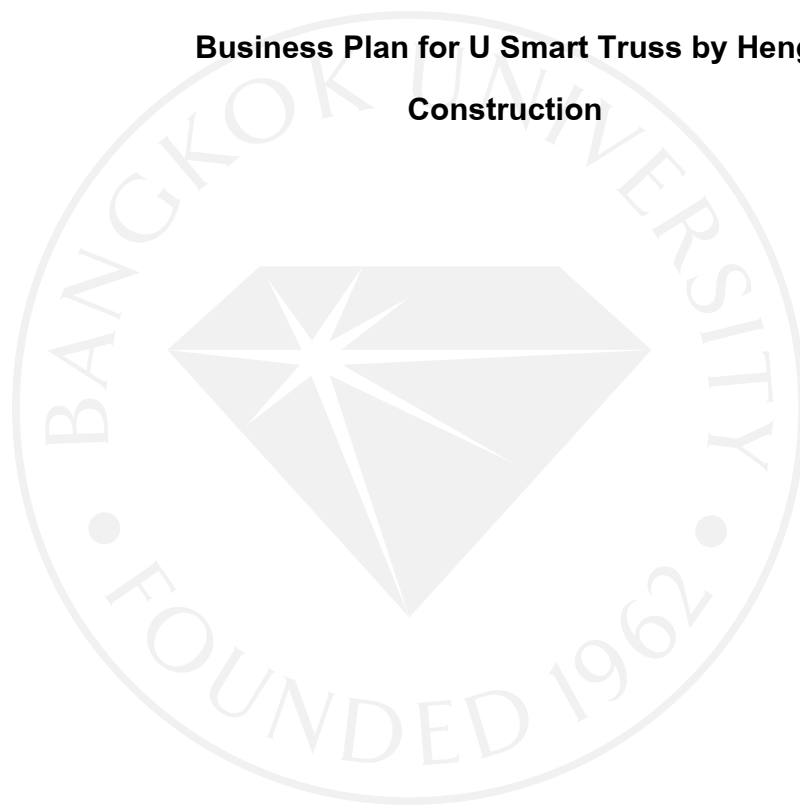


**แผนธุรกิจ U Smart Truss by Heng Construction**  
**แผนกลยุทธ์การตลาด, การดำเนินงาน, การเงิน,**  
**และการลงทุน**

**Business Plan for U Smart Truss by Heng**  
**Construction**



แผนธุรกิจ U Smart Truss by Heng Construction  
แผนกลยุทธ์การตลาด, การดำเนินงาน, การเงิน, และการลงทุน

Business Plan for U Smart Truss by Heng Construction



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2562



©2562

ขวัญพัฒน์ วงศ์เจริญชนโชติ  
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

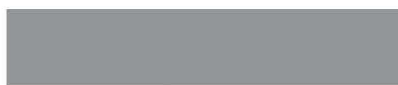
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจ U Smart Truss by Heng Construction

ผู้วิจัย ขวัญพัฒน์ วงศ์เจริญธนาโชด

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.วรวรรณ เลาะห์พลวัฒนา)

ผู้เชี่ยวชาญ



(อ. อาทร พร้อมพัฒนภาค)



(ดร.สุชาดา เจริญพันธ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 9 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

ขวัญพัฒน์ วงศ์เจริญชนโซต. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ,  
ธันวาคม 2562 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ U Smart Truss (29หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.วรวรรณ เลาะห์พลวัฒนา

## บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจร้านเฮงคอนสตรัคชั่นนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะนำไปแผนธุรกิจไปประกอบการตัดสินใจและพัฒนาธุรกิจ จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกและภายใน มีแบบแผนการตลาดเป็นแนวทางในการดำเนินการ โดยที่แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นองค์ประกอบในการจัดโครงสร้างให้กับองค์กรของธุรกิจ ตลอดจนยังมีแผนฉุกเฉินไว้รองรับรวมไปถึงแผนในอนาคตของธุรกิจ

U Smart Truss เป็นนั้นเป็นรูปแบบโครงถัก (truss) ที่ไม่ใช่ลักษณะงานเชื่อมแบบทั่วไปในท้องตลาดและเลือกใช้สกรูในการยึดชิ้นงานต่างๆ ให้มีความแข็งแรง พร้อมทั้งยังมีนวัตกรรมของการออกแบบโครงถักของหลังคาที่คำนึงถึงการป้องกันภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหว มีการคำนวณโครงสร้างหลังคาแบบหลังต่อหลัง มีความเหมาะสมสำหรับบ้านในแต่ละหลัง โดยจะทำให้ไม่สิ้นเปลืองแรงงานคน และใช้เครื่องจักรแทน ทำให้มีความแม่นยำ และลดความผิดพลาดของแรงงานคนที่จะเกิดจากความไม่สมบูรณ์หรือพร้อมต่อการผลิตสินค้า อาจจะเนื่องมาจากปัญหาสุขภาพร่างกาย เทศกาลวันหยุดประจำปีที่ติดต่อกันหลายวัน และเนื่องจากเป็นสินค้าใหม่จึงมีการลงทุนประชาสัมพันธ์สินค้าทั้งการร่วมงานแสดงสินค้าเฉพาะทาง รวมไปถึงการใช้โซเชียลมีเดียที่จะสามารถเข้าถึงลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างรวดเร็วในยุคของอินเทอร์เน็ตที่แพร่หลายได้ หากเป็นไปตามแผนที่กำหนด อนาคตจะเริ่มขยายธุรกิจโดยอาจจะนำเสนอให้กับทางโครงการของอสังหาริมทรัพย์เพื่อขยายตลาดให้กว้างขึ้นและเป็นที่รู้จัก

ปัจจัยต่างๆที่ได้นำมาวิเคราะห์นั้น พบว่า ร้านเฮงคอนสตรัคชั่น จะใช้เงินในการลงทุนจำนวน 10,000,000 บาท และระยะเวลาคืนทุนจะอยู่ในช่วงปีที่ 2-3 อีกทั้งยังมีการเตรียมแผนฉุกเฉินไว้ หากว่ายอดขายไม่ได้เป็นไปตามที่คาดการณ์อาจจะปรับมาเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญ พร้อมให้คำปรึกษากับลูกค้า เพื่อที่จะได้เข้าถึงผู้บริโภคต่อไป

คำสำคัญ: หลังคาโครงถักสำเร็จรูป, เฮงคอนสตรัคชั่น, หลังคาคุณภาพดี, โครงสร้าง, Truss

Wongcharonethanachot. K. M.M.E. (Entrepreneurship), December 2019,

Graduate School, Bangkok University.

Plan for U Smart Truss (29 pp.)

Advisor: Dr.Worrawan Laohapolwatana

### **Abstract**

The purposes of this business plan is bring the information to make decision and development. From the study with external and internal environment of factors, have a planned to do by manage people in business, also have emergency plan for support, and future plan of the business.

'U Smart Truss' is special truss, it's unlike with normal type with welding steel but it's use screw for connected many pieces of truss and strong. Also have innovation of protect disaster such as earthquake, calculate one by one, suitable for each house. A little bit for labor and use more machine with program, accurate and no mistake anymore. Sometimes labors not already for make a product the cause it's health problems or long holidays. The product is new arrival so promote is needed. An exhibition or social media, it's make customer interested in products because nowadays everybody have the internet, if everything is going on as planned, it will be the product sell for real estate and famed

The factors after research, found that the business invest for 10 million THB, the payback period is between 2 to 3 year, also have an emergency plan for the requirement doesn't reach to expected, it will become business for consultant to expand the business in the future

*Keywords: Smart Truss, Heng Construction, Premium Roof, Structure, Truss*

## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยการแนะนำและได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก ดร. วรวรรณ เลาหะพลวัฒน์ ที่ปรึกษาในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และชี้แนวทางในด้านการจัดทำแผนธุรกิจ อีกทั้งคอยตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง รวมไปถึงการให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ใช้กับแผนธุรกิจฉบับนี้ ตลอดจนคณาจารย์คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการทุก ๆ ที่ได้ให้ความรู้ ประสิทธิภาพ ประสาทวิชา จนแผนธุรกิจฉบับนี้มีความสมบูรณ์และครบถ้วนยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้จัดทำขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขวัญพัฒน์ วงศ์เจริญธนาโชต



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของธุรกิจ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	2
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	4
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
3.1 การประเมินศักยภาพ	10
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	11
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด	14
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	15
4.3 แผนงานการสื่อสารการตลาด	16
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน	17
5.2 การกำหนดตำแหน่ง และหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน	18
5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	19
5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร	19
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง	20
6.2 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ	20
6.3 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ	20
6.4 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ	20



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 7 แผนการเงิน	
7.1 ความต้องการเงินทุน	21
7.2 สมมติฐานทางการเงิน	21
7.3 ประมาณการงบการเงิน	22
7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน	25
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในโอกาสของธุรกิจ	
8.1 แผนฉุกเฉิน	26
8.2 สมมติฐานทางการเงิน	27
บรรณานุกรม	28
ประวัติผู้เขียน	29



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1: แสดงวิเคราะห์คู่แข่ง	9
ตารางที่ 7.1: แสดงตารางงบกำไรขาดทุน ปี 2562	22
ตารางที่ 7.2: แสดงตารางงบกำไรขาดทุน ปี 2563	22
ตารางที่ 7.3: แสดงตารางงบกำไรขาดทุน ปี 2564	23
ตารางที่ 7.4: แสดงตารางงบ	23
ตารางที่ 7.5: ตารางแสดง งบกระแสเงินสด	24



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ภาพโครงสร้าง Truss	1
ภาพที่ 1.2: โลโก้บริษัทเฮงคอนสตรัคชั่นจำกัด	2
ภาพที่ 2.1: กราฟแสดงปริมาณการผลิต-การนำเข้า-การส่งออก-การบริโภค-สินค้าเหล็ก	4
ภาพที่ 2.2: ปริมาณการใช้เหล็กในอุตสาหกรรมต่างๆของประเทศไทย	5
ภาพที่ 2.3: การขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2018	6
ภาพที่ 2.4: อุตสาหกรรมก่อสร้างต้องประสบกับปัญหาการมีประสิทธิภาพที่ต่ำ	7
ภาพที่ 2.5: ราคาของเหล็กในตลาดโลกช่วงปี 2018	8
ภาพที่ 4.1: การแบ่งส่วนทางการตลาด	14
ภาพที่ 4.2: แผนงานการสื่อสารการตลาด	16
ภาพที่ 5.1: โครงการสร้างองค์กรบริษัทเฮงคอนสตรัคชั่น	17



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 แนะนำธุรกิจ

ภาพที่ 1.1: ภาพโครงสร้าง Truss



U Smart Truss เป็นโครงหลังคาสำเร็จรูปคือ การนำเหล็กเคลือบกัลวาไนซ์รีดขึ้นรูปเป็นชิ้นแล้วนำมาต่อโดยใช้นอตเข้าเป็นโครง Truss (โครงถัก) ซึ่งประกอบจากชิ้นส่วนเหล็กกัลวาไนซ์หลายท่อน จึงทำให้มีข้อจำกัดเรื่องรูปทรงหลังคาที่เหมาะสม รวมทั้งงานออกแบบโครงหลังคาสำเร็จรูปต้องอาศัยวิศวกรที่ผ่านการเรียนรู้เฉพาะทางเพื่อการออกแบบโครงถักเฉพาะตัวของโครงสร้างแต่หลัง และต้องใช้บริการจากผู้ผลิตแต่ละรายโดยเฉพาะเท่านั้น ปัจจุบันนวัตกรรมโครงสร้างนั้นมีบทบาทต่อการก่อสร้าง ทั้งด้านคุณภาพด้านราคา และด้านความรวดเร็วในการติดตั้งประกอบ ทั้งนี้คนทั่วไปต่างๆ ได้มีแนวความคิดที่ยึดติดกับการทำงานแบบเดิมๆ เนื่องจากการสร้างบ้านนั้นในส่วนของหลังคาเป็นส่วนที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าฐานรากซึ่งโครงสร้างหลังคานั้นส่วนใหญ่จะใช้วัสดุที่เป็นเหล็กดำและนำมาทาสีจึงทำให้งานนั้นช้าลงโดยทั่วไปแล้วอายุการใช้งานก็จะเสื่อมสภาพไปตามกาลเวลาเป็นสาเหตุของการเกิดสนิมซึ่งจะทำให้โครงสร้างนั้นไม่แข็งแรงทนทาน รวมถึงระยะเวลาในการดำเนินงานเราจึงออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง และมีอายุการใช้งานได้ยาวนานโดยการใช้โครงหลังคาเหล็กสำเร็จรูปเป็นการในนวัตกรรมที่ไม่

ต้องใช้การเชื่อมเหล็กแต่ใช้การประกอบหน้างานพร้อมกับการใช้สกรูยึดติด เพื่อให้งานนั้นดำเนินการได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

## 1.2 ที่มาของธุรกิจ

ภาพที่ 1.2: โลโก้บริษัทเฮงคอนสตรัคชั่นจำกัด



เนื่องจากเดิมที่บริษัทเฮงเจริญโลหะกิจจำกัด ได้เป็นร้านค้าเหล็กรูปพรรณ เหล็กเส้น และงานรับเหมาก่อสร้าง จึงมีโอกาสเห็นช่องทางด้านนี้เลยผลันตัวเองจากผู้ค้าปลีกเปลี่ยนมาเป็นรายผลิต และอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญอีกด้านหนึ่งคือ นวัตกรรมทางการก่อสร้างระบบ Smart Truss ยังไม่มีฐานผลิตตามต่างจังหวัดมากนัก ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ใน กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ทางบริษัทจึงเห็นโอกาสในด้านนี้เลยผลันตัวจากผู้ค้ามาดำเนินงานตรงนี้แทน เพื่อที่จะต่อยอดทางธุรกิจของครอบครัวให้ใหญ่ขึ้น เพื่อที่จะรองรับเศรษฐกิจที่จะเติบโตในอนาคต โดยการขยายตลาดทางโซนภาคเหนือและภาคอีสาน

### 1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ได้แก่

1.3.1 เพื่อศึกษาข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้องของธุรกิจนี้ว่ามีความเจริญเติบโตได้มากน้อยเพียงใด

1.3.2 เป็นการหาช่องทางการตลาดในเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายในอนาคต

1.3.3 รู้ที่มาที่ไปของการผลิตและการลงทุนของธุรกิจตัวนี้

## รูปแบบของธุรกิจ

เป็นธุรกิจที่ผลิตเกี่ยวกับนวัตกรรมของโครงสร้างหลังคาแบบใหม่ เพื่อให้ผู้บริโภคนั้นประหยัดต่อการสร้างหลังคา และดำเนินงานได้ไวยิ่งขึ้น ซึ่งตัว U Smart Truss เป็นระบบโครงสร้างหลังคาที่ง่ายต่อการติดตั้งโดยใช้เพียงแค่สกรูในการยึดติดแทนแบบการใช้วิธีการเชื่อมแบบเดิม โดย U Smart Truss จะทำให้ผู้ใช้งาน สะดวก รวดเร็ว ประหยัด และเสียหายน้อยที่สุดในการใช้งาน เพราะเป็นการออกแบบโดยขึ้นต่อชั้นของการทำงาน เพราะจะทำให้โครงสร้างของโครงถักนั้นแข็งแรงยิ่งขึ้น โดยการจะต่างจากการประกอบแบบเก่า นั่นคือ เราจะคำนวณทางด้านโครงสร้างที่ต้านทานต่อแรงลม และแผ่นดินไหวเพื่อรองรับภัยพิบัติต่างๆในอนาคต



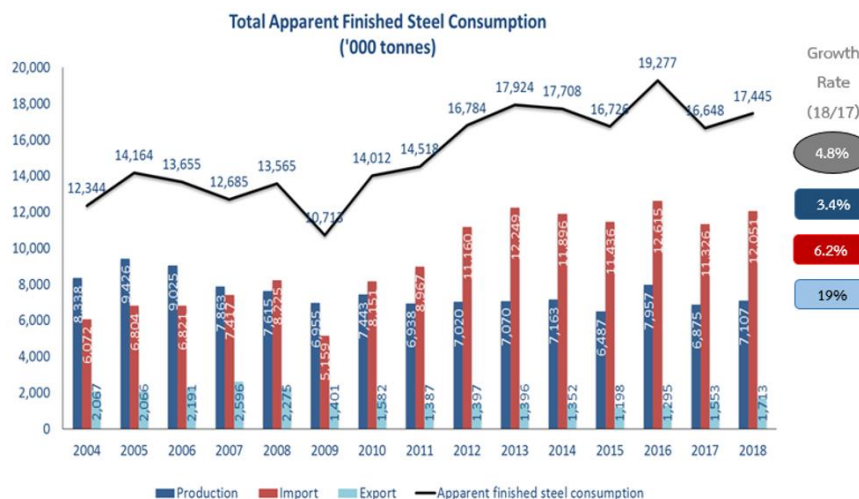
## บทที่ 2

### การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

#### 2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

จากข้อมูลการบริโภคของเหล็กสำเร็จรูปของประเทศไทยสำหรับปี 2018 ได้ขยายตัวเป็นร้อยละ 4.8 อยู่ที่ 17.4 ล้านตัน ในขณะที่การบริโภคของเหล็กที่แท้จริงขยายตัวเป็นร้อยละ 3.7 ซึ่งการผลิตเหล็กในประเทศไทยอยู่ที่ 7.1 ล้านตัน ได้ขยายตัวร้อยละ 3.4 การนำเข้าเหล็กสำเร็จรูปขยายตัวเป็นร้อยละ 6.2 ซึ่งอยู่ที่ 12 ล้านตัน ส่วนในด้านการส่งออกขยายตัวเป็นร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ราคาเหล็กในประเทศไทยได้เฉลี่ยลดลงเป็นร้อยละ 5.2 โดยคาดว่าความต้องการใช้เหล็กของประเทศไทยปี 2019 อยู่ที่ 18.7-19 ล้านตัน ปัจจัยบวกจากการขยายตัวในอุตสาหกรรมการก่อสร้าง การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานต่างๆของภาครัฐโดยมีโครงการรถไฟฟ้าสายต่างๆ ในกรุงเทพฯ และพื้นที่โดยรอบ และแนวโน้มการลงทุนในส่วนของอสังหาริมทรัพย์ และการลงทุนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ดำเนินการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 การขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องจักรกล และอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆที่สอดคล้องมีความเกี่ยวข้องกัน มีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้ดีขึ้นในโครงการอสังหาริมทรัพย์

ภาพที่ 2.1: กราฟแสดงปริมาณการผลิต-การนำเข้า-การส่งออก-การบริโภค-สินค้าเหล็กของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2004 – 2018

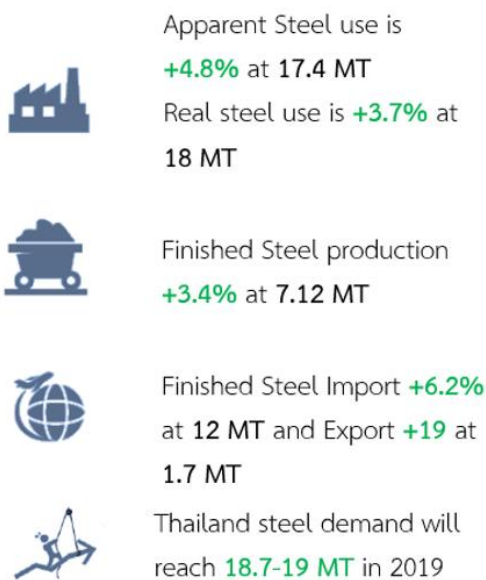


ที่มา : สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย

จะเห็นว่าปริมาณการใช้เหล็กในภาคอุตสาหกรรมต่างๆของประเทศไทย ในส่วนของงาน อุตสาหกรรมการก่อสร้างจะมีการเลือกใช้เหล็กร้อยละ 55 จากปริมาณทั้งหมด จากการลงทุนของ โครงสร้างพื้นฐาน ทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน นั้นลำดับถัดมาคือการใช้งานใน อุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งจะมีปริมาณในการใช้เหล็กอยู่ที่ร้อยละ 19 จากปริมาณทั้งหมด จากการผลิต รถยนต์ภายในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอยู่ที่ประมาณ 2 ล้านคัน การใช้เหล็กในภาคงานอุตสาหกรรม เครื่องมือ รวมไปถึงเครื่องจักรต่างๆร้อยละ 11 และการใช้เหล็กในอุปกรณ์ต่างๆอยู่ที่ร้อยละ 10 ตามลำดับ

ภาพที่ 2.2: ปริมาณการใช้เหล็กในอุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศไทย

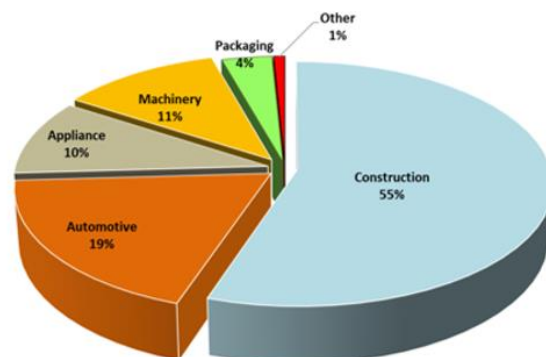
### Thailand Steel Industry 2018



Downstream industry demand seem softer in 2018 (Production)

Cement	+1.2%
Car production	+8.9%
Canned Fruit	-12.7%
Canned Seafood	+13.6%
Compressors	-9.9%
Refrigerator	-9%

Demand Breakdown in 2018



Source : Iron and Steel Institute of Thailand (ISIT), February 2019

ที่มา : สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย

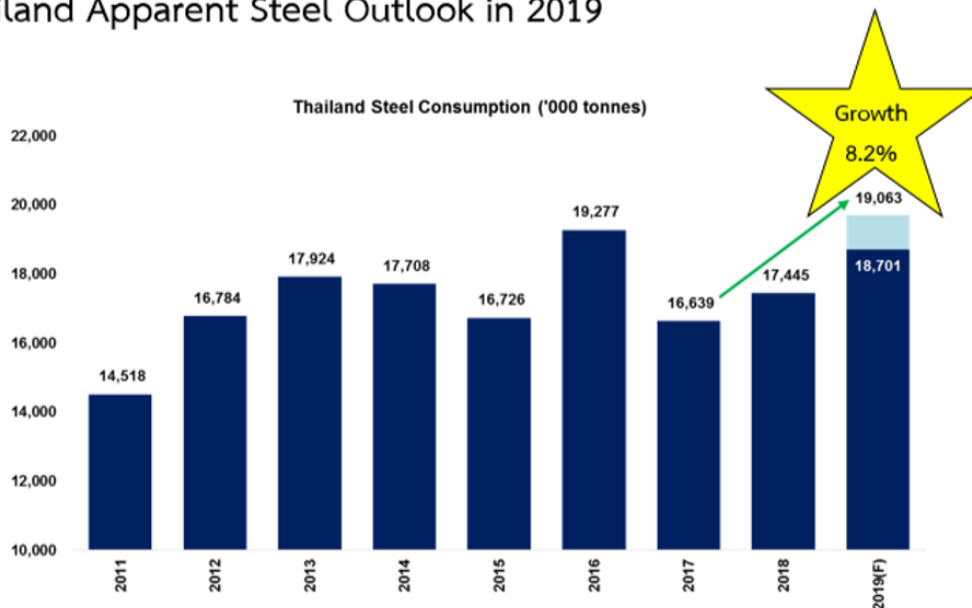
สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย คาดการณ์ว่าปริมาณความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เหล็กในปี 2019 จะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2018 อยู่ที่ประมาณ 8.2% โดยคาดว่าปริมาณความต้องการจะอยู่ที่ 18.7-19 ล้านตัน เป็นผลมาจากการขยายตัวในอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องของ อุตสาหกรรมเหล็ก เช่น การขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น การขยายตัวบรรจุภัณฑ์อาหาร กระป๋องสำเร็จรูป รวมถึงการขยายตัว ทางด้านการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของภาครัฐ ในปี 2019 เช่น โครงการก่อสร้างรถไฟรางคู่ โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงเชื่อมต่อ 3 สนามบิน (ดอนเมือง-



สุวรรณภูมิ-อุตะเภา) และการขับเคลื่อนโครงการเพื่อพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษชายฝั่งทะเลตะวันออก และโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมอื่นๆ ซึ่งจากแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ ภายในประเทศคาดว่าความต้องการใช้เหล็กในปี 2019 ยังคงสามารถเติบโตเพิ่มขึ้นได้เรื่อยๆ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 2.3: การขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2018

## Thailand Apparent Steel Outlook in 2019



### Assumption

In 2019 Construction will growth about 6-8% support by Public Construction and Private Construction. Automotive growth 3-5% production will be 2.2 million unit in 2019. Appliance growth 4-6% from Government spending stimulus measures and the trade war situation to be resolved after negotiations. But still have to follow closely. Packaging growth 3-5% support by the canned sea food growth 13.6% support by India will reduce their production it may the opportunities for export.

Source: OIE, Krungsri Research, NESDB, Electrical and electronics Institute (EEI), National food Institute (NFI), Machinery Intelligence Unit and forecasted by Iron and Steel Institute of Thailand (ISIT), February 2019

ที่มา : สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย.(2562) รายงานสรุปสถานการณ์อุตสาหกรรมเหล็ก ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมเหล็กไทย. สืบค้นจาก <http://www.isit.or.th/coverpage.php>

### 2.1.1 การวิเคราะห์ด้วย (PESTEL Analysis)

Economic Social (เศรษฐกิจ สังคม) เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวขึ้นเป็นร้อยละ 3.7 เช่นเดียวกับปี 2561 โดยเศรษฐกิจโลกจะทยอยการปรับตัวดีขึ้นตามการค้าโลกภายในประเทศควบคู่กับการค้าหลักที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การผลิตและการส่งออกปรับตัวเพิ่มขึ้น ประกอบกับอัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย และอัตราการว่างงานยังคงอยู่ในระดับต่ำ จนทำให้ในช่วงปลายปี 2561 ธนาคารกลางของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีมติปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย จากระดับ 1.75-2.00% ขึ้นเป็น 2.00-2.25% สะท้อนให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในสภาวะทางด้านเศรษฐกิจและระบบทางการเงินของสหรัฐนั้นแข็งแกร่งขึ้น โดย

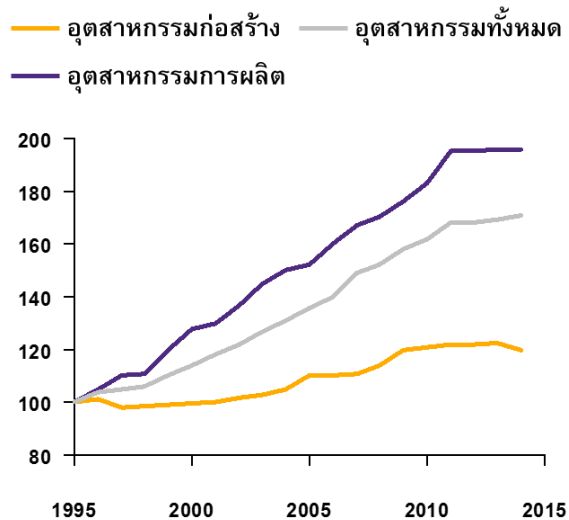
ประเทศต่างๆ ส่วนใหญ่ยังคงรักษาอัตราดอกเบี้ยให้อยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก และคงอัตราเงินเฟ้อให้อยู่ในระดับเป้าหมาย เพื่อรักษาความมั่นคงทางการเงินและกระตุ้นการขยายตัวของ

Technology (เทคโนโลยี) ในยุคดิจิทัลปัจจุบันนี้ ได้มีเทคโนโลยีเข้ามาเป็นบทบาทสำคัญในธุรกิจและอุตสาหกรรมมากมายหลายอย่าง อีกทั้งยังส่งผลต่อภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ให้เคลื่อนไหวตัวอย่างรวดเร็วขึ้นเพื่อเอาตัวรอด จนเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในหลายๆวงการ แต่หากเทียบกับในธุรกิจอื่นๆ แล้วธุรกิจก่อสร้างในภาพรวมทั่วโลกถือว่าเป็นธุรกิจที่นำเทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อย ในการประยุกต์เทคโนโลยีเข้ามาใช้ในขั้นตอนของงานก่อสร้าง เนื่องจากว่ายังมีงานหลายอย่างที่ยังอาจจะมี ความจำเป็นต้องใช้แรงงานอยู่ อย่างไรก็ตาม ทางผู้ประกอบการนั้น ได้นำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมช่วยยกระดับคุณภาพของการดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถลดปัญหาต่างๆ โดยอุตสาหกรรมก่อสร้างทั่วโลกยังคงประสบปัญหาด้านประสิทธิภาพ ปัญหาขาดแคลนแรงงาน และต้นทุนค่าแรงที่สูงขึ้น ซึ่งแนวโน้มจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยอุตสาหกรรมก่อสร้างยังคงมีอัตราการเติบโตของประสิทธิภาพการผลิต (Productivity) รวมถึงไปการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงานค่อนข้างต่ำกว่าเทียบกับภาคงานอุตสาหกรรมอื่นๆ

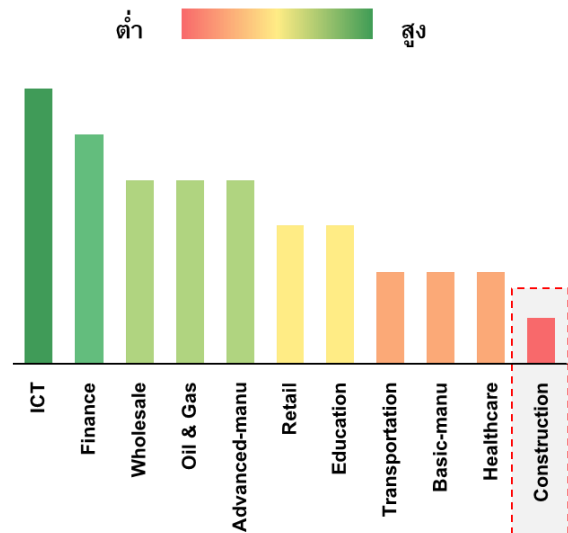
ภาพที่ 2.4: อุตสาหกรรมก่อสร้างต้องประสบกับปัญหาการมีประสิทธิภาพที่ต่ำกว่าภาคอุตสาหกรรมอื่น โดยเปรียบเทียบ อีกทั้งยังไม่ค่อยมีการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการทำงานมากนัก

#### อัตราการเติบโตของประสิทธิภาพการผลิต

หน่วย: ดัชนี 1995=100



#### The MGI Industry Digitalization Index

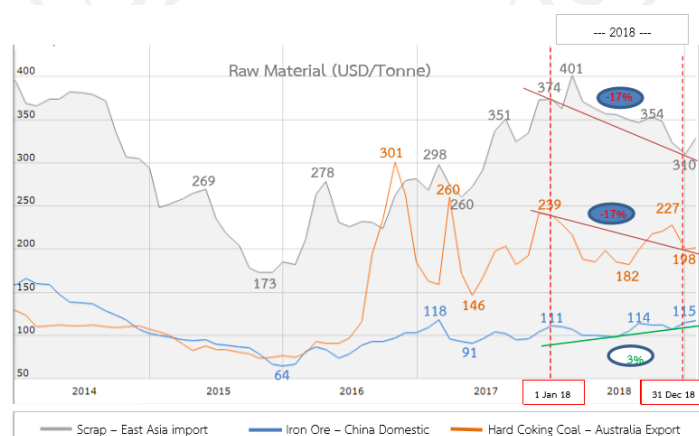


ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2561). รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2561 และแนวโน้มปี 2562. สืบค้นจาก <http://www.oie.go.th/sites/default/files/>

Environmental (ด้านสภาพแวดล้อม) ราคาของเหล็กในตลาดโลกช่วงปี 2018 ระดับราคามีการปรับตัวลงเมื่อเทียบกับช่วงปี 2017 เหตุจากภาวะเศรษฐกิจเกิดการชะลอตัวลงในหลายประเทศ โดยเฉพาะ

ภาวะเศรษฐกิจของประเทศจีนที่เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ใช้เหล็กอันดับหนึ่งของโลก รวมถึงผลกระทบของการตอบโต้ทางการค้าของภาวะสงครามทางการค้า ทำให้ภาวะการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมเหล็กมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ระดับราคาจึงมีการปรับตัวลดลงประกอบกับความผันผวนของราคาเหล็กทั่วโลก ประกอบกับราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวลดลงโดยเฉพาะการลดลงของราคาของเศษเหล็ก (Scrap) ที่มีทิศทางในการปรับลดตั้งแต่ต้นปี 2018 เป็นต้น มาจนกระทั่งสิ้นปี 2018 ราคาเศษเหล็กปรับลดลง 17% และเมื่อได้เทียบกับช่วงต้นปี ราคาจะอยู่ที่ราวๆ 310 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน ในช่วงสิ้นปี ในส่วนของราคา Coking coal ได้ปรับลดลงเช่นกัน โดยราคาตั้งแต่ต้นปีจนถึงสิ้นปี ราคาของ Coking coal ปรับลดลง 17% เมื่อเทียบกับราคาช่วงต้นปี โดยราคาในช่วงสิ้นปีอยู่ที่ 198 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน ส่วนราคาเหล็กที่ปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ 3% ในช่วงปลายปี 2018 อยู่ที่ประมาณ 115 ดอลลาร์สหรัฐต่อตันราคาผลิตภัณฑ์เหล็กในตลาดโลกปี 2018 เริ่มมีการชะลอในช่วงเดือนพฤษภาคม และมีแนวโน้มลดลง โดยราคาผลิตภัณฑ์เหล็กในประเทศจีนและราคาเหล็กนำเข้าในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ปรับตัวลดลงตั้งแต่ช่วงเดือนพฤษภาคมจนถึงเดือนธันวาคม 2018 ราคาเหล็กแผ่นรีดร้อนและ เหล็กเส้นปรับตัวลดลงตามทิศทางราคาเหล็กในจีนซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่ของโลก ในขณะที่ภาวะคู่แข่งของ U Smart Truss นั้นมี SCG, Nano Truss, Easy Truss และ Sigma Truss ซึ่งแต่ละตัวนั้นได้อยู่ในเขตโซนของจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑลทั้งหมด

ภาพที่ 2.5: ราคาของเหล็กในตลาดโลกช่วงปี 2018



ที่มา : สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย.(2562) รายงานสรุปสถานการณ์อุตสาหกรรมเหล็ก  
ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมเหล็กไทย. สืบค้นจาก <http://www.isit.or.th/coverpage.php>

ตารางที่ 2.1: วิเคราะห์คู่แข่ง ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ U Smart Truss มีประสิทธิภาพของการติดตั้งได้ดีกว่าแล้วประหยัดเวลาต่อผู้ใช้งาน

	U Samrt Truss	Nano Truss	Easy Truss	Sigma Truss	SCG
ขนาดความหนาของเหล็ก	ใช้เหล็กหนา 1.6 มิลในการผลิต	ใช้เหล็กหนา 0.8 - 1 มิลในการผลิต	ใช้เหล็กหนา 0.8 มิลในการผลิต	ใช้เหล็กหนา 1 มิลในการผลิต	ใช้เหล็กหนา 1.2 มิลในการผลิต
แข็งแรง	ดีมาก	ดี	น้อย	ดี	ดี
ราคา	ปานกลาง	ถูก	ถูก	ถูก	ปานกลาง
เป็นเหล็กกันสนิมชุบซิงค์	เหล็กชุบซิงค์	เหล็กชุบซิงค์	เหล็กชุบซิงค์	เหล็กชุบซิงค์	เหล็กชุบซิงค์
เสียหายน้อย	ตัดทิ้งหน้างานน้อย	ตัดทิ้งเยอะ	ตัดทิ้งน้อย	ตัดทิ้งน้อย	ตัดทิ้งน้อย
ติดตั้งง่าย	ติดตั้งง่าย	ติดตั้งง่าย	ติดตั้งง่าย	ติดตั้งง่าย	ติดตั้งง่าย
คำนวณแรงลม	มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ประกอบแบบโดยใช้น็อต	ใช้น็อตประกอบ	ใช้น็อตประกอบ	ใช้น็อตประกอบ	ใช้น็อตประกอบ	ใช้น็อตประกอบ
คำนวณแรงแผ่นดินไหว	มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ติดตั้งหน้างานใช้คนน้อย	ใช้คน 1-4	ใช้คน 1-5	ใช้คน 1-6	ใช้คน 1-5	ใช้คน 1-4
มีตัวอย่างประกอบหน้างานให้	มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี

### บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

#### 3.1 การประเมินศักยภาพ

##### จุดแข็ง

- สินค้ามีความโดดเด่นทางด้าน Technology & Innovation
- ธุรกิจมีเครือข่ายที่เป็น Supplierด้านวัตถุดิบ
- สะดวก รวดเร็ว
- ประหยัดค่าใช้จ่าย
- เพิ่ม Safety Factors ให้กับโครงหลังคา
- มีขอบข่ายการผลิตและควบคุมมาตรฐานตั้งแต่เริ่มต้น

##### จุดอ่อน

- เป็นสินค้าใหม่ที่ลูกค้ายังขาดความรู้ และความเข้าใจ
- ธุรกิจมีโอกาสแต่ขาดเงินลงทุน
- การลงทุนค่อนข้างสูง
- เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ผู้คนไม่กล้าที่จะทดลองใช้
- ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า

##### โอกาส

- เทรนด์ธุรกิจก่อสร้างมีแนวโน้มเติบโต
- ส่งเสริมเกี่ยวกับนวัตกรรมทางด้าน Technology วัสดุก่อสร้าง ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน
- คู่แข่งน้อย
- ลดต้นทุนการผลิตเครื่องจักรเองได้

##### อุปสรรค

- การแข่งขันทางการตลาดของกลุ่มภาคอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างรายใหญ่มีจำนวนมาก
- ต้นทุนของวัตถุดิบหลักมีความผันผวน อาจทำให้ต้นทุนการผลิตที่มากขึ้น
- สภาวะตกต่ำอาจทำให้มีผลกระทบต่อยอดขาย
- วัตถุดิบไม่ได้มาตรฐาน
- เป็นแบรนด์ใหม่ อาจจะต้องใช้เวลาในการสร้างความเชื่อถือ

- SO - เป็นสินค้าใหม่ที่มีความโดดเด่นทางด้าน Technology ที่สามารถให้ความรู้ทางเทคนิค
- สะดวกรวดเร็วในการติดตั้งที่สินค้าอื่นต้องใช้เวลาติดตั้งแบบเก่า
- WO - พัฒนาสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในมาตรฐานสากล ISO และ มอก.
- ST - นำเสนอสินค้าผ่านงานสมาคมสถาปนิกสยาม บ้านและสวน และงานทางด้านวิศวกรรมและอภitechผ่านสื่อออนไลน์ให้คนเข้าใจเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ในด้านเทคนิคและการใช้งาน
- WT - พัฒนาผลิตภัณฑ์และเข้าทดสอบทางด้านเทคนิคให้มีความแข็งแรงและคงทนอยู่เสมอ

### 3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

#### วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูป เหล็กรูปพรรณในเขตภาคเหนือ อีกทั้งเพื่อดูแลบริการหลังการขายที่สมบูรณ์แบบเป็นศูนย์บริการเหล็กที่มีชื่อเสียงระดับภาคเหนือและภาคอีสาน ซึ่งมีนโยบายการดำเนินธุรกิจแบบ one stop service หรือ การบริการอย่างครบวงจร โดยบริษัททำหน้าที่เป็นผู้ผลิต/แปรรูปและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทุกประเภทซึ่งทำให้บริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากที่สุดแห่งหนึ่งในโซนภาคเหนือและภาคอีสาน อีกทั้งบริษัทยังมีการบริการหลังการขายที่สมบูรณ์แบบในด้านการจัดส่งสินค้าที่สะดวกรวดเร็วและตรงต่อเวลาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างสูงสุด

#### พันธกิจ

1. พัฒนาและรวบรวมองค์ความรู้ด้านวิชาการรวมถึงเทคโนโลยีในการผลิต การทดสอบ การแปรรูปวัสดุที่เหมาะสม กับการใช้งานในอุตสาหกรรมต่างๆ และการนำกลับมาใช้ใหม่
2. ถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะและเทคโนโลยีด้านการออกแบบ การผลิต การแปรรูปโลหะ การสร้างเครื่องจักร อย่างมีประสิทธิภาพปลอดภัยและรักษาสิ่งแวดล้อมแก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน
3. รวบรวมวิเคราะห์และให้บริการด้านข้อมูลอุตสาหกรรมวัสดุและโลหะการ เพื่อใช้ในการวางแผนนโยบาย ของหน่วยงานรัฐและเป็นเครื่องนำทางด้านธุรกิจ
4. เป็นศูนย์กลางการให้บริการทดสอบและให้คำปรึกษาทางด้านวิศวกรและสถาปนิกครบวงจร

เป้าหมาย

ระยะเวลา 1 ปี

บริษัท เองเจริญโลหะกิจ จำกัดจะเป็นเจ้าแรกในจังหวัดนครสวรรค์ที่เป็นโรงผลิต U Smart Truss และจะเริ่มทำการขายภายในจังหวัดนครสวรรค์ อำเภอใกล้เคียงและหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ

ระยะเวลา 2 ปี

ทางบริษัทจะเริ่มขยายจากที่ขายแค่ภายในจังหวัดนครสวรรค์และอำเภอใกล้เคียง จะเริ่มทำการขยายสาขาเพื่อทำการยอดขายไปตามภูมิภาคต่างๆ เริ่มจากทางโซนภาคเหนือโดยจะเริ่มเปิดสาขา 2 ที่จังหวัดเชียงใหม่ก่อนเป็นอันดับแรก เนื่องจาก จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองเศรษฐกิจขนาดใหญ่ในโซนภาคเหนือ และจะเริ่มทำการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีกในจังหวัดพิษณุโลก เนื่องจากเป็นเมืองเศรษฐกิจอันดับ 2 ในโซนภาคเหนือ

ระยะเวลา 3 ปี

ทางบริษัทจะเริ่มทำงานขยายโซนจากภาคเหนือเป็นภาคอีสาน โดยจะเริ่มจากเปิดสาขาแรกในภาคอีสานที่จังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี และหนองคายเพื่อที่จะทำช่องทางการขายกับประเทศลาวในอนาคต และอาจจะมี การเพิ่มฐานผลิตในฝั่งประเทศเพื่อนบ้านเป็นต้น

ระยะเวลา 5 ปี

ทางบริษัทจะเริ่มทำการขยายสาขาไปยังโซนภาคใต้อันได้แก่ หาดใหญ่ ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี จากนั้นจะเริ่มเข้าตลาดภาคกลาง

วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1. เพื่อให้เป็นเจ้าแรกที่เป็นฐานผลิตในโซนภาคเหนือ เนื่องจากว่าวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่จะอยู่แถวกรุงเทพ และปริมณฑล และจึงส่งต่อมายังจังหวัดต่าง-
2. แต่ละสาขามียอดขายที่สามารถทำกำไรได้ไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท

### 3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

ราคาโลหะ อาทิเช่น เหล็กและทองแดง ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของระบบอุตสาหกรรม โดยที่ผ่านมาราคาโลหะ และทองแดงมีอัตราการขยายตัวสูง เนื่องมาจากสาเหตุทางด้านราคาพลังงาน การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและ ภัยทางธรรมชาติ แต่ครั้งปีหลังราคาน่าจะชะลอตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป

อุตสาหกรรม เหล็ก และเหล็กกล้าในประเทศ

ดัชนีผลิต : ไตรมาสที่ 2 ปี 2561 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2560 โดยเฉพาะเหล็กแผ่นรีดร้อนชนิดม้วน มีการผลิตสูงขึ้น เนื่องจาก ได้รับแรงหนุนจากภาคอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง แต่เหล็กทรงยาวมีดัชนีการผลิตลดลง เนื่องจาก งานก่อสร้างขนาดใหญ่ในประเทศเริ่มทรงตัว

การผลิต : ไตรมาสที่2ปี2561 มีดัชนีเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 2.5(%YoY) และลดลงร้อยละ 7.5% โดยที่นิยมผลิตคือเหล็กทรงแบน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5% โดยผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นได้แก่ เหล็กรีร้อนชนิดม้วน และที่ลดลงคือ เหล็กข้ออ้อยและเหล็กรูปพรรณ

การจำหน่าย : ไตรมาสที่2ปี2561 ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 0.01(%YoY)และลดลงจากไตรมาสที่1ปี2561 ร้อยละ%โดยเหล็กทรงยาวลดลงร้อยละ18.2 ได้แก่เหล็กเส้น และ เหล็กโครงสร้างรูปพรรณ แต่เหล็กทรงแบนกลับเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.9 คือเหล็กแผ่นเคลือบสังกะสี และเหล็กแผ่นเคลือบโครเมียม ซึ่งใช้ในอุตสาหกรรม ยานยนต์ และ เครื่องใช้ไฟฟ้า

การนำเข้า : ไตรมาสที่2ปี2561 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วร้อยละ 16.5(%YoY) โดยที่นำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือ เหล็กแผ่นชนิดเคลือบชนิดต่าง ๆ

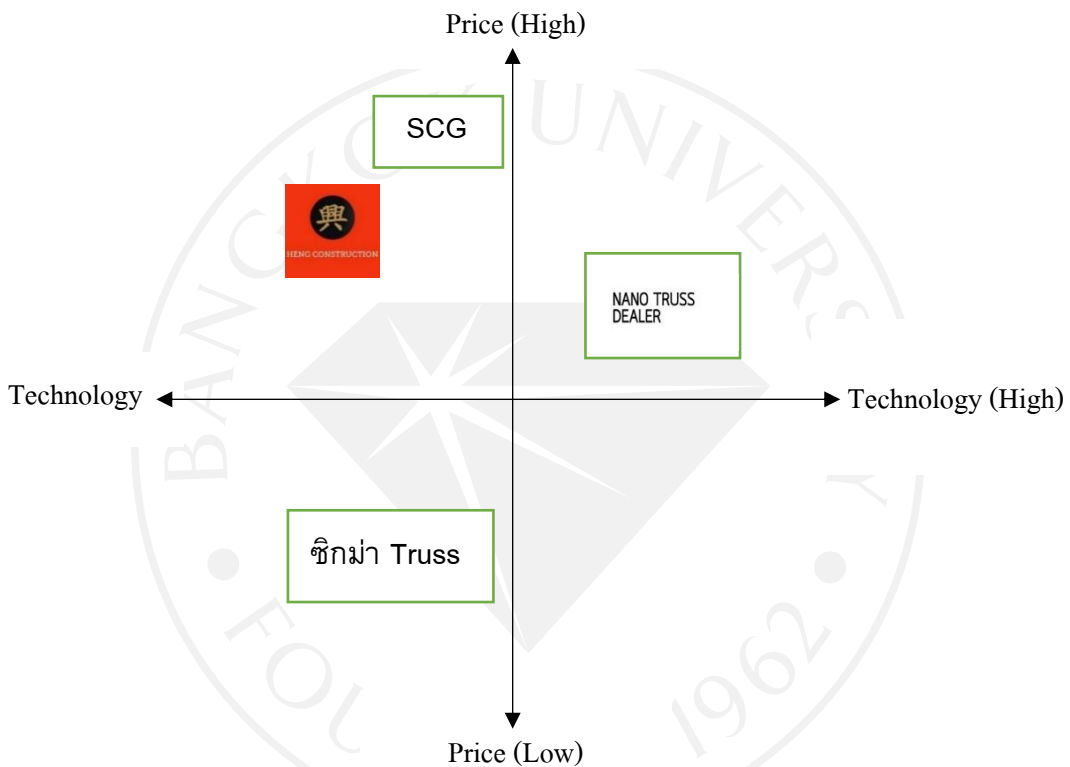
คาดว่าดัชนีไตรมาสที่3ปี2561 จะเพิ่มขึ้นร้อยละ2.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และการจำหน่ายในประเทศจะเพิ่มขึ้น ร้อยละ3.4 คาดว่า อุตสาหกรรมจะกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง โดยเฉพาะ อุตสาหกรรมก่อสร้างจากโครงการภาครัฐ ประกอบกับการที่ประเทศไทย ได้รับการยกเว้นการใช้มาตรการปกป้องจากสหภาพยุโรป ทำให้สามารถส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ได้เพิ่มขึ้น



## บทที่ 4 แผนการตลาด

### 4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งบริการ

ภาพที่ 4.1: การแบ่งส่วนทางการตลาด



จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่าบริษัท เสงคอนสตรัคชั่น จำกัด ได้อยู่ระดับคุณภาพที่น่าพอใจตรงที่มีคุณของชิ้นแข็งแรงและราคาประหยัดเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ

ภูมิศาสตร์  
จำหน่ายพื้นที่

ระยะเวลาปีที่ 1 จะเริ่มจำหน่ายในเขตพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์และอำเภอใกล้เคียง

ระยะเวลาปีที่ 2-3 ขยายโซนภาคเหนือโดยเริ่มจากจังหวัดเชียงใหม่และพิษณุโลกและขยายโซนไปทางภาคอีสานจังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุตรธานี และหนองคายเพื่อที่จะทำช่องทางการขายกับประเทศลาวในอนาคต

ระยะเวลาปีที่ 4-5 โชนภาคใต้อันได้แก่ หาดใหญ่ ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี จากนั้นจะ  
เริ่มเข้าสู่ภาคกลาง

#### ประชากรศาสตร์

ขายให้กับ : ผู้รับเหมา สถาปนิก วิศวกร  
ช่วงอายุ : 30 ปีขึ้นไป  
เพศ : ชาย และ หญิง  
รายได้ : 35,000 บาทขึ้นไป

#### จิตวิทยา

- ลูกค้าที่จะต้องการสร้างบ้านแต่ไม่มีความรู้ทางด้านโครงสร้าง
- ลูกค้าที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการทำหลังคาบ้าน
- วิศวกรและสถาปนิก ที่สเปกแบบหลังคา โดยการใช้ U Smart Truss

#### ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ผู้รับเหมา สถาปนิก วิศวกร ที่ต้องการทำงานรวดเร็วและสะดวกสบาย ง่ายต่อการใช้งานโดยไม่ยุ่งยากในการประกอบของชิ้นงานและยังสามารถประหยัดเวลาในการก่อสร้าง การวางตำแหน่ง

#### 4.2 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

##### Product

สินค้าทางบริษัทเป็นไปตามออร์ที่ลูกค้าสั่ง ซึ่งลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตตามแบบที่ลูกค้าต้องการเท่านั้น จะไม่มีเหลือทิ้งเยอะในการประกอบหน้างาน และจะใช้คนติดตั้งหน้างานน้อย ยังพร้อมมีรูปแบบการติดตั้งให้กับทางลูกค้าด้วยเพื่อให้สะดวกในการประกอบ

##### Price

สินคาราคาเทียบเท่ากับท้องตลาด แต่คุณภาพดีกว่าตรงที่เหล็กที่ทางบริษัทขายนั้นไม่เป็นสนิมและยังเป็นความหนาที่เต็มไม่ลดขนาดของสินค้า

##### Place

เนื่องจากบริษัทมีที่ตั้งทำเลเดิมอยู่แล้ว จึงใช้ที่ตั้งเดิมเป็นฐานผลิต และขยายออฟฟิศขายเข้าสู่ในตัวเมืองของจังหวัด หลังจากนั้น 2 ปีจะเริ่มทำงานขยายสาขาตามภูมิภาคต่างๆ ในเขตภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้ เป็นได้แก่ เชียงใหม่ พิษณุโลก นครราชสีมา ขอนแก่น อุตรธานี หนองคาย หาดใหญ่สงขลา ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี เป็นต้น

## Promotion

ทางบริษัทจะโปรโมทเพจผ่านทางเฟชบุ๊กและลูกค้า Line add เป็นอันดับแรก ถ้าลูกค้าที่สนใจและบอกช่องทางการโปรโมทเพียงแค่ว่า Like และ Share จะได้รับส่วนลดพิเศษ 5 % สำหรับ 100 หลังแรกเพื่อเป็นการรีวิวกุณสินค้ำและทางบริษัทติดตั้งฟรีไม่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินใด ๆ ทั้งสิ้น

### 4.3 แผนงานการสื่อสารการตลาด

ภาพที่ 4.2: แผนงานการสื่อสารการตลาด

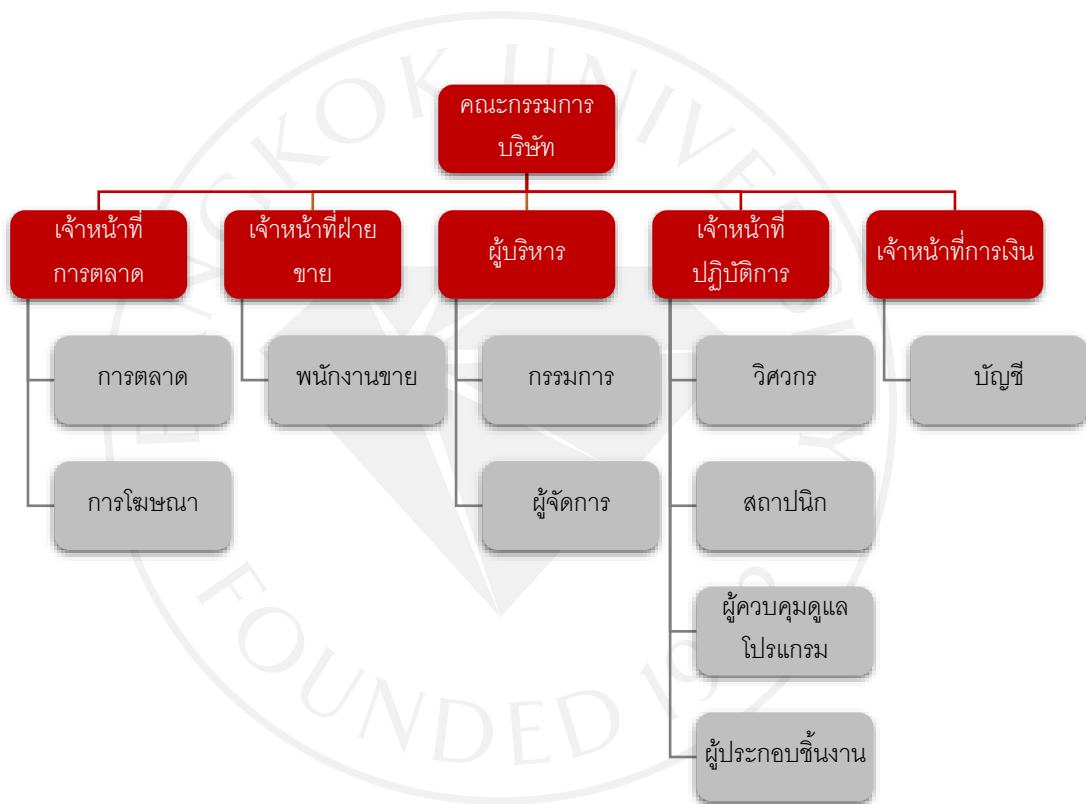


เนื่องจากสินค้ำเรายังไม่ได้เป็นที่รู้จัก เริ่มแรกจะเปิดเพจ face book ให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างบ้านเพื่อเรียกฐานลูกค้าที่มีความสนใจทางด้านนี้ จากนั้นเราจะเริ่มเปิดตัวสินค้ำโดยการออกบูธสถาปนิก บ้านและสวน และโฆษณาทางช่องทาง You tube และจะเริ่มเปิดช่องทางการขายใหม่กับทาง Global House ไทวัสตุ และบริษัทเฮง คอนสตรัคชั่น จำกัด ของทุกๆสาขา

บทที่ 5  
แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน

ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กรบริษัทเฮงตอนสตักชั่น



การจัดโครงสร้างขององค์กรนั้นจะเป็นรูปแบบที่ได้จัดตั้งตามสายงานหลัก ซึ่งเหมาะสมสำหรับองค์กร เนื่องจากต้องการให้มีการขยายตัวเติบโตในอนาคต อีกทั้งยังทำให้รู้ถึงสภาพของปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้เสมอ เริ่มที่คณะกรรมการบริษัทได้เป็นผู้มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจ หรือเป็นผู้กำหนดนโยบาย ถัดมาเจ้าหน้าที่ระดับสูงจะดำเนินงานตามนโยบาย ส่วนของเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการจะเป็นผู้ดำเนินการ สร้างผลผลิตตามมาเป็นลำดับสุดท้าย

## 5.2 การกำหนดตำแหน่ง และหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหา

### เจ้าหน้าที่การตลาด

มีหน้าที่ในการดูแลและวางแผน ประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัทเองตอนสต็อกชั้น อาจจะมีกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับทางร้าน อีกทั้งยังมีการรวบรวมข้อมูลการเงินและสถิติที่มีอยู่ต่าง ๆ นำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลให้กับองค์กร โดยโซเชียลมีเดียก็เป็นอีกทางเลือกหลักที่จะทำให้ร้านเป็นที่รู้จักและน่าสนใจ โดยคนที่เข้ามาทำ ควรจะมีความรู้ความเข้าใจทางการส่งเสริมการขายเป็นหลัก รู้ว่าปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ลูกค้าหันมาตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จะต้องรู้จักสินค้า รวมไปถึงลูกค้า อีกทั้งยังติดตามข่าวสารอยู่เสมอ

### เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย

มีหน้าที่ในการนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้า สามารถดำเนินการ รับผิดชอบงานขายได้ เป็นไปตามเป้าที่กำหนดไว้ มีความจำที่ดี ให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้อง สร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยส่งผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาเลือกซื้อสินค้าซ้ำ โดยคนที่เข้ามาทำ ควรจะพูดจาไพเราะ มีความชัดเจน บุคลิกการแต่งตัวดี ไม่ว่าจะร้อนหรือใจร้อน กล้าแสดงออก มีไหวพริบดีไม่ว่าจะกดดัน หรือไม่เป็นที่หวังไว้อย่างไร ก็สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

### ผู้บริหาร

มีหน้าที่ในการผลักดันให้นโยบาย การดำเนินงานขององค์กรสู่การปฏิบัติเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ มอบหน้าที่หรืองานต่างๆ ให้กับแต่ละตำแหน่งได้อย่างเหมาะสม โดยคนที่เข้ามาทำ ควรจะเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในหลายๆด้าน ติดตามทันยุคทันสมัยอยู่เสมอ แน่นอนว่าจะต้องมีภาวะความเป็นผู้นำ จูงใจให้กับบุคลากรให้เต็มใจร่วมมือ เป็นคนที่มีเหตุผลและความถูกต้อง ชัดเจน เป็นธรรมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นต่างๆ รวมไปถึงมีการสร้างวิสัยทัศน์ มองไปยังอนาคตว่าจะองค์กรจะดำเนินการไปในรูปแบบใดจากความรู้ที่ได้สะสมมา และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีคือคุณสมบัติที่ควรจะมีไม่ว่าจะเจ้านาย ลูกน้อง เพื่อน และบุคคลทั่วไป

### เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ

มีหน้าที่ในการดำเนินการหลักให้กับร้านเฮงตอนสตักชั่น และทางร้านค้าผลิตสินค้า เฉพาะด้านงานก่อสร้าง ส่วนของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการจึงมีความสำคัญ เป็นการทำงานร่วมกัน ระหว่างวิศวกรและสถาปนิกในการดำเนินงาน โดยคนที่เข้ามาทำ ควรจะเป็นผู้ที่มีความรู้ความ เชี่ยวชาญเฉพาะด้านโครงถัก (truss) มีประสบการณ์ เพื่อทำให้งานเป็นไปอย่างราบรื่นและ ต่อเนื่อง โดยจะมีผู้ดูแล ควบคุมด้านโปรแกรม รวมไปถึงผู้ประกอบชิ้นงานที่เข้าใจในสินค้า นอกจากนี้สุขภาพร่างกายควรมีความสมบูรณ์ แข็งแรง เนื่องจากต้องทำงานกับเครื่องจักร โดย จะต้องหาบุคลากรที่มีความเหมาะสมกับตัวงาน

### เจ้าหน้าที่การเงิน

มีหน้าที่ในการดำเนินงานด้านจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย รายงานต่างๆ งานตรวจสอบ เอกสาร จัดทำเช็คส่งจ่ายเงินแก่บุคคลหรือนิติบุคคลตามประเภท รายการต่างๆ จัดเก็บเอกสาร ให้กับทางร้านเฮงตอนสตักชั่น โดยคนที่เข้ามาทำ ควรจะมีความละเอียด รอบคอบ มีความรู้และ ประสบการณ์ด้านการจัดทำงบการเงิน บัญชีบริหารเงินงบประมาณได้เป็นอย่างดี

### 5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

เพื่อให้การบริหารบุคลากรของบริษัทเฮงตอนสตักชั่นนั้นดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ นั้น ทางร้านมุ่งเน้นให้บุคลากรประพฤติตนเป็นแบบอย่าง มีความซื่อสัตย์ คำนึงถึงผลกระทบต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้โอกาสบุคลากรและส่งเสริม พัฒนาให้เป็นผู้มีความสามารถ คล่องตัวใน การทำงาน รวมถึงบริหารจัดการให้บุคลากรได้รับค่าตอบแทน สวัสดิการที่เป็นธรรม เหมาะสม ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและปลอดภัย โดยข้อตกลงหรือเงื่อนไขต่าง ๆ นั้นต้องเป็นไปตามความ สมัครใจของทั้งสองฝ่าย

### 5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร

บริษัทเฮงตอนสตักชั่น ส่งเสริมและสนับสนุนพนักงานขององค์กรได้รับการฝึกอบรม เพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ รวมถึงเทคนิคใหม่ๆ และสร้างความชำนาญในวิชาชีพเพื่อเพิ่มศักยภาพ และประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กรอย่างสม่ำเสมอเมื่อมีบุคลากรเข้ามาทำงาน ทาง องค์กรจะแนะนำขั้นตอน วิธีการต่างๆในการทำงาน นอกจากนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า ทางบริษัทเฮงตอนสตักชั่นจะมีการส่งพนักงานให้เข้ารับการ ฝึกอบรมภายนอก พัฒนาประสิทธิภาพตามสายงาน ด้วยเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับที่อยู่ อาศัย สิ่งปลูกสร้าง อาคาร จึงต้องการเน้นย้ำให้มีความปลอดภัยและเสริมสร้างความมั่นใจให้กับ ลูกค้า เพื่อพัฒนาบุคลากร ทางร้าน จึงต้องการให้มีการอบรม ให้ความรู้อย่างน้อยปีหนึ่งจะมี ทั้งหมด 3 ครั้ง

## บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

### 6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง

บริษัทเฮงเจริญโลหะกิจจำกัด จะทำการจัดตั้งบริษัทใหม่ขึ้นมาชื่อว่า เฮงคอนสตรัคชั่น ทำการจดทะเบียนบริษัท จากเดิมบริษัทเฮงเจริญโลหะกิจจำกัดที่เคยเป็นเพียงผู้ค้าปลีกขายย่อย จึงได้ทำการหันมาเป็นผู้ผลิตเหล็กหลังคา U Smart Truss ในภาคเหนือเนื่องด้วยภาคเหนือนี้ ยังไม่มีฐานผลิตหรือโรงการการผลิตในรูปแบบของงานโครงหลังคา เราจึงเห็นโอกาสจึงเริ่มขยับตัวเองมาเป็นผู้ผลิตแทน

### 6.2 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ

ทางบริษัทจะจัดซื้อคอกยล็กเหล็กกับตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ในประเทศที่ไม่ผ่านบริษัทกลาง ซึ่งจะเป็นบริษัทเหล็กที่ผลิตเหล็กรีดเย็นโดยเฉพาะอย่างเดียวนั้น 6.3 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ

เนื่องจากทางบริษัทผลิตสินค้าตาม Made to order จึงไม่มีปัญหาเกี่ยวกับเรื่องสต็อกสินค้า ซึ่งทางบริษัทจะทำการผลิตเท่าที่สั่งเท่านั้น จะไม่มีการผลิตไว้ล่วงหน้า เนื่องจากพื้นที่ของโครงสร้างแต่ละหลังนั้นมีเนื้อที่ไม่เท่ากัน แต่จะมีเพียงสต็อกเหล็กเท่านั้นที่ทางร้านจะต้องสต็อกสินค้าไว้ตลอดถ้าหากเหล็กนั้นมีปริมาณที่เหลือต่ำกว่า 500 เมตร เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิตสินค้า

### 6.4 กระบวนหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ

หลังจากลูกค้าเข้ามาดูรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ทางบริษัทจะทำการถอดแบบโครงสร้างเพื่อทำการผลิตในขั้นตอนต่อไปจากนั้นจะใช้ระยะเวลาเพียง 2-3 วันเท่านั้นในขั้นตอนการผลิตสินค้าและนำสินค้าขึ้นลำเลียงรถขนส่งไปยังจุดหมายปลายทาง

## บทที่ 7 แผนการเงิน

### 7.1 ความต้องการเงินทุน

การลงทุนของกิจการผลิตเหล็กโครงหลังคาสำเร็จรูป เงินลงทุนในการจดทะเบียน 5 ล้านบาท เพื่อวางแผนระบบงานผลิต และ การสำรองวัสดุในการผลิต จึงจำเป็นต้องมีเงินสำรองในการหมุนเวียนทั้งหมด 10 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นสินทรัพย์ถาวร และ เงินหมุนเวียนในกิจการ

### 7.2 สมมติฐานทางการเงิน

7.2.1 รายได้ ในช่วงเปิดกิจการระยะเดือนที่ 1-3 ในช่วงปี 2562 กำไรค่อนข้างน้อยหรือ อาจจะมีการขาดทุนบ้าง เนื่องจากสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก จะต้องเสียค่าโฆษณา หรือ การส่งเสริมการตลาดค่อนข้างมากรวมทั้งการลงทุนติดตั้งเครื่องจักร และ สต็อกวัสดุสำหรับการผลิต จะดีขึ้นในช่วงเดือนที่ 4-6 ในปี 2562 แต่ก็ยังคงต้องมีการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ในช่วง 6 เดือนหลังของปี 2562 จะสามารถได้กำไรเพิ่มมากขึ้นประมาณ 30-50 %

รายได้ที่ได้รับมาจาก

- รายได้ที่ได้รับจะมาจากยอดขายโครงหลังคาสำเร็จรูป ที่ผลิตขึ้นมาตามความต้องการของลูกค้าในตลาด
- รายได้จากการขนส่งสินค้า ขณะไปรับวัสดุสำหรับการผลิต
- รายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ลูกค้าต้องการเป็นพิเศษ (ราคาค่อนข้างสูง อาจจะต้องส่งโรงงานใหญ่ๆผลิตหรือส่งสินค้าข้ามประเทศเป็นต้น)

7.2.2 ค่าใช้จ่าย ในช่วงการเปิดกิจการแรกๆ จะมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ทำให้เราต้องลดค่าใช้จ่ายบางอย่างลง อาทิ การสต็อกวัสดุสำหรับการผลิตน้อย เพื่อไม่มีค่าเก็บรักษา หรือ พนักงานที่ทำการผลิตมีจำนวนน้อย เป็นต้น

7.2.3 การเติบโตของกิจการ โครงหลังคาสำเร็จรูป จะมีความต้องการมากขึ้นเรื่อยๆในอนาคต เนื่องจากช่วงลดระยะในการก่อสร้างแล้ว ยังมีราคาถูกกว่าการมุงหลังคาแบบเก่า รวมทั้งยังแข็งแรงกว่าหลังคาแบบเก่าอีกด้วย



### 7.3 ประมาณการงบการเงิน

#### ตารางงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 7.1: แสดงตารางงบกำไรขาดทุน ปีที่ 2562

งบกำไรขาดทุน	พ.ศ. 2562											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
<b>รายได้</b>												
1. รายได้จากยอดขาย	500,000	680,000	850,000	850,000	950,000	1,200,000	1,500,000	1,800,000	2,300,000	2,600,000	3,000,000	3,500,000
2. รายได้อื่นๆ	-	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
<b>รวมรายได้</b>	<b>500,000</b>	<b>730,000</b>	<b>900,000</b>	<b>900,000</b>	<b>1,000,000</b>	<b>1,250,000</b>	<b>1,550,000</b>	<b>1,850,000</b>	<b>2,350,000</b>	<b>2,650,000</b>	<b>3,050,000</b>	<b>3,550,000</b>
<b>ต้นทุน</b>												
1. ต้นทุนในการผลิต	100,000	150,000	200,000	200,000	200,000	350,000	350,000	350,000	400,000	400,000	400,000	450,000
2. วัสดุการผลิต	300,000	250,000	300,000	300,000	350,000	350,000	400,000	420,000	420,000	450,000	500,000	500,000
<b>รวมต้นทุน</b>	<b>400,000</b>	<b>400,000</b>	<b>500,000</b>	<b>500,000</b>	<b>550,000</b>	<b>700,000</b>	<b>750,000</b>	<b>770,000</b>	<b>820,000</b>	<b>850,000</b>	<b>900,000</b>	<b>950,000</b>
<b>ค่าใช้จ่ายต่างๆ</b>												
1. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	55,000	55,000	55,000	55,000	55,000	55,000	55,000	55,000	55,000	55,000	55,000	55,000
2. ค่าอุปโภค	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
3. ค่าซ่อมแซมเครื่องจักร	-	30,000	60,000	55,000	80,000	120,000	98,000	150,000	-	45,000	75,000	200,000
4. เงินเดือนพนักงาน	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000	27,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
5. ค่าประกันภัย	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>	<b>157,000</b>	<b>187,000</b>	<b>217,000</b>	<b>212,000</b>	<b>237,000</b>	<b>277,000</b>	<b>274,000</b>	<b>326,000</b>	<b>176,000</b>	<b>221,000</b>	<b>251,000</b>	<b>376,000</b>
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>(57,000)</b>	<b>143,000</b>	<b>183,000</b>	<b>188,000</b>	<b>213,000</b>	<b>273,000</b>	<b>526,000</b>	<b>754,000</b>	<b>1,354,000</b>	<b>1,579,000</b>	<b>1,899,000</b>	<b>2,224,000</b>

ตารางที่ 7.2 : ตารางงบกำไรขาดทุน ปีที่ 2563

งบกำไรขาดทุน	พ.ศ. 2563											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
<b>รายได้</b>												
1. รายได้จากยอดขาย	5,000,000	6,800,000	7,500,000	10,000,000	10,500,000	12,000,000	14,000,000	14,500,000	14,500,000	15,000,000	15,000,000	16,000,000
2. รายได้อื่นๆ	150,000	-	150,000	-	150,000	-	150,000	150,000	-	150,000	150,000	150,000
<b>รวมรายได้</b>	<b>5,150,000</b>	<b>6,800,000</b>	<b>7,650,000</b>	<b>10,000,000</b>	<b>10,650,000</b>	<b>12,000,000</b>	<b>14,150,000</b>	<b>14,650,000</b>	<b>14,500,000</b>	<b>15,150,000</b>	<b>15,150,000</b>	<b>16,150,000</b>
<b>ต้นทุน</b>												
1. ต้นทุนในการผลิต	500,000	500,000	500,000	650,000	650,000	700,000	750,000	850,000	850,000	900,000	1,000,000	1,000,000
2. วัสดุการผลิต	1,000,000	1,500,000	2,000,000	2,500,000	3,000,000	3,500,000	4,000,000	4,500,000	5,000,000	5,500,000	6,000,000	6,500,000
<b>รวมต้นทุน</b>	<b>1,500,000</b>	<b>2,000,000</b>	<b>2,500,000</b>	<b>3,150,000</b>	<b>3,650,000</b>	<b>4,200,000</b>	<b>4,750,000</b>	<b>5,350,000</b>	<b>5,850,000</b>	<b>6,400,000</b>	<b>7,000,000</b>	<b>7,500,000</b>
<b>ค่าใช้จ่ายต่างๆ</b>												
1. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
2. ค่าอุปโภค	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
3. ค่าซ่อมแซมเครื่องจักร	-	-	500,000	-	350,000	-	-	550,000	-	450,000	350,000	1,000,000
4. เงินเดือนพนักงาน	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000
5. ค่าประกันภัย	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>	<b>254,000</b>	<b>254,000</b>	<b>754,000</b>	<b>254,000</b>	<b>604,000</b>	<b>264,000</b>	<b>264,000</b>	<b>814,000</b>	<b>264,000</b>	<b>714,000</b>	<b>614,000</b>	<b>1,264,000</b>
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>3,396,000</b>	<b>4,546,000</b>	<b>4,396,000</b>	<b>6,596,000</b>	<b>6,396,000</b>	<b>7,536,000</b>	<b>9,136,000</b>	<b>8,486,000</b>	<b>8,386,000</b>	<b>8,036,000</b>	<b>7,536,000</b>	<b>7,386,000</b>

ตารางที่ 7.3 : ตารางงบกำไรขาดทุน 2564

งบกำไรขาดทุน	พ.ศ. 2564											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
<b>รายได้</b>												
1. รายได้จากยอดขาย	17,000,000	18,000,000	19,000,000	20,000,000	22,000,000	25,000,000	30,000,000	32,500,000	33,000,000	40,000,000	45,000,000	50,000,000
2. รายได้อื่นๆ	250,000	-	300,000		300,000			400,000	250,000		250,000	500,000
<b>รวมรายได้</b>	<b>17,250,000</b>	<b>18,000,000</b>	<b>19,300,000</b>	<b>20,000,000</b>	<b>22,300,000</b>	<b>25,000,000</b>	<b>30,000,000</b>	<b>32,900,000</b>	<b>33,250,000</b>	<b>40,000,000</b>	<b>45,250,000</b>	<b>50,500,000</b>
<b>ต้นทุน</b>												
1. ต้นทุนในการผลิต	1,000,000	1,500,000	2,000,000	2,500,000	3,000,000	3,500,000	4,000,000	4,500,000	5,000,000	5,500,000	6,000,000	7,000,000
2. วัสดุการผลิต	7,000,000	7,500,000	8,000,000	8,500,000	9,000,000	10,000,000	15,000,000	16,000,000	17,000,000	18,000,000	19,000,000	20,000,000
<b>รวมต้นทุน</b>	<b>8,000,000</b>	<b>9,000,000</b>	<b>10,000,000</b>	<b>11,000,000</b>	<b>12,000,000</b>	<b>13,500,000</b>	<b>19,000,000</b>	<b>20,500,000</b>	<b>22,000,000</b>	<b>23,500,000</b>	<b>25,000,000</b>	<b>27,000,000</b>
<b>ค่าใช้จ่ายต่างๆ</b>												
1. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
2. ค่าอุปโภค	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
3. ค่าซ่อมแซมเครื่องจักร	1,500,000	1,750,000	2,000,000	2,500,000	3,000,000	3,500,000	4,000,000	4,500,000	5,000,000	5,500,000	6,000,000	6,500,000
4. เงินเดือนพนักงาน	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
5. ค่าประกันภัย	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>	<b>1,920,000</b>	<b>2,170,000</b>	<b>2,420,000</b>	<b>2,920,000</b>	<b>3,420,000</b>	<b>3,920,000</b>	<b>4,420,000</b>	<b>4,920,000</b>	<b>5,420,000</b>	<b>5,920,000</b>	<b>6,420,000</b>	<b>6,920,000</b>
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>7,330,000</b>	<b>6,830,000</b>	<b>6,880,000</b>	<b>6,080,000</b>	<b>6,880,000</b>	<b>7,580,000</b>	<b>6,580,000</b>	<b>7,480,000</b>	<b>5,830,000</b>	<b>10,580,000</b>	<b>13,830,000</b>	<b>16,580,000</b>

### 7.3.2 ตารางแสดง งบดุล

ตารางที่ 7.5: ตารางแสดงงบดุล

บริษัท เสงคองสตักชั่น จำกัด			
งบดุล			
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562			
สินทรัพย์		หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>		<b>หนี้สิน</b>	
เงินสด	2,500,000	เจ้าหนี้	1,000,000
เงินฝากธนาคาร	3,000,000	เงินกู้ยืมสำหรับการลงทุน	2,500,000
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>5,500,000</b>	<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>3,500,000</b>
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>		<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	
เครื่องจักร	3,000,000	ทุนของผู้ถือหุ้น	3,000,000
หักค่าเสื่อมซ่อมแซมปีละ	1,000,000	บวก กำไรสุทธิตลอดปี	3,500,000
วัสดุการผลิต	2,500,000	<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>6,500,000</b>
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>4,500,000</b>		
<b>รวมสินทรัพย์ทั้งหมด</b>	<b>10,000,000</b>	<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด</b>	<b>10,000,000</b>

## 7.3.3 ตารางแสดง งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 7.6: ตารางแสดงงบกระแสเงินสด

<b>บริษัท เองคอนสตรัคชั่น จำกัด</b> <b>งบกระแสเงินสด</b> <b>สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562</b>	
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	
เงินสดรับจากการขายสินค้า	19,730,000
เงินสดจ่ายวัสดุสำหรับการผลิต	-4,540,000
เงินสดจ่ายค่าสาธารณูปโภค	-360,000
เงินสดจ่ายเงินเดือนพนักงาน	-378,000
เงินสดจ่ายดำเนินงานทางการตลาด	-660,000
<b>เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b><u>13,792,000</u></b>
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน</b>	
เงินสดรับจากการขนส่งสินค้า	550,000
เงินสดจ่ายค่าต้นทุนในการผลิต	-3,550,000
<b>เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิจากกิจกรรมลงทุน</b>	<b><u>-3,000,000</u></b>

## 7.3.4 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

$$\begin{aligned}
 \text{- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน} &= \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}} \\
 &= \frac{5,500,000}{3,500,000} = 1.57 \\
 \\ 
 \text{- อัตราส่วนทางการเงิน} &= \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ขายสุทธิ}} \\
 &= \frac{9,279,000}{19,790,000} = 0.47
 \end{aligned}$$

ผลลัพธ์ที่ได้ แสดงให้เห็นถึงความสามารถชำระหนี้สินด้วยกำไร ทำให้กิจการมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สิน ทำให้มีสภาพคล่องทางการเงินในระดับปานกลาง ทำให้กิจการสามารถดำเนินงานได้อย่างคล่องตัวหรือการขยายกิจการได้อย่างรวดเร็ว

## 7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน

## 7.4.1 การประเมินระยะเวลาคืนทุน

$$\begin{aligned}
 \text{ระยะเวลาคืนทุน} &= \frac{\text{เงินลงทุนสุทธิเริ่มแรก}}{\text{เงินสตรีบสุทธิแต่ละปี}} \\
 &= \frac{10,000,000}{13,792,000} \\
 &= 0.73
 \end{aligned}$$

\* ระยะเวลาคืนทุน ประมาณ 1 ปี เนื่องจากยอดในปี 2562 เงินสตรีบสุทธิ มากกว่าเงินลงทุนเริ่มแรก ทำให้ในปี 2562 สามารถคืนทุนได้ทันที รวมถึงได้กำไรอีกด้วย

## บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในโอกาสของธุรกิจ

### 8.1 แผนฉุกเฉิน

การประกอบธุรกิจมักจะมีปัจจัยภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย อาทิ เช่น สภาพของเศรษฐกิจ อัตราเงิน ดอกเบี้ยต่างๆ หรือสภาวะของด้านการเมือง ราคา น้ำมัน เชื้อเพลิง รวมไปถึงถึงพฤติกรรมของทางลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคและสมัย

หากธุรกิจนั้นมีการดำเนินการอย่างระมัดระวัง เริ่มต้นด้วยดี ก็เปรียบเสมือนมีรากฐานที่แข็งแรง ป้องกันปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างไม่ทันได้ตั้งตัว ฉะนั้นการที่มีแผนสำหรับธุรกิจจึงเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่ง มีแบบแผนเพื่อเพิ่มความมั่นใจ มีทิศทางในการดำเนินการให้กับองค์กรและมั่นคงให้กับองค์กร อีกทั้งยังลดความเสี่ยงอีกด้วย

แผนฉุกเฉินและแผนในโอกาสจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมไว้รองรับ หากมีการบันทึก จัดเก็บข้อมูล โดยผ่านระบบที่ดี สามารถนำมาใช้ได้อย่างทันท่วงที ป้องกันความเสียหายของข้อมูลไว้อีกทาง จะทำให้ป้องกันความเสี่ยงให้กับธุรกิจได้อีกด้วย

สิ่งที่ควรตระหนักอยู่เสมอสำหรับองค์กร กิจการ คือเรื่องของจำนวนของบุคลากรส่วนที่เป็นของแรงงาน ผู้ประกอบสินค้าหรืออุปกรณ์ เนื่องจากอาจจะต้องลาหยุดเพื่อกลับบ้านที่ต่างจังหวัด บางครั้งอาจจะทำให้กิจการประสบปัญหาที่คลาดแคลนแรงงานชั่วคราวได้ กรณีที่ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

ทางกิจการจะมีการลดความเสี่ยงด้านนี้ด้วยการลดต้นทุนการผลิต และทำการวิเคราะห์ทางการตลาดอีกครั้งเพื่อให้ทราบว่ามีปัญหาเกิดจากจุดไหนถึงทำให้ยอดขายไม่ถึงเป้าหมาย และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายต่อไป

กรณีการเข้ามาของคู่แข่งใหม่

ทางกิจการจะทำการพัฒนาด้านบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มีการเพิ่มบริการด้านการให้คำปรึกษาการก่อสร้าง วิเคราะห์ความเสี่ยงในการลงทุน รูปแบบการก่อสร้าง และการจัดทำรูปแบบนำเสนองานให้ลูกค้า เพื่อเพิ่มความต่างจากคู่แข่ง

## กรณีขาดบุคลากรสำคัญ

ทางกิจการได้เตรียมแผนงานในการพัฒนาในด้านบุคลากรของกิจการให้มีศักยภาพที่เท่าเทียมกันทุกคน เพื่อให้ทุกคนจะสามารถทำงานทดแทนกันได้ และได้มีการติดต่อการรับสมัครพนักงานจากนักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาเพื่อเป็นบุคลากรของกิจการในอนาคต

## 8.2 แผนอนาคต

ในอนาคตบริษัทเฮงคอนสตั๊กชั่นจำกัดจะมีแนวทาง ในการจัดการธุรกิจโดยการปรับปรุงรูปแบบและต่อยอดการขาย ด้วยการเปิดช่องทางการจัดจำหน่าย จากการขายในรูปแบบการทำตามสั่งตามความต้องการของลูกค้า ทางกิจการจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นการขายส่งตามโครงการหมู่บ้านจัดสรร และเมื่อยอดขายถึงเป้าหมายตามที่ตั้งแล้ว ทางกิจการดำเนินการขยายการขายในรูปแบบขายส่งไปยังโครงการอื่นๆต่อไป

### บรรณานุกรม

- นิรัตศัย ทุมวงษา. (2560). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2560-62 ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง. สืบค้นจาก *Krungsri Research*.
- สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย.(2562). รายงานสรุปสถานการณ์อุตสาหกรรมเหล็ก ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมเหล็กไทย. สืบค้นจาก <http://www.isit.or.th/coverpage.php>
- ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน. (2561) อุตสาหกรรมเหล็กปี 2561-62. สืบค้นจาก <https://www.gsb.or.th/GSB-> .
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไตรมาสที่ 2 ปี 2560 (เมษายน - มิถุนายน) พ.ศ. 2560 (อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า). สืบค้นจาก <https://www.ryt9.com/s/oie/2702864>.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2561). รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2561 และแนวโน้มปี 2562. สืบค้นจาก <http://www.oie.go.th/sites/default/files/>

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวขวัญพัฒน์ วงศ์เจริญโชค

E-mail

kwanphat.w@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ  
(วิทยาเขตนนทบุรี)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขา สถาปัตยกรรม





มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

วันที่ 10 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562  
ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) พ.ศ. งามพจน์ วัฒนศิริชัย อยู่บ้านเลขที่ 339 ม.11  
ซอย..... ถนน..... ตำบล/แขวง หนองปรือ  
อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด นครสวรรค์ รหัสไปรษณีย์ 60240  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7611200101  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

คณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว ในงานสารนิพนธ์ /

วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจ u smart Truss by Heng Construction

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์” )

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด

ระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาฯ ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดย

จะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน

ลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ

บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ

ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้

ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ

อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( พ.ศ. ๖๖๖๖๖๖๖๖ ๖๖๖๖๖๖๖๖๖ )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภาค)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร