

ดั่งขณิษฐัง ดั่งขณิษฐัง : แผนการตลาดของอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดชัยภูมิ

(MARKETING PLAN OF CONSTRUCTION INDUSTRY IN CHAIYAPHUM

PROVINCE) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา

การวิจัย เรื่อง แผนการตลาดของอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดชัยภูมิ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดชัยภูมิ 2.) เพื่อจัดทำแผนการตลาดของอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดชัยภูมิ โดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจก่อสร้าง ได้แก่การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนจากปัจจัยภายในธุรกิจก่อสร้าง ส่วนปัจจัยภายนอกวิเคราะห์จากโอกาสและอุปสรรคในการทำธุรกิจก่อสร้าง นอกจากนี้ยังวิเคราะห์ถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมจากการแข่งขันของธุรกิจก่อสร้าง และสภาพแวดล้อมภายนอกโดยละเอียด เพื่อนำไปจัดทำแผนการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้าง 8 ราย และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจก่อสร้างจากหน่วยงานภาครัฐบาล 2 ราย ในจังหวัดชัยภูมิและจังหวัดนครราชสีมา ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Dept Interview) ในการเก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้าได้จัดทำแผนการตลาดเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้กับธุรกิจก่อสร้างที่จะจัดตั้งใหม่ ได้แก่บริษัทคอนกรีตเวีย เน็ท จำกัด โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือบริษัทเจ้าของโครงการหมู่บ้านจัดสรรเพื่อที่อยู่อาศัย ประเภทบ้านเดี่ยว หนึ่งชั้น สองชั้น และ อาคารพาณิชย์ เป้าหมายรองคือกลุ่มลูกค้ารายย่อยที่ต้องการปลูกสร้างที่พักอาศัยและการรับช่วงงานจากผู้ประมูลโครงการที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐ กลยุทธ์ที่ทำให้แผนการตลาดประสบความสำเร็จได้แก่ 1) ใช้จุดแข็งแสวงหาประโยชน์จากโอกาส 2) เอาชนะจุดอ่อนโดยแสวงหาประโยชน์จากโอกาส 3) ใช้จุดแข็งหลีกเลี่ยงอุปสรรค และ 4) ลดจุดอ่อนให้เหลือน้อยที่สุดและหลีกเลี่ยงอุปสรรค โดยมีแผนฉุกเฉินรองรับ คือ 1) ทำธุรกิจรับช่วงงานธุรกิจก่อสร้างจากเครือข่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ และ 2) จัดทะเบียนจัดตั้งสำนักงานช่างรังวัดเอกชน เพื่อดำเนินธุรกิจรับบริการงานรังวัดเอกชน ตามพระราชบัญญัติช่างรังวัดเอกชน พ.ศ.2535 และการที่จะทำให้แผนการตลาดของธุรกิจก่อสร้างประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล ในด้านของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างที่ควรจะต้องมีการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเอง

สาขาวิชา การบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค

ปีการศึกษา 2561

ลายมือชื่อนักศึกษา _____

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา _____

DUNGKHASIT SUNGKHADIT : MARKETING PLAN OF
 CONSTRUCTION INDUSTRY IN CHAIYAPHUM PROVINCE.
 ADVISOR: ASSOC. PROF. KWUNKAMOL DONKWA, Ph.D.

The objectives of the Research on Marketing Plan of Construction Industry in Chaiyaphum Province are the following : 1) To analyze the environment of the construction industry in Chaiyaphum Province in order to determine the strengths and weaknesses of the construction business 2) To prepare a suitable marketing plan for the construction industry in Chaiyaphum Province. In construction business environment factor analysis, it was found strengths and weaknesses in the construction business within Chaiyaphum Province. These included the level of competition among construction business and the external environment in detail to make a marketing plan. The target number of business operators and construction staffs from government agencies in Chaiyaphum and Nakhon Ratchasima Province are 8 and 2 respectively. The depth interview was used to collect this data and the data were analyzed using a quantitative method.

The result of this study has produced a marketing plan that will lead to the implementation of the construction business to be re-established such as Consurvey Net Co., Ltd. The main target customers are the owners of residential housing project: single house, one-storied house, two-storied house and commercial buildings. The secondary target is the retail customers who want to build a residence and take over the project from the bidders related to government agencies. The strategies make a successful marketing plan include : 1) Capitalize on opportunities 2) Overcome weaknesses through exploitation 3) Use strengths to avoid obstacles 4) Minimize weaknesses and avoid obstacles. There are emergency plans; 1) Do business to build business from the network to generate revenue for the business and 2) The establishment of a private surveyor's office to operate a private survey under the Private Surveyor Act 1992 and to make the marketing plan of the construction business successful, construction business operators should be supported by government agencies. In the field of construction business, operators should have to develop new technologies to develop their own business.

School of Construction and Infrastructure Management Student's Signature _____

Academic Year 2018

Advisor's Signature _____