

บทที่ 3

ข้อมูลบริษัทและการดำเนินธุรกิจ

3.1 ประวัติบริษัท

บริษัท จีเซฟ จำกัด เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นโดยกลุ่มนักศึกษาปริญญาโททางด้านบริหารธุรกิจ (MBA) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่เล็งเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ช่วยประหยัดน้ำมัน โดยได้ทำการก่อตั้งบริษัทนี้ขึ้นในช่วงปลายปี พ.ศ.2550 โดยมีผู้ริเริ่มความคิด และสร้างรูปแบบทางธุรกิจร่วมกันทั้งสิ้น 3 คน ได้แก่ นางสาวกฤษณา อรุณท้าววิโรจน์ นายประกิต รอดบุญเกิด และนายรพีพันธ์ วงศ์วานิช

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันแบบครบวงจรในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายใต้วิสัยทัศน์และพันธกิจที่ทางบริษัทกำหนดขึ้น ด้วยการสร้างระบบการจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดีที่สุด และการสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตสินค้า พนักงานของบริษัท และคนในสังคม

3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของธุรกิจ

❖ วิสัยทัศน์ (Company Vision)

การเป็นผู้นำตลาดตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันแบบครบวงจร ที่สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมในเรื่องของการประหยัดพลังงานน้ำมัน

❖ พันธกิจ (Company Missions)

1. การคัดสรรสินค้าอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันที่มีประสิทธิภาพสูงเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคทั่วไป และลูกค้าองค์กรในระดับราคาที่คุ้มค่า
2. การให้บริการก่อนและหลังการขายกับลูกค้าที่ยอดเยี่ยม เหนือกว่าตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าทั่วไป
3. การเป็นศูนย์บริการจำหน่ายและติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดพลังงานแห่งแรกในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่ลูกค้านึกถึง

4. การสร้างมูลค่าบริษัทที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และให้ผลตอบแทนที่ดีกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจการ

❖ เป้าหมายของธุรกิจ (Company Objectives)

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปีแรก)

- กิจการจะต้องมียอดขายในปีแรกไม่ต่ำกว่า 5.8 ล้านบาท
- กิจการมีการเติบโตของยอดขาย 10-15 % ต่อปี

เป้าหมายระยะยาว (5 ปี)

- เป็นผู้ดำเนินการจำหน่ายอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันดีเซลด้วยส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่ง
- กิจการต้องมียอดขายไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท/ปี
- รักษาอัตราการเติบโตของยอดขายเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 10 % ต่อปี
- บริษัทสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 3 ปี
- มีกำไรขั้นต้นไม่ต่ำกว่า 50 %
- กิจการมีการขยายสาขาเพิ่มอีก 2 สาขา ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเพื่อรองรับการขยายตัวของตลาด

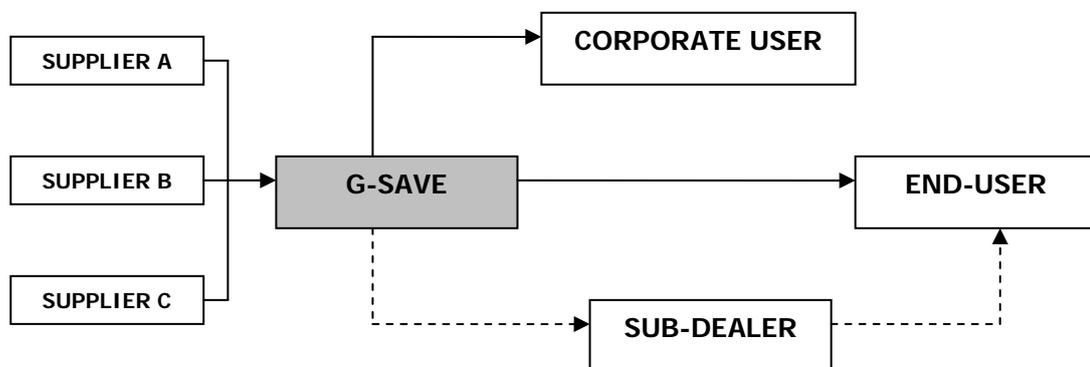
3.3 รูปแบบธุรกิจ (Business Model)

จากการศึกษาและวิเคราะห์อุตสาหกรรมอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันจะพบว่าเป็นธุรกิจที่มีผู้ผลิตรายหลักๆ อยู่เพียงไม่กี่ราย โดยที่แต่ละรายจะมีเทคโนโลยีสินค้าและระดับราคาที่แตกต่างกัน โดยจะมีการทำธุรกิจในรูปแบบผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายเฉพาะในร้านของตัวเอง การคิดค้นพัฒนาสินค้าแล้วทำการจ้างโรงงานอื่นผลิตเพื่อขายให้กับตัวแทนจำหน่ายรายย่อย ที่เป็นคู่รถยนต์ ร้านประดับยนต์ หรือร้าน Car Care ทั่วประเทศ โดยที่ร้านค้าของผู้ผลิต หรือตัวแทนจำหน่ายรายย่อยแต่ละรายมักจะนำเสนอและจำหน่ายสินค้าเพียงชนิดใดชนิดหนึ่งเท่านั้น ทำให้ลูกค้าขาดทางเลือก นอกจากนี้ตัวแทนจำหน่ายแต่ละรายก็จะจำหน่ายอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันเป็นธุรกิจเสริมของบริษัท ทำให้ขาดการโฟกัสในการทำตลาดกับลูกค้าโดยเฉพาะจึงทำให้ยังไม่สามารถสร้างยอดขายได้มากนักเมื่อเทียบกับความต้องการของตลาด

ดังนั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคประหยัดน้ำมัน บริษัท จีเซฟ จำกัด จึงสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะผู้แข่งขันรายใหม่ในอุตสาหกรรมโดยวางจุดขายที่เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายสินค้าและให้บริการติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันโดยเฉพาะ โดยบริษัทจะทำการทดสอบและคัดเลือกสินค้าอุปโภคบริโภคประหยัดน้ำมันที่คุณภาพสูง 2-3 ชนิดเข้ามาจำหน่ายในร้านเพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้าให้ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความเหมาะสมในแต่ละประเภทการใช้งาน และราคาที่ลูกค้ายอมรับได้ โดยจัดตั้งหน้าร้านที่มีขนาดใหญ่เพียงพอกับการรองรับรถยนต์ทุกประเภท พร้อมอุปกรณ์ติดตั้งและทดสอบประสิทธิภาพที่ทันสมัย อยู่ติดถนนใหญ่ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับที่อยู่ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบริษัทขนาดกลางและเล็กที่มีการขนส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างจังหวัด และเป็นเส้นทางผ่านของกลุ่มผู้ขายสินค้าทางการเกษตรที่ต้องขนส่งสินค้าจากต่างจังหวัดเข้ามาจำหน่ายในกรุงเทพฯ โดยที่บริษัทจะสร้างรายได้และกำไรจากส่วนต่างของราคาขาย กับต้นทุนสินค้าและต้นทุนการดำเนินงาน รวมไปถึงรายได้จากค่าบริการหลังการขายต่างๆ

นอกจากให้บริการจำหน่ายสินค้าและบริการสำหรับลูกค้ารายย่อยที่หน้าร้านแล้ว บริษัทจะมีการขยายฐานลูกค้าโดยการจัดตั้งทีมขายเพื่อติดต่อกับองค์กรขนาดใหญ่และหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐเพื่อนำสินค้าเข้าไปทดสอบและจำหน่ายให้โดยตรง และในขณะเดียวกันในฐานะที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคพลังงานรายใหญ่แล้วทำให้บริษัทมีจำนวนสินค้าที่มากเพียงพอ ในการขายส่งต่อให้กับตัวแทนจำหน่ายรายย่อยที่อยู่ในเขตปริมณฑล และจังหวัดในภาคกลางที่ไม่สะดวกในการติดต่อผู้ผลิตโดยตรงเพื่อเป็นการขยายช่องทางการจำหน่ายอีกชั้นหนึ่ง

ภาพที่ 3-1 Business Model ของบริษัทจีเซฟ จำกัด



3.4 กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Business Strategy)

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมของอุปกรณ์ประหยัดน้ำมัน จะพบว่าอุตสาหกรรมอยู่ในช่วง Introduction ของ Product Life Cycle

ซึ่งพบว่าสินค้าประเภทนี้นั้น ผู้ผลิตจะเป็นผู้มีอำนาจในการต่อรองค่อนข้างสูง เนื่องจากมีผู้ผลิตรายหลักอยู่เพียงไม่กี่ราย โดยแต่ละรายก็มีสิทธิบัตรสินค้าคุ้มครองอยู่ทำให้ผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาทำการผลิตเพื่อแข่งขันได้ยาก ทำให้เป็นไปได้ยากในการที่จะเจรจากับทางผู้ผลิตในการที่จะลดราคาสินค้าลงให้ต่ำกว่าในปัจจุบัน ดังนั้นบริษัทจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ที่เหนือกว่าร้านตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั่วไป เพื่อให้บริษัทสามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้ามากกว่าในการที่จะคิดราคาสินค้าได้สูงกว่าปกติ โดยการมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว ดังนี้

- ❖ สร้างความหลากหลายของสินค้า (Product Variety) ที่จำหน่ายในร้านเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกตามความเหมาะสมในการใช้งาน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นรถกระบะ รถ 6 ล้อ รถบรรทุก หรือรถบัส
- ❖ การให้บริการก่อนและหลังการขายกับลูกค้าที่เหนือกว่าตัวแทนจำหน่ายทั่วไป ด้วยการให้บริการตรวจเช็คสภาพเครื่องยนต์เบื้องต้น การติดตั้งอุปกรณ์ทดสอบการประหยัดน้ำมันที่สามารถเปรียบเทียบให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน การรับประกันสินค้าที่นานกว่า รวมไปถึงการบำรุงรักษาหลังการติดตั้ง
- ❖ การเลือกสถานที่ตั้งร้านค้าที่สามารถเข้ามาใช้บริการได้สะดวก อยู่ใกล้กับที่อยู่ของกลุ่มเป้าหมาย และมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยครบครันในการให้บริการกับลูกค้า