

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตร

Business Demand and Operation of Agricultural engine

นายสรรพสิริ ม่วงแก้ว

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตร

โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการและพฤติกรรมของตลาด 2) เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี 3) เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจ 4) เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย การเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตรในประเทศไทยและการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานธุรกิจจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

1. ตลาดมีความต้องการเครื่องยนต์ทางการเกษตรที่มีคุณภาพสูงแต่มีราคาต่ำ

2. ยอดขาย จากการขายเครื่องยนต์ทางการเกษตรทั้ง เครื่องยนต์อเนกประสงค์ เครื่องสูบน้ำ เครื่องปั่นไฟ เครื่องพ่นยาและเครื่องตัดหญ้า และยอดขายมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเนื่องจากความต้องการในการใช้เครื่องยนต์การเกษตรที่มากขึ้น

3. การดำเนินงานของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์การ ได้แก่การทำงานเป็นทีม การวางแผนผลิต และการจัดการสต็อกสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นแบบแผน ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นรวม 2,639,500 บาท และมียอดขายสุทธิต่อเดือนที่คาดว่าจะได้รับ 2,302,500 โดยสามารถคำนวณระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1 เดือน 27 วัน

4. การจัดการเชิงกลยุทธ์ ได้แก่กลยุทธ์ด้านความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ด้านต้นทุน

Abstract

Business Demand and operation of Agricultural engine

The research purpose and to study 1. demand of the market 2. Sales 3. business operation 4. strategic management by collecting data from target customers and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations.

Results show that

1. Market needs are low price but high quality for agricultural engine.
2. Sales from both agricultural engine sales Multipurpose engine Pump Electricity generator Nebulizer and lawn mower And sales are likely to increase due to the increase in demand for agricultural engines.
3. Business operations in organizational behavior Including working as a team Production planning and stock management that has quality and formality. The total initial investment is 2,639,500 baht and the net sales per month are expected to be 2,302,500. The payback period is calculated for 1 month and 27 days.
4. Strategic Management Including product differentiation strategies and cost strategies

Keyword : Agricultural engine and Agricultural machinery

1.บทนำ

ในอดีตการใช้เครื่องมือท่อนแรง และเครื่องจักรกลเกษตรมีน้อยมาก เนื่องจากเกษตรกรปลูกพืชสำหรับบริโภคภายในครัวเรือน แต่ในรอบยี่สิบปีที่ผ่านมา จากการเพาะปลูก เพื่อบริโภค เริ่มมีการเพาะปลูก เพื่อการค้า การใช้เครื่องมือท่อนแรง และเครื่องจักรกลเกษตร จึงได้แพร่หลาย และเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี โดยเฉพาะเครื่องจักรกลเกษตรจะใช้มากขึ้น เนื่องจากมีการส่งเสริมให้มีการปลูกพืช แซมหรือปลูกหลายฤดู การปรับปรุงพันธุ์ใหม่ซึ่ง มีช่วงเวลากการเติบโตสั้นและต้องปลูกให้ได้ตาม กำหนดเวลาที่เหมาะสมจึงจะได้ผลดีเท่าที่ควร

ในปัจจุบัน เครื่องจักรกลที่นิยมใช้กันมากได้แก่ เครื่องมือเตรียมดิน เช่น รถไถเดินตาม เป็นที่นิยมมากที่สุด เพราะราคาถูก ผลิตได้ภายในประเทศ ขนาดเล็ก เหมาะแก่การเกษตรในประเทศไทย และง่ายต่อการใช้ในไร่นา ส่วนรถแทรกเตอร์ขนาดใหญ่ จะต้องสั่งเข้ามาจากต่างประเทศ โดยมากจะใช้กับพืชไร่ รถแทรกเตอร์เหล่านี้ มักจะใช้กับผลไม้ และเครื่องใส่ปุ๋ย เครื่องที่นิยมอีกชนิดหนึ่งคือ เครื่องสูบน้ำ ซึ่งเกษตรกรมักจะมีไว้ใช้เอง หรือใช้ร่วมกัน เพราะการสูบน้ำเข้านา เป็น สิ่งจำเป็น เครื่องพ่นยาฆ่าแมลงเป็นเครื่องที่มีการ ใช้แพร่หลายที่สุดเพราะราคาถูก ส่วนใหญ่จะ เป็นเครื่องพ่นยาฆ่าแมลงที่โยก

ด้วยมือ ซึ่งผลิตได้ ภายในประเทศ เครื่องจักรกลเกษตรที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น คือ เครื่องนวดพืช ในปัจจุบัน นี้สามารถใช้กับพืชหลายชนิด เช่น ใช้กับข้าว ถั่วเหลืองและถั่วเขียว เป็นต้น โดยเพียงแค่เปลี่ยน ตะแกรงและความเร็วรอบของลูกนวดเท่านั้น เครื่องที่เริ่มจะได้รับความนิยม ได้แก่ เครื่องตัดอ้อย เครื่องเก็บข้าวโพด เครื่องเกี่ยวนวดข้าว เครื่องอบ ข้าวเปลือก เครื่องเหล่านี้จะช่วยลดการสูญเสีย หลังการเก็บเกี่ยวและเพิ่มคุณภาพของผลิตผล

ในปัจจุบันเครื่องยนต์ทางการเกษตรได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย ในการใช้เป็นเครื่องต้นกำลัง เพื่อทุนกำลังคนในภาคเกษตรกรรม โดยเครื่องยนต์ทางการเกษตรจะแบ่งออกเป็นสองประเภทคือ เครื่องยนต์แก๊สโซลีนและเครื่องยนต์ดีเซล ซึ่งผู้นำด้านการตลาดในปัจจุบันของเครื่องยนต์แก๊สโซลีนคือ Honda ของประเทศญี่ปุ่น และยี่ห้อ briggs&strattonของประเทศ สหรัฐอเมริกา ส่วนผู้นำเครื่องยนต์ดีเซลที่นิยมทางการเกษตรคือ Kubota และรองลงมาจะเป็น Yanmar ของประเทศญี่ปุ่นโดยกลุ่มบริษัทที่ได้กล่าวมานั้นล้วนเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง อายุการใช้งานที่ยาวนานและมีราคาที่สูงมาก ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าสินค้าจากบริษัทชั้นนำเหล่านี้แทบจะผูกขาดการตลาดในประเทศไทย

และจากการที่สินค้าของกลุ่มบริษัทชื่อดังดังกล่าวนี้มีราคาที่สูงมาก ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ภายในประเทศไม่มีกำลังการซื้อที่เพียงพอ จึงเกิดการเข้ามาของสินค้าจากประเทศจีนที่ทำการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งสินค้าจากจีนนั้นจะมีราคาที่ค่อนข้างต่ำมากและด้อยคุณภาพ ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่จึงหันมาใช้สินค้าจีนเนื่องด้วยราคาที่ต่ำลงมามากและรับได้ถึงอายุการใช้งานและคุณภาพที่ต่ำลง

จากเหตุข้างต้นที่กล่าวมานั้นทำให้บริษัทเกิดความคิดที่จะทำการผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตร โดยที่เป็นแบรนด์ของคนไทย โดยทำการนำเข้าชิ้นส่วนเข้ามาประกอบ ทำการผลิต และจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด
2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี
3. เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจ
4. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี

3.วิธีการเก็บข้อมูล

3.1 การเก็บตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมาย

การเก็บตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมาย ความต้องการในการดำเนินงานธุรกิจผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตร ชื่อ วันสว่างเกษตรยนต์ สถานที่ตั้งอำเภอบางพลีใหญ่ จังหวัดสมุทรปราการ มีจุดประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการของลูกค้า กลุ่มเกษตรกรและผู้ใช้งานทั่วไป ว่ามีลักษณะทางประชากรศาสตร์สอดคล้องและเป็นเหตุเป็นผลกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านส่งเสริมการตลาด เพื่อที่จะนำไปใช้วางแผนและดำเนินงานธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมาย มีรายละเอียดดังนี้

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนทั่วไปที่อยู่ในเขตพื้นที่ จังหวัดสมุทรปราการและบริเวณใกล้เคียง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่จะดำเนินงานธุรกิจผลิตเครื่องยนต์เกษตร เป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน

2) สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล ทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์

3) เครื่องมือที่ใช้ในการที่เก็บตัวอย่าง เป็นแบบสอบถามความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจผลิตเครื่องยนต์เกษตร โดยผู้วิจัยได้ทำการคิดค้นและตั้งแบบสอบถามขึ้นมาเอง ซึ่งจะถูกนำมาวิเคราะห์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตร

ข้อมูลประชากรศาสตร์ เพื่อให้ทราบลักษณะทั่วไปของประชากร คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และสถานะ ซึ่งจะถูกนำมาวิเคราะห์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตร

ข้อมูลการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการในการเลือกซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยแท้จริง โดยเป็นคำถามที่มีการระบุตัวเลือกให้กลุ่มตัวอย่างในการเลือกหรือให้ระบุคำตอบที่ตรงกับความต้องการเอง ใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

3.2 การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่ทำวิจัย

การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ มีรายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มาและสถานที่ การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ที่มาและสถานที่การเก็บข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยมีความต้องการทราบรายละเอียด การดำเนินธุรกิจตั้งแต่การเริ่มธุรกิจจนไปถึงการจัดจำหน่ายเครื่องยนต์ทางการเกษตร โดยได้ เลือกใช้วิธีการการสัมภาษณ์ และการอ่านบทความจากเว็บไซต์ จากแหล่งข้อมูลจำนวน 3 แหล่ง ดังต่อไปนี้

1.1 นายประเวศร์ กิจไพศาลรัตน์ กรรมการผู้จัดการบริษัทพลวัชรเครื่องยนต์ จำกัด โดยมีประสบการณ์ด้านเครื่องยนต์ทางการเกษตรมาแล้ว 40ปี เป็นผู้นำเข้าชิ้นส่วนเครื่องยนต์ทางการเกษตรจากประเทศจีน ญี่ปุ่น เยอรมนี และภายในประเทศ มาทำการประกอบเครื่องยนต์ที่มีคุณภาพ ระดับสากล และได้ทำการจัดจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก อาทิเช่น พม่า ลาว กัมพูชา มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม เนเธอร์แลนด์ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และอีกหลายประเทศทั่วโลก ผู้วิจัย เห็นว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของประเทศออกไปสู่เวทีระดับโลก อีกทั้ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับที่ผู้วิจัยนั้นให้ความสนใจ

1.2 จากเอกสาร “การบริหารการผลิต”เว็บไซต์ <http://member-production.tripod.com> ซึ่งจะกล่าวถึง การบริหารการผลิตองค์ประกอบของการผลิต ประเภทของการผลิตกลยุทธ์การบริหารการผลิต ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าจะนำวิธีการผลิตมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่เป็น เครื่องยนต์ทางการเกษตร โดยหากมีวิธีการผลิตที่ดีนั้นจะสามารถลดของเสียในกระบวนการผลิต ลด เวลาในการผลิต ซึ่งเป็นพื้นฐานของการลดต้นทุนทางการผลิตอีกด้วย

1.3ค้นคว้า ข้อมูลวิดีโอเพิ่มเติม จากการรับชม www.youtube.com “การวางแผนการผลิตและการจัดการการผลิต” โดย Thailand Cyber University , “Lean & Kaizen กับ การเพิ่มผลิตภาพงาน” โดย Khonkaen University

2. วิธีการเก็บข้อมูล จากการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้นมีด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ การสัมภาษณ์และการอ่านบทความจากเว็บไซต์ โดยเนื้อหาในการเก็บข้อมูลจะเกี่ยวข้องกับเนื้อหาการจัดการและพฤติกรรมองค์กร การจัดการการตลาด การจัดการการเงิน การจัดการดำเนินงาน และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละรูปแบบ ดังนี้

2.1 วิธีการสัมภาษณ์ใช้กับ นายประเวศร์ กิจไพศาลรัตน์ ซึ่งจะเป็นการ สอบถามเกี่ยวกับการลงทุน การบริหารสินค้าคงคลัง การวางแผนกระบวนการผลิต ช่องทางในการจัดจำหน่าย ผลกระทบต่าง ๆที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ จนกระทั่งสภาพแวดล้อมแนวโน้มความ น่าจะเป็นของตลาดในปัจจุบันและอนาคต

2.2 วิธีการอ่านบทความจากเว็บไซต์ ใช้กับการบริหารการผลิตองค์ประกอบของการผลิต ประเภทของการผลิตกลยุทธ์การบริหารการผลิต ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่จะเน้นการผลิต

4. ผลการวิจัย

4.1 การจัดการพฤติกรรมองค์การ

4.1.1 โครงสร้างองค์กร โครงสร้างองค์กรที่ต้องการดำเนินธุรกิจผลิตเครื่องยนต์เกษตรจะประกอบไปด้วย 5 หน่วยงาน คือ ฝ่ายบุคคล ฝ่ายบัญชีและการเงิน ฝ่ายขาย แผนกคุณภาพ แผนกผลิต

4.1.2 การจูงใจการทำงานเป็นทีม เนื่องด้วยทางบริษัทเห็นถึงความสำคัญของการทำงานเป็นทีม จึงมีนโยบายที่แต่ละฝ่ายจะมีการประชุมกันทุกเช้าก่อนเริ่มงาน เพื่อปรึกษาหารือกันถึงความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมาย โดยเมื่อมีใครติดปัญหาส่วนใด จะได้รับคำแนะนำและความช่วยเหลือจากบุคลากรในแผนก ซึ่งกิจกรรมนี้ทำให้สมาชิกในฝ่ายไม่รู้สึกโดดเดี่ยว และทำให้บรรลุเป้าหมายของการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การประชุมนั้นไม่ได้อยู่แค่ในกลุ่มของแต่ละฝ่ายเพียงเท่านั้น โดยหากมีความจำเป็นที่จะต้องมีการปรึกษาหารือ หรือขอความร่วมมือกับฝ่ายอื่นก็จะมีการประชุมในเชิงขอความร่วมมือ สิ่งเหล่านี้ทำให้ไม่เกิดการแตกแยก การแบ่งฝ่ายระหว่างการทำงาน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้าต่อไป

4.2 การจัดการการตลาดในภาคอุตสาหกรรม

4.2.1 ตลาดเป้าหมายทั่วไปในอุตสาหกรรม

เป้าหมายหลัก ร้านขายเครื่องยนต์และอุปกรณ์ทางการเกษตร ร้านขายอุปกรณ์ก่อสร้าง

เป้าหมายรอง กลุ่มเกษตรกร ทำนา, ทำฟาร์ม, ทำไร่, หรือ เกี่ยวกับภาคเกษตรกรรม
ผู้ใช้งานจริง

4.2.2 ส่วนผสมทางการตลาดในภาคอุตสาหกรรม (Marketing Mix) 4P

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

นำสินค้าเข้าสู่มาตรฐานอุตสาหกรรมเช่น มอก.ของเครื่องยนต์เบนซิน ระบายความร้อนด้วยอากาศ เครื่องตัดหญ้าสะพายหลัง และเพิ่มการครอบคลุมของผลิตภัณฑ์ด้วยอะไหล่เครื่องยนต์

เครื่องทดสอบประสิทธิภาพจะมีความจำเป็นอย่างมาก เพราะเป็นตัวทดสอบคุณภาพเครื่องยนต์ในการพัฒนาจนกว่าจะถึงมาตรฐานที่รัฐบาลกำหนด

ด้านราคา (Price)

ราคาเน้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเกษตรกรที่ต้องการเครื่องยนต์คุณภาพดี ราคาเพื่อคนไทย เนื่องจากผู้ผลิตจากต่างประเทศทำราคาสูงกว่ถึง ๒ เท่า

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place)

จัดจำหน่ายผ่านร้านค้าเครื่องยนต์ เกษตรกรมีเครือข่ายร้านค้าครอบคลุมร้านค้าทั่วประเทศ และตัวแทนในต่างประเทศ และต้องการเพิ่มจำนวนผู้ขายเพื่อเข้าถึงร้านค้าได้มากขึ้น

การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจับรางวัลชิงโชค คินกำไรให้เกษตรกร โฆษณาทางวิทยุชุมชน สิ่งโฆษณาประชาสัมพันธ์หน้าร้านค้า

4.3 การจัดการการเงินในอุตสาหกรรม

1) แหล่งเงินทุน ใช้เงินตัวเองในการลงทุนและอาจจะมีการระดมทุนจากผู้ถือหุ้นที่เป็นญาติ คนสนิท โดยเงินเริ่มต้นลงทุนจะอยู่ที่ประมาณ 3 ล้านบาท

2) ประมาณการลงทุน ค่าเช่า เครื่องจักร ฯลฯ ในช่วงต้นของการดำเนินงานธุรกิจจะมีรายการลงทุน โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้นจำนวน 708,000 บาท

3) ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้า ในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงานธุรกิจ จะมีรายการสั่งซื้อวัตถุดิบ ใช้งบประมาณทั้งสิ้น จำนวน 1,617,000 บาท

4) ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและค่าใช้จ่ายอื่นๆต่อเดือน นอกเหนือจากค่าวัตถุดิบต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 314,500 บาท

5) จุดคุ้มทุน อยู่ที่ 1 เดือน 27 วัน

4.4 การจัดการการดำเนินงาน

1) แหล่งวัตถุดิบ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ ไทย เยอรมัน จีน โดยมีสัดส่วนการใช้วัตถุดิบในประเทศคิดเป็น50% ต่างประเทศคิดเป็น50%

2)การขนส่งและการควบคุมสินค้าคงคลังในอุตสาหกรรม การขนส่งแบ่งเป็นการขนส่งภายในและต่างประเทศ การขนส่งภายในประเทศ ในกรณีที่ร้านค้าส่งสินค้าเป็นจำนวนมาก ทางบริษัทจะส่งสินค้าไปยังร้านค้านั้น ฟรี แต่หากระยะทางที่ไกลและจำนวนไม่มากทางบริษัทจะใช้บริการขนส่งเอกชน ที่มีบริการขนส่งไปยังพื้นที่ที่ต้องการ โดยมีให้เลือกหลายบริษัท ที่พุทธมณฑล สาย๒ การขนส่งต่างประเทศ ทางบริษัทใช้บริการขนส่งต่างประเทศทั้งนำเข้าและส่งออกสินค้า โดยจะใช้บริการขนส่งทั้งที่เป็นทางทะเลและอากาศ โดยในการสั่งซื้อสินค้าที่เป็นตู้คอนเทนเนอร์จะใช้บริการแบบ FOB (Free on board) คือผู้ขายจะรับผิดชอบถึงท่าเรือต้นทางเท่านั้น ทางบริษัทจะใช้บริษัท Shipping เข้าไปดำเนินการต่อ ซึ่งข้อดีของการซื้อแบบ FOB นั้น คือทางบริษัทสามารถตรวจสอบสถานะของเรือได้ตลอดและประมาณการวันที่เรือเทียบท่าเพื่อนำมาวางแผนในการนำของเข้าโรงงานจนกระทั่ง วางแผนผลิตได้อย่างแม่นยำ แต่ในบางกรณีที่เปรียบเทียบราคาระหว่าง CIF และ FOB แล้วพบว่า Supplier เจ้านี้ควรใช้ CIF เนื่องจากต้นทุนการขนส่งที่ต่ำกว่า

3)การควบคุมสินค้าคงคลัง ประเภทของสินค้าคงคลังภายในบริษัท

วัตถุดิบ (Raw material) เป็นสิ่งให้นำมาใช้ในกระบวนการผลิต โดยทางอุตสาหกรรมเครื่องยนต์ เกษตรจะอยู่ในรูปของ ชิ้นส่วนที่นำมาใช้ในการประกอบเครื่องยนต์

งานระหว่างผลิต (Work in process) เป็นชิ้นส่วนที่อยู่ในระหว่างกระบวนการผลิตทั้งที่สำเร็จแล้วแต่ยังไม่ได้ตัดออกเป็นสินค้าสำเร็จรูป และที่ยังอยู่ในกระบวนการผลิต

อะไหล่และวัสดุสิ้นเปลือง (Maintenance/Repair/Operating supply, MRO) อะไหล่เป็นวัตถุดิบที่มีไว้เพื่อสำรองในกระบวนการผลิตในกรณีที่เกิดความเสียหายหรือชำรุด วัสดุสิ้นเปลืองในกระบวนการผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตรส่วนใหญ่จะเป็นพวกของเหลว เช่น น้ำมันเครื่องยนต์ น้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในการทดสอบ จารบี ทินเนอร์ที่ใช้ในการล้างทำความสะอาดชิ้นงาน

สินค้าสำเร็จรูป (Finished goods) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตสำเร็จแล้วรอการขนส่งหรือเก็บไว้ในคลังสินค้าเพื่อรอการจัดจำหน่ายต่อไป

4)การวางแผนและการออกแบบในอุตสาหกรรม

ทางบริษัทได้มีการวางแผนตามผลิตภัณฑ์ ซึ่งเหมาะสมกับการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานเดียวกัน มีลำดับการผลิตที่แน่นอน เนื่องจากการผลิตของโรงงานเป็นแบบ การผลิตจำนวนมาก (Mass production)และการผลิตแบบต่อเนื่อง (Continuous production)

โดยช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงานนั้นจะทำการจัดหาโกดัง เพื่อทำการเช่าในการตั้งไลน์ประกอบ โดยในช่วงแรกที่ออเดอร์ยังมีไม่มาก จะใช้ไลน์ประกอบแบบโรลเลอร์ ซึ่งมีต้นทุนต่ำง่ายต่อการติดตั้งและเคลื่อนย้าย พนักงานยังมีจำนวนไม่มากจึงจำเป็นที่จะมีการรับงานหลายๆหน้าที่ในคนเดียวกัน การผลิตจะเน้นการผลิตแบบ Made to order เพื่อที่จะไม่ต้องสต็อกสินค้ามากนัก การสั่งซื้อชิ้นส่วนจากต่างประเทศและภายในประเทศนั้น จะทำการเลือกโดยการเปรียบเทียบราคาคุณภาพและองค์ประกอบอื่นๆจนมั่นใจได้ว่า จะใช้ Supplier เจ้าไหน โดยจะคำนึงถึงคุณภาพและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ จะมีการควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต โดยจะทำการทดสอบกำลังของเครื่องยนต์และตรวจสอบความเรียบร้อยทุกเครื่องที่ออกจากไลน์ผลิต เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่จะออกไปถึงมือลูกค้านั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพอย่างแน่นอน ในลักษณะของการขายนั้นจะเน้นเสนอขายไปยังร้านค้าที่มีขนาดใหญ่

5)การใช้ทรัพยากร การวางแผนกำลังการผลิต แบ่งเป็น พนักงานในไลน์ประกอบ 5 คน ห้องทดสอบเครื่องยนต์ 1 คน ห้องสี 1 คน ช่างซ่อม 1 คน พนักงาน สโตร์ 1 คน วิศวกร 1 คน ฝ่ายคุณภาพ 1 คน ฝ่ายบัญชีการเงิน 2 คน ฝ่ายขาย 3 คน ฝ่ายขนส่ง 2 คน

6)การดูแลคุณภาพอุตสาหกรรม วัตถุประสงค์ที่ต้องปฏิบัติซึ่งจัดเป็นวัตถุประสงค์เบื้องต้นของธุรกิจ 5 ประการ ได้แก่ การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า องค์กรมีกำไรที่เหมาะสม การใช้สินทรัพย์และเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การให้ผลตอบแทนแก่ผู้มีส่วนร่วมอย่างยุติธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

4.5การจัดการเชิงกลยุทธ์

4.5.1รูปแบบการขยายตัวในอุตสาหกรรม ในปัจจุบันทางบริษัทมีแนวโน้มในการขยายตัวแนวนอน (Horizontal Integration) เป็นการขยายการผลิต ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆขึ้นมาในกลุ่มเครื่องยนต์ทางการเกษตร จากเดิมและในปัจจุบันทำการผลิตเครื่องยนต์ดีเซลอเนกประสงค์ ซึ่งเป็นเครื่องต้นกำลังที่นิยมใช้กับรถไถเดิมตาม ซึ่งแนวโน้มในอนาคตอันใกล้บริษัทจะทำการผลิตอุปกรณ์ต่อพ่วง ซึ่งก็คือชุดโครงสร้างรถไถเดินตาม เพื่อทำการออกขายรถไถเดินตาม

4.5.2 รูปแบบในการแข่งขันในอุตสาหกรรม เนื่องจากในปัจจุบันมีการหลั่งไหลเข้ามาของสินค้าจากประเทศจีน ซึ่งแน่นอนว่าเครื่องยนต์ทางการเกษตรก็เป็นหนึ่งในนั้น เป็นที่รู้กันว่าสินค้าจากประเทศจีนนั้นมีราคาที่ต่ำ เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำมาก ดังนั้นหากต้องการประสบความสำเร็จในกลุ่มสินค้าชนิดเดียวกันที่มีความเสียเปรียบทางด้านต้นทุนในการผลิต ทางบริษัทจึงมองถึงกลยุทธ์ที่จะนำเข้ามาใช้ในการแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องยนต์ทางการเกษตร

4.5.3 การวางแผนกลยุทธ์ กลยุทธ์ที่ใช้เป็นกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Cost Leadership Strategy) คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยสามารถกำหนดราคาได้ต่ำกว่าตลาดเนื่องจากเรานำเข้าและจ้างผลิตชิ้นส่วนเพื่อเข้ามาประกอบเอง โดยมองว่าหากเรามีต้นทุนต่ำจะสามารถเข้าไปอยู่ในตลาดขนาดใหญ่ได้ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเฉพาะกลุ่มลูกค้าโดยหากธุรกิจมีต้นทุนที่ต่ำแล้วก็จะสามารถอยู่ในตลาดการแข่งขันได้นาน แม้ว่าจะมีส่วนต่างกำไรที่ต่ำ (Profit Margin) เพราะจะทำให้คู่แข่งอื่นไม่อยากจะเข้ามาแข่งขันด้วย เนื่องจากไม่ดึงดูดใจในการลงทุนหรือไม่คุ้มกับความเสี่ยงในการอยู่รอดเพื่อทำตลาดแข่งขัน กลยุทธ์นี้จะสามารถอยู่ได้หากแต่จะต้องมีลูกค้าจำนวนมากพอจนทำให้กำไรสุทธิที่ได้นั้นเป็นจำนวนที่สูงพอ ซึ่งมองว่าในการที่เราจ้างผลิตจากลูกค้าเจ้าอื่นที่มีกำลังการซื้อสูงนั้นจะตอบโจทย์ในเรื่องนี้

5.สรุปผลการศึกษา

5.1 ผลศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด

ข้อมูลการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้า (Product) ผู้บริโภคซื้อเครื่องตัดหญ้าและเครื่องพ่นยามากที่สุด ร้อยละ 45.5 มีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาใช้ในการทำไร่นาสวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 ในการตัดสินใจซื้อนั้นผู้บริโภคจะมองถึงยี่ห้อและราคามากที่สุดใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และ 41 ตามลำดับ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนยี่ห้อมากที่สุดใกล้เคียงกันคือ ร้านค้าแนะนำและราคาดึงดูด ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และ 37 ตามลำดับ และผู้บริโภคมองว่าในการที่เครื่องยนต์ทางการเกษตรไม่เป็นที่นิยมอย่างเช่นยี่ห้อดังจากประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากความไม่เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 56.5

ข้อมูลการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price) กรณีที่ราคาเครื่องยนต์ทางการเกษตรที่ผลิตโดยคนไทยมีคุณภาพสูงกว่าและมีมาตรฐานรับรอง แต่มีราคาที่สูงกว่าสินค้าจีนไม่มากนัก ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าไทยมากกว่าสินค้าจีน คิดเป็นร้อยละ 71 โดยส่วนใหญ่มักเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาระดับกลาง แปรนตร์รองลงมา อายุการใช้งานเป็นรองแปรนตร์ดังไม่มากนัก คิดเป็นร้อยละ 68.5 ในการเลือกซื้อสินค้านั้นผู้บริโภคมักจะตัดสินใจเลือกร้านที่มีการ

ติดป้ายราคาเพราะทำให้ตัดสินใจได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 80 ในกรณีเปรียบเทียบเครื่องตัดหญ้าAที่มีบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดตาดีมีมาตรฐานแต่มีราคาแพงกว่าสินค้าAอยู่ที่ 200 บาทนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าA โดนมองว่ากลิ่นใจยอมจ่ายแพงกว่าและมองว่าราคาต่างกันแค่ 200บาท เป็นจำนวนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 36 และ 34.5 ตามลำดับ

ข้อมูลการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (Place) ผู้บริโภคมักตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรผ่านทางร้านค้าที่มีสินค้าครบครันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81 ผู้บริโภคชอบเข้าดูหลายๆร้านก่อนเพื่อเปรียบเทียบราคา และเป็นข้อมูลในการต่อรองราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82 ในกรณีที่ร้านค้า A มีสินค้าให้เลือกมากมายแต่มีระยะทางไกลถึง 30 – 40 กิโลเมตร ส่วนร้านค้า B มีสินค้าให้เลือกน้อยกว่าอยู่ใกล้กว่าและราคาต่ำกว่า ผู้บริโภคเลือกซื้อร้านค้า B เพราะใกล้บ้านมากกว่าและเลือกที่จะเข้าทั้งสองร้านเพื่อเปรียบเทียบราคามากที่สุดใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 40 และ 37 ตามลำดับ ในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายผู้บริโภคคิดว่าเครื่องยนต์ทางการเกษตรสามารถขายในช่องทางออนไลน์ได้ โดยคิดว่าดีเสียอีกไม่ต้องเสียเวลาออกไปซื้อและง่ายต่อการเปรียบเทียบราคา คิดเป็นร้อยละ 64

ข้อมูลการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยผู้บริโภคชอบการลดราคาเมื่อซื้อถึงปริมาณที่ทางร้านกำหนดไว้คิดเป็นร้อยละ ๖๙ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ชอบการซื้อแบบเซ็นไว้ก่อนเป็นระยะเวลา 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 49 โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าการรับประกัน 1 ปี หากมีปัญหาสามารถส่งซ่อมฟรีเหมาะสมที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78 ผู้บริโภคมักได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องยนต์ทางการเกษตรผ่านช่องทางออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44 และผู้บริโภคมองว่าสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49

5.2สรุปผลศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี

จากการสำรวจยอดขายของบริษัทฮอนด้า ถึงยอดขายเครื่องยนต์อเนกประสงค์ เครื่องสูบน้ำ เครื่องตัดหญ้า และเครื่องพ่นยา ที่ขายในประเทศไทยนั้นมีปริมาณการขายถึงปีละ 2.5ล้านเครื่อง จากยอดขายนี้ทำให้เห็นว่า บริษัทฮอนด้าค่อนข้างจะทำการผูกขาดในการเครื่องยนต์เล็กทางการเกษตรในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยมองเห็นถึงโอกาสที่จะแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้ โดยมีความคาดหวังว่าจะสามารถแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้ 15% ต่อปีในช่วงระยะเวลา 5 ปีแรก และเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของฮอนด้าที่มีคุณภาพสูงนั้นก็ยังมีราคาที่สูงเช่นกัน จึงอาจมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะหันมาใช้เครื่องยนต์ทางการเกษตรจากแบรนด์อื่นๆ ที่มีราคาต่ำกว่าแต่คุณภาพไม่ต่างกันมากนัก และเนื่องด้วยระยะหลังภายในบริษัทฮอนด้ามีนโยบายที่จะลดต้นทุนการผลิต ทำให้ต้องลดคุณภาพของชิ้นส่วนภายในเครื่องยนต์

จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของฮอนด้ามีคุณภาพที่ลดลงไปด้วย จึงอาจทำให้ผู้บริโภคนั้นมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ของฮอนด้าลดลง เมื่อความนิยมของฮอนด้าลดลง ก็จะส่งผลกระทบต่อในด้านบวกของบริษัท ผู้บริโภคอาจมองหาสินค้าทดแทนจากแบรนด์อื่นซึ่งมีคุณภาพไม่ต่างกัน โดยจากการที่บริษัทคาดหวังจะได้รับส่วนแบ่งการตลาด 10% นั้น คิดเป็นจำนวนประมาณ 250,000 เครื่อง ซึ่งจะทำให้บริษัทมียอดขายประมาณปีละ 50 ล้านบาท เฉลี่ยเป็นเดือนละ 4.16 ล้านบาทต่อเดือน ซึ่งเพียงพอต่อการจัดการต้นทุนการผลิตภายในบริษัทและมีงบประมาณเพียงพอในการปรับปรุงและขยายกิจการ

5.3 สรุปผลศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ

การดำเนินงานของความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตรนั้นกล่าวโดยสรุปคือ ส่วนของการดำเนินงานของธุรกิจผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตรนั้น สถานที่ที่ต้องการดำเนินการนั้นคือ ที่อำเภอบางพลี เนื่องจากอยู่ไม่ไกลกับท่าเรือทำให้ง่ายต่อการนำเข้าและส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ อีกทั้งยังสะดวกต่อการกระจายสินค้าออกจำหน่ายไปยังร้านค้าทั่วประเทศ

โดยช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงานนั้นจะทำการจัดหาโกดัง เพื่อทำการเช่าในการตั้งไลน์ประกอบ โดยในช่วงแรกที่ออเดอร์ยังมีไม่มาก จะใช้ไลน์ประกอบแบบโรลเลอร์ ซึ่งมีต้นทุนต่ำง่ายต่อการติดตั้งและเคลื่อนย้าย พนักงานยังมีจำนวนไม่มากจึงจำเป็นที่จะมีการรับงานหลายๆหน้าที่ในคนเดียวกัน การผลิตจะเน้นการผลิตแบบ Made to order เพื่อที่จะไม่ต้องสต็อกสินค้ามากนัก การสั่งซื้อชิ้นส่วนจากต่างประเทศและภายในประเทศนั้น จะทำการเลือกโดยการเปรียบเทียบราคาคุณภาพและองค์ประกอบอื่นๆจนมั่นใจได้ว่า จะใช้ Supplier เจ้าไหน โดยจะคำนึงถึงคุณภาพและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ จะมีการควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต โดยจะทำการทดสอบกำลังของเครื่องยนต์และตรวจสอบความเรียบร้อยทุกเครื่องที่ออกจากไลน์ผลิต เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่จะออกไปถึงมือลูกค้านั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพอย่างแน่นอน ในลักษณะของการขายนั้นจะเน้นเสนอขายไปยังร้านค้าที่มีขนาดใหญ่มาเป็นอันดับแรก เนื่องจากร้านที่มีขนาดใหญ่มักจะมีกำลังการซื้อสูง มีลูกค้าเข้าร้านมาก ซึ่งอาจส่งผลให้สินค้าของบริษัทขายได้มาก

5.4 สรุปผลศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี

ระยะเวลาปีแรกในการดำเนินธุรกิจจะใช้การจัดการเชิงยุทธ์จะต้องใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันได้แก่ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Cost Leadership Strategy) คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยสามารถกำหนดราคาได้ต่ำกว่าตลาดเนื่องจากเรานำเข้าและจ้างผลิตชิ้นส่วนเพื่อเข้ามาประกอบเอง โดยมองว่าหากเรามีต้นทุนต่ำจะสามารถเข้าไปอยู่ในตลาดขนาดใหญ่ได้ โดยไม่จำแนกเป็นเฉพาะกลุ่มลูกค้าโดยหากธุรกิจมีต้นทุนที่ต่ำแล้วก็จะสามารถอยู่ในตลาดการแข่งขันได้นาน แม้ว่าจะมีส่วนต่างกำไร

ที่ต่ำ (Profit Margin) เพราะจะทำให้คู่แข่งอื่นไม่อยากจะเข้ามาแข่งขันด้วย เนื่องจากไม่ตั้งใจในการลงทุนหรือไม่คุ้มกับความเสี่ยงในการอยู่รอดเพื่อทำตลาดแข่งขัน กลยุทธ์นี้จะสามารถอยู่ได้หากแต่จะต้องมีลูกค้าจำนวนมากพอจนทำให้กำไรสุทธิที่ได้นั้นเป็นจำนวนที่สูงพอ ซึ่งมองว่าในการที่เราจ้างผลิตจากลูกค้าเจ้าอื่นที่มีกำลังการซื้อสูงนั้นจะตอบโจทย์ในเรื่องนี้

6. วิจัย

6.1 ด้านความต้องการและพฤติกรรมของตลาด

1) ผลการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้า (Product) ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะทำการซื้อเครื่องตัดหญ้า/เครื่องพ่นยามากที่สุดผู้วิจัยเห็นสอดคล้องว่าเนื่องจากการที่เครื่องตัดหญ้าเป็นสิ่งที่เกือบจะมีกันแทบทุกบ้านไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นเกษตรกรเท่านั้นที่จำเป็นต้องใช้และมีราคาที่ไม่สูงนัก ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องตัดหญ้า/เครื่องพ่นยาจึงเป็นเครื่องยนต์ทางการเกษตรที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อมากที่สุด การใช้เครื่องยนต์ทางการเกษตรมีวัตถุประสงค์โดยการใช้เพื่อทำไร่ทำสวนเป็นอาชีพมากที่สุดผู้วิจัยเห็นแตกต่างเนื่องจากมองว่ามีความขัดแย้งกันระหว่างผลของการกรอกแบบสอบถาม เนื่องจากผู้บริโภคใช้เครื่องตัดหญ้ามากที่สุด และจำนวนร้อยละของเกษตรกรที่ทำการกรอกแบบสอบถามนั้นมีเพียง ร้อยละ 12.5 จึงเป็นไปได้ยากที่ว่าผู้บริโภคซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรเพื่อการทำไร่ทำสวนเป็นอาชีพ เกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรมากที่สุดใกล้เคียงกันคือ ยี่ห้อ และราคา ผู้วิจัยเห็นสอดคล้องว่า ยี่ห้อและราคาเป็นปัจจัยหลักในการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ เนื่องจากอาจมองว่ายี่ห้อที่เป็นที่นิยม มีคนใช้อย่างแพร่หลาย ทำให้มีความน่าเชื่อถือมากกว่า และด้านราคาก็เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกอีกหนึ่งประการ เนื่องจากผู้บริภคยอมตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีราคาต่ำ คำแนะนำจากร้านค้าและราคาที่ดึงดูดนั้นส่งผลให้ผู้ซื้อเปลี่ยนยี่ห้อในการซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรในครั้งต่อไปมากที่สุดใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยมองเห็นสอดคล้องว่า คำแนะนำจากร้านค้านั้นมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และราคาที่ดึงดูดนั้นก็ยังคงเป็นปัจจัยลำดับแรกๆเสมอสำหรับการตัดสินใจซื้อสินค้าใดๆ ก็ตาม ผู้บริโภคไม่เชื่อมั่นในคุณภาพของเครื่องยนต์ทางการเกษตรที่ผลิตโดยคนไทยจึงทำให้ไม่ได้รับความนิยมนั้นแบบรนต์ดังจากประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยเห็นด้วยกับการที่ผู้บริโภคไม่เชื่อมั่นในคุณภาพ เนื่องจากสินค้าแบรนด์ดังจากญี่ปุ่นนั้นผูกขาดการตลาดในประเทศไทยมาอย่างยาวนาน จึงไม่เป็นเรื่องแปลกอะไรหากผู้บริโภคจะไม่เชื่อมั่นในสินค้า

2) ข้อมูลการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price) ผู้บริโภคเลือกซื้อ สินค้าไทยที่มีคุณภาพเป็นรอง แต่ราคาสูงกว่าในกรณีที่ราคาผลิตภัณฑ์เครื่องยนต์ทางการเกษตรที่ผลิตด้วยคนไทย ที่มีคุณภาพและมาตรฐานรับรองนั้นมีราคา

สูงกว่าสินค้าจากจีน ผู้วิจัยเห็นด้วยว่า การที่สินค้าที่มีราคาสูงกว่าไม่มากนักแต่มีมาตรฐานรับรองจึงเป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีราคาระดับกลาง แปรนตร์รองลงมา อายุการใช้งานเป็นรองแปรนตร์ดั่งไม่มากนัก ผู้วิจัยเห็นด้วยว่า ผู้บริโภคมองเรื่องของคุณภาพมาเป็นหลักอยู่แล้ว แต่สิ่งที่จะเป็นตัวตัดสินก็คือราคา ซึ่งส่งผลกับการตัดสินใจซื้อเป็นอย่างมาก โดยสองสิ่งนี้จะเป็นสิ่งที่สอดคล้องกัน ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรจากร้านที่ติดราคาขายเนื่องจากตัดสินใจง่าย ผู้วิจัยเห็นด้วยและมองว่าผลวิจัยนี้อาจจะนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงเพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่ร้านค้าได้ ผู้บริโภคยินดีจะซื้อเครื่องยนต์เกษตรที่มีบรรจุภัณฑ์ที่ดีและที่มีราคาสูงกว่านิดหน่อย เนื่องจากมองว่าสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ดูดีกว่าน่าจะมีคุณภาพที่สูงกว่าบรรจุภัณฑ์แบบธรรมดา ผู้วิจัยเห็นด้วยกับผลวิจัยนี้เมื่อมองตามรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการขายสินค้าได้เป็นอย่างดี

3) ข้อมูลการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (Place) ผู้บริโภคชอบซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรผ่านร้านที่มีสินค้าให้เลือกอย่างครบครันมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นด้วยว่าการซื้อสินค้าบางอย่างนั้นต้องมีการทดลองใช้จริงก่อน ต้องมีการสาธิตวิธีใช้งานที่ถูกต้องจากผู้ขาย และอีกด้านคือร้านค้าที่มีสินค้าให้เลือกอย่างครบครันนั้นจะมีแรงดึงดูดลูกค้ามากกว่าร้านเล็กๆ และจะมีน้ำหนักต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากกว่าช่องทางออนไลน์ เนื่องจากผู้บริโภคได้เห็นสินค้าของจริง ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยการเข้าดูหลายร้านเพื่อเปรียบเทียบราคาและเป็นข้อมูลในการตัดสินใจมากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่าสินค้าที่มีราคาสูงนั้นอาจจะต้องมีการเปรียบเทียบราคา โปรโมชั่นหลายร้าน เพื่อผู้บริโภคจะได้มีข้อมูลในการตัดสินใจเลือกสินค้าได้อย่างครบถ้วน ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรจากร้านเล็กๆ ที่อยู่ใกล้บ้านมากที่สุดเป็นอันดับแรก มากกว่าการที่จะต้องเสียเวลาไปซื้อร้านที่ใหญ่กว่าแต่อยู่ไกลออกไป โดยผู้วิจัยเห็นว่าการที่ตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรกับร้านเล็กๆ ที่อยู่ใกล้บ้านนั้นเป็นเรื่องของความสะดวกของผู้บริโภค ซึ่งหากมีปัญหาเกี่ยวกับการใช้งาน ก็จะสามารถนำมาปรึกษาหรือติดต่อกับทางร้านได้สะดวกกว่าร้านที่อยู่ไกล ผู้บริโภคมองว่าเครื่องยนต์ทางการเกษตรสามารถขายในช่องทางออนไลน์ได้ เพราะคิดว่าดีเสียอีกที่ไม่ต้องเสียเวลาไปเลือกซื้อและง่ายต่อการเปรียบเทียบราคา ผู้วิจัยมองว่าการขายทางช่องทางออนไลน์นั้นเป็นเพียงช่องทางที่จะทำการตลาดเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้นเท่านั้น อาจจะมีการสั่งซื้อได้จากผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ อย่างชำนาญอยู่แล้ว ไม่ใช่ช่องทางหลักในการจัดจำหน่าย

4) ข้อมูลการตัดสินใจซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคชอบการลดราคาเมื่อซื้อถึงปริมาณที่ทางร้านกำหนดไว้เป็น ผู้วิจัยมีความเห็นด้วยว่าการลดราคาเป็นรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ตรงกับความ

ต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคมากกว่าการแถม เนื่องจากของแถมนั้นอาจเป็นสิ่งที่จูงใจผู้บริโภคได้แต่คุณค่าของของแถมที่ลูกค้ามองนั้นอาจจะน้อยกว่าการลดราคา ผู้บริโภคชอบการซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรแบบเซ็นไว้ก่อนเป็นระยะเวลา 30 วัน มากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมองว่าอาจเกิดผลเสียในเรื่องของเงินหมุนเวียนในระยะสั้นของบริษัทได้ อาจเกิดปัญหาเรื่องของการมีหนี้เสียคงค้างเยอะ ทำให้เงินหมุนเวียนภายในบริษัทอาจจะสะดุดได้ โดยอาจทำได้หากบริษัทมีเงินหมุนเวียนที่มากพอ มีการจัดการในเรื่องของการเก็บหนี้ที่ดี ผู้บริโภคชอบการรับประกันเครื่องยนต์ทางการเกษตร เป็นระยะเวลา 1 ปีและหากมีปัญหาสามารถส่งซ่อมฟรีมากที่สุด ผู้วิจัยมองว่าการรับประกันสินค้านั้นจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นด้านคุณภาพของสินค้าในทางบวก แต่อาจส่งผลเสียต่อบริษัทได้หากสินค้านั้นไม่ได้มีคุณภาพที่ดีพอที่จะอยู่เกินระยะเวลาประกัน ผู้บริโภคมักได้รับข่าวสาร โฆษณาเกี่ยวกับเครื่องยนต์ทางการเกษตร ผ่านทางช่องทางออนไลน์มากที่สุด ผู้วิจัยมองว่าการทำโฆษณาผ่านทางช่องทางออนไลน์นั้นมีต้นทุนต่ำที่สุดกว่าช่องทางอื่นๆ หากใช้งานเป็น และมองว่าช่องทางออนไลน์นั้นเป็นการนำเสนอสินค้าที่แพร่หลายและทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าเหล่านั้นๆที่ต้องการนำเสนอได้อย่างรวดเร็ว แต่อาจจะเข้าไม่ถึงกลุ่มเกษตรกรที่ใช้งานจริงมากเท่าที่ควร เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ในวัยสูงอายุและมีความล้าหลังในด้าน Social ผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่าการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องยนต์ทางการเกษตรผ่านทางช่องทางออนไลน์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องยนต์ทางการเกษตรมากที่สุด ผู้วิจัยมองเห็นต่างว่าช่องทางออนไลน์นั้นมีน้ำหนักในการตัดสินใจซื้อที่น้อยกว่าการออกไปนำเสนอขายสินค้าที่หน้างาน เนื่องจากช่องทางออนไลน์นั้นยังไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรที่ส่วนใหญ่อยู่ในวัยสูงอายุ มีพฤติกรรมในการใช้ social media ที่น้อยมาก

6.2 ด้านยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี

จากการศึกษาและสรุปการวางแผนยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5ปีมีความเสี่ยงเรื่องการลงทุนเนื่องจากเงินลงทุนเริ่มต้น 3ล้านบาท และนำไปลงทุนในการซื้อเครื่องจักรเพื่อติดตั้งระบบการผลิตและสิ่งของที่จำเป็นต้องใช้ในกิจการ เป็นเงิน 708,000 บาท และต้องทำการจัดจ้างพนักงาน ค่าเช่าอาคารและที่ดิน ค่าน้ำค่าไฟ ที่จะต้องเสียเท่าๆกัน ในทุกเดือนอีก 314,500 บาท โดยทั้งนี้ยังไม่รวมต้นทุนในการนำชิ้นส่วนวัตถุดิบเข้ามาประกอบ เพื่อทำการจัดจำหน่าย อีกประมาณ 1,617,000 บาท และยังคงต้องแบกรับความเสี่ยงที่จะต้องขายสินค้าให้ได้ไม่ต่ำกว่า 1,056,432.65 บาทต่อเดือน จึงจะไม่ขาดทุน โดยหากสามารถขายได้ตามเป้าที่วางไว้นั้นจะใช้ระยะเวลาคืนทุนที่ 1.92 เดือน โดยหากหาสามารถขายได้เกินเป้าที่วางไว้ก็จะทำให้ระยะเวลาคืนทุนสั้นลง แต่หากต่ำกว่าเป้าที่วางไว้ก็จะทำให้ระยะเวลาคืนทุนนั้นนานขึ้น ซึ่งในช่วงเริ่มต้นเป็นการเข้าร่วมตลาดครั้งแรกจึงควรมีเงินสำรองในการลงทุนเตรียมเผื่อไว้กรณีฉุกเฉินในการสำรองจ่ายช่วงแรกของการดำเนินงานทำการศึกษาและติดตามความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำมาปรับปรุงและตั้งยอดขายใหม่ ทำการอัปเดตทุกๆช่วงของแต่ละฤดู

เพื่อให้มีความแม่นยำในการจัดทำสต็อกที่พอดีกับความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะป้องกันปัญหาสต็อกบวมหรือแม้กระทั่งปัญหาสินค้าไม่พอจัดจำหน่าย

6.3 ด้านการดำเนินงานของธุรกิจ

การดำเนินงานของความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตรนั้น กล่าวโดยสรุปคือ ส่วนของการดำเนินงานของธุรกิจผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตรนั้น สถานที่ที่ต้องการดำเนินการนั้นคือ ที่อำเภอบางพลี เนื่องจากอยู่ไม่ไกลกับท่าเรือทำให้ง่ายต่อการนำเข้าและส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ อีกทั้งยังสะดวกต่อการกระจายสินค้าออกจำหน่ายไปยังร้านค้าทั่วภูมิภาคของประเทศ โดยช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงานนั้นจะทำการจัดหาโกดัง เพื่อทำการเช่าในการตั้งไลน์ประกอบ โดยในช่วงแรกที่ออเดอร์ยังมีไม่มาก จะใช้ไลน์ประกอบแบบโรลเลอร์ ซึ่งมีต้นทุนต่ำ ง่ายต่อการติดตั้งและเคลื่อนย้าย พนักงานยังมีจำนวนไม่มากจึงจำเป็นที่จะมีการรับงานหลายๆหน้าที่ในคนเดียวกัน การผลิตจะเน้นการผลิตแบบ Made to order เพื่อที่จะไม่ต้องสต็อกสินค้ามากนัก การสั่งซื้อชิ้นส่วนจากต่างประเทศและภายในประเทศนั้น จะทำการเลือกโดยการเปรียบเทียบราคาคุณภาพและองค์ประกอบอื่นๆจนมั่นใจได้ว่า จะใช้ Supplier เจ้าไหน โดยจะคำนึงถึงคุณภาพและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ จะมีการควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต โดยจะทำการทดสอบกำลังของเครื่องยนต์และตรวจสอบความเรียบร้อยทุกเครื่อง ที่ออกจากไลน์ผลิต เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่จะออกไปถึงมือลูกค้านั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพอย่างแน่นอน ในลักษณะของการขายนั้นจะเน้นเสนอขายไปยังร้านค้าที่มีขนาดใหญ่มาเป็นอันดับแรก เนื่องจากร้านที่มีขนาดใหญ่มักจะมีกำลังการซื้อสูง มีลูกค้าเข้าร้านมาก ซึ่งอาจส่งผลให้สินค้าของบริษัทขายได้มาก

6.4 ด้านการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี

จากสรุปผลการศึกษา “ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตร” ในเรื่องของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยเห็นว่าการดำเนินกลยุทธ์ในระยะเวลา 5 ปีแรกนั้นจะต้องทำการจัดการการผลิตอย่างรัดกุมที่สุด โดยจะมุ่งไปเรื่องการผลิตที่มีต้นทุนต่ำแต่คุณภาพสูงและต้องมีการรวบรวมข้อมูลเพื่อมาใช้ในช่วยวิเคราะห์และวัดผลของการดำเนินกลยุทธ์ โดยต้องอาศัยการเก็บข้อมูลจากพนักงานเป็นหลักเช่น ยอดขาย ผลผลิต หรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และต้องมีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าด้วย ว่าผลการดำเนินกลยุทธ์นั้นเป็นอย่างไรควรปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินกลยุทธ์หรือไม่ หรือยังคงต้องใช้แผนการดำเนินกลยุทธ์เดิมต่อเนื่อง

กิตติกรรมประกาศ

งานศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของรองศาสตราจารย์สมจิตร์ ล้วนจำเริญ อาจารย์ที่ปรึกษางานค้นคว้าอิสระที่ได้สละเวลามาให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ รวมไปถึงให้ความรู้ที่สำคัญสำหรับการศึกษางานนี้ และให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้งานมีความสมบูรณ์ขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ผู้วิจัยได้ตระหนักและซาบซึ้งถึงความตั้งใจของอาจารย์ ขอขอบพระคุณ นายประเวศร์ กิจไพศาลรัตนา กรรมการผู้จัดการบริษัทพลวัชรเครื่องยนต์จำกัด ที่ได้ อนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานในธุรกิจผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตร เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในขั้นต้น

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว และเพื่อนๆ ที่ให้การสนับสนุนทั้งให้กำลังใจต่อผู้วิจัย เป็นอย่างดีเสมอมา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทที่มีความต้องการที่จะ ผลิตเครื่องยนต์ทางการเกษตรไม่มากนักน้อย ความดีและประโยชน์ใดๆ จากงานค้นคว้าอิสระนี้ ขอมอบ ให้กับทุกท่านที่กล่าวมาทั้งหมด สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยขอน้อมรับ ผิดแต่เพียงผู้เดียว

นาย สรรพสิริ ม่วงแก้ว

บรรณานุกรม

หนังสือสารานุกรมไทย สำหรับเยาวชน.(๒๕๔๒).[เครื่องมือที่รุนแรง และเครื่องจักรกลเกษตร](#). สืบค้นเมื่อ เมษายน ๔, ๒๕๖๒. จาก

<http://kanchanapisek.or.th/kp6/index2.php>

สำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานการบริหารงานบุคคลส่วนท้องถิ่น. (๒๕๖๑). การทำงานเป็นทีม . สืบค้นเมื่อ เมษายน ๖, ๒๕๖๒. จาก

<http://www.local.moi.go.th/team.html>

นางสาววรรณกร รอบคอบ.(๒๕๖๑). วัฒนธรรมองค์กร . สืบค้นเมื่อ พฤษภาคม ๕, ๒๕๖๒. จาก

<https://sites.google.com/site/darunsitpattanarangsana/sara-na-ru/wathnthrrm-xngkhkr>

moneyhubteam. (๒๕๕๘). ประเภทการกู้ยืม เงินทุน. สืบค้นเมื่อ พฤษภาคม ๑๒ , ๒๕๖๒. จาก

<https://moneyhub.in.th/article/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%A0%E0%B8%97%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%A2%E0%B8%B7%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%87%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99/>

ลงทุนศาสตร์.(๒๕๖๑). วิธีคำนวณ “จุดคุ้มทุน”อย่างง่ายสำหรับเจ้าของกิจการ. สืบค้นเมื่อมิถุนายน ๒๓, ๒๕๖๒. จาก

<http://www.investerest.co/business/how-to-calculate-the-break-even-point/>

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครบุรี. บทที่ ๑๐ ทางเลือกของการขนส่ง. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน ๒๓, ๒๕๖๒. จาก

<https://sci.dru.ac.th/sci.dru/mis/teacher/profile/32351/learn391.pdf>

สำนักวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. บทที่ ๖ ระบบสินค้าคงคลัง. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน ๒๓, ๒๕๖๒. จาก

<http://bc.crru.ac.th/downloads/บทที่%206%20โปรแกรมประยุกต์ด้านสินค้าคงคลัง.pdf>

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. บทที่ ๖ การวางแผนผังสถานประกอบการ. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน ๒๖, ๒๕๖๒. จาก

<http://www.dhevil.com/RU1/mgt2103/ch6.pdf>

นางสาวจามจุรี สายแวว. (๒๕๕๕). การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่า. สืบค้นเมื่อมิถุนายน ๒๖, ๒๕๖๒. จาก

<https://sites.google.com/site/poo071234/3-2kar-chi-thraphyagr-xyang-prahyad-laea-khum-kha>

ผศ.ดร.ฤดี นิยมรัตน์ .บทที่ 4 บทบาทของการควบคุมคุณภาพกับงานอุตสาหกรรม . สืบค้นเมื่อ
มิถุนายน ๒๖, ๒๕๖๒. จาก

[http://www.elfit.ssrุ.ac.th/reudee_ni/file.php/1/Book-QM/qm-book-4-role.pdf](http://www.elfit.ssrु.ac.th/reudee_ni/file.php/1/Book-QM/qm-book-4-role.pdf)

พิชญ์ รอดภัย. กลยุทธ์ในการขยายกิจการและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ
มิถุนายน ๒๖, ๒๕๖๒. จาก

[http://thewindustry.com/columnist/%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B8%8A%E0%B8%8D%E0%B9%8C%20%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%A0%E0%B8%B1%E0%B8%A2%20\(Pich%20Rodpai\)/detail/5444w2](http://thewindustry.com/columnist/%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B8%8A%E0%B8%8D%E0%B9%8C%20%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%A0%E0%B8%B1%E0%B8%A2%20(Pich%20Rodpai)/detail/5444w2)

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ . (๒๕๖๐) . กลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategy). สืบค้นเมื่อ
มิถุนายน ๒๖, ๒๕๖๒. จาก

<https://www.iok2u.com/index.php/article/11-marketing/215-competitive-strategy>