

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้คอนกรีตผสมเสร็จของร้านวันพัฒนาซีเมนต์ในเขตอำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

Factors influencing the selection of ready-mixed concrete of WanPhatcement in Singburi.

ขวัญข้าว อภินันท์

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นเพื่อกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนโดยช่วยกำหนดกรอบความคิดและเป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยการวิเคราะห์รายละเอียดภาพรวมของธุรกิจ วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และปัจจัยแวดล้อมภายนอก อีกทั้งการวิเคราะห์การแข่งขันโดยวิเคราะห์สภาพ และที่มาของการแข่งขัน คู่แข่งขันทางธุรกิจ วิเคราะห์สภาพธุรกิจ และวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน สุดท้ายคือการจัดทำกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์ตั้งจุดเด่นของร้าน และแก้ไขจุดอ่อนซึ่งมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์ที่วางไว้

แผนธุรกิจจัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้คอนกรีตผสมเสร็จของร้านวันพัฒนาซีเมนต์ในเขตอำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ในการสำรวจลูกค้าของร้านวันพัฒนาซีเมนต์จำนวน 103 ราย พบว่า ปัจจัยการบริหารทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยทางด้านราคามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ส่วนปัจจัยทางด้านสถานที่จัดจำหน่าย และปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่ามูลค่าปัจจุบัน (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มีค่าเป็นลบ เนื่องจากกิจการเพิ่มเริ่มดำเนินการได้เพียง 5 เดือน ทำให้ยังไม่สามารถคืนทุนได้

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล, คอนกรีตผสมเสร็จ

ABSTRACT

This business plan is designed to set clear goals, helping to define the conceptual framework, and operational guidelines. There are analyses of overview of the business in detailed, internal and external environmental analysis, competitive analysis via situation, source of competitive, competitors, business analysis, and competitive advantages. Finally, the strategic plan was implemented to increase the strength of the store and decrease weaknesses according to the objectives.

Business plan prepared for the Business Ready Mixed Concrete. The objective is to identify the factors that influence the selection of ready-mixed concrete, cement, Pat Day in Phrom. Sing The quantitative study In a survey of 103 customers of the day Pat cement showed that the overall marketing executive at a moderate level. The details are as following. Factor products And price factor influencing the choice of service level. The factors in the distribution. And factors influencing the promotion, service selection is moderate. It was also found that the net present value (NPV) and internal rate of return (IRR) is negative due to embark on a 5-month and still can not pay for itself.

Keyword: Factors influencing, Ready-mixed concrete

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมคอนกรีตผสมเสร็จมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นคอนกรีตผสมเสร็จที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ จึงเป็นที่นิยม สะดวกในการใช้งาน และประหยัดเวลาในการก่อสร้างเป็นอย่างมาก ทำให้ได้รับความสนใจจากช่างก่อสร้างจำนวนมากในการใช้คอนกรีตผสมเสร็จกันมากขึ้น ดังนั้นความต้องการของคอนกรีตผสมเสร็จเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น ซึ่งผนวกกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมก่อสร้างของจังหวัดสิงห์บุรี ก่อให้เกิดคู่แข่งชั้นธุรกิจมากขึ้นหลายราย ทำให้ร้าน วันพัฒนา ซีเมนต์ ได้จัดทำแผนธุรกิจขึ้น เพื่อใช้ในการศึกษา วิธีการวางแผน และการปฏิบัติการ เพื่อให้มีความเข้าใจ ในขั้นตอนการผลิตและการพัฒนาทักษะการจัดทำธุรกิจ เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนนี้เพื่อควบคุมธุรกิจให้มั่นคง และดำรงความอยู่รอดในการเป็นผู้นำที่มีศักยภาพเหนือคู่แข่ง

“ร้านวันพัฒนาซีเมนต์” เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมคอนกรีตผสมเสร็จ เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 11 เมษายน พ.ศ. 2556 โดย นายธรรมบุญ อภิพันธ์ ร้านตั้งอยู่ที่อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี ด้วยทุนจดทะเบียน 2 แสนบาท ใช้เนื้อที่ในการวาง เครื่องจักร ห้องปฏิบัติการ และที่สำหรับวางวัสดุครบทั้งหมด 3 ไร่ ทั้งนี้ คอนกรีตผสมเสร็จเป็นวัสดุก่อสร้างที่มีความสำคัญ มากในปัจจุบัน และถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีคุณภาพที่สม่ำเสมอ สะดวกในการใช้ และประหยัดเวลาในการ ก่อสร้าง อุตสาหกรรมคอนกรีตผสมเสร็จในไทยยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่สามารถเติบโตได้ต่อเนื่องเพราะการขยายตัวของ การก่อสร้าง การเริ่มต้นธุรกิจร้านวันพัฒนาซีเมนต์ เป็นการต่อยอดธุรกิจเดิมที่มีอยู่ของครอบครัวอีกด้วย คือ ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้าง ที่เปิดมาเป็นเวลานาน ในชื่อร้าน โรงไม้ย่งเฮง เป็นร้านขายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่มีชื่อเสียงในอำเภอพรหมบุรี จ.สิงห์บุรี ร้าน วันพัฒนาซีเมนต์ได้รับคำแนะนำให้ใช้ปูนผงที่มีคุณภาพของบริษัท ปูนซีเมนต์ จำกัด(มหาชน) ภายใต้ผลิตภัณฑ์ปูนตรงช้าง ที่ ได้รับความไว้วางใจจากโครงการก่อสร้างระดับประเทศมากมายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

เพื่อให้การวางแผนธุรกิจมีความรอบครอบ โดยการวิเคราะห์แนวคิดที่ละเอียด และใช้ข้อมูลต่างๆประกอบการวางแผน เนื่องจากแผนงานดังกล่าวจะเป็นตัวชี้แนะแนวทางในการดำเนินงานซึ่งมีการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอนอย่างถูกต้อง ไม่หลุดออก จากกรอบที่กำหนดไว้ เพื่อให้ทุกอย่างนั้นเป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนจนบรรลุเป้าหมายในที่สุด สำหรับการประกอบธุรกิจก็ เช่นเดียวกัน จำเป็นที่จะต้องมีแผนธุรกิจเพื่อเป็นเครื่องมือในการทำงาน

ดังนั้นจึงจัดทำแผนธุรกิจนี้เพื่อเป้าหมายที่ชัดเจน และช่วยกำหนดกรอบความคิด โดยในแต่ละส่วนจะมีความ สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้แน่ใจว่าเป้าหมายระยะสั้นนั้นเป็นไปเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเป้าหมาย ในระยะกลางและระยะยาว สามารถวัดผลการทำงานได้อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากการทำงานผ่านลายลักษณ์อักษรนั้นง่าย ต่อการตรวจสอบความถูกต้อง สามารถติดตามดูผลได้ง่าย มีความชัดเจนในการประเมินผลเพื่อให้องค์กรบรรลุผลตาม เป้าหมายที่วางไว้อย่างเหมาะสม และท้ายสุดนำมาซึ่งการสามารถควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแบบที่ควรจะเป็น อีกทั้ง ยังเป็นการแสดงความพร้อม ในการเปิดกิจการและความสำเร็จในการดำเนินงาน นอกจากนี้เรายังสามารถนำแผนธุรกิจนี้ ไป ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อลดปัญหาและอุปสรรคที่อาจจะส่งผลต่อธุรกิจได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

- พัฒนาและปรับปรุงเพื่อความเป็นผู้นำตลาด
- ดำเนินการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆอย่างต่อเนื่อง
- มุ่งพัฒนาความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในการทำงานของทุกฝ่าย
- ส่งเสริมแนวคิดด้านนวัตกรรม เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และวิธีการดำเนินงาน
- เพื่อศึกษาการขยายธุรกิจผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ
- เพื่อศึกษาการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไป
- เพื่อขยายสินค้าที่ทำมาจากคอนกรีตผสมเสร็จให้กลายเป็นคอนกรีตสำเร็จรูป

การดำเนินการวิจัย

- วิธีการดำเนินการ: ดำเนินงานวิจัยโดยการออกสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 103 ชุด ในจังหวัดสิงห์บุรี
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย: ใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป ในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ
- ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา: ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้หญิง-ชาย อายุ 20 ปีขึ้นไปอยู่ในจังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดใกล้เคียง
- วิธีการสุ่ม/เลือกตัวอย่าง: กลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sample) ช่างก่อสร้างที่มาส่งคอนกรีตและร้านขายวัสดุก่อสร้าง
- ระยะเวลาในการศึกษา: ใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือน กันยายน 2557 – มกราคม 2558 แบ่งออกเป็น 4 ช่วง
ขั้นตอน ได้แก่

1. ขั้นตอนการเตรียมการค้นหาหัวข้อหรือธุรกิจที่จะทำ
2. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล
3. ขั้นตอนการประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
4. ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจ และเผยแพร่ผลงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 - 50 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มีขนาดการสั่งซื้อไม่เกิน 100,000 บาท โดยชำระเงินในรูปแบบเงินสด มีระยะทางในการส่งอยู่ระหว่าง 1 - 3 กิโลเมตร และปริมาณการสั่งซื้อ จำนวน 1 – 10 คิว

จำนวนและร้อยละของรายละเอียดเกี่ยวกับการซื้อปูนซีเมนต์ผสม พบว่า ผู้ใช้บริการปูนซีเมนต์ผสมของร้านวันพัฒนาซีเมนต์ส่วนใหญ่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือการตัดสินใจใช้คอนกรีตผสมเสร็จ เพื่อการก่อสร้างในตำแหน่งของเจ้าของหน่วยงานและผู้รับเหมาก่อสร้าง นิยมใช้คอนกรีตผสมเสร็จที่ใช้ตราช้างซึ่งเป็นสินค้าของปูนซีเมนต์ไทย นอกจากนี้ยังพบเหตุผลที่สนับสนุนการตัดสินใจซื้อเพิ่มเติมดังนี้ คือ ยี่ห้อของปูนซีเมนต์ ความพอใจหรือเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าว่าดีกว่ายี่ห้ออื่น พอใจในด้านการบริการหลังการขาย ราคาในขณะนั้นต่ำกว่ายี่ห้ออื่น เจ้าของงานหรือผู้รับเหมากำหนดให้ซื้อหรือให้ใช้ พอใจในเงื่อนไขการจ่ายเงินค่าสินค้าที่ตัวแทนจำหน่ายเสนอ การชักชวนของพนักงานหรือตัวแทนจำหน่าย กำลังอยู่ระหว่างการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก หรือแถม และคำแนะนำจากเพื่อนร่วมอาชีพ ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสม โดยภาพรวมผลการประเมิน มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ซึ่งจะเห็นได้ว่าธุรกิจปูนซีเมนต์ผสมจากผลสำรวจของลูกค้าในปัจจุบันพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์นั้นให้ความสำคัญเป็นอย่างมากซึ่งทางร้านของเราได้เล็งเห็นความสำคัญและนำผลสำรวจที่ได้เพื่อนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจ และจะเห็นได้ว่าเมื่อคุณภาพรวมแล้วทุกๆด้านผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่ปานกลางเพราะฉะนั้นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะเป็นตัวแปรที่สำคัญในการนำมาพัฒนาหรือปรับใช้เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสมของร้าน วันพัฒนาซีเมนต์ ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คุณภาพดีกว่ายี่ห้ออื่น ๆ ชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิตทั้ง 3 ข้ออยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสมของร้าน วันพัฒนาซีเมนต์ ด้านราคา ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาถูกกว่าร้านอื่น ราคาเหมาะสมกับบ้านหรือขนาดของโครงการก่อสร้าง และ อยู่ในระดับมาก และเงื่อนไขการชำระเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ จากผลการวิจัยร้านวันพัฒนาจะทำการจัดโปรโมชั่นเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อ และ จะมีการประเมินราคาอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ราคาสอดคล้องกับคุณภาพ สภาพเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ รวมทั้งมีการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายผ่านบัตรเครดิตเพิ่มเติมอีกด้วย

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสมของร้าน วันพัฒนาซีเมนต์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะดวกในการสั่งซื้อ และมีตัวแทนจำหน่ายหลายแห่ง อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ จากผลการวิจัยร้านวันพัฒนาจะทำการขยายสาขา และเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เช่น มีการติดต่อกับช่างก่อสร้าง ผู้รับเหมา ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง และเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายทางออนไลน์อีกด้วย

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสมของร้าน วันพัฒนาซีเมนต์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การบริการที่ดีอยู่ในระดับมาก ช่วยเหลือข้อมูลการใช้คอนกรีตผสมเสร็จ มีความคุ้นเคยกับพนักงานขาย ส่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีพนักงานขายมาให้ข้อมูลสินค้าถึงสถานที่ การจัดส่งเสริมการขาย เช่น ลด, แลก, แจก, แถม และโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมออยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยดังกล่าวทางด้านผลิตภัณฑ์ ร้านวันพัฒนาซีเมนต์จะนำมาพัฒนาคุณภาพของ คอนกรีตผสมเสร็จในด้านคุณภาพ โดยจะทำการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ สรรหาวัตถุดิบอย่างดี รวมทั้งการจัดทำคอนกรีตผสมเสร็จที่มีความหลากหลายเพื่อให้เหมาะกับลักษณะงานที่ใช้ และเพื่อสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าทุกท่าน (เสรี วงษ์มณฑา. 2540).

จากผลการวิจัยจะนำไปปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านวันพัฒนาซีเมนต์โดยการเพิ่มโฆษณาทางออนไลน์ เพื่อเป็นการเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น และมีการจัดโปรโมชั่น การลดราคาให้บ่อยขึ้น และเพิ่มบริการการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับคอนกรีตผสมเสร็จในหลายๆช่องทาง ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญมากขึ้น

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะกลยุทธ์ด้านบุคลากร

1. ควรมีการจัดฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน ให้มีความรู้ความสามารถในการบริการ เช่น สามารถให้คำปรึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับคอนกรีตผสมเสร็จ ให้คำในการกำหนดชนิด และจำนวนคิวของคอนกรีตผสมเสร็จที่เหมาะสม เป็นต้น
2. สร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีความต้องการที่จะทำงานกับที่ร้าน รวมทั้งให้สวัสดิการและค่าตอบแทนที่ยุติธรรมกับพนักงาน โดยจะกำหนดส่วนแบ่งพิเศษเมื่อพนักงานสามารถแนะนำ หรือชักชวนลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ จะทำให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกิจการ นอกจากนี้การดูแล ปกครองภายในแบบครอบครัว ทำให้มีความสนิทรหว่างพนักงานและนายจ้าง

3.ควรมีการสอนพนักงานในส่วนงานอื่นๆ ให้มากกว่าหน้าที่ที่ตนทำอยู่ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเมื่อมีพนักงานหยุด หรือลาออก เช่น พนักงานบัญชีจะมีการฝึกฝนในส่วนของการคุมเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ควบคุมการผสมปูน คนขับรถตักสามารถขับรถขนส่งและใช้อุปกรณ์ของรถขนส่งได้อย่างเชี่ยวชาญ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: วิสิตีพัฒนา.

