

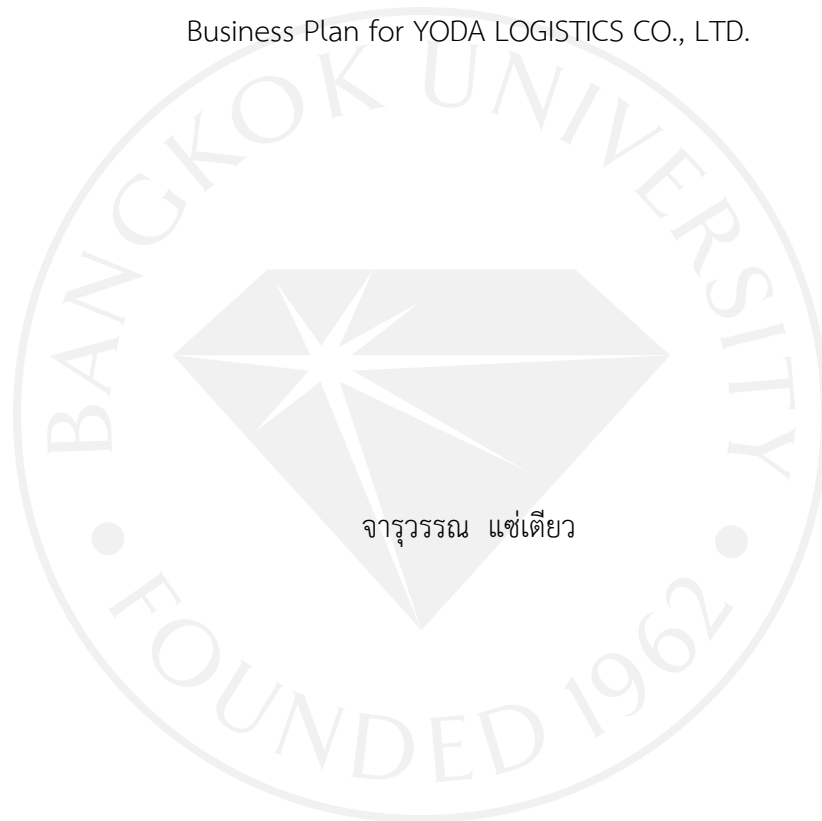
แผนธุรกิจ ของบริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด

Business Plan for YODA LOGISTICS CO., LTD.



แผนธุรกิจ ของบริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด

Business Plan for YODA LOGISTICS CO., LTD.



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2560



©2562

จากรุวรรณ แซ่เตียว

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจของบริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด

ผู้วิจัย จารุวรรณ แซ่เตียว


ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

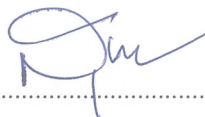


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภาพสกุล)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ดร.ลักษณวรรณ พิมพ์สวัสดิ์)



(ดร.สุชาติ เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 30 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

จารุวรรณ แซ่เตียว. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,

มกราคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

แผนธุรกิจ บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด ( 87 หน้า )

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ไตรภาพสกุล

### บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจเดิมเพื่อทำให้มีความทันสมัยมากขึ้นและมีระบบเพิ่มขึ้น ช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินการธุรกิจเป็นการวางแผนล่วงหน้า และมีแผนสำรองเพื่อลดความเสี่ยงทางธุรกิจที่เกิดจากปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจเองไม่สามารถควบคุมสิ่งเหล่านั้นได้

แผนธุรกิจได้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจประเภทบริการขนส่ง เฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ โดยการขยายธุรกิจเดิม เทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผน คือ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจการวิเคราะห์การแข่งขัน และการสำรวจที่ใช้แบบสอบถามกับตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามและแบบสอบถามออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง, ลักษณะธุรกิจส่วนใหญ่เป็นบริษัท, ลักษณะของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นการส่งออก, ประเภทของสินค้าหลักของบริษัทส่วนใหญ่เป็นผลไม้ ได้แก่ ทูเรียน, มะม่วง, มะพร้าว เป็นต้น, ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การวางบิลค่าชำระที่เร็วเกินไปทำให้ส่งผลกระทบต่อลูกค้า, การส่งมอบสินค้าไม่ทันตามกำหนดส่งผลกระทบต่อลูกค้า, ถ้ามีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นโดยที่ไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าจะส่งผลกระทบต่อลูกค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงบริการให้ดียิ่งขึ้น ทำให้การปรับปรุงพัฒนาธุรกิจเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

โครงการนี้ใช้งบลงทุนรวม 4,400,000 บาท โดยเป็นการลงทุนของตนเองโดยไม่มีการกู้ยืม ได้แก่ อุปกรณ์สำนักงาน 150,000 บาท, ค่าจดทะเบียนบริษัทและค่าตกแต่งบริษัท 1,200,000 บาท, ค่ามัดจำสถานที่บริษัท 50,000 บาท, เงินทุนหมุนเวียน 3,000,000 บาท คาดการณ์ว่าใช้ระยะเวลาในการคืน

ทุน 4 ปี โดยมีกำไรส่วนเกินอยู่ที่ 0.8 พบว่าจะมี จุดคุ้มทุนต่อปีอยู่ที่ 3,300,000 บาท และ 5,286,500 บาท ตามลำดับ

คำสำคัญ : ขนส่งสินค้า ,เฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์,ธุรกิจบริการ



Saetiew, J. MBA. (Small and Medium-Sized Enterprises), January 2019,

Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Yoda Logistics Co.,Ltd ( 87 pp.)

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

### **ABSTRACT**

The objective of this business plan is to be a guideline in further development of the old business for begin more modern and systematic, as well as, reduce risks in operating the business. This is the future plan and backup plan for decreasing business risks form external factors which cannot control.

This business plan was written from a freight business, freight transportation and freight forwarder in the Thailand. The business was expanded from the existing one in term size. The techniques and methods in this business plan were the business environmental factors analysis, the competitive analysis and the survey, using questionnaire and Google Form with 200 samples. We found that most of the respondents are female, business type is company, the users are exporter, types of products are fruits such as durian, mango, coconut and so on. The most three influential factors that affect customers includes early billing, late delivery and increasing expenses without notification. These affect customers to bring the information to developed and improve customer service better. Making to improvements and business development to according to meet customers' needs.

The investment capital of this business was 4,400,000 Baht from owner equity without any loans including office equipment 150,000 baht, company registration and office decoration 1,200,000 baht, office deposit 50,000 baht, working capital 3,000,000 baht. The payback period of this business is expected to be approximately 4 years, with

excess margin of 0.8 The breakeven point will be at 3,300,000 baht and 5,286,500 baht, respectively

*Keywords : freight transportation, freight forwarder in the Thailand, Service business*





## กิตติกรรมประกาศ

การทำแผนธุรกิจเฉพาะบุคคลในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี ได้ความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ไตรภพสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล ซึ่งได้ให้ความรู้ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการชี้แนะแนวทางของการศึกษาตรวจทานและแก้ไขในส่วนที่บกพร่องในงานเล่มนี้ ได้รับประโยชน์ในแผนธุรกิจจากคำปรึกษา ทำให้แผนธุรกิจครั้งนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆที่ได้ทำการถ่ายทอดความรู้ต่างๆเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในแผนธุรกิจเล่มนี้ ผู้ทำแผนธุรกิจขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

จรรุวรรณ แซ่เตียว

## สารบัญ

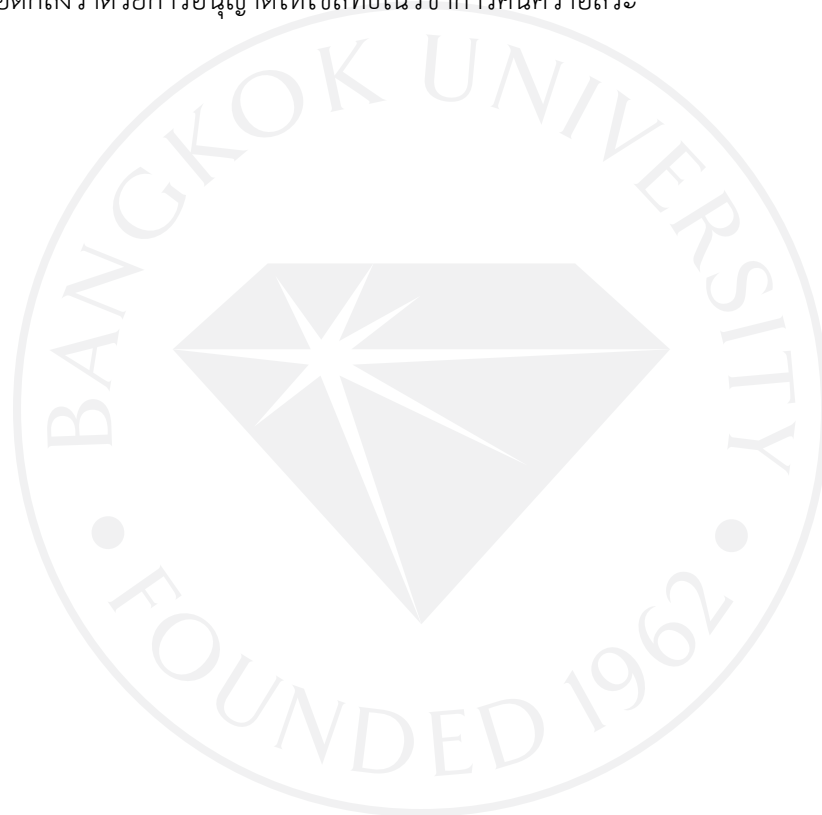
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 วิธีการศึกษา	6
1.3 การดำเนินการวิจัย	14
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายด้วยโมเดล 6W1H	15
2.2 วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7	17
2.3 การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน	18
2.4 ห่วงโซ่อาหาร	19
2.5 ความเสี่ยงที่อาจเกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	21
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	
3.1 การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค	22
3.2 การวิเคราะห์ภาพกว้างของตลาด PESTLE Framework	22

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	
3.3 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย	26
3.4 คู่แข่งและการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน	26
3.5 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	27
3.6 ความเสี่ยงที่อาจเกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	27
บทที่ 4 ผลการศึกษาค้นคว้า	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
4.2 ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ	46
4.3 สรุปผลการวิเคราะห์	55
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์และแผนการปฏิบัติการ	
5.1 แผนกลยุทธ์ทางการบริการจัดการองค์กร	57
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	61
5.3 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	62
5.4 แผนกลยุทธ์กระบวนการให้บริการ	66
5.5 แผนกลยุทธ์ทางการเงินและการลงทุน	66
5.6 แผนปฏิบัติการ	74
5.7 แผนฉุกเฉิน	76
บรรณานุกรม	78

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	79
ประวัติผู้เขียน	86
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิชาการค้นคว้าอิสระ	87



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 : ตารางระยะเวลาดำเนินการศึกษาวิจัยธุรกิจ	14
ตารางที่ 4.2 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	30
ตารางที่ 4.3 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	31
ตารางที่ 4.4 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	32
ตารางที่ 4.5 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	33
ตารางที่ 4.6 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะ การดำเนินการของผู้ใช้บริการ	34
ตารางที่ 4.7 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะ บริษัทของผู้ใช้บริการ	35
ตารางที่ 4.8 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทของสินค้าหลักของบริษัท	36
ตารางที่ 4.9 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทของบริการที่เลือกใช้	37
ตารางที่ 4.10 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม บริษัทที่ใช้บริการเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ บริการชิปปิ้ง และบริการขนส่ง	38
ตารางที่ 4.11 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ	39
ตารางที่ 4.12 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้บริการ	40
ตารางที่ 4.13 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แหล่งที่เลือกใช้บริการ	41
ตารางที่ 4.14 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของการใช้บริการ	42
ตารางที่ 4.15 : ตารางแจกแจงร้อยละของลักษณะบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม	43
ตารางที่ 4.16 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม	45

### สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อคุณภาพ การให้บริการของบริษัทโยธา โลจิสติกส์ จำกัด (N = 200)	47
ตารางที่ 4.18 : การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามเพศ	49
ตารางที่ 4.19 : การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตาม ระดับการศึกษา	50
ตารางที่ 4.20 : การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามรายได้	51
ตารางที่ 4.21 : การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามลักษณะ ของการดำเนินการของผู้ใช้บริการ	53
ตารางที่ 4.22 : การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามลักษณะ ของการดำเนินการของผู้ใช้บริการ	54
ตารางที่ 5.7.1 : งบประมาณการลงทุน	66
ตารางที่ 5.7.2 : แสดงรายละเอียดของค่าเสื่อมราคาและการตัดจ่ายค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	67
ตารางที่ 5.7.3 : การประมาณค่าใช้จ่าย	68
ตารางที่ 5.7.4 : งบกำไรขาดทุน งบประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	69
ตารางที่ 5.7.5 : งบกระแสเงินสด งบประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	70-72
ตารางที่ 5.7.6 : งบแสดงฐานะการเงิน งบประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	72-73

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : โลโก้ ของบริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด	1
ภาพที่ 1.2 : ด้านเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์และด้านชิปปิ้ง	4
ภาพที่ 1.3 : ด้านขนส่ง	5
ภาพที่ 1.4 : แผนที่ตั้งสำนักงานใหญ่ บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด	6
ภาพที่ 1.5 : Draft BL	7
ภาพที่ 1.6 : Draft BL	8
ภาพที่ 1.7 : Form E	8
ภาพที่ 1.8 : Phyto	9
ภาพที่ 1.9 : Invoice	9
ภาพที่ 1.10 : DHL	10
ภาพที่ 1.11 : สายเรือที่บริษัทใช้บริการ	10
ภาพที่ 1.12 : บริษัท AVIGO EXPRESS	11
ภาพที่ 1.13 : รถหัวลากทางลาก	12
ภาพที่ 2.1 : กิจกรรมหลัก	19
ภาพที่ 3.1 : เจรจา FTA ไทยตุรกี	23
ภาพที่ 3.2 : อัตราการแลกเปลี่ยน	24
ภาพที่ 3.3 : การเติบโตของผู้ใช้เทคโนโลยี	24
ภาพที่ 3.4 : โครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	25
ภาพที่ 3.5 : ข้อมูลวิจัย	26
ภาพที่ 4.1 : แผนภูมิวงกลมแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	30
ภาพที่ 4.2 : แผนภูมิวงกลมแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	31
ภาพที่ 4.3 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	32
ภาพที่ 4.4 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	33

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.5 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการดำเนินการของผู้ใช้บริการ	34
ภาพที่ 4.6 : แผนภูมิวงกลมแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะบริษัทของผู้ใช้บริการ	35
ภาพที่ 4.7 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าหลักของบริษัท	36
ภาพที่ 4.8 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของบริการที่เลือกใช้	37
ภาพที่ 4.9 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	40
ภาพที่ 4.10 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ	41
ภาพที่ 4.11 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่เลือกใช้บริการ	42
ภาพที่ 4.12 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งของการใช้บริการ	43
ภาพที่ 4.13 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อลักษณะของบริการ	44
ภาพที่ 4.14 : กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความตั้งใจที่ใช้บริการของบริษัทในอนาคต	45
ภาพที่ 4.15 : กราฟเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ของบริษัทโยดา โลจิสติกส์ จำกัด (N = 200)	48
ภาพที่ 4.16 : การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามเพศ	50
ภาพที่ 4.17 : การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	51
ภาพที่ 4.18 : การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามรายได้	52



## สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.19 : การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามลักษณะการดำเนินการของผู้ใช้บริการ	53
ภาพที่ 4.20 : การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตาม ลักษณะของบริษัทผู้ให้บริการ	54
ภาพที่ 5.1 : แผนผังองค์กร	57
ภาพที่ 5.2 : กรณีผู้ให้บริการไม่ใช่ขนส่ง ไม่มีค่าขนส่ง ( สินค้าเป็นมะพร้าว )	62
ภาพที่ 5.3 : ค่าบริการแสดงราคาจ่ายตามจริงให้กับสายเรือค่าเงินเป็นUSD และราคาขายให้กับผู้บริการค่าเงินเป็นบาท	62
ภาพที่ 5.4 : ขนส่งอย่างเดียว	63
ภาพที่ 5.5 : โปรโมทผ่านช่องทางต่างๆ	64
ภาพที่ 5.4 : ค่าใช้จ่ายให้บริการ	65

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 แนะนำธุรกิจ

เนื่องด้วยมูลค่าของการส่งออกผักและผลไม้ไทยในตลาดของประเทศจีน เวียดนาม อินโดนีเซีย ญี่ปุ่นและฮ่องกง ในปี พ.ศ. 2555 จะคิดเป็นสัดส่วนรวม 79 เปอร์เซ็นต์ ทำให้ตลาดของประเทศจีนจึงเป็นคู่แข่งในตลาดผักและผลไม้แต่ในทางกลับกันประเทศจีนเป็นตลาดผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ ผลไม้ที่คนจีนนิยมเลือกบริโภค ก็คือ ทุเรียน มะม่วง มะพร้าว เงาะ มังคุด ลำไย ชมพู และกล้วยเป็นส่วนใหญ่ ด้านการวางจำหน่ายจะวางจำหน่ายอยู่ในซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไปจนถึงในร้านขายผลไม้ขนาดเล็กและตลาดสด (ศุภกฤต เชื้อนิล, 2560) โดยปัจจุบันของการส่งออกสินค้าไทย พ.ศ.2561 ยังมีการเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ขยายตัวที่ร้อยละ 17.6 มีมูลค่าอยู่ที่ 20,101.4 ล้านดอลลาร์ฯ มีการเพิ่มขึ้นจากเดือนธ.ค. 2560 อยู่ที่ 19,741.1 ล้านดอลลาร์ฯ (“ผักและผลไม้”, 2560) ทำให้ธุรกิจส่งออกผลไม้ไทยเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และอนาคตมีการคาดการณ์ว่าตลาดการส่งออกยังคงเติบโตขึ้น

ภาพที่ 1.1: โลโก้ ของบริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด



จุดเริ่มต้นของบริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด บริษัท เจ้าของกิจการได้มองเห็นช่องทางการหาเงินแบบก้าวกระโดด มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จไวกว่าบุคคลอื่นๆ เพราะเจ้าของกิจการได้ทำงาน

เกี่ยวกับ เฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์ ( Freight Forwarder ) แผนกเอกสารนำเข้าส่งออก ( Customer Service Import & Export ) จึงผันตัวเองเป็นเซลล์ต่างประเทศ บุคลิกของเจ้าของกิจการมีนิสัยชอบพบปะพูดคุยกับคนจำนวนมากทำให้ง่ายต่อการติดต่อซื้อขายกับลูกค้าใหม่ๆ รักในด้านของงานบริการ ต่อมาได้มีนักลงทุนที่คอยส่งเสริมเรื่องเงินลงทุนเป็นจำนวนมาก จึงได้เริ่มก่อตั้งขึ้นโดย นางสาว เสาวลักษณ์ สระทองคต บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด ชื่อเดิมชื่อ บริษัท เจดับบลิว อินเตอร์ จำกัด เปิดบริษัทวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2557 สำนักงานใหญ่ ที่อยู่ 1350/148 อาคารไทยรงค์ ตึกบี แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10260 โดยมีพนักงาน 2 คนในบริษัทและที่ไม่อยู่ในบริษัท 4 คน ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท

ต่อมาเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2561 ได้ทำการเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด และได้เพิ่ม ธุรกิจขนส่งสินค้าเข้ามา และได้ย้ายที่อยู่ใหม่ ตั้งอยู่ที่ 818/133 โครงการ เดอะมาสเตอร์ ถนนอุดมสุข แขวงบางนาเหนือ เขตบางนา จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10260 ได้มีพนักงานทั้งหมดในบริษัท 10 คนและที่ไม่อยู่ในบริษัท 4 คน และบริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 5,000,000 บาท

ซึ่งบริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด เป็นบริษัท บริการขนส่งสินค้า บริการชิปปิ้ง และรถหัวลากทางลาก ด้านเฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์ให้บริการเกี่ยวกับการนำเข้าส่งออกสินค้าการส่งออกสินค้าจะมีการจัดตารางเรือให้ ตารางเรือดูเหมือนว่ามีบริการทุกวันแต่ในความเป็นจริงเรือก็วันที่ใช้บริการต้องการส่งสินค้าไปนั้นจะหาตรงกันได้ยาก เมื่อผู้ใช้บริการเลือกเรือได้แล้วด้านชิปปิ้งของเราจะทำเอกสารทั้งหมดให้ท่าน คอยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้ตลอดในระยะเวลาที่ขอยังไม่ถึงปลายทาง หากสินค้าไปถึงปลายทางแต่เกิดความเสียหายในกรณีของลูกค้าซื้อประกันกับทางเราไว้ทางเราจะเช็คสินค้าและเคลมสินค้าให้ทั้งหมดโดยที่ลูกค้ารอรับสินค้าที่ปลายทางท่านหลักๆทางเราจัดการทุกๆขั้นตอนให้ทางลูกค้าทั้งหมด ส่วนด้านนำเข้าทางเรามีชิปปิ้งที่คอยประสานงาน ชิปปิ้งเป็นตัวแทนในการทำพิธีศุลกากร ดำเนินเอกสารให้ทั้งหมด หลักๆเราสามารถบริการได้ทั้ง ทางรถ ทางเครื่องบิน ทางเรือ แล้วแต่ความต้องการของลูกค้า บริษัทสามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนดตามเป้าหมาย ด้านขนส่งมีการให้บริการหัวลากและทางลากในการขนส่งสินค้าในประเทศไทยทุกจังหวัดตามความต้องการของลูกค้าโดยในการขนส่งสินค้าจะจัดส่งสินค้าให้ถึงลูกค้าตามวันเวลาที่กำหนด ปลอดภัย ใช้เวลาให้น้อยที่สุดและประหยัดที่สุด

ปัจจุบัน บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด มีการให้บริการนำเข้าส่งออกสินค้า ชิปปิ้ง และขนส่ง มีหัวลาก 10 ล้อ จำนวน 4 คัน และหางลาก 12 ล้อ จำนวน 4 หาง ทำให้ลูกค้าที่ต้องการใช้บริการสามารถมาหาเราที่เดียวแล้วจบได้อย่างสะดวกสบายเรามีบริการแบบครบวงจร โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาไปหาหลายๆที่ในการส่งสินค้า เช่น ลูกค้าต้องการส่งออกมะพร้าวไปประเทศจีนทางเรือ แต่การส่งไปประเทศจีนเริ่มต้นจากต้นทางคือลูกค้าต้องติดต่อ บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด ด้านเฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์จะติดต่อทางสายเรือเพื่อหาเรือที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้เรือเรียบร้อยทางสายเรือก็จะออกใบรับตู้คอนเทนเนอร์ให้บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด ไปรับตู้ในลานรับตู้ตามที่สายเรือติดต่อกันไว้ ด้านขนส่งพอได้นำตู้คอนเทนเนอร์ขึ้นบรรจุแล้วแล้ว คนขับจะไปรับสินค้าของผู้ใช้บริการตามที่นัดหมาย ผู้ใช้บริการจะต้องแพ็คบรรจุใส่กล่องให้เรียบร้อย จากนั้นติดต่อกับขนส่งเพื่อให้หัวลากนำทางที่เป็นตู้คอนเทนเนอร์ไปบรรจุสินค้าใส่ตู้ จากนั้นด้านชิปปิ้งจะทำเอกสารให้กับผู้ให้บริการเพื่อส่งออกสินค้าไปยังประเทศจีน เมื่อรถมาถึงท่าคีนตู้ ท่าคีนตู้มี 2 ที่คือ ท่าเรือกรุงเทพ และ ท่าเรือแหลมฉบัง หลังจากคีนตู้เรียบร้อยทางสายเรือจะจัดการนำตู้คอนเทนเนอร์ขึ้นเรือเพื่อไปยังปลายทาง จากนั้นด้านชิปปิ้งก็จะส่งเอกสารตัวจริงในการรับสินค้าทาง DHL ใช้เวลา 2 วันในการส่งสินค้าไปถึงประเทศจีน เมื่อเอกสารถึงมือผู้ให้บริการและเรือถึงประเทศจีนผู้ให้บริการสามารถนำเอกสารตัวจริงไปรับสินค้าได้ที่สายเรือทันที เป็นอันเสร็จสิ้นการส่งสินค้า

ธุรกิจ เกี่ยวกับ เฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์ ( Freight Forwarder ) คือ ตัวแทนของผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและช่วยในด้านการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่ต้องการขนส่งสินค้าได้เป็นอย่างดี ทำไมถึงต้องเลือกใช้เฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์ อย่างที่ทุกคนทราบกันอยู่แล้วว่าการนำเข้าและส่งออกเป็นเรื่องที่ไม่ยากแต่มีเรื่องรายละเอียดปลีกย่อยค่อนข้างมากแต่ที่หลักๆก็คือการนำสินค้าจากผู้ขายส่งไปถึงมือผู้ซื้อสินค้าปลายทาง เพื่อให้ผู้บริการได้มั่นใจว่าสินค้าจะส่งถึงผู้รับอย่างปลอดภัย ดังนั้นผู้นำเข้าส่งออกจำนวนไม่น้อยได้หันมาใช้บริการ เฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์ ( Freight Forwarder ) แบ่งออกเป็นสองประเภทคือ 1. Sea Freight Forwarder 2. Air Freight Forwarder ชิปปิ้ง ( Shipping ) คือ ตัวแทนของผู้นำเข้า ( Import ) ส่งออก ( Export ) ทำหน้าที่ในการดำเนินการพิธีการศุลกากร แทนผู้ขนส่งสินค้า ได้แก่ จัดทำใบขนสินค้า ยื่นใบขนสินค้าต่อเจ้าพนักงานศุลกากรเพื่อตรวจปล่อยสินค้านำเข้าหรือส่งออกจากประเทศไทย ขำระภาษีสินค้า และยังมีหน้าที่ชี้แจงกลับเจ้าหน้าที่ศุลกากรหากสินค้าถูกเปิดตรวจโดยเจ้าหน้าที่ (“บริการขนส่ง”, 2560 )

ดังนั้น ธุรกิจ เฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ อธิบายได้ง่ายๆก็คือ เป็นตัวกลางในการติดต่อลูกค้ากับสายเรือหรือสายบินในการนำเข้าและส่งออกสินค้า แต่ธุรกิจเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ จะไม่สามารถทำเอกสารในการนำเข้าส่งออกได้จะต้องจ้างส่วนของชิปปิ้งในการทำเอกสารนำเข้าและส่งออก ธุรกิจ เฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ จะต้องมีการจดทะเบียน

ภาพที่ 1.2: ด้านเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์และด้านชิปปิ้ง





ภาพที่ 1.3: ด้านขนส่ง



## 1.2 วิธีการศึกษา

### วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำทางด้านบริการนำเข้าส่งออกมุ่งสู่มาตรฐานสากล

### พันธกิจ

มีการบริการด้วยใจจริงซื่อสัตย์ตรงต่อเวลาสะดวกรวดเร็วยกระดับการให้บริการ

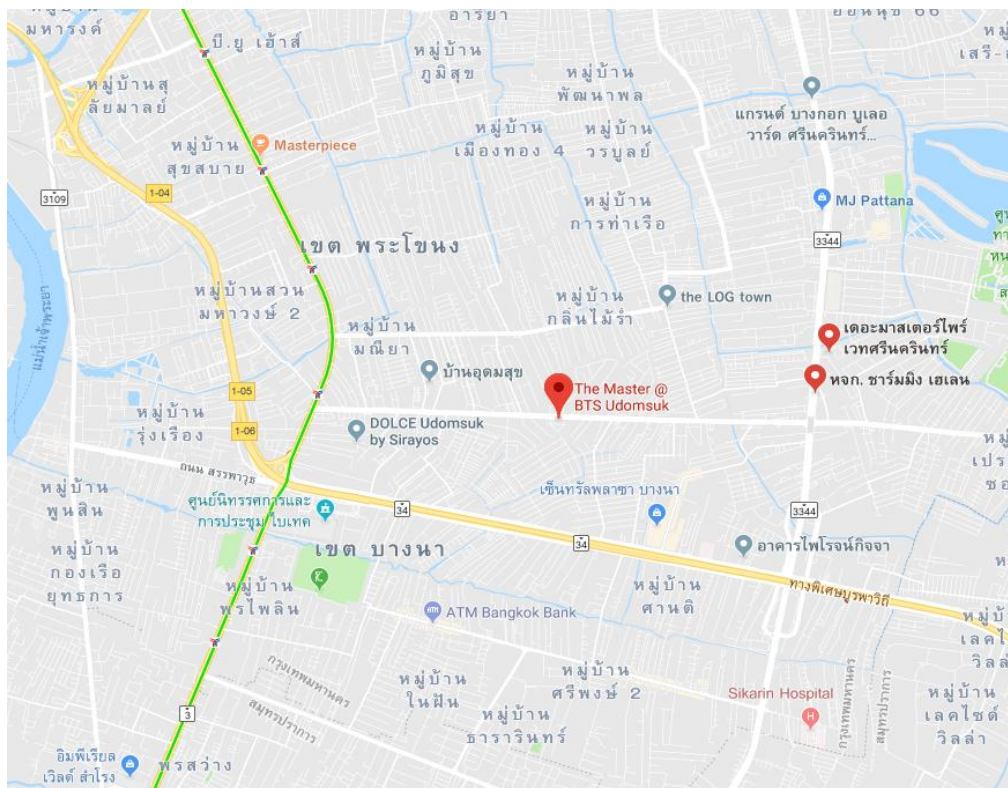
### วัตถุประสงค์

เพื่อต้องการทำให้บริษัทมีความก้าวหน้าที่เพิ่มขึ้นมีลูกค้าทั้งคนไทยและคนจีนเป็นจำนวนมากในการนำเข้าส่งออกสินค้า

### ที่ตั้งบริษัท

สำนักงานใหญ่ เลขที่ 818/133 โครงการ เดอะมาสเตอร์ ถนน อุดมสุข แขวงบางนาเหนือ เขตบางนา จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10260

ภาพที่ 1.4: แผนที่ตั้งสำนักงานใหญ่ บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด



### ประเภทของการบริการ

บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด เป็นธุรกิจประเภทบริการขนส่งสินค้าบริการชิปปิ้ง และขนส่ง

### รายละเอียดของการบริการ

บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด เป็นธุรกิจประเภทบริการ ธุรกิจเฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์ ( FREIGHT FORWARDER ) อาทิ การจัดทำเอกสารนำเข้าและส่งออกให้กับผู้ใช้บริการที่ต้องการนำเข้าและส่งออกสินค้าจากประเทศจีนเป็นหลัก สำหรับประเทศอื่นๆทางบริษัทสามารถบริการได้เช่นกัน ถ้าหลักๆที่บริษัททำคือนำเข้าและส่งออกไปประเทศจีน โดยทางบริษัทมีให้บริการ 3 คือ

1. ทางน้ำคือเรือ ทางเรือจะมีการบรรจุสินค้าใส่ตู้คอนเทนเนอร์มีขนาด 20 , 40 HQ , 45 HQ ราคาการให้บริการจะแตกต่างกันตามขนาดตู้และประเทศปลายทางที่ลูกค้าเลือก สายเรือที่บริษัทติดต่ออยู่บ่อยครั้ง ได้แก่ COSCO SHIPPING LINES, YANG MING MARINE TRANSPORT CORP, KMTCC MARINE



TRANSPORT CO.,LTD , SITC INTERNATIONAL HOLDINGS CO.,LTD

1.7.1 เอกสารสำหรับการส่งออกสินค้าไปประเทศจีน

1.7.1.1 DRAFT B/L คือ ใบตราส่งสินค้าทางเรือค่าเอกสาร 1,300 ถ้าบีแอลสแลนเดอร์เพิ่ม 1,300บาท

ภาพที่ 1.5: DRAFT B/L

1. Shipper		2. Consignee		3. Notify Party		4. Combined Transport		5. Combined Transport		6. Combined Transport		7. Port of Loading		8. Port of Discharge	
XIN TAI TRADING CO., LTD. 1350/148 THAIKONG TOWER, TOWER B, 10 TH FLOOR PATTANAKARN ROAD, SUANLUANG, SUANLUANG, BANGKOK 10250		SHANGHAI YS TRADING CO., LTD ROOM D501, BUILDING F, NO. 3872 SHENDU HIGHWAY, MINHANG DISTRICT SHANGHAI, CHINA TEL: 021-34780682 ***		SAME AS CONSIGNEE		LAEM CHABANG, THAILAND		LAEM CHABANG, THAILAND		SHANGHAI, CHINA		LAEM CHABANG, THAILAND		SHANGHAI, CHINA	
Booking No. 7130703540		Bill of Lading No. COAU7130703540		Forwarding Agent and Reference F&W NO.		Point and Country of Origin		Other Specify Party-issuing & Applications *** FAX: 021-34780681		Service Contract No.		Commodity Code		Type of Movement FCL / FCL CY-CY	
Mark & No. of Container / Seal No.	No. of Containers or Packages	Description of Goods (If Dangerous Goods, See Clause 20)										Net Weight	Measurement		
THAI NEW BEE	2052 CARTONS	"SHIPPER'S LOAD & COUNT" "SAID TO CONTAIN" "FRESH YOUNG COCONUT" "INV. NO. XIN297/06/2018" "GOODS ARE STOWED IN CONTAINER AT +2°C VENTILOR" "GATE-IN TEMPERATURE RECORD IS NOT IN LINE WITH REQUIRED TEMPERATURE IN S/O. CARGO WAS LOADED AT CARGO INTEREST'S RISK AND EXPENSES. CARRIER WILL NOT BE RESPONSIBLE FOR ANY SUBSEQUENT DAMAGE/CLAIM" "FREE TIME 14 DAYS AT DESTINATION" "USCI CODE: 91310123508483270" ** TO BE CONTINUED ON ATTACHED LIST **										22572.000KGS NET WEIGHT 20520.000KGS			

ภาพที่ 1.6: DRAFT B/L

Vessel: CAPE FELTON		Voyage: 04ON		BL NO. COAU7130703540		PAGE: 2 OF 2	
OCEAN FREIGHT PREPAID ON CY-CY TERM SHIPPER'S LOAD, COUNT AND SEAL COSCO SHANGHAI INTERNATIONAL FREIGHT CO. LTD. 378 DONG DA MING ROAD SHANGHAI 200080, P.R. CHINA TEL: 86-21-35124777 FAX: 86-21-65953844 IDDS CODE: SISA0761874 CXRU1491687 / 8693471		Description of Goods (If Dangerous Goods, See Clause 20)		Gross Weight		Measurement	
		2052 CARTONS		/FCL / FCL		/40R0/	

1.7.1.2 FORM E คือ เอกสารรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าที่ผลิตและส่งออกจากสมาชิกประเทศในอาเซียน ค่าเอกสาร30 บาท

ภาพที่ 1.7: From E

1. Products consigned from (Exporter's business name, address, country)		Reference No.			
XINTAI TRADING CO.,LTD. 1350/148 THAIRONG TOWER B,10 TH FLOOR PATTANAKARN ROAD, SUANLUANG, SUANLUANG, BANGKOK 10250 THAILAND TEL: 02-7137114/081-7144413 FAX: 02-7137115 TAX ID: 0105559149348		<b>E2018-0096567</b> <b>ASEAN - CHINA FREE TRADE AREA</b> <b>PREFERENTIAL TARIFF</b> <b>CERTIFICATE OF ORIGIN</b> (Combined Declaration and Certificate) <b>FORM E</b> <b>THAILAND</b> Issued in _____ (Country) See Overleaf Notes			
2. Products consigned to (Consignee's name, address, country)					
SHANGHAI YS TRADING CO.,LTD. ROOM D501, BUILDING F, NO.3872 SHENDU HIGHWAY, MINHANG DISTRICT SHANGHAI CHINA TEL: 021-34790682 FAX: 021-34780681		4. For Official Use			
3. Means of transport and route (as far as known)		<input type="checkbox"/> Preferential Treatment Given <input type="checkbox"/> Preferential Treatment Not Given (Please state reason/s)			
BY SEA FREIGHT Departure date 7/05/2018 Vessel's name / Aircraft etc. CAPE FELTON V.040N Port of Discharge SHANGHAI, CHINA		Signature of Authorised Signatory of the Importing Party			
5. Item number	6. Marks and numbers on packages	7a. Number and type of packages,description of products (including quantity where appropriate and HS number of the importing Party)	8. Origin criteria (see Overleaf Notes)	9. Gross weight or other quantity and value (FOB)	10. Number and date of invoices
1	THAI NEW BEE	HS. CODE. 0801.12.00 FRESH YOUNG COCONUT N.W.: 20,520.00 KGM *** CONTAINER NO. CXRU1491887 *** TOTAL: TWO THOUSAND FIFTY TWO (2,052) CTNS***	"WO"	22,572.00 KGM 11,482.00 USD	XIN297/05/2018 2/05/2018


1.7.1.3 PHYTO คือใบรับรองปราบศัตรูพืชเพื่อใช้ในการส่งออกที่แหลมฉบัง400บาทที่กรุงเทพ300 บาท

ภาพที่ 1.8: Phyto

Plant Protection Organization of Thailand		Department of Agriculture Ministry of Agriculture and Cooperatives, Bangkok, Thailand Phytosanitary Certificate	
TO : Plant Protection Organization (s) of <u>CHINA</u>		No. <u>6998841</u>	
1. Name and address of exporter :		2. Declared name and address of consignee :	
XIN TAI TRADING CO., LTD. 1350/148 THAIRONG TOWER, TOWER B, 10 TH FLOOR, PATTANAKARN ROAD, SUANLUANG, SUANLUANG, BANGKOK 10250		SHANGHAI YS TRADING CO., LTD. ROOM D501, BUILDING F, NO.3872 SHENDU HIGHWAY, MINHANG DISTRICT SHANGHAI CHINA TEL : 021-34790682 FAX : 021-34780681	
3. Number and description of packages :		4. Distinguishing marks :	
2,052 CARTONS		THAI NEW BEE CONTAINER NO. CXRU1491887	
5. Place of origin :		6. Declared means of conveyance :	7. Declared point of entry :
THAILAND		VESSEL, CAPE FELTON V.040N	SHANGHAI, CHINA
8. Name of produce and quantity declared :		9. Botanical name of plants :	
YOUNG COCONUT 20,520.000 KG (S) (2,052 CARTONS OF FRESH YOUNG COCONUT N.W. 20,520.00 KGS G.W. 22,572.00 KGS)		COCOS NUCIFERA	
This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.			
<b>Additional Declaration</b>			
DATE OF INSPECTION : JUNE 06, 2018.			


1.7.1.4 INVOICE คือ ใบแจ้งหนี้ของสายเรือ

ภาพที่ 1.9: Invoice

		บริษัท ไชน่า โอเชียน ชิปปิง จำกัด กระทรวงพาณิชย์ โดย บริษัท คอสโก ชิปปิง ไลน์ (ไทยแลนด์) จำกัด ใบแจ้งหนี้ / INVOICE CHINA OCEAN SHIPPING CO., LTD. C/O COSCO SHIPPING LINES (THAILAND) CO., LTD. 319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 25 ยูนิท 1-8 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 319 Chamchari Square Building 25th Floor, Unit 1-8 Phayathai Road, Pathumwan, Pathumwan, Bangkok 10330 โทร./TEL : 66 2 160 5299 โทรสาร/FAX : 66 2 160 5288 เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร TAX ID. 0993000042972		
TAX ID : 0105559149348 ถูกค้า : Messrs	BRANCH : HEAD OFFICE XIN TAI TRADING CO.,LTD. 1350/148 THAIRONG TOWER, TOWER B, 10 TH FLOOR, PATTANAKARN ROAD, SUANLUANG, SUANLUANG, BANGKOK 10250	เลขที่ No. วันที่ Date	810601773 05/08/2018	
Payment Description	No. Container	@ UNIT	EXC.	Amount
OUTBOUND				
M.V. CAPE FELTON V. 040N				
THLCB-CNSHA B/L NO. COAU7130703540				
SURRENDER FEE	1 x LMP	THB 1,300.00	1.00	1,300.00
OCEAN FREIGHT	1 x 40RH	USD 550.00	32.23	17,726.60
TERMINAL HANDLING	1 x 40RH	THB 5,470.00	1.00	5,470.00
SEAL SURCHARGE	1 x 40RH	THB 250.00	1.00	250.00
DOCUMENT FEE	1 x LMP	THB 1,300.00	1.00	1,300.00
ADVANCE MANIFEST SUBMISSION	1 x LMP	USD 30.00	32.23	966.90

1.7.1.5 DHL คือ ส่งเอกสารตัวจริงไปยังปลายทาง ค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 600-800 บาท

ภาพที่ 1.10: DHL

		<b>Shipment Receipt</b>	
<b>Shipment From</b> JW INTER CO.LTD Ammarisa 818/133 UDOMSUK RD, BANGNANUEA BANGNA BANGKOK Thailand 10260 66020133119		<b>Shipment To</b> SHANGHAI YS TRADING CO., LTD. IMPORT DOC ROOM D501, BUILDING F, NO. 3872 SHENDU HIGHWAY, MINHANG DISTRICT SHANGHAI CHINA SHANGHAI China, People's Republic 201112 02134780682	
<b>Shipment Details</b> Shipment Date : 13-Jun-2018 Waybill Number : 1234273655 Service Type : EXPRESS WORLDWIDE Packaging Type : DHL Flyer Number of Pieces : 1 Total Weight : 0.5 kgs Dimensional : 0.4 kgs Chargeable : 0.5 kgs Insured Amount : N/A		<b>International Information</b> Declared Value : N/A Duties and Taxes : N/A Dutiable Status : Non-Dutiable : Estimated Charge : 720.35 THB	
<b>Billing Information</b> DHL Account : 560630400		<b>Reference Information</b>	

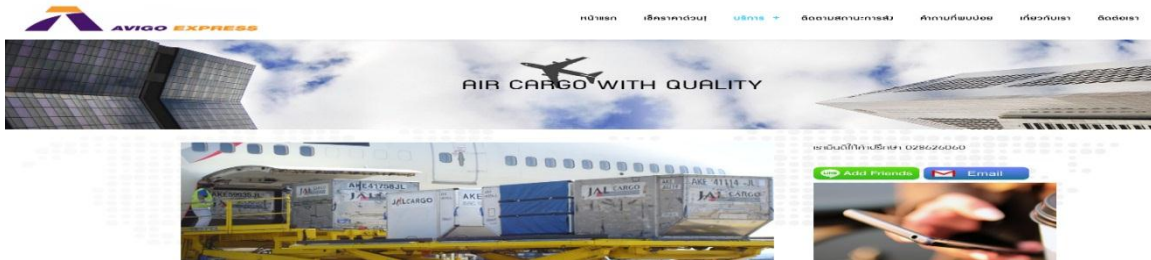
ภาพที่ 1.11: สายเรือที่บริษัทใช้บริการ



2. ทางอากาศคือเครื่องบิน ได้แก่ บริษัท อัลฟา แอร์ คาร์โก้ จำกัด , AVIGO EXPRESS จะเป็นบริษัทตัวแทนสำหรับการส่งออกทางอากาศโดยเครื่องบินที่ใช้ในการขนส่งสามารถโหลดสินค้าไว้ได้เครื่องบินได้เกือบทุกสายการบินที่ผู้ใช้บริการเลือกปลายทาง เช่น ผู้ใช้บริการต้องการส่งสินค้าไปจีน ทางบริษัทต้องจัดหาสายการบินที่บินไปจีนให้ผู้ใช้บริการ ได้แก่ สายการบินขั้นตอนการทำเอกสาร ผู้ใช้บริการต้องมีข้อมูลของสินค้าก่อนจะส่ง แจ้งน้ำหนักทั้งหมด ขนาดของสินค้า ประเภทของสินค้า เมื่อของถึงปลายทาง ผู้ใช้บริการสามารถไปติดต่อสายการบินเพื่อขอรับเอกสารเพื่อไปดำเนินการกับศุลกากรและขอรับสินค้า (“การขนส่งทางเครื่องบิน”, 2561)



ภาพที่ 1.12: บริษัท AVIGO EXPRESS



3. ทางบกคือรถเทรนเลอร์ เราจะใช้บริการบริษัทเราเอง ในการขนส่งสินค้าทางบก โดยทางรถเทรนเลอร์จะรับสินค้าจากผู้ให้บริการไปยังปลายทางที่ผู้ให้บริการต้องการได้ บรรจุใส่ตู้คอนเทนเนอร์ในการขนส่ง

ภาพที่ 1.13: รถหัวลากและหางลาก



### เป้าหมายการดำเนินงาน

ตั้งเป้าหมายระยะสั้น 1-2 ปี

- มีการจัดอบรมพนักงานของบริษัทเพื่อ เพิ่มประสิทธิภาพในด้านบริการ ผู้ใช้บริการประทับใจ ตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้บริการ และจัดอบรมพนักงานขนส่งเพื่อสามารถขับรถได้อย่างมีประสิทธิภาพ เคารพกฎ

จรรยาบรรณมากขึ้น ใจเย็นเวลาขับรถมากขึ้น นำเรื่องยาเสพติดมาอบรมเพื่อให้ตระหนักถึงผลเสียที่จะตามมา ภายหลัง โดยจะมีการจัดอบรมพนักงานปีละสองครั้ง

- มีการตรวจสุขภาพประจำปี เพื่อป้องกันผู้ที่ข้องเกี่ยวกับยาเสพติดหรือโรคติดต่อที่รุนแรง
- สร้างตราบริษัทให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ใช้บริการมากขึ้นเท่าตัว
- จัดทำช่องทางการติดต่อทางอินเทอร์เน็ตให้เพิ่มขึ้น เช่น WEBSITE, FACEBOOK,

INSTAGRAM, TAOBAO, EMAIL, ALIBABA

ตั้งเป้าหมายระยะกลาง 5 ปี

- เริ่มขยายธุรกิจโดยการติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน CLMV คือ ประเทศกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม
- เพิ่มสินทรัพย์ และรถหัวลาก ทางลากในการดำเนินกิจการเพิ่มขึ้น 10 เปอร์เซ็นต์ทุกๆปี
- ขยายที่ทำงานและเพิ่มจำนวนพนักงานมากขึ้น 5 เปอร์เซ็นต์
- ซื้อที่ดินเพื่อทำลานจอดรถหัวลากของกิจการ
- เพิ่มเม็ดเงินในบริษัทโดยการระดมทุนของสถาบันการเงิน
- สร้างพันธมิตรในธุรกิจเพื่อร่วมมือกันกำหนดราคามีอำนาจในการตั้งราคา ลดอำนาจการต่อรองราคาของผู้ใช้บริการ

ตั้งเป้าหมายระยะยาว 10 ปี

- ติดอันดับ บริษัทของเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ หนึ่งในร้อยของประเทศไทย
- ด้านเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์และชิปปิงจากเดิมผู้ใช้บริการเดือนละหลักร้อยชุดงาน เพิ่มจำนวน

เป็นหลักพันชุดงาน

- ด้านขนส่งจากเดิมที่ลูกค้ามีสิทธิต่อรองราคาทำให้ลูกค้าต่อรองราคาไม่ได้เพราะบริษัทเป็นผู้

ให้บริการรายใหญ่ในประเทศ

- มีกำไรเพิ่มขึ้นจากการดำเนินงาน 10 เปอร์เซ็นต์ ทุกๆปี
- มีเงินลงทุนเพิ่มขึ้น 5 เปอร์เซ็นต์ ทุกๆเดือน

### 1.3 ระยะเวลาดำเนินการศึกษาวิจัยธุรกิจ

เริ่มศึกษา ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม ถึงเดือน ตุลาคม รวมระยะเวลาที่ศึกษาทั้งหมด ....3....  
เดือน ตารางระยะเวลาการดำเนินการ

ตารางที่ 4.1: ตารางระยะเวลาการดำเนินการศึกษาวิจัยธุรกิจ

ลำดับ	กิจกรรม	พ.ศ. 2561					
		ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	เสนอความคืบหน้าของโครงการพบอาจารย์ที่ปรึกษา						
2	เริ่มร่างรายงานวิจัย						
3	เริ่มออกแบบเครื่องมือ และเก็บแบบสอบถาม						
4	วิเคราะห์ผลด้วย						
5	เขียนรายงานบทที่ 1						
6	เขียนรายงานบทที่ 2						
7	เขียนรายงานบทที่ 3						
8	เขียนรายงานบทที่ 4						
9	เขียนรายงานบทที่ 5						
10	ตรวจสอบ อักษรวิสุทธิ						
11	ส่งตัวเล่ม ดำเนินการแก้ไข นำข้อมูลเข้าระบบ						

## บทที่ 2

### วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม

สภาพแวดล้อมจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาทำให้มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจได้ เพื่อให้ผู้บริหารจะสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้นั้น ต้องรู้จักวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆที่เกิดขึ้นกับธุรกิจของบริษัท ดังนั้นองค์กรควรช่วยกันวิเคราะห์กับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยกัน เพื่อประเมินสถานการณ์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ภายในองค์กร และสามารถนำไปวิเคราะห์กลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ตาม วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ การวิเคราะห์ของ บริษัท โยธา โลจิสติกส์ จำกัด ดังต่อไปนี้

#### 2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายด้วยโมเดล 6W1H

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายด้วยโมเดล 6W 1H ANALYSIS MODEL คือ เป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะใช้สำหรับการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภค ( Consumer Behavior ) สามารถทำให้ทราบว่าข้อมูลของผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคในการใช้บริการ เพื่อที่จะนำมาช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์ของบริษัทนั่นเอง

##### 2.1.1. WHO : ใครคือกลุ่มเป้าหมายของบริษัท

###### 1. กลุ่มเป้าหมายหลัก

กลุ่มเป้าหมายหลักคือ SHIPPER ผู้ใช้บริการที่ต้องการนำเข้าส่งออกสินค้าต่างประเทศ โดยเฉพาะปัจจุบันบริษัทมีบริการ ด้านผลไม้ส่งออกมะพร้าวทุเรียนและเงาะเป็นหลัก ด้านเกษตรส่งออกปุย ด้านเนื้อสัตว์ส่งออกไก่สดแช่แข็ง ด้านอื่นๆเช่น แร่และบริการขนส่งอย่างเดียว บริการขนส่งในประเทศเป็นหลัก

###### 2. กลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มเป้าหมายรองคือ FREIGHT FORWARDER ด้วยกัน ใช้บริการของเรา ดังนั้นอาจจะมีความบริการที่ถูกลงและง่ายต่อการทำงานของบริษัทที่มาใช้บริการของบริษัทเรา เพราะบริษัทที่มาจ้างบริษัทเราไม่ต้องทำอะไรเกี่ยวกับเอกสารสักนิดแต่กลับได้กำไร



### 2.1.2 WHAT : บริการคืออะไร บริการมีจุดเด่นอะไร

บริการมี 3 อย่าง จุดเด่นก็คือ มีการบริการนำเข้าสู่ออกที่ครบวงจร สำหรับผู้ใช้บริการที่ต้องการส่งออกสินค้าไปประเทศจีน ทางเราจะเป็นคนดำเนินการให้โดยที่ผู้ใช้บริการไม่ต้องทำอะไรเลยนอกจากจ่ายค่าดำเนินการอย่างเดียว ตั้งแต่คุยกับสายเรือ ดำเนินการเรื่องเอกสาร ติดต่อศุลกากร และจัดการเรื่องรถขนส่งไปรับสินค้าต้นทางที่ลูกค้าและนำสินค้าไปคืนที่ท่าเรือเพื่อที่จะนำของผู้คอนเทนเนอร์ที่บรรจุสินค้าขึ้นเรือ หรือทางเครื่องบินจะบรรจุสินค้าใส่กล่อง ตะกร้า เป็นต้น

### 2.1.3 WHEN : ผู้ใช้บริการจะใช้บริการเมื่อไหร่

เมื่อผู้ใช้บริการมีสินค้าเพียงพอที่จะส่งออกสินค้า หรือ ต้องการนำเข้าสู่สินค้าตามที่ได้รับ ออเดอร์ และต้องการที่จะจ่ายเงินอย่างเดียวไม่สามารถที่จะไปหาบริการขนส่งหรืออื่นๆเพิ่ม

### 2.1.4 WHERE : ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการได้จากทางไหน

มีที่ตั้งของสำนักงาน แจกนามบัตร เกิดการแนะนำของผู้ใช้บริการ เบอร์โทรที่ติดไว้หางลากของรถขนส่ง ติดต่อได้ทาง WECHAT, LINE หรือ เบอร์โทรศัพท์

### 2.1.5 WHOM : ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ

ราคามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้ใช้บริการดังนั้นราคาของบริษัทคู่แข่งที่มีราคาสูงกว่า จึงทำให้ผู้ใช้บริการหันมาใช้บริการของเราทดแทน

### 2.1.6 WHY : ทำไมผู้ใช้บริการจึงตัดสินใจใช้บริการของบริษัท

เป็นบริษัทที่มีการบริการครบรูปแบบของการนำเข้าสู่ส่งออกสินค้า ทำให้สะดวกสบายต่อผู้ใช้บริการ

### 2.1.7 HOW : ผู้บริโภคจะใช้บริการอย่างไร

- มีการให้คำแนะนำจากการบริการที่ประทับใจ
- มีราคาที่ต่ำกว่าที่อื่นจากที่ผู้ใช้บริการสอบถามมา
- มีความสะดวกสบายในการดำเนินการ
- มีการบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

## 2.2 วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7 P

### 2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- ผลิตภัณฑ์ทางธุรกิจบริการคือ ทำให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจในการบริการ ตอบสนองความต้องการได้อย่างดี อยากรที่จะกลับมาใช้บริการของบริษัทต่อไปและรักษามาตรฐานของการให้บริการให้ดียิ่งๆขึ้น

### 2.2.2 ด้านราคา (Price)

- จะมีราคาต้นทุนของผู้ใช้บริการตัวผลิตภัณฑ์กับราคาที่เหมาะสมความเหมาะสมที่จะใช้บริการ โดยมีราคาที่ไม่สูงหรือต่ำกว่าจากคู่แข่งมากเกินไป การตัดราคาอาจจะได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นแต่บริษัทจะอยู่ได้ไม่นาน ดังนั้นต้องมีการทราบราคาขายของคู่แข่งเป็นอย่างดีเสมอ การบริการมีความประทับใจทำให้ผู้ใช้บริการเห็นว่าคุ้มค่าต่อการใช้บริการ ราคาค่าบริการ เช่น ราคาเช่าเฟอร์นิเจอร์ไปประเทศจีน โดยสายเรือ ราคาจะอยู่ที่ 52,000 บาท ราคาขนส่งเริ่มต้น 10,000 บาท ตามระยะทาง ราคานี้รวมค่าใช้จ่ายทุกอย่าง ยกเว้นบางกรณีที่มีค่าใช้จ่ายจากทางผู้ใช้บริการ เช่น เปลี่ยนรายละเอียดเอกสารผ่านทางเรากอนเฟิร์มเอกสารไปแล้ว แล้วมีการแก้ไขภายหลังผู้ใช้บริการจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม เบื้องต้นราคาเริ่มต้น 30 + 50 ดอลลาร์สหรัฐ

### 2.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- ด้านที่ตั้งบริษัทสำคัญมากเพราะจะเป็นตัวดึงดูดผู้ใช้บริการที่จะเข้ามาใช้บริการ บริเวณรอบข้างคู่แข่งต้องไม่ติดกันมากเกินไปเพราะอาจทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกมากขึ้น สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเข้าออกได้หลายทาง เดินทางไปท่าเรือสะดวก เดินทางขึ้นทางด่วนสะดวก กรณีที่ลูกค้าต้องการเปิดตรวจดูสินค้าสามารถไปจัดการได้อย่างรวดเร็ว และเบอร์โทรศัพท์ที่ติดไว้กับรถขนส่งทำให้ผู้ที่ยังไม่เคยได้ใช้บริการอาจจะอยากทดลองใช้

### 2.2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotions)

- มีการจัดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการเฟอร์นิเจอร์บริการซิปป์ที่ใช้บริการของขนส่งเพิ่ม มีการลดราคาเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ เช่น ค่าเอกสารทั้งหมดในการส่งออกราคา 52,000 บาท แต่ถ้าเพิ่มบริการขนส่ง 12,000 บาท จะลดราคา 1,000 บาทต่อเอกสาร 1ชุด จากเดิมที่ต้องจ่าย 52,000 + 12,000 = 64,000 บาท ทำให้ลดค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการเป็น 63,000 บาท

- กรณีลูกค้ามีค่าใช้จ่ายของทางสายเรือเพิ่มขึ้นมาทางบริษัทจะทำเรื่องขอลดค่าใช้จ่ายกับทางสายเรือให้ทันทีทางเรามีอำนาจในการต่อรองราคากับเรือเพราะหนึ่งเดือนมีปริมาณของตู้ที่ใช้กับสายเรือ

หลายร้อยตู้

### 2.2.5 ด้านบุคคลหรือด้านพนักงาน (People Or Employee)

- ด้านพนักงานที่ทำเอกสารทั้งหมด บุคลากรมีความชำนาญในการทำงานด้านนี้เป็นอย่างมาก เพราะมีประสบการณ์ทำงานมากกว่าสิบปี สามารถแก้ไขปัญหาได้ทุกๆ เรื่องกับปัญหาที่ต้องเจอสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับที่รู้เรื่อง สื่อสารภาษาจีนได้ มีการเก็บอารมณ์ในขณะที่ไม่พอใจกับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี

- ด้านพนักงานส่งเอกสารมีการชำนาญเส้นทางในกรุงเทพเป็นอย่างดีสามารถส่งเอกสารทุกอย่างได้ตรงตามเวลาที่กำหนด

### 2.2.6 ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence / Environment and Presentation)

- สถานที่ให้บริการสามารถรองรับลูกค้าได้เป็นจำนวนมากเพราะมีทั้งหมด 4 ชั้น มีการจัดโซนอย่างเป็นระเบียบง่ายต่อการใช้บริการ มีโซนสำหรับให้ผู้ให้บริการได้พักผ่อนซิบซายกาแฟในห้องรับรอง

### 2.2.7 ด้านกระบวนการ (Process)

- พนักงานสามารถจดจำผู้ใช้บริการได้ทุกคนและจำข้อมูลได้ทั้งหมดของผู้ใช้บริการ
- มีการให้บริการที่รวดเร็ว

## 2.3 การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน

ธุรกิจมีจุดแข็ง ดังนี้

1. บริษัทมีบริการแบบครบวงจรในเรื่องการนำเข้าส่งออกสินค้า บริการชิปปิ้ง บริการขนส่ง
2. บริษัทมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี
3. ลูกค้ามั่นใจในบริการและเป็นลูกค้ามาอย่างยาวนาน
4. รถที่ใช้ขนส่งเป็นรถใหม่ มีการติด GPS ไว้ติดตามได้
5. ที่ตั้งบริษัทอยู่ใกล้กับท่าเรือกรุงเทพทำให้ง่ายต่อการส่งเอกสาร
6. ลานจอดรถอยู่ที่ จังหวัด ชลบุรี ทำให้ง่ายต่อการลากตู้คอนเทนเนอร์ที่ท่าเรือแหลมฉบัง
7. ทุกคนในบริษัทมีการใช้งานสื่อสารด้วยอินเทอร์เน็ตได้ดี และกรณีที่ต้องติดต่อกับชาวต่างชาติ ยังใช้ WECHAT ได้ทุกคนทำให้ง่ายต่อการติดต่อกับลูกค้าคนจีน

### ธุรกิจมีจุดอ่อน ดังนี้

1. สถานที่จอดรถหัวลาก ทางลากไม่เพียงพอเพราะเอาไปจอดร่วมกับบริษัทอื่นที่เป็นพันธมิตรกัน
2. กรณีที่มีการลากสินค้าที่กรุงเทพทำให้มีค่าใช้จ่ายที่สูงเพราะต้องวิ่งรถจากแหลมฉบังมาท่าเรือกรุงเทพ
3. ไม่มีโซเชียล ในการโปรโมทบริษัท เช่น FACEBOOK , LINE , INSTAGRAM , WEBSITE
4. การจัดเก็บข้อมูลยังเป็นเอกสารอยู่ยังไม่มีระบบที่สามารถจัดเก็บได้

### 2.4 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า ( Value Chain Analysis ) เป็นกระบวนการที่ใช้สำหรับ บริษัท องค์กร เพื่อทำการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆในขั้นตอนสุดท้ายที่เกิดจากการนำขั้นตอนต่าง ๆ นั้นมา วิเคราะห์กิจกรรมภายในบริษัทหรือองค์กร ของกระบวนการบริการ กระบวนการขนส่ง จะต้องมองเห็นว่า ปัญหาต่างๆของภายในว่ามีตรงไหนบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานหรือข้อด้อย ถ้าหากหาจุดบกพร่องเจอแล้วก็จะได้แก้ไขให้ตรงจุดว่าควรแก้ยังไง อย่างไร และวิธีแบบไหน เพื่อทำให้นั้นบริษัทมีข้อได้เปรียบจาก คู่แข่งขัน เพื่อลดต้นทุนของบริษัทสามารถทำให้บริษัทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเมื่อเราแก้ปัญหาตรงจุด แล้วจนบริษัทมีข้อผิดพลาดที่น้อยหรืออาจจะไม่มีจะทำให้ได้เปรียบจากคู่แข่ง

MICHAEL PORTER ได้นำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวกับ รูปแบบห่วงโซ่คุณค่า “ Value chain Model ” ในปี 1985 ซึ่งระบบห่วงโซ่คุณค่าเป็นรูปแบบการบริหารงานในทุกกิจกรรมภายในบริษัท ที่ดำเนินการเกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบริการ Value chain เกิดขึ้นจากกิจกรรมหลัก ที่เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนสุดท้ายโดยได้รับการสนับสนุนจากกิจกรรมสนับสนุนที่ช่วยเพิ่มมูลค่าในทางอ้อม ตัวอย่างดังนี้ (เอกกมล เอี่ยมศรี, 2561)

ภาพที่ 2.1: กิจกรรมหลัก



ที่มา : Michael E.Porter (1985)

กิจกรรมหลัก ( Primary Activity ) ประกอบไปด้วย

1. สินค้าขาเข้า คือ การจัดการสินค้าขาเข้าเกี่ยวข้องที่ประกอบไปด้วย การวางแผนการบริการ โดยบริษัทของเราจะจัดหาบริการที่เหมาะสมให้กับผู้ใช้บริการทุกประเภท
2. การดำเนินงาน คือ การดำเนินงานของบริษัทที่ทำให้เปลี่ยนปัจจัยของการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ของขั้นสุดท้าย สำหรับบริษัท เป็นการตรวจเช็คความเรียบร้อยของ สายเรือ เครื่องบิน รถขนส่ง ว่ามีบริการสำหรับการให้บริการหรือไม่
3. สินค้าขาออก คือ การจัดการสินค้าขาออกที่ประกอบไปด้วย การบริหารตัวบริการ การบริการของบริษัท เพื่อนำมาจัดหาบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้ใช้บริการรวมถึงการหาบริการใหม่ๆเข้ามาในบริษัท
4. การตลาด คือ การตลาดและการขายของบริษัท มีส่วนประกอบดังนี้ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคาของบริการ สถานที่ให้บริการ การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการให้บริการจะมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน มีการลดราคาของการให้บริการต่างๆราคาไม่สูงจนเกินไป
5. การบริการ คือ การบริการของบริษัทที่สำคัญผู้บริการจะให้ความสำคัญการผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก บริษัทจะคัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์มาก มีสังคมการติดต่อที่มาก เช่น สนิทกับสายเรือ สนิทกับคนทำงานทางเครื่องบิน จะทำให้การทำงานง่ายขึ้น มีการติดตามข้อมูลของศุลกากรอย่างสม่ำเสมอเพื่อจะสามารถให้บริการผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็วถูกต้องและเหมาะสมกับผู้ใช้บริการแต่ละคน

กิจกรรมสนับสนุน ( Supporting Activities ) ประกอบไปด้วย

1. การจัดการองค์กร
2. การบริหารบุคลากร
3. การพัฒนาเทคโนโลยี
4. การจัดซื้อ
5. ความเสี่ยงที่อาจมาจากปัจจัยแวดล้อมภายในของบริษัท

## 2.5 ความเสี่ยงที่อาจเกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

1. อาจมีการทะเลาะเบาะแว้งในบริษัททำให้อาจมีผลกระทบต่อบริษัทได้
2. ยังไม่มีการเก็บข้อมูลลูกค้าที่เป็นระบบแต่เป็นเอกสารทำให้การหาข้อมูลแต่ละครั้งใช้เวลานาน
3. ที่จอดรถทรนเลอร์อยู่ไกลจากบริษัททำให้สารสีอาจมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นได้



## บทที่ 3

### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจจะอธิบายถึงผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ทำให้เกิดโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ เพื่อที่จะนำสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจมาปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นประโยชน์มากที่สุดไม่ว่าจะเป็น ด้านโอกาส ด้านอุปสรรค ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านกฎหมาย ด้านคู่แข่ง

#### 3.1 การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค

ธุรกิจมีโอกาส ดังนี้

1. การบริการครบวงจรของเรา ทำให้ลูกค้าต้องการใช้บริการอย่างมากสามารถทำให้ผู้ใช้บริการสะดวกสบายสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างดี
2. ได้มีการเปิดประชาคมอาเซียนขึ้นทำให้มีผู้ต้องการที่จะนำเข้าและส่งออกสินค้าคาดว่าจะเพิ่มขึ้น
3. พนักงานบริษัทสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้ทำให้ลูกค้าอยากจะใช้บริการของเราเพราะคนจีนสื่อสารภาษาอังกฤษไม่ค่อยได้เท่าที่ควร

ธุรกิจมีอุปสรรค ดังนี้

1. คู่แข่งขันเพิ่มขึ้นจำนวนมาก
2. มีการถูกเปิดตรวจของตู้สินค้าบ่อยทำให้บางที ตู้ไม่ทันสายเรือต้องตกเรือในที่สุด
3. สภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการขนส่ง อาจทำให้สินค้าเสียหายได้

#### 3.2 การวิเคราะห์ภาพกว้างของตลาด PESTLE Framework

คือเครื่องมือวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกเราไม่สามารถควบคุมได้เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการใช้กลยุทธ์ ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านกฎหมาย

##### 3.2.1 ด้านการเมือง

ด้านกระทรวงพาณิชย์ มีการเจรจาทำเขตการค้าเสรีเพื่อสร้างมูลค่าของสินค้าและบริการของการส่งออก เพื่อปกป้องประโยชน์ทางการค้าและต้องการเพิ่มพัฒนาคุณภาพของผู้ประกอบการ เช่น ผลของ

การเจรจาของ FTA ไทย-ตุรกีรอบ 3 ผ่านฉลุย เพื่อขยายโอกาสการส่งออกของสินค้าในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น ผัก ผลไม้ ชิ้นส่วนรถยนต์ สินค้าเกษตร และอุตสาหกรรม ฯลฯ (“การกำหนดนโยบายกระทรวงการค้า”, ม.ป.ป.)

ภาพที่ 3.1: เจรจา FTA ไทยตุรกี

## เจรจา FTA ไทย-ตุรกีรอบ 3 ฉลุย “พาณิชย์” หวังใช้ตุรกีเป็นเกตเวย์ส่งออกสินค้าไทย

วันที่ 27 April 2018 - 15:35 น.

37  
SHARES

f Facebook 37

Twitter

G+ Google+

LINE



### 3.2.2 ด้านเศรษฐกิจ

อัตราของการแลกเปลี่ยนที่ไม่เท่ากันของแต่ละวันทำให้บางวันอาจจะได้กำไรหรือขาดทุน เศรษฐกิจมีการชบเซาประชาชนมีกำลังซื้อน้อยทำให้ประชาชนจะไม่กล้าซื้อสินค้าที่มากเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา (กระทรวงพาณิชย์, 2558)



## ภาพที่ 3.2: อัตราการแลกเปลี่ยน

อัตราและค่าธรรมเนียม อัตราทั้งหมด    ค่าธรรมเนียมทั้งหมด

**อัตรา**

- อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
- อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก
- อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ
- อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสกุลเงินไทย
- อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสกุลเงินต่างประเทศ
- อัตราซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า
- อัตราแลกเปลี่ยน K-Merchant (DCC)
- ราคารับซื้อ/ขายตราสารหนี้ในตลาดรอง

### อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

วันที่ 06 กรกฎาคม 2561 เวลา 11:17:19 รอบที่ 3 อัตราปัจจุบัน

ดูย้อนหลัง    รอบที่ สุดท้าย ▼

CURRENCY	Bank Buying Rate			Bank Selling Rate		
	TRAVELLERS' CHEQUES	EXPORT SIGHT BILL	TELEK TRANSFER	BANK NOTES	TT&DRAFT T/CHEQUES	BANK NOTES
USD 1 USD - 1	32.95	32.95	33.05	31.91	33.35	33.36
USD 5-20 USD - 5-20	32.95	32.95	33.05	32.30	33.35	33.36
USD 50-100 USD - 50-100	32.95	32.95	33.05	32.74	33.35	33.36
AED UAE Dirham	-	8.61	8.640	7.58	9.47	9.50000
AUD Australian Dollar	23.96014	23.96014	24.04300	23.75064	24.97825	25.17825
BDT Taka	-	-	-	-	-	-
BHD Bahraini Dinar	-	-	-	62.5225	-	88.89625
BND Brunei Dollar	-	23.9700	24.0600	23.67825	24.83125	24.93125

### 3.2.3 ด้านสังคม

ประชากรไทยนิยมสินค้าที่มาจากต่างประเทศ เพราะคิดว่าสินค้านำเข้าเข้ามามีคุณภาพดูหรูหรา ผู้ที่ซื้อสินค้าจะทำให้สังคมมองว่าดูมีรสนิยมที่ดีและมีรายได้ที่สูง

### 3.2.4 ด้านเทคโนโลยี

ในปัจจุบันคนในสังคมมีการใช้ระบบของอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงระบบการติดต่อสื่อสารได้ไวยิ่งขึ้นและสะดวกรวดเร็ว

## ภาพที่ 3.3: การเติบโตของผู้ใช้เทคโนโลยี



### 3.2.5 ด้านสิ่งแวดล้อม

มีมลพิษทางอากาศเพิ่มขึ้นจากการขนส่งที่เพิ่มขึ้น มีการใช้รถขนส่งเพิ่มมากขึ้นและตัวแป้คเก็จที่ห่อหุ้มสินค้า เช่น พลาสติก กล่อง ที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ขยะเพิ่มมากขึ้น

### 3.2.6 ด้านกฎหมายและภาษีอากร

รัฐบาลได้มีมาตรการในการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ประกอบการที่นำรายจ่ายมาหักภาษีได้ 1.15 เท่าแต่มีเงื่อนไขคือ บริษัทต้องมีรายได้ไม่เกิน 100 ล้านบาท (POSTTODAY, 2560)

ภาพที่ 3.4: โครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

**ผลกระทบจากการปรับปรุงโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาปี 2560**  
(จำแนกตามช่วงเงินได้สุทธิ) หน่วย: บาท

เงินได้สุทธิ	เดิม	ใหม่	*จำนวนผู้เสียภาษี ปี 2557 (ล้านคน)	**ลดภาระภาษีต่อราย	รัฐสูญเสียรายได้ (ล้านบาท)
0-150,000	ยกเว้น	ยกเว้น	6.3	0	0
150,001-300,000	5	5	2	3,500	7,000
300,001-500,000	10	10	0.98	3,500	3,430
500,001-750,000	15	15	0.5	3,500	1,750
750,001-1,000,000	20	20	0.2	3,500	700
1,000,001-2,000,000	25	25	0.2	3,500	700
2,000,001-4,000,000	30	30	0.05	3,500	175
4,000,001-5,000,000	<b>35</b>	<b>30</b>	<b>0.03</b>	<b>53,500 ?</b>	<b>1,605</b>
5,000,001 ขึ้นไป	35	35			
รวม			10.26		15,360

ที่มา: กรมสรรพากร  
หมายเหตุ: \*ปีภาษี 2557 ขึ้นแบบก.ว.ด.90-91 ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. -1 เม.ย. 2558  
\*\*ค่าใช้จ่ายเพิ่มจาก 60,000 บาท เป็น 100,000 บาท, ค่าลดหย่อนเพิ่มจาก 30,000 บาท เป็น 50,000 บาท รวมค่าใช้จ่าย และค่าลดหย่อนที่เพิ่มขึ้น 70,000 บาท  
เริ่มมีผลบังคับใช้ปีภาษี 2560 ขึ้นแบบก.ว.ด.90-91 ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. -1 เม.ย. 2561



### 3.3 ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

#### กลุ่มเป้าหมายหลัก ( Primary Target Group )

กลุ่มเป้าหมายหลักคือ SHIPPER ผู้ใช้บริการที่ต้องการนำเข้าสู่ส่งออกสินค้านอกประเทศ โดยเฉพาะปัจจุบัน บริษัทที่มีการบริการ ด้านผลไม้ส่งออกมะพร้าวทุเรียนมะม่วงและเงาะเป็นหลัก ด้านเกษตรส่งออกปุย ด้านเนื้อสัตว์ส่งออกไก่สดแช่แข็ง และบริการขนส่งภายในประเทศ

#### กลุ่มเป้าหมายรอง ( Secondary Target Group )

กลุ่มเป้าหมายรองคือ FREIGHT FORWARDER ด้วยกัน ใช้บริการของเรา ดังนั้นอาจจะมีค่าบริการที่ถูกกว่าและง่ายต่อการทำงานของบริษัทที่มาใช้บริการของบริษัทเรา เพราะบริษัทที่มาจ้างบริษัทเราไม่ต้องทำอะไรเกี่ยวกับเอกสารเลยสักนิดแต่กลับได้กำไรโดยที่ไม่ต้องทำอะไร

### 3.4 คู่แข่งและการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันในตลาดเฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์ ได้มีความเข้มข้นมากขึ้น เนื่องด้วยรูปแบบธุรกิจที่เริ่มมีการปรับตัวกันมากขึ้นจากผู้ประกอบการรายใหญ่คือชาวต่างชาติทำให้ที่มีเทคโนโลยีที่ดีกว่าทันสมัยกว่า ส่งผลให้การบริการแบบครบวงจรประหยัดต้นทุนของผู้ใช้บริการผู้ประกอบการรายใหญ่สามารถที่ตัดราคาแข่งขันได้และมีพันธมิตรมาก หากบริษัทไหนเล็กๆอาจจะถูกตัดราคาและปิดตัวลงในที่สุด เพราะบริษัทเล็กๆจะถูกจำกัดทางด้านเงินทุนและด้านพันธมิตร (ที่มา ศูนย์วิจัยกสิกรไทย) ธุรกิจมีการเปิดอย่างต่อเนื่องเพราะใช้เงินลงทุนไม่มากทำให้บุคคลที่พอมีความรู้ในงานเอกสารนำเข้าส่งออกสามารถมาเปิดได้เองเพราะเอกสารบางอย่างสามารถจ้างบริษัทอื่นๆทำได้โดยที่เราคิดกำไรจากการจ้างบริษัทอื่นนั่นเอง (ธนาคารกสิกรไทย, 2560)

ภาพที่ 3.5: ข้อมูลวิจัย



### รายชื่อบริษัทคู่แข่งชั้น

- บริษัท รัชต์ธนา เฟรท พอร์เวดอ้ง จำกัด
- บริษัท เอส เอ็น พี ชิปปิง กรุ๊ป จำกัด
- บริษัท เพอร์เฟคท์ คอนโทรล จำกัด
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด พัทธ์ชัยพรชนสง
- บริษัท แมกนุส ลอจิสติก จำกัด
- บริษัท หาดใหญ่ โอ พี 2012 เอ็กซ์เพรส จำกัด
- บริษัท เสนาะ แอ่งไกลไทย ชิปปิง บริการ จำกัด
- เอพี ทรานสปอร์ต
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอส ที พี แอ็ดวานซ์ ทรานสปอร์ต
- บริษัทอยู่เก่ง จำกัด
- บริษัท อินโน คาร์โก้ จำกัด
- บริษัท เจริททรานส์ โกลบอล โลจิสติกส์ จำกัด

### 3.5 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยส่วนมากการนำเข้าส่งออกจะขนส่งทางเรือโดยส่วนมาก และถ้าขนส่งผลไม่ไปจีนและฮ่องกง ทางเราจะได้ค่าใช้จ่ายพิเศษจากสายเรือถูกกว่า เฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์เจ้าอื่นๆ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งน้อยกว่าเจ้าอื่นและในการขนส่งออกนอกประเทศจะต้องมีการรถในการขนส่งแต่บริษัทของเรามีบริการรถขนส่งไว้ให้เรียบร้อย ถ้าวัดได้เปรียบที่ว่าแค่มาหาเราท่านก็ได้รับบริการที่สะดวกสบายมั่นคงและมีปลอดภัย

### 3.6 ความเสี่ยงที่อาจเกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

- มีการตัดราคากันเกิดขึ้นบ่อยครั้งจากวงธุรกิจ
- สภาพอากาศกรณีที่ฝนตก ทำให้การขนส่งสินค้าขึ้นรถอาจเกิดความเสียหายได้
- กรณีที่รถขนส่งยางแตก หรือ เบรกแตกอาจทำให้สินค้าในตู้ได้รับความเสียหาย
- การติดเวลาของรถใหญ่ทำให้จะไม่ค่อยกำหนดเวลาที่แน่นอนในการขนส่งได้มากนัก
- สภาพเศรษฐกิจซบเซาทำให้ผู้ใช้บริการไม่กล้าที่จะนำเข้ามาขายมากนัก

- แหล่งผลิตของผู้ใช้บริการของอาจจะขาดทำให้ยอดบางเดือนลดลง เช่น ผู้ใช้บริการส่งออกมะพร้าว แต่ฤดูผลไม้หมดจะต้องรอผลผลิตอีกหลายเดือนในการส่งออก



## บทที่ 4

### ผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญ ในการนำไปส่งเสริมให้ให้บริษัทโยดา โลจิสติกส์ จำกัด มีความก้าวหน้าที่เพิ่มขึ้น โดยมีลูกค้าทั้งคนไทยและคนจีนเป็นจำนวนมากในการนำเข้าและส่งออกสินค้า กระบวนการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลทั่วไปของกลุ่ม ตัวอย่าง และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้ บริการของบริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด การนำเสนอในบทนี้จะจำแนกการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวม ได้ออกเป็น 3 ตอนได้แก่ 1.ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2.ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ และ 3.การวิเคราะห์จำแนกระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพ การให้บริการจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ทั้งนี้ในการนำเสนอค่าเฉลี่ยของประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาครั้งนี้จะใช้เกณฑ์ในการตีความหมายค่าเฉลี่ยที่มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด

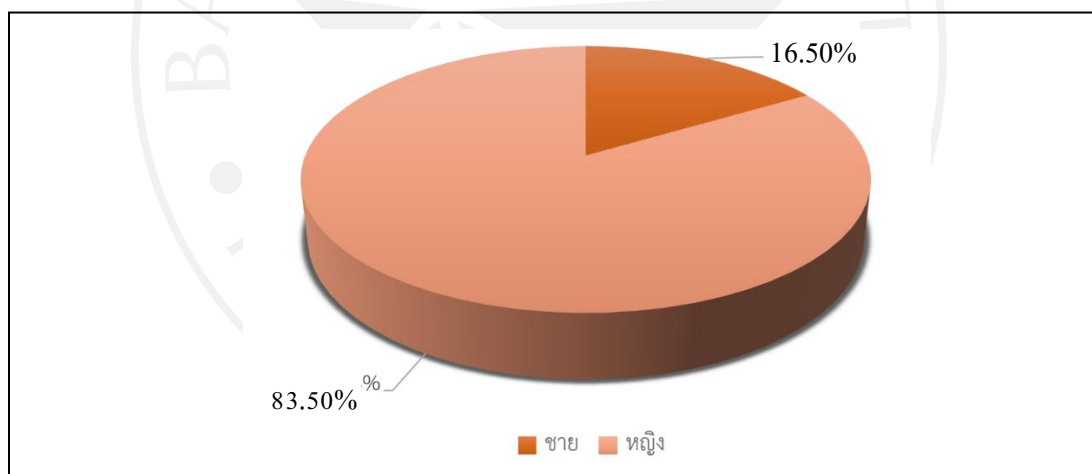
#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนนี้จะนำเสนอข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะการดำเนินการของผู้ใช้บริการ ประเภทของสินค้าหลักของบริษัท ประเภทของบริหารที่เลือกใช้ เนื่องจากลูกค้าหลักเป็นกลุ่มธุรกิจจริงๆที่ไม่ใช่บุคคลแต่เป็นกลุ่มของบริษัท ที่ใช้บริการบริษัทของเรา จะมีการคนจัดซื้อ แต่การสัมภาษณ์ครั้งนี้ได้เจาะกลุ่มไปที่ผู้จัดซื้อโดยอยู่ระดับ ปฏิบัติการงานขึ้นไปที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก บริษัทชิปปิงเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ขนส่ง รวมถึงลักษณะ การใช้บริการที่เกี่ยวข้อง สามารถนำเสนอได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	33	16.50
หญิง	167	83.50
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>

ภาพที่ 4.1: แผนภูมิวงกลมแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

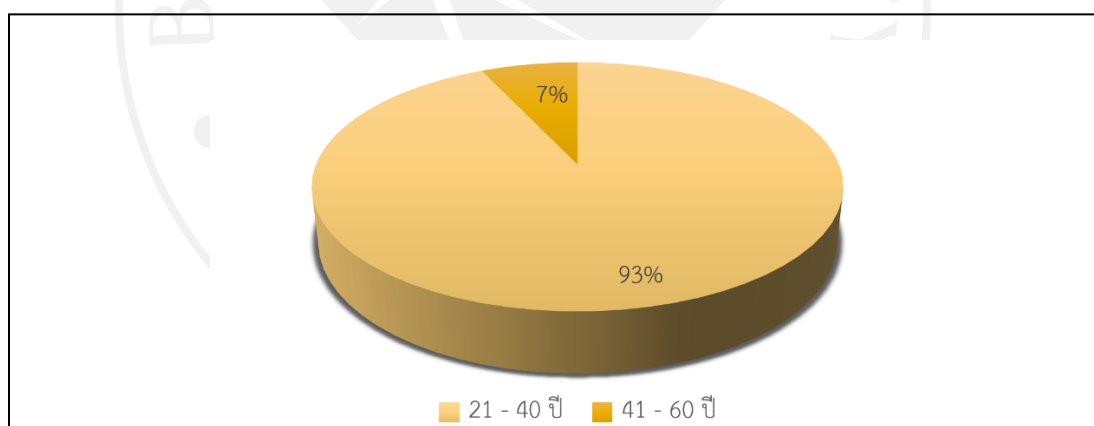


จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีร้อยละ 83.50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีเพียงร้อยละ 16.50

ตารางที่ 4.3: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>อายุ</b>		
21 – 40 ปี	186	93.00
41 – 60 ปี	14	7.00
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>

ภาพที่ 4.2: แผนภูมิวงกลมแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ



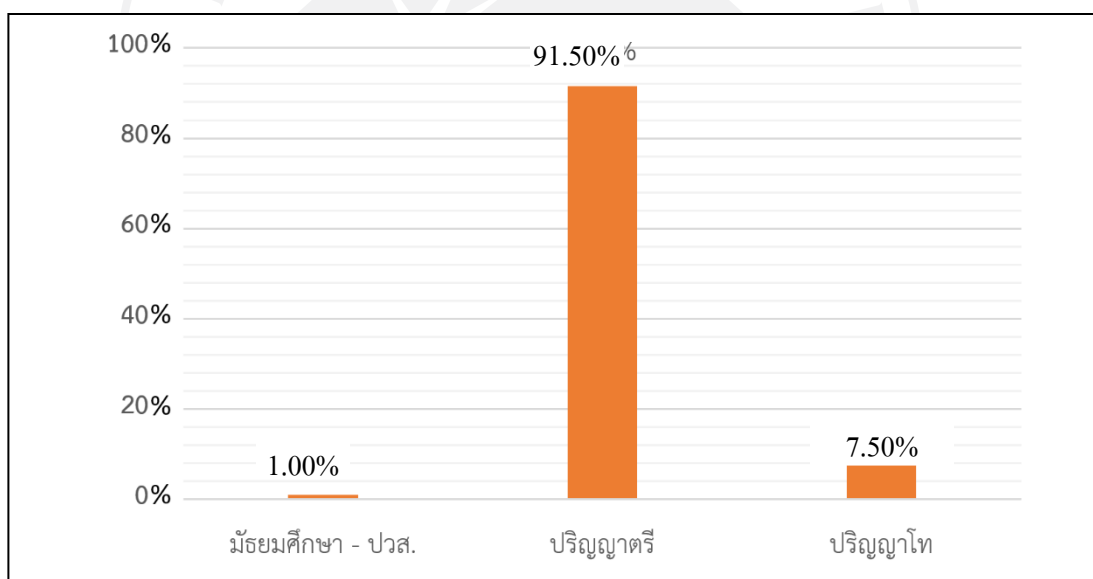
จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี โดยมีร้อยละ 93.00 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 41 – 60 ปี มีร้อยละ 7.00 สาเหตุที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่อายุน้อยกว่า 20 ปี และมากกว่า 60 ปี เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นบุคคลในวัยทำงานเป็นหลัก



ตารางที่ 4.4: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษา – ปวส.	2	1.00
ปริญญาตรี	183	91.50
ปริญญาโท	15	7.50
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>

ภาพที่ 4.3: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

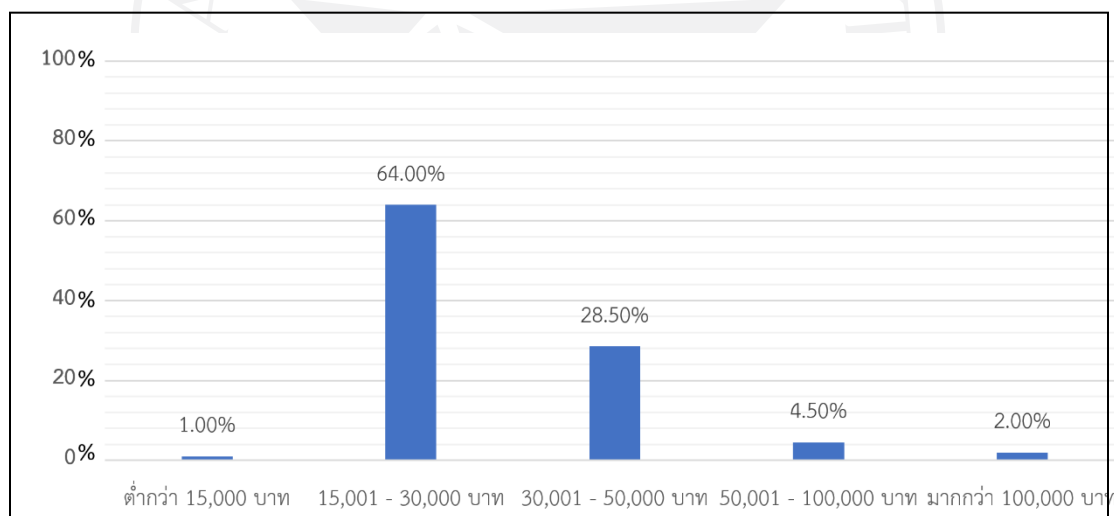


จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีร้อยละ 91.50 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 7.50 และมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา – ปวส. ในระดับน้อยที่สุด โดยมีร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.5: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>รายได้</b>		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	2	1.00
15,001 – 30,000 บาท	128	64.00
30,001 – 50,000 บาท	57	28.50
50,001 – 100,000 บาท	9	4.50
มากกว่า 100,000 บาท	4	2.00
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>

ภาพที่ 4.4: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

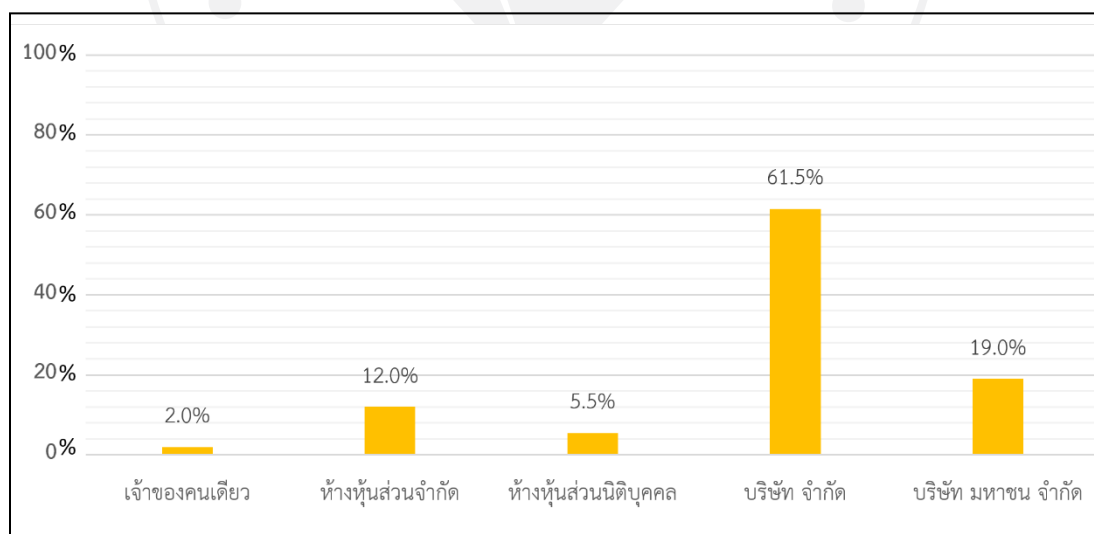


จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามรายได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 64.00) อันดับที่สอง มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท (ร้อยละ 28.50) อันดับที่มีรายได้ 50,001 – 100,000 บาท (ร้อยละ 4.50) อันดับที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท (ร้อยละ 2.00) และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.00)

ตารางที่ 4.6: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการดำเนินการของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>ลักษณะการดำเนินการของผู้ใช้บริการ</b>		
เจ้าของคนเดียว	4	2.00
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	24	12.00
ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล	11	5.50
บริษัท จำกัด	123	61.50
บริษัท มหาชน จำกัด	38	19.00
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>

ภาพที่ 4.5: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการดำเนินการของผู้ใช้บริการ



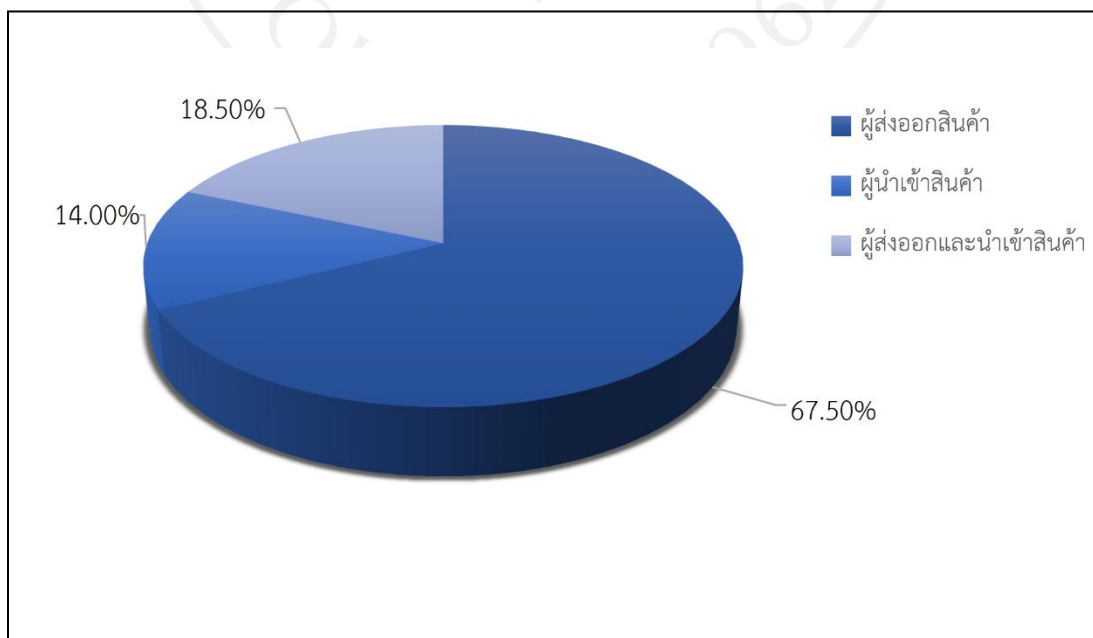
จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะการดำเนินการของผู้ใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินการเป็นบริษัท จำกัด จำนวนมากที่สุด (ร้อยละ

ละ 61.50) อันดับที่สอง มีการดำเนินการเป็นบริษัท มหาชน จำกัด (ร้อยละ 19.00) อันดับที่สาม มีการดำเนินการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด (ร้อยละ 12.00) อันดับทีสี่ มีการดำเนินการเป็นห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล และอันดับที่ห้า มีการดำเนินการเป็นเจ้าของคนเดียว จำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.00)

ตารางที่ 4.7: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะบริษัทของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>ลักษณะบริษัทของผู้ใช้บริการ</b>		
ผู้ส่งออกสินค้า	135	67.50
ผู้นำเข้าสินค้า	28	14.00
ผู้ส่งออกและนำเข้าสินค้า	37	18.50
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>

ภาพที่ 4.6: แผนภูมิวงกลมแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะบริษัทของผู้ใช้บริการ

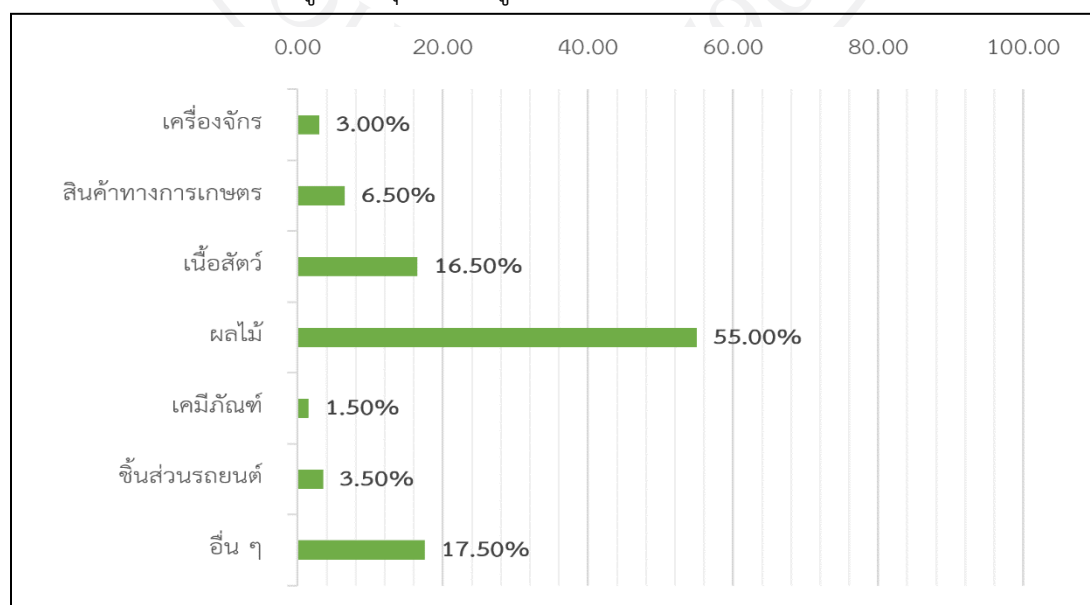


จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะของบริษัทผู้ให้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นบริษัทผู้ส่งออกสินค้า (ร้อยละ 67.50) รองลงมาเป็นบริษัทผู้ส่งออกและนำเข้าสินค้า (ร้อยละ 18.50) และจำนวนน้อยที่สุดเป็นบริษัทผู้นำเข้าสินค้า (ร้อยละ 14.00)

ตารางที่ 4.8: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของสินค้าหลักของบริษัท

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>ประเภทสินค้าหลักของบริษัท</b>		
เครื่องจักร	6	3.00
สินค้าทางการเกษตร	13	6.50
เนื้อสัตว์	33	16.50
ผลไม้	110	55.00
เคมีภัณฑ์	3	1.50
ชิ้นส่วนรถยนต์	7	3.50
อื่น ๆ	35	17.50

ภาพที่ 4.7: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าหลักของบริษัท

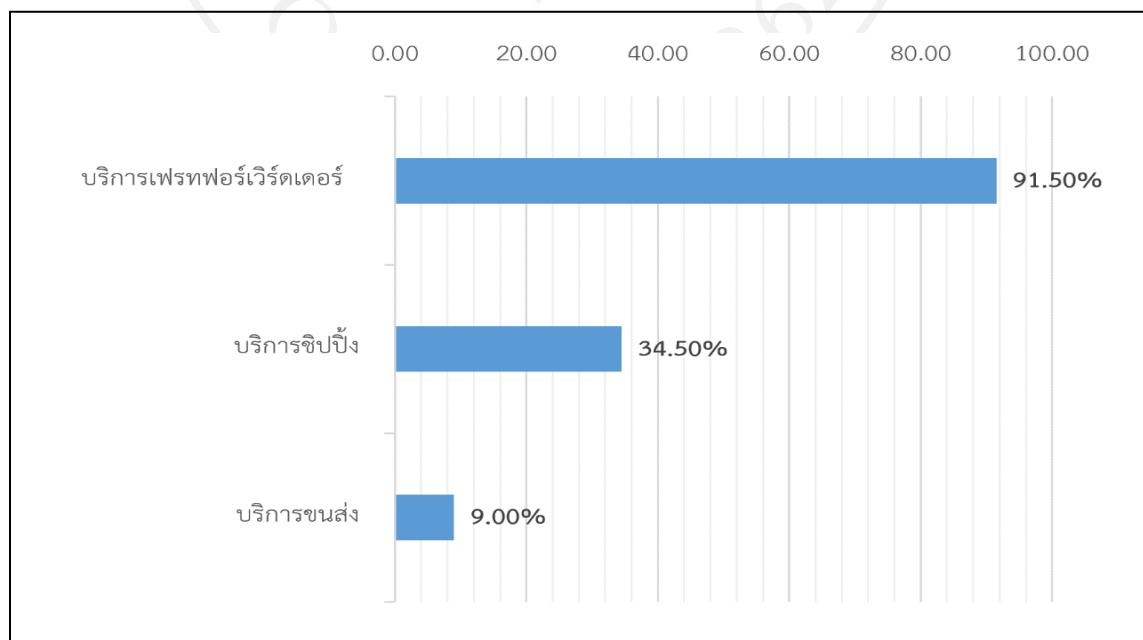


จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามประเภทสินค้าหลักของบริษัท พบว่า บริษัทที่มีผู้ใช้บริการมีสินค้าเป็นผลไม้จำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 55) อันดับที่สอง มีสินค้าเป็นอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากรายการที่ให้ผู้ตอบเลือก (ร้อยละ 17.50) อันดับที่สามมีสินค้าเป็นเนื้อสัตว์ (ร้อยละ 16.50) อันดับที่สี่มีสินค้าหลักเป็นสินค้าทางการเกษตร (ร้อยละ 6.50) อันดับที่ห้ามีสินค้าหลักเป็นชิ้นส่วนรถยนต์ (ร้อยละ 3.50) อันดับที่หกมีสินค้าเป็นเครื่องจักร (ร้อยละ 3.00) และอันดับสุดท้ายมีสินค้าเป็นเคมีภัณฑ์ (ร้อยละ 1.50)

ตารางที่ 4.9: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของบริการที่เลือกใช้

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>ประเภทของบริการที่เลือกใช้</b>		
บริการเฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์	183	91.50
บริการชิปปิ้ง	69	34.50
บริการขนส่ง	18	9.00

ภาพที่ 4.8: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของบริการที่เลือกใช้



จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามประเภทของบริการที่เลือกใช้ พบว่า บริการที่เลือกใช้จำนวนมากที่สุดคือ บริการเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ (ร้อยละ 91.50) รองลงมาเป็น บริการชิปปิ้ง (ร้อยละ 34.50) และจำนวนน้อยที่สุดเป็นบริการขนส่ง (ร้อยละ 9.00)

ตารางที่ 4.10: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริษัทที่ใช้บริการ เฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ บริการชิปปิ้ง และบริการขนส่ง

บริษัท	ประเภทของบริการ					
	เฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์		ชิปปิ้ง		ขนส่ง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>บริการเฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์</b>						
ฟอลคอน เฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์จำกัด	0	0.00				
คอนซิสท์ เฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ จำกัด	1	0.05				
พี.ที.เอ. เอ็กซ์สปอร์ต จำกัด	1	0.05				
อื่น ๆ	198	99.00				
<b>บริการชิปปิ้ง</b>						
ฟอลคอน เฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ จำกัด			1	0.05		
แวลูชิปปิ้ง จำกัด			1	0.05		
ซีทีที ทรานส์ (ซีเอ็ม) จำกัด			1	0.05		
อื่น ๆ			197	98.50		
<b>บริการขนส่ง</b>						
ธรรมชาติ ทรานสปอร์ต					14	7.00
คอสยาม ทรานสปอร์ต					31	15.50
หจก. ส.สนอง ทรานสปอร์ต					33	16.50
อื่น ๆ					166	83.00

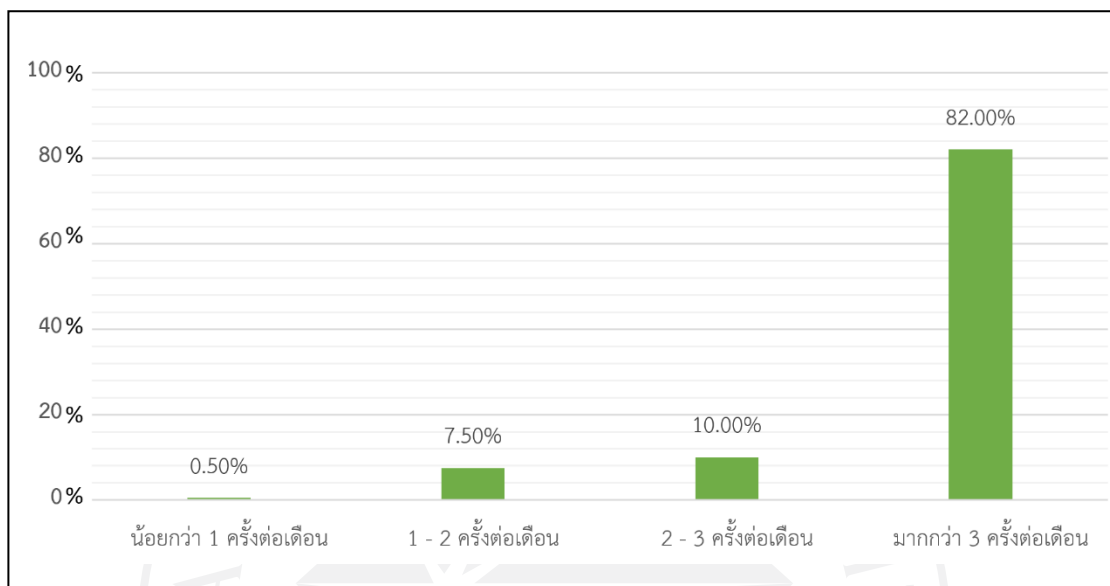
จากผลการวิเคราะห์บริษัทในกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการต่าง ๆ ได้แก่ บริการเฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ บริการชิปปิ้งและบริการขนส่ง มีจำนวนและร้อยละดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการเฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ที่บริษัทอื่น ๆ จำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 99.00) ในขณะที่เคยใช้บริการที่บริษัทคอนซิสท์ เฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ และบริษัท พี.ที.เอ. เอกซ์สปอร์ต จำกัดเพียงร้อยละ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดไม่เคยใช้บริการเฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ที่บริษัทฟอลคอน เฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการชิปปิ้งที่บริษัทอื่น ๆ จำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 98.50) ในขณะที่เคยใช้บริการชิปปิ้งที่บริษัทฟอลคอน เฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ จำกัด บริษัทแวลูชิปปิ้ง และบริษัทซีทีที ทรานส์ (ซีเอ็ม) จำกัด จำนวนน้อยที่สุดโดยปริมาณเท่ากันทั้ง 3 บริษัท (ร้อยละ 0.05)นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการขนส่งที่บริษัทอื่น ๆ จำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 83.00) อันดับที่สองเคยใช้บริการขนส่งที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด ส.สนอง ทรานสปอร์ต (ร้อยละ 16.50) อันดับที่สามเคยใช้บริการที่บริษัทคอสยาม ทรานสปอร์ต (ร้อยละ 15.50) และอันดับที่สี่เคยใช้บริการที่บริษัทธรรมชาติ ทรานสปอร์ต (ร้อยละ 7.00) จำนวนน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.11: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการใช้บริการ</b>		
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	1	0.50
1 - 2 ครั้งต่อเดือน	15	7.50
2 - 3 ครั้งต่อเดือน	20	10.00
มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน	164	82.00
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>



ภาพที่ 4.9: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

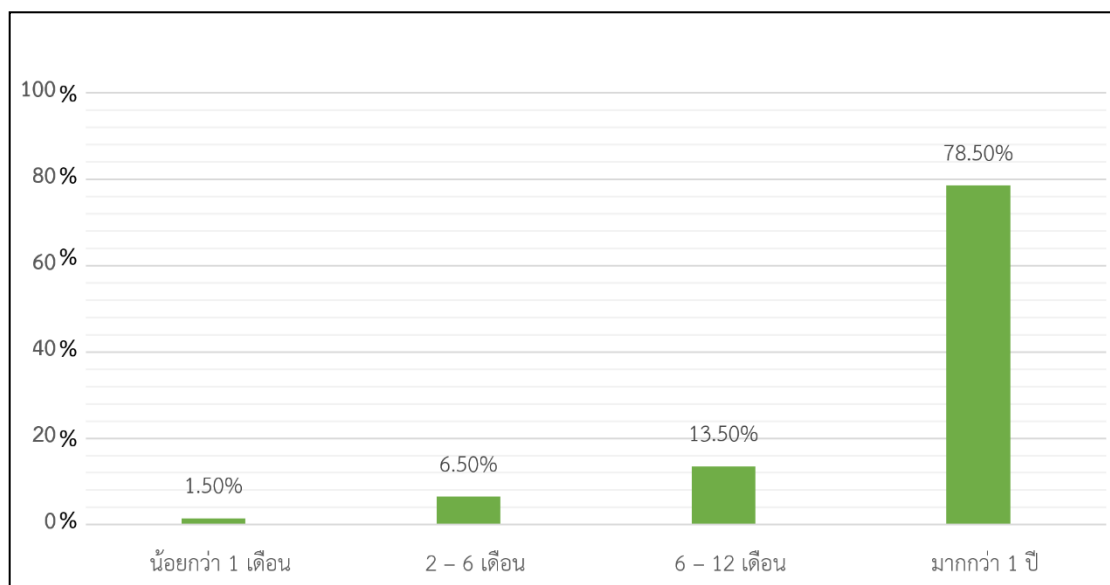


จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน จำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 82.00) รองลงมาเป็น 2 - 3 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 10.00) รองลงมาเป็น 1 - 2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 7.50) และใช้บริการ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.50)

ตารางที่ 4.12: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>ระยะเวลาที่ใช้บริการ</b>		
น้อยกว่า 1 เดือน	3	1.50
2 - 6 เดือน	13	6.50
6 - 12 เดือน	27	13.50
มากกว่า 1 ปี	157	78.50
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>

ภาพที่ 4.10: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

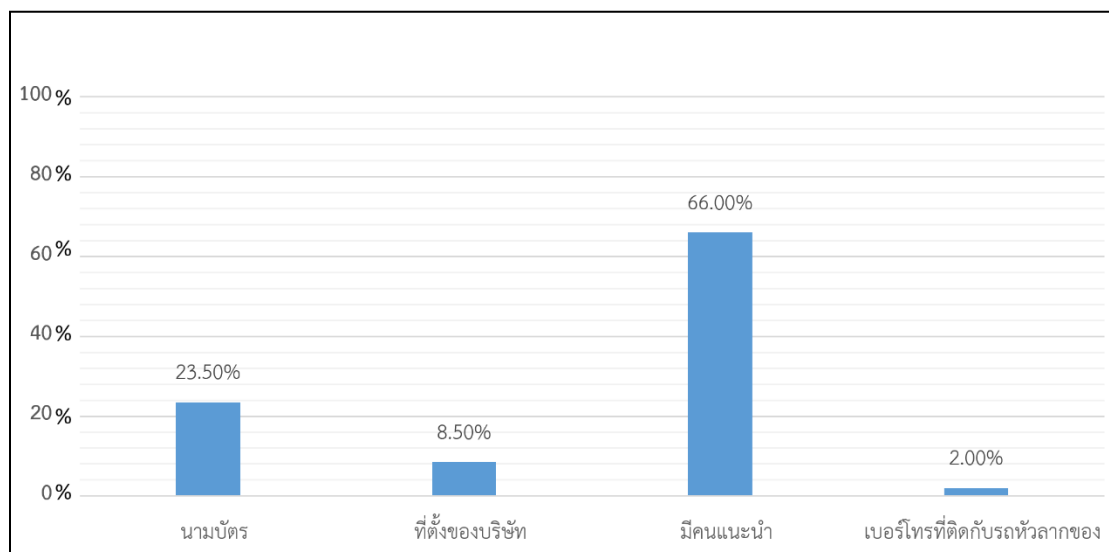


จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการมากกว่า 1 ปี จำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 78.50) อันดับที่สองเคยใช้บริการระหว่าง 6 - 12 เดือน (ร้อยละ 13.50) อันดับที่สามเคยใช้บริการระหว่าง 2 - 6 เดือน (ร้อยละ 6.50) และเคยใช้บริการมาน้อยกว่า 1 เดือน จำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.50)

ตารางที่ 4.13: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่เลือกใช้บริการ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>แหล่งที่เลือกใช้บริการ</b>		
นามบัตร	47	23.50
ที่ตั้งของบริษัท	17	8.50
มีคนแนะนำ	132	66.00
เบอร์โทรที่ติดกับรถหัวลากของ	4	2.00
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>

ภาพที่ 4.11: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่เลือกใช้บริการ

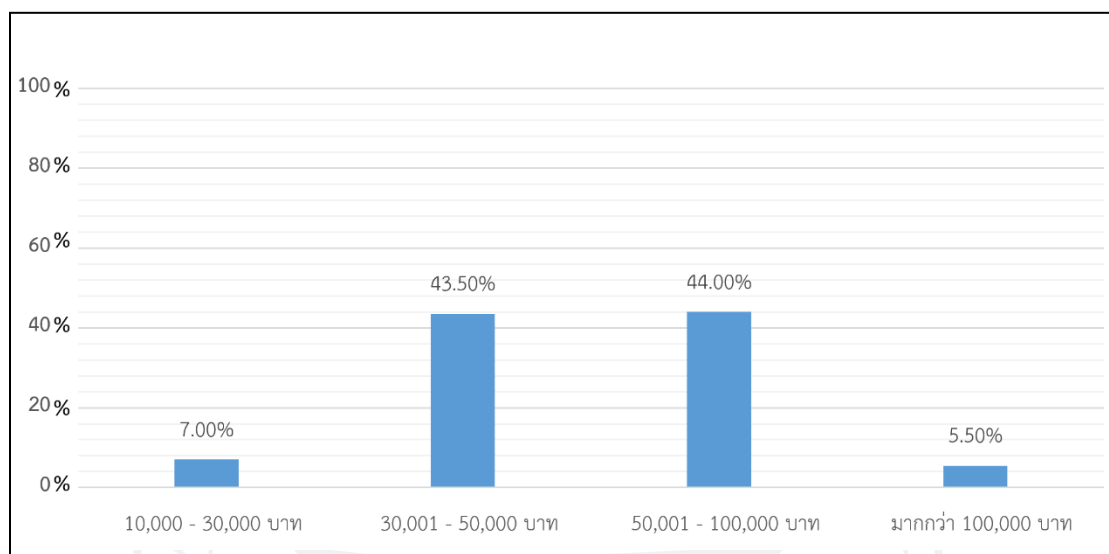


จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามแหล่งที่เลือกใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกใช้โดยมีคนแนะนำ จำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 66.00) อันดับที่สองเลือกใช้จากการติดต่อผ่านนามบัตร (ร้อยละ 23.50) อันดับที่ใช้บริการจากที่ตั้งของบริษัท (ร้อยละ 8.50) และเลือกใช้บริการจากเบอร์โทรที่ติดกับรถหัวลากของ จำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.00)

ตารางที่ 4.14: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของการใช้บริการ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของการใช้บริการ</b>		
10,000 - 30,000 บาท	14	7.00
30,001 - 50,000 บาท	87	43.50
50,001 - 100,000 บาท	88	44.00
มากกว่า 100,000 บาท	11	5.50
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>

ภาพที่ 4.12: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งของการใช้บริการ

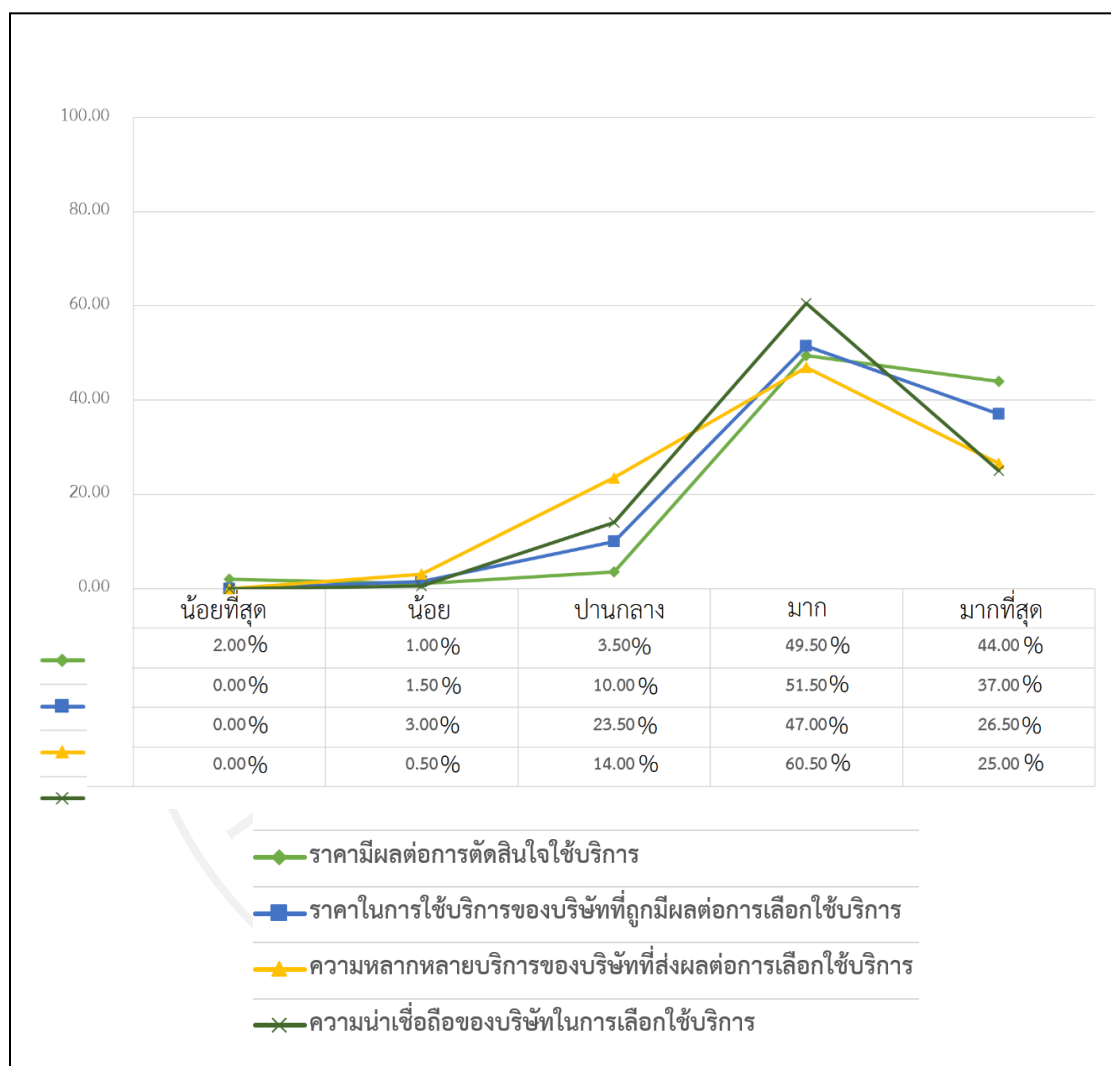


จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งของการใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้งในช่วง 50,000 – 100,000 บาท จำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 44.00) รองลงมามีค่าใช้จ่ายในช่วง 30,000 – 50,000 บาท (ร้อยละ 43.50) รองลงมามีค่าใช้จ่ายในช่วง 10,000 – 30,000 บาท (ร้อยละ 7.00) และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 100,000 บาท จำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 5.50)

ตารางที่ 4.15: ตารางแจกแจงร้อยละของลักษณะบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะของบริการ	จำนวน (N)				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ราคามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ	4	2	7	99	88
ราคาในการใช้บริการของบริษัทที่ถูกมีผลต่อการเลือกใช้บริการ	0	3	20	103	74
ความหลากหลายบริการของบริษัทที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ	0	6	47	94	53
ความน่าเชื่อถือของบริษัทในการเลือกใช้บริการ	0	1	28	121	50

ภาพที่ 4.13: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อลักษณะของบริการ



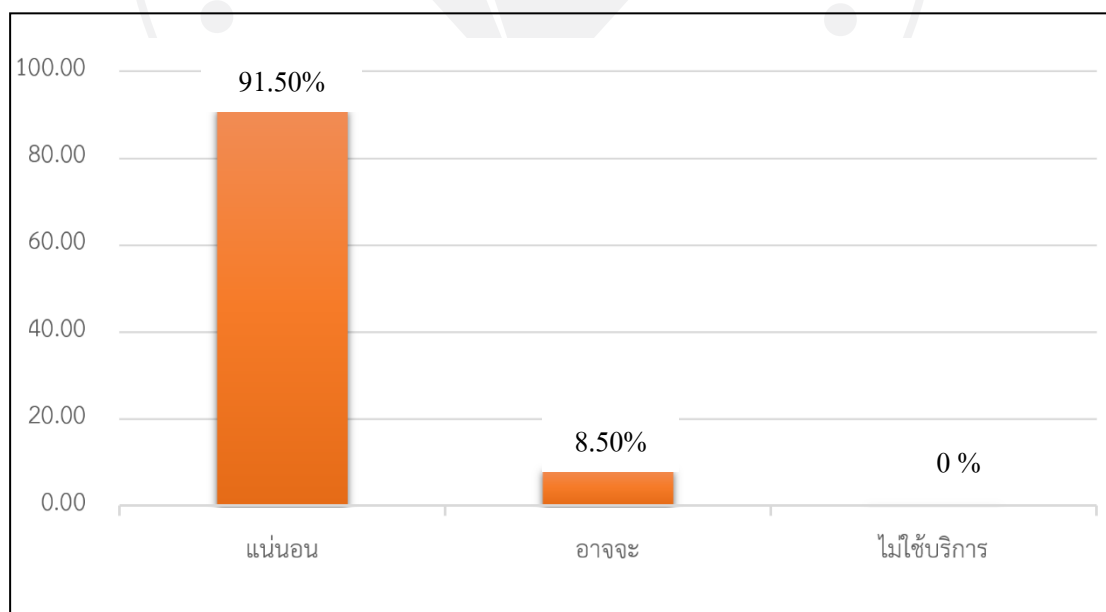
จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.14 และภาพ 4.13 พบว่า ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างมองว่า ราคาในการใช้บริการ ราคาในการใช้บริการของบริษัทที่ถูกกว่า ความหลากหลายด้านบริการของบริษัท และความน่าเชื่อถือของบริษัทที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมากจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 49.50, 51.50, 47.00 และ ร้อยละ 60.50 ตามลำดับ) รองลงมามองว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 44.00, 37.00, 26.50 และ ร้อยละ 25.00 ตามลำดับ) รองลงมามองว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลในระดับ

ปานกลาง (ร้อยละ 3.50, 10.00, 23.50 และ ร้อยละ 14.00 ตามลำดับ) และกลุ่มตัวอย่างมองว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลในระดับน้อย และน้อยที่สุดเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 4.16: ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความตั้งใจที่จะใช้บริการในอนาคต

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	ร้อยละ
<b>ความตั้งใจที่จะใช้บริการของบริษัทในอนาคต</b>		
แน่นอน	183	91.50
อาจจะ	17	8.50
ไม่ใช้บริการ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>

ภาพที่ 4.14: กราฟแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม



จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามความตั้งใจที่จะใช้บริการของบริษัทโยดา โลจิสติกส์ในครั้งต่อไปในอนาคตพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการแน่นอน จำนวนมากที่สุด

(ร้อยละ 91.50) รองลงมาอาจจะใช้บริการ (ร้อยละ 8.50) และไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนใดระบุว่าจะไม่ใช้บริการต่อไปในอนาคต

## ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ

ในตอนนี้จะนำเสนอค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการของบริษัทโยธา โลจิสติกส์ จำกัด โดยเก็บรวบรวมจากประเด็นทั้งสิ้น 14 ข้อ จากแบบสอบถามมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Rating Scale) โดยมีรายละเอียดความหมายของการตอบแต่ละระดับดังนี้

5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

การนำเสนอจะใช้เกณฑ์การแปลความหมายระดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

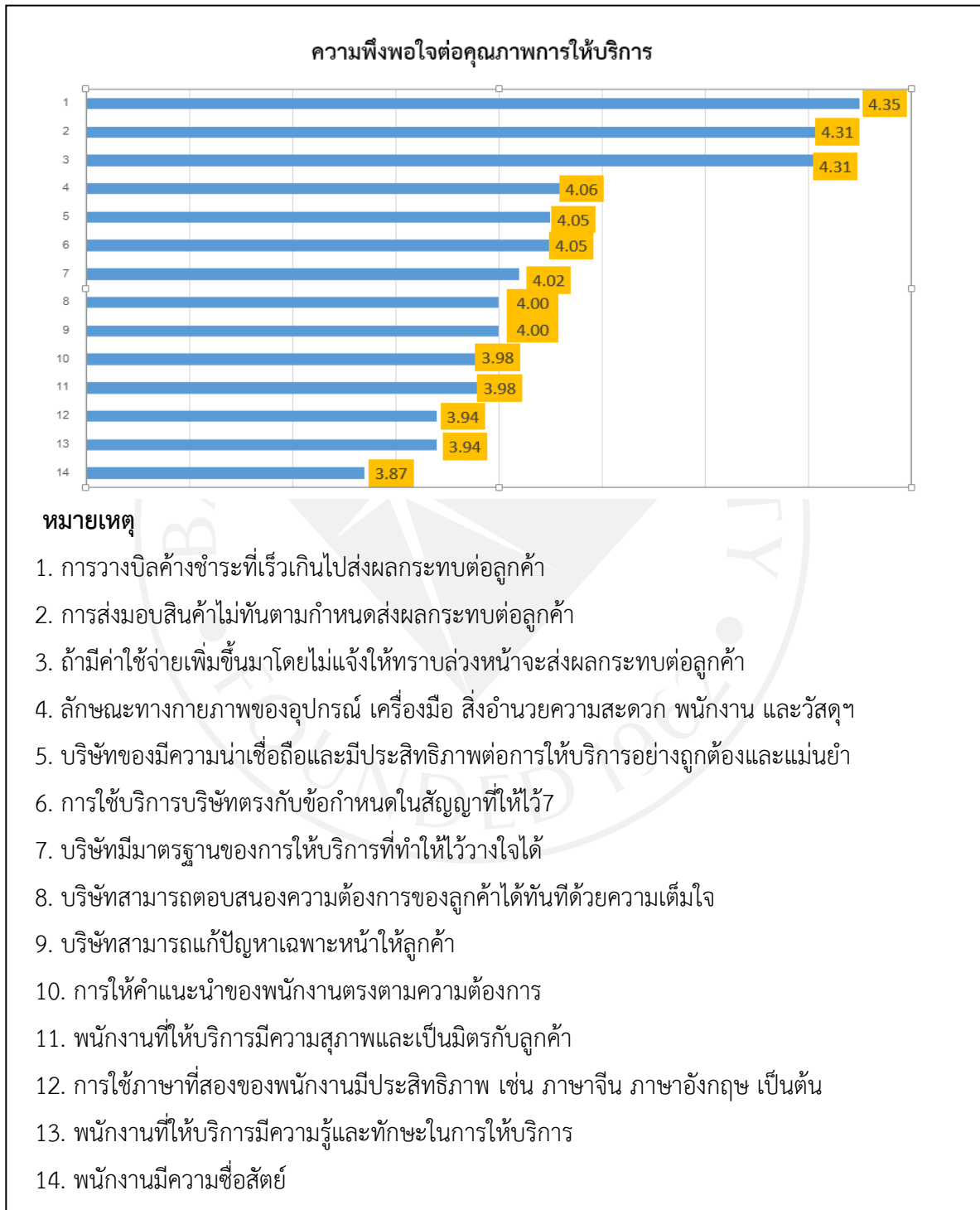
โดยผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทโยธา โลจิสติกส์ จำกัด (N = 200)

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การวางบิลค่างชำระที่เร็วเกินไปส่งผลกระทบต่อลูกค้า	4.35	0.57	มากที่สุด
2. การส่งมอบสินค้าไม่ทันตามกำหนดส่งผลกระทบต่อลูกค้า	4.31	0.62	มากที่สุด
3. ถ้ามีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าจะส่งผลกระทบต่อลูกค้า	4.31	0.60	มากที่สุด
4. ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุฯ	4.06	0.57	มาก
5. บริษัทของมีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพต่อการให้บริการอย่างถูกต้องและแม่นยำ	4.05	0.60	มาก
6. การใช้บริการบริษัทตรงกับข้อกำหนดในสัญญาที่ให้ไว้	4.05	0.54	มาก
7. บริษัทมีมาตรฐานของการให้บริการที่ทำให้ไว้วางใจได้	4.02	0.55	มาก
8. บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีด้วยความเต็มใจ	4.00	0.65	มาก
9. บริษัทสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้ลูกค้า	4.00	0.65	มาก
10. การให้คำแนะนำของพนักงานตรงตามความต้องการ	3.98	0.64	มาก
11. พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า	3.98	0.61	มาก
12. การใช้ภาษาที่สองของพนักงานมีประสิทธิภาพ เช่น ภาษาจีน ภาษาอังกฤษ เป็นต้น	3.94	0.65	มาก
13. พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และทักษะในการให้บริการ	3.94	0.62	มาก
14. พนักงานมีความซื่อสัตย์	3.87	0.64	มาก



ภาพที่ 4.15: กราฟเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทโยตา โลจิสติกส์ จำกัด (N = 200)



การศึกษาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทโยดา โลจิสติกส์ จำกัดพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อประเด็นทั้งสามเหล่านี้ในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ การส่งมอบสินค้าไม่ทันตามกำหนดส่งผลกระทบต่อลูกค้า ( $\bar{X} = 1.70$ ) ถ้ามีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าจะส่งผลกระทบต่อลูกค้า ( $\bar{X} = 1.69$ ) และการวางบิลค่างชำระที่เร็วเกินไปส่งผลกระทบต่อลูกค้า ( $\bar{X} = 1.65$ ) ในขณะที่ประเด็นต่าง ๆ ที่เหลือจำนวน 11 ข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากทุกรายการ โดยรายการที่มีความพึงพอใจในระดับสูงสุดคือ ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุฯ ( $\bar{X} = 4.06$ ) รองลงมาคือบริษัทของมีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพต่อการให้บริการอย่างถูกต้องและแม่นยำ ( $\bar{X} = 4.05$ ) การใช้บริการบริษัทตรงกับข้อกำหนดในสัญญาที่ให้ไว้ ( $\bar{X} = 4.05$ ) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน สำหรับประเด็นที่เหลือสามารถพิจารณาได้จากภาพที่ 4.15 และตารางที่ 4.16

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จำแนกระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทโยดา โลจิสติกส์ จำกัดจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ในส่วนนี้จะนำเสนอระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทโยดา โลจิสติกส์ จำกัด จำแนกตามข้อมูลทั่วไปบางประการของผู้ตอบได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะของการดำเนินการของผู้ใช้บริการ ลักษณะบริษัทของผู้ใช้บริการ และประเภทของการใช้บริการที่เลือกใช้ นอกจากนี้ การนำเสนอในส่วนนี้ยังคงใช้เกณฑ์การแปลความหมายระดับค่าเฉลี่ยดังนี้

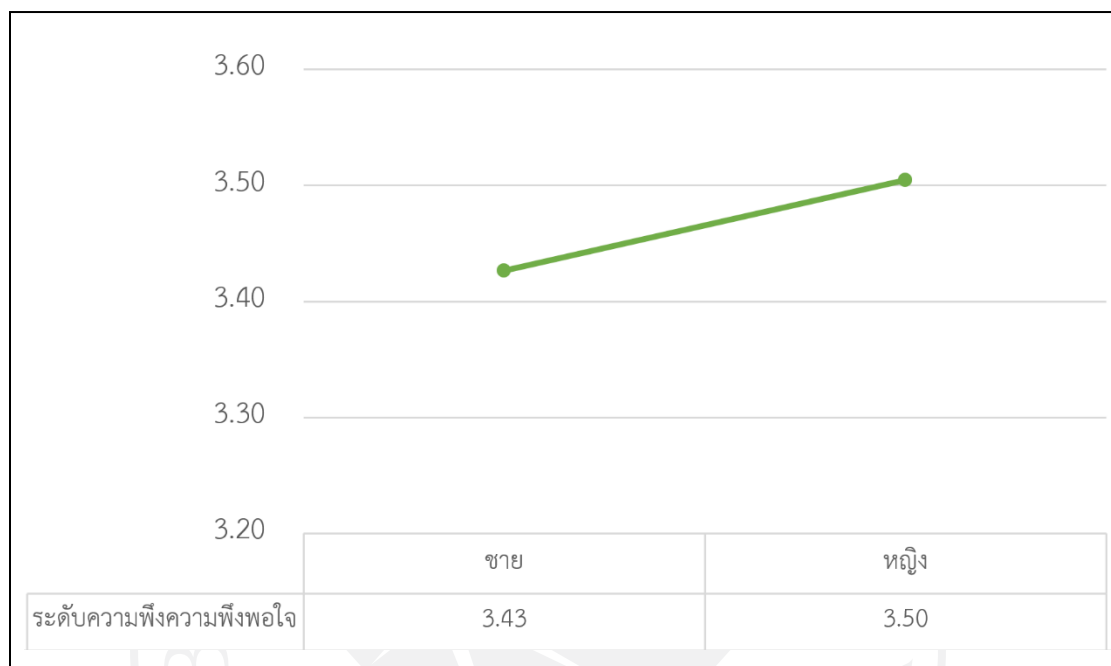
- ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด
- ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย
- ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง
- ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก
- ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ผลการศึกษามีรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 4.18: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามเพศ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>เพศ</b>				
ชาย	33	3.43	0.41	มาก
หญิง	167	3.50	0.36	มาก

ภาพที่ 4.16: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามเพศ

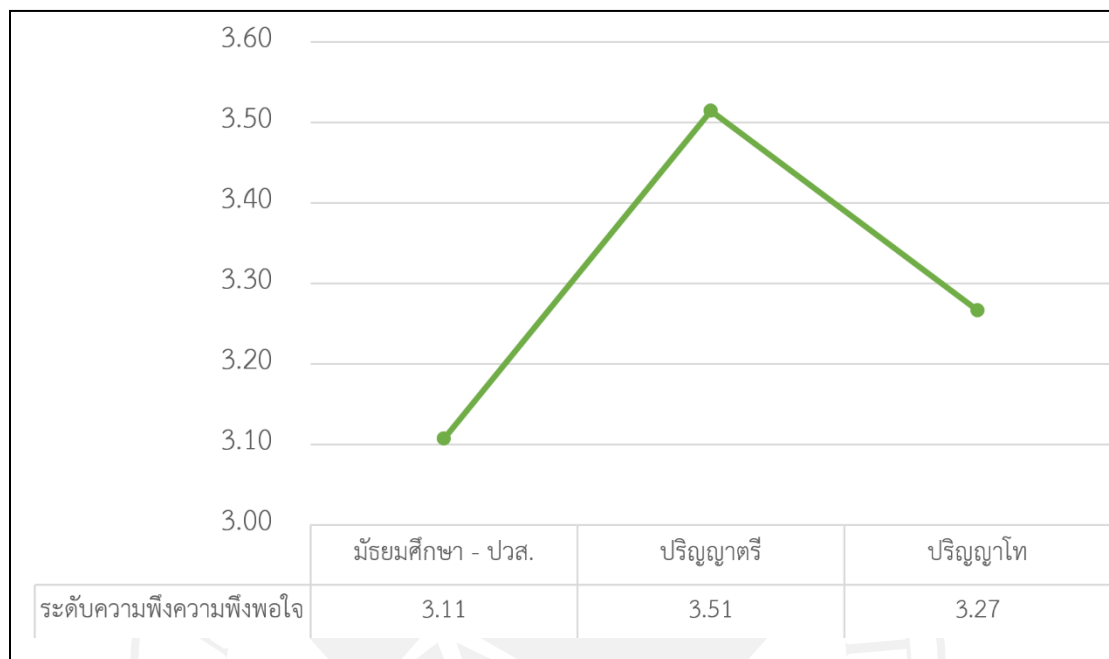


จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท โยธา โลจิสติกส์ จำกัดที่จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ( $\bar{X} = 3.50$ ) มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสูงกว่าเพศชาย ( $\bar{X} = 3.43$ ) นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองเพศมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในระดับมาก

ตาราง 4.19: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>ระดับการศึกษา</b>				
มัธยมศึกษา – ปวส.	2	3.11	0.66	ปานกลาง
ปริญญาตรี	183	3.51	0.36	มาก
ปริญญาโท	15	3.27	0.46	ปานกลาง

ภาพที่ 4.17: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา



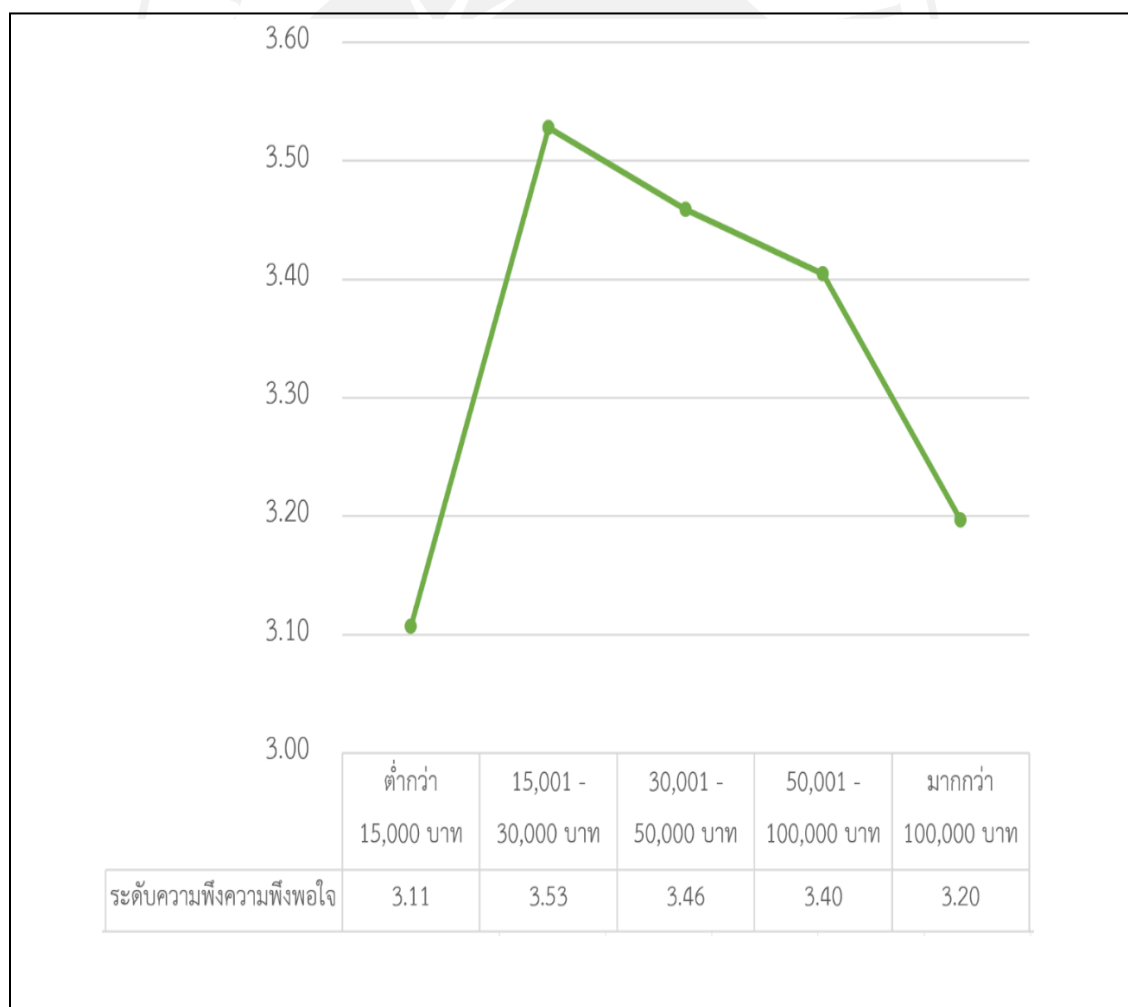
จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท โยธา โลจิสติกส์ จำกัดที่จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ( $\bar{X} = 3.51$ ) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสูงที่สุด โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นระดับปริญญาโท ( $\bar{X} = 3.27$ ) โดยอยู่ในระดับปานกลาง และระดับมัธยมศึกษา - ปวส. ( $\bar{X} = 3.11$ ) มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด โดยอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

ตาราง 4.20: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามรายได้

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>รายได้</b>				
ต่ำกว่า 15,000 บาท	2	3.11	0.66	ปานกลาง
15,001 – 30,000 บาท	128	3.53	0.35	มาก
30,001 – 50,000 บาท	57	3.46	0.39	มาก
50,001 – 100,000 บาท	9	3.40	0.44	ปานกลาง
มากกว่า 100,000 บาท	4	3.20	0.48	ปานกลาง

ภาพที่ 4.18: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามรายได้

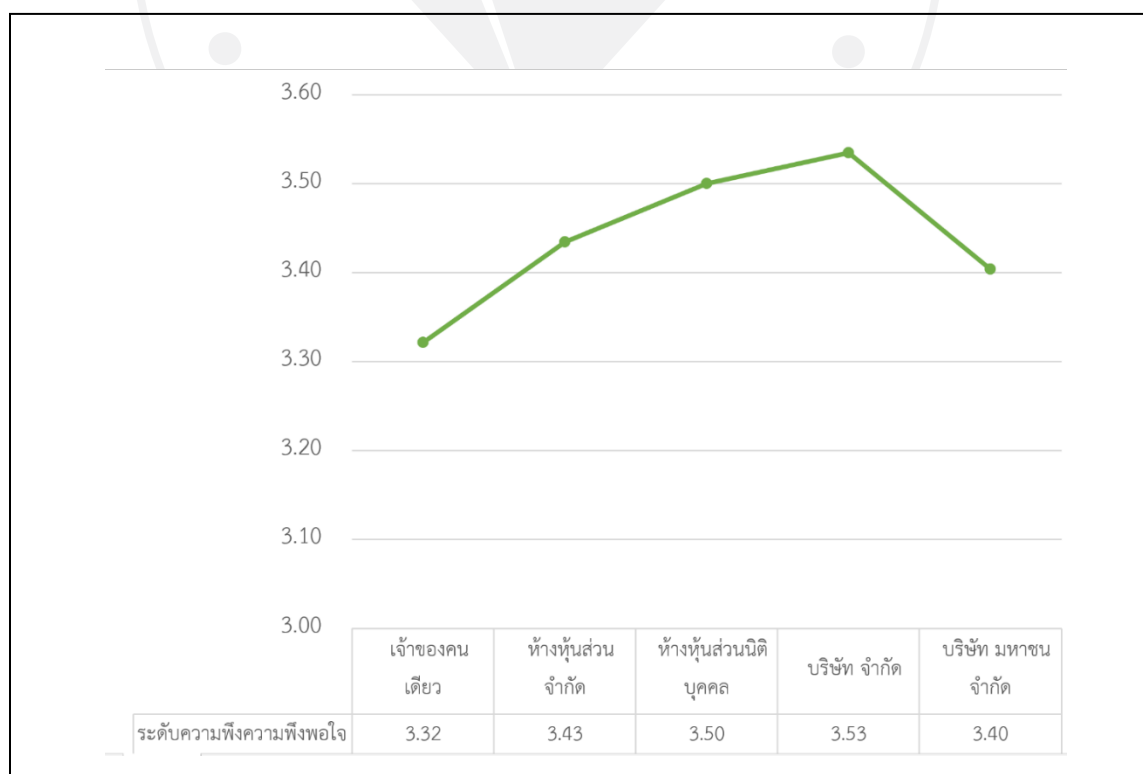
จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทโยดา โลจิสติกส์ จำกัดที่จำแนกตามรายได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ( $\bar{X} = 3.53$ ) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสูงที่สุด โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นคนที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท ( $\bar{X} = 3.43$ ) โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน รองลงมาเป็นคนที่มีรายได้ 50,0001 – 100,000 บาท ( $\bar{X} = 3.40$ ) โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รองลงมาอีกลำดับเป็นบุคคลที่มีรายได้มากกว่า 100,000 บาท ( $\bar{X} = 3.20$ ) โดยอยู่ในระดับปานกลาง และบุคคลที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ( $\bar{X} = 3.11$ ) มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน



ตาราง 4.21: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามลักษณะของการดำเนินการของผู้ให้บริการ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>ลักษณะการดำเนินการของผู้ให้บริการ</b>				
เจ้าของคนเดียว	4	3.32	0.31	ปานกลาง
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	24	3.43	0.42	มาก
ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล	11	3.50	0.31	มาก
บริษัท จำกัด	123	3.53	0.37	มาก
บริษัท มหาชน จำกัด	38	3.40	0.36	ปานกลาง

ภาพที่ 4.19: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามลักษณะการดำเนินการของผู้ให้บริการ

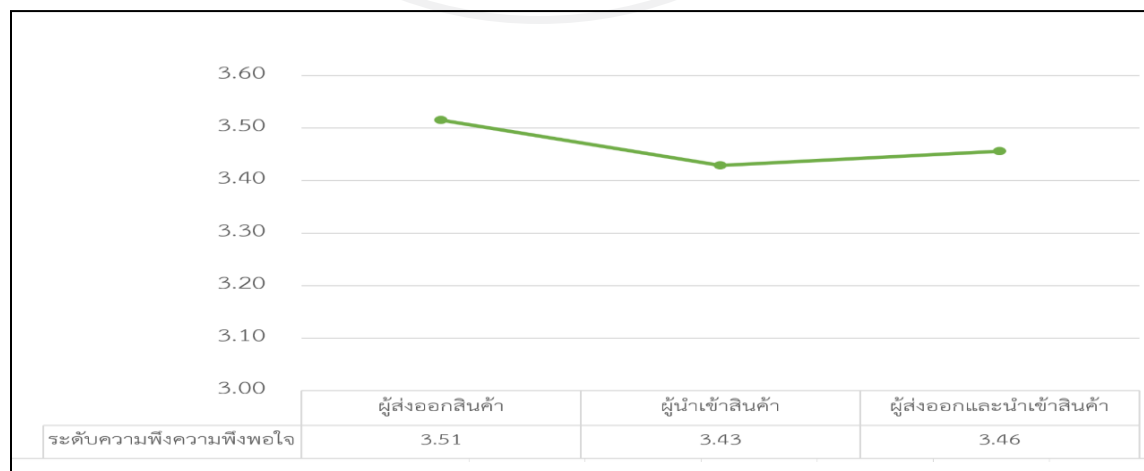


จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด ที่จำแนกตามลักษณะการดำเนินการของผู้ใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะการดำเนินการแบบบริษัท จำกัด ( $\bar{X} = 3.53$ ) มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสูงสุด โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่สองเป็น ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ( $\bar{X} = 3.50$ ) โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่สามเป็นห้างหุ้นส่วน จำกัด ( $\bar{X} = 3.43$ ) โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน อันดับที่สุดเป็น บริษัท มหาชน จำกัด ( $\bar{X} = 3.40$ ) โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้ายเป็นบุคคลที่มีลักษณะการดำเนินการแบบ เจ้าของคนเดียว ( $\bar{X} = 3.32$ ) มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

ตาราง 4.22: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามลักษณะของการดำเนินการของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (N)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>ลักษณะการดำเนินการของผู้ใช้บริการ</b>				
ผู้ส่งออกสินค้า	135	3.51	0.35	มาก
ผู้นำเข้าสินค้า	28	3.43	0.43	มาก
ผู้ส่งออกและนำเข้าสินค้า	37	3.46	0.41	มาก

ภาพที่ 4.20: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามลักษณะของบริษัทผู้ให้บริการ



จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท โยธา โลจิสติกส์ จำกัด ที่จำแนกตามลักษณะบริษัทของผู้ใช้บริการพบว่า กลุ่มบริษัทผู้ส่งออกสินค้า ( $\bar{X} = 3.51$ ) มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสูงสุด โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ส่งออกและนำเข้าสินค้า ( $\bar{X} = 3.46$ ) โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน และอันดับสุดท้ายเป็นกลุ่มผู้นำเข้าสินค้า ( $\bar{X} = 3.43$ ) โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

### สรุปผลการวิเคราะห์

-ด้านเพศส่วนใหญ่จะเป็น เพศหญิง พนักงานเอกสารส่วนมากจะรับเพศหญิงเข้าทำงานมากกว่าผู้ชาย เพราะว่าโดยรูปร่างสัดส่วนหน้าตาที่ต้องต้อนรับค้าอยู่ตลอดเวลา นอกจากจะต้องทำเอกสารต่างๆ แล้วก็ต้องตื่นตัวในเรื่องต้อนรับลูกค้าทุกคนที่เข้ามาใช้บริการ น้ำเสียงนุ่มนวลรอยยิ้มที่ทำให้ประทับใจ

-ด้านอายุส่วนใหญ่จะเป็น 21-40 ปี เป็นช่วงเวลาของคนทำงานโดยทั่วไป ทำให้ผลที่ได้จึงเป็นอายุ 21-40 ปี

-ด้านการศึกษาส่วนใหญ่จะเป็น ปริญญาตรี เพราะการทำงานในส่วนนี้จะต้องพินิจพิจารณาจากที่เคยเรียนมาแล้วโดยปกติแล้วช่วงของปริญญาตรี สาขาส่วนมากจะมาจากโลจิสติกส์จะมีการฝึกงานก่อนจบประมาณ 4 เดือนอยู่แล้วทำให้มีประสบการณ์อยู่แล้วอาจจะตรงตามเกณฑ์ของบริษัทอื่นๆ

-ด้านรายได้ส่วนใหญ่จะเป็น 15,000-30,000 บาท เงินเดือน 15,000 บาทเป็นเงินเดือนมาตรฐานที่รัฐบาลกำหนดไว้อยู่แล้วนั่นเอง รองลงมาเป็น 30,001-50,000 บาทส่วนมากเงินเดือนขนาดนี้จะเป็นเงินเดือนของฝ่ายหัวหน้างานแต่ละแผนกเพราะมากด้วยประสบการณ์

-ด้านลักษณะการดำเนินของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็น บริษัท จำกัด

-ด้านลักษณะบริษัทของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็น ผู้ส่งออกและส่งออก จะทำแบบครบวงจรสามารถเติบโตได้มีโอกาสต่อราคากับลูกค้าได้

-ด้านประเภทของสินค้าหลักของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็น ผลไม้ เพราะผลไม้ของไทยเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะทุเรียน มะพร้าว เงาะ มะม่วง คนจีนนิยมมากและมีการนำเข้าผลไม้ทั้ง 4 ชนิดเป็นจำนวนมากต่อปี

-ด้านประเภทของการบริการที่เลือกใช้ส่วนใหญ่จะเป็น บริการ เฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ เพราะเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ มีขั้นตอนในการขอใบอนุญาตเปิดค่อนข้างที่จะรวดเร็วและใช้เวลานานและมีทุนพอสมควร บริษัทต่างๆเลยหันมาใช้บริการแทนและเพื่อลดต้นทุนกับเวลา



- ด้านความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็น มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือนและมากกว่า 1 ปี ทำให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่แล้วมีการใช้บริการต่อรายมีจำนวนที่มากและมั่นใจกับบริษัทของเราเป็นอย่างมาก โดยมีการใช้บริการมากกว่า 1 ปี

- การส่งมอบสินค้าไม่ทันตามกำหนดส่งผลกระทบต่อลูกค้า ส่วนใหญ่จะเป็นมากที่สุด ทำให้เห็นว่า ถ้าเราส่งสินค้าไม่ทันอาจทำให้ลูกค้าไม่พอใจและไม่กลับมาใช้บริการได้อีก

- ถ้ามีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้าจะส่งผลกระทบต่อลูกค้า ส่วนใหญ่เป็น มากที่สุด ทำให้เห็นว่า ถ้ามีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นโดยที่ไม่มีการแจ้งล่วงหน้าลูกค้าอาจจะไม่จ่ายให้เราได้เพราะใน สัญญาการใช้บริการมีกำหนดค่าบริการอย่างชัดเจนอาจทำให้เราเสียหายได้และลูกค้าจะไม่กลับมาใช้ บริการอีก

- การวางบิลค้างชำระที่เร็วเกินไปส่งผลกระทบต่อลูกค้า ส่วนใหญ่เป็น มากที่สุด ลูกค้าบางบริษัท ต้องการวางบิลชำระระยะเวลานานๆเพราะต้องหมุนเงินเป็นจำนวนมาก ถ้ามีกรณีที่ถูกวางบิลก่อนเวลาที่ กำหนดจะทำให้ลูกค้าบางคนไม่สามารถหาเงินมาจ่ายได้ทัน

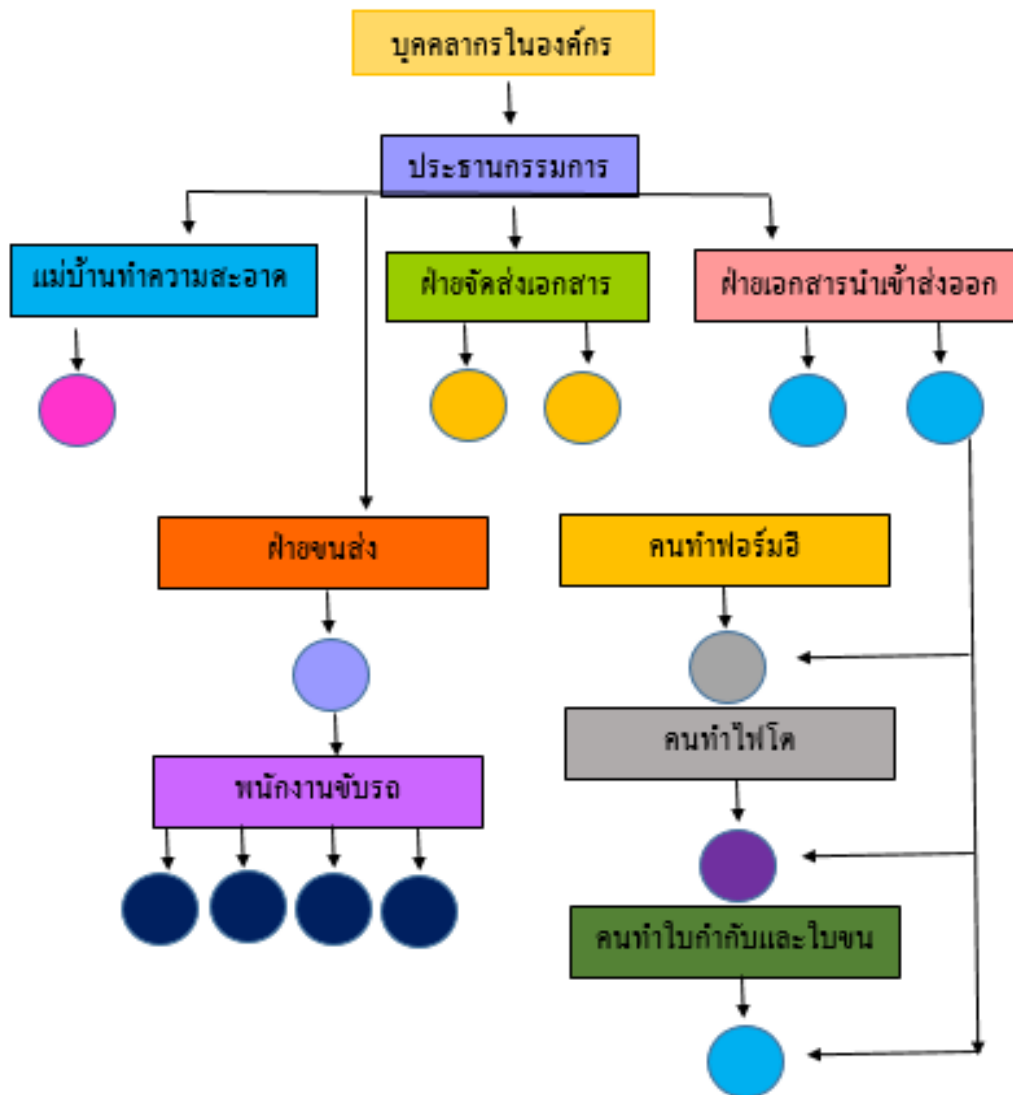
## บทที่ 5

### แผนกลยุทธ์และแผนการปฏิบัติการ

#### 5.1 แผนกลยุทธ์ทางการบริการจัดการองค์กร

##### 5.1.1 การจัดการโครงสร้างองค์กร และแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

ภาพที่ 5.1: แผนผังองค์กร



บริษัท โยธา โลจิสติกส์ จำกัด โดยมีพนักงาน 2 คนในบริษัทและไม่อยู่ในบริษัท 4 คน ในปี พ.ศ. 2557 และในปัจจุบัน ได้มีพนักงานทั้งหมดในบริษัท 10 คน และไม่อยู่ในบริษัท 4 คน โดยสามารถแบ่งหน้าที่ของแต่ละฝ่ายได้ดังนี้

1. ประธานกรรมการ ทำหน้าที่ ตรวจสอบทุกอย่างที่เกี่ยวกับเอกสารและบัญชีการเงินของบริษัท  
พนักงานรายเดือน

2. ฝ่ายนำเข้าส่งออกเอกสาร มี 2 คน

- คนที่ 1 ติดต่อสายเรือคุยและติดต่อกับผู้ใช้บริการว่าผู้ใช้บริการต้องการไปที่ประเทศอะไรหาสายเรือหรือสายบินให้ตรงตามที่ใช้บริการต้องการ ออกค่าใช้จ่ายให้ผู้ใช้บริการ

- คนที่ 2 ทำเอกสารเกี่ยวกับชิปปิ้งทั้งหมด ทำ B/L , INVOICE , PACKING LIST , ส่งเอกสารให้คนทำใบขนสินค้าและใบกำกับสินค้า และส่งให้คนทำFORM E , คนทำPHYTO

3 . ฝ่ายขนส่ง 1 คน ติดต่อผู้ใช้บริการ จัดการรถให้ผู้ใช้บริการ และจัดตารางงานให้คนขับรถ

4. คนขับรถมี 4 คน ขับรถตามงานที่ได้รับมอบหมาย

5. ฝ่ายจัดส่งเอกสาร 2 คน วิ่งส่งเอกสารวางบิลผู้ใช้บริการ เอกสารทั่วไปให้กับลูกค้าและสายเรือ ตามที่ได้รับมอบหมาย

6. แม่บ้านทำความสะอาด จัดเตรียมอาหารและทำความสะอาดทั้งบริษัทพนักงานที่ไม่ได้อยู่ในบริษัท รายครึ่ง/ชุดงาน

7. พนักงานบัญชี จะรับเป็นงานๆ ราคาจะไม่แน่นอนแล้วแต่คำสั่ง

8. พนักงานทำฟอร์มอี (หน้าที่ 9) จะทำเอกสารชุดละ 300 บาท

9. พนักงานทำไฟโต (หน้าที่ 9) จะทำเอกสารชุดละ 1,000 บาท

10. บริษัทรับทำใบขน (หน้าที่ 9) จะทำเอกสารชุดละ 145 บาท

### 5.1.2 เกณฑ์ในการรับบุคลากร

1. ฝ่ายนำเข้าส่งออกเอกสาร คุณสมบัติ

- จบปริญญาตรี

- มีความละเอียดรอบคอบและมีใจรักที่จะเรียนรู้งาน

- มีความอดทนและสามารถทำงานภายใต้สภาวะความกดดันได้

- มีประสบการณ์การทำงานเอกสารส่งออกอย่างน้อย 3 เดือน
- มีทักษะภาษาอังกฤษอ่านและเขียนเบื้องต้นได้
- ถ้ามีประสบการณ์จะรับพิจารณาเป็นพิเศษ

## 2. ฝ่ายจัดส่งเอกสาร คุณสมบัติ

- จบการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นขึ้นไป
- รู้เส้นทางใน กทม. อย่างดี
- มียานพาหนะเป็นของตัวเอง
- มีใบขับขี่จักรยานยนต์
- ถ้ามีประสบการณ์จะรับพิจารณาเป็นพิเศษ
- ไม่ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดทุกชนิด
- ซื่อสัตย์ ขยัน และมีความอดทน

## 3. ฝ่ายขนส่ง คุณสมบัติ

- มีทักษะในการจัดการเรื่องรถได้
- สามารถประสานงานให้กับคนขับรถได้ในช่วงนอกเวลาทำการ
- ถ้ามีประสบการณ์จะรับพิจารณาเป็นพิเศษ
- มีรถจักรยานยนต์เป็นของตนเอง
- มีใบขับขี่รถจักรยานยนต์

## 4. คนขับรถ คุณสมบัติ

- ต้องใบขับขี่ประเภท3ขึ้นไป
- ถ้ามีประสบการณ์จะรับพิจารณาเป็นพิเศษ
- ไม่ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดทุกชนิด

## 5. แม่บ้านทำความสะอาด คุณสมบัติ

- เพศหญิง 25-45 ปี
- มีมนุษยสัมพันธ์ดี และมีความเป็นระเบียบ
- ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา

- ซื่อสัตย์ ขยัน และมีความอดทน

#### 5.1.3 เกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน

- เข้างานตรงเวลา
- ทำงานผิดพลาดน้อย
- ลางานน้อย
- เรียนรู้งานได้อย่างรวดเร็ว

#### 5.1.4 วิธีจูงใจรักษาบุคลากร

- อยู่กันแบบครอบครัวมีอะไรปรึกษาได้ตลอดเวลา
- มีการเพิ่มเงินเดือนให้ทุกๆปี
- ไม่กำหนดเวลาพักกลางวัน
- ถูกผิดว่าไปตามเหตุผลไม่เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

#### 5.1.5 การบริการเงินเดือน และสวัสดิการ

- สวัสดิการมีประกันสังคม
- คุ้มครองอาหารกลางวัน
- ชุดยูนิฟอร์ม
- โบนัสประจำปี
- มีเงินพิเศษให้แต่ฝ่ายมากน้อยตามผลงาน
- เทียบต่างประเทศประจำปี
- มีการปรับเงินเดือนทุกๆปี

#### 5.1.6 การจ้างบุคคลภายนอก จ้างรายเดือน / ชิ้นงาน

- จ้างพนักงานบัญชีจะรับเป็นงานๆ ราคาจะไม่แน่นอนแล้วแต่คำสั่ง
- จ้างทำ FORM E ชุดละ 300 บาท
- จ้างทำใบกำกับสินค้าและใบขนส่งสินค้า ชุดละ 145 บาท
- จ้างทำ PHYTO ชุดละ 1000 บาท

## 5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ในการเลือกตลาดเป้าหมาย

การเลือกตลาดเป้าหมาย ( Market Target) มี 2 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การประเมินส่วนของตลาด ( Evaluating the market segment ) ประกอบด้วย

1.1 ขนาดและความเจริญเติบโตของการตลาด ( Segment size and growth )

ณ ตอนนี้คาดว่าความเจริญเติบโตการนำเข้าและส่งออกผลไม้ไทยกำลังเจริญเติบโตมากขึ้นจากอดีต ตลาดส่วนใหญ่ของตลาดผลไม้ไทยคือประเทศจีนเพราะคนจีนนิยมรับประทานผลไม้ไทยร่วมกับโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะ มะพร้าว ทุเรียน มะม่วง ลำไย เงาะ ที่มาจากประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์และทรัพยากรของบริษัท ( Company objective and resources )

ทรัพยากรของบริษัทด้านเงินทุนหาหุ้นส่วนเป็นคนจีนจะทำให้หุ้นส่วนสามารถอยากที่จะหาตลาดการนำเข้าของบริษัทที่ประเทศไทยสิ่งสำคัญของคนจีนมีเงินทุนในปริมาณที่มาก ด้านบุคคลแรงงานรับพนักงานด้านเอกสารที่มีประสบการณ์ที่มากสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้เป็นอย่างดีด้านจัดส่งเอกสารรู้เส้นทางในกรุงเทพและในท่าเรือกรุงเทพเป็นอย่างดีด้านควบคุมรถขนส่งมีประสบการณ์ในการจัดตารางรถด้านบัญชีสามารถจัดทำงบประมาณได้ทุกรูปแบบเน้นมีประสบการณ์มาก ด้านการจัดการมีการกำหนดคนสั่งการที่ชัดเจนของแต่ละแผนกแบ่งหน้าที่ชัดเจนทำแผนปฏิบัติการกำหนดมาตรฐานการแก้ไขที่ชัดเจนติดตามผลและประเมินผลเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป ด้านไอทีเปลี่ยนออฟฟิศให้เป็นสมาร์ทด้วย Paper Less เพื่อลดการใช้กระดาษลดขั้นตอนของการหาเอกสารและมีความรวดเร็วเพิ่มขึ้นตรงกับวัตถุประสงค์ของบริษัทว่า “ เพื่อต้องการทำให้บริษัทมีความก้าวหน้าเพิ่มขึ้นมีลูกค้าทั้งคนไทยและคนจีนเป็นจำนวนมากในการนำเข้าส่งออกสินค้า ”

2. การเลือกส่วนของตลาด ( Selecting the market segment )

2.1 การตลาดที่เหมือนกัน ( Undifferentiated Marketing )

สิ่งที่บริษัทได้นำเสนอบริการต่อผู้ใช้บริการคือมีการใช้ตราบริษัทสีแดงแบบที่คนจีนนิยม ใช้ภาษาจีนในการติดต่อกับผู้ใช้บริการในการทำพบเจอกัน ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกที่เราให้ความสำคัญโดยการใช้ภาษาของผู้ใช้บริการเปรียบเสมือนคนสำคัญ ผู้ใช้บริการของบริษัทเราคือ บริษัท โยโก้-ซินไห่ เทรดิง จำกัด เป็นผู้ใช้บริการที่สำคัญ บริษัท โยโก้-ซินไห่ เทรดิง จำกัด เป็นผู้ใช้บริการที่มีการส่งออกมะพร้าว ทุเรียน

มะม่วง เงาะ จำนวนมากเพราะมีตลาดที่วางขายผลไม้ที่เงินขนาดใหญ่ ดังนั้นลูกค้าจะเป็นคนแนะนำ เพื่อนๆมาให้กับทางบริษัทจะมีลูกค้าขาเงินเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

## 2.2 การตลาดที่ไม่เหมือนกัน ( Differentiated Marketing )

ปกติแล้วบริษัท เฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์จะไม่มีบริการขนส่งสินค้าให้ผู้ใช้บริการจะต้องหาขนส่งเอง แต่ทางบริษัทเรามีให้บริการขนส่งไปในตัว มีรถลากและให้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการขนส่งในประเทศอย่างเดียว เช่น ต้องการขนส่งสินค้าจากราชบุรีไปท่าเรือแหลมฉบังจังหวัดชลบุรีทางเราก็มีให้บริการ

## 5.3 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์บริการ

### การตั้งราคา

- ราคาบริการเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ บริการชิปปิ้ง และขนส่งตั้งราคาที่ไม่สูงจากผู้แข่งขันมากเกินไปมีการลดราคากรณีที่ใช้บริการหลายอย่างพร้อมๆกัน เช่น จากเดิมค่าเฟรทพอร์เวิร์ดเดอร์ 33,000 บาท บริการชิปปิ้ง 3,000 บาท ค่าขนส่ง 12,000 บาท แต่ถ้าใช้บริการทั้งหมดที่พูดถึงนี้จะลดราคาไป 1,000 บาท จากเดิม 48,000 บาท เหลือ 47,000 บาท
- กรณีที่ลูกค้ามียอดค่าใช้บริการ 1,000,000 บาทต่อเดือน จะลดค่าบริการ 10,000 บาท
- มีการจัดอบรมภาษาให้แก่พนักงาน อาทิตย์ละครั้ง ภาษาจีน และ ภาษาอังกฤษ

ภาพที่ 5.2: กรณีผู้ใช้บริการไม่ใช้ขนส่ง ไม่มีค่าขนส่ง ( สินค้าเป็นมะพร้าว )



### YODA LOGISTICS CO.,LTD.

818/133 UDOM SUK ROAD,BANGNA NUEA,  
BANGNA, BANGKOK 10260  
TEL: 02-0133119  
FAX: 02-0133120  
PORT: SHANGHAI  
COMM FRESH YOUNG COCONUT  
VOLUME 1 X 40' HQ

Date : 09/07/2018

1	DETAIL	USD1,000 * RATE@33.00	ค่าใช้จ่ายตามจริง	
			COSCO	YML
1	SEA FREIGHT / ค่าเรือ	33,000.00 BAHT	500.00 USD	600.00 USD
2	THC / ค่าเครื่องเรือและอุปกรณ์	5,470 BAHT	5,000.00 BAHT	5,050.00 BAHT
3	B/L + SURRENDER B/L / ค่าใบตราส่งสินค้า	2,600.00 BAHT	2,600.00 BAHT	2,600.00 BAHT
4	SEAL CHARGE / ค่าซีล	250.00 BAHT	250.00 BAHT	250.00 BAHT
5	SHIPPING CHARGE / ค่าชิปปิ้ง	3,000.00 BAHT	-	-
6	PHYTO / ไฟโต	1,000.00 BAHT	1,000.00 BAHT	1,000.00 BAHT
7	FORM E / ใบรับรองถิ่นกำเนิด	500.00 BAHT	300.00 BAHT	300.00 BAHT
8	SHIPPER'S NAME / ชื่อผู้ส่งออก	1,500.00 BAHT	-	-
9	TRAILER CHARGE / ค่าหัวลาก			
9.1	LAEM CHABANG		12,000.00 BAHT	12,000.00 BAHT
9.2	BANGKOK		10,000.00 BAHT	10,000.00 BAHT
10	GATE CHARGE ALL IN / ค่าใช้การรับตู้สินค้า	1,800.00 BAHT		
11	DHL / ค่าส่งเอกสารดูเรียร์	700.00 BAHT	700.00 BAHT	700.00 BAHT
12	NEW SEAL / ค่าซีลใหม่			
13	OTHER / อื่นๆ			

ภาพที่ 5.3: ค่าบริการแสดงราคาจ่ายตามจริงให้กับสายเรือค่าเงินเป็นUSD และราคาขายให้กับ  
ผู้ใช้บริการค่าเงินเป็นบาท

สายเรือ	ประเทศจีน				ประเทศฮ่องกง
	SHANGHAI	SHEKOU	XINGANG	XIAMEN	
ค่า SEA FREIGHT					HONGKONG
COSCO	550 USD	550 USD	700 USD		550 USD
YANGMING	650 USD	650 USD	650 USD		600 USD
KMTC				900 USD	
SITC	550 USD				
ราคาที่ขาย	52,000 BAHT	52,000 BAHT	60,000 BAHT	55,000 BAHT	52,000 BAHT

2. ขนส่งอย่างเดียว ( กรณีรถขนส่งไม่พอต้องจ้างบริษัทอื่น )

ภาพที่ 5.4: ขนส่งอย่างเดียว

บริษัท UNIVERSAL APPAREL CO.,LTD	ขนส่งอย่างเดียว	
	ราคาจ่ายตามจริง	ราคาเก็บผู้ใช้บริการ
จังหวัดที่ขนส่ง จากกรุงเทพ		
อุดร	27,000.00 BATH	29,000.00 BATH
บางบอน	9,000.00 BATH	10,000.00 BATH
ชัยภูมิ	23,000.00 BATH	25,000.00 BATH



### การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

- สร้างแฟนเพจ FACEBOOK, LINE, WEBSITE, INSTAGRAM เพื่อให้เป็นที่ลูกค้าของลูกค้าใหม่ๆ ติดต่อดีง่ายขึ้นและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
- ทำการโปรโมท FACEBOOK, LINE, WEBSITE, INSTAGRAM เพื่อให้ลูกค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้น และลูกค้าสามารถค้นหาได้ง่าย เช่น ทำการโปรโมทกับทาง GOOGLE จะทำให้ลูกค้าที่ค้นหาคำว่า เฟรทพอร์เวอริเตอร์หรือขนส่ง ทำให้ขึ้นบริษัทเราอยู่หน้าแรกนั่นเอง
- ออกบูธ จากเดิมออกบูธที่ประเทศจีนเดือนละครั้งให้เพิ่มการออกบูธที่ไทยเดือนละครั้ง
- เข้าร่วมกับหนังสือ Logistics Manager ในวงการนำเข้าส่งออกจะเรียกว่า LM หนังสือเล่มนี้มีข้อมูลข่าวสารการนำเข้าส่งออกของบริษัทเรือขนส่งสินค้าและบริษัทเฟรทพอร์เวอริเตอร์ต่างๆ จะออกเล่มใหม่ทุกๆ 15 วัน สมัครฟรีไม่มีค่าใช้จ่ายที่ [www.logistics-manager.com](http://www.logistics-manager.com)

ภาพที่ 5.5: โปรโมทผ่านช่องทางต่างๆ

โปรโมทผ่าน ช่องทางต่างๆ	มกรา-มีนาคม	เมษายน-มิถุนายน	กรกฎาคม-กันยายน	ตุลาคม-ธันวาคม
1. FACEBOOK				
2. LINE				
3. WEBSITE				
4. GOOGLE				
5. INSTAGRAM				

ภาพที่ 5.6: ค่าใช้จ่ายการใช้บริการ

ค่าใช้จ่ายการใช้บริการ	4 เดือน 12,000 บาท	6 เดือน 17,000 บาท	9 เดือน 24,000 บาท	12 เดือน 29,000 บาท
1. FACEBOOK				
2. LINE				
3. WEBSITE				
4. GOOGLE				
5. INSTAGRAM				

#### การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

- มีการให้บริการที่รวดเร็วตรงต่อเวลา มีราคาที่เหมาะสมและราคาที่ไม่สูงจนเกินไปแต่คุณภาพการให้บริการดีเยี่ยมทุกครั้งที่ได้รับบริการ
- มีการให้เปอร์เซ็นต์กับทางเซลล์ของบริษัทอื่นที่มาใช้บริการของบริษัทเรา

#### การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

- บริษัทของเราเน้นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจทุกครั้งเข้ารับการใช้บริการ บริษัทของเราจะมีราคาที่เหมาะสมให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยพนักงานสามารถที่จะคอยให้คำแนะนำสิ่งที่ผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดีเพราะมีความชำนาญในด้านนี้มากกว่าสิบปี สามารถที่จะจดจำผู้ใช้บริการได้ทุกคน มีการบริการที่ยิ้มแย้มตลอดเวลา เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าการบอกต่อกับผู้อื่นว่าบริษัทของเราน่าใช้บริการ

## 5.4 แผนกลยุทธ์กระบวนการให้บริการ

### กระบวนการให้บริการ

มีการให้บริการที่ประทับใจทุกครั้ง มีการบอกขั้นตอนทุกอย่างอย่างชัดเจนไม่ข้ามขั้นตอน จะทำให้อัปเดตผิดพลาดเกิดขึ้นได้น้อยหรือไม่มีเลย มีการแจ้งผลการทำงานทุกๆขั้นตอนว่าอยู่ในขั้นตอนใดแล้ว ณ เวลานั้นๆ 2ปีข้างหน้าทำแอปพลิเคชันสำหรับบริษัทในการกดเลือกใช้บริการด้วยตัวเอง เช่น คำสั่งบुक เรือ ลูกค้าจะใส่ข้อมูลต่างๆของสินค้าคือ วันที่ เวลา ประเทศ ท่าเรือ สินค้าเป็นอะไร น้ำหนักเท่าไร หลังจากทีลูกค้าได้ทำการกรอกข้อมูลครบถ้วนทางเราจะทำการติดต่อกับสารเรือเพื่อบुकเรือให้กับลูกค้า ขั้นตอนการติดตามรถขนส่งสามารถใส่เลขทะเบียนเพื่อติดตามได้เองในแอปพลิเคชัน ขั้นตอนการติดตามเรือว่าสถานะตอนนี้อยู่ที่ใดก็สามารถใส่ชื่อเรือและท่าเรือเช็คเองได้ทันที

### การขนส่งสินค้า

การขนส่งมีเครื่อง จีพีเอส ติดไว้ที่รถขนส่งทำให้เราสามารถเช็คได้ตลอดเวลาว่า สถานะรถตอนนี้ อยู่ที่ไหน ไปทันเวลาหรือไม่ มีการส่งมอบสินค้าได้ตรงเวลาและถึงก่อนเวลาเสมอๆ มีการแจ้งลูกค้าเสมอว่าจะไปรับสินค้าเวลาใดและถึงเวลาใด

## 5.5 แผนกลยุทธ์ทางการเงินและการลงทุน

ตาราง 5.7.1: งบประมาณการลงทุนต่อปี

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>			
อุปกรณ์สำนักงาน	150,000.00	150,000.00	
		-	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	150,000.00		
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ</b>			
ค่าจดทะเบียนบริษัทและค่าตกแต่งบริษัท	1,200,000.00	1,200,000.00	-

ค่ามัดจำสถานที่บริษัท	50,000.00	50,000.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	3,000,000.00	3,000,000.00	-
รวมเงินลงทุนตั้งแต่เริ่มดำเนินงาน	4,400,000.00	4,400,000.00	-

ตาราง 5.7.2: แสดงรายละเอียดของค่าเสื่อมราคาปลงการตัดจ่ายค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
สินทรัพย์ถาวรรวม	150,000.00			
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	37,500.00	37,500.00	37,500.00	37,500.00
ค่าเสื่อมราคาสะสม	37,500.00	75,000.00	112,500.00	150,000.00

### โอนไปงบดุล

สินทรัพย์ถาวรรวม	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	37,500.00	75,000.00	112,500.00	150,000.00
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	112,500.00	75,000.00	37,500.00	-

ตารางที่ 5.7.3: การประมาณค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4
ค่าเช่าสถานที่	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00
ค่าน้ำประปา (เพิ่ม 3%)	6,000.00	6,180.00	6,360.00	6,540.00
ค่าไฟฟ้า (เพิ่ม 5%)	18,000.00	18,900.00	19,800.00	20,700.00
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่ม 5%)	24,000.00	25,200.00	26,400.00	37,500.00
ค่าเสื่อมราคา	37,500.00	37,500.00	37,500.00	27,600.00
เงินเดือน	990,000.00	1,205,000.00	1,500,800.00	1,907,850.00
รวมต้นทุนคงที่	1,195,500.00	1,412,780.00	1,710,860.00	2,120,190.00
รายได้รวม	4,000,000.00	6,500,000.00	8,000,000.00	10,000,000.00
<b>ต้นทุนการให้บริการ 20%</b>				
ต้นทุนผันแปร				
ต้นทุนการให้บริการ	550,000.00	990,00.00	1,400,000.00	1,600,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 5 %	150,000.00	223,500.00	389,000.00	402,000.00
รวมต้นทุนผันแปร	700,000.00	1,213,500.00	1,789,000.00	2,002,000.00

ตาราง 5.7.4: งบกำไรขาดทุน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน

กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร

อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย

การคำนวณ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4
จุดคุ้มทุน				
กำไรส่วนเกิน	3,300,000.00	5,286,500.00	6,211,000.00	7,998,000.00
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.75	0.75	0.75	0.75
จุดคุ้มทุนต่อวัน	4367.12	5,160.84	6,249.73	7,744.99
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	132,833.33	156,975.56	190,095.56	235,576.67
จุดคุ้มทุนต่อปี	1,594,000.00	1,883,706.67	2,281,146.67	2,826,920.00

	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4
รายได้รวม	4,000,000.00	6,500,000.00	8,000,000.00	10,000,000.00
หัก ต้นทุนผันแปร	700,000.00	1,213,500.00	1,789,000.00	2,002,000.00
กำไรส่วนเกิน	3,300,000.00	5,286,500.00	6,211,000.00	7,998,000.00
หัก ต้นทุนคงที่	1,195,500.00	1,412,780.00	1,710,860.00	2,120,190.00
กำไรก่อนการดำเนินงาน	2,104,500.00	3,873,720.00	4,500,140.00	5,877,810.00
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	2,104,500.00	3,873,720.00	4,500,140.00	5,877,810.00
หัก ภาษี 30 %	631,350.00	1,162,116.00	1,350,042.00	1,763,343.00
กำไรสุทธิ	1,473,150.00	2,711,604.00	3,150,098.00	4,114,467.00

## กำไรสะสม ประเมินการจากสถานการณ์ปกติ

ยกยอดไปงบดุล	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4
กำไรสะสมต้นปี	-	1,084,200.00	3,369,797.00	5,840,006.00
บวกกำไรสุทธิ	1,473,150.00	2,711,604.00	3,150,098.00	4,114,467.00
หัก เงินปันผล	388,950.00	426,007.00	679,889.00	797,470.00
กำไรสะสมปลาย งวด	1,084,200.00	3,369,797.00	5,840,006.00	9,157,003.00

ยกยอดไปงบกระแสเงิน สด	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4
ภาษีเงินได้	631,350.00	1,162,116.00	1,350,042.00	1,763,343.00
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	631,350.00	530,766.00	187,926.00	413,301.00

## ตาราง 5.7.5: งบกระแสเงินสด ประเมินการจากสถานการณ์ปกติ

ยกยอดไปงบกระแสเงิน สด	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4
เงินปันผลจ่าย	388,950.00	426,007.00	679,889.00	797,470.00
เงินปันผลค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	388,950.00	37,057.00	253,882.00	117,581.00

กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการ ดำเนินงาน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4
กำไรสุทธิ	1,473,150.00	2,711,604.00	3,150,098.00	4,114,467.00
บวก ค่าเสื่อมราคา	37,500.00	37,500.00	37,500.00	37,500.00
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้าง จ่ายที่เพิ่มขึ้น	631,350.00	530,766.00	187,926.00	413,301.00
บวก เงินปันผลค้าง จ่ายที่เพิ่มขึ้น	388,950.00	37,057.00	253,882.00	117,581.00
เงินสดจากกิจกรรม ดำเนินงาน	2,497,200.00	3,283,177.00	3,629,206.00	4,682,849.00
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมลงทุน				
สินทรัพย์รวม	-150,000.00	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและค่า ตกแต่ง	-1,200,000.00	-	-	-
ค่ามัดจำสถานที่	-50,000.00	-	-	-
กระแสเงินสดจาก การลงทุน	-1,400,000.00	-	-	-
กระแสเงินสดจาก การจัดหา				
กู้เงินจากสถาบัน การเงิน	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	-	-	-	-
หัก ชำระดอกเบี้ย	-	-	-	-



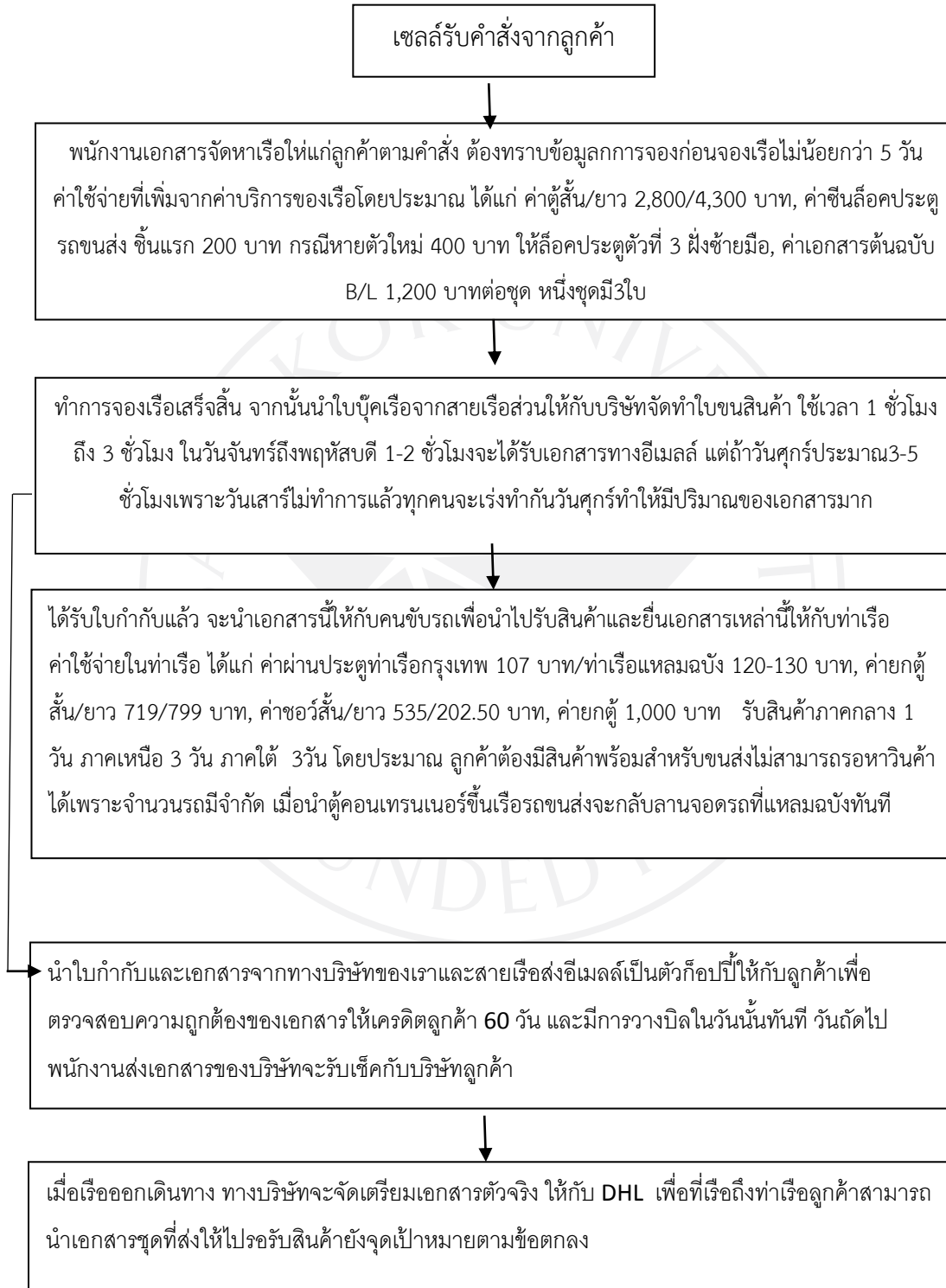
เงินกู้				
หัก เงินปันผล	-388,950.00	-426,007.00	-679,889.00	-797,470.00
ทุนหุ้นสามัญ	4,400,000.00	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	4,011,050.00	-426,007.00	-679,889.00	-797,470.00
เงินสดสุทธิ	5,108,250.00	2,857,270.00	2,949,317.00	3,885,379.00
บวก เงินสดต้นงวด	-	5,108,250.00	7,965,520.00	10,914,837.00
เงินสดปลายงวด	5,108,250.00	7,965,520.00	10,914,837.00	14,800,216.00

ตาราง 5.7.6: งบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

สินทรัพย์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	5,108,250.00	7,965,520.00	10,914,837.00	14,800,216.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	5,108,250.00	7,965,520.00	10,914,837.00	14,800,216.00
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	20,000.00	10,000.00	5,000.00	-
ค่าตกแต่งสุทธิ	200,000.00	100,000.00	50,000.00	-
ค่ามัดจำสถานที่	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00
รวมสินทรัพย์	5,378,250.00	8,125,520.00	11,019,837.00	14,850,216.00
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น				
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	631,350.00	1,162,116.00	1,350,042.00	1,763,343.00
เงินปันผลค้างจ่าย	388,950.00	426,007.00	679,889.00	797,470.00

หนี้สินหมุนเวียน	1,020,300.00	1,588,123.00	2,029,931.00	2,560,813.00
เงินกู้สุทธิ	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	1,020,300.00	1,588,123.00	2,029,931.00	2,560,813.00
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	4,400,000.00	4,400,000.00	4,400,000.00	4,400,000.00
กำไรสะสม	1,084,200.00	3,369,797.00	5,840,006.00	9,157,003.00
ส่วนของเจ้าของ	5,484,200.00	7,769,797.00	10,240,006.00	13,557,003.00
				0
รวมหนี้สินและส่วนของ เจ้าของ	6,504,500.00	9,357,920.00	12,269,937.00	16,117,816.00
				0

## 5.6 แผนปฏิบัติการ



## ข้อมูลในแผนปฏิบัติการ

### 1. ตารางเรือสายเรือ

#### 1.1 สายเรือ Cosco

Port : เซี่ยงไฮ้ shanghai 9-10 วัน, ฮ่องกง hongkong 5 วัน, ซื่อโก้ว shekou 5 วัน, ซินกั่ง xingang 5 วัน

#### 1.2 สายเรือ KMTC

Port : เซี่ยงไฮ้ shanghai 7-8 วัน, เซี่ยเหมิน Xiamen 6 วัน

#### 1.3 สายเรือ SITC

Port : เซี่ยงไฮ้ shanghai 7 วัน

#### 1.4 สายเรือ YML

Port : เซี่ยงไฮ้ shanghai 10 วัน, ซื่อโก้ว shekou 4 วัน, ซินกั่ง xingang 15 วัน, เทียนจิน tianjin 15 วัน

### 2. จัดชุด DHL

2.1 ดราฟปีแอลตัวจริง 3 ใบ

2.2 อินวอย แพ็คกิ้งลิส อย่างละ 3 ใบ

2.3 ฟอรั่มอีตัวจริง 1 ชุด

2.4 ไฟโตตัวจริง 1 ชุด

2.5 หัวจดหมายบริษัทพร้อมประทับตรา 6 ใบ

## 5.7 แผนฉุกเฉิน

### แผนฉุกเฉินทางการตลาด

#### ยอดขายไม่เป็นไปตามที่ตั้งเป้าหมาย

- กรณียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้จะเกิดผลเสียกับสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทได้ เริ่มขาดทุนจนในที่สุดต้องเริ่มปลดพนักงานและทำให้พนักงานขาดความเชื่อมั่นในบริษัท จนลาออกในที่สุด ทางแก้ไขมีการจัดอบรมเทคนิคเพิ่มยอดขายให้กับพนักงานและให้เปอร์เซ็นต์สำหรับยอดขาย เพื่อกระตุ้นให้พนักงานขยันหายอดขายที่เพิ่มขึ้น

### แผนฉุกเฉินด้านปฏิบัติการ

#### ไม่สามารถทำเอกสารได้ทันและขนส่งสินค้าตามที่กำหนด

- เนื่องจากมีพนักงานทำเอกสารน้อยทำให้การทำเอกสารล่าช้าตรงข้ามกับผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นทำให้เอกสารการจัดส่งล่าช้า แก้ปัญหาโดยการเพิ่มพนักงานที่มีประสบการณ์เพราะคนที่มีความชำนาญจะใช้เวลาสอนงานเพียงเล็กน้อยไม่ต้องเสียเวลาของคนที่สอนงานมากนัก

- เนื่องจากพนักงานขับรถมีน้อยรถหนึ่งคนต่อหนึ่งคันทำให้เวลารับงานที่ต้องเดินทางไกลไม่มีคนช่วยกันขับเวลาเดินทางน้อยอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย เช่น สินค้าขนส่งอยู่จังหวัดเชียงใหม่แต่มีเวลาเดินทางจาก กรุงเทพฯหรือชลบุรีเพียงสามวันไปกลับต้องรอโหลดสินค้า ทำให้เวลาปิดคนขับรถไม่มีเวลาพักเท่าที่ควรอาจเกิดการหลับในขึ้นได้

### แผนฉุกเฉินด้านบุคลากร

#### พนักงานลาออกบ่อย

- พนักงานลาออกบ่อยทำให้งานบริษัทสะดุดได้ ยิ่งถ้าเอกสารส่วนนั้นทำเป็นแค่คนเดียวอาจทำให้บริษัทเสียหายได้ทันที และรวมถึงขวัญกำลังใจของพนักงานคนอื่นๆอาจจะลาออกได้ กรณีที่พนักงานขอลาออกให้สอบถามว่าลาออกเพราะสาเหตุอะไร พูดคุยอย่างประนีประนอมเพื่อให้พนักงานบอกว่าถึงสาเหตุเพราะอะไรจึงลาออก และหาพนักงานที่มีแนวโน้มว่าตั้งใจจะอยู่กับเรานานเรามีข้อดีตรงไหนเค้าจึงอยากที่จะอยู่กับเรานาน มีกล่องให้แสดงความคิดเห็นโดยไม่ติดกั๊งไว้สำหรับพื้นที่ตรงนั้นอย่างเด็ดขาด เพราะพนักงานบางคนจะไม่กล้าใส่ใบแสดงความคิดเห็นถ้าต้องการปัญหาที่แท้จริงของบริษัท

## การบริการของพนักงานไม่สุภาพ

- เรียกพนักงานคนดังกล่าวมาสอบถามทำไมถึงทำตัวไม่เหมาะสมบอกผลกระทบที่เกิดขึ้นของบริษัทให้พนักงานได้รับรู้ แนวทางแก้ไข ส่งพนักงานอบรมเกี่ยวกับมารยาทของการบริการที่ดี เพิ่มรางวัลให้กับพนักงานบริการดีเด่นเพิ่มกล่องให้คะแนนจากลูกค้าที่เข้ารับบริการเพื่อให้พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน

## แผนฉุกเฉินด้านการเงิน

### การขาดสภาพคล่องของบริษัท

- ถ้าบริษัทขาดสภาพคล่องทางการเงินในบริษัทจะส่งผลให้บริษัทอาจต้องผิดตัวลงไปมากที่สุด เช่น ยอดขายเริ่มลดลงการขาดทุนเพิ่มขึ้นต้องนำเงินส่วนอื่นมาเติมเต็มส่วนที่ขาดทุนยาวนานวันยิ่งขาดทุนทำให้บริษัทอยู่ไม่ได้จนต้องปิดตัวในที่สุด ดังนั้นบริษัทต้องหาแหล่งเงินทุนสำรองไว้ระยะสั้นหรือยาวตามความเหมาะสม

## แผนในอนาคต

### การขยายกิจการของบริษัทเพิ่มรถขนส่ง

- มีการขยายกิจการไปยังจุดสำคัญอีกก็คือ ชลบุรีเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน งานด้านเอกสาร ซิปป์สามารถทำให้แก้ปัญหาได้กรณีที่เอกสารมีปัญหาหรือคนขับรถหนึ่งงานไม่ยอมมาขับรถให้จะสามารถแก้ปัญหาได้ทันเวลา มีการเพิ่มรถขนส่งรับงานที่มากขึ้นเพื่อขจัดคู่แข่งทางด้านธุรกิจ ธุรกิจของเรามีการบริการที่หลากหลายทำให้อาจถูกเลือกเป็นอันดับต้นๆ

### การเพิ่มช่องทางการบริการ

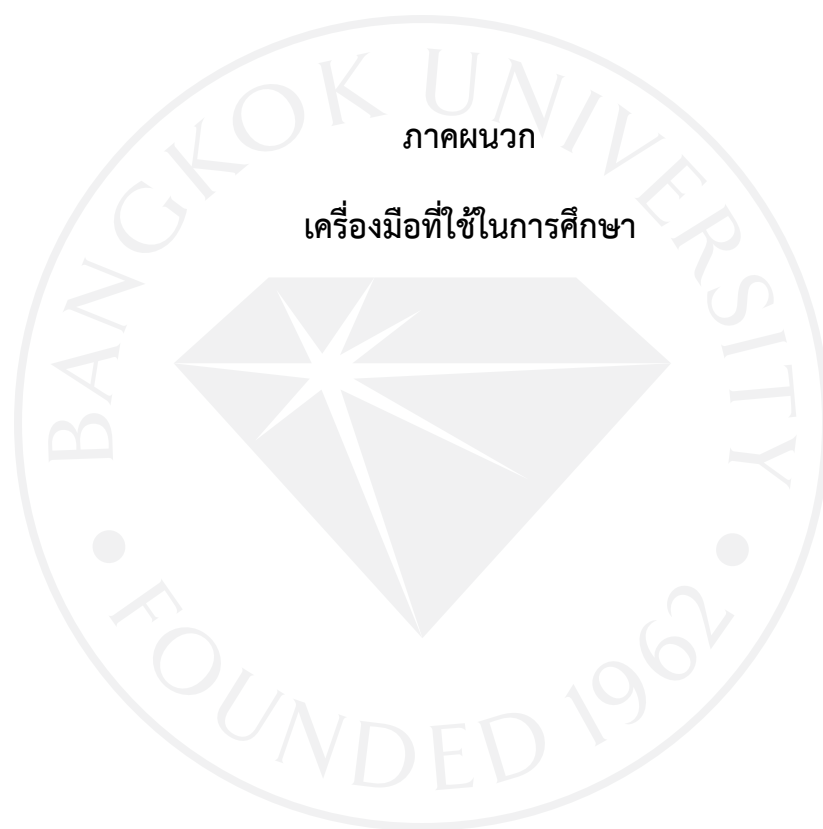
- มีการสร้าง FAN Page , Facebook , Line , Website, Instagram, แอปพลิเคชัน เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงการใช้บริการและเพิ่มโอกาสในการได้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันสื่อโซเชียลมีความสำคัญกับทุกคน ทุกคนมีโอกาสที่จะเจอกับช่องทางที่เราสร้างขึ้นได้ง่ายดาย

### บรรณานุกรม

- บริการขนส่งระหว่างประเทศ. (2560). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/ttcexlogistics/posts/730659487139087>
- กระทรวงพาณิชย์. (2558). การกำหนดนโยบายกระทรวงการค้า. สืบค้นจาก <http://www.moc.go.th/index.php/moc-about/2015-10-19-03-39-24/2015-10-19-04-25-36/item/42-7.html>
- การขนส่งทางเครื่องบิน. (2561). สืบค้นจาก <http://www.avigo.co.th/services/airfreight/>
- ธนาคารกสิกรไทย. (2560). ธุรกิจโลจิสติกส์ 4.0 ดันขนส่งพุ่ง. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. สืบค้นจาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEknowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/TransportationWithLogistic40.pdf>
- บริการขนส่งระหว่างประเทศ. (2560). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/ttcexlogistics/posts/730659487139087>
- ผักและผลไม้. (2560). สืบค้นจาก [http://www.thaibiz.net/th/business/detail.php?ID=314&sphrase\\_id=4295177](http://www.thaibiz.net/th/business/detail.php?ID=314&sphrase_id=4295177)
- ศุภกฤต เชื้อนิล. (2560). การพัฒนากลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในกลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมของบริษัท บางกอกเฟรทพอร์เวดเดอร์ จำกัด. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้า.
- เอกกมล เอี่ยมศรี. (2561). การวิเคราะห์ห่วงโซ่อาหาร. สืบค้นจาก <https://eiamsri.wordpress.com/2013/10/05/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A>
- รัฐบาลออก 3 มาตรการช่วยผู้ประกอบการได้รับผลกระทบขึ้นค่าแรง. (2560). โพสต์ทูเดย์. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/economy/538156>







ภาคผนวก

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

## แบบสอบถามความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ

บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด

เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2561

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับข้อมูลภูมิหลังของท่านมากที่สุด

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- 1.) ชาย  2.) หญิง

2. อายุ

- 1.) ต่ำกว่า 20 ปี  2.) 21 - 40 ปี  3.) 41 - 60 ปี  4.) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- 1.) มัธยมศึกษา - ปวส  2.)ปริญญาตรี  3.)ปริญญาโท  4.)

ปริญญาเอก

4. รายได้

- 1.) ต่ำกว่า 15,000 บาท  2.) 20,001 - 50,000 บาท  3.)

มากกว่า 50,00บาทขึ้นไป

5. ลักษณะของการดำเนินการของผู้ใช้บริการ

- 1.) เจ้าของคนเดียว  2.) ห้างหุ้นส่วนจำกัด  3.) ห้าง

หุ้นส่วนนิติบุคคล

- 4.) บริษัท จำกัด  5.) บริษัท มหาชน จำกัด

## 6. ลักษณะบริษัทของผู้ใช้บริการ

- 1.) ผู้ส่งออกสินค้า     2.) ผู้นำเข้าสินค้า     3.) ผู้นำเข้าและส่งออกสินค้า

## 7. ประเภทของสินค้าหลักของบริษัท (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.) เครื่องจักร     2.) สินค้าทางการเกษตร     3.) เนื้อสัตว์  
 4.) ผลไม้     5.) เคมีภัณฑ์     6.) ชิ้นส่วนรถยนต์     7.) อื่นๆ

## 8. ประเภทของการใช้บริการที่เลือกใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.) บริการเฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์     2.) บริการชิปปิ้ง     3.) บริการขนส่ง

## 9. ท่านเคยใช้บริการเฟรทฟอร์เวิร์ดเดอร์ที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.) บริษัท ฟอลคอน เฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ จำกัด     2.) บริษัท คอนซิสท์ เฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ จำกัด  
 3.) บริษัท พี.ที.เอ. เอ็กซ์สปอร์ต จำกัด     4.) อื่นๆ

## 10. ท่านเคยใช้บริการชิปปิ้งที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.) บริษัท ฟอลคอน เฟรท พอร์เวิร์ดเดอร์ จำกัด     2.) บริษัท แวลูชิปปิ้ง จำกัด  
 3.) บริษัท ซีทีที ทรานส์ (ซีเอ็ม) จำกัด     4.) อื่นๆ

## 11. ท่านเคยใช้บริการขนส่งที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.) บริษัท ธรรมชาติ ทรานสปอร์ต     2.) คอสยาม ทรานสปอร์ต  
 3.) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ส.สนอง ทรานสปอร์ต     4.) อื่นๆ

## 12. ความถี่ในการใช้บริการของท่าน

- 1.) น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน     2.) 1-2 ครั้งต่อเดือน     3.) 2-3 ครั้งต่อเดือน     4.) มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน

13. ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการกับบริษัทของเรา

- 1.) น้อยกว่า 1 เดือน  2.) 2-6 เดือน  3.) 6-12 เดือน  4.) มากกว่า 1 ปี

14. ท่านเลือกใช้บริการจากแหล่งใดมากที่สุด

- 1.) นามบัตร  2.) ที่ตั้งของบริษัท  3.) มีคนแนะนำ  4.) เบอร์โทรที่ติดไว้กับรถหัว  
ลากของบริษัท

15. ราคามีผลต่อการตัดสินใจของท่านมากน้อยเพียงใด

- 1.) มากที่สุด  2.) มาก  3.) ปานกลาง  4.) น้อย  5.) น้อยที่สุด

16. ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของการใช้บริการ

- 1.) 10,000 - 30,000 บาท  2.) 30,001 - 99,999 บาท  3.) มากกว่า 100,000 บาท

17. ราคาการบริการของเราถูกกว่าที่อื่นส่งผลต่อท่านมากน้อยเพียงใด

- 1.) มากที่สุด  2.) มาก  3.) ปานกลาง  4.) น้อย  5.) น้อยที่สุด

18. ความหลากหลายการบริการของบริษัทส่งผลต่อท่านมากน้อยเพียงใด

- 1.) มากที่สุด  2.) มาก  3.) ปานกลาง  4.) น้อย  5.) น้อยที่สุด

19. ความน่าเชื่อถือของบริษัทส่งผลต่อท่านมากน้อยเพียงใด

- 1.) มากที่สุด  2.) มาก  3.) ปานกลาง  4.) น้อย  5.) น้อยที่สุด

20. ท่านจะใช้บริการของ บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด ต่อไป

- 1.) แน่นอน  2.) อาจจะ  3.) ไม่ใช้บริการ

## ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ

ประเด็นวัดความพึงพอใจต่อคุณภาพของการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่านคิดว่าบริษัทของเรามีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพต่อการให้บริการอย่างถูกต้องและแม่นยำมากน้อยเพียงใด					
2. ท่านคิดว่าการใช้บริการบริษัทของเราตรงกับข้อกำหนดในสัญญาที่ให้ไว้กับท่านมากน้อยเพียงใด					
3. ท่านคิดว่าบริษัทของเรามีมาตรฐานของการให้บริการที่ทำให้ท่านไว้วางใจได้มากน้อยเพียงใด					
4. ท่านคิดว่าพนักงานของเราที่ให้บริการมีความรู้และทักษะในการให้บริการมากน้อยเพียงใด					
5. ท่านคิดว่าพนักงานของเราที่ให้บริการมีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้ามากน้อยเพียงใด					
6. ท่านคิดว่าพนักงานมีความซื่อสัตย์กับท่านมากน้อยเพียงใด					
7. ท่านคิดว่าลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารมีมากน้อยเพียงใด					
8. ท่านคิดว่าบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีด้วยความเต็มใจมากน้อยเพียงใด					
9. ท่านคิดว่าบริษัทสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้ท่านได้มากน้อยเพียงใด					

10. ท่านคิดว่าการใช้ภาษาที่สองของพนักงานมี ประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด เช่น ภาษาจีน ภาษาอังกฤษ					
ประเด็นวัดความพึงพอใจต่อคุณภาพของการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
11. ท่านคิดว่าการให้คำแนะนำของพนักงานตรงตามความ ต้องการของท่านมากน้อยเพียงใด					
12. ท่านคิดว่าการส่งมอบสินค้าไม่ทันตามกำหนดมีผลต่อ ท่านมากน้อยเพียงใด					
13. ท่านคิดว่าหากมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นโดยไม่แจ้งให้ทราบ ล่วงหน้ามีผลต่อท่านมากน้อยเพียงใด					
14. ท่านคิดว่าการวางบิลค้างชำระที่เร็วเกินไปมีผลต่อท่าน มากน้อยเพียงใด					

**คำชี้แจง** กรุณาเขียนเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับข้อมูลภูมิหลังของท่านมากที่สุด  
ระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ    มากที่สุด    มาก    ปานกลาง    น้อย    น้อยที่สุด

**ตอนที่ 3** ปัญหา / ข้อเสนอแนะ

**ปัญหา**

1. ....

2. ....

**ข้อเสนอแนะ**

1. ....

2. ....

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลในครั้งนี้

ทางเราจะนำทุกๆคำติชมไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้นไป

-----

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	จรรุวรรณ แซ่เตียว
อีเมลล์	jaruwan.seat@bumail.net
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประวัติการทำงาน	เริ่มทำงานที่บริษัท โยดา โลจิสติกส์ จำกัด ตั้งแต่ เมษายน 60 จนถึงปัจจุบัน

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 15 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2019

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นางอรรษา เกษมศรี อยู่บ้านเลขที่ 239/145

ชอย 87 ถนน ลาดพร้าว ตำบล/แขวง รัชดาภิเษก

อำเภอ/เขต รัชดาภิเษก จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10310

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว \_\_\_\_\_

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 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 แผนธุรกิจของวิสาหกิจ โยธา วิศวกรรม จำกัด

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีการกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น



สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... กาญจนา แซ่เตียว .....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( กาญจนา แซ่เตียว )

ลงชื่อ..... อ.วิกรม .....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..... [Signature] .....พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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