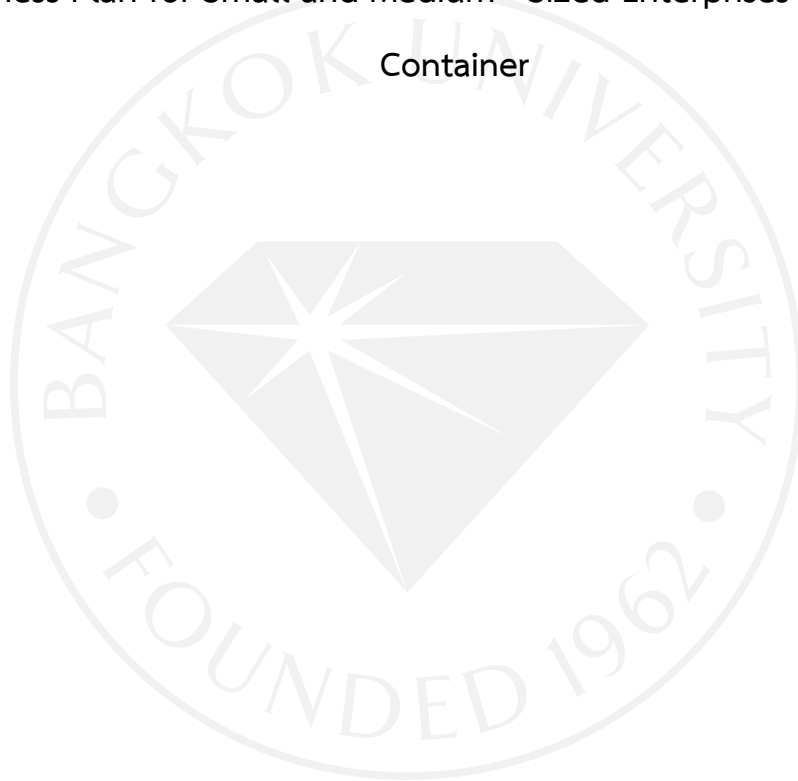


แผนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกี่ยวกับ
ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง

Business Plan for Small and Medium - Sized Enterprises of Modified
Container



แผนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกี่ยวกับ
ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง

Business Plan for Small and Medium - Sized Enterprises of Modified
Container



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2557



©2559

สุพัฒน์ ถิ่นจันทร์ฉาย

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกี่ยวกับตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง

ผู้วิจัย สุพัฒน์ ถิ่นจันทร์ฉาย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 12 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2559

สุพรรณ ถิ่นจันทร์ฉาย. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษานาฏกลางและขนาดย่อม,
มีนาคม 2559, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกี่ยวกับตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง (121 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. ศันสนีย์ เทพปัญญา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดทำแผนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกี่ยวกับตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง ซึ่งปัจจุบันมีการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ในการขนส่งสินค้าจำนวนมาก และมีตู้คอนเทนเนอร์ที่หมดสภาพ ไม่สามารถนำไปใช้ในการขนส่งได้อีกจำนวนมากเช่นกัน จึงมีการนำตู้คอนเทนเนอร์มาใช้ประโยชน์ โดยการนำมาดัดแปลงเพื่อที่อยู่อาศัยหรือเพื่อทำเป็นสำนักงานร้านค้าต่างๆ แทนสิ่งปลูกสร้างแบบเดิมๆ โดยการวิจัยนี้ใช้แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง จำนวน 14 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าส่วนใหญ่การนำตู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงนั้น มีความเหมาะสมสามารถทำได้จริงและเป็นที่น่าสนใจจากผู้สัมภาษณ์จำนวนร้อยละ 80 ของผู้สัมภาษณ์ทั้งหมด โดยวิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์และนำมาใช้ประกอบการทำแผนธุรกิจของบริษัท

คำสำคัญ : ตู้คอนเทนเนอร์ , ที่อยู่อาศัย , สำนักงาน , ร้านค้า

Thinjanchay, S. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), March 2016, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Small and Medium - Sized Enterprises of Modified Container
(121 pp.)

Advisor: Sansanee Thebpanya , Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this study are study plan for small and medium size enterprises of modified container. Currently, in the cargo many use containers and many old and out of cargo too. Old and out of use cargo container are used modify as living shelters, office and store. This Study is based on interviews with whom interested in this product 14 person and analysis for business plan our company. Most of the 80% interested and would like to take place in the future.

Keywords: Containers, Living shelters, Office, Store

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเฉพาะบุคคลในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผศ.กฤติกา ลิ้มลาวัลย์ รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

สุพัฒน์ ถิ่นจันทร์ฉาย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 สถานที่ตั้งของกิจการ	3
1.2 ลักษณะของธุรกิจ	4
1.3 ประเภทของสินค้าและบริการ	6
1.4 จุดเด่นของกิจการ	15
1.5 นวัตกรรม	16
1.6 วิสัยทัศน์	18
1.7 พันธกิจ	19
1.8 เป้าหมาย	20
1.9 นโยบายของกิจการ	21
1.10 วัตถุประสงค์ของการจัดทำธุรกิจ	22
1.11 โครงสร้างองค์กร	23
1.12 วิธีการศึกษา	26
1.13 ความเป็นมาและความสำคัญ	29
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.1 การวิเคราะห์องค์กร	30
2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	33
2.3 การวิเคราะห์ความสามารถหลักขององค์กร	34
2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอก	35
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.1 การวิเคราะห์การแข่งขันของอุตสาหกรรม	43

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.2 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	54
3.3 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	59
3.4 ความแตกต่างทางการแข่งขัน	61
บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	
4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	62
4.2 เป้าหมายเชิงกลยุทธ์	62
4.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	63
4.4 บทสรุปจากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์	65
4.5 ปัญหาจากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์	66
4.6 กลยุทธ์ที่นำมาใช้	68
4.7 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	69
4.8 กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	79
4.9 แผนการในอนาคต	86
4.10 งบการเงิน	91
บรรณานุกรม	107
ภาคผนวก	110
ประวัติผู้เขียน	121
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในการรายงานค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1: ตารางแสดงราคาตู้คอนเทนเนอร์แต่ละประเภท	7
ตารางที่ 2: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน	37
ตารางที่ 3: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก	41
ตารางที่ 4: ตารางเปรียบเทียบคู่แข่งชั้นหลัก	51
ตารางที่ 5: ตารางแสดงถึงคู่แข่งชั้นทางธุรกิจในปัจจุบัน	53
ตารางที่ 6: ตารางแสดงงบประมาณการลงทุนของกิจการ	91
ตารางที่ 7: ตารางแสดงค่าเสื่อมราคาและการตัดจ่าย	92
ตารางที่ 8: ตารางแสดงการประมาณยอดขายของกิจการ	93
ตารางที่ 9: ตารางแสดงผลสรุพยอดขายของกิจการ	95
ตารางที่ 10: ตารางแสดงผลสรุปการประมาณการยอดขายและลูกหนี้การค้า	95
ตารางที่ 11: ตารางแสดงการประมาณค่าใช้จ่ายและต้นทุนขาย	97
ตารางที่ 12: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนของกิจการ ปีที่ 1 - 5	99
ตารางที่ 13: ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของกิจการ ปีที่ 1 - 5	101
ตารางที่ 14: ตารางแสดงฐานะทางการเงินของกิจการ	103
ตารางที่ 15: ตารางแสดงกระแสเงินสดรับและมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ปีที่ 1 - 5	104
ตารางที่ 16: ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินของกิจการ ปีที่ 1 - 5	105

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1: รูปตู้คอนเทนเนอร์ก่อนการดัดแปลง	4
ภาพที่ 2.7: แสดงตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงเป็นร้านอาหาร,ซีอ็อป	9
ภาพที่ 8.11: แสดงตัวอย่างแสดงตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงประเภทสำนักงาน	10
ภาพที่ 12.17: แสดงตัวอย่างแสดงตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงประเภทบ้านพัก	11
ภาพที่ 18.23: แสดงตัวอย่างแสดงตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงประเภทห้องน้ำ	12
ภาพที่ 24: แสดงตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์	13
ภาพที่ 25: แสดงตัวอย่างการใช้นวัตกรรมโซล่าเซลล์กับตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง	16
ภาพที่ 26: แสดงตัวอย่างการใช้นวัตกรรมผนัง3มิติ	17
ภาพที่ 27: แสดงตัวอย่างแผนผังโรงสร้างองค์กร	23
ภาพที่ 28: แสดงภาพโครงการลงทุนของกระทรวงคมนาคมปี 2558	38
ภาพที่ 29: ภาพแสดงดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง	39
ภาพที่ 30: ภาพแสดงดัชนีราคาห้องชุดบ้านเดี่ยวทาวน์เฮ้าส์	39
ภาพที่ 31: ภาพแสดงจำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ครึ่งปีแรก 2558	44
ภาพที่ 32: ภาพแสดงจำนวนและทุนจดทะเบียนนิติบุคคลปี 2558	45
ภาพที่ 33: ภาพแสดงจำนวนและทุนจดทะเบียนนิติบุคคล จดทะเบียนจัดตั้งปี 2553 - 2558	45
ภาพที่ 34: ภาพแสดงดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างเดือนกันยายนปี 2558	47
ภาพที่ 35: ภาพแสดงรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจตู้คอนเทนเนอร์ในประเทศไทย	50
ภาพที่ 36: ภาพแสดงแบบจำลอง BCG Matrix	55
ภาพที่ 37: รวมภาพสื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต	83
ภาพที่ 38: IKEA	87
ภาพที่ 39: CHIC REPUBLIC	88
ภาพที่ 40: Oggi	88
ภาพที่ 41: ใช้เทคโนโลยี Active Air Flow System	90

บทที่ 1

บทนำ

ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น การลงทุนของผู้ประกอบการยุคใหม่จึงต้องมีการปรับตัวตามสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง มีความระมัดระวังในเรื่องการใช้จ่ายเงินลงทุนเพื่อสร้างกิจการ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งหน้าร้านจำหน่ายสินค้า หรือต้องการประหยัดพื้นที่ใช้สอยในการดำเนินกิจการ ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการก่อสร้าง และเคลื่อนย้าย โดยทั่วไปการสร้างสิ่งปลูกสร้างหรือการเช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ผู้ประกอบการต้องการมีไว้เพื่อจำหน่ายสินค้า จึงต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมาก การก่อสร้างใหม่มีระยะเวลานาน และส่วนใหญ่เป็นสิ่งปลูกสร้างที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายหรือปรับเปลี่ยนได้ ทำให้เกิดความเสี่ยงในด้านการลงทุนกับกิจการ แต่ถ้าหากผู้ประกอบการมีทางเลือกอื่นเหมาะสมกับสภาวะทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงมากกว่า เพื่อนำมาทดแทนสิ่งปลูกสร้างที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงเหล่านี้ ด้วยการ ใช้ตู้คอนเทนเนอร์นำมาดัดแปลงเป็นสิ่งปลูกสร้างในรูปแบบต่างร้านค้าหรือสำนักงานต่างๆโดยใช้ชื่อว่าห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design หรือ TCD.Ltd.

การที่กิจการของเรามีความสนใจในธุรกิจนี้ เนื่องจากเห็นว่าในปัจจุบัน การทำธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการส่งเสริมจากภาครัฐประกอบกับความสนใจที่มากขึ้นของประชาชนที่ต้องการสร้างธุรกิจของตัวเองหากแต่ยังประสบปัญหาอยู่หลายประการ เช่น สภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว การขยายตัวของตลาดอุตสาหกรรมในประเทศลดลง การขาดแรงงานฝีมือเนื่องจากนโยบายการกำหนดค่าแรงขั้นต่ำจากภาครัฐ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการผลิตมีราคาสูง ข้อจำกัดด้านการบริหารและการจัดการ ภาพลักษณ์มุมมองของต่างประเทศต่อสภาวะทางการเมืองที่ไม่แน่นอนของประเทศไทย

ซึ่งแต่ละปัญหาเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่แพ้กันผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงอุปสรรคเหล่านี้เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์หาโอกาส กิจการจึงเล็งเห็นถึงช่องทางการลดต้นทุนของธุรกิจ (SMEs) ซึ่งก็คือ การลงทุนลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจโดยเปลี่ยนจากการลงทุนซื้อหรือเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อทำธุรกิจเป็นการ พัฒนาที่พักอาศัยหรือการสร้างสำนักงานสิ่งปลูกสร้างที่มีขนาดพอเหมาะต้นทุนไม่สูง

เกินกำลังของผู้ประกอบการรายใหม่ที่ยังขาดเงินทุนในการสร้างธุรกิจอยู่ อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงในการลงทุนทำธุรกิจ เนื่องจากตัวสำนักงานเหล่านี้ถูกออกแบบให้เหมาะแก่การเคลื่อนย้ายได้อย่างสะดวกรวดเร็ว มีความสวยงามทันสมัย มีต้นทุนต่ำกว่าการปลูกสร้างอาคาร

นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้กับธุรกิจ SMEs ต่างๆได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการนำมาทำร้านขายสินค้า สำนักงานขนาดย่อม หรือแม้จะสร้างเป็นที่พัก อาคาร อยู่อาศัย ด้วยมีอายุการใช้งานที่คุ้มค่ากับการจ่ายเงินลงทุน มีความคงทนแข็งแรง สามารถผลิตให้แล้วเสร็จโดยใช้ระยะเวลาที่สั้นกว่า การก่อสร้างอาคารทั่วไป สามารถเคลื่อนย้ายได้ และยังเป็น การช่วยประหยัดทรัพยากร ลดภาวะโลกร้อนได้อีกด้วย

อีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญ ผู้ประกอบการเห็นว่า การทำธุรกิจคือการอยู่ร่วมกับสังคม ไม่ใช่การลงทุนด้วยเงินเพื่อแสวงหากำไรเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่ในการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีจิตสำนึก มีจริยธรรมของการทำธุรกิจ มีคุณธรรม รู้จักการใช้และทดแทนทรัพยากร ช่วยเหลือสิ่งแวดล้อม คิดเพื่อสังคมส่วนรวม สิ่งเหล่านี้จึงเป็นหัวใจสำคัญของผู้ประกอบการและเป็นปัจจัยในการริเริ่มการนำตู้คอนเทนเนอร์ มาสร้างสรรค์ผลงาน (แผนธุรกิจการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555 - 2559)

1.1 สถานที่ตั้งของกิจการ

สถานที่ตั้งกิจการจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก จะใช้เป็นสำนักงานที่ใช้ในการบริการลูกค้า เพื่อให้คำปรึกษา ถามหาความต้องการของลูกค้า มีแบบจำลองของผู้สำนักงานประเภทต่างๆ ให้ลูกค้าเลือก สถานที่บริการลูกค้าจะตั้งอยู่ที่เขตพื้นที่ ศูนย์การค้า พิวเจอร์ปาร์ค รังสิต ปทุมธานี PatumThani 10900 ส่วนที่สอง ส่วนที่สองนั้นจะเป็นโรงงานและสำนักงานผลิตนำส่งสินค้า ตั้งอยู่ที่อำเภอคลองสี่ คลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ค่าเช่าพื้นที่

สถานที่บริการลูกค้าจะตั้งอยู่ที่เขตพื้นที่ ศูนย์การค้า พิวเจอร์ปาร์ค รังสิต ศูนย์การค้า พิวเจอร์ปาร์ค ราคาเช่าประมาณ 85,000 ต่อเดือน (บริษัท รังสิตพลาซ่า จำกัด ศูนย์การค้าพิวเจอร์พาร์ค รังสิต, 2551)

1.2 ลักษณะของธุรกิจ

ภาพที่ 1: รูปตู้คอนเทนเนอร์ก่อนทำการดัดแปลง



ที่มา: กรมขนส่งทางเรือ. (2545). ภาพตู้คอนเทนเนอร์เก่าที่ใช้ขนส่งสินค้า. สืบค้นจาก

<http://www.marinerthai.net/sara/viewsara1006.php>.

ลักษณะของธุรกิจนั้นจะเป็นการนำตู้คอนเทนเนอร์ทั้งตู้ใหม่และตู้มือสองสภาพดีที่ใช้ในการขนส่งสินค้า แต่ยังคงอยู่ในสภาพดี สามารถนำมา สร้างให้เป็นร้านและสถานประกอบการขนาดย่อม โดยตู้คอนเทนเนอร์ที่ถูกดัดแปลง จะแบ่งเป็นการให้เช่าและการซื้อขาย โดยรูปแบบการนำมาสร้างขึ้นอยู่กับประเภทและความต้องการของลูกค้า เช่นการสร้างเป็น อาคารสำนักงาน ห้องขายสินค้า ขนาดย่อม หรือทำเป็นแบบสำนักงานห้างร้านที่ต้องการร้านขายสินค้าในแบบที่ตนต้องการ ด้วยราคาที่ไม่สูงมาก และยังเหมาะสมกับกิจการที่ต้องมีการเคลื่อนย้ายสำนักงานอยู่บ่อยๆ จึงเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจ เนื่องจากสามารถเคลื่อนที่ได้ง่ายและมีราคาที่ไม่สูง

ในปัจจุบัน การก่อสร้างสำนักงานแบบชั่วคราว เมื่อจบการใช้งานก็ต้องทำการรื้อทิ้ง ทำให้เศษวัสดุส่วนใหญ่เสียไป นอกจากจะเสียค่าใช้จ่ายและเวลาแล้วทำลายสภาพแวดล้อมใกล้เคียงอีกด้วย การนำเอาตู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงปรับใช้แทนสิ่งก่อสร้าง เพื่อยกระดับทางเลือกที่จะช่วยแก้ปัญหาข้างต้นได้ดี อีกทั้งยังสามารถนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาประยุกต์ โดยเน้นที่คุณภาพความปลอดภัย เหมาะสมกับการนำไปใช้งาน มีความสวยงาม คงทนแข็งแรง สามารถนำไปประยุกต์ให้ใช้งานในแบบต่างๆเช่น โรงงานอุตสาหกรรม มีการนำไปใช้เป็นตัวสำหรับควบคุมการปฏิบัติงานในโรงงาน ตู้เก็บอุปกรณ์ต่างๆ นอกจากนั้นสำหรับการค้าขายสินค้าผลิตภัณฑ์ เราก็สามารถนำไปประยุกต์ เป็น ร้านค้าขายของ ร้านสะดวกซื้อ ร้านตัดผม ร้านซักรีด ร้านขายกาแฟ และ เบเกอรี่ ห้องซ้อมดนตรี และสำหรับบุคคลทั่วไปนั้น เราก็นำมาประยุกต์จนสามารถ มาเป็น ตู้ที่พิกอาศัยได้



1.3 ประเภทของสินค้าและบริการ

การนำเอาตู้คอนเทนเนอร์ มาสร้างให้เป็นร้านและสถานประกอบการขนาดย่อม โดยการนำเอาตู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงออกแบบ สร้างเป็นที่อยู่อาศัยหรือออฟฟิศ การบริการมีให้เลือก ระหว่าง การเช่า และการซื้อขาย โดยการเช่านั้นผู้ประกอบการสามารถจ่ายเงินเพียงเล็กน้อยสำหรับเป็นค่ามัดจำเบื้องต้น พร้อมค่าเช่าอีก1เดือน ในหลักไม่กี่พันบาท ก็จะได้รับร้านพร้อมอุปกรณ์ไปเปิดให้บริการได้ทันที ส่วนของการขายขาด ก็จะขายในราคาเริ่มต้นที่หลักหมื่นปลายๆ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการจะเปิดร้าน โดยมีเป้าหมายจะให้มาแทนที่การ สร้างร้านอาหาร ที่มีความเสี่ยงทางธุรกิจสูงสำหรับการลงทุน

การขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ 4 ประเภทดังนี้

- การขายตู้สำนักงานโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ใหม่
- การขายตู้สำนักงานโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์มือสองสภาพดี
- ให้บริการเช่าตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน

ขนาดของตู้คอนเทนเนอร์ที่นำมาใช้ มี 3 ขนาดดังนี้

ตารางที่ 1: ตารางแสดงราคาตู้คอนเทนเนอร์แต่ละประเภท

ไซส์ 20 ฟุต	ไซส์ 40 ฟุต	ไซส์ 40 ฟุต HC	Specification : Standard
ภายนอก	ภายนอก	ภายนอก	ตู้คอนเทนเนอร์
กว้าง 2.44 เมตร	กว้าง 2.44 เมตร	กว้าง 2.44 เมตร	1.ทำสีใหม่ (สีกันสนิม + สีอุตสาหกรรม)
ยาว 6.06 เมตร	ยาว 12.19 เมตร	ยาว 12.19 เมตร	2.บุฉนวนโฟมกันความร้อน
สูง 2.60 เมตร	สูง 2.60 เมตร	สูง 2.89 เมตร	3.ปิดผนังด้วย สمارทบอร์ด
ภายใน	ภายใน	ภายใน	4.ปูพื้นด้วยกระเบื้องยาง
กว้าง 2.35 เมตร	กว้าง 2.35 เมตร	กว้าง 2.35 เมตร	5.ประตูมาตรฐาน 80x200CM
ยาว 5.89 เมตร	ยาว 12.03 เมตร	ยาว 12.03 เมตร	6.หน้าต่างบานเลื่อนมาตรฐาน 2 ชุด
สูง 2.39 เมตร	สูง 2.39 เมตร	สูง 2.69 เมตร	7.พัดลมดูดอากาศ 8 นิ้ว
ประตูกว้าง 2.34 เมตร	ประตูกว้าง 2.34 เมตร	ประตูกว้าง 2.34 เมตร	8.ระบบไฟฟ้า และ แสงสว่าง
ประตูสูง 2.28 เมตร	ประตูสูง 2.28 เมตร	ประตูสูง 2.58 เมตร	CustomOrder
ปริมาณลูกบาศก์ 33.2 cubic m.	ปริมาณลูกบาศก์ 67.6 cubic m.	ปริมาณลูกบาศก์ 76.2 cubic m.	เพิ่มขนาดเป็น 45 ฟุต, สามารถเพิ่มห้องน้ำ พร้อมสุขภัณฑ์ หรือเครื่องปรับอากาศได้ หากต้องการ
น้ำหนัก 2.3 ตัน	น้ำหนัก 3.3 ตัน	น้ำหนัก 3.9 ตัน	ปรับแบบเพิ่มประตูบานเลื่อนบานกระฉก พื้นสี ระบบไฟ
ราคาตู้ใหม่(บาท)	ราคาตู้ใหม่(บาท)	ราคาตู้ใหม่(บาท)	สามารถเลือกเกรด ชนิดของวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ตามความประสงค์ของลูกค้าโดยราคาตู้คอนเทน
110,000	160,000	175,000	
ราคาตู้มือสอง(บาท)	ราคาตู้มือสอง(บาท)	ราคาตู้มือสอง(บาท)	
40,000 - 55,000	38,000 - 52,000	50,000 - 90,000	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1 (ต่อ): ตารางแสดงราคาตู้คอนเทนเนอร์แต่ละประเภท

ราคาตู้ตัดแปลง 80,000 บาทขึ้นไป	ราคาตู้ตัดแปลง 150,000 บาทขึ้นไป	ราคาตู้ตัดแปลง 180,000 บาทขึ้นไป	เนอร์ยังไม่ได้ตัดแปลงอยู่ที่ 120000 – 250000 ราคาตู้ ตัดแปลงจะอยู่ที่ 250000 บาทขึ้น ไป
------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	--



ประเภทของสินค้า โดยจะมีการแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1.3.1. นำตู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงในรูปแบบ ร้านอาหาร, ซ็อบ

ภาพที่ 2.7: แสดงตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงเป็นร้านอาหาร, ซ็อบ



ที่มา: บริษัทมหาตู้คอนเทนเนอร์. (2556). ตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์. สืบค้นจาก

<http://www.mahacontainer.com/>.

1.3.2. นำตู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงในรูปแบบสำนักงาน

ภาพที่ 8.11: แสดงตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงประเภทสำนักงาน



ที่มา: ศูนย์รวมตู้คอนเทนเนอร์. (2555). ตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน. สืบค้นจาก

<http://www.xn--42c7ahfcba2dikh4bj1fe3pg3kc7o6bq.com/>.

1.3.3. นำตู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงในรูปแบบบ้านพัก

ภาพที่ 12.17: แสดงตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงประเภทบ้านพัก



ที่มา: ลุคไลฟ์โฮม. (2556). ตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์ประเภทบ้านพัก. สืบค้นจาก

<http://www.looklivehome.com/7606.html>.

1.3.4. นำตู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงในรูปแบบห้องน้ำ

ภาพที่ 18.23: แสดงตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงประเภทห้องน้ำ



ที่มา: สนุชบุ๊กซีโรงแรมเคลื่อนที่. (2557). ภาพตัวอย่างห้องน้ำ. สืบค้นจาก

<http://board.postjung.com/669635.html>.

1.3.5.การให้เช่าสินค้า

รายละเอียดตู้คอนเทนเนอร์بابพัก	ราคาต่อเดือน	ราคาต่อปี
20 ฟูต (6 ม.)	4,500	42,000
40 ฟูต (12 ม.)	8,500	96,000
*ไม่รวมค่าขนส่งและยกลง *ไม่รวมค่ามัดจำตู้		

- Specification : Standard

ภาพที่ 24: แสดงตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์

ดัดแปลง

- ตู้คอนเทนเนอร์ เหล็กแท้
- ทำสีใหม่ (สีกันสนิม + สีอุตสาหกรรม)
- บุฉนวนโฟมกันความร้อน
- ปิดผนังด้วย สمارท์บอร์ด
- บุพื้นด้วยกระเบื้องยาง
- ประตูมาตรฐาน 80x200CM
- หน้าต่างบานเลื่อนมาตรฐาน 2 ชุด
- อลูมิเนียมบานสไลด์
- พัดลมดูดอากาศ 8 นิ้ว
- เดินระบบไฟฟ้า และ แสงสว่าง



1.3.6 กิจกรรมจะมีการเลือกซื้อตู้คอนเทนเนอร์ดังต่อไปนี้

- เลือกซื้อจากตัวแทนจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบคุณภาพได้
- เลือกซื้อตู้คอนเทนเนอร์ที่ผ่านการตรวจสอบ SIR คือมาตรฐานในการตรวจสอบตู้คอนเทนเนอร์)
- ตัวแทนจำหน่ายสามารถซ่อมแซมตู้คอนเทนเนอร์ได้ในราคาที่ถูกลง
- ไม่หลงกลกับการเคลือบสีซ่อนร่องรอยที่ชำรุดของตู้คอนเทนเนอร์ การตรวจสอบความผิดปกติของตู้คอนเทนเนอร์ให้พิจารณาโดย ดูจากรอยบุบของตัวตู้ ร่องรอยการเชื่อมที่ไม่ดี ร่องรอยการกัดกร่อนของสนิม



1.4 จุดเด่นของกิจการ

- กิจการได้รับการพัฒนาต่อยอดจากธุรกิจขึ้นรูปโลหะในกิจการเดิม ทำให้มีความพร้อมในด้านบุคลากร และการใช้เครื่องมือเครื่องจักร ที่มีประสิทธิภาพ ในการสร้างสรรค์งานให้กับลูกค้า
- การนำเอาตู้คอนเทนเนอร์มาสร้างให้เป็นร้านและสถานประกอบการขนาดย่อม ซึ่งมีความหลากหลาย ทำให้การออกแบบนั้นตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด สามารถที่จะดัดแปลงปรับปรุง ซ่อมแซม ในแบบที่ลูกค้าต้องการ
- กิจการมีการคัดเลือกวัสดุอุปกรณ์ที่สามารถนำมาใช้ร่วมกับ ตู้คอนเทนเนอร์ ได้อย่างหลากหลายเช่น ไม้ สแตนเลส พรหม แผ่นติดผนัง โซลาเซลล์ ที่มีมาตรฐานที่ดี คงทน แข็งแรง และประหยัดต้นทุนมีราคาที่เหมาะสม
- มีการให้บริการที่เหนือกว่าการบริการทั่วไป มีการตรวจสอบดูแลลูกค้าแต่ละบุคคลอย่างเอาใจใส่เปรียบเสมือนกับผู้บริโภคเป็นมากกว่าลูกค้าคนสนิท

1.5 นวัตกรรม

1.5.1 มีการดัดแปลงตู้คอนเทนเนอร์ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีการนำเอาโซล่าเซลล์ มาติดตั้งให้กับ ตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อประหยัดพลังงานไฟฟ้าบริเวณภายในที่อยู่อาศัย แนวคิดต่าง ๆ นี้ ถูกสร้างขึ้นด้วยแรงผลักดันจากราคาค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้าในปัจจุบัน ที่มีแนวโน้มจะสูงขึ้นกว่าแต่ก่อน และทรัพยากรต่าง ๆ นั้นมีจำนวนจำกัดนั่นเอง สำหรับเรื่องพลังงานไฟฟ้านั้น ตัวบ้านใช้พลังงานจาก 2 แหล่งนั่นก็คือพลังงานแสงอาทิตย์โดยมีการติดตั้งแผงโซล่าเซลล์เอาไว้บนหลังคา กับการใช้ไฟฟ้าปกติ ภาพที่ 25: แสดงตัวอย่างการใช้นวัตกรรมโซล่าเซลล์กับตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง



ที่มา: โซล่าเซลล์. (2557). เรื่องของการใช้โซล่าเซลล์. สืบค้นจาก

<http://siam2software.com/index.php?page=SOLARROOFTOP>

1.5.2 มีการนำนวัตกรรมใหม่ๆของผนังที่จะนำมาติดให้กับในตู้คอนเทนเนอร์ด้วย วัสดุ ตกแต่งผนัง กันร้อน กันเสียงด้วยฉนวน 3มิติ โดยมีการออกแบบดีไซน์ผนังที่ดึงเอาธรรมชาติกลับมาสู่ บ้านคุณ ด้วยผนังฉนวนกันความร้อนเลียนแบบธรรมชาติ เช่น ลายหินผา หินร้อน ลายไม้ไผ่ ลายไม้ และอื่นๆอีกมาก พร้อมด้วยคุณสมบัติเป็นเลิศในการควบคุมอุณหภูมิ ป้องกันอุณหภูมิสูง ความร้อน จากภายนอก ตามสภาพภูมิอากาศร้อนอบอ้าวของประเทศไทย ช่วยให้สามารถประหยัดพลังงาน และประหยัดค่าใช้จ่ายลง อีกทั้ง ยังมีการเติมสารพิเศษป้องกันไฟ ช่วยดูดซับเสียง ตอบโจทย์สำหรับ ผู้ที่อยู่อาศัย ที่อยากมีความเป็นส่วนตัวมากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 26: แสดงตัวอย่างการใช้นวัตกรรมผนังสามมิติ



ที่มา: บริษัท ไอสเตรน เดคคอล์. (2556). ผนังสามมิติกันความร้อน. สืบค้นจาก

<http://www.isteindecor.com>.

1.6 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในประเทศที่มีการนำเอา ตู้ออนเทนเนอร์ มาดัดแปลงใช้แทนที่สิ่งปลูกสร้างเดิม ควบคู่กับการพัฒนาประสิทธิภาพงานอย่างสร้างสรรค์ มีระบบการให้บริการลูกค้าอย่างครบครัน ขับเคลื่อนไปพร้อมกับการเติบโตของตลาดยุคใหม่ ทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้กิจการยังต้อง ปฏิบัติงานที่ดี มีคุณธรรม คิดเพื่อสังคมส่วนรวม



1.7 พันธกิจ (Mission)

ดำเนินธุรกิจ การสร้างร้านหรือสถานประกอบการขนาดย่อมจากตู้คอนเทนเนอร์ ด้วยมาตรฐานเหนือระดับ มีคุณภาพสูง ประกอบกับการนำนวัตกรรมใหม่มาช่วยสร้างสรรค์ผลงาน โดยมีพันธกิจในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล ดังนี้

ต่อสังคม เป็นองค์กรที่ดีของสังคมดำเนินธุรกิจที่มีการบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล และมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีแก่สังคมชุมชน

ต่อลูกค้า สร้างความพึงพอใจและความผูกพันให้กับลูกค้า มีการบริการที่มีคุณภาพในระดับมาตรฐานสากล ด้วยราคาที่เป็นธรรมต่อลูกค้า

ต่อคู่ค้า ดำเนินธุรกิจร่วมกันบนพื้นฐานของความเป็นธรรม มุ่งสร้างความไว้วางใจ ความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดี เพื่อพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพ ในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว

ต่อพนักงาน สนับสนุนการพัฒนาความสามารถ การทำงานระดับมืออาชีพอย่างต่อเนื่อง ให้ความมั่นใจในคุณภาพชีวิตการทำงาน ของพนักงานที่เตรียมบริษัทชั้นนำ เพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กร

1.8 เป้าหมาย

เป้าหมายระยะสั้นของกิจการใน 1 ปี

1. มุ่งประกอบธุรกิจโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ตลอดจนสามารถส่งมอบงานให้กับลูกค้าได้ตามเวลาที่นัดหมายเอาไว้ได้ตามกำหนดการส่งมอบ
2. มุ่งเน้นในการพัฒนาคุณภาพการผลิตให้ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยเมื่อถึงมือลูกค้า พัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพในระดับสากล
3. กิจการสามารถที่จะขยายกำลังการผลิตเพื่อให้เกิดความพร้อมในการรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นได้อีก 50% ในปีถัดไป

เป้าหมายระยะยาวของกิจการภายใน 3 ปี

1. กิจการมีเป้าหมายในการยกระดับการผลิตเพิ่มมากขึ้นและขยายกิจการเพื่อมุ่งเป้าหมายไปยังตลาดในต่างประเทศโดยใช้เวลาภายใน 3 ปี
2. เป็นผู้นำในการใช้เทคโนโลยีการตกแต่งผลิตภัณฑ์แบบใหม่เข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น
3. กิจการมีความต้องการที่จะสร้างโรงแรมโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์แห่งใหม่ในประเทศไว้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อน โดยกิจการต้องการขยายธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจการในปัจจุบัน

1.9 นโยบายของกิจการ

กิจการได้กำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจ ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวทางในการปฏิบัติของ TCD.Ltd. โดยมุ่งเน้นคุณภาพของสินค้าและบริการเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้าและคู่ค้า การพัฒนาเทคโนโลยีและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนี้

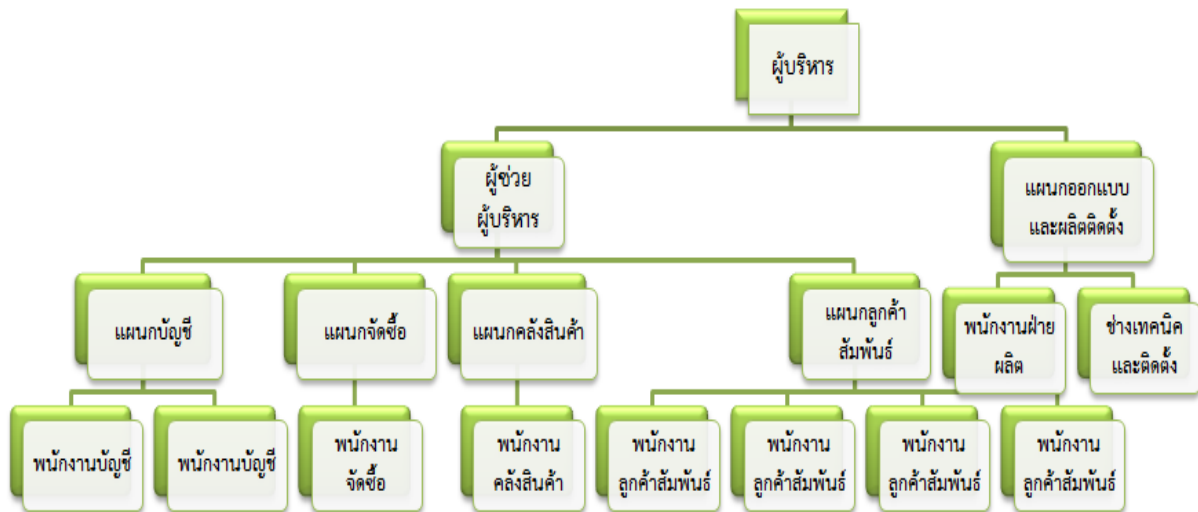
- ความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการ ถือเป็นสิ่งสำคัญและเป็นนโยบายหลักของกิจการ การบริการที่เป็นที่ยอมรับ การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้ตรงตามเวลา สินค้ามีคุณภาพ มีการรับประกันสินค้าและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจึงเป็นหัวใจสำคัญในการเดินหน้าของธุรกิจนี้
- การนำนวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์กับผลิตภัณฑ์และเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค เป็นแนวทางที่กิจการมุ่งหวังเป็นอย่างยิ่ง เพื่อที่จะสร้างความแตกต่างและลดข้อจำกัดของการใช้วัสดุอย่างคอนเทนเนอร์ โดยการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับสินค้า ผู้บริโภคที่ชอบความแตกต่างที่มาพร้อมกับประโยชน์ในการใช้สอยจะมีตัวเลือกมากยิ่งขึ้น และจะเปลี่ยนความรู้สึกด้านลบที่มีกับภาพลักษณ์เดิมๆของผู้คอนเทนเนอร์
- กิจการคำนึงความปลอดภัยเป็นหลัก ตั้งแต่ในขั้นตอนการผลิตที่พนักงานต้องผ่านการอบรมให้เกิดความชำนาญในการใช้เครื่องจักรแต่ละประเภท การแต่งกายจะต้องรัดกุมเหมาะสมกับสภาพของงานที่ทำ มีการตรวจเช็คเครื่องมือทุกครั้งก่อนใช้งานจริง การเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูงได้มาตรฐานแม้จะเป็นวัสดุในแบบประหยัดงบประมาณของผู้ซื้อก็ตาม มีการตรวจสอบสินค้าอย่างละเอียดก่อนส่งมอบให้ลูกค้าเพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ให้ได้รับสินค้าและบริการอย่างดียิ่ง
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design มุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ ติดตั้งง่าย สะดวกรวดเร็ว มีความทนทานแข็งแรง ทนต่อทุกสภาพอากาศ มีรูปแบบที่ทันสมัย สามารถปรับเปลี่ยนดัดแปลงรูปแบบได้ง่ายเพื่อตอบสนองความต้องการให้มากที่สุด โดยผลิตภัณฑ์ต่างๆจะถูกออกแบบให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อประกอบกับไอเดียของทีมงานที่จะมีการแนะนำลูกเล่นใหม่ๆให้กับผู้ซื้อ

1.10 วัตถุประสงค์ของการจัดทำธุรกิจ

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ความคิดที่ได้รับ มาปรับใช้ให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการสร้างสรรค์และต่อยอดธุรกิจ ให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จ
2. เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจเนื่องจาก มีการวางแผนล่วงหน้าออกมาในรูปของการจัดทำแผนธุรกิจ และมีแผนสำรองเพื่อลดความเสี่ยงทางธุรกิจที่เกิดจากปัจจัยภายนอก
3. เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างเป็นระบบ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกและประชาคมอาเซียน
4. เพื่อส่งมอบคุณค่าไปยังลูกค้าด้วยสินค้าและบริการที่มีคุณภาพของกิจการ เพื่อตอบสนองความต้องการของสินค้าให้ได้มากที่สุด
5. ประหยัดเวลาช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างผลกำไรให้กับกิจการ
6. เพื่อให้กิจการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพิ่มขึ้น สามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกิจการ
7. เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความประทับใจให้กับลูกค้าในสินค้าและบริการ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ

1.11 โครงสร้างการบริหารธุรกิจ

ภาพที่ 27: แสดงตัวอย่างแผนผังโครงสร้างองค์กร



จำนวนพนักงาน ทั้งหมด 25 คน ประกอบด้วย

- ผู้บริหาร 1 คน
- ผู้ช่วยผู้บริหาร 1 คน
- แผนกบัญชี 2 คน
- แผนกจัดซื้อ 1 คน
- แผนกคลังสินค้า 1 คน
- แผนกลูกค้าสัมพันธ์ 4 คน
- แผนกออกแบบงาน 3 คน
- พนักงานฝ่ายผลิต 10 คน
- ช่างเทคนิคและติดตั้ง 2 คน

1.11.1 ส่วนงาน และตำแหน่งงาน

1. ผู้บริหาร วางแผนงาน รับผิดชอบด้านการบริหารงานต่างๆ ตรวจสอบการจัดการภายในและภายนอกกิจการ
2. รองผู้บริหาร ช่วยดูแลประสานงานกับแผนกต่างๆ สามารถรับผิดชอบงานในแต่ละแผนกแทนผู้บริหารได้
3. แผนกบัญชี รับผิดชอบด้านการจัดทำบัญชีทั้งหมด รวมไปถึงจัดสรรและจัดทำรวบรวมเอกสารต่างๆทางบัญชี
4. แผนกจัดซื้อ
 - ทำหน้าที่วางระเบียบการจัดซื้อและปฏิบัติตามขั้นตอนการจัดซื้ออย่างเป็นระบบ
 - ทำหน้าที่สำรวจ เปรียบเทียบราคาสินค้าที่ได้รับการอนุมัติให้สั่งซื้อ และนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชา เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ
 - ทำหน้าที่จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ของมหาวิทยาลัยฯ ตามที่ได้รับการอนุมัติ ให้ทันตามความต้องการของหน่วยงานที่ขอให้สั่งซื้อ
 - ทำหน้าที่จัดทำสรุปรายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป
5. แผนกคลังสินค้า มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดสรรพื้นที่ในการจัดเก็บวัสดุอุปกรณ์ ให้เป็นระบบอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคุมดูแลการเคลื่อนย้ายสินค้า อนุมัติเอกสารการเบิกจ่ายสินค้าเข้าออกจากคลังและจัดทำรายงานสินค้าคงเหลือทุกวัน
6. แผนกลูกค้าสัมพันธ์ เป็นพนักงานประจำการอยู่ที่สาขาย่อย มีหน้าที่ในการแนะนำสินค้า นำเสนอผลงาน ติดต่อบุคคลสอบถามรายละเอียดความต้องการเบื้องต้นของลูกค้า ติดต่oprสานงาน และเดินทางเพื่อนำเสนอสินค้า

7. แผนกออกแบบและผลิต จะแบ่งออกเป็น 2 ทีมตามความถนัดของประเภทผลิตภัณฑ์ที่มี โดยทีมแต่ละทีมจะประกอบด้วยกัน 7 คน ต่อ 1 ทีมคือ ฝ่ายออกแบบผลิตภัณฑ์ร้านอาหาร/ซ้อปกับสำนักงาน กับ การออกแบบผลิตภัณฑ์บ้านพัก/ห้องน้ำ ทีมละ 1 คนและเป็นผู้ช่วยออกแบบอีก 1 คน มีพนักงาน 5 คนต่อ 1 ทีม และช่างเทคนิคติดตั้งอีกทีมละ 1 คน โดยจะรับผิดชอบทางด้านออกแบบดีไซน์ผลงานจนถึงกระบวนการผลิตและติดตั้ง และนำไปส่งลูกค้า



1.12 วิธีการศึกษา

1.12.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)
- การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน (Five Force & Model)
- การวิเคราะห์การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ (BCG Matrix)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการทางการตลาด (Marketing Management)

- แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ (Concept of Services)
- กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing 7 P's)
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ
- กลยุทธ์การตอบสนองเร็ว
- การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)
- กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ

1.12.2 การดำเนินงานวิจัย

1. วิธีการดำเนินงาน เป็นการเก็บข้อมูลการวิจัย ที่อ้างอิงมาจากทฤษฎี ใช้การดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจการนำตู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงใช้เป็นสำนักงาน ร้านค้า ที่อยู่อาศัย โดยจะเน้นการสัมภาษณ์หาข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้า ผู้ที่เคยใช้งานตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน นักธุรกิจจบใหม่ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายใหม่

- แหล่งปฐมภูมิ เป็นการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงเพื่อนำข้อมูลมาศึกษาความต้องการและนำมาปรับใช้กับธุรกิจได้ตรงตามจุดประสงค์
- แหล่งทุติยภูมิ เป็นการจัดเก็บข้อมูลที่รวบรวมจากตัวอย่างจากข้อมูลออนไลน์หรือเว็บไซต์ที่มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลการทำตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

- เอกสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสังหาริมทรัพย์และการคมนาคมในประเทศไทย
- เครื่องคอมพิวเตอร์, หนังสือพิมพ์, รูปภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพ
- การสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง

3. ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเนื่องจาก ห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design มีการต่อยอดจากกิจการเดิมที่มีอยู่ ทำให้เราสามารถศึกษาข้อมูลในการวางระบบบริหารและการวางแผนของกิจการในการดำเนินการได้ และหาความรู้เพิ่มเติมจากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยหาตัวอย่างจากบริษัทที่ทำธุรกิจตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง และรายงานทางวิชาการของผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจตู้คอนเทนเนอร์

4. จำนวนตัวอย่างการสัมภาษณ์หาข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้า ผู้ที่เคยใช้งานตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน นักธุรกิจจบใหม่ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายใหม่จำนวน 14 ราย

5. วิธีการสุ่มตัวอย่าง / การเลือกตัวอย่างเป็นการคัดเลือกตัวอย่างจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นทั้ง 14 ราย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา ทำการสรุปรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำแผนธุรกิจตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง



1.13 ความเป็นมาและความสำคัญของการจัดทำแผน

แผนธุรกิจ เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้แนะผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน แผนธุรกิจจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนหรือผู้สนใจในสินค้าของเราเข้าใจวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและปรัชญาของธุรกิจ แผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรค และหนทางที่เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ผู้ประกอบการที่สามารถวางแผนเพื่ออนาคตให้กับกิจการได้ย่อมสามารถทำให้กิจการเกิดความยั่งยืน

ในการคิดริเริ่มก่อตั้งกิจการนั้น เป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ประชาชนต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย และต้องการใช้พื้นที่ใช้สอยให้คุ้มค่ามากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะตอบสนองสิ่งเหล่านี้จึงได้มีการคิดเรื่องการดัดแปลงวัสดุที่ไม่สามารถใช้งานได้นั้น กลับมาทำให้มีมูลค่าช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่าย และยกข้อประโยชน์ให้กับสังคมได้

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

2.1 การวิเคราะห์องค์กร

การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจต้องมีการวิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อประเมินสถานภาพทางธุรกิจ เพื่อที่จะสามารถเลือกกลยุทธ์และนำกลยุทธ์ไปใช้ได้อย่างเหมาะสม โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์กลยุทธ์ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการกำหนดทางเลือก การประเมินและเลือกกลยุทธ์ได้รวมทั้งเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และระบบสารสนเทศให้รองรับกับแผนกลยุทธ์ขององค์กร กลยุทธ์ระบบสารสนเทศเกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบงานในองค์กรด้วยการนำระบบสารสนเทศมาช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน

องค์ประกอบด้านการเงิน

โดยปกติแล้วการสร้างอาคารสำนักงานจากตู้คอนเทนเนอร์สามารถก่อสร้างให้แล้วเสร็จในเวลาสั้นกว่าการสร้างอาคารทั่วไป ใช้เวลาไม่นานสามารถลดต้นทุนได้ซึ่งถือเป็นข้อดีของการใช้ตู้คอนเทนเนอร์

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการก่อสร้างอาจลดลงได้ด้วยการผลิตตู้คอนเทนเนอร์ด้วยวิธีการแบบอุตสาหกรรม ทั้งนี้ต้นทุนยังขึ้นอยู่กับมาตรฐานของอาคารและการใช้งาน รวมไปถึงอายุการใช้งานของโครงสร้างอาคารด้วยอย่างไรก็ตามผู้ก่อสร้างยังต้องคำนึงถึงต้นทุนค่าขนส่ง ฐานรากและอุปกรณ์ต่างๆ ในด้านการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ทางเรือจะมีราคาไม่สูงมากนัก แต่การขนส่งโดยการบรรทุกนั้นต้องเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างมาก

ราคาของวัสดุพิเศษเช่นเหล็กนั้นจะมีราคาที่ค่อนข้างผันผวนมากโดยราคาขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดโลก

มาตรฐานการก่อสร้างอาคารมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจว่าจะสร้างอาคารในรูปแบบใดจะใช้ตู้คอนเทนเนอร์หรือไม่ รวมไปถึงข้อกำหนดเรื่องฉนวนกันความร้อน การป้องกันไฟ การป้องกันเสียง

และข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอื่นๆ มาตรฐานเหล่านี้ต้องมีการพิจารณาเพื่อกำหนดค่าใช้จ่ายและนำมาเปรียบเทียบว่าจะสร้างอาคารในรูปแบบใด

องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม

อาคารที่สร้างจากตู้คอนเทนเนอร์นั้น มีข้อดีในด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่าอาคารทั่วไปตู้คอนเทนเนอร์สามารถรื้อถอนและนำมาใช้ใหม่ได้ ดังนั้นจึงสามารถนำตู้ซึ่งเคยเป็นส่วนประกอบของอาคารมาใช้ใหม่ได้เมื่อไม่ได้ใช้อาคารแล้ว ตัวอาคารสามารถแยกออกเป็นห้องย่อยๆอีกหลายห้องและยังสามารถขยายต่อเติมไปอีกได้ อาคารที่สร้างจากตู้คอนเทนเนอร์นั้นใช้เวลาในการก่อสร้างไม่นาน แม้จะเป็นการต่อเติมพื้นที่ต่างๆสามารถทำได้เร็วกว่าและสะดวกมากกว่า ทำให้การใช้สอยพื้นที่ได้อย่างคุ้มค่ากว่าอาคารทั่วไป

ระยะเวลาหรืออายุในการใช้งานตู้คอนเทนเนอร์นั้นเป็นสิ่งที่ต้องนำมาพิจารณาด้วย โดยหลักการแล้วอายุการใช้งานของตู้คอนเทนเนอร์ทั่วไปจะมากกว่าองค์ประกอบและส่วนการตกแต่งของอาคาร ถึงแม้ว่าตู้คอนเทนเนอร์จะหมดอายุการใช้งานแล้ว เหล็กนั้นก็ยังสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ในฐานะที่เป็นวัตถุดิบที่ดีกว่าคอนกรีตที่จะนำกลับมาใช้ใหม่ได้ในงานที่คุณภาพต่ำเท่านั้น หรือผู้ก่อสร้างอาคารอาจนำเหล็กที่ไม่ใช้แล้วไปขายต่อเพื่อประหยัดเงินลงทุนได้

องค์ประกอบต่างๆในท้องถิ่น

ตู้คอนเทนเนอร์นั้นถูกนำมาใช้งานก่อสร้างอาคารอย่างกว้างขวางทั่วโลก การใช้ตู้คอนเทนเนอร์มาสร้างอาคารนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความเหมาะสมกับแต่ละพื้นที่ แต่ละท้องถิ่นที่จะทำการก่อสร้างโดยมีปัจจัย เช่น

1. สภาพอากาศ สภาพอากาศนั้นย่อมมีผลต่อการสร้างวัสดุห่อหุ้มตู้ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามสภาพอากาศของแต่ละท้องถิ่น ในบางประเทศกำหนดให้มีการติดตั้งฉนวนกันร้อน ในขณะที่บางประเทศก็ไม่ถือเป็นสิ่งจำเป็น ตัวอย่างเช่นในรัฐแคลิฟอร์เนียที่มีอากาศสบายๆ อาคารที่สร้างจากตู้คอนเทนเนอร์ก็มีข้อกำหนดเรื่องการติดตั้งฉนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น
2. ระยะทางในการขนส่ง การขนส่งเป็นระยะทางไกลๆและค่าขนส่งที่สูงมักจะเกิดจากการขนส่งไปยังบริเวณที่มีประชากรอยู่อาศัยน้อย ดังนั้นอาคารที่สามารถเคลื่อนย้ายได้จึงมีเหมาะสมอย่างยิ่งเมื่อก่อสร้างในบริเวณนี้ เนื่องจากสามารถที่จะขนส่งติดตั้งได้อย่างสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า

3. วัฒนธรรมของท้องถิ่น ค่านิยมของประชากรในท้องถิ่นมีผลต่อการตัดสินใจสร้างอาคารแบบชั่วคราวจากตู้คอนเทนเนอร์ ภาพลักษณ์ของตู้คอนเทนเนอร์ในแต่ละภูมิภาคก็จะมีแตกต่างกันออกไปด้วย

4. สภาพเศรษฐกิจโลก สภาพเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกใช้ตู้คอนเทนเนอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาถึงประเภทและจำนวนการค้า การนำเข้าส่งออก ตัวอย่างเช่น การนำเข้าสินค้าเป็นจำนวนมากเข้าสหรัฐอเมริกาโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ขนส่งสินค้ามีมากกว่าการส่งออก ทำให้มีตู้คอนเทนเนอร์เหลือ ดังนั้นตู้คอนเทนเนอร์ในอเมริกาจึงมาราคาถูก นอกจากนี้ หากเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ จะส่งผลให้มีตู้คอนเทนเนอร์เหลือใช้เป็นจำนวนมากเนื่องจากการขนส่งสินค้าที่ลดลง

5. สภาพเศรษฐกิจในพื้นที่ท้องถิ่น อาคารที่สร้างอย่างประหยัดต้นทุนนั้นจะเหมาะสมกับประเทศที่มีสภาวะเศรษฐกิจที่ยังด้อยพัฒนา อาคารพาณิชย์และสถานศึกษา และสิ่งก่อสร้างเพื่อสาธารณประโยชน์ต่างๆ สามารถสร้างขึ้นได้โดยใช้ต้นทุนต่ำเพื่อกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจ นอกจากนี้อาคารที่สามารถสร้างได้โดยใช้ระยะเวลาไม่นานสามารถตอบสนองกับสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างดี

6. ข้อกำหนดด้านโครงสร้างอาคาร ข้อกำหนดด้านโครงสร้างอาคารความแข็งแรงของอาคารนั้นมีความแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ โครงสร้างที่ทำจากเหล็กนั้นเหมาะกับพื้นที่ที่เสี่ยงภัยต่อแผ่นดินไหว เนื่องจากเหล็กนั้นมีความยืดหยุ่นได้มากกว่าเมื่อเกิดการสั่นสะเทือน

2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Market Segment)

สำหรับลูกค้าที่ต้องการความพิเศษในด้านการออกแบบตู้ที่มีความเฉพาะสั่งทำตามขนาดโดยเลือกใช้วัสดุที่ต้องการและมีพื้นที่พร้อมที่จะวางตู้คอนเทนเนอร์สำเร็จรูป เพื่อนำไปสร้างเป็นร้านและสถานประกอบการขนาดย่อม .ลูกค้าที่ต้องการทำเป็นสำนักงานพร้อมเคลื่อนย้ายเมื่อจบโครงการก็จะต้องย้ายไปยังพื้นที่ส่วนงานใหม่ แบ่งเป็น

- เป็นกลุ่มลูกค้าในกลุ่มของกิจการ เช่นโครงการก่อสร้างที่ต้องการจะซื้อหรือเช่าตู้เป็นสำนักงาน,ห้องน้ำที่พักในหน่วยงานต่างๆให้กับพนักงานเพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงาน
- กลุ่มบริษัทที่ต้องการเช่า ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง ตามงานโชว์ อีเว้นท์ ชั่วคราว
- เป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อหรือเช่าตู้คอนเทนเนอร์เพื่อนำมาใช้งานตามความต้องการของลูกค้า (การวิเคราะห์เป้าหมายและการแบ่งส่วนตลาด, 2557)

2.3 การวิเคราะห์ความสามารถหลักขององค์กร (Analysis of Core Competencies)

สนั่น เกษารีย์ (2552) (Job Competency). *Industrial Technology Review*, 15 (191), 140-147 กลยุทธ์การบริหารความสามารถประจำตำแหน่งงาน ก่อนที่บริษัทจะเริ่มเปิดดำเนินงาน จำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์ความสามารถหลักขององค์กร การวิเคราะห์ความสามารถเหล่านี้จะทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของกิจการ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design มีแนวคิดจะจัดทำตู้คอนเทนเนอร์สำเร็จรูปที่สามารถประกอบติดตั้งได้ง่ายและรวดเร็ว วัสดุที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสม การออกแบบที่เฉพาะในเรื่องของการติดตั้งโซล่าเซลล์เพื่อต้องการให้ตู้สำนักงานนั้นมีทางเลือกในการประหยัดพลังงาน การนำเอาผนังแบบ 3 มิติมาประกอบเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการลดความร้อนจากผนังของตู้สำนักงานและเกิดความสวยงามมากยิ่งขึ้น การเลือกใช้สีเคลือบทำให้ มีความทนทานกับสภาพอากาศ ป้องกันน้ำเข้าได้เป็นอย่างดีซึ่งเป็นการออกแบบโดยทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการ และเป็นตู้คอนเทนเนอร์ที่มีคุณภาพสูงและมีความหลากหลายที่เหนือกว่าคู่แข่งของกิจการ

วัสดุที่ใช้ในการผลิตทั้งหมดจะเน้นในเรื่องของคุณภาพความแข็งแรง ช่วยในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมและการลดโลกร้อนด้วยโครงสร้างของตู้คอนเทนเนอร์นั้นทำมาจากเหล็กและวัสดุในการทำผนังตู้คอนเทนเนอร์สามารถเลือกวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ ผนังตู้คอนเทนเนอร์แบบ 3 มิติผลิตด้วยวัสดุที่มีคุณภาพสามารถเก็บความเย็นไว้ได้ทำให้ลดการใช้พลังงานลงได้ ซึ่งในปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่จะให้ความสนใจในเรื่องของการรักษาสิ่งแวดล้อม ตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน จึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น (การวิเคราะห์ความสามารถหลักขององค์กร, 2552)

2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของบริษัททำให้ทราบถึงจุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และจากผลการวิเคราะห์นี้จะนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ได้ดังนี้

2.4.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

- ผู้บริหารมีประสบการณ์จากการทำงานในธุรกิจเดิม มีพนักงาน เครื่องมือ เครื่องจักรที่พร้อมต่อการดำเนินงานในกิจการใหม่เต็มความสามารถ
- กิจการมีการแบ่งส่วนสถานที่ในการติดต่อกับสถานที่ในการผลิตและจัดส่งเพื่อให้เกิดความสะดวกต่อลูกค้าที่สนใจและการจัดส่งที่สะดวกรวดเร็ว สถานที่ทั้งสองจะอยู่ไม่ห่างไกลกันเกินไป จึงทำให้ลูกค้าที่ต้องการจะชมตัวอย่างดูสำนักงาน สามารถเข้าชมและตรวจสอบงานได้อย่างใกล้ชิดเพื่อเพิ่มความมั่นใจในการสั่งทำสินค้ามากขึ้น
- กิจการมีความสามารถในการออกแบบตกแต่งตู้คอนเทนเนอร์แต่ละประเภทได้อย่างสร้างสรรค์ เหมาะสมกับการใช้งาน มีการใช้วัสดุพิเศษที่ใช้ในการทำผนังของตู้สำนักงานที่สามารถป้องกันความร้อนเก็บความเย็นไว้ได้ทำให้ประหยัดพลังงาน เป็นฉนวนทนต่อการติดไฟ มีการติดตั้ง โซล่าเซลล์เพื่อให้เป็นพลังงานทางเลือกช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้ดียิ่งขึ้น
- การบริหารพนักงานเป็นระบบแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจนเหมาะสมตามความถนัดในการทำงาน มีการพัฒนาเสริมทักษะให้กับพนักงานในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และนำระบบสารสนเทศมาใช้ในกิจการ
- กิจการมีเครื่องจักรที่ทันสมัยสามารถผลิตวัสดุรูปทรงเฉพาะตามของลูกค้าต้องการแบบพิเศษได้ และมีขั้นตอนในการสร้างตู้สำนักงานอย่างรวดเร็วโดยใช้ระยะเวลาให้น้อยที่สุด สามารถนำไปประกอบติดตั้ง ณ สถานที่ที่ลูกค้าต้องการได้สะดวกรวดเร็ว

- มีการรับประกันคุณภาพสินค้าความคงทนปลอดภัยของโครงสร้างหลักไม่ชำรุดเสียหายในระยะเวลา 3 ปี ประกันคุณภาพการรั่วซึมภายใน 1 ปี มีบริการตรวจสอบโครงสร้างอาคารเคลื่อนสกีให้ฟรีเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 ให้กับลูกค้าที่ซื้อตู้คอนเทนเนอร์สำนักงานของกิจการ

จุดอ่อน (Weaknesses)

- กิจการยังเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายหน้าใหม่จึงยังไม่ใช่ที่รู้จักของลูกค้า มีการใช้เงินลงทุนในช่วงการทำตลาดและส่งเสริมการขายสูงในปีแรก
- พนักงานในองค์กรยังขาดประสบการณ์ในการใช้ระบบสารสนเทศที่จะนำมาช่วยในการบริหารระบบงานภายใน
- เนื่องจากการจัดทำตู้สำนักงานนั้นเป็นการเริ่มต้นการเรียนรู้ระบบงานใหม่ การบริหารจัดการสรรระบบต่างๆจึงเป็นสิ่งใหม่สำหรับพนักงาน การแบ่งปันข้อมูลในช่วงเริ่มแรกจึงอาจจะมีความล่าช้าในการจัดส่งข้อมูลหรือประสานงานกัน
- การปฏิบัติงานส่วนใหญ่จะเป็นแบบ Manual จึงอาจจะทำให้เกิดความผิดพลาดได้ง่ายหากไม่มีการควบคุมการวางแผนงานที่ดีในช่วงเริ่มต้น
- พนักงานอาจมีการเจ็บป่วยได้หรืออัตราการเข้าออกงานบ่อย เนื่องจากเป็นงานที่ต้องใช้แรงมากในบางตำแหน่งและต้องมีความระมัดระวังสูงเพื่อไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ

ตารางที่ 2: ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

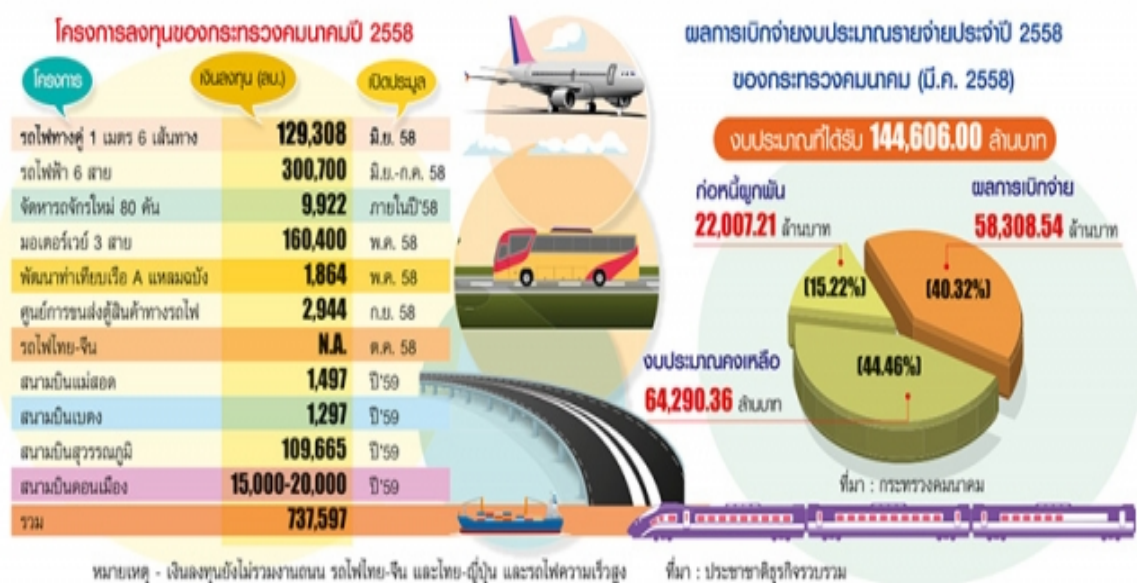
ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง สูง/กลาง/ต่ำ	สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลดหรือป้องกันความเสี่ยง
1.กิจการยังไม่เป็นที่รู้จัก ทำให้ต้องมีการใช้เงินลงทุนในการส่งเสริมการขายที่สูง	สูง	กิจการต้องทำการศึกษาวิธีที่จะใช้ในการส่งเสริมการขายเพื่อเลือกแผนในการส่งเสริมการขายให้เป็นระบบและสามารถควบคุมงบประมาณการใช้จ่ายให้คุ้มค่า
2.การบริหารงานของกิจการในการจัดระบบต่างๆยังเป็นสิ่งใหม่ ที่อาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้	สูง	จะต้องมีการจัดประชุมการทำงานอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการทำงานของแต่ละแผนกและเป็นการตรวจสอบปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อจัดระบบในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ
3.การเจ็บป่วยหรือการเข้าออกของพนักงานที่ไม่สามารถคาดเดาได้	สูง	กิจการมีการเน้นในเรื่องความปลอดภัยระหว่างการทำงานเป็นสำคัญ โดยจะมีการตรวจสอบเครื่องมือในก่อนการปฏิบัติงานทุกวัน มีการดูแลตรวจสอบสุขภาพพนักงานอย่างมีมาตรฐาน จัดกิจกรรมร่วมกันให้เกิดความผูกพันระหว่างองค์กรและพนักงาน
4.การปฏิบัติงานส่วนใหญ่จะเป็นงานแบบ Manual ซึ่งต้องอาศัยความชำนาญและประสบการณ์ในการทำงาน	กลาง	กิจการจะต้องมีการฝึกอบรมการใช้งานเครื่องจักรใหม่เพื่อลดอันตรายที่อาจเกิดจากเครื่องมือ โดยให้พนักงานเก่าผู้มีประสบการณ์คอยแนะนำการปฏิบัติงาน การแก้ปัญหาอย่างเคร่งครัด และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงาน

2.4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาส (Opportunities)

- ในปัจจุบันแนวโน้มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กมีจำนวนเพิ่มขึ้นเพราะรัฐบาลมีการสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs. ในการจัดหาแหล่งเงินทุนในการทำธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถลงทุนเปิดร้านของตนเองได้แม้จะมีเงินทุนไม่มาก
- แผนโครงการก่อสร้างในปี 2558 จะมีผู้รับเหมางานก่อสร้างจำนวนมาก ซึ่งเป็นโอกาสที่กิจการ จะเสนอขายตู้คอนเทนเนอร์เพื่อใช้เป็นสำนักงานชั่วคราวให้กับบริษัทรับเหมาก่อสร้างต่างๆ

ภาพที่ 28: แสดงภาพโครงการลงทุนของกระทรวงคมนาคมปี 2558



ที่มา: โครงการลงทุนของกระทรวงคมนาคมปี. (2558). ประชาชาติธุรกิจ. สืบค้นจาก

www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1430295243.

- สภาพภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจในปัจจุบัน ราคาวัสดุก่อสร้างและค่าแรงการก่อสร้างบ้านมีการปรับตัวสูงขึ้นมากใน 5 ปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการที่ต้องการจะลงทุนซื้อสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้เป็นสำนักงานจะหันมาสนใจทางเลือกอื่นที่จะใช้เป็นสำนักงานประเภทตู้คอนเทนเนอร์มากขึ้นเพื่อลดต้นทุน

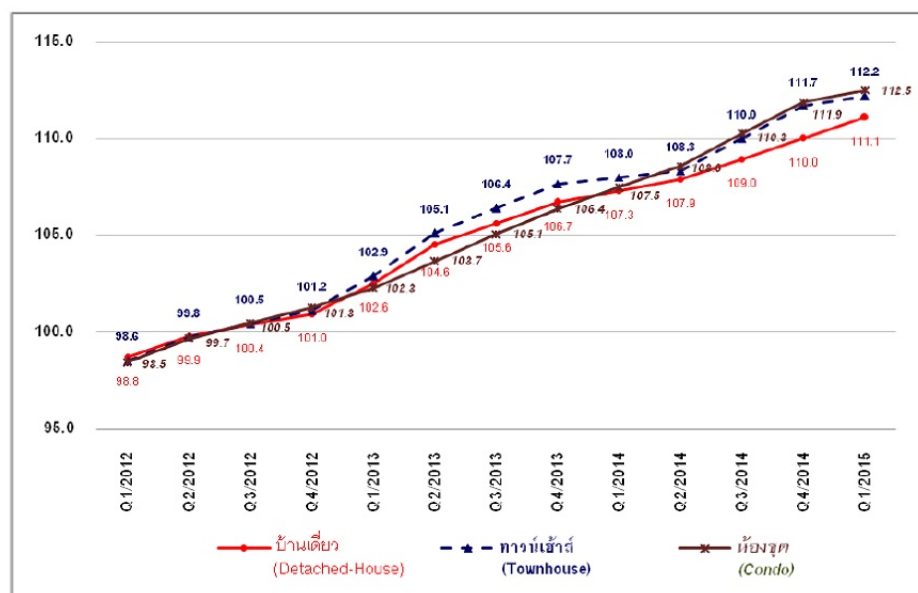
ภาพที่ 29: ภาพแสดงดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

หมวด	สัดส่วนน้ำหนัก	ดัชนี				อัตราการเปลี่ยนแปลง		
		ม.ค.58	ธ.ค.57	ม.ค.57	เฉลี่ย	ม.ค.58/ ธ.ค.57	ม.ค.58/ ม.ค.57	ม.ค.-ม.ค.58/ ม.ค.-ม.ค.57
ทั้งหมด	100.00	123.2	124.7	126.8	-	-1.2	-2.8	-2.8
ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	7.33	152.1	152.1	150.7	-	0.0	0.9	0.9
ซีเมนต์	11.91	118.6	120.5	123.1	-	-1.6	-3.7	-3.7
ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	15.45	134.4	134.9	134.9	-	-0.4	-0.4	-0.4
เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก	22.87	106.1	109.2	115.3	-	-2.8	-8.0	-8.0
กระเบื้อง	6.63	111.8	111.8	111.6	-	0.0	0.2	0.2
วัสดุฉนวน	2.79	120.9	120.9	120.9	-	0.0	0.0	0.0
สุขภัณฑ์	2.29	155.8	155.8	156.2	-	0.0	-0.3	-0.3
อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา	12.37	106.1	107.8	111.9	-	-1.6	-5.2	-5.2
วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ	18.36	150.1	150.8	149.1	-	-0.5	0.7	0.7

ที่มา: ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง. (2558). ภาพแสดงดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง. สืบค้นจาก www.indexpr.moc.go.th/price_present

ภาพที่ 30: ภาพแสดงดัชนีราคาห้องชุด, บ้านเดี่ยว, ทาวน์เฮ้าส์

ดัชนีราคาห้องชุด ดัชนีราคาบ้านเดี่ยว และดัชนีราคาทาวน์เฮ้าส์



ที่มา: ดัชนีราคาห้องชุด, บ้านเดี่ยว, ทาวน์เฮ้าส์. (2558). ภาพแสดงดัชนีราคาห้องชุด, บ้านเดี่ยว, ทาวน์เฮ้าส์. สืบค้นจาก www.ddproperty.com/.

- การเติบโตทางการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น ทำให้มีการเติบโตในภาคบริการมากขึ้น ผู้คอนเทเนอร์ที่จะสร้างเป็นร้านค้าหรือสำนักงาน สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวกมีการติดตั้งที่รวดเร็ว

กว่าสิ่งปลูกสร้างอื่น จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการในภาคการบริการที่ต้องการขยายธุรกิจ จะให้ความสนใจเป็นพิเศษ

อุปสรรค (Threat)

- ความต้องการใช้พื้นที่ศูนย์การค้าในเขตกรุงเทพฯ ยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นถึงแม้ราคาค่าเช่าที่ยังคงอยู่ในระดับสูงถึงแม้จะมีการชะลอตัวของเศรษฐกิจก็ตาม
- มีการแข่งขันกันสูงในธุรกิจตู้คอนเทนเนอร์สำเร็จรูป เนื่องจากผู้ประกอบการรายอื่นต้องการที่จะสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดให้ได้มากที่สุด
- นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งปลูกสร้างมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น
- การสร้างร้านหรือสำนักงานขนาดย่อมด้วยตู้คอนเทนเนอร์ยังไม่ได้รับความนิยมในประเทศไทยมากนัก

ตารางที่ 3: ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง สูง/กลาง/ต่ำ	สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลดหรือป้องกันความเสี่ยง
1. การชะลอตัวของสภาวะเศรษฐกิจทำให้เกิดความเสี่ยงและสร้างความไม่มั่นใจในการลงทุนของผู้ประกอบการ	สูง	กิจการต้องมีการประเมินประสิทธิภาพในการลงทุนในแต่ละปีเพื่อรับมือกับสภาพเศรษฐกิจ ดำเนินงานอย่างมีแบบแผนหาโอกาสในการขยายตลาด สร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้า
2. มีคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันเป็นจำนวนมาก	กลาง	กิจการจะต้องสร้างความแตกต่างทั้งในด้านการบริหารงาน และประเภทของผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้ายุคใหม่ มีการจัดท้าวิสิตู้นำมาใช้ในราคาไม่แพงและเป็นนวัตกรรมใหม่ สร้างระบบการผลิตและส่งมอบให้มีความรวดเร็ว เสร็จทันก่อนกำหนดได้
3. มุมมองของลูกค้าที่มีต่อผู้คอนเทนเนอร์ในแง่ลบ ทำให้เกิดความไม่มั่นใจกับสินค้าที่นำผู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลง	สูง	กิจการจะมีการแนะนำสินค้า และเพิ่มแผนลูกค้าสัมพันธ์เพื่อช่วยในการพูดคุยตอบข้อสงสัยที่ลูกค้ามี สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า มีการจัดทำคลิปตัวอย่างงานจริงนำเสนอทางสื่อออนไลน์เพื่อให้เกิดความมั่นใจยิ่งขึ้น
4. ผู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงในปัจจุบันยังไม่เป็นที่รู้จัก	สูง	กิจการจะมีการจัดทำโฆษณาเพื่อโปรโมทสินค้าโดยต้องนำเสนอให้เห็นว่าผู้คอนเทนเนอร์เป็นได้มากกว่าที่คุณคิด

จากการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในและภายนอกของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design มีความพยายามจะสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า มีการนำเอาเทคโนโลยีโซล่าเซลล์ และผนัง 3 มิติมาใช้ในการออกแบบสินค้า รวมถึงในส่วนของผู้สำนักงานดัดแปลงแบบมาตรฐานนั้น เป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้กับกิจการ ดังนั้นทางผู้ประกอบการจะต้องมีการติดตามกลุ่มธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง หรือสถานการณ์การลงทุนของผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการหาโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับกิจการให้มากที่สุด (ทฤษฎีองค์การและการจัดการเชิงกลยุทธ์, 2555)



บทที่ 3

การวิเคราะห์การแข่งขัน

3.1 การวิเคราะห์การแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Force Model)

การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม เพื่อให้ทราบถึงสภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรมว่ามีระดับความการแข่งขันเป็นอย่างไร ซึ่งแรงกดดันและระดับของการแข่งขันจะเป็นตัวกำหนดถึงศักยภาพในการทำกำไรหรือศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม และกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจ ในธุรกิจผู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง ซึ่งถือเป็นธุรกิจที่เริ่มเป็นที่รู้จักและผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจ โดยในการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจผู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงนั้น กิจการมีความคิดเห็นว่าจะสามารถทำได้ค่อนข้างยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนที่สูงและพนักงานต้องมีความรู้ความชำนาญมากพอสมควร ส่วนการออกจากธุรกิจนั้นสามารถทำได้ง่ายเนื่องจาก เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้สามารถนำไปใช้ในธุรกิจประเภทอื่นได้ โดยการวิเคราะห์การแข่งขันของอุตสาหกรรมจะแบ่งเป็น 5 ประเภท ดังนี้

3.1.1 คู่แข่งขันที่เข้ามาใหม่ (The Threat of New Entrants)

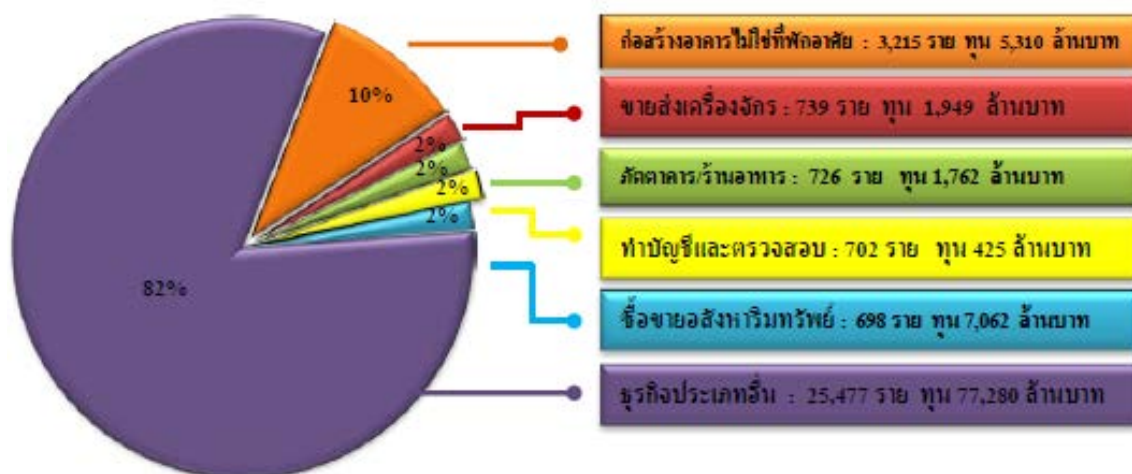
ในปัจจุบันภาพรวมของการลงทุนในธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์นั้น จะมีผู้สนใจในการลงทุนเป็นจำนวนมากเพราะการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นั้นโดยเฉพาะการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์นั้นกำลังเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยม เพราะผู้ลงทุนต่างเห็นว่า ธุรกิจการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์นั้นถ้ามีระบบการจัดการที่ดีจะสามารถสร้างรายได้ มีความมั่นคงในระยะยาวให้กับเจ้าของหรือผู้ลงทุนได้เป็นอย่างดี ซึ่งการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ เช่น ห้องเช่า หอพัก อพาร์ทเมนต์ แฟลต แมนชั่น สำนักงานให้เช่าอาคารธุรกิจ มีอัตราการเติบโตขึ้นสอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในปัจจุบันโดยเฉพาะผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองหลวง เมืองท่องเที่ยว และเมืองใหญ่ในแต่ละภูมิภาค

นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันซึ่งในปัจจุบันเป็นตัวเลือกที่ใช้ทดแทนธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องใช้ต้นทุนที่สูงกว่า สิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อโอกาสในการขยายตัวทางธุรกิจของกิจการ ในการผลิตร้านค้าตู้สำนักงานขนาดย่อม

ข้อมูลเกี่ยวกับการจดทะเบียนนิติบุคคลทั่วประเทศในครึ่งปีแรก 2558 (ม.ค.-มิ.ย.)

ประกอบด้วย นิติบุคคลจัดตั้งใหม่ นิติบุคคลที่เพิ่มทุน

ภาพที่ 31: ภาพแสดงจำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ครึ่งปีแรก 2558



นิติบุคคลจัดตั้งใหม่ครึ่งปีแรก 2558 จำนวน 31,557 ราย เมื่อเทียบกับครึ่งปีหลัง 2557 ที่ผ่านมามีเพิ่มขึ้น 1,555 ราย คิดเป็นร้อยละ 5 และเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาพบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้น 2,091 ราย คิดเป็น ร้อยละ 7 ซึ่งส่วนมากเป็นการจดทะเบียนในส่วนภูมิภาค จำนวน 19,605 ราย คิดเป็นร้อยละ 62 ทุนจดทะเบียนมีมูลค่า 93,788 ล้านบาท เมื่อเทียบกับครึ่งปีหลัง 2557 ที่ผ่านมา ลดลง 68,574 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42 และเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา พบว่ามีจำนวนลดลง 24,975 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21

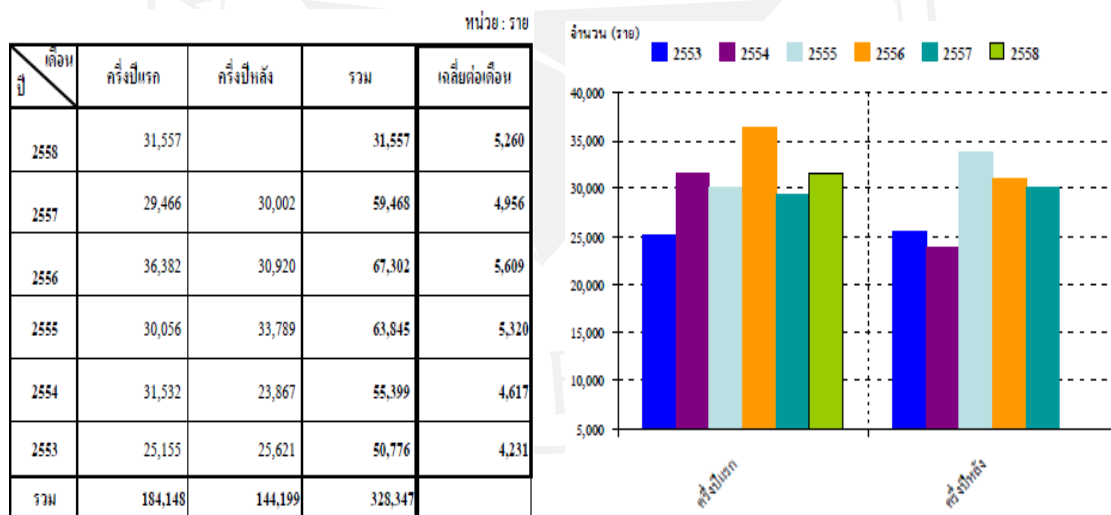
นิติบุคคลเพิ่มทุนครึ่งปีแรก 2558 จำนวน 6,887 ราย เมื่อเทียบกับครึ่งปีหลัง 2557 ที่ผ่านมาลดลง 3,278 ราย คิดเป็นร้อยละ 32 และเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา พบว่า มีจำนวนลดลง 376 ราย คิดเป็นร้อยละ 5 มูลค่าทุนจดทะเบียนที่เพิ่มในครึ่งปีแรก 2558 มีจำนวน 1,724,765 ล้านบาท เมื่อเทียบกับครึ่งปีหลัง 2557 ลดลง 254,045 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13 และเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา พบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้น 52,482 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งส่วนมากอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,599,419 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 93 ธุรกิจที่มีมูลค่าการเพิ่มทุนสูงที่สุด ได้แก่ ธุรกิจผลิตเส้นใยประดิษฐ์โดยเพิ่มทุนทั้งสิ้น 936,762 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24 ของมูลค่าทุนจดทะเบียนที่เพิ่มทั้งหมด

ภาพที่ 32: ภาพแสดงจำนวนและทุนจดทะเบียนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ครึ่งปีแรก 2558

หน่วย: ล้านบาท

นิติบุคคล	ครึ่งปีแรก 57		ครึ่งปีหลัง 57		ครึ่งปีแรก 58		การเปลี่ยนแปลงครึ่งปีแรก 58กับครึ่งปีหลัง 57				การเปลี่ยนแปลงครึ่งปีแรก 58กับครึ่งปีแรก 57			
	ราย	ทุนจดทะเบียน	ราย	ทุนจดทะเบียน	ราย	ทุนจดทะเบียน	ราย		ทุนจดทะเบียน		ราย		ทุนจดทะเบียน	
							ผลต่าง	ร้อยละ / %	ผลต่าง	ร้อยละ / %	ผลต่าง	ร้อยละ / %	ผลต่าง	ร้อยละ / %
ทั่วประเทศ														
บริษัทห้างหุ้นส่วน	29,442	104,254.61	29,977	121,765.00	31,530	86,943.39	1,553	5.18	(34,821.61)	(28.60)	2,088	7.09	(17,311.22)	(16.60)
บริษัทมหาชนจำกัด	24	14,509.01	25	40,597.46	27	6,845.00	2	8.00	(33,752.46)	(83.14)	3	12.50	(7,664.01)	(52.82)
รวมทั้งสิ้น	29,466	118,763.62	30,002	162,362.46	31,557	93,788.39	1,555	5.18	(68,574.07)	(42.24)	2,091	7.10	(24,975.23)	(21.03)
กรุงเทพมหานคร														
บริษัทห้างหุ้นส่วน	10,583	43,248.24	11,005	65,328.15	11,939	46,992.23	934	8.49	(18,335.92)	(28.07)	1,356	12.81	3,743.99	8.66
บริษัทมหาชนจำกัด	19	13,173.20	19	39,090.88	13	3,377.00	(6)	(31.58)	(35,713.88)	(91.36)	(6)	(31.58)	(9,796.20)	(74.36)
รวม	10,602	56,421.44	11,024	104,419.03	11,952	50,369.23	928	8.42	(54,049.80)	(51.76)	1,350	12.73	(6,052.21)	(10.73)
ภูมิภาค														
บริษัทห้างหุ้นส่วน	18,859	61,006.37	18,972	56,436.85	19,591	39,951.16	619	3.26	(16,485.69)	(29.21)	732	3.88	(21,055.21)	(34.51)
บริษัทมหาชนจำกัด	5	1,335.81	6	1,506.58	14	3,468.00	8	133.33	1,961.42	130.19	9	180.00	2,132.19	159.62
รวม	18,864	62,342.18	18,978	57,943.43	19,605	43,419.16	627	3.30	(14,524.27)	(25.07)	741	3.93	(18,923.02)	(30.35)

ภาพที่ 33: ภาพแสดงจำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้ง ปี 2553 – 2558



การจดทะเบียนจัดตั้งในช่วงครึ่งปีแรก 2558 (ม.ค.-มิ.ย.) จำนวน 31,557 ราย
มีจำนวนเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2557

จากการแสดงสถิติที่เกี่ยวข้องกับจำนวนและทุนจดทะเบียนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ซึ่งอาจจะเป็นคู่แข่งทางธุรกิจในอนาคตที่กิจการจะต้องเผชิญ ทำให้เห็นถึงสภาวะการแข่งขันในตลาดประเภทสิ่งก่อสร้างและธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น ส่วนในกลุ่มผู้ขายและให้เช่าตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน ผู้ที่จะเข้ามาใหม่นั้นจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนที่สูงและต้องมีพนักงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน ต้องมีความเข้าใจในเรื่องความต้องการของตลาดเป็นอย่างมาก ใน

ปัจจุบันมีผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมตู้คอนเทนเนอร์อยู่หลายราย การที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ต้องสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า ต้องมีแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตตู้คอนเทนเนอร์ ผู้ลงทุนต้องมีพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าซึ่งส่วนใหญ่จะต้องอยู่ใกล้กับแหล่งวัสดุเพื่อช่วยลดเวลาและค่าขนส่งสินค้า จำเป็นต้องมีพนักงานที่มีความสามารถมีทักษะความรู้ในงานสิ่งก่อสร้าง ดังนั้นการเข้ามาใหม่ของคุณแข่งขันรายใหม่จึงยังมีน้อยราย

สรุป โอกาสในการที่จะเข้ามาของคุณแข่งขันรายใหม่มีผลกระทบต่อกิจการดังนี้

1. ในกลุ่มธุรกิจเดียวกันการแข่งขัน อยู่ในระดับสูง เช่น ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เพราะจำนวนคู่แข่งในกลุ่มนี้มีอัตราที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจเลือกของผู้บริโภคในการใช้ตู้คอนเทนเนอร์สร้างเป็นสำนักงาน

2. ในธุรกิจเฉพาะตู้คอนเทนเนอร์สำนักงานการแข่งขัน อยู่ในระดับต่ำ เพราะคู่แข่งรายใหม่นั้นจะต้องมีการลงทุนสูงในการดำเนินกิจการ ต้องมีพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าและผลิตตู้คอนเทนเนอร์ รวมทั้งต้องมีความเข้าใจตลาดที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาและสร้างตู้สำนักงานขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ให้มากที่สุด

3.1.2 อำนาจต่อรองของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและวัตถุดิบ (The Bargaining Power of Suppliers)

กิจการสามารถซื้อสินค้าและวัตถุดิบในการผลิตตู้สำนักงานจากผู้จำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่เหมาะสมเนื่องจากวัสดุที่ใช้ในการผลิตนั้นส่วนใหญ่มีจำหน่ายในร้านวัสดุก่อสร้างทั่วไป หรือเป็นบริษัทที่ติดต่อในการจัดซื้อวัสดุพิเศษที่นำมาใช้ วัสดุก่อสร้างยังคงมีราคาเฉลี่ยที่สูงอยู่ อย่างเช่นราคาเหล็ก อลูมิเนียม ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ ซึ่งเป็นวัสดุที่มีความจำเป็นในการทำโครงสร้างหลักของตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน เมื่อมีราคาต้นทุนที่สูง ผู้จำหน่ายสินค้าให้กับกิจการจึงมีการปรับตัวตามสภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

ภาพที่ 34: ภาพแสดงดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนกันยายน ปี 2558

หมวด	สัดส่วนน้ำหนัก	ดัชนี				อัตราการเปลี่ยนแปลง		
		ก.ย.58	ส.ค.58	ก.ย.57	เฉลี่ย	ก.ย.58/ส.ค.58	ก.ย.58/ก.ย.57	ม.ค.-ก.ย.58/ม.ค.-ก.ย.57
ดัชนีรวม	100.00	119.0	119.9	126.7	121.2	-0.8	-6.1	-4.6
ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	7.64	153.1	153.1	152.1	153.0	0.0	0.7	1.2
ซีเมนต์	12.06	116.1	116.4	120.5	117.7	-0.3	-3.7	-3.5
ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	15.79	132.7	133.8	134.9	134.0	-0.8	-1.6	-0.7
เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก	20.92	93.7	96.6	114.6	100.0	-3.0	-18.2	-13.9
กระเบื้อง	6.86	111.8	111.8	111.8	111.8	0.0	0.0	0.1
วัสดุนานา	2.89	120.9	120.9	120.9	120.9	0.0	0.0	0.0
สุขภัณฑ์	2.37	155.8	155.8	155.8	155.8	0.0	0.0	-0.1
อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา	12.72	105.4	105.6	111.7	105.9	-0.2	-5.6	-5.3
วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ	18.75	148.1	147.3	151.1	148.8	0.5	-2.0	-0.8

จากการปรับราคาของวัสดุที่ใช้ในการสร้างตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน จะเห็นว่าดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างในไตรมาสที่ 3 ของปี 2558 มีการปรับตัวลงจากในปี 2557 แต่ยังคงมีดัชนีราคาที่ยังค่อนข้างสูงอยู่ ทำให้กิจการต้องมีต้นทุนในการผลิตตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาด นอกจากนี้ การที่กิจการเพิ่งเปิดดำเนินงานทำให้ยังไม่มีคู่ค้าที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจในการจัดซื้อวัสดุพิเศษที่นำมาใช้สร้างร้านหรือสำนักงานด้วยตู้คอนเทนเนอร์จึงทำให้ต้องใช้ต้นทุนที่สูงขึ้น

สรุป อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายสินค้าและวัตถุดิบนั้นมีผลกระทบต่อกิจการ อยู่ในระดับสูง เพราะด้วยราคาวัสดุก่อสร้างที่ยังคงมีราคาสูง และกิจการเพิ่งเริ่มทำธุรกิจทำให้ยังขาดอำนาจการต่อรองกับผู้ขายปลีกวัสดุก่อสร้างหรือวัสดุที่หายากในตลาด

3.1.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (The Bargaining Power of Customers)

การเติบโตของธุรกิจให้เช่าและขายตู้คอนเทนเนอร์ มีอยู่หลายบริษัทที่ทำธุรกิจประเภทนี้ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าจากผู้จำหน่ายรับรู้หรือเปรียบเทียบ ขนาดของตู้ ราคา โดยการดูข้อมูลจากเว็บไซต์ อีกทั้งผู้ประกอบการหลายราย นอกจากจะมีการจัดจำหน่ายตู้คอนเทนเนอร์ธรรมดาทั่วไปแล้ว ยังมีการพัฒนาตัดแปลงตู้คอนเทนเนอร์ให้เป็นร้านค้า สำนักงานขนาดย่อม ห้องพักรีสอร์ท บังกะโล ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการตัดสินใจมากขึ้น ผู้จำหน่ายตู้คอนเทนเนอร์ก็พยายามออกแบบตู้ให้มีความสวยงามทันสมัย ในแบบต่างๆให้มีความโดดเด่นกว่า ตู้คอนเทนเนอร์แบบเดิมให้มากที่สุด เพื่อให้ลูกค้าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์

สรุป อำนาจต่อรองของลูกค้ามีผลกระทบต่อกิจการ อยู่ในระดับสูง เนื่องจากลูกค้าเป้าหมายจะเป็นกลุ่มเฉพาะ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากขึ้น โดยจะต้องมีการพัฒนาการให้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสร้างสรรค์ เหมาะสมตามยุคสมัยเพื่อที่จะสามารถแข่งขันส่วนแบ่งตลาดเพิ่ม

3.1.4 สินค้าและบริการทดแทน (The Threat of Substitute Product or Service)

สินค้าและบริการทดแทนในธุรกิจบริการในด้านอสังหาริมทรัพย์ ที่ส่งผลกระทบต่อเกี่ยวกับการผลิตจำหน่าย ให้เช่า ตู้คอนเทนเนอร์ ตัดแปลงนั้น ในปัจจุบันได้มีวิวัฒนาการในการสร้างสิ่งปลูกสร้างเชิงนวัตกรรมเข้ามาเพื่อรองรับและป้องกันภัยพิบัติรุนแรงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ อย่างเช่น การเกิดเพลิงไหม้ การเกิดแผ่นดินไหว พายุ ภัยร้ายภัยหนาว เป็นต้น โดยการใช้เทคโนโลยีนาโน มาเสริมสร้างเป็นนวัตกรรมใหม่ให้กลับโครงสร้างของอาคารหรือโครงสร้างเปลือกบาง ด้วยการนำผ้าใบพิเศษเป็นไม้แบบ (Formwork) และใช้โฟม เป็นฉนวนต้านทานความร้อนภายนอกอาคาร และพ่นคอนกรีต ทำให้อาคารมีความแข็งแรงมากกว่าอาคารทั่วไปมาก ประหยัดพลังงาน ก่อสร้างได้รวดเร็ว ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์นั้นพยายามสร้างความแตกต่างและพัฒนารูปแบบของสิ่งปลูกสร้าง ทำให้ธุรกิจการสร้างตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน ต้องมีการพัฒนาเพื่อรับมือการแข่งขันในอนาคต ดังนั้นธุรกิจตู้คอนเทนเนอร์สำนักงานในปัจจุบัน เหมาะกับพื้นที่ใช้สอยที่มีจำกัด และต้องการใช้เป็นร้านค้าหรือสำนักงานชั่วคราว ตามโครงการก่อสร้างต่างๆ เพราะหากมีการสร้างสิ่งปลูกสร้างถาวรต้องใช้เงินทุนและเวลาในการปลูกสร้างมากกว่าและการเคลื่อนย้ายสิ่งปลูกสร้างก็ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย อีกทั้งการซ่อมแซมและรื้อถอนของสิ่งปลูกสร้างนั้นมีค่าใช้จ่ายและใช้เวลามากกว่าการใช้ตู้สำนักงาน

นอกจากนี้ยังมีธุรกิจบ้านน็อคดาวน์ ที่เริ่มมีการขยายตลาดเพิ่มสูงขึ้น เป็นเพราะความนิยมของบ้านน็อคดาวน์ไม่ได้มีเพียงแคในในประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นที่นิยมในการใช้งานมานานในประเทศญี่ปุ่นและบางประเทศในแถบยุโรป วัสดุที่นำมาประกอบสามารถเคลื่อนย้ายโดยการถอดส่วนประกอบและนำไปติดตั้งในพื้นที่อื่น ๆ ได้สะดวกโดยไม่มีชิ้นส่วนใดๆเสียหาย

มีระยะเวลาการก่อสร้างโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1 เดือนหรือเพียง 2 สัปดาห์ก็สามารถเข้าอยู่อาศัยได้ ง่ายต่อการย้ายที่อยู่อาศัย โดยสามารถรื้อเพื่อนำไปประกอบที่อื่นได้ ที่สำคัญของบ้านลักษณะนี้ยังไม่มีปัญหาเรื่องการเชื่อมต่อของไฟฟ้าและประปาเนื่องจากมีการจัดสรรเอาไว้ให้อย่างเสร็จสรรพ ถือเป็น การลดค่าใช้จ่ายและกำจัดปัญหาที่จะตามมาให้กับผู้ซื้อ แต่ก็ยังมีข้อเสียของบ้านน็อคดาวน์อยู่ อย่างเช่น การก่อสร้างด้วยวัสดุสำเร็จรูป ทำให้บ้านไม่สามารถเลือกประเภทของวัสดุได้ด้วยตัวเอง ตัวบ้านมีขนาดเล็ก ไม่เหมาะกับคนที่ต้องการพื้นที่กว้างขวาง อีกทั้งไม่สามารถตอบโจทย์รูปแบบบ้านให้กับผู้อาศัยได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากแบบบ้านมีให้เลือกน้อยและมีข้อจำกัดหากต้องการต่อเติมบ้านในภายหลังด้วย

สรุป สินค้าและบริการทดแทน มีผลกระทบต่อกิจการ ดังนี้

1. สิ่งปลูกสร้างที่เป็นที่พักอาศัยอยู่ในระดับสูง เพราะสินค้าสิ่งปลูกสร้างเป็นที่อยู่อาศัยมีการพัฒนาเป็นที่พักอาศัยสำเร็จรูปโครงการการก่อสร้างต่างๆได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองอย่างต่อเนื่อง และการสร้างที่พักอาศัยด้วยการนำนวัตกรรมการป้องกันภัยพิบัติจากธรรมชาติ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกิจการ ในการผลิตตู้คอนเทนเนอร์เพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยขนาดย่อม
2. สิ่งปลูกสร้างที่เป็นสำนักงานชั่วคราวและร้านค้าชั่วคราว อยู่ในระดับปานกลาง เพราะขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ประโยชน์ของผู้บริโภค เนื่องจากตู้คอนเทนเนอร์มีราคาที่ถูกกว่าและสามารถเคลื่อนย้ายสะดวกกว่าสิ่งปลูกสร้างถาวร ซึ่งการทำตู้คอนเทนเนอร์เป็นสำนักงานชั่วคราวจะเหมาะสมกับการใช้ตู้คอนเทนเนอร์มากกว่า

3.1.5 การแข่งขันจากคู่แข่งที่มีในปัจจุบัน (The Rivalry Among Existing Firm in The Industry)

จากการสำรวจคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน พบว่ามีคู่แข่งในธุรกิจประเภทผลิตจำหน่าย ให้เช่าตู้คอนเทนเนอร์ สำหรับใช้เป็นที่อยู่อาศัย สำนักงานชั่วคราวขนาดย่อม ห้องสุขา ที่พักอาศัย ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลผู้ประกอบการได้แสดงในตารางดังนี้

ภาพที่ 35: ภาพแสดงรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจตู้คอนเทนเนอร์ในประเทศไทย

ตารางแสดงผู้ประกอบการธุรกิจตู้คอนเทนเนอร์ ในประเทศไทย

ชื่อบริษัท	ที่ตั้ง	ตราสินค้า	ผลิตภัณฑ์
บจก. คอนเทนเนอร์ (ประเทศไทย)	ชลบุรี	CONTAINER	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. เกทวอลล์ (1988)	ปทุมธานี	GREATWALL	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. เฮฟต้า	สมุทรสาคร	HEVTA	บ้านเรือนกระจก
บจก. เอ็นทีเค เอ็นจิเนียริ่งแอนด์เซอร์วิส	กรุงเทพฯ	NPK	ตู้คอนเทนเนอร์
บจก. ไทยเทคเร็นทล	สมุทรปราการ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. ฮิโรโกะ(ประเทศไทย)	สมุทรปราการ	HIROKOH	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. นามสงเอ็งจิเนียริ่ง	กรุงเทพฯ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. มาสโลหะกิจ (ประเทศไทย)	สงขลา	UNI INTERLOCKED	โรงงานการเกษตรเพาะปลูกสำเร็จรูป ชปภัทวาไนซ์
บจก. แฮมมาร์ส	กรุงเทพฯ	HAMMARS-CABIN	สำนักงานเคลื่อนที่/ตู้ห้องน้ำ/ตู้เก็บของ/ตู้ยาม
บจก. เอ.แอล.ที.อินเตอร์ คอร์ปอเรชั่น	นนทบุรี	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. "วี" ทันเนอร์ เซอร์วิส	กรุงเทพฯ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. คอนเทนเนอร์ ซัพพลาย (1995)	กรุงเทพฯ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. ซีเทคเดคอเรชั่น	กรุงเทพฯ	CETECH	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. ที.เอ็ม.เพาเวอร์	สมุทรปราการ	TM	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. บี.เอ็น.เค. เอ็นจิเนียริ่ง	สมุทรปราการ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. พี.โอ.แอล. เอ็นจิเนียริ่ง	กรุงเทพฯ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. ฟอรัทเรส แลมฉาบง	ชลบุรี	FORTRESS LAEMCHABANG	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป, MOBILE OFFICE
บจก. ฟอรัทเรส มารีน	กรุงเทพฯ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. รุ่งแสงกลอรี่	สมุทรสาคร	COMBINE	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. วี.พี.สตรัคเจอร์ล พานเนลส์	กรุงเทพฯ	V.P.CABIN	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. สเปซ เทค	กรุงเทพฯ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. เจซีที เคบิน	นนทบุรี	JCP	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. เฟิสท์เซาท์เทิร์น กรุ๊ป	สมุทรปราการ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. เอกสวัสดิ์	สมุทรปราการ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. เอส แอนด์ ที คอนเทมพ์	กรุงเทพฯ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. เฮงเกอร์ เอ็ม.เอฟ.อาร์	ปทุมธานี	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. ไทยอาบิเซ	กรุงเทพฯ	-	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป
บจก. ไทย ไอโซวอลล์	สมุทรปราการ	ISOCABIN	สำนักงาน-ร้านค้าสำเร็จรูป

ที่มา: แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด. (2557). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด.

สืบค้นจาก <http://incquity.com/articles/5-forces-model>.

ซึ่งผู้ประกอบการที่มีการดำเนินธุรกิจมานานและเป็นที่รู้จักของลูกค้า ได้แก่ บริษัท คอนเทนเนอร์(ประเทศไทย) จำกัด จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลของคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันนี้ ซึ่งกิจการมีความแตกต่างจากคู่แข่งในเรื่อง ของสไตล์การตกแต่งสร้างสรรค์ การนำเอาวัสดุประเภทผนังพิเศษที่เป็นแบบ3มิติและการนำเอาเทคโนโลยีประหยัดพลังงานมาใช้ มีการศึกษาพัฒนาเพื่อนำเอาระบบสารสนเทศและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มาปรับใช้ ซึ่งข้อเปรียบเทียบกับจะใช้ในการพิจารณาและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคโดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันดังเช่น

ตารางที่ 4: ตารางเปรียบเทียบคู่แข่งชั้นหลัก

ข้อเปรียบเทียบ	คู่แข่งชั้นในปัจจุบัน	TCD.Ltd.
1.การผลิตและวัสดุที่ใช้ในการผลิตตู้คอนเทนเนอร์	ใช้ตู้คอนเทนเนอร์เก่าที่ปลดระวางแล้ว นำมาบุฉนวนโฟมภายในเพื่อป้องกันความร้อนจากภายนอกหรือใช้ วัสดุฝาเหมือร่าจากผู้ขายวัสดุก่อสร้างในประเทศทำให้มีต้นทุนสูง	โดยกิจการจะมีทั้งการผลิตตู้ใหม่และตู้เก่าที่ใช้แล้วให้เลือกตามความต้องการของลูกค้ามีการนำเอาวัสดุพิเศษ เช่นผนังและการใช้โซลาเซลล์มาเป็นวัสดุที่ใช้ในการสร้างตู้สำนักงาน
2.ความรวดเร็วในการส่งตู้คอนเทนเนอร์ให้ลูกค้า	ตู้เหล็กเก่าจะต้องใช้เวลาในการตรวจสอบคุณภาพและทำความสะอาดจึงใช้เวลานานกว่า และต้องประกอบที่โรงงานก่อนส่งให้ลูกค้า	กิจการมีการจัดสรรระบบในการสร้างตู้คอนเทนเนอร์ซึ่งถ้าหากเป็นตู้ใหม่จะทำให้ระยะเวลาในการตรวจสอบและทำความสะอาดน้อยกว่า ทำให้ระยะเวลาในการผลิตสั้นกว่าและยังสามารถนัดควดาวน์ประกอบที่หน้างานได้ในกรณีที่ลูกค้าต้องการ
3.การออกแบบตกแต่งตู้คอนเทนเนอร์	มีการออกแบบตู้คอนเทนเนอร์ที่มีความหลากหลายเรียบง่ายดูสบายตามีการนำเอาหลังคาโค้ง Metal Sheet บุฉนวนกันความร้อนมาใช้ ทำให้เกิดความสะอาดมากขึ้น	กิจการจะมีการออกแบบและตกแต่งภายในโดนเน้นความเป็นโมเดิร์นและกลมกลืนเข้ากับสภาพแวดล้อมและคุณสมบัติการนำไปใช้งาน

ซึ่งจากการเปรียบเทียบนั้น จะทำให้เห็นว่ากิจการมีการผลิตตู้คอนเทนเนอร์ที่มีความแตกต่างในเรื่องของการออกแบบแล้ววัสดุที่นำมาใช้ เนื่องจากกิจการเพิ่งเริ่มเปิดดำเนินงานอยู่ในช่วงการทำการตลาดเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าของเรามากขึ้น การรักษาคุณภาพมาตรฐานในการผลิตตู้

คอนเทนเนอร์สำนักงานก็จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ จะเห็นได้ว่าการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้มีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงเพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด การสร้างความแตกต่างของสินค้าการบริหารที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการทำธุรกิจ

สรุป การแข่งขันจากคู่แข่งที่มีในปัจจุบันมีผลกระทบ อยู่ในระดับสูง เนื่องจากคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกันมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น และกิจการจะต้องทำการขยายตลาด สร้างระบบบริหารรวมถึงกลยุทธ์ที่ใช้ให้มีความแตกต่างตามยุคสมัยที่เหมาะสม



จากการวิเคราะห์การแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Force Model) ของกิจการ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ผลิตและจำหน่ายตู้คอนเทนเนอร์หลายราย มีการพัฒนาตัดแปลงสร้างตู้คอนเทนเนอร์เก่าและใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้อย่างหลากหลาย การสร้างตู้คอนเทนเนอร์ในด้านการออกแบบตกแต่งทั้งภายในและภายนอก ให้สามารถใช้สอยและมีรูปแบบสวยงามได้เหมือนสิ่งปลูกสร้างทั่วไป ปัจจุบันจึงเป็นที่นิยมอย่างยิ่งจากลูกค้าที่ต้องการใช้เป็นร้านค้าหรือสำนักงานขนาดย่อม เนื่องจากมีราคาที่ประหยัดกว่าสิ่งปลูกสร้างแบบถาวร สามารถหาทำเล หรือเปลี่ยนทำเลที่ตั้งใหม่ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย และมีอายุการใช้งานไม่ต่ำกว่า 10 ปี ธุรกิจนี้จึงเริ่มเป็นที่รู้จักและสนใจของผู้ประกอบการทำให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้น

ดังนั้น กิจการจึงต้องสร้างความแตกต่างในการทำธุรกิจ มีการวางระบบขั้นตอนในการผลิตให้มีความพร้อมเกิดประสิทธิภาพ ควบคุมต้นทุนและความรวดเร็วในการผลิตส่งมอบสินค้า สํารวจความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายในปัจจุบัน เพื่อวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต สร้างความประทับใจในการให้บริการกับลูกค้า

ตารางที่ 5: แสดงถึงคู่แข่งทางธุรกิจในปัจจุบัน โดยอ้างอิงจกตารางที่ 4

คู่แข่งทางตรง	คู่แข่งทางอ้อม
บริษัท คอนเทนเนอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	Prefab house 95
มหาคอนเทนเนอร์	บริษัท ดรีมเมอร์ กรุ๊ป
บริษัท พี เอส เทรดิงกรุ๊ป จำกัด	บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด
บริษัท คอนเทนเนอร์โซลูชัน จำกัด	บริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

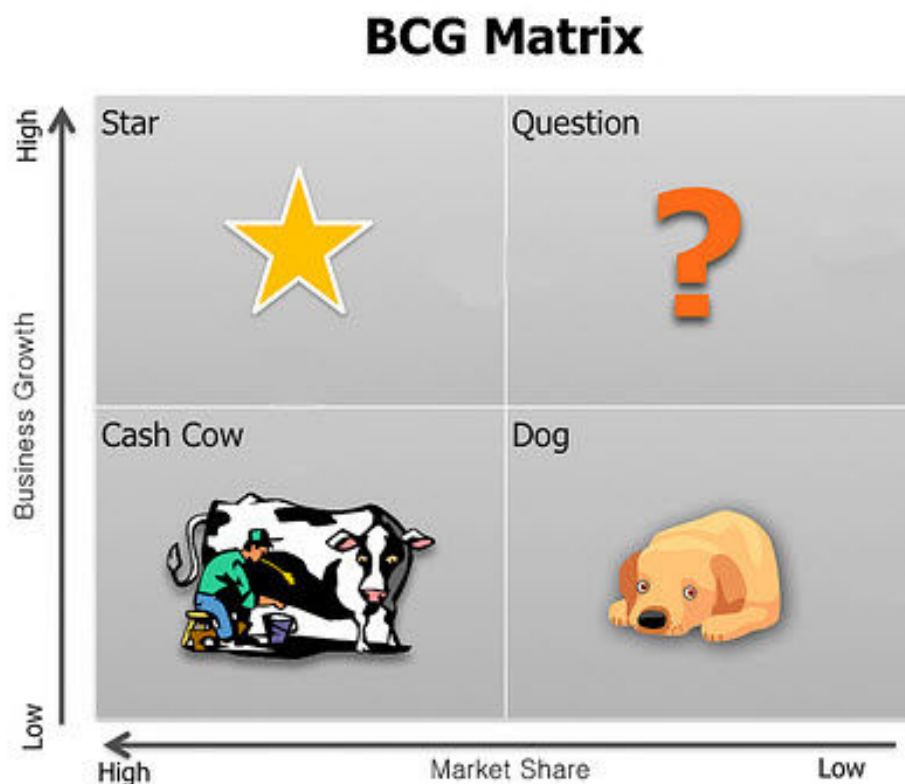
3.2 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ

โดยการใช้ BCG Matrix เป็นแบบจำลอง เพื่อใช้วิเคราะห์ว่าตลาดสินค้า

ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบของธุรกิจผู้คอนเทนต์ดัดแปลง (Share) เป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ว่าส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ของกิจการเป็นกี่เท่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง โดยจะทำการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดของกิจการผู้คอนเทนต์แต่ด้วยในปัจจุบันกิจการที่นำเอาผู้คอนเทนต์มาดัดแปลงยังไม่มีส่วนแบ่งตลาดที่แน่นอนหรือการตีตลาดจากบริษัทรายใหญ่ ซึ่งเป็นผลมาจากกิจการของบริษัทต่างๆที่นำผู้คอนเทนต์มาดัดแปลงนั้นยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย จึงทำให้การวัดผลด้วยการเปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดยังไม่สามารถวัดผลที่แน่นอนออกมาได้อย่างชัดเจน

ความน่าสนใจของตลาดของธุรกิจผู้คอนเทนต์ดัดแปลง (Growth) หรืออัตราการเติบโตของตลาดสินค้า โดยวัดอัตราการขยายตัวของตลาดผู้คอนเทนต์ดัดแปลงนั้น ในปัจจุบันมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆเนื่องจาก การนำผู้คอนเทนต์มาดัดแปลงทำเป็นบ้านพักที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน มีราคาที่ถูกกว่าการสร้างสิ่งปลูกสร้างและเริ่มมีให้เห็นมากขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยว ในเมืองหลวง ทำให้มีประชาชนที่เริ่มหันมาสนใจผู้คอนเทนต์ดัดแปลงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 36: ภาพแสดงเป็นแบบจำลอง BCG Matrix



ที่มา: การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด. (2556). สืบค้นจาก

<http://marketingforexp.blogspot.com/2013/10/bcg-matrix.html>.

ธุรกิจการทำตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงของกิจการยังอยู่ในช่วงของ Question Mark เนื่องจากธุรกิจการทำตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงนี้มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายเพิ่มสูงขึ้น แต่ส่วนแบ่งตลาดยังมีปริมาณอยู่น้อยมาก ซึ่งเป็นผลมาจากกิจการเพิ่งเริ่มเข้าสู่ตลาดและต้องมีการตัดสินใจในด้านการลงทุนที่มีค่าใช้จ่ายที่สูงเพื่อต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงให้เป็นที่สนใจของตลาด โดยจะเน้นการสร้างกลยุทธ์ที่ใช้ความแตกต่างเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ขยายช่องทางในตลาดทั้งในและต่างประเทศ

3.2.1 ทิศทางการดำเนินนโยบายทางด้านตลาด

การเพิ่มมูลค่าสินค้าเพื่อเพิ่มสัดส่วนตลาด โดยเฉพาะการใช้ในตลาด ช่วงของ QuestionMark เนื่องจาก การที่จะสร้างฐานลูกค้าเพื่อทำการขยายกิจการ คือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า ผ่านการลงทุนในกระบวนการผลิต การลงทุนทางการตลาด การจับคู่ทางธุรกิจกับผู้ประกอบการอื่น ซึ่งจะส่งผลให้กิจการผู้คอนเทเนอร์สำนักงาน หรือผู้คอนเทเนอร์ดัดแปลงมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น ในการเข้าสู่ตลาดเพิ่มเติมและการเร่งอัตราการเติบโตของกิจการ โดยในส่วนของ การเข้าสู่ตลาดนั้น ควรเป็นทั้งการเปิดตลาดใหม่สร้าง ความแตกต่างและการขยายช่องทางในตลาดเก่าที่เป็นผลิตภัณฑ์พื้นฐาน โดยในกรณีของกิจการจะอยู่ในช่วง Question Mark การศึกษาวิจัยตลาดในเชิงลึกจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อให้สามารถกำหนด ตำแหน่งสินค้าปรับปรุงสินค้าเพื่อเพิ่มฐานลูกค้า และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สามารถเพิ่ม การขยายตัวของการส่งออกได้ (การนำเสนอแผนการทางตลาดไปประยุกต์ใช้, 2556)

3.2.2 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

Segmentation การแบ่งส่วนตลาด

- แบ่งตามลักษณะของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน เป็นการนำตู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยหรือเป็นสถานที่สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ โดยส่วนแบ่งตลาดจะอยู่ที่ผู้ประกอบการที่ต้องการใช้ร้านค้า สำนักงานเพื่อเปิดกิจการหรือดำเนินกิจการเพิ่มเติม และผู้ที่ต้องการสร้างที่พักที่มีงบประมาณจำกัด โดยส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของกิจการ หรือผู้ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ
- แบ่งตามพื้นที่ ผู้ประกอบการที่มีพื้นที่ประมาณ 10 เมตรขึ้นไป ทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดทั่วประเทศ
- แบ่งตามจิตศาสตร์ ผู้ประกอบการใหม่ การทำงานยุคใหม่ที่ต้องการความแตกต่างไม่เหมือนใคร มีไลฟ์สไตล์ที่ทันสมัยมีความคิดเป็นของตนเอง ต้องการความสะดวกรวดเร็ว
- แบ่งตลาดตามพฤติกรรม โดยใช้หลักเกณฑ์ที่ตอบสนองต่อคุณสมบัติของสินค้า และ โอกาสในการซื้อ เช่น มีการแบ่งประเภทของสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีความต้องการแตกต่างกันสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน

Target Market ตลาดเป้าหมาย

เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่อยู่ในวัยที่เริ่มทำงาน มีไลฟ์สไตล์ที่ทันสมัย ชอบความสะดวก รวดเร็ว หรือกิจการที่ต้องการต่อเติม สร้างสถานที่ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมใช้งาน รวมไปถึงครอบครัวที่ต้องการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยที่มีจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งาน

Positioning การวางตำแหน่งทางการตลาด

จะวางในกลุ่มของผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างสถานที่พร้อมใช้งานในเวลาอันสั้นแทนการสร้างสิ่งปลูกสร้างโดยมีงบประมาณที่มีจำกัด และต้องการสิ่งปลูกสร้างที่สามารถทำการขยายต่อเติมหรือสามารถเคลื่อนย้ายได้ สามารถเดินทางขนส่งได้สะดวกในทุกพื้นที่ทุกจังหวัด ประหยัดค่าใช้จ่ายในการสร้างสถานที่ อาคารสำนักงาน ร้านค้า ที่มีคาราประหยัดและมีความคงทนแข็งแรง (การแบ่งส่วนตลาด, 2557)



3.3 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ปัจจัยสำหรับวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

- มีความพร้อมในการเริ่มกิจการ โดยผู้บริหารมีประสบการณ์จากการทำงานในธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปโลหะ มีเครื่องจักรเดิมที่พร้อมต่อการดำเนินงานในกิจการใหม่เต็มความสามารถ ทำให้ไม่ต้องเริ่มลงทุนในด้านการซื้อเครื่องจักรใหม่มาใช้งาน และเป็นเครื่องจักรที่มีความทันสมัยสามารถผลิตวัสดุรูปทรงเฉพาะตามที่ถูกค่าต้องการแบบพิเศษได้ มีพนักงาน เดิมบางส่วนที่มีความสามารถในด้านงานช่างฝีมือที่สามารถใช้เครื่องจักรได้
- กิจการมีการเพิ่มช่องทางการติดต่อลูกค้า โดยการแบ่งส่วนสถานที่ในการติดต่อกับสถานที่ในการผลิตและจัดส่งเพื่อให้เกิดความสะดวกต่อลูกค้าในการติดต่อสอบถามข้อมูลสินค้ามากขึ้น สถานที่ทั้งสองแห่งจะไม่ห่างไกลกัน เพื่อความสะดวกของลูกค้าที่ต้องการจะชมตัวอย่างตู้สำนักงาน ลูกค้าสามารถที่จะตรวจสอบงานได้อย่างสะดวกขึ้นเพิ่มความมั่นใจในการให้บริการ
- กิจการมีความสามารถในการผลิตออกแบบที่แตกต่างอย่างสร้างสรรค์ ในการดัดแปลงตู้คอนเทนเนอร์แต่ละประเภทนั้น กิจการจะมีทีมงานที่มีความถนัดเฉพาะด้านคอยดูแลการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยจะแบ่งทีมงานไว้รองรับประเภทของสินค้าอย่างชัดเจนสองทีม เพื่อรับผิดชอบผลิตภัณฑ์ต่างชนิดกัน โดยทีม A จะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทร้านอาหาร, ซ็อบ, สำนักงาน ทีม B จะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภท บ้านพัก, ห้องน้ำ เพื่อความเหมาะสมกับการใช้งาน ทำให้มีขั้นตอนในการสร้างตู้สำนักงานได้อย่างรวดเร็วโดยใช้ระยะเวลาให้น้อยที่สุด นอกจากนี้ มีการใช้วัสดุพิเศษที่ใช้ในการทำผนังของตู้สำนักงานที่สามารถป้องกันความร้อน เก็บความเย็นไว้ได้ทำให้ประหยัดพลังงาน เป็นฉนวนทนต่อการติดไฟ มีการติดตั้ง โซล่าเซลล์ เพื่อให้เป็นพลังงานทางเลือกช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้ดียิ่งขึ้น
- การพัฒนาระบบการจัดการ โดยมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานอย่างชัดเจนเหมาะสมกับงาน มีพนักงานจำนวนที่พอดีสามารถทดแทนกันได้ มีการพัฒนาเสริมทักษะให้กับพนักงานในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และนำระบบสารสนเทศมาใช้ในองค์กรทำให้กิจการมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพสูง

- การรับประกันคุณภาพสินค้า โดยจะรับประกันความคงทนปลอดภัยของโครงสร้างหลักไม่ชำรุดเสียหายในระยะเวลา 3 ปี ประกันคุณภาพการรั่วซึมภายใน 15 เดือน มีบริการตรวจสอบโครงสร้างอาคารเคลือบสีให้ฟรี 3 ครั้งใน 2 ปี ให้กับลูกค้าที่ซื้อตู้คอนเทนเนอร์สำนักงานของกิจการ



3.4 ผลผลิตของห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design กับผลผลิตของคู่แข่ง มีการระบุความได้เปรียบ หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ความแตกต่างด้านผลผลิต โดยผลผลิตของกิจการจะมีการแบ่งทีมงานในระบบการผลิตอย่างชัดเจน ซึ่งผลผลิตที่ผู้คอนเทนเนอร์ส่วนใหญ่จะมีรูปแบบพื้นฐานเหมือนกับคู่แข่ง แต่จะมีความแตกต่างในด้านการออกแบบเช่นเน้นการใช้วัสดุในการทำที่มีมาตรฐานมีความคงทนสูง สามารถระบุระดับราคาออกมาได้อย่างเหมาะสม มีการนำเอานวัตกรรมการติดตั้งโซล่าเซลล์และผนังสามมิติเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับสินค้า และผลผลิตที่อาจจะดูแปลกตาจากคู่แข่งอีกอย่างคือการออกแบบห้องน้ำจากตู้คอนเทนเนอร์ให้เป็นห้องนอนและห้องน้ำที่มีดีไซน์หรูหรา สวยงามสไตล์โมเดิร์นเพื่อสร้างความแตกต่าง

2. ความแตกต่างด้านบริการ เป็นการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้แก่ผลผลิต โดยเน้นไปที่การให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง กิจการมีการแยกสถานที่ในการผลิตและการติดต่อลูกค้า โดยจะมีหน้าร้านที่ใช้ในการติดต่อเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในศูนย์การค้าทำให้ลูกค้าสามารถเดินทางเพื่อที่จะติดต่อสอบถามรายละเอียดของผลผลิตเบื้องต้นได้สะดวกยิ่งขึ้นและมีการใช้ระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดการระบบ และมีสถานที่ใช้ในการผลิตและจัดส่งโดยเฉพาะ

3. ความแตกต่างด้านบุคคล โดยบุคลากรภายในองค์กรจะต้องมีการฝึกอบรมกับพนักงานที่มีความชำนาญมาก่อนและคอยดูแลพนักงานใหม่ในการปฏิบัติงาน มีการออกกฎระเบียบทางด้านความปลอดภัยอย่างเคร่งครัดก่อนเริ่มทำงานทุกครั้งและตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องจักรหลังใช้งานเป็นประจำทุกๆสัปดาห์ มีการแบ่งทีมในการทำงานออกอย่างชัดเจนและมีผู้ช่วยไว้คอยดูแลด้านการผลิตสามารถทดแทนกันได้ ทำให้สามารถแก้ปัญหาในด้านการขาดคนหรือพนักงานเจ็บป่วย

4. ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ กิจการจะเน้นการออกแบบตู้คอนเทนเนอร์ที่มีความปลอดภัยสูงมีรูปลักษณ์ที่ดูทันสมัยขึ้นสไตล์คนรุ่นใหม่ให้เข้ากับธรรมชาติแวดล้อมมากยิ่งขึ้น มีการใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่าลดการทำลายสิ่งแวดล้อมและนำเอาเทคโนโลยีที่สามารถลดการใช้ทรัพยากร มาใช้เพื่อลดค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้า

บทที่ 4

การจัดทำกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนารัฐกิจตู้คอนเทนเนอร์สำนักงานให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการบริหารการจัดการอย่างยั่งยืน
2. เพื่อกำหนดลำดับความสำคัญของการพัฒนาการจัดระบบแผนงาน/โครงการในการดำเนินกิจการตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน และสร้างมาตรการที่สอดคล้องกับการพัฒนากิจการด้วยกลยุทธ์ต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
3. เพื่อกำหนดแผนงาน/โครงการ ในการดำเนินกิจการเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติหรือการดำเนินงานและสามารถวัดประเมินผลของกิจการเพื่อใช้ในการวางแผนปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่อไปในอนาคต

4.2 เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Goals)

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของกิจการ ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มโครงการก่อสร้างให้มียอดขายปรับเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10% ต่อปีอย่างต่อเนื่อง และรักษาฐานลูกค้าเดิม อีก 90% ให้คงอยู่ต่อไป
2. พัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขายไม่น้อยกว่า 10% ต่อปีอย่างต่อเนื่อง
3. ลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของกิจการลงร้อยละ 15% ภายในระยะเวลา 3 ปี

4. ขยายสำนักงานขายสาขาเพิ่ม ในพื้นที่ต่างๆ ตามนิคมอุตสาหกรรมและในเขตปริมณฑล เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น

4.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ Key Success Factor & Critical Succeed Factors

Key Success Factor ของกิจการประกอบด้วย

1. Safety การสร้างความปลอดภัยเพื่อความเชื่อมั่นสูงสุดระดับสากล
2. Idea การออกแบบที่เกินขอบเขตของคำว่าตู้คอนเทนเนอร์
3. service การสร้างความสัมพันธ์เพื่อความยั่งยืนในอนาคต
4. Innovation ปรับเปลี่ยนเพื่อความพร้อมในโลกยุคใหม่

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อการบรรลุความสำเร็จของธุรกิจ ทำหน้าที่ชี้นำ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ หรือพันธกิจ ของกิจการ ว่าเราสามารถทำได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ นำปัจจัยแห่งความสำเร็จมาวิเคราะห์กับ SWOT Analysis ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ 4 ด้าน คือสถานการณ์ภายในของกิจการ ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน และสถานการณ์ภายนอกของกิจการ ด้านโอกาส และอุปสรรค ผลที่ได้ทำให้ข้อมูลมีการกำหนดความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมดังนี้

1. มีสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ปัจจัยนี้จะเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะ กิจการเพิ่งเปิดดำเนินกิจการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตู้คอนเทนเนอร์ การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเมื่อลูกค้าได้ใช้บริการของเราแล้ว ย่อมเกิดความประทับใจและจะเกิดการปากต่อปากของลูกค้าไปยังลูกค้ารายอื่นที่ต้องการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งจะส่งผลดีต่อกิจการในการดำเนินธุรกิจได้ในระยะยาว เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและสามารถสร้างตราสินค้าของกิจการได้

2. พนักงานที่มีทักษะความสามารถ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อองค์กรของเรา ซึ่งพนักงานงานขายต้องเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ดังนั้น พนักงานขายต้องมีทักษะ มีความรู้ในสินค้าและบริการ พร้อมให้คำแนะนำ และมีความสามารถในการรับรู้ความต้องการของลูกค้า เข้าใจลูกค้า และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

3. ระบบสารสนเทศที่เหมาะสมกับการดำเนินงาน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มาช่วยให้เกิดความ สะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติและการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ ช่วยลดภาระงานด้านเอกสาร ที่ต้อง มีมากเกินไป เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจและสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้ สร้างความพร้อมในการให้บริการลูกค้าของกิจการได้ เพื่อได้ข้อมูลที่เป็นสิ่งสำคัญ คือ ข้อมูลในเรื่อง ของความต้องการของผู้บริโภคว่าเป็นไปในทิศทางใด หากข้อมูลที่กิจการได้รับเป็นข้อมูลที่ครบถ้วน และเชื่อถือได้ ย่อมทำให้บริการของกิจการเป็นการบริการที่มีคุณภาพ



4.4 บทสรุปจากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่า เบื้องต้นก่อนการให้ผู้สัมภาษณ์ได้ดูผลิตภัณฑ์ จากตู้คอนเทนเนอร์ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะมีความคิดเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือหากเป็นการสร้างที่พัก ร้านค้า สำนักงานต่างๆนิยมสร้างเป็นที่อยู่อาศัยแบบเดิมจากการเช่าหรือซื้ออสังหาริมทรัพย์หรือการเช่าร้านค้าในตัวอาคารห้างสรรพสินค้า หรือถ้าหากมีพื้นที่เป็นของตัวเองก็จะก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างแต่ก็ยังมี ความกังวลเรื่องของงบประมาณที่มีจำกัด และความเสี่ยงในด้านการลงทุนที่ต้องใช้เงินทุนสูง และ เบื้องต้นนี้ยังไม่มีผู้สัมภาษณ์ท่านใดแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คอนเทนเนอร์ และเมื่อให้ผู้สัมภาษณ์ ทราบถึงผลิตภัณฑ์ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงที่สามารถนำมาเป็นสิ่งปลูกสร้างได้นั้น ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ให้เริ่มเกิดความสนใจ โดยเมื่อเริ่มรู้ถึงข้อดีของการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงและได้เห็น ภาพตู้คอนเทนเนอร์แบบสำเร็จ ก็ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์เริ่มมีความรู้สึกร่วมในการสัมภาษณ์มากขึ้นแต่ก็ ยังมีแง่ลบจากผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เริ่มตั้งคำถามถึงข้อเสียที่เกิดขึ้นและบางท่านเกิดความไม่มั่นใจใน เรื่องของประสิทธิภาพการนำตู้คอนเทนเนอร์มาใช้งาน โดยผู้สัมภาษณ์ให้เหตุผลด้านความไม่มั่นใจว่า วัฒนธรรมของประเทศเรารวมกับความนิยมที่มีการนำเอาตู้คอนเทนเนอร์ใช้ยังมีให้เห็นอยู่น้อย และ ยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมมากเท่าไหร่นักในปัจจุบัน และปัญหาต่างๆอย่างเช่น สภาพอากาศความร้อน และความชื้น จะส่งผลต่อตู้คอนเทนเนอร์มากน้อยเพียงไร ความไม่มั่นใจในด้านอายุการใช้งานและความ แข็งแรง ซึ่งทั้งหมดนี้ ทางกิจการได้ให้คำตอบและวิธีการป้องกันสิ่งที่จะก่อให้เกิดปัญหาข้างต้นกับผู้ให้ สัมภาษณ์ เหล่านี้ ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์เกิดความมั่นใจในโปรดักส์ และอยากให้มีโปรดักส์ตู้คอนเทน เนอร์ดัดแปลงในรูปแบบนี้เกิดขึ้นจริง

4.5 ปัญหาและการแก้ไขปัญหาที่ได้รับจากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ในธุรกิจนี้

4.5.1. ปัญหาเรื่องความร้อนที่มีผลมาจากวัสดุของตู้คอนเทนเนอร์เป็นหลัก

ในความเชื่อของคนทั่วไปพบว่าเหล็กมักดึงดูดความร้อนมากกว่าวัสดุอื่น แต่ในความเป็นจริงแล้ว เหล็กนั้นก็สารถคลายความร้อนเร็วกว่าวัสดุอื่นเช่นกัน ประเด็นสำคัญคือเราสามารถป้องกันความร้อนเข้ามาได้อย่างไรบ้าง โดยในการตกแต่งตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงนั้น หัวใจสำคัญของการทำตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงคือการป้องกันความร้อนเข้ามาภายใน ด้วยการใช่วัสดุป้องกันความร้อนในแบบต่างๆ ซึ่งสามารถทำได้หลากหลายวิธีและหลากหลายราคาให้เลือก โดยวัสดุที่ได้มาตรฐานที่กิจการของเราเลือกใช้ใช้นั้น จะเป็นโฟม ฉนวนป้องกันความร้อน และยังมีผนังสามมิติที่สามารถป้องกันความร้อนและเพิ่มความสวยงามให้กับตู้คอนเทนเนอร์ได้อีกด้วย นอกจากนี้ในอนาคตกิจการจะมีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ชื่อว่า Active Airflow System นวัตกรรมการถ่ายเทอากาศเข้ามาช่วยอีกด้วย

4.5.2. ความกังวลในเรื่องของความปลอดภัยในการนำตู้คอนเทนเนอร์มาใช้งาน

ห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design ของเรามีความใส่ใจในมาตรฐานของสินค้าเป็นหลักสำคัญในการดำเนินกิจการดังนั้นการใส่ใจในเรื่องความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งที่เราให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในการสร้างตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง จึงมั่นใจได้ว่าสินค้าของกิจการนั้นความปลอดภัยที่สูงสุด นอกจากนี้โดยปรกติตู้คอนเทนเนอร์เองก็มีคุณสมบัติเรื่องความแข็งแรงทนทานในการขนส่งสินค้าเองอยู่แล้ว

4.5.3. การใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มบุคคลทั่วไปและผู้เริ่มลงทุนสร้างกิจการต่างๆ

กิจการจะมีการส่งเสริมการขายในการจัดโฆษณาตามสื่อโซเชียลมีเดีย โดยการนำเสนอวิธีการเทคนิค ความสามารถของวัสดุที่นำมาใช้กับตู้คอนเทนเนอร์ ผลงานที่กำลังสร้าง เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ การจัดกิจกรรมตามงานโชว์ต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีกิจกรรม ออนไลน์ไว้ให้ลูกค้าหรือผู้ที่ติดตามรวมกิจกรรม ในอนาคตจะมีการให้กลุ่มศิลปินหรือดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมคิดค้นออกผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อเป็นการนำเสนอสินค้าอีกทางหนึ่ง

4.5.4. ความกังวลด้านการดูแลรักษาและอายุการใช้งาน

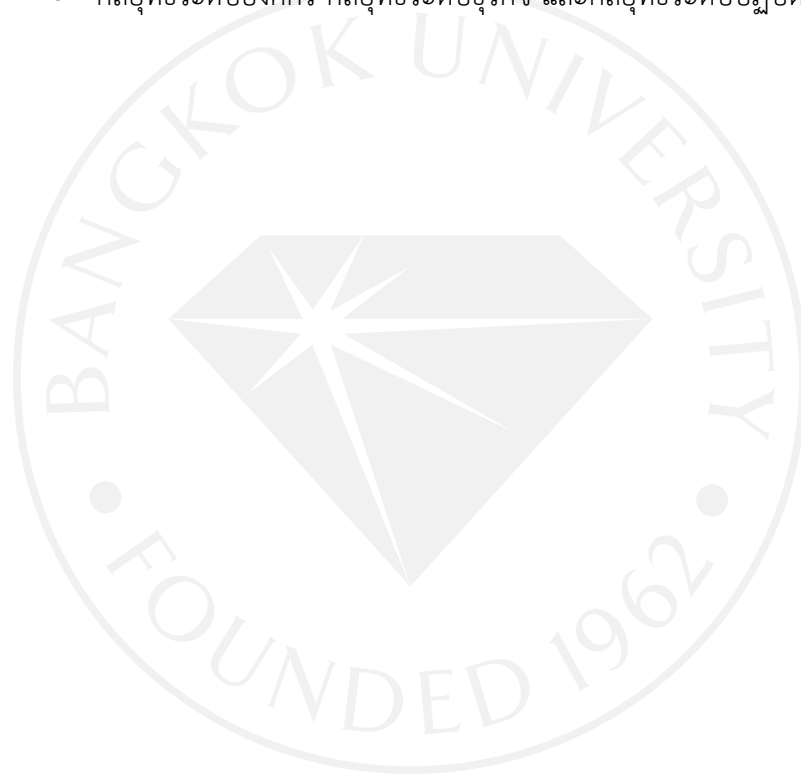
โดยปกติตู้คอนเทนเนอร์ จะได้รับการรับรองจากผู้ผลิตว่าจะมีอายุการใช้งานไม่ต่ำกว่า 30 ปี นับจากวันที่ผลิตแต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับสภาพการใช้งานจริงของผู้คอนเทนเนอร์ด้วย ซึ่งตู้คอนเทนเนอร์มือสองที่กิจการนำมาจำหน่ายหรือดัดแปลงโดยทั่วไปจะมีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปีขึ้นไป ซึ่งหมายความว่ายังสามารถใช้งานต่อไปได้อีกนานเกิน 10 ปี ยิ่งถ้าหากได้รับการดูแลรักษาที่ดี ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงก็จะมีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น แต่หากใช้งานไปสักระยะหนึ่งก็ควรมีการตรวจสอบคราบสนิมและบำรุงรักษาซึ่ง เราก็สามารถตรวจสอบให้กับลูกค้าได้

4.5.5. การเตรียมพื้นที่ในการจัดวาง ตู้คอนเทนเนอร์

ตู้คอนเทนเนอร์ส่วนใหญ่ จะถูกออกแบบมาเพื่อการรับน้ำหนักอยู่แล้ว ด้วยตัวโครงสร้างของตู้คอนเทนเนอร์มีการกระจายน้ำหนักไปยังทุกๆส่วน ดังนั้นพื้นที่ในการจัดวางจึงไม่เป็นปัญหาใหญ่ ในการติดตั้งตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง โดยก่อนการติดตั้งตู้คอนเทนเนอร์จะมีผู้เชี่ยวชาญในด้านวิศวกรรม ตรวจสอบพื้นที่ที่เหมาะสมในการจัดวางจะเป็นพื้นที่แห้งและปรับระดับแล้ว ยกเว้นพื้นที่เปียกหรือเป็นดิน ที่มีความชื้นสูงเพราะอาจทำให้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงเกิดสนิมได้เร็วขึ้น โดยส่วนใหญ่ที่นิยมกันในกรณีที่วางตู้บนพื้นดินจะมีการยกตู้ให้สูงขึ้นประมาณ 1 ฟุต ด้วยแท่งคอนกรีต 6 - 8 จุดต่อตู้ โดยไม่จำเป็นต้องลงเสาเข็ม

4.6 กลยุทธ์ที่นำมาใช้

- แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ (Concept of Services)
- กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's Service Marketing Mix)
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ
- กลยุทธ์ตอบสนองเร็ว
- การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า Customer Relationship Management (CRM)
- กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ



4.7 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

4.7.1 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ (Concept of Services)

Gronroos (1990 อ้างอิงใน สุนันท์ บุญวโรตม, 2543 , หน้า 22) ในปัจจุบัน ธุรกิจมีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นและมีวิธีแข่งขันทางการตลาดเพิ่มขึ้นมาไม่ว่าจะเป็นการลดราคาของสินค้า การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ แต่สิ่งหนึ่งที่ทุกธุรกิจจะขาดไปไม่ได้ นั่นก็คือการวางกลยุทธ์ ซึ่งเป็นยุทธวิธีในการเอาชนะใจลูกค้าด้วยการบริการ ถ้าบริการดี ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ยอดขายสินค้าของกิจการก็จะเพิ่มขึ้น อีกทั้งการบริการที่ดียังถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ซึ่งการบริการจะดีหรือไม่ดี ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับตัวของพนักงาน และความใส่ใจขององค์กรที่จะพัฒนางานด้านบริการขึ้นมาในรูปแบบที่เป็นที่จดจำของลูกค้าได้หรือไม่ ในการทำธุรกิจคอนเทนเนอร์ดัดแปลงนำมาทำเป็นสำนักงาน ร้านค้า หรือที่อยู่อาศัยจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจในการให้บริการต่อผู้ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจนี้ เพื่อที่จะสร้างฐานลูกค้าทำให้กิจการดำเนินงานไปได้อย่างยั่งยืนพร้อมกับผลตอบรับในทางบวกต่อผู้ที่มีสินค้าตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงของเราไว้ในครอบครองโดยต้องมีการฝึกอบรมพนักงานดังต่อไปนี้

- กิจการต้องมีความเป็นมืออาชีพและมีการสร้างทักษะของพนักงานในองค์กร เป็นการพิจารณาว่า ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการบริการของพนักงานที่มีความรู้และทักษะในงานบริการได้หรือไม่ ซึ่งพนักงานจะต้องสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีระบบแบบแผน โดยกิจการจะมีการฝึกอบรมในด้านการเข้าหาและค่าความคุ้นเคยระหว่างพนักงานและผู้ซื้อสินค้า
- ทักษะคติและพฤติกรรมของพนักงานในองค์กร ผู้ซื้อสินค้าจะเกิดความรู้สึกทั้งในแง่บวกและแง่ลบได้พร้อมกันหลักจากได้รับการบริการจากพนักงานที่ให้ความสนใจในการบริการหรือดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้ผู้ซื้อ ดังนั้นการทำให้พนักงานมีความเต็มใจมีท่าทีที่ดีเป็นมิตรต่อผู้ซื้อ และรีบดำเนินการแก้ไขปัญหาหากผู้ซื้อไม่พอใจอย่างเร่งด่วน จึงเป็นสิ่งทุกบริษัทต้องปลูกฝังในกับพนักงานในองค์กรทุกคน

- การบริการที่มีความสะดวกสบายแก่ผู้ซื้อและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ การบริการของกิจการจะมีการพิจารณาจัดสถานที่ตั้งสำหรับให้บริการแก่ผู้มาติดต่อซื้อสินค้าอย่างเช่น กิจการมีการแยกส่วนในการผลิตสินค้าและการบริการลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทาง พุดคุยสอบถามได้สะดวกยิ่งขึ้น และเวลาที่ได้รับการจากผู้ให้บริการรวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้ต้องสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างลงตัวเท่าที่จะมีได้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ
- ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ ผู้รับบริการจะเป็นผู้พิจารณาหลังจากที่ได้รับบริการจากพนักงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของพนักงานจะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับการตกลงกับลูกค้าโดยไม่เกินขอบเขตของการบริการ เมื่อพนักงานเกิดความสงสัยจะต้องมีการสอบถามข้อมูลของลูกค้าเพิ่มเติม เพื่อลดความผิดพลาดที่อาจจะส่งผลต่อความรู้สึกของผู้ซื้อได้
- การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่ภาวะปกติ พนักงานจะต้องพิจารณารับมือจากการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้าหรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นๆได้ทัน่วงทีด้วยวิธีการที่เหมาะสมต่อผู้ซื้อ

4.7.2 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's Service Marketing Mix)

แนวคิดของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546, หน้า 63-79) ได้อธิบายว่าผลิตภัณฑ์คือสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองของลูกค้าให้พึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการนั้นประกอบด้วย 7Ps

1. ด้านสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) ในการทำการผลิตตู้คอนเทนเนอร์ในรูปแบบต่างๆนั้นทางห้างหุ้นส่วน Thailand Container Design จะคำนึงถึงความคุ้มค่าของสินค้าที่จะผลิตให้ผู้ซื้อเป็นหลัก และสร้างความแตกต่างทั้งในรูปแบบการผลิตที่มีการจัดระบบแบบเฉพาะด้านและการออกแบบตู้คอนเทนเนอร์ให้มีความสวยงามร่วมสมัยยิ่งขึ้นมีการแนะนำการใช้วัสดุที่ตรงกับความต้องการและงบประมาณ มีการคัดเลือกวัสดุที่มีความคงทนแข็งแรง ผู้ซื้อยังสามารถเลือกวัสดุที่จะใช้ได้ด้วยตัวเอง หรือจะสั่งผลิตวัสดุให้เป็นรูปแบบพิเศษตามที่ต้องการได้ด้วย นอกจากนี้ยังมีการนำเทคโนโลยีในการประหยัดพลังงานมาช่วยในด้านการรักษาสีแวล้อมอีกด้วย

2. ด้านราคา (Price) เนื่องจากการทำตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงนั้นจะมีการใช้ทั้งตู้เก่าและตู้ใหม่นำมาสร้างเป็นสิ่งปลูกสร้างตามที่ต้องการ สินค้าของกิจการจะมีราคาที่ไม่ตายตัวเสมอไป เนื่องจากความต้องการในการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ของแต่ละคนต่างกันตู้คอนเทนเนอร์มือสองนั้นก็จะมีหลายเกรด หลายราคา ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการลดต้นทุนของสินค้าให้กับผู้ซื้อที่มีงบประมาณน้อย แต่ก็จะมีราคาพื้นฐานไว้สำหรับผู้ซื้อ เพื่อเป็นการช่วยตัดสินใจในการสอบถามรายละเอียดของสินค้า โดยราคาพื้นฐานนั้นจะอยู่ที่ 80,000 – 250,000 บาทขึ้นไป ตามขนาด ตามประเภทของผลิตภัณฑ์และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design จะแบ่งสถานที่ตั้งกิจการและการติดต่อกับผู้ซื้อสินค้าออกจากกัน โดยจะแยกออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกจะใช้เป็นสำนักงานที่ใช้ในการบริการลูกค้า เพื่อให้คำปรึกษา ถามหาความต้องการของลูกค้า มีแบบจำลองของตู้สำนักงานประเภทต่างๆให้ลูกค้าเลือก โดยจะเลือกใช้สถานที่บริการลูกค้าที่ศูนย์การค้า พิวเจอร์ปาร์ค รังสิต ปทุมธานี และ ส่วนที่สองจะเป็นโรงงานและสำนักงานผลิตนำส่งสินค้าตั้งอยู่ที่ อำเภอลองสี่ คลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งน่าจะเป็นทำเลที่สะดวกทั้งในด้านการเดินทาง การขนส่งสินค้าหรือการเข้ามาชมสินค้าด้วยตนเองเพราะสถานที่อยู่บริเวณชานเมืองสามารถเดินทางเข้าออกผ่านกรุงเทพมหานครได้อย่างสะดวก นอกจากนี้การที่กิจการต้องแยกส่วนในการ

ให้บริการเนื่องจากต้องการให้มีหน้าร้านที่บุคคลทั่วไปสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่ายขึ้น และไม่เป็นการเสียเวลาในการเดินทางของผู้ซื้อ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กิจกรรมจะมีการส่งเสริมการขายในการจัดโฆษณาตามสื่อโซเชียลมีเดียโดยการนำเสนอวิธีการ เทคนิค ความสามารถของวัสดุที่นำมาใช้กับตู้คอนเทนเนอร์ ผลงานที่กำลังสร้าง เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ การจัดกิจกรรมตามงานโชว์ต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีกิจกรรม ออนไลน์ไว้ให้สำหรับลูกค้าหรือผู้ที่ติดตามรวมกิจกรรม เช่น โปรโมชั่น เมื่อซื้อสินค้าจะมีการติดตั้งขนส่งฟรี การผ่อนชำระ 0 % นาน 6 เดือน เมื่อซื้อครบตามที่กำหนดจะได้รับการบริการพิเศษฟรี นอกเหนือจากนี้ บริษัทยังมีการติดตามงานหลังการขายสินค้าให้ฟรีอีกด้วย

5. ด้านบุคคล (People) กิจกรรมมีการจัดระบบการบริหารงานโดยจะแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบต่างๆตามแผนผังองค์กร ก่อนเริ่มทำงานจะมีการประชุมวางแผนงานในการผลิตเพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างเป็นระบบรู้หน้าที่ของตนเอง พนักงานที่เข้ามาจะถูกฝึกอบรมก่อนเริ่มทำงานเป็นเวลา 7 วันโดยจะจัดให้ผู้ช่วยหัวหน้างานเป็นผู้ดูแลและผู้ช่วยผู้บริหารเป็นผู้ประเมินประสิทธิภาพ ซึ่งเรามีนโยบายเน้นด้านความปลอดภัยในการทำงานมากที่สุด

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) กิจกรรมจะมีการแยกหน้าร้านเพื่อใช้ในการติดต่อกับผู้ซื้อโดยตรงสามารถที่จะให้ข้อมูลและจำลองแบบตู้คอนเทนเนอร์ให้กับลูกค้าที่สนใจสามารถเห็นภาพให้อยากชัดเจน นอกจากนี้ยังมีภาพผลงานในการผลิตให้ผู้ซื้อตรวจสอบได้ทางสื่อออนไลน์อีกด้วย กิจกรรมจะจัดรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความคุ้มค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆที่ลูกค้าควรได้รับเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

7. ด้านกระบวนการ (Process) ในอนาคตกิจกรรมจะมีการปรับปรุงทางด้านกระบวนการทั้งในด้านการผลิตที่มีความสะดวกรวดเร็วขึ้นและการติดต่อสื่อสารให้เหมาะสมกับยุคสมัยมากขึ้น โดยลูกค้าอาจจะไม่ต้องเสียเวลาหรืองบประมาณในการเดินทางมาติดต่อกับเรา

4.7.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ

พาร์สุมาน ,ซีธาเนล และบาร์รี่ (Parsuman, Zeithanel and Berry, 1986) อธิบายไว้เกี่ยวกับการบริการไว้ว่าการบริการที่ประสบผลสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณภาพบริการต่างๆ คุณภาพบริการ การฝึกอบรมด้านการบริการที่จะประสบผลสำเร็จได้ต้องประกอบด้วยคุณสมบัติต่างๆ ดังนี้

1. การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกิจการ ได้แก่ การสร้างความสม่ำเสมอให้การให้บริการ เช่น การผลิตและขนส่งสินค้าที่ตรงต่อเวลาหรือก่อนเวลาตามที่คุณสัญญา และการบริการที่เป็นกันเองกับลูกค้ามีความสนใจในปัญหาของลูกค้าติดตามผลงานหลังการขายสินค้า
2. สร้างการตอบสนอง ได้แก่ กิจการต้องมีความเต็มใจในการให้บริการกับลูกค้า โดยการสร้างความพร้อมที่จะให้บริการและมีการติดต่อสอบถามกับลูกค้าในด้านการบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่องมีการปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างให้เกียรติ
3. การดำเนินงานต้องมีความสามารถ ได้แก่ ความสามารถการให้บริการ โดยพนักงานในองค์กรทุกคนจะต้องมีความเป็นมืออาชีพในด้านการบริการไม่ใส่ใจในการปฏิบัติที่ไม่ดีเมื่อลูกค้าไม่พอใจ มีความสามารถในการสื่อสาร และมีความสามารถในความรู้โดยรวมในด้านผลิตภัณฑ์ผู้คอนเทเนออร์ดัดแปลงและมีความรู้เฉพาะด้านเพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน
4. การที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้โดยง่าย โดยกิจการต้องมีการจัดระบบเพื่อรองรับเวลาที่มีลูกค้ามาติดต่อสอบถาม โดยลูกค้าจะต้องติดต่อสอบถามได้อย่างสะดวก เป็นระเบียบขั้นตอนในการให้บริการไม่ซับซ้อน ลูกค้าใช้เวลารอคอยน้อยที่สุด อยู่ในสถานที่ที่สามารถติดต่อได้อย่างสะดวกขึ้น
5. พนักงานต้องมีความสุภาพอ่อนโยน ได้แก่ การแสดงความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตนต่อผู้ให้บริการ มีการต้อนรับที่เหมาะสมและพนักงานในองค์กรต้องมีบุคลิกภาพที่ดีแต่งกายเหมาะสมตามระเบียบของกิจการ ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใดก็ตามในเวลาปฏิบัติงาน
6. การสื่อสารที่ชัดเจน ได้แก่ พนักงานต้องมีการสื่อสารชี้แจงรายละเอียดต่างๆอย่างชัดเจนต่อลูกค้า และสามารถอธิบายรายละเอียดของงานได้อย่างถูกต้อง มีความใส่ใจและชัดเจนในการเจรจา

7. มีความซื่อสัตย์ในการทำงาน พนักงานในองค์กรต้องมีความเที่ยงตรงในหน้าที่การทำงาน ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ไม่สนเรื่องบุคลิกของลูกค้าที่เข้ามาหรือสนใจในสินค้า

8. สร้างความมั่นคง (Security) ได้แก่ กิจการจะเน้นเรื่องความปลอดภัยเป็นสำคัญ เช่นมีการตรวจเช็คเครื่องมือ อุปกรณ์ก่อนนำไปใช้งาน และตรวจสอบเครื่องจักรทุกปีและมีสวัสดิการให้กับพนักงานเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับพนักงานในการทำงาน

9. การสร้างความพร้อมก่อนการปฏิบัติงาน ได้แก่ การจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมก่อนการทำงาน มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้าและมีการดูแลจัดสถานที่ในการให้บริการอย่างสวยงาม สะอาด สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานและบริการลูกค้า



4.7.4 กลยุทธ์ตอบสนองเร็ว

กลยุทธ์นี้มาจากการวิเคราะห์จุดอ่อนและโอกาส การจะได้กลุ่มลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นและทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อสินค้าของกิจการดังนั้น กิจการต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงจุดอ่อนที่มี ซึ่งกลยุทธ์นี้เป็นการดำเนินงานของการใช้ความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า การให้บริการหรือแม้แต่การการตัดสินใจของการบริหาร ต้องมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เพราะการตอบสนองที่ช้ากว่าคู่แข่งอาจทำให้ลูกค้าหันไปใช้ทางเลือกอื่น การออกแบบสินค้าให้สามารถใช้ประโยชน์ได้สูงสุด มีความทันสมัยและเหมาะสมกับการใช้งาน สามารถส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนดเวลา มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่งมอบให้กับลูกค้าเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการผลิต สามารถรับคำสั่งซื้อ การให้บริการและตอบคำถามลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ดังนั้นกิจการต้องผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและการจัดส่งที่รวดเร็วตามเวลาซึ่งเป็นจุดแข็ง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในสินค้าและบริการ ที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนในการทำธุรกิจและสร้างตราสินค้าให้แข็งแกร่งขึ้นได้

แผนงานเพื่อรองรับกลยุทธ์ตอบสนองเร็ว

- การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าตรงต่อเวลา และถูกต้องตามความต้องการของลูกค้าในการสั่งสินค้าของกิจการ เป็นการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน
- การให้บริการขายที่รวดเร็วซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
- เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้สามารถติดต่อได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

4.7.5 การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า Customer Relationship Management (CRM)

ความหมาย (Customer Relationship Management : CRM) เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว กับลูกค้า เรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยสินค้า หรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคนมากที่สุด

การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยให้กิจการสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีให้กับลูกค้า เพิ่มรายได้ลดค่าใช้จ่ายต่างๆ และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกิจการมากยิ่งขึ้น โดยการสร้างกระบวนการทำงานและพัฒนาตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง ตามความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นมาในปัจจุบัน โดยสามารถนำแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มาใช้เป็นระบบการบริหารงาน และสร้างมาตรฐานการทำงานในกับพนักงานในองค์กรได้ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้า การจัดการเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารและการพัฒนาสินค้าเพื่อสนองตอบสิ่งที่ลูกค้าต้องการ กิจการจะมีการนำเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาปรับใช้ในกิจการโดยการใช้

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เป็นการทำธุรกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตั้งแต่การให้ข้อมูลสินค้า การทำรายการซื้อขาย และระบบการชำระเงิน ความปลอดภัยมาใช้ในระบบการบริหาร โดยการซื้อขายสินค้าจะเป็นการส่งข้อมูลด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเครือข่ายสัญญาณ เช่น Internet ถ้าผู้ใช้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ คู่สายโทรศัพท์ โมเด็ม และเป็นสมาชิกของบริการ Internet ก็สามารถทำการซื้อขายผ่านระบบเครือข่ายได้

โดยการใช้ระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำทำให้กิจการได้ประโยชน์จากการติดต่อซื้อขายสินค้าได้สะดวกขึ้น ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการค้าที่น่าสนใจ เนื่องจากมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆทั้งในและต่างประเทศซึ่งส่งผลให้การค้าทางอินเทอร์เน็ตขยายตัวได้อย่าง รวดเร็วและการทำธุรกิจบนเว็บไซต์นั้นสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้มากมายหลายประการ ได้แก่

- ทำให้กิจการสามารถทำการค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และขายสินค้าได้ทั่วโลก ซึ่งนักท่องเที่ยวอินเทอร์เน็ตจากทั่วทุกมุมโลกสามารถเข้ามาในเว็บไซต์ของกิจการได้ตลอดเวลาโดยเราสามารถนำเสนอสินค้า ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงแต่ละประเภทรวมไปถึงบริการต่างๆของกิจการได้อย่างรวดเร็ว

- ในการประหยัดค่าใช้จ่ายของกิจการ โดยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นั้นมีประโยชน์ที่สำคัญมากอีกประการหนึ่ง คือสามารถนำเสนอข้อมูลที่ใหม่ล่าสุดให้กับลูกค้าได้ทันทีซึ่งจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายโดยไม่ต้องจัดพิมพ์เอกสาร และช่วยประหยัดเวลาในการประชาสัมพันธ์กับลูกค้า
- ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการขายสินค้า โดยสามารถทำการค้าในรูปแบบอัตโนมัติ และดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการทางธุรกิจและเป็นเป้าหมายที่กิจการความน่าสนใจและจะทำให้เกิดขึ้นจริงได้ในอนาคตอันใกล้
- ง่ายต่อการชำระเงิน ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นสามารถช่วยในการชำระเงินได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยใช้วิธีการตัดยอดผ่านบัตรเครดิตหรือการโอนเงินเข้าบัญชีซึ่งจะเป็นระบบอัตโนมัติ
- ช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ในโลกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บริษัทขนาดเล็กสามารถโอกาสทางธุรกิจเทียบได้กับบริษัทขนาดใหญ่ การออกแบบเว็บไซต์ให้สวยงามและปรับปรุงเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ การสั่งซื้อและการชำระเงินมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีจะทำให้ธุรกิจเกิดความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น เมื่อลูกค้าต้องการดูสินค้าจะสามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว และในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าและได้ให้รายละเอียดส่วนตัวไว้ ร้านค้าสามารถ บันทึกรายละเอียดของลูกค้าไว้ในฐานข้อมูลของเราเพื่อความสะดวกของลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าครั้งต่อไป

คลังข้อมูล (Data Warehousing) เป็นการรวมฐานข้อมูลหลายฐานจากระบบปฏิบัติการ เช่น ระบบขาย ผลิต บัญชี มาจัดทำสรุปใหม่หรือเรียบเรียงใหม่ตามหัวข้อต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ข้อมูลจะเก็บในลักษณะสรุป ประวัติการทำธุรกรรมและแนวโน้มต่างๆ เช่นรูปแบบทางธุรกิจ ยอดขาย การเติบโตทางเศรษฐกิจ ข้อมูลของสินค้าที่ทำการผลิต ลูกค้า และระบบการจัดตารางงาน

การค้นข้อมูล (Data Mining and OLAP) เป็นเครื่องมือหรือซอฟต์แวร์ที่ดึงข้อมูลและวิเคราะห์จากข้อมูลปฏิบัติการจากระบบฐานข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า เพื่อให้กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

การใช้เทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต (Internet Technology) เป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น สื่อออนไลน์ การใช้ e-mail ในการส่งข้อความ

ระบบศูนย์บริการลูกค้า (Call-center) การใช้ระบบ PC Telephony รวมถึง Internet Telephony ซึ่งเป็นการรวมระบบโทรศัพท์เข้ากับระบบงานต่างๆ เช่น ฐานข้อมูลของลูกค้า การขาย การเงิน และผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

การใช้โทรศัพท์มือถือ ทำให้สามารถรับส่งข้อมูลสินค้าได้ทั้งในรูปแบบของ ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว เนื่องจากผู้ใช้โทรศัพท์มือถือในประเทศไทยมีเป็นจำนวนมากทำให้โทรศัพท์มือถือ เข้ามามีบทบาทสำคัญในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (การจัดการลูกค้าสัมพันธ์, 2555)

4.8 กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

แผนกลยุทธ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design เป็นกลยุทธ์ที่กำหนดทิศทางการตัดสินใจว่าต้องการให้กิจการมีการดำเนินกิจการเป็นไปอย่างไรในอนาคต จากการกำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย ตลอดจนการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ การค้า และสภาพการแข่งขันภายในธุรกิจดังนี้

4.8.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

เริ่มแรกกิจการจะมีการนำเอา กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategies) มาใช้ใน รูปแบบที่เรียกว่า การขยายตลาด (Intensive Growth) กลยุทธ์นี้จะเป็นการวิเคราะห์มาจากจุดแข็ง และโอกาสจากความสามารถในการออกแบบและผลิตตู้คอนเทนเนอร์ด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัยและการบริการที่ครบวงจรอีกทั้งงานโครงการก่อสร้างในแต่ละปีจะมีเป็นจำนวนมาก จะนำมาซึ่งการเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์เดิมด้วยการขยายบริการให้กับลูกค้ากลุ่มเดิม เพื่อแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาดให้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถจับกลุ่มลูกค้าที่กำลังจะเติบโตและเข้ามาในอุตสาหกรรม โดยการพัฒนาสินค้าและบริการที่ดีเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้า โดยการผลิตอย่างมีคุณภาพ มีบริการที่รวดเร็วให้ไปถึงยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งช่วยให้ประสบความสำเร็จและเข้าครอบครองตลาดได้ทำให้ตราสินค้านั้นเข้าไปเป็นหนึ่งในใจของลูกค้า รวมทั้งทำให้ตราสินค้านั้นมีอายุที่ยั่งยืนและยาวนานดังนั้น การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะมีคู่แข่งในธุรกิจลักษณะคล้ายกันมีอยู่เป็นจำนวนมากเช่น บ้านน้อยดาวนั้ โครงการรับเหมาก่อสร้างที่มีการกระจายอยู่ทั่วประเทศ

การใช้กลยุทธ์ Intensive Growth สำหรับผู้ประกอบการSME นั้นเหมือนเป็นการเริ่มการขยายธุรกิจไปอย่างค่อยเป็นค่อยไปและมีความมั่นคง โดยการขยายธุรกิจเริ่มต้นจากสิ่งที่มีอยู่ในมือก่อน และพัฒนาให้เกิดเป็นธุรกิจที่สามารถขยายและพัฒนาออกสู่ตลาดได้ ในการทำการตลาดเพื่อขยายธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ intensive growth นั้นสามารถทำได้ในด้านต่างๆ ต่อไปนี้

- การขยายส่วนแบ่งทางการตลาด กลยุทธ์ในการขยายการเติบโตของธุรกิจคือการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด โดยกลยุทธ์นี้จะเน้นการพัฒนากระบวนการจัดการและคุณภาพในการบริการลูกค้า การที่กิจการจะขยายฐานลูกค้า เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว นั้น จะต้องทำให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าและตราสินค้าของเราซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่กิจการจะต้องนำไปปฏิบัติ โดยกิจการมีแผนการขยายตลาดในการโฆษณาโปรดักส์สินค้าผู้คอนเทนเนอร์สำนักงานให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยการออกบูธแสดงสินค้าตามงานธุรกิจSME กลุ่ม อสังหาริมทรัพย์และกลุ่มนักธุรกิจที่ต้องการลงทุนเปิดร้านขายสินค้า รวมไปถึงการใช้สื่อออนไลน์ในการขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้น
- พัฒนาการตลาดที่มีอยู่ให้กว้างขึ้น การใช้กลยุทธ์พัฒนาการตลาดเป็นกลยุทธ์หลักที่สำคัญในการเติบโตของกิจการ จึงมีการวางแผนที่จะขยายการตลาดผู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง โดยใช้โอกาสในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือAEC ซึ่งในปัจจุบันกิจการมีการ ขยายตลาดเช่าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้าเพื่อเปิดเป็นหน้าร้านในการบริการลูกค้าและทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งถ้าหากผลตอบรับในการทำธุรกิจนี้เป็นไปในทางที่ดี การที่เราจะขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้มากขึ้นซึ่งจะเป็นเป้าหมายสำคัญที่เรา ต้องการลงทุนในอนาคต

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า ในการการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายจะช่วยทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจและจดจำ ดังนั้นสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าของกิจการให้มีความแตกต่างด้านการออกแบบและประโยชน์การใช้งาน ความคุ้มค่ากับงบประมาณที่ลูกค้าเสียไป สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันจึงเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่กิจการมีเป้าหมายที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ของการนำผู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงให้เกิดความสร้างสรรค์เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น

นอกจากนั้น เมื่อกิจการเริ่มมีความมั่นคงและมีความพร้อมมากขึ้น และพร้อมที่จะเริ่มก้าวต่อไปโดยการนำกลยุทธ์การเจริญเติบโตตามแนวตั้ง (Vertical integration growth strategy) มาใช้ โดยกิจการจะมีการซื้อซัพพลายเออร์เพื่อลดต้นทุนวัสดุอุปกรณ์ (Backward integration) นอกจากนั้น การที่กิจการต้องการเพิ่มยอดขายขึ้นไปอีก กิจการจะมีการขยายตลาดโดยการรวมกิจการที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจในการทำผู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขยายธุรกิจ (Forward integration) นอกจากนี้กิจการยังมีความต้องการที่จะใช้วิธี รวมกิจการแบบกึ่งควบกิจการ โดยมีเป้าหมายในการซื้อกิจการประเภทโรงแรมเพื่อนำเอาผู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงนำมาเป็นเอกลักษณ์ของกิจการ สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากลูกค้ากลุ่มเดิมแล้ว กิจการมีความสนใจในการขยายตลาดของลูกค้ากลุ่มใหม่คือ กลุ่มงานโชว์สินค้าทั้งในและต่างประเทศ กลุ่มโรงแรมร้านค้า และขยายกิจการให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ

4.8.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategies)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design มีเป้าหมายที่จะใช้กลยุทธ์ระดับธุรกิจ แบบ Low-cost Leadership เป็นรูปแบบแรก เนื่องจากความต้องการให้เกิดการควบคุมการบริหารต้นทุน ตั้งแต่วัสดุอุปกรณ์ที่นำมาใช้ไปจนถึงการผลิตและขนส่งสินค้า จากการทำกิจการมีเป้าหมายที่จะใช้การ Backward integration และ Forward integration เพื่อช่วยในการควบคุมต้นทุน เพื่อให้เหมาะสม สำหรับการสร้างฐานลูกค้าที่มีกำลังทรัพย์น้อยหรือมีต้นทุนไม่สูงมากสามารถเป็นเจ้าของตู้คอนเทนเนอร์สำนักงานได้ รวมทั้งมีการนำตู้คอนเทนเนอร์มือสองกลับมาสร้างสรรค์เป็นตู้คอนเทนเนอร์สำนักงานได้ นอกจากนี้จะทำให้มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันแล้ว ยังเป็นการช่วยนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์และยังช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้อีกทางหนึ่ง เนื่องจากธุรกิจตู้คอนเทนเนอร์ในปัจจุบันเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นทำให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นเมื่อกิจการเกิดความได้เปรียบในด้านต้นทุนย่อมทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน

รูปแบบที่สอง คือการมุ่งความแตกต่างให้กับสินค้า (Differentiation Focus) โดยกิจการมีการพัฒนารูปแบบทั้งทางด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ที่จะมีการสร้างสรรค์ให้มีความทันสมัยขึ้น และเจาะกลุ่มตลาดทั้งผู้ที่มีทุนในการประสงค์ซื้อน้อยไปจนถึงผู้ที่ต้องการลงทุนในการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงให้มีความหรูหรา มีความทันสมัยก็สามารถตอบโจทย์ของลูกค้าได้ ด้วยความแตกต่างในด้านการบริหารการจัดการจะทำให้ ผลิตภัณฑ์ตู้คอนเทนเนอร์ในแบบต่างๆมีความโดดเด่นเฉพาะตัว ในแต่ละด้านอย่างเป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีการนำเอานวัตกรรมใหม่ๆเช่น นวัตกรรมช่วยลดความร้อน ประหยัดพลังงาน เข้ามาช่วยตอบโจทย์สำหรับลูกค้าที่ต้องการสร้างสีสันให้กับตู้คอนเทนเนอร์เพิ่มขึ้น

4.8.3 กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Function Strategies)

1. ด้านการตลาด กิจกรรมมีความต้องการที่จะพัฒนาธุรกิจคอนเทนเนอร์ดัดแปลงให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นโดยการใช้สื่อออนไลน์ ช่วยสร้างฐานลูกค้าขยายส่วนแบ่งตลาด มีการใช้ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาช่วยในด้านการบริการลูกค้า การใช้ พาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อขายสินค้าหรือการรับส่งข้อมูลด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเครือข่าย เช่น Internet และการจัดกิจกรรมตามห้างสรรพสินค้า การโฆษณา รวมไปถึงการออกโปรโมชั่นต่างๆในวันสำคัญสำหรับผู้ซื้อหรือเช่าตู้คอนเทนเนอร์

ภาพที่ 37: รวมภาพสื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต



2. ด้านการผลิตและวัตถุดิบหลัก ในการผลิตสินค้า นั้น เน้นไปที่ความต้องการของลูกค้าก่อน เป็นอันดับแรกเมื่อทราบถึงความต้องการของลูกค้า ก็จะมีการวางแผนการทำงานประชุมเนื้อหา ตรวจสอบวัสดุอุปกรณ์ ทีมงานที่ผู้บริหารจัดขึ้นนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ทีมตามความถนัดของแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ โดยทีมแต่ละทีมจะประกอบด้วยกัน 7 คน ต่อ 1 ทีมคือ ฝ่ายออกแบบผลิตภัณฑ์ ร้านอาหาร/ซื้กับกับสำนักงาน กับออกแบบผลิตภัณฑ์บ้านพัก/ห้องน้ำ ทีมละ 1 คนและเป็นผู้ช่วย ออกแบบอีก 1 คน มีพนักงาน 5 คนต่อ 1 ทีม และช่างเทคนิคติดตั้งอีกทีมละ 1 คน โดยจะรับผิดชอบ ทางด้านออกแบบดีไซน์ผลงานจนถึงกระบวนการผลิตและติดตั้งและนำส่งลูกค้า เมื่อสามารถจัดระบบ บริหารทีมในการผลิตได้แล้ว ก็จะมีการผลิตตามขั้นตอน โดยจะเน้นเรื่องความแข็งแรง คงทน วัสดุที่ นำมาใช้จะต้องได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ เมื่อขั้นตอนการผลิตแล้วเสร็จจะต้องมีการตรวจสอบการ ใช้งาน ไปจนถึงการติดตั้งขนย้ายสินค้าโดยวัสดุหลักที่กิจการนำมาใช้ คือตู้คอนเทนเนอร์ การคัดเลือก ตู้คอนเทนเนอร์ที่มีมาตรฐานสามารถใช้งานหนักได้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก และต้องใช้ความ ละเอียด โดยกิจการจะมีการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบสภาพของตู้คอนเทนเนอร์ก่อนจะนำมาดัดแปลง ทุกขนาด นอกจากนี้การที่ตู้คอนเทนเนอร์เป็นวัสดุที่ทำจากเหล็กเป็นหลักเป็นเหล็กนั้น การป้องกันความร้อน จึงเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่กิจการจะต้องคำนึงถึงเสมอและผู้ซื้อสามารถมั่นใจได้ เนื่องจาก กิจการมีความเข้าใจถึงเรื่องตัววัสดุเหล็กและการลดความร้อนจากการใช้เทคนิคและเทคโนโลยีเข้ามา ช่วยให้ผู้คอนเทนเนอร์ มีความเป็นที่ยู่อาศัยได้เป็นอย่างดี

3. ในด้านการบริการ ต้องมีการอบรมพนักงานเพื่อที่จะเรียนรู้การบริการลูกค้าโดยใช้ระบบ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์เข้ามาช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการบริการ นอกจากนี้การอธิบายถึง คุณภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ เช่น กิจกรรมจะมีการอธิบายในเรื่องอายุการใช้งานของตู้คอนเทนเนอร์ และการเตรียมพื้นที่ในการวางตู้ คอนเทนเนอร์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ทางกิจการจึงจะมีการทำเป็นหนังสือคู่มือแนะนำผลิตภัณฑ์และ ตอบปัญหาต่างๆให้ผู้ซื้อได้ทำความเข้าใจมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกิจการ

4. ด้านการเงิน เนื่องจากมีการต่อยอดจากกิจการเดิมทำให้ไม่มีปัญหาทางการเงินด้านการจัดหา เงินทุน ซึ่งกิจการมีสถานที่และเครื่องจักรพร้อมอยู่แล้ว แต่ก็อาจจะมีการจัดหาแหล่งเงินทุนสำรองไว้ เผื่อในเวลาฉุกเฉินหรือหากต้องการขยายกิจการเพิ่มเติม และกิจการยังมีการวางแผนปรับโครงสร้าง เงินทุนทุกไตรมาสเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในอนาคต เพื่อที่จะสามารถนำกำไรที่ ได้จากการดำเนินกิจการมาลงทุนขยายกิจการในอนาคตอย่างเหมาะสม

5. ด้านการจัดการ กิจการมีการจัดโครงสร้างองค์กรที่สามารถบริหารงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ การวางระบบของพนักงานแต่ละคนเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ โดยผู้บริหารสามารถ ตรวจสอบดูแลระบบได้อย่างทั่วถึง มีการจัดการแบ่งเป็น 2 ทีมช่วยให้เกิดความรับผิดชอบของงานใน แต่ละทีม ง่ายต่อการติดตามและตรวจสอบงาน เมื่อเกิดการขาดงานก็จะมีบุคคลที่สามารถทดแทน กันได้ทำให้งานดำเนินไปได้อย่างไม่มีสะดุด

6. ด้านบุคลากรบริษัทมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ โดยตรงกับตำแหน่ง ของงาน ผู้บริหารหรือหัวหน้างานจะต้องปฏิบัติต่อพนักงานด้วยกันอย่างเป็นธรรม ในบางโอกาสจะมี การโอนย้ายสับเปลี่ยนหน้าที่เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้งานด้านอื่นๆเพิ่มเติม นอกจากนี้บริษัทยังให้ ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานทุกคน โดยมองว่าพนักงานทุกคนเป็นส่วน หนึ่งของความสำเร็จรวมกัน และใช้หลักการบริหารค่าตอบแทนตามความเหมาะสมของสภาพและ ลักษณะงาน รวมถึงผลการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม

4.9 แผนการในอนาคตของห้างหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design

4.9.1. การขยายขนาดของกิจการ

กิจการมีการวางแผนในการปรับโครงสร้างองค์กรในอนาคตเนื่องจากว่าปัจจุบันมีสถานะเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดอยู่ จึงมีแนวคิดที่จะทำการขยายขนาดขององค์กรให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น โดยมีแผนที่จะจัดตั้งกิจการให้เป็นบริษัทจำกัดภายในระยะเวลา 1-3 ปี เพื่อช่วยยกระดับความน่าเชื่อถือของกิจการให้ทัดเทียมบริษัทคู่แข่ง



4.9.2. มีการติดต่อซื้อขายสินค้ากับร้านเฟอร์นิเจอร์ชั้นนำในเมืองไทย

ในปัจจุบันสินค้าของกิจการส่วนใหญ่เป็นการออกแบบตู้คอนเทนเนอร์ให้ตรงตามทีลูกค้ากำหนดโดยยังไม่มีทางเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่เป็นเอกลักษณ์อย่างชัดเจนซึ่งจากการวางแผนข้างต้นจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์สินค้าของเราหลักๆจะมีทั้งหมด 4 ประเภท ซึ่งผลิตภัณฑ์ในการนำตู้คอนเทนเนอร์มาเป็นห้องน้ำที่ทำให้มีความเป็นโมเดิร์นหรูหรา นั้นเป็นผลิตภัณฑ์แรกที่มีการคิดในเรื่องของการนำเอาเฟอร์นิเจอร์ของแบรนด์ดังชั้นนำในไทยมาเสริมกับผลิตภัณฑ์ของกิจการ ทำให้เกิดความสวยงามและมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ผู้บริหารจึงเริ่มมีแรงบันดาลใจในการยกระดับการทำตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า โดยในอนาคตทางหุ้นส่วนจำกัด Thailand Container Design มีความตั้งใจที่ใช้เฟอร์นิเจอร์แบรนด์หลักดังนี้

1. IKEA

ภาพที่ 38: IKEA



ที่มา: อิกเกีย. (2544). *ตราสินค้าอิกเกีย*. สืบค้นจาก <http://www.ikea.com/th/th/>

2. CHIC REPUBLIC

ภาพที่ 39: CHIC REPUBLIC



ที่มา: ชิค รีพับบลิค. (2556). *ตราสินค้าโฮมแพชชั่นส์ไตร์ชิค รีพับบลิค*. สืบค้นจาก
<http://chicrepublicthai.com/about-us.php#>.

3. Oggi

ภาพที่ 40: Oggi



ที่มา: ออคส์กิ. (2556). *ตราสินค้าแบรนด์ ออคส์กิ*. สืบค้นจาก

http://www.oggi-living.com/f_sofaeasy.htm

ซึ่งนอกจากจะช่วยในการแนะนำสินค้าเฟอร์นิเจอร์ให้กับลูกค้าเพิ่มเติมจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่
 แล้วกิจการยังช่วยคำนวณต้นทุนสินค้าในการใช้เฟอร์นิเจอร์ต่อเติมให้กับลูกค้าได้อีกด้วย

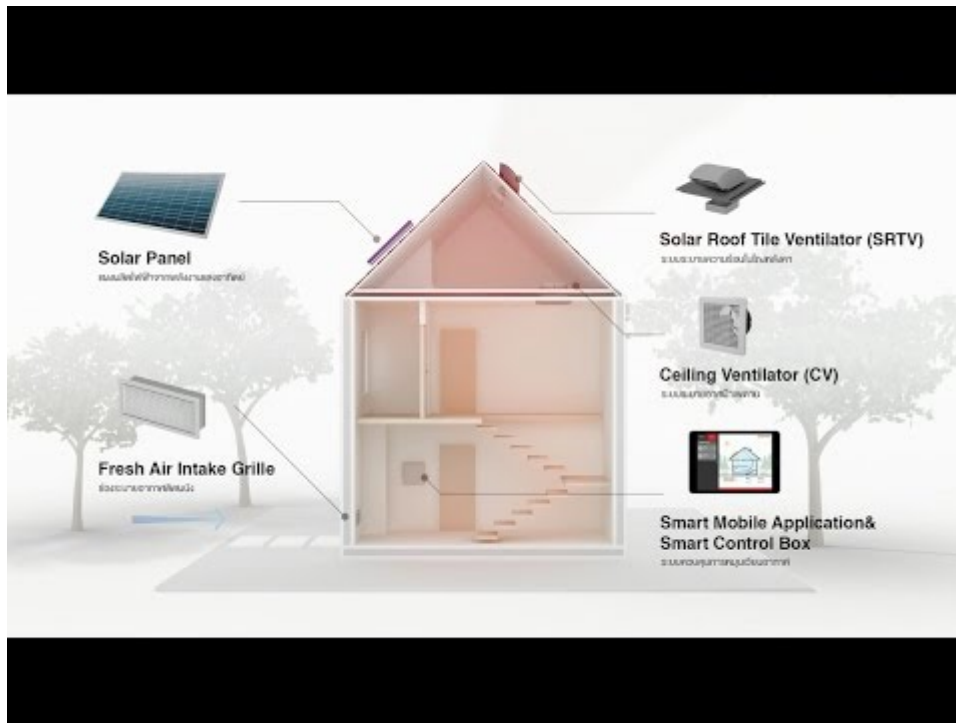
4.9.3. นำเอาศิลปิน นักร้องนักแสดงที่มีชื่อเสียง ทั้งในและต่างประเทศ มาร่วมออกแบบตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงในแบบของตัวเอง

ในอนาคตกิจการมีความต้องการให้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงนั้นเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นจึงเกิดไอเดียในการโฆษณาสินค้าโดย จะมีการนำดารานักร้องนักแสดงมาร่วมออกแบบตู้คอนเทนเนอร์สไตล์ของตัวเองขึ้นมา และจัดงานโชว์สร้างกิจกรรมให้กับผู้เข้าชมสินค้าซึ่งน่าจะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

4.9.4. การใช้เทคโนโลยี Active Airflow System

เป็นการนำนวัตกรรมการถ่ายเทอากาศแบบใหม่ของ SCG เข้ามาใช้กับตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง โดยใช้การถ่ายเทอากาศภายในตัวบ้านและโรงหลังคา โดยผนวกการระบายอากาศด้วยวิธีธรรมชาติแบบ Stack Ventilation เข้ากับการระบายอากาศเชิงกล (Mechanical Ventilation) ทำให้สามารถเร่งกลไกการระบายอากาศและความร้อน ออกจากตัวบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสามารถการควบคุมการทำงานผ่าน Smart Mobile Application โดยระบบ Active Airflow จะใช้พลังงานสะอาด จากโซล่าเซลล์เป็นพลังงานหลักในการทำงาน Active Airflow System ซึ่งจะช่วยสร้างบรรยากาศที่สบายใน ไม้รู้สึกร้อนอบอ้าวแม้จะปิดประตูไว้ตลอดทั้งวัน และช่วยลดการใช้พลังงานจากเครื่องปรับอากาศได้ 16 – 20% นอกจากนี้ระบบ Active Airflow ช่วยให้บ้านถ่ายเทอากาศในระดับที่สามารถช่วยลดการสะสมของอากาศเสียและอากาศที่อับชื้นต่างๆ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดภูมิแพ้ โดยเทคโนโลยี Active Airflow System ทำงานอัตโนมัติด้วย Logic Control ใน Smart Control Box ที่พิจารณาการทำงานจาก อุณหภูมิและช่วงเวลาเป็นสำคัญ โดยระบบจะเริ่มทำงานอัตโนมัติ เมื่ออุณหภูมิถึงจุดที่กำหนดไว้ โดยใช้แหล่งพลังงานไฟฟ้าหลักจากโซล่าเซลล์ สำหรับในช่วงเย็นเมื่อไม่มีแสงอาทิตย์แล้ว ระบบยังคงทำงานต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการระบายอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสลับแหล่งพลังงานไฟฟ้ามาใช้ไฟบ้านแทน และระบบจะหยุดทำงาน ในเวลากลางคืน หรือเมื่ออุณหภูมิแกนกลางบ้านลดถึงระดับที่ไม่จำเป็นต้องทำงานแล้ว

ภาพที่ 41: ใช้เทคโนโลยี Active Airflow System



ที่มา: บริษัท เอส ซี จี . (2558). ภาพเทคโนโลยีระบบการจัดการถ่ายเทอากาศ. สืบค้นจาก <http://www.scgbuildingmaterials.com/>.

4.10 งบการเงินของกิจการ

งบประมาณการลงทุน

ตารางที่ 6: ตารางแสดงงบประมาณการลงทุนของกิจการ

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
ที่ดิน	1,500,000.00	1,500,000.00	-
อาคารสำนักงาน	1,700,000.00	1,200,000.00	500,000.00
อุปกรณ์สำนักงาน	300,000.00	300,000.00	-
รถยนต์ส่งสินค้า	500,000.00	500,000.00	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	4,000,000.00		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	1,800,000.00	1,000,000.00	800,000.00
ค่ามัดจำสถานที่	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	500,000.00	500,000.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	6,300,000.00	5,000,000.00	1,300,000.00

ค่าเสื่อมและการตัดจ่าย

ตารางที่ 7: ตารางแสดงค่าเสื่อมและการตัดจ่าย

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวร	4,000,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	800,000	1,600,000	2,400,000	3,200,000	4,000,000

โอนไปงบดุล

สินทรัพย์ถาวร	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	800,000	1,600,000	2,400,000	3,200,000	4,000,000
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,200,000	2,400,000	1,600,000	800,000	-

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าจัดทะเบียนและตกแต่ง	1,800,000				
ค่าจัดทะเบียนและตกแต่งตัดจ่าย	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ตัดจ่ายสะสม	360,000	720,000	1,080,000	1,440,000	1,800,000

โอนไปงบดุล

ค่าจัดทะเบียนและตกแต่ง	1,800,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000
หักตัดจ่ายสะสม	360,000	720,000	1,080,000	1,440,000	1,800,000
ค่าจัดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	1,440,000	1,080,000	720,000	360,000	-

การประมาณยอดขาย

ตารางที่ 8: ตารางแสดงการประมาณยอดขายของกิจการ ปีที่ 1

รายได้จากการขายและ เช่าตู้คอนเทนเนอร์ ดัดแปลง	ปีที่ 1				
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	รวมยอดขาย ในปีแรก
จำนวนยอดขายตู้คอน เทนเนอร์ดัดแปลง	24	24	24	24	96
ยอดขายรวม	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	14,400,000
จำนวนการเช่าตู้คอน เทนเนอร์	12	12	12	12	48
ยอดขายรวม	84,000	84,000	84,000	84,000	336,000
รวมยอดขายต่อเดือน	1,228,000	1,228,000	1,228,000	1,228,000	1,228,000
รวมยอดขายต่อไตรมาส	3,684,000	3,684,000	3,684,000	3,684,000	14,736,000

รายการ	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนยอดขายตู้คอนเทน เนอร์ดัดแปลง	144	152	192	192
ยอดขายรวม	23,040,000	24,320,000	30,720,000	30,720,000
จำนวนการเช่าตู้คอนเทน เนอร์	50	50	60	60
ยอดขายรวม	350,000	350,000	420,000	420,000
รวมยอดขายต่อเดือน	1,949,166.67	2,055,833.33	2,595,000.00	2,595,000.00
รวมยอดขายต่อไตรมาส	5,847,500.00	6,167,500.00	7,785,000.00	7,785,000.00
รวมยอดขายต่อปี	23,390,000	24,670,000	31,140,000	31,140,000

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

การคำนวณในการประมาณยอดขายของกิจการ โดยยอดขายในไตรมาสที่ 1 - 4 แบ่งออกเป็น

1. ยอดขายตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง 3,600,000 คิดมาจากการผลิตเฉลี่ยต่อเดือนได้เดือนละ 8 ตู้ โดยเฉลี่ยราคาอยู่ระหว่าง 80,000 – 250,000 บาท คิดเป็น 150,000 บาทต่อตู้ ซึ่งโดยทั่วไปจากการสำรวจการซื้อขายตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง ลูกค้ามักจะเลือกใช้ตู้ที่มีขนาด 40 ฟุตขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ราคาที่น่ามาประมาณเฉลี่ยมีสูงถึง 150,000 บาทต่อตู้

2. จำนวนการเช่าตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง 84,000 บาท คิดมาจากการจำนวนตู้ให้เช่าที่มีเดือนละ 4 ตู้ ราคาเฉลี่ยตู้ละ 7,000 บาท

และเมื่อรวมยอดขายที่ประมาณการไว้รวม 1 ปี ทั้งหมดจะมีรายได้จากการขายอยู่ที่ 14,736,000 บาท จากการตั้งเป้าหมายการขายไว้ที่ 96 ตู้ในปีแรก

ตารางที่ 9: ตารางแสดงผลสรุปลดขายของกิจการ

สรุปผลการ ประมาณยอดขาย ต่อปี	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	14,736,000	23,390,000	24,670,000	31,140,000	31,140,000

สินค้า

ตารางที่ 10: ตารางแสดงผลสรุปการประมาณการยอดขายของกิจการ และการคำนวณหาลูกหนี้การค้า

สรุปการประมาณการ ยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	14,736,000	23,390,000	24,670,000	31,140,000	31,140,000

นโยบายการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ

ระยะเวลาที่ให้เครดิต

แก่ลูกค้า 45 วัน

การคำนวณหาลูกหนี้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายรวม	14,736,000	23,390,000	24,670,000	31,140,000	31,140,000
ยอดขายต่อวัน	42,103	66,829	70,486	88,971	88,971
ลูกหนี้ปลายงวด	1,894,629	3,007,286	3,171,857	4,003,714	4,003,714
ยกยอดไปงบ กระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ลูกหนี้การค้า	1,894,629	3,007,286	3,171,857	4,003,714	4,003,714
ลูกหนี้ที่เพิ่มขึ้น	1,894,629	1,112,657	164,571	831,857	-

(ตารางมีต่อ)

สินค้า

ตารางที่ 10 (ต่อ): ตารางแสดงการประมาณสินค้าคงเหลือและนโยบายการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ

ยอดสินค้าคงเหลือ

นโยบายคิดต้นทุนขาย 40%

นโยบายสำรองสินค้า 12 วัน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายรวม	14,736,000	23,390,000	24,670,000	31,140,000	31,140,000
ต้นทุนขาย	5,894,400	9,356,000	9,868,000	12,456,000	12,456,000
สินค้าต่อคงเหลือต่อวัน	16,841	26,731	28,194	35,589	35,589
สินค้าคงเหลือปลายงวด	202,094	320,777	338,331	427,063	427,063

นโยบายการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ

ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต 60 วัน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการซื้อสินค้า	5,894,400	9,356,000	9,868,000	12,456,000	12,456,000
ยอดซื้อเฉลี่ยต่อวัน	16,841.14	26,731.43	28,194.29	35,588.57	35,588.57
เจ้าหนี้การค้า	1,010,468.57	1,603,885.71	1,691,657.14	2,135,314.29	2,135,314.29
ยกยอดไปงบ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสด					
เจ้าหนี้การค้า	1,010,469	1,603,886	1,691,657	2,135,314	2,135,314
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	1,010,469	593,417	87,771	443,657	-

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

จากจำนวนยอดขายที่เพิ่มขึ้นในปีที่ 2 - 5 นั้น เป็นการประมาณการจากเป้าหมายของกิจการที่จะมีการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินกิจการและสามารถเพิ่มกำลังการผลิต เช่น พนักงานเริ่มมีความชำนาญในการผลิตเพิ่มขึ้น กิจการมีการเพิ่มเครื่องจักรใหม่และทีมงานเข้ามาผลิต กิจการมีการขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศ

การประมาณค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 11: ตารางแสดงการประมาณค่าใช้จ่ายและการคิดต้นทุนขาย

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสถานที่	1,020,000	1,020,000	1,020,000	1,020,000	1,020,000
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่มขึ้น 3%)	17,000	17,510	18,035	18,576	19,134
ค่าขนส่ง (เพิ่มขึ้น 2%)	100,000	102,000	104,040	106,121	108,243
ค่าไฟฟ้า (เพิ่มขึ้น 5%)	130,000	136,500	143,325	150,491	158,016
ค่าเสื่อมราคา	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 3%)	6,000,000	6,180,000	6,365,400	6,556,362	6,753,053
รวมต้นทุนคงที่	8,427,000	8,616,010	8,810,800	9,011,550	9,218,446

ยอดขาย	14,736,000	23,390,000	24,670,000	31,140,000	31,140,000
--------	------------	------------	------------	------------	------------

คิดต้นทุนขาย 20% ของยอดขาย

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	2,947,200	4,678,000	4,934,000	6,228,000	6,228,000
ค่าบรรจุภัณฑ์ 0.5%	-	-	-	-	-
ส่งเสริมการขาย	1,000,000	2,000,000	500,000	500,000	500,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1%	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวมต้นทุนผันแปร	4,047,200	6,778,000	5,534,000	6,828,000	6,828,000

(ตารางมีต่อ)

การประมาณค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 11 (ต่อ): ตารางแสดงการคำนวณจุดคุ้มทุนและการคิดดอกเบี้ยเงินกู้

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	10,688,800	16,612,000	19,136,000	24,312,000	24,312,000
อัตรากำไรส่วนเกิน	73%	71%	78%	78%	78%
จุดคุ้มทุนต่อปี	11,617,794	12,131,500	11,358,823	11,542,435	11,807,436
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	968,149	1,010,958	946,569	961,870	983,953
จุดคุ้มทุนต่อวัน	32,272	33,699	31,552	32,062	32,798

การคิดดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ย 15% ต่อปี

ระยะเวลาชำระหนี้ 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินต้นที่คิดดอกเบี้ย	1,300,000	1,040,000	780,000	520,000	260,000
ชำระเงินต้น	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000
ดอกเบี้ยจ่าย	195,000	156,000	117,000	78,000	39,000
เงินกู้สุทธิ	1,040,000	780,000	520,000	260,000	-

งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 12: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนของกิจการ ปีที่ 1 – ปีที่ 5

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	14,736,000	23,390,000	24,670,000	31,140,000	31,140,000
หัก ต้นทุนผันแปร	4,047,200	6,778,000	5,534,000	6,828,000	6,828,000
กำไรส่วนเกิน	10,688,800	16,612,000	19,136,000	24,312,000	24,312,000
หัก ต้นทุนคงที่	8,427,000	8,616,010	8,810,800	9,011,550	9,218,446
กำไรก่อนการ ดำเนินงาน	2,261,800	7,995,990	10,325,200	15,300,450	15,093,554
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	195,000	156,000	117,000	78,000	39,000
กำไรก่อนหักภาษี	2,066,800	7,839,990	10,208,200	15,222,450	15,054,554
หัก ภาษี 30%	620,040	2,351,997	3,062,460	4,566,735	4,516,366
กำไรสุทธิ	1,446,760	5,487,993	7,145,740	10,655,715	10,538,188

(ตารางมีต่อ)

งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 12 (ต่อ): ตารางแสดงกำไรสะสมของกิจการ ปีที่ 1- ปีที่ 5

กำไรสะสม

ยกยอดไปงบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	1,446,760	6,934,753	14,080,493	24,736,208
บวก กำไรสุทธิ	1,446,760	5,487,993	7,145,740	10,655,715	10,538,188
กำไรสะสมปลายงวด	1,446,760	6,934,753	14,080,493	24,736,208	35,274,396
ยกยอดไปงบ กระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาษีเงินได้	620,040	2,351,997	3,062,460	4,566,735	4,516,366
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	620,040	1,731,957	710,463	1,504,275	-50,369
ยกยอดไปงบกระแสเงิน สด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้าคงเหลือ	202,094	320,777	338,331	427,063	427,063
สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	202,094	118,683	17,554	88,731	-

งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 13: ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของกิจการ ปีที่ 1 – ปีที่ 5

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	1,446,760	5,487,993	7,145,740	10,655,715	10,538,188
<u>บวก</u> ค่าเสื่อมราคา	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
<u>บวก</u> ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
<u>บวก</u> ดอกเบี้ยจ่าย	195,000	156,000	117,000	78,000	39,000
<u>บวก</u> ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	620,040	1,731,957	710,463	1,504,275	-50,369
<u>บวก</u> เจ้าหนี้ที่เพิ่มขึ้น	1,010,469	593,417	87,771	443,657	-
<u>บวก</u> เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
<u>หัก</u> สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	-202,094	-118,683	-17,554	-88,731	-
<u>หัก</u> ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-1,894,629	-1,112,657	-164,571	-831,857	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	2,335,546	7,898,027	9,038,848	12,921,058	11,686,820

(ตารางมีต่อ)

งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 13 (ต่อ): ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของกิจการ ปีที่ 1 – ปีที่ 5

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการ ลงทุน					
รวมสินทรัพย์ถาวร	-4,000,000	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	-1,800,000	-	-	-	-
ค่ามัดจำสถานที่	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	-5,800,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	1,300,000	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	-260,000	-260,000	-260,000	-260,000	-260,000
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-195,000	-156,000	-111,700	-78,000	-39,000
หัก เงินปันผลจ่าย	-	-	-	-	-
ทุนหุ้นสามัญ	5,000,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการ จัดหา	5,845,000	-416,000	-377,000	-338,000	-299,000
เงินสดสุทธิ	2,380,546	7,482,027	8,661,848	12,583,058	11,387,820
บวก เงินสดต้นงวด	-	2,380,546	9,862,573	18,524,421	31,107,480
เงินสดปลายงวด	2,380,546	9,862,573	18,524,421	31,107,480	42,495,299

งบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 14: ตารางแสดงฐานะทางการเงินของกิจการ

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	2,380,546	9,862,573	18,524,421	31,107,480	42,495,299
ลูกหนี้การค้า	1,894,629	3,007,286	3,171,857	4,003,714	4,003,714
สินค้าคงเหลือ	202,094	320,777	338,331	427,063	427,063
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,477,269	13,190,636	22,034,610	35,538,257	46,926,076
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	3,200,000	2,400,000	1,600,000	800,000	-
ค่าลดทอนและตกแต่งสุทธิ	1,440,000	1,080,000	720,000	360,000	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	4,640,000	3,480,000	2,320,000	1,160,000	-
รวมสินทรัพย์	9,117,269	16,670,636	24,354,610	36,698,257	46,926,076
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
เจ้าหนี้การค้า	1,010,469	1,603,886	1,691,657	2,135,314	2,135,314
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	620,040	2,351,997	3,062,460	4,566,735	4,516,366
หนี้สินระยะสั้น	1,630,509	3,955,883	4,754,117	6,702,049	6,651,681
เงินกู้สถาบันการเงินสุทธิ	1,040,000	780,000	520,000	260,000	-
รวมหนี้สิน	2,670,509	4,735,883	5,274,117	6,962,049	6,651,681
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
กำไรสะสม	1,446,760	6,934,753	14,080,493	24,736,208	35,274,396
ส่วนของผู้ถือหุ้น	6,446,760	11,934,753	19,080,493	29,736,208	40,274,396
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	9,117,269	16,670,636	24,354,610	36,698,257	46,926,076

กระแสเงินสดรับ และ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV,IRR)

ตารางที่ 15: ตารางแสดงกระแสเงินสดรับ และ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV,IRR) ของกิจการ ปีที่ 1 – ปีที่ 5

ปีที่	
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน
	-6,300,000
1	กระแสเงินสดรับ
	2,380,546.29
2	กระแสเงินสดรับ
	7,482,026.57
3	กระแสเงินสดรับ
	8,661,848.41
4	กระแสเงินสดรับ
	12,583,058.25
5	กระแสเงินสดรับ*
	11,887,819.58
	การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด
	30%
	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ
	17,808,418.08
	หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย
	-6,300,000
	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)
	11,508,418.08
	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
	87%

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 16: ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินของกิจการ ปีที่ 1 - ปีที่ 5

รายการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	2.75	3.33	4.63	5.30	7.05
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	2.62	3.25	4.56	5.24	6.99
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตรากำไรสุทธิของลูกหนี้ (รอบ)	7.78	7.78	7.78	7.78	7.78
อัตรากำไรสุทธิของสินค้า (รอบ)	20.03	21.13	16.36	15.99	15.99
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	46.29	46.29	46.29	46.29	46.29
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	17.98	17.04	22.01	22.52	22.52
อัตรากำไรสุทธิสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	4.61	9.75	15.42	38.93	
อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์รวม (รอบ)	1.62	1.40	1.01	0.85	0.66
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.41	0.40	0.28	0.23	0.17
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	11.60	51.26	88.25	196.16	387.01
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.16	0.33	0.29	0.29	0.22
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.22	0.46	0.37	0.36	0.26
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	72.5352877	71.0218	77.5679	78.07322	78.07322
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	15.35	34.19	41.85	49.13	48.47
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	9.82	23.46	28.97	34.22	33.84
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	11,508,418.08				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	87%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	1.524				

การวิเคราะห์สถานภาพของกิจการ

1. การวัดสภาพคล่องทางการเงิน ในปีที่ 1 อัตราส่วนหมุนเวียนของกิจการเท่ากับ 2.75 เท่า อัตราส่วนหมุนเวียนเร็วเท่ากับ 2.62 เท่า แสดงให้เห็นว่ากิจการ มีสภาพคล่องที่ดี มีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ที่อยู่ในเกณฑ์พอเหมาะและมีความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้น
 2. อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ เท่ากับ 7.78 เท่า แสดงให้เห็นว่า เมื่อกิจการมีการให้ระยะเวลาลูกหนี้ชำระเงินกิจการจะสามารถเก็บเงินจากการขายเชื่อได้เร็ว แต่อาจจะต้องมีการเพิ่มระยะเวลาการจ่ายเชื่อให้กับลูกค้าบ้างเป็นบางกรณีตามความเหมาะสมของกิจการ
 3. ระยะเวลาในการเรียกเก็บหนี้ ของกิจการเท่ากับ 47 วัน แสดงให้ทราบถึงระยะเวลาและคุณภาพของลูกหนี้ที่จะสามารถชำระได้ภายในกี่วัน
 4. ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ ของกิจการเท่ากับ 18 วันในปีแรก แสดงว่ากิจการมีความสามารถในการขายสินค้าได้ค่อนข้างเร็ว
 5. อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน เท่ากับ 0.41 เท่า ซึ่งถือเป็นอัตราที่กิจการมีความเสี่ยงจากการกู้ยืมต่ำมีความสามารถในการชำระดอกเบี้ยได้ดี
 6. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม เท่ากับ 0.16 ซึ่งถือว่าต่ำเนื่องจากกิจการอาจจะมีการใช้สินทรัพย์ได้ไม่มีประสิทธิภาพที่ดีพอ ดังนั้นจึงต้องมีการปรับปรุงในปีต่อไป
 7. ความสามารถในการหากำไร อัตรากำไรจากผลการดำเนินงาน เท่ากับ 15.35% และอัตราส่วนกำไรสุทธิเท่ากับ 9.82% ในปีแรกและเพิ่มขึ้น ในปีต่อไป แสดงให้เห็นว่ากิจการมีความสามารถในการหากำไรออกมาได้และเพิ่มขึ้นในปีต่อไป
- สรุป การวัดผลของกิจการจากการวิเคราะห์ Ratio, NPV, IRR แสดงให้เห็นว่ากิจการมีความสามารถในการหากำไร และมีโอกาสที่นำลงทุนมีผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน โดยมีระยะเวลาคืนทุนได้โดยประมาณเท่ากับ 1ปี 6เดือน

บรรณานุกรม

- กรมขนส่งทางเรือด้วยระบบตู้คอนเทนเนอร์. (2545). สืบค้นจาก
<http://www.marinerthai.net/sara/viewsara1006.php>
- กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ. (2556). สืบค้นจาก
<http://mbamk.blogspot.com/2013/07/7ps.html>
- การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด. (2556). สืบค้นจาก
<http://marketingforexp.blogspot.com/2013/10/bcg-matrix.html>.
- การนำสถานการณ์การตลาดไปประยุกต์ใช้. (2556). สืบค้นจาก
<http://incquity.com/articles/bcg-matrix-howto>
- การวิเคราะห์เป้าหมายและการแบ่งส่วนตลาด. (2557). สืบค้นจาก <http://elearning.bu.ac.th/>.
- โครงการลงทุนของกระทรวงคมนาคมปี. (2558). ประชาชาติธุรกิจ. สืบค้นจาก
www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1430295243
- ชิค รีพับบลิค. (2556). ตราสินค้าโฮมแพชั่นส์ไตร์ชิต รีพับบลิค. สืบค้นจาก
<http://chicrepublicthai.com/about-us.php#>.
- โซล่าเซลล์. (2557). เรื่องของการใช้โซล่าเซลล์. สืบค้นจาก
<http://siam2software.com/index.php?page=SOLARROOFTOP>
- ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง. (2558). ภาพแสดงดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง. สืบค้นจาก
www.indexpr.moc.go.th/price_present
- ดัชนีราคาห้องชุด, บ้านเดี่ยว, ทาวน์เฮ้าส์. (2558). ภาพแสดงดัชนีราคาห้องชุด, บ้านเดี่ยว, ทาวน์เฮ้าส์.
 สืบค้นจาก www.ddproperty.com/.
- ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์. (2555). สืบค้นจาก <http://promrucsa-dba04.blogspot.com/2012/10/swot-analysis-swot-swot-humphrey-swot-2.html>
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพ. (2557). สืบค้นจาก
<https://www.gotoknow.org/posts/492001>

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด. (2557). *การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด*.

สืบค้นจาก <http://incquity.com/articles/5-forces-model>.

บริษัท เอส ซี จี . (2558). *ภาพเทคโนโลยีระบบการจัดการถ่ายเทอากาศ*. สืบค้นจาก

<http://www.scgbuildingmaterials.com/>.

บริษัท รังสิตพลาซ่า จำกัด ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ครังสิต. (2008). สืบค้นจาก

<https://www.futurepark.co.th/futurepark/home.php>

บริษัทมหาตู้คอนเทนเนอร์. (2556). *ตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์*. สืบค้นจาก

<http://www.mahacontainer.com/>.

บริษัท ไอสเตรน เดครอล. (2556). *ผนังสามมิติกันความร้อน*. สืบค้นจาก

<http://www.isteindecor.com>.

แผนธุรกิจการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555 - 2559). สืบค้นจาก

<http://www.oic.go.th>.

เรื่องควรรู้ หากคิดจะสร้างบ้านจากตู้คอนเทนเนอร์. (2556). สืบค้นจาก

<http://www.iurban.in.th/inspiration/container-homes/>.

ลุคไลฟ์โฮม. (2556). *ตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์ประเภทบ้านพัก*. สืบค้นจาก

<http://www.looklivehome.com/7606.html>.

ศูนย์รวมตู้คอนเทนเนอร์. (2555). *ตัวอย่างตู้คอนเทนเนอร์สำนักงาน*. สืบค้นจาก [http://www.xn--](http://www.xn--42c7ahfcba2dikh4bj1fe3pg3kc7o6bq.com/)

[42c7ahfcba2dikh4bj1fe3pg3kc7o6bq.com/](http://www.xn--42c7ahfcba2dikh4bj1fe3pg3kc7o6bq.com/).

สนั่น เกษารีย์. (2552). *การวิเคราะห์ความสามารถหลักขององค์กร*. สืบค้นจาก

www.thailandindustry.com/guru/view.php?id=16435§ion=9.

สนุชบ็อกซ์โรงแรมเคลื่อนที่. (2557). *ภาพตัวอย่างห้องน้ำ*. สืบค้นจาก

<http://board.postjung.com/669635.html>.

สามลิปแบบบ้านตู้คอนเทนเนอร์ราคาประหยัด. (2557). สืบค้นจาก <http://baanstyle.com>.

อิกเกีย. (2544). *ตราสินค้าอิกเกีย*. สืบค้นจาก <http://www.ikea.com/th/th/>

ออกส์สกี. (2556). *ตราสินค้าแบรนด์ ออกส์สกี*. สืบค้นจาก

http://www.oggi-living.com/f_sofaeasy.htm

ไอเดียสร้างบ้านด้วยตู้คอนเทนเนอร์เก่าๆ. (2556). สืบค้นจาก <http://www.xn--12cfa9ebbh1dya8moa2e0n.com>

.Albert, H. (2012). *Management Theory*. Retrieved from <http://promrucsa-dba04.blogspot.com/2012/10/swot-analysis-swot-swot-humphrey-swot-2.html>

Gronroos, A. (1990). *Service Management and Marketing*. Retrieved from http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=3&read=true&count=true

Parsuman, A., Zeithanel, V. A., and Berry, L. L. (1986). *Quality of service*. Retrieved from <http://eprints.utcc.ac.th/>.





บทสัมภาษณ์เรื่องการตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง

1.ในการก่อตั้งบริษัทและพัฒนาธุรกิจของท่าน สมมุติว่าท่านเป็นผู้ประกอบการ SME ท่านมีตัวเลือกใดในใจบ้างที่ท่านจะนำมาใช้เป็นสถานที่ทำงานสำนักงานหรือร้านขายสินค้าของท่าน เพราะอะไร

2.ในการทำธุรกิจของท่าน ท่านจะมีการประมาณงบการลงทุนในการจัดตั้งสถานประกอบการของท่านไว้เท่าไรอย่างไรบ้าง

3.ในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรหากจะต้องเปิดกิจการมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร หรือการเช่า-ซื้อสถานประกอบการเพื่อนำมาใช้เป็นสำนักงานหรือร้านขายสินค้าของท่าน

4. ท่านมีความคิดเห็นเบื้องต้นอย่างไรต่อการนำผู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงให้เป็นผู้สำนักงาน และคาดว่าจะมีปัญหาอะไรตามมาบ้างหากต้องใช้ผู้คอนเทนเนอร์สำนักงานนี้

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ในการใช้ผู้สำนักงานนี้แทนการก่อสร้าง การเช่า-ซื้ออาคารในแบบเดิมๆ เพื่อใช้ทำธุรกิจของท่าน

6. ในการเช่า-ซื้อผู้สำนักงานนี้ ท่านคิดว่าควรมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนประมาณเท่าใด และมีความเหมาะสมกับราคาของผู้สำนักงานนี้หรือไม่ อย่างไร

7. ท่านมีความมั่นใจในเรื่องประสิทธิภาพ ความปลอดภัย ในการใช้ตู้สำนักงานนี้หรือไม่ เพราะเหตุใด

8. ท่านมีความต้องการให้บริษัทนำเสนอสินค้าตู้สำนักงานในรูปแบบใดบ้าง ท่านมีความต้องการให้บริษัทมีการบริการในรูปแบบใดเพิ่มเติม และท่านพอใจหรือไม่หากท่านมีการสนทนาโดยตรงกับพนักงานเพื่อคอยให้คำแนะนำตัวอย่างสินค้าและการบริการเป็นการส่วนตัวให้กับท่าน

9. เมื่อเกิดความสนใจในตู้สำนักงาน ท่านจะมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง หากท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลของสินค้าได้อย่างรวดเร็วโดยใช้สื่อออนไลน์ ในการติดต่อสื่อสาร ค้นหาข้อมูล และนอกจากนั้น ท่านยังสามารถจำลองตัวอย่างProduct ตู้สำนักงานด้วยตัวของท่านเอง

บทสัมภาษณ์ และ ความคิดเห็น เกี่ยวกับการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง

ชื่อ : นาย อนุรักษ์ เอี่ยมปกุล

อาชีพ : วิศวกร

Q : ในการก่อตั้งบริษัทและพัฒนาธุรกิจของท่าน สมมุติว่าท่านเป็นผู้ประกอบการ SME ท่านมีตัวเลือกใดในใจบ้างที่ท่านจะนำมาใช้เป็นสถานที่ทำงานสำนักงานหรือร้านขายสินค้าของท่าน เพราะอะไร

A : ต้องการที่จะทำในพื้นที่ที่ใกล้บ้านพักส่วนตัว เพราะทำเลใกล้รถไฟฟ้า เป็นแถวชาญเมืองไม่วุ่นวายมาก และประหยัด ค่าใช้จ่าย ถ้าหากจะทำเป็น office อยากเช่าเป็นอาคารหรือเป็นตู้คอนเทนเนอร์ สถานที่ตั้งช่วงเขตบางนา แต่ไม่เกินปากน้ำเนื่องจากค่าเช่าที่ราคาไม่สูงมาก

Q : ในการทำธุรกิจของท่าน ท่านจะมีการประมาณงบการลงทุนในการจัดตั้งสถานประกอบการของท่านไว้เท่าไรอย่างไรบ้าง

A : งบประมาณที่จะใช้ในการลงทุน อาคาร + ที่ดิน ไม่เกิน 3 ล้านบาท เนื่องจากอยากจะทำเป็น office เล็กๆ หรือบ้านพักไม่เกิน 2 ชั้น แต่ถ้าในกรณีเช่า งบประมาณที่จะใช้ในการลงทุน ประมาณ 80,000 – 100,000 บาท ต่อ เดือน และเนื้อที่ประมาณ 80 – 100 ตารางเมตร

Q : ในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรหากจะต้องเปิดกิจการมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร หรือการเช่า-ซื้อสถานประกอบการเพื่อนำมาใช้เป็นสำนักงานหรือร้านขายสินค้าของท่าน

A : ในช่วงเศรษฐกิจปัจจุบันเลือกที่จะเช่ามากกว่าที่ลงทุนซื้อเนื่องจากการที่จะทำธุรกิจนั้นต้องใช้เงินลงทุนในหลายๆด้านประกอบกันค่อนข้างสูง และความเสี่ยงในด้านต่างๆก็สูงเช่นกัน ถ้าหากลงทุนซื้อเลยจะเสี่ยงเกินไปในการลงทุน



Q : ท่านมีความคิดเห็นเบื้องต้นอย่างไรต่อการนำตู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงให้เป็นผู้สำนักงาน และคาดว่าจะมีปัญหาอะไรตามมาบ้างหากต้องใช้ตู้คอนเทนเนอร์สำนักงานนี้

A : เป็น product ที่น่าสนใจ เพราะ เป็นธุรกิจแนวใหม่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยและสำนักงาน ร้านค้า เหมาะสมที่จะเจาะตลาดในประเทศไทย เนื่องจากเป็นนวัตกรรมใหม่ที่สามารถนำมาพัฒนาให้เข้ากับรูปแบบบอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยได้ แต่ก็ยังมีปัญหาคือ ยังไม่ค่อยเป็นที่เข้าใจของผู้ที่จะลงทุนว่าผลิตภัณฑ์จะออกมาเป็นรูปแบบไหนและมีความทนทานแค่ไหน

Q : ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ในการใช้ตู้สำนักงานนี้แทนการก่อสร้าง การเช่า-ซื้ออาคารในแบบเดิมๆเพื่อใช้ทำธุรกิจของท่าน

A : ถ้าหากใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงแทนการสร้างอาคารสำนักงาน ทำให้ดูน่าสนใจมากขึ้นในเรื่องของรูปร่างลักษณะโครงสร้างและในขณะเดียวกันอาจจะทำให้ค่าใช้จ่ายสูงขึ้นเนื่องจากการดูแลบำรุงรักษาอาจจะยากกว่าเป็นอาคาร

Q : ในการเช่า-ซื้อตู้สำนักงานนี้ ท่านคิดว่าควรมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนประมาณเท่าใด และมีความเหมาะสมกับราคาของตู้สำนักงานนี้หรือไม่ อย่างไร

A : ถ้าหากเลือกที่จะใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง (ตู้ขนาดใหญ่) ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ในกรณีซื้อรวม ตกแต่งภายในไม่เกิน 500,000 บาท แต่ถ้าเช่าประมาณ 10,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน และ ในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันเลือกที่จะเช่าเพราะความเสี่ยงน้อยกว่าเมื่อเทียบกับซื้อในการลงทุนธุรกิจหากธุรกิจไม่ประสบผลสำเร็จ

บทสัมภาษณ์เรื่องการดัดแปลงตู้คอนเทนเนอร์

Q : ท่านมีความมั่นใจในเรื่องประสิทธิภาพ ความปลอดภัย ในการใช้ตู้สำนักงานนี้หรือไม่ เพราะเหตุใด

A : มั่นใจในผลิตภัณฑ์ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงเพราะโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ทำจากเหล็กซึ่งมีความคงทนและปลอดภัยสำหรับการนำมาทำเป็นสำนักงาน ร้านค้า หรือ บ้านพักอาศัย

Q : ท่านมีความต้องการให้บริษัทนำเสนอสินค้าสู่สำนักงานในรูปแบบใดบ้าง ท่านมีความต้องการให้บริษัทมีการบริการในรูปแบบใดเพิ่มเติม และท่านพอใจหรือไม่หากท่านมีการสนทนาโดยตรงกับพนักงานเพื่อคอยให้คำแนะนำตัวอย่างสินค้าและการบริการเป็นการส่วนตัวให้กับท่าน

A : อยากให้นำเสนอการให้คำแนะนำต่างๆไม่ว่าจะเป็น ควรเลือกโครงสร้าง ออกแบบตกแต่งภายใน และภายนอกอย่างไรวัสดุอุปกรณ์ต่างๆควรใช้แบบไหน รวมไปถึงการบริการหลังการขาย แนะนำวิธีการดูแลรักษาซ่อมบำรุงต่างๆ

Q : เมื่อเกิดความสนใจในตู้สำนักงาน ท่านจะมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง หากท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลของสินค้าได้อย่างรวดเร็วโดยใช้สื่อออนไลน์ ในการติดต่อสื่อสาร ค้นหาข้อมูล และนอกจากนั้น ท่านยังสามารถจำลองตัวอย่างProduct ตู้สำนักงานด้วยตัวของท่านเอง

A ; ขอขอบคุณ หากมีโปรแกรม สำเร็จในเว็บไซต์ให้ทดลองเลือกรูปแบบดีไซน์และขนาดก่อน ทำให้เห็นภาพง่ายขึ้นครับ

บทสัมภาษณ์ และ ความคิดเห็น เกี่ยวกับการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง



ชื่อ : นางสาวกัญจนนภทีย์ ชลสินชนากุลย์

อาชีพ : เจ้าของธุรกิจหอพัก

Q : ในการก่อตั้งบริษัทและพัฒนาธุรกิจของท่าน สมมุติว่าท่านเป็นผู้ประกอบการ SME ท่านมีตัวเลือกใดในใจบ้างที่ท่านจะนำมาใช้เป็นสถานที่ที่ทำงานสำนักงานหรือร้านขายสินค้าของท่าน เพราะอะไร

A : ดูทำเลสถานที่ตั้งว่าสะดวกหรือไม่ ตรงกับ

กลุ่มเป้าหมายหรือไม่ราคาสูงหรือไม่ ถ้าหากจะลงทุนทำ

ธุรกิจจะเลือกเช่าสถานที่ติดแนวสถานีรถไฟ งบประมาณไม่เกิน 1 ล้านบาท จากภาพเศรษฐกิจปัจจุบันในการลงทุนเลือกที่จะซื้อขาดเพราะหากลงทุนไปแล้วเกิดเลิกกิจการในส่วนอสังหาที่ซื้อก็ยังเป็นของเราซึ่งเก็บไว้อาจจะสามารถสร้างประโยชน์อย่างอื่นได้ในอนาคต

Q : ในการทำธุรกิจของท่าน ท่านจะมีการประมาณงบการลงทุนในการจัดตั้งสถานประกอบการของท่านไว้เท่าไรอย่างไรบ้าง

A : ความคิดเห็นเบื้องต้นเกี่ยวกับตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง คือ มันดูง่าย ดูดี ค่ะ ส่วนปัญหาที่ฉันคิดว่าน่าจะร้อนอบอ้าวและรู้สึกอึดอัดค่ะ

Q : ในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรหากจะต้องเปิดกิจการมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร หรือการเช่า-ซื้อสถานประกอบการเพื่อนำมาใช้เป็นสำนักงานหรือร้านขายสินค้าของท่าน

A : ถ้านำตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงมาใช้แทนที่จะสร้างอาคาร น่าจะลงตัว เพราะจะเป็นการสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างให้กับสำนักงานและค่าใช้จ่ายไม่สูงเท่าอาคารสำนักงาน

Q : ท่านมีความคิดเห็นเบื้องต้นอย่างไรต่อการนำผู้คอนเทนเนอร์มาดัดแปลงให้เป็นผู้สำนักงาน และคาดว่าจะมีปัญหาอะไรตามมาบ้างหากต้องใช้ผู้คอนเทนเนอร์สำนักงานนี้

A : ถ้าตัดสินใจลงทุนซื้อผู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงดิฉันคิดว่าจะซื้อในราคาประมาณ ไม่เกิน 5 แสนบาท ค่ะ

Q : ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ในการใช้ผู้สำนักงานนี้แทนการก่อสร้าง การเช่า-ซื้ออาคารในแบบเดิมๆเพื่อใช้ทำธุรกิจของท่าน

A : ดิฉันค่อนข้างไม่มั่นใจในความคงทนของผู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงสักเท่าไรเมื่อเทียบกับอาคาร และดิฉันคิดว่าการดูแลบำรุงรักษามันค่อนข้างยุ่งยากกว่าอาคาร

Q : ในการเช่า-ซื้อผู้สำนักงานนี้ ท่านคิดว่าควรมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนประมาณเท่าใด และมีความเหมาะสมกับราคาของผู้สำนักงานนี้หรือไม่ อย่างไร

A : รู้สึกดีนะคะการที่จะมีพนักงานขายเข้ามาหาและแนะนำในทุกๆด้านทั้งก่อนและหลังการขาย ในส่วนของเว็บไซต์หากมีโปรแกรมสำเร็จให้ทดลองออกแบบด้วยก็สะดวกดีนะคะ

Q :ท่านมีความมั่นใจในเรื่องประสิทธิภาพ ความปลอดภัย ในการใช้ผู้สำนักงานนี้หรือไม่ เพราะเหตุใด

A : อยากให้ sale แนะนำแนวโน้มการลงทุนว่าควรทำแบบไหนทำอย่างนี้ดีหรือไม่ดี

บทสัมภาษณ์ และ ความคิดเห็น เกี่ยวกับการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง

ชื่อ : นางสาว ปิยะพร สายเสน

อาชีพ : ดีไซน์เนอร์

Q : ในการก่อตั้งบริษัทและพัฒนาธุรกิจของท่าน สมมุติว่าท่านเป็นผู้ประกอบการ SME ท่านมีตัวเลือกใดในใจบ้างที่ท่านจะนำมาใช้เป็นสถานที่ทำงานสำนักงานหรือร้านขายสินค้าของท่าน เพราะอะไร

A : ถ้าจะตั้งบริษัทจะเลือกแบบกึ่งร้านค้ากึ่งบริการงานดีไซน์ค่ะ แบบต้องใช้พื้นที่ในการออกแบบค่ะ ทำเลที่ตั้งสถานที่ขอให้เดินทางสะดวกมีที่จอดรถ ไม่ต้องอยู่ในเมืองมากค่ะ ส่วนงบประมาณก็ประมาณไม่เกิน 7 แสนบาท สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันจะเลือกเช่าพื้นที่เอาค่ะ และก็ค่าเช่าประมาณไม่เกิน 1 แสนบาทต่อเดือน



Q : แนวโน้มที่มีต่อธุรกิจนี้เป็นอย่างไบบ้าง

A : ในเบื้องต้น ดิฉันคิดว่า ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงมีแนวโน้มเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจค่ะ เพราะดีไซน์เป็นอะไรที่แตกต่างจากอสังหาริมทรัพย์ที่มีอยู่ค่ะ แต่ดิฉันไม่แน่ใจว่าจะเหมาะกับสภาพอากาศของไทยหรือไม่ เพราะตู้คอนเทนเนอร์โดยส่วนตัวดิฉันคิดว่าน่าจะร้อนค่ะ การดูแลรักษาจะยากหรือไม่ เพราะสภาพอากาศประเทศไทยค่อนข้าง

แปรปรวนเกรงว่าจะผูกร้อนหรือขึ้นสนิมง่ายหรือเปล่านั้น

Q : ในเรื่องการเลือกใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงแทนพวกอสังหาริมทรัพย์แบบอื่นๆในการประกอบธุรกิจของคุณคิดเห็นอย่างไรบ้าง

A : ในเรื่องการเลือกใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงแทนพวกอสังหาแบบเดิมๆถ้าติดตั้งในทำเลที่ดีก็น่าจะไปได้สวยค่ะเพราะมีดีไซน์ที่แตกต่างน่าสนใจ

Q : งบประมาณในการลงทุนซื้อตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงที่คุณคิดไว้ในใจละ

A : ถ้าจะลงทุนแค่ตู้คอนเทนเนอร์อย่างเดียวไม่มีค่าตกแต่งงบประมาณต้องไม่เกิน 1 แสนบาท แต่ถ้าเป็นตู้คอนเทนเนอร์ที่รวมค่าตกแต่งเรียบร้อยแล้วงบประมาณต้องไม่เกิน 5 แสน บาทค่ะ

Q : คุณมีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ตู้คอนเทนเนอร์มั้ยในเรื่องความแข็งแรงในการนำมาใช้งาน

A : มั่นใจในผลิตภัณฑ์ค่ะ เพราะโดยส่วนตัวชอบอะไรที่มันแตกต่างอยู่แล้วค่ะซึ่งตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงมีความแตกต่างจากพวกอาคารสำนักงานอย่างน่าสนใจค่ะ

บทสัมภาษณ์ และ ความคิดเห็น เกี่ยวกับการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลง

ชื่อ : Miss Jie Luo

อาชีพ : พนักงานบริษัท (Purchasing Manager)

Q : ถ้าต้องการเปิดกิจการใหม่ในยุคนี้คุณจะเริ่มต้นลงทุน
อย่างไรบ้างครับ แล้วมีวิธีเลือกทำเลแบบไหน

A : ถ้าจะเปิดกิจการร้านค้าดิฉันจะเลือกเช่าพื้นที่ที่คน
เยอะงบประมาณไม่เกิน 30,000 บาท ต่อปี แต่ถ้าเป็น
สำนักงานจะเลือกเช่าสถานที่ที่มีพื้นที่กว้างๆทำเลที่ราคาไม่
สูงงบประมาณไม่เกิน 13,000 – 16,000 บาท ต่อปี ใน
สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันจะเลือกซื้อสังหาเพื่อลงทุนเพราะ
ไม่ต้องมาเสียค่าเช่ารายเดือนเล็กๆน้อยๆ และงบประมาณในการซื้อ ไม่เกิน 3 – 4 แสนบาท

Q : คุณมีความคิดเห็นอย่างไรบ้างเมื่อได้เห็นโปรดักส์ของกิจการเรา

A : จากการที่เห็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์เบื้องต้นดิฉันว่ามันน่าสนใจค่ะเพราะการติดตั้งเคลื่อนย้าย
สะดวกรวดเร็วดีค่ะและมีรูปลักษณ์ที่สวยงามแตกต่างอีกทั้งยังราคาต่ำกว่าอสังหาแบบเดิมๆค่ะ แต่โดย
ส่วนตัวดิฉันยังไม่ค่อยมั่นใจในความคงทนและเรื่องการดูแลบำรุงรักษาเท่าไรค่ะ

Q : คุณมีความคิดเห็นอย่างไรบ้างในการนำตู้คอนเทนเนอร์มาใช้แทนพวกอาคาร

A : ถ้านำตู้คอนเทนเนอร์มาใช้แทนพวกอาคารดิฉันคิดว่าน่าจะเสียค่าเช่าที่มากกว่าเนื่องตู้คอนเทน
เนอร์ต้องใช้พื้นที่ในการติดตั้งพอสมควรค่ะ



ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ - นามสกุล นาย สุวัฒน์ ถิ่นจันทร์ฉาย
- E - mail supat.thin@bumail.net
- ประวัติการศึกษา
- 2014 -2016 Master Degree of Business Administration major :
Small and medium – sized enterprises (SME) ,Bangkok
University.
 - 2011-2013 Bachelor of Economics major : Business Economics
,Bangkok University with GPA : 2.32
 - 2008-2010 Certification of secondary education ,Winituksa
school ,Lopburi with GPA : 3.50

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 23 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... สุปัทมา ถิ่นจันทร์ นาย อยู่บ้านเลขที่ 5

ซอย 1 ถนน - ตำบล/แขวง ทะเลชุบศร

อำเภอ/เขต เมือง ลพบุรี จังหวัด ลพบุรี รหัสไปรษณีย์ 15000

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 757 0203583

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

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

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ..... แผนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่ดัดแปลง

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

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

สัญญาฯ ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฯ โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(สุพัฒน์ ถิ่นจันทร์ฉาย)

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

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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