

## แผนธุรกิจ ต่อเติมปรับปรุงที่พักอาศัย บริษัท โฮมโมเดิร์นดีไซน์ จำกัด

กาญจน์วารี อมรสินกัญญา<sup>1</sup>

### บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันมีโครงการบ้านจัดสรร และคอนโดมิเนียมเติบโตขึ้นมากมายในประเทศไทยและมีแนวโน้มเติบโต 21% ในปี 2561 (Chantawon.U. (2561). สรุปตลาดที่อยู่อาศัย กรุงเทพฯ-ปริมณฑล 2561 และแนวโน้ม 2562) โดยแต่ละโครงการมีการแข่งขันที่สูงขึ้น เน้นการออกแบบโครงสร้างให้ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ และเพิ่มพื้นที่ใช้สอยเพื่อเกิดประโยชน์สูงสุด โครงการบ้านจัดสรรมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ ทำเลที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่กำหนดราคาที่เหมาะสม

ด้วยเหตุนี้จึงมีธุรกิจ ต่อเติม ปรับปรุง ที่พักอาศัย เกิดขึ้น และ”บริษัท โฮมโมเดิร์น ดีไซน์ จำกัด” เห็นถึงโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจ ให้ความสำคัญด้านความพึงพอใจ สร้างความประทับใจกับลูกค้าและเกิดการบอกต่อในอนาคต ดังนั้น ความต้องการของลูกค้าจึงเป็นเรื่องที่บริษัทเน้นย้ำอย่างแท้จริง โดยออกแบบให้ตอบโจทย์ของลูกค้ามากที่สุด

และด้วยระยะเวลาที่ผ่านมาของโครงการและสิ่งก่อสร้างต่างๆ ย่อมมีการทรุดโทรม หรือสึกหรอ “บริษัท โฮมโมเดิร์นดีไซน์ จำกัด” มีการรับออกแบบซ่อมแซมและปรับปรุง “บริษัท โฮมโมเดิร์นดีไซน์ จำกัด” เป็นบริษัทรับเหมาที่ลูกค้าไม่เกิดความเสี่ยงต่อการลงทุน หรือกังวลเรื่องช่างทีมงาน เป็นเสมือนโลโก้หนึ่งของความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า

ด้วยการทำงานที่พบเจอปัญหา ระหว่างขั้นตอนการดำเนินงาน โดยเฉพาะงานที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ทำให้บริษัทมีความหลากหลายในงานต่อเติม ปรับปรุง บ้านด้านต่างๆ ไว้เป็นทางเลือกและเป็นທີ່ปรึกษาให้แก่ลูกค้าได้เกือบครบวงจร สะดวก รวดเร็ว จบทีเดียว ในอนาคตบริษัทมีแผนขยายขอบเขตและที่ตั้งสำนักงานที่เพิ่มขึ้นในภูมิภาคและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อขยายธุรกิจและเพิ่มฐานลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นในการติดต่อรับบริการได้ง่ายและรวดเร็ว

ในแผนการเงิน กิจการคาดว่าจะใช้เงินในระยะลงทุนเริ่มแรกในการทำธุรกิจ ประมาณ 1,923,040 บาท และจากการประมาณการในกรณีปกติพบว่า ธุรกิจนี้จะมีระยะเวลาการคืนทุน 2 ปี

**คำสำคัญ :** แผนธุรกิจ, ร้านต่อเติม ปรับปรุง ที่พักอาศัย บริษัท โฮมโมเดิร์นดีไซน์ จำกัด

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

## บทนำ

ปัจจัยสี่เป็นสิ่งที่มนุษย์จำเป็นต้องดำรงชีวิต เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ แตกต่างจากสิ่งอำนวยความสะดวก โดย “ที่อยู่อาศัย” เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากปกป้องภัยอันตราย กันแดด ฝน ลม รวมไปถึงภัยธรรมชาติต่างๆ มนุษย์ยุคแรก นิยมอาศัยอยู่ในถ้ำหรือตามโตรกผา จึงไม่รู้จักรังการสร้างบ้าน เพราะยังไม่รู้จัก วิทยาศาสตร์ หรือ เกษตรกรรม เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบัน ที่อยู่อาศัย หมายถึง สถานที่ที่บุคคลในครอบครัวใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน เป็นส่วนใหญ่ และยังเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงสุขภาพของผู้อยู่อาศัย

ประเภทของที่อยู่อาศัยจำแนกได้เป็น

1. บ้านโคก หมายถึง บ้านที่ปลูกอยู่หลังเดียวโคกๆ พร้อมทั้งเรือนครัว โรงรถ เรือน คนใช้ ด้วยถ้ำมีและเป็นที่อยู่อาศัยของบุคคลในครัวเรือนเดียวกัน หรือบ้านที่ปลูกอยู่หลายหลังภายในบริเวณรั้วเดียวกัน และเป็นที่อยู่อาศัยของบุคคลภายในครัวเรือนเดียวกัน เรือนทรงไทย ที่ประกอบด้วยเรือนหลายหลังเชื่อมต่อด้วยชาน และเป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือนเดียวกันหรือหากเรือนแต่ละหลังนั้นเป็นที่อยู่อาศัยของแต่ละครัวเรือนก็ถือว่าเป็นบ้านโคกเช่นเดียวกัน เรือนแพซึ่งปลูกอยู่ในน้ำ ถ้ามีลักษณะเช่นเดียวกับบ้านโคก ก็นับว่าเป็นบ้านโคกด้วย กรณีบ้านเปิดโล่ง เป็นที่อาศัยของครัวเรือนหลายครัวเรือน การพิจารณาประเภทที่อยู่อาศัยของครัวเรือน ให้ครัวเรือนประธาน บันทึก บ้านโคก และครัวเรือนอื่น บันทึก ประเภทอื่นๆ

2. ทาวน์เฮาส์ (รวมบ้านแฝดด้วย) หมายถึง ดึกที่ปลูกติดต่อกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป โดยมีร่วมกันด้านหนึ่งหรือสองด้านขึ้นไป อาจเป็นชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ตัวตึกอยู่ลึกเข้ามาจากริมถนนมีบริเวณที่ว่างหน้าบ้านอาจใช้เป็นที่จอดรถหรือทำประโยชน์อย่างอื่นๆ

3. ห้องชุด หมายถึง กลุ่มห้องอันเป็นส่วนหนึ่งของอาคาร ซึ่งใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน โดยกลุ่มห้องนี้จะต้องมีห้องครัว ห้องน้ำ ตลอดจนทางเข้าออกห้องชุดเป็นของตนเอง เช่น อพาร์ทเมนท์ แฟลต คอนโดมิเนียม แมนชั่น คอนโดเทล ฯลฯ

4. ดึกแถว ห้องแถว เรือนแถว หมายถึง ดึก หรือห้อง หรือเรือนที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน ปลูกติดต่อกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป เรียงติดกันเป็นแถว โดยมีฝาร่วมกันด้านหนึ่งหรือสองด้านขึ้นไปอาจจะเป็นชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ทั้งนี้รวมถึงเรือนแพแถว สำหรับคนงานกรรมชลประทานด้วย

5. ห้องภายในบ้าน หมายถึง ห้องหนึ่งหรือหลายห้องที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือนหนึ่งๆ ในบ้าน 1 หลัง ซึ่งมีครัวเรือนอาศัยอยู่มากกว่าหนึ่งครัวเรือน โดยมีห้องครัว ห้องน้ำ หรือทางเข้าออกสู่ที่อยู่อาศัยนั้นอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทุกอย่างร่วมกับ

ครัวเรือนอื่นที่อยู่ภายในบ้านนั้น ทั้งนี้รวมถึงห้องที่อยู่ภายในอาคารซึ่งต้องใช้ห้องน้ำ ห้องครัว หรือทางเข้าออกสู่ที่อยู่อาศัยรวมกับห้องอื่นที่อยู่ภายในอาคารเดียวกันด้วย แต่ถ้าในบ้านใดคนนั้นมีครัวเรือนประธาน คือ ครัวเรือนที่อยู่อาศัยในพื้นที่ส่วนใหญ่ของบ้านกับ ครัวเรือนอื่นที่อยู่เพียงส่วนหนึ่งของบ้าน ให้ถือว่าที่อยู่อาศัยของครัวเรือนประธานนั้นเป็น บ้านใด และที่อยู่อาศัยของครัวเรือนอื่นๆ เป็นห้องภายในบ้าน โดยไม่คำนึงว่า ครัวเรือนใดจะเป็นเจ้าของหรือผู้เช่า

6. ที่อยู่อาศัยในสำนักงานหรืออาคาร หมายถึง ห้องหนึ่งหรือหลายห้องในส่วนหนึ่งของอาคารหรือสำนักงาน หรือโกดังเก็บของ ซึ่งใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน เช่น ห้องพักอาศัยของยามในสำนักงาน โรงเก็บไม้ที่คนงานใช้เป็นที่อยู่อาศัย

7. เรือ แพ รถ หมายถึง เรือ แพ หรือรถที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครัวเรือน

8. ที่อยู่อาศัยส่วนบุคคลประเภทอื่นๆ หมายถึง ที่อยู่อาศัยของครัวเรือนที่ไม่อาจจำแนกเข้าอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งข้างต้นได้ เช่น ถ้า ใต้สะพาน และบ้านที่คนงานก่อสร้างอาศัยอยู่ชั่วคราว (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2543)

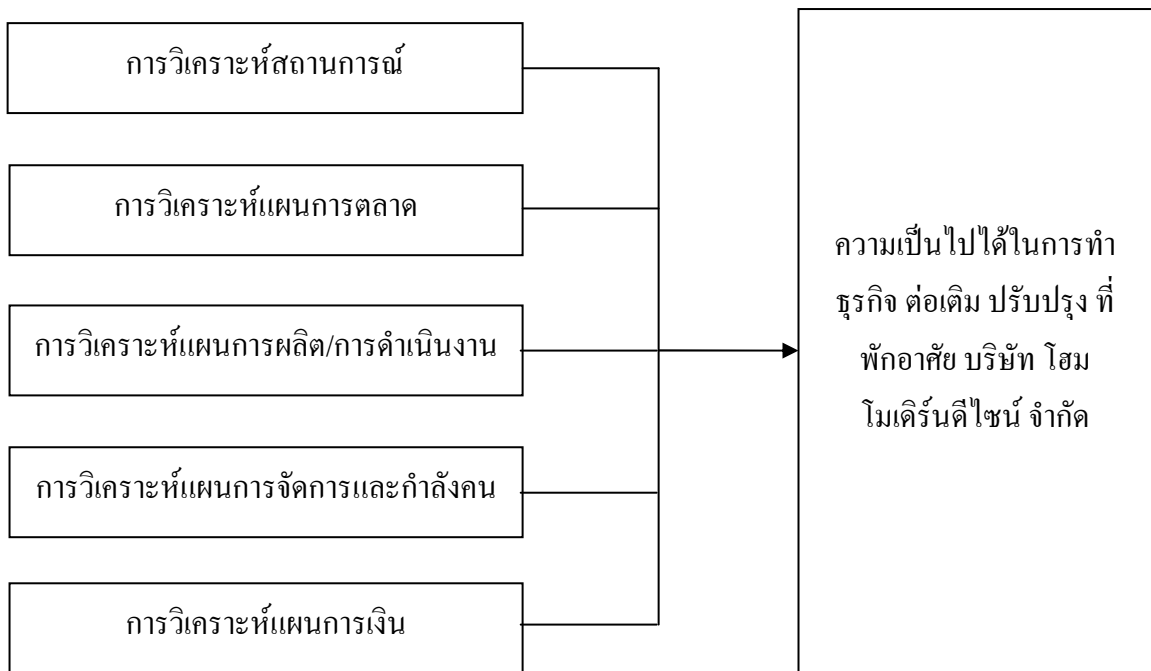
#### **วัตถุประสงค์ของการศึกษา**

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ต่อเติม ปรับปรุง ที่พักอาศัย บริษัท โสมโมเดิร์นดีไซน์ จำกัด

#### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ต่อเติม ปรับปรุง ที่พักอาศัย บริษัท โสมโมเดิร์นดีไซน์ จำกัด

### กรอบแนวคิดในการศึกษา



### ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ต่อเติมปรับปรุง ที่พักอาศัย บริษัท โฮมโมเดิร์นดีไซน์ จำกัด
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนเดือนมกราคม-พฤษภาคม 2562

### นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. การปรับปรุง หมายถึง การแก้ไข การกระทำ และหรือการดำเนินการอื่นใด เพื่อให้สิ่งก่อสร้าง ซึ่งได้ก่อสร้างไว้แล้วคงสภาพเดิมหรือให้มีสภาพที่ดียิ่งขึ้น
3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)
4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการวางตำแหน่ง ทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. เป็นธุรกิจที่รับประกันว่าสามารถทำรายได้ตลอดทั้งปี จากการเก็บข้อมูลย้อนหลังของบริษัท โฮมโมเดิร์นดีไซน์ จำกัด ในระยะเวลา 1 ปี

2. ระยะเวลาดำเนินงาน เริ่มตั้งแต่ 3 วันขึ้นไปจนถึง 45 วัน แต่ไม่เกิน 90 วัน

3. สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าได้ด้วย วัสดุ และการปฏิบัติงาน

4. มีความชัดเจนด้านการดำเนินงานด้วยระบบ ด้วยเอกสารที่เป็น สัญญา

5. ลูกค้าสามารถผ่อนชำระ ผ่านบัตรเครดิต เป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ไม่อยากชำระเป็นเงินสด

6. ลูกค้าสามารถกำหนดความต้องการ และงบประมาณที่อยากควบคุมได้ด้วยตนเองก่อนเริ่มดำเนินงาน

7. บริษัทมีสถานที่ตั้งที่ชัดเจน ตรวจสอบได้ เพิ่มความน่าเชื่อถือ เชื่อมั่น คลายความกังวลจากประสบการณ์ที่ไม่ดีของผู้ว่าจ้างที่มีต่อ ผู้รับเหมาได้อีกด้วย

#### จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. เป็นธุรกิจที่ต้องใช้คนงานในระดับล่างหรือคนใช้แรงงานที่ใช้ความรู้สึกมากกว่าเหตุผล

2. แรงงานคนบางครั้งมาเพื่อหาประสบการณ์ไปยกระดับตนเอง ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงโยกย้ายของแรงงานตลอดเวลา

3. แรงงานคน จำเป็นต้องมีทั้ง ทักษะ ฝีมือ ซึ่งเป็นเรื่องยากที่เราตรวจสอบได้ตั้งแต่รับเข้าทำงาน

4. ในระยะเวลา 1 เดือน ช่วง 1 ทีมจะสามารถรับงานต่อเติมได้เพียง 2 งานต่อเดือนเท่านั้น ดังนั้นการเพิ่มรายได้ของบริษัท จำเป็นต้องเพิ่มจำนวนทีมงาน เป็นตัวแปรหลักเช่นกัน

5. วัสดุบางรายการ มีราคาที่ไม่คงที่แปรผันตามช่วงเวลา หรือแปรผันตามตลาด จากความต้องการมากของผู้ซื้อ ทำให้ต้นทุนที่บริษัทต้องใช้คำนวณราคาเสนอลูกค้าไม่มีความชัดเจน ไม่สามารถคิดราคาไว้ได้ล่วงหน้า เพราะต้นทุนและผลกำไรที่เพิ่มขึ้น มีผลมาจากวัสดุที่เราเลือกซื้อและการเก็บรักษาอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ เพราะซ่อนอยู่กับสิ่งเหล่านี้

6. ต้องใช้พื้นที่ในการเก็บวัสดุ อุปกรณ์ที่มีขนาดใหญ่ จำเป็นต้องมีพื้นที่ที่ค่อนข้างเยอะ

7. จำเป็นต้องใช้เงินหมุนเวียนค่อนข้างสูง

### โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. นโยบายการส่งเสริมประชาชนให้มีบ้านหลังแรกของรัฐบาล ช่วยทำให้งานต่อเติม ตกแต่ง ปรับปรุงมีลูกค้าเพิ่มขึ้น เป็นผลพลอยได้จากการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐที่ชัดเจน

2. โครงการหมู่บ้านต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นและขยายตัวตั้งแต่ กรุงเทพมหานคร ไปจนถึงเขตปริมณฑล มีการโปรโมทความสำเร็จการจอบและการขยายการสร้างเพิ่ม ทำให้เรามองเห็นถึงโอกาสที่มีลูกค้าต้องการงานต่อเติม หลังจากซื้อบ้านเพิ่มสูงขึ้น

3. บ้านสำเร็จรูป, บ้านพร้อมอยู่ ที่ลูกค้าซื้อจากโครงการต่างๆ ส่วนมากมีแบบแปลนที่ลูกค้าต้องต่อเติมเพิ่มเติม เป็นส่วนใหญ่ทำให้บริษัท มีโอกาสเป็นอีกทางเลือกที่ลูกค้าจะสนใจ

### อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. การเติบโตของธุรกิจนี้รับอิทธิพลมาจากสถานการณ์ เศรษฐกิจขณะนี้ อาทิเช่น เศรษฐกิจซบเซา ลูกค้าที่จะซ่อมแซมบ้านก็จะชะลอตัว

2. ธุรกิจต่อเติม รับเหมา เป็นธุรกิจที่สถาบันการเงินค่อนข้างจะเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อ SME เพราะ เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงที่เห็นได้อย่างชัดเจน

3. ด้วยลักษณะงานในธุรกิจนี้ เป็นสิ่งที่ต้องใช้ระยะเวลาที่ดำเนินการที่สั้นบ้างนานบ้าง ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงด้านราคาวัสดุที่ผันผวนตามท้องตลาด อาจทำให้ราคาที่เหมาะสมการณ์ไว้ อาจส่งผลต่อการขาดทุนได้

- การวิเคราะห์ด้านการตลาด

### การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ลูกค้าทั่วไปที่ต้องการปรับปรุง ตกแต่ง ต่อเติมบ้าน ที่มีอายุเริ่มตั้งแต่ 24 ปีขึ้นไป มีรายได้ตั้งแต่ 25,001-30,001 บาทขึ้นไป โดยเป็นผู้ถือครอง

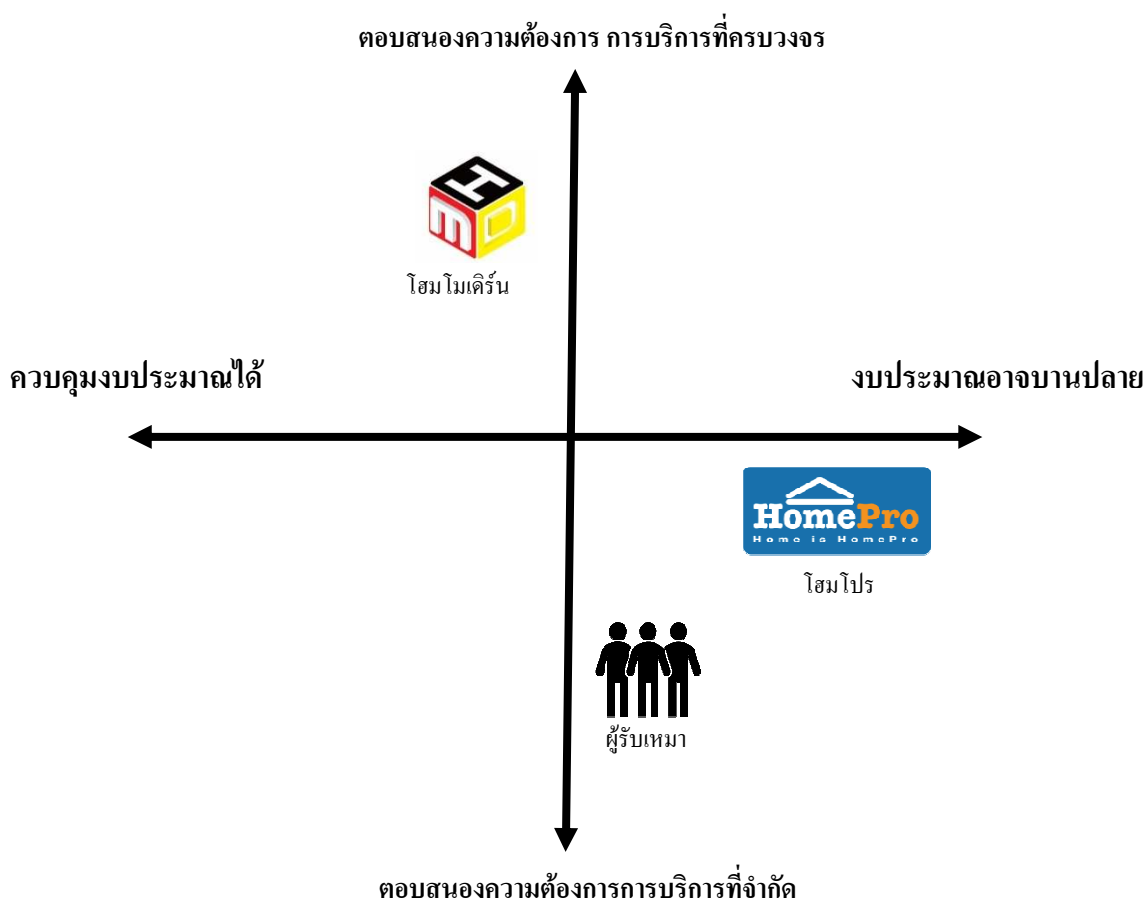
กรรมสิทธิ์หรือมีอำนาจการตัดสินใจในการปรับปรุง ตกแต่ง ต่อเติมบ้าน หรือผู้ที่ต้องการขยายพื้นที่หรือปลูกสร้างที่อยู่อาศัยอันเนื่องมาจากสมาชิกในครอบครัวที่เพิ่มมากขึ้น

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ลูกค้าทั่วไปที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียม หรือกลุ่มบริษัท ห้างร้านต่างๆ ที่ต้องการปรับปรุง ต่อเติม ตกแต่ง พื้นที่เดิม ให้เป็นไปตามความต้องการ

### การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (P : Positioning)

บริษัท โฮมโมเดิร์นดีไซน์ จำกัด เป็นธุรกิจขนาดกลาง ที่มีโปรดักส์เกี่ยวกับการต่อเติมเกือบครบทุกด้าน โดยมีการกำหนดประเภทของงานต่อเติมเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีข้อกำหนดราคาเริ่มต้นการรับงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความประทับใจและตอบโต้ด้วยความสวยงาม เป็นการสร้างภาพลักษณ์ ความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือในผลงานหรือโปรดักส์ที่บริษัทให้บริการ มุ่งเน้นการบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและบอกต่อในอนาคต

ด้วยเหตุผลนี้บริษัทจึงเอาความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญและให้ลูกค้าเป็นฝ่ายลองกำหนดงบประมาณเบื้องต้นด้วยตนเอง เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จึงเป็นจุดดึงดูดลูกค้าที่เลือกใช้บริการบริษัทเรา



### กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

1. งานต่อเติมหลังคา เป็นอีกกลุ่มที่ทำรายได้ให้บริษัทโดยตรง และมีวัสดุหลังคาที่หลากหลาย อาทิเช่น เมทัลชีท 瓦นิต โพรคอมโพลีท (แผ่นใส) เป็นต้น ส่วนโครงจะใช้เป็นเหล็กกล่องทาสีกันสนิม รวมถึงระยะเวลาดำเนินงาน ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ อาทิเช่น 10-25 ตรม.ใช้เวลา 3-5 วันทำการ

2. งานต่อเติมห้องครัว เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรายละเอียดขั้นตอนการทำงานที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกันในทุกขนาดพื้นที่ จะแตกต่างกันแค่เพียงการออกแบบที่ขึ้นอยู่กับความรู้สึของผู้ซื้อ รวมถึงระยะเวลาการดำเนินงานเอง ก็ขึ้นอยู่กับ ความยากง่ายของหน้างาน ขนาดของพื้นที่ และความสะดวกในเข้าทำงานของแต่ละหมู่บ้าน

3. งานกระจกอลูมิเนียม เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมของบริษัท ซึ่งบริษัทจะมีคู่ค้าที่รับผิดชอบดูแลงานต่อจากบริษัท โดยบริษัทเป็นผู้ออกแบบดีไซน์และวางแผนการทำงานติดตั้งให้แล้วเสร็จตามกำหนด เป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องมีไว้บริการ เพื่อสะดวกและเพิ่มช่องทางบริการให้กับลูกค้าที่อาจขยายพื้นที่ต่อเติมได้อีกด้วย

4. งานเหล็กตัด เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมของบริษัท ซึ่งบริษัทจะมีคู่ค้าที่รับผิดชอบดูแลงานต่อจากบริษัท โดยบริษัทเป็นผู้ออกแบบดีไซน์และวางแผนการทำงานติดตั้งให้แล้วเสร็จตามกำหนด เป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องมีไว้บริการ เพื่อความสะดวกและเพิ่มช่องทางบริการให้กับลูกค้าที่อาจขยายพื้นที่ต่อเติมได้อีกด้วย

5. เฟอร์นิเจอร์ Built-in เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมของบริษัท ที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องโดยตรงกับงานต่อเติมโดยวัสดุที่ผลิตจะมีด้วยกัน 2 ส่วน

1. ไม้ที่ใช้ผลิต โครงและหน้าบาน บริษัทจะเลือกใช้ ไม้ปาติเกิลและไม้ MDF
2. วัสดุเคลือบปิดผิวไม้ บริษัทจะเลือกใช้ พีวีซี และ ลามิเนต

### กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

“บริษัท โฮม โมเดิร์นดีไซน์ จำกัด” มีผลิตภัณฑ์พร้อมให้บริการเกือบครบทุกงานด้านการต่อเติม ทำให้การเริ่มต้นของราคางานมีตั้งแต่หลักหมื่น จนถึง หลักแสน และด้วยเหตุนี้เอง การคำนวณราคาต้นทุน หรือทำส่วนลดให้กับลูกค้าจึงยังคงเหลือผลกำไร เพราะเรานำเอาผลกำไรของโปรดักส์ต่างๆ มาแชร์กัน เพื่อลดระยะเวลาการดำเนินงาน อาทิเช่น ต่อเติมห้องครัวที่ใช้เคาน์เตอร์สำเร็จรูป บริษัทอาจเจอปัญหาคิวงานติดตั้งล่าช้าจากช่างเคาน์เตอร์สำเร็จรูป ส่งผลให้การเก็บงาน ส่งมอบงานล่าช้าออกไป เป็นต้น



### กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place Strategy)



แผนภาพช่องทางการจัดจำหน่ายแสดงระหว่าง เพจออนไลน์ไปยังลูกค้าใหม่



แผนภาพช่องทางการจัดจำหน่ายแสดงระหว่าง บริษัทไปยังลูกค้าเดิม

เนื่องด้วยปัจจุบัน ประเทศไทยอยู่ในยุค 4.0 ยุคที่มีการใช้เทคโนโลยีในการค้นหาข้อมูลต่างๆ ด้วยเหตุนี้บริษัท ห้างร้าน เจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวในการขายสินค้าหรือการให้ข้อมูลกับลูกค้า อย่างรวดเร็วและเกิดความประทับใจ สะดวกสบายในการใช้บริการ

### กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

จากผลิตภัณฑ์ของบริษัททำให้ลูกค้ามีตัวเลือกใช้บริการได้หลากหลาย อาทิเช่น งานต่อเติมหลังคา ห้องครัว เฟอร์นิเจอร์ ทำให้บริษัทมีข้อมูลที่จะเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและยังเปิดโอกาสในการบริการลูกค้าได้เป็นอันดับต้นๆ ด้วยสาเหตุนี้เองทำให้บริษัทมีการวางแผนเพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงเวลาที่ยอดขายลดลง หรือสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับลูกค้าด้วยการจัดกิจกรรมร่วมสนุก ในช่วงเทศกาลต่าง พร้อมทั้งส่งเสริมการขายได้ในเวลาเดียวกันดังนี้



1. โปรโมชันประจำเดือน, โปรโมชันช่วงเทศกาล เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเพจและเป็นการตรวจสอบกระแสนิยมพร้อมทั้งกระตุ้นยอดขายในเดือนนั้นๆ จัดกิจกรรม

ต่างๆ สร้างความสัมพันธ์ ระหว่างบริษัทและลูกค้า หรือผู้ติดตามเพจ อาทิเช่นกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัล กิจกรรมเพื่อสังคม(CSR)



2. ของแถม : บริษัทมี ชุดเตาพร้อมที่ตุ๋นควัน และไฟส่องสว่างโรงจอดรถ 2 จุด เป็นตัวเลือกพร้อมโปรโมชั่นที่จัดแคมเปญ ไว้สำหรับลูกค้าที่จองโปรโมชั่น 5 ท่านแรก หรือจองภายในเงื่อนไขของบริษัทกำหนด และยังมีของแถมที่ลูกค้าสามารถเลือกได้ ในกรณีมูลค่ารวมงานต่อเติมตามเงื่อนไขที่ได้รับสิทธิ์ อาทิเช่น

- แคมฟรี เครื่องปั่นผลไม้ขนาดพกพา มูลค่า 1,500 บาท กรณีมูลค่าต่อเติมตั้งแต่ 135,xxx ขึ้นไป

- แคมฟรี กรอบรูปตกแต่งผนัง ขนาด 20X24 Inch มูลค่า 4,500 บาท หากต่อเติมตั้งแต่ 23x,xxx ขึ้นไป ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถเลือกของแถมได้ตามความต้องการแต่ไม่สามารถนำมาเป็นส่วนลด หรือแลกเปลี่ยนเงินสดได้

3. การโฆษณา : บริษัทมีการโฆษณาผ่านหลายช่องทาง แต่เนื่องจาก Facebook เป็นช่องทางการสื่อสารหลักที่บริษัทกำหนดกลุ่มเป้าหมาย หรือลูกค้าที่ใช้บริการ และป้ายโฆษณาไว้นิต เป็นการโฆษณาผ่านป้ายข้อความปิดปรับปรุงและเพิ่มช่องทางการติดต่อ สำหรับผู้ที่สนใจต่อเติมในหมู่บ้าน หรือบริเวณใกล้เคียงได้อีกด้วย



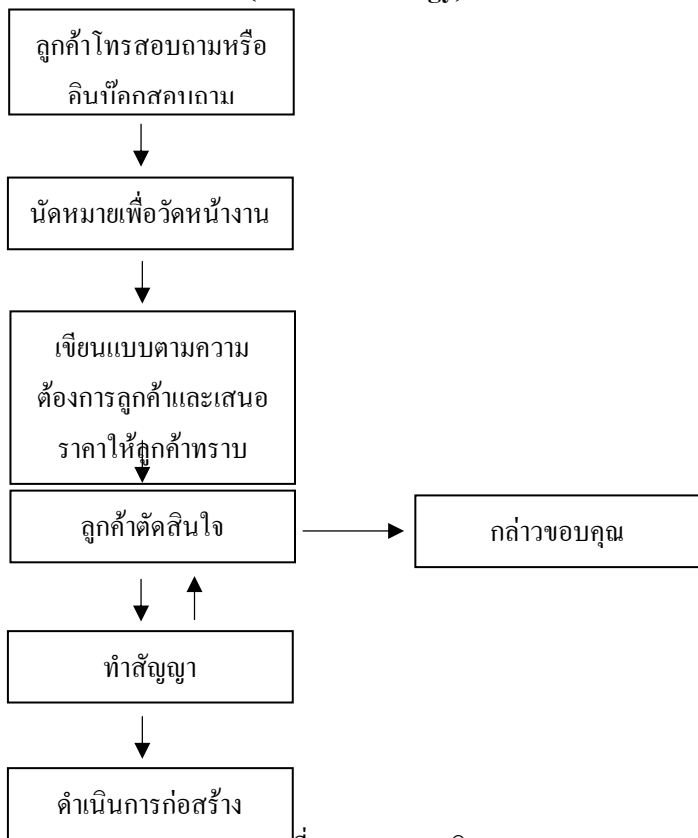
วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2562)

ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านโปรแกรมออนไลน์ Facebook ในการโปรโมททางนี้มากกว่าช่องทางอื่น ด้วยต้นทุนค่าโฆษณาที่ไม่แพงและเป็นที่ยอมรับในสังคมทุกเพศ ทุกวัย ทำให้เราสามารถเพิ่มช่องทางกลุ่มเป้าหมายได้เช่นเดียวกัน

**กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People Strategy)**

การบริการของพนักงานบริษัท โฮมโมเดิร์น ดีไซน์ จำกัด ทั้งการตอบข้อซักถาม หน้าเพจ Inbox รวมถึงทางโทรศัพท์ เป็นสิ่งที่ผู้บริหารให้ความสำคัญและชี้แจงก่อนรับสมัครพนักงานเข้าทำงาน ตั้งแต่การสัมภาษณ์จนถึงการทดลองงาน ยกตัวอย่างเช่น ตำแหน่งแอดมิน ผู้ที่เป็นประตูด่านแรกสำหรับการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะ ทำให้ลูกค้าจดจำหรืออยากร่วมงานกับบริษัท และเพื่อให้พนักงานมีความรู้ทางบริษัทจะ ฝึกอบรมพนักงานด้วยการพาออกสำรวจหน้างานเพื่อให้เข้าใจการทำงานขององค์กรและ เข้าใจการทำงานของฝ่ายต่าง ๆ รวมทั้งการสร้างจิตสำนึกให้เข้าใจเจตนารมณ์ขององค์กร และความซื่อสัตย์ จริงใจที่มีต่อลูกค้า อาทิเช่น การอนุมัติปลั๊กไฟในกรณีที่ลูกค้าต้องการ เพิ่มนอกเหนือจากงานที่ระบุไว้ หัวหน้าจะให้เหตุผลกับพนักงานขายและแอดมิน ให้ทราบ ถึงความปลอดภัย ความสวยงาม การอธิบายให้ลูกค้ารับทราบ เพื่อครั้งหน้าพนักงานจะ สามารถจดจำขั้นตอนการปฏิบัติงาน สำหรับการสร้างความประทับใจ ด้วยความเต็มใจ เข้าใจถึง สิ่งที่บริษัทมอบให้ลูกค้าอย่างแท้จริง

**กลยุทธ์ด้านกระบวนการของการบริการ (Process Strategy)**



### กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence Strategy)

ในการออกแบบดีไซน์เพจของ “บริษัท โสมโมเดิร์นไซน์ จำกัด” จะมีการจัดวางช่องทางการติดต่อ และพื้นหลังที่สามารถสื่อความหมายของบริษัทได้ดี พร้อมทั้งรายละเอียดที่สำคัญ

อาทิเช่น เบอร์โทรศัพท์ แผนที่ ช่องทางการติดต่อ ความน่าสนใจโปสเตอร์ที่น่าสนใจให้มีจุดเด่น ดึงดูด สายตาของผู้อ่านที่ติดตามเพจ

#### 1. พื้นหลัง

ออกแบบดีไซน์เป็นสิ่งแรกที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะเห็นเมื่อเข้าสู่เพจบริษัท รูปประกอบพื้นหลังจึงเป็นรูปที่เกี่ยวกับโปรดักส์ที่ให้บริการ

#### 2. โลโก้บริษัท

ถูกออกแบบให้เป็นอักษรย่อของชื่อเต็มในแต่ละคำเพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ

#### 3. การอัปเดตผลงาน

- ผลงานที่น่าสนใจจะเป็นภาพก่อนต่อเติม และภาพผลงานที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว โดยรายละเอียดจะระบุถึงข้อมูล อาทิเช่น ชื่อหมู่บ้าน รายละเอียดของงานที่ว่าจ้าง รวมถึงระยะเวลาการดำเนินงาน พร้อมข้อมูลของบริษัทในกรณีที่ลูกค้าสนใจสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

- โปสเตอร์หรือกิจกรรมต่างๆ เป็นการนำเสนอ ข้อมูลกิจกรรม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าในการเข้าร่วมกิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้น

#### ● การวิเคราะห์แผนการผลิต

#### กระบวนการผลิตและการปฏิบัติการ (Process)

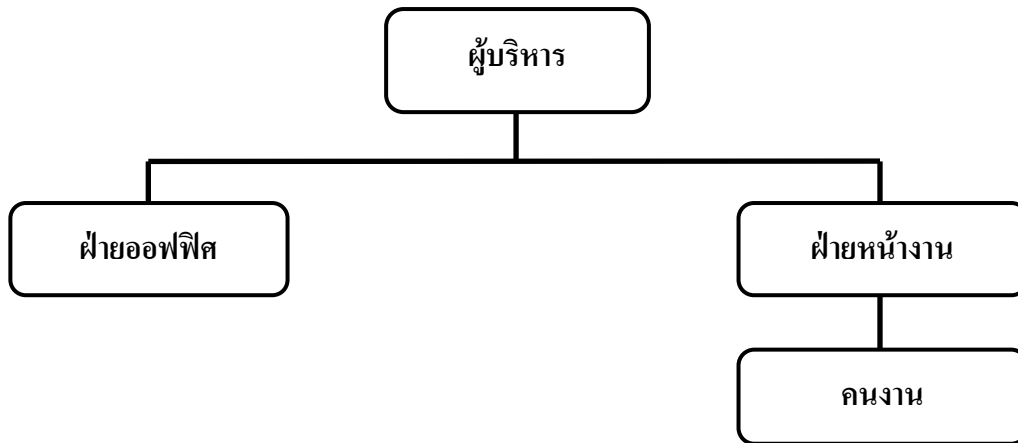
กระบวนการปฏิบัติงานของงานต่อเติมครัว จะอยู่ที่การบริการเป็นสำคัญ โดยเรากำหนดขั้นตอนในการปฏิบัติการ หรือดำเนินงาน จะถูกแบ่งเป็น 3 ส่วนได้ดังนี้

1. ขั้นตอนการบริการการขาย
2. ขั้นตอนการดำเนินการก่อสร้างต่อเติม
3. ขั้นตอนการบริการประเมินราคาออนไลน์

#### 1. ขั้นตอนการบริการขาย

1. รอรับออเดอร์จากลูกค้าทุกช่องทางของการขายออนไลน์ ตอบคำถามที่ลูกค้าสอบถามข้อมูลและความต้องการของลูกค้า
2. เมื่อทราบความต้องการของลูกค้า นัดเพื่อสำรวจหน้างาน

3. เมื่อทราบขนาดพื้นที่จริง ประเมินราคาสุทธิและรายละเอียดต่างๆ เพื่อเสนอลูกค้า
  4. รอลูกค้าตัดสินใจ
  5. เมื่อลูกค้าตัดสินใจตกลง ดำเนินการทำสัญญา
  6. เมื่อทำสัญญาเสร็จ ดำเนินการก่อสร้าง
2. ขั้นตอนการดำเนินการก่อสร้าง ต่อเติม
    1. เมื่อลูกค้าตกลงทำสัญญา ดำเนินการประเมินงบประมาณทั้งหมดของโครงการ
    2. เมื่อทราบงบประมาณ จัดทำความต้องการของลูกค้าโดยการออกแบบเป็น 3D และดำเนินงานทำระยะเวลาในการดำเนินงาน และวางแผนการทำงานและประเมินวัสดุที่ใช้
    3. จัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ ตรวจสอบปริมาณ และข้อกำหนด ให้เป็นไปตามสัญญา
    4. ดำเนินงานไปตามระยะเวลาที่กำหนด และรายงานความคืบหน้า ตามระยะเวลาที่กำหนด
    5. เมื่อการดำเนินงานถึงข้อกำหนดในสัญญา แจ้งลูกค้าเพื่อชำระเงิน ตามงวดงาน
    6. เมื่อการดำเนินงานแล้วเสร็จ ทำการตรวจสอบและส่งมอบงานแก่ลูกค้า
  3. ขั้นตอนการบริการประเมินราคาออนไลน์
    1. รอรับออเดอร์จากลูกค้าทุกช่องทางของการขายออนไลน์ ตอบคำถามที่ลูกค้าสอบถามข้อมูลและความต้องการของลูกค้า ขอขนาดพื้นที่ที่ลูกค้าจะต่อเติม
    2. เมื่อทราบความต้องการของลูกค้าและขนาดพื้นที่ที่ต่อเติมแล้ว ประเมินราคาเบื้องต้นจากขนาดพื้นที่และความต้องการของลูกค้า
    3. เมื่อส่งราคาประเมินเบื้องต้นให้ลูกค้า รอลูกค้าตัดสินใจ
    4. เมื่อลูกค้าตัดสินใจดำเนินการต่อ จากนั้นนัดลูกค้าเพื่อวัดหน้างานจริง
    5. เมื่อทราบขนาดพื้นที่จริง ดำเนินการวางแผน ประเมินราคาสุทธิและรายละเอียดต่างๆ เพื่อเสนอลูกค้า
    6. รอลูกค้าตัดสินใจ
    7. เมื่อลูกค้าตัดสินใจตกลง ดำเนินการทำสัญญา
    8. เมื่อทำสัญญาเสร็จ ดำเนินการก่อสร้าง
    - การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน  
แผนผังองค์กรเป็นสิ่งที่แสดงถึงหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งในองค์กร โดยทุกตำแหน่งจะมีหน้าที่ที่ชัดเจน ดังนี้



- การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,923,040 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 14,774,400 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 15,697,800 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 16,621,200 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 17,544,600 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 18,468,000 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 2,899,590 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 2,723,753 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 2,969,465 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 3,118,497 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 2,294,123 บาท

#### สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจ ต่อเติมปรับปรุง ที่พักอาศัย บริษัท โฮมโมเดิร์นดีไซน์ จำกัด ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### บรรณานุกรม

- ประพันธ์ เขียนดี. (2555). *แผนธุรกิจผลิตแผ่นปูพื้นคอนกรีตสำเร็จและเสาเข็มเหล็กเหลี่ยมกลวง* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- วรภรภัค บุญโกสุมภ์. (2558). *แผนธุรกิจ ซีพีดับเบิ้ลยู พาวเวอร์ อพาร์ทเมนต์* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- วัลลภา ว่องไวพาณิชย์. (2557). *แผนธุรกิจ ร้านว่องวัฒนา เฟอร์นิเจอร์* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.