

แผนธุรกิจ ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

ศิริพร ปัญญาวัฒน์¹

บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นด้วยฝีมือมนุษย์เราทุกวันนี้ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์เป็นจำนวนมากพร้อมอำนวยความสะดวกสบาย เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งนับได้ว่าเป็นความจำเป็นพื้นฐานที่มนุษย์เราจะขาดไม่ได้ นั่นคือ ที่อยู่อาศัย สิ่งก่อสร้างต่างๆได้ถูกออกแบบในลักษณะรูปร่าง ขนาด และรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้อยู่อาศัย และราคาที่เหมาะสม

ด้วยเหตุนี้จึงมีธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างเกิดขึ้นมากมายในปัจจุบัน ธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างนั้นมีความสำคัญกับลูกค้ามาก เนื่องจากสินค้าต่างๆที่ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจำหน่ายอยู่นั้น ผลิตขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างได้ทุกชนิด ซึ่งร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ 1. ร้านอุปกรณ์ก่อสร้าง(ฮาร์ดแวร์) และ 2. ร้านวัสดุก่อสร้าง ในปัจจุบันธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างนั้นมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ด้วยการดำเนินธุรกิจมีความยุ่งยาก ต้องใช้พื้นที่มาก ต้องลงทุนมาก ใช้พนักงานอย่างน้อย 3-5 คน ต้องมีรถส่งสินค้าไว้บริการ ร้านที่ใหญ่อาจมีพนักงานมากถึง 30 คน ซึ่งพนักงานจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับงานก่อสร้างบ้าง ตามที่กล่าวมานั้น ทำให้ไม่ค่อยมีผู้ประกอบการสนใจดำเนินธุรกิจประเภทนี้มากนัก

ในการเริ่มต้นธุรกิจนั้น สมัยก่อนเป็นธุรกิจที่คุดมปุ่เป็นคนเริ่มในอีกที่หนึ่ง แล้วนายพรชัย ปัญญาวัฒน์จึงแยกตัวออกมาเป็นร้าน “หย่งพงษ์หลังวัสดุ” ซึ่งร้าน “หย่งพงษ์หลังวัสดุ” เริ่มจากการเป็นธุรกิจเล็กๆ ขนาด 1 ไร่ ที่มีจำหน่ายเพียงไม้แปรรูป ประตู-หน้าต่าง เพียงเท่านั้น ซึ่งในขณะนั้น มีพนักงานเพียง 4 คน แต่ในปัจจุบันนี้ มีการขยายธุรกิจให้มีความครบวงจรมากขึ้น ขยายพื้นที่จาก 1 ไร่ เป็น 4 ไร่ และมีพนักงานถึง 14 คน

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

โดยร้าน “หย่งพงษ์หลังวัสดุ” เน้นการที่มีสินค้าครบวงจร สะดวก รวดเร็ว ราคาถูก เป็นหลัก ร้าน “หย่งพงษ์หลังวัสดุ” เป็นร้านที่แตกต่างจากคู่แข่ง เนื่องจากร้าน “หย่งพงษ์หลังวัสดุ” เป็นร้านที่มีจำหน่ายทั้งอุปกรณ์ก่อสร้าง(ฮาร์ดแวร์) วัสดุก่อสร้าง และไม้แปรรูป ซึ่งทางคู่แข่งทางตรงนั้นจะมีแค่อุปกรณ์ก่อสร้าง(ฮาร์ดแวร์) และวัสดุก่อสร้างเท่านั้น ทางร้านฯ มีแนวคิดมุ่งมั่นในการจำหน่ายสินค้าราคาถูก ครบวงจร เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย มาที่เดียวได้ของทุกอย่างที่ต้องการ มีราคาที่ถูก และมีคุณภาพด้วย

ในส่วนของแผนการเงิน กิจการคาดว่าจะใช้เงินในระยะลงทุนเริ่มแรกในการทำธุรกิจประมาณ 6,000,000 บาท และจากการประมาณการในกรณีปกติพบว่า โครงการนี้จะมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 3 ปี 4 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เท่ากับ 2,959,822 บาท และอัตราผลตอบแทน (IRR) เท่ากับ 21.79%

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

บทนำ

ปัจจุบันสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกิดขึ้นด้วยฝีมือมนุษย์เราทุกวันนี้ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการ การของมนุษย์เป็นจำนวนมากพร้อมอำนวยความสะดวกสบาย เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งนับได้ว่าเป็นความจำเป็นพื้นฐานที่มนุษย์เราจะขาดไม่ได้ นั่นคือ ปัจจัย 4 (ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม) สิ่งก่อสร้างต่างๆ ได้ถูกออกแบบในลักษณะรูปร่าง ขนาด และรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้อยู่อาศัย รูปแบบที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รูปแบบที่สวยงามและราคาที่เหมาะสม สิ่งก่อสร้างเหล่านี้ได้ถูกสร้างขึ้นโดยวัสดุก่อสร้างหลายชนิด เช่น เหล็ก ไม้ เป็นต้น

ธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างต่างๆ ในปัจจุบัน มีความสำคัญกับลูกค้ามาก เนื่องจากสินค้าต่างๆที่ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจำหน่ายอยู่นั้น ผลิตขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างได้ทุกชนิด เช่น การสร้างบ้าน, ทาวเฮาส์, หอพัก อาคารพาณิชย์, รั้ว และเขื่อนป้องกันตลิ่งพัง เป็นต้น วัสดุก่อสร้างในปัจจุบันนี้มีให้เลือกมากมายหลายรูปแบบตามแต่ความต้องการของลูกค้า ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1. ร้านอุปกรณ์ก่อสร้าง (ฮาร์ดแวร์) คือ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ช่าง สินค้าอันเกี่ยวกับระบบไฟฟ้า ประปา และสี ส่วน 2. ร้านวัสดุก่อสร้าง คือ ร้านที่จำหน่ายทั้งอุปกรณ์ และจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง หมายถึง อิฐ หิน ปูน ทราย ไม้ เหล็ก นั่นเอง ซึ่งสินค้าจำเป็นที่วางขายในร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างตามลักษณะการใช้งานนั้น ได้แก่ คอนกรีต โลหะ วัสดุปูพื้น-ผนัง-หลังคา ประตู-หน้าต่าง

เคมีภัณฑ์ สีทาบ้าน สุขภัณฑ์ห้องน้ำ และ ลินค้าตกแต่งบ้าน เป็นต้น รวมถึงสินค้าที่สร้างขึ้นมาเพื่อช่วยทำให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น ช่วยให้งานมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และยังประหยัดค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง เช่น แผ่นพื้นคอนกรีตสำเร็จรูป สามารถนำมาวางใส่กับโครงของตัวบ้านในการทำเพดานบ้านได้เลย ทำให้ลดต้นทุนในการก่อสร้างได้มากพอสมควร และยังลดระยะเวลาได้มากอีกด้วย ซึ่งในอดีตนั้นจะต้องมาเทพื้น ซึ่งจะใช้ระยะเวลามาก และต้นทุนในการทำที่สูงกว่าแต่ก็ต้องขึ้นอยู่กับลูกค้าจะตัดสินใจ เป็นต้น ในปัจจุบันธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างนั้นมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ด้วยการดำเนินธุรกิจมีความยุ่งยาก ต้องใช้พื้นที่มาก ต้องลงทุนมาก ใช้พนักงานอย่างน้อย 3-5 คน ต้องมีรถส่งสินค้าไว้บริการ ร้านที่ใหญ่อาจมีพนักงานมากถึง 30 คนซึ่งพนักงานจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับงานก่อสร้างบ้าง ตามที่กล่าวมานั้น ทำให้ไม่ค่อยมีผู้ประกอบการสนใจดำเนินธุรกิจประเภทนี้มากนัก

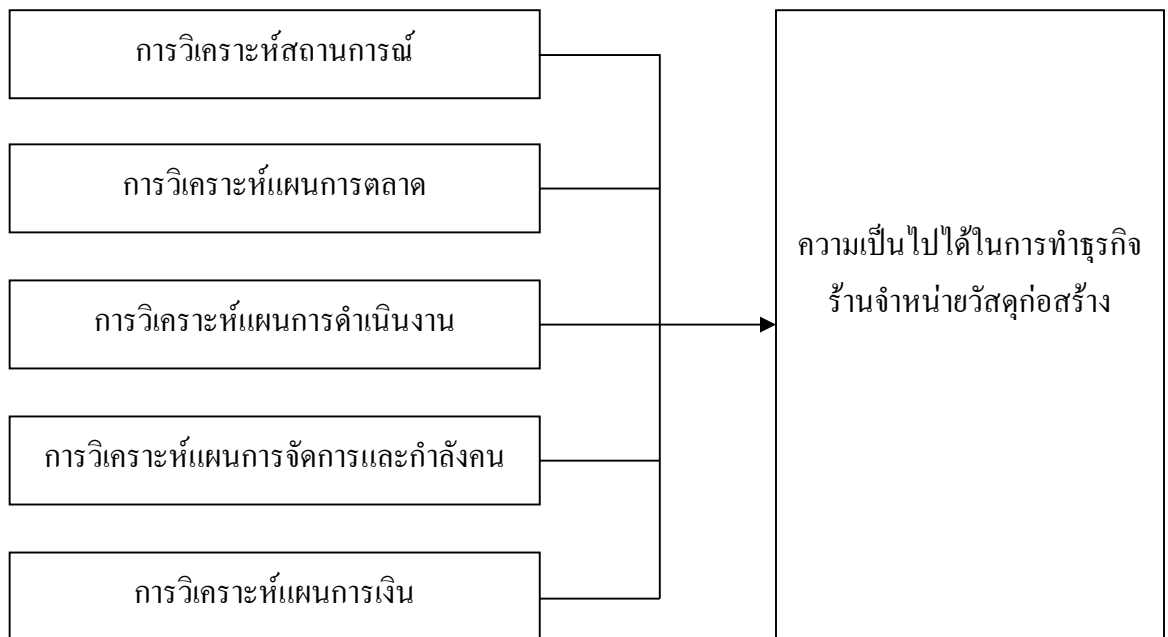
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนเดือนพฤศจิกายน 2557 – เดือนกุมภาพันธ์ 2558

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง หมายถึง ร้านที่จำหน่ายทั้งอุปกรณ์ และจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง หมายถึง อิฐ หิน ปูน ทราย ไม้ เหล็ก น้ำมันเอง ซึ่งสินค้าจำเป็นที่วางขายในร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างตามลักษณะการใช้งานนั้น ได้แก่ คอนกรีต โลหะ วัสดุปูพื้น-ผนัง-หลังคา ประตู-หน้าต่าง เคมีภัณฑ์ สีทาบ้าน สุขภัณฑ์ห้องน้ำ และ สินค้าตกแต่งบ้าน เป็นต้น

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

● การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. สินค้าวัสดุก่อสร้างครบวงจร มีทั้งอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ วัสดุก่อสร้าง และไม้แปรรูป มีความหลากหลาย มีมาตรฐาน ราคาอ่อมเยาไม่เอาเปรียบลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น เชื่อถือ และเกิดความจงรักภักดีต่อร้านฯ ของเรา

2. บริการด้วยความประทับใจ เป็นกันเอง
3. ทำเลที่ตั้งเห็นได้ชัด สะดุดตา ง่ายต่อการพบเห็น อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และเป็นร้านใหญ่ติดอันดับ 1 ใน 3 ของพื้นที่อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์
4. จัดส่งสินค้าตรงเวลา รวดเร็ว
5. มีบุคลากรที่มีใจรักในการบริการ มีทักษะ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง ทุ่มเทในการทำงาน และมีประสิทธิภาพในการทำงาน

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. ใช้เงินลงทุนจำนวนมาก
2. ใช้พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าจำนวนมาก
3. สินค้าที่จำหน่ายนั้นเป็นสินค้าที่เหมือนกันกับคู่แข่งอื่น

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. รัฐบาลให้ความช่วยเหลือในเรื่องของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มีการลดภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ ในด้านอสังหาริมทรัพย์ คือ ผู้บริโภคหรือหน่วยงานธุรกิจที่ต้องการสร้างบ้าน อาคาร หรือโรงงาน รัฐบาลให้ความช่วยเหลือในการลดภาษีอสังหาริมทรัพย์ ทำให้การสร้างบ้าน อาคาร หรือ โรงงาน นั้นง่ายขึ้น

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำของกรมแรงงานที่เพิ่มขึ้น ทำให้มีผลกระทบต่อต้นทุนของธุรกิจที่สูงตามไปด้วย
2. การขึ้นราคาน้ำมันมีผลทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น เนื่องจากต้องมีค่าขนส่งในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า ก็ต้องมีอัตราที่สูงขึ้นตามไปด้วย

- การวิเคราะห์แผนการตลาด

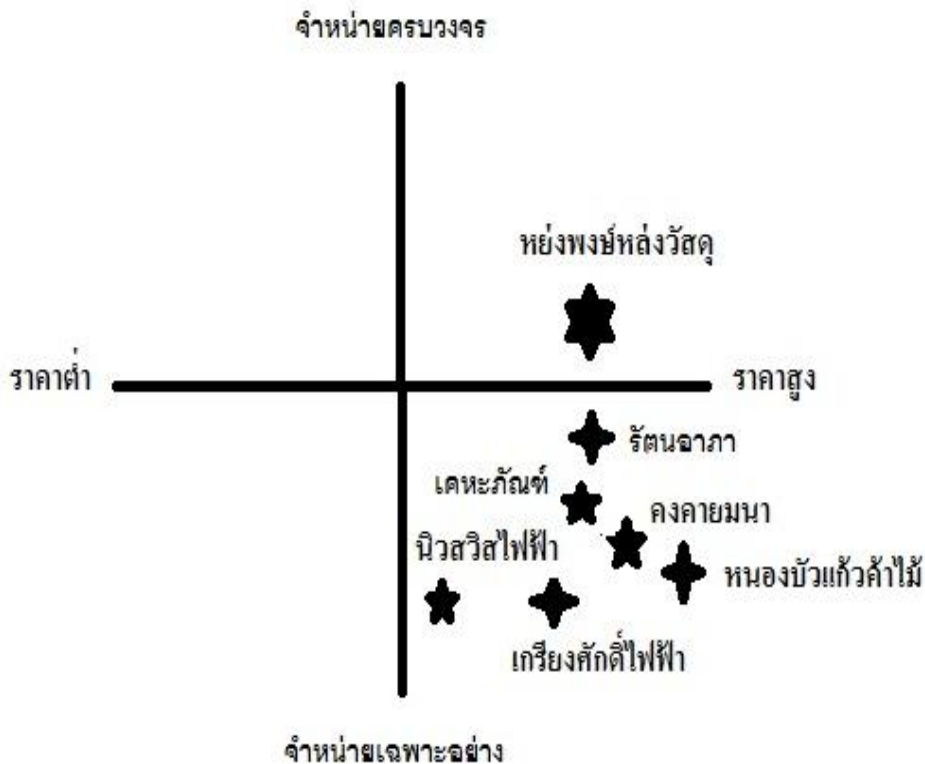
การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T : Targeting)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ ลูกค้าทั่วไปที่เป็นเพศชาย อายุ 31-43 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,001-9,000 บาท มีอาชีพ เกษตรกร ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในอำเภอหล่มเก่า

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ ผู้รับเหมานายช่าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001 บาทขึ้นไป มีอาชีพ เกษตรกร ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในอำเภอหล่มเก่า

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P : Positioning)

ร้าน ห้างพงษ์หลังวัสดุ ได้วางตำแหน่งของกิจการแบ่งเป็น 2 แบบ คือ แบบ B2B และ แบบ B2C โดยใช้ปัจจัยทางด้านราคา และจำหน่ายสินค้าแบบครบวงจร เป็นเกณฑ์ในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด เพื่อแสดงให้เห็นถึงจุดเด่น และความแตกต่างของกิจการว่ามีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพราะทางร้าน ห้างพงษ์หลังวัสดุ จำหน่ายสินค้าที่ครบวงจรมากที่สุด เนื่องจากร้าน ห้างพงษ์หลังวัสดุ มีจำหน่ายไม้แปรรูปเพิ่มเข้ามา ซึ่งแตกต่างจากร้านที่เป็นคู่แข่งทางตรง คือร้านเคหะภัณฑ์ และร้านรัตนอาภา เพราะทั้ง 2 ร้าน เป็นร้านที่จำหน่ายเพียงวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ และยังมีร้านที่เป็นคู่แข่งทางอ้อมที่จำหน่ายเฉพาะอย่าง คือ ร้านเกรียงศักดิ์ไฟฟ้า, ร้านคงคามนา, ร้านนิวสวิสไฟฟ้า ซึ่งจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า และร้าน หนองบัวแก้วค้าไม้ ซึ่งจำหน่ายไม้แปรรูปเพียงอย่างเดียว จะเห็นได้ว่า ร้าน ห้างพงษ์หลังวัสดุครบวงจรมากที่สุด โดยในด้านราคาของทางร้าน ห้างพงษ์หลังวัสดุ จะมีระดับราคาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าคู่แข่ง ดังนั้น ทางร้าน ห้างพงษ์หลังวัสดุ จึงจะขอใช้ข้อได้เปรียบในเรื่องของสินค้าที่ครบวงจร และราคาถูก มาเพื่อทำการเจาะตลาด และแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากร้านค้าคู่แข่ง



กลยุทธ์ทางการตลาด 4P

กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

ผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง สามารถจัดเป็นหมวดหมู่ได้ ดังนี้

1. วัสดุก่อสร้าง
2. แผ่นพื้นคอนกรีตสำเร็จรูป/เสา/ท่อใยหิน/ท่อถนน/ถังส้วม
3. กระเบื้องปูพื้น/ผนัง/หลังคา
4. เหล็ก
5. ประตูหน้าต่าง
6. ไม้แปรรูป
7. ไม้อัด
8. ไม้สังเคราะห์
9. อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์
10. สุขภัณฑ์ห้องน้ำ

กลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategy)

ร้าน “หย่งพงษ์หลังวัสดุ” การตั้งราคาจำหน่ายจะบวกเพิ่มจากราคาต้นทุน 10% และ 15% อยู่ที่ว่าสินค้าชนิดนั้นมีราคาต้นทุนมาสูงขนาดไหน และจำหน่ายออกไปง่ายหรือไม่ ถ้ามีราคาต้นทุนมาต่ำและจำหน่ายออกยากก็จะบวกเพิ่ม 15% แต่ถ้าต้นทุนมาสูงและจำหน่ายออกง่ายก็จะบวกเพิ่มแค่ 10% แต่ทั้งนี้ ทางร้านจะคำนึงถึงระดับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และราคาของคู่แข่งด้วย เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งชั้นรายเดิม และสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าจากลูกค้าด้วย

กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการจำหน่ายสินค้าและมีการบริการจัดส่งสินค้าถึงที่แก่ลูกค้า ลูกค้าจึงเป็นฝ่ายที่จะเดินมาหาร้าน “หย่งพงษ์หลังวัสดุ” และทางร้านจะเป็นผู้ที่ให้บริการโดยตรง โดยจะเน้นที่สถานที่ ซึ่งจะเห็นได้เด่นชัด สะดุดตา บริการเป็นกันเอง มีสินค้าแสดงให้เห็นชัดเจน ลูกค้ายังสามารถโทรมาสั่งซื้อสินค้ากับทางร้านได้ โดยที่ทางร้านมีบริการจัดส่งถึงที่ ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบาย รวดเร็ว ในการใช้บริการของร้านหย่งพงษ์หลังวัสดุ อีกด้วย



แผนภาพช่องทางการจัดจำหน่าย แสดงระหว่างร้านไปยังผู้รับเหมารายย่อย



แผนภาพช่องทางการจัดจำหน่าย แสดงระหว่างร้านไปยังผู้บริโภค

กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

ลูกค้าของร้าน “หย่างพงษ์หลังวัดศุ” เป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เป็นธุรกิจทางการก่อสร้างเป็นหลัก มีเป้าหมาย และพื้นที่ให้บริการชัดเจน จึงไม่จำเป็นต้องมีการส่งเสริมการขายมากนัก ดังนั้นจึงมีการส่งเสริมการขาย ดังนี้

1. นามบัตร จะให้เฉพาะลูกค้าที่ต้องการเท่านั้น เนื่องจากในบิลจะเขียนเบอร์โทรศัพท์ติดต่อไว้อยู่แล้ว

2. ส่วนลดการค้า ซึ่งร้าน “หย่างพงษ์หลังวัดศุ” ได้เน้นการให้ส่วนลด โดยการรวมค่าสินค้าทั้งหมด ถ้าเกิน 1,000 บาทขึ้นไป จะพิเศษลงให้เป็นจำนวนเต็ม เป็นต้น และให้เครดิตแก่ลูกค้าโดยตรง โดยไม่มีการเก็บดอกเบี้ย แต่มีระยะเวลาชำระหนี้ในระยะเวลา 1 เดือน

3. ของแถม มีการจัดทำสื่อแขนยาว สกรีนชื่อ “หย่างพงษ์หลังวัดศุ” ที่ด้านหลังสื่อไว้สำหรับแจกลูกค้าที่สั่งซื้อครั้งละมากๆ หรือเป็นลูกค้าประจำ และยังมีของแจกลูกค้าอีกหลายอย่างแล้วแต่ลูกค้าจะเลือก เช่น ดินสอเขียนไม้ ตลับเมตร กระเป๋าเครื่องมือช่าง เป็นต้น

4. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุ โดยจะเลือกสถานีวิทยุที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมักจะเปิดฟัง รวม 1 สถานี วันละ 6 ช่วงเวลา แบบเหมา 2,000 บาท/เดือน

5. มีการโฆษณาผ่านไวเนลตามงานเทศกาลต่างๆที่ทางจังหวัดและอำเภอจัดขึ้นแล้วได้มีการขอเงินสนับสนุนแล้วมี เช่น

- งานมะขามหวานเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นงานประจำจังหวัดที่จัดขึ้นเพียงปีละ 1 ครั้ง

- งานเทศกาลขนมจีนหล่มเก่า ซึ่งเป็นงานประจำอำเภอที่จัดขึ้นเพียงปีละ 1 ครั้ง

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น ร้าน หงษ์พงษ์หลังวัดศุ ใช้งบประมาณสำหรับการส่งเสริมการตลาดในปีที่ 1 เท่ากับ 178,000 บาท และปีที่ 2 เท่ากับ 174,000 บาท

- **การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน**

ในการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์เข้ามาจำหน่ายนั้น ร้านหงษ์พงษ์หลังวัดศุ จะต้องตรวจสอบสต็อกสินค้าของทางร้านก่อน แล้วจึงทำการเลือกโรงงานผลิตสินค้าที่ขาดสต็อกอยู่ หรือต้องการเพิ่มสต็อก แล้วจึงทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางพนักงานขายของโรงงานผลิตสินค้านั้น แล้วจึงรับสินค้าจากทางโรงงานผลิตสินค้า โดยโรงงานผู้ผลิตสินค้า เป็นผู้ส่งสินค้าให้ หลังจากได้รับสินค้าแล้ว ต้องตรวจสอบความเรียบร้อยของสินค้าที่ได้รับ ว่าครบถ้วน และมีความเสียหายหรือไม่ เมื่อตรวจสอบเรียบร้อยแล้วจึงทำการเก็บสินค้า

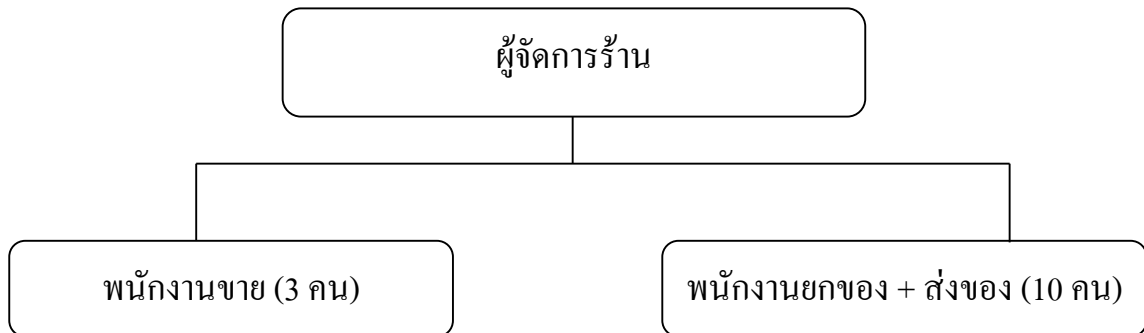
ในการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างของร้าน หงษ์พงษ์หลังวัดศุ นั้น เริ่มจาก ลูกค้าเดินเข้าร้าน พนักงานกล่าวต้อนรับ ถ้าลูกค้าสั่งซื้อสินค้า พนักงานให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า ต้องสามารถชี้แจงรายละเอียดได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้งานของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง แล้วจึงรับคำสั่งซื้อของลูกค้า พร้อมรับชำระเงินจากลูกค้า แล้วนัดหมายวัน เวลา สถานที่ ที่ลูกค้าต้องการให้จัดส่งให้ชัดเจน เมื่อลูกค้าออกจากร้าน พนักงานต้องกล่าวขอบคุณลูกค้า

- **การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน**

โครงสร้างองค์การ

กิจการมีโครงสร้างองค์การแบบ Flat มีการแบ่งลำดับชั้น เพียงแค่ 2 ชั้นเท่านั้น ซึ่งมีการจัดแบ่งส่วนของงานตามลักษณะงาน หรือหน้าที่ในการทำงานต่างๆ เป็นหลัก พนักงานในแต่ละส่วนที่อยู่ในตำแหน่งนั้น ก็จะมีความรู้ ความชำนาญในงานของตัวเอง เนื่องจากเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก จึงมีพนักงานในองค์กรเพียง 14 คนเท่านั้น ทางผู้บริหารร้าน จึงสามารถดูแล พูดคุยกับพนักงานได้อย่างใกล้ชิด ผู้บริหารสามารถรับฟังปัญหา หรือข้อเสนอแนะของพนักงาน และสามารถนำมาปรับปรุงแก้ไขได้ทันที เพื่อส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพแสดงแผนผังองค์กร (Organization Chart)



• การวิเคราะห์แผนการเงิน

เมื่อเริ่มเปิดกิจการ ต้นทุนในการเปิดกิจการครั้งแรก มูลค่ารวม 6,000,000 บาท โดยทั้งนี้ เป้าหมายในการสร้างผลกำไรตอบแทนกลับมานั้น กิจการได้วางเป้าหมายในการใช้บริการในปีแรก เมื่อนำหักต้นทุนการผลิตแล้ว กิจการจะมีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 272,972 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 275,772 ปีที่ 3 เท่ากับ 275,772 ปีที่ 4 เท่ากับ 275,772 ปีที่ 5 เท่ากับ 275,772 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก มีค่าเท่ากับ 2,959,822 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน มีกระแสเงินสดเข้าคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันสุทธิมากกว่ากระแสเงินสดออก จากการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR) มีค่าเท่ากับ 21.79% และจากการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) คือ ระยะเวลาที่กิจการมีกระแสเงินสดสุทธิกลับคืนมาคุ้มกับเงินที่ลงทุนเมื่อเริ่มต้นโครงการ เท่ากับ 3 ปี 4 เดือน

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

แหล่งที่มา : คุณพรชัย ปัญญาวัฒน์ (บิดา) - เจ้าของร้าน ห่วงพงษ์หลังวัสดุ

แหล่งที่มา : คุณณฤมล ปัญญาวัฒน์ (มารดา) - เจ้าของร้าน ห่วงพงษ์หลังวัสดุ

ศักดิ์ดา เทียงวิบูลย์วงศ์. “แผนธุรกิจ กระเบื้องพีวีซีปูพื้น.”วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการ

มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2549.

นิภาพร โชคชัยเกษมสุข. “แผนธุรกิจ ร้านจำหน่ายชุดชั้นในแฟชั่นร้านบราเซียร์.”
วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ,
มหาวิทยาลัยรังสิต, 2553.

ประพันธ์ เจียนดี. “แผนธุรกิจ ผลิตแผ่นปูพื้นคอนกรีตสำเร็จ และเสาเข็มเหล็กกลมกลวง.”
วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ,
มหาวิทยาลัยรังสิต, 2555.