

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์พลาสติก บริษัท เอ็น ซี ไวร์คัท สตีล จำกัด

Business Plan for Manufactured Plastic Product with NC Wirecut Steel Co., LTD

กาญจนาภัทร สীগิงแสงเจริญกุล.

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์ คือเพื่อพัฒนาแนวทางในการขยายธุรกิจของบริษัท เอ็น ซี ไวร์คัท สตีล จำกัด วิธีการในการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค การวิเคราะห์ การแข่งขันและความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึง การวิจัยตลาด ถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับบริษัทจำนวน 50 บริษัท สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ธุรกิจมีจุดแข็ง คือ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต และกระบวนการผลิตมีมาตรฐาน และประสิทธิภาพ และจุดอ่อน คือทำเลที่ตั้งบริษัทไม่มีความสะดวกในการติดต่อ โอกาส คือ ความต้องการด้านแม่พิมพ์งานพลาสติกขึ้นรูปมีสูง ในขณะที่อุปสรรคคือ ราคาต้นทุนของวัตถุดิบมีแนวโน้มจะสูงขึ้น สภาพการแข่งขันของธุรกิจนี้อยู่ในระดับปานกลาง เพราะการทำธุรกิจประเภทนี้ต้องใช้เงินลงทุนสูงในการดำเนินธุรกิจ ความเปรียบ ในการแข่งขันของบริษัท คือ ความได้เปรียบด้านเครื่องมือเครื่องจักรและเจ้าของธุรกิจเป็นที่รู้จักในสังคม

คำสำคัญ : แม่พิมพ์ไวร์คัท แม่พิมพ์พลาสติก งานไวร์คัท แผนธุรกิจ

Abstract

The objective of this study is to develop a guideline for expanding manufacturing Business. In preparing this business plan, analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats of the business, including the advantages of competition were conducted. In addition, market research with 50 samples was collected from a survey. The statistics used to analyze data include percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that the business's strengths are machinery used in the production, and efficiency and standards in manufacturing process. The weaknesses are where the company located is not convenient for traveling to. The opportunity is a high demand for Wirecut mold and Plastic mold while the threat is the increasing price of raw material. Competition position for this type of business is in medium level since it requires a high investment in business due to it cost much money for equipment and machine. Its competitive advantage are production machine and equipment, and the owner's connection to other stakeholders.

Keywords : Wirecut mold, Plastic mold, Wire cut work, Business Plan

1. บทนำ

ในปัจจุบันนี้ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทอะไร ผลิตภัณฑ์อะไร ต่างก็เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญกับประเทศทั้งสิ้น เพราะเป็นฐานเศรษฐกิจให้กับประเทศ และด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและรับวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามา ก็เช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ ที่ปัจจุบันถือว่าเป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งชันมากราย และด้วยความต้องการที่มีความแตกต่างกันมากขึ้น ต้องการความโดดเด่นกันมากขึ้นทำให้ธุรกิจแม่พิมพ์จึงมีมากรายและเกิดการแข่งขันกันมากขึ้น บริษัทจึงมีความคิดที่จะต่อยอดและพัฒนาธุรกิจแม่พิมพ์นี้ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ และปัจจัยที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จสามารถแข่งขันกับคู่แข่งชันได้นั้น บริษัทจึงมีการลงทุนในเครื่องมือ เครื่องจักร เพื่อที่จะได้นำมาผลิตสินค้าได้ครบวงจรตามที่ลูกค้าต้องการ และมีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ เพราะการใช้เครื่องมือเครื่องจักรที่ดี ที่มีประสิทธิภาพในการผลิตนั้น จะช่วยให้ลดต้นทุนการผลิต ลดระยะเวลาในการทำงานได้มากขึ้น

บริษัท เอ็น ซี ไรร์คัท สตีล จำกัด ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 9 หมู่ 7 ตำบลบ้านแพ้ว อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร 74120 บริษัท เอ็น ซี ไรร์คัท สตีล จำกัด ทำการผลิตชิ้นงานพลาสติกตามแบบที่ลูกค้าต้องการ ด้วยการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และไรร์คัทงานแม่พิมพ์เล็ก ตามแบบแม่พิมพ์ที่ลูกค้าต้องการเช่นกัน ด้วยผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถในการช่วยออกแบบ และใช้เครื่องจักรที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่นทุกเครื่อง และเลือกใช้เครื่องจักรให้เหมาะสมกับงานของลูกค้า เพื่อที่จะได้ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ อาทิเช่น ถาดรองแก้วน้ำบนรถทัวร์ เบาะรถฮุนได ตัวบล็อกสายไฟที่นำส่งประเทศญี่ปุ่น คิวเล็ก-คิวใหญ่ติดขอบกระจก เป็นต้น

สินค้าและความต้องการเหล่านี้ จึงทำให้เกิดแรงจูงใจอยากทำให้ธุรกิจเติบโตไปได้อย่างมากขึ้น และอยากที่จะเป็นผู้นำอันดับต้นของประเทศ ที่อยู่ในใจของลูกค้าเมื่อลูกค้านึกถึงเมื่อต้องการสินค้าและเลือก บริษัท เอ็น ซี ไรร์คัท สตีล จำกัด ให้การยอมรับและเชื่อมั่นในการผลิตที่สามารถผลิตสินค้าให้ได้ตามที่ลูกค้าต้องการได้ทุกรูปแบบ หากแบบใดที่บริษัทไม่สามารถทำได้ ก็จะพัฒนา ศึกษาและลงทุนอยู่ต่อเนื่องเพื่อที่จะพัฒนาและรองรับความต้องการของลูกค้าได้

2. วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจนี้ คือ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัท เอ็น ซี ไรร์คัท สตีล จำกัด รวมถึง ต้องการทราบผลตอบแทนจากการลงทุน

3.ระเบียบวิธีวิจัย

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคของธุรกิจ รวมทั้ง การวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ ได้มีการทำการวิจัยตลาด โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Kotler and Armstrong, 1996) เป็นแนวทางในการพัฒนารอบแนวคิดในการวิเคราะห์ ทั้งนี้วิจัยนี้ใช้วิธีการสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการที่ใช้สินค้าพลาสติก ทั้งบริษัทผลิต หรือร้านขายส่งขายปลีก ที่มีการสั่งผลิตสินค้าพลาสติกตามที่ต้องการ จำนวน 50 คน โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4. อุปกรณ์และวิธีการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลก็คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิด ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้เลือกตอบ(Close End Question) โดยจะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน คือใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ ตำแหน่ง ประเภทธุรกิจ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าของบริษัท ด้านคุณภาพ ด้านการบริการ ด้านการผลิต ด้านการขนส่งโดยใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า (rating scale)

การทดสอบเครื่องมือ ความถูกต้อง/ความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ได้ใช้ข้อคำถามที่อ้างอิงจากแหล่งข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบข้อคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ และ นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำเสนอต่อ อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความถูกต้องของเนื้อหาแบบสอบถาม ความเที่ยง (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด แล้วนำไปทดสอบหาความเที่ยงของเครื่องมือโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient Method)พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient Method) ของ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมและรายด้าน แหล่งข้อมูลข่าวสารโดยรวมและรายด้าน มีค่ามากกว่า 0.7 ดังนั้นแบบสอบถามถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้และนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป (Hair *et al.* 1998). สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

นอกจากนี้ยังใช้การเก็บข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการค้นคว้ารวบรวมรายงานประจำปีของบริษัท วารสาร เอกสารอ้างอิง บทความ ต่างๆ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

5. ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

5.1 ความพึงพอใจต่อการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์พลาสติก บริษัท เอ็น ซี ไรร์คัท สตีล จำกัด

จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษารายงาน 50 ชุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 มีอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 มีสถานภาพสมรสจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 มีธุรกิจส่วนตัวจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาเป็นลูกจ้างจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ค่าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์พลาสติก บริษัท เอ็น ซี ไรร์คัท สตีล จำกัด พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ อันดับที่ 1 เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตมีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย = 4.88) อันดับที่ 2 กระบวนการผลิตมีมาตรฐานและประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.68) อันดับที่ 3 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลิตกับบริษัทของเรา (ค่าเฉลี่ย = 4.36) และเรื่องคุณภาพคือปัจจัยหลักที่ท่านตัดสินใจสั่งผลิตผลิตภัณฑ์กับบริษัทของเรา (ค่าเฉลี่ย = 4.36) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับสุดท้ายที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นน้อยที่สุด ได้แก่ อันดับที่ 1 ทำเลที่ตั้งบริษัทมีความสะดวกในการติดต่อ เดินทาง (ค่าเฉลี่ย = 3.34) อันดับที่ 2 มีส่วนลดพิเศษสำหรับ

ลูกค้าประวัติดี (ค่าเฉลี่ย = 3.58) และอันดับที่ 3 พนักงานขนส่งบริการด้วยความสุภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.60) ตามลำดับ

5.2 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรค

ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรค พบว่า จุดแข็งของ บริษัท เอ็น ซี ไรค์ท สตีล จำกัด คือ พนักงานมีฝีมือ มีความเชี่ยวชาญในการทำงานใช้เครื่องมือ เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีในการผลิตสินค้า ผู้บริหารมีความรู้ความชำนาญในการบริหารมาอย่างยาวนานมีเกณฑ์มาตรฐานในการผลิตสินค้า จนกว่าลูกค้าพึงพอใจ อย่างไรก็ตามจุดอ่อนของบริษัท คือ พนักงานรายวันต่างถิ่นลาออกบ่อยมีต้นทุนในการติดตั้งสูง และต้องมีความรู้เพื่อใช้งาน สำหรับโอกาสของบริษัท คือ แม้ว่าปัญหาด้านเศรษฐกิจโดยรวมจะชะลอตัว ขึ้นๆลงๆ แต่ความต้องการด้านแม่พิมพ์งานพลาสติกขึ้นรูปต่างมีความต้องการสูงขึ้น เพราะสินค้าส่วนใหญ่ในปัจจุบันต่างทำจากพลาสติกเพราะลดปัญหาการชำรุด แตกหักได้มากขึ้นและอุปสรรคจากภายนอกที่สำคัญ คือ ราคาต้นทุนของวัตถุดิบมีแนวโน้มจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้การควบคุมต้นทุนการผลิตและราคาขายทำได้ยากขึ้นในช่วงเศรษฐกิจแข็งตัว ค่าเงินจะสูงขึ้น อัตราแลกเปลี่ยนจะสูงขึ้นตาม

5.3 การวิเคราะห์การแข่งขัน

เนื่องจากบริเวณโดยรอบพื้นที่ตั้งของบริษัท แม้จะเป็นแหล่งธรรมชาติที่มากกว่าแหล่งอุตสาหกรรม และถึงแม้จะไม่ได้อยู่ในส่วนของนิคมอุตสาหกรรมก็ตาม แต่ระดับการแข่งขันอุตสาหกรรมแม่พิมพ์กลับมีสูงมากขึ้นทีเดียว เพราะมีคู่แข่งของบริษัทที่ตั้งอยู่โดยรอบ เช่น นครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี สมุทรสาคร กรุงเทพฯ เป็นต้น แต่ในพื้นที่ที่บริษัทตั้งอยู่ ถือเป็นบริษัทที่ได้รับโอกาสที่ดีจากลูกค้ามากมายที่ให้การยอมรับ ไว้วางใจในการผลิตขึ้นงานพลาสติกตามรูปแบบ ไรค์ทงานแม่พิมพ์ด้วยเครื่องมือและเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีความชำนาญ ทำให้ลูกค้าได้รับผลงานที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า และการตั้งราคาที่เป็นธรรม

อย่างไรก็ตามทางบริษัท ฯ มีความได้เปรียบในการแข่งขัน 2 ด้าน คือ

1. ความได้เปรียบด้านเครื่องมือเครื่องจักร บริษัทได้เปรียบจากคู่แข่งในเรื่องของเครื่องมือเครื่องจักรที่มีความทันสมัยมากกว่า มีการพัฒนา เลือกสรรเครื่องมือเครื่องจักรที่สามารถนำมาผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ประหยัดต้นทุนและเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในระยะเวลาให้มากขึ้น จากเดิมบริษัทไม่ได้มีการลงทุนในเครื่องมือเครื่องจักรที่มากนัก ไม่ได้มีการวิเคราะห์พิจารณาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าเข้าแบบขจร ต่อมาพบว่าการแข่งขันมีมากขึ้นทำให้บริษัทต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด จึงมีการพิจารณาและลงทุนในเครื่องมือเครื่องจักร เพราะเครื่องมือเครื่องจักรที่มีความทันสมัยจะเป็นช่องทางที่ทำให้ลูกค้าจงรักภักดีต่อเรามากขึ้น เพราะเราสามารถผลิตสินค้าให้ได้ตรงตามความที่ลูกค้าต้องการด้วยเวลาที่รวดเร็ว และราคาที่เป็นธรรม และการบริการด้วยใจของพนักงานทุกคน

เครื่องจักรที่บริษัทสามารถนำมาแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ เพราะบริษัทได้รับเครดิตจากบริษัทจัดจำหน่ายเครื่องจักรจากประเทศญี่ปุ่น ทำให้บริษัทสามารถลงทุนกับเครื่องจักรใหม่ๆที่ทันสมัยๆได้อย่างเรื่อยๆ เพราะได้รับความไว้วางใจซึ่งกันและกันเพราะทำธุรกิจร่วมกันมากกว่า 10 ปี

2. เจ้าของธุรกิจเป็นที่รู้จักในสังคม สิ่งที่ได้รับจากการทำงานเพื่อสังคม คือ ทำให้เจ้าของเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เมื่อมีกิจกรรมหรือใดที่เกี่ยวข้องกับบริษัท จะทำให้ได้รับการนึกถึงเป็นรายแรกในละแวกนี้ และเกิดการบอกปากต่อปากขึ้น ทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักได้อย่างมากยิ่งขึ้นอีก ตำแหน่งที่ได้รับจากสังคมได้แก่ ตำแหน่ง

ประธาน กก.ตร.สภอ.บ้านแพ้ว กรรมการบอร์ดโรงพยาบาลบ้านแพ้ว อดีตนายกลโมสรโรตารีบ้านแพ้ว ประธาน
ตระกูล “ลี” เป็นต้น

สำหรับคู่แข่งของธุรกิจ ได้แก่ เอส เอส ดี ไวร์คัท บีเอสที ไวร์คัท พี.จี.ที.พี.ริชชีน กรุ๊ป P.T.
precision และ โกลด์ ซัน แมชชีน (2000)

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บริษัท เอ็น ซี ไวร์คัท สตีล จำกัด ผู้ผลิตชิ้นงานพลาสติกตามแบบที่ลูกค้าต้องการ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัท ธุรกิจมีจุดแข็ง คือ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตมีมาตรฐาน กระบวนการผลิตมีมาตรฐานและประสิทธิภาพ และจุดอ่อน คือ ทำเลที่ตั้งบริษัทไม่ค่อยมีความสะดวกในการติดต่อ เดินทาง ความเปรียบในการแข่งขันของบริษัท ๆ คือ ความได้เปรียบด้านเทคโนโลยีเครื่องมือเครื่องจักร และเจ้าของธุรกิจเป็นที่รู้จักในสังคม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. บริษัทควรให้ความสำคัญต่อการลดต้นทุน โดยอาศัยพันธมิตรทางการค้า (ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ) ที่บริษัทมีความสัมพันธ์กันมาอย่างยาวนาน จะทำให้บริษัทสามารถสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิตที่มีราคาถูกกว่ารายอื่น นอกจากนี้เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีความรวดเร็ว มีคุณภาพที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า จึงทำให้บริษัทสามารถควบคุมในเรื่องต้นทุนการผลิตได้ดี เมื่อต้นทุนต่ำลงก็ส่งผลทำให้มีกำไรที่เพิ่มขึ้น

2. บริษัทควรมีการอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อระบบการทำงานที่ดี การตอบสนองที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการลดความผิดพลาดและลดค่าใช้จ่ายที่สูญเปล่า

3. บริษัทควรแสวงหากลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ในพื้นที่ใหม่ ๆ และขยายไปจังหวัดต่าง ๆ ตามพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเป็นการครอบคลุมลูกค้าได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ควรเน้นการสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัท เพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง

7. เอกสารอ้างอิง

Kotler, Philip and Gray Armstrong. (1996). **Principles of Marketing**. 7th Edition. New Jersey : Prentice Hall.