

## บทที่ 10

### แผนในอนาคต

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัท จีเซฟ จำกัด ที่ต้องการ "เป็นผู้นำตลาดตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันแบบครบวงจร ที่สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมในเรื่องของการประหยัดพลังงาน" ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการวางแผนระยะยาวในอนาคต เพื่อให้บริษัทสามารถมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับบริษัทและผู้ลงทุน และสร้างให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรม ได้ดังนี้

#### 1. การขยายศูนย์บริการขึ้นในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลให้ครบ 3 สาขา

หลังจากแผนการดำเนินงานในช่วงระยะเวลา 5 ปีแรกที่ทางบริษัทวางเป้าหมายการขายและการตลาดไว้แล้วโดยเริ่มที่ศูนย์บริการในเขตบางบอนแล้ว บริษัทได้ตั้งเป้าหมายในการขยายสาขาเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของตลาด และสามารถให้บริการลูกค้าได้มากขึ้นตามเขตที่ตั้งของกลุ่มลูกค้าหลักอีก 2 แห่ง ตามที่บริษัทวางแผนไว้คือ สาขารังสิต เพื่อรองรับลูกค้าที่วิ่งรถจากอยุธยา, สระบุรี และปทุมธานีที่ขนส่งสินค้าเข้ามาจำหน่ายในกรุงเทพฯ และ สาขาบางนา สำหรับรองรับลูกค้าที่เข้ามาจากทางภาคตะวันออก

#### 2. การขยายธุรกิจในตลาดต่างจังหวัด

หลังจากแผนการดำเนินงานในช่วงระยะเวลา 5 ปีแรกที่ทางบริษัทมุ่งเน้นการขายและการทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าในกรุงเทพฯ และจังหวัดข้างเคียงเป็นหลัก โดยบริษัทได้ตั้งเป้าหมายที่จะขยายธุรกิจไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ในจังหวัดต่างๆ ในภาคกลางที่มีศักยภาพเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งจะทำธุรกิจในรูปแบบลงทุนเอง และการลงทุนร่วมกับผู้ประกอบการในท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อเป็นการขยายเครือข่ายการจำหน่ายของบริษัทให้มากขึ้นเพื่อเป็นการสร้างอำนาจการต่อรองกับ Supplier ให้สูงขึ้น และยังเป็นการสร้างตราสินค้าของร้านค้าให้มีความแข็งแกร่งมากขึ้นในสายตาผู้บริโภคด้วยเช่นกัน

#### 3. การเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

หลังจากแผนการดำเนินงานในช่วงระยะเวลา 5 ปีแรกที่ทางบริษัทมุ่งเน้นการทำตลาดสินค้าหลักเพียง Diesel Economizer และ R-Tech แล้ว บริษัทจะมีการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านมากขึ้นตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป รวมไปถึงการวางแผนจะเป็นศูนย์บริการติดตั้ง

อุปกรณ์ก๊าซ NGV สำหรับรถกระบะ และรถยนต์ทั่วไปด้วยในอนาคต เมื่อผู้บริโภคยอมรับ และต้องการสินค้ามากขึ้น และมีศูนย์บริการก๊าซ NGV สูงขึ้นในอนาคต

#### 4. การเปิดโรงงานแห่งใหม่เพิ่มอีก 1-2 แห่ง

การสร้างศูนย์วิจัยพัฒนาสินค้าอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันของบริษัทขึ้นมาเอง โดยอาจจะมีการให้ทุนการศึกษากับสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อพัฒนาสินค้าร่วมกัน และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า และร้านค้าของบริษัทมากขึ้น และเป็นการสร้างความสามารถทางการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับธุรกิจ (Sustainability) เพราะเป็นการป้องกันปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้า การส่งมอบสินค้า และการกำหนดราคาสินค้าจาก Supplier ายต่างๆ ในอนาคตภายหลังจากที่สินค้าเป็นที่นิยมจากตลาดแล้วได้