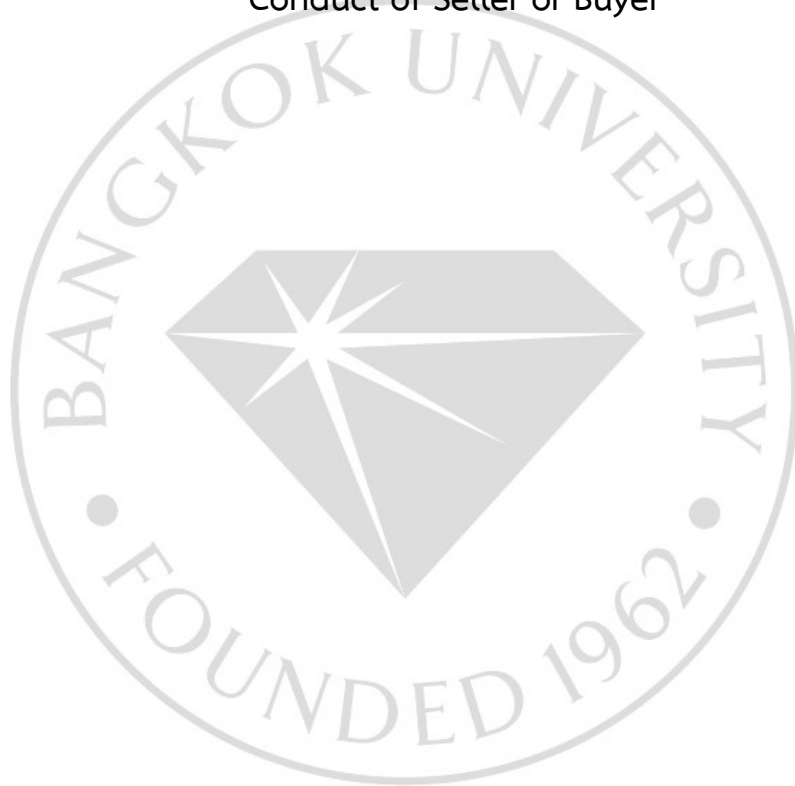


แผนธุรกิจความพึงพอใจมารยาทของร้านค้าปลีก

**Business Plan for the Consumers' Satisfactory and Loyalty on the
Conduct of Seller or Buyer**



แผนธุรกิจความพึงพอใจมารยาทของร้านค้าปลีก

Business Plan for the Consumers' Satisfactory and Loyalty on the
Conduct of Seller or Buyer



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2556



©2558

Hiunam Yau

สงวนลิขสิทธิ์


บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แจนธุรกิจความพึงพอใจมารยาทของร้านค้าเคหะเหล็ก

ผู้วิจัย Hiu Nam Yau


ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤตภา ลิ้มลาวัลย์)

ผู้เชี่ยวชาญ


.....
(ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์)


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรษา สิงห์สง.)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 2 เดือน เมษายน พ.ศ. 2558

Hiunam, Y. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, เมษายน 2557, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ ความพึงพอใจต่อมารยาท (79 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมล่าวลัย

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ การรับรู้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อมารยาทของผู้ชายหรือซื้อ และการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

แผนธุรกิจได้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจประเภท ซื้อมาขายไป โดยเป็นการขยายขนาดของธุรกิจเดิม เทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผน คือ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจการวิเคราะห์การแข่งขัน และการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นบุคคลจำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการสุ่มจากลูกค้าประจำที่มีประวัติการทำการค้าขายกันมานานกว่า 1 ปี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย

ผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายในระบบพบว่าเจ้าของกิจการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงด้านบวกตลอดอายุ 20 ปีการทำธุรกิจในด้านค้าขายเหล็กเส้น และการที่ในเขตพื้นที่กระทุ่มแบนนั้น จะให้ราคาซื้อที่สูงกว่า สามารถที่จะมีข้อมูลข่าวสารที่กว้างขวาง รับรู้ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของโรงหลอมในที่ต่างๆ และสภาพคล่องของเงินมีความคล่องตัวสูง มีกำลังการแข่งขันในด้านของเงินทุนที่พร้อมตลอดเวลา และสามารถที่จะติดต่อซื้อเศษเหล็กต้นทุ่นต่ำจากต่างประเทศได้ และผลวิเคราะห์จากปัจจัยภายนอก พบว่าในเขตพื้นที่อำเภอกระทุ่มแบนยังไม่มีร้านค้าคู่แข่งที่ขายเหล็กเส้นรีดที่มีคุณภาพดีมาขาย และสภาพเศรษฐกิจในตอนนี้มีความพร้อมในการค้าขายเนื่องจากสภาพการเมืองที่มีความมั่นคงมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถที่จะทำการติดต่อคู่ค้าและเข้าใจสภาพเศรษฐกิจจากต่างประเทศ เช่นจีนและฮ่องกงได้ ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกได้แก่ สภาพพื้นที่ที่มีอย่างจำกัดมากขึ้นในการวางสินค้าที่เป็นประเภทเหล็กเส้น ทำให้พื้นที่การใช้งานมีอย่างจำกัดมากขึ้น รวมทั้งสภาพคนงานที่มีฝีมือมากมักจะลาพัก และเจ้าของกิจการมีความเข้าใจในภาษาไทย และพม่าอย่างจำกัด การที่ต้องเสียเวลากับการรอสินค้าจากการขนส่งทางเรือ ค่าซ่อมบำรุงเครื่องจักรต่างๆ ซึ่งจะเป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลความเสี่ยงที่เกิดขึ้นแก่กิจการ และปัจจัยเสี่ยงภายนอกที่ประสบในปัจจุบันคือ ความผันผวนของราคาเหล็กในตลาดที่เกิดขึ้นจากสภาพเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่ถูกกฎหมายบังคับที่สูงขึ้น และความมั่นคงของการเมืองจะยาว ล้วนเป็นปัจจัยความเสี่ยงภายนอกที่ต้องระวังอย่างต่อเนื่อง สภาพการแข่งขันของธุรกิจนี้ในปัจจุบันมีความดุเดือดในการแข่งขันบนตลาดเศษเหล็กทั้งคู่แข่งรายใหม่ที่เพิ่มขึ้นมา และด้านราคาที่แตกต่างกันมีการแข่งขันตลอดเวลาอยู่แล้ว

คู่แข่งหลักที่สำคัญ คือ ร้านรับซื้อเศษเหล็กโดยตรงในพื้นที่ระเทศแบน และโรงหลอมขนาดใหญ่
เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง พบว่า ตำแหน่งของธุรกิจในตลาดคือ เครื่องหมายคำถาม ในขณะที่ข้อ
เสียเปรียบทางการแข่งขันคือ ด้านการสื่อสาร เพราะความเชี่ยวชาญด้านภาษา กลยุทธ์ที่สำคัญในการ
ทำธุรกิจคือ การใช้ความแตกต่าง และการสร้างความพึงพอใจ
คำสำคัญ: เศษเหล็ก, ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อมารยาทของผู้ขายหรือซื้อ



Hiunam, Y. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), April 2015, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for the Consumers' Satisfactory and Loyalty on the Conduct of Seller or Buyer (79 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Kittika Limlawan

ABSTRACT

The objective of this business plan is to examine the consumers' satisfactory and loyalty on the conduct of seller or buyer.

This business plan has been designed for the merchandising business focusing on the expanding of the business. The process and technique of the plan was the business environment and competitiveness analysis and the personal interview that the sample was collected from 10 customers that they have been the regular customers over 1 year. The statistical method was descriptive statistic, for example, mean, median and mode.

According to the study of the business's internal factors, the entrepreneur has been a positively well-known dealer for 20 years in the scrap metal trading industry. Furthermore the entrepreneur gets the good prices in the scrap metal trading and the update news and information from smelters. The other factor is the entrepreneur has a great amount of capital, in order to compete in the market and purchase low cost scrap from overseas. The analysis of external factors pointed out that there are no another quality scrap merchandiser Kratumban district. Due to the more stable political situation, the economic has been gradual upturn which it enhances the overall trade from oversea, for instance, China and Hong Kong.

Moreover, there are some internal risk factors that hinder the business. The working area is limited, due to the small space of the scarp stocks. Besides, the absence of skilled workers and the entrepreneur has very little knowledge of Thai and Myanmar Language. The shipping takes too long, as well as, the high maintenance cost also negatively affects the business.

In parallel with internal risk factors, many external risk factors are also concerned. The scrap metal price is fluctuated from international economy. The labor cost is increase to comply with the Thai labor laws. In addition, the long term political situation is continually the external risk factor. Nowadays, the competitiveness in the industry is more extreme because the new merchandisers increase and compete in the market. The major competitors of the business are the local scrap metal traders in Krathumban district and the major smelters. To compare with these competitors, the question is the position of the entrepreneur in the market. While, the weaknesses are language skills, the key strategy in the business are making difference and building up satisfaction.

Keyword: Scrap, The Consumers' Satisfactory and Loyalty on the Conduct of Seller or Buyer



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี ด้วยความกรุณาช่วยเหลือให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดีจาก ผศ.กฤติกา ลิ้มลาวัลย์ อาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์ ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัยที่กรุณาให้คำแนะนำตั้งแต่เริ่มดำเนินการ จนการเขียนแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ตลอดจนให้คำแนะนำแก่ผู้ศึกษา

ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ที่ให้ความร่วมมือในการอนุญาตสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามของการศึกษาเฉพาะบุคคลนี้จนเสร็จสมบูรณ์สุดท้าย

ขอขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัวทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจในการเขียนแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยดีและหากมีข้อบกพร่องผิดพลาดประการใดผู้ศึกษาขอกราบอภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

Hiunam Yau

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 ประวัติบริษัท	1
จุดเด่น	11
นวัตกรรม	11
วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	13
วิธีการศึกษา	13
บทที่ 2 การวิเคราะห์จุดแข็ง และวิเคราะห์จุดอ่อน	15
การวิเคราะห์โอกาส	15
การวิเคราะห์อุปสรรค	16
ปัจจัยเสี่ยงภายนอก / ใน	17
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน สภาพการแข่งขัน	19
การวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจ	19
การเขียนภาพวิเคราะห์	21
การวิเคราะห์ตำแหน่งสินค้า	29
บทที่ 4 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	32
แนวคิดความพึงพอใจ	32
การวัดระดับความพึงพอใจ	33
ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค	34
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	35
ผลสรุปจากการสัมภาษณ์	39
ประเภทของกลยุทธ์และแผนการปฏิบัติ	42
งบการเงิน	43
ความเสี่ยง แผนการกระจายความเสี่ยง และแผนสำรอง	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	
สรุปแผนธุรกิจ	53
บรรณานุกรม	54
ภาคผนวก	56
ประวัติผู้เขียน	78
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: แสดงตารางรายละเอียดธุรกิจ	11
ตารางที่ 1.2: ตารางแสดงวิธีการศึกษา	13
ตารางที่ 2.1: ตารางปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	17
ตารางที่ 2.2: ตารางปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	18
ตารางที่ 3.1: ตารางสภาพการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน	19
ตารางที่ 3.2: ตารางแสดงที่มาของการแข่งขัน	19
ตารางที่ 3.3: ตารางแสดงคู่แข่งหลัก และคู่แข่งรองในตลาดเศษเหล็ก	20
ตารางที่ 3.4: ตารางการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	31
ตารางที่ 3.5: ตารางการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	31
ตารางที่ 4.1: ตารางประเภทของกลยุทธ์ และแผนการปฏิบัติ	42
ตารางที่ 4.2: ตารางแสดงแหล่งเงินทุน	43
ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ผลตอบแทน	44

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ชนิดของเหล็ก และวิธีการตัดเหล็กแบบใช้แก๊ส และลม	1
ภาพที่ 1.2: อุปกรณ์และลักษณะการแยกชนิดของเหล็ก	2
ภาพที่ 1.3: ลักษณะ และชนิดเหล็กที่แตกต่างกัน	3
ภาพที่ 1.4: เหล็กบาง และเครื่องอัดเหล็กขนาดใหญ่ที่ใช้อัดเป็นเหล็กก้อน	4
ภาพที่ 1.5: เหล็กเส้นรีด ขอบเหล็กที่ตัดเสร็จแล้ว และเครื่องตัดเหล็ก	5
ภาพที่ 1.6: ลักษณะเหล็กเส้นรีด	6
ภาพที่ 1.7: ลักษณะเหล็กเส้นรีดที่มีคุณภาพ	7
ภาพที่ 1.8: ภาพแสดงลำดับขั้นของเศษเหล็ก	8
ภาพที่ 1.9: ภาพกระบวนการขนส่งจากต้นทางไปยังปลายทาง	9
ภาพที่ 1.10: ภาพแสดงสภาพความยาว และขนาดเหล็กที่ได้รับการคัดแยก	10
ภาพที่ 1.11: แผนที่บริษัท	11
ภาพที่ 2.1: แสดงลักษณะ SWOT	16
ภาพที่ 3.1: ภาพแสดงผลผลิตเหล็กโลกปี 2013	21
ภาพที่ 3.2: ภาพแสดงการคาดการณ์ปริมาณการใช้เหล็ก	22
ภาพที่ 3.3: แผนที่ภาพวงกลมแสดงผลผลิตเหล็กจากจีนในปี 2013	23
ภาพที่ 3.4: แผนที่ภาพกราฟแสดงการคาดการณ์เศษเหล็กเหลือจากจีนในอนาคต	24
ภาพที่ 3.5: ตารางแผนที่ภูมิแห่งแสดงปริมาณการใช้เหล็กไทยในปี 2013-2014	25
ภาพที่ 3.6: ภาพแผนที่ภูมิวงกลมแสดงอุตสาหกรรมเหล็ก	26
ภาพที่ 3.7: ภาพแผนกราฟแสดงปริมาณการใช้เหล็กต่อคน	27
ภาพที่ 3.8: การเขียนภาพวิเคราะห์	28
ภาพที่ 3.9: Market Position	29
ภาพที่ 4.1: แสดงแผนที่ภาพความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ	35
ภาพที่ 4.2: ภาพแสดงกระแสเงินสดรับตลอดโครงการ	45
ภาพที่ 4.3: ภาพแสดง Ratio ของโครงการ	46
ภาพที่ 4.4: ภาพแสดงงบกระแสเงินสด	48
ภาพที่ 4.5: ภาพแสดงงบกำไรขาดทุน	49
ภาพที่ 4.6: ภาพแสดงงบดุล	50

บทที่ 1

บทนำ

บริษัท เหล็กสยามอินเตอร์เวิร์ค จำกัด เป็นบริษัทที่ทำการก่อตั้งขึ้นมา เพื่อเป็นตัวแทนทำการรับซื้อขายเศษเหล็กตามพื้นที่ในเขตพื้นที่มหาชัย และ กระจุกแบน ในจังหวัดสมุทรสาคร เดิมนั้นได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2542 และได้ใช้ชื่อเป็น บริษัท ลิซิง สตีล จำกัด ผู้ก่อตั้งเป็นชาวฮ่องกง 2 คน และคนไทย 1 คน เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ต่อมาได้ขายกิจการให้แก่ บริษัท เทรส จำกัด เนื่องจากประกอบกิจการเป็นขาดทุนตลอด 3 ปี

และบริษัท เทรส จำกัด นั้นค้าขายเหล็กเส้นในเขตพื้นที่อำเภอกระจุกแบน เจ้าของกิจการนั้นมีประสบการณ์จากการขายเหล็กมากกว่า 20 ปี จนในที่สุดได้เปลี่ยนมาใช้ชื่อบริษัทปัจจุบันเมื่อปี พ.ศ. 2556 ได้ทำการขยายขยายต่อยอดธุรกิจเป็นเศษเหล็กให้มีความหลากหลายของสินค้าตามความต้องการในท้องตลาด และลูกค้าที่เป็นโรงหลอมขนาดต่างๆ โดยมีการคัดแยกเหล็กตาม ประเภทความหนา และขนาดความยาว ตามแต่ละโรงงานที่ได้ทำการสั่งซื้อไว้

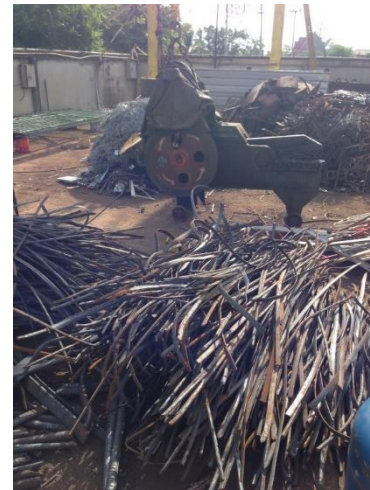
ภาพที่ 1.1 : ชนิดของเหล็ก และวิธีการตัดเหล็กแบบใช้แก๊ส และลม



ภาพที่ 1.2 : อุปกรณ์และลักษณะการแยกชนิดของเหล็ก)



ภาพที่ 1.3 : ลักษณะ และชนิดเหล็กที่แตกต่างกัน



ภาพที่ 1.4 : เหล็กบาง และเครื่องอัดเหล็กขนาดใหญ่ที่ใช้อัดเป็นเหล็กก้อน



อีกทั้งยังได้มีการขายเหล็กอัดรูปเป็นรูปแบบก้อน 4 เหลี่ยม มีทั้งหมด 3 ขนาด ได้แก่ ขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ โดยที่บริษัทมีเครื่องจักรอัดเหล็ก 2 เครื่อง โดยวัตถุดิบที่ทำการผลิตนั้นจะใช้เป็นเศษเหล็กที่มีขนาดบาง นำมาใส่เครื่องอัดแล้วจะเดินเครื่องทำการอัดให้กลายเป็นลูกอัด ซึ่งจะสามารถผลิตออกมาเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในพื้นที่สมุทรสาครและในการตัดเหล็ก นั้นจะมีเครื่องตัดเหล็กขนาดเล็ก และกลาง เป็นเครื่องตัด โดยตัวเครื่องตัดเหล็กที่มีอยู่นั้นจะสามารถตัดเหล็กที่มีความหนามากกว่า 10 mm. ขึ้นไปได้ โดยมี 4 เครื่อง และพนักงานภายในบริษัททุกคน จะมีความสามารถ และเชี่ยวชาญงานในด้านการใช้เครื่องตัดเหล็กทำการตัดเหล็ก

ภาพที่ 1.5 : เหล็กเส้นรีด ขอบเหล็กที่ตัดเสร็จแล้ว และเครื่องตัดเหล็ก



การบริการการส่งสินค้าให้ไปถึงโรงหลอมที่ได้ทำการส่งสินค้าไว้นั้นโดยทางบริษัทได้มีรถขนส่งเป็นของตัวเอง และได้ให้พนักงานขับรถของบริษัทเป็นคนขับส่งไปยังถึงที่หมายปลายทางเท่านั้น โดยประกอบด้วยรถ 10 ล้อ จำนวน 2 คัน บริษัทเหล็กสยามอินเตอร์เวิร์ค มีแผนที่จะเพิ่มประเภทของชนิดสินค้าเพิ่มขึ้นอีก 1 ชนิด เป็นอย่างน้อย ซึ่งเป็นเหล็กเส้นหลอมรีดใหม่ โดยจะทำการขายให้แก่โรงหลอม และโรงรีดเหล็กในพื้นที่สมุทรสาคร และจังหวัดใกล้เคียง โดยจะเป็นเหล็กเส้นรีดที่นำเข้าจากประเทศฮ่องกง และจัดหาภายในประเทศ ซึ่งจะกำกับความยาวของเหล็กตัวนี้ จะมีความยาวตั้งแต่ 1.5 m ขึ้นไป ความหนาตั้งแต่ 20mm.ขึ้นไป ขนาดตามความต้องการของโรงหลอม และโรงรีดที่สามารถรองรับได้ เหล็กเส้นนำเข้าเหล่านี้จะมีจุดเด่นอยู่ที่ส่วนประกอบนำเข้าเหล็กที่ดีกว่า น้ำหนักเหล็กจะมีความบริสุทธิ์มากกว่าของภายในประเทศ จึงทำให้น้ำหนักของเหล็กนำเข้าจะมีค่ามาตรฐานมากกว่า และจะไม่มีเหล็กเบามาเจือปนโดยเด็ดขาด เพราะจากกฎหมายเหล็กและเหล็กกล้าของทางประเทศฮ่องกงจะมีความเข้มงวดในเรื่องของน้ำหนัก และค่ามาตรฐานเหล็กที่มากกว่าประเทศไทย ทำให้สามารถไว้วางใจในเรื่องของมาตรฐานการควบคุมเหล็กได้สูง

ภาพที่ 1.6 : ลักษณะเหล็กเส้นรีด



ภาพที่ 1.7 : ลักษณะเหล็กเส้นรีดที่มีคุณภาพ



ขั้นตอนการขาย

ในกระบวนการซื้อนั้นจะเริ่มจากการตั้งราคา และกำหนดขนาดสินค้าที่ต้องการ แล้วทำการประกาศรับซื้อ หรือแจ้งข่าวราคาให้กับร้านรับซื้อของเก่าในเขตพื้นที่ใกล้เคียง รวมไปถึงการหาเหล็กจากนอกพื้นที่ แล้วติดต่อต่อรองราคา หลังจากนั้นจะนำเศษเหล็กที่ลูกค้ามาขายมาทำการขนย้ายลงในพื้นที่ที่มีอยู่มาลงในจุดที่ทางบริษัทได้กำหนดไว้ เพื่อรอการคัดแยก หรือตัดตามความยาวที่ลูกค้าได้กำหนดไว้ แล้วหลังจากนั้นจะรอการส่ง หรือลูกค้ามารับตามวันเวลาที่ได้ตกลงไว้ การรับซื้อเศษเหล็กจะมีการแยกราคา ตามขนาดความหนาของเศษเหล็ก เช่น บาง หนา และหนาพิเศษ ราคาจะแตกต่างกันตามความหนาบางของสินค้าที่นำเสนอมาย และสูงขึ้นเมื่อมีความหนาที่มากขึ้น และในการซื้อแต่ละครั้งของลูกค้า จะอยู่ที่ความต้องการของลูกค้าแต่ละบริษัทด้วยว่าต้องการมากน้อยเพียงใด ซึ่งคำสั่งซื้อจากลูกค้าจะมีตั้งแต่เป็นรายครั้ง ไปจนถึงเป็นรายเดือน เช่น เดือนนี้จะสั่งซื้อทั้งสิ้น 3 พันตัน เป็นต้น ซึ่งราคาจะเป็นไปตามวันที่สั่งซื้อ หรือจะทำการตกลงกันใหม่อีกครั้ง แล้วแต่กรณีที่สามารถตกลงกันได้

แต่หากมีการนำสินค้าชนิดใหม่เข้ามาเพื่อการขยายช่องทางการขายนั้น ก็จะเป็นการขาย Line สินค้าใหม่ให้แตกต่างจากเดิมที่ขายแต่เศษเหล็ก นั้นมาเป็นการขาย เหล็กเส้นรีดเพิ่มเข้ามา ซึ่งจะเป็นเหล็กเส้นที่มีความหนาตั้งแต่ 20 mm. ขึ้นไป และมีความยาวที่ยาวกว่า 1.5 m ขึ้น และนำเสนอขายเหล็กประเภทเหล่านี้ให้แก่ โรงรีดเหล็กในพื้นที่ใกล้เคียงในราคาที่ถูกลงกว่าในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสาครเล็กน้อย เนื่องจากในพื้นที่บริเวณจังหวัดสมุทรสาครนั้นยังไม่มีโรงงานนำเสนอขายเหล็กเส้นประเภทนี้ จึงสามารถที่จะตั้งราคาในระดับที่สูงกว่าได้ ที่สำคัญคือมีการนำเข้ามาจากประเทศฮ่องกงมากกว่าการซื้อในประเทศ เพราะการนำเข้าเหล็กเส้นประเภทนี้นั้นจะทำให้เนื้อเหล็ก

แต่มีมากกว่า และสามารถที่จะไว้วางใจได้มากกว่าเหล็กเส้นภายในประเทศ เนื่องจากเหล็กนำเข้าจากประเทศฮ่องกงนั้นจะเป็นเหล็กเส้นที่ใช้ในสถานก่อสร้างบ้าน และตึก จะเป็นเหล็กน้ำหนักเต็มผ่านมาตรฐานค่าน้ำหนักเหล็กดีกว่าของในประเทศเอง เนื่องภายในประเทศนั้นกฎหมายด้านการตรวจสอบคุณภาพเหล็กจะไม่มีควมเข้มงวดเท่ากับของต่างประเทศ อีกทั้งในเหล็กเส้นการก่อสร้างตึกนั้นของทางประเทศฮ่องกงจะมาจากสร้างตึกที่สูงกว่า 40 ชั้น และทางรัฐบาลได้สั่งการก่อสร้างเอง รวมไปถึงการรื้อถอนตึก จึงสามารถที่จะเชื่อถือได้ว่าเป็นเหล็กที่ได้มาตรฐาน และมีเนื้อเหล็กที่แน่นอน เมื่อทางบริษัทสามารถที่จะหาเหล็กเส้นนำเข้ามาจากฮ่องกงแล้วราคาต้นทุนทางต้นทางแล้วจะถือว่ามีความที่ถูกลงกว่าในประเทศประมาณ 2 บาทต่อ กก. (หลังหักภาษีนำเข้าและต้นทุนในการขนย้ายส่งสินค้า) และนำเสนอขายให้แก่โรงรีดเหล็กในพื้นที่ในราคาที่สูงเล็กน้อยได้

ภาพที่ 1.8 : ภาพแสดงลำดับขั้นของเศษเหล็ก



ภาพที่ 1.9 : ภาพกระบวนการขนส่งจากต้นทางไปยังปลายทาง

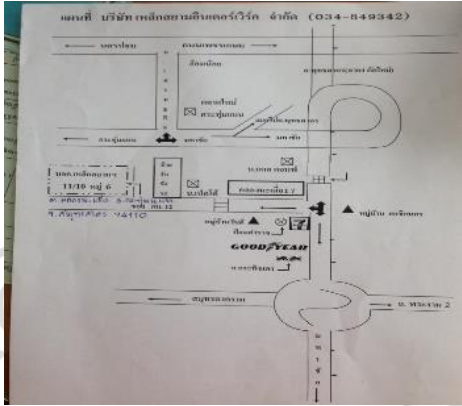


เสร็จสิ้นการขนส่ง และสินค้าพร้อมในการตัดแยก เพื่อรอการขาย หรือลูกค้ามารับสินค้า

ภาพที่ 1.10 : ภาพแสดงสภาพความยาว และขนาดเหล็กที่ได้รับการตัดแยก



ตารางที่ 1.1 : แสดงตารางรายละเอียดธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	บริษัทเป็นตัวแทนกลางในการรับซื้อ-ขาย เศษเหล็กทุกประเภท
สถานที่ตั้ง	<p>11/10 ม.6 ต.คลองมะเดื่อ อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร</p>  <p>ภาพที่ 1.11 : แผนที่บริษัท</p>
รายละเอียดของสินค้า	รับซื้อเศษเหล็กต่างๆ ทุกประเภท เพื่อทำการขายให้แก่โรงหลอมต่างๆ เพื่อทำการแปรรูปให้เป็นเหล็กแท่ง หรือเหล็กวัดฤดูบ ซึ่งมีความหนา และหนาพิเศษ ตามความต้องการ และขนาดของเตาหลอมได้
จุดเด่น	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทางบริษัทมีการทำการคัดแยกประเภทตามความหนาของเหล็กอย่างละเอียดถี่ถ้วน ป้องกันการผสมของเศษเหล็กต่างขนาด 2. มีเครื่องจักรพร้อมตอบสนองความต้องการตามขนาดเตาหลอมของโรงหลอมขนาดต่างๆ 3. มีการตัดความยาวของเศษเหล็กแท่งยาวตามความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความยาวไม่เท่าปกติ พร้อมตาม Order ลูกค้า 4. มีการบริการส่งเศษเหล็กให้ถึงที่
นวัตกรรม	จะมีเหล็กยาวที่มีความหนา เกิน 20 มม. ขึ้นไป และยาว เกิน 1.50 ม. เพื่อทำการขายให้แก่โรงรีดโดยตรง และเพื่อเพิ่ม Line ของสินค้า และช่องทางการจำหน่าย ซึ่งบริษัทอื่นที่ทำการธุรกิจรับซื้อขายเศษเหล็กจะยังไม่มีการนำเหล็กยาวชนิดนี้เข้ามาจัดจำหน่ายในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร และต้องหาซื้อที่โรงรีดโรงใหญ่ที่ต่างจังหวัดในราคาที่สูงกว่ามาก

(ตารางมีต่อ)

(ตารางที่ 1.1 (ต่อ) : แสดงตารางรายละเอียดธุรกิจ)

วิสัยทัศน์	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเป็นผู้นำด้านตัวกลางในตลาดการซื้อขายเศษเหล็กในเขตอำเภอกระทุ่มแบน 2. เป็นที่ยอมรับในตลาดโรงหลอม และโรงรีดในจังหวัดสมุทรสาคร นครปฐม สมุทรปราการ
พันธกิจ	การเป็นผู้นำด้านประเภทชนิด และคุณภาพเศษเหล็กในเขตพื้นที่สมุทรสาคร
เป้าหมาย	ขยายชนิดของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้นเกี่ยวกับเหล็กชนิดต่างๆ
วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการเพิ่มยอดขาย 2. โรงหลอมเหล็ก และโรงรีดเหล็กจดจำชื่อของบริษัทได้ และเลือกซื้อกับทางบริษัทเพิ่มขึ้น 3. ลูกค้าต่างจดจำ และเลือกนำเศษเหล็กมาซื้อขายกับบริษัทเป็นอันดับต้นๆในเขต กระทุ่มแบน
โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ	<pre> graph TD A[ประธาน] --- B[ฝ่ายบัญชี] A --- C[ฝ่ายจัดซื้อ] A --- D[ฝ่ายขาย] A --- E[ฝ่ายบุคลากร] E --- F[ฝ่ายพนักงาน] </pre>
ทุนจดทะเบียน	1 ล้านบาทถ้วน
จำนวนพนักงาน	15 คน
ส่วนงาน(แผนก) พร้อมจำนวนพนักงาน	ประธาน 1 คน ฝ่ายบัญชี 1 คน ฝ่ายจัดซื้อ 1 คน ฝ่ายขาย 1 คน ฝ่ายบุคลากร 1 คน ฝ่ายพนักงาน 10 คน
รายนามหัวหน้างานแต่ละงาน (แผนก) และภาระหน้าที่	ประธาน ตัดสินใจและติดตามข่าวสารราคาเหล็ก และตั้งเรื่องราคาซื้อขายครั้งสุดท้าย

(ตารางมีต่อ)

	<p>ฝ่ายบัญชี ทำการจดบันทึกค่าใช้จ่ายรายรับต่างๆของบริษัท และมีการตีราคาเหล็กเวลาลูกค้านำมาขาย โดยจะเป็นฝ่ายแรกที่จะรับลูกค้า</p> <p>ฝ่ายจัดซื้อ จะทำการหาซื้อเหล็กจากภายนอกพื้นที่บริษัทเพิ่ม ทำการประเมินราคาจากเหล็กที่ลูกค้านำมาขาย</p> <p>ฝ่ายขาย ทำการตกลงขายเหล็กกับลูกค้า และคำนวณราคาขาย รวมไปถึงการติดตามสอบถามราคาเหล็กในพื้นที่</p> <p>ฝ่ายบุคลากร จัดสรรงานแบ่งงานให้แก่คนงาน และรวมไปถึงการรับพนักงานใหม่</p> <p>ฝ่ายพนักงาน ตัดเหล็ก คัดเหล็กตามขนาด และจัดส่งสินค้า</p>
ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา (3ปี การดำเนินงาน)	
ที่มาของการจัดทำแผน	<p>เนื่องจากทางบริษัทมองเห็นถึงโอกาสในการที่จะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น เพราะมีการสอบถามถึงเหล็กประเภทเหล็กเส้น ยาว 1.5 เมตร จากโรงหลอม จึงได้รู้ว่าสามารถที่จะนำมาขายส่งให้แก่โรงรีดได้โดยตรง โดยที่มีขนาดที่ตั้งแต่ 20mm. ขึ้น จึงทำให้ได้มีการหาช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่ม และหาโอกาสในการขยายตลาดเพิ่มขึ้น</p>
ความสำคัญของการจัดทำแผน	<p>ทราบถึงแนวทางการจัดสรรการเงินในการลงทุนด้านนี้เพิ่มได้อย่างเหมาะสม และไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเศษเหล็กที่ทำอยู่</p> <p>สามารถที่จะหาช่องทางใหม่ให้ได้อย่างเหมาะสม และรู้ว่าควรจะหาจากแหล่งใดได้บ้าง</p> <p>สามารถที่จะจัดสรรพื้นที่และคนงานให้สามารถที่จะทำงานด้านนี้ได้ได้อย่างเหมาะสม ทั้งการวางและขึ้นของได้</p>
วัตถุประสงค์ของการทำแผน	<p>เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจ</p> <p>เพื่อเป็นแนวทางในการกู้เงินกับทางธนาคารในการหาเงินทุนเพิ่ม</p>

ตารางที่ 1.2 : ตารางแสดงวิธีการศึกษา

<p>1.1 การค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. จากวิจัยเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ทรงพล การบัญชี และกฎหมาย จำกัด ของ คุณ ทรงพล ทองวิจิตร และ คุณสิทธิชัย ฝรั่งทอง 2. และทฤษฎีเรื่อง คุณภาพของการบริการ (Service Quality) ของ Parasuraman, A., Zenithal, V.A., & Berry, L.L.(1998 :12-40) ที่กล่าวว่า การเอาใจใส่ (Empathy) ผู้รับบริการแต่ละรายจะมีความเป็นเอกลักษณ์ และมีความเฉพาะของตนเอง แต่ละบุคคลต้องการเอาใจใส่ให้การดูแลและให้บริการเฉพาะที่เหมาะสมกับตนเอง การมุ่งเน้นที่การบริการแบบเฉพาะเจาะจงแก่ผู้รับบริการแต่ละรายจะช่วยสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการได้มากกว่า 3. แนวคิดเรื่อง ความเป็นเลิศในงานบริการขององค์กร ด้านความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (Enthusiasm) ของ สมิต สัจฉกร (2548 : 13) ที่กล่าวว่า ต้องมีจิตใจรักในงานด้านบริการ(Service Mind) ผู้ให้บริการต้องมีความสมัครใจ และทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจ มีความเสียสละผู้ที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้ต้องมีใจรักและชอบในงานบริการ (Service Mind) 4. งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบริการรับจัดทำบัญชี ของ สำนักงานสหพัฒนการบัญชี ในเขตอำเภอสามพราน จังหวัด นครปฐม ของ ธงชัย จิรศิริโรจน์ (2552 : ก) ผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ <ol style="list-style-type: none"> A. ปัจจัยด้านบุคลากร B. ปัจจัยด้านกระบวนการ
---	--

(ตารางมีต่อ)

(ตารางที่ 1.2 (ต่อ) : แสดงตารางวิธีการศึกษา)

	C. ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ
ตารางที่ 2 (ต่อ) ตารางแสดงวิธีการศึกษา	
วิธีการดำเนินการ	จากบทสัมภาษณ์ 4 ส่วน
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	1. เป็นการถามข้อมูลส่วนตัว กิจการ
ตัวอย่างที่ใช้การศึกษา	2. เป็นการถามคำถามเกี่ยวกับมารยาทของการให้บริการ หรือการขายของพนักงาน
จำนวนคนกลุ่มตัวอย่าง	3. เกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านการให้ราคาและพุดจา
วิธีการสุ่ม เลือกตัวอย่าง	4. เป็นคำถามด้านการเสนอแนะที่มีต่อกิจการ
สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล	เครื่องบันทึกเสียง ลูกค้าของทางบริษัทที่มาทำการขายประจำ 10 ท่าน 10 ท่าน เป็นลูกค้าประจำที่มีการนำสินค้ามาขายทุกๆสัปดาห์ ค่าเฉลี่ย

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

SWOT

1. S (Strength จุดแข็ง)

- 1.1. เจ้าของกิจการมีประสบการณ์ในวงการเหล็กมากกว่า 20 ปี ทำให้สามารถที่จะวิเคราะห์สถานการณ์แต่ละช่วงอย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.2. เจ้าของกิจการมีชื่อเสียงที่ดีในวงการเหล็กตลอด 20 ปี ที่ค้าขายจนเป็นที่รู้จักในวงการ
- 1.3. เครือข่ายข่าวสารของกิจการ และลูกค้าที่มีอย่างกว้างขวาง และมีการติดต่อกันเสมอ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในราคาตลาดเหล็กเกิดขึ้นจะทำการติดต่อกันเพื่อแจ้งความเปลี่ยนแปลงกันเสมอ
- 1.4. พนักงานมีความเชี่ยวชาญในด้านการทำงานเกี่ยวกับเศษเหล็กเป็นอย่างดี ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการสอนงาน และสามารถที่จะทำงานในส่วนอื่นๆได้อีกด้วย
- 1.5. เครื่องมือ และเครื่องจักรภายในกิจการมีความพร้อม สามารถที่จะทำงานได้ตลอดเวลา ทั้งเครื่องจักรขนาดใหญ่ และเครื่องจักรขนาดเล็กตามสภาพงานที่ต้องการ
- 1.6. กิจการอยู่ในเขตพื้นที่เป็นทางเชื่อมต่อจังหวัดต่างๆ ทำให้สามารถที่จะส่งของ และเดินทางไปยังจังหวัดอื่นๆได้อย่างสะดวกสบาย เข้าถึงง่าย
- 1.7. ราคารับซื้อเศษเหล็กให้ราคาที่สูงกว่าในพื้นที่เขตนี้ตลอดเวลา และมีการพูดคุยต่อรองราคากับผู้ขายอย่างตรงไปตรงมา ต่อรองกันได้เสมอ
- 1.8. สภาพคล่องของเงินมีสูง จึงสามารถที่จะรับซื้อเศษเหล็กเป็นจำนวนมาก และมีกำลังการแข่งขันด้านราคาที่สูงพร้อมตลอดเวลา
- 1.9. เจ้าของกิจการสามารถที่จะจะติดต่อซื้อเศษเหล็กเส้นรีดที่มีคุณภาพ และมีราคาที่ถูกลงกว่าจากฮ่องกงได้ ทำให้ต้นทุนที่ถูกลง และสามารถที่จะหาได้ตลอดเวลา

2. W (Weakness จุดอ่อน)

- 2.1. พื้นที่ใช้งานมีอย่างจำกัด และน้อยลงเมื่อมีการนำเหล็กประเภทเศษเหล็กรีดหลอมมาวางขายให้แก่โรงรีด ทำให้พื้นที่การวางสินค้านั้นจะใช้อย่างจำกัด
- 2.2. พนักงานมักจะลาพักเป็นช่วงที่ถี่ขึ้น เนื่องจากการที่มีแรงงานพม่ามาเพิ่มทำให้คนงานลาพัก
- 2.3. เจ้าของกิจการมีความสามารถด้านภาษาไทยน้อย รวมไปถึงด้านภาษาพม่า ทำให้มีความลำบากในการสื่อสารกับคนงานไทย และพม่าอย่างยากลำบาก
- 2.4. เสียเวลารอเหล็กนำเข้ามาจากฮ่องกงเป็นเวลานาน และเวลาที่ไซ้ขนส่งมาถึงบริษัทช้า
- 2.5. ค่าซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรมีค่าใช้จ่ายมาก

3. O (Opportunities โอกาส)

3.1. ในเขตพื้นที่อำเภอกระทุ่มแบนยังไม่มีกิจการใดที่สามารถนำเหล็กเส้นรีดที่มีคุณภาพมาขายให้แก่โรงรีดในพื้นที่สมุทรสาคร

3.2. สภาพเศรษฐกิจไทยมีความพร้อมมากขึ้นกว่าแต่ก่อน เนื่องจากความสงบทางการเมืองที่เกิดขึ้นในช่วงนี้ ทำให้ตลาดเหล็ก และเศษเหล็กมีการขยับตัวไปในทางที่ดีขึ้น แม้จะไม่มาก แต่มีแนวโน้มไปในทางที่ดีขึ้น

3.3. ในพื้นที่กระทุ่มแบน ทางกิจการมีศักยภาพในการดึงดูดลูกค้าได้มากกว่า ทั้งด้านกำลังงานและเงิน

3.4. เจ้าของกิจการสามารถที่จะติดต่อซื้อเศษเหล็กเส้นรีดที่มีคุณภาพ และมีราคาที่ถูกจากประเทศจีนและฮ่องกงได้ เนื่องจากสามารถที่จะสื่อสารได้

4. T (Threats อุปสรรค)

4.1. สภาพตลาดเหล็กมีความผันผวนเกิดขึ้นบ่อยครั้งภายในประเทศ ทำให้การคาดการณ์ในสถานการณ์ต่างๆ เป็นไปอย่างยากลำบากในบางช่วง ทำให้การคาดเดาเกิดความผิดพลาดได้ง่าย

4.2. ในพื้นที่อำเภอกระทุ่มแบนมีธุรกิจรับซื้อเศษเหล็กเกิดขึ้นใหม่มากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา ทำให้การแข่งขันตลาดในพื้นที่กระทุ่มแบนเป็นไปอย่างดุเดือดเพิ่มขึ้น และการแข่งขันด้านราคาจะสูงขึ้นเล็กน้อย ลูกค้ามีทางเลือกในการขายเศษเหล็กมากขึ้น สามารถที่จะเลือกขายให้กับร้านที่ให้ราคาสูงกว่าได้

4.3. ต้นทุนค่าจ้างภายในกิจการเพิ่มขึ้น หลังจากที่ทางรัฐบาลบังคับเพิ่มค่าจ้างให้เป็นขั้นต่ำ 300 บาท ทำให้แรงงานไทยเก่าภายในเรียกร้องการขึ้นเงินเดือนที่สูงขึ้นตามให้มากกว่าแรงงานใหม่ที่เข้ามา จึงเป็นเหตุให้มีต้นทุนในด้านค่าจ้างสูงขึ้น

4.4. รัฐบาลไทยชุดใหม่ที่เข้ามาทำงาน และควบคุมโครงการต่างๆ นั้นเป็นไปอย่างเด็ดขาด ทำให้การคาดเดาสถานการณ์ทางการเมืองเป็นไปอย่างยากลำบาก เนื่องจากความไม่ต่อเนื่องทางการเมือง ทำให้ไม่ทราบถึงแผนการสนับสนุนจากการเมืองภายในประเทศ ทำให้ร้านค้าเหล็ก ต่างๆ ได้รับผลกระทบจากการสนับสนุนด้านการค้าอย่างล่าช้า หรือไม่ต่อเนื่อง

4.5. การทำงานในภาครัฐในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจไทย และปากท้องประชาชนในระดับต่างๆ ยังไม่มีความรวดเร็ว ตรงจุด ทำให้ในตลาดทุกๆ ด้านมีราคาที่สูง ทำให้ต้นทุนสินค้าทุกประเภทอยู่ในระดับที่สูงเกิดรายรับของประชาชนในระดับล่าง และกลาง จนทำให้ตลาดเหล็ก และเศษเหล็กมีต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างไม่จำเป็นในการซื้อเครื่องมือด้านช่าง และเครื่องมือการผลิตที่มีราคาแพง

ภาพที่ 2.1 : แสดงลักษณะ SWOT



4.6. สภาพอากาศที่เป็นช่วงฤดูฝน จะส่งผลกระทบต่อทำให้สภาพตลาดเหล็กในช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นช่วงเวลาที่ราคาของเหล็กจะเริ่มมีสถานการณ์ตกลงจากเดิม เพราะทางโรงหลอมโรงรีดจะมีการชะลอการผลิต และการสั่งซื้อเศษเหล็กต่างๆ เพื่อรอช่วงเวลาที่ฤดูฝนผ่านพ้นไปก่อน

ตารางที่ 2.1 : ตารางปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	5	4	3	2	1	
ปัจจัยด้าน คนงานลาบ่อย						เมื่อภายหลังจากที่ได้ทำการว่ากล่าวตักเตือนคนงานที่มีปัญหาการลาพักที่บ่อยครั้งไม่ได้ผลจนทำให้จะต้องทำการจ้างคนงานที่สามารถขับรถเพิ่ม เพื่อเป็นการทดแทนงานให้ลดการลาและเข้างานล่าช้า
ปัจจัยด้านพื้นที่ ใช้งานจำกัดมากขึ้น						จะต้องทำการขยายพื้นที่ให้กว้างขึ้น โดยการซื้อที่เพิ่ม หรือจัดวางตำแหน่งเคลื่อนย้ายที่แทน
ด้านภาษาการ สื่อสาร						จะมีการใช้ภาษามือในการช่วยสื่อสาร และเรียนรู้ด้านภาษาเพิ่มเพื่อให้สามารถติดต่อพูดคุยกับคนงานได้ง่าย
รถสินค้า						จะมีการเช็คสต็อกสินค้าอยู่เสมอทุกวัน เพื่อคาดเดาความพร้อมในการสั่งซื้อแต่ละครั้ง
ค่าบำรุง						มีการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร และการปฏิบัติใช้งานให้ถูกต้องเพื่อลดความเสียหายที่อาจเกิดกับเครื่องจักร

ตารางที่ 2.2 : ตารางปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	5	4	3	2	1	
ปัจจัยด้านฤดูกาล						ต้องหาสินค้าใหม่ที่สามารถขายได้ในช่วงฤดูกาลฝน หรือหาโรงหลอมที่ต้องการเหล็ก
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ						1. ในช่วงเศรษฐกิจยังไม่ดี หรือมีการชบเซาอยู่ จะหาสินค้าใหม่ที่มีความต้องการตลอดมาขายทดแทน 2. ทำการหาซื้อเศษเหล็ก หรือการประมูลในตลาด ที่มีราคาต่ำกว่าเก็บไว้
ปัจจัยด้านการเมือง						ต้องมีการติดตามข่าวสารด้านการเมืองเสมอ และเตรียมความพร้อมการรับมือได้ทุกเมื่อ
ปัจจัยด้านค่าจ้างแรงงาน						มีการเพิ่มค่าจ้างให้เหมาะสม หรืออาจมีการเพิ่มโบนัสต่างๆเพิ่มให้แก่แรงงานเก่าที่อยู่มาก่อน เพื่อป้องกันการไม่พอใจในค่าจ้าง
ปัจจัยด้านตลาดเหล็ก						จากความผันผวนในตลาดเหล็กทำให้ราคามีความผันผวนสูง จึงต้องมีการติดตามข่าวสารในโรงหลอมเสมอ เพื่อให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง
ปัจจัยด้านคู่แข่งรายใหม่						จากการที่มีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก ทำให้ทางกิจการต้องมีการสร้างความแตกต่างในการบริการ และการขายสินค้าที่แตกต่างจากห้องตลาด

บทที่ 3
การวิเคราะห์การแข่งขัน

ตารางที่ 3.1 : ตารางสภาพการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน

สภาพการแข่งขัน	เนื้อหา
การแข่งขันในพื้นที่อำเภอกระทุ่มแบนนั้นจะมีการแข่งขันที่ดุเดือดเพิ่มขึ้น	เนื่องจากในเขตพื้นที่อำเภอกระทุ่มแบนนั้นมีร้านรับซื้อเศษเหล็กเกิดและเปิดกิจการเป็นจำนวนมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา จึงทำให้การแข่งขันในตลาดเศษเหล็กในพื้นที่เป็นไปอย่างดุเดือด และทำให้ลูกค้าสามารถที่จะทางเลือกด้านการไปขายเพิ่มมากขึ้น
การแข่งขันด้านราคา	เมื่อมีการเปิดตัวของกิจการรับซื้อขายเศษเหล็ก ทำให้กิจการใหม่ๆเหล่านั้นต้องการดึงดูดลูกค้าที่มีอยู่ในท้องตลาดเป็นจำนวนมากๆ จึงทำการให้ราคาที่สูงๆ ในช่วงเวลาหนึ่งที่เปิดกิจการ ส่งผลให้เดิมที่มีการแข่งขันราคาอยู่ในเกณฑ์ที่ดุเดือดอยู่แล้วยิ่งทวีขึ้นไปอีก

ตารางที่ 3.2 : ตารางแสดงที่มาของการแข่งขัน

ที่มาของการแข่งขัน	เนื้อหา
เกิดจากการที่มีกิจการตัวกลางที่รับซื้อขายเศษเหล็กในพื้นที่ที่มีการทำการเปิดตัวเป็นจำนวนมาก	ในเขตพื้นที่อำเภอกระทุ่มแบนนั้นมีการเกิดใหม่ของกิจการรับซื้อขายเศษเหล็ก และตัวแทนรับซื้อขายเศษเหล็กมาก ทำให้มีการแข่งขันในการแย่งสินค้าเศษเหล็กประเภทต่างๆเป็นจำนวนมาก ซึ่งรวมไปถึงการแข่งขันด้านราคา และแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญงานเป็นจำนวนมาก
เกิดจากการแข่งขันด้านราคา	ในเขตพื้นที่แต่เดิมนั้นมีการแข่งขันด้านราคาอย่างดุเดือดอยู่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เมื่อมีการเกิดใหม่ของตัวแทนรับซื้อขายเศษเหล็กขึ้นมา พร้อมกับการ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) : ตารางแสดงที่มาของการแข่งขัน

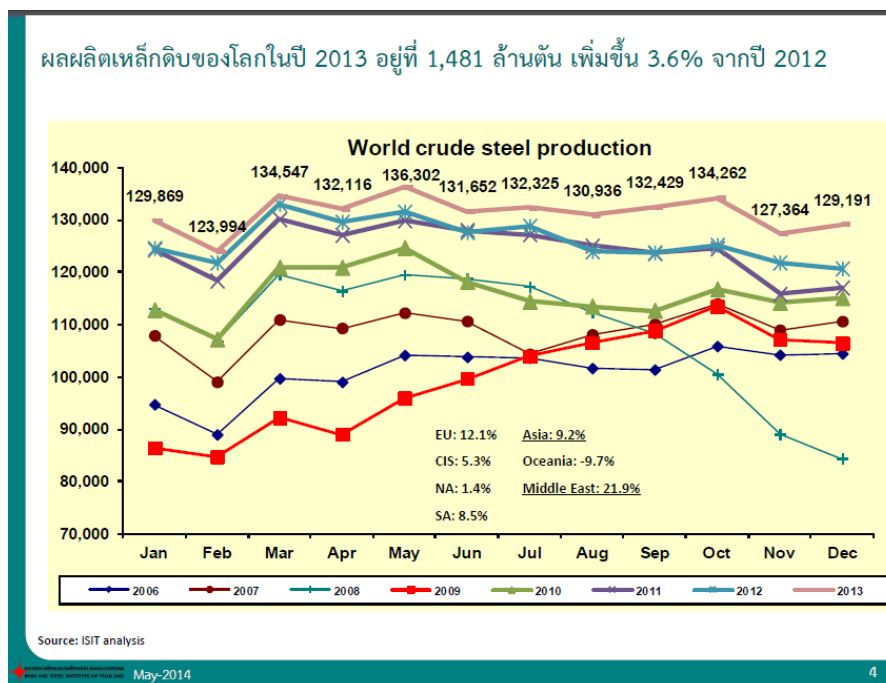
	เกิดร้านรับซื้อของเก่าที่ขึ้นมาใหม่ ทำให้การแข่งขันด้านราคาในเขตพื้นที่กระท่อมแบนนั้นมีความดุเดือด และสู้กันในด้านราคาที่สูงขึ้นตาม ทำให้ต้นทุนในด้านการซื้อเศษเหล็กนั้นมีต้นทุนที่สูงขึ้นตามการแข่งขัน
--	---

ตารางที่ 3.3 : ตารางแสดงคู่แข่งหลัก และคู่แข่งรองในตลาดเศษเหล็ก

คู่แข่งหลัก	คู่แข่งรอง
กิจการที่เป็นตัวกลางรับซื้อ-ขายเศษเหล็กที่เดิมมีอยู่แล้วในเขตพื้นที่สมุทรสาคร เนื่องจากเปิดเป็นเวลานานกว่า ทำให้มีลูกค้าที่มากกว่า และโรงหลอมติดต่อทำการซื้อขายที่มากกว่า	ร้านรับซื้อของเก่า ในเขตพื้นที่สมุทรสาคร เนื่องจากเป็นร้านรับซื้อของเก่าที่มีการรับซื้อของเก่าทุกชนิดทำให้ร้านเล็กๆจะเลือกนำเศษเหล็กจำนวนไม่มากไปขายให้แทน
โรงหลอมใหญ่ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง จะสามารถเลือกรับซื้อเองได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านร้านค้าเศษเหล็กตัวกลาง	กิจการที่เป็นตัวกลางรับซื้อ-ขายเศษเหล็กที่เกิดขึ้นใหม่ในเขตพื้นที่ใกล้เคียง เพราะจะเข้ามาแย่งลูกค้ารายใหม่ และเก่าที่มีอยู่

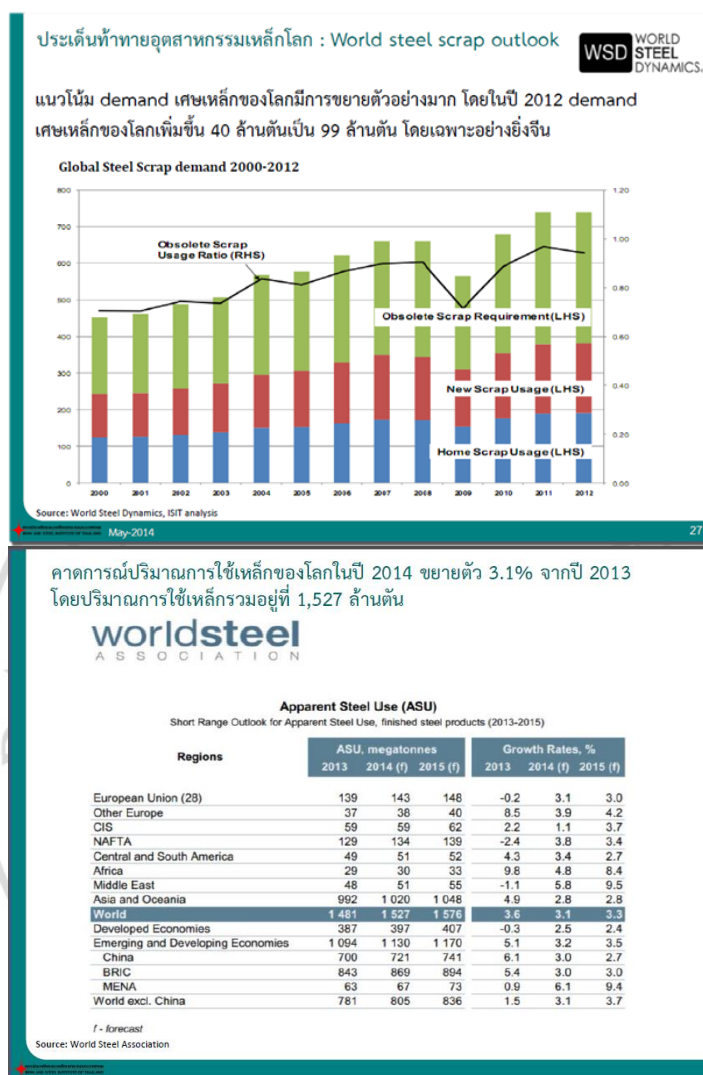
การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ

ภาพที่ 3.1 : ภาพแสดงผลผลิตเหล็กโลกปี 2013



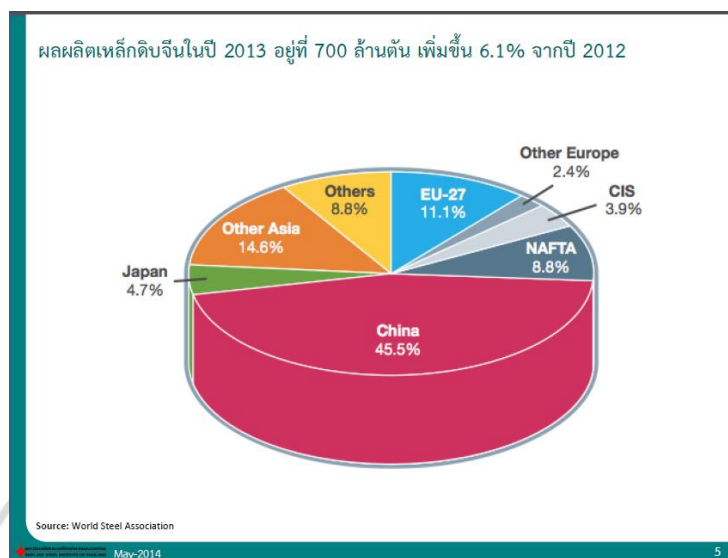
จากข้อมูลสถิติการใช้เหล็กของโลกเมื่อปี 2013 นั้นจะเห็นได้ว่าการใช้เหล็กของทั่วโลกนั้นเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา จากเดิมนั้นใช้ 127,364 ล้านตัน เป็น 129,191 ล้านตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นโดยคิดเป็น 3.6% และเชื่อว่าจะมีการใช้เหล็กในทั่วโลกที่สูงขึ้นเรื่อยๆในปี 2014 และ 2015 และทำให้เห็นได้ว่าแนวโน้มความต้องการเศษเหล็กของโลกในอุตสาหกรรมเหล็กนั้นมีการขยายเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆในแต่ละปี จากเดิมนั้นมีความต้องการ 40 ล้านตัน เพิ่มขึ้นเป็น 99 ล้านตัน โดยเฉพาะในตลาดอุตสาหกรรมเศษเหล็กจีนนั้นมีการเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2010 ซึ่งทำให้มองได้ว่าในตลาดอุตสาหกรรมจีนนั้นมีการเติบโตในด้านปริมาณการใช้เหล็กและส่งออกเหล็กเป็นจำนวนมากอย่างมหาศาลในช่วงที่ผ่านมา

ภาพที่ 3.2 : ภาพแสดงการคาดการณ์ปริมาณการใช้เหล็ก



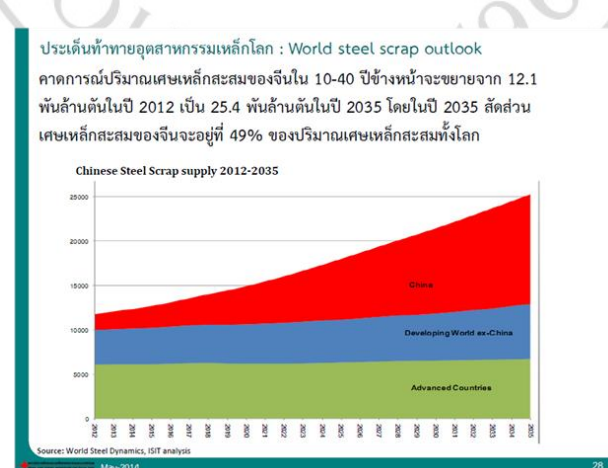
ทำให้คาดการณ์ได้ว่าในปี 2014 นั้นจะมีการขยายตัวของปริมาณความต้องการใช้เหล็กของโลกนั้นเพิ่มขึ้นเป็น 1,527 ล้านตันได้ ซึ่งมากขึ้นเป็น 3.1% จากปี 2013 และจะขยับขยายต่อไปในปี 2015 เป็น 3.3% หรือราวๆ 1,576 ล้านตัน และดังนั้นทำให้เชื่อว่าในปี 2014-2015 นั้นตลาดเหล็กและเศษเหล็กจะมีความต้องการเป็นอย่างมากในแต่ละประเทศ ยิ่งโดยเฉพาะด้านประเทศจีนที่มีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้ก้าวหน้าอย่างน่ากลัวนั้นจะเป็นตัวแปรในการทำให้เศรษฐกิจเหล็กให้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงปี 2014-2025

ภาพที่ 3.3 : แผนภาพวงกลมแสดงผลผลิตเหล็กจากจีนในปี 2013



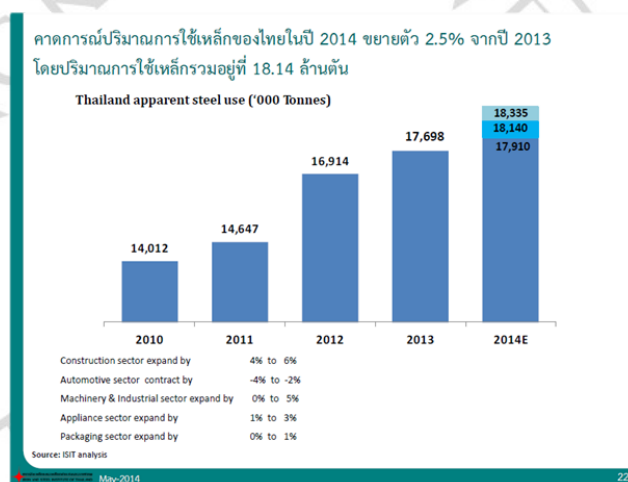
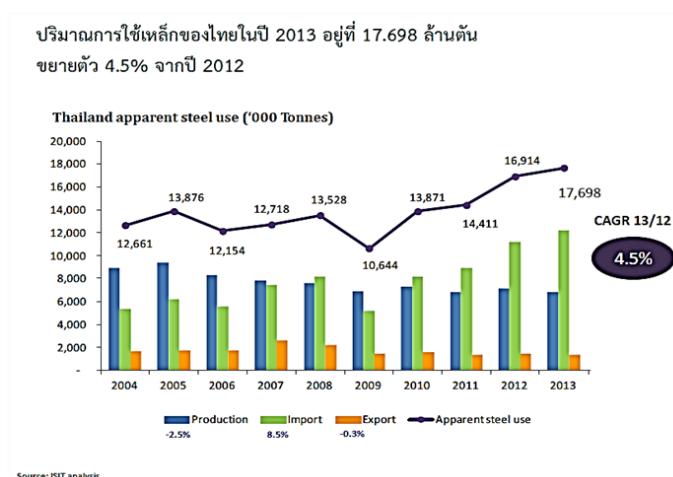
โดยเฉพาะในช่วงปี 2013 ที่ผ่านมามีการขยายผลผลิตด้านเหล็กที่เพิ่มมากขึ้น จากเดิมเมื่อเทียบกับปี 2012 หรือเพิ่มขึ้น 6.1% อยู่ที่ 700 ล้านตัน ซึ่งถือว่ามากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลกในขนาดนี้ และในบริษัทส่งออกเหล็ก ใน 20 อันดับนั้นจะมีบริษัทจากประเทศจีนอยู่ 9 บริษัท ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่มากอย่างน่าทึ่งในตลาดส่งออกเหล็กระดับโลก จึงทำให้สามารถที่จะคาดการณ์ได้ว่าเศษเหล็กในประเทศจีนนั้นมีอยู่เป็นจำนวนมากที่สุดในโลกในขนาดนี้ ทำให้ราคาเศษเหล็กของประเทศจีนในขณะนี้อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ หรือมีราคาถูก จึงเป็นโอกาสที่ดีในการนำเศษเหล็กประเภทเหล็กเส้นมาทำการขายภายในประเทศไทยจึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจเศษเหล็กเส้นมาขายส่งให้แก่โรงรีดในต้นทุนที่ถูกลง

ภาพที่ 3.4 : แผ่นภาพกราฟแสดงการคาดการณ์เศษเหล็กเหลือจากจีนในอนาคต



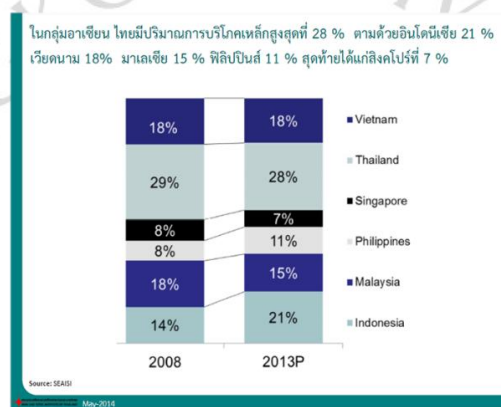
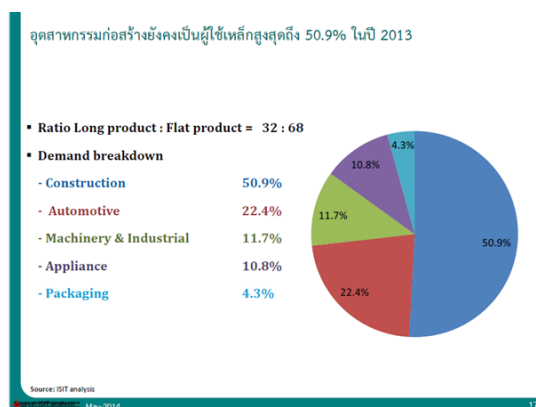
เมื่อนำข้อมูลการคาดการณ์ของอุตสาหกรรมเหล็กโลกที่คาดเดาอนาคตเศษเหล็กของประเทศจีนนั้นจะพบได้ว่าในอนาคตถึงปี 2025 นั้นในประเทศจีนนั้นจะยังมีเศษเหล็กเหลืออยู่เป็นจำนวนมากถึง 49% ของเศษเหล็กโลก

ภาพที่ 3.5 : ตารางแผนภูมิแท่งแสดงปริมาณการใช้เหล็กไทยในปี 2013-2014



จากข้อมูลทางด้านปริมาณความต้องการใช้เหล็กภายในประเทศนั้นจะสังเกตได้ว่าจะมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นทุกปีในช่วง 4 ปีนี้ โดยจากข้อมูลเมื่อทำการเปรียบเทียบจากปี 2012 กับปี 2013 นั้นจะทำให้เราสังเกตเห็นชัดว่าการใช้เหล็กภายในประเทศของไทยนั้นมีการขยับขึ้นจากเดิม 16.91 ล้านตันเป็น 17.69 ล้านตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิมเป็น 4.5% และทางข้อมูลได้คาดการณ์กันว่าในปี 2014 นั้นจะมีการใช้เหล็กเพิ่มมากขึ้นจากปีแล้วมาอีก 2.5% ซึ่งคาดว่าจะอยู่ที่ประมาณ 18.14 ล้านตัน รวมไปถึงการคาดการณ์ถึงปี 2015 ว่าจะมีการใช้เหล็กเพิ่มขึ้นอีกเล็กน้อยที่ 18.33 ล้านตัน

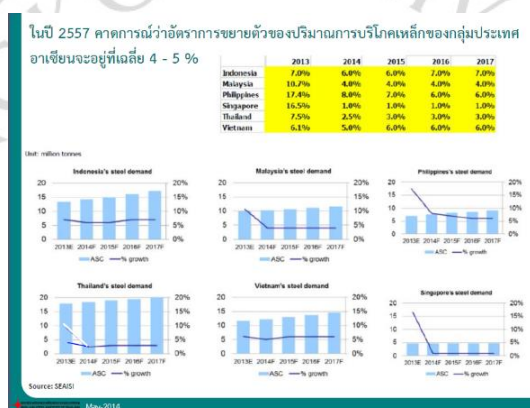
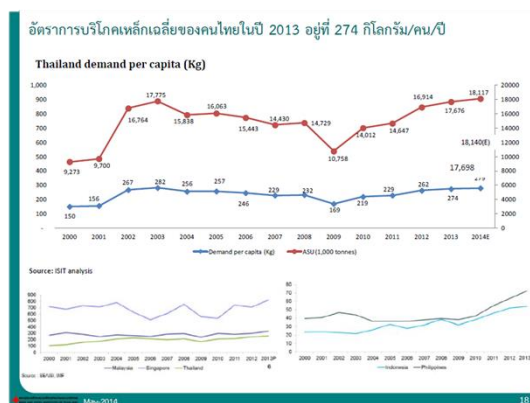
ภาพที่ 3.6 : ภาพแผ่นภูมิวงกลมแสดงอุตสาหกรรมเหล็ก



และในกลุ่มอาเซียนนั้นเมื่อเทียบกับ 5 ปี จะเห็นว่าไทยนั้นยังมีการใช้เหล็กสูงสุดในกลุ่มเป็นอันดับ 1 เช่นเดิม ซึ่งการใช้เหล็กในกลุ่มอุตสาหกรรมไทยนั้นยังคงใช้มากในอสังหาริมทรัพย์มากเป็นอันดับ 1 และรองลงมาเป็นด้านยานยนต์

จึงส่งผลทำให้ปริมาณการใช้เหล็กเฉลี่ยของคนไทยเมื่อปี 2013 อยู่ที่ 274 กก.ต่อคนต่อปี ซึ่งมาจากเมื่อในปี 2013 นั้นทางภาครัฐได้ออกโครงการเกี่ยวกับรถคันแรกลดหย่อนภาษีได้ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ที่สนใจเข้าร่วมโครงการเป็นจำนวนมากขึ้น ส่งผลกระทบทำให้ปริมาณการใช้เหล็กในอุตสาหกรรมยานยนต์ปีนั้นมีการใช้เหล็กเพิ่มมากขึ้นจนแย่งส่วนแบ่งจากทางอสังหาริมทรัพย์มา และทำให้การใช้เหล็กในตลาดรถยนต์เกิดการเติบโตขึ้นมากกว่าปี 2012

ภาพที่ 3.7 : ภาพแผนกราฟแสดงปริมาณการใช้เหล็กต่อคน

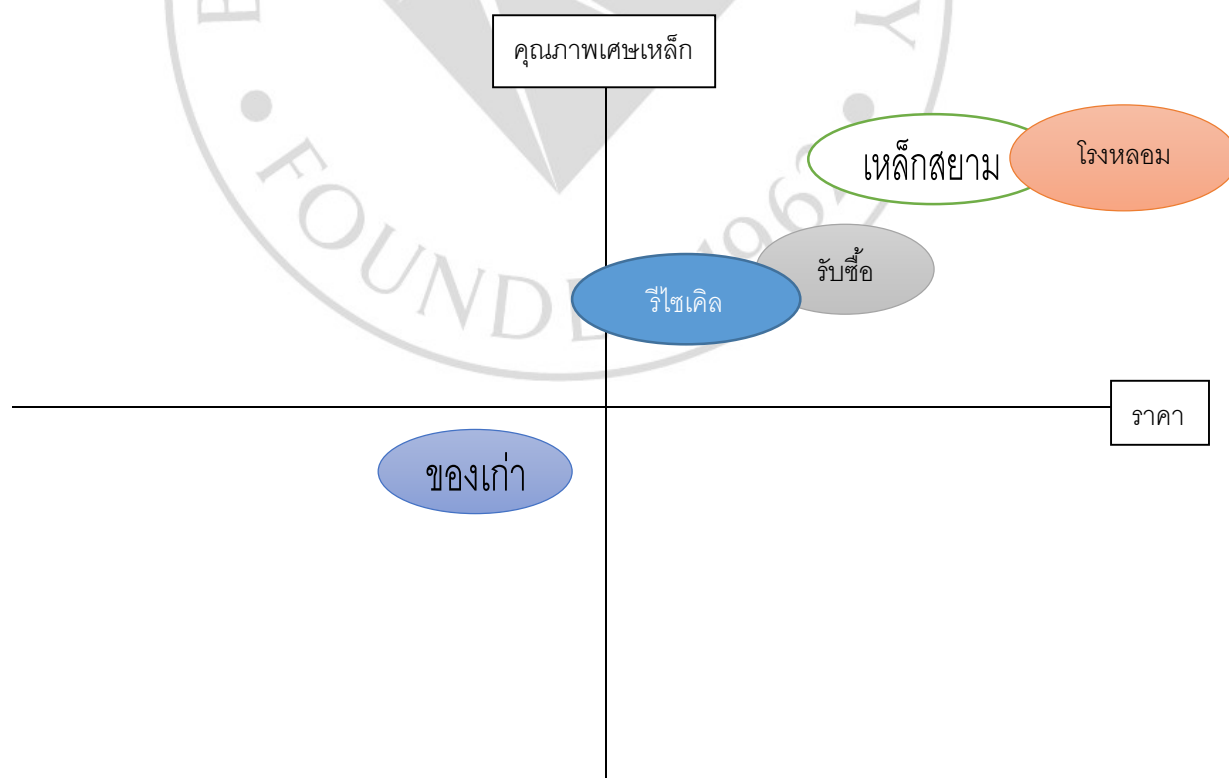


ดังนั้นในปี 2014 นี้อัตราการขยายตัวของปริมาณเหล็กภายในประเทศไทยนั้นจะมีการเติบโตขึ้น 2.5% และจะมีการใช้เหล็กที่เติบโตขึ้นในอนาคตในแต่ละปี ซึ่งทำให้เชื่อว่าในอนาคตประเทศไทยจะมีการใช้เศษเหล็กที่เพิ่มมากขึ้นตาม รวมไปถึงในประเทศจีนนั้นจะมีการใช้เหล็ก และมีเศษเหล็กภายในประเทศเป็นจำนวนมาก จนทำให้ราคาเศษเหล็กภายในประเทศนั้นมีราคาที่ถูก เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับราคาเศษเหล็กภายในประเทศไทย รวมไปถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมเหล็กของประเทศจีนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทุกปี ทำให้ปัจจุบันนี้มีบริษัททำการส่งออกเหล็กของประเทศจีนนั้นมีเป็นจำนวนมากถึง 9 ใน 20 บริษัทส่งออกเหล็กในระดับโลก จึงเป็นโอกาสดีที่จะทำการหาเศษเหล็กจากในประเทศจีนนำเข้ามาขายภายในประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นการขยายช่องทางการจำหน่ายที่มีต้นทุนที่ถูกกว่า และมีคุณภาพที่สูงกว่า ทางบริษัทเทรสนั้นมีเจ้าของเป็นคนฮ่องกงที่สามารถหาช่องทางการซื้อเศษเหล็กและเศษเหล็กเส้นจากทางประเทศจีน และฮ่องกงได้เป็นจำนวนมากต่อเดือน ซึ่งกิจการตัวแทนรับซื้อเศษเหล็กภายในพื้นที่สมุทรสาครนั้นยังไม่มีที่ใดที่สามารถเข้าถึงช่องทางนี้ได้ จึงทำให้มองเห็นโอกาสในการนำเข้าเศษเหล็กเส้นยาว 1.5 m กว้าง 20mm. ขึ้น จากประเทศจีนและฮ่องกงได้ เพื่อทำการเจาะตลาดกลุ่มโรงรีดที่ต้องการเหล็กประเภทนี้เป็นจำนวนมาก

และมีความต้องการตลอดปี เพื่อสนองความต้องการใช้เหล็กของภายในประเทศที่มีการเติบโตขึ้นตลอดทุกปี แม้ว่าในช่วงต้นปีที่ผ่านมาในตลาดเหล็กจะมีการชะลอตัวเล็กน้อย แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อความต้องการของโรงรีดเหล่านี้นัก ทำให้เชื่อว่าถ้ามีการนำเศษเหล็กเส้นที่ยาวถึงเกณฑ์ตามโรงรีดต้องการมาขาย จะสามารถที่จะขายได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งเป็นเหล็กที่มีคุณภาพที่ดีกว่าภายในประเทศ เมื่อทำการรีดออกมาจะเป็นเหล็กเส้นที่มีมาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างแน่นอน เนื่องจากเศษเหล็กเส้นเหล่านี้มาจากตึกสูงของเก่าที่ทางรัฐบาลได้มีคำสั่งถอดถอนออกมาเพื่อสร้างใหม่ จึงมีน้ำหนักเหล็กที่ตรงตามมาตรฐานของเหล็กก่อสร้างในประเทศฮ่องกง และจีน ซึ่งจะแตกต่างจากภายในประเทศที่อาจมีการนำเหล็กน้ำหนักเบาที่ไม่ได้มาตรฐานมาใช้งานในการก่อสร้างเป็นจำนวนมาก ซึ่งเนื้อเหล็กที่หลังรีดออกมาจะมีค่า คาร์บอน ที่ต่ำกว่ามาตรฐาน หากนำมาใช้งานในการก่อสร้างบ้านเรือนอาคาร ตึกที่พัก และพาณิชย์นั้นจะถือว่าผิดกฎหมาย และทำให้เกิดอันตรายต่อทรัพย์สิน และชีวิตของผู้อยู่อาศัยเป็นอย่างมาก เพราะจะไม่รู้ว่าเหล็กไม่ได้มาตรฐานเหล่านี้จะมีการผุพังชำรุดในเวลาใด และมีความผิดต่อพ่อค้าและโรงรีดที่ผลิตรวมถึงการจำหน่ายเหล็กเหล่านี้อย่างจริงจังในช่วงนี้

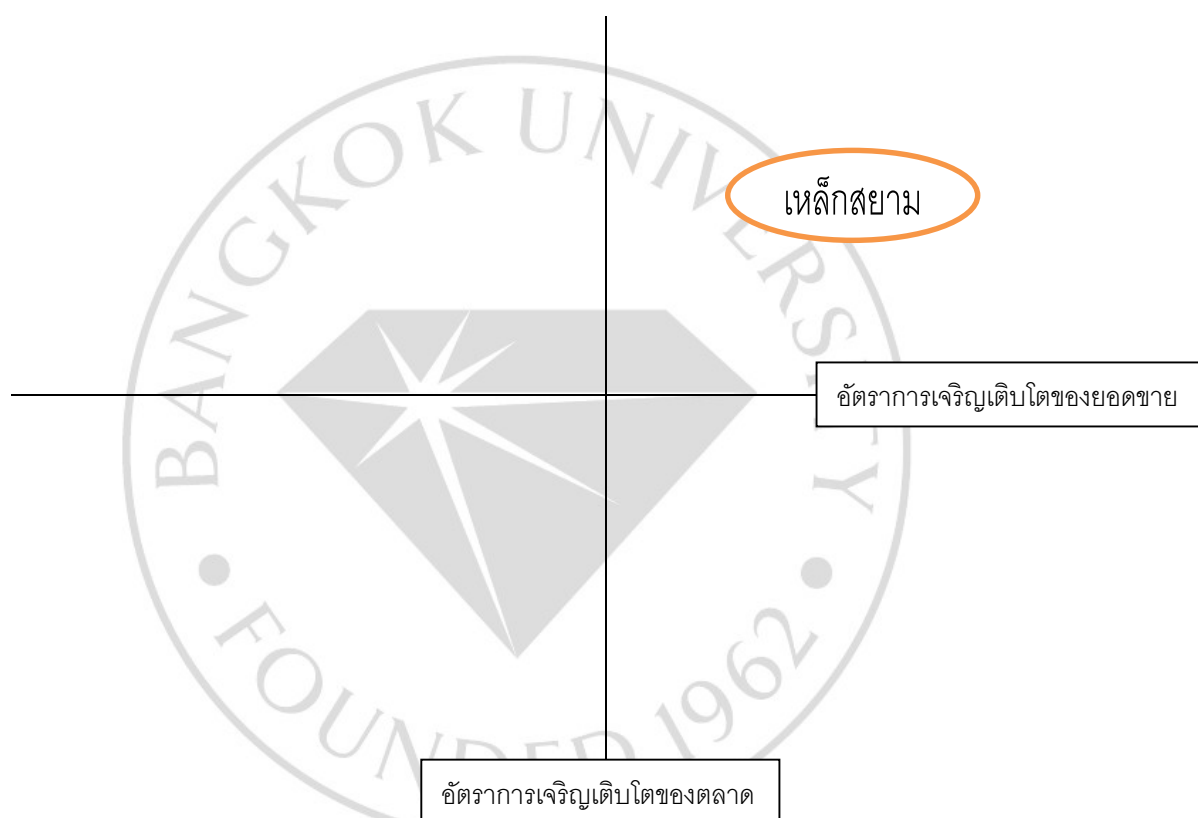
คุณภาพเศษเหล็ก

ภาพที่ 3.8 : การเขียนภาพวิเคราะห์



จากสถานการณ์ปัจจุบันต่างๆของ บจก.เหล็กสยามอินเตอร์เวิร์ค นั้นจะถูกจัดตำแหน่งคุณภาพการรับ จัดหาเศษเหล็กจะอยู่ในเกณฑ์เดียวกับที่โรงหลอมรับซื้อ เนื่องจากมีการคัดแยกชนิด และขนาดเหล็ก ออกอย่างชัดเจน รวมไปถึงคุณภาพเหล็กที่คัตนั้นจะไม่มีการปนกันอย่างเด็ดขาด อีกทั้งในด้านราคา ที่รับซื้อจากตลาดจะอยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่าร้านอื่นๆในพื้นที่ และให้ราคาที่ใกล้เคียงกับที่โรงหลอมรับซื้อ โดยตรง ซึ่งจะทำให้มองเห็นอย่างชัดถึงด้านคุณภาพ และราคาที่อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานสูง

ภาพที่ 3.9 : Market Position



คำอธิบายสถานะภาพของธุรกิจตามภาพ

จากสถานะภาพของธุรกิจที่วาดออกมา จะสังเกตเห็นได้ว่าจุดที่บริษัทเหล็กสยามอยู่นั้นในเรื่องของ คุณภาพสินค้าที่ขายนั้นจะอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงระดับเดียวกับโรงหลอมตามท้องตลาดในเขตพื้นที่ และคาดการณ์ว่าตำแหน่งสถานะภาพทางธุรกิจของบริษัท เหล็กสยามอินเตอร์เวิร์ค จำกัด นั้นอยู่ในตำแหน่ง “เครื่องหมายคำถาม” แต่มีสิทธิเป็นอย่างมากที่จะไปอยู่ในตำแหน่ง “ดวงดาว” ในอนาคต เนื่องจากทางบริษัทได้มีการคัดแยกชนิดของเหล็กอย่างรอบคอบ ชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าสามารถที่จะไว้วางใจในเรื่องของคุณภาพเหล็กที่สั่งซื้อจะไม่มี การเจือปนของเหล็กชนิดอื่น หรือสิ่งแปลกปลอมในกองเหล็ก เนื่องจากมีการใช้แม่เหล็กขนาดใหญ่ในการขนย้ายขึ้นลงเพื่อการคัดแยกสิ่งแปลกปลอมก่อนเสมอ เมื่อมีสิ่งแปลกปลอมในกองเหล็กจะมีการนำคัดแยกออกมาโดยตลอด เพื่อ

ป้องกันการเกิดปัญหาของด้านคุณภาพของเหล็ก และอันตรายต่างๆที่อาจเกิดขึ้นขณะหลอมของโรงหลอม แต่ในด้านราคาซื้อขายและรับซื้อนั้นจะมีกำลังการรับซื้อที่สู้กับของโรงหลอมโดยตรงไม่ได้ เนื่องจากว่าราคาดังกล่าวจะเป็นราคาที่อยู่ในเกณฑ์ที่ขายอยู่แล้ว รวมไปถึงโรงหลอมแต่ละที่ที่มีการตั้งราคาดังกล่าวจะเป็นราคาที่สูง เพราะทางโรงหลอมเหล่านั้นจะเป็นผู้ผลิตและขายเองโดยตรง จึงสามารถที่จะควบคุมด้านต้นทุนที่ทำการผลิตแต่ละครั้ง และมีระบบที่ครบวงจรของการจัดการซื้อขายผลิตสามารถที่จะรับซื้อเศษเหล็กราคาสูงตลอดเวลา เช่น บริษัท เหล็กทรัพย์ จำกัด เป็นต้น

ข้อสำคัญที่สำคัญที่สามารถเห็นอกว่าคู่แข่งทางร้านค้านั้นนอกจากเรื่องของคุณภาพเหล็กแล้วยังมีด้านราคาต้นทุนที่ต่ำกว่าเป็นข้อเด่นที่เหนือกว่า เพราะทางบริษัทเหล็กสยามนั้นสามารถที่จะหาแหล่งเศษเหล็กต้นทุนต่ำได้จากต่างประเทศ เช่นจีน และฮ่องกง เพราะทางประเทศเหล่านั้นนั้นมีเหล็กอยู่ในประเทศเป็นจำนวนมาก ยิ่งทางภาครัฐมีการส่งเสริมเรื่องการแก้ไขสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเกินการใช้งาน หรือมีสภาพที่เก่ามากแล้วให้ทำการรื้อถอนแล้ว ยังมีการส่งเสริมด้านการส่งออกเหล็กเป็นจำนวนมาก และในช่วงปีที่ผ่านมาของเศรษฐกิจไทยในด้านค่าเหล็กนั้นมีข้อมูลว่าไทยนั้นมีการนำเข้าเหล็กสำเร็จรูปเข้ามาจากทางประเทศจีนเป็นจำนวนมากมหาศาล จึงเป็นเหตุให้เหล็กจากจีนและฮ่องกงมีราคาถูก จึงสามารถที่จะสู้แข่งขันด้านราคากับร้านรับซื้อเศษเหล็กในเขตพื้นที่นี้ได้ รวมไปถึงในกิจการที่รับซื้อขายของรีไซเคิลนั้นจะให้ราคาซื้อที่ต่ำกว่าในราคาซื้อที่รับซื้อของร้านรับซื้อเศษเหล็กโดยเฉพาะอยู่มาก จึงทำให้กิจการเหล่านี้ไม่ใช่คู่แข่งที่น่ากลัว รวมไปถึงร้านรับซื้อของเก่าที่อยู่ในเขตพื้นที่นี้ ซึ่งร้านค้านี้จะสามารถหาซื้อเศษเหล็กโดยการเข้าหาลูกค้าในพื้นที่ที่พวกเขาเข้าถึง แต่รับซื้อในราคาที่กตต่ำมาก และที่สำคัญนั้นยังมีคุณภาพที่เป็นสนิมผุพังอีกจำนวนมาก ทำให้เวลาหลอมนั้นน้ำเหล็กที่ออกมาจะมีจำนวนน้อยมาก หรือไม่สามารที่จะหลอมได้เลย สิ่งแปลกปลอมในกองเหล็กที่รับมาก็จะมีอยู่ในกองเหล็กเสมอ ทำให้คุณภาพด้านเหล็กนั้นจะอยู่ในระดับที่ต่ำกว่ามาตรฐาน

และสุดท้ายคือการที่ทางเจ้าของบริษัทได้มีการวางแผนที่จะขยาย Line ผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้นอีก 1 ชนิดนั้นคือการนำเหล็กเส้นรีดจากฮ่องกง ทำให้สามารถที่จะเพิ่มช่องทาง Line สินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของโรงรีดในพื้นที่ได้ เนื่องจากความต้องการจากโรงรีดเหล็กจะมีอยู่ตลอดเวลา และสามารถที่จะลดต้นทุนในการผลิตมากกว่าที่จะทำการผลิตจากเหล็กวัตถุดิบชนิดอื่น อีกทั้งยังมีราคาที่แพงกว่าเหล็กรีด ที่สำคัญคือการที่นำเข้าจากต่างประเทศจะมีราคาต้นทุนที่ถูกกว่าภายในประเทศ จึงทำให้สิ่งเหล่านี้เป็นจุดเด่นและจุดแข็งที่จะสามารถนำพาให้บริษัทอยู่ในตำแหน่ง “ดวงดาว” ในอนาคตได้

ตารางที่ 3.4 : ตารางการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่ง
คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	มีการคัดแยกด้านขนาดเหล็กอย่างชัดเจน และคัดแยกสิ่งแปลกปลอมเพื่อลดปัญหาด้านต่างๆให้ลูกค้า และด้านเนื้อเหล็กมีความสมบูรณ์ เป็นสนิมน้อยหรือไม่รุนแรง	1. มีคุณภาพที่ไม่แตกต่างกันมากในการคัดแยก แต่อาจจะด้อยกว่าในด้านปริมาณน้ำเหล็กจากเนื้อเหล็ก เพราะส่วนใหญ่จะมีสนิมเกิดมากจนบางที่ผุหนัก 2. การตีราคาจะเป็นการตีราคาหลังการลง ซึ่งทำให้ทางผู้ขายรู้สึกไม่สบายใจกับราคา
ราคา	สามารถที่จะมีตลาดต้นทุนต่ำจากต่างประเทศ และมีจำนวนมากของเศษเหล็ก	จะมีต้นทุนอยู่ในระดับที่สูงกว่า เพราะจะหาซื้อจากภายในประเทศ และมีจำนวนที่ไม่มากนัก
อื่นๆ	เป็นเหล็กเส้นที่ได้มาตรฐาน และมีขนาดใหญ่ตามความต้องการของโรงรีด	คู่แข่งจะจัดหาได้เป็นจำนวนที่จำกัดต้องซื้อจากโรงหลอมหรือของเหลือจากการรีดเอง

ตารางที่ 3.5 : ตารางการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	รายละเอียดของความได้เปรียบ
ด้านต้นทุน	ต้นทุนในการซื้อเศษเหล็กจากต่างประเทศที่มีราคาถูกกว่าสามารถที่จะมีแหล่งซื้อในระยะยาวตลอดปี และทางบริษัทสามารถที่จะต่อรองด้านราคาให้ถูกลงได้อีก รวมไปถึงการกำหนดประเภท คุณภาพของสินค้า
ด้านความหลากหลายของสินค้า	มีการนำเข้าเศษเหล็กเส้นยาวที่มีความต้องการตลอดจากโรงรีดในพื้นที่ทั้งปี และมีคุณภาพที่ดีกว่าในท้องตลาดไทย เพราะเป็นเหล็กประเภทน้ำหนักเต็มแน่นอน รวมไปถึงการที่เป็นเหล็กที่มีมาตรฐานระดับสากล

บทที่ 4

การจัดทำกลยุทธ์ และแผนการปฏิบัติการ

กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

การที่ในสังคมปัจจุบันต่างมีการพัฒนาระบบต่างๆภายในองค์กรของตัวเองอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ในตลาดต่างๆมีการแข่งขันที่ดุเดือดขึ้น และที่สำคัญคือในด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ในระบบต่างๆ ก็ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการที่จะทำการผลิตเป็นจำนวนมากขึ้น ต้นทุนในการผลิตต่างๆก็ลดลง ทำให้ประหยัดในด้านของการผลิต และแรงงานต่างๆ จนทำให้สภาพตลาดก็ได้มีการแข่งขันที่หลากหลายจนทำให้ปัจจุบันตลาดต่างๆยิ่งมีการแข่งขันที่ดุเดือดมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามกลับทำให้ชีวิตของคนเรายังทำไ้ยิ่งเร่งรีบจนกระทั่งทำให้เกิดความเครียดที่เกี่ยวกับงานที่ทำอยู่ หรือความเครียดสะสม จนทำให้อารมณ์ของคนในสังคมใจร้อน และเริ่มที่จะละเลยในเรื่องของมารยาทที่ควรให้แกซึ่งกันและกัน พนักงานเริ่มใช้สายตาและท่าทางในการประเมินลูกค้า หัวหน้าเริ่มที่จะทำการกีดกันความเจริญก้าวหน้าของลูกน้อง หรือเพื่อนร่วมงาน พ่อค้าแม่ค้าใช้วาจาที่ไม่สุภาพกับลูกค้า เมื่อลูกค้าเรียกร้องในสิทธิของลูกค้า หรือสิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้องกับในเรื่องของมารยาททางสังคมไทยในปัจจุบันที่ต่างได้มีการกระจายข้อมูลข่าวสารบนสื่อ Online ทั้งใน Social network หรือใน Website ต่างๆ ทำให้เห็นได้ชัดว่า การที่เทคโนโลยีต่างๆได้พัฒนามากขึ้น แต่มารยาทของคนในสังคมกลับลดหายไป โดยมีคำว่าสิทธิของส่วนบุคคลเข้ามาแทนที่ ยิ่งทำให้เกิดความเสื่อมโทรมเพิ่มขึ้นในสังคมปัจจุบันนี้ จนทำให้ผมได้รู้สึกถึงความเสี่ยงของพนักงานภายในบริษัทที่อาจสร้างปัญหาในด้านมารยาทขึ้นในอนาคต หากไม่ได้ทำการอบรมและสร้างความเข้าใจตรงกันในเวลานี้ ซึ่งจะส่งผลเสียและทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้ และชื่อเสียงของบริษัทได้ จึงทำให้เกิดแนวคิดที่ต้องการรับรู้ว่าลูกค้าในปัจจุบันของบริษัทที่ได้ทำการค้าร่วมกันมา ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของมารยาทมากน้อยเพียงใด หากเกิดปัญหาในด้านนี้เกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจกลับมาทำการค้าร่วมกันอีกครั้งหรือไม่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการทำการค้าในอนาคตของทุกๆกิจการในท้องตลาด หากไม่ได้ทำการใส่ใจ

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็น ไม่ว่าจะผ่านทางบวกหรือทางลบ ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ ความเชื่อ ซึ่งจะขอกกล่าวถึง ความหมาย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ดังนี้

ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542, หน้า 775) ได้ให้ความหมายถึงความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

พฤติกรรม เกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์คือ ความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด หรือ ความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้คุณภาพในร่างกาย ซึ่งเมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่างๆดังกล่าวได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ (เศกสิทธิ์, 2544, หน้า 6)

อุทัย หิรัญโต (2523, หน้า 272 อ้างอิงใน นริษา นราศรี 2544, หน้า 28) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า “ความพึงใจเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกคนเกิดความสบายใจ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของเขา ทำให้เขาเกิดความสุข”

ธงชัย สันติวงษ์ (2533, หน้า 359) กล่าวว่า

1. ความพึงพอใจเป็นผลรวมของความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับระดับความชอบหรือไม่ชอบต่อสภาพต่างๆ
2. ความพึงพอใจเป็นผลของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่างๆ
3. ความพึงพอใจในการทำงานเป็นผลมาจากการปฏิบัติงานที่ดี และสำเร็จจนเกิดเป็นความภูมิใจ และได้ผลตอบแทนในรูปแบบต่างๆตามที่หวังไว้

กิลเมอร์ (Gilmer, 1966, p.80) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจในการทำงานเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตโดยทั่วไปที่ได้รับมา

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545, หน้า 7) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้น เป็นไปในทางบวกหรือลบ

สุพล (2540, หน้า 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นในลักษณะเชิงบวกของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการหรือ ได้รับสิ่งตอบแทนที่คาดหวังไว้

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540, หน้า 17) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป หรือสิ่งที่ไม่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใดๆนั้น

อรรถพร (2546, หน้า 29) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้นๆ โดยเกิดจากพื้นฐานรวมของการรับรู้ ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้นๆ สามารถที่จะตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นๆได้

สายจิตร (2546, หน้า 14) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวก และทางลบ แต่ถ้าเมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้

บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวก แต่ในทางตรงข้าม ถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกผิดหวังไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจนั้น บุญเรียง ขจรศิลป์ (2529) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า ทศนคติ หรือเจตคติเป็นนามธรรม เป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถที่จะวัดทศนคติได้โดยอ้อมโดยวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้น การวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นถ้าบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้น้อยมเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่วไป

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถที่จะทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามถึงความพึงพอใจในด้านต่างๆ
2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่แท้จริง
3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” เป็นการแสดงถึงความรู้สึกดีใจยินดีของเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการในส่วนที่ขาดหายไป ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยเหล่านั้นสามารถสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางกายและจิตใจได้อย่างเหมาะสม และเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่จะเลือกปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ

ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค

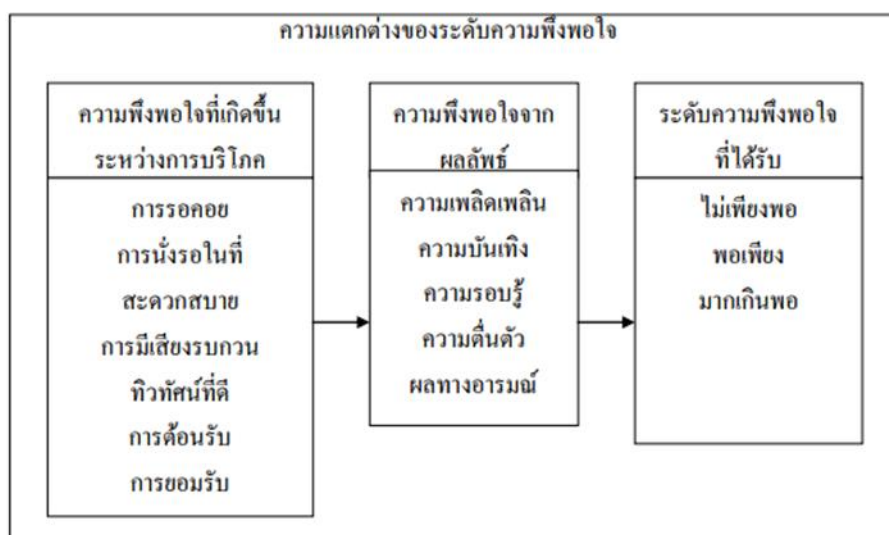
นักวิจัยการตลาดไม่ได้สนใจความหมายคำตามความหมายของพจนานุกรม แต่สนใจในแง่ของกระบวนการ เป็นการเน้นที่ประสบการณ์ของลูกค้า ดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการประเมินประสบการณ์ของลูกค้าอย่างน้อยที่สุดต้องดีเท่าที่สมควรจะเป็นโดยทั่วไป
2. ความพึงพอใจเป็นภาวะทางจิตวิทยา เป็นอารมณ์ที่แสดงถึงความคาดหวังซึ่งถูกเสริมโดยความรู้สึกของลูกค้าเกี่ยวกับประสบการณ์ในอดีต
3. ความพึงพอใจ เน้นการตอบสนองของลูกค้าต่อการประเมินหรือเปรียบเทียบความคาดหวังกับผลลัพธ์ ที่เกิดขึ้นจริงหลังจากบริโภค

ความพึงพอใจเป็นผลลัพธ์ขั้นสุดท้ายของกระบวนการทางจิตวิทยาความพึงพอใจในมุมมองหนึ่งมองว่าเป็นเหตุการณ์ซึ่งเป็นผลจากผู้รับบริการ

ผู้ใช้บริการอาจมีความพึงพอใจหรือไม่พอใจขึ้นกับระดับความพึงพอใจที่ได้รับปัจจุบัน ผู้ใช้บริการปรารถนาความพึงพอใจที่มากกว่าความพึงพอใจของตน หมายความว่าระดับความพึงพอใจในปัจจุบันอาจไม่ใช่ความพึงพอใจที่ต้องการ ความพึงพอใจมีระดับที่แตกต่างกันหลากหลาย

ภาพที่ 4.1 : แสดงแผนภาพความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ



ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นระหว่างการบริโภค เช่น การรอคอย การนั่งรอ การต้อนรับ การยอมรับ และการกระทำ เป็นต้น
ความพึงพอใจจากผลลัพธ์สุดท้าย เช่น ความเพลิดเพลิน ความบันเทิง ความรอบรู้ ตื่นตัว และผลทางอารมณ์มากเกินไป เป็นต้น
แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์, ฟิลลิป (2546, หน้า 24) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่จะสามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม คือ “4 P’s” ได้แก่ (Product) (Price) (Place) และ (Promotion)

Kotler (1999 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541, หน้า 124 – 125) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดทำให้ได้มาแล้ว ซึ่งการใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า แนวความคิดที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Problem/Need Recognition) ในขั้นตอนแรกนี้ผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการในสินค้าหรือการบริการซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้นเกิดขึ้นมาจากความจำเป็น (Needs) ซึ่งเกิดจาก
 - 1) สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เช่น ความรู้สึกหิวข้าว ทรายน้ำ เป็นต้น
 - 2) สิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) อาจเกิดจากการกระตุ้นของส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) เช่น เห็นขนมเค้กน่ากิน จึงรู้สึกหิว, เห็นโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์ - กิจกรรมส่งเสริมการตลาดจึงเกิดความรู้สึกอยากซื้อ อยากได้, เห็นเพื่อนมีรถใหม่แล้วอยากได้ เป็นต้น
2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ลำดับขั้นตอนต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค แบ่งเป็น
 - 1) แหล่งบุคคล (Personal Sources) เช่น การสอบถามจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จักที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ
 - 2) แหล่งทางการค้า (Commercial Sources) เช่น การหาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่างๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรจภัณฑ์
 - 3) แหล่งสาธารณชน (Public Sources) เช่น การสอบถามจากรายละเอียดของสินค้าหรือบริการจากสื่อมวลชน หรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
 - 4) แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources) เกิดจากการประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ มาก่อน
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ในขั้นตอนต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก โดยในการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่จะใช้ในการประเมิน เช่น ยี่ห้อ ราคา รูปแบบ บริการหลังการขาย ราคาขายต่อหน่วย เป็นต้น
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคก็จะเข้าสู่ในขั้นของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจในด้านต่างๆ ดังนี้
 - 1) ตราयीี่ห้อที่ซื้อ (Brand Decision)

- 2) ร้านค้าที่ซื้อ (Vendor Decision)
 - 3) ปริมาณที่ซื้อ (Quantity Decision)
 - 4) เวลาที่ซื้อ (Timing Decision)
 - 5) วิธีการในการชำระเงิน (Payment-method Decision)
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior) หลังจากที่ถูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้วนั้น นักการตลาดจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ถูกค้าทำการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริง กับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับจริง ตรงกับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ หรือบอกต่อ เป็นต้น แต่เมื่อใดก็ตามที่คุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าที่ได้คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พึงพอใจ พฤติกรรมที่ตามมาคือ ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่ง และมีการบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆ

ด้วยเหตุนี้ นักการตลาดจึงต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว โดยอาจจะทำผ่านการใช้แบบสำรวจความพึงพอใจ หรือจัดตั้งศูนย์รับข้อร้องเรียนของลูกค้า (Call Center) เป็นต้น

จากแนวคิดการตัดสินใจ สรุปลงได้ว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด โดยมีปัจจัย คือ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า สังคมและกลุ่มทางสังคม ทัศนคติของผู้บริโภค เวลาและโอกาส

แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

แนวความคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ จากการศึกษาของ Parasuraman และคณะ พบว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับ เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) กับ “บริการที่รับรู้” (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง ในการประเมินคุณภาพของการบริการดังกล่าวนี้ ลูกค้ามักจะพิจารณาจากเกณฑ์ที่เขาคิดว่ามีความสำคัญ 10 ประการดังต่อไปนี้ (ธีรภิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา, 2547, หน้า 183-186)

- 1) Reliability (ความไว้วางใจ) ความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญากับลูกค้าไว้ได้อย่างถูกต้อง โดยที่มิต้องมีผู้ช่วยเหลือ
- 2) Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานและวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ

- 3) Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า) ความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็วและยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า
 - 4) Credibility (ความน่าเชื่อถือ) ความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ของผู้ให้บริการ
 - 5) Security (ความมั่นคงปลอดภัย) ปราศจากอันตรายความเสี่ยงและความลั้งเลงสงสัย
 - 6) Access (ความสะดวก) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย
 - 7) Communication (การสื่อสาร) การรับฟังลูกค้าและให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้
 - 8) Understanding the Customer (ความเข้าใจลูกค้า) พยายามที่จะทำความเข้าใจและเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า
 - 9) Competence (ความสามารถ) ความรู้และทักษะที่จำเป็นของพนักงาน ในการให้บริการลูกค้า
 - 10) Courtesy (ความสุภาพและความเป็นมิตร) คุณลักษณะของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าในการแสดงออกถึงความสุภาพ เป็นมิตร เกรงใจ และให้เกียรติลูกค้า
- ในการวิจัยครั้งต่อมาคณะผู้วิจัยทั้ง 3 คนดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีระดับของความสัมพันธ์ (Degree of Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรดังกล่าวค่อนข้างสูง จึงปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการใหม่ให้เหลือเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมด รวม 5 ประการ ดังต่อไปนี้
1. Reliability (ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ) ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง แม่นยำ (Accurate Performance) การให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า และบริการที่ให้ทุกครั้ง มีความสม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้ารู้สึกที่น่าเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ สามารถให้ความไว้วางใจได้ (Dependable)
 2. Assurance (ความมั่นใจ) ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security)
 3. Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ
 4. Empathy (ความใส่ใจ) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ (Good Communication) ความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding)
 5. Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า) ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness)

Spechler (1988) คุณภาพการให้บริการเป็นที่ทราบกันดีว่า การที่จะทำให้คุณภาพการบริการ ประสบผลสำเร็จ เป็นที่พอใจของลูกค้า นั้นไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการที่คิดว่าดีที่สุดเพียงวิธีเดียวเท่านั้น และวิธีการที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง ในที่แห่งหนึ่ง ก็ไม่สามารถรับประกันว่าจะได้ผลกับที่อื่นด้วย เสมอไป ทั้ง ๆ ที่เป็นสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกัน สิ่งสำคัญที่จะเสนอในที่นี้คือรูปแบบที่มี ประสิทธิภาพของคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นหลักการทั่วไป ที่ได้รับการยอมรับว่าได้ผลดี ถึงแม้ว่าเป็น หลักการเดียวกันก็ตาม แต่การนำไปประยุกต์ใช้ก็อาจมีความแตกต่างกันได้ ในการผลิตก็เช่นเดียวกัน คือ ไม่มีกระบวนการสองกระบวนการที่เหมือนกันเลย ในแต่ละบริษัทก็จะมีกระบวนการหรือ ระบบงานที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วแต่ละกระบวนการ จะมีลักษณะเฉพาะตัวที่จะเป็นกุญแจไปสู่ ความสำเร็จ ผู้บริหารจะต้องค้นหาปัจจัยสำคัญให้พบ และทำการปรับปรุงระบบงานหรือกระบวนการ ที่เกี่ยวข้อง และสร้างให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าภายในและ ภายนอก โดยมีปัจจัยสำคัญสองประการที่จะต้องตระหนัก อยู่เสมอ นั่นคือ การเพิ่มผลผลิต (Productivity) และคุณภาพ (Quality) จาก Service Quality Effectiveness Model จะพบว่าเน้น ถึงความสำเร็จของกระบวนการไปสู่ความเป็นเลิศของคุณภาพการบริการโดยรูปแบบจะกำหนด แนวทางและทิศทางของความสำเร็จของงานบริการ ซึ่งมีปัจจัยสำคัญ 7 ประการ คือ

1. การทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจ (Customer Satisfaction and Beyond)
2. การประกันคุณภาพ (Quality Assurance)
3. วิธีการ ระบบ และเทคโนโลยี (Methods, System and Technology)
4. การตระหนักถึงคุณภาพ (Quality Awareness)
5. การฝึกอบรม (Training)
6. การมีส่วนร่วม (Involvement)
7. การเป็นที่รู้จัก การยอมรับนับถือ (Recognition)

คุณภาพ คือ สิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาจึงทำให้สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการเกิดจากการรับรู้ คุณภาพการให้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการนั้นๆ แล้ว จะเกิด ความรู้สึกด้านบวกหรือลบขึ้นมาโดยจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งความรู้สึก ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้านที่สำคัญ ดังนี้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่น ด้านสิ่งที่สามารถ จับต้องได้ ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยจะมีส่วนสำคัญในการทำงานของพนักงานเป็น อย่างมาก เนื่องจากเป็นงานด้านการให้บริการ ซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงเป็นอย่างมาก จะ เห็นได้ชัดว่าสถาบันด้านบริการ ร้านค้าต่างๆ และธนาคารต่างให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ลูกค้าเป็นอย่างมากเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นร้านค้าต่างๆ และธนาคารจะต้องพัฒนาปรับปรุงระบบการ ให้บริการให้ที่อยู่ในเกณฑ์ระดับมาตรฐาน และทันสมัยอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นด้านระบบงานต่างๆ

เทคโนโลยีที่ทันสมัย สถานที่ที่รับรองลูกค้า เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตลอดจนมารยาทการปฏิบัติงานของพนักงานที่ต้องปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างมีมารยาท และเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สร้างความเชื่อถือ และความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าจนกระทั่งสามารถเข้าถึงความพึงพอใจของลูกค้า ตอบสนองความต้องการ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าให้ได้มากที่สุด ลูกค้าก็จะเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้งจนไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการกับร้านค้าอื่น

บทสรุปจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 ท่าน

บทสรุปจากที่ได้ทำการสัมภาษณ์จากกลุ่มลูกค้าตัวอย่างทั้ง 10 ท่าน ทำให้ได้คำตอบที่ให้ความสำคัญกับมารยาททั้งสิ้นเป็นจำนวน 8 ท่าน และ 2 ท่านที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องมารยาทมาก ดังนั้น จากทฤษฎีต่างๆที่ได้ยกมาทำให้สามารถที่จะสรุปได้ว่า การใช้กิริยาท่าทางมารยาทที่ดีนั้นมีความสำคัญในการที่จะทำให้อลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และทำให้อลูกค้ากลับมาทำการค้าใหม่อีกครั้งในอนาคต และเกิดความรู้สึกด้านบวกที่มีต่อบริษัทเหล็กสยามอินเตอร์เวิร์ค จำกัด

โดยทางบริษัทเหล็กสยามอินเตอร์เวิร์ค จำกัด ได้นำของสรุปจากการสัมภาษณ์ลูกค้าทั้ง 10 ท่านที่แสดงความเห็นต่างๆ ทั้ง ในด้านการให้บริการที่ดีอยู่แล้วอยากให้ดีขึ้น หรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำป้ายบอกทางให้ชัดเจนตรงจุดปากซอย รวมไปถึงเรื่องของ การติดต่อสื่อสารบน Social Network ที่ต้องการให้มีความทันสมัย โดยการอยากให้มีบน Line, Facebook เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อในสถานที่ต่างๆ ทำการได้มีการเลือกใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ และความแตกต่าง ซึ่งจากนักวิชาการทั้ง 2 ทฤษฎีได้กล่าวมาข้างต้นนั้นทำให้ได้รับทราบถึงความจำเป็นของความพึงพอใจจากลูกค้าที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการใหม่ รวมไปถึงจนกระทั่งในเรื่องของมารยาท ถึงแม้ว่าจะดูเป็นเรื่องปกติสามัญที่หลายๆกิจการได้กล่าวว่ามี การพูดจากับลูกค้าตลอด แต่ในเรื่องของมารยาท หรือน้ำเสียงกิริยาท่าทางที่แสดงออกแล้วมีผลต่อการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งลูกค้าเมื่อเกิดความประทับใจจากการบริการ และมารยาทที่ดีของทางร้านค้าหรือบริษัท เมื่อจะมีการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ลูกค้าและผู้บริโภคก็จะนำร้านและบริษัทที่พวกเขาได้สัมผัสถึงความประทับใจและพึงพอใจในทางบวกมาพิจารณาเป็นอันดับต้นๆ และมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากมีการบริการและการใช้มารยาทที่ทำให้ลูกค้าและผู้บริโภคเกิดความรู้สึกในทางลบ ร้านค้าเหล่านั้นก็จะถูกจัดอันดับในใจของผู้บริโภคเป็นอันดับท้ายๆ หรือเกิดการนำไปพูดไปในทางลบในหมู่ผู้บริโภคด้วยกัน ยิ่งจะเป็นการสร้างชื่อเสียงทางลบต่อบริษัทเป็นอย่างยิ่ง จนกระทั่งทำให้ลูกค้าต่างเลือกที่จะไปรับบริการจากร้านอื่นๆแทน ซึ่งทำให้ร้านค้าหรือบริษัทเหล่านั้นเกิดผลเสียเป็นอย่างมาก และการฟื้นตัวของด้านชื่อเสียงจะยิ่งทำได้ยากมากขึ้นไปด้วย ดังนั้น ทำให้สรุปได้ว่าเรื่องมารยาทในการแสดงออกมาต่อลูกค้า และผู้บริโภคนั้นมีความสำคัญเป็นอย่าง

ยิ่งในการที่จะจูงใจลูกค้าให้กลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง และจนเกิดเป็นครั้งต่อไปในอนาคต หรือเป็นการจูงใจกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่เข้าได้สำเร็จในอนาคต และเมื่อมีการใช้ในเรื่องมารยาทในการสร้างความประทับใจแก่กลุ่มลูกค้า จึงเป็นทางเลือกที่ทางบริษัทสามารถที่จะทำได้ง่าย และไม่ต้องสูญเสียในด้านต้นทุนเพิ่ม เพียงแค่เพิ่มการใส่ใจและการอบรมเรื่องของมารยาทให้แก่พนักงานภายในบริษัท และเพิ่มความระมัดระวังในการแสดงออก เพื่อที่สามารถที่จะสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าทุกๆท่านที่เข้ามาติดต่อกับบริษัท จนสามารถจูงใจให้กลับมาทำการซื้อขายอีกครั้ง

ที่สำคัญทางบริษัทได้ให้ความสำคัญกับทฤษฎีการสร้างความแตกต่าง ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ทำให้การซื้อของของบริษัทได้มีความแตกต่างกับร้านค้าในพื้นที่เล็กน้อย ซึ่งจะเป็นการใช้วิธีการตกลงราคาก่อนการทำการขนย้ายลง ทำให้ลูกค้าหลายรายต่างพูดไปทางเสียงเดียวกันว่าดีกว่าที่จะต้องลงของก่อนแล้วค่อยคุยราคา และแตกต่างจากร้านอื่นเป็นอย่างมาก และส่งผลให้ทางลูกค้าต่างเกิดความรู้สึกไปในทางบวกกับทางบริษัทเป็นอย่างมาก เพราะมีการกล่าวแนะนำแก่กลุ่มลูกค้ากลุ่มอื่นให้มาทำการซื้อขายเพิ่มขึ้น และทำให้ลูกค้าเหล่านั้นสามารถมีสิทธิที่เลือกทำการซื้อขายก่อนได้ หากราคาเป็นที่ยอมรับ และอีกเรื่องที่แตกต่างกันจากรายอื่นๆ จะเป็นในเรื่องของความชัดเจนในการรับซื้อเศษเหล็ก เพราะทางบริษัทมีการทำการแปะป้ายราคาและการจำกัดความหนาและความยาวกับราคาที่แตกต่างกัน มีการพูดคุยให้ความเข้าใจในเรื่องของการให้ราคาอย่างชัดเจนและตรงไปตรงมา ทั้งนี้จากที่ผ่านมามีลูกค้าบางกลุ่มที่ต้องการความชัดเจนในเรื่องของการให้ราคาว่าเหล็กแบบไหนความได้ราคาแบบไหน จึงทำให้ทางบริษัทได้ให้ความสำคัญในเรื่องของข้อมูลการซื้อเศษเหล็กเป็นอย่างมาก เนื่องจากหากมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาดหรือไม่ชัดเจน อาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจไม่พึงพอใจกับการให้ราคาจนไปติดต่อซื้อขายกับร้านอื่นแทน ซึ่งจะส่งผลเสียแก่ทางบริษัทเป็นอย่างมาก และอาจจะทำให้เป็นผลเสียในระยะยาวได้หากไม่ทำให้ชัดเจนไปเสียแต่แรก จึงทำให้มีการปรับและออกประกาศข้อมูลบนป้ายราคาแต่แรก และทำให้ลูกค้าสามารถที่จะเข้าใจในเรื่องของการให้ราคา และเป็นการสร้างความแตกต่างกับคู่แข่งทางร้านอื่นๆที่ยังคงใช้วิธีเก่า นั่นคือการพูด ซึ่งการพูดแบบวิธีการเก่านั้น อาจเป็นวิธีการง่ายแต่ในความเป็นจริง อาจทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติในทางลบได้อย่างเจียบๆ ซึ่งลูกค้าเหล่านั้นอาจคิดไปว่าทางร้านต้องการหาเรื่องทำการตัดราคาสินค้าของพวกเขาก็เป็นได้ ดังนั้นแทนที่จะเสี่ยงกับการสร้างความไม่พึงพอใจแบบเจียบๆให้แก่ลูกค้า จึงทำการเขียนข้อมูลข่าวสารการให้ราคาบนป้ายราคาเพื่อให้นักค้าเกิดความเข้าใจก่อนทำการซื้อขาย และสามารถที่จะให้ความชัดเจนในเรื่องการให้ข้อมูลการรับซื้อ และการให้ราคาแต่ต้น จะเป็นการสร้างความแตกต่าง ความประทับใจ และความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าให้เกิดความรู้สึกอย่างกลับมาทำการค้าขายอีกครั้ง และหลายๆครั้งในอนาคตได้

และที่สำคัญทางบริษัทได้เลือกใช้แนวความคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการจากการศึกษาของ Parasuraman และคณะ ที่ได้พูด

เกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่จับต้องไม่ได้ และสามารถที่จะรับรู้ได้ถึง “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) กับ “บริการที่รับรู้” (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้ว ซึ่งจะเป็นจุดที่สำคัญในการให้ความสำคัญกับการบริการของธุรกิจที่สำคัญอย่างแท้จริง

ตารางที่ 4.1 : ตารางประเภทของกลยุทธ์ และแผนการปฏิบัติ

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์
ชื่อกลยุทธ์ 1	ขายเศษเหล็กรีดหลอมใหม่
วัตถุประสงค์	เพื่อการขยายตลาดสินค้าชนิดรีดหลอมใหม่ เพื่อเพิ่มยอดขายมากกว่าปีที่แล้ว 5%
งบประมาณ	9 ล้านบาท
การดำเนินงานของกลยุทธ์	ติดต่อบริษัทรับซื้อเศษเหล็กจากทางประเทศฮ่องกง แล้วนำเข้ามาจากทางเรือ
แผนการปฏิบัติ	ตลอดปี
ชื่อกลยุทธ์ 2	รับ Order สินค้าเป็นรายเดือน หรือเป็นรอบๆ
วัตถุประสงค์	เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้มีตลอดเดือน เพื่อสามารถคาดการณ์ความต้องการสินค้าจากตลาดโรงรีด เพื่อเป็นการกระจายชื่อเสียงจากโรงรีดในเขตพื้นที่ระเทศชุมพร และสมุทรสาคร
งบประมาณ	4 ล้านบาท
การดำเนินงานของกลยุทธ์	จะเป็นการเปิดรับ order จากลูกค้าที่เป็นโรงรีดเหล็กเส้น และทำการตกลงราคาเป็นรายเดือนไป เพื่อที่จะให้บริษัทโรงรีดเหล่านี้ได้มีเศษเหล็กเส้นเป็นปริมาณที่เพียงพอต่อการใช้ทุกเดือน และทางบริษัทจะสามารถที่จะคาดการณ์การนำเข้าได้อย่างสะดวกและมีราคาที่ถูกลง
แผนการปฏิบัติ	ทุกๆต้นเดือน

แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ

ตารางที่ 4.2 : ตารางแสดงแหล่งเงินทุน

ประเภทของแหล่งเงินทุน	การวิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสีย
กลยุทธ์แหล่งเงินทุนภายใน	<p>จากการนำเงินกำไรจากการขายที่แล้วมาลงทุนในนำเข้าเศษเหล็กกรีต</p> <p>ข้อดีคือ สามารถที่จะมีเงินในการลงทุนที่เริ่มต้นได้เลยในจำนวนที่เพียงพอในระยะเวลา 6 เดือน</p> <p>ข้อเสียคือ เงินลงทุนการขายบริษัทจะมีเงินทุนที่ลดลงในปี นี้ และทำให้เงินทุนการรับซื้อเศษเหล็กยังไม่ได้เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา</p>
กลยุทธ์แหล่งเงินทุนภายนอก	<p>ข้อดีจากแหล่งเงินทุนภายนอกคือ สามารถที่จะนำเงินทุนในส่วนนี้มาเพิ่มยอดการสั่งซื้อเมื่อ 6 เดือนหลังจากการใช้เงินทุนจากภายในได้ ทำให้สามารถที่จะสร้างรายได้ในระยะยาว และรวมไปถึงการสั่งซื้อที่เป็นจำนวนมากกว่าจากแหล่งเงินทุนภายใน</p> <p>ข้อเสียคือ การที่จะทำการลงทุนเป็นจำนวนมากจากการหาแหล่งเงินทุนภายนอกนั้นทำให้ทางบริษัทมีต้นทุนจากการเสียดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมการแลกเปลี่ยนเงินตรานั้นเพิ่มมากขึ้น เป็นรายจ่ายที่สูงในระยะเวลา 1 ปี</p>

ตารางที่ 4.3 : ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ผลตอบแทน

ระยะเวลาในการคืนทุน	4.5 ปี หลังจากการลงทุน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV	15,217,085.90 บาท
อัตราผลตอบแทนภายใน IRR	23%

สรุป NPV IRR

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV มีค่าเท่ากับ 15,217,085.90 บาท ซึ่งจากจำนวนมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นเงินที่มีแนวโน้มในการเพิ่มขึ้นอีกหากเมื่อจะมีการลงทุนในด้านที่เกี่ยวกับเหล็กเส้นลอมรีดใหม่มาเพิ่มเข้ามา จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเพิ่มขึ้นไปอีก และทำให้ระยะเวลาในการคืนทุนมีการลดระยะเวลาลงไปอีกทำให้เหลือน้อยกว่า 4.5 ปี หลังการลงทุน

อัตราผลตอบแทนภายใน มีค่าเท่ากับ 23% จากการที่ได้คำนวณค่าอัตราผลตอบแทนภายใน ทำให้เห็นได้ชัดว่าการลงทุนธุรกิจของบริษัทเหล็กสยามอินเตอร์เวิร์คจำกัด มีตอบแทนในอยู่ใน 23% ซึ่งถือว่ามีการตอบแทนที่อยู่ในเกณฑ์ที่น่าลงทุนอยู่แล้ว หากมีการลงทุนในด้านที่เกี่ยวกับเหล็กเส้นเพิ่มขึ้น เชื่อว่าผลตอบแทนภายในจะมีค่าที่สูงขึ้น และทำให้เกิดเป็นการลงทุนที่คุ้มค่ามาก

ภาพที่ 4.2 : ภาพแสดงกระแสเงินสดรับตลอดโครงการ

กระแสเงินสดตลอดโครงการ			
ปี / กระแสเงินสด			
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ ต้นลงทุน	-	10,500,000.00	
1 กระแสเงินสดรับ		5,086,400.00	
2 กระแสเงินสดรับ		2,109,660.00	
3 กระแสเงินสดรับ		2,159,696.00	
4 กระแสเงินสดรับ		2,110,128.00	
5 กระแสเงินสดรับ*		2,077,605.20	
6 กระแสเงินสดรับ*		2,425,405.20	
7 กระแสเงินสดรับ*		2,425,405.20	
8 กระแสเงินสดรับ*		2,425,405.20	
9 กระแสเงินสดรับ*		2,425,405.20	
10 กระแสเงินสดรับ*		2,225,405.20	*** ค่าที่คิดและคิดจนกว่าที่เพิ่ม 10%
11 กระแสเงินสดรับ*		2,665,745.52	
12 กระแสเงินสดรับ*		2,665,745.52	
15 กระแสเงินสดรับ*		2,665,745.52	
14 กระแสเงินสดรับ*		2,665,745.52	
15 กระแสเงินสดรับ*		2,665,745.52	
16 กระแสเงินสดรับ*		2,665,745.52	
17 กระแสเงินสดรับ*		2,665,745.52	
18 กระแสเงินสดรับ*		2,665,745.52	
19 กระแสเงินสดรับ*		2,665,745.52	
20 กระแสเงินสดรับ*		10,165,745.52	**มูลค่าที่คิดคืนโดยมีมูลค่าเพิ่ม 50%
			7,500,000
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ		B25,717,085.90	
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	-	10,500,000.00	
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)		B15,217,085.90	
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)		25.0%	

ภาพที่ 4.3 : ภาพแสดง Ratio ของโครงการ

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน					
อัตราส่วนทางการเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	4.10	7.57	10.86	14.24	17.74
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราการลงทุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	4.56	4.58	4.85	5.15	5.49
อัตราการลงทุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	1.17	0.99	0.89	0.82	0.75
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราส่วนหนี้ต่อทุน (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.06	0.05	0.04	0.04	0.03
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
การวัดความสามารถในการทำกำไร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.14	0.11	0.10	0.09	0.08
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.14	0.12	0.10	0.09	0.08
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	0.17	0.16	0.16	0.15	0.15
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	0.12	0.11	0.11	0.11	0.11
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	฿15,217,085.90				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	23.00%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	4.507				

วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนสภาพคล่องของกิจการในปีแรกนั้นจะเห็นได้ว่ามีสภาพคล่องที่สูง แต่เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินสดในการหมุนเวียนหน้าร้านมาก จึงทำให้การที่มีสภาพคล่องสูงเช่นนี้ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สูงในธุรกิจรับซื้อเศษเหล็ก แต่ในปีที่ 3 เป็นต้นไปถือว่าจะมีสภาพคล่องที่สูงมาก จึงทำให้มองเห็นว่าจะมีการลงทุนในด้านเหล็กเส้นรีดเพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลานั้น

การวัดความสามารถในการชำระหนี้ จะเห็นได้ว่ากิจการมีสภาพทางการเงินที่แข็งแกร่งในระดับหนึ่ง จึงไม่มีปัญหาในด้านนี้ในเวลานี้ และในอนาคตอาจมีการลงทุนในการนำเข้าเหล็กเส้นรีดมา ซึ่งในตอนนั้นอาจมีการกู้ยืมเงินเพื่อการหมุนเวียน และทำให้มองว่าความสามารถในการชำระหนี้ของทางบริษัทยังอยู่ในเกณฑ์ที่รับไหว

การวัดความสามารถในการทำกำไร จากที่ตารางให้มาจะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปีที่ 2 ขึ้นไป ตรง ส่วนของ ROA และ ROE นั้นจะลดลงเรื่อยในแต่ละปี เนื่องจากการที่มีค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่เท่าเดิม แต่รายได้ลดลง จึงส่งผลให้กำไรที่ได้จากการดำเนินงานลดลงไปด้วย และที่สำคัญคือ การที่ยอดขายลดลง แต่ไม่สามารถที่จะลดตรงต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายได้ จึงทำให้ส่งผลกระทบให้กับกำไรที่ต้องลดลงตามไปด้วย แต่หากมีการเริ่มนำขายเหล็กเส้นรีดเข้ามาจะทำให้ตรงส่วนนี้จะค่อยๆดีขึ้นในอนาคต และทำให้อัตรากำไรสุทธิจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นน้อยกว่ากำไรที่เพิ่มขึ้นมากกว่า จึงทำให้อรรถกิจเกี่ยวกับการนำเข้าเหล็กเส้นรีดด้านนี้น่าลงทุน



งบประมาณ

งบกระแสเงินสด ปี 2556

ภาพที่ 4.4 : ภาพแสดงงบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	1,757,980.00	1,601,656.00	1,575,784.00	1,547,324.80	1,516,019.68
บวก ค่าเสื่อมราคา	175,000.00	175,000.00	175,000.00	175,000.00	175,000.00
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	400,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	753,420.00	- 66,996.00	- 11,088.00	- 12,196.80	- 13,416.48
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	3,056,400.00	2,109,660.00	2,139,696.00	2,110,128.00	2,077,603.20
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
ค่าที่ดิน+ค่าปรับปรุงที่ดิน	- 5,000,000.00	-	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	- 300,000.00	-	-	-	-
อาคารสำนักงาน	- 1,200,000.00	-	-	-	-
ค่าเครื่องจักร	- 2,000,000.00	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียน	- 1,000,000.00	-	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	- 1,000,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	- 10,500,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน					
เงินกู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
หัก ค่าระเหย	-	-	-	-	-
ทุนหุ้นสามัญ	10,500,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน	10,500,000.00	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	3,056,400.00	2,109,660.00	2,139,696.00	2,110,128.00	2,077,603.20
บวก เงินสดต้นงวด	-	3,056,400.00	5,196,060.00	7,335,756.00	9,445,884.00
เงินสดปลายงวด	3,056,400.00	5,196,060.00	7,335,756.00	9,445,884.00	11,523,487.20

งบกำไรขาดทุน ปี 2556

ภาพที่ 4.5 : ภาพแสดงงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	15,177,600.00	14,418,720.00	14,418,720.00	14,418,720.00	14,418,720.00
หัก ต้นทุนคัมแปร	11,383,200.00	10,814,040.00	10,814,040.00	10,814,040.00	10,814,040.00
กำไรส่วนเกิน	3,794,400.00	3,604,680.00	3,604,680.00	3,604,680.00	3,604,680.00
หัก ต้นทุนคงที่	1,283,000.00	1,316,600.00	1,353,560.00	1,394,216.00	1,438,937.60
กำไรก่อนการดำเนินงาน	2,511,400.00	2,288,080.00	2,251,120.00	2,210,464.00	2,165,742.40
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	2,511,400.00	2,288,080.00	2,251,120.00	2,210,464.00	2,165,742.40
หัก ภาษี 30%	753,420.00	686,424.00	675,336.00	663,139.20	649,722.72
กำไรสุทธิ	1,757,980.00	1,601,656.00	1,575,784.00	1,547,324.80	1,516,019.68
กำไรสะสม ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
ยกยอดไปงบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	1,757,980.00	3,359,636.00	4,935,420.00	6,482,744.80
บวก กำไรสุทธิ	1,757,980.00	1,601,656.00	1,575,784.00	1,547,324.80	1,516,019.68
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-
กำไรสะสมปลายงวด	1,757,980.00	3,359,636.00	4,935,420.00	6,482,744.80	7,998,764.48
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด					
ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
ภาษีเงินได้	753,420.00	686,424.00	675,336.00	663,139.20	649,722.72
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	753,420.00	- 66,996.00	- 11,088.00	- 12,196.80	- 13,416.48

งบดุล ปี 2556

ภาพที่ 4.6 : ภาพแสดงงบดุล

งบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	3,086,400.00	5,196,060.00	7,335,756.00	9,445,884.00	11,523,487.20
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,086,400.00	5,196,060.00	7,335,756.00	9,445,884.00	11,523,487.20
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	3,325,000.00	3,150,000.00	2,975,000.00	2,800,000.00	2,625,000.00
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ	1,600,000.00	1,200,000.00	800,000.00	400,000.00	-
ที่ดิน	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
รวมสินทรัพย์	13,011,400.00	14,546,060.00	16,110,756.00	17,645,884.00	19,148,487.20
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	753,420.00	686,424.00	675,336.00	663,139.20	649,722.72
เงินกู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	10,500,000.00	10,500,000.00	10,500,000.00	10,500,000.00	10,500,000.00
กำไรสะสม	1,757,980.00	3,359,636.00	4,935,420.00	6,482,744.80	7,998,764.48
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	13,011,400.00	14,546,060.00	16,110,756.00	17,645,884.00	19,148,487.20
	-	-	-	-	-

แผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต (ย่อ)

- รูปแบบการขยายธุรกิจ

ในอนาคตภายใน 2 ปี จะทำการวางแผนการขยายพื้นที่ของกิจการ จากเดิมมีพื้นที่ 2 ไร่ จะเพิ่มเป็น 6 ไร่ ซึ่งจะทำให้การแบ่งเขตการวางสินค้าทั้งหมดออกให้อย่างชัดเจน และสามารถที่จะใช้พื้นที่เหล่านี้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด ซึ่งพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นอีก 4 ไร่ นั้น จะทำเป็นพื้นที่วางสินค้าประเภทเหล็กเส้นลอมรีดใหม่หมด ซึ่งจะแบ่งขนาด และจำนวนให้ออกมาให้สามารถรองรับเพียงพอต่อความต้องการของตลาดในอนาคตอีก 5 ปีข้างหน้าที่จะมีอัตราแนวโน้มการเติบโตของตลาดเศษเหล็ก และความต้องการใช้เหล็กเส้นของภายในประเทศที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการอย่างเพียงพอ จึงทำให้ทางบริษัทต้องการที่จะขยายพื้นที่ของบริษัทก่อนเป็นอันดับแรกสุด และในอนาคตจะพิจารณาในด้านการขยายสาขาต่อไป เพื่อเพิ่มร้านค้าใหม่ให้สามารถครอบคลุมพื้นที่ของจังหวัดใกล้เคียง เพื่อที่จะเพิ่มช่องทางการขายในจังหวัดอื่นๆ
- โอกาส และอุปสรรคของการขยายธุรกิจ

จากปีที่ผ่านมาในอุตสาหกรรมเหล็กมีการขยายอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะประสบปัญหาทางการเมืองและทางเศรษฐกิจก็ตามแต่ แต่ความต้องการใช้เหล็กภายในประเทศยังคงมีการเติบโตขึ้นทุกๆปี และภายในประเทศนั้นมีการผลิตเหล็กออกมาได้อย่างจำกัดจึงต้องมีการนำเข้าเหล็กสำเร็จรูปจากต่างประเทศเพื่อสนองความต้องการ แต่ปรากฏว่ายังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการการใช้เหล็กของคนภายในประเทศที่ตกเฉลี่ยคนละ 274 กิโลกรัม จึงทำให้มองถึงโอกาสในความต้องการการใช้เศษเหล็กที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย รวมไปถึงการใช้เศษเหล็กเส้นยาวที่สามารถนำไปรีดใหม่ได้ จึงทำให้ทางบริษัทได้นำสินค้าชนิดนี้มาขายเพิ่มเป็นแห่งแรกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร และเมื่อได้ทำการสอบถามถึงโรงรีดต่างๆ จึงได้ข้อมูลที่แน่ชัดว่ามีความต้องการเหล็กชนิดนี้เป็นจำนวนมากในแต่ละเดือน และต้องการที่เป็นเหล็กชนิดเต็มที่มีคุณภาพ ยิ่งทำให้บริษัทเห็นถึงโอกาสต่างๆในการขยายธุรกิจ
- แผนการใช้ทรัพยากร

จากเดิมที่มีการใช้ทรัพยากรต่างๆภายในบริษัทอย่างรอบคอบแล้ว และมีการควบคุมคุณภาพสินค้าที่ซื้อไปจนถึงการผลิตต่างๆ ทำให้เห็นชัดว่าเครื่องจักรภายในบริษัทนี้มีความพร้อมเป็นอย่างมาก แต่ไม่สามารถที่จะทำการผลิตได้ทุกวัน เนื่องจากปริมาณของสินค้าที่ซื้อเข้ามานั้นยังมีจำนวนที่จำกัดไม่สามารถที่จะให้เครื่องจักรที่มีอยู่ทำการผลิตได้อย่างเต็มที่ และคนงานที่มีอยู่จะมีการหมุนเวียนการลาออก และเข้าใหม่ ทำให้ต้องเสียเวลาในการฝึกสอนเป็นอย่างมาก คุณภาพงานที่ออกมายังไม่แน่นอนทั้งในเรื่องการปริมาณและความชำนาญ ทำให้ทางบริษัทได้ทำการปรับแผนการให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆให้ดีขึ้น เพื่อเป็นการรั้งคนงานเก่าที่มีความชำนาญไว้

ด้านข้อมูลการสัมภาษณ์ที่ได้มาจะมีการนำข้อมูลต่างๆที่ได้มาเพื่อทำการปรับปรุงการบริการต่างๆที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้น และสิ่งที่ขาดก็จะมีการนำเข้ามาเพิ่มเพื่อสนองความสะดวกรให้แก่ลูกค้าที่มีอยู่ และที่จะมีในอนาคตทั้งด้านป้ายบอกทาง เครื่องมือต่างๆ และรวมไปถึงการรับซื้อสินค้าชนิดใหม่ หลังจากที่ได้มีการสัมภาษณ์ และลูกค้าบางรายได้ทำการสอบถามถึง



สรุปภาพรวมของแผนธุรกิจ

จากข้อมูลต่างๆ และหลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูลต่างๆที่ได้รับมา ทำให้ผู้จัดทำได้มองเห็นว่าในเวลาี่ สภาพตลาดของธุรกิจเศษเหล็กปี 2556 นี้มีโอกาสที่จะทำกำไรได้ในเวลานี้ แต่ยังไม่เหมาะสมที่จะทำการลงทุนในการทำธุรกิจนำเข้าเหล็กเส้นรีดมา เนื่องจากความไม่พร้อมในด้านเงินทุนที่จะเพียงพอต่อการหมุนเวียนในการบริหารหากมีการนำเข้ามาแล้ว รวมไปถึงด้านการบริการต่างๆที่ให้แก่ลูกค้า หลังจากที่ได้มีการสัมภาษณ์สอบถามข้อมูลต่างๆเพิ่มเติม ทำให้ทราบถึงปัญหาต่างๆที่ลูกค้าได้ประสบเจอ ทั้งด้านของป้ายบอกทาง ทั้งการติดต่อบนสื่อทาง Online ต่างๆที่ใช้กันในสังคมยุคใหม่ ทำให้ได้มีการนำเข้ามาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสังคม และความต้องการต่างๆของลูกค้า อีกทั้งจากการที่คาดการณ์สภาพเศรษฐกิจของปี 2557 ทำให้มองเห็นว่าเป็นช่วงเวลาที่สามารถทำการนำเข้าเหล็กเส้นรีด เนื่องจากว่าตลาดมีความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นมากกว่าเดิม เป็น 3.1% และมีโอกาสที่จะเพิ่มขึ้นอีก 3.3% ในปี 2558 ดังนั้นจึงเป็นโอกาสดีในการที่จะนำเข้าเหล็กเส้นรีด และทำการเจาะตลาดเหล็กรีด รวมทั้งในปี 2557 ก็จะสามารถที่จะมีผลกำไรเพียงพอในการหมุนเวียนเงินทุน และมีกำลังทรัพย์ที่เพียงพอในการแข่งขัน ลดความเสี่ยงจากการกู้ยืมเงินลงทุนกับแหล่งเงินทุนในธนาคาร และอีกทั้งยังสามารถที่จะทำการหาแหล่งซื้อเศษเหล็ก และเหล็กเส้นรีดในต่างประเทศที่มีต้นทุนที่ถูกกว่าภายในประเทศ แต่อุปสรรคที่พอเจอในเวลานี้นอกจากจะเป็นในเรื่องของคู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาแล้ว ยังมีในด้านการพัฒนาขึ้นของคู่แข่งรายเก่า อีกทั้งยังมีปัญหาด้านการเมืองที่ในเวลานี้ยังไม่มีควมสงบเรียบร้อยอย่างแท้จริง ซึ่งหากยังมีความไม่ชัดเจนในด้านการส่งเสริมจากภาครัฐในเวลานี้ จึงทำให้การที่จะชะลอการเจาะตลาดเหล็กรีดในปี 2556 ไว้ก่อน และควรที่จะรอให้มีความชัดเจนในด้านภาครัฐ และเศรษฐกิจช่วงปลายปีนี้ แล้วค่อยทำการเจาะตลาดในปี 2557 จะมีความปลอดภัยและสามารถลดความเสี่ยงจากการลงทุนที่มากกว่า อีกทั้งยังสามารถที่มีเงินทุนที่เพียงพอต่อการหมุนเวียนเงินภายในบริษัท

ดังนั้นแผนธุรกิจเล่มนี้จึงได้จัดทำขึ้นมาเพื่อที่จะได้ศึกษาและเตรียมความพร้อมในการทำธุรกิจของปี 2557 ให้สามารถที่จะดำเนินงานได้อย่างประสบความสำเร็จ และเข้าใจถึงสถานการณ์ของทั้งภายในและภายนอกบริษัทให้ได้อย่างเข้าใจ เพื่อลดความเสี่ยงต่างๆที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). *กลยุทธ์การบริหารโอกาส*. กรุงเทพมหานคร: เคล็ดไทย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2528). *การตลาดสำหรับนักบริหาร*. กรุงเทพมหานคร: เคล็ดไทย.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2529). *วิธีวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด พี.เอ็น.การพิมพ์.
- ภณิดา ชัยปัญญา. (2541). *ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจกรรมไร่นาสวนผสมภายใต้โครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรของจังหวัดเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ลักษณะ สตะเวทิน. (2540). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิจิตร อาวะกุล. (2522). *การประชาสัมพันธ์: หลักและวิธีปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วีรัช ลภีรัตนกุล. (2538). *การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระ อรัญมงคล. (2538). *หลักการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: สุดจิตออฟเซต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์. (2540). *ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศ แบบมีสัญญาผูกพัน ในจังหวัดลำปาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: วิสิทธ์พัฒนา.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning Implement and Control.*(9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1999). *Principle of Marketing.*(8th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Lusch, R. F. (1987). *Principle of Marketing*. Wadsworth.(4th ed.). Harper: Collins College.
- Shimp, T. A.(2001). *Advertising, Promotion, and Supplemental aspects of Integrated*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Wilcox, D. L., Ault, Phillip H. (1995), Warren K. *Public relation: strategies and tactics* (4th ed.). Harper: Collins College.



ภาคผนวก

จากผลการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้ง 10 ท่าน ผลปรากฏว่า 8 ใน 10 ลงความเห็นว่าเรื่องของมารยาทมีผลต่อความประทับใจ และการตัดสินใจกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้ง และมี 2 ใน 10 ท่านที่ไม่ได้ใส่ใจ แต่มีผลการตัดสินใจหากมีมารยาทด้านลบที่ตอบกลับมามีความรุนแรง

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ได้ทำการสอบถามนั้นได้ทำการคัดเลือกมาจากลูกค้าประจำทั้งหมดของบริษัทเหล็กสยามอินเตอร์เวิร์ค จำกัด เป็นจำนวนคนทั้งสิ้น 10 คน ซึ่งมีประวัติการทำงานขายเศษเหล็กด้วยกันมากกว่า 20 ครั้ง ต่อปี และมีประวัติการทำงานที่มีประสบการณ์ในการขายเศษเหล็กมากกว่า 1 ปี รวมไปถึงไม่มีประวัติด้านลบในการค้าขายกันตลอด 1 ปีกับทางบริษัท

ตัวอย่างบทความสัมภาษณ์ ความพึงพอใจการให้บริการ

1. ชื่อ อายุ อาชีพ
2. อายุปีการทำงานในวงการ
3. ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้จากทางไหน
4. อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษเหล็กให้ร้านค้านี้ๆ
 - a. ราคา
 - b. ความเคยชิน
 - c. มารยาท
 - d. การต่อรอง
 - e. ระยะทาง
5. ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของทางบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่
6. การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจหรือไม่
7. ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อรองราคาด้วยหรือไม่
8. มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้งหรือไม่
9. มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับใช้บริการไหม
10. ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกกลับมาซื้อซ้ำให้อีกครั้ง มากไหม
11. การแสดงความรับผิดชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลไหม

12. การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อมทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน
13. ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน



กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 1

ชื่อ อายุ อาชีพ

ตอบ ผมชื่อ นายคมไกร ต้านบัว อาชีพที่ทำอยู่ ก็เป็นร้านรับซื้อขายของเก่า อายุในการทำงาน เพิ่งจะทำได้ 2 ปี เพราะผมเพิ่งจะมาทำกับ พ่อตามมาได้ไม่นาน ปีนี้ก็เป็นปีที่ 3 แล้ว

ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้จากทางไหน

ตอบ ข้อมูลข่าวสารราคาที่รับรู้ได้มาจากทาง เพื่อนร่วมอาชีพที่สนิทกัน และก็มีถามด้วยตัวเองบ้าง

อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษเหล็กให้ร้านค้านั้นๆ

ราคา

ความเคยชิน

มารยาท

การต่อรอง

ระยะทาง

ตอบ เกณฑ์สำคัญๆ ที่เลือกขายเศษเหล็กจะเป็นเจ้าประจำครับที่ขายให้ตลอดนะครับ เพราะยังไงเราก็คือรู้ที่รู้ว่าทางร้านนั้นๆรับซื้ออะไรบ้าง ให้ราคาดีอยู่แล้วด้วย เลยเลือกที่จะขายให้กับเจ้าประจำจะดีกว่านะครับ แล้วก็รองลงมาก็จะเป็นในเรื่องของระยะทาง เพราะถ้ามีร้านอยู่ใกล้ๆกันยังไงก็ไปมาสะดวกเลย ในความคิดผมว่ายังไงก็จะดีกว่าไปร้านที่อยู่ไกลๆ มันจะไม่ค่อยคุ้มกับเวลาและค่าน้ำมันในเรื่องราคาจริงๆแล้วไม่ค่อยมีผลอะไรมากมายนัก ถ้าร้านประจำราคาที่ให้มาเรารับได้ ก็ไปร้านนั้นจะดีกว่า เพราะยังไงๆเราก็สนิทกัน ไว้ใจได้

ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่

ตอบ ไม่มีผลเท่าไรเลยครับ เพราะถ้าเป็นที่เราไปประจำ ยังไงๆก็จะรู้อยู่แล้วว่าเขาเป็นยังไง สำหรับตัวผมเองเลยคิดว่ามันไม่ค่อยส่งผลอะไรกับตัวผมอยู่แล้วด้วย

การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจหรือไม่



ตอบ มีครับ เพราะถ้าทางคุณให้ข้อมูลกับเราชัดเจน เราก็จะสามารถที่จะเอาของที่คุณเอามาขายให้ ไม่ต้องเสียเวลาในการมาหา แล้วถ้าทางร้านคุณไม่ต้องการอะไร เราก็จะเอาออกไปขายให้กับร้านอื่นที่เขาเอาดีกว่า ประหยัดทั้งเวลาผม และทำให้ผมตัดสินใจส่งของได้ง่ายขึ้นด้วย

ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อราคาด้วยหรือไม่

ตอบ ก็ดีนะ ให้ราคาเราชัดเจน ต่อรอง คุยกันได้

มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาขายอีกครั้งหรือไม่

ตอบ ก็มีในระดับหนึ่งนะ ถ้าคุยดีๆ ด้วยแล้วมาตะคอกใส่ใครจะมาขายอีกละ

มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับใช้บริการไหม

ตอบ มีครับ เพราะถ้าทางคนงานคุณมาลงของแล้วไม่ทำให้ดี ๆ รถผมเป็นไรไปทำไงละที่นี้ ทำมาหากินไม่ได้เลยทำดีๆ บอกดีให้ชัดๆ ว่าจอดไหน ลงสะดวกที่ไหนเคลียที่ให้แบบที่ทางลูกน้องคุณทำดีแล้ว ทำให้ผมสบายใจได้ว่ารถไม่พัง ไม่ทำให้เสียความรู้สึกนะ

ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อการทำงานเลือกกลับมาขายให้อีกครั้ง มากไหม

ตอบ ไม่มีฯ เพราะเรารอได้ ยิ่งไงก็มาประจำอยู่แล้วเลยรู้ว่าช่วงไหนรถมาเยอะก็ต้องรอกันไป มันเป็นเรื่องปกติเลยไม่มีผลอะไรหรอกกับเรื่องของเวลา

การแสดงความรักมิตรชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลใหม่กับการเลือกกลับมาใช้อีกครั้ง

ตอบ มีฯ ถ้าทางลูกน้องคุณทำให้เสียหายเยอะมันมีอาการหนัก โดยที่ผมไม่ได้เป็นฝ่ายทำเลย แล้วคุณไม่รับผิดชอบใครเขาจะอยากมาอีกรอบละ จริงไหม แต่ถ้าทางคุณรับผิดชอบ ผมก็พอใจ ยิ่งไงก็จะกลับมาแน่ๆ

การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อมทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน

ตอบ มีบ้างฯ ถ้าเครื่องมือครบทำให้เวลาลงของเนี่ยจะเสร็จเร็ว แล้วผมก็ลงของง่ายไม่ต้องเสียเวลากัน แต่ถ้ามีที่ไหนที่ให้ราคาแบบดีมากๆ ก็คงจะไปร้านนั้นมากกว่า อาจเสียเวลาบ้าง

ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน

ตอบ มีฯ ตรงป้ายบอกทางของร้านคุณนะ ทำให้ใหญ่กว่านี้หน่อย เวลาคนขับผ่านมาเนี่ยมองไม่ค่อยเห็น บางทีจะขับเลย หรือมองหากันไม่เจอ ถ้าแก้ตรงจุดนี้ได้จะดีเลย ทำให้ใหญ่กว่านี้ สีเด่นๆ จะได้มองเห็นเจอ อื่นเรื่องก็จะเป็นไลน์ของทางร้านถ้ามีได้จะดีมากติดต่อสะดวก เวลาให้ดูของจะได้ตีราคากันก่อนได้ ถ้าพูดกันในโทรศัพท์เนี่ยมันนึกภาพกันไม่ออก ถ้ามีไลน์จะได้ส่งรูปให้ดูชัดๆ ได้ว่าของเป็นยังไง

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 2

ชื่อ อายุ อาชีพ

ตอบ ผมชื่อนายพิชิต เวียนแก้ว ปีนี้อายุ 34 ปี
ทำอาชีพเกี่ยวกับรับซื้อของเก่า

อายุปีการทำงานในวงการ

ตอบ ทำงานในด้านรับซื้อของเก่าก็ทำมา
ประมาณ 15 ปีได้แล้ว ทำตั้งแต่เรียน ปวช. จบ
เลย

ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้อจาก
ทางไหน

ตอบ ข่าวเรื่องราคาผมก็จะได้มาจากเพื่อนร่วม
อาชีพที่สนิทๆกันมาบอก แล้วก็ได้จากที่ผม
ถามเองบ้าง

อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษ
เหล็กให้ร้านค้าต่างๆ

ราคา

ความเคยชิน

มารยาท

การต่อรอง

ระยะทาง

ตอบ สำหรับผมจะเป็นเรื่องของราคาเป็นหลัก แต่ก็มีในเรื่องของระยะทางกับเรื่องของมารยาทด้วย
อย่างแต่ก่อนมีร้านหนึ่งที่เขารับซื้อให้ราคาดี แต่พุดจាកกับผมแบบไม่ดีเลย หลังจากนั้นมาผมก็ไม่ไปอีก
เลย เพราะทำให้ผมรู้สึกแบบไม่ค่อยดีนะ เลยไปที่อื่นดีกว่า

ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่

ตอบ มี อย่างร้านที่นี้ก็มีส่วนนะ แต่ก่อนผมไม่เคยมาที่ร้านนี้เลยนะ ไม่เคยมาขาย เลยไม่มาเลย แต่
พอดีมีเพื่อนผมคนหนึ่งเขาได้มาลองขายดู แล้วบอกว่าที่นี้ดี ให้ราคาดี แถมไม่ไกลมาก และสามารถที่
จะต่อรองราคากันได้ก่อนที่จะลงของ ไม่ตัดราคาจนเกินไป ผมก็เลยมาลองดูจนเลือกมาที่ร้านนี้เป็น
เจ้าประจำไป อย่างที่อื่นที่ผมเคยไปบ้างเนี่ย เขาจะให้ผมลองของให้เสร็จก่อนแล้วค่อยมาให้ราคาอีกที
ซึ่งตรงจุดนี้ผมรู้สึกว่าจะเสียเปรียบมากกว่า แต่พอเจอร้านคุณที่จะให้เลือกคุยกดตกลงราคากันก่อนค่อย
ลงทำให้ผมมีทางเลือกกว่าจะขาย ไม่ขายได้ ผมเลยชอบที่จะมาคุยกับเลือกของที่นี้มากกว่า



การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจขายหรือไม่

ตอบ มีผลครับ เพราะว่าบอกได้ชัดเจนเลยว่าแบบไหนที่คุณจะรับซื้อหรือไม่ ทำให้ผมจะเลือกของกับทางคุณไม่เอาออกมาก่อนได้ แบบนี้ทำให้ผมประหยัดเวลาในการขายของได้ และเลือกของที่มีราคาดีไว้มาขายกับคุณได้ออกมาดีกว่าที่จะปั่นหลักด้วยกัน

ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อรองราคาด้วยหรือไม่

ตอบ สำหรับผมว่าผมพอใจเลยนะกับเรื่องการให้ราคาที่นี่

มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาขายอีกครั้งหรือไม่

ตอบ มีมากเลย อย่างที่เคยบอกไปก่อนหน้านี้ บางทีที่ให้ราคาสูง แต่พูดจาไม่ดีผมไม่ไปอีกเลย

มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับไปใช้บริการไหม

ตอบ มีครับมี จะดูว่าคนงานเวลาขนของลง จะถนอมรถผมด้วยไหม ถ้าที่ไหนไม่ถนอมรถ ผมก็จะไม่ไปอีกเลย รวมไปถึงการทำงานและเวลาพูดจาด้วยเลย ผมเลือกที่ที่จะไปร้านที่ผมไปแล้วสบายใจกว่า

ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกกลับมาขายให้อีกครั้ง มากไหม

ตอบ ไม่มีนะ เวลาของแต่ละที่ก็จะพอๆกันเลย เพียงแต่ผมจะเลือกไปที่ๆเขามีอุปกรณ์ที่ดีกว่า

การแสดงความรับผิดชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลไหม

ตอบ มีครับ เมื่อ 2 ปี ก่อนที่ผมจะมาร้านนี้ นะ เคยไปอยู่ร้านหนึ่งไม่ไกลจากที่นี่เท่าไร แต่ระหว่างลงของพวกเหล็กอยู่ คนขับเค็บเหล็กมาทำกระจรถผมแตก เสียหายไปทั้งบาน แต่ทางร้านเขาไม่รับผิดชอบอะไรให้ผมเลย หลังจากนั้นมาผมเลยไม่ไปอีกเลย แม้จะเป็นร้านประจำก็ตามแต่ อย่างน้อยๆก็ควรจะรับผิดชอบสักครั้งหนึ่งก็ยิ่งดี ให้แสดงถึงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดของคนงานตัวเองหน่อยไม่ใช่ทำแบบนั้น ไม่รับผิดชอบอะไรเลย ทำให้ผมเสียความรู้สึกมากตอนนั้น หลังจากนั้นผมก็เลยไม่ไปอีกเลยดีกว่า

การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อมทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน

ตอบ มี ถ้ามีอุปกรณ์เครื่องมือในการลงของครบถ้วนสะดวกสบาย ผมก็จะไปนะ เพราะมันสามารถที่จะช่วยถนอมรถผมได้อีกทาง และทำให้เวลาลงของลงได้เร็วด้วยด้วย ทำให้ผมประหยัดเวลาในการรอและขึ้นของใหม่อีกรอบเพื่อจะมาขายอีกครั้งได้เร็วขึ้นด้วย

ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน

ตอบ ผมว่าไม่มีนะที่ทำอยู่ตอนนี้คืออยู่แล้วละ

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 3

ชื่อ อายุ อาชีพ

ตอบ ลดล อายุ 43 ปี อาชีพ ร้านรับซื้อของเก่า

จำนวนอายุปีการทำงานในวงการค้าเหล็ก

ตอบ

ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้จากทางไหน

ตอบ มีมาจากเพื่อนที่ทำงานด้วยกัน กับเช็คจากเจ้าที่สนิทๆ

กันด้วยตัวเองบ้าง

อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษเหล็กให้ร้านค้า
นั้นๆ

- A. ราคา
- B. ความเคยชิน
- C. มารยาท
- D. การต่อรอง
- E. ระยะเวลา

ตอบ เน้นจริงๆก็จะเป็นเรื่องของราคา ถ้าให้ราคาดีก็จะไปเจ้านั้น แม้ว่าจจะไกลหน่อยแต่ถ้าคิดๆแล้ว
มันได้กำไรมากก็จะไป มารยาทการพูดการจาบางทีคนทำมาหากินก็ทนๆกันยิ่งช่วงนี้เศรษฐกิจไม่ดี
ปากท้องก็มาก่อนแหละนะ

ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของทางบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่

ตอบ มีนะ ถ้าเจ้าไหนที่มันชอบตัดราคาโหดๆหรือประวัติไม่ค่อยดี ให้ราคาดียังไงก็ไม่ไปอีก เพราะ
สุดท้ายก็ได้ราคาที่น้อยกว่า ไม่สบายใจอีก ผมก็ไปที่อื่นดีกว่า

การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการ
ตัดสินใจหรือไม่

ตอบ มีสิ ถ้าบอกชัดเจนมาผมก็ได้ขึ้นเหล็กมาขายได้ง่าย ทำไรก็ได้ประหยัดเวลาขึ้นแล้วก็เอามา
ขายอีกรอบได้

ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อรองราคาด้วยหรือไม่

ตอบ ผมว่าดีเลยนะ คุยราคาอะไรกันเรียบร้อยกันก่อนแล้วค่อยลง แถมบอกชัดเจนดีอีกกว่าเหล็กแบบ
ไหนให้ราคาแบบไหน หยวนๆกันได้ก็ช่วยๆกันดี ผมก็สบายใจมากเลยละ

มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาขายอีกครั้งหรือไม่



ตอบ ไม่ค่อยได้ใส่ใจมากนัก ถ้าไม่ได้ตำผม ผมก็มาขายถ้าได้ราคาสูงๆ เพราะยังไงๆคนเราก็ต้องทำมาค้าขายกัน

มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับใช้บริการไหม

ตอบ ถ้าขนย้ายลงมาเบาๆไม่ทำให้รถผมพังก็พอแล้ว ส่วนใหญ่ก็ไม่ได้คิดไว้มากเกี่ยวกับการพูดการจา เพราะยังไงก็คุยกันไม่นาน

ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกกลับมาขายให้อีกครั้ง มากไหม

ตอบ ไม่มีครับ

การแสดงความรักชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลไหม

ตอบ มีครับ ถ้าคุณทำงานแล้วทำรถผมเสียหายก็ต้องรับผิดชอบสิครับ

การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อมทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน

ตอบ มีครับ ถ้าเครื่องมืออะไรก็พร้อมทำงานก็เสร็จเร็ว ก็ทำให้อยากมา

ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน

ตอบ เรื่องของป้ายร้านข้างทาง ก็อยากให้ทำให้มันใหญ่ หรือเด่นชัดนะครับ จะได้มองเห็นเวลาขับผ่าน บางคนถ้าไม่รู้หรือไม่เคยมาก็จะไม่เห็นเลย

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 4

ชื่อ อายุ อาชีพ

ตอบ ชื่อ ลุงซีฟ อายุ 57ปี อาชีพรับซื้อของเก่า

อายุปีการทำงานในวงการ

ตอบ ทำเกี่ยวกับรับซื้อของเก่ามา 30 ปี

ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้จากทางไหน

ตอบ จะได้ข่าวมาจากเพื่อนลุงบ้าง หรือถามเองบ้าง แล้วแต่ใครจะได้ข่าวเร็วกว่ากัน

อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษเหล็กให้ร้านค้า
นั้นๆ

- A. ราคา
- B. ความเคยชิน
- C. มารยาท
- D. การต่อรอง
- E. ระยะทาง

ตอบ ระยะทางกับเรื่องของราคา มารยาทก็มีส่วน ถ้าคุยดีทำงานดีก็จะมาอีก

ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของทางบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่

ตอบ ไม่มีนะ

การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจหรือไม่

ตอบ มีส่วน ถ้าบอกโรมาชัดเจนราคาจับได้ก็ทำให้ลูกก็จะเลือกที่จะมาที่นั่นๆ

ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อรองราคาด้วยหรือไม่

ตอบ พอใจมาก แตกต่างจากที่อื่นที่ลุงเคยมา ตกลงราคากันก่อนค่อยลง ลุงว่าแบบนี้ก็ดีนะราคาจับได้
ลุงก็ขาย แบบนี้ดีกว่าเยอะ

มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาขายอีกครั้งหรือไม่

ตอบ ถ้าคุยกันดีๆ ลุงก็มาอีกนั่นแหละ

มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับ
ใช้บริการไหม

ตอบ อันนี้ลุงไม่ซีเรียดมาก แต่ยังไงก็ไม่ทำอะไรรถลุงเสียหายก็ไม่มีปัญหาไร

ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกกลับมาขายให้อีกครั้ง มากไหม

ตอบ ไม่มีๆ ลุงรอได้ ถ้าไม่นานมากเกินไป



การแสดงความรักดีชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลไหม

ตอบ มีผลสิ รถลุมมาลงที่โรงงานเราแล้วทำรถลุมเสียหาย ยิ่งไงก็ต้องรับผิดชอบค่าซ่อมให้กับลุมสิจริงไหม

การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อมทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน

ตอบ มีผลนะ ถ้าเครื่องมือพร้อม ทำให้ดูน่ามาขายให้มากกว่า

ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน

ตอบ ลุงว่าน่าจะปรับเรื่องป้ายบอกทางตรงปากซอยน่าจะให้มีตรงจุดตรงนั้น เวลาคนข้างนอกจะมาขายจะได้มองเห็นแล้วรู้ว่าตรงนี้มีร้านรับซื้อเศษเหล็กอยู่ จะได้หากันง่ายๆ



กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 5

ชื่อ อายุ อาชีพ

ตอบ ชื่อ คำมู ไกรสิน อายุ 59 ปี อาชีพ ก่อนหน้าทำเกี่ยวกับปลูกผักขาย ตอนหลังค่อยมาทำเกี่ยวกับรับซื้อของเก่ากับน้องเขย

อายุปีการทำงานในวงการ

ตอบ ปีนี้ก็ 5 ปีแล้วที่ทำเกี่ยวกับรับซื้อของเก่า

ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้จากทางไหน

ตอบ ได้จากคนในครอบครัวบ้าง เพื่อนบ้าง ตามเองบ้างแล้วแต่ใครได้ข่าวมาก่อนแล้วบอกๆกันต่อๆ

อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษเหล็ก

ให้ร้านค้านั้นๆ

- A. ราคา
- B. ความเคยชิน
- C. มารยาท
- D. การต่อรอง
- E. ระยะทาง

ตอบ เรื่องของราคากับระยะทาง

ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของทางบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่

ตอบ ไม่ค่อยมีผลเท่าไร

การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจหรือไม่

ตอบ มีสิ ถ้าบอกเรื่องของแบบไหนราคาดียังไงบอกกันชัดเจนๆ เวลามาขายจะได้สบายใจกัน

ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อรองราคาด้วยหรือไม่

ตอบ พอใจเลย ที่นี้คุยกันก่อนแล้วค่อยลงของ ทำให้รู้สึกดีกว่าที่ลงแล้วค่อยคุยเยอะ

มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาขายอีกครั้งหรือไม่

ตอบ อันนี้ไม่ค่อยมีผลไรมาก แต่ถ้าคุยกันไม่ดีก็ไม่มาอีก

มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับมาใช้บริการไหม

ตอบ ไม่ค่อยมีผลไรมาก

ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกกลับมาขายให้อีกครั้ง มากไหม



ตอบ ไม่มีนะ

การแสดงความรักดีชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลไหม

ตอบ มีสิ ถ้าทางโรงงานคุณทำรณมเสียหายก็ต้องรับผิดชอบค่าซ่อมกัน จะได้ยุติธรรมสิ

การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อมทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน

ตอบ มีสิ ถ้าอุปกรณ์พร้อมทำงานก็ทำให้รู้สึกสะดวกในการทำงาน

ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน

ตอบ ไม่มีนะ



กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 6

ชื่อ อายุ อาชีพ

ตอบ ชื่อ ไกรสิน อายุ 34 ปี ร้านรับซื้อของเก่า

อายุปีการทำงานในวงการ

ตอบ ปีนี้ 12 ปี

ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้จากทาง
ไหน

ตอบ ทางเพื่อนบอกๆกันมากับถามเองบ้าง

อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษ

เหล็กให้ร้านค้านั้นๆ

- A. ราคา
- B. ความเคยชิน
- C. มารยาท
- D. การต่อรอง
- E. ระยะเวลา



ตอบ ก็จะเป็นเรื่องของราคากับระยะเวลาครับเป็นหลักๆ รองลงมา ก็จะเป็นมารยาทกับการต่อรองครับ
ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของทางบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่

ตอบ ไม่มีครับ

การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการ
ตัดสินใจหรือไม่

ตอบ มีครับ เพราะถ้ามีการบอกชัดเจน ทำให้เวลามาขายจะรู้ว่าตัวไหนราคาไหน แล้วทำให้สบาย
ใจกันทั้ง 2 ฝ่ายกัน

ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อรองราคาด้วยหรือไม่

ตอบ พึงพอใจครับ ต่อรองราคากันก่อนลงทำให้ผมสบายใจที่รู้ราคากันก่อน

มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาขายอีกครั้งหรือไม่

ตอบ มีครับ ถ้าพูดจាកันดีๆทำให้รู้สึกดีกว่า

มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับ
ใช้บริการไหม

ตอบ มีครับ เพราะทางคุณเองก็พูดจาและมีการต่อรองราคากันดี ทำให้ผมชอบที่มาขายให้กับทางร้าน
คุณอีกครั้ง

ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อการใช้เลือกกลับมาขายให้อีกครั้ง มากไหม

ตอบ ไม่มีมากครับ

การแสดงความรักดีชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลไหม

ตอบ มีครับ ถ้าทางคุณเป็นฝ่ายทำให้เกิดความเสียหายก็ต้องเป็นฝ่ายรับผิดชอบกัน แบบนี้จะทำให้รู้สึกดีที่ปิดความรับผิดชอบกัน ถ้าไม่รับผิดชอบผมก็ไม่มีร้านนั้นอีกเลย

การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อมทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน

ตอบ มีผลครับ เพราะถ้าอุปกรณ์ทางคุณพร้อมทำให้ประหยัดเวลาในการลงของ ทำให้ผมมีเวลาขึ้นของเพื่อจะเอามาลงได้หลายรอบ ทำให้รายได้ผมก็เพิ่มขึ้น

ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน

ตอบ ตรงที่เป็นป้ายบอกทางทำเล็กไปครับ เวลาขับรถมาทำให้มองเห็นไม่ทัน อยากให้ทำให้มันสีเด่นๆ กับตัวใหญ่ๆ นะครับ



กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 7

ชื่อ อายุ อาชีพ

ตอบ ชื่อ ศิริรัตน์ อายุ 46 ปี รับซื้อของเก่า

อายุปีการทำงานในวงการ

ตอบ ทำมา 22 ปี

ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้จากทาง
ไหน

ตอบ จะเป็นโทรหาเองกับเพื่อนมาบอก

อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษ

เหล็กให้ร้านค้าอื่นๆ

- A. ราคา
- B. ความเคยชิน
- C. มารยาท
- D. การต่อรอง
- E. ระยะเวลา



ตอบ หลักๆเลยก็จะเป็นราคากับเรื่องของระยะเวลา ถ้าราคาดีแต่ไกลก็คงไม่ไป เลือกจะไปใกล้ๆที่
ราคาใกล้เคียงก็ได้เหมือนกัน แล้วรองๆก็จะเป็นเรื่องของมารยาทกับร้านประจำ

ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของทางบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่

ตอบ ไม่มีผลไรมาก ถ้าชื่อเสียงไม่ได้แย่มาก

การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการ
ตัดสินใจหรือไม่

ตอบ มีผลนะ คือถ้าบอกกันมาชัดๆว่าหนาแค่ไหนจนถึงให้ราคานี้ ทำให้เวลาเอามาขายได้จะรู้ว่าเหล็ก
หนาแบบนี้จะได้ราคาประมาณไหน ดีกว่าที่จะให้ทางคุณตีประเมินมาฝ่ายเดียว

ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อรองราคาด้วยหรือไม่

ตอบ พอใจ เพราะทางคุณก็มีการบอกชัดเจนในเรื่องของการให้ราคากับ ตีราคาก่อนแล้วค่อยลง ทำให้
ตกลงกันแบบสบายใจทั้ง 2 ฝ่าย และทำให้ผมตัดสินใจมาขายได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาขายอีกครั้งหรือไม่

ตอบ มีครับ เพราะทางคุณคุยกันดีๆ ตกลงกันดีๆทำให้ผมก็รู้สึกดีกับการคุยกัน แล้วผมก็จะเลือกเอ
มาขายให้อีกถ้าราคาผมรับได้

มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับ
ใช้บริการไหม

ตอบ ไม่ค่อยซีเรียสมาก

ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกกลับมาขายให้อีกครั้ง มากไหม

ตอบ ไม่มีมาก ถ้าไม่ได้ทำให้ต้องรอนานมากเกินไป

การแสดงความรักชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลไหม

ตอบ อันนี้ครับ เพราะถ้ามีของเสียหายก็ต้องรับผิดชอบกัน ถ้าคุณเป็นฝ่ายทำ ก็ต้องรับผิดชอบ แต่
ถ้าเป็นฝ่ายผมทำ ผมก็รับผิดชอบ จะได้แฟร์ๆกัน

การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อม
ทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน

ตอบ อันนี้มันก็มีผลแต่ไม่มากเท่าไร เพราะแค่ลงได้ก็พอแล้วละ

ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน

ตอบ ก็จะเป็นเรื่องของป้ายตรงหัวมุมถนน คือป้ายมันเล็กไปหน่อย แล้วอีกอย่างคือสีมันกลมกลืนกับ
ป้ายอื่นๆเกินไปทำให้เวลาขับผ่านมาสังเกตเห็นยาก ถ้าทำสีให้มันแตกต่างคงจะช่วยได้มากขึ้น

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 8

ชื่อ อายุ อาชีพ

ตอบ ชื่อพิทักษ์ อายุ 54 ปี ทำอาชีพรับซื้อของเก่า

อายุปีการทำงานในวงการ

ตอบ ทำมาเกือบ 20 ปี

ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้จากทางไหน

ตอบ ก็ได้มาจากเพื่อนร่วมงานบ้าง ตามเองบ้าง

อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษเหล็กให้
ร้านค้านั้นๆ

- A. ราคา
- B. ความเคยชิน
- C. มารยาท
- D. การต่อรอง
- E. ระยะทาง



ตอบ เรื่องของราคา กับระยะทาง แล้วก็เรื่องของมารยาทด้วย ถ้ามารยาทดี ก็ทำให้รู้สึกอยากมาอีก
คุยกันได้มันทำให้รู้สึกว่า เออ ที่นี้น่ามา

ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่

ตอบ ไม่ค่อยมีผลมากมายนัก

การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการ
ตัดสินใจหรือไม่

ตอบ มีสิ อันนี้เป็นเรื่องสำคัญเลยที่ทำให้ตัดสินใจอยากจะมาขาย หรือติดต่อค้าขายกัน ถ้าทางคุณ
ไม่ให้ความชัดเจนเรื่องของการให้ราคา มา ผมก็ไม่รู้ว่าเหล็กแบบไหนถึงจะดีเป็นเหล็กบาง อย่าง
สังกะสีหลังคาใครพวกนี้ผมก็ไม่รู้ว่าจะให้เหล็กอะไร ถ้าทางคุณบอกมาก่อนว่าอันนี้เป็นเหล็กบางผมก็
จะได้คัดแยกไม่เอา มาปนกับพวกเหล็กหนา ทำให้ราคาที่ได้จะได้ดีกว่า สูงกว่า

ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อรองราคาด้วยหรือไม่

ตอบ พอใจมาก เพราะทางคุณบอกชัดเจนดี ให้ราคาขึ้นก่อนค่อยลงของ ทำให้ผมรู้สึกได้ว่ามัน
ยุติธรรมดี

มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาขายอีกครั้งหรือไม่

ตอบ มีครับอันนี้ ถ้าคุณตอบมาแบบไม่ค่อยดีผมก็จะเอาไปคิดแล้วว่าจะมาอีกไหม

มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับ
ใช้บริการไหม

ตอบ ไม่ค่อยมีผลไร่มาก แต่ก็ขออย่าทำให้รถมีปัญหา ก็พอแล้วละ

ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกกลับมาขายให้อีกครั้ง มากไหม

ตอบ ไม่มีเลย

การแสดงความรักดีชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลไหม

ตอบ มีสิ ทางคุณทำให้เกิดความเสียหายกับรถผม อย่างน้อยๆก็ต้องรับผิดชอบความเสียหายใช้เปล่า
เพราะผมก็คนทำมาหากิน ต้องใช้รถ ถ้ารถผมเสียหายทำมาหากินได้ยังไงจริงไหม ยิ่งไงทางคุณก็ต้อง
รับผิดชอบไปบ้าง

การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อม
ทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน

ตอบ มีครับ เพราะทำให้ลงได้เร็วขึ้นมา ผมกว่าจะเอาของขึ้นขึ้นรถ ผมใช้แรงคนกว่าจะขึ้นขึ้นทั้งหมด
เวลาไปเยอะ ถ้าทางคุณมีเครื่องมือเครื่องมือขงนลงทำให้ผมรู้สึกประทับใจมาก

ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน

ตอบ ก็อยากให้ปรับปรุงตรงป้ายบอกทาง คือป้ายเล็กไปสังเกตยากไปหน่อย พอดีที่ผมเคยมาก่อน
เลยพอจะจำได้ แต่เพื่อนผมที่วันนี้ผมพามาเนี่ย ถ้าไม่มีคนนำทางมาคงยากขึ้นหน่อย เพราะป้ายมัน
เล็ก สีมันก็กลมกลืนไปกับป้ายบอกทางป้ายอื่น ทำให้สังเกตยาก

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 9

ชื่อ อายุ อาชีพ

ตอบ ชื่อศักดิ์ชัย อายุ 36 ปี ทำเกี่ยวกับค้าของเก่า

อายุปีการทำงานในวงการ

ตอบ ทำมา 10 กว่าปีได้ครับ

ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้จากทางไหน

ตอบ ก็ส่วนใหญ่จะได้จากเพื่อนที่บอกๆมา กับถามเองครับ

อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษเหล็กให้
ร้านค้านั้นๆ

- A. ราคา
- B. ความเคยชิน
- C. มารยาท
- D. การต่อรอง
- E. ระยะทาง

ตอบ หลักจะมองที่ราคากับระยะทางครับ แต่เรื่องมารยาทก็มีส่วนประกอบด้วยระดับหนึ่ง
ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่
ตอบ ไม่ครับ

การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการ
ตัดสินใจหรือไม่

ตอบ ครับ ให้ความชัดเจนดี บอกการให้ราคาแยกประเภทเหล็กชัดเจนดีครับ รู้สึกพอใจกับการให้
ข้อมูลพวกนี้ ทำให้เวลาจะมาขายก็รู้สึกได้ว่าอยากจะทำอีก

ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อรองราคาด้วยหรือไม่

ตอบ พอใจครับ ต่อรองราคากันเสร็จก่อนค่อยลงของแบบนี้ ให้ราคาก็รู้สึกยุติธรรมดีครับ ไม่กดราคา
กัน

มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาขายอีกครั้งหรือไม่

ตอบ มีครับ แต่ไม่ได้ถืออะไรมากครับ ถ้าไม่ได้พูดจาจน หรือแบบตะคอกใส่ก็พอครับ

มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับ
ใช้บริการไหม

ตอบ ก็ตรงจุดนี้ในส่วนตัวผมก็ถือว่าไม่ได้คิดไรมากครับ ถ้าไม่ได้มากจนผมหรือมาพูดจาไม่ดีใส่ผม
ก็จะไม่ได้ถือไรมากครับ



ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกกลับมาขายให้อีกครั้ง มากไหม

ตอบ ไม่มีครับ

การแสดงความรักดีชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลกับการตัดสินใจกลับมาขายใหม่ไหม

ตอบ มีครับ อันนี้จะถือว่าถ้ารับผิดชอบจะทำให้รู้สึกได้ว่าไม่หนีความรับผิดชอบนะครับ ทำให้ผมจะมา

ขายก็สบายใจได้ว่าถ้ามีอะไรเสียหายก็จะได้รับความรับผิดชอบจากทางคุณ

การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อม

ทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน

ตอบ มีส่วนครับ เพราะทำให้ดูว่าทางคุณจะให้ความสำคัญกับการดูแลให้ความสะดวกกับลูกค้าดีครับ

ทำให้อยากจะมาขายให้

ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน

ตอบ ก็คงจะเป็นเรื่องของป้ายบอกทางนะครับ เพราะดูเล็กไปหน่อย อย่างอื่นก็คงไม่มีแล้วครับ



กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 10

ชื่อ อายุ อาชีพ

ตอบ ชื่อดี อายุ 59 ปี รับซื้อของเก่า

อายุปีการทำงานในวงการ

ตอบ ทำมา 30 กว่าปีแล้ว

ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของบริษัทรับรู้จากทางไหน

ตอบ จะได้มาจากถามเองกับร้านประจำ

อะไรเป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกจะขายเศษเหล็กให้ร้านค้า
นั้นๆ

- A. ราคา
- B. ความเคยชิน
- C. มารยาท
- D. การต่อรอง
- E. ระยะทาง

ตอบ จะตัดสินใจจากราคา กับระยะทาง แล้วก็ร้านประจำกับมารยาทด้วย

ชื่อเสียง หรือประวัติการทำงานของบริษัท มีผลต่อการเลือกมาขายให้แก่ทางบริษัทหรือไม่

ตอบ ไม่มี

การให้ข้อมูลต่างๆของคนทางบริษัทที่มีความชัดเจนเช่นการให้ราคา การเลือกรับสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจหรือไม่

ตอบ มีผล เพราะทางคุณให้ความชัดเจนกับเรื่องของข้อมูลการให้ราคาเหล็ก ทำให้ไม่งง ช่วยให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้นว่าจะเอาเหล็กแบบไหนมาขาย ถึงได้ราคาดี

ท่านพึงพอใจในวิธีการที่คนทางบริษัทต่อรองราคาด้วยหรือไม่

ตอบ พอใจมาก ทางคุณให้ราคาขึ้นก่อน แล้วค่อยลงของแบบนี้ ทำให้รู้สึกได้ว่าผมมีทางเลือกกว่าจะขายให้ดีไหม

มารยาทในการพูดจาตอบโต้กับท่านมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาขายอีกครั้งหรือไม่

ตอบ มีผลครับ เพราะถ้าพูดจาไม่ดีมาผมคงไม่ยอมมาขายให้อีก แล้วก็ถ้าพูดจาดีๆกัน ผมก็รู้สึกอยากจะมาค้าขายกันอีก

มารยาทและกิริยาตอนระหว่างให้บริการขนย้ายสินค้าของคนทางบริษัทมีผลต่อการตัดสินใจการกลับมาใช้บริการไหม

ตอบ ไม่ได้มีผลไรมาก



ระยะเวลาที่ใช้ทำงานมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกกลับมาขายให้อีกครั้ง มากไหม

ตอบ ไม่มีผล

การแสดงความรักดีชอบการทำงานผิดพลาดของทางบริษัทมีผลกับการตัดสินใจกลับมาซื้อขายใหม่ไหม

ตอบ มีผล เพราะมันต้องรับผิดชอบถึงจะยุติธรรมกัน แต่ถ้ามันเล็กน้อยๆ ไม่มีไรมาก แล้วทางคุณจะรับผิดชอบ ผมก็คงบอกไปว่าเล็กน้อยๆ หยวนๆกันไป

การได้รับความสะดวกในการทำงานมีผลการตัดสินใจของท่านหรือไม่ ทั้งด้านเวลา สถานที่ ความพร้อมทางเครื่องมือ หรือเวลาในการทำงาน

ตอบ ไม่มีผลไรมาก แต่ถ้าพร้อมก็จะรู้สึกดีกว่า

ถ้ามีจุดที่ควรแก้ไขควรแก้ตรงไหน

ตอบ ไม่มีไรมาก ที่มีอยู่ก็ดีแล้ว



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ: Mr. Hiunam นามสกุล: Yau

E-Mail: Koo.js4025@gamil.com

การศึกษา: ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประสบการณ์การทำงาน: ค้าปลีก เหล็กเส้น และเศษเหล็ก



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
 ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ ๒ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) Himam Yau อยู่บ้านเลขที่ 11/10 ม. 6
 ซอย วัดคลองมะเดื่อ ถนน พระราม 4 ตำบล/แขวง คลองมะเดื่อ
 อำเภอ/เขต ปทุมธานี จังหวัด สมุทรสาคร รหัสไปรษณีย์ 74110
 เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7560200185
 ระดับปริญญา ตรี โท เอก
 หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ
 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ ความพึงพอใจและการภักดีของร้านค้าปลีก
The Consumers's Satisfactory and Loyalty on the Conduct of Seller or Buyer

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ตัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถดำเนินงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ห้าใช้สองฉบับ มีชื่อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้สัญญาไม่ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ถนัดฤทัย อึ้งลาวัณย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร