

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ แอปพลิเคชัน CHECK BAAN

Needs and operations Of the business application CHECK BAAN

วรเทพ สังวรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN นี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่จะเป็นสื่อกลาง (Platform) ในการติดต่อ ประสานงาน พูดคุย สรุปราคา และนัดหมาย เพื่อดำเนินการตรวจสอบคุณภาพงานบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์บนอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ หรือ สมาร์ทโฟน ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ง่าย รวดเร็ว มีมาตรฐานและความน่าเชื่อถือในการรับบริการ รวมทั้งตอบโจทย์ในการแก้ไขปัญหาที่มักพบเสมอในเรื่องความยุ่งยาก ในการจัดหาจัดจ้างวิศวกร บริษัทผู้ให้บริการตรวจสอบคุณภาพงานบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ ที่เคยเป็นมา ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจกับกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในแวดวงของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ คือกลุ่มบุคลากรของบริษัทที่ทำงานด้านอุตสาหกรรมก่อสร้าง บริษัทวิศวกรที่ปรึกษา และผู้ให้บริการในด้านการตรวจสอบคุณภาพงานบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ รวมทั้งกลุ่มผู้บริโภคผู้ซื้อบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ ที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

การศึกษาวิจัยความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ผู้วิจัยประมาณการยอดขาย และแนวโน้มยอดขายในระยะเวลา 5 ปี ศึกษาการวางแผนการจัดการตลาด และการวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจในระยะเวลา 5 ปี พบว่ามีศักยภาพและความเป็นไปได้สูงในการดำเนินธุรกิจ ด้วยงบประมาณการลงทุนเบื้องต้น 571,500 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 4,776,520 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) กว่า 147% มีศักยภาพในการทำกำไร และระยะเวลาคืนทุน 1.5 ปี

ดังนั้นการศึกษาวิจัยความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN จึงตอบโจทย์ความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค เมื่อเกิดปัญหาที่เคยประสบมาจึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของการศึกษาในครั้งนี้

ABSTRACT

The study of the needs and operations of the CHECK BAAN application business is made with the objective of Study the needs and operations of the CHECK BAAN application business, which is an application that will be a platform to contact, coordinate, discuss, summarize prices and make appointments to conduct quality checks. House, condo, townhome, townhouse on mobile phone devices or smart phones, making it convenient, easy, fast, with

standards and reliability in receiving services. As well as answering the problems that are often encountered in frustration In the procurement, procurement of engineers The company that provides quality inspection services for houses, condos, townhomes, townhouses that used to be a researcher has conducted surveys with target groups in the real estate industry. Is a group of personnel of companies working in the construction industry. Consulting Engineer And service providers in quality inspection of houses, condos, townhomes, townhouses, as well as consumer groups, home buyers, condos, townhomes, townhouses in Bangkok and suburbs

Study and research on the needs and operations of the CHECK BAAN application business. Researchers estimate sales. And sales trends in the 5-year period, studying market management planning. And business strategy planning for 5 years, found that there is a high potential and potential for business operations With a preliminary investment budget of 571,500 baht. The net present value is 4,776,520 baht. The internal rate of return (IRR) of over 147% has potential for profitability. And payback period of 1.5 years.

Therefore, the study of the needs and operations of the CHECK BAAN application business will meet the basic needs of consumers. When a problem has been encountered, it is a business opportunity for this study.

1. บทนำ

ปัจจุบันกลุ่มผู้ซื้อผู้บริโภคเองยังมีความรู้น้อย ในเรื่องของการตรวจสอบคุณภาพงานอาคาร บ้าน คอนโดที่ตกลงซื้อขาย โดยคิดว่าผู้ประกอบการหรือเจ้าของโครงการก็มีวิศวกร ผู้ควบคุมงาน ดำเนินการตรวจสอบให้อยู่แล้ว จึงไม่ได้จัดหาจัดจ้างวิศวกร บริษัทที่รับงานตรวจสอบอาคาร บ้าน คอนโดเข้าไปดำเนินการตรวจสอบคุณภาพงานให้ หรืออาจจะมีส่วนที่ให้ความสำคัญและเห็นถึงประโยชน์ของการที่ต้องจัดหาวิศวกร บริษัทเข้าไปตรวจสอบแต่ก็ยังไม่มากพอ

อีกทั้งหลายคนก็มักจะพบปัญหาและอุปสรรคยุ่งยากในการติดต่อหาวิศวกร และบริษัทที่มีประสบการณ์ มาดำเนินการตรวจสอบงานก่อนที่จะตกลงซื้อ/โอนกรรมสิทธิ์ หรือบางครั้งก็ไม่เห็นมีช่องทางที่จะติดต่อ ประสานงาน จัดหาจัดจ้างวิศวกร และบริษัทมาดำเนินการตรวจสอบงานก่อนที่จะตกลงซื้อ/โอนกรรมสิทธิ์ และถึงแม้ว่าจะมีบริษัทที่รับงานด้านการตรวจสอบบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม จำนวนมากที่สามารถหาใน Google หรือ Web site ของบริษัทต่างๆ แต่ก็ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็ว และผู้ซื้อผู้บริโภคเองก็ต้องใช้ความพยายามในการหา ติดต่อ ประสาน พูดคุย ตกลงราคากว่าจะได้วิศวกร บริษัทเข้าไปดำเนินการตรวจสอบงานตามที่ต้องการได้

ปัจจุบันเทรนการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ ถึง 44.6 ล้านคนต่อปีและมากกว่า 77% ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือซึ่งพกพาสะดวก และติดต่อกับผู้อื่นได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ภาษาการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเพราะผู้ใช้ 3,000 ล้านคน และมีบัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ถึง 2,000 ล้านคน เมื่อดูที่สถิติการใช้อินเทอร์เน็ต และอัตราการเติบโตตามภูมิภาค

ต่างๆทั่วโลกแล้วพบว่ามีถึง 7 ภูมิภาค ที่มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกส่วนภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรก คือ เอเชียตะวันออก ยุโรปตะวันตกและเอเชียใต้ ด้วยเหตุนี้บริษัทและร้านค้าต่างๆหลายๆแห่งจึงเริ่มเปิดขายทางออนไลน์กันมากขึ้น โดยเฉพาะแบรนด์ต่างๆ ที่เริ่มก้าวเข้ามาใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตขายสินค้ากันอย่างถล่มทลายเพราะการค้าขายผ่านทางนี้ทำให้เกิดการขายตรงไปยังผู้บริโภคได้อย่างอิสระ

ปัจจุบันนี้แอปพลิเคชันบนมือถือคือ Mobile Application เป็นสิ่งที่เราคู่กันเคยและใช้งานกันตั้งแต่มี 3G โดยการใช้นั้นก็ได้ยุ่งยาก แถมยังช่วยให้ชีวิตง่ายขึ้น เพราะสามารถนำมาใช้ตอบสนองต่อการใช้งานในชีวิตประจำวันได้ในหลายรูปแบบ และเมื่อการมาถึงของ 4G และอีกไม่นานจากนั้นก็ถึงยุค 5G ทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพมากขึ้น เร็วขึ้น ส่งผลให้ไม่เพียงแต่ใช้งานแอปพลิเคชันได้มากกว่าแค่ความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังสามารถเพิ่มขีดความสามารถทางธุรกิจได้อีกด้วย

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสาร ทั้งเครือข่ายโทรคมนาคมและอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่าง Smart Phone และ Tablet ทุกวันนี้ถือว่าเป็นพื้นฐานสำคัญที่เอื้อให้ผู้บริโภค สามารถเข้าใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่ในลักษณะต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะทุกวันนี้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลาตามต้องการ และโมบายแอปพลิเคชัน/Mobile Application ก็เป็นโปรแกรมประยุกต์อย่างหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทต่อการใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ และมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้สะดวกขึ้น อีกทั้งยังตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เช่น สามารถจับจ่ายซื้อสินค้า ทำธุรกรรมทางการเงิน ฟังเพลง เล่นเกมส์ หรือสื่อสารกับเพื่อนในโลกโซเชียลเน็ตเวิร์คผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

ปัจจุบันโมบายแอปพลิเคชันนั้นมีหลากหลายประเภท เช่น ไลฟ์สไตล์ บันเทิง การศึกษา เกมส์ ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว นิตยสารต่างๆ ข่าว บริการด่วนในรูปแบบต่างๆ เช่น การสั่งอาหาร ส่งวัสดุ/พัสดุ แม่บ้านทำความสะอาด งานซ่อมแซมบ้าน คอนโด โซเชียลเน็ตเวิร์ค ฯลฯ

แอปพลิเคชัน CHECK BAAN ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อที่จะตอบโจทย์แก้ปัญหาดังที่กล่าวมาแล้วนี้ เพื่อที่จะเป็นสื่อหรือ Platform บนเครื่องมือสื่อสารสมาร์ทโฟน/Smart Phone ทั้งระบบ IOS และ Android เพื่อที่จะให้ผู้ซื้อหรือสมาชิกบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม กับวิศวกร และบริษัทที่รับงานด้านตรวจสอบคุณภาพงาน ได้ติดต่อประสานงาน เจาะ และจัดหาว่าจ้างงานตามที่ต้องการและตกลงกันได้ด้วยความสะดวก ง่าย รวดเร็ว และใช้งานง่ายบนเครื่องมือสื่อสารสมาร์ทโฟน

แอปพลิเคชัน CHECK BANN โดยเป็นแอปพลิเคชันที่ทำหน้าที่เป็น Platform สื่อกกลางในการอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริโภค(ผู้ซื้อบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม) และบริษัทผู้ให้บริการในการตรวจสอบงานบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ก่อนที่ผู้บริโภคจะตกลงเซ็นสัญญาซื้อขาย/โอนกับแต่ละโครงการ ข้อมูลจากสถาบันการเงินประมาณว่ามีกว่า 55,000 หน่วย/ยูนิตต่อปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งปัจจุบันนี้มักจะมีปัญหาและอุปสรรคยุ่งยากในการติดต่อหาวิศวกร และบริษัทที่มีประสบการณ์มาดำเนินการตรวจสอบงาน

จากที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดข้างต้นนั้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจสำหรับคนรุ่นใหม่หรือ START UP ที่สนใจดำเนินธุรกิจนี้ โดยจากการศึกษาแนวทางของแผนธุรกิจลงทุนประมาณ 571,500 บาท ซึ่งแผนการเงินจากการประเมินความเป็นไปได้คาดการณ์ว่าจะมีระยะเวลาคืนทุนไม่เกิน 1.5 ปี อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูง IRR มากกว่า 100% และมีศักยภาพในการทำกำไรที่สูงพอควร

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด
2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี
3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN
4. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ เป็นระยะเวลา 5 ปี

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริโภค(ผู้ซื้อ)บ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็วในการจัดหา/ว่าจ้างวิศวกร บริษัทที่รับตรวจสอบคุณภาพงานบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ก่อนจะตกลงเซ็นสัญญาซื้อและโอนกรรมสิทธิ์กับโครงการ
2. กำไรสูงสุดแก่ธุรกิจ CHECK BANN ,IRR มากกว่า 100%
3. สร้างโอกาส สร้างงาน สร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการวิชาชีพด้านวิศวกรรม สถาปัตยกรรม

4. ขอบเขตของงานวิจัย

ผู้ทำรายงานค้นคว้าอิสระมีความมุ่งหวังขอบเขตของงานวิจัยครั้งนี้ว่า เป็นการสำรวจความต้องการ ความพึงพอใจของผู้บริโภค(ผู้ซื้อ) บ้าน ทาวน์โฮม คอนโดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อดูความต้องการในการใช้แอปพลิเคชันที่เป็นแพลตฟอร์ม(Platform) ในการอำนวยความสะดวกสบาย รวดเร็ว ง่าย ในการหาวิศวกร หรือบริษัทมารับงานตรวจสอบก่อนจะทำสัญญา/โอนกรรมสิทธิ์ในลำดับถัดไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค(ผู้ซื้อ) บ้าน ทาวน์โฮม คอนโดโดยการสุ่มตามความสะดวกในการตอบแบบสอบถามทางออนไลน์ (Google Form on line) โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคผู้ซื้อ บ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ ทั้งที่ทำงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ พนักงาน บุคลากรบริษัทเอกชนทั่วไป กลุ่มฝ่ายขาย/Sale และวิศวกร บริษัทผู้ให้บริการในการตรวจสอบคุณภาพงาน จำนวน 200 ตัวอย่าง และแบบสอบถามข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ วิศวกร บริษัทฯ ที่ให้บริการหรือรับงานตรวจสอบงานบ้าน ทาวน์โฮม คอนโด

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบมีโครงสร้างผู้ที่ถูกสัมภาษณ์จัดเป็นกลุ่มผู้บริหารและผู้จัดการ หรือในระดับหัวหน้าผู้ควบคุมงานที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในด้านการตรวจสอบคุณภาพ ของงานบ้านคอนโดทาวน์โฮมทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 3 ราย

5. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ(Service Quality)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)

ส่วนประสมการตลาด Marketing Mix ,4Ps

(Product ,Price ,Place ,Promotion)

4P คือส่วนประสมทางการตลาด/Marketing Mix ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์แผนการตลาด ในการทำธุรกิจที่นิยมกันมาก เป็นองค์ประกอบที่เราสามารถควบคุมได้กล่าวคือเลือกผลิตสินค้าอะไรก็ได้ ตั้งราคาอย่างไรก็ได้ขายที่ไหนก็ได้จะทำโปรโมชั่นแบบไหนก็ได้ แต่สิ่งสำคัญในการวิเคราะห์นั้นจะต้อง ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จแบรนด์น่าเชื่อถือและมีกำไร

ผลิตภัณฑ์ P - Product

ผลิตภัณฑ์ หมายถึงสิ่งที่เสนอแก่ตลาดเพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมาย โดยสิ่งแรกที่ควรวิเคราะห์ก่อนการตัดสินใจในการผลิตสินค้าหรือบริการหรือการ ดำเนินธุรกิจคือการวิเคราะห์ความต้องการของตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ แล้วจึงผลิตสินค้าหรือ บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือแก้ปัญหาของลูกค้าได้ อาจกล่าวได้ว่าผลิตภัณฑ์เป็น จุดเริ่มต้นของความสำเร็จก็ว่าได้ เพราะหากผลิตภัณฑ์ไม่เข้าใจไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แม้คุณจะใช้กลยุทธ์การตลาดมากมายขนาดไหน ก็คงไม่สามารถทำให้ผลิตภัณฑ์ของคุณเป็นที่ยอมรับ ได้

ราคา P - Price

Price เป็นการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ลูกค้าและวิธีในการจัด จำหน่ายซึ่งควรตั้งราคาอย่างเหมาะสมไม่แพงจนเกินไปและไม่ต่ำจนเกินไป

การตั้งราคาสินค้าแพงหรือสูงเกินไป นอกจากจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นเงินที่เสียไปไม่คุ้มค่างับ สินค้าที่ได้มาแล้วยังจะทำให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าจากคู่แข่งทางการค้าเจ้าอื่น ๆ ที่อาจมีสินค้าลักษณะ คล้ายกันหรือที่ทดแทนกันได้ ในราคาที่น้อยกว่าแทน

ในทางกลับกันการตั้งราคาสินค้าที่ต่ำเกินไป นอกจากคุณจะได้กำไรเพียงเล็กน้อยไม่คุ้ม เหนื่อย ยังส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกว่าสินค้านั้นไม่มีคุณภาพ อีกทั้งยังก่อให้เกิดสงครามด้านราคา (Price War) คือคุณลดราคา เรลดด้วย แข่งกันไปทั้งตลาดขาดทุนกันไปหมด

การกำหนดราคาต่ำหรือสูงจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและความคิดที่มีต่อสินค้าหรือบริการ

การตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่ง ในขณะที่สินค้าเป็นประเภทเดียวกันกับประเภทสินค้าที่ต้องซื้อบ่อย ซื้อมาก ซื้อมากครั้งหนึ่งหลายชิ้น อาจทำให้ได้กำไรต่อหน่วยน้อย แต่เน้นที่ปริมาณการขายอย่างไรก็ตาม การตั้งราคาต่ำมากเกินไป ก็อาจส่งผลให้ลูกค้าเกิดคำถามเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า

การตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์นี้ใช้เมื่อสินค้าของคุณมีลักษณะเด่น หรือมีความแตกต่างเหนือคู่แข่งทั้งในแง่คุณภาพ ปริมาณ หรือบริการทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความภาคภูมิใจในตัวสินค้า

โดยสรุปแล้วการกำหนดราคาสินค้านั้นมีเรื่องที่ต้องคำนึงถึงอยู่ 2 ประการด้วยกันคือ

- 1 กลุ่มเป้าหมายของคุณคือใคร
- 2 สินค้าและบริการของคุณคืออะไร

ช่องทางการจำหน่าย P - Place

การจัดจำหน่ายหรือ Place หมายถึง การตัดสินใจว่าจะส่งมอบบริการให้กับลูกค้าที่ไหน เมื่อไหร่และอย่างไรโดยช่องทางในการส่งมอบอาจจะใช้ช่องทางตรงของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการหรือช่องทางโดยอ้อมผ่านตัวแทนของผู้ให้บริการและสิ่งสำคัญของกลยุทธ์การจัดจำหน่ายคือ

1. การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง ความง่ายและความสะดวกในการรับบริการ
2. ความพร้อมที่จะให้บริการได้ (Availability) หมายถึง ระดับความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้า ดังนั้น ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ในเวลาที่ลูกค้าต้องการเสมอ

การส่งเสริมการตลาด P – Promotion

โปรโมชั่นหรือการส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมสำหรับติดต่อและสื่อสารกับลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ อย่างเช่นเพื่อแจ้งข่าวสารเพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการและการตัดสินใจซื้อเพื่อสร้างทัศนคติแบบภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัท ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงถือเป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ในการทำตลาดทั้งบนโลกออนไลน์และออฟไลน์

การบริการและคุณภาพการบริการ

5 มิติคุณภาพบริการ : SERVQUAL MODEL

Service Quality : SERVQUAL Model ได้รับความนิยมนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์กรต้องการทำความเข้าใจต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมาย ตามความต้องการในการบริการที่เขาต้องการ และเป็นเทคนิคที่ให้วิธีการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์กร นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้สำหรับการทำความเข้าใจกับการรับรู้ของบุคลากรต่อคุณภาพในการให้บริการ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้การพัฒนาการให้บริการประสบความสำเร็จ

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)

หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นั้น ได้แก่สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์เครื่องมือ เอกสารที่จะใช้ในการติดต่อสื่อสาร และสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใย และความตั้งใจของผู้ให้บริการบริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรม จะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจน

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการบริการ ที่ให้ทุกครั้ง จะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของการบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที่ทันที่ ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวล มีบริการมารยาทที่ดี ในการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน

SERVQUAL ได้รับความนิยมในการนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์กรต้องการทำความเข้าใจ ต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายตามความต้องการในการบริการที่เขาต้องการ และเป็นเทคนิคที่ให้วิธีการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์กร

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)

วรโชค ไชยวงศ์ (2548) กล่าวว่า CRM เป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการซึ่งถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถจัดการกระบวนการต่าง ๆ ภายในองค์กรให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อองค์กร

หลักการสำคัญในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

1. การมีฐานข้อมูลของลูกค้า

ฐานข้อมูลถูกต้องถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ สามารถเรียกดูได้จากทุกหน่วยงานในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า มีการแยกประเภทลูกค้าจากฐานข้อมูล เนื่องจากลูกค้าแต่ละรายมี Value ไม่เท่ากัน ซึ่งลูกค้าประกอบไปด้วย ลูกค้าเริ่มต้น ลูกค้าที่ช่วยประชาสัมพันธ์ และลูกค้าที่ซื้อซ้ำ

2. การมีเทคโนโลยี

เทคโนโลยีที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับนั้น ประกอบด้วยเทคโนโลยีที่เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับองค์กรได้ เช่นระบบ Call Center , Website ,Interactive Voice Response เป็นต้น แล้วอีกตัวหนึ่งเทคโนโลยีช่วยในการวิเคราะห์ว่า องค์กรจะใช้ซอฟต์แวร์ในการประมวลผลอย่างไร เช่น ใช้เพื่อแยกแยะลูกค้า การจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า

3. การปฏิบัติเพื่อรักษาลูกค้า

เนื่องจากข้อมูล Database สามารถทำให้องค์กรแยกแยะลูกค้าได้ว่า กลุ่มใดเป็นกลุ่มที่ทำกำไรสูงสุดให้กับองค์กร หลังจากนั้นองค์กรจะต้องนำมากำหนดวิธีปฏิบัติต่อลูกค้าเหล่านั้น เพื่อสร้าง Relationship Program เพื่อให้เข้าถึงการให้บริการลูกค้าแต่ละรายอย่างเหมาะสม ตัวอย่างเช่น การจัดทำ Frequency Marketing Program การจัดทำโปรแกรม Loyalty Program หรือการจัดทำโปรแกรม Community Program เป็นต้น

4. การประเมินผล

เพื่อให้ทราบว่าองค์กรสามารถรักษาลูกค้าได้มากขึ้นหรือไม่อย่างไร โดยเกณฑ์ต่าง ๆ จะต้องเปลี่ยนไป จุดเน้นหรือโฟกัสขององค์กรต้องเปลี่ยนมาอยู่ที่การรักษาลูกค้า (Keep Relation) ในระยะยาว และเพิ่ม Value ให้กับลูกค้าให้มากกว่าคุณค่าที่ลูกค้าคาดหวัง

6. วิธีการเก็บข้อมูล

การศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ CHECK BAAN นั้น ดำเนินการศึกษาโดยรายละเอียดดังนี้

1. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นแบบสอบถามออนไลน์โดยเป็นลักษณะแบบสอบถามที่ถามถึงความพึงพอใจ ความต้องการในการใช้โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค(ผู้ซื้อ) จำนวน 200 ตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

และแบบสอบถามข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ วิศวกร บริษัทฯ ที่ให้บริการหรือรับงานตรวจสอบงานบ้าน ทาวน์โฮม คอนโด จำนวน 3 ราย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. กลุ่มตัวอย่าง

การสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค(ผู้ซื้อ) บ้าน ทาวน์โฮม คอนโดโดยการสุ่มตามความสะดวกในการตอบแบบสอบถามทางออนไลน์ (Google Form on line) โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคผู้ซื้อ บ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ ทั้งที่ทำงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ พนักงาน บุคลากรบริษัทเอกชนทั่วไป กลุ่มฝ่ายขาย/Sale และวิศวกร บริษัทผู้ให้บริการในการตรวจสอบคุณภาพงาน จำนวน 200 ตัวอย่าง และแบบสอบถามข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ วิศวกร บริษัทฯ ที่ให้บริการหรือรับงานตรวจสอบงานบ้าน ทาวน์โฮม คอนโด

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบมีโครงสร้างผู้ที่ถูกสัมภาษณ์จัดเป็นกลุ่มผู้บริหารและผู้จัดการ หรือในระดับหัวหน้าผู้ควบคุมงานที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในด้านการตรวจสอบคุณภาพ ของงานบ้านคอนกรีตทาวน์โฮมทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 3 ราย

1. นายมนตรี ช่วยราม ผู้จัดการโครงการ บริษัท โปรเจค แพลนนิ่ง เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
2. นายทรงวิทย์ พราวแจ้งจิต ช่างเทคนิคสถาปัตย์อาวุโส
3. นายจักรพงษ์ บุตรดี ช่างเทคนิคโยธาอาวุโส

7. การวิเคราะห์ข้อมูล และการดำเนินการธุรกิจ

7.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 ตามลำดับ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 30 – 40 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.9 รองลงมาคือ มีอายุอยู่ระหว่าง 40 – 50 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.4 รองลงมาคือ มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 และลำดับสุดท้ายคือ มีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ตามลำดับ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 รองลงมา คือมีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการ/บริษัทฯ จำนวน 18 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9 และลำดับสุดท้ายคือมีอาชีพอิสระ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,000 – 60,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา คือมีมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 รองลงมา คือมีมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 60,000 – 90,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 รองลงมา คือมีมี รายได้ต่อเดือนมากกว่า 120,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ ลำดับสุดท้ายคือมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 90,000 – 120,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านเดี่ยว/บ้านแฝด จำนวน 123 คน คิดเป็น ร้อยละ 61.2 รองลงมา คือต้องการซื้อคอนโด จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 รองลงมาคือ ต้องการซื้อทาวน์โฮม/ทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และลำดับสุดท้ายคือต้องการซื้ออาคารอื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

7.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ และความพึงพอใจในแอปพลิเคชัน

- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการจากวิศวกร หรือบริษัทผู้รับตรวจสอบคุณภาพงาน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 70.6 รองลงมาคือ เคยใช้บริการจากวิศวกร หรือบริษัทผู้รับตรวจสอบคุณภาพงาน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และลำดับสุดท้ายคือ อื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความยากลำบากในการว่าจ้าง/จัดหา จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และลำดับสุดท้ายคือ มีความยากลำบากในการว่าจ้าง/จัดหา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ตามลำดับ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ตอบว่าหาวิศวกร บริษัทมาตรวจงานยากนั้นเพราะว่ามีความคาดหวังเรื่อง มาตรฐาน และความน่าเชื่อถือของวิศวกร/บริษัท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมา คือไม่มีช่องทางติดต่อ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 รองลงมาคือ ราคาที่ไม่เป็นธรรมจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และลำดับสุดท้ายคือด้วยเหตุผลอื่น ๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังในเรื่องมาตรฐาน คุณภาพงานวิศวกร/บริษัท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 รองลงมา คือไม่มีช่องทางติดต่อ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของวิศวกร/บริษัท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 และลำดับสุดท้ายคือ ในเรื่องของราคาของการรับบริการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า มีประโยชน์มาก และมีประโยชน์ปานกลาง จำนวน 90 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 44.8 และ 44.8 และลำดับสุดท้ายคือ มีประโยชน์เล็กน้อย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ตามลำดับ
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังในการบริการในเรื่องมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือของวิศวกร บริษัท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา คือคาดหวังความสะดวก รวดเร็ว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 รองลงมาคือคาดหวังใช้งานง่าย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และลำดับสุดท้ายคือ ในเรื่องของราคาที่เป็นธรรม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

7.3 การดำเนินธุรกิจ และการจัดการฝั่งบริหารองค์กร

Business operations And organization management

โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ

การจัดโครงสร้างขององค์กรธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN เนื่องจากเป็นลักษณะของกิจการ SME ,Start up มีพนักงานไม่มาก ดังนั้นในการจัดโครงสร้างขององค์กร จึงไม่ซับซ้อนมีการแบ่ง

งานขอบเขตความรับผิดชอบชัดเจน เพื่อให้มีไม่ให้เกิดการก้าวท้าวกัน โดยงานที่มีลักษณะคล้ายกัน อย่างเช่น บัญชี การเงินและธุรการ ก็จัดให้อยู่ในแผนกเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการ ทำงานการบริหารจัดการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพ ธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN จึงแบ่งงาน ออกเป็น 4 ส่วนโดยละเอียดดังนี้

1. ผู้จัดการ (กรรมการผู้จัดการ)
2. IT Support/Program 2R & D
3. ฝ่ายการตลาด/ลูกค้าสัมพันธ์/Marketing & Sale
4. ฝ่ายธุรการ/การเงิน Admin. & Finance



7.5 การดำเนินธุรกิจ และการบริหารจัดการด้านการตลาด

Business operations And marketing management

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

สภาวะการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศไทยและกลุ่มภูมิภาคเอเซีย(ASEAN) มีทิศทางการเติบโตที่ไม่มากนัก (ประมาณ 5 - 10%) สำหรับประเทศไทยนั้นอสังหาริมทรัพย์ปัจจุบัน (2562) โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ยังมีผู้พัฒนาโครงการจำนวนมากทั้งโครงการ บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์โฮม คอนโด และอาคารสูง โดยเฉลี่ยแล้วกว่า 60,000 หน่วย/ยูนิิต ซึ่งพบว่า ปัญหาของผู้บริโภค(ผู้ซื้อ) คือการที่ไม่มีความรู้ด้านงานอาคาร การตรวจสอบคุณภาพงานก่อนจะเซ็นสัญญาซื้อ/โอนกรรมสิทธิ์กับโครงการ และทำให้หลายๆท่านต้องเจอกับปัญหาจากโครงการที่ไม่มีคุณภาพที่ดีพอ เกิดปัญหาภายหลังจากการซื้อ/โอนกรรมสิทธิ์ ในเรื่องการเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม บำรุงรักษาก่อนเวลาอันควร

แนวคิดธุรกิจ

ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งของผู้ซื้ออาคารบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์โฮม คอนโด และอาคารสูง ก็คือการหาผู้ให้บริการงานตรวจสอบอาคาร ได้แก่ วิศวกร บริษัทฯ เพื่อทำการตรวจสอบงานก่อนที่ผู้ซื้อจะตกลงเซ็นสัญญาซื้อ/โอนกรรมสิทธิ์กับผู้ประกอบการโครงการ แอปพลิเคชัน CHECK BAAN เป็นลักษณะของ Smart Phone Application เป็น Platform ที่มีคุณลักษณะการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว อีกทั้งยังตอบสนองต่อการใช้งานของคนรุ่นใหม่ยุค 4.0 ในการเป็นสื่อกลางคนออนไลน์ เพื่อติดต่อสื่อสารในการอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการ(ผู้ซื้อ) อาคารบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์โฮม คอนโด และอาคารสูง และผู้ให้บริการงานตรวจสอบอาคาร ได้แก่ วิศวกร บริษัทผู้ให้บริการวิชาชีพทางด้านวิศวกรรม ที่สามารถจะติดต่อสื่อสารตกลงว่าจ้าง นัดหมายการเข้าตรวจสอบงาน ในราคาและคุณภาพที่เป็นธรรม

7.6 การดำเนินธุรกิจ และการบริหารจัดการด้านการเงิน

Business operations And financial management

แผนงานการจัดการด้านการเงิน

ระยะเวลาในการวิเคราะห์โครงการ 5 ปี

- แหล่งเงินทุนทั้งสิ้น 5 แสนบาท
- เป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด

งบประมาณการลงทุนในส่วนสินทรัพย์ถาวร ได้แก่

- เครื่อง Server 40,000 บาท
- ค่าใช้จ่ายหลักก่อนเริ่มดำเนินการ ได้แก่ ค่าทำแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ 70,000 บาท ค่าจดทะเบียน 15,000 บาท ค่าตกแต่งสำนักงาน 30,000 บาท อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน 116,500 บาท เงินทุนหมุนเวียน 300,000 บาท รวมเงินทุนหมุนเวียนรวมเงินทุนเริ่มต้น 571,500 บาท

การประมาณการรายได้ระยะเวลา 5 ปี

- จำนวนลูกค้าในปีที่ 1-5 มีจำนวนลูกค้า 2,500 , 5,000 , 10,000 , 12,500 และ 15,000 รายตามลำดับ
- รายได้เฉลี่ยต่อปี 1,247,500 บาท , 2,495,000 บาท , 4,990,000 บาท , 6,237,500 บาท , 7,485,000 บาทตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้น

การประมาณการค่าใช้จ่าย

- ต้นทุนคงที่ในปีที่ 1-5 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเพิ่มจำนวนพนักงาน ค่าสาธารณูปโภคเพิ่มขึ้นปีละ 3% ใช้งบประมาณในการทำโฆษณาทางการตลาด 200,000 บาท คงที่ทุกปี
- ต้นทุนผันแปร คิดต้นทุนการให้บริการที่ 2% ของรายได้รวม ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย 1% ของรายได้รวม

อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน

- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน มีค่ามากกว่า 5 เท่า (ยกเว้นปีแรก)
- อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว ,อัตราส่วนเงินสด มีค่าสูงกว่า 5 ในทุกปีและมีแนวโน้มสูงขึ้น แสดงถึงสภาพคล่องทางการเงินที่ดี

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ต่ำในทุกปีแสดงถึงส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีมากกว่าหนี้สินถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

อัตราส่วนความสามารถในการบริหาร

- อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อยู่ระหว่าง 35% - 61%
- อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE) อยู่ระหว่าง 38% - 72%
- อัตราส่วนกำไรสุทธิอยู่ระหว่าง 28% - 60%

โดยสรุปแล้ว ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ธุรกิจมีความสามารถในการทำกำไรได้

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 4,776,520 บาท คำนวณโดยใช้อัตราคิดลด 30%

อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) 147% มีระยะเวลาคืนทุน 1.5 ปี

สรุป จากการวิเคราะห์ทางการเงินพบว่า มีความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจของแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายอ้างอิงจากอัตราส่วนต่าง ๆ รวมทั้งค่า NPV มีค่าเป็นบวก ระยะเวลาคืนทุนและอัตราผลตอบแทนของโครงการอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

7.6 การดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการดำเนินงานแอปพลิเคชัน CHECK BAAN

Business operations Managing the operation of CHECK BAAN applications

แผนการดำเนินงาน ธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ปีที่ 1

1. จัดระเบียบจัดตั้งบริษัทแอปพลิเคชัน CHECK BAAN เช่าสำนักงานบริษัท พร้อมกับการรับสมัครบุคลากรและวางโครงสร้างของบริษัท รวมทั้งวางแผนการทำงานต่าง ๆ ในระยะเวลา 1 ปีแรก
- เนื่องจากเป็นธุรกิจ Start up ,SME ในปีแรก ผู้ก่อตั้งบริษัทจึงรับภาระหน้าที่เป็นผู้จัดการ GM เอง ส่วนตำแหน่งฝ่ายการตลาด/ประชาสัมพันธ์ และงานด้านธุรการ/การเงิน/บัญชี

จะรวมเป็นแผนกเดียวกัน มีบุคลากรดูแล 1 คน และบุคลากรด้าน IT Support & Programmer อีก 1 ท่าน

2. ว่าจ้าง IT Consultant ,Program Agency ดำเนินการเขียน Application CHECK BAAN
3. จัดทำ Web site ,Line@ @ แอปพลิเคชัน CHECK BAAN เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ บริษัทแอปพลิเคชัน CHECK BAAN เพื่อให้เกิดการสร้าง ความจดจำที่ดี และเพื่อสร้างการรับรู้เพิ่มขึ้นให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย และลูกค้าให้ใช้แอปพลิเคชันผ่าน Web site ,Line@

เนื่องจากปัจจุบันนี้เมื่อคุณต้องการซื้อสินค้าหรือบริการใดๆ สิ่งแรกที่คนจะนึกถึงคือ Search Google ซึ่งเป็นเหมือนอับดุลทางออนไลน์ อยากรู้เรื่องไหนซื้อสินค้าอะไรถามได้ตอบได้ทุกกรณี รวมทั้งการมีเว็บไซต์จะช่วยให้ผู้เข้าชมสามารถบอกเล่าสิ่งที่ตนเองสนใจด้วยการแชร์ ไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ด้วย ความน่าเชื่อถือของตราสินค้าตัวสินค้าและบริการจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อคุณมีเว็บไซต์หลักของแบรนด์หรือของสินค้านั้นๆ เพราะถ้าไม่มีเว็บไซต์เชื่อถือว่าลูกค้าก็จะเกิดความกังวลในตราสินค้าหรือบริการนั้นขึ้นมาทันที ก็มีเว็บไซต์จึงทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคผ่านเข้ามาเยี่ยมชมในเว็บไซต์รู้จักกับคุณได้มากขึ้น เช่น

- คุณคือใคร
- สินค้าหรือบริการคืออะไร
- สถานที่ตั้งอยู่ตรงไหนติดต่อได้ที่ไหนบ้าง
- ทำไมถึงต้องเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจากคุณ

4. เปิดตัวแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ของทางบริษัท พร้อมกับประชาสัมพันธ์การเปิดตัวผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์หรือ Social Media , Facebook, Line ,Line@
5. หาพันธมิตรบริษัท ทั้งที่เป็นวิศวกร และบริษัทผู้รับหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพงานบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ เพื่อขยายฐานลูกค้าและการให้บริการให้มากขึ้น
6. ตั้งเป้าหมาย และแผนปฏิบัติการให้ได้ส่วนแบ่งการตลาด หรือลูกค้า 5% จำนวน 2,500 Unitต่อปี

แผนการดำเนินงาน ธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ปีที่ 2

1. ปรับโครงสร้างบริษัท รับพนักงานเพิ่ม และวางแผนการทำงานต่าง ๆ ในปีที่ 2
2. หาบริษัทพันธมิตร วิศวกร บริษัทฯ เพิ่มเติมจากปีแรกเพื่อเพิ่มจำนวนที่จะให้บริการ
3. สร้าง Big Data เพื่อปรับปรุงข้อมูลของ Web site และข้อมูลของลูกค้า จากข้อมูลการลงทะเบียนก่อนซื้อสินค้าหรือบริการ ลงทะเบียนเพื่อรับสิทธิพิเศษ สมัครจดหมายข่าวเพื่อรับข่าวสารพิเศษ จะทำให้บริษัทเรามีฐานข้อมูลของลูกค้า ที่เข้ามาใช้บริการ เช่น เบอร์โทรศัพท์ การส่งไปรษณีย์แจ้งข่าวสาร รวมไปถึงการส่ง email Marketing ต่าง ๆ
4. วางเป้าหมาย ให้ได้ส่วนแบ่งการตลาด หรือลูกค้า 10% จำนวน 5,000 Unitต่อปี

แผนการดำเนินงาน ธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ปีที่ 3

1. วางแผนการทำงานต่าง ๆ ในปีที่ 3

2. หาบริษัทพันธมิตร วิศวกร บริษัทฯ เพิ่มเติมจากปีแรกเพื่อเพิ่มจำนวนที่จะให้บริการ
3. วางแผนต่อยอดในการผลิตแอปพลิเคชันเพิ่มเติม เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็น One Stop Service ในงานด้านอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทย เช่น Application ทางด้านบริการ การซ่อมแซมปรับปรุง หรือแก้ไขปัญหาภายในอาคาร เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบเครื่องปรับอากาศ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มช่องทางในการ บริการลูกค้าได้หลากหลายเพิ่มมากขึ้น และก้าวเข้าสู่การเป็น One Stop Service ในงานด้านอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทย
4. วางเป้าหมาย ให้ได้ส่วนแบ่งการตลาด หรือลูกค้า จำนวน 10,000 Unitต่อปี

แผนการดำเนินงาน ธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ปีที่ 4

1. วางแผนการทำงานต่าง ๆ ในปีที่ 4
2. หาบริษัทพันธมิตร วิศวกร บริษัทฯ เพิ่มเติมจากปีแรกเพื่อเพิ่มจำนวนที่จะให้บริการ
3. ปรับปรุงแอปพลิเคชัน One Stop Service ในงานด้านอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทย เช่น Application ทางด้านบริการการซ่อมแซมปรับปรุง หรือแก้ไขปัญหาภายในอาคาร เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบเครื่องปรับอากาศ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มช่องทางในการ บริการลูกค้าได้หลากหลายเพิ่มมากขึ้น
4. วางเป้าหมาย ให้ได้ส่วนแบ่งการตลาด หรือลูกค้า จำนวน 12,500 Unitต่อปี

แผนการดำเนินงาน ธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ปีที่ 5

1. วางแผนการทำงานต่าง ๆ ในปีที่ 5
2. หาบริษัทพันธมิตร วิศวกร บริษัทฯ เพิ่มเติมจากปีแรกเพื่อเพิ่มจำนวนที่จะให้บริการ
3. ปรับปรุงแอปพลิเคชัน One Stop Service ในงานด้านอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทย ให้ดียิ่งขึ้นเช่น Application ทางด้านบริการการซ่อมแซมปรับปรุง หรือแก้ไขปัญหาภายในอาคาร เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบเครื่องปรับอากาศ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มช่องทาง ในการ บริการลูกค้าได้หลากหลายเพิ่มมากขึ้น
4. วางเป้าหมาย ให้ได้ส่วนแบ่งการตลาด หรือลูกค้า จำนวน 15,000 Unitต่อปี

7.7 การดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์แอปพลิเคชัน CHECK BAAN

Business operations Strategic Management Applications CHECK BAAN

สำหรับเรื่องของการวางกลยุทธ์ในธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN นั้น เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าธุรกิจ Mobile Application จะมีการแข่งขันกันมาก แอปพลิเคชัน CHECK BAAN ก็มีกลยุทธ์ เพื่อให้ธุรกิจของเราประสบความสำเร็จ หนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญนั้นคือ 8P เป็นกลยุทธ์ที่สามารถประยุกต์มาใช้กับธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN

กลยุทธ์การตลาด 8P

1. Product strategy กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
เป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ผลิตภัณฑ์ Application CHECK BAAN เป็น

Application ที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคผู้ซื้อบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ ที่มีปัญหาในการจัดหาวิศวกรบริษัทเพื่อรับหน้าที่ ในการตรวจสอบคุณภาพของงานก่อนซื้อหรือโอนกรรมสิทธิ์กับเจ้าของโครงการ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ของแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ได้แก่

- แอปพลิเคชันที่เป็น Platform ใหม่ ที่ยังไม่มีในตลาดแอปพลิเคชันการตรวจสอบคุณภาพงาน บ้าน คอนโด ในลักษณะที่เป็นสื่อกลางดังกล่าว
- แอปพลิเคชัน CHECK BAAN เรามี IT Support & Programmer ที่จะคอยดูแลและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพที่ดี ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว

2. Price strategy กลยุทธ์ราคา

เป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ของแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ในด้านราคาค่าบริการ ได้แก่

- ตั้งราคาที่ไม่แพง และจะคิดค่าบริการต่อยูนิต(หน่วย หรือห้อง) ราคา 499 บาท ที่จะคิดกับวิศวกร บริษัทผู้ประกอบการตรวจสอบอาคารเท่านั้น โดยที่ผู้ซื้อบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ จะจ่ายค่าบริการงานตรวจสอบที่ผู้ให้บริการตามราคาปกติ

3. Place strategy กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

แอปพลิเคชัน CHECK BAAN จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อกระจายการทำ การตลาดออนไลน์ทั้งทางเว็บไซต์และ Social Media ต่างๆ กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายของ แอปพลิเคชัน CHECK BAAN ได้แก่

- การทำแอปพลิเคชัน เพื่อให้ลูกค้าประสานงาน พูดคุย จัดหาว่าจ้าง วิศวกร บริษัทผู้ดำเนินการตรวจสอบงานอาคาร บ้าน คอนโด ง่ายขึ้น และสะดวกมาก
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในโลกออนไลน์โดยใช้โซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้งทาง Facebook ,Twitter ,Line ,Line@

4. Promotion strategy กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด

เป็นกลยุทธ์สร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นให้ลูกค้าอยากซื้อสินค้าไม่ว่าจะเป็นการลดแลกแจก แถมซึ่งต้องมีการกำหนดช่วงเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของโปรโมชั่น ตัวอย่างกลยุทธ์ลดราคา

- สำหรับลูกค้า 100 ท่านแรก CHECK BAAN แคมป์มือการดูแลและซ่อมแซม บ้านสำหรับมือโปร แจกฟรีคนละ 1 เล่ม
- พิเศษสุดสำหรับลูกค้าที่แนะนำ และบอกต่อ เรามีของสมนาคุณให้ท่านพิเศษ

5. Packaging strategy กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์

กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจตั้งแต่แรกเห็นสินค้า เพราะบรรจุภัณฑ์ก็เปรียบเสมือนหน้าตาของสินค้า

6. Personal Strategy กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย

ส่วนธุรกิจขนาดเล็กหรือ SME เจ้าของธุรกิจก็คือพนักงานขายนั่นเอง กลยุทธ์นี้คือ พนักงานขายต้องสื่อสารและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในธุรกิจของเรา ตัวอย่างกลยุทธ์

- เมื่อมีลูกค้าถามคำถามเข้ามา พนักงานหรือผู้ดูแลระบบฯ ชุมการจะต้องตอบกลับอย่างรวดเร็ว
- พนักงานประชาสัมพันธ์ ชุมการ จะต้องมีความรู้ในแอปพลิเคชัน CHECK BAAN สามารถตอบคำถามลูกค้าได้อย่างชัดเจน
- พนักงานประชาสัมพันธ์ ชุมการ ต้องมีทัศนคติเป็นบวก รับมือกับปัญหาได้ไม่วินหรือเหวี่ยงกับลูกค้า

7. Public relations Strategy กลยุทธ์การให้ข่าวสาร

กลยุทธ์การให้ข่าวสาร แอปพลิเคชัน CHECK BAAN ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเพื่อที่จะใช้เป็นเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้คนทั่วไปรู้จักธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN และคาดหวังว่าจะกลายเป็นลูกค้าของเราในที่สุด และต้องยอมรับว่าในยุค 4.0 ,5.0 นี้การให้ข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและแพร่กระจายเป็นวงกว้าง กลยุทธ์ของแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ได้แก่

- Update ข้อมูลใหม่ๆใน Web site บริษัท เป็นประจำ สม่ำเสมอ
- ช่องทางลงโฆษณาตามออนไลน์ต่าง ๆ หรือ Social Media Marketing เช่น ลงโฆษณากับ Facebook , Line ,Google , YouTube ,Instagram, Twitter ,Line เพื่อเป็นการสื่อสารกับลูกค้า เป็นต้น
- Email Marketing เป็นวิธีการทำการตลาดออนไลน์ด้วยการส่งอีเมลหากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณา ตลอดจนแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของธุรกิจของเรา การทำ email Marketing จึงช่วยให้พวกเขารับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของธุรกิจของเรา นอกจากจะสะดวกและรวดเร็วแล้ว โอกาสที่กลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าจะเห็นข่าวสารจากอีเมลที่เราส่งไปก็สูงกว่า การทำการตลาดในประเทศอื่น ๆ อีกด้วย

8. Power Strategy กลยุทธ์การใช้พลัง

กลยุทธ์การใช้พลัง หมายถึงการใช้อำนาจในการต่อรองเพื่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจของเรา การต่อรองที่ดีต้องไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกเสียเปรียบมากเกินไป และจะต้องทำให้เกิดความพึงพอใจกันทั้งสองฝ่าย

กลยุทธ์สร้างแบรนด์แอปพลิเคชัน CHECK BAAN ด้วย AIDA

AIDA เป็นโมเดลในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก ด้วยการโฆษณาด้วยองค์ประกอบทั้ง 4 ของ IADA จะช่วยวางแผนและทำให้รู้ว่าถ้าต้องการสร้างแบรนด์ให้กับธุรกิจของตนเอง ต้องทำโฆษณาอย่างไรเพื่อให้เป็นที่สนใจของคน

A : Attention

การทำให้ลูกค้ารู้สึกสะดุดตา และสะดุดใจในผลิตภัณฑ์ของเราตั้งแต่แรก จุดมุ่งหมายของขั้นตอนนี้ก็คือ การทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ หยุดดูโฆษณาของเรา และเกิดความรู้สึกอยากติดตามต่อว่าผลิตภัณฑ์ของเราคืออะไร

I : Interest

การทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าผลิตภัณฑ์ของเรา น่าใช้ และมีประโยชน์อย่างไร เพื่อให้คนที่เห็นโฆษณานี้เกิดความสนใจอยากใช้ผลิตภัณฑ์ของเรา

D : Desire

การทำให้ลูกค้ารู้สึกอยากซื้อผลิตภัณฑ์ของเรามาใช้ การโฆษณาโดยมีคำรับรองของผู้ซื้อบ้าน คอนโด ที่อยู่ในแวดวงอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทย และหลายคนเป็นที่รู้จัก หรือมีรีวิวประสบการณ์จากผู้ใช้งานจริง

A : Action

การกระตุ้นให้ลูกค้าตอบสนองต่อโฆษณา เช่น ให้ลูกค้าลงทะเบียนเพื่อรับสิทธิพิเศษในการใช้แอปพลิเคชัน CHECK BAAN สำหรับ 100 ท่านแรก รวมไปถึงการนำให้ลูกค้าติดตัสินใจซื้อสินค้าหรือหันมาใช้แอปพลิเคชัน CHECK BAAN ด้วย

5. บทสรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาด้านคุณสมบัติ และความต้องการและความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1.1 ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 - 40 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 30,000 - 60,000 บาท และความต้องการที่จะซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว/บ้านแฝดมากที่สุด

5.1.2 ความต้องการและความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชันCHECK BAAN ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน ในเรื่องความต้องการและความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชันCHECK BAAN พบว่าส่วนใหญ่แล้วเมื่อจะซื้อบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ฯลฯ ไม่เคยใช้บริการจากวิศวกร หรือบริษัทผู้รับตรวจสอบคุณภาพงาน เพื่อให้มารับหน้าที่ทำการตรวจสอบงานก่อนจะซื้อ/หรือโอนกรรมสิทธิ์

และหากต้องการจะจ้างวิศวกร หรือบริษัทผู้รับตรวจสอบคุณภาพงานเพื่อให้มารับหน้าที่ทำการตรวจสอบงาน ก็ไม่มากนัก แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 40% ที่ตอบว่ามีความยุ่งยากในการจัดหาจัดจ้าง วิศวกร หรือบริษัทผู้รับตรวจสอบคุณภาพงาน

และยังพบว่าจำนวนกว่า 60% ที่ตอบว่ายากนั้นเป็นเพราะกังวลในเรื่องมาตรฐาน และความน่าเชื่อถือของวิศวกร/บริษัท ผู้รับตรวจสอบคุณภาพงาน โดยส่วนใหญ่แล้วมีความคาดหวังในการบริการในมาตรฐาน คุณภาพงานวิศวกร/บริษัทฯ

ผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 50% คาดว่าจะมีประโยชน์มากที่สุด และอีกกว่า 50% ก็คาดว่าจะมีประโยชน์ในระดับปานกลาง หากว่ามีแอปพลิเคชัน Check BAAN ที่จะเป็นสื่อกลาง ช่วยในการติดต่อกับวิศวกร บริษัทที่รับดำเนินการตรวจสอบคุณภาพงานอาคาร บ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ฯลฯ ที่ง่าย และสะดวกบนอุปกรณ์สมาร์ทโฟน/Smart Phone

ท้ายที่สุดในเรื่องความคาดหวังหากจะใช้แอปพลิเคชัน CHECK BAAN ในการช่วยแก้ไขปัญหาในเรื่อง ความสะดวก รวดเร็วในการจัดหาวิศวกร และบริษัท ให้มาดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของงาน ก่อนที่จะซื้อหรือโอนกรรมสิทธิ์กับเจ้าของโครงการ รวมทั้งสิ่งที่เป็นความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเรื่องของมาตรฐานและความน่าเชื่อถือ ของวิศวกร บริษัทที่ให้บริการในด้านตรวจสอบคุณภาพของงาน

5.2 การอภิปราย

จากการศึกษาข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 70.1 อายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 30 - 40 ปี ร้อยละ 29.9 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 79.1 มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 30,000–60,000 บาทร้อยละ 48.5 และมีความต้องการที่จะซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว/บ้านแฝดมากที่สุด ร้อยละ 61.2

ในด้านความต้องการ และความพึงพอใจในแอปพลิเคชัน CHECK BAAN นั้นจากการศึกษาข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยใช้บริการจากวิศวกร หรือบริษัทผู้รับตรวจสอบคุณภาพงานก่อนจะซื้อหรือโอนกรรมสิทธิ์กับโครงการ ร้อยละ 70.6 และไม่มี ความยากลำบากในการว่าจ้าง/จัดหาวิศวกร หรือบริษัทผู้รับตรวจสอบคุณภาพงาน ร้อยละ 62.5 โดยข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ว่าหาวิศวกร บริษัทมาตรฐานยากนั้นเพราะว่าเรื่อง มาตรฐาน และความน่าเชื่อถือของวิศวกร/บริษัทฯ ร้อยละ 59.6 รวมทั้งส่วนใหญ่มีความคาดหวังในการบริการในเรื่องมาตรฐาน คุณภาพงานวิศวกร/บริษัทฯ ร้อยละ 68.7 และหากมีแอปพลิเคชัน CHECK BAAN แล้วนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าจะมีประโยชน์มาก และมีประโยชน์ปานกลาง จำนวนกว่าร้อยละ 44.8 และท้ายที่สุดแล้วผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังในการบริการในเรื่องมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือของวิศวกร บริษัทฯ ร้อยละ 51.5

จากผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์พบว่ามีความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจแอปพลิเคชันCHECK BAAN เนื่องจากแอปพลิเคชันCHECK BAAN สามารถตอบโจทย์หรือแก้ไขปัญหาในเรื่องความสะดวก รวดเร็ว และมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือของวิศวกร บริษัทที่ให้บริการตรวจสอบคุณภาพงาน

สรุปแล้ว มีความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจแอปพลิเคชันCHECK BAAN เนื่องจากแก้ไขปัญหาหรือตอบโจทย์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และมีปัจจัยทางบวกทั้งด้านผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ความง่ายในการใช้บริการ สอดคล้องกับฝ่ายวิศวกร หรือบริษัทผู้ประกอบการ

ดำเนินงานตรวจสอบคุณภาพงาน ที่มีจุดประสงค์ในการขยายฐานลูกค้าตนเองเพื่อสร้างรายได้ให้มากขึ้นในงบประมาณที่คุ้มค่าต่อการลงทุน

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัยที่ได้ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปต่อยอดเพื่อที่จะดำเนินธุรกิจตั้งบริษัท แอปพลิเคชัน CHECK BAAN เพื่อดำเนินธุรกิจในลักษณะการเป็นสื่อกลางหรือแพลตฟอร์มสำหรับ ผู้บริโภคที่ต้องการจะซื้อบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ ผู้ให้บริการในการตรวจสอบคุณภาพงานบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ก่อนที่จะซื้อหรือโอนกรรมสิทธิ์จากเจ้าของโครงการ

ทั้งนี้เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพมากขึ้น ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือก แอปพลิเคชัน ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน เพื่อจะทำให้ทราบถึงความการรับรู้ และผลสะท้อนจากการเลือกใช้แอปพลิเคชันโดยรวม และหลากหลายด้านมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้แล้วควรจะทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติม เกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ให้กว้างขึ้น รวมถึงการศึกษาถึงคู่แข่งที่มากขึ้น เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่เจาะลึกและเกิดความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการวางแผนพร้อมทั้งการพัฒนาของของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจแอปพลิเคชัน Mobile Application ให้สามารถพัฒนาควบคู่กันไปได้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ชั้นนี้ ส่วนหนึ่งนั้นจะสำเร็จลงไม่ได้ หากขาดความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของผู้ที่ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นการสอบถามแบบเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคผู้ซื้อ ผู้ให้บริการและผู้ประกอบการอาชีพอยู่ในวิชาชีพในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ตลาดบ้าน คอนโด ทาวน์โฮม ทาวน์เฮ้าส์ ในการให้ข้อมูลเชิงปริมาณจากการตอบแบบสอบถามทางออนไลน์ และบริษัทผู้ประกอบการดำเนินการตรวจสอบงาน รวมทั้งวิศวกร ผู้ตรวจสอบงานอิสระ ที่ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการเข้าสัมภาษณ์ สอบถามข้อมูลในการดำเนินการและประกอบการ และที่สำคัญคือท่าน รศ. สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ ที่ได้ให้คำแนะนำเป็นอย่างดีแก่กระผมนายวรเทพ สังวรรณ ผู้จัดทำการศึกษาค้นคว้าความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจแอปพลิเคชัน CHECK BAAN ชั้นนี้ จึงขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือ และคำปรึกษาแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกคนมา ณ ที่นี้ด้วย

วรเทพ สังวรรณ

บรรณานุกรม

1. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,ธนาคารกสิกรไทย (2557) .โมบายแอปพลิเคชัน โอกาสที่ไม่ควรมองข้ามของธุรกิจ SMEs .คั่นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2562
จาก <https://www.smeleader.com/> โมบายแอปพลิเคชัน โอกาสที่ไม่ควรมองข้ามของธุรกิจ SMEs
2. Brand Buffet -Team (2561).ผ่ากลยุทธ์ 4 แอปฯดังทำชน ชิงเบอร์ 1 ตลาด Delivery Services .คั่นเมื่อ คั่นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2562
จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/12/analyze-4-delivery-services-application/>ผ่ากลยุทธ์ 4 แอปฯดังทำชน ชิงเบอร์ 1 ตลาด Delivery Services
3. ESTOPOLIS (2562).รวมแอปพลิเคชันดีสำหรับมนุษย์คอนโดที่ขาดไม่ได้.
คั่นเมื่อ คั่นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2562
จาก <https://www.estopolis.com/article/รวมแอปพลิเคชันดีสำหรับมนุษย์คอนโดที่ขาดไม่ได้>
4. MThai.com (2562). 5 แอปพลิเคชัน สำหรับคนรักบ้านที่จะช่วยทำให้ชีวิตคุณง่ายขึ้น .
คั่นเมื่อ คั่นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2562
จาก <https://decor.mthai.com/other/53176.html> /5 แอปพลิเคชัน สำหรับคนรักบ้านที่จะช่วยทำให้ชีวิตคุณง่ายขึ้น
5. Positioning (2559) .ปรับโครงสร้างบริษัทของคุณให้รับกับการทำ Digital Marketing.
คั่นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2559
จาก <https://positioningmag.com/1108107>
6. Prosoft HCM .กลยุทธ์การจัดโครงสร้างองค์กรยุคใหม่
จาก <https://www.prosofthcm.com/Article/Detail/16365>
7. CSR Consulting Group.กรุงเทพฯธุรกิจ . ถอดรหัส Matrix Organization
<http://www.csrgroup.co.th/hr-tips/voice-of-hr-article-th/decode-matrix-organization/>
8. โมบายแอป' กลยุทธ์ใหม่โลกดิจิทัล(Cyber Weekend)
คั่นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2559
จาก <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9590000045157>
9. ญัฐวิศา สุทธิธาดา. (2559) . Online Marketing ใครๆก็ทำได้. กรุงเทพมหานคร .สำนักพิมพ์วิสต์กรุป.
10. ภาวุธ พงษ์วิทย์ภานุ. (2558) . การตลาดออนไลน์ที่ใช่มีแต่ถ้าไรไม่มีขาดทุน. กรุงเทพมหานคร .อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
11. ญัฐพล ไยไพโรจน์. (2561) . Digital Marketing 5G :Concept & Case study. กรุงเทพมหานคร .บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด.