

4<sup>th</sup>



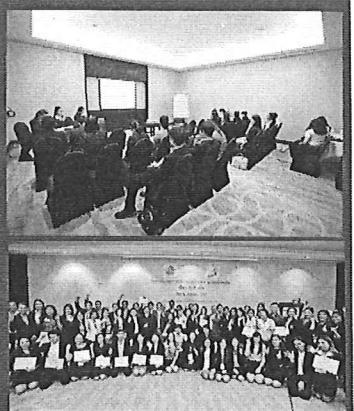
---

# THE 4<sup>th</sup> FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE, SILPAKORN UNIVERSITY NATIONAL CONFERENCE

---

# 2016

MSSUCONF@MS.SU.AC.TH  
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE,  
SILPAKORN UNIVERSITY  
MAY 13, 2016





คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 15 /2559

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ  
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 4 ประจำปี 2559

ตามที่ คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กำหนดจัดโครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 4 ประจำปี 2559 ในวันศุกร์ ที่ 13 พฤษภาคม 2559 ณ โรงแรมโนโวเทล หัวหิน ชะอำบีช รีสอร์ท แอนด์ สปา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี นั้น

เพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ ดังรายนามต่อไปนี้

- |   |               |
|---|---------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์                   | ประธานกรรมการ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร               | กรรมการ       |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา                 | กรรมการ       |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรожน์ วีไลนุช                    | กรรมการ       |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ พลชอบ                | กรรมการ       |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตรระหนักกิจิ ยุตยธรรมยง        | กรรมการ       |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กลสวัสดิ์                 | กรรมการ       |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีร์วัฒน์ จันทึก               | กรรมการ       |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤรรณ                 | กรรมการ       |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรรรณ แท่นทอง               | กรรมการ       |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชะฤทธิ์             | กรรมการ       |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจริญลักษณ์           | กรรมการ       |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภากร ภิญโญฉัตรจินดา         | กรรมการ       |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล | กรรมการ       |
| 15. อาจารย์ ดร.กัญญาพสี กล่อมธงเจริญ                    | กรรมการ       |
| 16. อาจารย์ ดร.กานดา ศรีอินทร์                          | กรรมการ       |
| 17. อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพวัต                       | กรรมการ       |

18. อาจารย์ ดร.จักรพรรณ คงชนะ	กรรมการ
19. อาจารย์ ดร.จักรี ไชยพินิจ	กรรมการ
20. อาจารย์ ดร.จันทนา แสนสุข	กรรมการ
21. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ	กรรมการ
22. อาจารย์ ดร.ชวนชื่น อัคคาวณิชชา	กรรมการ
23. อาจารย์ ดร.คลุกทัย ໂກරรธนะกุล	กรรมการ
24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุรีวสินนนท์	กรรมการ
25. อาจารย์ ดร.ปิยวารรณ ศิริประเสริฐศิลป์	กรรมการ
26. อาจารย์ ดร.พิชญ์พูน ไวย์โชติ	กรรมการ
27. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มณีเจตี	กรรมการ
28. อาจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ จันทร์ธนะกุล	กรรมการ
29. อาจารย์ ดร.วรรณ์ วัฒนาธร	กรรมการ
30. อาจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
31. อาจารย์ ดร.วรรษพร อารยะพันธ์	กรรมการ
32. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธุ์วัฒนา	กรรมการ
33. อาจารย์ ดร.โศภชา เอี่ยมโภภัส	กรรมการ
34. อาจารย์ ดร.สรรรยา ธรรมอธิพล	กรรมการ
35. อาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	กรรมการ
36. อาจารย์ ดร.สุทธนิภา ศรีเสย়	กรรมการ
37. อาจารย์ ดร.อนุชา กันทรดุษฎี	กรรมการ
38. อาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ	กรรมการ
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภานนท์ หอมสุด	เลขานุการ
40. นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม	ผู้ช่วยเลขานุการ

สั่ง ณ วันที่ ๒๖ เมษายน พ.ศ. 2559

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



รูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถขุดไฮดรอลิกมือสอง  
จากประเทศญี่ปุ่น ของบริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด

PATTERNS AND MARKETING STRATEGIES, THE IMPORT AND DISTRIBUTION USED  
HYDRAULIC EXCAVATORS FROM JAPAN OF JCC MACHINE CO., LTD.

สุวรรณี แผ่นพงศ์ษา<sup>1</sup> และ พิทักษ์ ศิริวงศ์<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถขุดไฮดรอลิกมือสองจากประเทศญี่ปุ่นของบริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด และศึกษาปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางในการแก้ปัญหาในการประกอบธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถขุดไฮดรอลิกมือสองจากประเทศญี่ปุ่น ของบริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีปรากម្ពារណិតវិទ្យា (Phenomenology) ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าของกิจการและผู้มีส่วนร่วมในการประกอบธุรกิจ ใช้วิธีการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า บริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด มีรูปแบบเป็นธุรกิจประเภทชีวมายไป โดยจดทะเบียน นิติบุคคลในรูปของบริษัทจำกัด มีรูปแบบการบริหารจัดการเป็นธุรกิจครอบครัว มีโครงสร้างองค์กรแบบง่าย โดยมีเจ้าของกิจการเป็นผู้ควบคุมดูแลเกือบทุกส่วน กลยุทธ์การตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วนและข้อได้เปรียบในการแข่งขัน กลยุทธ์ทางด้านราคา ได้แก่ กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อให้ได้กำไรตามเป้าหมาย กลยุทธ์นโยบายราคาค้ายieldที่น้ำได้ การให้ส่วนลดและส่วนย่อนให้ และกำหนดราคามาตรฐานหลักจิตวิทยา กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ขายผ่านหน้าร้าน ใช้กลยุทธ์ผลักโดยการขายผ่านตัวแทน ใช้กลยุทธ์ดึงโดยการขายผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และกลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ กลยุทธ์การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และการส่งเสริมการขาย ปั้นฐานและอุปสรรคที่พบ คือปัญหาด้านการบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบ ขาดแคลนแรงงาน ที่มีความรู้ความชำนาญ สถานประกอบการต้องอยู่ในซอยลึกทำให้ไม่สะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเช่าที่สูง และภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ แนวทางการแก้ปัญหา คือผู้ประกอบการต้องมีการวางแผนและกำหนดขั้นตอนการในการปฏิบัติงาน ไว้อย่างชัดเจน หาแรงงานมาเพิ่ม และทบทวนค่าแรงและสวัสดิการต่าง ๆ ส่งเสริมการตลาดเพิ่มมากขึ้น หาสถาบันการเงินมาเพิ่ม ดึงนักการท่องเที่ยวประกอบการจะประกอบธุรกิจอยู่ได้ จะต้องเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการวางแผนการตลาด และปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดเพื่อรับสภาพการแข่งขันในอนาคตและพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตและประสบความสำเร็จต่อไป

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด, รถขุดไฮดรอลิกมือสอง

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยป่า是一座

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



## Abstract

The purpose of this research was to study Patterns and marketing strategies, the import and distribution used hydraulic excavators from Japan of JCC Machine Co., Ltd. Problem and the solution to problems in this business. This research was a qualitative research through phenomenology study. Accumulation of data was via in-depth interview, associated observation and delving through documents. Key informants were business owners and those involved in the business.

The study results found that the social construction of meaning of PN has been categorized into The research results indicated that, JCC Machine Co., Ltd. The Patterns of business were sell to buy heavy equipment used in Japan. Incorporation in the formed of a limited company. A model for managing was family business. Structure is simple. The owner was overseen almost all parts. Marketing strategies, the product strategies were differentiation strategy, cost leadership strategy, quick response strategy and market focus strategy. The pricing strategies were target return, flexible price police, discount and allowances and psychological pricing. The distribution policies were sale through the store directly, the strategy pulled by agent middlemen, the strategy pushed by sale through social networks. The promotion strategies were advertising on social networks and sale promotion. Owners who sell themselves can made customers' confidence and satisfaction. There was a special discount for old customers. Provided compensation to brokers. Barriers founded the problems were the management of a system, shortage of expertise, the establishment was located in an alley deep, making it easy to travel, there was a very competitive and depression. Solutions, the operator was required to plan and determine procedures for the operation clearly. The increase for workers and review the wages and benefits of promotional, marketing was increasing, for financial institutions to increase. Therefore, the operator will operate on. Must use marketing strategies in marketing plan. And improve the marketing strategy for the future competitiveness and business development to grow and prosper further.

**Keywords:** marketing strategies, used hydraulic excavators

## บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนามาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รัฐบาลได้ทุ่มเททรัพยากรและงบประมาณจำนวนมากเพื่อพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แล้วยังตั้งเป้าหมายในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้มากขึ้น และเริ่มต้นปรับลักษณะเศรษฐกิจจากการเกษตรมาเป็นเศรษฐกิจอุตสาหกรรมการเกษตรพร้อมทั้งการสนับสนุนการลงทุนเชิงอุตสาหกรรมของภาคเอกชน ส่งผลให้เศรษฐกิจเกิดการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และมีความต้องการใช้เครื่องจักรกลหนักมากขึ้น ทั้งในด้านเกษตรกรรม และด้านอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น งานก่อสร้างต่าง ๆ อุตสาหกรรมการเกษตร เพื่อก่อให้เกิดความสะ荡กว้างเรื้อรัง และเกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ทำให้ตลาดของเครื่องจักรกลหนักขยายตัวเพิ่มมากขึ้น (สมชาย ภาคภาษาสวีเดน, 2542)



ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนามาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รัฐบาลได้ทุ่มเททรัพยากรและงบประมาณจำนวนมาก เพื่อพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แล้วยังตั้งเป้าหมายในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้มากขึ้น และเริ่มต้นปรับลักษณะเศรษฐกิจจากการเกษตรมาเป็นเศรษฐกิจอุตสาหกรรมการเกษตร พร้อมทั้งการสนับสนุนการลงทุนเชิงอุตสาหกรรมของภาคเอกชน ส่งผลให้เศรษฐกิจเกิดการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และมีความต้องการใช้เครื่องจักรกลหนักมากขึ้น ทั้งในด้านเกษตรกรรม และด้านอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น งานก่อสร้างต่าง ๆ อุตสาหกรรมการเกษตร เพื่อก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และเกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ทำให้ตลาดของเครื่องจักรกลหนักขยายตัวเพิ่มมากขึ้น (สมชาย ภาคภาษาสวิวัฒน์, 2542)

การกำหนดแผนกลยุทธ์เป็นตัวกำหนดพันธกิจและวัตถุประสงค์ของบริษัท โดยมีจุดศูนย์กลางคือ ผู้บริโภค เป้าหมายคือการสร้างคุณค่าสำหรับผู้บริโภค และสร้างความสัมพันธ์ก่อให้เกิดกำไร จากนั้นจะเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing strategy) ตระหนักรากการตลาดที่บริษัทพยายามสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าและบรรลุความสัมพันธ์ก่อให้เกิดกำไร (นันสารี สุขโต และคณะ, 2555 : 29 )

คอตเลอร์ (Kotler, 1994, p.68) กล่าวว่า กลยุทธ์ทางการตลาดหมายถึง วิธีการขับเคลื่อนธุรกิจใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ประกอบด้วยการตัดสินใจในตลาดเป้าหมาย ดำเนินการเพิ่มผลิตภัณฑ์กำหนดส่วนประสมทางการตลาด และการกำหนดระดับค่าใช้จ่ายทางการตลาด

บริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2553 โดยใช้ชื่อว่า เจริญชัยเชียงกง โดยมี นายสุเทพ แผ่นพ์ษา เป็นผู้ดำเนินกิจการโดยประกอบธุรกิจประเภทซื้อ-ขายรถดุ๊กไถร่องลิมมือสอง เนื่องจากนายสุเทพ แผ่นพ์ษา เดิมประกอบอาชีพผู้รับเหมา ซึ่งมีประสบการณ์และมีความรู้ความชำนาญด้านรถดุ๊กไถร่องลิมมากกว่า 30 ปี จึงทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตและการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ต่อมาในปี พ.ศ. 2555 ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ชื่อ บริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับนำเข้าและจำหน่ายเครื่องจักรกลหนักมือสองจากประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ รถดุ๊ก รถดัน รถตักถ้อยาง รถบด โดยมีสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 23 หมู่ที่ 4 ตำบลท่ากระชับ อำเภอครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับซื้อ-ขายรถดุ๊กไถร่องลิมมือสองจำนวนมาก จึงมีการแข่งขันกันในด้านการตลาดสูงมาก ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการจะประกอบธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถดุ๊กไถร่องลิมมือสองให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องวางแผนทางการตลาด และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรับสภาพการแข่งขันในอนาคต และพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถดุ๊กไถร่องลิมมือสองจากประเทศไทยญี่ปุ่นของบริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด
- เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางในการแก้ปัญหาในการประกอบธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถดุ๊กไถร่องลิมมือสองจากประเทศไทยญี่ปุ่นของบริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด



## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถบุด้วยครอบคลุมมีส่องจากประเทศญี่ปุ่นของบริษัท เจซีซี แมชีน จำกัด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามโดยตรงเป็นหลัก โดยใช้วิธีการวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นการวิจัยที่อาศัยแนวความคิดและโลกทัศน์จากปรัชญาปรากฏการณ์วิทยาเป็นเครื่องมือในการศึกษาประสบการณ์ และประสบการณ์ของมนุษย์ (Holloway, อ้างอิงใน ชาญ โพธิสิตา 2552 : 190) นอกจากนี้ยังศึกษาจากเอกสาร ข้อมูลวิชาการ สอดคล้องผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ให้ได้มากที่สุด โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าของกิจการและผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในบทนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

### ตอนที่ 1. ประวัติความเป็นมาของบริษัท เจซีซี แมชีน จำกัด

#### 1.1 ภูมิหลังของเจ้าของกิจการ

นายสุเทพ แผ่พงศ์ษา อายุ 54 ปี อยู่บ้านเลขที่ 23 หมู่ที่ 4 ตำบลท่ากระชับ อำเภอครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เดิมนายสุเทพ แผ่พงศ์ษา ประกอบอาชีพพนักงานขับรถบุด้วยครอบคลุมมีส่อง 5 ปี ต่อมาก็เป็นเจ้าของกิจการเอง โดยซื้อรถบุด้วยครอบคลุมมีส่องญี่ปุ่นมาอกรับจ้าง บุกสวน ตัดต้น โดยเป็นผู้ควบคุมดูแลกิจการของทั้งหมด ทำให้นายสุเทพ แผ่พงศ์ษา มีความรู้ความชำนาญด้านรถบุด้วยครอบคลุมมีส่องอย่างดี โดยทำธุรกิจตั้งแต่ล่ามามากกว่า 30 ปี

#### 1.2 การเริ่มต้นเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการ

ในปี พ.ศ. 2551 นายสุเทพ แผ่พงศ์ษา ได้ประสบปัญหาการขาดแคลนพนักงานขับรถบุด้วยครอบคลุม และปริมาณงานเริ่มน้อยลง เพราะมีคู่แข่งมากขึ้น ทำให้นายสุเทพ แผ่พงศ์ษา ขายรถบุด้วยครอบคลุมของตนออกไป โดยนายเกรียงศักดิ์ แผ่พงศ์ษา ซึ่งเป็นบุตรชายได้ถ่ายรูปรถบุด้วยครอบคลุมและนำไปลงฝากขายในอินเตอร์เน็ต ทำให้มีลูกค้าสนใจและมาซื้อรถบุด้วยครอบคลุมของตนอย่างรวดเร็ว จึงทำให้นายสุเทพ แผ่พงศ์ษา เห็นช่องทางในการทำธุรกิจใหม่ ซึ่งเป็นธุรกิจประเภทช้อป-ขายรถบุด้วยครอบคลุมมีส่อง โดยหาซื้อรถบุด้วยครอบคลุมเก่าที่ใช้งานแล้วมาซ่อมให้อยู่ในสภาพดี และขายออกไป ธุรกิjmีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2553 ได้จดทะเบียนพาณิชย์ ชื่อเจริญชัยเขียว กง โดยเริ่มทำซื้อรถบุด้วยครอบคลุมเก่าญี่ปุ่นมาขาย ธุรกิจก็เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ต่อมาในปี พ.ศ. 2555 ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เจซีซี แมชีน จำกัด ขึ้น เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายเครื่องจักรกลหนักมีส่องจากประเทศญี่ปุ่น โดยมีสำนักงานอยู่ที่ 23 หมู่ 4 ตำบลท่ากระชับ อำเภอครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

### ตอนที่ 2. รูปแบบการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถบุด้วยครอบคลุมมีส่องจากประเทศญี่ปุ่น ของบริษัท เจซีซี แมชีน จำกัด

ผลจากการสัมภาษณ์และสังเกต พบว่าบริษัท เจซีซี แมชีน จำกัด มีรูปแบบธุรกิจประเภทชื้อขายไป โดยจดทะเบียนนิตบุคคลในรูปของบริษัทจำกัด มีรูปแบบการบริหารจัดการเป็นธุรกิจครอบครัว มีโครงสร้างองค์กรขนาดเล็ก โดยมีเจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารจัดการเองในเกือบทุกส่วน การซื้อสินค้าจะซื้อสินค้าโดยนำเข้าจากญี่ปุ่น ใน 2 รูปแบบคือการนำเข้าสินค้าเอง และสั่งซื้อผ่านนายหน้า โดยส่วนใหญ่จะซื้อสินค้า ประเภทรถบุด้วยครอบคลุม ขนาดตั้งแต่ 2-20 ตัน เมื่อสินค้ามาถึงท่าเรือจะต้องผ่านพิธีการออกของของกรมศุลกากร และเสียภาษีอากร โดยจ้างชิบปั้ง



เป็นผู้ทำการแทน เมื่อสินค้ามาถึงสถานประกอบการเจ้าของกิจการจะเป็นผู้ตรวจสอบสภาพสินค้าให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานก่อนที่จะขายออกไป ซึ่งทางการขายสินค้าได้แก่ ขายหน้าร้าน ขายผ่านนายหน้า และขายผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ โดยนายสุเทพ ผ่าพงศ์ษา ได้มอบหมายให้ นางสาวกมลทิพย์ ผ่าพงศ์ษา ซึ่งเป็นหันส่วนและเป็นหลักسا เป็นผู้ดูแลเรื่องกลยุทธ์การตลาด

### ตอนที่ 3. กลยุทธ์ทางการตลาดการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถบุดี้ไอดรอลิกมือสองจากประเทศญี่ปุ่น ของบริษัท เจชีซี แมรี่น จำกัด

3.1 กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ผลจากการสัมภาษณ์และสังเกต พบว่า ผู้ประกอบการเลือกซื้อรถบุดี้ไอดรอลิกที่หลากหลายรุ่น หลายยี่ห้อ และหลายขนาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย เน้นการคัดเลือกรถบุดี้ที่มีคุณภาพดี ลงโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ติดสติกเกอร์โลโก้ของบริษัทไว้ที่ตัวรถบุดี้ไอดรอลิก เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และทำให้ลูกค้าเกิดการจดจำ เมื่อลูกค้าต้องการสั่งซื้อสินค้า ผู้ประกอบการมีบริการจัดหาสินค้าให้อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบคำถามของลูกค้าในเรื่องการจัดหาอะไหล่และการซ่อมบำรุงได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และเลือกซื้อรถบุดี้ไอดรอลิกให้เหมาะสมกับพื้นที่คุณภาพ งบประมาณต่าง ๆ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3.2 กลยุทธ์ทางด้านราคา ผลจากการสัมภาษณ์และสังเกต พบว่า ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขายสินค้าโดยมุ่งกำไรไม่ต่างกว่า 5% ตั้งราคามาคู่แข่งขันในตลาด โดยการเช็คราคาของคู่แข่งขัน ตั้งราคาที่ยืดหยุ่นได้ตามการต่อรองของลูกค้า ลดราคาของสินค้าบางตัวให้ต่ำกว่าต้นทุน เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าเข้ามา และสินค้าบางประเภทมีการกำหนดราคาไว้ในระดับสูง เพื่อแสดงถึงคุณภาพของสินค้า

3.3 กลยุทธ์ทางด้านข้อมูลทางการตลาด ผลจากการสัมภาษณ์และสังเกต พบว่า มีการขายหน้าร้านโดยตรงขายผ่านตัวแทนคนกลาง เช่น นายหน้า โดยจ่ายค่าตอบแทนให้ จัดหาสภาพั้นการเงิน เช่น ไฟแนนซ์ ธนาคาร มาช่วยบริการด้านการเงินให้แก่ลูกค้า โดยมีสินค้าขายผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้แก่ เฟสบุ๊ค ไลน์ และนำไปลงฝากรายในเว็บไซต์ขายเครื่องจักรมือสอง เช่น www.Truck2hand.com บริการจัดหารถขนส่งให้ลูกค้า เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการขนส่ง

3.4 กลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด ผลจากการสัมภาษณ์และสังเกต พบว่า ใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยนำไปลงฝากรายในเว็บไซต์ต่าง ๆ เฟสบุ๊ค ไลน์ เป็นต้น ส่วนใหญ่เจ้าของกิจการเป็นคนขายเอง เพื่อผู้ประกอบการมีทักษะความรู้ความชำนาญ และมีประสบการณ์ด้านรถบุดี้ไอดรอลิกมากกว่า 30 ปี ทำให้เกิดการลด แลก แจก แ份 เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า สามารถตอบคำถามต่าง ๆ ของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน และสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและพอใจ สามารถปิดการขายได้やすいให้ส่วนลดเป็นพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า และให้ค่าตอบแทนกับนายหน้า

### ตอนที่ 4. ปัญหาและอุปสรรค ของการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถบุดี้ไอดรอลิกมือสองจากประเทศญี่ปุ่น ของบริษัท เจชีซี แมรี่น จำกัด

ผลจากการสัมภาษณ์และสังเกต พบว่า ปัญหาและอุปสรรค มีดังนี้

1. ปัญหาด้านการบริหารจัดการที่ไม่มีระบบ เนื่องจากอำนาจการสั่งการและการตัดสินใจต่าง ๆ อยู่ที่เจ้าของกิจการ

2. ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ ช่างเทคนิคต่าง ๆ มีน้อย ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอและรวดเร็ว



3. สถานประกอบการตั้งอยู่ในช้อยลีกทำให้ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ลูกค้าที่มาซื้อส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่า และลูกค้าทางสังคมออนไลน์ต่าง ๆ
4. ธุรกิจนี้มีการแข่งขันสูงและมีคู่แข่งหน้าใหม่เกิดขึ้นได้ง่าย เนื่องจากเป็นธุรกิจประเภทซื้อขายไป
5. ลูกค้าไม่มีเงินสดเพียงพอที่จะมาซื้อสินค้า เนื่องจากรถบุดต์ไอดอลิก เป็นสินค้าที่มีราคาสูง และเป็นสินค้าที่มีความเสี่ยงสูง ทำให้ไม่ค่อยมีสถาบันการเงินและไฟแนนท์มารองรับ

#### สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1. รูปแบบการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถบุดต์ไอดอลิกมือสองจากประเทศญี่ปุ่น ของบริษัท เจซีซี แมชีน จำกัด

พบว่า ข้อมูลของรูปแบบธุรกิจเกิดจากประสบการณ์ในการประกอบการและการเรียนรู้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีรูปแบบธุรกิจประเภทซื้อขายไป จดทะเบียนนิติบุคคลในรูปของบริษัทจำกัด มีรูปแบบการบริหารจัดการเป็นธุรกิจครอบครัว มีโครงสร้างองค์กรอย่างร้าย โดยมีเจ้าของกิจการ คือ นายสุเทพ เพ็งวงศ์ษาเป็นผู้ควบคุมดูแลในเกือบทุกส่วน และมีนางสาวนลพิพิทย์ เพ็งวงศ์ษา เป็นผู้ดูแลเรื่องกลยุทธ์การตลาด

ตอนที่ 2. กลยุทธ์ทางการตลาดการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถบุดต์ไอดอลิกมือสองจากประเทศญี่ปุ่น ของบริษัท เจซีซี แมชีน จำกัด พนว่า

2.1 กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านดันทุน ยุทธ์ตราสินค้า ใช้กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และใช้กลยุทธ์การตลาดมุ่งเฉพาะส่วน โดยเลือกซื้อรถบุดต์ไอดอลิก ให้เหมาะสมกับภูมิภาค ถูกุกาก และงบประมาณต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความไว้เปรียบเทียบการแข่งขัน

2.2 กลยุทธ์ทางด้านราคา ใช้กลยุทธ์การตั้งราคา โดยวิธีมุ่งดันทุนเข้ามา ใช้กลยุทธ์หลอยราคา โดยตั้งราคาตามคู่แข่งขันในตลาด และราคาที่ตั้งไว้สามารถยึดห่วงได้ตามการต่อรองของลูกค้า ใช้กลยุทธ์ราคาต่ำหรือลดราคา เพื่อเจาะตลาด โดยลดราคาของสินค้าบางตัวให้ถูกกว่าต้นทุน เพื่อตึงดูดความสนใจของลูกค้า และใช้กลยุทธ์ราคาสูง เพื่อแสดงถึงคุณภาพของสินค้าที่ดี

2.3 กลยุทธ์ทางด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยการขยายหน้าร้านโดยตรง ใช้กลยุทธ์ผลัก โดยให้ส่วนลดลูกค้าเก่า การจ่ายค่าตอบแทนนายหน้า เพื่อสร้างแรงจูงใจ ใช้กลยุทธ์ดึง โดยการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ ต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ขายเครื่องจักรมือสอง เฟสบุ๊คส์ ไลน์ และมีบริการจัดหารถชนส่งให้ลูกค้า เพื่อความสะดวกรวดเร็ว

2.4 กลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้กลยุทธ์การโฆษณาและส่งเสริมการขาย โดยลงฝากรายในเว็บไซต์ต่าง ๆ ใช้พนักงานขายที่มีทักษะความรู้ความชำนาญ สามารถตัดสินใจได้รวดเร็ว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการเอง มีการลด แลก แจก และสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือและพอใจ ให้ส่วนลดเป็นพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า และให้ค่าตอบแทนกับนายหน้า

ตอนที่ 3. ปัญหาและอุปสรรค แนวทางการแก้ไข ของการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถบุดต์ไอดอลิกมือสองจากประเทศญี่ปุ่น ของบริษัท เจซีซี แมชีน จำกัด

พบว่า บริษัท เจซีซี แมชีน จำกัด มีรูปแบบการบริหารจัดการเป็นธุรกิจครอบครัว ทำให้มีการบริหารจัดการที่ไม่มีระบบ ดังนั้นควรจัดระบบการบริหารจัดการใหม่โดยระบุขั้นตอนการดำเนินงานไว้ชัดเจน เพื่อความสะดวก



รวดเร็วในการปฏิบัติงาน ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะความรู้ความชำนาญ ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างพึงพอใจและรวดเร็ว ผู้ประกอบการต้องหาพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญมาเพิ่ม หรือจ้างเหมาช่างเทคนิคมาเป็นครั้งคราว สร้างแรงจูงใจโดยจ่ายเงินเดือนประจำ ให้ผลตอบแทนเพิ่มเติมตามยอดขาย ให้ใบอนับพิเศษ ลูกค้าที่มาซื้อส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่าและลูกค้าสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เนื่องจากสถานประกอบการตั้งอยู่ในซอยลีกทำให้ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ผู้ประกอบการต้อง ทำป้ายบอกทางเป็นระยะเพื่อให้สะดวกต่อการเดินทาง จัดทำ Google map ทำการส่งเสริมการตลาดเพิ่มมากขึ้นในช่องทางตลาดออนไลน์ เพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จัก ธุรกิจนี้มีการแข่งขันสูงและมีคู่แข่งหน้าใหม่เกิดขึ้นได้ง่าย เนื่องจากเป็นธุรกิจซื้อขายไป ดังนั้นผู้ประกอบการต้องเพิ่มการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อเป็นการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบปากต่อปาก สร้างความจงรักภักดีในสินค้า ทำการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แคม เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า ลูกค้าไม่เมินสนใจเพียงพอที่จะมาซื้อสินค้า เนื่องจากการขาดแคลนสินค้าที่มีราคากลาง ดังนั้นผู้ประกอบการต้องบริการดีๆ แนะนำ สถาบันการเงินต่างๆ ไฟแนนซ์ มาให้ลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

#### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถดูไยครอบคลุมมีสองจากประเทศญี่ปุ่นของบริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด มีรูปแบบเป็นธุรกิจประเภทซื้อขายไป มีระบบการบริหารจัดการแบบธุรกิจครอบครัว มีโครงสร้างองค์กรแบบแบ่งฝ่ายไม่ชัดช้อน โดยมีเจ้าของกิจการเป็นผู้ควบคุมดูแลในเกือบทุกส่วนซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดผู้ประกอบการคือผู้ริเริ่มทำธุรกิจด้วยความกล้าเสี่ยงและมุ่งมั่นอุดสาหะสู่ความสำเร็จ ลักษณะของส่วนตัวของผู้ประกอบการมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการดำเนินการทุกขั้นตอน เพราะลักษณะของผู้ประกอบการเป็นสิ่งกำหนดความสำเร็จของกิจการและเป็นแนวพุทธิกรรมการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวม

จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถดูไยครอบคลุมของประเทศญี่ปุ่น ของบริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด มีการใช้การผสมผสานของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยการซื้อสินค้าที่หลากหลาย คุณภาพดี ราคาไม่สูงมาก กลยุทธ์ทางด้านราคา ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การตั้งราคา มีการให้ส่วนลด และการตั้งราคาตามราคากลาง กลยุทธ์ทางด้านตัวเอง การจัดจำหน่าย ได้แก่ ขายผ่านหน้าร้านโดยตรง ขายผ่านตัวแทน และขายผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และกลยุทธ์ทางด้านการจัดการส่งเสริมการตลาด ใช้กลยุทธ์การโฆษณาและส่งเสริมการขาย โดยเลือกใช้กลยุทธ์เหล่านี้ตามความต้องการของลูกค้าและตลาดเป้าหมาย เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับหลักการตลาด ได้แก่ การตลาด มีบทบาทสำคัญในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของบริษัท แผนกลยุทธ์เป็นตัวกำหนดพันธกิจและวัตถุประสงค์ของบริษัท เป้าหมายก็คือการสร้างคุณค่าสำหรับผู้บริโภค และสร้างความสัมพันธ์ก่อให้เกิดกำไร (นันทสารี สุขโต และคณะ, 2555)

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยและอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัจจัยของการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถดูไยครอบคลุมมีสองจากประเทศญี่ปุ่น ของบริษัท เจชีซี แมชีน จำกัด พ布ว่าปัจจัยและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการ ผลักดันให้ผู้ประกอบการจัดระบบและวางแผนขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานมีขั้นตอนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้ประกอบการเลือกการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม และมีใบอนับพิเศษ สามารถสร้างความเชื่อมั่น และเป็นแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงาน ทำการส่งเสริมการตลาดในสื่อออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จักเพร่ขยายในวงการรถดูไยครอบคลุม เพิ่มการบริการลูกค้าสัมพันธ์ และสร้างความภักดีในตราสินค้า และจัดทำสถาบันการเงิน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้า



และตลาดเป้าหมาย เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโต และประสบความสำเร็จ ต่อไป

#### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการวิจัยพบว่า เกิดปัญหาทางด้านการบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดระบบ การบริหารจัดการที่มีขั้นตอนการดำเนินงานชัดเจน เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะความรู้ความชำนาญ ดังนั้นผู้ประกอบการควรทบทวนค่าแรงและสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการทำงาน และปัญหาด้าน สถานประกอบการตั้งอยู่ในซอยลึก ดังนั้นผู้ประกอบการต้องเพิ่มช่องทางการส่งเสริมการตลาดมากขึ้น และใน อนาคตอาจไปเข้าสถานประกอบการติดถนนสายหลักเพิ่ม เพื่อให้มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และสะดวกต่อการเดินทาง

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการดำเนินธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถ ชุดไฮดรอลิกมือสองจากประเทศญี่ปุ่นของบริษัท เจซี แมชีน จำกัดเท่านั้น ผู้วิจัยเสนอให้ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ ทางการตลาดของผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ในหลาย ๆ แห่ง ว่ามีรูปแบบกลยุทธ์ที่สอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถชุดไฮดรอลิกมือสองญี่ปุ่น ของบริษัท เจซี แมชีน จำกัด



### เอกสารอ้างอิง

ชาย โพธิสิตา. ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: บริษัทอมรินทร์พรินติ้ง แอนด์ พับลิชิ่ง จำกัด (มหาชน), 2552.

นันสารี สุขโต และคณะ. หลักการตลาด (Marketing An Introduction). กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินไซน์, 2555.

สมชาย ภาคภาษาสนิวัฒน์ “การพัฒนาเศรษฐกิจและการเมืองไทย.” กรุงเทพ.คบ.ไฟ 2542. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.nesdb.go.th> เข้าถึงเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2558

นันสารี สุขโต และคณะ. หลักการตลาด (Marketing An Introduction). กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินไซด์ ไช่น่า, 2555.

สมชาย ภาคภาษาสนิวัฒน์ “การพัฒนาเศรษฐกิจและการเมืองไทย.” กรุงเทพ.คบ.ไฟ 2542. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.nesdb.go.th> เข้าถึงเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2558

Phillip Kotler. Marketing Mangement. The Millennium Edition: Prentic Hall International, Inc.,2003.