัวอย่างสินค้าที่มีในร้าน คู่ยอด เช่น

- วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง เช่น ฉนวนกันความร้อน กาว ฯลฯ
- สุขภัณฑ์ เช่น ชักโครก อ่างล้างหน้า ถาดรองน้ำ ก๊อกน้ำ วาล์ว

ฝักบัว ฯลฯ

- กระเบื้อง / หลังคา เช่น กระเบื้องหลังคา แบบลอน กระเบื้องหลังคาแบบเรียบ กระเบื้องตกแต่งงานภายนอก กระเบื้องตกแต่งงานภายใน กระเบื้องตกแต่งผนังรางน้ำฝน
- เชิงชาย / ระแนง เช่น เชิงชาย / ระแนงคอนกรีต เชิงชาย / ระแนงเนื้อ ไม้ เชิงชาย / ระแนงตราช้าง

- 1.2.1.3 ร้าน ส.การปูน ร้านขายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง จำพวก ปูน สำหรับงานโครงสร้างก่อ ฉาบ อเนกประสงค์ เจ้าใหญ่ในตัวเมืองจังหวัดสุรินทร์ และเป็นเจ้าเดียวในตัวเมืองสุรินทร์ที่มีสินค้าจำพวกหิน ดิน ทราย ตัวอย่างสินค้าที่รับมาขาย เช่น

- ปูนซีเมนต์ เช่น ปูนซีเมนต์งานโครงสร้าง ปูนซีเมนต์งานอเนกประสงค์ ปูนซีเมนต์ งานฉาบ ปูนซีเมนต์ งานก่อ ซีเมนต์ทรีบพื้น

- วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง เช่น กาวซีเมนต์ หิน ดิน ทราย วัสดุผสมซีเมนต์ ฯลฯ

- ร้านง่วนเส็งสง ร้านขายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างจำพวก สีและเคมีภัณฑ์ รายใหญ่ในตัวเมืองจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีสินค้าจำพวกสีครบครัน และหลากหลายยี่ห้อ ตัวอย่างสินค้า เช่น

- สี เช่น สีทาอาคาร สีงานไม้ สีอุตสาหกรรม
- เคมีภัณฑ์ เช่น กันซึม ขจัดเชื้อรา และตกแต่งพื้นผิว ฉาบเรียบตกแต่งพื้นผิวอุดโป๊ว

- วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง เช่น ประตู หน้าต่าง

1.2.2.2 การบริการ CONEX แบ่งขั้นตอนการให้บริการออกเป็นดังนี้

- การรับคำสั่งซื้อ ทางบริษัทจะมีการรับคำสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ โดยเลือกสินค้าจากแคตตาล็อกที่ทาง CONEX จัดส่งให้

- การรับสินค้าจากทางร้านค้าพันธมิตร เมื่อทาง CONEX ได้รับคำสั่งซื้อ จากลูกค้า CONEX จะส่งสินค้ากับร้านค้าพันธมิตร และนำรถไปรับสินค้า ซึ่งจะมีการตรวจเช็คสินค้าทั้งความถูกต้องของสินค้า ทั้งชนิด ปริมาณ คุณภาพของสินค้า ทุกๆครั้งที่รับสินค้า และนำมาส่งยังจุดรับสินค้าภายใน CONEX ซึ่งจะมีพนักงานทำการตรวจการรับสินค้า และตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าอีกครั้งก่อนส่งมอบให้แก่ลูกค้า

- การส่งสินค้าให้ทางลูกค้า
 - ทางบริษัทมีบริการส่งสินค้าถึงที่ ภายในเวลา 24 ชั่วโมงให้แก่ลูกค้า พร้อมพนักงานขนของจำนวนทั้งสิ้น 2 คน อัตราค่าบริการขนส่ง คือ 20 กิโลเมตรแรก 250 บาท และ กิโลเมตรต่อไปกิโลเมตรละ 10 บาท

- และมีบริการส่งสินค้าด่วน คือ หากลูกค้าต้องการสินค้าด่วน สามารถส่งสินค้าถึงมือลูกค้าได้ภายในเวลา 6 ชั่วโมง โดยจะมีอัตราค่าขนส่งกรณีเร่งด่วนเริ่มต้นที่ 1,500 บาท

- ในกรณีที่บริษัทส่งมอบสินค้าไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทาง CONEX มีความยินดีที่จะนำสินค้าที่ถูกต้องมาส่งให้ลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

บทที่ 2

การกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาด

โดยปกติ เวลาผู้รับเหมาก่อสร้างรับงานมาโครงการหนึ่ง ผู้รับเหมาก่อสร้างจะมีการประเมิน และวางแผนการดำเนินงาน และจำนวนวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างโดยละเอียด ว่าใช้จำนวนเท่าไร ค่าเช่า คุณภาพ หรือมาตรฐานแบบไหน ราคาเท่าไร และกำหนดตารางการทำงานซึ่งจะสอดคล้องกับจำนวนวัสดุที่ต้องใช้ กับแรงงานที่ต้องจ้าง เพราะจุดสำคัญที่ทำให้ผู้รับเหมาได้กำไรมากขึ้น คือ เวลาในการทำงาน ซึ่งยิ่งใช้เวลาน้อยเท่าไรยิ่งทำให้ได้กำไรมากขึ้น เพราะจะทำให้เสียค่าจ้างแรงงานน้อยลง และราคาวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่มีราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับคุณภาพ ซึ่งจากการสอบถามผู้รับเหมาก่อสร้างในจังหวัดสุรินทร์จำนวน 50 รายนั้น พบว่าปัจจัยอันดับแรกที่ทำให้ผู้รับเหมาตัดสินใจซื้อสินค้าอันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็ว รองลงมา คือ คุณภาพสินค้าตรงตามมาตรฐานที่ต้องใช้ และราคาถูก จากจุดนี้ทำให้ CONEX ต้องกำหนดรูปแบบธุรกิจให้สามารถตอบโจทย์ผู้รับเหมาในจังหวัดสุรินทร์ได้ ซึ่งการจะทำให้ลูกค้าหรือผู้รับเหมารับรู้และเข้ามาใช้บริการของบริษัทได้นั้น จำเป็นต้องใช้การวางแผนการตลาดที่น่าสนใจควบคู่ไปด้วย

2.1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Market Objective)

2.1.1 สร้างแบรนด์ CONEX ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง ในจังหวัดสุรินทร์ ใน Concept ครบครัน ทันใจ สะดวก และให้บริการดี

2.1.2 บริษัทสามารถสร้างกำไรได้ 10% หลังจากหักค่าใช้จ่ายและภาษี ได้ภายในระยะเวลา 3 ปี

2.1.3 ภายในระยะเวลา 5 ปี CONEX สามารถขยายตลาดทั่วทั้งจังหวัดสุรินทร์ รวมไปถึงประเทศกัมพูชา จากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบ

2.2 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market Segmentation)

ผู้รับเหมาก่อสร้างและบุคคลที่ใช้วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง แบ่งเป็น 4 ประเภทด้วยกัน คือ

2.2.1 ลูกค้าปลีก

ลูกค้าปลีก คือ กลุ่มลูกค้ายายอ่ยทั่วไปที่เป็นเจ้าของบ้าน ที่ซื้อสินค้าและนำไปใช้เอง

2.2.2 กลุ่มผู้รับเหมา

กลุ่มผู้รับเหมา คือ กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปใช้ในงานก่อสร้าง รับเหมา ต่อเติมและ ตกแต่งให้กับกลุ่มลูกค้ายายอ่ย ที่กลุ่มลูกค้าเหล่านี้รับงานก่อสร้างอีกที ซึ่งในกลุ่มนี้แบ่งผู้รับเหมาตามมูลค่าของงานที่ได้รับ คือ

- ผู้รับเหมารายเล็ก คือกลุ่มผู้รับเหมาที่ทำงานต่อเติม หรือก่อสร้างมูลค่าไม่เกิน 500,000 บาท
- ผู้รับเหมารายกลาง คือกลุ่มผู้รับเหมาที่ทำงานต่อเติม หรือก่อสร้างมูลค่ามากกว่า 500,000 บาท

และแบ่งผู้รับเหมากลุ่มนี้ตามที่ตั้ง คือ

- ผู้รับเหมาในเมืองจังหวัดสุรินทร์ คือผู้รับเหมาที่ทำงานในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุรินทร์
- ผู้รับเหมานอกเมืองจังหวัดสุรินทร์ คือผู้รับเหมาที่ทำงานนอกเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุรินทร์

2.2.3 กลุ่มโครงการก่อสร้าง

กลุ่มโครงการก่อสร้าง คือ กลุ่มลูกค้าในลักษณะของการก่อสร้างโครงการบ้านจัดสรร โรงแรม รีสอร์ท และอพาร์ทเมนต์

2.2.4 กลุ่มหน่วยงานราชการ - เอกชน

กลุ่มหน่วยงานราชการ - เอกชน คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นหน่วยงานทั้งในส่วนของราชการ และเอกชน

2.3 การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)

กลุ่มเป้าหมายของ CONEX แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.3.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) ได้แก่

- ผู้รับเหมาก่อสร้างรายเล็ก นอกเมือง จังหวัดสุรินทร์
- ผู้รับเหมาก่อสร้างรายกลาง นอกเมือง จังหวัดสุรินทร์

สาเหตุที่ CONEX จะมุ่งไปที่ผู้รับเหมานอกเมืองนั้น ก็เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าให้แก่ร้านพันธมิตรซึ่งไม่มีกำลังที่จะขยายฐานลูกค้า

2.3.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

- ลูกค้าปลีก อาทิเช่น เจ้าของบ้านที่ต้องการสั่งวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างไปซ่อมแซม หรือ ต่อเติมบ้านเอง ซึ่งอาจไม่สะดวกมารับสินค้าเอง หรือต้องการคำแนะนำต่างๆ

2.4 การคาดการณ์กลุ่มเป้าหมาย

CONEX กำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้รับเหมาก่อสร้างรายเล็ก ไปจนถึงขนาดกลางนอกเมืองจังหวัดสุรินทร์ จึงขอวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหลักดังรายละเอียดต่อไปนี้

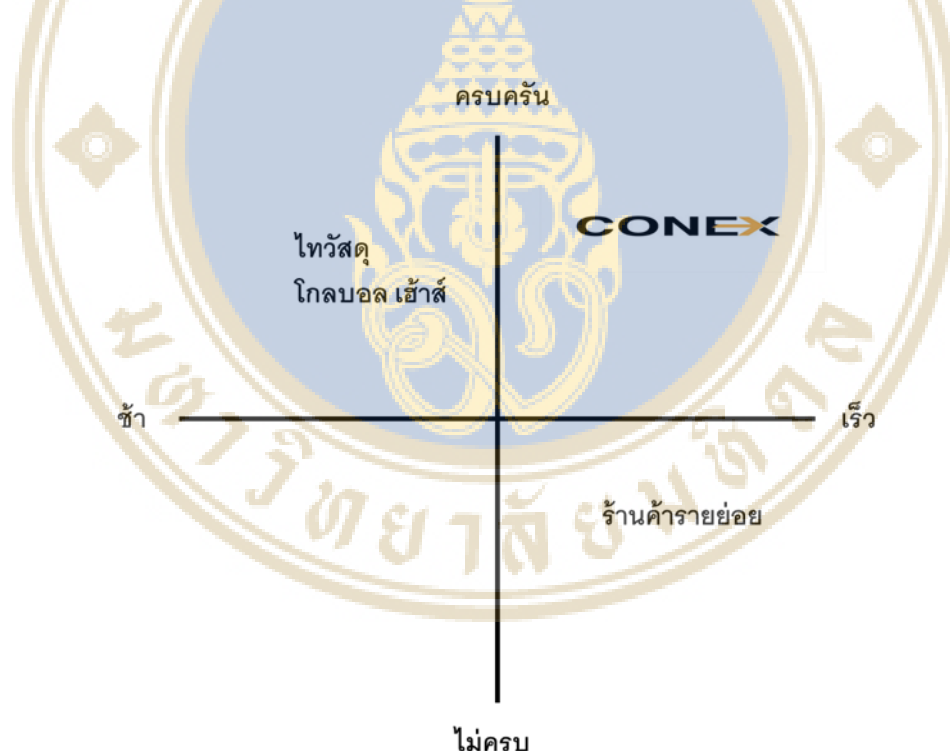
จังหวัดสุรินทร์มีผู้รับเหมาทั้งสิ้น จำนวน 4,270 ราย แบ่งเป็น ผู้รับเหมาในเมือง จำนวน 1,900 ราย และ นอกเมือง จำนวน 2,370 ราย (ข้อมูลจาก Yellow pages และ Thai company profile) ดังนั้นผู้รับเหมากลุ่มเป้าหมายจึงมีจำนวนอยู่ที่ 2,370 ราย ซึ่งในปีแรกคาดการณ์ว่าจะทำตลาดใน 7 อำเภอที่มีจำนวนผู้รับเหมา 170 รายขึ้นไป รวมเป็นจำนวนผู้รับเหมาทั้งสิ้น 1,710 ราย

และผลิตภัณฑ์มวลรวมในด้านก่อสร้างของจังหวัดสุรินทร์ในปี พ.ศ. 2553 มีมูลค่าตลาดจำนวน 2,535 ล้านบาท (ข้อมูลจาก สรุปข้อมูลจังหวัดสุรินทร์ ปี 2555) ซึ่งคิดเป็นมูลค่าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง 1,420 ล้านบาท (ดังที่ได้แสดงวิธีการคาดการณ์ในบทที่ 1)

2.5 การกำหนดตำแหน่งของบริษัทในตลาด (Market Positioning)

จากภาพที่ 2.1 ซึ่งให้เห็นถึงตำแหน่งที่ CONEX นั้นเหนือกว่าคู่แข่งในด้านของความครบครันในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง กล่าวคือ ลูกค้าสามารถมา CONEX ที่เดียว ซึ่งเป็นจุดศูนย์รวมของสินค้าตามความต้องการทุกอย่าง นอกจากนี้ CONEX ยังมีจุดเด่นในด้านของ ความรวดเร็วในการได้รับสินค้าที่รับประทับใจภายใน 24 ชั่วโมง ในขณะที่บริษัท ไทวัสดุ จำกัด และ บริษัท สยามโกลบอลเฮาส์ จำกัด นั้น ต้องเสียเวลาเดินทางเข้ามาสั่งซื้อของ พร้อมชำระเงิน ไม่ว่าจะกรณีที่มารับสินค้าเอง หรือเข้ามาสั่งซื้อสินค้าเพื่อทำการจัดส่งต่อไป

ส่วนเมื่อเปรียบเทียบระหว่าง CONEX และ ร้านค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างรายย่อยนั้น ถึงแม้จะมีความสะดวกเหมือนกันในด้านของการเดินทาง หรือการสั่งซื้อสินค้า แต่ร้านรายย่อยนั้น มักจะมีสินค้าไม่ครบครัน และมีในปริมาณจำกัด เพราะมีการเก็บสินค้าไว้ไม่มาก ผู้รับเหมาจึงต้องตระเวนไปหาซื้อสินค้าตามร้านค้าอื่นๆอีก ทำให้เสียเวลาไปสรรหาวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่ต้องการเพิ่มขึ้นอีก



ภาพที่ 2.1 แสดงตำแหน่งของ บริษัท CONEX เปรียบเทียบคู่แข่งในจังหวัดสุรินทร์

2.6 กลยุทธ์ทางการตลาด

2.6.1 วิธีการสร้างให้ลูกค้าเกิด Brand Loyalty

ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ CONEX นั้นได้รับความไว้วางใจและการใช้บริการอย่างต่อเนื่องจากลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการนั้น ได้แก่

- First Impression : พนักงาน CONEX จะได้รับการอบรม ในเรื่องของการให้บริการตั้งแต่การรับโทรศัพท์จากลูกค้า บริการให้คำแนะนำลูกค้าที่เข้ามาที่ร้าน ไปจนถึงกระบวนการส่งสินค้าถึงมือลูกค้า อย่างเคร่งครัดเพื่อให้ลูกค้าประทับใจ
- Service : ลูกค้าทุกรายที่เข้ามาใช้บริการจากทาง CONEX จะได้รับการบริการที่เท่าเทียมกัน ได้รับบริการที่ประทับใจ มีการแนะนำสินค้าอย่างมืออาชีพ สามารถตอบคำถามลูกค้าได้อย่างมั่นใจ ข้อมูลถูกต้อง การส่งสินค้าต้องส่งถึงมือลูกค้าอย่างรวดเร็วตามกำหนดเวลานัดหมาย และถูกต้องครบถ้วน
- Product : สินค้าทุกชนิดต้องมีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการไม่ว่าจากทางโทรศัพท์ หรือ ทางหน้าร้าน

2.6.2 กลยุทธ์ราคา (Pricing Strategy)

เนื่องจาก CONEX ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อตอบ โจทย์ลูกค้าในด้านของความสะดวก รวดเร็ว ในสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน พร้อมรับบริการที่ดีจากทาง CONEX แต่อย่างไรก็ตามสินค้าที่มอบให้ นั้น จะเป็นสินค้าที่เป็นสินค้าตลาด คือมีราคากลาง ดังนั้นทางบริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ราคา โดยอ้างอิงราคาจากคู่แข่ง หรือ แบบ Competitive Base กล่าวคือ อิงราคาจากราคาสินค้าจากคู่แข่งอย่าง บริษัท ไทวัสดุ จำกัด บริษัท สยาม โกลบอลเฮาส์ จำกัด และร้านค้ารายย่อย ซึ่งราคาสินค้าของ CONEX นั้นจะมีราคาถูกกว่าร้านค้ารายย่อย แต่ในขณะเดียวกันอาจมีราคาแพงกว่าบริษัทรายใหญ่อย่าง บริษัท ไทวัสดุ จำกัด บริษัท สยาม โกลบอลเฮาส์ จำกัด

2.6.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Strategy)

CONEX เปรียบเสมือนร้านค้าคนกลาง (Distributor) รับสินค้าจากพันธมิตรรายใหญ่ ในราคา B2B และนำมาเพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทาง B2C ซึ่งการส่งสินค้านั้นจะใช้วิธีการส่งผ่านทางโทรศัพท์ โดยเลือกสินค้าผ่านทางแคตตาล็อก ที่ CONEX ได้ทำการจัดส่งให้

2.6.4 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด (Promotion Strategy หรือ IMC Strategy)

เนื่องจาก CONEX เข้าไปเปิดตลาดใหม่แก่ ผู้รับเหมานอกเมืองในจังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นสื่อการตลาดที่ทางบริษัทได้วางแผนไว้ คือ การเปิดตัว CONEX สู่อุตสาหกรรมผู้รับเหมานอกเมือง จังหวัดสุรินทร์ โดยผ่านช่องทาง

- บริษัท หัวช้างดีไซน์ จำกัด CONEX วางแผนการแนะนำบริษัทให้ ผู้รับเหมารู้จักโดยผ่านทาง บริษัท หัวช้างดีไซน์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทรับออกแบบที่ใหญ่ติด 1 ใน 3 ของจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งบริษัทนี้ก็มีเครือข่ายคือผู้รับเหมาอยู่จำนวนมาก และมีความสัมพันธ์ทางเครือญาติกับคุณเด่นชัยหนึ่งในหุ้นส่วนของบริษัทอีกด้วย

- Direct Sell เพื่อให้ CONEX เป็นที่รู้จักแก่ผู้รับเหมาภายนอกเมือง บริษัทจะดำเนินกลยุทธ์แบบการขายตรง หรือ Direct sell เข้าไปตามหน้างานก่อสร้างต่างๆนอกเมือง เพื่อไปแนะนำรูปแบบบริการ และสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ พร้อมแจกแคตตาล็อกสินค้าของทางบริษัท เพื่อให้ลูกค้าใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ ซึ่งแคตตาล็อกสินค้าของทางบริษัทจะมีการปรับเปลี่ยนทุกๆไตรมาส ทำให้ลูกค้าไม่พลาดสินค้าที่ใหม่ หรือ โปรโมชั่นต่างๆ

- Sale Promotion เพื่อให้ลูกค้ามีความสนใจเข้ามาใช้บริการของทางร้าน ทางบริษัทจะใช้กลยุทธ์ Sale Promotion โดยการให้คูปองส่วนลด และ บัตรสมาชิกสะสมแต้ม และการเก็บข้อมูลลูกค้าในระบบด้วยเพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับวันข้างหน้า

- Customer Experience Management (CEM) ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับทาง CONEX จะใช้กลยุทธ์ Customer Experience Management คือ สร้างความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้ามาใช้บริการ จนถึงกระบวนการสุดท้ายในการรับสินค้าที่รวดเร็วทันใจ ไร้ความผิดพลาด

นอกจากนี้ รถบริการขนส่งสินค้าของทาง CONEX จะติดสติ๊กเกอร์ที่ข้างรถ (ขนาดใหญ่) เป็นจุดเด่น วิ่งไปตามถนนซึ่งกลยุทธ์นี้จะเหมือนเป็นการโฆษณาบริษัทไปในตัว เพราะเป็นจุด Touch point ของลูกค้า และคนที่มองเห็นก็จะเกิดความสงสัยว่า CONEX คืออะไร

บทที่ 3

การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ

3.1 การจัดตั้งธุรกิจ

CONEX จะทำการจดทะเบียนนิติบุคคล ในรูปแบบบริษัทจำกัด ในนามของ บริษัท CONEX จำกัด (บริษัท คอนเนกซ์ จำกัด) ในรูปแบบของการค้าชนิดวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง

3.2 การบริหารจัดการองค์กร

3.2.1 โครงสร้างธุรกิจ

โครงสร้างธุรกิจ CONEX มีโครงสร้างการบริหารงานโดยมีผู้บริหารตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ (managing director) ทำหน้าที่ควบคุมดูแลทุกฝ่าย โดยมีผู้จัดการอีก 4 ด้าน ดังนี้

- ด้านการตลาด รับผิดชอบตำแหน่ง marketing manager มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การหาลูกค้า การโฆษณา การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับสินค้า และกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ รวมถึงการดูแลด้านการขายตรง เพื่อให้บริษัท CONEX เป็นที่รู้จักของผู้รับเหมา และวางใจในคุณภาพ และบริการของบริษัท นอกจากนี้ยังมีหน้าที่วางแผนการตลาดในแต่ละปีเพื่อขยายฐานลูกค้าเพื่อให้ครอบคลุมทั้งจังหวัดสุรินทร์ และขยายไปยังประเทศกัมพูชา

- ด้านการเงิน รับผิดชอบตำแหน่ง financial manager มีหน้าที่รับผิดชอบคือ การทำบัญชีของธุรกิจ CONEX และตรวจสอบความถูกต้อง และประเมินค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อควบคุมต้นทุนการบริการ และลดโอกาสการรั่วไหลของเงิน

- ด้านการขาย รับผิดชอบตำแหน่ง sale manager มีหน้าที่รับผิดชอบควบคุมดูแลการรับคำสั่งซื้อ และส่งสินค้า รวมถึงการตรวจสอบความถูกต้อง คุณภาพ ความเรียบร้อยทั้งหมดจนส่งสินค้าขึ้นรถของลูกค้า หรือส่งขึ้นรถส่งสินค้าของบริษัท

- ด้านการดูแลระบบการดำเนินงาน รับผิดชอบตำแหน่ง operation manager โดยมีหน้าที่จัดระบบการขนส่ง เส้นทาง การปรับเปลี่ยนเวลาการเดินทางรถกรณีที่มีลูกค้าเกินจำนวนที่สามารถรองรับได้ในรอบปกติ หรือเส้นทางรถที่ไม่สอดคล้องกัน รวมถึงการจัดการดูแล

กรณีการสั่งสินค้าด่วน และการดูแลรักษา ตรวจสอบสภาพรถ รวมถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายด้านน้ำมันรถ

3.2.2 ข้อมูลผู้ถือหุ้น

ก. นางสาวลลิตา สาทร มีประสบการณ์การทำงานในด้านการตลาดและการขาย การส่งออก และการประสานงานต่างๆจากบริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด มหาชน และบริษัท โตโยต้า จำกัด มหาชน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาด

ข. นางสาวชมพูนุท สมถือชาชัย มีประสบการณ์การดำเนินงานบัญชี ดูแลระบบการเงิน การจัดการในธุรกิจส่วนตัว

ค. นายเด่นชัย สมถือชาชัย เป็นเจ้าของธุรกิจ ขวัญใจเฟอร์รี่ และมีความสัมพันธ์กับร้านพันธมิตร คือ กุ้ยงฮวด ส.การปูน และ งามเส็งสง และเป็นเจ้าของที่ดินให้เช่าสำหรับการก่อตั้งบริษัท CONEX มีความเชี่ยวชาญทางด้านก่อสร้าง และวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างต่างๆ

3.2.3 แผนผังองค์กร

องค์กรของ CONEX ดังภาพที่ 3.1 คือ มีนางสาวลลิตา สาทร ควบตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ และ ตำแหน่ง marketing manager ดูแลพนักงานที่มีหน้าที่ขายตรงอีก 1 คน นางสาวชมพูนุท สมถือชาชัย ควบตำแหน่ง transportation manager ซึ่งดูแลพนักงานขับรถ และพนักงานขนสินค้า ทั้งสิ้น 8 คน และ financial manager นายเด่นชัย สมถือชาชัย ตำแหน่ง sale manager ดูแลพนักงานขาย 2 คน



ภาพที่ 3.1 แผนผังองค์กร

3.2.4 การจ้างงาน

3.2.4.1 ให้ค่าจ้างแก่พนักงานฝ่ายบริหาร และพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ

- พนักงานฝ่ายบริหารจะได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน และค่าตอบแทน
- พนักงานฝ่ายปฏิบัติการจะได้รับค่าตอบแทนเท่ากับค่าแรงขั้นต่ำตามกฎหมาย ซึ่งว่าจ้างเป็นรายวัน ทำงาน 6 วันต่อสัปดาห์

รายละเอียดค่าจ้างพนักงานดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนพนักงาน และรายได้ของบุคลากรต่อเดือน

จำนวน	เงินเดือนพนักงาน	เงินเดือน	เงินเดือนรวม
1	ผู้บริหาร	20,000	20,000
2	ผู้จัดการฝ่าย	20,000	20,000
2	พนักงานการตลาด และพนักงานขาย	12,000	24,000
4	พนักงานขับรถ	7,800	31,200
4	พนักงานแรงงาน คนสินค้า	7,800	31,200
3	พนักงานรับคำสั่งซื้อและประสานงาน	9,000	27,000

หมายเหตุ : การจ้างงานสำหรับพนักงานขับรถ และพนักงานคนสินค้า เป็นการจ้างงานรายวัน ด้วยรายได้ขั้นต่ำ 300 บาทต่อวัน ตามกฎหมายของประเทศไทย

3.2.4.2 ค่าตอบแทน

- มีการให้ค่าตอบแทน กับพนักงานทั้งฝ่ายบริหาร และพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ โดยคิดเป็นงบประมาณโดยรวมต่อ 1 ปี เริ่มตั้งแต่ปีที่ 2 โดยคิดเป็นร้อยละ 1 ของรายได้ของบริษัท ซึ่งการให้ค่า incentive นี้จะขึ้นอยู่กับผลประกอบการของบริษัทเป็นสำคัญ

- มีการให้โบนัสขั้นต่ำกับพนักงานทั้งฝ่ายบริหาร และพนักงานฝ่ายปฏิบัติการอย่างน้อย 1 เดือนต่อปี ขึ้นไป

- มีค่าสวัสดิการทั่วไป เช่น ประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น

3.2.4.3 ทฤษฎีการบุคคล

เนื่องจาก CONEX เป็นธุรกิจทางด้านงานบริการ ซึ่งพนักงานเป็นสิ่งสำคัญในการชี้วัดความสำเร็จของบริษัท หรือ key success factor ที่สำคัญมากปัจจัยหนึ่ง ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญกับพนักงาน โดยจะมีการวัดผลโดยการกำหนดมาตรฐาน KPI โดยพนักงาน

ทุกคนต้องมีการวัดประสิทธิภาพของการทำงานอย่างชัดเจน โดยการนำเอาระบบ balance score card เข้ามาใช้ในการวัดผล มีการตัดเงินเดือนแก่พนักงานที่ปฏิบัติงานได้ไม่ดี รวมถึงการให้เงินพิเศษแก่พนักงานที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



บทที่ 4

แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ

รูปแบบการดำเนินงานของ CONEX คือ CONEX ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการขายสินค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยมีร้านเครือข่ายพันธมิตรซึ่งทางบริษัทสามารถซื้อสินค้าจากร้านพันธมิตรทั้ง 4 ร้านได้ในราคาที่ถูกลงกว่าราคาที่ร้านพันธมิตรขายให้แก่ลูกค้าปลีก หรือลูกค้ารายย่อยเจ้าอื่นๆ และขายสินค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ให้แก่ลูกค้าในราคาเทียบเท่าราคาตลาด พร้อมด้วยการบริการที่สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ทั้งด้านการขนส่งที่รวดเร็ว ตรงต่อเวลา และการให้คำแนะนำในการซื้อสินค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างต่างๆ

แผนการดำเนินงานของ CONEX มี 3 ส่วนด้วยกัน คือ

- แผนการดำเนินงานด้านสถานที่
- แผนการดำเนินงานด้านการบริการ
- แผนการดำเนินงานด้านการเดินรถ และบริการการขนส่งสินค้า

ดังรายละเอียดดังนี้

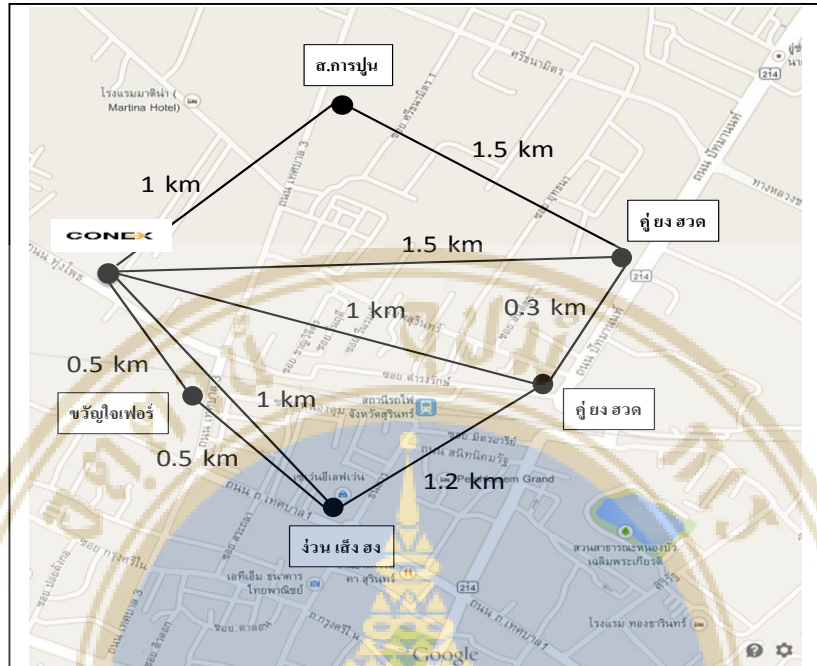
4.1 แผนการดำเนินงานด้านสถานที่

4.1.1 ทำเลที่ตั้งของ CONEX

สถานที่ที่ตั้งของบริษัท อยู่ที่ ถนนทุ่งโพธิ์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจะอยู่บริเวณใกล้เคียงกับร้านพันธมิตร ดังแสดงในภาพที่ 4.1 ซึ่งติดถนนใหญ่การเดินทางสะดวกสบาย ห่างจากตัวเมืองไม่ถึง 5 กิโลเมตร ซึ่งการเลือกทำเลที่ตั้งของบริษัท มีเกณฑ์ในการพิจารณา คือ

- ความสะดวกสบายในการเดินทาง ทั้งการเดินทางของลูกค้า และการขนส่งสินค้า โดยจะเลือกบริเวณที่ติดถนนใหญ่ และการเดินทางสัญจรสะดวกสบาย และอยู่ไม่ห่างจากตัวเมืองมากนัก

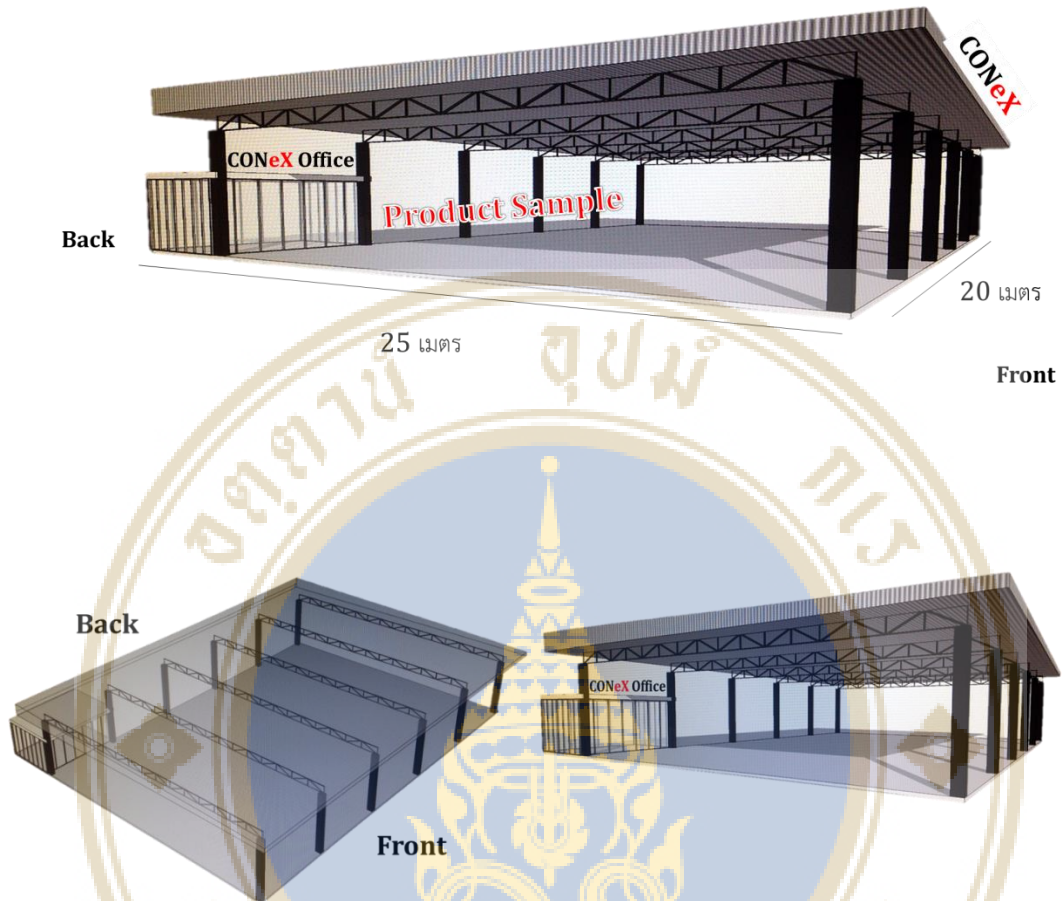
- บริเวณใกล้เคียงกับบริษัทพันธมิตรทั้ง 4 แห่ง ทั้งนี้เพื่อลดค่าใช้จ่าย และประหยัดเวลาในการเดินทางในการรับสินค้า



ภาพที่ 4.1 แสดงสถานที่ตั้งของบริษัท CONEX และร้านพันธมิตร

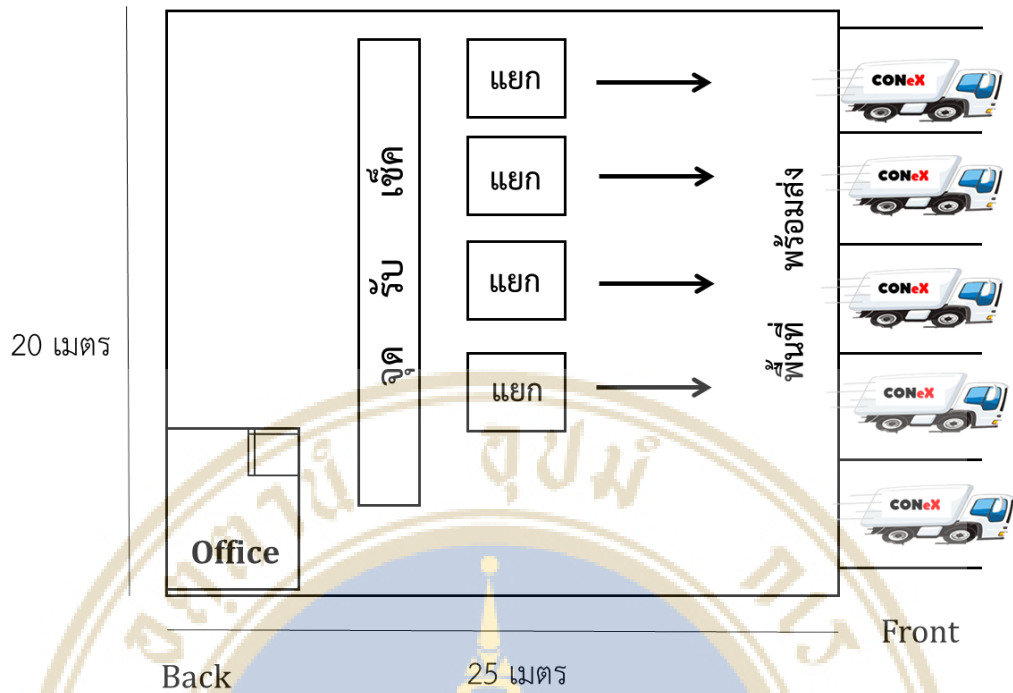
4.1.2 อาคารของบริษัท CONEX

ขนาดของอาคาร CONEX มีพื้นที่ 500 ตารางเมตร มีความกว้าง 20 เมตร และความยาว 25 เมตร โดยตัวอาคารจะทำการเทพื้นซีเมนต์ และสร้างโครงสร้างขึ้นมา ดังแสดงในภาพที่ 4.2 ซึ่งจะแบ่งส่วนของพื้นที่เป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนแรก คือ ส่วนสำนักงาน พื้นที่ 50 ตารางเมตร ความกว้าง 5 เมตร และความยาว 10 เมตร และส่วนที่ 2 คือส่วนการให้บริการ รับ-ส่งสินค้าอย่างเป็นระบบ ดังแสดงในภาพที่ 4.3-4.6

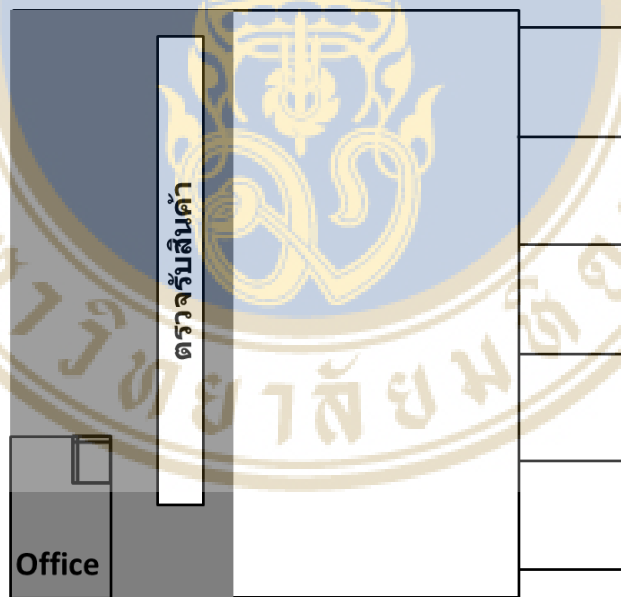


ภาพที่ 4.2 แสดงส่วนดำเนินงานของ CONEX

ในส่วนของการบริการรับส่งสินค้า (ภาพที่ 13) จะแบ่งพื้นที่สำหรับรถที่มาส่งสินค้าไว้ด้านติดกับสำนักงาน และลงสินค้าไว้ที่ จุครับเช็ค เพื่อแยกสินค้าไว้สำหรับลูกค้าแต่ละราย หรือรถสำหรับรับสินค้าไปส่งให้กับลูกค้า ซึ่งจะมีรถโฟล์คลิฟต์ช่วยในการยกสินค้า และเวลารับสินค้าลูกค้าจะเข้ามารับสินค้าเลขที่ช่องที่กำหนด และมีพนักงานบริการขนสินค้าขึ้นรถให้และขับรถออกอีกทางด้านหนึ่ง ในส่วนของบริเวณที่รับสินค้าสามารถรับสินค้าได้ครั้งละมากที่สุดจำนวน 5 คัน (เนื้อพื้นที่ไว้คันละ 3 เมตร)



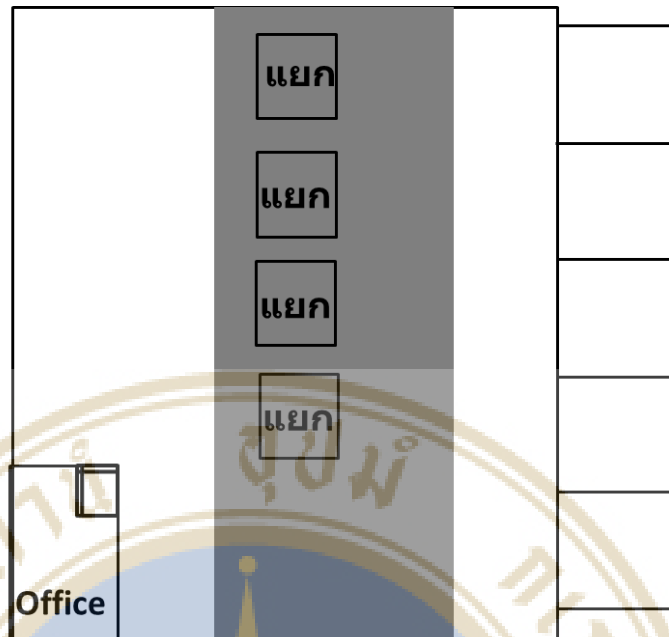
ภาพที่ 4.3 แสดงส่วนของการบริการรับส่งสินค้า



ภาพที่ 4.4 แสดงจุดรับ / ส่งสินค้าจากร้านค้าพันธมิตร

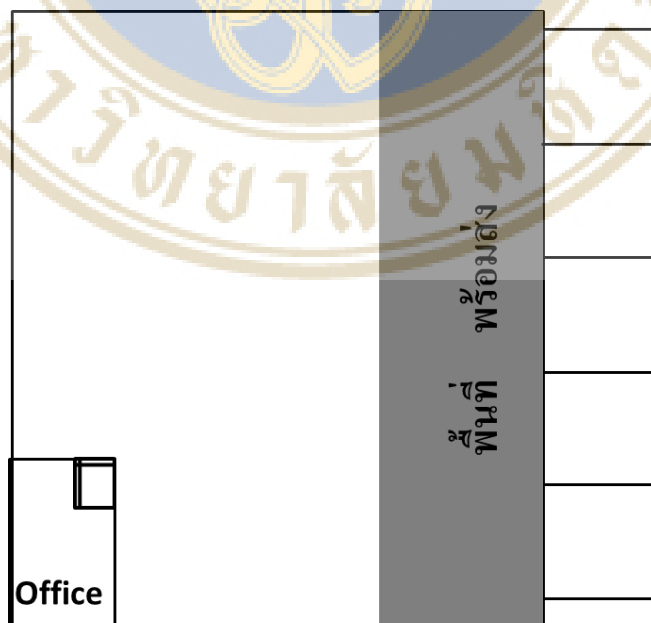
หมายเหตุ : Office ส่วนสำนักงาน ดำเนินงานด้านเอกสาร รับคำสั่งซื้อ สรุปคำสั่งซื้อ

จุดตรวจรับสินค้า บริเวณพื้นที่ที่ทาง CONEX จะมีการตรวจรับสินค้าทุกครั้งให้ตรงกับใบคำสั่งซื้อที่สั่งซื้อ พร้อมทั้งตรวจความเรียบร้อยของสินค้าก่อนส่งออกไปยังลูกค้าด้วย



ภาพที่ 4.5 แสดงจุดแยกสินค้า

เมื่อผ่านขั้นตอนจาก จุดรับ / ส่งสินค้าเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปทาง CONEX จะมีการคัดแยกสินค้าตามคำสั่งซื้อซึ่งจะมีการตรวจสอบความถูกต้อง และความเรียบร้อยของคำสั่งซื้ออีกรอบ โดยวางไว้บน พาเลทไม้ (แทนวางสินค้าสำหรับให้รถโฟร์คลิฟต์ยกได้สะดวก) เพื่อง่ายต่อการจัดหมวดหมู่สินค้าให้เรียบร้อยก่อนนำส่งให้แก่ลูกค้าในขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 4.6 แสดงจุดส่งมอบสินค้า

หลังจากที่คัดแยกสินค้าวางลงบนพาเลทไม้เรียบร้อย ต่อไปจะเป็นขั้นตอนการนำสินค้าลงรถขนส่ง ซึ่งจะมีขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าอีกรอบก่อนทำการเคลื่อนรถเพื่อส่งสินค้าให้ลูกค้าต่อไป

4.2 แผนการดำเนินงานด้านการบริการ

4.2.1 ขั้นตอนและวิธีการส่งสินค้า

กรณีการสั่งซื้อแบบปกติ

- ก. การส่งสินค้า โดยการโทรศัพท์สั่งสินค้า ซึ่งลูกค้าจะเลือกรายการสินค้าผ่านทางแคตตาล็อกที่บริษัทจัดส่งให้
- ข. CONEX จะโทรศัพท์เพื่อตรวจสอบสินค้ากับทางร้านพันธมิตร และสรุปยอดค่าใช้จ่าย และยืนยันคำสั่งซื้อให้กับลูกค้า ภายใน 30 นาที และให้ลูกค้าชำระเงินก่อนการสั่งซื้อสินค้า โดยการโอนเงิน
- ค. รวมยอดการสั่งซื้อ วันละ 3 รอบ คือเวลา 8.30 น. 12.00 น. 16.30 น. ซึ่งอ้างอิงจากเวลาที่ร้านพันธมิตรเปิด และ ปิด ซึ่งร้านพันธมิตรทั้ง 4 ร้าน เปิดเวลา 8.30-17.00 น.
- ง. CONEX จะไปรับและตรวจสอบสินค้า คือตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าว่าตรงตามมาตรฐานที่ลูกค้าสั่ง และความสมบูรณ์ของสินค้า
- จ. คัดแยกสินค้าที่รับมา แยกสินค้าเพื่อไปส่งสินค้าแต่ละราย และตรวจทานสินค้าอีกครั้ง เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด
- ฉ. ส่งของให้กับลูกค้า โดยมีรถบริการขนส่งถึงสถานที่ก่อสร้างของลูกค้า และขนสินค้าลงจากรถให้ ตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าอีกครั้งก่อนส่งมอบให้กับลูกค้า

กรณีการส่งสินค้าเร่งด่วน

รับประกันส่งสินค้าและส่งสินค้าถึงที่ภายใน 6 ชั่วโมง โดยขั้นตอนจะเหมือนกับขั้นตอนการส่งปกติ แต่จะมีรถไปรับสินค้า และส่งสินค้าให้ลูกค้าในทันที ซึ่งกรณีนี้ลูกค้าจะต้องชำระเงินหลังจากที่ยืนยันคำสั่งซื้อ และแจ้งค่าใช้จ่ายแล้วทันที

ทาง CONEX สามารถรับประกันความรวดเร็วตามกำหนดเวลาได้ เนื่องจากการเดินทางในจังหวัดสุรินทร์ไม่ได้มีปัญหาสภาพการจราจร และเมื่อพิจารณาทำเลที่ตั้งของบริษัท และร้านพันธมิตรแล้วนั้นสามารถรับสินค้าได้แม้ว่าจะแวะรับสินค้าทุกที่ภายในเวลา 1 ชั่วโมง (ดังภาพที่

4.7) และเพื่อไว้ไปยังอำเภอที่มีระยะทางไกลสุดในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งใช้เวลาในการเดินทาง 1 ชั่วโมง 30 นาที โดยรวมเวลาทั้งหมดแล้วจะประมาณ 2 ชั่วโมง 30 นาที



ภาพที่ 4.7 แสดงระยะทางและการประเมินเวลาเดินทางระหว่างร้านพันธมิตร

นอกจากนี้ CONEX ยังมีบริการเสริม คือ

1. การรับประกันความถูกต้องของสินค้า หากมีสินค้าที่เสียหายที่เกิดจากโรงงานหรือขบวนการผลิต ยินดีเปลี่ยนสินค้าให้ภายใน 24 ชั่วโมง
2. การบริการส่งสินค้า
3. ให้คำแนะนำการเลือกสินค้า มาตรฐานของสินค้า การเลือกใช้สินค้าที่มีคุณภาพ และประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้วยความจริงใจ เช่น การทำงานเฟอร์นิเจอร์ จะมีไม้ให้เลือกใช้หลายชนิด ซึ่งในงาน 1 ชั้นไม่จำเป็นต้องเลือกไม้ที่มีคุณภาพดีเกรด เอ (ซึ่งจะมีราคาแพง) ทั้งหมดก็ได้ สามารถสอดใส่ด้วยไม้ชนิดที่มีคุณภาพต่ำกว่าเล็กน้อย ซึ่ง ความหนาแน่นใกล้เคียงกันแต่หน้าไม้ไม่สวยไว้ด้านใน เพื่อลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น

4.3 แผนการดำเนินงานด้านการเดินรถ และเวลาในการส่งสินค้า

CONEX เปิดบริการเวลา 5.00 น. - 22.00 น. ทุกวัน ซึ่งลูกค้าสามารถโทรศัพท์สั่งสินค้าได้ตลอดช่วงเวลานี้ และรวมยอดการส่งสินค้า 3 รอบด้วยกัน คือเวลา 8.30 น. ซึ่งเป็นเวลาที่ร้านพันธมิตรเปิดให้บริการ เวลา 12.00 น. และเวลา 16.30 น. ก่อนเวลาที่ร้านพันธมิตรปิดให้บริการ 30 นาที เพื่อเผื่อเวลาในการส่งสินค้า

โดยจะมีพนักงานให้บริการรับคำสั่งซื้อและประสานงาน มีหน้าที่ คือ การโทรศัพท์ตรวจสอบสินค้า รวบรวมยอดสั่งซื้อ ตรวจสอบความถูกต้อง และจำนวนของสินค้า และคัดแยกสินค้าให้กับลูกค้าแต่ละราย โดยมีพนักงานที่ทำหน้าที่นี้ 3 คน มีเวลาดำเนินการและหน้าที่ดังตารางที่ 3

- คนที่ 1 เข้างานเวลา 5.00-14.00 น. มีหน้าที่รับคำสั่งซื้อ และประสานงาน ส่งคำสั่งซื้อในเวลา 8.30 น.
- คนที่ 2 เข้างานเวลา 9.00-18.00 น. มีหน้าที่รับคำสั่งซื้อ และประสานงาน ส่งคำสั่งซื้อในเวลา 12.00 น.
- คนที่ 3 เข้างานเวลา 13.00-22.00 น. มีหน้าที่รับคำสั่งซื้อ และประสานงาน ส่งคำสั่งซื้อในเวลา 16.30 น.
















สำหรับวันหยุด จะผลัดกันหยุดในวันอาทิตย์ จันทร์ และ อังคาร
ในส่วนด้านการขนส่งสินค้าจะส่งสินค้า 4 รอบด้วยกัน ดังนี้

- รอบ 6.00 น. ซึ่งจะมีรถ 1 คัน ในการส่งสินค้า
 - รอบ 10.00 น. และ 14.00 น. มีรถ 2 คันในการส่งสินค้า โดยจะแบ่งเขตจังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดสุรินทร์ตอนบน และตอนล่าง รถคันที่ 1 ประจำเส้นสุรินทร์ตอนบน ส่วนรถคันที่ 2 ประจำเส้นสุรินทร์ตอนล่าง แต่อย่างไรก็ตามอาจมีการปรับเปลี่ยนได้ขึ้นกับคำสั่งซื้อของลูกค้า
 - รอบเวลา 18.30 น. มีรถบริการ 1 คัน
- พนักงานที่รับผิดชอบในส่วนการขนส่งจะมี 8 คนด้วยกัน โดยจะแยกเป็น 4 ชุด ดังนี้
- คนขับรถและพนักงานขนส่งสินค้าชุดที่ 1 เข้างานเวลา 5.00-14.00 เพื่อมาเตรียมของในการขนส่ง และส่งสินค้าในเวลา 6.00 น. และ 10.00 น.
 - คนขับรถและพนักงานขนส่งสินค้าชุดที่ 2 เข้างานเวลา 8.00-17.00 มีหน้าที่ไปรับสินค้าที่สั่งในเวลา 8.30 น. ส่งสินค้าในเวลา 10.00 น. และ 14.00 น. และรับสินค้าเวลา 16.30 น.
 - คนขับรถและพนักงานขนส่งสินค้าชุดที่ 3 เข้างานเวลา 13.00-22.00 น. มีหน้าที่ส่งสินค้าในเวลา 14.00 น. และ 18.30 น.

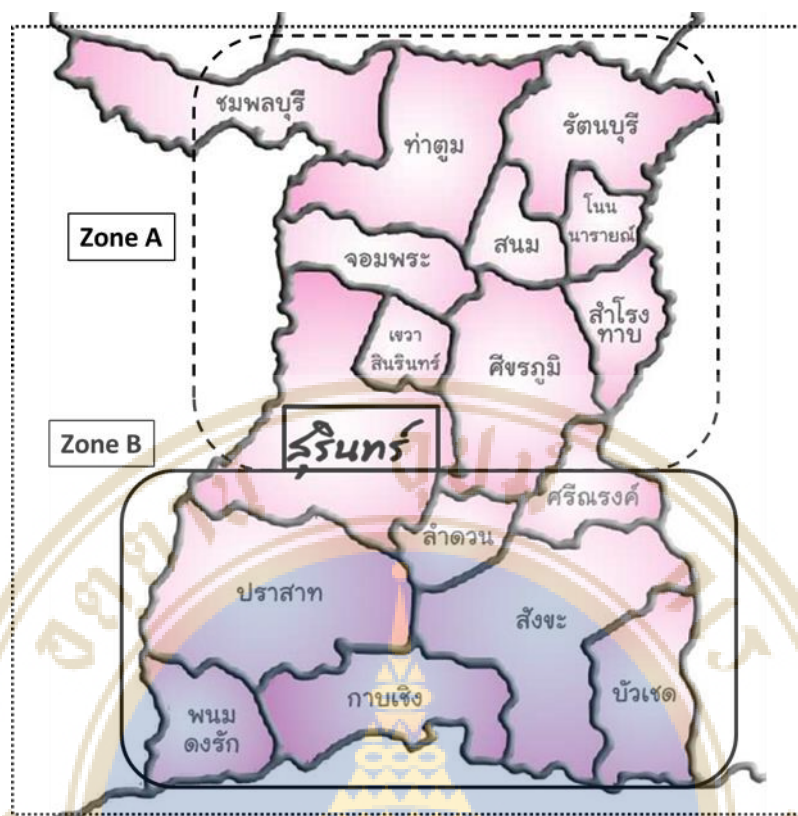
- คนขับรถและพนักงานขนสินค้าชุดที่ 4 อีก 1 ชุดประจำที่บริษัท มีหน้าที่รับสินค้า เวลา 12.00 และเพื่อรับ-ส่งสินค้ากรณีส่งสินค้าด่วน หรือขนสินค้ากรณีที่ลูกค้ามารับสินค้าที่ร้านเอง และสำรองกรณีวันหยุดของพนักงานชุดที่ 1-3

โดยการเดินรถ 1 เที่ยวสามารถขนสินค้าไปได้เฉลี่ย 2 ราย โดยประมาณ ซึ่งเลือกรายที่ไปทางเดียวกัน ดังนั้นในการเดินรถในช่วงเวลาปกติสามารถรับรองการส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ประมาณ 12 ราย (เดินรถ 6 ครั้ง ครั้งละ 2 ราย) และในกรณีที่มียอดลูกค้าจำนวนมาก สามารถใช้รถสำรอง และเพิ่มเที่ยวการเดินรถได้อีก 6 รอบ (คนขับรถและพนักงานขนสินค้าชุดที่ 1 เพิ่มรอบ 12.00 น. คนขับรถและพนักงานขนสินค้าชุดที่ 2 เพิ่มรอบ 12.00 น. คนขับรถและพนักงานขนสินค้าชุดที่ 3 เพิ่มรอบ 20.00 น. คนขับรถและพนักงานขนสินค้าชุดที่ 4 เพิ่มรอบ 10.00 น. 12.00 น. และ 14.00 น.) รวมแล้วสามารถรองรับการส่งสินค้าได้ประมาณ 24 ราย

ตารางที่ 4.1 แสดงเวลา และหน้าที่ของพนักงานรับคำสั่งซื้อและประสานงาน พนักงานขับรถ และพนักงานขนสินค้า และช่วงเวลาที่รวมยอดส่งสินค้า และเวลาในการเดินรถปกติ

พนักงาน	เวลางาน	05.00	06.00	08.30	10.00	12.00	14.00	16.30	18.30
รับออเดอร์และประสานงาน 1	5.00-14.00								
รับออเดอร์และประสานงาน 2	9.00-18.00								
รับออเดอร์และประสานงาน 3	13.00-22.00								
คนขับรถ พนักงานขนของ 1	5.00-14.00	เตรียมของส่ง							
คนขับรถ พนักงานขนของ 2	8.00-17.00								
คนขับรถ พนักงานขนของ 3	13.00-22.00								
คนขับรถ พนักงานขนของ 4 (Standby)	8.30-17.30								

 Order  Delivery  Receive



ภาพที่ 4.8 แสดงเส้นทางการเดินรถของ CONEX

เส้นทางการเดินรถของ CONEX จะแบ่งทั้งสิ้นเป็น 3 เส้นทาง คือ

1. แสดงเขตพื้นที่การเดินรถรับสินค้าจากพันธมิตร ร้านค้าพันธมิตรทั้ง 4 ร้านของบริษัท CONEX ซึ่งล้วนอยู่ในตัวเมืองสุรินทร์ ดังนั้นรถรับส่งสินค้าจะอยู่ในบริเวณตัวเมือง

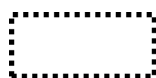
2. แสดงเขตพื้นที่การเดินรถส่งสินค้าให้ลูกค้า ซึ่งเส้นทางการเดินรถนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 เขต ได้แก่



- เขตที่ 1 (Zone A) ครอบคลุม 9 อำเภอ คือ เขวาสินรินทร์ ศรีขรภูมิ ลำโรงทับ สนม จอมพระ โนนนารายณ์ รัตนบุรี ท่าตูม ชุมพลบุรี



- เขตที่ 2 (Zone B) ครอบคลุม 8 อำเภอ คือ อำเภอเมือง ลำดวน ศรีณรงค์ ปราสาท สังขะ กาบเชิง พนมดงรัก บัวเซด



3. แสดงเขตพื้นที่การเดินรถส่งสินค้าในกรณีเร่งด่วน ซึ่งในกรณีนี้รถพิเศษของบริษัทจะเดินรถโดยตรงไปส่งสินค้าลูกค้าในพื้นที่ครอบคลุมทั้ง 17 อำเภอ

ทั้งนี้การเดินทางของทางบริษัทนั้นจะสามารถยืดหยุ่นได้ กล่าวคือ หากกรณีในเส้นทางใด
ว่างก็สามารถนำมาใช้ขนส่งแทนกันได้โดยมิได้กำหนดตายตัว ขึ้นอยู่กับลูกค้าที่สั่งสินค้า



บทที่ 5

สมมติฐานทางการเงิน และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

โดยภาพรวมแล้ว CONEX ใช้เงินลงทุนส่วนมากไปกับสถานที่ และค่ายานพาหนะ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าในการใช้บริการ และลงทุนกับสินค้า และวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างต่างๆ ก่อนข้างน้อย เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านพันธมิตร ทำให้ได้เครดิตเทอมจากร้านพันธมิตรเป็นเวลา 30 วัน และมีระบบการเก็บเงินลูกค้าที่มีความปลอดภัยสูง เพื่อป้องกันการยักยอกทั้งจากลูกค้า และพนักงาน จึงทำให้บริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินที่ดี และในส่วนของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนมากจะเป็นค่าบริการต่างๆ และเงินเดือนพนักงาน โดยจะแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 โครงสร้างและนโยบายการเงินของบริษัท CONEX

การประเมินการลงทุนในการดำเนินธุรกิจของ CONEX โดยแหล่งเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของและเงินกู้ ซึ่งคาดว่าจะต้องใช้เงินลงทุนทั้งหมดประมาณ 5.25 ล้านบาท โดยแหล่งเงินทุนที่นำมาจากส่วนของเจ้าของ 4.08 ล้านบาท และเงินกู้ 1.16 ล้านบาท ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5.1 และรายละเอียดการใช้เงินทุน (ประมาณการ 5 ปี) ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.1 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ และแหล่งที่มาของเงินลงทุน

หน่วย : บาท

เงินลงทุนในโครงการ	เงินลงทุน	จำนวน	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
				เงินลงทุน	เงินกู้
รถกระบะ TATA ^a	519,000	3	1,557,000	389,250	1,167,750
คาร์ตโฟล์คลิฟต์ ^b	130,000	1	130,000	130,000	-
ค่าปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ ^c	-	-	2,603,000	2,403,000	-
ระบบรักษาความปลอดภัย (กล้องพร้อมกล้องวงจรปิด tsubomi) ^d	24,000	1	24,000	24,000	-
ระบบการขายและอุปกรณ์ ^e			70,660	70,660	
เงินทุนสำรอง ^f	-	-	869,127	869,127	-
รวม			5,253,787	4,086,037	1,167,750

หมายเหตุ ^a จำนวนจากโปรแกรมการผ่อนชำระรถยนต์จากเว็บไซต์ TATA และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้รถยนต์จากธนาคารแห่งชาติ ดังแสดงรายละเอียดในภาคผนวก ค

^b จากการโทรสอบถามราคาจากเว็บไซต์ <http://www.caforkliftthai.com/> ดังแสดงรายละเอียดในภาคผนวก ค

^c จากการประเมิน ดังแสดงรายละเอียดในภาคผนวก ค

^d จากการสอบถามราคาเครื่องพร้อมกล้อง CCTV 8 ตัวยี่ห้อ tsubomi ที่พันธุ์ทิพย์ สาขางามวงศ์วาน

^e ระบบการขายและอุปกรณ์ ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค

^f จากการคำนวณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในระยะเวลา 3 เดือนแรก

ตารางที่ 5.2 แสดงรายละเอียดการใช้ไปของเงินทุน (ประมาณการ 5 ปี)

หน่วย : บาท

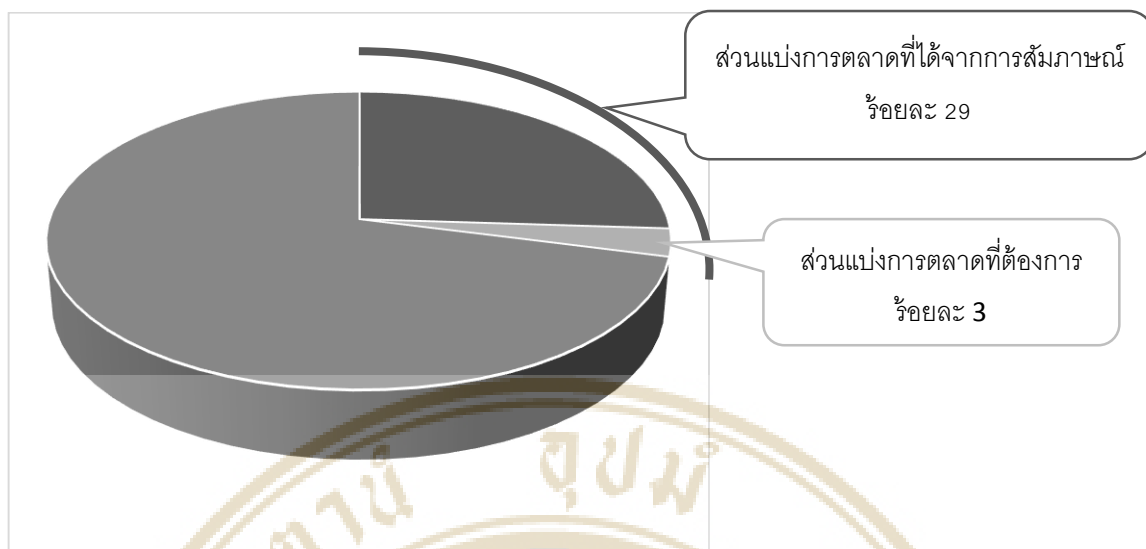
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รถกระบะ TATA	1,557,000	-	-	-	-
ค่ารถโฟล์คคลิฟต์	130,000	-	-	-	-
ค่าปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ	2,603,000	-	-	-	-
ระบบรักษาความปลอดภัย (กล่องพร้อมกล้องวงจรปิด tsubomi)	24,000	-	-	-	-
ระบบการขาย และอุปกรณ์	70,660	-	-	-	-
เงินทุนสำรอง	869,127	-	-	-	-
รวม	5,253,787				

5.2 ที่มาของรายได้

รายได้ของ CONEX มาจาก 2 ส่วนด้วยกัน คือ จากการขายสินค้า และจากค่าขนส่ง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

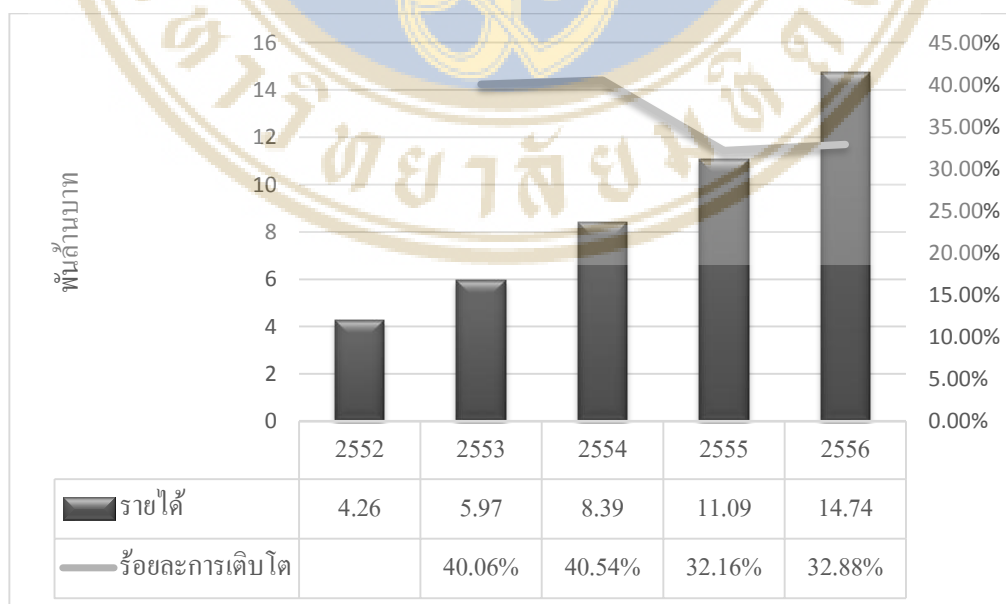
5.2.1 รายได้จากการขายสินค้า

การประมาณการรายได้จากการขายสินค้าประมาณจากการอ้างอิงข้อมูลมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการก่อสร้างจังหวัดสุรินทร์ (ภาพที่ 1.1) ซึ่งในปี 2553 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการก่อสร้าง 2,535 ล้านบาท ซึ่งในส่วนนี้เมื่อหักกำไรจากการก่อสร้าง และค่าแรงแล้ว จะมีมูลค่าด้านวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างอยู่ที่ 1,420 ล้านบาท และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับเหมานอกเมืองจังหวัดสุรินทร์ พบว่ามีผู้รับเหมาที่จะใช้บริการแน่นอนร้อยละ 52 หรือคิดเป็นร้อยละ 29 ของผู้รับเหมาทั้งจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 29 ของส่วนแบ่งการตลาด (จากมูลค่าตลาดทั้งหมด 1,420 ล้านบาท) และมีมูลค่าประมาณ 410 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม CONEX คาดว่าในปีแรกจะสามารถแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้ร้อยละ 3 ของส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งหมด หรือประมาณร้อยละ 10 ของส่วนแบ่งทางการตลาดที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งคิดเป็นมูลค่าประมาณ 42.6 ล้านบาท ดังแสดงในภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 แสดงส่วนแบ่งการตลาดวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างจังหวัดสุรินทร์

นอกจากนี้เมื่ออ้างอิงจากข้อมูลรายได้ของบริษัท สยาม โกลบอลเฮ้าส์ จำกัด มหาชน และพิจารณาถึงอัตราการเติบโตของรายได้ในแต่ละปี ดังแสดงรายละเอียดดังภาพที่ 5.2 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอัตราการเติบโตของรายได้ อยู่ที่ร้อยละ 36.41 ดังนั้นบริษัท CONEX จึงได้ประมาณการการเติบโตเป็น 1 ใน 3 ของบริษัท สยาม โกลบอลเฮ้าส์ จำกัด มหาชน หรือประมาณร้อยละ 33 ของบริษัท สยาม โกลบอลเฮ้าส์ จำกัด มหาชน คือ ประมาณการว่าบริษัท CONEX จะมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 12.1 จึงสามารถประมาณการรายได้ใน 5 ปีข้างหน้าได้ดังตารางที่ 5.3



ภาพที่ 5.2 แสดงรายได้ และอัตราการเติบโตของบริษัท สยาม โกลบอลเฮ้าส์ จำกัด มหาชน

ตารางที่ 5.3 แสดงการประมาณการรายได้ 5 ปีของ CONEX

หน่วย : บาท

ปีที่	1	2	3	4	5
รายได้	42,600,000	47,712,000	53,437,440	59,849,933	67,031,925

5.2.2 รายได้จากค่าขนส่ง

อัตราการคิดค่าบริการขนส่ง คือ 20 กิโลเมตรแรก 250 บาท และกิโลเมตรต่อไป กิโลเมตรละ 10 บาท ถ้ามียอดซื้อสินค้ามากกว่า 20,000 บาท ส่งฟรี และในกรณีสั่งซื้อสินค้าด่วน คิดค่าส่งสินค้าด่วนเพิ่ม 1,000 บาท

CONEX สามารถคาดการณ์รายได้จากการขนส่งโดยคาดการณ์จากรายได้จากการขายสินค้า ร่วมกับข้อมูลที่ทางบริษัทได้ทำการสำรวจข้อมูลลูกค้า (ภาคผนวก ข) พบว่ามูลค่าการสั่งซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 13,600 บาทต่อการซื้อสินค้า 1 ครั้ง จึงสามารถประมาณการจำนวนเที่ยวรถต่อเดือนได้

และรายได้จากค่าขนส่งมาจากการสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งระยะทางเฉลี่ย จากอำเภอ 7 อำเภอที่มีผู้รับเหมาจำนวน 180 คนหรือมากกว่า (เป็น 7 อำเภอที่คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนลูกค้ามากกว่าอำเภออื่น) โดยเฉลี่ยระยะทางจากแต่ละอำเภอ ประกอบด้วย ปราสาท ศรีขรภูมิ สังขะ รัตนบุรี ท่าตูม จอมพระ ชุมพลบุรี โดยการวัดระยะทางจาก google map ได้ระยะทางเฉลี่ยเท่ากับ 51.94 กิโลเมตร (ประมาณ 52 กิโลเมตร) คิดเป็นค่าขนส่ง $250 + 320 = 570$ บาท

ดังนั้นในปีแรก รายได้จากการขายเท่ากับ 42.6 ล้านบาท คือมีการสั่งซื้อสินค้าประมาณ 42.6 ล้านบาท/13,600 บาท เท่ากับ 3,132 ครั้งต่อปี (หรือ 261 ครั้งต่อเดือน หรือประมาณ 9 ครั้งต่อวัน) และคิดเป็นรายได้จากค่าขนส่ง เท่ากับ $3,132 * 570$ บาท เท่ากับ 1.78 ล้านบาทในปีแรก และรายละเอียดการประมาณการรายได้ได้นอกเหนือจากการขาย (รายได้จากค่าขนส่ง) ของปีที่ 1- 5 ดังตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 แสดงการประมาณการรายได้ได้นอกเหนือจากการขายของ CONEX ปีที่ 1-5

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	42,600,000	47,712,000	53,437,440	59,849,933	67,031,925
จำนวนเที่ยว (เที่ยวต่อปี)	3,132	3,508	3,929	4,401	4,929
รายได้จากขนส่ง	1,785,441	1,999,694	2,239,657	2,508,416	2,809,426

5.3 การประมาณการต้นทุน

5.3.1 ต้นทุนด้านสินค้า

CONEX สามารถซื้อสินค้าได้จากกลุ่มพันธมิตรในราคาที่ถูกกว่าผู้รับเหมาทั่วไป เนื่องจากคุณเด่นชัย หนึ่งในหุ้นส่วนได้เคยทำการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ และมีประวัติการซื้อขายที่ดีมา โดยตลอด และยังมีโครงการที่จะซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งราคาต้นทุนสินค้านั้นเมื่อนำมาตั้งราคาขายเท่ากับราคาขายปลีกหน้าร้านแล้ว สามารถตั้งราคาได้ใกล้เคียงกับร้านค้าทั่วไป และได้กำไรเฉลี่ยร้อยละ 17.6 ดังแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 5.5 หรือมีต้นทุนขายอยู่ที่ร้อยละ 82.4 ดังนั้นจึงสามารถคาดการณ์ต้นทุนสินค้าในปีที่ 1-5 ได้ ดังแสดงในตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.5 ตารางแสดงกำไรที่ได้จากการขายสินค้าจากร้านพันธมิตร

หน่วย : ร้อยละ

	สัดส่วนการสร้างบ้านปูน	กำไรที่ CONEX ได้รับเฉลี่ย
คู่งฮวด	70	20
ส.การปูน	10	12
จ่วนเส็งฮง	15	12
ขวัญใจเฟอร์	5	12
เฉลี่ย		17.6

ตารางที่ 5.6 ตารางแสดงการประมาณการต้นทุนสินค้าในปีที่ 1-5

หน่วย : บาท

ปีที่	1	2	3	4	5
รายได้	42,600,000	47,712,000	53,437,440	59,849,933	67,031,925
ต้นทุนสินค้า	35,102,400	39,314,688	44,032,451	49,316,345	55,234,306

5.3.2 ต้นทุนการขนส่ง

ต้นทุนค่าขนส่งจะคำนวณจากค่าน้ำมันเป็นสำคัญ ซึ่งยังไม่นับรวมค่าพนักงานคนขับรถ และค่าเสื่อมราคาของรถ ซึ่งรถกระบะทาทา ไจแอนด์ รุ่นเฮฟวี่ดีวตี้ (ภาพที่ 5.3) มีอัตราการใช้น้ำมันดีเซล 18 กิโลเมตรต่อลิตร และราคาน้ำมันดีเซลจะอยู่ที่ประมาณ 30.45-30.5 บาทต่อลิตร ซึ่งปัจจุบันราคาน้ำมันดีเซลไม่ค่อยมีผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันมากนัก

ดังนั้นในการวิ่งรถ 1 กิโลเมตรจะมีต้นทุนค่าน้ำมันอยู่ที่ $(30.5*1)/18 = 1.7$ บาท ซึ่งคิดระยะทางไป-กลับ คือมีต้นทุนอยู่ที่ 3.4 บาทต่อกิโลเมตร



ภาพที่ 5.3 รถกระบะทาทา ไอแอนด์ รุ่นเฮฟวีดีดี

และข้อมูลจำนวนเที่ยวรถต่อเดือน ระยะทางเฉลี่ยในการขนส่ง และค่าน้ำมัน ทำให้สามารถคำนวณการคาดการณ์ต้นทุนการขนส่งได้ คือ

ในการเดินรถ 1 รอบ เสียค่าน้ำมันเท่ากับ ค่าน้ำมัน*ระยะทาง

เท่ากับ $3.4 \text{ บาท} * 52 \text{ กิโลเมตร} = 177 \text{ บาท}$

และตัวอย่างเช่น ในปีที่ 1 เดินรถ 3,132 เที่ยว

ดังนั้น จะเสียค่าน้ำมัน เท่ากับ จำนวนเที่ยว*ค่าน้ำมัน 1 รอบ

เท่ากับ $3,132 * 177 \text{ บาท} = 554,426 \text{ บาท}$ เป็นต้น

จึงสามารถคาดการณ์ต้นทุนค่าขนส่งในปีที่ 1- 5 ดังตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 แสดงการคาดการณ์ต้นทุนค่าขนส่งปีที่ 1-5

ปีที่	1	2	3	4	5
จำนวนเที่ยว (เที่ยวต่อปี)	3,132	3,508	3,929	4,401	4,929
ต้นทุนค่าขนส่ง	554,426	620,958	695,473	778,929	872,401

5.3.3 ต้นทุนด้านการบริหาร และการดำเนินงาน

ต้นทุนด้านการบริหารและการดำเนินงานดังกล่าวแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5.8 ซึ่งรวมแล้วจะมีค่าใช้จ่ายรวมในปีแรกคือ 3,503,676 บาท ต้นทุนส่วนนี้จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- เงินเดือนพนักงาน คือผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่าย พนักงานการตลาด พนักงานขาย พนักงานขับรถ พนักงานขนส่งสินค้า และพนักงานรับคำสั่งซื้อและประสานงาน ซึ่งในส่วนของพนักงานขับรถ และพนักงานขนส่งสินค้า จะทำงาน 6 วันต่ออาทิตย์และจ้างงานเป็นแบบพนักงานชั่วคราว ด้วยค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาทต่อวัน

- ค่าดำเนินการ ประกอบด้วย ค่าเช่าสถานที่ประกอบการ ซึ่งเป็นราคาเช่าจากการสอบถามจากเจ้าของที่ดิน ค่าน้ำค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ซึ่งประเมินไว้ค่อนข้างสูงเนื่องจากการดำเนินงานจะใช้โทรศัพท์เป็นสำคัญ ค่าผ่อนรถ ค่าอุปกรณ์สำนักงาน (รวมค่าหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์) ค่าน้ำมัน โดยคำนวณจากต้นทุนค่าน้ำมันรวมทั้งปี ค่าทำบัญชีรายเดือน รายปี ค่าดูแลรักษารถกระบะ ค่าประกันรถ (ชั้น 3+) (ข้อมูลจากการโทรศัพท์สอบถามค่าประกันรถ วงเงินประกัน 150,000 บาท ของบริษัท ไพบูลย์ประกันภัย จำกัด) ค่าบริการระบบการขาย POS ของบริษัท SML Soft ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค และค่าดูแลรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์

- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ประกอบด้วย ค่าการจัดทำแคตตาล็อก ซึ่งจะจัดทำใหม่ทุกไตรมาส ซึ่งค่าใช้จ่ายในการทำแคตตาล็อกอ้างอิงมาจากบริษัทเหรียญทองเทคโนโลยีการพิมพ์ จำกัด ดังแสดงรายละเอียดในภาคผนวก ค และค่าสติ๊กเกอร์ติดรถที่ใช้สำหรับการขนส่งสินค้าทั้ง 3 คัน และในปีที่ 5 สำหรับรถ 4 คัน

และได้ประมาณการต้นทุนด้านการบริหาร และดำเนินงาน ในปีที่ 2-5 โดย ต้นทุนในส่วนของเงินเดือนพนักงาน จะประมาณการเพิ่มเงินเดือนปีละร้อยละ 5 และค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 10 ยกเว้นในส่วนของการทำบัญชี ค่าประกันรถกระบะ ค่าบริการระบบ POS จะมีค่าใช้จ่ายคงที่ทุกปี ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.8 ตารางแสดงรายละเอียดของต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร และดำเนินงาน

	จำนวน	ราคา	รวมต่อเดือน	รวมต่อปี
เงินเดือนพนักงาน				
ผู้บริหาร	1	20,000	20,000	240,000
ผู้จัดการฝ่าย	2	20,000	40,000	480,000
พนักงานการตลาด และพนักงานขาย	2	12,000	24,000	288,000
พนักงานขับรถ	4	7,800	31,200	374,400
พนักงานแรงงาน ชนของ	4	7,800	31,200	374,400
พนักงานรับคำสั่งซื้อและประสานงาน	3	9,000	27,000	324,000
ค่าดำเนินการ			-	-
ค่าเช่าสถานที่ประกอบการ	1	10,000	10,000	120,000
ค่าน้ำ ค่าไฟ	1	5,000	5,000	60,000
ค่าโทรศัพท์	4	1,000	4,000	48,000
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	1	5,000	5,000	60,000
ค่าน้ำมัน			-	554,426
ค่าทำบัญชีรายเดือน	1	1,000	1,000	12,000
ค่าทำบัญชีรายปี				10,000
ค่าดูแลรักษารถกระบะ (ค่าเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ค่า maintenance)	3	10,000		30,000
ค่าประกันรถ ชั้น 3+	3	6,710		20,130
ค่าบริการระบบ POS	1	2,800		-
ค่าดูแลรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ และเครื่องพิมพ์				10,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด			-	-
การจัดทำแคตตาล็อก (ทำทุก 3 เดือน)	1	108,500	108,500	434,000
สติ๊กเกอร์ติดรถขนาด 2*0.5 เมตร	6	720	4,320	4,320
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	1	5000	5,000	60,000
รวม				3,503,676

ตารางที่ 5.9 แสดงต้นทุนด้านการบริหารและดำเนินกิจการปีที่ 1-5

ปีที่	1	2	3	4	5
เงินเดือนพนักงาน					
ผู้บริหาร	240,000	252,000	264,600	277,830	291,722
ผู้จัดการฝ่าย	480,000	504,000	529,200	555,660	583,443
พนักงานการตลาด และพนักงานขาย	288,000	302,400	317,520	333,396	350,066
พนักงานขับรถ	374,400	393,120	412,776	433,415	455,086
พนักงานแรงงาน ขนของ	374,400	393,120	412,776	433,415	455,086
พนักงานรับออเดอร์และประสานงาน	324,000	340,200	357,210	375,071	393,824
ค่าดำเนินการ					
ค่าเช่าสถานที่ประกอบการ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าน้ำ ค่าไฟ	60,000	66,000	72,600	79,860	87,846
ค่าโทรศัพท์	48,000	52,800	58,080	63,888	70,277
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	60,000	66,000	72,600	79,860	87,846
ค่าน้ำมัน	554,426	620,958	695,473	778,929	872,401
ค่าทำบัญชีรายเดือน	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าทำบัญชีรายปี	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าดูแลรักษารถกระบะ (ค่าเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ค่า maintenance)	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าประกันรถ ชั้น 3+	20,130	20,130	20,130	20,130	20,130
ค่าบริการระบบ POS	-	2,800	2,800	2,800	2,800
ค่าดูแลรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ และเครื่องพิมพ์	10,000	11,000	12,100	13,310	14,641
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด					
การจัดทำแคตตาล็อก (ทำทุก 3 เดือน)	434,000	477,400	525,140	577,654	635,419
สติ๊กเกอร์ติดรถขนาด 2*0.5 เมตร	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	60,000	66,000	72,600	79,860	87,846
รวม	3,503,676	3,744,248	4,001,925	4,281,397	4,584,751

5.3.4 การคำนวณดอกเบี้ยจ่าย

จากการกู้ยืมเงินในการซื้อรถกระบะ TATA จำนวน 3 คัน ซึ่งมียอดเงินกู้ทั้งสิ้น 1.16 ล้านบาท มีอัตราดอกเบี้ยอยู่ที่ร้อยละ 2.75 ต่อปี ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5.10

ตารางที่ 5.10 แสดงดอกเบี้ยจ่ายของ CONEX ในปีที่ 1-4

หน่วย : บาท

ปีที่	1	2	3	4
เงินกู้	1,167,750	875,827	575,876	267,677
ดอกเบี้ย	32,113	24,085	15,837	7,361

5.3.5 การคำนวณอัตราการจ่ายภาษี

อัตราการจ่ายภาษี คัดที่ร้อยละ 20 ของกำไรก่อนหักภาษี ตามการคำนวณภาษี อ้างอิงจากพระราชกฤษฎีกาฯ (ฉบับที่ 530) พ.ศ. 2554 แก้ไขเพิ่มเติมให้เป็นปัจจุบันจนถึง พระราชกฤษฎีกาฯ (ฉบับที่ 564) พ.ศ. 2556 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5.11

ตารางที่ 5.11 แสดงอัตราการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	4,315,893	5,130,784	6,054,481	7,097,385	8,272,961
ภาษีเงินได้	863,179	1,026,157	1,210,896	1,419,477	1,654,592

5.4 การประมาณการงบทางบัญชี

5.4.1 การประมาณการงบกำไรขาดทุน

CONEX คาดว่าจะมีกำไรสุทธิในปีแรกเท่ากับ 3.4 ล้านบาท ปีที่ 2 เท่ากับ 4.1 ล้านบาท และในปีที่ 3-5 คาดว่าจะมีกำไรสุทธิประมาณ 4-6 ล้านบาท ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5.12

ตารางที่ 5.12 แสดงการประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	42,600,000	47,712,000	53,437,440	59,849,933	67,031,925
รายได้นอกเหนือจากการขาย	1,785,441	1,999,694	2,239,657	2,508,416	2,809,426
รวมรายได้ทั้งหมด	44,385,441	49,711,694	55,677,097	62,358,349	69,841,351
ต้นทุนขาย (สินค้า)	35,102,400	39,314,688	44,032,451	49,316,345	55,234,306
ต้นทุนขาย (ค่าขนส่ง)	554,426	620,958	695,473	778,929	872,401
รวมต้นทุนขาย	35,656,826	39,935,646	44,727,923	50,095,274	56,106,707
กำไรขั้นต้น	8,728,615	9,776,048	10,949,174	12,263,075	13,734,644
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	3,503,676	3,744,248	4,001,925	4,281,397	4,584,751
ค่าเสื่อมสินทรัพย์	876,932	876,932	876,932	876,932	876,932
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	4,348,006	5,154,869	6,070,318	7,104,746	8,272,961
ดอกเบี้ยจ่าย	32,113	24,085	15,837	7,361	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	4,315,893	5,130,784	6,054,481	7,097,385	8,272,961
ภาษีเงินได้	863,179	1,026,157	1,210,896	1,419,477	1,654,592
กำไรสุทธิ	3,452,714	4,104,627	4,843,585	5,677,908	6,618,369

5.4.2 ประมาณการงบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสดแสดงให้เห็นถึงแหล่งที่มา และแหล่งที่ใช้ไปของเงิน ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5.13

ตารางที่ 5.13 แสดงการประมาณการงบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายการ					
แหล่งที่มาของเงินทุน					
เงินลงทุน	4,086,037	-	-	-	-
เงินกู้ยืม	1,167,750	-	-	-	-
รายได้	44,385,441	49,711,694	55,677,097	62,358,349	69,841,351
เจ้าหน้าที่การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	49,639,228	49,711,694	55,677,097	62,358,349	69,841,351
แหล่งใช้ไปของเงินลงทุน					
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	4,384,660	-	-	-	-
ต้นทุนสินค้าและบริการ	35,656,826	39,935,646	44,727,923	50,095,274	56,106,707
ค่าใช้จ่ายในการขาย	3,503,676	3,744,248	4,001,925	4,281,397	4,584,751
ดอกเบี้ยจ่าย	32,113	24,085	15,837	7,361	0
ภาษีเงินได้	863,179	1,026,157	1,210,896	1,419,477	1,654,592
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
สต็อกสินค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
รวมแหล่งใช้ไป (ข.)	44,440,455	44,730,135	49,956,581	55,803,509	62,346,050
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	5,198,773	10,180,332	15,900,849	22,455,689
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	5,198,773	4,981,559	5,720,517	6,554,840	7,495,301
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	5,198,773	10,180,332	15,900,849	22,455,689	29,950,989

5.4.3 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

การประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน แสดงให้เห็นถึงมูลค่าของทรัพย์สิน หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นที่คาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 20

ตารางที่ 5.14 แสดงการประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

งบดุล	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด และเงินในธนาคาร	5,198,773	10,180,332	15,900,849	22,455,689	29,950,989
ลูกหนี้การค้า					
สต็อกสินค้า					
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	5,198,773	10,180,332	15,900,849	22,455,689	29,950,989
สินทรัพย์ถาวร					
สิ่งปลูกสร้าง	2,603,000	2,603,000	2,603,000	2,603,000	2,603,000
เครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์	224,660	224,660	224,660	224,660	224,660
ยานพาหนะ	1,557,000	1,557,000	1,557,000	1,557,000	1,557,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน					
รวมสินทรัพย์ถาวร	4,384,660	4,384,660	4,384,660	4,384,660	4,384,660
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	876,932	1,753,864	2,630,796	3,507,728	4,384,660
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,507,728	2,630,796	1,753,864	876,932	0
รวมสินทรัพย์	8,706,501	12,811,128	17,654,713	23,332,621	29,950,989
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาว	1,167,750	875,827	575,876	267,677	-
รวมหนี้สิน	1,167,750	875,827	575,876	267,677	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
เงินลงทุน	4,086,037	4,377,959	4,677,910	4,986,110	5,253,787
กำไรสะสม	3,452,714	7,557,341	12,400,926	18,078,834	24,697,203
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	7,538,751	11,935,301	17,078,836	23,064,944	29,950,989
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	8,706,501	12,811,128	17,654,713	23,332,621	29,950,989

5.5 การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน พิจารณาจากเครื่องมือในการประเมินโครงการ 3 ตัว คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value : NPV) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (internal rate of return : IRR) และระยะเวลาคืนทุน (payback period)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value : NPV)

คิดโดยใช้อัตราคิดลด หรืออัตราดอกเบี้ยคาดหวัง เท่ากับร้อยละ 10 ในระยะเวลา 5

ปี

มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ 18,158,430 บาท

อัตราผลตอบแทนการลงทุน (internal rate of return : IRR)

อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) ร้อยละ 96

ระยะเวลาคืนทุน (payback period)

ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 2 เดือน



บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน

ธุรกิจ CONEX เป็นธุรกิจที่น่าลงทุน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับเหมาก่อสร้างในเขตนอกเมือง จังหวัดสุรินทร์ ได้ตรงตามความต้องการของผู้รับเหมาก่อสร้าง ช่วยให้ผู้รับเหมาก่อสร้างได้รับความสะดวกสบายยิ่งขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางและค่าขนส่ง และที่สำคัญช่วยประหยัดเวลาทำให้ผู้รับเหมาก่อสร้างทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อกำไรที่มากขึ้นของผู้รับเหมาก่อสร้าง

นอกจากนี้ CONEX ยังเป็นธุรกิจที่มีพื้นฐานจากครอบครัวของหุ้นส่วนในธุรกิจ และมีร้านพันธมิตรที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ทั้งร้านขวัญใจเฟอร์ ร้านคุ้มฮวด ร้านง่วนเส็งฮง และร้านส.การปุ่น อีกทั้งโอกาสของธุรกิจวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างในจังหวัดสุรินทร์นี้ยังมีความน่าสนใจ และมีมูลค่าสูงถึง 1,420 ล้านบาท และยังมีแนวโน้มที่จะมีมูลค่าสูงขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต ที่สำคัญการดำเนินงานของธุรกิจที่เป็นระบบคนกลาง เพิ่มมูลค่าโดยการเพิ่มการขนส่งถึงที่หมายภายใน 24 ชั่วโมง บริษัทได้รับกำไรจากส่วนต่างของการขายสินค้าประมาณร้อยละ 17 และจากค่าขนส่ง ซึ่งข้อดีอย่างหนึ่งของบริษัทคือการทำที่บริษัทไม่จำเป็นต้องเก็บสินค้าไว้ และการได้เครดิตเทอมจากร้านพันธมิตร 30 วัน ซึ่งจะทำให้เงินทุนเวียนในบริษัทเป็นไปอย่างคล่องตัว

นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนพบว่าระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1 ปี 2 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิสูงถึง 18.15 ล้านบาท และอัตราผลตอบแทนการลงทุนก็สูงถึงร้อยละ 96 ดังนั้นการลงทุนในบริษัท CONEX จำกัดนี้จึงมีความน่าสนใจอย่างยิ่ง



ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบสำรวจ

การสำรวจปัจจัย และความต้องการในการเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้รับเหมานอกเมือง จังหวัดสุรินทร์

วัตถุประสงค์

แบบสำรวจที่จัดทำขึ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษานิเทศศาสตร์ของนักศึกษาปริญญาโท สาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อเป็นการสำรวจหาความต้องการ และปัจจัยในการเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้รับเหมานอกเมือง จังหวัดสุรินทร์

1. ปัจจัยในข้อใดเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ในจังหวัดสุรินทร์
 - ราคาถูก
 - คุณภาพตรงตามมาตรฐาน
 - สะดวก
 - บริการ
 - Credit Term
 - อื่นๆ

2. โดยปกติ ท่านนิยมซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ที่ใด ในจังหวัดสุรินทร์
 - ร้าน ไทวัสดุ
 - ร้าน Siam Global House
 - ร้านค้ารายย่อย

3. สาเหตุใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเข้าเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่นั้น
- ราคาถูก
 - สินค้าครบ
 - สะดวก ใกล้เคียง
 - มีบริการขนส่ง
 - สินค้ามีคุณภาพ ตรงตามสเปก
4. จำนวนครั้งที่ซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างใน 1 เดือน
- 1 ครั้ง
 - 2 ครั้ง
 - 3 ครั้ง
 - 4 ครั้ง
 - มากกว่า 4 ครั้ง
5. ค่าใช้จ่ายที่ซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างใน 1 ครั้ง
- น้อยกว่า 5,000 บาท
 - 5,001-10,000 บาท
 - 10,001-15,000 บาท
 - 15,001-20,000 บาท
 - มากกว่า 20,001 บาท
6. Credit Term มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างหรือไม่
- มี
 - ไม่มี

7. หากในจังหวัดสุรินทร์มีร้านค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างครบวงจร สินค้ามีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน สามารถโทรสั่งสินค้า และได้รับสินค้าในเวลาอันรวดเร็ว ท่านสนใจใช้บริการหรือไม่
- สนใจ
- ไม่สนใจ
8. ท่านคิดว่าจะใช้บริการดังกล่าวแน่นอนหรือไม่
- แน่ใจ
- ขอพิจารณาดูก่อน
9. หากร้านค้าที่กล่าวมานั้น มีบริการขนส่งสินค้าไปถึงที่หมายอย่างรวดเร็ว แต่คิดค่าบริการเพิ่ม ท่านยินดีจะใช้บริการขนส่งของทางร้านหรือไม่
- ยินดี
- ไม่ยินดี

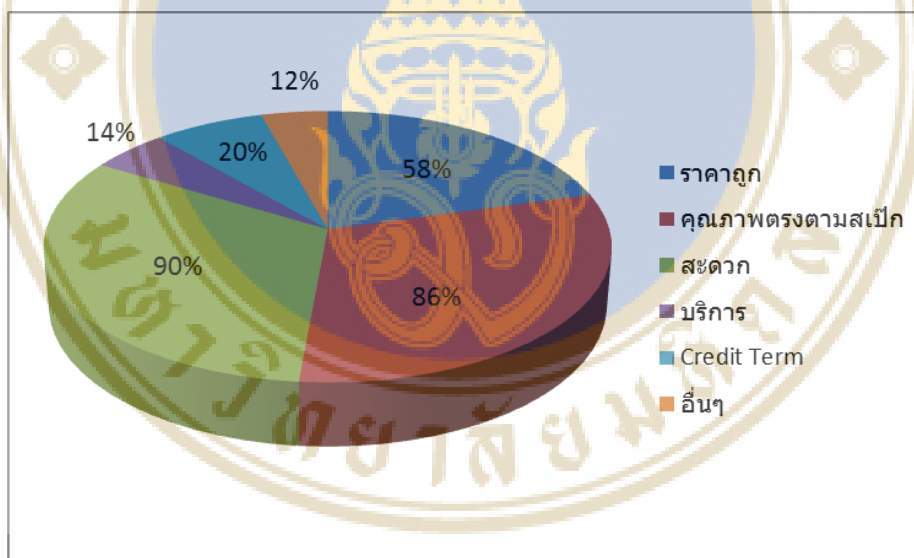


ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ผลสำรวจ

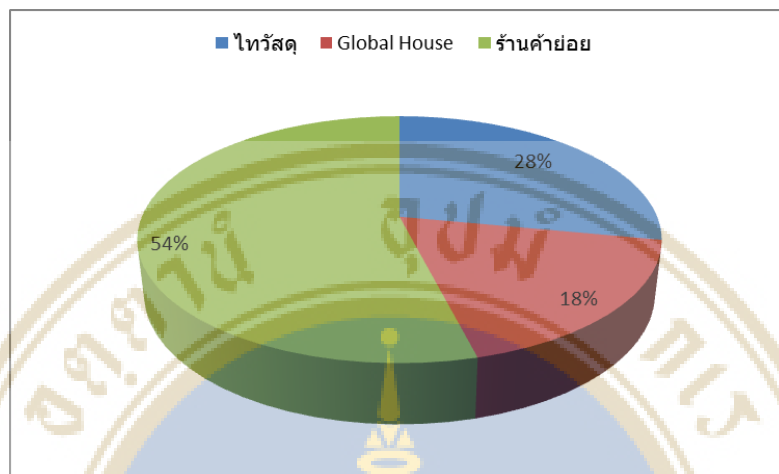
จากการสำรวจผู้รับเหมานอกเมืองจำนวน 50 ราย ในจังหวัดสุรินทร์ ในด้านของปัจจัยการซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ได้ผลสรุป ดังนี้

1. ปัจจัยในข้อใดเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งร้อยละ 90 ผู้รับเหมาจะมุ่งเน้นไปที่ความสะดวก รองลงมาจะเป็นในเรื่องของคุณภาพและตรงตามมาตรฐานร้อยละ 86 จากนั้นจึงจะมาพิจารณาในเรื่องของราคาร้อยละ 58 ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 7.1



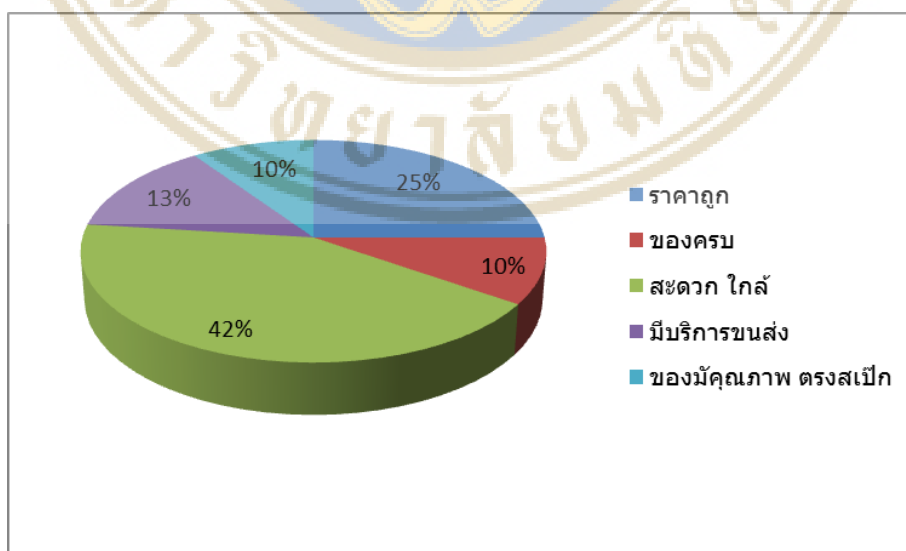
ภาพที่ 7.1 แสดงสัดส่วนปัจจัยในการเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้รับเหมานอกเมืองในจังหวัดสุรินทร์

2. โดยปกติ ท่านนิยมซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ที่ใด ในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจากผลสำรวจพบว่า ผู้รับเหมานอกเมืองนั้นจะนิยมเข้าไปซื้อสินค้าตามร้านค้ารายย่อยในร้อยละ 54 ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 7.2



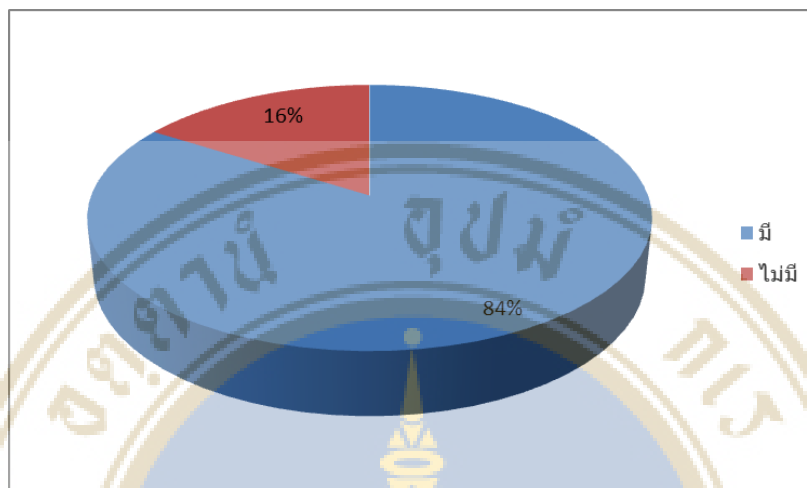
ภาพที่ 7.2 แสดงสัดส่วนสถานที่นิยมที่ผู้รับเหมาไปซื้อสินค้าของผู้รับเหมานอกเมืองในจังหวัดสุรินทร์

3. สาเหตุใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเข้าเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่นั่น จากผลสำรวจพบว่าร้อยละ 42 ผู้รับเหมาให้ความสำคัญกับการเดินทางไปซื้อสินค้าที่ตนเองสะดวก ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 7.3



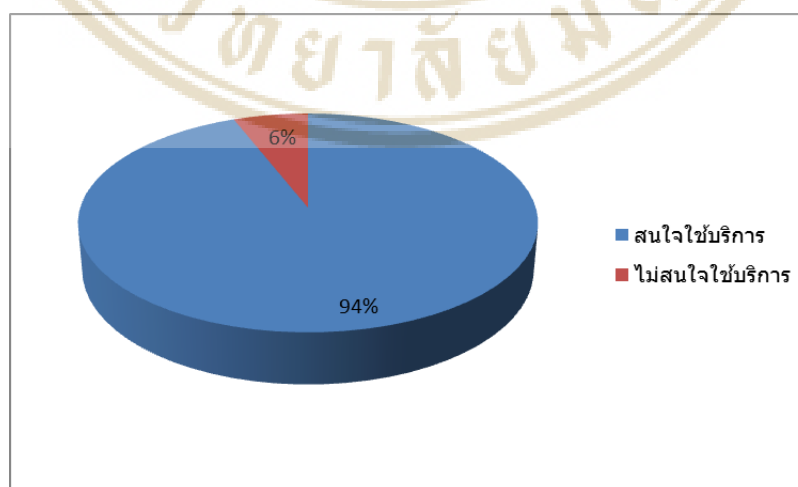
ภาพที่ 7.3 แสดงสัดส่วนปัจจัยที่ทำให้ผู้รับเหมาเข้าไปซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง

4. Credit Term มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง หรือไม่ ซึ่งจากผลสำรวจพบว่าร้อยละ 84 นั้น Credit Term มีได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้รับเหมา ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 7.4



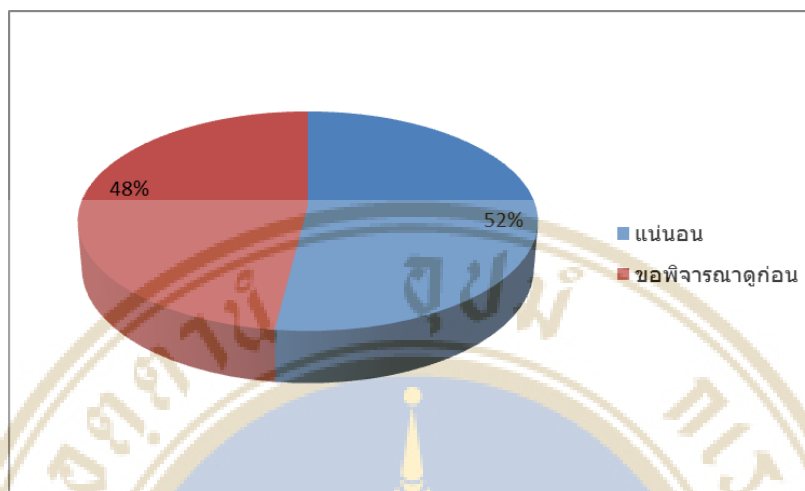
ภาพที่ 7.4 แสดงสัดส่วนต่อ Credit Term ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้รับเหมา

5. หากในจังหวัดสุรินทร์ มีร้านค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ครบวงจร สินค้ามีคุณภาพ ตรงตามมาตรฐาน สามารถโทรสั่งสินค้า และได้รับสินค้าในเวลาอันรวดเร็ว ท่านสนใจใช้บริการหรือไม่ ซึ่งจากผลสำรวจพบว่าร้อยละ 94 สนใจใช้บริการของ CONEX ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 7.5



ภาพที่ 7.5 แสดงสัดส่วนของผู้รับเหมานอกเมืองที่สนใจใช้บริการของ CONEX

6. ท่านคิดว่าจะใช้บริการดังกล่าวแน่นอนหรือไม่ ซึ่งจากผลสำรวจพบว่าร้อยละ 52 ผู้รับเหมานอกเมืองจะเข้ามาใช้บริการของ CONEX อย่างแน่นอน ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 7.6



ภาพที่ 7.6 แสดงสัดส่วนของผู้รับเหมานอกเมืองที่จะเข้ามาใช้บริการ CONEX อย่างแน่นอน

7. หากร้านค้าที่กล่าวมานั้น มีบริการขนส่งสินค้าไปถึงที่หมายอย่างรวดเร็ว แต่คิดค่าบริการเพิ่ม ท่านยินดีจะใช้บริการขนส่งสินค้าทางร้านหรือไม่ จากผลสำรวจพบว่าร้อยละ 78 ผู้รับเหมานอกเมืองมีความยินดีใช้บริการรถขนส่งสินค้า CONEX ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 7.7



ภาพที่ 7.7 แสดงสัดส่วนของผู้รับเหมานอกเมืองที่สนใจใช้บริการขนส่งกับทาง CONEX

ภาคผนวก ก

ต้นทุนสินค้าและบริการในด้านต่างๆ

รถกระบะทาทาใจแอนด์ รุ่นเฮฟวี ดิวตี้ ระบบเครื่องยนต์ดีเซล

คาวนรถกระบะทาทาใจแอนด์ รุ่นเฮฟวี ดิวตี้ ระบบเครื่องยนต์ดีเซล ซึ่งรับน้ำหนักบรรทุกได้สูงถึง 3 ตัน พร้อมเพลาท้ายที่รองรับน้ำหนักได้มากขึ้น และรถกระบะทาทายังมีศูนย์บริการที่จังหวัดสุรินทร์ จึงสามารถมั่นใจได้ในเรื่องของการบริการหลังการขาย โดยใช้โปรแกรมคำนวณจากเว็บไซต์ <http://www.tatamotors.co.th/th/xenonheavydutygiant-index.php> และเงื่อนไขเงินคาวนและดอกเบี้ยเงินผ่อน โดยอิงข้อมูลจาก <http://www.thanachartbank.co.th/tbankcmsfrontend/PersonalTHDetail.aspx?PName=Personal&PTypeID=9&ProID=124> ซึ่งให้คาวนรถ 25% ของมูลค่ารถ โดยมีดอกเบี้ยเงินผ่อนที่ 2.75% ต่อปี และเลือกผ่อนทั้งสิ้น 4 ปี จึงคำนวณได้ดังภาพที่ 7.8 คือเงินคาวน 129,750 บาทต่อคัน และผ่อนเดือนละ 9,001 บาท เป็นระยะเวลา 48 เดือน

โปรแกรมคำนวณ

จำนวนการผ่อนชำระต่อเดือน

จำนวนความคุ้มครอง 3 ปี

Print

การคำนวณเป็นค่าโดยประมาณ
ตัวเลขจริงขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ย
ตามสถานการณ์การเงินกำหนด

คำนวณใหม่

ผลการคำนวณ

ราคา (บาท)	เงินคาวน (บาท)	จำนวนงวด	ดอกเบี้ย (%)	ยอดจัดไฟแนนซ์ (บาท)	ค่างวด/เดือน
519,000	129,750	48	2.75	389,250	9,001

ภาพที่ 7.8 แสดงการคำนวณเงินคาวน และเงินผ่อนรถกระบะทาทาใจแอนด์ รุ่นเฮฟวี ดิวตี้ ระบบเครื่องยนต์ดีเซล

รถโฟล์คคลิฟต์

รถโฟล์คคลิฟท์ยี่ห้อ โคมัตสึ รุ่นเล็กรับน้ำหนัก 2.5 ตัน เครื่องยนต์ดีเซล มือสอง จากเว็บไซต์ <http://www.caforkliftthai.com/index.php> และจากการโทรศัพท์สอบถามราคาจากเจ้าของรถ ขายที่ราคา 130,000บาท โดยมีรายละเอียดของรถดังภาพที่ 7.9



ภาพที่ 7.9 แสดงภาพและรายละเอียดของรถ โฟล์คคลิฟท์ โคมัตสึ

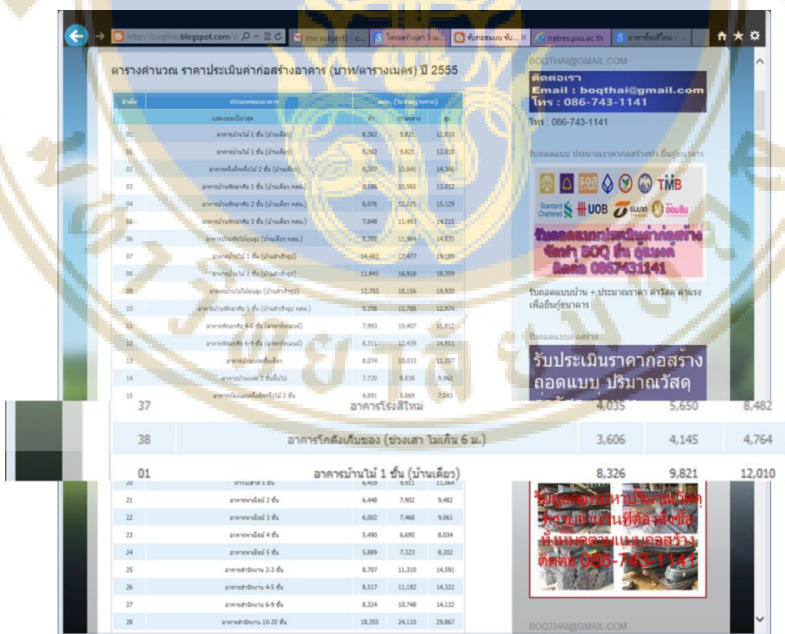
ค่าใช้จ่ายการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ

จากลักษณะการออกแบบที่ต้องการจากพื้นที่โล่งเปล่า ขนาดกว้าง 20 เมตร ยาว 25 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 500 ตารางเมตร โดยประเมินจากค่าการก่อสร้างดังแสดงในตารางที่ 7.1

ตารางที่ 7.1 แสดงรายละเอียดการประเมินการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ

ค่าปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ 20*25 = 500 ตารางเมตร	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
ค่าเทพื้น (1คิว = 2 ตารางเมตร)	250 ตารางเมตร	1,600	400,000
ค่าสร้างโครง (อิงจากราคาประเมินสร้างโกดัง)	500 ตารางเมตร	3,606	1,803,000
ห้องสำนักงาน	1 ห้อง	400,000	400,000
รวม			2,603,000

ในส่วนของค่าโครงสร้างอิงราคาจากค่าการประเมินการสร้างโกดัง ของ BOQ Thai ในเว็บไซต์ <http://boqthai.blogspot.com/2013/01/2555.html> ดังภาพที่ 7.10 สำหรับค่าเทพื้นพื้นที่ห้องสำนักงาน และส่วนแสดงสินค้า ประเมินราคาจากบริษัท หัวช้างดีไซน์ จำกัด



ภาพที่ 7.10 แสดงอัตราการสร้างโครง
ที่มา <http://boqthai.blogspot.com/2013/01/2555.html>

ค่าระบบการขาย POS และอุปกรณ์

CONEX ได้คัดเลือกกระบวน โดยวิธีการให้คะแนน ตามเงื่อนไขที่กำหนด และได้ข้อสรุป คือ ระบบSML POS Standard จากบริษัท SML Soft และจากข้อมูลบริษัท SML Soft จำกัด (<http://www.smlsoft.com/smlposprice.php>) มีโปรแกรม SML POS Standard สำหรับธุรกิจขนาดกลาง ที่มีการขายสินค้าด้วยระบบ Point of sale โดยราคาอยู่ที่ 28,000 บาท (SML POS Standard Pack 5 จุด) ซึ่งมีคุณสมบัติ คือ

- ระบบการขายหน้าร้าน (Point of sale)
- ระบบโปรโมชั่น
- ระบบสมาชิก
- ระบบซื้อสินค้า
- ระบบขายสินค้า
- ระบบสินค้าคงคลัง
- ระบบลูกหนี้
- ระบบเจ้าหนี้
- ระบบเงินสด/ธนาคาร

และมีบริการหลังการขาย คือ

- ติดตั้งโปรแกรมผ่านระบบออนไลน์ ฟรี
- บริการฟรี 1 ปี ปีถัดไปคิดค่าบริการปีละ ร้อยละ 10 ของราคาโปรแกรม
- อัปเดต ฟรี (ในรุ่นเดียวกัน)

สรุปค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับระบบการขาย และอุปกรณ์ รวมทั้งหมดอยู่ที่ 70,660 บาทดัง

ตารางที่ 7.2

ตารางที่ 7.2 แสดงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับระบบการขาย และอุปกรณ์

	ราคา	จำนวน	รวม
ระบบ SML POS	29,960	1	29,960
ชุดเครื่องคอมพิวเตอร์ ^ก	12,490	3	37,470
เครื่องพิมพ์ และสแกน ^ข	3,230	1	3,230
รวม			70,660

หมายเหตุ:

^ก ชุดเครื่องคอมพิวเตอร์ HP Pavillion 110-113L (H6N31AA#AKL) intel i3-3240T 2.9GHz , 4GB/1600 , 500GB/7200 , DVD-RW , intel HD graphic\Share , Linux , free Keyboard และ mouse (อ้างอิงจาก www.advice.co.th)

^ข เครื่องพิมพ์ และสแกน CANON PIXMA E610 (อ้างอิงจาก www.advice.co.th)



ค่าจัดทำแคตตาล็อก

ค่าการจัดทำแคตตาล็อก จากบริษัทเหรียญทองการพิมพ์ จากเว็บไซต์ <http://goodnamecard.com/product/catalogue.html> ซึ่งคำนวณการสั่งผลิต แคตตาล็อกจำนวน 500 เล่ม เล่มละประมาณ 50 แผ่น คำนวณได้ค่าใช้จ่ายทั้งหมด $(500 \times 18) + (500 \times 50 \times 3.8) + (9 \times 500) = 108,500$ บาทต่อการผลิต 1 ครั้ง คำนวณระยะเวลาดังภาพที่ 7.11

ภาพที่ 7.11 แสดงค่าใช้จ่ายในการสั่งทำแคตตาล็อกของบริษัทเหรียญทองการพิมพ์

แคตตาล็อก (Catalogue)
Catalogue / Book / Magazine Size A4

1 ปก

จำนวนใบ	พิมพ์ 1 หน้า		พิมพ์ 2 หน้า		เคลือบพื้น / ไร่ 2 หน้า
	Unit Price	Unit Price	Unit Price	Unit Price	
1~49	13	21			+8.0
50~99	12	19			+7.0
100~199	11	18			+6.5
200~299	10.5	17			+6.0
1~49	14	23			+8.0
50~99	13	21			+7.0
100~199	12.5	19			+6.5
200~299	12	18			+6.0

2 เนื้อใน

Total Inner Page Of All Set	พิมพ์ 2 หน้า		เคลือบพื้น / ไร่ 2 หน้า	
	Unit Price Per Page	Unit Price Per Set	Unit Price Per Set	Unit Price Per Set
1~200	8 baht/page	23		36
210~500	6 baht/page	14		23
501~2,000	5.5 baht/page	12		18
2,001~5,000	5 baht/page	12		15
5,001~10,000	4.5 baht/page	11		13
10,001~20,000	4 baht/page	10		12
20,000 up	3.8 baht/page	9		11

*ราคาไม่รวมการส่ง VAT *มีขั้นต่ำจากกระดาษพิมพ์ 500 baht *จำนวนสีจากกระดาษพิมพ์ 1,000 baht