

แผนธุรกิจผลิตเสาสัญญาณและอุปกรณ์โทรศัพท์

Network and telecom equipment manufacturer

ธนอมรัชต์ โพธิ์รักษา

นักศึกษา ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจที่เกิดขึ้นจากที่ได้ดำเนินกิจการอุตสาหกรรมผลิตเสาสัญญาณโทรคมนาคม จากธุรกิจนี้ได้วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของอุตสาหกรรมการผลิตเสาสัญญาณ และอุปกรณ์สำหรับติดตั้ง โดยวิเคราะห์ถึงธุรกิจ การแข่งขันต่างๆ ในภาคอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและภาพรวมของธุรกิจ ซึ่งจะมีการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ เป้าหมาย แผนการจัดการและแผนกำลังคน แผนการผลิต แผนการเงิน แผนการดำเนินงานและแผนฉุกเฉิน

แผนธุรกิจจัดทำขึ้นเพื่อวิเคราะห์ธุรกิจอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ปัจจุบันภายใน ภายนอกกลยุทธ์ทางการดำเนินงาน ให้เห็นถึงกระบวนการผลิตและการตลาดที่ดีของโรงงาน คุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์และการขาย ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย จากภาวะในองค์กรของบริษัทไม่สามารถมีการผลิตและพื้นที่ ๆ ที่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ที่จะมีการขยาย ไป 3G และ 4G และที่วิจัยตลาดในประเทศไทย ซึ่งทางบริษัทลูกค้ามีการพัฒนาเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเป็นโอกาสให้บริษัทมีการพัฒนาและเล็งเห็นโอกาสที่จะพัฒนาในระบบธุรกิจนี้

การวัดผลตอบแทนจากการลงทุน บริษัทจะพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสำหรับบริษัท โดยคิดจากอัตราคิดลด 8% บริษัทพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน ซึ่งมีระยะเวลาคืนทุนภายใน 5 ปี

คำสำคัญ: โทรคมนาคม, เทคโนโลยี, การผลิต

ABSTRACT

The Business plan is made of company factory, which produce and supply steel and accessories parts in Telecommunication field . A brief history of the business. Analysis of the situation, objectives and business goals, marketing plans and production plan, manpower plan, financial plan and emergency action plan.

The result of SWOT analysis, We see that product of the factory have good quality, well-known in telecom-business market, strength in sale & marketing, good quality, various type of product, both general (in stock) and made by order products. By limitation of production area, company cannot gain more money from sale & production. Many new factories jump in to this market, caused of big expansion of Wireless Telecommunication business (3G/4G) and digital TV in Thailand to get some market share. The Telecom-business market is still in continuous expansion period and customer keep follow new technologies changing all the time. This is a good opportunities to do factory expansion right now.

To measure the return on investment. The company considers the net present value of cash flows for the company. The idea of a discount rate of 8% based on the rate of return expected from the investment. The payback period within five years.

Keywords: Telecom, Technology, Production

บทนำ

ประเภทของธุรกิจ บริษัทประกอบกิจการค้า ในการผลิตเสาสัญญาณและอุปกรณ์โทรคมนาคมเป็นหลัก และงานที่เกี่ยวข้องกับงานการสื่อสาร

ประเภทของสินค้าและบริการ ธุรกิจผลิตเสาและอุปกรณ์ตามแบบของ AIS, TRUEMOVE, DTAC

รายละเอียดของสินค้าและบริการ เสาโทรคมนาคม แบบ โพล เป็นเสาที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องรองรับ น้ำหนักที่อยู่บนอาคารได้ อุปกรณ์ที่ติดตั้งตามเสาสัญญาณโทรศัพท์ งานรั้ว งานตู้เชื่อม

บริษัทมีเป้าหมายที่ เน้นความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยให้ความสำคัญกับการให้บริการทั้งก่อนการขายและหลังการขาย เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าที่จะเลือกใช้บริการทางบริษัท โดยแผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการวางแผนการดำเนินธุรกิจในบริษัท ทั้งในด้านของนโยบายต่างๆ เช่น ด้านการตลาด ด้านการจัดการ การผลิต และด้านการเงิน เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภกร เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ บรรณาธิการ, 2543) สามารถควบคุมและดูแลให้กิจการให้ดำเนินไปตามแผนที่ได้วางเอาไว้ จัดเตรียมแผนการลงทุนได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน

- เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ และลดต้นทุนในการผลิตสินค้า ในด้านการผลิตและจัดจ้างภายนอก
- เพื่อพัฒนาในส่วนผลิตทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการตัด เจาะ เชื่อมให้มีประสิทธิภาพ
- เพื่อเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย โดยเน้นในด้านสถานที่ที่มีประสิทธิภาพ มีขนาดที่รองรับการขนส่งของลูกค้าได้ และ รองรับประชาคมอาเซียน (AEC) ในการเพิ่มจำนวนการผลิต
- เพื่อเป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าฐานเดิมและในอนาคตที่จะมีฐานลูกค้าใหม่เข้ามาเป็นลูกค้าของบริษัท
- เพื่อลดความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยของพนักงานที่จะเกิดขึ้นแต่ละขั้นตอนการผลิตไม่ว่าจะเป็นฝ่ายสโตร์ ฝ่ายผลิตซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทต้องคำนึงถึงเป็นหลัก
- เพื่อเป็นการศึกษากระบวนการภายในบริษัท ตั้งแต่การผลิตจนถึงส่งมอบ

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการดำเนินการ

ดำเนินงานวิจัยโดยการออกสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด โดยเก็บจากนักศึกษา และผู้ที่อาศัยอยู่ใกล้เคียง และบุคคลทั่วไป

ข้อมูลทุติยภูมิ

บริษัทจะใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ทั่วประเทศ โดยผู้จัดทำได้ค้นหาข้อมูลสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์

- แหล่งที่มาของข้อมูล

ผู้จัดทำข้อมูลได้จัดทำและเก็บข้อมูลจากเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นการรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์

- วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิต้องใช้วิเคราะห์เนื้อหา เพื่อศึกษาถึงความสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่เป้าหมาย

ข้อมูลปฐมภูมิ

ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ได้แก่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามแจกแก่กลุ่มประชากร คือ ประชาชนทั่วไปตามเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลสรุปการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1. จากการสำรวจพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศ ดังนี้
เพศหญิง จำนวน 161 คิดเป็น 40.3 %
เพศชาย จำนวน 239 คิดเป็น 59.8 %
2. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่า อายุ ดังนี้
อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็น 49%
อายุ 31-40 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็น 22.8%
อายุ 41-50 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็น 13.3%
อายุ 51-60 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็น 9.5%
3. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่า ภูมิภาค ดังนี้
ภาคกลาง จำนวน 220 คน คิดเป็น 55%
ภาคใต้ จำนวน 73 คน คิดเป็น 18.3%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 70 คน คิดเป็น 17.8%
ภาคเหนือ จำนวน 36 คน คิดเป็น 9 %
4. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่า การศึกษา ดังนี้
ปริญญาตรี จำนวน 219 คน คิดเป็น 54.8%
ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 136 คน คิดเป็น 34%
ปริญญาโท จำนวน 39 คน คิดเป็น 9.8%
ปริญญาเอก จำนวน 6 คน คิดเป็น 1.5%
5. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่า รายได้ ดังนี้
ต่ำกว่า 15,000 จำนวน 212 คน คิดเป็น 53%
15,000-25,000 จำนวน 114 คน คิดเป็น 28.5%
25,000-35,000 จำนวน 29 คน คิดเป็น 7.3%
มากกว่า 45,000 จำนวน 23 คน คิดเป็น 5.8%
35,000-45,000 จำนวน 22 คน คิดเป็น 5.5%

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการส่งสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบุคคลทั่วไป

1. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่า network ที่ใช้ ดังนี้
Truemove จำนวน 209 คน คิดเป็น 52.3 %
AIS จำนวน 101 คน คิดเป็น 25.3 %
DTAC จำนวน 90 คน คิดเป็น 22.5 %
2. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่าผู้ใช้เลือกใช้บริการ ดังนี้
ผู้ใช้บริการ INTERNET จำนวน 266 คน คิดเป็น 66.5 %
ผู้ไม่ใช้บริการ INTERNET จำนวน 134 คน คิดเป็น 33.5 %
3. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่ารูปแบบที่ใช้บริการ ดังนี้
ผู้ใช้แบบเติมเงิน จำนวน 194 คน คิดเป็น 48.5 %
ผู้ใช้บริการแบบรายเดือน 206 คน คิดเป็น 51.5 %

4. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่าราคาที่ใช่ ดังนี้

ราคา 301-500	จำนวน 131 คน	คิดเป็น 32.8%
ราคา 501-700	จำนวน 80 คน	คิดเป็น 20%
ต่ำกว่า 300	จำนวน 79 คน	คิดเป็น 19.8%
มากกว่า 1,000	จำนวน 57 คน	คิดเป็น 14.3%
ราคา 701-1,000	จำนวน 53 คน	คิดเป็น 13.3%

5. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่าระยะเวลาที่ใช้โทรศัพท์ ดังนี้

เวลา 12.00-13.00 น.	จำนวน 178 คน	คิดเป็น 44.5%
เวลา 18.00-24.00 น.	จำนวน 88 คน	คิดเป็น 22%
เวลา 6.00-12.00 น.	จำนวน 69 คน	คิดเป็น 17.3%
หลัง 24.00	จำนวน 65 คน	คิดเป็น 16.3%

6. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่าจำนวนนาฬิกาที่ใช้ ดังนี้

เวลา 11-30 นาที	จำนวน 187 คน	คิดเป็น 46.8%
เวลา 31-50 นาที	จำนวน 86 คน	คิดเป็น 21.5%
ต่ำกว่า 10 นาที	จำนวน 66 คน	คิดเป็น 16.5%
มากกว่า 1 ชม.	จำนวน 61 คน	คิดเป็น 15.3%

7. จากการสำรวจผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่าจำนวนรอบที่ใช้ ดังนี้

จำนวน 3-6 รอบ	จำนวน 183 คน	คิดเป็น 45.8%
น้อยกว่า 2 รอบ	จำนวน 90 คน	คิดเป็น 22.5%
จำนวน 7-10 รอบ	จำนวน 66 คน	คิดเป็น 16.5%
มากกว่า 10 รอบ	จำนวน 61 คน	คิดเป็น 15.3%

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบุคคลทั่วไป

จากการสำรวจ อัตราค่าบริการการโทรภายในประเทศ คิดเป็น 3.30 % ความชัดเจนของสัญญาณโทรศัพท์ คิดเป็น 3.28 % อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ต ความครอบคลุมในสัญญาณการให้บริการการโทร และการครอบคลุมของเสาในพื้นที่ การให้บริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็น 3.26 % และอัตราค่าบริการโทรต่างประเทศ คิดเป็น 2.97 % ซึ่งมีอัตราที่น้อยสุด

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์ของบุคคลทั่วไปเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามโดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสำรวจให้ความสำคัญมากที่สุด ส่วนมากเป็นอัตราค่าบริการการโทรภายในประเทศ และความชัดเจนของสัญญาณโทรศัพท์ ความครอบคลุมของสัญญาณ ซึ่งจะต้องมีการเร่งการผลิตและขยายในด้านการสัญญาณการโทรศัพท์ให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่ และปรับปรุงคุณภาพการออกแบบการบริการภายในบริษัท ให้มีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่งมากขึ้น ในความรวดเร็ว ความสะอาด ความปลอดภัยของบริษัท โดยสามารถนำมาพัฒนากลยุทธ์ได้ คือ กลยุทธ์ในการทำผลิตสินค้าของบริษัทเป็นแบบผลิตตามที่ถูกความต้องการ คือ การผลิตสินค้าแต่ละครั้งจะผลิตเป็นจำนวนเป็นล็อต ๆ ไป แต่สามารถที่จะทำเป็นสต็อกไว้ได้ เนื่องจาก เป็นเสาชานและระยะรูเท่ากัน จึงสามารถทำสต็อกไว้ได้ เพื่อจะได้ไม่เสียเวลาในการทำการผลิต จะได้ส่งมอบให้ลูกค้าได้รวดเร็ว ซึ่งสามารถทำให้มีการรับงานอื่น ๆ ได้

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การผลิตในบริษัทถือมีความสำคัญมากที่สุดในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งหากมีการผลิตที่มากเกินไปแล้วแผนไม่สามารถรองรับการผลิตได้เพียงพอ จึงมีวิธีการเพื่อเป็นข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. มีการขยายผู้รับเหมาในการผลิตเพิ่ม เนื่องด้วยเมื่อเปิด OT แล้วไม่สามารถผลิตได้ทันต่อคำสั่งซื้อของลูกค้า ที่มีเรื่อย ๆ ในทุกวันจึงต้องหาผู้รับจ้างผลิตภายนอก
2. ขยายสโตร์ เมื่อสโตร์มีสินค้าที่มาก อาจจะต้องหาพื้นที่เพิ่มไปอีก โดยทางบริษัทอาจจะมีการไปเช่าพื้นที่เพื่อทำการเก็บของเพิ่ม

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อมุ่งเรียนรู้กระบวนการภายในตั้งแต่การวางแผนในการทำงาน และกลยุทธ์ต่าง ๆ ภายในบริษัท เพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่จะเกิดขึ้นในแผน

การจัดทำแผนธุรกิจศึกษาด้วยตนเอง (Independent study) ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความช่วยเหลือ จาก ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาในโครงการแผนธุรกิจ และคณาจารย์ที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ตั้งแต่ที่เรียนมา ตั้งแต่ การตลาด การเงินธุรกิจ การบัญชี จึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งไว้ ณ ที่นี้ด้วย

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบิดา มารดา พี่น้องพนักงานทุกคนที่ให้คำปรึกษา และเพื่อน ที่ให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่ให้ความสนับสนุนและอนุเคราะห์ให้แผนธุรกิจนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

บรรณานุกรม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภกร เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์. (2543). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.