

แผนธุรกิจการผลิตและจำหน่ายพาเลทไม้: กรรดา (Kornrada)

Business Plan for the Production and Distribution of Wooden Pallets:

Kornrada



แผนธุรกิจการผลิตและจำหน่ายพาเลทไม้: กรรดา (Kornrada)

Business Plan for the Production and Distribution of Wooden Pallets: Kornrada



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2564  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจการผลิตและจำหน่ายพาล์พไม้มะพร้าว (Kornrada)

ผู้วิจัย พัสกร รังสิวัฒน์ศักดิ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภาพสกุล

ผู้เชี่ยวชาญ

อาจารย์ณัฐชา พิบูลกุลพัฒน์

พัสกร รังสิวัฒน์ศักดิ์. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต (สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ), ธันวาคม 2564, บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจการผลิตและจำหน่ายพาล์พไม้: กรลดดา (49 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ไตรภพสกุล

### บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจการผลิตและจำหน่ายพาล์พไม้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ในการบริหารและการตลาด โดยให้มองเห็นเป็นภาพรวม เป็นขั้นตอน อีกทั้งการศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดในอนาคต และมุ่งเน้นเพื่อหาข้อบกพร่องภายในกิจการ เพื่อให้เป็นแนวทางในการบริหาร และตัดสินใจดำเนินกิจการ

การศึกษาทั้งปัจจัยภายนอกที่เกิดขึ้นนั้น ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของการขายผลิตภัณฑ์ไปตามนโยบายของภาครัฐ กลุ่มธุรกิจผู้ส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ และกลุ่มธุรกิจขนส่งสินค้า ซึ่งหากเศรษฐกิจในภาพรวมของโลกมีการหมุนเวียนที่ดี ธุรกิจในกลุ่มนี้ก็จะสามารถเติบโตไปได้สูงขึ้น โดยงานค้นคว้าอิสระฉบับนี้นั้น ได้ทำการวิเคราะห์และประมาณการงบประมาณต่าง ๆ ที่ใช้ในการลงทุน รวมถึงความต้องการพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในด้านต่าง ๆ อีกทั้งการจัดตั้งธุรกิจโรงงานนี้จำเป็นต้องมีมาตรฐานใดบ้าง อาทิ มาตรฐาน อนุสัญญาอารักขาพืชระหว่างประเทศ เพื่อป้องกันการระบาดของศัตรูพืช (IPPC) เพื่อให้ผ่านการตรวจสอบและสามารถส่งสินค้าส่งออกไปยังต่างประเทศได้

ทางบริษัทมีผลกำไรเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งมีระยะเวลาคืนทุนภายใน 2 ปี อีกทั้งมีกระแสเงินสดที่ดีมองเห็นเป็นรูปธรรม ทำให้การดำเนินงานไม่ติดขัด โดยในอนาคตหากเกิดปัญหาได้มองถึงแผนฉุกเฉินในการทำเฟอร์นิเจอร์ไว้ในอนาคต

คำสำคัญ: พาล์พไม้, ธุรกิจส่งออกสินค้า, ธุรกิจขนส่ง, ธุรกิจจัดการคลังสินค้า, อนุสัญญาอารักขาพืชระหว่างประเทศ เพื่อป้องกันการระบาดของศัตรูพืช

Rangsiwatanasak, P. Master of Management in Entrepreneurship, December 2021,  
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for the Production and Distribution of Wooden Pallets: Kornrada  
(49 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Suchart Tripopsakul, Ph.D.

## ABSTRACT

Preparation of business plan for The Production and Distribution of Wooden Pallets : Kornrada. The objective is to study the management and marketing strategies by seeing the overall picture as a step, as well as studying the feasibility of the future market and focusing on finding shortcomings within the business in order to guide the management and decision-making process.

The study of both external factors this makes it known to change the sale of products in accordance with government policy. The company is a foreign exporter and shipping business group. The independent research has analyzed and estimated the various budgets used in the investment, as well as the need to develop standards and personnel in various areas.

The company has a satisfactory profit, which has a payback period within 2 years, and good cash flow is seen in concrete, making the operation not to be jammed. In the future, if the problem is to look at the contingency plans for making furniture in the future.

*Keywords: Wooden Pallets, Export Businesses, Shipping Businesses, Warehouse Management Businesses, International Plant Protection Conventions to Prevent Pest Infestation*

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ดี เนื่องจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ไตรภพสกุล อาจารย์ปรึกษาในการประกอบการค้นคว้าอิสระ และอาจารย์ณัฐชา พิบูลกุลพัฒน์ ผู้เชี่ยวชาญ ที่ได้คอยให้คำแนะนำชี้แนะ ในการค้นคว้ารายงานและผลการวิจัยต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูล หลากหลายที่ ซึ่งรวมถึงการช่วยตรวจทานความถูกต้องในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ และต้อง ขอขอบพระคุณ อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภาค และคณาจารย์ คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ ทุก ๆ ท่านที่มีส่วนช่วยเหลือในการให้คำปรึกษา คำแนะนำในการประยุกต์ใช้ ประสบการณ์ที่ผ่านมาของท่านทั้งหลาย ให้สามารถเติบโตได้ทันกับยุคสมัยใหม่

นอกจากนี้ ยังขอขอบพระคุณผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ได้ให้คำแนะนำ และเพื่อน ๆ ภายใน สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ ที่คอยได้ช่วย ตรวจเช็คและให้ความรู้ช่วยเหลือให้แผนธุรกิจฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ด้วยดี ทางผู้วิจัยจึง ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

พัศกร รังสิวัฒน์ศักดิ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	3
1.4 รูปแบบของธุรกิจ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model Canvas)	4
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด (สภาพอุตสาหกรรม)	7
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	8
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ	12
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	13
3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค (การศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้า)	13
3.4 บทความที่ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดของธุรกิจ	14
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์/บริการ	16
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	16
4.3 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด	17
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน	27
5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบงาน รวมถึงคุณสมบัติของ บุคลากรที่ต้องสรรหา	28
5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	29

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ) แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร	30
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง	31
6.2 ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า (Operations)	32
6.3 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ	32
6.4 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้า	33
บทที่ 7 แผนการเงิน	
7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของเงินทุน แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ	34
7.2 สมมติฐานทางการเงิน (ประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย การเติบโต ตัวแปรต่าง ๆ)	36
7.3 ประมาณการงบการเงิน (งบกำไรขาดทุน 3 ปีแรก โดยปีแรกจัดทำเป็นรายเดือน งบดุล และงบกระแสเงินสด) และวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	39
7.4 วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	45
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
8.1 แผนฉุกเฉิน	46
8.2 แผนอนาคต	46
บรรณานุกรม	48
ประวัติผู้เขียน	49



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: คู่แข่งขัน (คู่แข่งชั้นทางตรง/ทางอ้อม)	8
ตารางที่ 2.2: เปรียบเทียบคู่แข่งชั้นกับธุรกิจ ในด้านผลิตภัณฑ์/ราคา/คุณภาพ พันธมิตรทางธุรกิจ	9
ตารางที่ 3.1: มูลค่าตลาดขนส่งพัสดุ ปี พ.ศ. 2559-2563	14
ตารางที่ 5.1: การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบ	28
ตารางที่ 7.1: งบประมาณที่ใช้ในการลงทุน	34
ตารางที่ 7.2: สมมติฐานทางการเงิน	36
ตารางที่ 7.3: การประมาณการค่าใช้จ่าย	38
ตารางที่ 7.4: การประมาณการต้นทุนผันแปร	38
ตารางที่ 7.5: งบกำไรขาดทุน รายเดือน ปี X1	39
ตารางที่ 7.6: งบกำไรขาดทุน รายปี	41
ตารางที่ 7.7: งบดุล	42
ตารางที่ 7.8: งบกระแสเงินสด	44

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: พาเลทพลาสติก	1
ภาพที่ 1.2: พาเลทกระดาษ	2
ภาพที่ 1.3: พาเลทไม้	2
ภาพที่ 1.4: โลโก้ สินค้า ของ บริษัท กรลดา จำกัด	3
ภาพที่ 1.5: Business Model Canvas	4
ภาพที่ 4.1: กิจกรรมออกบูธ อ้างอิงจาก ช่วงเวลาปฏิบัติงานแฟร์	18
ภาพที่ 5.1: โครงสร้างธุรกิจ (Company Organization)	27
ภาพที่ 5.2: บุคลากรในบริษัท (Personnel)	28
ภาพที่ 6.1: แผนที่ตั้งบริษัท	31



## บทที่ 1 บทนำ

### 1.1 แนะนำธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการขนส่งสินค้า (Logistics) และอุตสาหกรรมทำให้เช่าพื้นที่ คลังสินค้า มีการพัฒนาและเติบโตสูงมากกว่า 10 ปีก่อน เนื่องจากทุกวันนี้ ประชากรทั่วไปนิยมสั่งซื้อ สินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Market Platform) โดยผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider : LSP) ต่างที่จะต้องการความรวดเร็วเพื่อลดระยะเวลาการขนส่งสินค้าให้ได้ กระชั้น ฌับไวที่สุด จึงเน้นไปที่การบริหารจัดการในด้านคลังสินค้าและการขนส่ง ให้สามารถจัดเก็บสินค้าใช้ พื้นที่อย่างคุ้มค่าและประหยัดเวลา

เพราะฉะนั้น จึงเกิดมาเป็น “พาเลท” ซึ่งจะนำมาใช้เป็นฐานรองสินค้าให้เคลื่อนย้ายไปกับ รถยกโฟล์ค-คลิฟท์ (Forklift) หรือรถยกแฮนด์ลิฟท์ (HandLift) เพื่อให้สามารถขนย้ายสินค้าคราวทีละ มากๆ ใน 1 ครั้งได้ อาทิ การเก็บสินค้าขึ้นชั้นวางจำนวน 4-5 ชั้น ภายในคลังสินค้า หรือการนำสินค้า ลงจากชั้นวางสินค้าภายในคลังสินค้า เพื่อนำไปบรรจุใส่รถขนส่ง เพื่อกระจายสินค้าไปยังที่ต่างๆ โดย พาเลท มี 3 รูปแบบ ในปัจจุบัน 1) พาเลทพลาสติก 2) พาเลทกระดาษ 3) พาเลทไม้

ภาพที่ 1.1: พาเลทพลาสติก



ที่มา: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอสพี โลคอลดิสทริคท์ ซัพพลาย. (2558). พาเลท. สืบค้นจาก [www.sp-local.com/p/39](http://www.sp-local.com/p/39).

ภาพที่ 1.2: พาเลทกระดาษ



ที่มา: บริษัท จินเหมย์เปเปอร์ จำกัด. (2562). พาเลทกระดาษ. สืบค้นจาก  
[www.cmpaper.co.th/th/paper\\_pallets.html](http://www.cmpaper.co.th/th/paper_pallets.html).

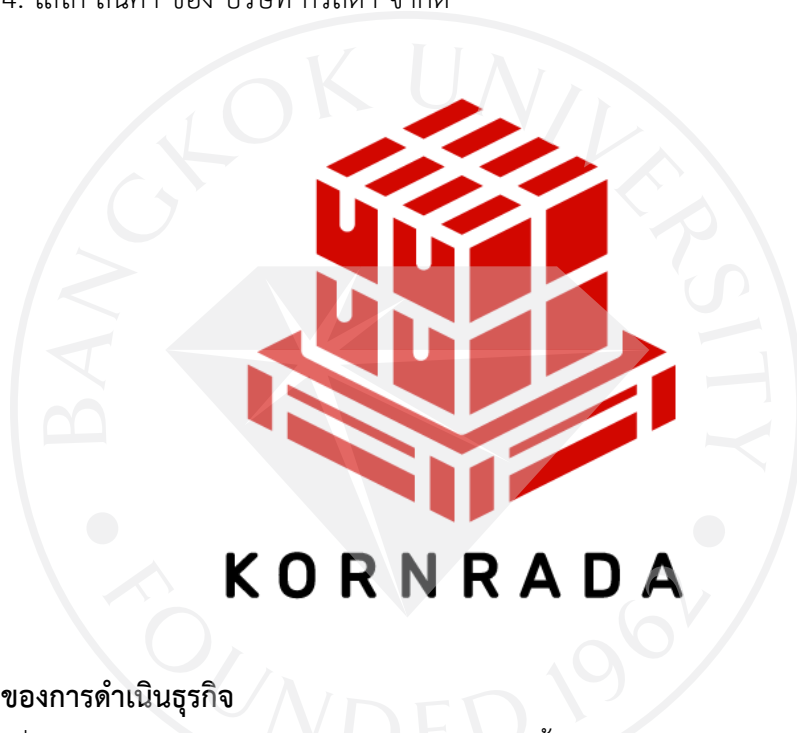
ภาพที่ 1.3: พาเลทไม้



ที่มา: บริษัท กรดา (2003) กรุงเทพฯ จำกัด. (2561). พาเลทไม้ ลูกเต๋า. สืบค้นจาก  
[www.kornrada.com/woodenpallet/block/](http://www.kornrada.com/woodenpallet/block/).

โดยผู้วิจัยได้เลือก พาเลทไม้ มาเป็นส่วนหนึ่งในรายงานฉบับนี้ ซึ่งจะเป็นพาเลทตามรูปแบบ ขนาดที่ลูกค้าต้องการสั่งผลิตได้ จะมีการคำนวณราคาจากจำนวนแผ่นไม้ที่ใช้จริงในพาเลทนั้น ๆ โดย พาเลทไม้จะนิยมนำไปใช้ขนส่งสินค้าเพื่อเวียนภายในคลังสินค้า และใช้เพื่อการส่งออกสินค้าภายในตู้ คอนเทนเนอร์ (Container Box) ที่เป็นการลดต้นทุนในการขนส่งสินค้าไปเพียงครั้งเดียว ซึ่งหากใช้พา เลทพลาสติก ก็จะมีการเพิ่มต้นทุนในการส่งออกที่สูงมาก เพราะพาเลทนั้นไม่สามารถนำมาเวียน กลับมาใช้ในกิจการได้

ภาพที่ 1.4: โลโก้ สินค้า ของ บริษัท กรลดดา จำกัด



## 1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ที่มาของการดำเนินธุรกิจพาเลท จากการศึกษาเบื้องต้น พบได้ว่า เกิดจากความต้องการให้ ระบบคลังสินค้า และ ระบบการส่งออกสินค้าสู่ต่างประเทศ มีความสะดวกสบาย ง่ายยิ่งขึ้น โดย บริษัทที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาเพื่อทำการวิจัยนั้น เป็นธุรกิจในรูปแบบธุรกิจครอบครัว ซึ่งบริษัท ได้ มุ่งเน้นให้ลูกค้าสะดวก ประหยัดเงินและเวลา จากมาตรฐานการผลิตที่หลากหลายของบริษัท

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

1.3.1 เพื่อที่ผู้ประกอบการจะสามารถรับรู้ได้ถึงแผนธุรกิจและแนวทางกลยุทธ์เพื่อที่จะ นำไปสานต่อให้กิจการมีแนวทางที่ดีขึ้นในอนาคต

1.3.2 เพื่อมุ่งเน้นหาข้อบกพร่องภายในกิจการ เพื่อนำมาปรับแก้ไขให้ทันสมัยกับโลก ปัจจุบัน

### 1.3.3 เพื่อศึกษาถึงกลุ่มตลาดและเป้าหมายที่เป็นเป้าประสงค์ของกิจการนี้

## 1.4 รูปแบบของธุรกิจ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model Canvas)

รูปแบบของธุรกิจที่ได้ทำการวิจัยนั้นเป็นการค้าขายแบบ ธุรกิจต่อธุรกิจ (B2B: Business to Business) เพราะเป็นอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าเพื่อใช้ในวงจรกลุ่มธุรกิจการขนส่ง (Supply Chain Logistics) ซึ่งในการผลิตสินค้า ทางผู้ประกอบการจะมีการขอรูปแบบหรือพาเลทที่เคยใช้งานจากผู้ซื้อสินค้า หรือบางธุรกิจจะให้ทางผู้ประกอบการออกแบบให้ เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน เพื่อที่ทางผู้ซื้อสินค้าจะได้ประหยัดงบประมาณ โดยเมื่อทางผู้ประกอบการได้รับแบบ จากนั้นจะเริ่มผลิตตัวอย่างเพื่อให้ผู้ซื้อสินค้าตรวจสอบความผิดพลาด หลังจากนั้น ก็จะอนุมัติการผลิตต่อไป โดยจะคำนึงถึงหลักการรับน้ำหนักและราคา เป็นต้น เพื่อให้ผู้ซื้อสินค้าได้ใช้ประสิทธิภาพของพาเลทได้อย่างสูงสุด

ภาพที่ 1.5: Business Model Canvas

<b>Key Partners</b> - โรงเลื่อยไม้ - รถขนส่งไม้ - โรงอบไม้ - บริษัทค้าตะปู - บริษัทค้า-ซ่อมเครื่องจักร	<b>Key Activities</b> ไล่ ตัด ฝ่าไม้ เพื่อจำหน่ายเป็นแผ่นและประกอบเป็นพาเลท  <b>Key Resources</b> - เครื่องจักร - รถขนส่ง - พนักงาน	<b>Value Propositions</b> - ให้บริการรวดเร็ว - ทีมทำงานมีประสบการณ์ยาวนาน - ราคาไม่สูงเกินมาตรฐาน	<b>Customer Relationships</b> - ทีมบริการหลังการขาย - ติดตามการใช้งานทุก 2 เดือน  <b>Channels</b> - เว็บไซต์ - Facebook - งานออกบูธ	<b>Customer Segments</b> - กลุ่มส่งออก - กลุ่มขนส่งสินค้า - คลังสินค้าในระแวกปริมณฑล และภาคตะวันออก
<b>Cost Structure</b> ค่าจ้างพนักงาน ค่าบำรุงเครื่องจักร ค่าไฟฟ้า ค่าวัสดุคิป์ ค่าขนส่ง		<b>Revenue Streams</b> รายได้หลัก การขายพาเลทไม้ และไม้แผ่น รายได้รอง การขายซีเลื่อย และรับอัดน้ำยา		

### 1.4.1 พันธมิตรหลัก (Key Partner)

1) โรงเลื่อยไม้: ทางกรลดตามิโรงเลื่อยไม้เป็นพันธมิตรทางการค้าที่ส่งวัสดุคิป์ คือไม้เบญจพรรณและไม้ยางพาราให้ในการประกอบพาเลท

2) รถขนส่งไม้: ทางกรลดามีบริษัทรถขนส่งไม้ที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ที่จะรับไม้จากทางโรงเลื่อยมานำส่งให้ที่โรงงาน

3) โรงอบไม้: ทางโรงอบไม้เป็นพันธมิตรในด้านการช่วยเร่งรัดวัตถุดิบให้มีการแห้งเร็ว เพื่อที่จะเร่งระยะเวลาการผลิตในช่วงฤดูฝนที่ไม่สามารถใช้ไม้ตากแดดได้

4) บริษัทค้าตะปู: เป็นพันธมิตรในการส่งผลิตภัณฑ์ให้ทางกรลดาใช้เพื่อยิงปืนลม ประกอบไม้แผ่นเป็นพาเลท

5) บริษัทค้า-ซ่อม เครื่องจักร: ทำหน้าที่คอยซ่อม ตรวจสอบเช็คเครื่องจักรตามอายุการใช้งานทุก ๆ 3-6 เดือน ตามรอบระยะเวลาทั้งเครื่องไสไม้ เครื่องตัดไม้ เครื่องปาดไม้ และถังลม

#### 1.4.2 กิจกรรมที่บริษัทส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้า (Key Activities)

ทางกรลดา ได้สั่งไม้แผ่นที่ได้เลื่อยมาจากโรงเลื่อยใน ภาคใต้ ของ ประเทศไทย โดยเมื่อได้รับไม้มาก็จะทำการไส ตัด ผ่าไม้ เพื่อจำหน่ายเป็นแผ่น และนำมาประกอบพาเลทเพื่อส่งมอบสินค้าให้ผู้ใช้งาน

#### 1.4.3 ทรัพยากรหลัก (Key Resource)

เครื่องมือทางกรลดาที่ต้องใช้งาน มีทั้งเครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมพาเลทไม้ รถเพื่อใช้ขนส่งพาเลทไม้ไปยังบริษัทผู้ประกอบการ และพนักงานที่คอยทำงานทุก ๆ ฝ่าย ทั้งฝ่ายผลิตและฝ่ายบริหาร ฝ่ายการเงินต่าง ๆ

#### 1.4.4 คุณค่าที่บริษัทส่งมอบให้แก่ลูกค้า (Value Proposition)

มีการบริการที่คอยซ่อมแซมและดูแลลูกค้าให้ได้ประสบการณ์ที่ดีที่สุด และทีมงานที่มีประสบการณ์มายาวนานมากกว่า 20 ปี อีกทั้งราคาที่ไม่สูงเกินมาตรฐาน ทางลูกค้าสามารถเลือกงบประมาณได้ เพราะหากส่งไปยังต่างประเทศทางกรลดา ยังสามารถช่วยประหยัดต้นทุนได้

#### 1.4.5 ความสัมพันธ์ที่บริษัทสร้างกับกลุ่มลูกค้า (Customer Relationship)

มีการส่งมอบทีมบริการหลังการขายที่คอยดูแลให้ลูกค้าพบประสบการณ์ที่ดีที่สุด อีกทั้งมีทีมติดตามการทำงานการใช้งานพาเลทในลูกค้าประจำทุก 2 เดือน

#### 1.4.6 ช่องทางการขาย (Channels)

มีช่องทางเว็บไซต์องค์กร และ Facebook ที่คอยนำเสนอรูปแบบงานและคุณภาพให้แก่ผู้ใช้งานใหม่ที่สนใจ และมีการออกบูธงานเพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

#### 1.4.7 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

เป็นกลุ่มลูกค้าอยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรมการส่งออก เพราะการส่งออกสินค้าไปกับตู้คอนเทนเนอร์นั้น จะต้องมีการใช้พาเลทรองพื้น กลุ่มลูกค้าขนส่งสินค้า ที่ต้องใช้พาเลทในการขนย้ายสินค้าไปยังที่ต่าง ๆ อาทิ คลังกระจายสินค้าเทสโก้ โลตัส ที่ต้องขนส่งสินค้าไปยังสาขาต่าง ๆ และคลังสินค้า ที่นำสินค้าจัดเก็บขึ้นชั้นวางต่าง ๆ เพื่อที่จะประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า

#### 1.4.8 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ค่าจ้างพนักงานทั้งรายวันและรายเดือน ค่าบำรุงเครื่องจักร ตามรอบระยะเวลาต่าง ๆ อาทิ ค่าอัดน้ำมันเครื่อง ค่าเปลี่ยนชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องจักร ค่าไฟฟ้า ค่าวัตถุดิบ และค่าขนส่งสินค้า

#### 1.4.9 กระแสรายได้ (Revenue Streams)

มีรายได้มาจากการขายพลาเทไม้มือและไม้แผ่นบางส่วน โดยพลาเทไม้มือจะมีราคาที่ไม่ได้สูงมากนัก เหมาะแก่การใช้งานส่งออกครั้งเดียว หรือหากต้องการแบบไม้หนา เพื่อใช้พลาเทมูนเวียนก็สามารถออกแบบได้เช่นกัน





## บทที่ 2

### การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

#### 2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด (สภาพอุตสาหกรรม)

โดยผู้วิจัยเลือกที่จะนำ Pestle Analysis เข้ามาเพื่อวิเคราะห์ในปัจจัยต่าง ๆ เพราะถือว่า จะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถทราบถึงปัญหา ข้อดี-ข้อเสียต่าง ๆ ในธุรกิจได้อย่างครบถ้วน ซึ่งจะมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์ประเด็นของทางธุรกิจ ในรูปแบบปัจจัยภายนอกที่ได้ให้ผลกระทบต่อองค์กร

##### 2.1.1 Pestle Analysis

P – Politic: ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง

ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนกลุ่มส่งออก ซึ่งสามารถตรวจสอบได้จากยุทธศาสตร์และแผนการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2564 (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2563) ทำให้ลูกค้าของผู้ประกอบการในกลุ่มส่งออกสามารถเติบโตขึ้นได้ในอนาคต โดยการช่วยลดภาษีในกลุ่มขนส่งและกลุ่มต่าง ๆ ให้ผู้เล่นในตลาดนี้เริ่มโตขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้สินค้าได้ผลพลอยได้ไปด้วย อีกทั้งภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน เป็นพี่เลี้ยงธุรกิจ ใ้ปลูก กรีด ตัดต้นยางพารา ทำให้มีเกษตรกรจำนวนมากเข้าร่วมโครงการ ทำให้ในตรงนี้ ยังมีไม้สามารถใช้ได้ไปเรื่อย ๆ แต่ต้องแข่งขันด้วยการสู้ราคาวัตถุดิบ

E – Economic: ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ประเทศไทย GDP หลักพึ่งพาการส่งออก และการท่องเที่ยว (วิน อุดมรัชตวนิชย์, 2563) ในส่วนนี้ทำให้พาละยังจะสามารถอยู่ต่อไปในตลาดได้ เพราะเป็นสิ่งสำคัญต่อ ภาคขนส่งทั้งภายใน และภายนอกประเทศ แม้ในปัจจุบันอัตราการส่งออกจะถดถอยลงไปบ้าง แต่ในอนาคตประเทศไทยจะสามารถลุกขึ้นมาได้ เพราะผลผลิต และวัสดุต่าง ๆ ต้องมีฐานการผลิตจากไทยและต้องทำการส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ

S – Social: ปัจจัยทางสภาพสังคม

ในสภาพสังคมปัจจุบันจะคิดว่า เป็นการตัดไม้ทำลายป่าในธุรกิจนี้ แต่จริง ๆ แล้วทางผู้ประกอบการไม่ได้รู้กล้าเขตป่าสงวนหรือพื้นที่หวงห้ามต่าง ๆ วัตถุดิบที่นำมาใช้มาจากโรงเลื่อยที่รับซื้อไม้ ที่หมดอายุการกรีดจากเกษตรกร เพื่อนำมาแปรรูปให้ (“ตลาดไม้ยางเงินเริ่มฟื้น”, 2563) โดยต้นยางพาราก็ยังไม่การปลูกขึ้นใหม่เรื่อย ๆ เพราะเกษตรกรต้องการขายน้ำยางเช่นกัน

T – Technology: ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ

มีการเครื่องผลิตพาเลทอัตโนมัติเข้ามาในตลาด ทำให้บางบริษัทเลือกที่ลงทุนในราคา 10-20 ล้านบาท เพื่อนำไปลดค่าใช้จ่ายในการจ้างงาน ในอนาคตหากใช้ไปถึงจุดคุ้มทุน จะทำให้สามารถลดต้นทุนตัดกับคู่แข่ง

L – Legal: ข้อกฎหมายต่าง ๆ ของพื้นที่นั้น ๆ ที่ต้องศึกษาเป็นอย่างดี

กฎหมายในการลงบัญชีไม่ทุกวันที่ทำให้พนักงานอาจจะต้องเสียเวลาไปภายใน 1 วัน อีกทั้งข้อจำกัดการห้ามทำงานช่วงเวลาตะวันตกดิน ทำให้พนักงานอาจทำงานรับเงินล่วงเวลาได้ไม่เต็มที่ เพราะพนักงานต่างตัว ขึ้นขอในการรับเงินล่วงเวลาในการทำงาน

E – Environment: หรือปัจจัยทางสภาพแวดล้อม

ช่วงฤดูการฝน และ ช่วงพายุ ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถรับวัตถุดิบจากภาคใต้ได้ดีเท่าที่ควร เพราะมีฝนตกตลอดเวลาทำให้ไม่สามารถตัดไม้ได้ อีกทั้งหากมีวัตถุดิบไม้สด ก็จะไม่สามารถตากไม้เพื่อให้แห้งทันกำหนดการส่งลูกค้าได้ เพราะไม่มีแดดเพียงพอ

## 2.2 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น

ตารางที่ 2.1: คู่แข่งขัน (คู่แข่งชั้นทางตรง/ทางอ้อม)

คู่แข่งทางตรง	คู่แข่งทางอ้อม
บริษัท ดีไอซี ภูเก็ต ซัพพลาย บริษัท ไทยวัฒนา แพ็คกิ้ง เซอร์วิส จำกัด	บริษัทต่าง ๆ ที่ขายพาเลทพลาสติก

ตารางที่ 2.2: เปรียบเทียบคู่แข่งชั้นกับธุรกิจ ในด้านผลิตภัณฑ์/ราคา/คุณภาพ พันธมิตรทางธุรกิจ

ลักษณะ	บริษัท กรลดา จำกัด	บริษัท ดีไอซี วัสดุ ซีพีพลาย	บริษัท ไทยวัฒนา แพคเกจจิ้ง เซอร์วิส จำกัด
ผลิตภัณฑ์	พลาเทไม้คุณภาพ ผ่านการ คัดสรรอย่างดี จากไม้ ยางพาราและไม้เบญจพรรณ ของไทยและนำมาอัดน้ำยา อย่างดี โดยอัดน้ำยาป้องกัน มอดและแมลงที่กินเนื้อไม้ อบไม้ด้วยความร้อนในเตาอบ ก่อนจะประกอบเป็นพลาเท ไม้ โดยมีโรงเลื่อยไม้คุณภาพ	พลาเทไม้ ลังไม้ อัด น้ำยาด้วยท่อสูญญากาศ อบแห้งด้วยระบบไอน้ำ และผ่านการอบด้วย ความร้อน นำไม้มาแปร รูปพร้อมประกอบ เป็น พลาเท ลังไม้ ตามแบบที่ ลูกค้าต้องการ	พลาเทไม้ทุกขนาดทุก รูปแบบ ลังไม้แบบทึบ ลังไม้แบบโปร่ง ตามแบบ มาตรฐานเพื่อการส่งออก IPPC สำหรับใส่เครื่องจักร หรือใส่สินค้าต่าง ๆ ตาม ลูกค้าต้องการ บริการทั้ง ในและนอกสถานที่
ราคา	ราคาของกรลดาย่อมเยากว่า ผู้ประกอบการเจ้าอื่น ๆ เพราะทางกรลดามีโรงเลื่อย บางส่วนที่เป็นญาติกัน อีกทั้ง ยังมีซีพีพลายเออร์ (Supplier) ที่ส่งสินค้าให้กับ กรลดาในราคาที่ต่ำ ทำให้ ขายได้ราคาต่ำและเป็นการ ผลิตในจำนวนครั้งละมาก ๆ	เป็นการตั้งราคาตาม ความหลากหลายของ ขนาด ตามขนาด ตาม ความหนา รับน้ำหนัก และผลิตสินค้าตามคำสั่ง ของลูกค้า	เป็นการตั้งราคาตามความ หลากหลายของขนาด ตาม ขนาด ตามความหนา รับ น้ำหนักและผลิตสินค้าตาม คำสั่งของลูกค้า

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ): เปรียบเทียบคู่แข่งชั้น (คู่แข่งชั้นทางตรง/ทางอ้อม)

ลักษณะ	บริษัท กรลดา จำกัด	บริษัท ดีไอซี วัสดุ ซีพีพลาย	บริษัท ไทยวัฒนา แพคเกจจิ้ง เซอร์วิส จำกัด
คุณภาพ	มีความทนทานเพราะไม้ที่นำมาผลิตผ่านการคัดสรรจากพนักงานก่อนนำมาผลิตอัดน้ำยาป้องกันปลวกและแมลงที่กินเนื้อไม้ อบไม้ด้วยความร้อนในเตอบก่อนจะประกอบเป็นพาเลทไม้ และมีมาตรฐาน IPPC เพื่อการส่งออก	เป็นโรงงานผลิตพาเลทไม้ ที่ได้รับรองมาตรฐานสากลจากองค์กร IPPC (International Plant Protection Convention) เพื่อรองรับบรรจุกฎเกณฑ์ในการส่งออกต่างประเทศ รับประกันได้ว่าไม้วัตถุดิบจะปลอดจากมอด และแมลงต่าง ๆ	พาเลทไม้ ไม้พาเลท ที่ได้รับรองมาตรฐานสากลจากองค์กร IPPC (International Plant Protection Convention) มีความแข็งแรง ทนทาน สะดวกในการบรรจุสินค้าที่จะทำการบรรจุหรือส่งออก
พันธมิตร	โรงเลื่อยบางส่วนที่เป็นญาติกัน อีกทั้งยังมีซีพีพลายเออร์ (Supplier) ที่ส่งสินค้าให้กับกรลดาในราคาที่ต่ำ	เนื่องจากเป็นบริษัทที่เปิดมานานจึงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าจำนวนมากและมีพันธมิตรทางการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ	มีพันธมิตร โดยการรับรองประวัติการค้า จัดทำขึ้นเพื่อความโปร่งใสในการแสดงตัวตน อย่างถูกต้องตามกฎหมายแก่ผู้ร่วมการค้าและสมาชิกในระบบของควินแอล ดอทคอม เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์มากยิ่งขึ้น

## 1) ผลิตภัณฑ์

ในคู่แข่งจำนวน 2 บริษัทนั้น เนื่องจากบริษัทดังกล่าวได้มีการผลิตสินค้าเดียวกันทั้งหมด คือพาเลทไม้ แต่ทาง บจก. ดีไอซี วัสดุ ซีพีพลาย และ บจก. ไทยวัฒนา แพคเกจจิ้ง เซอร์วิส นั้นมีผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม คือลังไม้ ซึ่งทาง บจก. กรลดา ไม่ได้มีการผลิต

## 2) ราคา

ราคาของกรลดตาในผลิตภัณฑ์บางประเภทมีราคาต่ำกว่าคู่แข่งในตลาด เพราะมีการได้รับวัตถุดิบบางส่วนมาในราคาต่ำเนื่องจากมีโรงเลื่อยที่เป็นญาติกันในภาคใต้ซึ่งเลื่อยไม้ส่งให้แก่เรา

## 3) คุณภาพ

คู่แข่งทั้ง 2 บริษัทนั้นมี คุณภาพงานที่ใกล้เคียงกัน อีกทั้งยังมีมาตรฐาน IPPC (International Plant Protection Convention) เช่นเดียวกันทั้ง 3 บริษัท

## 4) พันธมิตร

ทางกรลดตา มีพันธมิตรที่เป็นโรงเลื่อย แต่ในส่วนของ บจก. ดีไอซี วู้ด ซัพพลาย นั้นมีการส่งสินค้าไปยังต่างประเทศด้วยตนเองจึงทำให้มีพันธมิตรทางการค้าเพิ่มเติมภายในต่างประเทศ ซึ่งแตกต่างจาก บจก. กรลดตา เนื่องจากกรลดตาเป็นการส่งสินค้าไปให้แก่ผู้ใช้งานภายในประเทศที่ต้องการส่งสินค้าไปยังต่างประเทศเพียงเท่านั้น



### บทที่ 3

## การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

### 3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ

**Strength:** ราคาของกรลดต่ำกว่าคู่แข่งกว่า ผู้ประกอบการเจ้าอื่น ๆ เพราะทางกรลดมีโรงเลื่อยบางส่วนที่เป็นญาติกัน อีกทั้งยังมีซัพพลายเออร์ (Supplier) ที่ส่งสินค้าให้กับกรลดในราคาที่ต่ำ ทำให้ขายได้ราคาต่ำกว่าคู่แข่งหลายเจ้า ทั้งในเรื่องของการอบไม้ กรลดใช้การลดต้นทุน โดยเน้นสต็อกไม้ แล้วใช้ตากแดด เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการอบไม้ สถานที่ของกรลดนั้น อยู่ในจุดกลางของการกระจายสินค้า ซึ่งโรงงานนั้นตั้งอยู่ที่ ัญบุรี ปทุมธานี ซึ่งสามารถกระจายสินค้าไปยังนิคมได้หลายจุด อาทิ นิคมนวนคร นิคมสระบุรี นิคมฉะเชิงเทรา นิคมอมตะ เพราะมีความใกล้ เดินทางไม่ยาก และลูกค้าสามารถมารับสินค้าเองได้ง่าย พาเลทของกรลดนั้นมีมาตรฐาน IPPC (เป็นอนุสัญญาอารักขาพืชระหว่างประเทศ เพื่อป้องกันการระบาดของศัตรูพืช)

**Weakness:** พาเลทไม้ที่นั้นอาจมีความแตกหักง่าย เนื่องจากการใช้งานของผู้ใช้งาน ทำให้บางจุดสามารถเปราะบางได้หากผู้ใช้งานวางน้ำหนักสินค้าลงบนจุดช่องว่างที่ไม่มีคานรับน้ำหนักบนพาเลท และไม้ที่นั้นยังมีอัตราสูญเสียเยอะมาก เพราะทางกรลดเน้นไปที่การตากแดดมากกว่าเข้าเตาอบ เพราะเตาอบของกรลดมีไม่เพียงพอ จึงทำให้ต้องตากแดด ซึ่งมีโอกาสสูญเสียของไม้เยอะมากถึง 30%

**Opportunity:** ไม้ที่กรลดนำมาใช้เป็นวัตถุดิบ มีมาตรการการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งมีการส่งเสริมการปลูก การกรีด การตัด เพราะถือเป็นไม้เศรษฐกิจที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศมหาศาล ในปัจจุบันประเทศจีนนิยมใช้ไม้ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา ไม้ชนิดนี้ขาดตลาด เพราะทางประเทศจีนกว้านซื้อไปทำให้ราคาปรับบ่อยครั้ง อีกทั้งการส่งเสริมด้านต่าง ๆ จากภาครัฐทำให้สามารถมีไม้เพื่อใช้ผลิตได้ตลอดเวลา เพราะผู้ผลิตอันดับแรก คือ ผู้ปลูกไม้ยางพารา ซึ่งยังคงนิยมปลูกอยู่ตลอดมา

**Threat:** ปัญหาที่พบ คืออุปสรรคในด้านกฎหมาย อาทิ กฎกระทรวงต่าง ๆ ในการจัดตั้งและประกอบกิจการโรงงานแปรรูปไม้ที่ยังคงมีความล้าหลังไม่ทันสมัยต่อยุคปัจจุบัน เช่น การลงบัญชีทำไม้ในแต่ละวันว่าผู้ประกอบการได้แปรรูปไม้ไปจำนวนกี่แผ่น ก็ถูกบาศก์คิวฟุต ในทุก ๆ วัน และปัญหาการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในทุกกลุ่มธุรกิจได้พบปัญหาเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะเป็นพิเศษคือด้านการส่งออก ซึ่งพาเลทไม้ที่นั้น เน้นไปยังกลุ่มลูกค้าส่งออก และสินค้าส่งออกของไทยหดหายไปเป็นจำนวนมากเพราะประเทศต้นทางไม่ส่งสินค้าเข้าตามเดิม

## 3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

### 3.2.1 Vision

มุ่งเน้นให้บริษัทเป็นผู้ผลิตจำหน่ายพาเลทเพื่อการส่งออก มาตรฐาน IPPC อันดับต้นของเมืองไทย ภายใน 10 ปี

### 3.2.2 Mission

- 1) พัฒนามาตรฐาน อบรมบุคลากรภายในองค์กร
- 2) พัฒนาระบบ QC เพื่อเพิ่มอัตราการส่งของผิดพลาดให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด
- 3) พัฒนาระบบห้องอบไม้ ให้มีมาตรฐาน เพื่อลดอัตราสูญเสียจากการเกิดไม้แตกหัก
- 4) สร้างโครงการ CSR เพื่อให้บริษัทมีความเข้มแข็งเป็นที่รู้จักมากขึ้น

### 3.2.3 วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

เพิ่มยอดขายมากขึ้น 20% จากปี 2562 ที่และจะมุ่งเน้นเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในด้านตลาดพาเลทไม้ เป็น 5% ของตลาดพาเลทภายในประเทศ เพิ่มกำไรให้มากกว่า 5 ล้านบาท/ปี เพื่อค่อย ๆ พัฒนารูปแบบองค์กรให้ทันสมัยมากขึ้น และจัดทีมงานเพื่อคอยดูแลคุณภาพพาเลทให้เป็นที่ปรึกษากับลูกค้าหากพาเลทมีปัญหาที่มีคอยจัดซ่อมดูแลรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีความเป็นสากลมากขึ้น จัดทำกองทุนสวัสดิการเพื่อพนักงานไว้คอยดูแลยกเจ็บป่วยนอกเหนือจากการทำประกันสังคม

## 3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค (การศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้า)

พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนส่ง: เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้พาเลทไม้ในการขนส่งสินค้าหมุนเวียนภายในคลังสินค้า โดยจะใช้พาเลทเป็นอุปกรณ์สำหรับรองสินค้าที่ใช้ในการจัดเก็บสินค้า เคลื่อนย้ายสินค้า หรือการวางสินค้าเพื่อจัดไซ์สินค้า โดยพาเลทจะมีช่องสำหรับให้รถโฟล์คลิฟท์ หรือแฮนด์พาเลท หรือแฮนด์แจ๊คสามารถเสียบเข้าใช้งานเพื่อเคลื่อนย้ายพาเลทได้ง่ายเนื่องจากผู้ใช้งานต้องวางสินค้าบนพาเลทเป็นจำนวนที่หนักมากจึงต้องมีเครื่องทุ่นแรงอย่าง รถโฟล์คลิฟท์ หรือแฮนด์แจ๊คเข้ามาช่วยเคลื่อนย้ายสินค้าบนพาเลทนั้น ดังนั้นในอุตสาหกรรมขนส่งสินค้า สิ่งที่สำคัญไม่แพ้สินค้าคือ พาเลทอุปกรณ์ที่มีส่วนช่วยอย่างมากในการเคลื่อนย้ายสินค้า การจัดเรียงสินค้า พาเลทเป็นอุปกรณ์ที่ดีในการช่วยลดค่าขนส่งสินค้า ไม่ใช่แค่การช่วยปกป้องการปนเปื้อนของสินค้ากับพื้นสกปรก แต่นับตั้งแต่ต้นทางที่สินค้าถูกห่อหุ้มบนพาเลท จนถึงปลายทางไม่ว่าไกลแค่ไหน พาเลทก็ยังสามารถปกป้องสินค้าให้ลดการสูญเสียระหว่างขนส่งได้อย่างมากมายด้วย

### 3.4 บทความที่ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับตลาดของธุรกิจ

“ขนส่งพัสดุในไทย แข่งกันส่งติดจรวด” (2563) มีเนื้อความจากบทความว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 คือ การช้อปปิ้งออนไลน์ที่มากขึ้น จนพฤติกรรมนี้ถูกนักวิเคราะห์ยกให้เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะกลายเป็นความปกติใหม่ หรือ New Normal การช้อปปิ้งออนไลน์ที่มากขึ้น ส่งผลให้ภาพรวมตลาดอีคอมเมิร์ซ และการซื้อขายสินค้าออนไลน์ในเมืองไทยช่วง 1-2 เดือนที่ผ่านมาเติบโตสูงขึ้น และการที่ช้อปปิ้งออนไลน์กันมากขึ้น ตลาดอีคอมเมิร์ซโตขึ้น นั่นก็หมายถึง ธุรกิจขนส่งพัสดุ โตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในแง่รายได้ และปริมาณการขนส่งหนึ่งสิ่งที่เห็นคือการเปิดรับพนักงานขนส่งพัสดุของแต่ละเจ้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในช่วงโควิด-19 โดยจะเห็นได้จาก ไปรษณีย์ไทย มีปริมาณพัสดุเข้าสู่ระบบเพิ่มขึ้นวันละกว่า 60% จากปริมาณงานปกติ แพลซ เอ็กซ์เพรส ยอดผู้ให้บริการเติบโตเพิ่มกว่า 20% เบสท์ เอ็กซ์เพรส มียอดส่งพัสดุเพิ่มขึ้น 9 แสนชิ้น/วัน เป็นต้น

ผู้นำในตลาดขนส่งพัสดุอย่าง “ไปรษณีย์ไทย” ที่ปี 2561 ครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 1 ราว 55% รองลงมา คือ “เคอรี่ เอ็กซ์เพรส” ที่เข้ามาทำตลาดในไทยได้ 14 ปี มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ราว 30% และส่วนที่เหลือคือเจ้าอื่น ๆ ที่อยู่ในตลาด หากลองนับดูในไทยมีผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ และโลจิสติกส์มากกว่า 10 ราย และยังมีผู้เล่นหน้าใหม่เข้ามาเรื่อย ๆ สะท้อนให้เห็นว่าตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุในไทยที่เกี่ยวข้องกันอย่างมีนัยสำคัญกับตลาดอีคอมเมิร์ซที่เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ นั้น ยังเป็นที่น่าสนใจในการเข้ามาช่วงชิงเม็ดเงินในตลาดนี้ (“3 กลยุทธ์ ‘ธุรกิจขนส่งพัสดุ’, 2563)

ตารางที่ 3.1: มูลค่าตลาดขนส่งพัสดุ ปี พ.ศ. 2559-2563

ปี	จำนวน (บาท)
2559	18,000 ล้านบาท
2560	25,000 ล้านบาท
2561	35,000 ล้านบาท
2562	49,000 ล้านบาท
2563	66,000 ล้านบาท

ที่มา: 3 กลยุทธ์ ‘ธุรกิจขนส่งพัสดุ’ รับมือสงครามราคา ปริมาณส่ง 4 ล้านชิ้นต่อวัน มูลค่า 6.6 หมื่นล้าน. (2563). สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/transport-and-logistics-strategy-2020/>.



นอกจากนี้แล้ว กมลมาลย์ แจ็งล้อม และบุญญาภรณ์ ตันติปิฎก (2563) ยังได้วิเคราะห์จากสถานการณ์ ในปี 2020 ธุรกิจขนส่งพัสดุของไทยมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องราว 35%YOY เป็น 6.6 หมื่นล้านบาท จากการขยายตัวของตลาด E-commerce ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาซื้อขายสินค้าผ่าน Online Platform มากขึ้น ส่งผลให้ยอดจัดส่งพัสดุโดยรวมมีแนวโน้มสูงขึ้น เป็นกว่า 4 ล้านชิ้นต่อวัน อีไอซีประเมินว่า การเติบโตที่สูงอย่างต่อเนื่องได้ดึงดูดผู้เล่นหน้าใหม่ให้เข้ามาลงทุนมากขึ้น โดยเฉพาะผู้เล่นรายใหญ่จากต่างประเทศ ซึ่งส่งผลให้การแข่งขันด้านราคามีแนวโน้มรุนแรงยิ่งขึ้น สะท้อนได้จากอัตราค่าบริการขนส่งพัสดุเริ่มต้นเฉลี่ยที่ 35 บาทต่อชิ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาลดลงเป็น 19 บาทต่อชิ้นในปัจจุบัน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการทั้งหมดยังต้องเผชิญกับการแข่งขันในด้านคุณภาพการบริการ และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าที่เข้มข้นมากขึ้นอีกด้วยด้วยความท้าทาย 3 ประการที่ผู้ประกอบการขนส่งพัสดุควรให้ความสำคัญเพื่อวางแผนธุรกิจในอนาคต ได้แก่ การลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ ความต้องการบุคลากรด้านโลจิสติกส์ และกฎระเบียบข้อบังคับที่เปลี่ยนแปลง

จาก 2 กรณีศึกษาข้างต้น แสดงให้เห็นว่า มูลค่าตลาดธุรกิจขนส่งเป็นตลาดที่มีมูลค่ามหาศาลและสามารถเติบโตขึ้นได้เรื่อย ๆ ในทุกปี ถือเป็นโอกาสทางการตลาดของธุรกิจพาเลทไม้ ที่เป็นอุปกรณ์สำคัญ ที่ใช้อำนวยความสะดวกในงานของตลาดธุรกิจขนส่ง ในส่วนระบบการจัดเก็บและขนส่งการค้าและโลจิสติกส์ ลดความเสียหายของสินค้าจากแรงสั่นสะเทือน แรงกระแทกซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายของสินค้าในขณะจัดเก็บ การลำเลียง การขนส่งสินค้า เพื่อลดต้นทุนทั้งในเรื่องของเวลาและค่าใช้จ่าย โดยมีขนาดสอดคล้องกับอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกันการขนส่ง เช่น รถยก ชั้นวางในคลังสินค้า รถตู้คอนเทนเนอร์ เป็นต้น ดังนั้นในช่วงการดำเนินธุรกิจ จะมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ ธุรกิจขนส่ง โดยจัดจำหน่ายพาเลทไม้ในรูปแบบ Business to Business จะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และพนักงานขาย โดยยอดขายจะเพิ่มขึ้น 30% ในปี 2 และเพิ่มขึ้น 20% ในปีถัดมา

## บทที่ 4 แผนการตลาด

### 4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์/บริการ

ลูกค้าของกรลดานั้นเป็นกลุ่มธุรกิจ (Business to Business) โดยที่มุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มธุรกิจขนส่ง ที่ใช้พาเลทไม้ในการขนส่งสินค้าเวียน ภายในคลังสินค้า และกลุ่มลูกค้าที่ต้องใช้พาเลทเป็นฐานรองรับบรรจุสินค้าใส่ตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อขนส่งไปยังประเทศอื่น ๆ โดยกรลดานั้น เป็นโรงงานที่ได้รับมาตรฐาน IPPC ซึ่งเป็นมาตรฐานวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากไม้ ในหลาย ๆ ประเทศทางทวีปยุโรป เอเชีย อเมริกา ได้ออกกฎข้อบังคับสำหรับวัสดุใด ๆ ก็ตามที่ทำจากไม้ต้องได้รับการผ่านกรรมวิธี การฆ่าเชื้อโรค หรือการรมยา และประทับตรา IPPC โดยเหตุผลที่ลูกค้าเลือกซื้อพาเลทไม้จากกรลดานั้น เพราะบริษัทและตัวสินค้า โดยกรลดานั้นอยู่ในตลาดมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน มีความน่าเชื่อถือ เพราะส่วนมากการสั่งพาเลท ลูกค้าจะสั่งต่อเนื่องทุกเดือน ในส่วนนี้ทำให้ลูกค้ามั่นใจในตัวบริษัทกรลดาคือไม่จำเป็นต้องไปหาผู้ผลิตสั่งให้ลูกค้าใหม่ทุกเดือน เพราะกรลดาคือสามารถผลิตส่งสินค้าให้ได้อย่างต่อเนื่อง และมีคนคอยให้คำแนะนำปรึกษา ในด้านการคำนวณน้ำหนักการใช้ไม้พาเลท เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถได้ลดต้นทุนอย่างสูงสุด อีกทั้งไม้ของกรลดามีการอัดขน้ำยา ระดับเดียวกันกับการอัดขน้ำยาที่ใช้กับอาหาร (Food Grade) เพื่อที่จะไม่มีสารอาหารในไม้ ทำให้แมลงและมอดไม้สามารถฝังตัวอยู่ในเนื้อไม้ได้ ซึ่งสามารถเรียกความเชื่อมั่นจากลูกค้าได้ว่าจะไม่พบแมลง และมอด จากการส่งมอบอย่างแน่นอน อีกทั้งไม้ของกรลดานั้น จะมีการตรวจวัดความชื้นก่อนส่งมอบเพื่อลดอัตราการเกิดเชื้อราให้ลูกค้า ซึ่งจากการสอบถามลูกค้าที่เลือกซื้อสินค้านั้น พบว่าเกิดจากความพึงพอใจในการบริการและการพูดคุย ทั้งกับทางผู้บริหารและทีมดูแล ซึ่งทำให้พบได้ว่าเลือกซื้อสินค้านั้นเกิดจากความสบายใจ เพราะส่วนใหญ่บริษัทลูกค้าของกรลดานั้น จะเป็นบริษัทเอกชนขนาดกลาง-ขนาดใหญ่ ซึ่งจะมีทีมฝ่ายจัดซื้อประจำบริษัทนั้น ๆ โดยทีมจัดซื้อ จะมีประสบการณ์ที่ดีกับการที่ได้รับบริการที่ดี สื่อสารง่าย ราคาตรงตลาด แม้อาจจะแพงกว่าคู่แข่ง 1-2 บาท

### 4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาด 4P

เหตุผลที่ใช้การนำ 4P มาวิเคราะห์นั้น เพื่อให้ทราบถึงสภาวะทางการตลาดของบริษัท เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางบริหารต่อไปในอนาคตได้โดยมุ่งเน้นสืบหาความจริงมาให้วิเคราะห์เพื่อให้ผลนั้นออกมาใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด โดย 4P ประกอบด้วย ราคา (Price) สถานที่ (Place) ผลิตภัณฑ์ (Product) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งแต่ละหัวข้อสามารถวิเคราะห์ผลออกมา ได้ดังนี้

### 1) ราคา (Price)

ราคาของกรลดานั้นถูกกว่าคู่แข่งเพราะกรลดามีโรงเลื่อยบางส่วนเอง อีกทั้งยังมีชีพพลายเออร์ที่ส่งสินค้าให้กรลดในราคาที่ต่ำ ทำให้ขายได้ราคาต่ำกว่าคู่แข่ง ทั้งในเรื่องของการอบไม้ กรลดใช้การลดต้นทุนโดยเน้นสต็อกไม้ในช่วงฤดูร้อน แล้วนำไม้เข้าสู่กรรมวิธี การตากผ่านแสงแดด เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการอบไม้

### 2) สถานที่ (Place)

สถานที่ของกรลดนั้นอยู่จุดกลางของการกระจายสินค้า ซึ่งโรงงานตั้งอยู่ที่ คลอง 10 ัญบุรี ปทุมธานี สามารถกระจายสินค้าไปยังนิคมได้หลายจุด อาทิ นิคมนวนคร นิคมสระบุรี นิคมฉะเชิงเทรา นิคมอมตะ เพราะมีความใกล้ เดินทางไม่ยาก และลูกค้าสามารถมารับสินค้าเองได้ง่าย

### 3) ผลิตภัณฑ์ (Product)

พาล์ทของกรลดามีมาตรฐาน IPPC และมีการวัดมาตรฐานความชื้น

### 4) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion)

มีการเปิดเครดิตให้กับลูกค้าเก่า มากกว่า 45 วัน เพื่อเพิ่มสภาพคล่องช่วยเหลือลูกค้า

## 4.3 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

### 4.3.1 Marketing Activity Plan (3 Years)

#### แผนกิจกรรมทางการตลาด

โดยมองระยะคาดการณ์งานออกประชาสัมพันธ์ 1 ปี แต่ในปีที่ 2 และ 3 ก็ยังคงตารางตามโปรแกรมเดิม ซึ่งอ้างอิงจากส่วนงานที่จัดเป็นประจำตามรอบเดือนในทุก ๆ ปี ตามปฏิทินด้านล่างนี้

- 1) การออกบูธกิจกรรมตามงาน Fair ส่งออกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการต้องใช้พาล์ท อาทิ กลุ่มธุรกิจอาหาร อิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มเครื่องจักรที่ต้องใช้พาล์ทขนย้าย
- 2) โฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ Google & Facebook โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่ม ฝ่ายจัดซื้อ ผู้จัดการ เจ้าของกิจการต่างๆ ผู้ที่อยู่ในแวดวงส่งออก เพื่อที่กำหนดกลุ่มลูกค้าได้ครบลงและเป็นการใช้งบประมาณได้อย่างสูงสุดไม่ทิ้งเงินเสียเปล่า อีกทั้งยังสร้าง Content เกี่ยวกับไม้ผ่านช่องทาง Facebook เพื่อสร้าง Engagement ให้เข้าถึงเพจได้มาก
- 3) การจัดทีมเซลล์ เพื่อเข้าไปนำเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้า และประสานงานกับผู้ที่ทำธุรกิจด้านโลจิสติกส์ ส่งออก ให้มาใช้บริการ โดยมีการแบ่งคอมมิชชั่นให้




ภาพที่ 4.1: กิจกรรมออกบูธ อ้างอิงจาก ช่วงเวลาปฏิทินงานแฟร์

## Event Calendar 2020

	<p><b>Future Energy Asia 2020</b></p> <p>งานแสดงเทคโนโลยีและการประชุมด้านพลังงาน พิวเจอร์ เอนเนอร์ยี เอเชีย ไฮไลต์ กลยุทธ์และการหารือเพื่อกำหนดอนาคตทิศทางก๊าซ แอลเอ็นจี และพลังงานในภูมิภาคเอเชีย</p> <p>📅 12 – 14 กุมภาพันธ์ 2563</p> <p>📍 โยเทค บางนา</p> <p>🌐 <a href="http://futureenergyasia.com">futureenergyasia.com</a></p> <p>🏢 <a href="#">dmg events Asia Pacific Pte Ltd</a></p>
	<p><b>Thailand Industrial Fair and Food Pack Asia</b></p> <p>Thailand Industrial Fair 2020 งานแสดงเทคโนโลยีเครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องใช้ และบริการด้านอุตสาหกรรม จัดพร้อม Food Pack Asia 2020 งานแสดงเทคโนโลยีเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และบรรจุภัณฑ์นานาชาติ</p> <p>📅 12 – 15 กุมภาพันธ์ 2563</p> <p>📍 โยเทค บางนา</p> <p>🌐 <a href="http://thailandindustrialfair.com">thailandindustrialfair.com</a>, <a href="http://foodpackthailand.com">foodpackthailand.com</a></p> <p>🏢 <a href="#">Digiview Advertising Group Co., Ltd.</a></p>
	<p><b>PRINT TECH &amp; LED EXPO 2020</b></p> <p>เปิดสู่โลกแห่งงานพิมพ์แบบครบวงจร พบกับเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ด้านงานพิมพ์ อาทิเช่น กลุ่มเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท กลุ่มเครื่องพิมพ์ดีจิตอล กลุ่มงานพิมพ์ Packaging และกลุ่มธุรกิจบริการ</p> <p>📅 27 กุมภาพันธ์ – 01 มีนาคม 2563</p> <p>📍 อิมแพ็ค เมืองทองธานี</p> <p>🌐 <a href="http://printtechexpo.com">printtechexpo.com</a></p> <p>🏢 <a href="#">121 Creation Co., Ltd.</a></p>
	<p><b>Material Handling &amp; Packing Machine 2020</b></p> <p>Material Handling Exhibition หรือ MHE งานแสดงสินค้านวัตกรรมขนถ่าย-ขนย้าย รวมไปถึงงานจัดเก็บสินค้าคงคลัง โลจิสติกส์ แวร์เฮาส์ และเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในโรงงาน จัดพร้อมงาน Packing Machine Exhibition หรือ Pack Mac งานแสดงเครื่องจักรอุตสาหกรรมเพื่อการบรรจุภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม ยาและเครื่องสำอาง ตลอดไปจนถึงการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ</p> <p>📅 04 – 07 มีนาคม 2563</p> <p>📍 อิมแพ็ค เมืองทองธานี</p> <p>🏢 <a href="#">ทีเอ็มพี แมนเนจเม้นท์ จำกัด</a></p>

(ภาพมีต่อ)

ภาพที่ 4.1 (ต่อ): กิจกรรมออกบูธ อ้างอิงจาก ช่วงเวลาปฏิทินงานแฟร์

	<p><b>INTERMAT ASEAN, Concrete Asia 2020</b></p> <p>งานแสดงสินค้า เครื่องจักร นวัตกรรม เพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง โครงสร้างพื้นฐาน และคอนกรีต พร้อมด้วยสัมมนาวิชาการจากผู้เชี่ยวชาญ และการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ซื้อจากทั่วทั้งภูมิภาคเอเชีย เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทย</p> <p>📅 09 – 11 กันยายน 2563          📍 อิมแพค เมืองทองธานี          🌐 <a href="http://asean.intermatconstruction.com">asean.intermatconstruction.com</a>, <a href="http://concrete-asia.com">concrete-asia.com</a>          📞 Impact Exhibition &amp; Convention Center</p>
	<p><b>Brand Print Thailand &amp; Labelexpo Southeast Asia</b></p> <p>Labelexpo Southeast Asia 2020 งานแสดงสินค้าและเทคโนโลยีด้านการพิมพ์ ลากและบรรจุภัณฑ์ระดับโลก จัดร่วมกับงาน Brand Print Thailand 2020 งานแสดงสินค้าและนวัตกรรมใหม่ด้านไวน์ขนาดใหญ่และสื่อโฆษณาการวางไฟฟ้า</p> <p>📅 ยกเลิก 07 – 09 พฤษภาคม 2563          📅 กำหนดการใหม่ 10–12 กันยายน 2563          📍 ไบเทค บางนา          🌐 <a href="http://asew-brandprint-thailand.com">asew-brandprint-thailand.com</a>, <a href="http://labelexpo-seasia.com">labelexpo-seasia.com</a>          📞 Asian Exhibition Services Ltd.</p>
	<p><b>ASEAN Sustainable Energy Week , Pumps Valves</b></p> <p>ASEAN Sustainable Energy Week (ASE) งานแสดงเทคโนโลยีและการประชุมนานาชาติด้านพลังงานทดแทน การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ใหญ่และครบวงจรที่สุดในภูมิภาคอาเซียน จัดขึ้นร่วมกับงาน BOILEX ASIA AND PUMPS &amp; VALVES ASIA 2020 เป็นงานแสดงเทคโนโลยีและงานประชุมเฉพาะทางด้าน หม้อไอน้ำ บี้ม วาล์ว ท่อ ข้อต่อ และ อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ที่เกี่ยวข้องที่ครบครันที่สุดในอาเซียน</p> <p>📅 ยกเลิก 11 – 13 มิถุนายน 2563          📅 กำหนดการใหม่ 23–26 กันยายน 2563          📍 ไบเทค บางนา          🌐 <a href="http://asew-expo.com">asew-expo.com</a>, <a href="http://pumpsandvalves-asia.com">pumpsandvalves-asia.com</a>          📞 UBM Asia (Thailand) Co., Ltd.</p>

(ภาพมีต่อ)

ภาพที่ 4.1 (ต่อ): กิจกรรมออกบูธ อ้างอิงจาก ช่วงเวลาปฏิทินงานแฟร์

	<p><b>INTERMACH 2020</b></p> <p>งานแสดงเครื่องจักรกลอุตสาหกรรมชั้นนำของอาเซียน นำเสนอเครื่องจักรและเทคโนโลยีอุตสาหกรรมขั้นสูงที่เปี่ยมไปด้วยเทคโนโลยีเพื่องานอุตสาหกรรมด้วยโซลูชันการผลิตที่มีคุณภาพ สร้างความสำเร็จด้วยการเชื่อมโยงเครื่องจักรกับเทคโนโลยีหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ</p>
	<p>📅 <b>ยกเลิก</b> 13 – 16 พฤษภาคม 2563</p> <p>📅 <b>กำหนดการใหม่</b> 23–26 กันยายน 2563</p> <p>📍 ไบเทค บางนา</p> <p>🌐 <a href="http://intermachshow.com">intermachshow.com</a></p> <p>🏢 UBM Asia (Thailand) Co., Ltd.</p>
	<p><b>THAIFEX - ANUGA ASIA 2020</b></p> <p>งานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX – World of Food Asia เปลี่ยนชื่อใหม่ THAIFEX – ANUGA ASIA 2020 งานจัดแสดงสินค้าอาหาร เทคโนโลยีและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารในเอเชีย</p> <p>📅 <b>ยกเลิก</b> 26 – 30 พฤษภาคม 2563</p> <p>📅 <b>กำหนดการใหม่</b> 22–26 กันยายน 2563</p> <p>📍 อิมแพค เมืองทองธานี</p> <p>🌐 <a href="http://thai faxworldoffoodasia.com">thai faxworldoffoodasia.com</a></p> <p>🏢 INWIS THAILAND</p>
	<p><b>LED Expo Thailand, Light Asean 2020</b></p> <p>LED Expo Thailand 2020 ครั้งที่ 8 งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติด้านเทคโนโลยีระบบไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ LED ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียน เสริมความแข็งแกร่งด้วยการจัดงาน Light ASEAN มุ่งเน้นการส่งเสริมและกระตุ้นกลุ่มธุรกิจในอุตสาหกรรมไฟฟ้าแสงสว่าง รวมทั้งสุดแห่งนวัตกรรมด้านไฟฟ้าแสงสว่าง ครบวงจร พร้อมเผยแพร่เทคโนโลยีล้ำสมัย โซลูชัน ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ในยุคดิจิทัล</p> <p>📅 <b>ยกเลิก</b> 24 – 26 มิถุนายน 2563</p> <p>📅 <b>กำหนดการใหม่</b> 07–09 ตุลาคม 2563</p> <p>📍 อิมแพค เมืองทองธานี</p> <p>🌐 <a href="http://ledexpo thailand.com">ledexpo thailand.com</a></p> <p>🏢 Impact Exhibition &amp; Convention Center</p>
<p><b>PROPAC ASIA</b></p>	<p><b>Propak Asia 2020</b></p> <p>งานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีด้านกระบวนการผลิต การแปรรูป และบรรจุภัณฑ์ แห่งภูมิภาคเอเชีย ครั้งที่ 28</p> <p>📅 <b>ยกเลิก</b> 17 – 20 มิถุนายน 2563</p> <p>📅 <b>กำหนดการใหม่</b> 20–23 ตุลาคม 2563</p> <p>📍 ไบเทค บางนา</p> <p>🌐 <a href="http://propakasia.com">propakasia.com</a></p> <p>🏢 UBM Asia (Thailand) Co., Ltd.</p>

(ภาพมีต่อ)

ภาพที่ 4.1 (ต่อ): กิจกรรมออกบูธ อ้างอิงจาก ช่วงเวลาปฏิทินงานแฟร์

	<p><b>ASEAN (Bangkok) Vending Machine &amp; Self-Service Facilities Expo</b></p> <p>งานแสดงสินค้าเครื่องจำหน่ายความสะดวกและเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้</p> <p>📅 28 – 30 ตุลาคม 2563          📍 อิมแพ็ค เมืองทอง Hall 11, 12          🌐 vendasean.com          📞 Compass Exhibition Co., Ltd.</p>
	<p><b>COSMEX 2020</b></p> <p>งานแสดงเทคโนโลยีการผลิต บรรจุภัณฑ์ และการรับจ้างผลิตเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร งานเดียวในอาเซียน</p> <p>📅 03 – 05 พฤศจิกายน 2563          📍 ไบเทค บางนา          🌐 cosmexshow.com          📞 Reed Tradex Co., Ltd.</p>
	<p><b>TEMCA FORUM &amp; EXHIBITION 2020</b></p> <p>งาน TEMCA FORUM &amp; EXHIBITION 2020 PATTAYA งานจัดแสดงผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและเครื่องกลประจำปี 2563</p> <p>📅 <b>ยกเลิก</b> 21 – 22 มิถุนายน 2563          📅 <b>กำหนดการใหม่</b> 06–08 พฤศจิกายน 2563          📍 ศูนย์ประชุมพีช รร.รอยัล คลิฟ โฮเต็ลกรุ๊ป พัทยา          🌐 temcathai.com          📞 สมาคมช่างเหมาไฟฟ้าและเครื่องกล</p>
	<p><b>METALEX 2020</b></p> <p>งานแสดงเครื่องจักรกล หุ่นยนต์ ระบบอัตโนมัติ และเทคโนโลยีด้านโลหะการที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน</p> <p>📅 18 – 21 พฤศจิกายน 2563          📍 ไบเทค บางนา          🌐 metalex.co.th          📞 Reed Tradex Co., Ltd.</p>

(ภาพมีต่อ)

ภาพที่ 4.1 (ต่อ): กิจกรรมออกบูธ อ้างอิงจาก ช่วงเวลาปฏิทินงานแฟร์

	<p><b>Thailand Lighting Fair, Secutech Thailand, Thailand Building Fair 2020</b></p> <p>งานแสดงสินค้าและเจรจาธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านไอที ตั้งแต่ธุรกิจสตาร์ทอัพจนถึงบริษัทขนาดใหญ่โดยรวบรวมผู้ประกอบการไว้มากกว่า 200 บริษัท จาก 6 กลุ่มธุรกิจไอที</p>
	<p><b>Thailand Lighting Fair, Secutech Thailand, Thailand Building Fair 2020</b></p> <p>งานแสดงนวัตกรรมและโซลูชันด้านพลังงานไฟฟ้าและอาคารเพื่อการพัฒนาเมืองอัจฉริยะอย่างยั่งยืน</p>
	<p><b>Architect Expo</b></p> <p>งานแสดงสถาปัตยกรรมและวัสดุก่อสร้างที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน ครั้งที่ 34 จัดขึ้นภายใต้แนวคิด “มองเก่า ให้ใหม่: Refocus Heritage” ชวนผู้ชมมาปรับความคมชัดเรื่องราวมรดกสถาปัตยกรรม สานต่อคุณค่าภูมิปัญญาจากอดีต ร่วมรักษา ปรับใช้ และต่อยอด มรดกอันทรงคุณค่าเพื่อให้คงอยู่กับคนรุ่นต่อไป</p>
	<p><b>Assembly Technology , Manufacturing Expo, Inter Plas Thailand</b></p> <p>งานแสดงเครื่องจักร-เทคโนโลยี เพื่อการผลิตและอุตสาหกรรมสนับสนุน ที่ใหญ่ที่สุดในไทย จัดพร้อมกับ Assembly Technology และ Inter Plas Thailand</p>

ที่มา: บริษัท เทคโนโลยี มีเดีย จำกัด. (2563). *Event calendar 2020*. สืบค้นจาก

<https://www.greennetworkthailand.com/event-calendar-2020/>.



## 4.3.2 Marketing Expense Estimation

ปีที่ 1 โดย ปีที่ 2 และที่ 3 จะจัดทำปฏิบัติการออกบูธในช่วงเวลาเดียวกัน ใกล้เคียงกันในทุก ๆ ปี

ตารางที่ 4.1: Marketing Activity Plan รายเดือน ปี X1

เดือน	ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	ระยะเวลา	งบประมาณ
มกราคม	1	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	2	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿
กุมภาพันธ์	1	ออกบูธ	Thailand Industrial Fair and Food Pack Asia	3 วัน	110,000 ฿
	2	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	3	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿
มีนาคม	1	ออกบูธ	Material Handling & Packing Machine	3 วัน	90,000 ฿
	2	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	3	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): Marketing Activity Plan รายเดือน ปี X1

เดือน	ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	ระยะเวลา	งบประมาณ
เมษายน	1	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	3	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿
พฤษภาคม	1	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	2	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿
มิถุนายน	1	ออกบูธ	Propak Asia	3 วัน	90,000 ฿
	2	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	3	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿
กรกฎาคม	1	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	2	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): Marketing Activity Plan รายเดือน ปี X1

เดือน	ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	ระยะเวลา	งบประมาณ
สิงหาคม	1	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	3	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿
กันยายน	1	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	2	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿
ตุลาคม	1	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	3	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿
พฤศจิกายน	1	ออกบูธ	Cosmex	3 วัน	82,000 ฿
	2	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
	3	ทีมเซลล์	เพื่อเข้าไปเสนอขายลูกค้าตามคลังจัดเก็บสินค้าและโลจิสติกส์ส่งออก	15 วัน	20,000 ฿
ธันวาคม	1	โฆษณาออนไลน์	Ads Facebook & Google	30 วัน	9,000 ฿
				รวม	700,000 ฿

ในส่วนโฆษณาออนไลน์ การยิง Ads Google นั้น กรรดาจะมีเทคนิคในด้านการยิงเป็นเวลาทำการ และการยิงเจาะกลุ่มเป้าหมายตามรูปแบบการทำงานที่กรรดาต้องการ เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนของกรรดาให้ได้มากที่สุด

การยิง Ads Facebook เราจะใช้การยิงแบบเลือกกลุ่มเป้าหมายตามจังหวัดให้ผู้ประกอบการสามารถจำกัดวงแคบให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้

ทีมเซลล์ที่ทางกรรดาได้จัดไว้ จะเป็นการเข้าไปแนะนำตัวกับทางกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ และการส่งอีเมลสอบถามแนะนำลูกค้า เสนอราคาให้แก่ลูกค้าที่สนใจ เพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้าใหม่



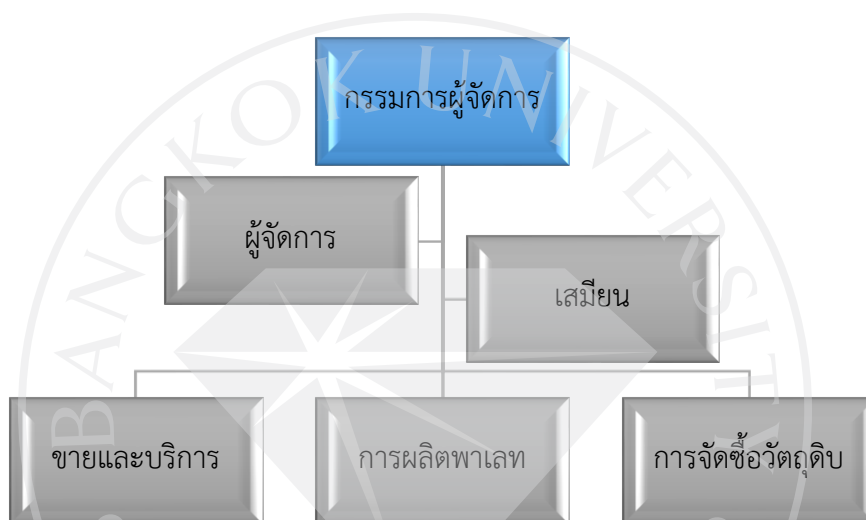
## บทที่ 5

### แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

#### 5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน

##### 5.1.1 Human Resources

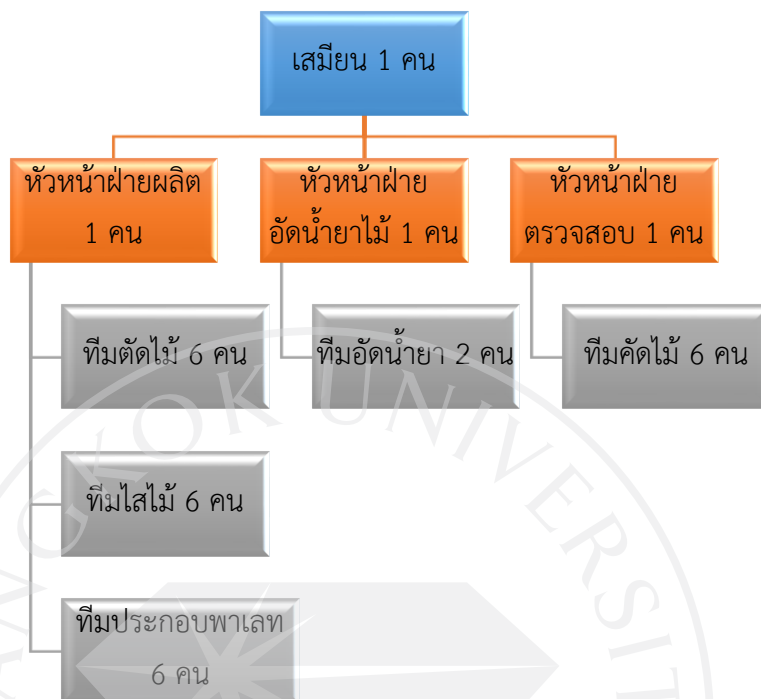
ภาพที่ 5.1: โครงสร้างธุรกิจ (Company Organization)



Management Team (คณะผู้บริหาร)

- 1) กรรมการผู้จัดการ 1 ท่าน
- 2) ผู้จัดการ 1 ท่าน

ภาพที่ 5.2: บุคลากรในบริษัท (Personnel)



## 5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบงาน รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหา

ตารางที่ 5.1: การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบ

ตำแหน่ง	รายละเอียดหน้าที่	จำนวนคน	เงินเดือน/คน	รวม
เสมียน	ดูแลเอกสาร จัดทำสต็อก	1	20,000 ฿	20,000 ฿
หัวหน้าฝ่ายผลิต	ดูแลขั้นตอนมาตรฐานการผลิต	1	15,000 ฿	15,000 ฿
หัวหน้าฝ่ายอัดน้ำยาไม้	ดูแลตรวจสอบมาตรฐานการอัดน้ำยา	1	12,000 ฿	12,000 ฿
หัวหน้าฝ่ายตรวจสอบ	ดูแลตรวจสอบคุณภาพไม้รับเข้าและจำหน่ายออก	1	12,000 ฿	12,000 ฿
ทีมตัดไม้	ตัดไม้ตามขนาดความยาว	6	7,200 ฿	43,200 ฿
ทีมไสไม้	ไสไม้ 4 หน้าเพื่อเปิดหน้าเรียบ	6	7,200 ฿	43,200 ฿

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบ

ตำแหน่ง	รายละเอียดหน้าที่	จำนวนคน	เงินเดือน/คน	รวม
ทีมประกอบ พาเลท	ประกอบเพื่อเป็นพาเลทส่งลูกค้า	6	7,200 ฿	43,200 ฿
ทีมอัดน้ำยา	อัดน้ำยาไม้แผ่น มาตรฐาน IPPC เพื่อป้องกันปลวก แมลง มอด	2	7,200 ฿	14,400 ฿
ทีมตัดไม้	ตัดไม้ที่หลุดความยาวและมี เปลือกติดแผ่นไม้เยอะเกินที่ไม่ สามารถนำส่งลูกค้าได้	6	7,200 ฿	43,200 ฿
รวมยอดเงินเดือน				246,200 ฿

### 5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

#### 5.3.1 การคัดเลือกและว่าจ้าง

ในการคัดเลือกพนักงานเข้ามาปฏิบัติงาน ทางบริษัทมุ่งเน้นไปที่ การคัดเลือกบุคคลที่เป็นคนสนิทกับพนักงานเดิมๆและหาจากกลุ่มที่จบงานด้านการบริหารเบื้องต้นใน วุฒิ ปวช-ปวส เพื่อมาช่วยบริหารคลังสินค้า และทำหน้าที่ต่าง ๆ ภายในออฟฟิศ ซึ่งฐานเงินเดือนนั้นจะไม่สูงมาก หากผ่านช่วงทดลองงานไปแล้ว ทางกรลดาก็จะมีเบี้ยขยันต่าง ๆ ให้เพิ่มเติมอีก

#### 5.3.2 การประเมินผลการปฏิบัติงาน

จะมีการประเมินทดลองประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานใหม่ ช่วงเวลา 3-4 เดือนแรก ก่อนรับเข้าทำงานเต็มตัว เพื่อดูประสิทธิภาพการทำงานว่าเหมาะสมกับตำแหน่งและสามารถอดทนถึงความกดดันจากทีมผู้บริหารได้หรือไม่ อีกทั้งพนักงานที่ทำงานอยู่ก็จะมีการตรวจสอบในระบบการเบิกจ่าย ความเสถียรของการทำงาน ความรอบคอบการทำงานในทุกๆเดือน เพราะในการทำงานของกรลดานั้นจะจ่ายงานและตรวจสอบเป็นระบบ เพื่อให้เกิดค่าความเสียหายในการทำงานน้อยที่สุด โดยจะมีการตรวจสอบจากเอกสารการจ่ายงาน และเอกสารการเบิกจ่ายในทุก ๆ 2 วัน เพื่อให้เกิดความผิดพลาดและคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด

#### 5.3.3 การบริหารค่าตอบแทน

ในส่วนของผู้จัดการฝ่ายการผลิตและคลังสินค้า กรลดาก็จะมีการประเมินการทำงานในทุกปี เพื่อปรับฐานเงินเดือนขึ้น 3-5% ในด้านผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด ทางกรลดาก็จะมีการแบ่งเปอร์เซ็นต์คอมมิชชั่น เป็นไปตามสแต็ปขั้นบันไดที่ได้วางไว้ ขึ้นอยู่กับอัตรากำไรในแต่ละปี ส่วน

พนักงานตำแหน่งอื่น ๆ จะมีการช่วยเหลือในค่าที่พัก ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า ช่วยแบ่งภาระจ่ายและมีการจัดสวัสดิการประกันสังคม เบี้ยขยันเพื่อให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน เพราะพนักงานส่วนใหญ่มีสัญชาติเมียนมาร์

#### 5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร

ทางผู้ประกอบการมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากร อาทิ การจัดการประชุมพนักงาน ช่วงพักกลางวัน 1 วัน ต่ออาทิตย์ เพื่อให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นและพูดคุยถึงปัญหาการทำงานได้ เพื่อให้ฝ่ายบริหารจะได้แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และการ สนับสนุนเงินทุนพิเศษเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรระดับหัวหน้างาน สามารถไปรับการอบรมจากสถาบันต่าง ๆ ได้ เพื่อนำความรู้ที่ได้นั้นกลับมาปรับใช้กับองค์กร โดยหากบุคลากรท่านใดสนใจอบรมหรือรับความรู้ด้านไหนเพิ่มเติมสามารถนำโครงการมาพูดคุยกับทางฝ่ายบริหารได้ เพื่อที่จะนำมาศึกษาเบื้องต้น ว่าเหมาะสมกับองค์กรไหม โดยในวันที่ไปอบรม จะไม่มีการนับว่าเป็นวันหยุดอีกด้วย เพราะถือเป็นการพัฒนาองค์กร โดยกำหนดไว้ไม่เกิน 15 วัน ต่อปี ต่อบุคคล



## บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

### 6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง

กรรดาได้ทำการจัดตั้งเรียบร้อยแล้ว ตั้งแต่ปี 2546 ซึ่งเป็นการการสานต่อธุรกิจครอบครัว

ภาพที่ 6.1: แผนที่ตั้งบริษัท



ที่มา: บริษัท กรรดา (2003) กรุงเทพฯ จำกัด. (2563). แผนที่โรงงาน กรรดา. สืบค้นจาก <https://www.พาเลทไม้.com/แผนที่โรงงาน/>.

โรงงานตั้งอยู่ที่ 34/38 หมู่.4 ตำบล บึงสนั่น อำเภอ ธัญบุรี จังหวัด ปทุมธานี (คลองซอยที่ 10) ปัจจุบันโรงงานมีพื้นที่ประมาณ 5 ไร่ โดยได้รับใบอนุญาตอุตสาหกรรม ใบอนุญาตป่าไม้ (ให้สามารถเลื่อยไม้) ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ใบขออนุญาตนำสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วออกนอกบริเวณโรงงาน ใบอนุญาตเป็นผู้ผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์ไม้ตามข้อกำหนดของ IPPC (International Plant Protection Conventions)

## 6.2 ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า (Operations)

### 6.2.1 Operations Strategy

วางแผนกลยุทธ์รูปแบบใน 1 ฝ่ายจะมีหัวหน้ารองลงมาจากหัวหน้าฝ่ายผลิต เพื่อคอยควบคุมพนักงาน และมีหัวหน้าฝ่ายตรวจสอบคอยมาช่วยเช็คคุณภาพการผลิตทุกครั้ง เพื่อให้ผลงานออกมาคุณภาพดีสวยงาม ตามมาตรฐานที่ลูกค้าใช้ในการส่งออก อีกทั้งยังใช้รูปแบบการจับเวลา ต่อการทำพาเลท 1 ตัว เพื่อให้สามารถคำนวณต้นทุนการผลิตได้ โดยขึ้นอยู่กับแบบที่ลูกค้าสั่งผลิต และทำให้เป็นมาตรฐานการคำนวณเวลาเพื่อจัดส่งตามกำหนดการณ์ของผู้ซื้อได้

### 6.2.2 Scope of Operations

- 1) การปฏิบัติการตรวจสอบด้านการรับวัตถุดิบเข้าคลังเพื่อเตรียมการผลิต
- 2) การปฏิบัติการผลิตด้านการอัดน้ำยา เพื่อให้ป้องกัน แมลง มอด
- 3) การปฏิบัติการผลิตด้านการตาก/อบแห้ง เพื่อให้เนื้อไม้มีความชื้นที่ต่ำทำให้เกิดราได้ยาก
- 4) การปฏิบัติการผลิตด้านการไสไม้ เพื่อเปิดหน้าไม้ให้เรียบมีความสวยงาม
- 5) การปฏิบัติการผลิตด้านการตัดไม้ เพื่อให้ได้ไซส์ตามขนาดลูกค้าต้องการ
- 6) การปฏิบัติการผลิตด้านการประกอบพาเลท

## 6.3 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ

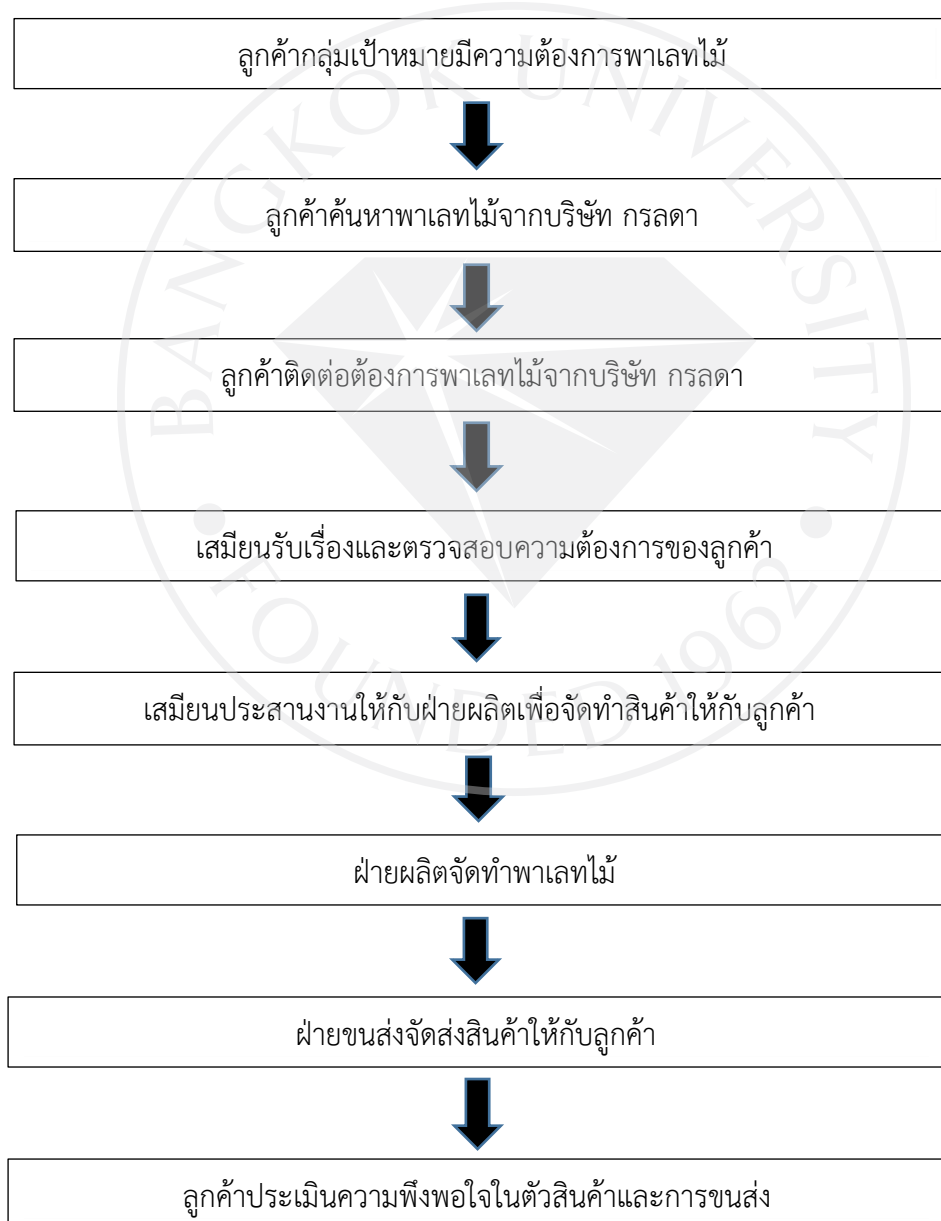
6.3.1 ผู้ผลิตวัตถุดิบด้านไม้ ในการผลิตให้กรลดาเป็น โรงเลื่อยไม้ซุง ในช่วงภาคใต้ โดยมีจำนวน คู่ค้า (Supplier) จำนวนหลายโรงงาน เพื่อเป็นการเพิ่มสภาพคล่องของสต็อกในคลังและเป็นการเพิ่มอำนาจการต่อรอง ในการซื้อขายวัตถุดิบของกรลดา อีกทั้งการเลือกคู่ค้าของกรลดา จะมีประมาณ 5 โรงงาน เพราะแต่ละโรงงาน จะเลือกไม้มาส่งในรูปแบบการเลื่อยขนาดที่แตกต่างกัน และแต่ละโรงงานอยู่จังหวัดที่ต่างกัน เช่น ระนอง นครศรีธรรมราช พัทลุง สงขลา ตรัง เป็นต้น เพราะในภาคใต้มีฤดู ฝน 8 เดือน ฤดูร้อน 4 เดือน หากในจังหวัดหนึ่งมีฝนตกตลอดสัปดาห์ทำให้ไม่สามารถทำงาน ก็จะสามารถไปสั่งอีกโรงงานได้ เพื่อให้กรลดาสามารถผลิตสินค้าส่งลูกค้าได้ทัน และในด้านเหตุผลราคา แต่ละเจ้าไม้ที่มาจากคุณภาพเกรดการเลื่อยอาจจะมีต่างกัน ทำให้แบ่งแยกคู่ค้า เพื่อสามารถต่อราคาไม้จากคุณภาพที่ส่งมาได้ โดยในซุง 1 ท่อนนั้น ทางโรงงานจะสามารถเลื่อยไม้มาได้หลายขนาด ซึ่งโรงไม้แต่ละแห่งจะมีรูปแบบการเลื่อยไม้ที่แตกต่างกัน บางที่ติดเปลือกไม้มาก เวลากรลดา รับเข้าสินค้าก็จะมี การต่อราคาเพื่อลดต้นทุนสินค้า

6.3.2 ผู้ผลิต อุปกรณ์ ปืนยิงตะปู ตะปู ของกรลดาเป็น บริษัทที่ได้นำเข้าเครื่องยิงตะปูจาก จีน ได้หวั่น และมีสต็อกส่วนตัวภายในประเทศเป็นจำนวนมาก มีทีมบริการดูแลหลังการขายให้กรลดา มาตลอด เลยนเน้นใช้ที่บริการ เพราะมีเครื่องสำรองของบริษัทมาให้ใช้บริการ ช่วงระหว่างรอซ่อม อีก

ทั้งในส่วนตะปุมีการนำเข้าจากจีนโดยตรง ทำให้กรลดได้ราคาพิเศษ เนื่องจากสายสัมพันธ์ที่มีต่อกันมายาวนาน และการเลือกจ่ายสินค้าเงินสดของกรลด ที่ทำให้เขาอยากค้าขายกับกรลด เพื่อที่จะได้ไม่ต้องมีเงินเครดิตนาน

#### 6.4 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้า

ภาพที่ 6.1: ขั้นตอนการส่งสินค้า



**บทที่ 7**  
**แผนการเงิน**

**7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของเงินทุน**  
**แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ**

ในการทำธุรกิจของบริษัทกรลดา ต้องการเงินลงทุนจำนวน 5,000,000 บาท แหล่งเงินทุนของบริษัทมาจากส่วนของเจ้าของ 100% ซึ่งกลยุทธ์แหล่งที่มาจากเงินภายใน สามารถวิเคราะห์ข้อดีได้ดังต่อไปนี้

7.1.1 ข้อดีจากแหล่งเงินทุนภายใน

- 1) ไม่ก่อให้เกิดหนี้สิน และไม่ต้องเสียอัตราดอกเบี้ยจากสถาบันการเงิน
- 2) ไม่มีพันธะผูกพันกับใคร

7.1.2 งบประมาณที่ใช้ในการลงทุน

ตารางที่ 7.1: งบประมาณที่ใช้ในการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้การค้า
เงินลงทุนในสินทรัพย์			
เครื่องใช้ไม้	1,600,000	1,600,000	-
เครื่องตัดไม้	600,000	600,000	-
ปิ่นยิงตะปู	60,000	60,000	-
เครื่องผ่าไม้	70,000	70,000	-
ถังลมใหญ่	40,000	40,000	-
ถังอัดน้ำยา	500,000	500,000	-
เครื่องใช้สำนักงาน	200,000	200,000	-
ยานพาหนะ	600,000	600,000	-
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง สำนักงาน	30,000	30,000	-
ค่าอาคารและสิ่งปลูกสร้าง	1,300,000	1,300,000	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.1 (ต่อ): งบประมาณที่ใช้ในการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้การค้า
รวมเงินลงทุนในสินทรัพย์	5,000,000	5,000,000	-
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน(%)	100%	100%	-

1) เครื่องไสไม้: นำมาใช้ในการไสไม้ให้หน้าไม้มีความเรียบสวยงาม ลดเสียงในไม้ เพื่อที่จะนำมาประกอบเป็นพาเลทและใช้วางสินค้า มีจำนวน 2 เครื่อง เป็นเครื่องไส 4 หน้า รอบด้าน ไม้

2) เครื่องตัดไม้: เป็นเครื่องที่ใช้เพื่อตัดความยาวไม้ เพราะส่วนใหญ่ทางโรงงานแปรรูป จะสั่งไม้มาเป็นขนาด 1.10, 1.30 เมตร จากนั้นจึงมาตัดหากลูกค้าต้องการพาเลทขนาด 1.05 เมตร ก็ให้นำไม้ 1.10 เมตร มาตัดได้ มีจำนวน 2 เครื่อง

3) ปีนึงตะปู: ใช้เพื่อยิงตะปูประกอบพาเลทตามจุดยึดต่าง ๆ ซึ่งใช้งานเร็วและง่ายกว่า การใช้ค้อนตอก ซึ่งเราจะมีปืนยิงตะปู จำนวน 6 กระบอก เพื่อความรวดเร็วในการประกอบ

4) เครื่องผ่าไม้: ใช้ในการผ่าไม้ที่เสียแล้วจำเป็นต้องลดขนาดไม้เพื่อให้เกิดการสูญเสีย ต่ำสุด โดยให้นำส่วนที่เหลือมาใช้ได้ มีจำนวน 2 เครื่อง

5) ถังลมใหญ่: ใช้เพื่อการอัดลมให้กับปืนยิงตะปูและใช้เป่าฝุ่นพาเลทไม้ในขั้นตอนการ ประกอบเสร็จ

6) ถังอัดน้ำยา: ใช้เพื่ออัดน้ำยาป้องกันแมลง มอด เข้าไปในเนื้อไม้ โดยจะทำการอัด รูปแบบสุญญากาศเพื่อให้น้ำยาเข้าเนื้อไม้ได้ดีที่สุด จำนวน 1 ถัง

7) เครื่องใช้สำนักงาน: อุปกรณ์ต่าง ๆ ในออฟฟิศ เครื่องสแกนลงเวลาทำงาน คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ เครื่องถ่ายเอกสาร

8) ยานพาหนะ: รถกอล์ฟ จำนวน 2 คัน เพื่อใช้ขนส่งพาเลท ส่งไปยังโรงงานของ ผู้ใช้งาน

9) ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสำนักงาน: ค่าตกแต่งเฟอร์นิเจอร์รับรองต่าง ๆ และโต๊ะทำงาน อีกทั้งค่าจดทะเบียนใบอนุญาตต่าง ๆ

10) ค่าอาคารและสิ่งปลูกสร้าง: ค่าเช่าโกดัง ออฟฟิศ ลานตากไม้ต่าง ๆ

## 7.2 สมมติฐานทางการเงิน (ประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย การเติบโต ตัวแปรต่าง ๆ)

ตารางที่ 7.2: สมมติฐานทางการเงิน

การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	การเติบโต คิดเป็น%	ปีที่ 2	การเติบโต คิดเป็น%	ปีที่ 3	การเติบโต คิดเป็น%	ปีที่ 4	การเติบโต คิดเป็น%	ปีที่ 5	การเติบโต คิดเป็น%
สัปดาห์ที่ 1	1,250	0%	1,625	30%	1,950	20%	2,340	20%	2,808	20%
ราคาต่อชิ้น	200	0%	200	0%	200	0%	200	0%	200	0%
รวมยอดขายต่อสัปดาห์	250,000	0%	325,000	30%	390,000	20%	468,000	20%	561,600	20%
สัปดาห์ที่ 2	1,250	0%	1,625	30%	1,950	20%	2,340	20%	2,808	20%
ราคาต่อชิ้น	200	0%	200	0%	200	0%	200	0%	200	0%
รวมยอดขายต่อสัปดาห์	250,000	0%	325,000	30%	390,000	20%	468,000	20%	561,600	20%
สัปดาห์ที่ 3	1,250	0%	1,625	30%	1,950	20%	2,340	20%	2,808	20%
ราคาต่อชิ้น	200	0%	200	0%	200	0%	200	0%	200	0%
รวมยอดขายต่อสัปดาห์	250,000	0%	325,000	30%	390,000	20%	468,000	20%	561,600	20%
สัปดาห์ที่ 4	1,250	0%	1,625	30%	1,950	20%	2,340	20%	2,808	20%
ราคาต่อชิ้น	200	0%	200	0%	200	0%	200	0%	200	0%
รวมยอดขายต่อสัปดาห์	250,000	0%	325,000	30%	390,000	20%	468,000	20%	561,600	20%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.2 (ต่อ): สมมติฐานทางการเงิน

การประมาณการ รายได้	ปีที่ 1	การเติบโต คิดเป็น%	ปีที่ 2	การเติบโต คิดเป็น%	ปีที่ 3	การเติบโต คิดเป็น%	ปีที่ 4	การเติบโต คิดเป็น%	ปีที่ 5	การเติบโต คิดเป็น%
รวมยอดขายต่อ เดือน	1,000,000	0%	1,300,000	30%	1,560,000	20%	1,872,000	20%	2,246,400	20%
รวมยอดขายต่อ ไตรมาส	3,000,000	0%	3,900,000	30%	4,680,000	20%	5,616,000	20%	6,739,200	20%
รวมยอดขายต่อปี	12,000,000	0%	15,600,000	30%	18,720,000	20%	22,464,000	20%	26,956,800	20%

การแจกแจงรายได้ในแต่ละปี คิดราคาขายเท่ากันทุกปี เพราะราคาสินค้าประเภทนี้จะมีการขึ้นราคาไม่ต่างกันมาก ราคาต่อชิ้นจะใช้เวลาเฉลี่ยราคา โดยมีราคาเฉลี่ยต่อชิ้นอยู่ที่ 200 บาท รวมยอดขายเฉลี่ยในปีแรก 60,000 พาเลท ต่อปี ยอดขายต่อปีอยู่ที่ 12,000,000 บาท ต่อมายอดขายปีที่ 2 จะมีการโตเพิ่มขึ้นจากปีแรก คิดเป็น 30% คิดเป็นจำนวน 78,000 พาเลท ยอดขายอยู่ที่ 15,600,000 บาท ปีที่ 3 ยอดขายเพิ่มขึ้น 20% คิดเป็นจำนวน 93,600 พาเลท คิดเป็นยอดขาย 18,720,000 บาท ปีที่ 4 ยอดขายเพิ่มขึ้น 20% คิดเป็นจำนวน 112,320 พาเลท คิดเป็นยอดขาย 22,464,000 บาท และปีที่ 5 ยอดขายเพิ่มขึ้น 20% คิดเป็นจำนวน 134,784 พาเลท คิดเป็นยอดขาย 26,956,800 บาท ซึ่งเป็นการคาดการณ์จากการดำเนินงานในปัจจุบัน อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ตามสภาวะสภาวะการณ์เศรษฐกิจ ที่เกิดขึ้นในอนาคต

## การประมาณการค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 7.3: การประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเงินเดือนเสมียน	240,000.00	249,600.00	259,584.00	269,967.36	280,766.05
ค่าเช่าสำนักงาน	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	779,600.00	781,600.00	784,600.00	789,600.00	799,600.00
รวมต้นทุนคงที่	1,079,600.00	1,091,200.00	1,104,184.00	1,119,567.36	1,140,366.05

## การประมาณการต้นทุนผันแปร

ตารางที่ 7.4: การประมาณการต้นทุนผันแปร

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าวัตถุดิบ	4,800,000.00	6,240,000.00	7,488,000.00	8,985,600.00	10,782,720.00
ค่าแรงทางตรง	2,246,400.00	2,246,400.00	2,246,400.00	2,246,400.00	2,246,400.00
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	1,450,000.00	1,479,640.00	1,510,169.20	1,541,614.28	1,574,002.70

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 7.4 (ต่อ): การประมาณการต้นทุนผันแปร

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายการขาย	240,000.00	312,000.00	374,400.00	449,280.00	539,136.00
รวมต้นทุนผันแปร	8,736,400.00	10,278,040.00	11,618,969.20	13,222,894.28	15,142,258.70

7.3 ประมาณการงบการเงิน (งบกำไรขาดทุน 3 ปีแรก โดยปีแรกจัดทำเป็นรายเดือน งบดุล และงบกระแสเงินสด) และวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

7.3.1 งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 7.5: งบกำไรขาดทุน รายเดือน ปี X1

	ปีที่ 1 (รายเดือน)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ยอดขาย	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
หัก ต้นทุนผันแปร	728,033	728,033	728,033	728,033	728,033	728,033	728,033	728,033	728,033	728,033	728,033	728,033

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 7.6: งบกำไรขาดทุน รายปี

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	12,000,000	15,600,000	18,720,000	22,464,000	26,956,800
หัก ต้นทุนผันแปร	8,736,400	10,278,040	11,618,969.20	13,222,894.28	15,142,258.70
กำไรส่วนเกิน	3,263,600	5,231,960	7,101,030	9,241,105.72	11,814,541.30
หัก ต้นทุนคงที่	1,079,600	1,091,200	1,104,184	1,119,567.36	1,140,366.05
กำไรก่อนการดำเนินการ	2,184,000	4,230,760	5,996,846	8,121,538.36	10,674,175.24
หัก ค่าเสื่อมราคา	386,000	386,000	386,000	386,000	386,000
กำไรก่อนหักภาษี	1,798,000	4,230,760	5,610,846	7,735,538.36	10,288,175.24
หัก ภาษี 30 %	539,400	1,153,428	1,683,254	2,320,661.51	3,086,452.57
กำไรสุทธิ	1,258,600	2,691,332	3,927,593	5,414,876.85	7,201,722.67

## 7.3.2 งบดุล

ตารางที่ 7.7: งบดุล

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	677,933.33	3,465,265.33	7,527,524.76	13,026,801.61	20,252,604.28
ลูกหนี้การค้า	1,000,000.00	1,300,000.00	1,560,000.00	1,872,000.00	2,246,400.00
สินค้าคงเหลือ	400,000.00	520,000.00	624,000.00	748,800.00	898,560.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,077,933.33	5,285,265.33	9,711,524.76	15,647,601.61	23,397,564.28
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิ	4,614,000.00	4,228,000.00	3,842,000.00	3,456,000.00	3,070,000.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	4,614,000.00	4,228,000.00	3,842,000.00	3,456,000.00	3,070,000.00
รวมสินทรัพย์	6,691,933.33	9,513,265.33	13,553,524.76	19,103,601.61	26,467,564.28
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.7 (ต่อ): งบดุล

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หนี้สินหมุนเวียน					
เจ้าหนี้การค้า	433,333.33	563,333.33	676,000.00	811,200.00	973,440.00
รวมหนี้สินหมุนเวียน	433,333.33	563,333.33	676,000.00	811,200.00	973,440.00
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมหนี้สิน	433,333.33	563,333.33	676,000.00	811,200.00	973,440.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุนจดทะเบียน	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
กำไรสะสม	1,258,600.00	3,949,932.00	7,877,524.76	13,292,401.61	20,494,124.28
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	6,258,600.00	8,949,932.00	12,877,524.76	18,292,401.61	25,494,124.28
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	6,691,933.33	9,513,265.33	13,553,524.76	19,103,601.61	26,467,564.28

## 7.3.3 งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 7.8: งบกระแสเงินสด

	ปีเริ่มต้น	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน		677,933.33	2,787,332.00	4,062,259.43	5,499,276.85	7,225,802.67
กระแสเงินสดจากการคืนเงินกู้		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน	-5,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิเพื่อใช้คำนวณ ผลตอบแทน	-5,000,000.00	677,933.33	2,787,332.00	4,062,259.43	5,499,276.85	7,225,802.67
กระแสเงินสดสุทธิสะสม	-5,000,000.00	-4,322,066.67	-1,534,734.67	2,527,524.76	8,026,801.61	15,252,604.28

#### 7.4 วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 7.9: วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1	อัตราส่วนสภาพคล่อง	0.31	0.56	0.72	0.82	0.88
2	อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน	0.07	0.06	0.05	0.04	0.04
3	อัตราส่วนกำไรขั้นต้น	27.20%	34.12%	37.93%	41.14%	43.83%
4	อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	18.20%	27.12%	32.03%	36.15%	39.60%
5	อัตราส่วนกำไรสุทธิ	10.49%	17.25%	20.98%	24.10%	26.72%
6	Return on Equity	20.11%	30.07%	30.50%	29.60%	28.25%
6	Return on Asset	18.81%	28.29%	28.98%	28.34%	27.21%
การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน						
1	อัตราส่วนลด (Discount Rate)	12.00%				
2	อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)	49.36%				
3	มูลค่าปัจจุบันของโครงการ (NPV)	7,423,020				
4	ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) (ปี)	2.00				

## บทที่ 8

### แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

#### 8.1 แผนฉุกเฉิน

8.1.1 กรณียอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย

แนวทางแก้ไข

- 1) วิเคราะห์หาสาเหตุว่าเพราะเหตุใดยอดขายจึงต่ำกว่าเป้าหมาย
- 2) ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำ เช่น จำหน่ายผ่าน Facebook
- 3) ค้นหาวัตถุดิบในพื้นที่ที่มีคุณภาพใกล้เคียงหรือเทียบเท่ากับที่เคยใช้ในการผลิต ในพื้นที่ใกล้เคียงโรงงานผลิต เพื่อที่จะลดต้นทุนการผลิต

8.1.2 กรณีการเข้ามาของคู่แข่งใหม่

แนวทางแก้ไข

- 1) วิเคราะห์หาจุดอ่อนของคู่แข่งเพื่อนำจุดอ่อนของคู่แข่งมาพัฒนาเป็นจุดแข็งของบริษัท
- 2) สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีโปรโมชั่นให้กับลูกค้าใหม่และเก่า เพื่อรักษารฐานลูกค้าเก่าและสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่

8.1.3 กรณีการขาดแคลนพนักงานฝ่ายผลิต

แนวทางแก้ไข

เปิดรับสมัครพนักงานฝ่ายผลิตแบบ Part Time เพื่อป้องกันการขาดแคลนพนักงาน

#### 8.2 แผนอนาคต

8.2.1 พัฒนารูปแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับโซเซียลมีเดียมากยิ่งขึ้น เนื่องจากธุรกิจอยู่ในช่วงอิมิตัวกับการจำหน่ายแบบออนไลน์ผ่านหน้าร้าน ดังนั้นจะมีการพัฒนาธุรกิจโดยจำหน่ายพาเลทไม้ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆเช่น Facebook เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้ามากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสร้างการรับรู้เพิ่มขึ้นให้กับธุรกิจอีกด้วย มีการจัดจำหน่ายให้กับตัวแทนที่นำไปขายต่อโดยจะมีการจัดจำหน่ายในราคาส่งให้กับกลุ่มธุรกิจวัสดุก่อสร้างในจังหวัดใกล้เคียงเพื่อให้เกิดการจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าในจังหวัดอีกที

8.2.2 เพิ่มอัตราการผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ นอกจากนี้ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ผลิตภัณฑ์จัดจำหน่ายอยู่ในประเทศไทย ซึ่งอาจไม่เพียงพอและไม่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่อยู่ต่างประเทศเนื่องจากการค้าขายขนส่งสินค้าเป็นที่นิยมทั่วโลก เพราะฉะนั้นต้องมี



การเพิ่มอัตราการผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ โดยขยายไปยังประเทศใกล้เคียงและประเทศจีนที่มีการจำหน่ายสินค้าหลากหลาย

8.2.3 ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน คาดการณ์ไปถึงการเพิ่มผลิตภัณฑ์เป็นเฟอร์นิเจอร์พาลาท หรือเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา เพื่อให้สามารถเติบโตและใช้ความสามารถจากกลุ่มธุรกิจเดิมได้ หากเกิดความผิดพลาดในด้านการเติบโตจากพาลาทไม้ในอนาคต ซึ่งตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้ยังคงเป็นที่ชื่นชอบในประเทศไทย และต่างประเทศ



### บรรณานุกรม

- กมลมาลัย แจ็งล้อม และปญญภาพ ตันติปิฎก. (2563). *Transport & Logistics 2020: อีไอซี*  
วิเคราะห์ธุรกิจขนส่งพัสดุในปี 2020 มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องท่ามกลางการแข่งขันที่เข้มข้น  
จากแรงกดดันด้านราคา. สืบค้นจาก  
<https://www.sceic.com/th/detail/product/6563>.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2563). *ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแผนการส่งเสริมการค้า*  
*ระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2564*. สืบค้นจาก [ditp.go.th/ditp\\_web61/  
article\\_sub\\_view.php?filename=contents\\_attach/658795/658795.pdf&title=658795&cate=1381&d=0](http://ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/658795/658795.pdf&title=658795&cate=1381&d=0).
- ขนส่งพัสดุในไทย แข่งกันส่งติดจรวด. (2563). *Marketeer Online*. สืบค้นจาก  
<https://marketeeronline.co/archives/169839>.
- ตลาดไม้ยางจีนเริ่มฟื้น โรงงานโอตแบงก์ไม่ปล่อยกู้เก็บสต็อก. (2563). *ประชาชาติธุรกิจ*. สืบค้น  
จาก [https://today.line.me/th/v2/article/ตลาดไม้ยางจีนเริ่มฟื้น+โรงงานโอตแบงก์ไม่  
ปล่อยกู้เก็บสต็อก-Lr2K5j](https://today.line.me/th/v2/article/ตลาดไม้ยางจีนเริ่มฟื้น+โรงงานโอตแบงก์ไม่ปล่อยกู้เก็บสต็อก-Lr2K5j).
- บริษัท กรดา (2003) กรุงเทพฯ จำกัด. (2561). *พาเลทไม้ ลูกเต๋า*. สืบค้นจาก  
[www.kornrada.com/woodenpallet/block/](http://www.kornrada.com/woodenpallet/block/).
- บริษัท กรดา (2003) กรุงเทพฯ จำกัด. (2563). *แผนที่โรงงาน กรดา*. สืบค้นจาก [https://www.  
พาเลทไม้.com/แผนที่โรงงาน/](https://www.พาเลทไม้.com/แผนที่โรงงาน/).
- บริษัท จีนเหมยเปเปอร์ จำกัด. (2562). *พาเลทกระดาษ*. สืบค้นจาก  
[www.cmpaper.co.th/th/paper\\_pallets.html](http://www.cmpaper.co.th/th/paper_pallets.html).
- บริษัท เทคโนโลยี มีเดีย จำกัด. (2563). *Event calendar 2020*. สืบค้นจาก  
<https://www.greennetworkthailand.com/event-calendar-2020/>.
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอสพี โลคอลดิสทริคท์ ซัพพลาย. (2558). *พาเลท*. สืบค้นจาก [www.sp-  
local.com/p/39](http://www.sp-local.com/p/39).
- วิน อุดมรัชตวนิชย์. (2563). *อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจไทยมาจากไหน?*. สืบค้นจาก  
[https://forbesthailand.com/commentaries/insights/อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ.  
html](https://forbesthailand.com/commentaries/insights/อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ.html).
- 3 กลยุทธ์ ‘ธุรกิจขนส่งพัสดุ’ รับมือสงครามราคา ปริมาณส่ง 4 ล้านชิ้นต่อวัน มูลค่า 6.6 หมื่นล้านบาท.  
(2563). สืบค้นจาก [https://www.marketingoops.com/reports/industry-  
insight/transport-and-logistics-strategy-2020/](https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/transport-and-logistics-strategy-2020/).

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นายพัศกร รังสิวัฒน์ศักดิ์

อีเมล

pasakorn.ra@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ  
สาขาวิชาวิชาการเป็นเจ้าของธุรกิจ

