

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแนวทางการประกอบธุรกิจการขนส่งผู้คอนเทนเนอร์ในเขตภาคตะวันออก จากการทบทวนผลงานการศึกษาพบว่าวิธีการสำรวจส่วนใหญ่จะประยุกต์มาจากหลักการสำรวจทางการตลาดในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีในการบริหารองค์กร (Harold, 1972) ได้กำหนดขั้นตอนการจัดการไว้ 5 ขั้นตอน ซึ่งมาจาก POSDC ดังนี้

Planning คือการวางแผนการทำงาน โดยการตั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจให้ชัดเจน และแยกออกไปเป็น 4 ด้านหลักใหญ่ คือ การตลาด การผลิต ทรัพยากรบุคคล และการเงิน รวมไปถึงการวางเป้าหมายและตัวชี้วัดความสำเร็จด้วย

Organizing คือ จัดโครงสร้างองค์กรว่าจะแบ่งเป็นฝ่าย แผนก ...ตามหน้าที่การทำงานที่รับผิดชอบ

Staffing คือ การจัดคนเข้าทำงาน โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการหาคน จนได้คนมาปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่วางไว้อย่างเหมาะสม

Directing คือ การอำนวยความสะดวกให้ไปตามระบบที่วางไว้

Controlling คือ การควบคุมการทำงานการบริหาร ที่วางไว้ตั้งแต่แรก ติดตามตรวจสอบผลเทียบกับเป้าหมาย

ในขั้นตอนที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด เป็นกระบวนการหนึ่งของ วิธีการดำเนินงาน กล่าวคือหน้าที่หรือกิจกรรมขั้นพื้นฐานที่ผู้บริหารต้องกระทำ ในปัจจุบันยึดถือหน้าที่ 4 ประการ ได้แก่ Polc การวางแผน (Planning), การจัดองค์การ (Organizing), การชี้นำ (Leading) และ การควบคุม (Controlling) ซึ่งมีพัฒนาการของแนวคิดมาตั้งแต่สมัยของ ฟาโย (Henri Fayol) ปี 1916 ที่เห็นว่าหน้าที่การจัดการ ประกอบด้วย Poccc ได้แก่ การวางแผน (Planning), การจัดองค์การ (Organizing), การสั่งการ (Commanding), การประสานงาน (Coordinating), การควบคุม (Controlling) ต่อมาในปี (Gulick และ Urwick, 1937) เห็นว่ากระบวนการจัดการประกอบด้วย การวางแผน (Planning), การจัดองค์การ (Organizing), การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing), การอำนวยความสะดวก (Directing), การ

ประสานงาน (Coordinating), การรายงานผล (Reporting) และ การงบประมาณ (Budgeting) ซึ่งนิยม เรียกว่า Poedcorb ต่อมา (Koonitz, 1972) มีความเห็นว่าหน้าที่ทางการจัดการคือ Posdc ได้แก่การวางแผน (Planning), การจัดองค์การ (Organizing), การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing), การอำนวยการ (Directing) และการควบคุม (Controlling) ซึ่งแนวความคิดของเขาเปลี่ยนแปลงไปชัดเจน โดยในปี 1988 คูนต์ซ์และเวียร์ริช (Koonitz & Wehrich., 1980) เขียนตำราใช้ชื่อว่า Management ร่วมกันและได้เปลี่ยนหน้าที่ทางการจัดการจากตัว D (Directing) เป็น L (Leading) (ตุลา มหาพฤฒานนท์, 2545) พัฒนาด้านแนวคิดดังกล่าวยังคงก้าวต่อไปไม่หยุดยั้ง บางทีในยุคหน้าเราอาจเห็นหน้าที่การจัดการที่เหลืออักษรเพียงตัวเดียวหรือสองตัวเท่านั้นก็เป็นได้ ดังนั้นอาจสรุปหน้าที่หรือกิจกรรมขั้นพื้นฐานทางการจัดการได้ว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการ (Process) แปลรูปทรัพยากรที่นำเข้าไปเป็นผลผลิตตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์การต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาแนวทางการประกอบธุรกิจการขนส่งผู้คอนเทนเนอร์

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาแนวทางการประกอบธุรกิจ โดยการจัดทำแผนธุรกิจบริษัท สมายล์ โลจิสติกส์ ที่สามารถนำมาใช้ได้จริงเพื่อเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจอย่างถูกต้อง

การทำแผนธุรกิจ เป็นกระบวนการบริหารเชิงระบบอย่างหนึ่งที่ ผู้นำภายในองค์กรได้ร่วมกันพัฒนาขึ้น ให้เกิดเป็นแนวทางในการบริหารงาน ดำเนินงานขององค์กร โดยเป็นการพัฒนาขึ้นจาก ข้อมูล (Data) ข่าวสาร (Information) ความเป็นจริง (Current Reality) ภายใต้การวิเคราะห์ (Reflection) และจิตสำนึก (Mind-Sets) ของผู้ดำเนินงาน

1. ขั้นตอนในแผนงาน จะช่วยให้ทุกคนที่จะต้องตัดสินใจกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น มีแนวทาง มีกลยุทธ์ และมีวิธีการที่ถูกต้องมากขึ้น

2. ช่วยให้องค์กรนั้น ๆ สามารถพัฒนาไปข้างหน้า เผชิญกับการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงภายใต้ภาวะแวดล้อมต่าง ๆ สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และวิธีปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

3. เกิดการทบทวนและประมาณการทางการเงิน ทั้งด้านรายรับและงบประมาณรายจ่าย ที่เกิดขึ้นในอนาคต

4. จะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงจำนวนเงินทุน สภาพคล่องทางการเงิน ทั้งระยะสั้น และระยะยาวที่เหมาะสม ซึ่งจะเป็นภาพสะท้อนไปสู่ความจำเป็นของแหล่งเงินของสถาบัน และเครื่องมือทางการเงินประเภทต่าง ๆ

5. เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในองค์กร ได้มีส่วนร่วมในการคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา และสร้างสรรค์ ร่วมถึงร่วมกันรับผิดชอบต่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กร

6. จะเป็นเครื่องช่วยในการแสดงถึงระบบในการบริหารงานสามารถสร้างความเชื่อมั่น ต่อสถาบันการเงิน และผู้ร่วมลงทุนต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีการจัดทำแผนธุรกิจ จึงนับเป็นสิ่งจำเป็น เบื้องต้นสำหรับการบริหาร และจัดการธุรกิจในยุคใหม่ ที่มีความสลับซับซ้อน และละเอียดอ่อน มากกว่าในอดีตที่ผ่านมา ที่ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารองค์กร จะไม่สามารถละเลยหรือมองข้าม ความสำคัญได้ เช่นในอดีตที่ผ่านมา

แนวคิดของลูกค้าในการเลือกใช้บริการขนส่ง

รูปแบบการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของรถโดยสารประจำทางแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มที่จ้างโดยบริษัทผู้ประกอบการโดยตรงให้รับส่งผู้โดยสารไปยังที่ต่าง ๆ ตามที่ผู้ให้บริการ ต้องการ และกลุ่มที่จ้างโดยบริษัทตัวแทนผู้ประกอบการขนส่งซึ่งเปรียบเสมือน คนกลางที่เป็น ตัวแทนของลูกค้า 2 รูปแบบนี้มีทั้งข้อดีข้อด้อยแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความต้องการของ ผู้ประกอบการแต่ละราย การว่าจ้างให้ตัวแทนผู้ประกอบการขนส่งให้มาดำเนินการแทน อาจมี สาเหตุมาจากข้อกำหนดทางเศรษฐกิจ และทรัพยากร สภาพการแข่งขัน และความต้องการของลูกค้า แต่ละราย ทำให้ต้องเลือกผู้ขนส่งที่มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีผลมาจากความคาดหวังของผู้ว่าจ้าง โดยผลที่ได้รับต่ำกว่าที่ผู้ว่าจ้าง คาดหวังไว้ ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในบริการ แต่ถ้าได้รับการบริการเป็นที่น่าประทับใจ ตามที่คาดหวังไว้ก็จะส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของลูกค้า และมีการประชาสัมพันธ์ถึงข้อดีและ ข้อเสียในการบริการนั้น ๆ ยังบุคคลอื่น (Lambert, Stock, & Ellram, 1998)

ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง

การคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งที่สามารถตอบสนองความต้องการได้จะต้องพิจารณา จากหลายปัจจัยเพื่อช่วยในการตัดสินใจ โดยเงื่อนไขหรือปัจจัยที่ใช้ประกอบการพิจารณาของแต่ละ ธุรกิจอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันตามนโยบายของแต่ละบริษัท เป็นต้น จากการทบทวนผลงาน การศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการขนส่งสามารถสรุปได้ดังนี้

Lambert, Stock and Ellram (1998) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีความสำคัญในการพิจารณาในการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งดังนี้ คือ

1. ความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการขนส่ง
2. การบริการรับส่งสินค้าตรงเวลา

3. อัตราค่าจัดส่ง
4. การจัดส่งและเก็บเงินมีความถูกต้องตามรายการ
5. การชดเชยค่าเสียหายในกรณีที่เกิดความสูญหายและเสียหายในระหว่างการจัดส่ง
6. ความพร้อมในการให้บริการในกรณีที่มีการร้องเรียนเกิดขึ้น
7. ความซื่อสัตย์ของคนขับรถ
8. มีความพร้อมที่จะทำการจัดส่งอยู่ตลอดเวลา
9. ความสม่ำเสมอในส่วนของเวลาจัดส่ง

รัชวาล ตันตระกูล (2539) ได้ทำการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านการให้บริการลูกค้าในการประกอบธุรกิจการขนส่ง โดยสามารถสรุปปัจจัยที่ลูกค้านำมาประกอบคำพิจารณาได้ดังนี้คือ

1. เวลาในการจัดส่ง
2. ความตรงต่อเวลา
3. การควบคุมความเสียหาย
4. ความรับผิดชอบ
5. การจัดการด้านข้อมูลแก่ลูกค้า

แนวคิดทางการตลาด

แนวคิดทางการตลาดเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการกระตุ้น ไม่ว่าจะเป็นเกิดจากสภาพในร่างกายและสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการบริการ ซึ่งสิ่งกระตุ้นเหล่านี้ประกอบด้วย ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นการใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย หลัก 4ps คือ Product Price Place Promotion (Kotler, 2000) ประมาจารย์ทางการตลาดอีกท่านหนึ่ง ได้เสนอไว้ในหนังสือ Marketing Management ว่าในยุคปัจจุบันนี้ เป็น ยุคที่ถึงเวลาของการลืม 4ps และให้มอง 4cs แทน Model 4cs นี้ เป็นแนวคิดเป็นมุมมองที่จับที่ผู้บริโภคเป็น หลักในขณะที่ 4ps จะใช้มุมมองของแผนการทางการตลาด และการคำนึงถึงผู้บริโภคนี้เองที่ทำให้ นักการตลาดสามารถสื่อสาร กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะ 4cs จะเปิดโอกาสให้นักการตลาดคำนึงถึงการที่จะทำอะไรให้สินค้าเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้บริโภค 4cs ที่กล่าวถึงจะประกอบด้วย Consumer Cost Convenience และ C ตัวสุดท้ายที่ไม่ได้สำคัญท้ายสุด คือ Communication นี้แหละ ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกดี ๆ ด้วยการคำนึงถึง 4cs และเป็น การสื่อสารที่คำนึงถึง Brand Contact ในทุกจุด รวมทั้งเป็น การวางกลยุทธ์การสื่อสารที่สอดคล้องตรงกันกับ Trend ใน Life

Style ของผู้ บริโภค ที่สามารถทำให้สินค้ากลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ที่ผู้บริโภคนึก ถึงเสมอ

Kotler (2000) ได้พูดถึงแนวความคิดทางการตลาด Marketing Concept ซึ่งแต่ละยุคสมัยจะไม่เหมือนกัน สภาพของตลาดและสังคมในแต่ละสมัย ต้องศึกษาให้เกิดความสอดคล้อง ซึ่งแนวความคิดทางการตลาดพัฒนามาถึงปัจจุบันมี 6 ลักษณะดังนี้

1. แนวคิดด้านการผลิต Product Concept ในสมัยก่อน สินค้าในตลาดมีไม่มาก มีผู้ผลิตน้อยราย ขบวนการ ไม่ทันสมัย นักการตลาดมักคิดว่า มีความต้องการมากกว่า หรือเรียกว่า อุปสงค์ (Demand) มากกว่า อุปทาน (Supply) ตลาดจึงมักเป็นของผู้ขาย ผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า Product Oriented พยายามลดต้นทุนให้สำคัญแก่ผู้บริโภคน้อยมาก

2. แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ Product Concept คือการพัฒนาเพราะเริ่มมีการแข่งขัน ลูกค้านิมีโอกาสเลือก ผู้ประกอบการหันมาให้ความสนใจต่อตัวผลิตภัณฑ์

3. แนวคิดด้านการขาย Selling Concept เป็นแนวคิดที่การผลิตขึ้นสินค้าในตลาดมีมากขึ้น ดังนั้นการขายจึงเป็นหัวใจสำคัญในยุคนี้ เริ่มมีพนักงานขายให้คำแนะนำ มีการ โฆษณาเพื่อบอกรายละเอียดของสินค้า

4. แนวคิดด้านการตลาด Marketing Concept ในสมัยที่เครื่องจักรผลิตสินค้าได้มาก ผู้บริโภคมีโอกาสเลือก ตลาดเป็นของผู้ซื้อ แนวคิดนี้ต้องให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภค Consumer Oriented เพื่อให้ผู้บริโภคมีความพอใจมากที่สุด

5. แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม Social Marketing Concept เป็นแนวคิดที่พัฒนามาและเกิดเป็นแนวทางการสร้างสรรค์สังคม โดยตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อส่วนรวม เช่น การกำหนดมาตรฐานสินค้า ISO 14000 เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม สารพิษ เป็นต้น

6. แนวคิดการตลาดสีเขียว Green Marketing เป็นการสร้างภาพพจน์ Image

แนวคิดทางการเงิน

ในองค์กรธุรกิจ หน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารการเงินอาจมีความแตกต่างกันไปบ้างตามลักษณะและธุรกิจที่แตกต่างกัน ในองค์กรทุกขนาดต่างมีความจำเป็นที่จะต้องที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเงิน โดยมีหน้าที่หลักด้านการเงิน 3 ประเภท ที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร คือ การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน เป็นเรื่องของการวิเคราะห์ วางแผนและควบคุมทางการเงิน การทรัพยากรทางการเงิน การจัดทำการเงิน ในการวางแผน ช่องทางทำมาหากิน (2549) แผนการเงินที่จะเป็นประโยชน์มี 2 ประเภทคือ “แผนยอดขายและต้นทุน” กับ “แผนกระแสเงินสด”

1. แผนยอดขายและต้นทุน จะช่วยให้ธุรกิจมีกำไรในแผนนี้จะเป็นการคาดการณ์

ล่วงหน้าเกี่ยวกับยอดขายและต้นทุนของแต่ละเดือนถัดไป และแสดงว่าธุรกิจมีกำไรหรือไม่

2. แผนกระแสเงินสด จะช่วยให้มั่นใจว่าเงินสดไม่ขาดมือ แผนนี้จะบอกว่าในแต่ละเดือนจะมีเงินเข้ามาสู่ธุรกิจเท่าใดและจ่ายออกไปเท่าใดเวลาวางแผนให้จำไว้ว่าต้องทำแผนที่ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน ชัดเจน และให้เหมาะสมกับธุรกิจ โดยแบ่งช่วงเวลาเพื่อให้สามารถนำมาเปรียบเทียบได้ว่าทุกอย่างเป็นไปตามแผนหรือไม่ นอกจากนี้ยังต้องหาข้อมูลและจัดทำแผนล่วงหน้า โดยอย่ารอให้แผนเก่าจบก่อนถึงจะค่อยเริ่มทำแผนใหม่

การจัดทำแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ คือ เครื่องมือสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มก่อตั้งกิจการ และผู้ประกอบการที่กำลังขยายกิจการและมีความประสงค์จะขอเงินจากสถาบันการเงินรวมถึงหาผู้ร่วมทุน โดยแผนธุรกิจจะช่วยประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจให้มีความหมายและทิศทางอย่างชัดเจน เปรียบเสมือนแผนที่ในการบอกรายละเอียดในการเดินทาง ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการถึงจุดหมายที่ตั้งไว้

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2548) ได้อธิบายถึงความหมายของแผนธุรกิจ (Business Plan) ว่าเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ และถือได้ว่าเป็นบทสรุปหรือผลรวมของกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งเปรียบเสมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่าง ๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขัน กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้แนะผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน

ธนาคารการพัฒนาวิสาหกิจ (2547) มีการอธิบายความหมายของแผนธุรกิจ (Business Plan) ว่าเป็นการประมวลความคิดและสรุปออกมาเป็นกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจของผู้ประกอบการออกมาเป็นความเชื่อมั่นและโอกาสทางธุรกิจโดยเปรียบเสมือนเป็นแผนที่ช่วยชี้แนะการดำเนินงานขั้นตอนต่าง ๆ ในการก่อตั้งและดำเนินกิจการรวมทั้งให้รายละเอียดต่าง ๆ ทางด้านการตลาดการแข่งขัน การประมาณการทางการเงิน โดยมีการชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค

สาโรจน์ โอฟัทภักชีวิน (2546) "แผนธุรกิจ" หรือ "Business Planning" มีการเปรียบเทียบให้เห็นความสำคัญของการทำแผนธุรกิจว่าเสมือน"ทางเสือของเรือ" ที่จะใช้บังคับทิศทางที่จะไป การเขียนแผนที่ดี วางแผนที่ดี และปฏิบัติตามที่ดี เมื่อแผนเขียนออกมาดีก็จะทำให้

การประกอบธุรกิจประสบความสำเร็จและบรรลุตามเป้าหมายทางธุรกิจของตนเองนอกจากนี้ ยังสามารถนำไปใช้ได้ถึง การขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน และผ่านการพิจารณาได้ในที่สุด

โดยสรุปแผนธุรกิจก็คือการประมวลความคิดออกมาเป็นแผนการดำเนินงาน และปฏิบัติ ตามอย่างถูกต้องเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการดำเนินงานธุรกิจ

ความสำคัญของแผนธุรกิจ

ศาสตราจารย์ โอพิทักษ์ชีวิน (2546) แผนธุรกิจมีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการให้ มีการตัดสินใจในการดำเนินงานตามเป้าหมายอย่างชัดเจน ทำให้มีรายละเอียดในการจัดการ ธุรกิจ รวมถึงช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน

วีรยุทธ มาณะศิริรานนท์ (2546) ความสำคัญของแผนธุรกิจคือเป็นแผนที่ให้รายละเอียดการ เริ่มต้น เป้าหมายที่ชัดเจน เป็นเครื่องมือการหาแหล่งเงินทุน และให้รายละเอียดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดหาเงินทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดเป็นต้นองค์ประกอบหลักของแผนธุรกิจ

ปานจิตต์ โกญจนววรรณ (2546) ความสำคัญของแผนธุรกิจ คือการตัดสินใจในการ ลงทุนที่ดีจะทำให้ธุรกิจได้ผลตอบแทนที่น่าสนใจและได้รับผลประโยชน์สูงสุด ในขณะที่การ ตัดสินใจหาเงินลงทุนที่ถูกต้องเหมาะสม จะทำให้ธุรกิจมีเงินทุนสำหรับการลงทุนต่าง ๆ ด้วย ต้นทุนที่ต่ำเมื่อการลงทุนให้ผลตอบแทนสูงในต้นทุนที่ต่ำ จะทำให้กิจกรรมสามารถบรรลุเป้าหมาย ตามที่ระบุไว้ ในระยะยาวมูลค่าของกิจการมีค่าสูงขึ้นเรื่อย ๆ

โดยสรุปความสำคัญของแผนธุรกิจสามารถแบ่งออกเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

1. แผนธุรกิจมีความสำคัญในการให้รายละเอียดในการเริ่มต้นธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการ มีเป้าหมายที่ชัดเจน ช่วยกำหนดแนวทางทางความคิด และช่วยให้ผู้ประกอบการมีทิศทางในการ ดำเนินงานอย่างมีเป้าหมาย

2. แผนธุรกิจมีความสำคัญในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการแสวงหาเงินทุน กองทุนรวมและลงทุนจากสถาบันการเงินต่าง ๆ

3. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่เป็นเสมือนพิมพ์เขียวที่ให้รายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมในการจัดหาเงินทุน กิจกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมทางการตลาด และยังใช้ กำหนดการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องในอนาคตของกิจกรรมอื่นอีกด้วย

โครงสร้างของแผนธุรกิจที่ได้นั้นควรมีองค์ประกอบดังนี้

1. บทสรุปผู้บริหาร ได้แก่ แนวคิดธุรกิจ โอกาสและกลยุทธ์ ตลาดเป้าหมายและการ ประมาณการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความคุ้มค่าเชิงธุรกิจ ทีมบริหาร

2. อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์หรือบริการ แนวคิด และกลยุทธ์การเข้าถึงธุรกิจ และกลยุทธ์ ในการเติบโต

3. การวิจัยตลาด ได้แก่ ภาพรวมของของตลาดและลูกค้า ขนาดและศักยภาพของตลาด กลุ่มลูกค้าหลัก/ ลูกค้ารอง เกณฑ์ ที่ลูกค้าซื้อสินค้า การแบ่งส่วนตลาด ปัจจัยที่ส่งผลต่อตลาด การแข่งขันและความได้เปรียบทางการแข่งขัน การประมาณการสัดส่วนและยอดขาย

4. ความคุ้มค่าเชิงธุรกิจ ได้แก่ การวิเคราะห์ต้นทุนคงที่ ต้นทุนแปรผัน กำไร และจุดคุ้มทุน

5. แผนการตลาด ได้แก่ กลยุทธ์การตลาด การตั้งราคา เทคนิคการขาย การจัดจำหน่าย การบริการลูกค้า นโยบายการรับประกันสินค้า

6. แผนการดำเนินงาน ประกอบด้วย โมเดลและวงจรการดำเนินงาน ตำแหน่งที่ตั้งของโรงงาน ผังโรงงาน กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

7. ทีมผู้บริหาร ได้แก่ โครงสร้างองค์กร ผู้บริหารที่สำคัญ ผลตอบแทนของฝ่ายบริหาร และฝ่ายผู้ถือหุ้น ผลตอบแทนของฝ่ายบริหารและฝ่ายผู้ถือหุ้น ตลอดจนการให้หุ้น และแผนการให้โบนัสคณะกรรมการบริษัทที่ปรึกษา

8. แผนการเงิน ประกอบด้วย แผนกำไรขาดทุน และงบดุลที่ผ่านมาของบริษัท ประมาณการงบกำไรขาดทุน ประมาณการงบดุล ประมาณการงบกระแสเงินสด จำนวนเงินที่จะถึงจุดคุ้มทุน และการควบคุมเงินทุน

จากรายละเอียดที่กล่าวมาแล้วข้างต้นสามารถสรุป โครงสร้างของแผนธุรกิจที่ดีควรมีองค์ประกอบดังนี้

ตารางที่ 1 สรุป โครงสร้างของแผนธุรกิจที่ดี

โครงสร้างของแผนธุรกิจ	เรวัต ดันตยานนท์	สุริยะ เลิศวัฒนะพงษ์ชัย	วิทยา ด้านธำรงกุล
บทสรุปผู้บริหาร	*	*	*
สภาพอุตสาหกรรมของธุรกิจ	*		
ลักษณะของการบริการ	*	*	
กลยุทธ์ในการเจริญเติบโต		*	*
รายละเอียดการบริหารจัดการ	*		*
การวิจัยตลาด		*	
ความคุ้มค่าเชิงธุรกิจ		*	*

ตารางที่ 1 (ต่อ)

โครงสร้างของแผนธุรกิจ	เรวัต ตันคยานนท์	สุริยะ เลิศวัฒนะพงษ์ชัย	วิทยา คำนธำรงกุล
แผนการตลาด	*	*	*
แผนการดำเนินงาน		*	
ทีมผู้บริหาร		*	*
แผนการเงิน	*	*	*
แผนสำรองฉุกเฉิน			*

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ตัวอย่างธุรกิจ บริษัท ธรรานสปอร์ต จำกัด

ตัวอย่างรูปแบบธุรกิจของบริษัท ธรรานสปอร์ต จำกัด เป็นตัวอย่างที่ดีในด้านกลยุทธ์และการบริการเป็นที่ยอมรับในแวดวงของธุรกิจการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์โดยมีกลยุทธ์ในการบริหารงานดังนี้

ภาพรวมของบริษัท บริษัท ธรรานสปอร์ต จำกัด บริหารงานโดย คุณธวัชชัย งามเข้ม ได้เริ่มต้นธุรกิจนี้โดยการเข้าร่วมทำงานกับบริษัท ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบทางด้านทรานสปอร์ตของบริษัท จากนั้นจึงมองเห็นช่องทางการตลาดที่สามารถขยายตัวได้อีกมากจึงมีแนวความคิดที่จะเปิดบริษัทเกี่ยวกับการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ โดยเริ่มจากการชักชวนเพื่อนร่วมอุดมการณ์เดียวกัน มาร่วมลงทุนในการจัดตั้งบริษัทขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ โดยเริ่มจากการซื้อรถหัวลาก พร้อมหารวางตู้จำนวน 5 คัน แต่ปัจจุบันมีรถเป็นของบริษัท จำนวน 20 คัน และรถร่วมบริการที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัท อีกจำนวนไม่น้อยกว่า 50 คัน ในวันหนึ่งมีการวิ่งให้บริการเฉลี่ย กว่า 70 เที่ยวการเดินรถ คุณธวัชชัย งามเข้ม และหุ้นส่วนในบริษัท ธรรานสปอร์ต จำกัด ถือว่าประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก

ด้านกลยุทธ์ที่โดดเด่น การประกอบธุรกิจการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ของบริษัท ธรรานสปอร์ต จำกัด มีความโดดเด่นมากกว่าผู้ประกอบการธุรกิจเดียวกันอย่างมากเพราะมีการพัฒนาการบริหารงานอย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญ คือ การสร้างกลยุทธ์ให้มัดใจลูกค้าด้วยการบริการที่โดดเด่นตรงกับความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าในการเสียค่าใช้จ่ายให้กับบริษัท ธรรานสปอร์ต จำกัด โดยมีกลยุทธ์ดังต่อไปนี้มีการมุ่งเน้นเรื่องการขนส่งอย่างปลอดภัย โดยมีการอบรมพนักงานขับรถอย่างต่อเนื่อง มีผู้เชี่ยวชาญด้านการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ร่วมการ

บริหารงานในบริษัท รัฐ ทรานสปอร์ต จำกัด จึงทำให้แก้ปัญหาได้ทันเวลามีกฎระเบียบห้ามพนักงานสูบบุหรี่ หรือ เสพของมีนเมาขณะขับรถ หากฝ่าฝืนมีการตั้งบทลงโทษไว้อย่างชัดเจน มีการจัดระเบียบการบริหารอย่างมีมาตรฐานและมีการแบ่งระดับการบริหารงานออกเป็นสัดส่วนเพื่อให้่ายต่อการจัดการ

การขยายตัวของบริษัทเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วหลังจากที่มีการสนับสนุนทางด้านธุรกิจการค้าระหว่างประเทศทำให้มีการขยายตัวในธุรกิจนำเข้าส่งออกจึงส่งผลถึงการดำเนินธุรกิจการขนส่งผู้คอนเทนเนอร์ตามมา

หลักการทำงาน บริษัท รัฐ ทรานสปอร์ต จำกัด ยึดหลักการทำงาน คือ การบริการที่รวดเร็วปลอดภัย คือ หัวใจของ รัฐ ทรานสปอร์ต ดังนั้น รถที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทจะต้องมีการตรวจเช็คสภาพให้มีความพร้อมในการทำงานตลอดเวลา รวมถึงพนักงานขับรถก็จะต้องตรวจสอบสภาพและดูแลให้มีจิตสำนึกในการปฏิบัติงานอยู่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. สถานการณ์ภาพรวมของธุรกิจการขนส่งผู้คอนเทนเนอร์

ในปัจจุบันประเทศไทยมีการพัฒนาและสนับสนุนทางด้านการนำเข้า และส่งออกเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมประเทศเพื่อนบ้าน จึงส่งผลให้ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จากปีที่ผ่านมา 2548 มีจำนวนการนำเข้า และส่งออกโดยการบรรจุผู้คอนเทนเนอร์ จากท่าเรือแหลมฉบัง รวมกันเป็นปริมาณ 3,529,883 ทีอียู (การทำเรือแห่งประเทศไทย, 2548)

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการค้าระหว่างประเทศในเขตภาคตะวันออกจึงเติบโตและมีผู้เข้ามาลงทุนอย่างต่อเนื่องในธุรกิจรถหัวลากก็เช่นกัน เนื่องจากรถหัวลากเป็นปัจจัยหลักในการขนส่งสินค้ารวมทั้งรัฐบาลได้มีการเจรจาในเรื่องการค้าเสรีระหว่างประเทศจึงทำให้มีการสนับสนุนทางด้านการค้าการลงทุนไปในตัว โดยทางผู้ประกอบการธุรกิจจะมีการพิจารณาเลือกบริษัทรถในการขนส่งผู้เพื่อรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจโดยขั้นแรกอาจมีการคัดเลือกจากการ เปรียบเทียบจากความพึงพอใจของตนว่าจะเลือกใช้บริการจากบริษัทใดในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจรถหัวลากในเขตภาคตะวันออกนั้นมีมากแต่มีส่วนน้อยที่มีมาตรฐาน สามารถวัดคุณภาพบริการได้

การทำแผนธุรกิจสำหรับ บริษัท สมาชิ โฉจิสติกส์ นี้ ผู้ทำการศึกษา มีกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการที่มีความต้องการขนส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอโดยการบรรจุผู้คอนเทนเนอร์ โดยจะมีความแตกต่างจากผู้ให้บริการจัดส่งผู้คอนเทนเนอร์ในเขตภาคตะวันออกรายอื่น ดังนี้

1. สำนักงานอยู่ในทำเลดี ตั้งอยู่ระหว่างกลางของนิคมต่าง ๆ ในเขตภาคตะวันออก

สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. มีบริการรับจองออนไลน์และติดตามข่าวสารของบริษัทผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้

3. มีรถร่วมพร้อมให้บริการลูกค้าในการขนส่งผู้คอนเทนเนอร์ในจำนวนที่

พอกับความต้องการในการบริการลูกค้า

4. พนักงานทุกคนมีใจรักการบริการ พร้อมให้ข้อมูลและบริการที่เป็นมิตร

จากสถิติที่รวบรวมโดยการทำเรือแห่งประเทศไทยในช่วงระยะเวลาดังแต่ปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นมา นั้น การเจริญเติบโตของธุรกิจการค้าภายในประเทศและระหว่างประเทศมีอัตราการขยายตัวขึ้นมาก ส่งผลให้ระบบการขนส่งออกมารองรับเศรษฐกิจที่ขยายตัวเป็นจำนวนมากทั้งรายเล็กและรายใหญ่ โดยจะเห็นได้จากการขยายตัวของบริษัทที่ดำเนินการด้านการค้าระหว่างประเทศ จากที่ไม่มีการจัดสรรด้านการขนส่ง ก็มีการเพิ่มแผนการขนส่งขึ้นเพื่อรองรับตลาด ดังเช่นบริษัทที่ดำเนินการด้านสายการบินเรือ ก็มีการจัดตั้งแผนการขนส่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Evergreen Star, Nyk Transport และ อีกหลาย ๆ บริษัท สถานการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงการแข่งขันในตลาดการขนส่งที่ทำนายการทำงานของผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งเล็งเห็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่จะเข้ามาสร้างผลกำไรให้กับบริษัทนั่นเอง

ขณะเดียวกันกระแสความนิยมของการใช้บริการจากลูกค้าแทนที่จะเป็นทางด้านราคาเหมือนก่อน กลับทำให้การบริการที่น่าประทับใจ และความเชื่อมั่นในการให้บริการ ที่มีบทบาทควบคู่กับปัจจัยด้านราคา ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากขึ้น

สัณยวิทย์ เศรษฐ โภกิน (2548) กล่าวในการบรรยายในงานสัมมนาถึงภาพรวมของธุรกิจการขนส่งในปัจจุบันที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วส่งผลทำให้มีการแข่งขันในธุรกิจขนส่งที่ค่อนข้างจะสูง เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจการขนส่งนี้ไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนที่มากก็สามารถเป็นเจ้าของกิจการขนส่งได้ หรือไม่กี่ใครที่มีรถสองคัน สามคันก็ทำการขนส่งได้ ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้มีผู้ประกอบการขนส่งรายใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลา แต่จะเป็นองค์กรขนส่งขนาดเล็กที่ไม่มีมาตรฐานในการดำเนินงาน และไม่มีกำลังเงินในการพัฒนา วิจัย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของไอที การฝึกอบรม ฯลฯ เหมือนกับว่า เป็นธุรกิจที่ทำไปเรื่อย ๆ แต่ปัจจุบันเมื่อแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป ผู้ให้บริการก็ต้องเริ่มเปลี่ยนเหมือนกัน รายเล็ก ๆ รายกลาง ๆ ต้องมารวมกัน เพื่อให้เกิดองค์กรที่ใหญ่ขึ้นสามารถแข่งขันได้ มีต้นทุนที่สูงเกิดปัญหาบุคลากร รัฐบาลก็มีข้อกำหนดที่เข้มงวดขึ้นจึงทำให้ผู้ประกอบการต้องมีความชำนาญในการบริหารถึงจะอยู่ในตลาดได้

สมาคมโลจิสติกส์แห่งประเทศไทย (2548) ธุรกิจการค้ายุคใหม่แข่งขันกันมากในด้าน การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยเน้นไปที่การให้บริการแก่ลูกค้าในการส่งมอบสินค้ารวดเร็ว ตรงเวลาและตรงจำนวน จึงทำให้ระบบสารสนเทศ (It – Information Technology) เช่น โปรแกรม

คอมพิวเตอร์ Software ต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทในกระบวนการดำเนินงานของขั้นตอนต่าง ๆ ทำให้เกิดความรวดเร็ว โปร่งใส ช่วยให้ผู้บริหารได้รับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ภายในองค์กรได้อย่างถูกต้องและทันเหตุการณ์ ทำให้ฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการสามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่มีผลให้ธุรกิจการขนส่งผู้คอนเทนเนอร์ประสบความสำเร็จ

ชัชวาลย์ ดันตระกูล (2539) ได้รวบรวมผลงานการศึกษาที่เกี่ยวข้องจากผู้ทำการศึกษาหลายท่าน ได้มีการสรุปปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจผู้ประกอบการขนส่งไว้ดังนี้

1. คุณภาพ เป็นปัจจัยที่สำคัญมากปัจจัยหนึ่งในการทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการการขนส่งซึ่งเกณฑ์ในการประเมินด้านคุณภาพของแต่ละธุรกิจอาจมาเหมือนกัน โดยส่วนใหญ่อาจพิจารณาจากความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ หรืออาจจะสอบถามจากบริษัทอื่นที่ทำการจ้างอยู่จะช่วยเป็นแนวทางการตัดสินใจใช้บริการได้

2. ความเชื่อถือ เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความสำเร็จ โดยความน่าเชื่อถือจะเกิดจากการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องทั้งองค์กร ไม่เพียงแต่วิธีการดำเนินงาน เครื่องมือหรือรถที่ใช้ โดยเฉพาะเรื่องทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นตัวแปรหลักที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพ นอกจากนี้การจัดการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ทันเวลา มีการรับประกันเมื่อเกิดความเสียหายระหว่างการจัดส่ง

3. จิตความสามารถ มีจิตความสามารถทางด้านเทคนิค จิตความสามารถในการบริหารองค์กรรวมถึงการควบคุมการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังรวมถึงจิตความสามารถในด้านการควบคุมระยะเวลาให้อยู่ในเวลาที่กำหนด

4. สถานะทางการเงิน ถ้าผู้ประกอบการขนส่งเป็นผู้ที่มีสถานะทางการเงินที่ดีมาตลอด ไม่เคยมีปัญหาด้านการเงินซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทในกรณีที่ต้องการเพิ่มความต้องการการขนส่งและผู้ประกอบการสามารถให้บริการได้ทันที

5. ราคา หากผู้ประกอบการมีการเสนอราคาที่ไม่สูงมากนัก ผู้ใช้บริการอาจหันมาพิจารณาในการรับบริการ โดยพิจารณาควบคู่ไปกับคุณภาพและบริการในการจัดส่งเป็นต้น

6. ตำแหน่งที่ตั้งของบริษัท ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและการเดินทาง ซึ่งผู้ว่าจ้างบางรายอาจให้ความสำคัญ

7. การเสนอราคา มีการเสนอราคาโดยแสดงโครงสร้างราคาและข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้าบริษัทที่ว่าจ้างโดยละเอียด เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน

8. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างผู้จ้างกับผู้รับงาน ทักษะคติ การสามารถต่อรองราคา มีความซื่อสัตย์ต่ออาชีพ สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือเสนอแนะของผู้จ้าง และมีการพัฒนาศักยภาพในการตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง

สรุป

จากการศึกษาแนวทางการประกอบธุรกิจการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ในเขตภาคตะวันออก ทำให้ทราบถึงแนวทางในการประกอบธุรกิจขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ในเขตภาคตะวันออกซึ่งผู้จัดทำได้ใช้เวลาในการศึกษาความคิดเห็นจากบุคคลจากกลุ่มต่าง ๆ ที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็นโดยตรง นำมาวิเคราะห์เชิงบรรยายพรรณนา

ผลที่ได้รับจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ต้องการศึกษาแนวทางการประกอบธุรกิจการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ในเขตภาคตะวันออก และนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และนำธุรกิจไปสู่ผลสำเร็จต่อไป