กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำแผนธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล กรณีศึกษา การไฟฟ้านครหลวง

THE COLLECTION DATA PROCESS IN DIGITAL LED BUSINESS PLAN CASE STUDY: METROPOLITAN ELECTRICITY AUTHORITY

นายชินวัตร เตชพิรุณทอง

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2556

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำแผนธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล กรณีศึกษา การไฟฟ้านครหลวง

THE COLLECTION DATA PROCESS IN DIGITAL LED BUSINESS PLAN CASE STUDY: METROPOLITAN ELECTRICITY AUTHORITY

นายชินวัตร เตชพิรุณทอง

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2556

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการสอบ
(อาจารย์ รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

..... กรรมการสอบ
(อาจารย์ ร.ต.ท.หญิงบุณยวีร์ โชคประเสริฐสม)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ โกศวัต รัตนโนทยานนท์)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

หัวข้อ	กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำแผนธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล กรณีศึกษา การไฟฟ้านครหลวง THE COLLECTION DATA PROCESS IN DIGITAL LED BUSINESS PLAN CASE STUDY: METROPOLITAN ELECTRICITY AUTHORITY
หน่วยกิต	1
ผู้เขียน	นายชินวัตร เตชพิรุณทอง
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์โกศวัต รัตนโนทยานนท์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจญี่ปุ่น
คณะ	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2556

บทคัดย่อ

เนื่องจากในปัจจุบันผู้ซื้อสื่อโฆษณาหันมาเลือกใช้สื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลแทนการใช้ป้ายบิลบอร์ดธรรมดามากขึ้น อันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ ที่สนับสนุน เช่นหน้าจอดิจิตอลที่มีราคาถูกลง เทคโนโลยีของหน้าจอที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถดึงดูดผู้ชมได้มาก อีกทั้งปัจจุบันพฤติกรรมของผู้คนในสังคมเปลี่ยนไปคือผู้คนมีการใช้ชีวิตนอกบ้านทั้งวันทำงานและวันหยุดมากขึ้นเป็นผลทำให้มีต้องอยู่บนท้องถนนยาวนานขึ้นเนื่องจากการจราจรที่ติดขัด ด้วยสถานการณ์ดังกล่าวจึงเป็นโอกาสที่ดีในการดำเนินธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล

ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้การไฟฟ้านครหลวงเล็งเห็นถึงศักยภาพในการสร้างกำไรจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ของการไฟฟ้านครหลวงนั้นคือตึกตามเขตต่างๆของการไฟฟ้า จึงได้จัดทำแผนธุรกิจนี้ขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การวางแผนธุรกิจในอนาคตมีการทำงานเป็นไปอย่างมีระบบและแบบแผนที่แน่นอน โดยการจัดทำแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการขายสินค้าและแผนการเงินเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

TITLE	THE COLLECTION DATA PROCESS IN DIGITAL LED BUSINESS PLAN CASE STUDY: METROPOLITAN ELECTRICITY AUTHORITY
CREDIT	1
CANDIDATE	MR. SHINAWATRA TACHAPIROONTONG
ADVISOR	MR. KOSAWAT RATANOTHAYANON
PROGRAM	BACHELOR OF BUSINESS ADMINISTRATION
FIELD OF STUDY	BUSINESS ADMINISTRATION (JAPANESE)
FACULTY	BUSINESS ADMINISTRATION
B.C.	2556

Abstract

Now today on this current situation, the media buyers was choosing more digital advertising media to instead of common billboards. Because of many factors that support on this matter was change such as cost down of digital display support with increase efficiency of screen. That it can attract more viewers from people. And the current behavior of people in social change is people living and working outside more than at home ether working day or holiday. That was many people to be on the road for longer more than the past that effect to traffic jams. From this situation, it was a great opportunity in the business of digital media advertising.

For this reason, it makes the MEA recognizes the potential to generate income from existing assets of MEA is building the field of electricity. This business plan has start up with an objective to provide the business plan for the future is to work as a system and course maps. On a management plan, marketing plan, sales plan and financial plan were to reduce the risk that may arise in the business.

ชื่อโครงงาน	กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำแผนธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล กรณีศึกษา การไฟฟ้านครหลวง THE COLLECTION DATA PROCESS IN DIGITAL LED BUSINESS PLAN CASE STUDY: METROPOLITAN ELECTRICITY AUTHORITY
ผู้เขียน	นายชินวัตร เตชพิรุณทอง
คณะวิชา	บริหารธุรกิจสาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ โกศวัต รัตนโนทยานนท์
พนักงานที่ปรึกษา	นางสาว เบญจมาภรณ์ เข็มกลัด
ชื่อองค์กร	การไฟฟ้านครหลวง
ประเภทธุรกิจ	จำหน่ายพลังงานไฟฟ้า

งานที่ปฏิบัติ

นักศึกษาที่ร่วมฝึกงานกับฝ่ายพัฒณาธุรกิจ ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายนั้นจะเป็นการศึกษาระบบการทำงานขององค์กรและหน่วยงานที่เข้าสังกัดโดยวิธีการศึกษานั้นจะมีทั้งจากการอ่านเอกสารที่ฝ่ายพัฒนาธุรกิจจัดทำขึ้นมา และการจากศึกษาจากการเข้าร่วมฟังการประชุมนำเสนองานต่างๆ ของฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รวมทั้งค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้พลังงานทดแทนที่เกิดขึ้นมาใหม่ในปัจจุบัน มีการฝึกการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการทำกรณีศึกษาต่างๆ

ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานและประโยชน์ที่ได้รับ

1. มีความเข้าใจถึงขอบเขตและลักษณะการทำงานของฝ่ายพัฒนาธุรกิจ
2. ทราบถึงกระบวนการขั้นตอนในการจัดทำแผนธุรกิจ
3. ความสำคัญของการใช้พลังงานทดแทน
4. สามารถวิเคราะห์ความเสี่ยงทั้งจากภายใน และภายนอกองค์กรได้ดีขึ้น
5. วิธีการสร้างมนุษย์สัมพันธ์ในองค์กร
6. มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณการไฟฟ้านครหลวง ที่ได้ให้โอกาสดีๆ สำหรับข้าพเจ้าได้ร่วมฝึกงานกับฝ่ายพัฒนาธุรกิจแห่งนี้ ทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ และความรู้ที่นอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียนเพิ่มเติมมากมาย ขอขอบคุณคุณรุจ เหราบัตย์ ผู้อำนวยการฝ่าย และคุณศิริรัตน์ วงศ์แก้ว ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย ที่ให้คำปรึกษาอย่างดีมาตลอด และขอขอบคุณคุณเบญจมาภรณ์ เข็มกลัด ที่เป็นพนักงานที่ปรึกษาตลอดช่วงระยะเวลาในการฝึกงานแห่งนี้ ที่คอยให้คำแนะนำ คำปรึกษา และวิธีการดำเนินงานในสายงานต่างๆ อีกทั้งได้รับการสนุบสนุนจากบุคลากรในฝ่าย สำหรับเอกสารข้อมูลต่างๆ ที่ทำให้การจัดทำรายงานฉบับนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณสถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น ที่ได้จัดหลักสูตรฝึกงานนี้ขึ้นมาทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์การปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการ ขอขอบคุณอาจารย์โกศวัต รัตนโนทยานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาตลอดช่วงระยะเวลาในการฝึกงาน ที่ได้ให้คำปรึกษาสำหรับการจัดทำรายงาน และช่วยตรวจสอบแก้ไข จนรายงานฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

นายชินวัตร เตชพิรุณทอง

คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

ผู้จัดทำ

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพประกอบ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	1
1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการหรือการให้บริการหลักขององค์กร	3
1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร	6
1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	8
1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา	8
1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	8
1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน	9
1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการทำรายงาน	9
1.9 ผลที่คาดหวังจะได้รับจากการปฏิบัติงาน	9
1.10 ผลที่คาดหวังจะได้รับจากการทำรายงาน	9
บทที่ 2 ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	
2.1 ทฤษฎีทางด้านการตลาด	
2.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis	10
2.1.2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix	11
2.1.3 ทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ หรือ Five Forces Model	12
2.1.4 การวิเคราะห์ STP Marketing	14
2.1.5 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด 7P	14

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
2.2 ทฤษฎีทางด้านการบริหารจัดการ	
2.2.1 Key Success Factors	15
2.3 ทฤษฎีทางด้านการบริหารโครงการ	
2.3.1 Gantt Chart	16
2.4 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล	16
2.5 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	
2.5.1 Microsoft Word	16
2.5.2 Microsoft Power Point	16
2.5.3 Microsoft Excel	17
2.5.4 Internet	17
บทที่ 3 แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน	
3.1 แผนงานการฝึกงาน	18
3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน	19
3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน	27
บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปต่างๆ	
4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน	29
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	35
5.2 แนวทางแก้ไขปัญหา	36
5.3 ข้อเสนอแนะจากการฝึกงาน	36
บรรณานุกรม	37
ภาคผนวก	38

สารบัญตาราง

ตาราง **หน้า**

3.1	Gantt Chart แสดงแผนการฝึกงาน	19
3.2	Gantt Chart แสดงขั้นตอนการจัดทำรายงาน	27
4.1	Gantt Chart แสดงขั้นตอนการทำแผนธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลที่ได้ตั้งไว้ในตอนแรก	29
4.1	Gantt Chart แสดงขั้นตอนการทำแผนธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลที่ปฏิบัติได้จริง	30

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY TNI

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ		หน้า
1.1	ตราสัญลักษณ์องค์กร	1
1.2	ภาพแผนที่ตั้งขององค์กรการไฟฟ้านครหลวง สำนักงานใหญ่เพลินจิต	2
1.3	ภาพอาคารที่ตั้งขององค์การไฟฟ้านครหลวง สำนักงานใหญ่เพลินจิต	3
1.4	แสดงผังโครงสร้างองค์กรการไฟฟ้านครหลวง	6
1.5	พนักงานที่ปรึกษา	8
2.1	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (SWOT)	10
2.2	TOWS Matrix	11
2.3	ทฤษฎีแรงกดกัน 5 ประการ (Five Forces Model)	12
3.1	ขั้นตอนการจัดทำแผนธุรกิจ	20
3.2	ขั้นตอนการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจใหม่และแผนที่นำทางธุรกิจ (Business Roadmap)	20
3.3	ขั้นตอนการจัดทำ Value Added Roadmap	21
3.4	มูลค่าการใช้สื่อโฆษณานอกบ้าน	23
3.5	จำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS & MRT	25
3.6	Presentation Online Electric Vehicle	26
4.1	รูปแบบการขายและราคา	33
4.2	รูปแบบการดำเนินธุรกิจและความเสี่ยง	34

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

รูปภาพ 1.1 ตราสัญลักษณ์องค์กร

ชื่อองค์กร

การไฟฟ้านครหลวง (Metropolitan Electricity Authority)

ประวัติความเป็นมา

ปัจจุบันการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) เป็นรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภคสาขาพลังงาน สังกัดกระทรวงมหาดไทย จัดตั้งขึ้นเมื่อ 1 ส.ค. 2501 ตาม พระราชบัญญัติการไฟฟ้านครหลวง พ.ศ. 2501 ซึ่งมีการแก้ไขเพิ่มเติมในปี 2530 และ 2535 โดยในปี 2504 ได้โอนโรงงานผลิตไฟฟ้าที่ดำเนินการอยู่ให้กับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ตาม พ.ร.บ.ดังกล่าว มาตรา 6 การไฟฟ้านครหลวง มีวัตถุประสงค์การจัดตั้ง คือจัดให้ได้มาและจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า และดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับพลังงานไฟฟ้า และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวเนื่องหรือเป็นประโยชน์แก่การไฟฟ้านครหลวง นอกจากนี้ต้องจัดให้ได้มาและจำหน่ายไฟฟ้าตลอดจนการคมนาคมที่ใช้พลังงานไฟฟ้าเป็นกิจการสาธารณูปโภค (มาตรา 7) กฟน. จำหน่ายพลังงานไฟฟ้าให้กับประชาชนในเขตพื้นที่ที่กำหนดคือ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ รวม 3,191.6 ตารางกิโลเมตร

วิสัยทัศน์

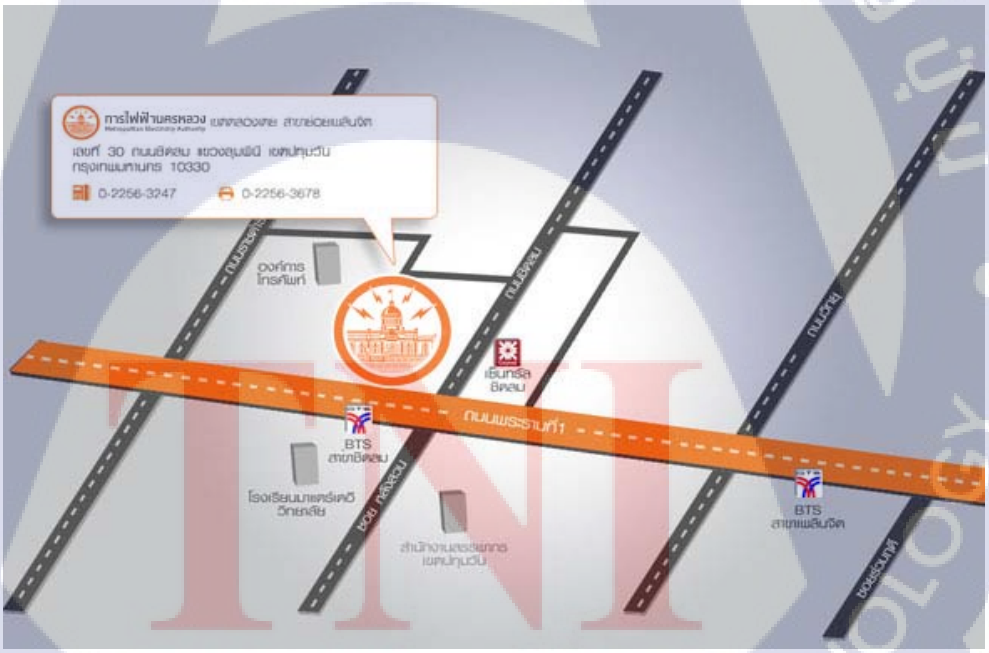
มุ่งสู่องค์กรสมรรถนะสูงเป็นผู้นำด้านระบบจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า และบริการที่เป็นเลิศ สร้างความเข้มแข็งในธุรกิจเกี่ยวเนื่อง รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ภารกิจ

1. ดำเนินธุรกิจไฟฟ้าที่มีคุณภาพ เชื่อถือได้ และปลอดภัย
2. ให้บริการเชิงรุกโดยมุ่งเน้นลูกค้า
3. พัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
4. พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน รวมทั้งรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

สถานที่ตั้ง

ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 30 ซอยซิดลม ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพ 10330 เว็บไซต์: http://www.mea.or.th/ อีเมล์: webmaster@mea.or.th เบอร์โทรศูนย์บริการ: 1130



ภาพที่ 1.2 ภาพแผนที่ตั้งขององค์กรการไฟฟ้านครหลวง สำนักงานใหญ่เพลินจิต

ภาพที่ 1.3 ภาพอาคารที่ตั้งขององค์การไฟฟ้านครหลวง สำนักงานใหญ่เพลินจิต

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการหรือการให้บริการหลักขององค์กร

การไฟฟ้านครหลวงดำเนินธุรกิจ 3 ลักษณะด้วยกันประกอบด้วย

1. ธุรกิจหลัก คือการจำหน่ายพลังงานไฟฟ้าซึ่งราคาซื้อ – ขายถูกกำหนดโดยคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน และพื้นที่การจำหน่ายถูกกำหนดโดยข้อกฎหมาย นอกจากนี้การไฟฟ้านครหลวงยังได้นำทรัพย์สินที่มีศักยภาพมาสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อสร้างรายได้ให้แก่การไฟฟ้า

2. ธุรกิจสร้างมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย

2.1 ธุรกิจบริการต่างประเทศ เน้นการให้บริการ 3 ประเภทหลักคือ การอบรมทางวิชาการ การจัดการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และการให้บริการด้านที่ปรึกษา ซึ่งธุรกิจบริการต่างประเทศนี้การไฟฟ้านครหลวงเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2550 ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายธุรกิจบริการและคุณภาพไฟฟ้า

2.2 ธุรกิจบริการสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System : GIS) ให้บริการข้อมูลสารสนเทศภูมิศาสตร์ ซึ่งการไฟฟ้านครหลวงได้จัดทำ GIS มาตั้งแต่ปี 2537 โดยมีระบบฐานข้อมูลแผน

ที่ดิจิตัลครอบคลุมพื้นฐานที่กรุงเทพมหานคร โดยฝ่ายวางแผนและบริหารทรัพย์สินเทคโนโลยี ของการไฟฟ้านครหลวงเป็นผู้ให้บริการ การให้บริการด้าน GIS มีดังนี้

- บริการข้อมูลแผนที่ฐานเชิงรหัส (Digital Land Base Map) สำหรับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีระบบ GIS อยู่แล้ว และต้องการร่วมใช้ข้อมูลแผนที่ฐาน
- บริการพิมพ์ข้อมูลแผนที่เฉพาะบริเวณที่ต้องการ (Ad Hoc Map) สำหรับงานก่อสร้างต่างๆ
- บริการแผนที่เชิงรหัสพร้อมโปรแกรมประยุกต์ (Digital Land Base Map & Application) สำหรับหน่วยงานที่ต้องการระบบ Internet สำหรับหน่วยงานที่ไม่ต้องการลงทุนมาก แต่ต้องการใช้ข้อมูลแผนที่ผ่านระบบ Internet

2.3 ธุรกิจบริการโครงข่าย (Fiber Optic) ให้บริการ/เช่าโครงข่ายตามความเร็ว (Bandwidth) ที่ลูกค้าต้องการ โดยธุรกิจนี้ทางการไฟฟ้านครหลวงได้รับมอบใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม แบบที่ 3 จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เมื่อวันที่ 22 มี.ค. 2550 ซึ่งฝ่ายวางแผนและบริหารทรัพย์สินเทคโนโลยี ของการไฟฟ้านครหลวงเป็นผู้ให้บริการ

2.4 ธุรกิจศูนย์บริการความปลอดภัยข้อมูล ให้บริการเช่าห้องมั่นคง เพื่อใช้ในการเก็บรักษาระบบฐานข้อมูล อุปกรณ์ระบบเทคโนโลยี และระบบสื่อสารสำคัญ ปัจจุบันห้องมั่นคงของการไฟฟ้านครหลวงเป็น Data Security Center ที่มีศักยภาพและมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล ซึ่งปัจจุบันยังมีพื้นที่ที่เหลือจากการใช้งานภายในการไฟฟ้านครหลวงเพียงพอ สำหรับการติดตั้งตู้ Server มาตรฐาน 42 U เพื่อใช้ในการเก็บรักษาข้อมูลจำนวนประมาณ 20-25 ตู้ พร้อมโครงข่ายสื่อสารความเร็วสูงที่สามารถให้บริการเชิงพาณิชย์และหน่วยงานภายนอกได้

3.ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ได้แก่

3.1 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า ณ จุดใช้งาน (Distributed Generation : DG) เป็นธุรกิจที่ดำเนินเกี่ยวกับการผลิตไฟฟ้า ณ สถานที่ของผู้ใช้ไฟฟ้า ซึ่งมีเทคโนโลยีการผลิตไฟฟ้าที่หลากหลายภายใต้เทคโนโลยีการผลิตพลังงานไฟฟ้าและความร้อน (ไอน้ำ น้ำร้อนและน้ำเย็น) (Combined Heat and Power: CHP) โดยใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิง ซึ่งการผลิตพลังงานไฟฟ้าดังกล่าวจะเหมาะกับผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีลักษณะการใช้ไฟฟ้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และมีปริมาณการใช้ไฟฟ้ามาก และอยู่ในแนวท่อ

ก๊าซธรรมชาติ โดยการผลิตวิธีนี้จะมีประสิทธิภาพสูงสุด ช่วยประหยัดการใช้เชื้อเพลิงและลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน

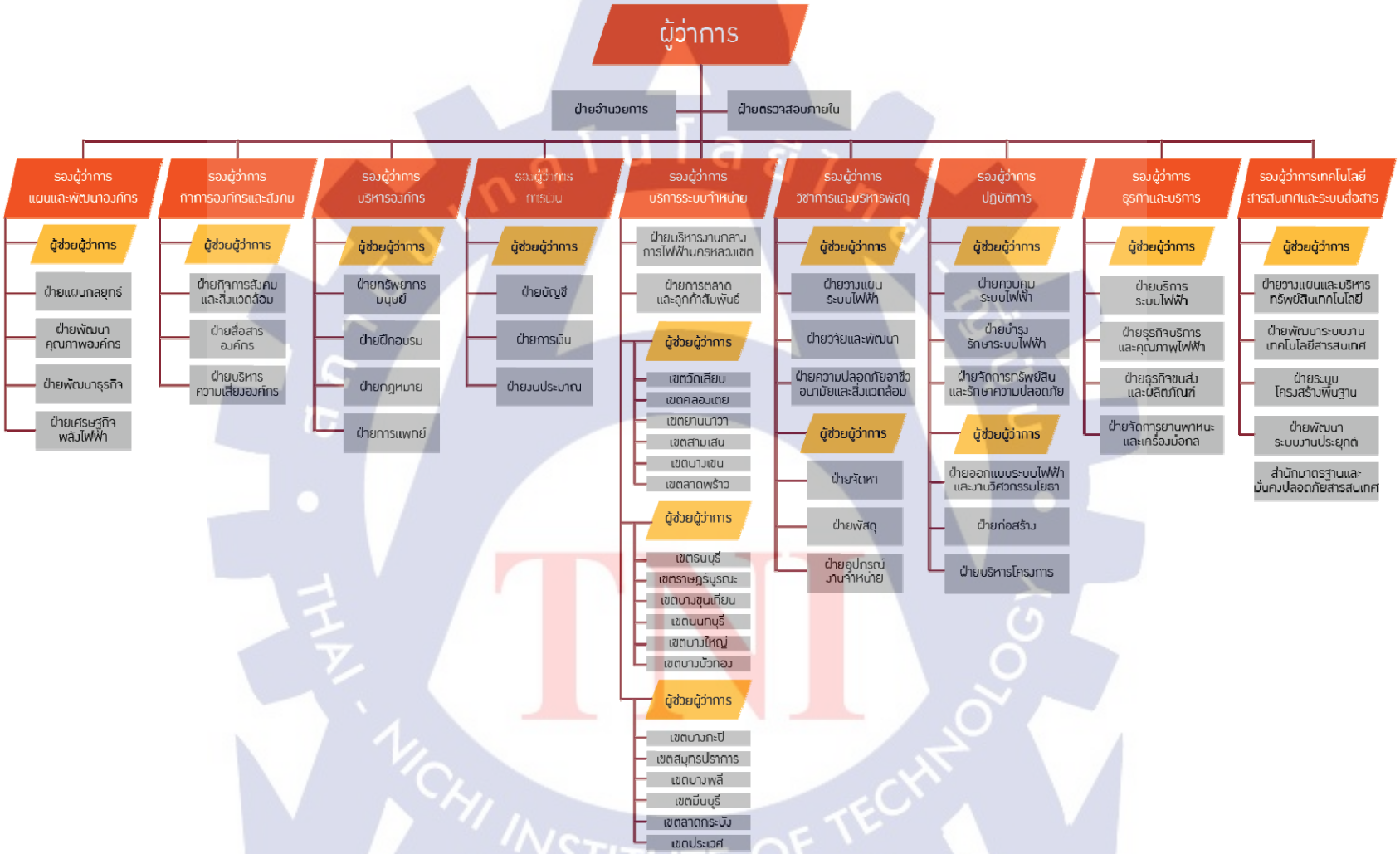
3.2 *ธุรกิจบริการระบบไฟฟ้า* ให้บริการออกแบบ ติดตั้ง ซ่อม บำรุงรักษา ให้คำปรึกษาในระบบไฟฟ้า ระบบงานปรับอากาศ ระบบทางวิศวกรรมควบคุมปละป้องกัน โดยใช้ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในระบบไฟฟ้าของบุคลากรในการไฟฟ้านครหลวง ปัจจุบันธุรกิจนี้มีการให้บริการด้านต่างๆ ดังนี้

- งานบริการออกแบบ ติดตั้ง และบำรุงรักษาระบบไฟฟ้า
- งานบริการออกแบบ ติดตั้ง และบำรุงรักษาระบบปรับอากาศ
- งานบริการออกแบบ ติดตั้ง และบำรุงรักษาระบบวิศวกรรมควบคุมและป้องกัน
- งานบำรุงรักษาเชิงป้องกัน
- งานให้คำปรึกษาด้านบริหารจัดการพลังงาน

3.3 *ธุรกิจบริการคุณภาพไฟฟ้า* ให้บริการด้านคุณภาพและบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าแรงดันกลางและแรงดันสูง และอุปกรณ์ไฟฟ้าครบวงจรทั้งในเชิงป้องกันและเชิงแก้ไขในกรณีปกติและฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมงพร้อมรับประกันคุณภาพ โดยการสมัครเป็ยสมาชิกของโครงการ MEA Better Care Service ซึ่งธุรกิจนี้ เหมาะสำหรับผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่

3.4 *ธุรกิจบริการที่ปรึกษาด้านการอนุรักษาพลังงาน (ESCO)* ให้คำปรึกษาและวางแผนการบริหารจัดการด้านพลังงานแบบครบวงจรในสถานที่ใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ อาคารสำนักงาน โรงงานอุตสาหกรรม และรับประกันผลการประหยัดพลังงาน

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



ภาพที่ 1.4 แสดงผังโครงสร้างองค์กรการไฟฟ้านครหลวง

บุคลากรฝ่ายพัฒนาธุรกิจขององค์กรการไฟฟ้านครหลวง

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
รองผู้ว่าการแผนและพัฒนาองค์กร	
นายรุจ เหราบัตย์	นักบริหาร 11 ผู้อำนวยการฝ่าย
นางศิริรัตน์ วงศ์แก้ว	นักบริหาร 10 ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย
นางสาวนราภรณ์ คำดี	นักวิชาการ 10 (ด้านแผนงาน)
งานหาโอกาสทางธุรกิจ	
นายธงชัย เกษตรธีรกุล	นักวิชาการ 10 (ด้านแผนงาน)
นางสาวธณิกานต์ จุลวงศ์	นักวิชาการ 9 (ด้านแผนงาน)
นายประจักษ์ ทรัพย์อุดม	นักวิชาการ 8 (ด้านแผนงาน)
นางสาวแสงดาว สังข์แก้ว	นักวิชาการ 5 (ด้านแผนงาน)
งานจัดทำแผนธุรกิจ	
นางสาวภัทรา สุวรรณเดช	นักวิชาการ 10 (ด้านแผนงาน)
นางสาวกุลฤดี วิชัยกุล	นักวิชาการ 9 (ด้านแผนงาน)
นางสาวภารดี บรรจงศิริ	นักวิชาการ 7 (ด้านแผนงาน)
นายอนันต์ ช่างคิด	นักวิชาการ 5 (ด้านแผนงาน)
นางสาวเบญจมาภรณ์ เข็มกลัด	นักวิชาการ 5 (ด้านแผนงาน)
งานบริหารจัดการธุรกิจ	
นายพัฒนา จันทสุวรรณ	นักวิชาการ 10 (ด้านแผนงาน)
นายยสวินทร์ กฤษณะภักดี	นักวิชาการ 9 (ด้านแผนงาน)
นางสาวกุลธิดา ผ่องฉวี	นักวิชาการ 8 (ด้านแผนงาน)
นางสาวสุรินดา อังกุรรัชต์	นักวิชาการ 5 (ด้านแผนงาน)

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ทำงานร่วมกับฝ่ายพัฒนาธุรกิจ (Business Development Department) โดยมีตำแหน่งเป็นผู้ช่วยนักวิชาการด้านงานแผนธุรกิจ โดยมีหน้าที่งานที่ได้รับมอบหมาย ดังนี้

1. ศึกษาระบบการทำงานขององค์กรและหน่วยงานที่เข้าสังกัด
2. เข้าร่วมฟังและสรุปการประชุมงานที่เกี่ยวข้องกับงานทางด้านการบริหาร
3. ทำ Presentation นำเสนอเทรนด์ใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับการใช้พลังงานทดแทนในปัจจุบัน
4. ศึกษาแนวโน้มตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล
5. ฝึกการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการทำกรณีศึกษา และฝึกวิเคราะห์ความเสี่ยงของตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล

1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

นางสาวเบญจมาภรณ์ เข็มกลัด

ตำแหน่งงาน: นักวิชาการ 5

โทรศัพท์: 02-256-3385

โทรสาร: 02-256-3712

E-mail: benjamaporn.kh@mea.or.th

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ช่วงเวลาในการฝึกงาน เริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม - 16 พฤษภาคม 2557 ในแต่ละวันเริ่มทำงานเวลา 7:30 นาฬิกา จนถึงเวลา 15:30 นาฬิกา เวลาพักกลางวันเวลา 12:00 – 13:00 นาฬิกา มีวันหยุดราชการ 8 วัน และผมได้ลาหยุด 1 วัน เนื่องจากต้องไปผ่อนผันการเกณฑ์ทหารในวันที่ 4 เมษายน 2557 รวมเวลาในการฝึกงานทั้งสิ้น 36 วัน

1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน

1. เพื่อเรียนรู้ขอบเขตและระบบการทำงานของฝ่ายพัฒนาธุรกิจ
2. เพื่อฝึกความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
3. เพื่อฝึกฝนประสบการณ์การทำงานจากการปฏิบัติงานจริง
4. เพื่อนำทักษะที่ได้จากการศึกษามาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการจริง

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการการทำรายงาน

1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำแผนธุรกิจ
2. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการขั้นตอนการจัดทำแผนธุรกิจ
3. เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มอัตราการเจริญเติบโตของตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล
4. เพื่อให้ทราบถึงความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลในด้านต่างๆ

1.9 ผลที่คาดหวังจะได้รับจากการปฏิบัติงาน

1. เกิดความเข้าใจถึงขอบเขตและระบบการทำงานของฝ่ายพัฒนาธุรกิจ
2. มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายเพิ่มขึ้น
3. ได้รับประสบการณ์จากการปฏิบัติงานจริง
4. สามารถนำทักษะที่ได้จากการศึกษามาใช้กับการปฏิบัติได้จริง

1.10 ผลที่คาดหวังจะได้รับจากการทำรายงาน

1. มีความเข้าใจต่อกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำแผนธุรกิจมากขึ้น
2. มีความเข้าใจต่อการทำแผนธุรกิจเพิ่มมากขึ้น
3. รับรู้ถึงแนวโน้มอัตราการเจริญเติบโตของตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล
4. รับรู้ถึงความเสี่ยงที่มีผลต่อการทำธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลในด้านต่างๆ

บทที่ 2
ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1 ทฤษฎีทางด้านการตลาด

2.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis

เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจหรือการวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์จากปัจจัยภายในของตัวธุรกิจเองและปัจจัยภายนอกหรือสิ่งที่อยู่ภายนอกธุรกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินการของธุรกิจโดยอ้างอิงทฤษฎีมาจากหลังสือบริหารเชิงกลยุทธ์ แต่งโดยอดุลย์ จาตุรงคกล

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (SWOT)	
Strengths (จุดแข็ง) อะไรที่องค์กรทำได้ดี ทรัพยากรอะไรที่องค์กรมีเหนือผู้อื่น อะไรที่ผู้อื่นเห็นว่าองค์กรทำได้ดี	Weaknesses (จุดอ่อน) อะไรที่องค์กรปรับปรุงได้ อะไรที่องค์กรควรหลีกเลี่ยง ทรัพยากรอะไรที่องค์กรมีน้อยกว่าผู้อื่น อะไรที่ผู้อื่นเห็นว่าเป็นจุดอ่อนของเรา
Opportunities (โอกาส) โอกาสดีๆ อะไรที่เปิดโอกาสให้แก่องค์กร องค์กรสามารถใช้ประโยชน์อะไรจากแนวโน้มที่ดี องค์กรสามารถเปลี่ยนจุดแข็งเป็นโอกาสได้อย่างไร	Threats (อุปสรรค) แนวโน้มอะไรที่เป็นอุปสรรคต่อองค์กร สิ่งที่คู่แข่งกำลังทำและส่งผลให้องค์กรเปิดความกังกล จุดอ่อนขององค์กรก่อให้เกิดอุปสรรคอะไร

ภาพที่ 2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (SWOT)

- **การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เป็นการวิเคราะห์หาจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses)** เพื่อค้นหาปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้กิจการมีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการแข่งขัน โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลักและคู่แข่งขันรอง ภายหลังจากการวิเคราะห์แล้วสามารถปรับปรุงแก้ไขด้วยการเสริมจุดแข็งให้โดดเด่นขึ้นหรือลดจุดอ่อนตังกล่าวลง
- **การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เป็นการวิเคราะห์หาโอกาส (Opportunities)** หรือปัจจัยภายนอกองค์กรที่จะส่งเสริมหรือสนับสนุนให้กิจการเติบโตได้ดีในอนาคต และค้นหา**อุปสรรค (Threats)** หรือปัจจัยภายนอกองค์กรที่จะทำให้กิจการไม่รุ่งเรืองหรือเติบโตช้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ โดยจะพิจารณาจากปัจจัยหลาย ๆ ประการ ซึ่งเรียกเป็นตัวย่อคือ MCSTEPS ประกอบไปด้วย

  - Market (ตลาด/กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)
  - Competition (สถานการณ์การแข่งขัน)

- Social (ค่านิยมทางวัฒนธรรม)
- Technology (ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี)
- Economic (สภาพเศรษฐกิจ)
- Political & Legal (กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ)
- Suppliers (กลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบ/กลุ่มผู้ผลิตและเครือข่าย)

2.1.2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

ใช้เป็นเทคนิคในการพิจารณากลยุทธ์เพื่อที่จะสามารถตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ทางเลือกที่ดีที่สุดต่อองค์กร โดยการจับคู่จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในแนวตั้งกับแนวนอนในรูปของเมทริกซ์ และกำหนดเป็นกลยุทธ์ต่างๆ โดยอ้างอิงทฤษฎีมาจากหลังสือบริหารเชิงกลยุทธ์ แต่งโดยอดุลย์ จาตุรงคกล สามาถแบ่งได้ 4 ทางเลือกดังนี้

TOWS Matrix		
	Strengths (จุดแข็ง)	Weaknesses (จุดอ่อน)
Opportunities (โอกาส)	SO กลยุทธ์เชิงรุก ใช้จุดแข็งเกาะกุมโอกาส	WO กลยุทธ์เชิงแก้ไข เอาชนะจุดอ่อนโดยอาศัยโอกาส
Threats (อุปสรรค)	ST กลยุทธ์เชิงป้องกัน ใช้จุดแข็งหลีกเลี่ยงอุปสรรค	WT กลยุทธ์เชิงรับ ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยง อุปสรรค

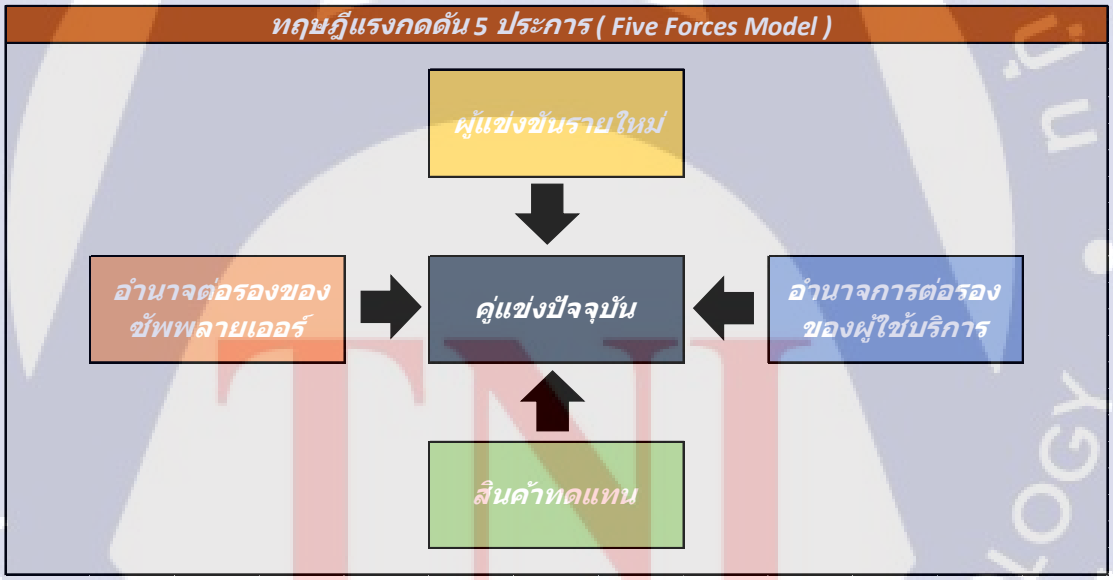
ภาพที่ 2.2 TOWS Matrix

- **กลยุทธ์ SO** เป็นการหาแนวทางการดำเนินงานของบริษัทหรือหน่วยธุรกิจ โดยใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาสที่เอื้ออำนวย เช่นเพิ่มการผลิต ขยายตลาด การลงทุนใหม่

- **กลยุทธ์ WO** เป็นการใช้ความพยายามเพื่อปรับปรุงจุดอ่อนภายในบริษัทให้ดีขึ้น ด้วยการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นภายนอก เช่นการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานหรืออบรมพนักงาน การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และตลาด
- **กลยุทธ์ ST** เป็นการใช้จุดแข็งของบริษัท เพื่อหาทางหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบจากอุปสรรคหรือภัยคุกคามจากภายนอก เช่นการเพิ่มสินค้าและบริการใหม่
- **กลยุทธ์ WT** เป็นยุทธวิธีป้องกันตัวของบริษัท โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดจุดอ่อนภายในให้เหลือน้อยที่สุด และเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากภายนอก เช่นการร่วมทุน การเลิกผลิตภัณฑ์ที่ไม่สร้างกำไร จัดสวัสดิการของลูกจ้างใหม่ให้เหมาะสม

2.1.3 ทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ หรือ Five Forces Model

เป็นโมเดลในการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมและคู่แข่ง เพื่อนำไปใช้ในการวางกลยุทธการแข่งขันมี 5 ปัจจัยสำคัญ ที่ควรพิจารณาว่า บริษัทในอุตสาหกรรมที่จะเข้าไปลงทุนนั้น มีอุปสรรคในการดำเนินงานมากน้อยแค่ไหน โดยอ้างอิงทฤษฎีจากหนังสือหลักคิดเชิงกลยุทธ์ แต่งโดย Joan Magretta



ภาพที่ 2.3 ทฤษฎีแรงกดกัน 5 ประการ (Five Forces Model)

- **ผู้แข่งขันรายใหม่** วิเคราะห์การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในธุรกิจนั้นๆ ซึ่งธุรกิจที่มีการเข้ามาได้ง่าย จะส่งผลเกิดการแข่งขันกันสูง ปัจจัยที่จะช่วยป้องกันคู่แข่งเพิ่มเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมเดียวกัน คือ

ตราสินค้าที่แข็งแกร่ง กลุ่มลูกค้าประจำ ต้นทุนในการดำเนินกิจการสูง ทรัพยากร หรือวัตถุดิบที่จำกัด ข้อจำกัดทางกฎหมายในการดำเนินธุรกิจ การผูกขาดโดยรัฐบาล เช่นธุรกิจสัมปทาน

- **คู่แข่งปัจจุบัน** ธุรกิจในอุตสาหกรรมใดก็ตามที่มีการแข่งขันสูง จะมีแนวโน้มที่ได้รับอัตราผลกำไรต่ำ เพราะจะต้องแบ่งงบประมาณจำนวนมากไปใช้ในการแข่งขัน เราสามารถพิจารณาได้ว่าในอุตสาหกรรมนั้นมีการแข่งขันสูงหรือไม่ ดังนี้ ในอุตสาหกรรมนั้น ขนาดของแต่ละบริษัทใกล้เคียงกัน มีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยระหว่างสินค้าของแต่ละบริษัทในอุตสาหกรรม การเติบโตของแต่ละบริษัทมีอัตราที่ต่ำ และทุกบริษัทมีช่องทางที่จะแย่งชิงลูกค้าของแต่ละฝ่ายได้
- **อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์** หากซัพพลายเออร์มีอำนาจต่อรองสูงมาก อาจจะส่งผลให้บริษัทต้องสูญเสียกำไร และขาดความคล่องแคล่วในการดำเนินการต่าง ๆ ปัจจัยที่ใช้วิเคราะห์ว่าอำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีมากหรือน้อย พิจารณาได้จากมีจำนวนซัปพลายเออร์ในอุตสาหกรรมไม่มาก ไม่มีวัตถุดิบทดแทน แม้ราคาวัตถุดิบจะสูงขึ้นเท่าไร ก็จำเป็นต้องซื้อ การเปลี่ยนแปลงไปใช้วัตถุดิบอื่นมีต้นทุนสูง
- **อำนาจการต่อรองของผู้ใช้บริการ** หากธุรกิจไหนที่ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองสูง จะส่งผลให้บริษัทอาจมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของผลกำไรและปริมาณการขายได้ง่าย ปัจจัยที่สังเกตุว่าธุรกิจนั้น ๆ ลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูงหรือไม่ ดูได้จากกลุ่มลูกค้ามีขนาดเล็ก จำนวนไม่มาก บริษัทต้องเอาใจลูกค้า การซื้อของลูกค้าเป็นการซื้อจำนวนมาก ทำให้สามารถต่อรองได้มาก ลูกค้ามีทางเลือกในการเปลี่ยนไปซื้อสินค้าของคู่แข่งอื่น
- **สินค้าทดแทน** หากธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ของบริษัทใด มีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนได้ ซึ่งลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปใช้แทน โดยไม่ได้มีต้นทุนเพิ่มเติมที่สูง ธุรกิจนั้นก็มีความเสี่ยงต่อการรักษากำไรให้คงที่ เพราะอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เช่นสินค้าของบริษัทมีสินค้าใกล้เคียงกันที่สามารถทดแทนได้หรือไม่ เช่น ถ้าราคากาแฟขึ้นสูงมาก ผู้บริโภคอาจเปลี่ยนไปดื่มชาแทน

2.1.4 การวิเคราะห์ STP Marketing

เป็นการจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างกัน โดยอ้างอิงทฤษฎีมาจากหนังสือหลักการตลาด (Principles of Marketing) แต่งโดยดร.ปณิศา ลัญชานนท์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ

- **การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)** เป็นการแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อยที่แตกต่างกัน โดยใช้เกณฑ์ความต้องการ บุคลิกลักษณะ หรือพฤติกรรม ซึ่งผู้บริโภคที่อยู่ในแต่ละกลุ่มเดียวกัน จะมีความต้องการในสินค้าหรือบริการที่คล้ายคลึงกัน หรือส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน
- **การเลือกตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)** คือกลุ่มผู้บริโภคหรือส่วนตลาดที่นักการตลาดสนใจและเลือกที่จะเข้าไปดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนั้นๆ
- **การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Market Positioning)** เป็นการจัดผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างชัดเจน และตรงกับความต้องการ โดยการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ของบริษัทกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขันที่อยู่ในจิตใจของผู้บริโภค

2.1.5 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด 7P

เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดแสดงถึงวิธีการหรือกระบวนการทางการตลาด ที่จะนำเสนอสินค้าและบริการไปเพื่อให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กำหนด โดยอ้างอิงมาจากหนังสือหลักการตลาดฉบับมาตรฐาน (Principles of Marketing) เขียนโดย Philip Kotler ซึ่งแบ่งเป็น 7 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Channel of Distribution) ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) กลยุทธ์ทางด้านบุคลากร (People) ด้านกายภาพ (Physical evidence) ด้านกระบวนการ (Process)

- **กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product)** แสดงให้เห็นถึงวิธีการกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์หรือวิธีการในการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยองค์ประกอบในส่วนที่ควรแสดงโดยทั่วไป ได้แก่ คุณภาพ แรงงาน การออกแบบ คุณลักษณะและประโยชน์ชื่อเสียง บรรยากาศ มาตรฐาน เป็นต้น

- **กลยุทธ์ด้านราคา (Price)** เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีการกำหนดราคาหรือการตั้งราคา เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย องค์ประกอบในส่วนที่ควรแสดงโดยทั่วไปได้แก่ ราคาต่อหน่วย ส่วนลดราคา รอบระยะเวลาการชำระ เครดิตทางการค้า เป็นต้น
- **กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place of Channel of Distribution)** เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายหรือการให้บริการ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในการที่จะให้ลูกค้าเป้าหมายสามารถใช้บริการได้โดนสะดวก องค์ประกอบในส่วนที่ควรแสดงไว้โดยทั่วไปได้แก่ รูปแบบของช่องทางจัดจำหน่าย การครอบคลุมพื้นที่จำหน่าย ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกของลูกค้าผู้ใช้บริการ เป็นต้น
- **กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีการกำหนดวิธีการในการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายในการที่จะให้ลูกค้าเป้าหมาย รับรู้จดจำ มีความสนใจ และตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหรือเป็นการเพิ่มยอดจากเดิมที่เป็นอยู่ องค์ประกอบในส่วนที่ควรแสดงไว้โดยทั่วไปได้แก่ การประชาสัมพันธ์การขาย การโฆษณา การใช้พนักงานขาย การใช้กิจกรรมส่งเสริมการขายและการทำการตลาดทางตรงเป็นต้น
- **ด้านบุคลากร (People)** เป็นการแสดงให้เห็นว่าพนักงานขององค์กร จะต้องมีความสามารถในการตอบสนองผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ หรือการสร้างค่านิยมให้แก่องค์กร
- **ด้านกายภาพ (Physical evidence)** เป็นการสร้างคุณภาพโดยรวมให้กับภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ รวมทั้งด้านปรับปรุงคุณภาพทางกายภาพอื่นๆ อีกด้วย
- **ด้านกระบวนการ (Process)** เป็นกระบวนการต่างๆ ในการจัดการด้านสินค้าและบริการ มีระเบียบข้อปฏิบัติที่ชัดเจนและรวดเร็ว เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2.2 ทฤษฎีทางด้านการบริหารจัดการ

2.2.1 Key Success Factors

เป็นการแสดงถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะทำให้ธุรกิจสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จดังกล่าวจะมาจากความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) อันเป็นผลมาจากการบริหารจัดการ หรือการดำเนินการจากผลลัพท์ที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น โดยทฤษฎีอ้างอิงมาจากหนังสือหลักคิดเชิงกลยุทธ์ แต่งโดย Joan Magretta

2.3 ทฤษฎีทางด้านการบริหารโครงการ

2.3.1 Gantt Chart

แผนภูมิแสดงรายละเอียดในการวางแผนระยะเวลาที่ใช้ของงานแต่ละงานของโครงการ ทำให้เห็นรายละเอียดว่าโครงการนี้มีงานย่อยๆอะไรบ้าง และแต่ละงานใช้เวลาเท่าไหร่ งานไหนมาก่อนมาหลัง ทำให้วางแผนในการทำงานง่าย และมีประสิทธิภาพ โดยทฤษฎีนี้อ้างอิงจากหนังสือการบริหารโครงการ แต่งโดยรองศาสตราจารย์วิสูตร จิระดำเดิง

2.4 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำแผนธุรกิจนั้นจะเริ่มตั้งแต่การศึกษาลักษณะของธุรกิจที่สนใจ เมื่อทราบถึงลักษณะแล้ว จะวิเคราะห์ธุรกิจเพื่อหาแนวโน้มในการเติบโตของธุรกิจนั้น รวมถึงเชิญผู้ประกอบธุรกิจนั้นมาให้คำแนะนำต่างๆ ที่สำคัญในการทำธุรกิจนั้นเพื่อประเมินความเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจต่อไป

2.5 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.5.1 Microsoft Word

Microsoft Word เป็นโปรแกรมประมวลผลคำแบบพิเศษ ช่วยให้สร้างเอกสารแบบมืออาชีพอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด เช่น เหมาะกับงานด้านการพิมพ์เอกสารทุกชนิด สามารถพิมพ์เอกสารออกมาเป็นชุด ๆ ซึ่งเอกสารอาจเป็นจดหมาย บันทึกข้อความ รายงาน บทความ ประวัติย่อ และยังสามารถตรวจสอบ ทบทวน แก้ไข ปรับปรุงความถูกต้องในการพิมพ์เอกสารได้อย่างง่ายดาย สามารถตรวจสอบ สะกดคำ และหลักไวยากรณ์ เพิ่มตาราง เพิ่มกราฟิก ในเอกสารได้อย่างง่ายดาย หรือเพิ่มเติมข้อมูลได้ตลอดเวลา สามารถใช้ลักษณะของการจัดพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (Desktop Publishing) เพื่อสร้างโบชัวร์ (Brochures) ด้านสื่อโฆษณา (Advertisements) และจดหมายข่าว (Newsletters) ได้ด้วยโปรแกรมประมวลผลคำ (word Processor)

2.5.2 Microsoft Power Point

PowerPoint เป็นโปรแกรมในการนำเสนอได้ในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นนำเสนอ แบบเป็นอักษรภาพ หรือเสียง โดยตัวโปรแกรมนั้นสามารถนำสื่อเหล่านี้มาผสมผานได้ อย่างลงตัวและมีประสิทธิภาพ

มากที่สุด และสามารถแสดงไลด์ลงบนแผ่นกระดาษหรือเครื่องฉานข้ามศรีษ หรือหน้าจอคอมพิวเตอร์ หรือเครื่องฉาย

2.5.3 Microsoft Excel

โปรแกรมกระดาษคำนวณในระบบ Microsoft Office คุณสามารถใช้ Excel ในการสร้างและจัดรูปแบบสมุดงาน (คอลเลกชันของกระดาษคำนวณ) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและทำการตัดสินใจทางธุรกิจด้วยความเข้าใจที่มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณสามารถใช้ Excel ในการติดตามข้อมูล, สร้างตัวแบบต่างๆ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล, เขียนสูตรเพื่อทำการคำนวณข้อมูลนั้น, ทำ Pivot ข้อมูลด้วยวิธีต่างๆ และนำเสนอข้อมูลแบบแผนภูมิที่มีลักษณะอย่างมืออาชีพได้อย่างหลากหลาย

2.5.4 Internet

เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก เกิดขึ้นจากระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เล็ก ๆ รวมกันเป็นระบบเครือข่ายใหญ่ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลกันทั่วโลก โดยขอบเขตการใช้งานมีมากมาย เช่น เพื่อค้าหาข้อมูล เพื่อความบันเทิง เพื่อการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการศึกษา หรือเพื่อธุรกิจ

บทที่ 3
แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานการฝึกงาน

หัวข้อ		เดือน 1				เดือน 2			
		1	2	3	4	5	6	7	8
1. เรียนรู้ระบบขององค์กรและหน่วยงานที่เข้าสังกัด									
1.1	ศึกษากระบวนขั้นตอนจัดทำแผนธุรกิจเบื้องต้น	↔							
1.2	ศึกษาการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจใหม่ (Business Roadmap)	↔							
2. ศึกษานวัตกรรมการใช้พลังงานทดแทนในปัจจุบัน									
2.1	ศึกษารายละเอียดข้อมูลของ Solar Water Heating	↔							
2.2	ศึกษารายละเอียดข้อมูลของ Online Electric Vehicle		↔						
3. ศึกษาข้อมูลจากการเข้าร่วมฟังการประชุม									
3.1	หัวข้อ “Value Added Roadmap”		↔						
3.2	หัวข้อ “MEA Energy Solution”			↔					
3.3	หัวข้อ “การประเมินที่ปรึกษาโครงการสำรวจวิจัยธุรกิจเกี่ยวเนื่องปี 2557”		↔	↔	↔				
3.4	หัวข้อ “คำแนะนำเกี่ยวกับธุรกิจ Out Of Home Media จากบริษัท Delight Multimedia”		↔						
3.5	หัวข้อ “ธุรกิจบัตร Smart Purse จาก บริษัท ไทยสมาร์ทคาร์ด จำกัด”						↔		

4. ศึกษาตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล									
4.1	ศึกษารายงานพื้นที่ศักยภาพในการทำธุรกิจป้ายโฆษณาในเขตจำหน่ายไฟฟ้านครหลวง		↔						
4.2	ศึกษาแนวโน้มของตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลในปัจจุบัน		↔						
4.3	ศึกษาการดำเนินธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาของบริษัท Plan B Media					↔			
5. จัดทำเอกสารและนำเสนองาน									
5.1	นำเสนอรายละเอียดในหัวข้อ “รถพลังงานไฟฟ้า Online Electric Vehicle”			↔					
5.2	นำเสนอรายละเอียดในหัวข้อ “การประเมินความเสี่ยงและกลยุทธ์ของ Case Study บริษัท Work & Style Limited”			↔					

ตารางที่ 3.1 Gantt Chart แสดงแผนการฝึกงาน

3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน

1) เรียนรู้ระบบขององค์กรและหน่วยงานที่เข้าสังกัด

การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) เป็นผู้ที่จำหน่ายพลังงานไฟฟ้าให้กับประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ ซึ่งมีรายได้จากการจำหน่ายกระแสไฟฟ้า เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน การบริการให้สามารถรองรับภารกิจในอนาคต จึงได้มีการจัดตั้งฝ่ายพัฒนาธุรกิจขึ้นมาในปี พ.ศ.2548 โดยได้มีการจัดแบ่งงานภายในฝ่ายพัฒนาธุรกิจ มี 3 งาน ด้วยกัน คือ

1. งานสร้างโอกาสทางธุรกิจ
2. งานจัดทำแผนธุรกิจ
3. งานบริหารจัดการธุรกิจ

หน่วยงานที่ได้มารับการในการฝึกงาน คือ งานจัดทำแผนธุรกิจ ซึ่งมีภาระหน้าที่ในการ ศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ จัดทำแผนธุรกิจ และให้คำปรึกษาและวิเคราะห์ค่าเช่า/ค่าบริการ

ทรัพย์สิน (Value added) โดยระหว่างการปฏิบัติงานได้มีโอกาสได้ศึกษางานการจัดทำแผนธุรกิจ ซึ่งสามารถสรุปเนื้อหาได้ดังต่อไปนี้

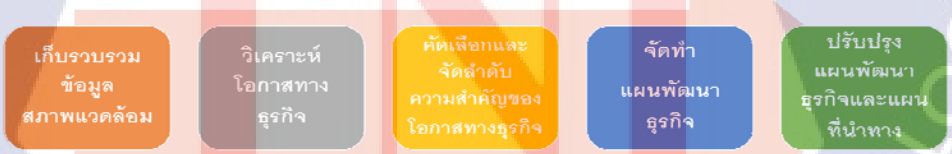
- **ศึกษากระบวนการขั้นตอนการจัดทำแผนธุรกิจ**

มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การวางแผนธุรกิจในอนาคตมีการทำงานเป็นไปอย่างมีระบบและแบบแผนที่แน่นอน โดยการจัดทำแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการขายสินค้าและแผนการเงินเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในการทำธุรกิจ

ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการจัดทำแผนธุรกิจ

- **ศึกษาการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจใหม่ (Business Roadmap)**

เนื่องจากอัตราการเติบโตของรายได้จากการจำหน่ายกระแสไฟฟ้าซึ่งเป็นธุรกิจหลักของการไฟฟ้านครหลวงมีแนวโน้มลดลง จึงทำให้การไฟฟ้านครหลวงจำเป็นต้องพยายามสร้างธุรกิจเกี่ยวเนื่องใหม่ๆ เพื่อเพิ่มรายได้และผลกำไรให้แก่การไฟฟ้านครหลวง โดยในการทำแผนพัฒนาธุรกิจใหม่นั้นจะทำให้การไฟฟ้านครหลวงมีแนวทางในการทำธุรกิจใหม่ และมีแผนการดำเนินการที่ชัดเจนในระยะสั้น และระยะยาว โดยใช้ข้อมูลจากการศึกษาสภาพแวดล้อมในปัจจุบันและอนาคต ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร มาช่วยในการพิจารณาโอกาสทางธุรกิจใหม่



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจใหม่และแผนที่นำทางธุรกิจ (Business Roadmap)

2) ศึกษานวัตกรรมการใช้พลังงานทดแทนในปัจจุบัน

- **ศึกษารายละเอียดข้อมูลของ Solar Water Heating**

ลักษณะการทำงานของ Solar Water Heating จะใช้ตัวเก็บรังสีดวงอาทิตย์ทำหน้าที่ถ่ายเทความร้อนจากแสงอาทิตย์ให้แก่น้ำ และเก็บน้ำร้อนไว้ในถังเก็บน้ำร้อน โดยการนำความร้อนจากแสงอาทิตย์มาใช้ให้ความอบอุ่นและทำน้ำร้อนให้แก่ที่พักอาศัยทั่วไป โรงแรม และโรงงานอุตสาหกรรม

- **ศึกษารายละเอียดข้อมูลของ Online Electric Vehicle**

รถพลังงานไฟฟ้า Online Electric Vehicle หรือรถพลังงานไฟฟ้าสนามแม่เหล็ก เป็นการนำเทคโนโลยีการส่งพลังงานไฟฟ้าแบบไร้สายมาใช้ โดยการฝังขดลวดไว้ใต้ถนนเพื่อส่งพลังงานไฟฟ้าผ่านทางอากาศ ไปยังขดลวดตัวรับที่อยู่ใต้ท้องรถยนต์ ดังนั้นจึงทำให้รถสามารถชาร์จแบตเตอรี่ไปด้วยในขณะที่กำลังเคลื่อนไว้ตามถนน

3) ศึกษาข้อมูลจากการเข้าร่วมฟังการประชุม

- **หัวข้อ “Value Added Roadmap”**

เป็นแผนที่นำทางการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ของการไฟฟ้านครหลวง เพื่อเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจ โดยสินทรัพย์ที่การไฟฟ้านครหลวงสามารถเพิ่มมูลค่าได้มีดังนี้ 1.บุคลากร 2.Software 3.Brandd 4.อาคาร 5.อุปกรณ์ ICT 6.ที่ดิน 7.อุปกรณ์และยานพาหนะ โดยขั้นตอนการจัดทำ Value Added Roadmap มีดังนี้ 1.รวบรวมข้อมูลสินทรัพย์ 2.ประเมินศักยภาพในการใช้งานของสินทรัพย์ 3.วิเคราะห์การสร้างโอกาสในเชิงพาณิชย์ 4.จัดลำดับความสำคัญของโอกาสทางธุรกิจ 5.จัดทำแผนที่นำทางของการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินทรัพย์ที่มีอยู่

ภาพที่ 3.3 ขั้นตอนการจัดทำ Value Added Roadmap

- **หัวข้อ “บริษัท MEA Energy Solution”**

โดยบริษัท MEA Energy Solution เป็นบริษัทย่อยที่จะไปดำเนินงานให้บริการธุรกิจเกี่ยวกับพลังงานไฟฟ้าให้แก่ประเทศ CLMV เนื่องจากประเทศ CLMV เหล่านั้นยังมีผู้ให้บริการไฟฟ้าน้อยราย ดังนั้นทางการไฟฟ้านครหลวงจึงเล็งเห็นการสร้างกำไรจากจุดนี้ จึงเสนอการจัดตั้งบริษัทนี้ขึ้นมา โดยการให้บริการหลักแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. ธุรกิจต่างประเทศ เช่นการให้บริการฝึกอบรม, บริการที่ปรึกษา, บริการก่อสร้างระบบจำหน่ายไฟฟ้า

2. ธุรกิจด้านพลังงาน เช่นบริการ Energy Audit (Solar Rooftop) โดยมีเป้าหมายให้บริการแก่ผู้ที่ต้องการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าหรือสร้าง CSR ให้แก่บริษัท, บริการออกแบบติดตั้งระบบพลังงานทดแทน, บริการติดตั้งระบบจัดการพลังงาน

- **หัวข้อ “การประเมินที่ปรึกษาโครงการสำรวจวิจัยธุรกิจเกี่ยวเนื่องปี 2557”**

เนื่องจากการไฟฟ้านครหลวงมีความประสงค์ที่จะจัดจ้างหน่วยงานภายนอกที่มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ทางด้านวิจัยการตลาด เพื่อดำเนินการสำรวจและวิจัย โดยมี 3 มหาวิทยาลัยที่ทางการไฟฟ้านครหลวงเสนอชื่อให้เข้ามาทำการวิจัยคือ 1.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2.สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) 3.มหาลัยธรรมศาสตร์ โดยหัวข้อการดำเนินการสำรวจและวิจัยแบ่งเป็น 2 เรื่องดังนี้

1.การสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าต่อธุรกิจบริการและคุณภาพไฟฟ้าปี 57

2.การวิจัยตลาดเชิงลึกธุรกิจเกี่ยวเนื่องประจำปี 57 ในหัวข้อ “งานวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้ไฟฟ้าแรงดัน 12/24 เควี”

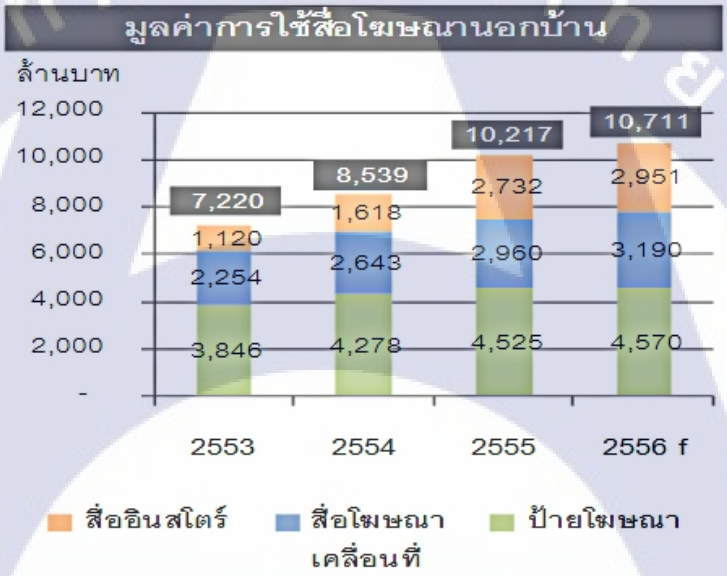
- **หัวข้อ “คำแนะนำเกี่ยวกับธุรกิจ Out Of Home Media จากบริษัท Delight Multimedia”**

บริษัท Delight Multimedia เป็นบริษัทให้บริการทางด้านสื่อโฆษณา Out of Home Media โดยเป็นเจ้าของจอ LED แนวตั้งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยซึ่งตั้งอยู่ที่เซ็นทรัลเวิลด์ และย่านหลักทั่วกรุงเทพ ซึ่งการให้คำแนะนำในครั้งนี้บริษัท Delight Multimedia ได้บรรยายถึงประเภทของสื่อ Out of Home โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทหลักได้แก่

- สื่อโฆษณากลางแจ้ง ได้แก่ ป้าย Billboard , Street Furniture , Building Wrap , Digital LED
- สื่อโฆษณาในระบบขนส่งมวลชน ได้แก่ BUS Warp , BTS Body Warp

- สื่อโฆษณาในอินสโตร์ ได้แก่ สื่อโฆษณาที่อยู่ ณ จุดขายสินค้าในศูนย์การค้า Modern Trade เช่น Lotus , Big C

นอกจากนั้นทาง Delight Multimedia ได้บรรยายถึงการเติบโตของการใช้สื่อโฆษณา Out of Home โดยเฉพาะสื่อป้ายโฆษณาดิจิอล ซึ่งมีอัตราการเติบโตที่มากขึ้น อันเนื่องมาจากคุณสมบัติของป้ายที่ดึงดูดผู้ชม ความยืดหยุ่นสำหรับผู้ประกอบการโฆษณา และจอ LED มีราคาถูกลง และนอกจากนี้หัวใจหลักที่ทำให้สื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลนั้นมีความสนใจขึ้นอยู่กับ 1.พื้นที่ติดตั้ง โดยต้องเน้นพื้นที่ใจกลางเมือง ที่มีกลุ่มกำลังซื้อสูงและการจราจรที่หนาแน่น 2.มุมมอง ต้องติดตั้งในจุดที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน 3.รูปแบบ ต้องมีความน่าสนใจ ดึงดูดใจผู้บริโภค



ภาพที่ 3.4 มูลค่าการใช้สื่อโฆษณานอกบ้าน

- **หัวข้อ “ธุรกิจบัตร Smart Purse จาก บริษัท ไทยสมาร์ทคาร์ด จำกัด”**

บริษัทไทยสมาร์ทคาร์ท เป็นบริษัทผู้ให้บริการบัตร Smart Purse ซึ่งบัตรนี้สามารถนำไปใช้เติมเงินและสามารถนำไปใช้จ่ายได้ตามสถานที่ต่างๆ ตามบริษัทที่ร่วมบริการแทนการจ่ายเงินสด ซึ่งข้อดีของการใช้จ่ายผ่านบัตร Smart Purse แทนการใช้เงินสดนั้นคือสะดวก สแกนได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากเทคโนโลยีของบัตรนั้นมีการพัฒนาที่สูงกว่าบัตรเครดิตทั่วไป มีความปลอดภัย นอกจากนี้เมื่อใช้จ่าย

ผ่านบัตรแล้ว จะได้รับแต้มคะแนนเพื่อนำไปสะสม และสามารถนำแต้มที่ใช้จ่ายนั้นไปใช้แทนเงินสดได้ในครั้งต่อไป

โดยในการให้คำแนะนำจากบริษัท ไทยสมาร์ทคาร์ทครั้งนี้ ทางการไฟฟ้านครหลวงมีความประสงค์ที่จะหาโอกาสใหม่ๆของการให้บริการในการร่วมดำเนินการธุรกิจร่วมกับบริษัทไทยสมาร์ทคาร์ล ซึ่งแนวคิดแรกเริ่มคือการทำบัตรพนักงาน Smart Purse ของการไฟฟ้านครหลวง ลักษณะการทำงานของบัตรนั้น เบิกถอนเงินผ่านตู้เอทีเอ็มได้ และสามารถใช้จ่ายผ่านบัตรได้เหมือนบัตร Smart Purse ปกติได้

4) ศึกษาตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล

- **ศึกษารายงานพื้นที่ศักยภาพในการทำธุรกิจป้ายโฆษณาในเขตจำหน่ายไฟฟ้านครหลวง**

เนื่องจากทางการไฟฟ้านครหลวงได้เล็งเห็นถึงตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล ในปัจจุบันนั้นกำลังมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น และอีกทั้งทางการไฟฟ้านครหลวงต้องการเพิ่มมูลค่าให้กับสินทรัพย์ที่มีอยู่ของการไฟฟ้านครหลวง ดังนั้นทางการไฟฟ้านครหลวงเองจึงได้ทำการสำรวจพื้นที่ที่มีศักยภาพในการทำธุรกิจป้ายโฆษณาดิจิตอล ในเขตจำหน่ายของการไฟฟ้านครหลวงดังนี้

- อาคารชำระค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้านครหลวงเขตบางกะปิ
- ผนังอาคารสันทนาการของการไฟฟ้านครหลวงเขตคลองเตย
- บริเวณดาดฟ้าอาคารของการไฟฟ้านครหลวงเขตคลองเตย
- อาคารสร้างใหม่ของการไฟฟ้านครหลวงเขตนนทบุรี
- อาคารใหม่ของการไฟฟ้านครหลวงเขตสมนุทรปราการ
- อาคารของการไฟฟ้านครหลวงเขตวัดเลียบ
- อาคารแก้ไขไฟฟ้าขัดข้องของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี
- ฯลฯ

- **ศึกษาแนวโน้มของตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลในปัจจุบัน**

ปัจจุบันตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นเนื่องจากผู้ผลิตสินค้าและบริการมีแนวโน้มเลือกซื้อสื่อโฆษณานอกบ้านแบบดิจิตอล ทดแทนการซื้อสื่อโฆษณานอกบ้านแบบดั้งเดิม เนื่องจากคุณสมบัติของสื่อดิจิตอลมีความยืดหยุ่นในการโฆษณาและราคาจอ LED ที่ถูกลง รวมทั้งอัตราจำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS และ MRT มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกวัน สะท้อนศักยภาพของจำนวนผู้ชมป้ายโฆษณาดิจิตอลที่เพิ่มขึ้น และโอกาสในการเติบโตของธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล

จำนวนผู้โดยสารเฉลี่ย (คน/วัน)	เดือน ม.ค. - มิ.ย.		เดือน ม.ค. - มิ.ย. วันทำงาน	
	2555	2556	2555	2556
BTS	519,000	560,000 ↑	584,500	630,000 ↑
MRT	214,600	230,500 ↑	246,200	265,200 ↑

ที่มา: บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิงส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท รถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด

ภาพที่ 3.5 จำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS & MRT

- **ศึกษาการดำเนินธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาของบริษัท Plan B Media**

บริษัท Plan B Media เป็นบริษัทผู้ให้บริการทางด้านโฆษณารายใหญ่ โดยธุรกิจหลักของบริษัทคือการให้บริการและผลิตสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of Home Media) ที่มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบ ขนาด สถานที่ติดตั้ง และเทคนิคในการนำเสนอ เพื่อให้ครอบคลุมตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยบริษัทฯ ให้บริการสื่อโฆษณาครบวงจร ตั้งแต่ให้คำปรึกษาในการวางแผนการตลาด การคิดเนื้อหาและนำเสนอสื่อโฆษณา การสร้างเครือข่ายสื่อ รวมไปถึงการผลิตชิ้นงานโฆษณา ติดตั้ง และดูแลรักษาสื่อตลอดระยะเวลาของการบริหารจัดการสื่อโฆษณา การดำเนินธุรกิจของบริษัท แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

- สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน
- สื่อโฆษณากลางแจ้ง
- สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า

5) จัดทำเอกสารและนำเสนองาน

- **นำเสนอรายละเอียดในหัวข้อ “รถพลังงานไฟฟ้า Online Electric Vehicle”**

ได้รับมอบหมายให้ทำ Presentation เพื่อนำเสนอข้อมูลของรถพลังงานไฟฟ้า Online Electric Vehicle ให้แก่เจ้าหน้าที่ในฝ่ายพัฒนาธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงการพัฒนาของรถ Online Electric Vehicle ในปัจจุบัน และปัญหาของรถ Online Electric Vehicle ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ภาพที่ 3.6 Presentation Online Electric Vehicle

- **นำเสนอรายละเอียดในหัวข้อ “การประเมินความเสี่ยงและกลยุทธ์ของ Case Study บริษัท Work & Style Limited”**

ได้รับมอบหมายให้ทำกรณีศึกษาของบริษัท Work & Style Limited เพื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับธุรกิจของบริษัทนี้ รวมทั้งประเมินความเสี่ยงที่บริษัทต้องเจอ และนำเสนอกลยุทธ์ใหม่ที่เหมาะสมให้แก่บริษัท แล้วมานำเสนอให้แก่เจ้าหน้าที่ในฝ่ายพัฒนาธุรกิจ

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน

หัวข้อ	เดือน 1				เดือน 2				เดือน 3			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. เรียนรู้ระบบขององค์กร และหน่วยงานที่เข้าสังกัด	↔											
2. กำหนดหัวข้อรายงาน		↔										
3. ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนธุรกิจ		↔	→									
4. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรางงาน		↔	→									
5. เขียนรายงาน		←	—	—	—	—	—	—	→			
6. อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจรูปเล่มรายงาน								↔	—	→		
7. จัดทำสไลด์การนำเสนอ										↔		
8. ส่งรายงานให้แก่บริษัท										↔		
9. นำเสนอและส่งรายงานฉบับสมบูรณ์										↔		

ตารางที่ 3.2 Gantt Chart แสดงขั้นตอนการจัดทำรายงาน

1) เรียนรู้ระบบขององค์กร และหน่วยงานที่เข้าสังกัด

ในสัปดาห์ที่ 1 เป็นการเรียนรู้ภาพรวมของการบริหารของการไฟฟ้านครหลวง ศึกษาความเป็นมาขององค์กร ศึกษาโครงสร้างขององค์กร ศึกษาการดำเนินธุรกิจต่างๆ ขององค์กรในปัจจุบัน และเรียนรู้ขอบเขตงานของหน่วยงานที่เข้าสังกัดคือฝ่ายพัฒนาธุรกิจ โดยฝ่ายพัฒนาธุกิจมีหน้าที่หลักคือการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจหรือการลงทุนในธุรกิจใหม่ โดยการใช้ทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์เชิงธุรกิจ

2) กำหนดหัวข้อรายงาน

ในสัปดาห์ที่ 2 เป็นการกำหนดหัวข้อรายงาน ซึ่งหลังจากทำการปรึกษากับพนักงานที่ปรึกษาแล้ว จึงได้ข้อสรุปทำรายงานในหัวข้อ “การศึกษาการทำแผนธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลในประเทศไทย” เมื่อกำหนดแล้ว จึงเสนอหัวข้อให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาต่อไป

3) ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนธุรกิจ

ในสัปดาห์ที่ 3 – สัปดาห์ที่ 4 ข้าพเจ้าได้ทำการค้นคว้าถึงความสำคัญของการจัดทำแผนธุรกิจและศึกษาถึงขั้นตอนกระบวนการในการจัดทำแผนธุรกิจ โดยการศึกษาจากเอกสารที่จัดทำขึ้นโดยฝ่ายพัฒนาธุรกิจ

4) ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรายงาน

ในสัปดาห์ที่ 3 – สัปดาห์ที่ 4 ข้าพเจ้าได้ทำการค้นคว้าข้อมูลประกอบการทำรายงานซึ่งหัวข้อรายงานนั้นเกี่ยวข้องกับตลาดโฆษณาดิจิตอล ดังนั้นจึงได้ทำค้นหาข้อมูลของแนวโน้มตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล และปัจจัยต่างๆ ที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจด้านสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล

5) เขียนรายงาน

ในสัปดาห์ที่ 2 – สัปดาห์ที่ 9 จัดทำรายงานตามหัวข้อที่ทางสถาบันกำหนด และขอคำแนะนำต่างๆ จากพนักงานที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อประกอบการทำรายงาน

6) อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจรูปเล่มรายงาน

ในสัปดาห์ที่ 8 – 10 ส่งรูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์ให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบรูปเล่มรายงาน และนำรายงานกลับมาแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้แนะนำ

7) จัดทำสไลด์การนำเสนอ

ในสัปดาห์ที่ 10 ได้ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเกี่ยวกับหัวข้อหลักที่ควรนำเสนอ และจัดทำ Presentation แสดงรายละเอียดการปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการ

8) ส่งรายงานให้แก่บริษัท

ในสัปดาห์ที่ 10 ส่งรายงานฉบับเสร็จสมบูรณ์ให้แก่บริษัทที่ไปฝึกงาน เพื่อให้พี่พนักงานที่ปรึกษาประเมิน

9) นำเสนอและส่งรายงานฉบับสมบูรณ์

ในสัปดาห์ที่ 10 นำเสนอผลการปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการหน้าชั้นเรียนแก่อาจารย์ที่ปรึกษา

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

หัวข้อ	เดือน 1				เดือน 2				เดือน 3			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงาน		↔	↔									
2. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงงาน (ศึกษาลักษณะธุรกิจ)		↔	↔									
3. วิเคราะห์คู่แข่งในตลาด (Five Forces Analysis)			↔	↔								
4. กำหนดแผนการตลาด และแผนการเงิน (SWOT / TOWS Matrix / STP)				↔	↔							
5. กำหนดแผนการบริหารจัดการ (Key Successes Factor)					↔	↔						
6. กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix:7P)					↔	↔						
7. กำหนดแผนการประเมินความเสี่ยง							↔	↔				

ตารางที่ 4.1 Gantt Chart แสดงขั้นตอนการทำแผนธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลที่ได้ตั้งไว้ในตอนแรก

เนื่องด้วยในช่วงปฏิบัติงาน ทางฝ่ายพัฒนาธุรกิจได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจป้ายโฆษณาดิจิตอล รวมไปถึงการได้รับความรู้ในการดำเนินธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลจากผู้ประกอบธุรกิจ จึงทำให้ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 2 เดือนยังได้รับข้อมูลไม่เพียงพอในการทำแผนธุรกิจได้ตามขั้นตอนในตาราง 4.1 ซึ่งหลังจากรวบรวมข้อมูลตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว จึงสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการธุรกิจป้ายโฆษณาดิจิตอลจริง ดังนี้

หัวข้อ	เดือน 1				เดือน 2				เดือน 3			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงงาน		↔	↔									
2. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงงาน (ศึกษาลักษณะธุรกิจ)		↔	↔	↔								
3. วิเคราะห์คู่แข่งในตลาด (Five Forces Analysis)				↔	↔	↔						
4. ศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจป้ายโฆษณา (Delight Multimedia / VGI Media)		↔			↔							
5. ประเมินรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ							↔	↔				
6. ข้อเสนอแนะ/ความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจของการไฟฟ้านครหลวงและความเสี่ยง								↔	↔			

ตารางที่ 4.2 Gantt Chart แสดงขั้นตอนการทำแผนธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลที่ปฏิบัติได้จริง

1) ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงงาน

เป็นการศึกษารายละเอียดต่างๆ ทั้งหมดที่อยู่ในแผนธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบสำคัญในการจัดทำแผนธุรกิจขึ้นเช่น การวิเคราะห์ธุรกิจของโครงการในแง่มุมต่างๆ ทั้งทางด้านการตลาด ทางด้านการดำเนินงาน ทีมผู้บริหาร และทางด้านการเงิน เพื่อเป็นการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ และเป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ แนวทางการพัฒนาธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลในอนาคต

2) ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงงาน (ศึกษาลักษณะธุรกิจ)

นำเอกสารที่เกี่ยวกับธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลในประเทศไทยมาดูแนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลว่ามีอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจมากน้อยแค่ไหน เพื่อหาโอกาสในการทำธุรกิจ โดยจากการศึกษาเอกสารพบว่าธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลนั้นมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน เนื่องจากสื่อโฆษณาดิจิตอลนั้นสามารถดึงดูดสายตาผู้ใช้บริการได้มากกว่าสื่อบิลบอร์ดธรรมดา และมีความยืดหยุ่นสำหรับผู้ประกอบการในการโฆษณา สามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาโฆษณาได้ตามกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งปัจจุบันจอ LED มีราคาที่ถูกลงอย่างมาก

3) วิเคราะห์คู่แข่งในตลาด

ใช้ Five Forces Analysis ในการวิเคราะห์ธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลได้ดังนี้

1. ผู้แข่งขันรายใหม่

สำหรับธุรกิจทางด้านสื่อป้ายโฆษณาในปัจจุบันมีผู้เข้าสู่ธุรกิจนี้จำนวนไม่น้อย ทั้งนี้เนื่องจากคุณสมบัติของป้ายดิจิตอลนั้นสามารถดึงดูดผู้ชมได้มาก มีความยืดหยุ่นสำหรับผู้ประกอบการในการโฆษณา และจอ LED มีราคาถูกลงทำให้ธุรกิจทางด้านนี้ได้รับความสนใจอย่างมาก แต่ทั้งนี้สิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้นคือทำเลที่ตั้ง ซึ่งปัจจุบันทำเลที่ตั้งในย่านสำคัญในเมืองที่มีศักยภาพนั้น เหลืออยู่ไม่มาก ส่งผลให้คู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจได้ยาก

2. คู่แข่งปัจจุบัน

ปัจจุบันมีผู้ให้บริการด้านสื่อโฆษณารายใหญ่จำนวน 4 รายซึ่งทุกรายมีทำเลสำคัญตามย่านหลักในเมืองสำหรับติดตั้งโฆษณาทุกราย และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางจึงถือว่าเป็นคู่แข่งขันที่มีความแข่งแกร่ง และมีความได้เปรียบอย่างมาก ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดค่อนข้างรุนแรง

3. อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์

ปัจจุบันหน้าจอ LED มีผู้จัดจำหน่ายเป็นจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้แนวโน้มของราคา LED มีการลดลงอย่างต่อเนื่อง มีซัพพลายเออร์จำนวนมากมีการแข่งขันทางด้านราคาสูง จึงสรุปได้ว่าซัพพลอยเออร์มีอำนาจต่อรองต่ำ

4. อำนาจการต่อรองของผู้ใช้บริการ

เนื่องจากตลาดผู้ให้บริการสื่อโฆษณาทั้งรายใหญ่และรายย่อยมีมาก รวมถึงเทคโนโลยีของหน้าจอ LED มีความก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูง ไม่ว่าจะเป็นด้านราคาหรือด้านบริการ ทำให้ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการมีทางเลือกในการรับบริการมาก ทำให้ลูกค้ามีอำนาจในการเลือกและต่อรองได้ตามความต้องการ ส่งผลให้อำนาจการต่อรองของการไฟฟ้านครหลวงลดลง

5. สินค้าทดแทน

ปัจจุบันยังมีสื่อโฆษณาอื่นที่สามารถนำมาใช้บริการทางด้านโฆษณาได้อีกไม่ว่าจะเป็น ป้าย Billboard , Building Wrap , BUS Wrap และ BTS Wrap ซึ่งสามารถพลิกแพลงไปตามการใช้งานได้ตามกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจตนเอง แต่หากลองพิจารณาในปัจจุบันแล้วสื่อโฆษณาที่ให้คุ้มค่ามากที่สุด

คือสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล เนื่องจากหน้าจอของป้ายโฆษณาดิจิตอลนั้นสามารถดึงดูดผู้ชมได้มากกว่าสื่ออื่นๆ โดยเน้นความโดดเด่นของแสง และความครีเอทของโฆษณา ซึ่งถือว่ามีประสิทธิภาพสูงที่สุด

4) ศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจป้ายโฆษณา (Delight Multimedia / VGI Media)

จากการได้รับคำแนะนำในการดำเนินธุรกิจป้ายโฆษณาจากบริษัท Delight Multimedia และ VGI Media ทำให้ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจดังต่อไปนี้

ประเภทของป้ายโฆษณา

1.ป้ายโฆษณาดิจิตอล (Digital LED)

2.สื่อ ณ จุดขาย (In Store Media)

3.สื่อทางยานพาหนะ (Transit Media)

4.งานโฆษณาบนตึกสูง (Building Wrap)

5. สื่อทางเดินเท้า (Street Furniture)

6. ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (Billboard)

ปัจจัยสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจป้ายโฆษณาดิจิตอล

ความคุ้มค่าเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อพื้นที่สื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล ทดแทนการซื้อพื้นที่สื่อโฆษณานอกบ้านแบบดั้งเดิม เช่นป้ายบิลบอร์ด ซึ่งเริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว โดยมีปัจจัยสนับสนุนดังนี้

1. คุณสมบัติของสื่อดิจิตอลที่ดึงดูดผู้ชม

2. ความยืดหยุ่นสำหรับผู้ประกอบการในการโฆษณา

3. จอ LED มีราคาถูกลง

หลักในการบริหารสื่อโฆษณา (5M)

1. Mission เป็นการกำหนดจุดประสงค์ของการโฆษณา

2. Money เป็นการกำหนดงบประมาณที่เหมาะสมกับการโฆษณา

3. Message ควรกำหนดข้อความในการสื่อสารไม่ต้องเยอะมาก (One Single Message)

4. Media เป็นการกำหนดการใช้สื่อโฆษณาอะไรให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์ หรือให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

5. Measurement เมื่อหลังจากโฆษณาไปแล้วมีการวัดผลยังไงเพื่อให้ทราบว่าโฆษณาที่กระจายออกไปแล้วมีประสิทธิ

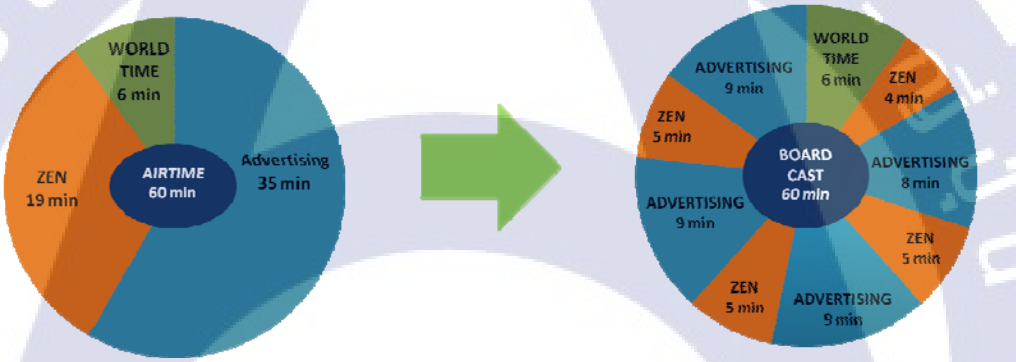
หัวใจสำคัญของการทำสื่อโฆษณาดิจิตอล

1. พื้นที่ติดตั้ง ต้องเป็นพื้นที่ที่อยู่ในใจกลางเมือง มีกลุ่มกำลังซื้อสูง ตั้งอยู่ตามแยกไฟจราจล และมีสภาพการจราจลที่หนาแน่น

2. มุมมอง ต้องตั้งอยู่ในจุดที่สามารถมองเห็นได้ชัด มองเห็นได้จากระยะไกล ไม่มีสิ่งกีดกขวางการมองเห็น เช่นสายไฟฟ้า หรือป้ายโฆษณาอื่นๆ

3.รูปแบบ รูปแบบของป้ายโฆษณาควรจะมีลักษณะเดียวกัน เพื่อป้องกันความผิดเพี้ยนของขนาด

รูปแบบการขายและราคา



PACKAGE	
Loop SPOT	1.30 MINUTE PER PACK 40 PACK AVAILABLE
MEDIA RENTAL	**200,000.- / Month**

ภาพที่ 4.1 รูปแบบการขายและราคา

5) ประเมินรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ

รูปแบบที่การไฟฟ้านครหลวงสามารถดำเนินการได้มี 2 แบบ และสามารถประเมินความเสี่ยงได้ได้ดังนี้

รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	ความเสี่ยง
1. กฟน. เป็นผู้ลงทุนติดตั้ง Digital Billboard	
1.1 กฟน. บริหารจัดการช่วงเวลาในการโฆษณาด้วยตนเอง	1. ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการลูกค้า และการตลาด 2. ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการ Software และบำรุงรักษา 3. ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการเนื้อหาสื่อ
1.2 ผู้เช่า เป็นผู้บริหารจัดการช่วงเวลาในการโฆษณา	1. ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการ Software 2. ความเชี่ยวชาญในด้านการบำรุงรักษา
2. ผู้เช่าเป็นผู้ลงทุนติดตั้ง Digital Billboard และเป็นผู้บริหารจัดการช่วงเวลา	

ภาพที่ 4.2 รูปแบบการดำเนินธุรกิจและความเสี่ยง

6) ข้อเสนอแนะ/ความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจของการไฟฟ้านครหลวงและความเสี่ยง

จากข้อมูลที่ได้รับการแนะนำจากผู้ประกอบการธุรกิจป้ายโฆษณาและจากการศึกษามาทำให้เห็นว่าการไฟฟ้านครหลวง เหมาะสมที่จะดำเนินธุรกิจการในลักษณะของ “ผู้เช่าเป็นผู้ลงทุนติดตั้ง Digital Billboard และเป็นผู้บริหารจัดการช่วงเวลา” เนื่องจากผู้ประกอบการมีความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจป้ายโฆษณาสูง สามารถบริหารงานได้มีประสิทธิภาพสูงมากกว่าการที่การไฟฟ้านครหลวงจะลงทุนเอง รวมถึงมีความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจที่ต่ำกว่า

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จากการศึกษาและปฏิบัติงานที่การไฟฟ้านครหลวงในส่วนของฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ทำให้ผู้จัดทำได้มีโอกาสในการเรียนรู้ และฝึกฝนทักษะประสบการณ์จากการปฏิบัติงานในองค์กร โดยได้เรียนรู้ความรู้ในด้านต่างๆ ได้แก่

1. ความรู้ทางด้านกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำแผนธุรกิจ
2. ความรู้ทางด้านการจัดทำและการวางแผนธุรกิจ
3. ความรู้ทางด้านการเติบโตของธุรกิจสื่อโฆษณา
4. เรียนรู้ขอบเขตของการดำเนินงานขององค์กรการไฟฟ้านครหลวงและของหน่วยงานที่เข้าสังกัด
5. ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีพลังงานทดแทน
6. เรียนรู้ทักษะและประสบการณ์ใหม่ในการดำเนินธุรกิจ จากการเข้าร่วมฟังการประชุม
7. เรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีขององค์กรรัฐวิสาหกิจ
8. เรียนรู้การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีกับบุคลากรในองค์กร
9. เรียนรู้การใช้งานอุปกรณ์สำนักงานต่างๆ ภายในองค์กร

จากการปฏิบัติงานระยะเวลา 9 สัปดาห์มีวัตถุประสงค์ที่ตรงกับที่กำหนดไว้ 3 ข้อนั้นคือ

1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำแผนธุรกิจ
2. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการขั้นตอนการจัดทำแผนธุรกิจ
3. เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มอัตราการเจริญเติบโตของตลาดสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอล

แต่เนื่องจากระยะเวลา 9 สัปดาห์ไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ถึงขั้นตอนความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจป้ายโฆษณาดิจิตอลทำให้มีวัตถุประสงค์ที่ไม่ตรงกับที่กำหนดไว้ 1 ข้อคือ

1. เพื่อให้ทราบถึงความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจสื่อป้ายโฆษณาดิจิตอลในด้านต่างๆ

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา

เนื่องจากการฝึกงานมีระยะเวลาที่สั้นเพียง 9 สัปดาห์ ด้วยระยะเวลาเพียงเท่านี้ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามตารางขั้นตอนการฝึกงานที่ตั้งไว้ในตอนแรกได้อย่างครบทุกขั้นตอน ดังนั้นทางสถาบันควรเพิ่มระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการให้มากขึ้นเพื่อให้นักศึกษาสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จลุล่วงได้ครบทุกขั้นตอน

5.3 ข้อเสนอแนะจากการฝึกงาน

1. ทางสถาบันควรติดต่อประสานงานกับสถานประกอบการให้ตรงตามหลักสูตรที่นักศึกษาเรียนมาให้มากที่สุด เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่เรียนมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานได้จริง ซึ่งจะทำให้นักศึกษานั้นเกิดความสนุกกระตือรือร้นในการทำงานมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การที่นักศึกษาได้ปฏิบัติงานตามหลักสูตรของตนเอง จะทำให้เวลาไปปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับงานนั้นได้เร็วมากขึ้น เป็นผลให้นักศึกษาสามารถเก็บเกี่ยวความรู้และประสบการณ์ในการฝึกงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

2. ทางศูนย์นักศึกษาควรส่งรายชื่อนักศึกษาให้แก่สถานประกอบการให้เร็วขึ้น เพื่อให้นักศึกษาไม่เสียสิทธิ์ในการเลือกสถานประกอบการที่ตนได้เลือกไว้ในตอนแรก

เอกสารอ้างอิง

ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ การไฟฟ้านครหลวง. (2554). ขั้นตอนการจัดทำแผนธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : งานแผนธุรกิจการลงทุน ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ

นายประจักษ์ ทรัพย์อุดม. (2556). เอกสารรายงานพื้นที่ศักยภาพในการทำธุรกิจป้ายโฆษณาในเขตจำหน่ายการไฟฟ้านครหลวง. กรุงเทพมหานคร : การไฟฟ้านครหลวง ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ

กองบรรณาธิการ. (2556). จับตาธุรกิจสื่อโฆษณาดิจิตอลนอกบ้าน. (ออนไลน์).ค้นข้อมูล 26 มีนาคม 2557. จาก : http://www.biztempnews.com/index.php/technology/item/4303.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). สื่ออินสโตร์ และสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ โตสวนทางตลาดโฆษณาซบเซา .....ดิจิตอลเสริมทัพ รับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่. (ออนไลน์). ค้นข้อมูล 24 มีนาคม 2557. จาก : https://www.kasikornresearch.com/th/keconanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=31741.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
ประวัติผู้จัดทำ

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ – สกุล นายชินวัตร เตชพิรุณทอง

วัน เดือน ปี เกิด 11 สิงหาคม 2535

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา โรงเรียนพระยาประเสริฐสุนทราศรัย (กระจ่าง สิงหเสนี)

ระดับมัธยมศึกษา

ระดับมัธยมต้น โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี)

ระดับมัธยมปลาย โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี)

ระดับอุดมศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ภาคผนวก ข.

แบบฟอร์มการฝึกงาน