

**ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง บริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด
พื้นที่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล**

**Business Demand and Operation Me Idea Construction Co., Ltd. in Bangkok Metropolitan
Region.**

วิภาดา รัตนถาวร

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง บริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด พื้นที่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ผลการวิจัย 1) ตลาดมีความต้องการบริษัทรับเหมาก่อสร้างและต่อเติม ที่ใช้วัสดุที่ดีมีคุณภาพ คุ่มค่าและราคา รวมถึงบริการดีเลิศ 2) ยอดขายประมาณการณปีปี 1 ยอดขาย 10,400,000 บาท ปีที่ 2 ยอดขาย 10,920,000 บาท ปีที่ 3 ยอดขาย 11,466,000 บาท ปีที่ 4 ยอดขาย 12,039,300 บาท ปีที่ 5 ยอดขาย 12,641,265 บาท 3) การดำเนินงานของธุรกิจในด้านพฤติกรรมการใช้บริษัทรับเหมาก่อสร้างและต่อเติมสร้างบ้านเดี่ยวมากที่สุด โดยมีงบประมาณในการสร้างที่ 940,500 บาท ด้านการเงินธุรกิจ เงินลงทุน 1,000,000 บาท งบประมาณก่อนการดำเนินงาน 305,000 บาท ระยะเวลาคืนทุน 2.3 ปี ด้านการปฏิบัติงาน มีขั้นตอนการดำเนินงาน 3 ส่วน ดังนี้ 1. ขั้นตอนการสำรวจ 2. ขั้นตอนการออกแบบ 3. ขั้นตอนการส่งมอบ 4) การวางแผนการตลาด แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้ 1. SWOT 2. STP Marketing กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง และนำกลยุทธ์มาปรับใช้ในสถานการณ์ต่างๆ

ความสำคัญ : ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง บริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด
พื้นที่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล

Abstract

Business Demand and Operation Me Idea Construction Co., Ltd. in Bangkok Metropolitan Region. The research purpose is to study 1) demand of the market, 2) sale, 3) business operation and 4) marketing planning by collecting data from target customers 200 set and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

Results show that 1) The market has a demand for construction and addition contractors. Using good quality materials value and price including excellent service 2) Projected sales for the 1st year, sales of 10,400,000 baht, the 2nd year, sales of 10,920,000 baht, the 3rd year, sales of 11,466,000 baht, the 4th year, sales of 12,039,300 baht, the 5th year, sales of 12,641,265 baht. 4) Marketing planning is divided into 2 parts as follows: 1. SWOT 2. STP Marketing Determine the main target group and the secondary target. And apply strategies in various situations.

Keyword : Demand and Operation Me Idea Construction Co., Ltd. in Bangkok Metropolitan Region.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจัดเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และมีส่วนช่วยผลักดันให้กลไกของธุรกิจสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ และสิ่งปลูกสร้างต่างๆที่เอื้อต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย โกดัง โรงงาน สถานศึกษา โรงพยาบาล เป็นต้น ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างเป็นธุรกิจที่มีความแตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ เป็นงานที่ทำในที่โล่งแจ้ง ภายใต้นสภาพดิน ฟ้า อากาศ ที่แปรปรวนตลอดเวลา ใช้บุคลากรจำนวนมาก และหลากหลายในสาขาวิชาชีพ ในการปฏิบัติงาน เพื่อบรรลุเป้าหมาย มีแผนการปฏิบัติงานที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งเกิดจาก ตัวแปรที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การจัดส่งสินค้าหรือวัสดุ ไม่ตรงตามเวลาหรือความต้องการของการใช้งาน หรือแม้กระทั่งฝนตกหนักจนไม่สามารถทำงานตามแผนที่กำหนดได้

ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจึงจำเป็นที่จะต้องมีบุคลากรในการทำงานที่มีความรู้ความสามารถเข้าใจในธุรกิจเป็นอย่างดี เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริษัท ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญในด้านการจัดการทรัพยากร การดำเนินงานธุรกิจและควรมีการวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ ไม่ว่าจะด้านเงินทุน ด้านแรงงาน ด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพ จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัย จึงเลือกศึกษาการดำเนินการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างของ บริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาดผู้บริโภคธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี
3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษา “ความต้องการและการดำเนินงาน ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง บริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด” โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัย ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีความสนใจที่จะ ต่อเติมบ้าน สร้างบ้านสร้างอาคาร ที่อาศัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาข้อมูลในการดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ด้านการจัดการองค์กร การจัดการการเงิน การจัดการการตลาด กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย เริ่มตั้งแต่เดือน มกราคม 2565 ตลอดจนถึงเดือน ตุลาคม 2565 รวมระยะเวลา 10 เดือน

บททวนวรรณกรรม

ความหมายของผู้รับเหมาก่อสร้างตามพจนานุกรมบัณฑิตยสถานหมายถึง บุคคลที่รับจ้างก่อสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างต่างๆ โดยวิธีเหมา และสำหรับคำว่าเหมาหาคุณค่าให้เข้าใจง่ายๆคือ การคิดเป็นจำนวนรวม เช่น การรับเหมาก่อสร้างที่รวมทั้งค่าแรง ค่าวัสดุก่อสร้าง ไว้ในงบประมาณเดียวกัน ซึ่งสะดวกสบายต่อผู้ว่าจ้าง คู่มีค่า และไม่ต้องกังวลว่าจะเสียเปรียบเหมือนกับจ้างรายวัน สำหรับผู้รับเหมาก่อสร้างสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักๆ คือ

- ผู้รับเหมาที่ดำเนินการในรูปแบบบริษัทรับสร้างบ้าน มีบทบาทหน้าที่หลักในการรับสร้างบ้านอย่างชัดเจน

- ผู้รับเหมาที่ดำเนินการในรูปแบบนิติบุคคล มุ่งเน้นการให้บริการสร้างบ้านแบบครบวงจร เช่น มีแบบบ้านมาตรฐานให้เลือก ทำการออกแบบบ้านใหม่ให้ด้วย ที่สำคัญผู้รับเหมากลุ่มนี้จะเทียบพร้อมไปด้วย วิศวกร สถาปนิก ฝ่ายบริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย หรือเรียกฉายภาพให้ชัดเจนในรูปแบบ บริษัทรับสร้างบ้านนั่นเอง

- ผู้รับเหมาที่ดำเนินการโดยตัวบุคคล กลุ่มนี้จะพบบ่อยในงานสร้างบ้านทั้งหลัง ต่อเติม ซึ่งช่างกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีประสบการณ์สูงและมีชื่อเสียงที่ดี

- ผู้รับเหมาก่อสร้างถือเป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการปลูกสร้างบ้านเช่นกัน เพราะนอกจากความชำนาญยังต้องอาศัยประสบการณ์และความเข้าใจในรูปแบบบ้านที่จะปลูกตามที่ผู้อาศัยต้องการ สำหรับข้อดีของการว่าจ้างผู้รับเหมานั้นก็มีความแตกต่างออกไปจากการเลือกซื้อบ้านสำเร็จรูป ยกตัวอย่างเช่น

- ผู้อาศัยสามารถต่อเติมเพิ่มเติมได้อย่างคล่องตัวโดยมีค่าใช้จ่ายไม่สูง แต่ถ้าหากเลือกโครงการบ้านผู้อาศัยต้องจ่ายต่างหากเพิ่มเติมเพื่อว่าจ้างนอกจากราคาบ้าน

- ผู้อาศัยต่อรองราคาได้ตามความเหมาะสม ซึ่งแตกต่างจากบ้านสำเร็จรูปที่เราไม่ได้มีสิทธิ์ในด้านนี้

- ผู้อาศัยสามารถตรวจงานได้ตลอดเวลา รวมทั้งเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพเพื่อสร้างให้บ้านมีความแข็งแรง ทนทานและสวยงาม

- ผู้อาศัยได้ประโยชน์ในเรื่องของราคาเพราะจะไม่สูงมาก โดยเฉพาะการรับเหมานั้นจะควรรวมทั้งค่าแรงและค่าวัสดุก่อสร้างทำให้ผู้อาศัยสามารถควบคุมงบประมาณได้

- ผู้อาศัยมีโอกาสปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขงานเมื่อเกิดข้อผิดพลาดได้อย่างทันที อาทิ ผนังร้าว กระเบื้องปูพื้นเกิดการหลุดออก เป็นต้น

- ผู้อาศัยได้อยู่อาศัยเร็วขึ้น เพราะการสร้างบ้านในรูปแบบเหมาช่างผู้เชี่ยวชาญจะเร่งทำเพื่อลดต้นทุน โดยเฉพาะค่าเหนื่อยรวมทั้งสามารถไปสร้างงานใหม่ได้อีกด้วย

ดังนั้นประโยชน์ในการว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้าง ทำให้การอยู่อาศัยทั้งผู้จ้างและผู้รับเหมาได้รับประโยชน์ตรงกัน โดยเฉพาะในมิติของการสร้างบ้านที่ดี สวยงามและปลอดภัยสำหรับก่อนการว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้าง สิ่งที่ผู้อาศัยควรพึงปฏิบัติมีหลากหลายที่ควรรู้เบื้องต้น 5 ข้อ เพื่อทำให้การปลูกสร้างบ้านเป็นไปด้วยความราบรื่น สะดวกสบายและไม่มีปัญหาตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นตอนส่งงาน

1. สัญญาการว่าจ้าง การรับเหมางานปลูกสร้างบ้านควรทำสัญญาเพื่อยอมรับและตกลงในข้อปฏิบัติต่างๆ อาทิ ระยะเวลาในการก่อสร้าง สร้างตามแบบบ้าน เป็นต้น โดยสัญญาดังกล่าวยังครอบคลุมถึงความเสียหายหากเกิดข้อผิดพลาดอันเกิดจากช่างก่อสร้าง รวมทั้งแก้ไขงานเมื่อพบร่องรอยที่ผิดพลาด โดยรูปแบบของสัญญา

2. หาข้อมูลหรือสอบถามถึงประวัติของผู้รับเหมา เน้นอนการตรวจสอบผลงานของผู้รับเหมา จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้อยู่อาศัยได้เป็นอย่างดี

3. ประชุมร่วมกัน ก่อนการปลูกสร้างบ้านนอกจากส่งแบบบ้าน ซึ่งวัสดุก่อสร้าง สิ่งที่ผู้อยู่อาศัยควรทำคือการบอกความต้องการของการสร้างบ้านอย่างครบถ้วนในทุกรายละเอียด เพื่อลดความผิดพลาดและเพิ่มความเร็วให้กับช่างก่อสร้าง

4. ตรวจสอบอยู่เสมอ ไม่จำเป็นต้องตรวจสอบเพียงครั้งเดียวตอนส่งงานแต่ในทุกวันนี้ นับตั้งแต่เริ่มก่อสร้าง เราสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการดูความเรียบร้อยเพื่อให้บ้านตรงตามความต้องการของแปลนบ้าน

5. มองหาวิศวกรมาตรวจงานตอนส่งงาน ซึ่งในขั้นตอนนี้ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญมาตรวจสอบเพื่อให้บ้านหลังการปลูกสร้างมีความพร้อมในการอยู่อาศัย โดยสิ่งที่วิศวกรจะเข้ามาดูครอบคลุมความปลอดภัยและสะดวกสบาย เช่น ระบบสาธารณูปโภค การติดตั้งสายดิน งาน โครงสร้าง การใช้งานของปลั๊กและสวิตซ์ไฟ เป็นต้น

การดำเนินงานทางธุรกิจอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างและต่อเติม

บริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2565 ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการรับเหมาสร้างก่อสร้าง และต่อเติม โดยมุ่งเน้นงานด้านบริการรับเหมาที่มีคุณภาพ และตรงตามมาตรฐาน และครอบคลุมการบริการทั่วประเทศ

กระบวนการให้บริการรับเหมาก่อสร้าง/ต่อเติมบ้านพักอาศัยออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนสำรวจและออกแบบ สำรวจพื้นที่ขนาด ตรม. ของบ้านพักอาศัยที่ต้องการก่อสร้างและต่อเติม ออกแบบเสนอราคาค่าดำเนินการรวมถึงแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้างที่ใช้ในการดำเนินการก่อสร้างและต่อเติม

2. ขั้นตอนการดำเนินการ หลังจากเสนอราคาแล้ว ลูกค้าสนใจรับบริการของบริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น ลูกค้าต้องทำการเซ็นสัญญาว่าจ้างงาน โดยทางบริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จะร่างเอกสารทั้งหมด

3. ขั้นตอนส่งมอบงาน

3.1 ตรวจสอบงาน ก่อนส่งมอบ ครั้งที่ 1

3.2 ตรวจสอบงาน ก่อนส่งมอบ ครั้งที่ 2

3.3 ส่งมอบงานแก่ลูกค้าตามกำหนดเวลาที่นัดหมาย

3.4 กำหนดระยะเวลาประกันผลงาน นับจากวันเซ็นสัญญามอบงานส่งให้ลูกค้า

ผลกระทบอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างและต่อเติม

งานก่อสร้าง โครงการอสังหาริมทรัพย์ภาคเอกชน ก็คงชะงักตัวลงตามสภาพเศรษฐกิจและรอการดูซับปริมาณที่พักอาศัยที่เหลืออยู่ในตลาด โดยเฉพาะตลาดคอนโดมิเนียม ที่มีแนวโน้มเปิดโครงการใหม่ลดลง แต่โครงการที่กำลังก่อสร้างก็เร่งก่อสร้าง เพื่อเร่งส่งมอบกันอย่างเต็มที่ดังนั้นสถานการณ์โดยรวมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ยังไม่ถึงกับขำแย เหมือนกับบางอุตสาหกรรม แต่นี้เป็น สัญญาณให้ผู้ประกอบการก่อสร้างจำเป็นต้องเร่งปรับตัว ควบคุมงบประมาณ สำรองเงินสด ดูแลวินัยการเงินอย่างเคร่งครัด ในกรณีที่สถานการณ์ย่ำแย่ หรือเกิดการระบอบใหม่ในปีหน้า งานในมือทยอยหมดลง งาน โครงการใหม่ไม่เข้าผลกระทบระยะกลาง-ยาวที่จะเกิดกับธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้ Google Form จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ ในรูปแบบลิงก์ (Link) ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มไลน์หมู่บ้านศุภาลักษณ์ (กรุงเทพ-ปทุมธานี) กลุ่มไลน์หมู่บ้านศุภาลักษณ์เอสเซนส์ สวนหลวง ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวกและรวดเร็ว ข้อมูลจะถูกจัดเก็บทันทีโดยไม่สูญหายระหว่างทางวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะดำเนินการดังนี้ เก็บข้อมูลจากไลน์หมู่บ้านศุภาลักษณ์ (กรุงเทพ-ปทุมธานี) และ ไลน์หมู่บ้านศุภาลักษณ์เอสเซนส์ สวนหลวง ได้ดำเนินการให้ข้อมูลโดยผ่าน Google Form เก็บข้อมูลจากผู้ที่มีบ้านพักอาศัยในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งจะเก็บแบบสอบถาม จำนวน 100 ตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างคนละ 1 ฉบับ หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยทั้งหมดพร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้นำไปประมวลผลเพื่อทำการสรุปผลการวิจัยต่อไป

การเก็บข้อมูลจากการดำเนินงานของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างต่อเติม แบบบทสัมภาษณ์

- 1.การจัดการดำเนินงานของบริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด
- 2.การจัดการการเงิน ของบริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด
- 3.การจัดการการตลาด ของบริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด
- 4.การจัดการกลยุทธ์ ของบริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด

บทสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างและต่อเติม

- 1.ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด

2.เงินลงทุนสำหรับดำเนินธุรกิจของบริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด

3.ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

4.แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต

เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจรับเหมาก่อสร้างและต่อเติมแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไป

ทำการวิเคราะห์ และสรุปผลการวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง บริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด พื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 จากการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างและต่อเติมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ เพศหญิง ร้อยละ 58 เพศชาย ร้อยละ 42 อายุประมาณ 36 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ต่อเดือนมากกว่า 32,2500 บาท สถานภาพโสด ร้อยละ 65.50 โดยอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีพฤติกรรมในการต้องการรับเหมาต่อเติมมาก และมีงบประมาณการก่อสร้างอยู่ที่ ประมาณ 940,500 บาท ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ มีบริการรายงานความคืบหน้าการก่อสร้างและหลังก่อสร้างต่อเติม รวมถึงการดำเนินการให้เสร็จให้ตรงตามเวลาที่กำหนดและนัดหมายไว้ ร่องลงมา คือ ช่องทางการติดต่อประสานงานทั้งทีมงานบริหารงาน และทีมช่างดำเนินการก่อสร้างหน้างาน แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคใช้เลือกสรรผู้รับรับก่อสร้างและต่อเติม ลูกค้าส่วนใหญ่ค้นหาจาก Google เช่น Website Pantip และส่วนใหญ่ลูกค้าหรือผู้บริโภคเลือกใช้บริการรับเหมาก่อสร้างต่อเติมจากผลงานที่น่าเชื่อถือ มีการดำเนินการก่อสร้าง เหยลงทำงานในสถานที่จริง และการเลือกสรรผู้รับเหมาก่อสร้างต่อเติมนั้น ลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นผู้ตัดสินใจเลือกเอง โดยที่คนรอบข้างไม่มีผลใดๆต่อการตัดสินใจ ความคาดหวังคือต้องการได้ราคาและค่าใช้จ่ายสมเหตุสมผลกับคุณภาพที่ได้รับ โดยส่วนใหญ่จะก่อสร้างและต่อเติมบ้านเดี่ยวมากกว่าบ้านแฝด

ส่วนที่ 2 จากการศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี ของบริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด ในปีที่ 1 ประมาณยอดขาย 10,00,000บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ในปีที่ 2 ประมาณการณ์ยอดขาย 10,920,000 บาท ปีที่ 3 ประมาณการณ์ยอดขาย 11,466,000 บาท ปีที่ 4 ประมาณการณ์ยอดขาย 12,039,300 บาท ปีที่ 5 ประมาณการณ์ยอดขาย 12,641,265 บาท

ส่วนที่ 3 จากผลการวิจัย การศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง บริษัท มี ไอเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า บริษัทก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2565 มีพนักงานจำนวน 10 คน โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน มีขั้นตอนการให้บริการโดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน

- 1.ขั้นตอนสำรวจและออกแบบ
- 2.ขั้นตอนการดำเนินการ
- 3.ขั้นตอนส่งมอบงาน

สำหรับส่วนแผนการตลาดของบริษัทฯ บริษัทได้มีการวิเคราะห์ด้วย SWOT และ STP Marketing โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1.การวางเป้าหมายลูกค้า โดยแบ่งส่วนการตลาดตาม ภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์

หลักจิตวิทยา พฤติกรรม

- 2.การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าหลักบริษัท คือ ผู้ที่มีความสนใจต้องการก่อสร้างและต่อเติมบ้านพักที่อยู่อาศัย กลุ่มลูกค้ารอง คือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมต้องการเลือกซื้อบ้านพักอาศัย รวมถึงกลุ่มที่ต้องการก่อสร้างหรือต่อเติมเพื่อเกร็งกำไร

- 3.การวางตำแหน่งทางการตลาด ทางบริษัทประเมินแล้วพบว่า ตำแหน่งการบริการของบริษัท จะอยู่ในช่วง คุณภาพสูง และบริการสูง เนื่องจากผู้บริหารมองว่า พฤติกรรมความต้องการของลูกค้าปัจจุบันนี้ ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง บริการที่สูง แต่ราคาจับต้องได้ จะทำให้ ความรู้สึกว่าคุณค่าสำหรับการจ่ายเงินค่าบริการ

สำหรับกลยุทธ์ที่บริษัทฯใช้นั้น บริษัทใช้กลยุทธ์การดำเนินกิจการ คือเน้นคุณภาพของสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเน้นถึงความคุ้มค่าทางด้านวัสดุ เนื่องจากผู้บริหารนั้น มองว่าการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านพักอาศัยหรือเพื่อเกร็งกำไรต่อ่นั้น ผู้บริโภค เสียเงินทำเพียงครั้งเดียวสามารถอยู่ได้อาศัยได้นานหลายสิบปี จึงเลือกสรรสินค้าและวัสดุที่ดี แต่ราคาขอมเยาว์และเข้าถึง ได้ ที่มีคุณภาพสำหรับตอบ โจทย์ลูกค้าหรือผู้บริโภค รวมถึงบริการรายงานผลในทุกขั้นตอน ให้ลูกค้าหรือผู้บริโภค ได้รับทราบในทุกๆขั้นตอนการดำเนินงาน จนจบสิ้นการทำงานรวมถึงการประกันผลงาน หากเกิดความเสียหายจากผู้รับเหมาก่อสร้างหรืองานต่อเติม ภายใน 7 วัน ทางผู้รับเหมาก่อสร้างและต่อเติม จะเร่งดำเนินการเข้าถึงหน้างานเพื่อทำการซ่อมแซมส่วนและพื้นที่ที่เสียหาย

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาปัญหาภายในบริษัท จะเป็นเรื่องการหมุนเวียนเงินทุน ควรมีการจัดการบริหารเงินในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวให้ดี ควรมีแผนสำรองแก้ไขเพื่อรองรับกับงานที่จะเข้ามาในอนาคต รวมถึงเหตุการณ์ไม่คาดฝัน เช่น เบิกเงินงวดไม่ได้ หน่วยงานฝนตก มีปัญหาคำเนิการก่อสร้างต่อไม่ได้ ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงการสภาพคล่องในบริษัท

2. การขาดแคลนแรงงานบริษัท โดยเฉพาะช่างเทคนิคพิเศษ ชำนาญเฉพาะด้าน ทางบริษัทควรที่จะพิจารณาถึงค่าแรง และสวัสดิการต่างๆที่พนักงานควรได้รับ เพื่อเป็นกำลังใจในการทำงานมากขึ้น

3. จากผลการศึกษาปัญหานอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่นสถานะเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ผู้บริหารต้องเพื่อวางแผนเตรียมตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่จะเกิดขึ้นไว้ล่วงหน้า รวมถึงสภาพภูมิอากาศที่ต้องมีการวางแผนการทำงานรวมถึงการสั่งซื้อวัสดุเข้าหน้างาน

4. ความปลอดภัยในการทำงาน ทั้งทางด้านกายภาพของพนักงาน และความปลอดภัยทางด้านทรัพย์สินของลูกค้านับสำคัญ เพื่อป้องกันการฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายที่จะตามมา.

5. ความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้างและค่าแรงงาน โดยปัจจุบัน ทางผู้รับเหมาก่อสร้างและต่อเติมกำลังประสบปัญหาค่าสินค้าเหล็กเส้น และเหล็กรูปพรรณมีการปรับตัวขึ้นถึง 2 เท่าตัว ทำให้ผู้รับเหมาที่เสนอราคาไว้ล่วงหน้าประสบภาวะขาดทุนจากการคำนวณราคาที่เสนอไว้ก่อนลงมือทำงาน

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, วิจัยกรุงศรี, แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565-2567: ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Construction-Construction-Materials/Construction-Contractors/IO/Construction-Contractor-2022>

ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา,(2018) แนวโน้มธุรกิจรับเหมา.

จาก <https://www.longtunman.com/11328>

สัญญาชัย ลั้งแท้กุล.(2563). การจัดการดำเนินงาน(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดร.พรมนัส สิริธรังศรี.(2564).การจัดการการเงิน:กรุงเทพมหานคร:

บริษัท เซนเกจ เติมนิ่ง อินโด-ไชน่า จำกัด

สุปราณี สุกระเสร์ณี.(2561).การบัญชีบริหาร(พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพมหานคร:ธีรเสฏฐ์ ธีรชานนท์

ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รศ.สมจิตร ล้วนจำเจริญ.(2564).การจัดการการตลาด (พิมพ์ครั้งที่1).กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รศ.สมจิตร ล้วนจำเจริญ.(2564).พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่1).กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สิทธิ์ ธีรสรณ์.(2564).การสื่อสารการตลาด(พิมพ์ครั้งที่6).กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รศ.ดร.แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์.(2564).การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management(พิมพ์ครั้งที่ 1)

กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง