คฑาทอง ฝ่าวิกฤติโควิด รุกเพิ่มรถวอลโว่ บัส อีก 23 คัน รองรับแผนขยายงาน





คฑาทอง ฝ่าวิกฤติโควิด รุกเพิ่มรถวอลโว่ บัส อีก 23 คัน รองรับแผนขยายงาน

- คว้าสัญญาระยะ 5 ปี จากโรงงาน โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย
- พลิกวิกฤติโควิด19 ให้เป็นโอกาสเพราะลูกค้าให้ความสำคัญกับการป้องกัน

บริษัท คฑาทอง ทรานสปอร์ท จำกัด ซึ่งเป็นผู้นำด้านการให้บริการรถรับส่งพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก พลิกวิกฤติโควิด19 ให้เป็นโอกาส แม้ธุรกิจโดยรวมได้รับผลกระทบ แต่ด้วยความมุ่งมั่นยกระดับมาตรฐานการให้บริการที่เน้นคุณภาพและสุขอนามัยภายในตัวรถ สร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าใหม่มั่นใจในบริการ นายพงษ์พันธ์ หงษ์ทอง กรรมการผู้จัดการบริษัท คฑาทอง ทรานสปอร์ท จำกัด เปิดเผยว่าจากวิกฤติโควิด19 ตั้งแต่ต้นปี 2563 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับผู้ให้บริการรับส่งพนักงานรายอื่น ๆ ซึ่งเป็นผลจากการลดเที่ยววิ่งลง โดยรายได้จากการดำเนินงานลดลงประมาณ 30% อย่างไรก็ตาม จากการรักษาระดับคุณภาพการให้บริการในระดับสูงอย่างสม่ำเสมอ พร้อมกับมาตรการการป้องกันเชิงรุกทางด้านสุขอนามัยที่คฑาทองดำเนินการตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดตั้งแต่ต้นปีที่แล้ว ทำให้ลูกค้าที่ต้องการคุณภาพการให้บริการที่ดี ได้มาตรฐานสากลและมาตรการด้านสุขอนามัยที่เป็นมาตรฐานเดียวกับโรงงานอุตสาหกรรม คฑาทองจึงได้ลูกค้ารายใหม่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง

“แม้ว่าลูกค้าเราบางรายลดการใช้บริการของเราลงไปบ้าง แต่เราได้ลูกค้าใหม่เข้ามาเติม ซึ่งมาจากการแนะนำของลูกค้าปัจจุบันส่วนหนึ่ง และลูกค้าใหม่ที่ผู้บริหารโรงงานที่ต้องการยกระดับคุณภาพการรับส่งพนักงานได้ตัดสินใจใช้

บริการของเรา ทำให้ผลประกอบการของเราตั้งแต่ปีที่แล้วจนถึงขณะนี้ ใกล้เคียงกับช่วงก่อนเกิดวิกฤติโควิด19” นายพงษ์พันธ์ กล่าว

อย่างไรก็ตาม มาตรการที่รัฐบาลประกาศ Lockdown กรุงเทพมหานครและจังหวัดพื้นที่สีแดงในขณะนี้ ไม่ส่งผลกระทบต่อการให้บริการลูกค้าของคฑาทองเพราะภาคการผลิตในนิคมอุตสาหกรรม ยังคงเดินหน้าต่อเนื่องเพราะความต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและการส่งออก ยังสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างไม่สะดุด ทำให้ความต้องการใช้บริการรับส่งพนักงานยังคงดำเนินการต่อไป เพียงแต่มาตรการด้านการป้องกันเชิงรุกเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อโควิด 19 จะต้องดำเนินการอย่างเข้มข้น

คฑาทอง ทรานสปอร์ท ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2542 โดยให้บริการรับส่งพนักงานตามโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยเริ่มต้นด้วยรถตู้เพียง 2 คัน ด้วยปรัชญาการให้บริการลูกค้าของคฑาทองที่มุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการด้วยรถที่มีคุณภาพสูง จึงสร้างความแตกต่างไปจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้คฑาทองประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจให้บริการรถรับส่งพนักงาน จำนวนลูกค้าเข้าใช้บริการของคฑาทอง จึงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ในช่วงวิกฤติโควิด19 จำนวนลูกค้าของคฑาทอง ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีลูกค้าใช้บริการมากกว่า 40 โรงงาน โดยเป็นโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมบริเวณภาคตะวันออก มีรถให้บริการลูกค้าทั้งสิ้นมากกว่า 500 คัน โดยเป็นรถบัสขนส่งพนักงานประมาณ 200 คัน ส่วนที่เหลือเป็นรถตู้และรถเช่าสำหรับผู้บริหาร

นายพงษ์พันธ์ กล่าวว่าเพื่อรักษามาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพระดับสูง คฑาทอง จึงได้สั่งซื้อรถวอลโว่ บัส รุ่น B8R จำนวน 23 คัน เพื่อรองรับกับสัญญาใหม่ 5 ปีจากโรงงานโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย ในนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งจะเริ่มให้บริการในเดือนสิงหาคม โดยใช้รถไม่ต่ำกว่า 11 คันในระยะแรก ส่วนที่เหลือเป็นการเตรียมรถเพื่อรองรับกับลูกค้าใหม่อีกหลายรายที่จะเซ็นสัญญาในเร็ว ๆ นี้

“ด้วยคุณภาพรถที่ได้มาตรฐานระดับโลกของวอลโว่ บัส ทำให้ลูกค้าของเรามั่นใจว่าเราจะสามารถให้บริการที่มีคุณภาพสูง ด้วยรถที่มีมาตรฐานสากล เราจึงได้มั่นใจว่าจากนี้ไป เราจะเพิ่มรถบัสใหม่ด้วยวอลโว่ บัส เพราะลูกค้าเห็นรถที่เรานำออกไปให้บริการแล้ว มีความมั่นใจทั้งในเรื่องความสะดวกสบายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยสูง เราจึงมั่นใจว่าการใช้รถวอลโว่ บัส จะเป็นจุดขายสำคัญของเรา” นายพงษ์พันธ์ กล่าว

นายพงษ์พันธ์ กล่าวว่า คฑาทอง ไม่ใช่บริษัทผู้ให้บริการรับส่งพนักงานที่ราคาถูก แต่เป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพมาตรฐานสูงด้วยราคาสมเหตุสมผล “เราสามารถคำนวณต้นทุนการให้บริการได้อย่างแม่นยำเพราะเรารู้ต้นทุนที่ชัดเจนจากราคาตัวรถที่พ่วงด้วยค่าใช้จ่ายด้านการบำรุงรักษาที่เป็น Package ที่เราสรุปกับวอลโว่ บัส เมื่อลูกค้าเห็นโครงสร้างราคาการให้บริการที่โปร่งใสที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบได้และยอมรับค่าบริหารจัดการของเราที่ทำให้ราคาโดยรวมในแต่ละเดือนสมเหตุสมผล เขาจึงเลือกใช้บริการของเรา”

นอกจากนี้ คฑาทอง ได้เน้นมาตรการด้านสุขอนามัยที่ชัดเจน โดยผู้ที่จะขึ้นรถของ คฑาทอง ทุกคน รวมทั้งพนักงานขับรถและพนักงานผู้ให้บริการประจำรถ จะต้องผ่านการตรวจวัดอุณหภูมิและล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ที่บริษัทฯ เตรียมไว้ประจำรถ อีกทั้งทำความสะอาดฆ่าเชื้อด้วยการอบโอโซนทุกสัปดาห์

“เราไม่ใช่เพิ่งจะมาทำตอนนี้ แต่เราทำมาแล้วตั้งแต่วันแรกที่เกิดการระบาดโควิด19 ในประเทศไทย และเรามีการ

สื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องถึงมาตรการด้านสุขอนามัยผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกันกับโรงงานอุตสาหกรรมที่ดำเนินการอยู่ในขณะนี้ ทำให้ลูกค้าเรามั่นใจว่าพนักงานของเขาได้ผ่านการตรวจสอบทั้งในโรงงานและนอกโรงงานในมาตรฐานเดียวกัน จึงทำให้มีการบอกกล่าวกันในลักษณะปากต่อปาก ซึ่งเป็นผลให้มีลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามาหาเราอย่างต่อเนื่อง” นายพงษ์พันธ์ กล่าว