

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ความต้องการที่พักอาศัยนับเป็นความจำเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิต โดยความต้องการในแต่ละปีย่อมมีอยู่อย่างต่อเนื่องตามภาวะการเพิ่มขึ้นของครัวเรือนซึ่งจากข้อมูลพบว่าการเพิ่มขึ้นของครัวเรือนประมาณ 3.6%ต่อปี อีกทั้งเนื่องจากที่พักอาศัยที่เกิดขึ้นมีความจำเป็นที่จะต้องให้การบำรุงรักษาตามระยะเวลาเนื่องจากที่พักอาศัยได้มีการเสื่อมสภาพไปรวมทั้งการที่ผู้อยู่อาศัยมีความต้องการที่จะทำการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ใช้สอยหรือเปลี่ยนแปลงทางด้านรูปลักษณะของที่พักอาศัย ซึ่งมีความต้องการดังกล่าวประมาณ 4 ล้านรายต่อปี ดังนั้นทางกลุ่มจึงเห็นโอกาสทางธุรกิจและศักยภาพทางการตลาดที่มีอยู่มาก เนื่องจากมีความต้องการใช้บริการสูง อีกทั้งยังไม่มีผู้ให้บริการซ่อมแซมที่พักอาศัยที่มีคุณภาพเพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจบริการซ่อมแซมที่พักอาศัยครบวงจรภายใต้ชื่อบริษัทที่ว่า “Home Solutions” โดยที่มีรูปการให้บริการที่เน้นทั้งด้านการบริการและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการซ่อมแซมและต่อเติมที่พักอาศัย ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ทางการเงินพบว่า บริษัทมีมูลค่าสุทธิของกระแสเงินสดเท่ากับ 6.4 ล้านบาท และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนประมาณ 92%

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้กลยุทธ์การสร้างแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งบริษัทจะเน้นที่การให้บริการซ่อมแซม ต่อเติมที่พักอาศัยของลูกค้าอย่างมีคุณภาพ โดยมีการนำระบบควบคุมคุณภาพที่มีการตรวจสอบคุณภาพตลอดระยะเวลาการให้บริการ มีการให้คำปรึกษาในการแก้ไขปัญหาต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการรับประกันผลงานหลังการให้บริการอีกด้วย โดยกลุ่มเป้าหมายของบริษัทนั้นจะเน้นที่ผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อครัวเรือน อาศัยอยู่ในบริเวณกรุงเทพมหานครชั้นใน เช่น ทองหล่อ พระราม 4 สาทร พระราม 3 เป็นต้น ที่มีที่พักอาศัยที่ไว้สำหรับพักอาศัยเองและมีไว้สำหรับเพื่อลงทุน ซึ่งบริษัทได้มีโอกาสทำการตลาดผ่าน นายหน้าอสังหาริมทรัพย์ ผู้บริหารอาคารชุด และออกซุ้มแสดงสินค้าตามงานแสดงอสังหาริมทรัพย์ทั่วไป

โดยเป้าหมายการดำเนินงานในระยะสั้นของบริษัท คือ การสร้างให้ผู้บริโภคทดลองใช้บริการของบริษัท โดยคาดว่าในปีแรกจะสามารถสร้างลูกค้าได้ประมาณ 500 ราย การรักษาฐานลูกค้าเดิมของบริษัทให้ได้ไม่น้อยกว่า 70% และการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้นให้ได้ไม่น้อยกว่าปีละ 20% ในขณะที่เป้าหมายระยะยาวของบริษัทนั้นคือ การสร้างตราสินค้าให้เป็นตราสินค้าในใจของผู้บริโภคโดยการใช้การประชาสัมพันธ์ การเพิ่มชนิดของการให้บริการของบริษัท และการขยายพื้นที่ให้บริการให้ครอบคลุมทั่วทั้งกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ในด้านกลยุทธ์ทางการตลาด บริษัทได้เน้นไปที่การสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในการรับบริการ โดยเริ่มจากการสร้างการรับรู้ในตลาดสินค้า หลังจากนั้นเริ่มทำการตลาดแบบครบวงจร โดยเน้นที่การประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อสารให้กับผู้บริโภครู้จักบริษัทมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการสร้างเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อเป็นช่องทางการติดต่อกับลูกค้า และให้ข้อมูลข่าวสาร หรือความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับการดูแลบ้านให้กับลูกค้าอีกด้วย

ในด้านกลยุทธ์การดำเนินงาน บริษัทได้มีการออกแบบระบบการบริหารงานทั้งหมด โดยอาศัยระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลต่างๆ มาประมวลผลและสามารถกำหนดกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในโอกาสข้างหน้า นอกจากนี้ยังมีการนำระบบควบคุมคุณภาพมาใช้กับบริษัทในทุกๆ ขั้นตอน เพื่อเป็นการรับประกันคุณภาพการให้บริการของบริษัทและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพของพนักงานเป็นอย่างยิ่ง บริษัทจึงได้มีการออกแบบการคัดสรรพนักงาน การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างให้กับพนักงาน การจูงใจพนักงานให้ทำงานกับบริษัท รวมถึงการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับพนักงานในแต่ละตำแหน่ง

สำหรับการควบคุมและการประเมินผลนั้น บริษัทได้มีการวางระบบควบคุมและประเมินผลในทุกแผนงานที่เป็นกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน นอกจากนี้บริษัทยังมีแผนฉุกเฉิน (Contingency Plan) เพื่อรองรับสถานการณ์ที่อาจจะไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ เช่น ยอดการให้บริการที่ลดลง และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น