

**การศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจบ้านน็อคดาวน์คอนกรีต นาม
บริษัท เค-โฮม น็อคดาวน์.**

BUSINESS DEMAND AND OPERATION OF THE KNOCK DOWN CONCRETE HOUSE.

กิตติศักดิ์ แสนแก้ว

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการของตลาดและพฤติกรรม
การซื้อของผู้บริโภคต่อธุรกิจบ้านน็อคดาวน์ประเภทคอนกรีต 2) ศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5
ปี 3) เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ ทางด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านพฤติกรรม
องค์กรของธุรกิจ 4) ศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจก่อสร้าง

การศึกษาโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากประชากรในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัด
ชลบุรีกำหนดจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนรวม 200 คน จากบุคคลทั่วไป ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ
เชิงพรรณนา ได้แก่การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการศึกษาค้นคว้า
จากแหล่งทุติยภูมิ นำมาวิเคราะห์เพื่อจัดทำแผนธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความต้องการบ้านที่มีรูปแบบทันสมัย พื้นที่ใช้สอย
ในช่วง 36-45 ตร.ม. ในงบประมาณด้านราคาอยู่ระหว่าง 300,001-400,000 บาทและครอบครัวมี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน ส่วนด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านสูงสุดคือ
ด้านการให้บริการ การแสดงผล 3 มิติ การรับประกันผลงานและรูปแบบบ้านที่มีเอกลักษณ์ทันสมัย มี
รูปแบบและช่วงราคาให้เลือก จากข้อมูลที่ได้นำมาจัดทำแผนธุรกิจโดยใช้หลักโครงสร้างดำเนินงาน
ของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์กรแบบเมทริกซ์และวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ กำหนดเป้าหมายยอดขาย
180 ล้านบาทในปีแรก ด้านการเงินใช้งบลงทุน 43 ล้านบาท มีอายุโครงการ 7 ปี กำนวนจากอัตราคิดลด
ที่ 10 เปอร์เซ็นต์จะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 3.77 ล้านบาท และให้ค่าอัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับ 15.68
เปอร์เซ็นต์ระยะเวลาในการคืนทุนที่ 4 ปี 5 เดือน การลงทุนให้ผลกำไรเห็นควรต่อการลงทุน

คำสำคัญ : ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจ บ้านน็อคดาวน์คอนกรีต

ABSTRACT

The purpose of the research is to study the market demand and consumer buying behavior of concrete knock-down home business, to study sales and sales trends for 5 years of financial operations, investment, marketing operations and sales forecast. This includes setting product prices and study its planning and strategic management of the construction business.

The data is collected primarily from 200 sample persons in Sriracha, a province of Chonburi. The data were analyzed by descriptive statistics, including frequency distribution, mean and standard deviation. And other studies from secondary sources to be analyzed to make a business plan.

The results of the study showed that the respondents are in need for a house with a modern style, floor area in the range of 36-45 square meters, budget price between 300,001-400,000 Baht and family influence in the decision to buy a house. The factors that influence the decision to buy a home the most are the service, 3D display, product warranty and unique modern home design from many models and a few selected price range. The paper also discusses the study of the structure of business for behavior, financial operations, investment, marketing operations and sales forecast. The business plan sets a target of 180 million baht in sales in the first year. In the financial aspect, the investment budget is 43 million baht, the project period is 7 years, [NPV] calculated from the discount rate. 10 percent has a net present value of 3.77 million baht and an internal rate of return equal [IRR] to 15.68% and [PB] Payback period at 4 years and 5 months. The Investment provides reasonable profits.

Keywords: business demand and operations of knock down concrete house

บทนำ

แนวโน้มผลประกอบการของผู้รับเหมาก่อสร้างโดยรวมระยะ 3 ปีข้างหน้าจะเติบโตต่อเนื่อง และโครงการจะเร่งขึ้นในช่วงปี 2563-2564 ตามการลงทุนโครงการขนาดใหญ่และขนาดเล็กที่จะก่อสร้างพร้อมกัน รายได้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้นตามแรงหนุนของอุปสงค์การลงทุนภาคอสังหาริมทรัพย์ที่จะปรับตัวดีขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจและการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐปัจจัยหลักที่อาจมีผลต่อต้นทุนการก่อสร้างในระยะ 3 ปีข้างหน้า ได้แก่ แนวโน้มวัสดุก่อสร้าง (คิดเป็น 60% ของต้นทุนรวม)ทยอยขยับขึ้นในช่วงปี 2563-2564 ตามความต้องการใช้วัสดุก่อสร้าง ที่เพิ่มขึ้น โดยกลุ่มปูนซีเมนต์ ราคามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 1%ถึง2% ต่อปี ส่วนราคาเหล็กจะเพิ่มขึ้น 2%ถึง4% ในปี 2564 และแรงงาน (คิดเป็น 20% ของต้นทุนรวม) จากปัญหาการขาดแคลนแรงงานคาดว่าจะกระทบเฉพาะ กลุ่มผู้รับเหมารายกลางและรายย่อย ผลจาก 1) กลุ่มนี้ยังใช้แรงงาน ก่อสร้างเป็นหลักเนื่องจากเทคโนโลยีการก่อสร้างใหม่ที่ช่วยลดกำลัง แรงงานต้องลงทุนสูง และ 2) แรงงานไทยส่วนมากจะไม่นิยมทำงานใน พื้นที่ก่อสร้าง ทำให้ยังต้องใช้แรงงานต่างด้าวซึ่งกฎระเบียบการใช้แรงงาน ต่างด้าวระยะข้างหน้าอาจเข้มงวดมากขึ้น

ประเด็นสำคัญในอุตสาหกรรมก่อสร้างปัจจุบันคือยังต้องการช่างที่มีฝีมือในการก่อสร้าง รวมทั้งขบวนการผลิตที่ต้องทำงานในที่โครงการซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานสภาพแวดล้อมต่อรอบข้าง และส่งผลบ้านข้างเคียง ทั้งเรื่องฝุ่น เสียงดังรบกวน ปัจจัยดังกล่าวนับเป็นโอกาสอันดีของธุรกิจการทำโครงสร้างบ้านสำเร็จรูป โดยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดและพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคต่อธุรกิจบ้านน็อคดาวน์ประเภทคอนกรีต ยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี ศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ ทางด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมองค์กรของธุรกิจ รวมทั้งการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจก่อสร้าง

จากการพัฒนาและเติบโตด้านเศรษฐกิจของจังหวัดชลบุรีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องวัดค่าจาก GDP และนโยบายการพัฒนาโครงข่ายคมนาคม ผู้ศึกษาจึงได้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากประชากรในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีกำหนดจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนรวม 200 คน จากบุคคลทั่วไป ทำการสังเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งทุติยภูมิ เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดและพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคต่อธุรกิจบ้านน็อคดาวน์ประเภทคอนกรีต นำมาวิเคราะห์เพื่อจัดทำแผนธุรกิจ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปรัชญาของกิจการบ้านสำเร็จรูปคอนกรีต

ปรัชญาของกิจการเพื่อให้มีความน่าเชื่อถือ ทั้งด้านคุณสมบัติของสินค้า ความสามารถ การบริหาร การให้ประโยชน์ต่อผู้รับบริการและการรับผิดชอบต่อบริการ และต่อสาธารณะ และสิ่งแวดล้อม ทางผู้ศึกษาเองกำหนดปรัชญาในการบริหารธุรกิจ ไว้เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนในการทำ ธุรกิจทางด้านงานบ้านสำเร็จรูป และพัฒนาไปพร้อมกับเพื่อนร่วมงานที่เข้มแข็งและมีศักยภาพ ที่ทำให้ธุรกิจยั่งยืน ในรูปแบบ 3 ลักษณะ

- ใส่ใจลูกค้า คือการให้บริการที่จริงใจ ซื่อสัตย์ และตรงตามจุดประสงค์ของผู้บริโภค
- พัฒนาองค์กร เป็นการเพิ่มศักยภาพ การเพิ่มขีดจำกัดของพนักงาน การให้ความรู้ ฝึกอบรม เพื่อให้องค์กรมีความมั่นคง
- จัดหารูปแบบที่ตลาดต้องการ เพื่อตอบสนองที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีความยั่งยืน สามารถแข่งขันในธุรกิจได้

โอกาสทางธุรกิจ

การก่อสร้างระบบบ้านสำเร็จรูป จะช่วยลดเวลาในการก่อสร้างเป็นอย่างมาก ปลอดภัยมากขึ้นเนื่องจากการก่อสร้างส่วนใหญ่อยู่ในโรงงานซึ่งได้ออกแบบไว้เพื่อการผลิตบ้านสำเร็จรูป โดยเฉพาะ จึงมีระบบความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน และใช้เวลาในการประกอบติดตั้งหน้างาน น้อยมาก ระบบการก่อสร้างระบบบ้านสำเร็จรูป ที่ออกแบบมาเป็นอย่างดี ใช้แรงงานติดตั้งที่สถานที่ก่อสร้างน้อย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่วยควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ งบประมาณไม่บานปลาย และยังส่งผลให้เจ้าของงานเปิดดำเนินกิจการได้รวดเร็วกว่าการก่อสร้างปกติ ทำให้ระยะเวลาในการคืนทุนเร็วในเชิงธุรกิจ ซึ่งถือเป็นโอกาสอย่างยิ่งในการเปิดกิจการธุรกิจบ้านสำเร็จรูป

เป้าหมายในการประกอบธุรกิจ

- เป้าหมายระยะสั้น 1-3 ปี สามารถเข้าสู่บริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง เพื่อพิจารณาการเลือกใช้การผลิตระบบประกอบเสร็จจากโรงงาน นำไปสู่การคิดแบรนด์ ในตลาด ผู้รับเหมาก่อสร้างทั่วไป ที่มีสัญญาซื้อขายรายละเอียด 1-10 ล้านบาท และขายตรงต่อตลาดลูกค้าที่ต้องการบ้านเดี่ยว ขนาดเล็ก

- เป้าหมายระยะกลาง 3-5ปี เพิ่มปริมาณลูกค้า ทั้งเป็นเจ้าของกิจการ บ้านจัดสรร โรงแรม ร้านค้าเช่า โครงการรีสอร์ท เพื่อขยายตลาดผู้บริโภคโดยตรง เพื่อเพิ่มในรูปแบบโครงการที่มีขนาดใหญ่ มูลค่าสูงกว่า 10 ล้านบาทต่อสัญญา
- เป้าหมายระยะยาว ภายใน 10 ปีการขยายตลาดไปต่างประเทศที่กำลังเติบโตด้านอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม) ยังมีช่องทางเพิ่มรายได้จากทั้งโครงสร้างพื้นฐาน โครงการที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์กรรม และโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งกำลังขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม PESTLE Analysis ในการทำธุรกิจ

1. Political คือ ปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับด้านการเมืองและนโยบายต่าง ๆ ของประเทศที่รัฐบาลเป็นผู้ออกนโยบายออกมา พบว่าการดำเนินธุรกิจด้านก่อสร้าง และนโยบายการเชื่อมต่อโครงข่ายคมนาคมทั้งการเชื่อมต่อสนามบินและการประกาศงบประมาณในการสร้างสนามบินอุตะเถา ทำเรือทำให้ มีผลต่อการเป็นอยู่ของประชากรในทิศทางที่ดีต่อการมีกำลังซื้อ

2. Economic คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินในประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยเกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจที่ทางรัฐบาลประกาศแผนการพัฒนานั้นเกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท อัตราการจ้างงาน อัตราว่างงาน GDP GNP และรายได้คนในเขตพื้นที่ที่ทำธุรกิจ สะท้อนในเรื่องของกำลังซื้อ (Purchasing Power) ของลูกค้า รวมทั้งการเติบโตของเศรษฐกิจและอัตราเงินเฟ้อ ที่แสดงถึงความมั่งคั่งในภาพรวมของเศรษฐกิจพื้นที่นั้นด้วย

3. Social คือ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกในเรื่องเกี่ยวกับด้านสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ นิสัยใจคอกพฤติกรรมรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของคนในสังคมปัจจุบันที่ไปทิศทางแบบทันสมัย

4. Technology คือ ปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับเทคโนโลยีขั้นตอนในการผลิตบ้านสำเร็จรูปปัจจุบันแพร่หลายสามารถเรียนรู้ได้จากท่องอินเทอร์เน็ต รวมทั้งแรงงานปัจจุบันมีความเข้าใจในการก่อสร้างระบบนี้มากขึ้นทำให้เรื่องการจัดหาแรงงานได้ไม่ยาก

5. Environmental หรือ Environment คือ การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรียังไม่เคยมีข่าวด้านประสพภัยพิบัติทางธรรมชาติร้ายแรงเลยที่ผ่านมา ทำให้ตลาดที่อยู่อาศัยมีความเชื่อมั่นและต้องการเป็นแหล่งพักอาศัยอย่างมาก

6. Law หรือ Legal คือ ปัจจัยเกี่ยวกับกฎหมายที่ส่งผล ต่อค่าแรงขั้นต่ำ (Minimum Wage) เป็นต้นทุนสำคัญในการพิจารณาแรงงาน จำนวนและขีดความสามารถ ศักยภาพของแรงงานที่ต้องใช้งานในการบริหารต้นทุนการผลิต กฎหมายแรงงาน และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองแรงงาน และสิทธิประโยชน์พื้นฐานที่ต้องให้กับแรงงานเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างแรงจูงใจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม โดยใช้ SWOT

จากสภาวะแวดล้อมปัจจุบันที่ยังคงมีภาวะระบาดของโรค โควิด2019 จะยังส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านของผู้บริโภค แต่ในตลาดอุตสาหกรรมก่อสร้างพบว่ายังคงเริ่มมีการเคลื่อนไหวที่ดีขึ้นจากนโยบายการปลดล็อกและทางผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ SWOT มีรายละเอียดดังนี้

1.) Strength ความได้เปรียบและจุดแข็งของธุรกิจบ้านน็อคดาวน

1. บ้านน็อคดาวนสามารถก่อสร้างได้รวดเร็วกว่าแบบก่อสร้างแบบเดิม ทำให้ประหยัดเวลาและลดต้นทุนได้ ต่ำกว่าการก่อสร้างระบบปกติ ที่สร้างในที่และตาม
2. มาตรฐานของงานก่อสร้างในกระบวนการ ภายใต้การควบคุมดูแลของการผลิตภายในโรงงานโดยมีการออกแบบให้สามารถออกแบบพื้นและผนังและวัสดุตกแต่งมาตรฐานเดียวกับงานก่อสร้างอาคารทั่วไป แต่ใช้ระยะเวลาการก่อสร้างเพียงครึ่งหนึ่ง
3. ระบบการก่อสร้างระบบสำเร็จที่ออกแบบมาเป็นอย่างดี เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดมลภาวะทางเสียง, ลดฝุ่นละออง, ลดขยะและเศษวัสดุในการก่อสร้าง ส่งผลให้สถานที่ก่อสร้างสะอาดกว่าวิธีการก่อสร้างแบบเดิม

2.) Weakness ข้อเสียเปรียบ จุดอ่อนของธุรกิจบ้านน็อคดาวน

1. การยืดหยุ่นต่อขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงน้อย เพราะเริ่มดำเนินงานแล้ว เปลี่ยนรูปแบบ หรือเพิ่มเติมโครงสร้างค่อนข้างยากและมีค่าใช้จ่ายเพิ่มสูง
2. ข้อจำกัดด้านการขนส่ง ที่ต้องมีผลต่อการออกแบบขนาดความกว้างให้สอดคล้องกับข้อกำหนดการใช้ถนน
3. ในพื้นที่ที่ติดตั้ง จำเป็นต้องมีพื้นที่ในการขนส่งและจุดเข้าถึงด้วยรถยกขึ้นงาน สินค้าประกอบแล้วเสร็จ

3.) Opportunity โอกาสของธุรกิจบ้านน็อคดาวน

1. แรงงานที่มีฝีมือหายากขึ้นและค่าแรงสูง การก่อสร้างโดยระบบบ้านสำเร็จรูป ทำให้ต้นทุนการก่อสร้างต่ำ และให้รวดเร็วกว่า ผลดีต่อการหมุนเวียนของเงินของผู้ประกอบการธุรกิจ
2. ลักษณะสังคมมีการเปลี่ยนแปลงจากการอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวใหญ่มาเป็นครอบครัวขนาดเล็กทำให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยมากขึ้น ที่อยู่อาศัยที่สร้างด้วยระบบบ้านสำเร็จรูปจะมีราคาถูกกว่า จึงทำให้สนองความต้องการของผู้มีรายได้น้อย แต่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง
3. ในช่วงระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ปริมาณบ้านใหม่สำหรับขายในตลาดลดลงอย่างมาก แต่ความต้องการบ้านใหม่ยังคงมีอยู่ และบ้านที่ทันสมัยในยุคชีวิตปกติใหม่จะเริ่มเกิดขึ้น

4.) Threat อุปสรรคของธุรกิจบ้านนี้อีกด้าน

1. การก่อสร้างในปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้ระบบการก่อสร้างแบบในที่ ผู้บริโภคมีความเคยชิน และมีทัศนคติที่ดีต่อระบบการก่อสร้างนี้ เพราะสามารถติดตามและเห็นถึงความคืบหน้า และตรวจสอบคุณภาพโดยตรง
2. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลให้อุปสงค์คนที่อยู่อาศัยในภาวะชะลอตัวลง

แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ธุรกิจ

ผู้ศึกษาค้นคว้าจึงให้ความสำคัญต่อการบริการ โดยใช้นโยบายการจัดการด้านบริการแยกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. ในส่วนบริการด้านการขาย ให้พนักงานขายมีการนำเสนอถึงรูปแบบและประโยชน์ที่จะได้รับแก่ผู้บริโภค ให้มีทีมที่ปรึกษาด้านก่อสร้างและการทำรูปแบบจำลอง 3 มิติ เพื่อแสดงรูปสมจริงซึ่งเป็นบริการเสริมไม่คิดค่าใช้จ่าย เพิ่มความประทับใจและจดจำ
2. การให้บริการในส่วนกระบวนการผลิต จากโรงงานที่สามารถให้เข้าเยี่ยมชม แสดงให้เห็นถึงคุณภาพการผลิต การควบคุมการผลิตที่ได้มาตรฐาน พร้อมสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องการส่งมอบที่ทันเวลาและรวดเร็ว และยังมีการทำบ้านตัวอย่างเพื่อให้เห็นรายละเอียดการเลือกวัสดุ หรือตามเงื่อนไขที่ผู้บริโภคต้องการได้
3. บริการด้านหลังการขาย นอกจากการบริการที่ตรงเวลาและได้มาตรฐานแล้ว การรับประกัน และบริการหลังการขายทางผู้ศึกษายังพิจารณาให้มีการระบุในสัญญาซื้อ

ขาย เงื่อนไขการว่าจ้างเรื่องระยะเวลาการรับประกันทั้งด้านความแข็งแรงของอาคาร และคุณสมบัติวัสดุ ตามมาตรฐานและข้อกำหนดการก่อสร้างตามหลักของสภาวิศวกร และสภาสถาปนิก แห่งประเทศไทย

แนวความคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 4P's Strategy)

ลักษณะของธุรกิจเป็นธุรกิจก่อสร้างที่เน้นการผลิตในโรงงานเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นธุรกิจที่เริ่มดำเนินการใหม่ ดังนั้นการเข้าสู่ตลาดที่จะสามารถสร้างกำไรให้กับบริษัทได้และรับการยอมรับจากระบบอุตสาหกรรมก่อสร้างนั้น บริษัทฯ จึงสนใจที่จะมุ่งเน้นเข้าหากลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้รับเหมาหลัก (Main Contractor) ในตลาดอุตสาหกรรมก่อสร้าง เพื่อลดการใช้เวลาในการสร้างแบรนด์และการติดตลาดของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม เป้าหมายหลักจะเน้นตลาดอุตสาหกรรมคือ บริษัทรับสร้างบ้านเป็นหลัก เพราะยังมีศักยภาพสูง ส่วนทางด้านการตลาดผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง บริษัทฯ จึงดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ จะออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบทรงเหลี่ยม ขนาดที่สามารถขนส่งได้ตามเงื่อนไข ของการขนส่งทางบก กว้างไม่เกิน 2.50 เมตร และใช้ระบบการประสานแบบระบบประกอบสำเร็จ ในการมารวมตัวเป็นโครงสร้างที่ต้องการ
2. การตั้งราคาดั้งเดิมแบบ Competition oriented pricing strategy วิธีของการกำหนดราคาตามคู่แข่งที่นิยมมากที่สุดคือ การกำหนดในแนวเดียวกันกับของบริษัทอื่น ๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (going rate) ผลดีของการตั้งราคาวิธีนี้คือ

ก.ความเป็นของหลาย ๆ บริษัทในอุตสาหกรรมย่อมเป็นแนวโน้มที่ดี

ข.การกำหนดราคาในราคาเดียวกันจะช่วยพยุงเสถียรภาพ

ค.การกำหนดราคาวิธีนี้จะช่วยแก้ปัญหของการคาดคะเนปฏิกิริยาของคู่แข่งและผู้บริโภค ถ้าเรากำหนดราคาที่แปลกไปจากคนอื่น

แต่วิธีของบริษัทที่จะใช้ จะเป็นการกำหนดราคาตามคู่แข่งอีกวิธีหนึ่ง คือ การจัดตั้งราคาในการปิดช่องประมูล ทำการคาดคะเนปฏิกิริยาของคู่แข่ง และตั้งราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งใด ๆ เพื่อชนะประมูล หรือการเสนอราคาการปิดช่องประมูล

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะเน้นการขายตรงยังบริษัทรับสร้างบ้าน และมีการวางจำหน่ายตามทำโชว์รูม ในโรงงานผลิต เพื่อให้ลูกค้าที่ต้องการดูถึงคุณภาพงานและการเลือกใช้วัสดุก่อสร้าง เพื่อนเป็นแรงกระตุ้นตอบสนองการซื้อกับตลาดผู้บริโภค
4. ด้านการสื่อสารการตลาด จะเน้นการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดหลาย ๆ ช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยจะเน้นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความมั่นใจที่จะใช้โครงสร้างประกอบเสร็จในงานก่อสร้างเพื่อทดแทนระบบก่อสร้างในแบบเดิม ๆ

แผนการดำเนินงาน

การดำเนินงานธุรกิจบ้านนี้ออกดาวน์คอนกรีต จึงต้องศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง, เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค และนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งด้านข้อมูลด้านพฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้าน, ลักษณะบ้านที่ทันสมัย (Modern Style) และความต้องการพื้นที่ใช้สอยที่สอดคล้องกับด้านราคา และยังพิจารณาปัจจัยด้านการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน และให้ความสำคัญกับการได้รับคำแนะนำแสดงผล 3 มิติ อีกทั้งบ้านมีเอกลักษณ์ มีสไตล์ในการออกแบบดี และยังมีเว็บไซต์ให้เข้าชมพร้อมข้อมูลที่สามารถดึงดูดความสนใจก่อนตัดสินใจเลือกซื้อบ้านและผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกตัดสินใจซื้อ

นำไปประมาณการลงทุนเพื่อให้ได้ตามที่คาดการณ์ยอดขาย รวมทั้งการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการทั้งระยะสั้น, ระยะยาว และการมุ่งใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งการได้เปรียบการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยได้ทำการกำหนดราคาและรูปแบบของบ้านเป็น 4 ลักษณะตามที่นิยมของความต้องการผู้บริโภคเป็น 4 รูปแบบ รูปแบบ F-Shape ราคา 319,000 บาท , รูปแบบ A-Shape ราคา 429,000 บาท , รูปแบบ O-Shape ราคา 359,000 บาท , รูปแบบ C-Shape ราคา 459,000 บาท คาดว่าหลังจากที่มีการเริ่มดำเนินงานจะมีรายได้ให้กิจการได้ประมาณปีที่ 1 3,241,119.60 บาท มีอายุโครงการ 7 ปี NPV คำนวณอัตราคิดลด 10% มีค่าเท่ากับ 3,771,522.36 บาท และค่า IRR เท่ากับ 15.68 % ระยะเวลาในการคืนทุนเท่ากับ 4 ปี 5 เดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

ทำการศึกษาและเก็บข้อมูลผู้ที่อาศัยและพักพิงในเขตอำเภอศรีราชา ที่มาอาศัยในการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม และผู้ที่อาศัยโดยพื้นเพ จึงไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงได้มาจากการกำหนดจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย Simple Random Sampling โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้นำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

ในแต่ละพื้นที่จนครบตามจำนวน โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว/น็อคดาวน์ของผู้บริโภค ถึง รูปแบบลักษณะบ้าน ขนาด ราคาและวัตถุประสงค์ของการซื้อตามหลัก (6W1H) ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(4Ps) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว/น็อคดาวน์ และส่วนที่ 4 แบบสอบถามคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิและกอบกับบทความที่เกี่ยวข้องในเรื่องของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 บทความ จากการค้นคว้าแบบทุติยภูมิ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ที่สนใจในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว/น็อคดาวน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน เป็นผู้หญิง 56 เปอร์เซ็นต์ และชาย 44 เปอร์เซ็นต์ อายุระหว่าง 31-40 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ ในส่วนการศึกษาข้อมูลด้านพฤติกรรมในการเลือกซื้อบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 44 ต้องการบ้านที่มีลักษณะที่ทันสมัย (Modern Style) และพบว่าพื้นที่ใช้สอยที่ต้องการคือ 36-45 ตร.ม. และความต้องการด้านราคาระหว่าง 300,001-400,000 บาท และยังพบว่าการพิจารณาปัจจัยด้านการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านสูงสุด ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย รองลงมา และให้ความสำคัญกับการได้รับคำแนะนำแสดงผล 3 มิติ อีกทั้งบ้านมีสไตล์ในการออกแบบและยังมีเว็บไซต์ให้เข้าชมพร้อมข้อมูลที่สามารถดึงดูดความสนใจก่อนตัดสินใจและผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ คนในครอบครัว

ข้อเสนอแนะ

1. การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น และขอบเขตเก็บวิจัยเป็นเพียงส่วนหนึ่งของประชากรศาสตร์ในพื้นที่ ข้อมูลอาจมีการเปลี่ยนแปลงด้วยปัจจัยด้านอื่นๆ เศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค และเทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยน เป็นต้น
2. งบการเงินที่แสดง เป็นการวิเคราะห์จากการประมาณการขาย ตามแผนการดำเนินงาน และการตั้งนโยบายของการเงิน และการลงทุน พร้อมกับเป้าหมายของการทำแผนดำเนินงาน เป็นตัวเลขเพื่อคาดคะเน ในการดำเนินการเพื่อตรวจสอบการหมุนเวียนของกระแสเงินสด การลงทุนและการประเมินผลวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินในช่วงเวลานั้นๆ เท่านั้น ควรมีการตรวจสอบถึงอัตราการใช้ขายเปรียบเทียบทั้งวัสดุ ค่าแรงงาน เมื่อมีการจัดทำศึกษาเพิ่มเติมในการวิเคราะห์ครั้งต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์สมจิตร ล้วนจำริญอาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้ความรู้คำชี้แนะแนวทางการค้นคว้าวิจัย รวมถึงการตรวจทานความถูกต้องและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการค้นคว้าอิสระนี้ ตลอดจนคณะอาจารย์ทุกท่านที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ระหว่างที่ศึกษาจนสามารถนำความรู้ดังกล่าวมาประกอบและใช้ศึกษาในการค้นคว้าอิสระจนสำเร็จลุล่วงเป็นที่เรียบร้อย สมบูรณ์

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดชลบุรีและจังหวัดข้างเคียงทุกท่าน ที่กรุณาเสียสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำแผนธุรกิจและความเข้าใจในธุรกิจบ้านน็อคดาวน์คอนกรีตได้มากยิ่งขึ้น และอื่นใดขอขอบพระคุณเพื่อนร่วมชั้น และเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยรามคำแหงทุกท่านที่คอยช่วยเหลือและแนะนำจนการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จ ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

อนึ่งผู้ศึกษาค้นคว้าหวังว่าการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจในการทำธุรกิจบ้านน็อคดาวน์คอนกรีต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ต้องขออภัยเป็นอย่างยิ่งมา ณ ที่นี้ด้วย

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมการดำเนินธุรกิจ.(2560), สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2563 จากเว็บไซต์
<https://bsc.dip.go.th/th/category/business-plan/business-idea0>.

โครงการศึกษาแนวทางการเลือกใช้ระบบการก่อสร้างชิ้นส่วนสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้น้อย-ปานกลาง. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2562. จากเว็บไซต์
<https://precast.rmutl.ac.th/การเปรียบเทียบข้อดี-ข้อ/>.

วิชัยกรุงศรี (2563). *บทวิเคราะห์ธุรกิจ/อุตสาหกรรม , แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม* 18 มิถุนายน 2563 สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2563 เว็บไซต์
[.https://www.krungsri.com/bank/th/Other /research/industry/industry-outlook.html](https://www.krungsri.com/bank/th/Other /research/industry/industry-outlook.html).

เทคนิคงานด้านบริการ แบบยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2563 . จากเว็บไซต์
<https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/eight-technical-services.html>.

บ้านแคปซูลดีไซด์เก้ @ บ้านยันลีฟริสอร์ท สวนผึ้ง .มิถุนายน (2557) สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2562. จากเว็บไซต์ <http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/001493/lang/th/>.

ผศ.ดร.ชำนาญ บุญญาพุทธิพงศ์.(2552).*อาคารสำเร็จรูป*. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2563 จาก
<http://home.kku.ac.th/bchumn/integrate/prefab.html>

สำนักพิมพ์หกเหลี่ยม (2562).*ลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2563 เว็บไซต์ <https://www.sixfacetspress.net/content/4889/ลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์>