

การริเริ่มโครงการ

Project's origin



โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดมหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2556

การริเริ่มโครงการ

Project's origin



โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PROJECT'S ORIGIN



A SPECIAL PROJECT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT

OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF BACHELOR OF CIVIL ENGINEERING

DEPARTMENT OF CIVIL ENGINEERING, FACULTY OF ENGINEERING

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2013


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาขาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองโครงการพิเศษ

หัวข้อโครงการพิเศษ การริเริ่มโครงการ
Project's Origin

นักศึกษา ปรารงค์ สรรพอาษา 53010936
ภาณุพงศ์ จีรัฐติพันธ์ 53011233
พีชพรพล ยะผืน 53011090

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพงษ์ พงษ์เพ็ง
หลักสูตร วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา
ปีการศึกษา 2556

คณะกรรมการสอบหัวข้อโครงการงานพิเศษ	ลายมือชื่อ
รศ.ดร.จักรพงษ์ พงษ์เพ็ง	
ผศ.ดร.นันทวัฒน์ จรัสโรจน์ธนเดช	
ผศ.ดร.วุฒิชัยชาติพัฒนานันท์	
รศ.แหลมทอง เหล่าคงถาวร	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 เวลา 13.00-16.00

สถานที่สอบ ณ อาคารวิศวกรรมโยธา ชั้น 2 ห้อง cv-203


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพจน์ ศรีนิล)

ประธานสาขาวิชาวิศวกรรมโยธา

วันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557

หัวข้อโครงการพิเศษ	การริเริ่มโครงการ		
	Project's origin		
นักศึกษา	นางสาวปรางค์	สรรพอาษา	53010936
	นายภาณุพงศ์	จิรัฐติพันธ์	53011233
	นายพัชรพล	ยะผืน	53011090
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพงษ์ พงษ์เพ็ง		
หลักสูตร	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา		
ปีการศึกษา	2556		

บทคัดย่อ

โครงการเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานที่จัดทำขึ้นอย่างมีระบบโดยประกอบด้วยวัตถุประสงค์ และ กิจกรรมหลายกิจกรรมที่ต้องใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานและคาดหวังว่าจะได้ผลตอบแทนอย่างคุ้มค่า โครงการต่างกันอาจจะมีจุดเริ่มต้นที่แตกต่างกัน และจุดเริ่มต้นของโครงการนี้มีอิทธิพลต่อการกำหนดวัตถุประสงค์ และความสำเร็จของโครงการ เมื่อเป็นเช่นนี้จึงมีผู้เขียนหลายท่านชี้ให้เห็นถึงการริเริ่มโครงการไว้หลากหลายวิธี แต่อาจยังไม่ครอบคลุมครบถ้วน และยังไม่มีการแสดงตัวอย่างของการริเริ่มโครงการให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ดังนั้นงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงวิธีการริเริ่มโครงการในอุตสาหกรรมต่างๆ และแสดงตัวอย่างของการริเริ่มโครงการในแต่ละวิธีให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยใช้ข้อมูลจากการวรรณกรรมเกี่ยวกับการริเริ่มโครงการจากหลากหลายแหล่งข้อมูล หลังจากนั้นข้อมูลได้ถูกวิเคราะห์โดยวิธีการวิเคราะห์ส่วนประกอบและวิธีการสรุปอุปนัย ผลการวิจัยพบว่า วิธีการริเริ่มโครงการสามารถแบ่งออกได้เป็น 7 วิธีคือ (1) แผนกลยุทธ์ (2) การวิจัยการตลาด (3) การศึกษาความเป็นไปได้ (4) ความล้าสมัยของสินทรัพย์ (5) การประมูล (6) แผนนโยบายของรัฐ และ (7) กระบวนทัศน์ใหม่ วิธีการริเริ่มโครงการนี้ช่วยให้ผู้ดำเนินงานโครงการเข้าใจเหตุผลของการเกิดโครงการ ซึ่งนำไปสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการได้อย่างมีเหตุมีผลต่อไป

Title	Project's Origin		
Name	Prang	Subpa-asa	53010936
	Panuphong	Jirattiphan	53011233
	Phatcharapol	Yafan	53011090
Field	Civil Engineering		
Department	Civil Engineering		
Faculty	Engineering		
Advisor	Jakrapong Pongpeng Assoc. Prof. Dr.		

Abstract

This project is part of a systematically developing program consisting of clear aims and supporting activities, which uses resources and is expected to receive worth benefits. Different projects may have different origins. These origins influence the project objectives, activities and successes. As such, many writers have identified various methods of project's origin. However, these methods are not exhaustive. As well, the writers do not provide clear examples for the methods of project's origin. Thus, the research was aimed to identify various methods of project's origin within various industries and to provide clear examples for these methods. The research used secondary data from various sources. Then, the data were analyzed by component analysis and analytic induction. The result shows that project's origin can be divided into 7 methods: (1) strategic plan, (2) market research, (3) feasibility study, (4) prior obsolescence, (5) tendering, (6) government plan and (7) new paradigm. These methods of project's origin help project operators more understand reasons of project's origin, leading to determine reasonable project's objectives.

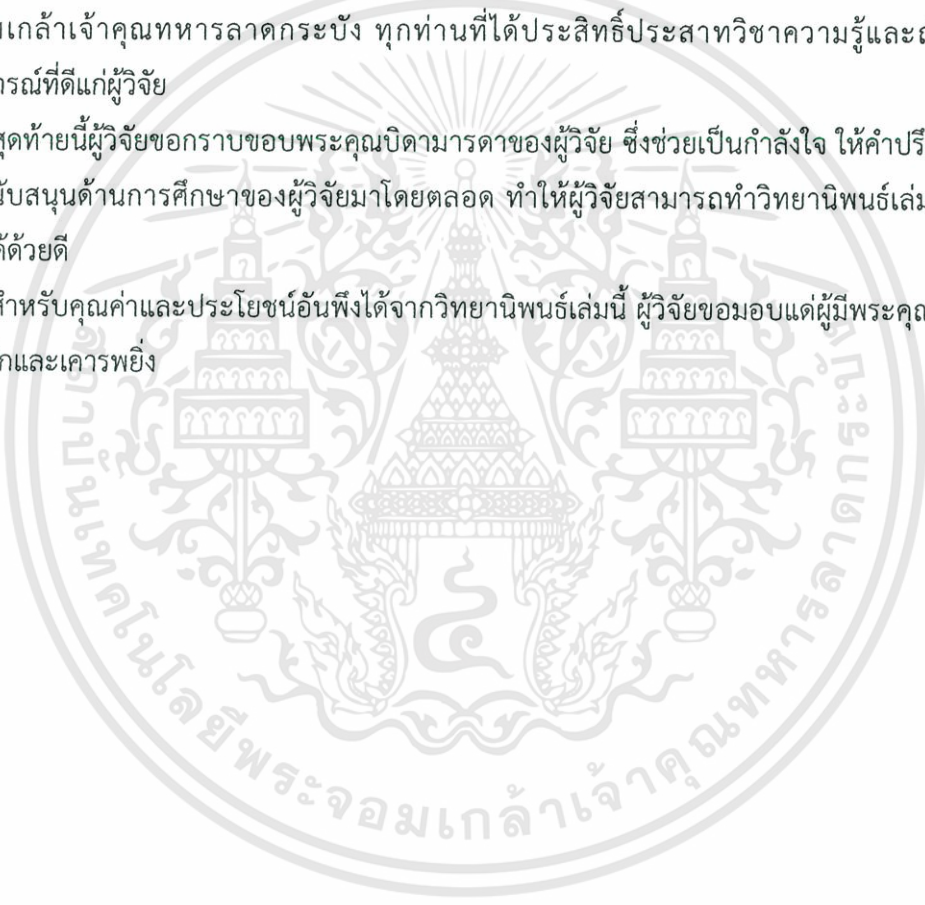
กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รศ.ดร.จักรพงษ์ พงษ์เพ็ง อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ที่ท่านได้ให้ความช่วยเหลือ ให้ข้อเสนอแนะและให้แนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าที่ผู้วิจัยได้รับมาตลอดการทำวิจัยนี้ ผู้วิจัยรู้สึกได้ถึงจิตวิญญาณความเป็นครูอาจารย์ที่ท่านมีให้กับศิษย์ โดยไม่หวังผลตอบแทนใดๆ นอกจากความรู้ทางวิชาการแล้วท่านยังให้ข้อเสนอแนะที่ดีในการทำงาน การใช้ชีวิตอีกด้วย

ขอขอบพระคุณเหล่าคณาจารย์ ภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาของผู้วิจัย ซึ่งช่วยเป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษาและให้การสนับสนุนด้านการศึกษาของผู้วิจัยมาโดยตลอด ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดี

สำหรับคุณค่าและประโยชน์อันพึงได้จากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ซึ่งเป็นที่รักและเคารพยิ่ง



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	I
สารบัญ	II
สารบัญตาราง	V
สารบัญรูป	VI
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหางานวิจัย	2
1.3 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.4 ขั้นตอนการวิจัย	2
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ	3
1.7 ขอบเขตการวิจัย	3
1.8 แผนการดำเนินงาน	3
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	4
2.1 บทนำ	4
2.2 เหตุผลของการริเริ่มโครงการ	4
2.2.1 แผนกลยุทธ์	4
2.2.2 การวิจัยการตลาด	6
2.2.3 การศึกษาความเป็นไปได้	8
2.2.4 ความล้มสมัยของสินทรัพย์	9
2.2.5 การประเมินผล	11
2.2.6 นโยบายรัฐบาล	14
2.3 บทวิเคราะห์	15
2.4 กรอบแนวคิด	15
2.5 สรุป	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	18
3.1 การวิจัยเชิงเอกสาร	18
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
3.3.1 การวิเคราะห์เนื้อหา	19
3.3.2 การวิเคราะห์ส่วนประกอบ	19
3.3.3 การเปรียบเทียบรูปแบบ	20
3.3.4 การสร้างกรอบการอธิบาย	20
3.3.5 การวิเคราะห์สรุปอุปนัย	20
3.4 สรุป	21
บทที่ 4 ผลการวิจัย	22
4.1 บทนำ	22
4.2 ลักษณะของข้อมูลที่ได้ทำการศึกษารวบรวมโครงการ	22
4.2.1 แผนกลยุทธ์	22
4.2.2 การวิจัยการตลาด	26
4.2.3 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	32
4.2.4 ความล้าสมัยของสินทรัพย์	36
4.2.5 การประเมินผล	39
4.2.6 แผนนโยบาย	42
4.2.7 กระบวนการค้นคว้าใหม่	46
4.3 การวิเคราะห์การริเริ่มโครงการ	48
4.3.1 แผนกลยุทธ์	48
4.3.2 การวิจัยการตลาด	48
4.3.3 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	50
4.3.4 ความล้าสมัยของสินทรัพย์	50
4.3.5 การประเมินผล	51

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3.6 แผนนโยบาย	52
4.3.7 กระบวนการทัศน์ใหม่	53
4.4 การเปรียบเทียบขั้นตอนการริเริ่มโครงการและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น	54
4.5 สรุป	89
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	90
5.1 สรุปผลการวิจัย	90
5.2 ข้อเสนอแนะ	93
อ้างอิง	94



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.8 แผนการดำเนินงาน	3
ตารางที่ 2.1 แสดงขั้นตอนการริเริ่มโครงการตามลักษณะการริเริ่มโครงการ	15
ตารางที่ 4.1 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามแผนกลยุทธ์	58
ตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามแผนการตลาด	63
ตารางที่ 4.3 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามความเป็นไปได้	67
ตารางที่ 4.4 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามความلائมัยของสินทรัพย์	74
ตารางที่ 4.5 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามการประมูล	80
ตารางที่ 4.6 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามนโยบาย	88
ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามกระบวนการที่ศึนใหม่	90



สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 2.1 ตัวอย่างการริเริ่มโครงการ (RTA)	6
รูปที่ 2.2 วงจรชีวิตของทรัพย์สิน	10
รูปที่ 2.3 ขั้นตอนการจัดหาผู้รับเหมาหลัก	13
รูปที่ 2.4 ขั้นตอนของแผนนโยบาย	14



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สุภาพร พิศาลบุตร [1] ได้กล่าวไว้ว่า “โครงการเป็นแผนงานที่จัดทำขึ้นอย่างมีระบบโดยประกอบด้วยกิจกรรมย่อยหลายกิจกรรมที่ต้องใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานและคาดหวังว่าจะได้ผลตอบแทนอย่างคุ้มค่าจะต้องมีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดในการดำเนินงานและคาดหวังที่จะได้ผลตอบแทนอย่างคุ้มค่าโดยมีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายอย่างชัดเจน มีพื้นที่ในการดำเนินงานเพื่อให้บริการและตอบสนองความต้องการของกลุ่มบุคคลในพื้นที่นั้น มีบุคคลหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการหรือโครงการกำหนดการปฏิบัติงานในรายละเอียดให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้” จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าโครงการมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการดำเนินกิจกรรมทางด้านวิศวกรรมหรือทางด้านธุรกิจแล้วแต่ต้องมีการจัดทำโครงการเพื่อความสะดวกต่อการตรวจสอบและการดำเนินกิจกรรม ดังนั้นก่อนที่จะจัดทำโครงการ องค์กรต่างๆ จึงต้องศึกษาว่าการเกิดโครงการนั้นมีเหตุมีผลและโครงการเหล่านั้นช่วยสนับสนุนให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

Cleland and King (1998, อ้างถึงใน [2]) ได้กล่าวไว้ว่า “ขั้นความคิดริเริ่มโครงการ (Conceptual phase) เป็นการริเริ่มแนวคิดโครงการอย่างกว้างๆ วิเคราะห์เบื้องต้นเกี่ยวกับความเสี่ยงและผลกระทบต่อเวลา ต้นทุนค่าใช้จ่ายและการทำงาน รวมทั้งผลกระทบต่อทรัพยากรขององค์กร วิเคราะห์เบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของโครงการที่เป็นทางเลือกเพื่อหาคำตอบเบื้องต้นว่าควรจะทำโครงการหรือไม่”

Nicholas (2001, อ้างถึงใน [2]) กล่าวว่า “ช่วงความคิดริเริ่มของโครงการ (Conception phase) เป็นช่วงแรกของโครงการเป็นการยอมรับว่ามีปัญหาที่เกิดขึ้นและหาทางแก้ปัญหา ในช่วงนี้จึงต้องมีการสำรวจสภาพแวดล้อมของผู้ใช้ ปัญหาที่เกิดขึ้นและวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ระบุทางเลือกต่างๆ ในการแก้ปัญหา ทรัพยากรที่ใช้ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของทางเลือกต่างๆ และคัดเลือกโครงการ”

สุพาดา สิริกุตตา และคณะ [3] ระบุไว้ว่า “การริเริ่มโครงการ (Initial project coordination) เป็นขั้นตอนแรกของการวางแผนโครงการ คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการสร้างแผนโครงการ”

Carmichael [4] ได้กล่าวไว้ว่า “The origin of any project is the recognition identification that a need, a want, a new or expanded market, or an opportunity exists. There is a reason for undertaking the project as a mean of getting to an end-product (product, facility, asset service...). The source maybe variously (1) an organization’s

strategic plan. (2) marketresearch (3) opportunity studies (4) prior obsolescence (5) political input 6.Tendering, etc.”

จากรวบรวมข้อค้นพบพบว่าผู้เขียนยังไม่ได้กล่าวถึงการริเริ่มโครงการอย่างชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยได้สังเกตเห็นความสำคัญของการริเริ่มโครงการโดยต้องการศึกษาถึงการริเริ่มของโครงการเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิธีการต่างๆ ของการริเริ่มจัดทำโครงการและแสดงถึงตัวอย่างของการริเริ่มโครงการตามวิธีการต่างๆ เหล่านี้

1.2 ปัญหางานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมจะพบว่าผู้เขียนหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของการริเริ่มโครงการไว้หลากหลายความหมายแต่ไม่ได้แสดงให้เห็นถึงตัวอย่างของการริเริ่มโครงการ อย่างไรก็ตามมีผู้เขียนบางท่านได้บอกถึงความหมาย วิธีการต่างๆ ของการริเริ่มจัดทำโครงการและแสดงตัวอย่างของการริเริ่มโครงการที่เกิดขึ้นจริงแต่วิธีการเหล่านั้นยังไม่ครอบคลุมครบถ้วน

1.3 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงวิธีการริเริ่มโครงการในอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงวิธีการต่างๆ ของการริเริ่มจัดทำโครงการและแสดงถึงตัวอย่างของการริเริ่มโครงการตามวิธีการต่างๆ เหล่านี้

1.4 ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ (เอกสารต่างๆ) ดังนี้

1.4.1 ทบทวนบทวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการริเริ่มจัดทำโครงการที่เกิดจากความต้องการในด้านต่างๆ วรรณกรรมที่ใช้ศึกษา ตัวอย่างเช่น หนังสือการบริหารโครงการ: แนวทางสู่ความสำเร็จ

1.4.2 รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (วรรณกรรม) ต่างๆ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญ of โครงการ วิธีการริเริ่มโครงการในอุตสาหกรรมต่างๆ และตัวอย่างของการริเริ่มโครงการ

1.4.3 วิเคราะห์ข้อมูล (document analysis) ด้วยวิธีการตีความ (interpretation)

1.4.4 ลงความเห็นจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิธีการต่างๆ ของการริเริ่มโครงการจัดทำโครงการและแสดงถึงตัวอย่างของการริเริ่มโครงการตามวิธีการเหล่านี้

1.4.5 สรุปผลการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงที่มาของการริเริ่มโครงการ รวมถึงวิธีการต่างๆ ของการริเริ่มโครงการพร้อมด้วยตัวอย่างของการริเริ่มโครงการตามวิธีการเหล่านั้น

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

หน่วยงาน องค์กร และผู้ที่สนใจในการทำโครงการสามารถนำ รูปแบบวิธีการของการริเริ่มโครงการ ในประเภทต่างๆ ไปริเริ่มจัดทำโครงการขององค์กรตนเองได้อย่างเหมาะสม แล้วส่งผลให้โครงการที่จะจัดทำในอนาคตมีเหตุมีผล ช่วยสนับสนุนการเจริญเติบโตขององค์กรต่อไป

1.7 ขอบเขตการวิจัย

1.7.1 ระยะเวลา เดือน กรกฎาคม 2556-มกราคม 2557

1.7.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเน้นข้อมูลทุติยภูมิเท่านั้น

1.8 แผนการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 แผนการดำเนินงาน

	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
ทบทวนบทวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการริเริ่มจัดทำโครงการที่เกิดจากความต้องการในด้านต่างๆวรรณกรรมที่ใช้ศึกษา							
รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (วรรณกรรม) ต่างๆ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญของโครงการ วิธีการริเริ่มโครงการในอุตสาหกรรมต่างๆ และตัวอย่างของการริเริ่มโครงการ							
วิเคราะห์ข้อมูล (document analysis) ด้วยวิธีการตีความ (interpretation)							
ลงความเห็นจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิธีการต่างๆของการริเริ่มโครงการจัดทำโครงการ และแสดงถึงตัวอย่างของการริเริ่มโครงการตามวิธีการเหล่านั้น							
สรุปผลการวิจัย							

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 บทนำ

โครงการเป็นแผนงานที่จัดทำขึ้นอย่างมีระบบโดยมีวัตถุประสงค์ ระยะเวลาอย่างชัดเจนและใช้ทรัพยากรในการดำเนินการ ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการองค์กรหรือกลุ่มบุคคลในพื้นที่ต่างๆ จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าโครงการมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ดังนั้นก่อนการจัดทำโครงการนั้นมีเหตุผลและช่วยสนับสนุนให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรมาน้อยเพียงใด โดยการเกิดขึ้นหลายๆวิธีที่แตกต่างกันไป เนื่องจากการวิเคราะห์ของแต่ละองค์กรขึ้นได้มีนักวิจัยบางท่านได้แบ่งวิธีการริเริ่มโครงการไว้หลายวิธีการ แต่อาจยังไม่ครอบคลุมดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงการริเริ่มโครงการเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิธีการต่างๆ ของการริเริ่มโครงการและแสดงถึงตัวอย่างการริเริ่มโครงการตามวิธีการต่างๆเหล่านั้น

2.2 เหตุผลของการริเริ่มโครงการ

โครงการแต่ละโครงการนั้นวิธีการริเริ่มโครงการที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้วิจัยกล่าวถึงวิธีการริเริ่มโครงการไว้หลายวิธีการดังนี้

2.2.1 แผนกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์เป็นกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์กร โดยกำหนดสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องบรรลุและกำหนดแนวทางในการบรรลุสภาพการณ์ที่กำหนดบนพื้นฐานข้อมูลที่รอบด้านอย่างเป็นระบบ

การกำหนดแนวทางที่จะบรรลุสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการให้เกิด จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่รอบด้าน คือ จะต้องคำนึงถึงสภาพการณ์ที่ต้องการให้เกิดศักยภาพหรือขีดความสามารถขององค์กร และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม

ซึ่งการกำหนดแนวทางที่จะบรรลุสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการให้เกิดจะต้องเป็นระบบ คือ แนวทางที่กำหนดขึ้นจะต้องดำเนินไปอย่างเป็นขั้นเป็นตอน การวางแผนยุทธศาสตร์จะต้องตอบ

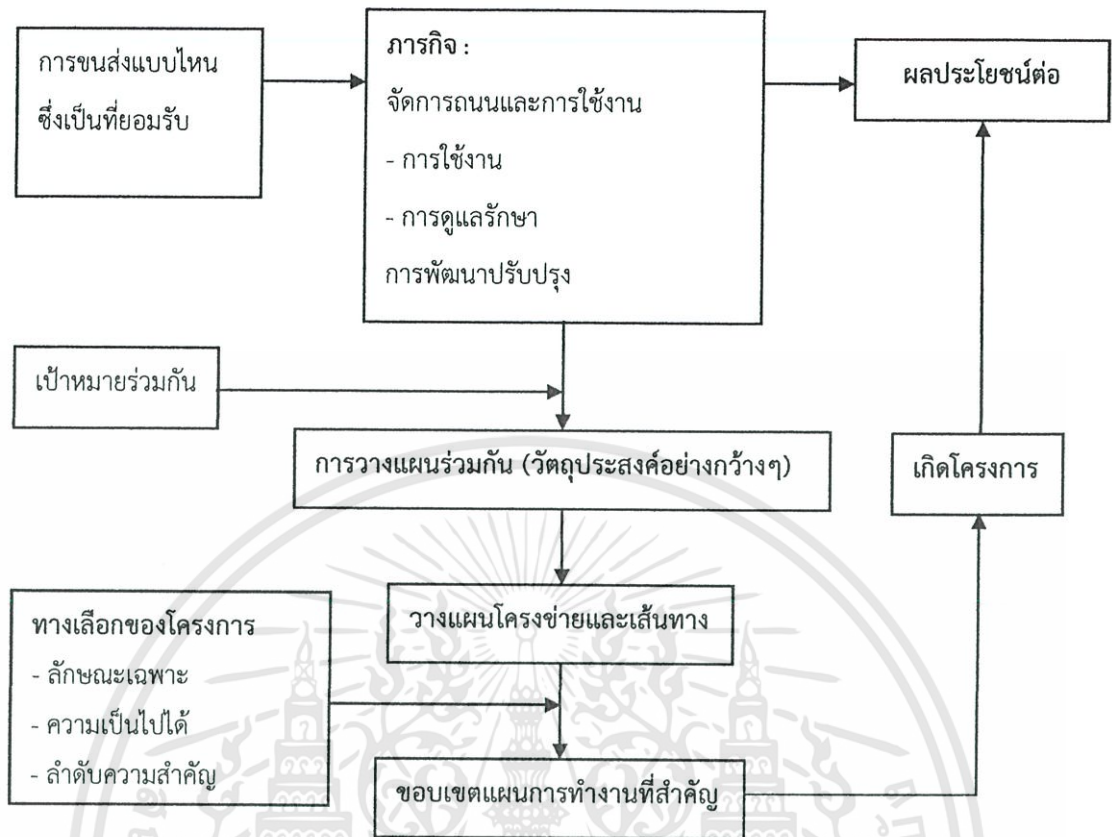
คำถามหลัก 3 ประการ คือ

1. องค์กรกำลังจะก้าวไปทางไหน
2. สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร
3. องค์กรจะไปถึงจุดหมายได้อย่างไร

องค์ประกอบหลักที่ควรกำหนดอยู่ในแผนกลยุทธ์ (ปรกรณ์ ปรียากร [5])

- พันธกิจ (Mission) เป็นสิ่งที่สื่อถึงภารกิจหลักขององค์การ ซึ่งจะสะท้อนถึงปรัชญาที่จะกำหนดการดำรงอยู่ขององค์การ
- จุดมุ่งหมาย (Goal) คือ ผลลัพธ์ปลายทาง (Outcomes) ที่องค์การต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต โดยไม่ต้องระบุช่วงเวลาที่น่าอนลงไป
- วัตถุประสงค์ (Objective) เป็นผลผลิต (Output) ที่ต้องการให้เกิดขึ้น เมื่อได้กระทำสิ่งต่างๆ ตามที่ได้กำหนดพันธกิจไว้ วัตถุประสงค์จึงต้องกำหนดให้ ชัดเจน วัดได้ และปฏิบัติได้ เป็นรูปธรรมกว่าจุดมุ่งหมาย (Goal) และต้องเกิดขึ้นก่อนผลลัพธ์
- นโยบาย (Policy) คือ ข้อความหรือสิ่งที่องค์การระบุไว้ว่าจะปฏิบัติหรือกระทำ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้นการกำหนดนโยบายจึงเป็นการกำหนดกรอบ กำหนดเกณฑ์ในการจะปฏิบัติให้กระชับและมีประสิทธิภาพ
- กลวิธี/มาตรการ (Strategy) แนวทางปฏิบัติย่อยที่องค์การยึดเป็นกรอบสำหรับคัดเลือก แผนงาน/งาน/โครงการ ต่างๆ ที่จะดำเนินให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งกลวิธีต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับนโยบายข้อนั้นๆ
- แผนงาน (Program) เป็นการจัดรวมกลุ่มของ งาน หรือ โครงการ หรืออาจกล่าวได้ว่า แผนงาน คือ งาน หรือโครงการย่อยๆ หลายโครงการ ซึ่งมีวัตถุประสงค์สอดคล้องกัน ซึ่งงานหรือโครงการจะประกอบด้วยกิจกรรม (Activities) ต่างๆ ที่ดำเนินการภายใต้กรอบของงาน หรือโครงการหนึ่งๆ ซึ่งจะมีเงื่อนไขระยะเวลาเริ่มต้น และสิ้นสุดในการทำกิจกรรมต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.1 ตัวอย่างการริเริ่มโครงการ (RTA)

จากตัวอย่างแผนกลยุทธ์ข้าง โครงการจะถูกริเริ่มที่ขั้นตอนทางเลือกของโครงการ คือต้องตัดสินใจเลือกโครงการที่ทำให้องค์กรหรือแผนงานที่จัดทำขึ้นเกิดประโยชน์สูงสุด

2.2.2 การวิจัยการตลาด

การตลาดเป็นกระบวนการในการปรับเปลี่ยนความต้องการของผู้บริโภคด้านคุณภาพและปริมาณของผลิตภัณฑ์และบริการให้เป็นส่วนที่ผู้ผลิตและให้บริการจะต้องสามารถผลิตและบริการให้ได้ (สิริวรรณ เสรีรัตน์ [6]) จึงทำให้เกิดการวิจัยการตลาดซึ่งเป็นการศึกษาถึงข้อเท็จจริงและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายที่หันต่อสถานการณ์ โดยมีการทำงานอย่างมีระบบโดยในทางปฏิบัติกลับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงไม่ใช่เพียงแต่กลุ่มตัวอย่าง กิจกรรมการวิจัยการตลาดมักถูกกำหนดจากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์โดยการริเริ่มโครงการผ่านการวิจัยทางการตลาดมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) การวิจัยสถานการณ์ คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสถานการณ์ทางเศรษฐกิจถึงการแข่งขัน รวมไปถึงการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อการวางแผนการดำเนินโครงการ (สุพาดา สิริกุตตา [3])

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2) การตรวจสอบอย่างมีระบบ เพื่อความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้มาจากการวิจัยการตลาด โดยมีปัจจัยของการตรวจสอบข้อมูลดังต่อไปนี้
- การเลือกแหล่งที่มาของข้อมูล โดยดูถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาว่ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด
 - การเลือกวิธีการรวบรวมข้อมูล ซึ่งดูจากกลุ่มเป้าหมายโดยเลือกวิธีการให้เหมาะสมกับสถานการณ์และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
 - การวางแผน รูปแบบของการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเลือกลักษณะของวิธีการเก็บให้เหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล
 - การรวบรวมข้อมูล หมายถึง การนำเอาข้อมูลต่างๆที่ผู้อื่นได้เก็บไว้แล้วนำไปวิเคราะห์ต่อโดยมีวิธีการเก็บรวบรวมดังนี้
 - (1) การสังเกตการณ์ (Observation) ทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) หรืออาจจะแบ่งเป็น การสังเกตการณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Observation) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Observation)
 - (2) การสัมภาษณ์ (Interview) นิยมมากในทางสังคมศาสตร์ โดยเฉพาะการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) หรืออาจจะจำแนกเป็นการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล และการสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม เช่น เทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ซึ่งนิยมใช้กันมาก
 - (3) การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เช่น หนังสือ รายงานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความ สิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น
- 3) การวิเคราะห์และการตีความของข้อมูล เมื่อเราได้ข้อมูลมาแล้วยังไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ได้ ในทันทีจำเป็นต้องผ่านการวิเคราะห์และตีความจากประเภทของข้อมูลดังนี้
- (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บขึ้นมาใหม่เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์การวิจัยในเรื่องนั้นๆ โดยเฉพาะ การเลือกใช้ข้อมูลแบบปฐมภูมิ ผู้วิจัยจะสามารถเลือกเก็บข้อมูลได้ตรงตามความต้องการและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ตลอดจนเทคนิคการวิเคราะห์ แต่มีข้อเสียตรงที่สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และอาจมีคุณภาพไม่ดีพอ หากเกิดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลภาคสนาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลต่างๆ ที่มีผู้เก็บหรือรวบรวมไว้ก่อนแล้ว เพียงแต่นักวิจัยนำข้อมูลเหล่านั้นมาศึกษาใหม่ เช่น ข้อมูลสำมะโนประชากร สถิติจากหน่วยงาน และเอกสารทุกประเภท ช่วยให้ผู้วิจัยประหยัดค่าใช้จ่าย ไม่ต้องเสียเวลากับการเก็บข้อมูลใหม่ และสามารถศึกษาย้อนหลังได้ ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา แต่จะมีข้อจำกัดในเรื่องความครบถ้วน

- 4) การจัดทำรายงาน คือเรื่องราวที่เป็นผลมาจากการค้นคว้าทางวิชาการแล้วนำมาเรียบเรียงอย่างมีระบบเป็นแบบแผน เรื่องราวที่นำมาเขียนรายงานจะต้องเป็นข้อเท็จจริง หรือความรู้อันเกิดจากการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีที่เป็นระบบมีลักษณะเป็นวิทยาศาสตร์

หลังจากการวิเคราะห์การตลาดแล้ว ในรายงานการวิเคราะห์การตลาดจะแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายคือสิ่งใด ทำให้องค์กรสามารถคิดริเริ่มโครงการทำโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

2.2.3 การศึกษาความเป็นไปได้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการหมายถึงการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้นโดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด วิศวกรรมและการเงินของโครงการ ซึ่งบางโครงการไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเกิดความล้มเหลวในการดำเนินงานโดยสามารถพิจารณาได้จาก

- 1) ไม่สามารถขายสินค้าได้ในปริมาณที่พอเพียงในราคาที่พอสมควร
- 2) ไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการผลิต
- 3) ไม่สามารถเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอต่อความต้องการที่จะใช้ได้
- 4) ไม่สามารถเข้าไปแข่งขันในตลาดได้
- 5) ไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงได้
- 6) วัตถุดิบมีคุณสมบัติไม่เพียงพอต่อการผลิต

โดยสาเหตุที่กล่าวมาข้างต้นเกิดขึ้นเนื่องจากความไม่เข้าใจในโครงการนั้นๆอย่างแท้จริงจึงทำให้การดำเนินงานในโครงการเกิดความล้มเหลวเป็นได้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการโดยการวิเคราะห์เบื้องต้นเกี่ยวกับความเสี่ยงและผลกระทบต่อเวลา ต้นทุนค่าใช้จ่ายและการทำงาน รวมทั้งผลกระทบต่อทรัพยากรขององค์กร เพื่อหาความเป็นไปได้ของโครงการว่าควรจะทำหรือไม่ (Cleand and King, 1995 อ้างอิงใน [2]) โดยมีตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

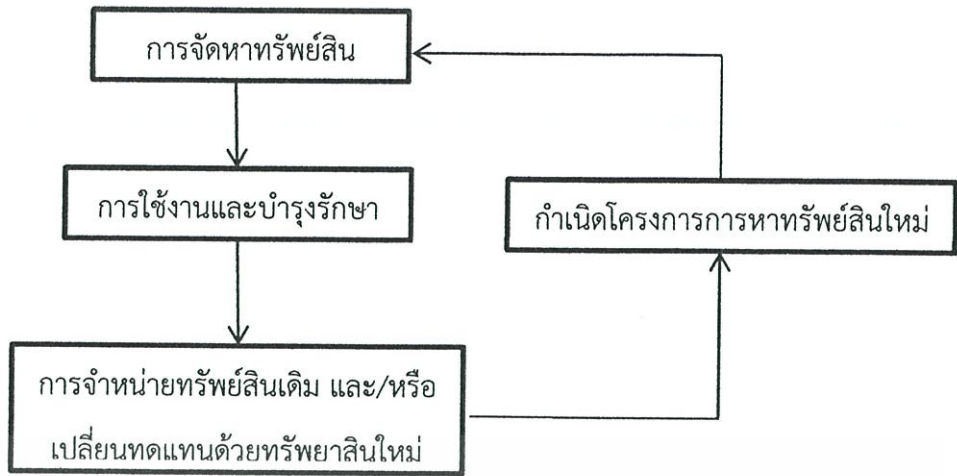
ขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการคือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เป็นการพิจารณาถึงตัวแปรที่ทำให้โครงการประสบผลตามที่คาดหวัง (วีระพล สุวรรณันต์ [7])

- 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการวิเคราะห์ถึงลักษณะที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน
 - ทักษะการบริหาร
 - ทรัพยากร
 - ระดับค่าจ้างและเงินเดือน
- 2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่อยู่ภายนอกที่มีอิทธิพลต่อโครงการทั้งที่ถือว่าเป็นโอกาสหรือเป็นอุปสรรคต่อโครงการ
 - กฎหมายและการเมือง
 - เศรษฐกิจ
 - เทคโนโลยี
 - ประชากรศาสตร์
 - คู่แข่งขัน
- 3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน เป็นสภาวะแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนโครงการ
 - ลักษณะอุตสาหกรรม
 - ความต้องการและเป้าหมายของบริษัท
 - การวางแผนการแข่งขัน
 - ทรัพยากรการแข่งขัน

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นจะทำให้ทราบว่าโครงการใดมีความความเป็นไปได้ที่จะลงทุนแล้วสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้

2.2.4 ความล้าสมัยของสินทรัพย์

สิ่งอำนวยความสะดวก ทรัพย์สินที่ใช้งานเป็นเวลานานเกิดการเสื่อมโทรมลงไปจึงเกิดความ ต้องการหาสิ่งใหม่มาทดแทนทำให้กำเนิดโครงการ



รูปที่ 2.2 วงจรชีวิตของทรัพย์สิน

การเปลี่ยนทดแทนทรัพย์สินในที่นี้หมายถึง การตัดสินใจเลือกทรัพย์สินใหม่มาทดแทนทรัพย์สินที่มีอยู่เดิม ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เกิดโครงการจัดหาทรัพย์สินใหม่ โดยมีสาเหตุมาจาก

- การเสื่อมราคาทางกายภาพ

เป็นการเสื่อมราคาเนื่องจากการสึกหรอชำรุดหรือแตกหักเพราะการใช้งาน ถ้าทรัพย์สินในขณะการใช้งานมีการเคลื่อนไหวขยับเขยื้อน ก็จะทำให้เกิดการเสียดสีหรือกระแทก และทรัพย์สินจะไม่เคลื่อนที่ที่อาจเกิดสนิมหรือปฏิกิริยาทางเคมีเกิดการกัดกร่อน ทำให้ทรัพย์สินนั้นเสื่อมคุณค่าไปได้เช่นเดียวกัน

- การเสื่อมสภาพทางเศรษฐกิจ

เป็นการสูญเสียมูลค่า อันเนื่องมาจากปัจจัยภายนอกที่ไม่เอื้ออำนวย อาทิเช่น เศรษฐกิจท้องถิ่น ภาวะของอุตสาหกรรม ความพร้อมเกี่ยวกับการจัดการด้านการเงิน การรुकู้ ในวัตถุดิบประสงคค์ของ กิจการ ค่า การสูญเสียในแหล่งวัสดุและแรงงาน การขาดการขนส่ง ที่มีประสิทธิภาพ การเคลื่อนย้ายศูนย์ธุรกิจ การออกกฎหมายใหม่ และการเปลี่ยนแปลง ในราชกฤษฎีกา

- การเสื่อมราคาทางลักษณะการใช้งาน

เป็นการเสื่อมราคาอันเนื่องจากการเปลี่ยนลักษณะการให้บริการหรือการใช้งาน เช่นความต้องการของผลผลิตหรือบริการในทางปริมาณหรือคุณภาพมีมากขึ้น จนทำให้เครื่องจักรเดิมไม่มีสมรรถภาพในการผลิตได้เพียงพอกับความต้องการ เครื่องจักรเดิมจึงต้องหมดสภาพการใช้งาน หรือเปลี่ยนลักษณะการใช้งานไปเป็นอย่างอื่น เช่น เป็นเครื่องจักรสำรอง เช่น เป็นเครื่องจักรสำรองแล้วจัดหาเครื่องจักรที่มีสมรรถภาพสูงกว่ามาทดแทน

เหตุที่ความต้องการในด้านปริมาณและคุณภาพมีมากขึ้นเป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการการค้นพบสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ซึ่งมีสมรรถภาพสูงและราคาถูกมีผลทำให้ทรัพย์สินที่มีอยู่เดิมหมดคุณค่าไปได้ ยกตัวอย่างได้แก่ ไม้บรรทัดค่านวนแต่เดิมเคยใช้เป็นเครื่องมือในการวัดค่านวนค่าต่างๆ ใน

การใช้งานจำต้องรู้วิธีการใช้งานซึ่งค่อนข้างยุ่งยาก ในปัจจุบันมีการคิดค้นและผลิตเครื่องคิดเลขในขนาดและความสามารถในการใช้งานต่างๆกัน ราคาจำหน่ายก็ไม่แพงมาก การเรียนรู้วิธีการใช้งานไม่ยุ่งยากการใช้งานทำได้สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ไม้บรรทัดคำนวณเสื่อมคุณค่าลง ดังที่เห็นกันอยู่ นอกจากนี้แล้ว การเปลี่ยนแปลงการเลือกใช้วัสดุ การเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีการผลิต และการเปลี่ยนแปลงลักษณะของผลิตภัณฑ์ก็เป็นสาเหตุใหญ่ ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆมีคุณค่าดีขึ้นและขณะเดียวกันมีราคาถูกลง ผลิตภัณฑ์ในลักษณะเดิมจึงเสื่อมคุณค่าไป และอาจจะเป็นด้วยเหตุผลนี้ที่ประเทศที่พัฒนาแล้ว พยายามส่งเสริมให้ประเทศที่กำลังพัฒนาได้มีวิทยาการตามทันประเทศของตนในลักษณะตามหลัง โดยการให้ความสนับสนุนในการอบรมและส่งต่อวิทยาการที่เขาผ่านไปเพื่อหวังจะได้ขายหรือแลกเปลี่ยนทรัพย์สินที่เสื่อมคุณค่าแล้วในราคาทรัพย์สินใหม่

- การเสื่อมราคาทางอุบัติเหตุ

อุบัติเหตุเช่น ไฟไหม้ มรสุม น้ำท่วม แผ่นดินไหว มีส่วนทำให้ทรัพย์สินต้องเสียหายอย่างมาก การเสื่อมราคาเนื่องจากอุบัติเหตุขึ้นกับความรุนแรงของภัยธรรมชาติหรือความเสียหายที่ได้รับ โดยทั่วไปทำให้ทรัพย์สินหมดสภาพการใช้งานทันที

จากการวิเคราะห์ รูปที่ 2.2 จะเห็นว่าโครงการเกิดเนื่องจากความต้องการเปลี่ยนแปลงทดแทนทรัพย์สินเดิมที่เสื่อมประสิทธิภาพลงหรือต้องการเปลี่ยนทรัพย์สินที่ดีกว่าของเดิมที่มีอยู่ จึงทำให้เกิดการริเริ่มโครงการเพื่อเปลี่ยนแปลงทดแทนทรัพย์สินเดิม

2.2.5 การประมูล

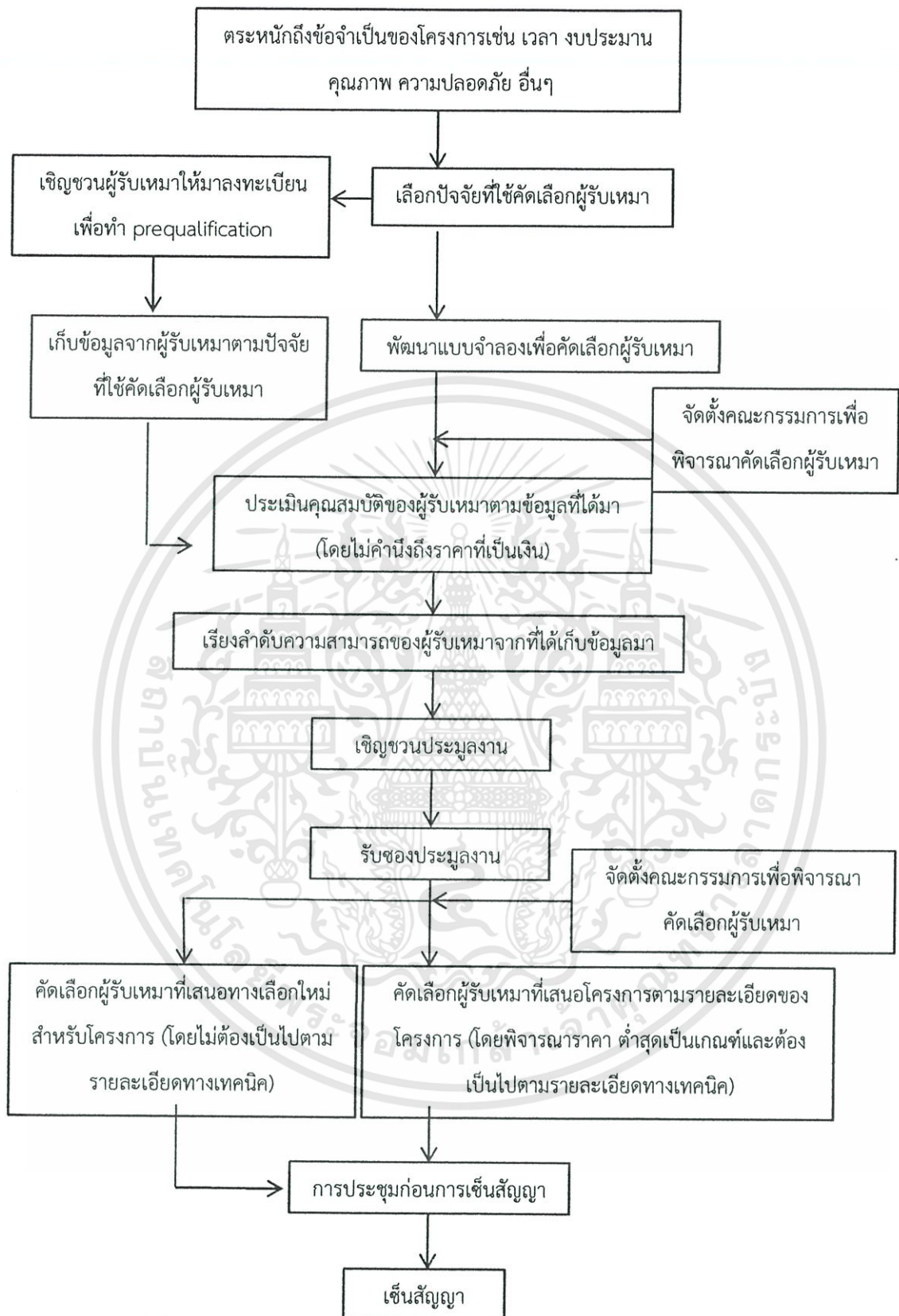
ในกระบวนการจัดหาผู้รับเหมาหลักนั้น โดยทั่วไปแล้วยังคงอาศัย การประกวดราคาของแต่ละองค์กรเพื่อคัดเลือกผู้รับเหมาหลักอยู่ ดังรูปที่ 2.3 โดยมีรายละเอียดของแต่ละขั้นตอนดังนี้

- 1) ตระหนักถึงข้อจำเป็นของโครงการ ซึ่งถือเป็นเป้าหมายและแนวทางของโครงการและ ทบทวนความต้องการขององค์กรในเรื่องของคุณภาพ ต้นทุน เวลา เป็นต้น
- 2) เลือกปัจจัยที่ใช้คัดเลือกผู้รับเหมาในการเลือกปัจจัยที่ใช้คัดเลือกผู้รับเหมานั้นจะต้องมี การตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกผู้รับเหมา
- 3) พัฒนาแบบจำลองเพื่อคัดเลือกผู้รับเหมาโดยจะมีการกำหนดปัจจัยสำหรับคัดเลือก ผู้รับเหมา และกำหนดระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือก
- 4) เชิญชวนผู้รับเหมาให้มาลงทะเบียนเพื่อทำ prequalification
- 5) เก็บข้อมูลจากผู้รับเหมาตามปัจจัยที่ใช้คัดเลือกผู้รับเหมาเช่น ประวัติการทำงาน
- 6) จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาคัดเลือกผู้รับเหมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 7) ประเมินคุณสมบัติของผู้รับเหมาตามข้อมูลที่ได้มา เป็นขั้นตอนสำคัญตอนหนึ่งโดยใช้ ปัจจัยที่พัฒนาแล้วรวบรวมไว้ จากที่กล่าวข้างต้นในการตัดสินใจ เพื่อพิจารณาประเมิน ว่าคุณสมบัติของผู้รับเหมาเป็นไปตามข้อกำหนดหรือไม่
- 8) เรียงลำดับความสามารถของผู้รับเหมาจากที่ได้เก็บข้อมูลมา
- 9) เชิญชวนประมูลงาน
- 10) รับซองประมูลงานจากผู้รับเหมาที่ทำการเสนอราคา
- 11) คัดเลือกผู้รับเหมาที่เสนอโครงการตามรายละเอียดของโครงการ โดยพิจารณาราคา ต่ำสุดเป็นเกณฑ์
- 12) คัดเลือกผู้รับเหมาที่เสนอทางเลือกใหม่สำหรับโครงการ
- 13) การประชุมก่อนการเซ็นสัญญาเพื่อตกลงเกี่ยวกับแบบของโครงการ การทำสัญญา และข้อตกลงของสัญญา
- 14) เซ็นสัญญาหลังจากที่ได้ประชุมทำข้อตกลงจึงเริ่มทำการเซ็นสัญญา

จากการวิเคราะห์ถึงขั้นตอนในการคัดเลือกผู้รับเหมาหลักจะเห็นว่าโครงการจะเกิดขึ้นเมื่อผู้รับเหมาหลักถูกคัดเลือกมาทำสัญญากับองค์กรที่เปิดการประมูล เพื่อดำเนินกิจกรรมหรือโครงการที่ได้ประมูลมา ทำให้เกิดการริเริ่มจัดทำโครงการขึ้น



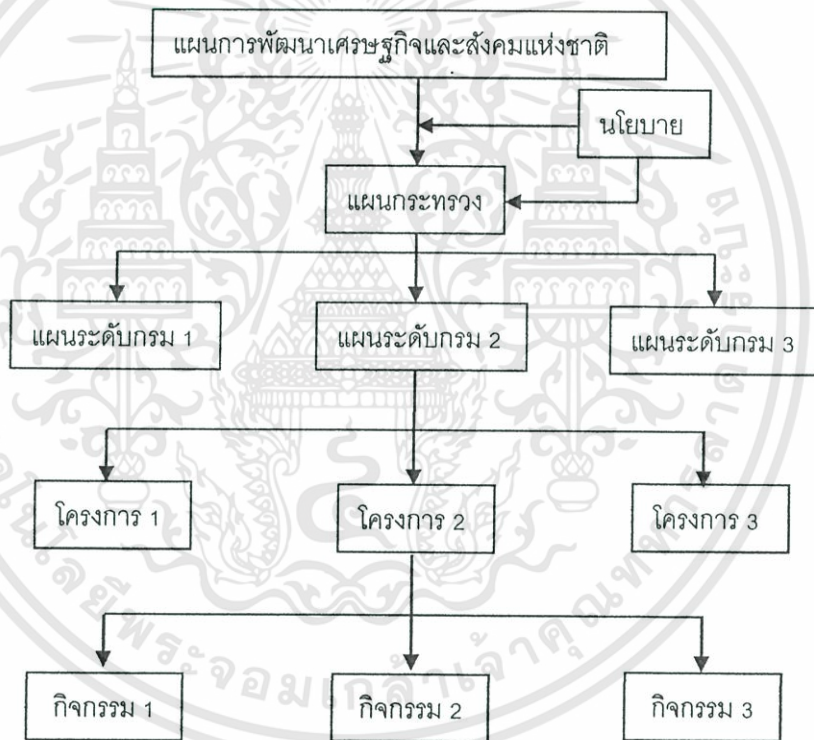
รูปที่ 2.3 ขั้นตอนการจัดการหาผู้รับเหมาหลัก (ณัฐวุฒิ เรืองสุขศรีวงศ์ และคณะ, 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6 นโยบายของรัฐบาล

นโยบายเปรียบเสมือนข้อสัญญาที่รัฐบาลได้เสนอนโยบายต่อประชาชนก่อนการเลือกตั้งจึงทำให้มีการจัดทำโครงการที่ตอบสนองนโยบายของรัฐบาลที่ให้ไว้ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ในเชิงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

โครงการมีความสัมพันธ์กับแผนงานและนโยบายนั้นคือเริ่มจากนโยบายของรัฐบาล ถูกนำมาจัดทำแผนชาติ จากแผนชาติจะถูกนำมาปรับเป็นแผนกระทรวงต่างๆ จากนั้นแผนกระทรวงจะถูกปรับต่อไปเป็น แผนกรม และหน่วยงานระดับล่างก็จะจัดทำโครงการนั้นขึ้นมาเพื่อให้สอดคล้องกับแผนนโยบายของกรม ในโครงการหนึ่งๆอาจมีหลายกิจกรรมหรือหลายงานก็ได้ เมื่อพัฒนานโยบายเป็นแผนงานและโครงการแล้วจะเห็นได้ว่าการพัฒนาจากลักษณะที่เป็นนามธรรมไปสู่ลักษณะที่เป็นรูปธรรมนั้นทำให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติได้ง่าย



รูปที่ 2.4 ขั้นตอนของแผนนโยบาย

จากรูปที่ 2.4 จะเห็นได้ว่าโครงการเกิดขึ้นภายใต้แผนระดับกรมโดยโครงการอาจมีหลายกิจกรรม เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของแผนระดับกรม โดยทั้งหมดเพื่อทำให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของนโยบาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 บทวิเคราะห์

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่ามีผู้เขียนได้กล่าวถึงวิธีการริเริ่มของโครงการไว้ 6 วิธี ประกอบด้วย (1) แผนกลยุทธ์ (2) การวิจัยการตลาด (3) การศึกษาความเป็นไปได้ (4) ความล้าสมัยของสินทรัพย์ (5) การประมูล (6) นโยบายของรัฐ แต่การริเริ่มโครงการยังไม่ครอบคลุม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการริเริ่มโครงการเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิธีการต่างๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น และแสดงถึงตัวอย่างจริงของการริเริ่มโครงการในวิธีการต่างๆ ให้ครอบคลุมครบการริเริ่มโครงการมากขึ้น

2.4 กรอบแนวความคิด

วัตถุประสงค์: เพื่อศึกษาถึงวิธีการริเริ่มโครงการในอุตสาหกรรมต่างๆ

กรอบแนวความคิด: การริเริ่มโครงการมีดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงขั้นตอนการริเริ่มโครงการตามลักษณะการริเริ่มโครงการ

การริเริ่มโครงการ	ขั้นตอนการริเริ่มโครงการ
1) แผนกลยุทธ์	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) - กำหนดภารกิจหรือพันธกิจ (Mission) - กำหนดเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา (Goal) - กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์หรือยุทธศาสตร์ (Strategy) - กำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางการพัฒนา - การริเริ่มโครงการ
2) การวิจัยการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์สถานการณ์ - ตรวจสอบอย่างมีระบบ - วิเคราะห์และการตีความของข้อมูล - จัดทำรายงาน - การริเริ่มโครงการ
3) การศึกษาความเป็นไปได้	<ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน - การริเริ่มโครงการ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

การริเริ่มโครงการ	ขั้นตอนการริเริ่มโครงการ
4) ความล้าสมัยของสินทรัพย์	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดหาทรัพย์สิน - การใช้งานบำรุงรักษา - การจำหน่ายทรัพย์สินเดิมและ/หรือเปลี่ยนทดแทนด้วยทรัพย์สินใหม่ - การริเริ่มโครงการเพื่อหาทรัพย์สิน
5) การประมูล	<ul style="list-style-type: none"> - ตระหนักถึงข้อจำเป็นของโครงการ - เลือกปัจจัยที่ใช้คัดเลือกผู้รับเหมา - เชิญชวนผู้รับเหมาให้มาลงทะเบียนเพื่อทำ prequalification - พัฒนาแบบจำลองเพื่อคัดเลือกผู้รับเหมา - เก็บข้อมูลจากผู้รับเหมาตามปัจจัยที่ใช้คัดเลือกผู้รับเหมา - จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาคัดเลือกผู้รับเหมา - ประเมินคุณสมบัติของผู้รับเหมาตามข้อมูลที่ได้อะมา - เรียงลำดับความสามารถของผู้รับเหมาจากที่ได้เก็บข้อมูลมา - เชิญชวนประมูลงาน - รับของประมูลงาน - จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาคัดเลือกผู้รับเหมา - คัดเลือกผู้รับเหมาที่เสนอทางเลือกใหม่สำหรับโครงการ - คัดเลือกผู้รับเหมาที่เสนอโครงการตามรายละเอียดขอโครงการ - การประชุมก่อนการเซ็นสัญญา - เซ็นสัญญา - การริเริ่มโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

การริเริ่มโครงการ	ขั้นตอนการริเริ่มโครงการ
6) แผนนโยบาย	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดนโยบาย - ปรับนโยบายให้เป็นแผนชาติ - ปรับแผนชาติให้เป็นแผนกระทรวง - ปรับแผนกระทรวงให้เป็นแผนระดับกรม - ปรับแผนระดับกรมให้เป็นโครงการ - ปรับโครงการให้เป็นกิจกรรม - การริเริ่มโครงการ
7) กระบวนการค้นคว้าใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาถึงเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น - ริเริ่มโครงการให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิด

2.5 สรุป

การริเริ่มโครงการมีวิธีการริเริ่มหลากหลายรูปแบบซึ่งวิธีการต่างๆล้วนแต่มีที่มาต่างกันไปตามปัญหาที่เกิดขึ้นซึ่งสามารถแบ่งการริเริ่มโครงการได้ 7 ประเภทการริเริ่มคือ (1) แผนกลยุทธ์ (2) การวิจัยการตลาด (3) การศึกษาความเป็นไปได้ (4) ความล้าสมัยของสินทรัพย์ (5) การประมูล (6) นโยบายของรัฐ (7) กระบวนการค้นคว้าใหม่ ซึ่งไม่ว่าโครงการนั้นริเริ่มด้วยวิธีการใด มีเหตุมาจากสิ่งใด โครงการทั้งหมดเกิดขึ้นเพื่อทำให้องค์กรมีการพัฒนา บรรลุจุดประสงค์ของโครงการและเกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 การวิจัยเชิงเอกสาร

การวิจัยเอกสารมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่ได้มีการจัดพิมพ์เผยแพร่ไว้อยู่แล้ว ด้วยเหตุนี้การวิจัยเอกสารจึงเป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) หลากหลายแหล่ง การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ผู้วิจัยสามารถใช้ทั้งวิธีเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพคือศึกษาอย่างรอบด้านทุกแง่ทุกมุม สามารถค้นพบคำตอบเกี่ยวกับสาเหตุความเป็นมาและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ในลักษณะที่ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ขั้นตอนของการเกี่ยวข้อง ช่วงเวลาของการเกี่ยวข้องจนเกิดเป็นกระบวนการ การศึกษากระบวนการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวอย่างที่เห็นชัดเจนว่าแนวทางการศึกษาเชิงมานุษยวิทยาจะช่วยให้คำตอบในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เป็นกระบวนการ ความจำเป็นที่จะต้องหาคำตอบหรือทำความเข้าใจกับเหตุการณ์ย่อยที่มารวมเป็นปรากฏการณ์รวม และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ทำวิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาและโดยการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยศึกษาจากหลากหลายที่มาซึ่งผู้เขียนแต่ละท่านได้ทำการอธิบายถึงการริเริ่มโครงการไว้หลายรูปแบบโดยรูปแบบที่ผู้วิจัยได้ทำการเลือกเพื่อการวิจัยนี้คือการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบข้อมูลทุติยภูมิซึ่งได้แก่ วรรณกรรม บทความต่างๆ ตำราวิชาการ ตัวอย่างโครงการที่เกิดขึ้นจริง แผนงบประมาณรายจ่ายประจำปี แผนการดำเนินงานประจำปี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการริเริ่มโครงการ การวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ การวิจัยการตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การคัดเลือกโครงการเพื่อประมูล การศึกษานโยบาย ความล้มสมัยของสินทรัพย์ รวมไปถึงกระบวนการทัศน์ใหม่เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการสร้างกรอบแนวคิด วิธีการศึกษา และวิเคราะห์ผลการศึกษา นำไปสู่การริเริ่มโครงการในอีกรูปแบบหนึ่ง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งจะอยู่ในลักษณะเอกสาร หรือ วรรณกรรมต่างๆ สิ่งเหล่านี้ไม่สามารถกำหนดเป็นตัวเลขได้ จึงไม่สามารถใช้สถิติมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยต้องใช้วิธีการ อื่นมาวิเคราะห์ข้อมูล เรียกว่าการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วยหลายวิธีด้วยกัน ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.1 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาของข้อความที่ถูกจัดบันทึกไว้อย่างเป็นระเบียบโดยแยกแยะรายละเอียดที่เป็นส่วนประกอบของเหตุการณ์หรือประเด็นที่ศึกษา ศึกษาถึงส่วนประกอบเหล่านั้นและสรุปเพื่อแสดงสาระสำคัญที่เป็นข้อค้นพบจากการวิเคราะห์

3.3.2 การวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Component Analysis)

การวิเคราะห์ส่วนประกอบของข้อมูลเป็นการวิเคราะห์คุณสมบัติของส่วนประกอบของข้อมูลแต่ละชุดแล้วนำคุณสมบัติของส่วนประกอบของข้อมูล มาเปรียบเทียบเพื่อหาลักษณะร่วมที่เหมือนกันและแตกต่างกันหลังจากนั้นจึงทำการบรรยายให้เห็นถึงความหมายของข้อมูลเหล่านั้น แล้วการลงสรุปข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับนำมาวิเคราะห์ที่เจาะลึก หรือเน้นจุดสนใจ ทั้งนี้เพราะว่าข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาแยกส่วนประกอบได้หลาย สำหรับการวิเคราะห์ส่วนประกอบของข้อมูล อาจสรุปได้เป็น 5 ขั้นตอนตามลำดับดังนี้

- 1) เลือกข้อมูล (ที่ทำการวิเคราะห์จัดกลุ่มหรือ กำหนดชื่อข้อมูลแล้ว) ถ้าจะนำมาแยกส่วนประกอบเพื่อหาคุณสมบัติที่ต้องการเปรียบเทียบ ซึ่งควรมีข้อมูลตั้งแต่สองชุดขึ้นไป แต่ก็ไม่ควรมากเกินไปควรพิจารณาให้เหมาะสมสะดวกต่อการเปรียบเทียบ
- 2) วิเคราะห์แยกส่วนประกอบข้อมูลแต่ละชุด โดยพิจารณาว่าจะแยกส่วนประกอบของข้อมูล เป็นกี่ส่วนจากคุณสมบัติใดบ้าง ส่วนประกอบที่จะแยกควรพิจารณาว่าถ้าแยกแล้วสามารถให้คุณสมบัติที่จะนำมาเปรียบเทียบกันได้หรือไม่
- 3) จดรายชื่อข้อมูลและส่วนประกอบที่จะแยกข้อมูลชุดนั้นๆ ไว้ ในกระดาษบันทึกเพื่อป้องกันการลืม
- 4) จัดทำตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติข้อมูลแต่ละชุดแยกตามส่วนประกอบและใส่คุณสมบัติข้อมูลแต่ละชุดแยกตามส่วนประกอบลงในตาราง ถ้าคุณสมบัติของข้อมูลและส่วนประกอบใดขาดหายไปอาจเก็บข้อมูลเพิ่มเติม
- 5) เปรียบเทียบคุณสมบัติของข้อมูลทั้งหมดตามส่วนประกอบ โดยพิจารณาความเหมือนและความแตกต่างและสร้างข้อสรุปที่ได้จากการเปรียบเทียบโดยบรรยายโยงให้เห็นคุณสมบัติของข้อมูลตามส่วนประกอบนั้นๆ

3.3.3 การเปรียบเทียบรูปแบบ (Pattern Matching)

การวิเคราะห์ในลักษณะนี้อาศัยการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องเป็นสิ่งสำคัญ เป็นวิธีการสร้างรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดขึ้นจากทฤษฎี แนวคิด ผลงานวิจัย และการประเมินที่เกี่ยวข้อง สามารถแบ่งออกได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

- การสร้างรูปแบบเดียว เป็นการสร้างรูปแบบเหตุการณ์ และส่วนประกอบย่อยในเหตุการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการโดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการทบทวนเอกสารจากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลจริงเพื่อยืนยันรูปแบบที่สร้างขึ้น

- การสร้างรูปแบบที่เป็นไปได้ทั้งหมดซึ่งจะมีมากกว่า 1 รูปแบบขึ้นไปผู้วิเคราะห์จะต้องแสดงให้เห็นถึงลักษณะและสาเหตุของความแตกต่างที่เกิดขึ้น

3.3.4 การสร้างกรอบการอธิบาย (Explanation-building)

เป็นลักษณะหนึ่งของ Pattern Matching ที่พิเศษออกไปตรงที่จะต้องอธิบายถึงความเชื่อมโยงระหว่างตัวชี้วัดต่างๆที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากการแสดงถึงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดที่สร้างขึ้นจากทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยซึ่งจะมีความซับซ้อนและยุ่งยากมากกว่าจากนั้นจึงนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาเปรียบเทียบกับกรอบการอธิบายที่สร้างขึ้นอีกวิธีหนึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องมาก่อนแล้วจึงวิเคราะห์สร้างความเชื่อมโยงเหล่านี้ขึ้นมาโดยมีทฤษฎีและแนวคิดต่างๆมาสนับสนุนความเชื่อมโยงจากตัวชี้วัดหนึ่งไปสู่อีกตัวชี้วัดหนึ่งซึ่งเป็นวิธีการที่ใช้เวลาค่อนข้างมากกว่าวิธีแรก

3.3.5 การวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction)

การวิเคราะห์สรุปอุปนัย คือ การตีความสร้างข้อสรุปข้อมูลจากสิ่งที่เป็นรูปธรรมที่เก็บรวบรวมมาได้จากข้อมูลตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไป เมื่อผู้วิจัยได้เห็นหรือสังเกตหลายๆ เหตุการณ์ต่างๆ การหาความจริงจากข้อเท็จจริง (fact) ส่วนย่อยหลายๆ ส่วนที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมแล้วสรุปความจริงชุดใหญ่ที่มีลักษณะเป็นนามธรรมครอบคลุมข้อเท็จจริงส่วนย่อย ซึ่งการวิเคราะห์สรุปอุปนัย จัดได้ว่าเป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ต้องนำมาใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพทุกเรื่อง

จากการศึกษาผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบของการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาถึงวิธีการริเริ่มของโครงการ คือ การวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Component Analysis) และการวิเคราะห์ส่วนอุปนัย (Analytic Induction)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 สรุป

จากงานวิจัยครั้งนี้เริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมจากวิทยานิพนธ์ บทความ ตำราในประเทศ และตำราต่างประเทศที่เกี่ยวกับการริเริ่มโครงการเพื่อหาช่องว่างของวรรณกรรมนำไปเป็นปัญหาของงานวิจัย หลังจากนั้นจึงได้วางโครงสร้างของกระบวนการการศึกษา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาไปวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงกรอบแนวความคิดในบทถัดไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

4.1 บทนำ

ใบบทนี้จะกล่าวถึงผลที่ได้จากการศึกษารวบรวมโครงการที่มีความเป็นมาและจุดประสงค์ในรูปแบบต่างๆ โดยการหาโครงการและกิจกรรมจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงจุดกำเนิดของการริเริ่มโครงการในรูปแบบที่แตกต่างกันโดยการเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลอ้างอิงกับขั้นตอนการริเริ่มโครงการเพื่อนำมาแบ่งวิธีของการริเริ่มโครงการ

4.2 ลักษณะของข้อมูลที่ได้ทำการศึกษารวบรวมโครงการ

4.2.1 ผลกลยุทธ์

โครงการตามแผนกลยุทธ์ธุรกิจการขนส่ง (Corporate Transportation Business Strategy) ของบริษัท การบินไทย จำกัดมหาชน

จากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC) ทำให้อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ “คึกคัก” เพื่อรองรับกระแสการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC) ในปี 2558 โดยการเติบโตอย่างรวดเร็วเป็นผลมาจากการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ หรือโลว์คอสต์แอร์ไลน์ รวมถึงการเปิดตัวสายการบินใหม่ 5 รายในภูมิภาคนี้ การเติบโตของธุรกิจที่ผ่านช่วงร้อนแรงที่สุดมาแล้ว อาจทำให้ปี 2556 อัตราอาจไม่สูงเท่าเดิม แต่จะเข้าสู่ภาวะที่เริ่มมั่นคง ด้วยปัจจัยสนับสนุนจากการเติบโตของเศรษฐกิจในเติบโตของกำลังซื้อผู้บริโภคระดับกลาง

Centre for Aviation หรือ CAPA เปิดเผยว่าปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำครองส่วนแบ่งที่นั่งราว 50% ของเที่ยวบินทั้งหมดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดย 3 ใน 5 สายการบินน้องใหม่ที่เพิ่งเปิดตัวเมื่อปีที่ผ่านมา ยังเป็นสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ แอร์เอเชีย ฟลิปปินส์, สก๊อต ของสิงคโปร์ และแมนดาลา จากอินโดนีเซีย ซึ่งแปลงโฉมตัวเองจากที่เคยให้บริการเต็มรูปแบบ

ขณะที่การบินไทยส่ง “ไทยสไมล์” รุกตลาดภูมิภาคนี้ รวมทั้ง สปป.ลาวก็เปิดตัว “ลาว เซ็นทรัลแอร์ไลน์ส” เช่นกัน อย่างไรก็ตาม คาดว่าตลาดโลว์คอสต์ แอร์ไลน์ในอาเซียนยังมีโอกาสเติบโตอีกมาก โดยเฉพาะการเข้าไปแสวงหาโอกาสชิงส่วนแบ่งการตลาดในประเทศพม่าและเวียดนาม ซึ่งขณะนี้อัตราการเข้าถึงของสายการบินประเภทนี้ยังต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของ ทั่วโลกซึ่งอยู่ที่ 26%

สำหรับธุรกิจการบินในประเทศไทย สายการบิน ไทยแอร์เอเชีย และ นกแอร์ ซึ่งได้รับประโยชน์จากนโยบายการย้ายฐานการบินมาที่สนามบินดอนเมืองตั้งแต่ เดือน ต.ค.ที่ผ่านมา ได้วางแผนเพิ่มฝูงบิน

ราว 33% ในปี 2556 โดยไทยแอร์เอเชีย จะรับมอบเครื่องบินแอร์บัส เอ320 เพิ่มอีก 9 ลำ ทำให้รวมทั้งสิ้นมี 36 ลำ ขณะที่นกแอร์ คาดว่าจะเพิ่ม 6 ลำ รวมเป็น 24 ลำ

นอกจากนี้ นกแอร์ ซึ่งปัจจุบันให้บริการเฉพาะเที่ยวบินประจำภายในประเทศเท่านั้น ได้มีแผนจะใช้เครื่องบินโบอิง 737-800s ให้บริการเส้นทางต่างประเทศเป็นครั้งแรกด้วย ขณะที่แอร์เอเชีย ซึ่งมีสัดส่วนที่นั่งกว่า 40% ให้บริการเส้นทางต่างประเทศอยู่แล้ว ก็จะขยายปีกสู่ตลาดในและต่างประเทศมากขึ้น โดยใช้ข้อได้เปรียบจากการชำระค่าน้ำมันในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปีก่อน มาสนับสนุนการเติบโตต่อเนื่องในปี

สำหรับประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเปิดสนามบินขงยี้ต้อนรับผู้โดยสารเกิน 50 ล้านคนในปีที่ผ่านมา ในปีนี้การจราจรทางอากาศของสิงคโปร์อาจชะลอตัวลง คาดการเติบโตไม่เกิน 10% หลังจากที่ขยายตัวถึง 11% เมื่อปี 2554 และอีก 10% ในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2555 เนื่องจากได้อานิสงส์ของตลาดสายการบินต้นทุนต่ำที่ขยายตัวรวดเร็ว ครองสัดส่วนการให้บริการ 30% ของสนามบินขงยี้ในปัจจุบัน โดยคาดว่าในปีหน้าการเปิดตัวของ สก๊อต สายการบินน้องใหม่ที่ให้บริการโลว์คอสต์ในเส้นทางระยะไกล (Long Haul) จะเติบโตได้เร็วที่สุด เพราะถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งของบริษัทแม่อย่าง สิงคโปร์ แอร์ไลน์ส ที่ต้องการหันมาปั่นรายได้จากสายการบินในเครือข่ายทดแทนรายได้ของธุรกิจหลัก ที่ชะลอ ไม่ว่าจะเป็น สก๊อต หรือกระทั่ง ซิลค์แอร์, เจ็ตสตาร์ ที่กำลังมีแผนขยายเส้นทางบินที่มีศักยภาพ

นอกจากนี้ สนามบินขงยี้ จะเริ่มลงมือก่อสร้างอาคารที่ 4 เพิ่มเติม ซึ่งอยู่ภายใต้แนวคิดอาคารลูกผสมที่จะมาแทนบัตเจ็ต เทอร์มินัล ที่จะถูกรื้อทิ้งในเร็วๆ นี้ และคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี 2560 เพื่อรองรับผู้โดยสารเพิ่มราว 16 ล้านคนต่อปี

ขณะที่ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่สุดของธุรกิจสายการบินในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในด้าน ประชากรจำนวน ได้ผงาดขึ้นเป็นหนึ่งในตลาดที่การเติบโตร้อนแรงแห่งหนึ่งของโลก เฉพาะตลาดการบินในประเทศมีผู้โดยสารถึง 70 ล้านคน และขึ้นแท่นกลายเป็น “ตลาดในประเทศ” ใหญ่ที่สุดอันดับ 5 ของโลกรองจาก สหรัฐฯ จีน บราซิล และญี่ปุ่น นับตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา มีการเติบโตเกินกว่า 10% ต่อปี และคาดว่าจะยังรักษาอัตรานี้ต่อเนื่องอีกหลายปี เพราะสายการบินรายใหญ่ยังมีแผนที่จะขยายเส้นทางในประเทศต่อเนื่อง

โลอ็อน แอร์ ผู้นำในตลาดการบินในอินโดนีเซีย ยังขยายฝูงบินใหม่ โบอิง 737-900ERs อย่างต่อเนื่องเฉลี่ย 2 ลำต่อเดือน ทำให้สายการบินนี้ครองส่วนแบ่งการตลาดในประเทศถึง 40% เพราะมีเครื่องบินใหม่เข้ามาเสริมทัพ รองรับการเดินทางอย่างรวดเร็ว และตลาดยังเพียงพอ สำหรับรองรับสายการบินในเครือข่ายสายใหม่อย่าง บาดิคแอร์ ซึ่งให้บริการเต็มรูปแบบ และมีกำหนดเปิดตัวในปี

ขณะที่ ซิตีลิงค์ สายการบินราคาประหยัด ซึ่งเป็นเครือข่ายของ การ์ด้า คาดเติบโตถึง 150% ด้านจำนวนผู้โดยสารที่คาดว่าจะแตะ 10 ล้านคนเมื่อมีการขยายฝูงบิน แอร์บัส เอ320 และเริ่มทยอยรับ

มอบเครื่องเอทีอาร์ 72 เข้าประจำการลำแรก ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่หวังนำมาปะทะโดยตรงกับ วิงส์แอร์ สายการบินบินลูกของไลออน แอร์ ที่เน้นเส้นทางบินระยะสั้น

ตามวิสัยทัศน์ (Vision)ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)ที่มุ่งเป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก ให้บริการดีเลิศด้วย “เสน่ห์ความเป็นไทย”(The First Choice Carrier with Touches of Thai) การบินไทย มุ่งมั่นที่จะเป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก ด้วยการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าให้เหนือความคาดหมาย และสร้างความผูกพันที่ยั่งยืนระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า โดยการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่นและประทับใจด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้แก่ลูกค้าทุกคนอย่างต่อเนื่อง ด้วยบริการที่ดีเลิศและสม่ำเสมอ (Service Excellence and Consistency) ในทุกจุดสัมผัสของการให้บริการ โดยมีพันธกิจ (Mission)ซึ่งประกอบด้วย พันธกิจต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคม ดังนี้

- ให้บริการขนส่งทางอากาศอย่างครบวงจรทั้งภายในและระหว่างประเทศ โดยมุ่งเน้นในเรื่องมาตรฐานความปลอดภัย ความสะอาดสบาย การบริการที่มีคุณภาพด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและความน่าเชื่อถือสูง รวมทั้งเสริมสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
- มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กรและสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูงให้แก่ ผู้ถือหุ้น
- สร้างความแข็งแกร่งในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ตระหนักถึงการให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเสริมสร้างขีดความสามารถ ทักษะ และความรับผิดชอบ ตลอดจนเพิ่มพูนความผูกพันต่อองค์กรเพื่อให้ พนักงานทำงานอย่างเต็มศักยภาพ
- ช่วยเหลือ ส่งเสริม และแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในฐานะเป็นสายการบินแห่งชาติ
 ทั้งนี้ ต้องดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักธรรมาภิบาลโดยมีเป้าหมาย (Goal)คือ “เป็นกลุ่มธุรกิจการบินชั้นนำในภูมิภาคเอเชีย”
 จึงทำให้บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ได้มีการจัดทำแผนวิสาหกิจโดยมีกลยุทธ์ธุรกิจการขนส่ง (Corporate Transportation Business Strategy)โดยมีวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์คือการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจการขนส่งตามแผนระยะสั้นและระยะยาวโดยผสมผสานและสร้างความสมดุลอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างกลยุทธ์เครือข่ายเส้นทางบิน การวางแผนฝูงบิน และกลยุทธ์ด้านการตลาดและการขาย เพื่อสร้างรายได้เชิงคุณภาพและกำไรให้เหมาะสมที่สุด โดยแผนริเริ่มเชิงกลยุทธ์คือ
- สร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และบริการให้เป็นที่พึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย พร้อมทั้งมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพและสร้างความโดดเด่นของอาหารไทยด้วยรสชาติไทยแท้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บริหารจัดการผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่สม่ำเสมอและต่อเนื่องในทุกจุดให้บริการ โดยสะท้อนการเป็น Premium Airline
 - ปรับโครงสร้างเครือข่ายเส้นทางบินโดยใช้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นศูนย์กลางทางการบิน สามารถตอบสนองความต้องการเดินทางได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการสร้างพันธมิตรทางการบิน
 - สร้างความแข็งแกร่งของเครือข่ายเส้นทางบินและสร้างศักยภาพการทำกำไรโดยมุ่งเน้นเส้นทางภูมิภาค รวมทั้งมีความยืดหยุ่นในการจัดตารางบินที่เหมาะสมและสอดคล้องกับฤดูกาลและสภาวะตลาด (Suitable TPI)
 - มีการทบทวน ปรับเปลี่ยนเครือข่ายเส้นทางบินและฝูงบินระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพ(Rolling Long Term Network and Fleet Plan) เพื่อรองรับการแข่งขัน/สภาพแวดล้อม/สถานการณ์/ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
 - บริหารรายได้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดด้วยกระบวนการกำหนดราคาที่สามารถปรับเปลี่ยนได้รวดเร็ว เหมาะสมกับแต่ละตลาด (Dynamic Pricing) และมีระบบบริหารจัดการที่นั่งในแต่ละระดับราคา (Inventory Management) อย่างมีประสิทธิภาพ
 - กำหนดโครงสร้างการบริหารรายได้ในแต่ละเส้นทางบิน (Quality Route Revenue Management)
 - บริหารจัดการเว็บไซต์ (Website) ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเพิ่มรายได้ และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ
 - เพิ่มจำนวนกลุ่มลูกค้าองค์กร ให้ความสำคัญกับสายการบินคู่สัญญาและหารายได้เสริม
 - กลยุทธ์การสื่อสารรวม/Integrated Marketing Communication Strategies (IMC) เพิ่มประสิทธิภาพ การสื่อสารการตลาดซึ่งครอบคลุมงานด้านการสร้างแบรนด์ งานโฆษณา และงานส่งเสริมการขาย สำหรับ ตลาดในประเทศ (Domestic) และต่างประเทศ (Worldwide)
 - ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนการขาย รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการโดยบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้าอย่างเป็นระบบ (CRM)
 - บริหารจัดการการประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันและการจัดเก็บค่าธรรมเนียมราคาน้ำมันอย่างต่อเนื่อง
 - บริหารจัดการด้านการเงินให้ทันต่อการตอบสนองการดำเนินธุรกิจ
- จึงทำให้เกิดการจัดตั้งโครงการเพื่อตอบสนองตามแผนกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นและยังส่งผลให้เกิดการพัฒนาเพื่อยกระดับการแข่งขันทางธุรกิจ

4.2.2 การวิจัยการตลาด

โครงการพัฒนาแผนกลยุทธ์ในด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายบริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน)

ตลาดน้ำอวดลมของไทย ที่แต่เดิมมีผู้ประกอบการน้อยรายและมีการแข่งขันสูง กำลังเผชิญกับความท้าทายครั้งสำคัญอีกครั้งหนึ่ง เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ สนใจเข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ภายหลังจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาดเมื่อช่วงหลายปีก่อน ประสบความสำเร็จทางการเข้าสู่ตลาดพอสมควร และจากผลสำเร็จดังกล่าว คาดว่า จะเป็นพลังผลักดันให้มีผู้ประกอบการรายอื่นๆ สนใจเข้าสู่ตลาดน้ำอวดลมของไทย ที่มีมูลค่าสูงถึงประมาณ 38,500 ล้านบาทเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มในประเทศ รวมทั้งผู้ผลิตเครื่องดื่มน้ำอวดลมในประเทศกลุ่มอาเซียน (ที่ไม่ได้ผลิตภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้ประกอบการน้ำอวดลมรายใหญ่ของโลก) ที่คาดว่าจะสนใจเข้ามาทำตลาดน้ำอวดลมในไทย ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ในอาเซียน จนอาจทำให้ตลาดน้ำอวดลมไทยเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะภายหลังจากการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 โดยกลยุทธ์การแข่งขันทางด้านราคา อาจจะเป็นกลยุทธ์แรกที่จะถูกนำมาใช้เพื่อสร้างฐานการตลาดช่วงเริ่มต้น และในทางกลับกัน คาดว่าผู้ประกอบการในธุรกิจน้ำอวดลมของไทย จะมีโอกาสเข้าไปรุกขยายตลาดในกลุ่มอาเซียนเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน โดยไทยมีความพร้อมในการผลิตน้ำอวดลมที่ดีกว่าอีกหลายประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มอินโดจีน ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบสำคัญคือ น้ำตาล รวมทั้งอุตสาหกรรมสนับสนุน อาทิ บรรจุภัณฑ์พลาสติก และกระป๋องอลูมิเนียม ซึ่งสามารถผลิตเพื่อสนองความต้องการและส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนอื่นๆ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ตลาดน้ำอวดลมปี 2555 มีมูลค่าประมาณ 38,500 ล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 7 (YoY) โดยตลาดน้ำอวดลมในปี 2555 กลับมาขยายตัวอีกครั้ง ภายหลังจากที่ตลาดน้ำอวดลมในปี 2554 หดตัวร้อยละ 4 (YoY) จากปัญหาอุทกภัยในช่วงปลายปี 2554 ซึ่งทำให้การผลิตน้ำอวดลมของผู้ประกอบการรายใหญ่ต้องหยุดชะงัก ประกอบกับอุทกภัย ได้ทำให้เส้นทางการขนส่งสินค้าถูกตัดขาด ซึ่งเป็นอุปสรรคทางการขนส่งของผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่สามารถผลิตสินค้าได้ ทั้งนี้ ตลาดน้ำอวดลมปี 2555 ได้รับปัจจัยหนุนสำคัญจากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงการปรับขึ้นเงินเดือนข้าราชการและค่าแรง 300 บาท ประกอบกับสภาพอากาศช่วงหน้าร้อนปีนี้ มีอุณหภูมิสูงและยาวนานกว่าปีก่อนๆ ก็ยังเป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายน้ำอวดลม และกระตุ้นให้ความต้องการเครื่องดื่มประเภทน้ำอวดลมเพื่อดับกระหายมีเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การมีมหกรรมการแข่งขันกีฬา รายการใหญ่ระดับโลกถึง 2 รายการคือ การแข่งขันฟุตบอลยูโร 2012 ในช่วงกลางปี และต่อเนื่องมาถึงการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม ผู้ประกอบการจึงมีกลยุทธ์กระตุ้นตลาดผ่านสปอร์ตมาร์เก็ตติ้งเพื่อจับลูกค้ากลุ่มบรรดาแฟนกีฬา

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเติบโตของตลาดน้ำอ้อดลมที่สูงจะเป็นปัจจัยบวกต่อธุรกิจ แต่อีกด้านหนึ่ง ตลาดนี้ก็กำลังเผชิญกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ภายหลังจากการเข้ามาทำตลาดของเครื่องดื่ม น้ำอ้อดลมยี่ห้อใหม่ ส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่จำเป็นต้องจัดกลยุทธ์ด้านต่างๆ เพื่อรักษาหรือช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด โดยกลยุทธ์ที่น่าสนใจ มีดังนี้

- การแข่งขันด้านการตลาด โดยเน้นจับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น-วัยกลางคน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก ทั้งนี้ การทำตลาดช่วงที่ผ่านมา มีหลายรูปแบบ ได้แก่ การทำสปอร์ตมารเก็ตติ้ง มิวสิคมารเก็ตติ้ง และการทำ CSR
- การแข่งขันทางด้านเครือข่ายในการกระจายสินค้า โดยเน้นการหาพันธมิตรที่มีศักยภาพและเครือข่ายในการกระจายสินค้าประเภทเครื่องดื่มไปยังร้านค้าปลีกรายย่อย ทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทั้งนี้ ในการร่วมมือกับพันธมิตร นอกจากจะเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ยังเป็นการช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองในการวางสินค้าเพื่อจำหน่ายในกลุ่มร้านค้ารายย่อย
- สร้างความหลากหลายให้กับสินค้า โดยการปรับรสชาติและคุณภาพให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เช่น น้ำอ้อดลมรสมะนาว น้ำอ้อดลมปราศจากน้ำตาล น้ำอ้อดลมแคลอรีต่ำ เป็นต้น
- การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีความหลากหลายทั้งในรูปของขวดแก้ว กระจงโลหะ ขวดพลาสติก ขนาดต่างๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการบริโภคของลูกค้า ทั้งกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อและบริโภคทันที ผ่านทางร้านค้าปลีกสะดวกซื้อ (กระจง และขวดขนาดเล็ก) กลุ่มลูกค้าตามร้านอาหาร (ขวดแก้ว และขวดพลาสติก) หรือกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อกลับไปบริโภคที่บ้าน (ขวดพลาสติกตั้งแต่ 1.25-2 ลิตร)
- การแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ จะกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าต่ำกว่า น้ำอ้อดลมรายเดิมที่มีอยู่ในตลาด และปรับเพิ่มปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ เพื่อดึงดูดให้กลุ่มลูกค้าเกิดการทดลองซื้อและลิ้มลองรสชาติในช่วงแรก ซึ่งทำให้สินค้าสามารถช่วงชิงส่วนแบ่ง และเข้ามามีบทบาทในตลาดน้ำอ้อดลมได้

นอกจากปัจจัยเสี่ยงในการเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้นแล้ว ผู้ประกอบการ น้ำอ้อดลมยังคงต้องเผชิญกับปัจจัยลบจากภาวะต้นทุนการผลิตที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนด้านพลังงาน ทั้งจากค่าไฟฟ้า ราคาน้ำมัน ก๊าซNGV และLPG ซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนค่าขนส่งของธุรกิจ น้ำอ้อดลม เนื่องจากเครื่องดื่มเป็นสินค้าที่ต้องพึ่งพาการกระจายสินค้า จากคลังสินค้าผ่านรถบรรทุกไปยังร้านค้าต่างๆ ทั่วประเทศ ประกอบกับการปรับขึ้นค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเป็น 300 บาทใน 7 จังหวัด และปรับขึ้นในอัตราร้อยละ 39.5 ใน 70 จังหวัดที่เหลือ ในขณะที่การปรับขึ้นราคาสินค้าให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตทำได้ยาก เนื่องจากเป็นสินค้าที่ภาครัฐควบคุมราคา รวมถึงความกังวลว่าจะมีผลกระทบต่อ ยอดขายและส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจ ส่งผลให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในตลาดน้ำอ้อดลม มีทิศทางที่จะ

แข่งขันโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เน้นการทุ่มเม็ดเงินเพื่อจัดกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่องในระยะถัดไป และเน้นการสร้างความแข็งแกร่งและพัฒนาเครือข่ายในการกระจายสินค้า เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง และจงใจให้เครื่องตีมของต้นสามารถวางจำหน่ายภายในร้านค้า หรือร้านอาหารได้ สำหรับกลยุทธ์ทางด้านราคา จะเป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการรายใหม่นำมาใช้เพื่อสร้างฐานและดึงดูดผู้บริโภคในช่วงเริ่มต้นเข้าสู่ตลาด

เนื่องจากน้ำอัดลมเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ทั้งทางด้าน เครื่องจักร แรงงาน ระบบการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมช่องทางการขายทั้งธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดส์ รวมถึงการใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สูง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทำให้การเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ทำได้ยาก จึงทำให้มีผู้ประกอบการเพียง 2 รายใหญ่ ที่มีการแข่งขันรุนแรง ทั้งนี้เพื่อจุดมุ่งหมายการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด หรือรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนเองไว้ รวมทั้งชะลอการเติบโตของคู่แข่งไม่ให้เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม จากการที่ตลาดน้ำอัดลมของไทย มีขนาดใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน (สัดส่วนประมาณร้อยละ 35.2 ของปริมาณการจำหน่ายน้ำอัดลมในอาเซียน 6 ประเทศอันได้แก่ ไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม และสิงคโปร์) ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ทำให้ไทยเป็นตลาดที่ได้รับความสนใจค่อนข้างมากจากผู้ประกอบการทั้งไทยและต่างประเทศ เพื่อรอจังหวะที่จะเข้ามาทำตลาดน้ำอัดลมในไทย และเริ่มมาประสบความสำเร็จในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ภายหลังจากก้าวเข้าสู่ตลาดน้ำอัดลมของผู้ประกอบการรายใหม่จากต่างประเทศ ที่อาศัยกลยุทธ์ทางด้านราคารวมทั้งปริมาณสินค้าที่มากกว่า เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะตลาดในต่างจังหวัด ซึ่งปัจจัยทางด้านราคา ยังคงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคค่อนข้างมาก ประกอบกับกำลังการผลิตของผู้ประกอบการบางราย ได้รับผลกระทบจากวิกฤติน้ำท่วมใหญ่ช่วงปลายปี 2554 ที่ผ่านมา ส่งผลทำให้ น้ำอัดลมของรายใหม่เข้ามาทดแทนในช่วงดังกล่าว ซึ่งช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จักทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลยิ่งขึ้น

ผลจากความสำเร็จของผู้ประกอบการน้ำอัดลมรายใหม่ ที่สามารถเข้ามามีบทบาทและชิงส่วนแบ่งตลาดน้ำอัดลมจากผู้ประกอบการรายเดิม คาดว่า จะเป็นแรงสนับสนุนให้ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ มีความมั่นใจที่จะเข้ามารุกตลาดน้ำอัดลมในไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆคือ

- กลุ่มผู้ประกอบการในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องตีม ที่มีความพร้อมทั้งทางด้านโรงงานผลิต การมีพันธมิตรทางการผลิตบรรจุภัณฑ์ และช่องทางตลอดถึงเครือข่ายการจัดจำหน่าย รวมทั้งระบบการขนส่งและกระจายสินค้าที่แข็งแกร่ง ที่พร้อมจะนำมาต่อยอดในส่วนของผู้ประกอบการน้ำอัดลมได้ทันที

- กลุ่มผู้ประกอบการจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการเครื่องดื่มที่มีตราสินค้าท้องถิ่น (นอกเหนือจากตราสินค้าที่เป็นตราระดับสากลหรือ Global Brand ที่ได้รับความนิยมทั่วโลก) โดยเฉพาะประเทศในอาเซียน ซึ่งจากข้อมูลของ Euro monitor International 2012 พบว่า หลายประเทศ มีน้ำอัดลมที่เป็นตรา Local Brand และตรา Regional Brand ที่มีบทบาทในตลาดพอสมควร ซึ่งสินค้านี้ มีโอกาสที่จะขยายบทบาทเข้าสู่ตลาดน้ำอัดลมในประเทศไทย ภายหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งในส่วนของ การส่งสินค้าเข้ามาจำหน่าย รวมทั้งการเคลื่อนย้ายเข้ามาตั้งฐานการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ รวมทั้งเป็นฐานการส่งออกในภูมิภาค

การเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC) ในปี 2558 ในด้านหนึ่งก็เป็นความท้าทายของผู้ประกอบการน้ำอัดลมในประเทศ ที่อาจต้องเผชิญการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหม่ๆ จากกลุ่มประเทศอาเซียน แต่อีกด้านหนึ่ง ผลจาก อุปสรรคทางการค้า การลงทุนที่ลดลง ก็คาดว่า จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายการส่งออกหรือลงทุนธุรกิจน้ำอัดลมไปยังตลาดอาเซียนเพิ่มขึ้น โดยมีปัจจัยจากกำลังซื้อและรายได้ของประชากรในอาเซียนที่เพิ่มขึ้น(รายได้ประชากรต่อหัวของประเทศในอาเซียนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9.2 ต่อปีในช่วงระหว่างปี 2553-2558 โดยประเทศที่มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือ อินโดนีเซีย ลาว กัมพูชา พม่า เวียดนาม)

ปัจจัยดังกล่าว นับเป็นโอกาสสำคัญของธุรกิจต่างๆ เพื่อวางแผนขยายการค้า การลงทุนรองรับการเกิดขึ้นของ AEC ซึ่งรวมถึงธุรกิจน้ำอัดลม ไม่ว่าจะเป็นวิธีส่งสินค้าเข้าไปจำหน่าย หรือการเข้าไปตั้งฐานการผลิต ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า หากเปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันในธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลม พบว่า ไทยค่อนข้างจะมีความได้เปรียบในการเป็นฐานการผลิตเพื่อรุกตลาดน้ำอัดลมในภูมิภาคอาเซียน โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่

- ความพร้อมทางการค้าการประหยัดต่อขนาด จากที่กล่าวมาในเบื้องต้นว่า ไทยเป็นตลาดที่มีความต้องการบริโภคน้ำอัดลมค่อนข้างสูง ประมาณ 2,700 ล้านลิตร/ปี และมีการบริโภคน้ำอัดลมต่อหัวประชากรสูงสุดประมาณ 43 ลิตร/คน/ปี ซึ่งทำให้โรงงานน้ำอัดลม สามารถใช้กำลังการผลิตขนาดใหญ่เพื่อรองรับตลาดในประเทศ รวมถึงตลาดส่งออก จึงเกิดการประหยัดต่อขนาดและสร้างรายได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต
- ความพร้อมทางด้านวัตถุดิบ โดยเฉพาะน้ำตาล ซึ่งถือเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตน้ำอัดลม ซึ่งไทยเป็นผู้ส่งออกน้ำตาลรายใหญ่อันดับ 2 ของโลก และอันดับหนึ่งในเอเชีย และเป็นประเทศในอาเซียนเพียงไม่กี่ประเทศที่สามารถผลิตน้ำตาลได้เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ รวมทั้งการมีต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างต่ำ ส่งผลทำให้ราคาน้ำตาลในไทย อยู่ในระดับต่ำกว่าหลายประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มอินโดจีน

- ความพร้อมทางด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมสนับสนุนธุรกิจเครื่องดื่ม น้ำอัดลม ทั้งบรรจุภัณฑ์แก้ว พลาสติก กระจก กระจกตา และฝาจับ ที่ผลิตได้เพียงพอต่อความต้องการ และเป็น การผลิตขนาดใหญ่ ซึ่งช่วยให้ต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่นๆในอาเซียน
- การเป็นศูนย์กลางของประเทศในภูมิภาค ช่วยให้การขนส่งและการกระจายสินค้าไปยังประเทศในภูมิภาค อาเซียน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศCLMV ซึ่งไทยสามารถขนส่งสินค้าข้ามแดนได้สะดวกและมีต้นทุนต่ำ สำหรับตลาดในภูมิภาคอาเซียน ที่น่าจะเป็นโอกาสของผู้ประกอบการน้ำอัดลม ในการขยาย ตลาด สามารถแบ่งออกได้ตามปัจจัยสนับสนุน อาทิ
 - กลุ่มประเทศที่มีขนาดตลาดใหญ่ ซึ่งมีจำนวนประชากรค่อนข้างสูง อาทิ อินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ จึงเป็นที่สนใจของนักลงทุนในการเข้าไปตั้งฐานการผลิต แต่อย่างไรก็ตาม การเข้าไปตั้งฐานการผลิต จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ เช่น พฤติกรรมการบริโภค ช่องทางการขนส่งและจัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงการหาพันธมิตรท้องถิ่นในการทำธุรกิจ
 - กลุ่มประเทศที่มีการเพิ่มขึ้นของรายได้ประชากรในระดับสูง อาทิ ประเทศในกลุ่มCLMV แม้ว่าจำนวน ประชากรในหลายประเทศจะมีประชากรไม่สูงมาก และตลาดน้ำอัดลมยังมีขนาดค่อนข้างเล็ก แต่จากการ เติบโตทางด้านรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นปีละประมาณร้อยละ 10 (YoY) อาจส่งให้ความต้องการบริโภคน้ำอัดลม เพิ่มขึ้นมากขึ้นในอนาคต
 - กลุ่มประเทศที่ยังมีการบริโภคน้ำอัดลมต่อหัวต่ำ กลุ่มนี้จะมีทั้งอินโดนีเซียและเวียดนาม ซึ่งมีการดื่มต่ำ เฉลี่ยประมาณ ไม่เกิน 5 ลิตร/คน/ปี และยังมีมาเลเซียและสิงคโปร์ที่ยังมีปริมาณการบริโภคเฉลี่ยเพียง 20-25 ลิตร/คน/ปี จึงยังสามารถขยายปริมาณการบริโภคน้ำอัดลมได้อีกมาก หากว่ารายได้ประชากรปรับ เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้กลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ พม่า และกัมพูชา รวมถึงอินโดนีเซีย นับเป็นตลาดที่น่าสนใจ สำหรับขยายการส่งออกน้ำอัดลมจากประเทศไทยในระยะแรก เนื่องจากประเทศดังกล่าวยังต้องพึ่งพาการ นำเข้าน้ำอัดลมเพื่อสนองความต้องการในประเทศค่อนข้างสูงประมาณปีละ 25-26 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเฉพาะประเทศพม่าและกัมพูชา ที่ปัจจุบัน นำเข้าน้ำอัดลมจากไทยมากกว่าร้อยละ 70 ของการนำเข้า น้ำอัดลมทั้งหมด ประกอบกับตลาดดังกล่าว มีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของรายได้ประชากร และการขยายตัว ของประชากร ยิ่งเสริมให้เป็นตลาดส่งออกที่น่าสนใจในสายตาของผู้ประกอบการน้ำอัดลมไทย แต่อย่างไร ก็ตาม หากผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการต้นทุนการขนส่งลง จะยิ่งเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดไป ยังประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น

ส่วนในระยะต่อไป ด้วยความแข็งแกร่งของตราสินค้า ประกอบกับความพร้อมด้านต่างๆ ผู้ประกอบการน้ำอัดลมอาจพิจารณาขยายฐานการผลิตเข้าไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อยกระดับการยอมรับในระดับภูมิภาคและเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันให้สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ในการตัดสินใจลงทุนขยายฐานการผลิต นอกจากผู้ประกอบการจะมีความพร้อมทางด้านการผลิต และวัตถุดิบแล้ว ยังควรให้ความสำคัญกับพันธมิตรทางการค้าในการช่วยทำตลาดและกระจายสินค้าไปยังจุดขายในท้องถิ่นอีกด้วย

โดยสรุป อาจกล่าวได้ว่า ตลาดน้ำอัดลมในช่วงนับต่อจากนี้ไป คาดว่า ผู้ประกอบการน้ำอัดลมจะต้องทำงานอย่างหนัก ภายใต้ภาวะความกดดัน ทั้งจากการที่ต้องแข่งขันกับสินค้าทดแทนที่เข้ามาแย่งตลาดไม่ว่าจะเป็น เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (น้ำดื่มบรรจุขวด นม น้ำแร่ น้ำเกลือแร่ ชาและน้ำผลไม้) เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มที่ช่วยกระตุ้นการทำงานของระบบประสาท (กาแฟ และเครื่องดื่มชูกำลัง) เครื่องดื่มทางเลือกต่างๆ (Functional Drink) ในขณะเดียวกัน ก็ต้องเตรียมพร้อมรับการแข่งขัน กับการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่สนใจเข้าสู่ตลาดน้ำอัดลมของไทย ดังนั้น สิ่งที่จะสามารถบ่งชี้ถึงความสำเร็จในธุรกิจน้ำอัดลม จึงต้องขึ้นอยู่กับการเร่งปรับกลยุทธ์และแผนการตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพและรสชาติของสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งการวางตำแหน่งสินค้าของตนเอง ต้องชัดเจนว่าจะจับกลุ่มผู้บริโภคในระดับใด ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ให้กับสินค้าของตนเองให้สามารถครองตลาดได้อย่างยั่งยืน

ผลจากการรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อาจทำให้ผู้ประกอบการน้ำอัดลม จำเป็นต้องมองกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาคมากขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตทางด้านการตลาด อันเป็นผลจากกำลังซื้อที่เพิ่มสูงขึ้นภายหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งนี้ ไทยเองก็มีความพร้อมทางด้านความเป็นฐานการผลิต จากด้านวัตถุดิบและอุตสาหกรรมสนับสนุน แต่ในขณะเดียวกัน ยังคงต้องจับตามองประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เช่น เวียดนาม ซึ่งอาจก้าวเข้ามาเป็นผู้ผลิตที่มีบทบาทสำคัญในภูมิภาค

การตลาดและสภาพการแข่งขันเครื่องดื่ม “น้ำอัดลม” อุตสาหกรรมการผลิตและจัดจำหน่ายน้ำอัดลมเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งต้องใช้เครื่องจักรทันสมัยในการผลิตและการควบคุมคุณภาพ รวมทั้งแรงงานในด้านการขนส่งและการจัดจำหน่ายสินค้าสู่มือผู้บริโภค ทั้งยังเป็นธุรกิจที่สนับสนุนอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกเช่น อุตสาหกรรม น้ำตาล ขวดแก้ว ขวดพลาสติก ลังพลาสติก ฝาจุกจิบ เป็นต้น สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำอัดลมเกิดขึ้นตลอดทั้งปี มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้น ในปัจจุบันอัตราการเจริญเติบโตของตลาดน้ำอัดลมไม่สูงนัก เนื่องจากมีเครื่องดื่มประเภทอื่นเข้าสู่ตลาดเครื่องดื่มเป็นจำนวนมาก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงกระแสความนิยมบริโภคเครื่องดื่มอื่นๆ ของผู้บริโภค อาทิเช่น น้ำดื่มบริสุทธิ์ น้ำผลไม้ น้ำแร่ และอาหารนม เป็นต้น จึงทำให้การแข่งขันในธุรกิจน้ำอัดลมยิ่งเพิ่มความรุนแรงมากขึ้นอีก ปัจจัยของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจน้ำอัดลม ได้แก่ การมีสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน การให้บริการที่ดี และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่าง

รวดเร็ว ซึ่งโอกาสสำหรับการดำเนินธุรกิจเครื่องดื่มนั้นจะขึ้นอยู่กับว่ามีช่องทางจำหน่ายเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเพิ่มขึ้นการขยายตัวทางธุรกิจของลูกค้า อันได้แก่ ห้างตลาดค้าส่งค้าปลีกขนาดใหญ่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นต้น อัตราเจริญเติบโตของธุรกิจดังกล่าวขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นสำคัญแนวโน้มการเจริญเติบโต และการพัฒนาของอุตสาหกรรมน้ำอัดลม เป็นผลจากการส่งเสริมและขยายกิจกรรมทางการตลาดเป็นเกณฑ์ ซึ่งรวมถึง การโฆษณา การจัดการส่งเสริมการขาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ หรือการแนะนำสินค้ารสชาติใหม่เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค เป็นผลให้การขยายตัวของอุตสาหกรรมมีอย่างต่อเนื่อง ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่าการแข่งขันในธุรกิจน้ำอัดลมมีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นในตลาด โดยเน้นจุดขายด้วยปริมาณที่มากกว่าในราคาที่ถูกลงกว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายอยู่ในตลาด ทำให้บริษัทต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย ในปี 2552 เสริมสู่วางจำหน่ายเครื่องดื่มในบรรจุภัณฑ์ชนิดไม่คืนขวดขนาดใหญ่ ได้แก่ ขนาด 460 ม.ล. 480 ม.ล. 1.2 ลิตร และ 1.5 ลิตร ในราคาที่ตั้งใจดึงดูดใจผู้บริโภคและได้รับการตอบรับจากตลาดเป็นอย่างดีและต่อเนื่องมาในปี 2553 ส่งผลต่อยอดขายน้ำอัดลมที่เพิ่มสูงขึ้นในปี 2553 บริษัทฯ ได้กระตุ้นยอดขายเครื่องดื่มน้ำอัดลมด้วยการจัดการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ คือ เป๊ปซี่ เซียร์ เกาะกระแสบฟุตบอลโลก มิรินต้า ออเรนจ์บาบาน่า อัตราการเติบโตของยอดขายสูงถึง 7% ซึ่งสูงสุดในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

4.2.3 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

โครงการนิคมอุตสาหกรรม 304 อินดัสเตรียล ปาร์ค (ปราจีนบุรี)

โดยความเป็นมาของบริษัท 304 อินดัสเตรียล ปาร์ค จำกัด เป็นบริษัทพัฒนาเขตอุตสาหกรรมเริ่มก่อตั้งในพ.ศ. 2537 ในจังหวัดปราจีนบุรี ภายใต้แนวคิดเขตอุตสาหกรรมเชิงนิเวศน์ หรือ “Eco Industrial Town” และขยายการลงทุนไปยังจังหวัดฉะเชิงเทรา ภายใต้ชื่อ “304 อินดัสเตรียล ปาร์ค 2” เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการลงทุนที่เกิดขึ้นในระดับประเทศและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยปัจจัยพื้นฐานการลงทุนที่พร้อมสรรพ และการให้บริการครบวงจร (One Stop Service) รวมถึง Logistic and Supply Chain Management จึงเกิดการชักชวนการลงทุนจากนายทุนทั้งในและต่างประเทศอีกทั้งความได้เปรียบทางด้านต่างๆ ของประเทศไทย อาทิเช่น ด้านกฎหมาย ทำเลที่ตั้ง ด้านค่าแรงงาน เป็นต้น

จากความได้เปรียบด้านที่ตั้งของประเทศไทย อันเป็นประตูสู่อินโดจีนและเป็นศูนย์กลางของประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN) ซึ่งกำลังพัฒนาสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจใหม่ของโลก ที่เรียกว่า ASEAN Economic Community (AEC) ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นทำเลทองที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น ด้วยความร่วมมือจากกลุ่มสมาชิกที่กำลังจะเกิดขึ้น ก่อให้เกิด

โครงการพัฒนาต่างๆ ทั้ง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และการคมนาคม ส่งผลให้เกิดการไหลเวียนของทุน แรงงาน และเทคโนโลยีเข้ามาสู่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับ 304 อินดัสเทรียล พาร์ค ที่อยู่ในตำแหน่ง “ศูนย์กลาง” อย่างมีนัยสำคัญ เราคือผู้พัฒนารุรกิจเขตอุตสาหกรรมบริเวณพื้นที่จังหวัดปราจีนบุรี ในเขตส่งเสริมการลงทุนเขต 3 หรือ BOI Zone 3 ของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน อันเป็นเขตที่ให้สิทธิพิเศษด้านภาษีสูงสุดด้วยตำแหน่งที่ตั้งซึ่งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด นำมาซึ่งความได้เปรียบด้านการลงทุนในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางสู่กรุงเทพฯ สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าเรือน้ำลึก หรือแหล่งทรัพยากรแรงงานขนาดใหญ่จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ ทั้งยังเป็นศูนย์กลางกลุ่มอุตสาหกรรมสำคัญๆ ของประเทศ อาทิ กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถเดินทางโดยทางรถยนต์ได้อย่างสะดวกสบาย ภายในระยะเวลาเพียง 1- 2 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังได้เปรียบด้วยตำแหน่งที่ตั้งซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ของระเบียงเศรษฐกิจด้านใต้ หรือ Southern Economic Corridor (SEC) ที่เชื่อมต่อระหว่างประเทศไทยกับเมืองเศรษฐกิจของกัมพูชา (พนมเปญ) และเวียดนาม (โฮจิมินห์) อันเป็นหนึ่งในเส้นทางคมนาคมของ “ระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง” (Greater Mekong Subregion) ด้วยโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อม เป็นอีกปัจจัยที่สนับสนุนว่าการลงทุนใน 304 อินดัสเทรียล พาร์ค เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า ที่มีการวางแผนและการออกแบบซึ่งตอบโจทย์ความต้องการด้านการลงทุนและการใช้ชีวิตของลูกค้าได้อย่างครบครัน โดยมีการวิเคราะห์ทั้งด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน, การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านการวิเคราะห์ด้านต่างๆมีดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน คือ ความได้เปรียบทางด้าน ทรัพยากร การจัดการ ค่าจ้างและเงินเดือนโดยมีหัวข้อสำคัญเป็นหลักดังต่อไปนี้

- อินดัสเทรียล พาร์ค จัดอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนเขต 3 หรือ BOI Zone 3 ที่ได้รับสิทธิประโยชน์ด้านภาษีสูงสุดจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ทั้งยังเป็นเขตอุตสาหกรรมที่ครบครันและคุ้มค่าสำหรับนักลงทุนเพราะมีการยกเว้นและลดหย่อนภาษีสูงสุดจึงช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการ ที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุดเพียง 110 กม. และตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางที่สามารถเดินทางไปยังท่าเรือน้ำลึก และสนามบินสุวรรณภูมิได้อย่างสะดวกสบายในระยะทางที่ใกล้เคียงกัน
- ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 183 บาทต่อวัน ซึ่งต่ำกว่าค่าจ้างแรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ 189-215 บาทต่อวัน
- คุณลักษณะของดินในเขตนิคมอุตสาหกรรม มีลักษณะเป็นดินตะกอนสีน้ำตาลที่มีความหนาแน่นถึง 20 – 60 ตัน/ตร.ม. ซึ่งอยู่ในระดับความหนาแน่นที่สามารถรองรับน้ำหนักอาคารและเครื่องจักรขนาดใหญ่ได้เป็นอย่างดี จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างโรงงานในส่วนงานฐานรากได้ถึง 20 %

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และที่ตั้งอันปลอดภัยจากปัญหาน้ำท่วมขัง ด้วยข้อได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์ที่เป็นพื้นที่สูงเหนือระดับน้ำทะเลถึง 18 เมตร

- มีอ่างเก็บน้ำดิบขนาดความจุ 36 ล้าน ลบ.ม. พร้อมโรงผลิตน้ำประปาที่สามารถผลิตน้ำได้กว่า 80,000 ลบ.ม./วัน
- มีโรงผลิตกระแสไฟฟ้า บริหารงานโดยกลุ่มบริษัทในเครือ ที่มีกำลังการผลิต 406 เมกะวัตต์ สามารถจำหน่ายไฟฟ้าให้กับผู้ประกอบการโดยไม่จำกัดปริมาณการใช้
- มีกลุ่มบริษัทในเครือที่ให้บริการด้าน Logistic และ Supply Chain Management ที่ครบวงจรและมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก คือ การวิเคราะห์ความได้เปรียบเสียเปรียบทางการลงทุน ด้านกฎหมาย ประชากร เทคโนโลยี มีความสำคัญเช่นกันเพราะถ้ามีทรัพยากรที่ดีแล้วย่อมต้องมีข้อสนับสนุนทางด้านกฎหมายและประชากรด้วยเช่นกัน โดยในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน (ASEAN) กำลังพัฒนาสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจใหม่ของโลกที่เรียกว่า ASEAN Economic Community (AEC) ซึ่งทำให้ประเทศไทยก้าวขึ้นเป็นทำเลทอง ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น 304 อินดัสเตรียล ปาร์ค เองก็เช่นกัน ด้วยศักยภาพและความพร้อมด้านสาธารณูปโภค ประกอบกับตำแหน่งที่ตั้งซึ่งอยู่ในจุดกึ่งกลางของระเบียงเศรษฐกิจด้านใต้ Southern Economic Corridor (SEC) ที่เชื่อมต่อประเทศไทยเข้ากับเมืองเศรษฐกิจของกัมพูชา (พนมเปญ) และเวียดนาม (โฮจิมินห์) ทำให้การลงทุนกับเราเป็นความได้เปรียบในการเข้าถึงพื้นที่ลงทุนใหม่ในกลุ่มประเทศแถบอินโดจีน มีความได้เปรียบทางด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านกฎหมาย ด้านประชากร

การวิเคราะห์ด้านกฎหมายและการลงทุน

- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร
- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลและเงินปันผลเป็นเวลา 8 ปี
- ยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบและวัสดุเพื่อการผลิตสำหรับการส่งออกเป็นเวลา 5 ปี
- ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 เป็นเวลา 5 ปี (พื้นที่ส่งเสริมการลงทุนเขต 3 นอกเขตนิคมอุตสาหกรรม จะไม่ได้รับการลดหย่อน)
- หักค่าขนส่งไฟฟ้า ประปา 2 เท่า (พื้นที่ส่งเสริมการลงทุนเขต 3 นอกเขตนิคมอุตสาหกรรม จะไม่ได้รับการลดหย่อน)
- หักค่าติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวก
- ลดหย่อนอากรขาเข้าวัตถุดิบและวัสดุเพื่อผลิตและจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ 75 เป็นเวลา 5 ปี ให้คร่าวละ 1 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์ประชากรไทยรวม : 66.72 ล้านคน (กรกฎาคม 2554) โดยแบ่งเป็น

- 0-14 ปี: 19.9% (ชาย 6,779,723 ต่อหญิง 6,466,625)
- 15-64 ปี : 70.9% (ชาย 23,410,091 ต่อหญิง 23,913,499)
- 65 ปีขึ้นไป : 9.2%(ชาย 2,778,012 ต่อหญิง 3,372,203)
- แหล่งเศรษฐกิจสำคัญวัดจากจำนวนประชากร : กรุงเทพฯ นครราชสีมา สมุทรปราการ
- กลุ่มชาติพันธุ์ : ไทย 75% จีน 14% อื่นๆ 11%
- ศาสนา : พุทธ 94.6% อิสลาม 4.6% คริสต์ 0.7% อื่นๆ 0.1%
- ภาษาพูด : ไทย อังกฤษ (ภาษาที่สองของกลุ่มชนชั้นนำ), ภาษาเฉพาะตามเชื้อชาติและท้องถิ่น
- อัตราการรู้หนังสือ : 92.6%

การวิเคราะห์สภาพภูมิอากาศ : : ร้อนชื้นมีฝนชุก อากาศอบอุ่นจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ (กลางเดือนพฤษภาคม-กันยายน); แห้งแล้งและหนาวเย็นจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ (พฤศจิกายน-กลางเดือนมีนาคม), ภาคใต้มีภูมิอากาศร้อนชื้นและสุดท้ายการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน คือความได้เปรียบทางการแข่งขันการลงทุน สภาวะที่มีผลต่อการลงทุนโดยมีความได้เปรียบโดยรวมมีดังต่อไปนี้

- ประเทศไทยตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ได้เปรียบด้านยุทธศาสตร์อันเป็นประตูสู่ใจกลางเอเชีย - ศูนย์กลางตลาดทางเศรษฐกิจที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในปัจจุบัน ประเทศไทยยังเป็นเส้นทางการค้าขายที่สะดวกกับจีน อินเดีย และประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) และ เส้นทางเปิดกว้างสู่อนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง ซึ่งเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพทางธุรกิจสูง
- ประเทศไทยเป็นเมืองพุทธที่เป็นมิตรและต้อนรับชาวต่างชาติ เปิดกว้างทั้งทางความคิดและศาสนา เศรษฐกิจที่เติบโตมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง การส่งออกที่แข็งแกร่ง และตลาดผู้บริโภคภายในประเทศที่ตื่นตัว นอกจากนี้ทรัพยากรธรรมชาติอันอุดม สมบูรณ์ประกอบกับแรงงานที่มีฝีมือและประสิทธิภาพยังช่วยดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ ทั้งยังเสริมสร้างความมั่นคงให้ธุรกิจ และพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ
- นโยบายการลงทุนของประเทศไทยมีความชัดเจนโดยมุ่งเน้นการเปิดเสรีและส่งเสริมการค้าเสรี โดยรัฐบาลได้ร่วมส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทักษะ เทคโนโลยี และนวัตกรรมอย่างจริงจัง ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับจากผลการสำรวจนานาชาติให้เป็นแหล่งรองรับการลงทุนที่น่าดึงดูดที่สุด แห่งหนึ่งอย่างต่อเนื่อง รายงานธนาคารโลกว่าด้วยความสะดวกในการประกอบธุรกิจประจำปี 2553 ได้จัดให้ไทยเป็นประเทศที่มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจมากเป็นอันดับที่ 12 ของโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เฝ้ายพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งการขนส่ง การคมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศ พร้อมเปิดรับธุรกิจทุกรูปแบบจากนักลงทุนชาวต่างชาติ
 - มีนโยบายที่ชัดเจนโดยมุ่งเน้นการเปิดเสรีและส่งเสริมการค้าเสรี ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทักษะ เทคโนโลยี และนวัตกรรมอย่างจริงจัง ทั้งเป็นประเทศที่มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจมากเป็นอันดับที่ 12 ของโลก โดย การจัดอันดับธนาคารโลก
 - สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนให้การสนับสนุนและให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้า และบริการสนับสนุนแก่กิจการลงทุนหลากหลายประเภทแก่นักลงทุน
 - รัฐบาลให้ความสำคัญในการส่งเสริมและชักจูงอุตสาหกรรม 6 สาขาหลัก ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาประเทศ ได้แก่
 - เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร
 - พลังงานทดแทน
 - ยานยนต์
 - อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
 - แพชั่น
 - บริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมบันเทิงบริการเพื่อสุขภาพ และการท่องเที่ยว
- จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้งหมดทำให้ทราบถึงโอกาสความเป็นไปได้ในด้านต่างๆ ที่แสดงถึงการประสบความสำเร็จของการบรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดทำโครงการ

4.2.4 ความล้ำสมัยของสินทรัพย์

โครงการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์เพื่อทดแทน

ปัจจุบันเทคโนโลยีและการสื่อสารได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์อุปกรณ์สื่อสารและคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาค้นคว้าและการทำธุรกิจ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทำให้องค์กรต่างๆ นำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาช่วยในการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรับ - ส่งข้อมูล ข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกิจและให้บริการบนอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการทำงาน ซึ่งคุณสมบัติพื้นฐานของคอมพิวเตอร์ที่สำคัญมีดังนี้

- ทำงานด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (electronic machine) คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการบันทึกข้อมูล ประมวลผล และแสดงผลลัพธ์ การจัดเก็บข้อมูลที่บันทึกผ่านทางแป้นพิมพ์หรืออุปกรณ์อื่นๆ ข้อมูลเหล่านี้จะถูกแปลงให้เป็นสัญญาณไฟฟ้าเพื่อให้คอมพิวเตอร์เข้าใจและสามารถประมวลผลได้ และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อคอมพิวเตอร์ประมวลผลเรียบร้อยแล้ว ข้อมูลที่เป็นสัญญาณไฟฟ้าจะถูกแปลงกลับให้เป็นรูปแบบที่มนุษย์สามารถเข้าใจได้

- การทำงานด้วยความเร็วสูง (speed) เนื่องจากการทำงานของคอมพิวเตอร์เป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นการดำเนินงานต่างๆ จึงสามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว (มากกว่าพันล้านคำสั่งในหนึ่งวินาที)
- ความถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ (accuracy and reliability) คอมพิวเตอร์จะทำงานตามคำสั่งที่มนุษย์เขียนโปรแกรมหรือคำสั่งไว้ ถ้าผู้ใช้ป้อนข้อมูลและชุดคำสั่งมีความถูกต้อง ผลลัพธ์ที่ได้จากการประมวลผลก็จะมี ความถูกต้องเชื่อถือได้
- การเก็บข้อมูลได้ในปริมาณมาก (storage) คอมพิวเตอร์มีหน่วยความจำที่ทำหน้าที่เก็บข้อมูลที่บันทึกเข้าไป ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลนี้จะขึ้นอยู่กับขนาดของคอมพิวเตอร์ เช่น เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ ในปัจจุบันจะมีหน่วยเก็บข้อมูลสำรองที่สามารถบันทึกข้อมูลได้มากกว่าหนึ่งล้านตัวอักษร
- การสื่อสารเชื่อมโยงข้อมูล (communication) คอมพิวเตอร์สามารถติดต่อกับเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่อง อื่นๆ และสามารถทำงานที่หลากหลายมากขึ้นกว่าการใช้คอมพิวเตอร์แบบระบบเดี่ยว ตัวอย่างเช่น การ นำคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสืบค้นข้อมูลจากเครื่องคอมพิวเตอร์อื่น(remote computer)

จากคุณสมบัติของคอมพิวเตอร์เราจะเห็นได้ว่า คอมพิวเตอร์สามารถทำงานหลายๆ อย่างที่ มนุษย์ไม่สามารถทำได้ หรือถ้ามนุษย์ทำได้ ก็จะใช้เวลามากและมีข้อผิดพลาดมากมาย เช่น การคำนวณ ตัวเลขหลายหลักเป็นจำนวนมากภายในเวลาจำกัด, การทำงานในแบบเดียวกันซ้ำๆ หลายล้านครั้ง หรือ การจดจำข้อมูลตัวเลขและตัวหนังสือหลายหมื่นหน้าโดยไม่มี การลืม งานที่น่าเบื่อและยุ่งยากเหล่านี้ เรา สามารถใช้คอมพิวเตอร์ทำงานแทนได้ โดยเรามีหน้าที่เพียงเป็นผู้สั่งการเท่านั้นซึ่งสำนักงานพุทธศาสนา แห่งชาตินั้นเป็นอีกองค์กรหนึ่งนำเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์มาใช้ประโยชน์ในการทำงานและการจัดการ ข้อมูลในรูปแบบต่างๆ

ด้วยสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติเป็นหน่วยงานที่ไม่สังกัดกระทรวงใดแต่มีฐานะเป็นหน่วยงาน ราชการของรัฐระดับกรม ขึ้นตรงต่อการบังคับบัญชาของนายกรัฐมนตรี มีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินงาน สนองงานคณะสงฆ์โดยการทำนุบำรุง ส่งเสริมกิจการพระพุทธศาสนา ให้การอุปถัมภ์ ค้ำครองและ ส่งเสริมพัฒนางานพระพุทธศาสนา ดูแล รักษา จัดการศาสนาสัมบัติ พัฒนาพุทธมณฑลให้เป็นศูนย์กลาง ทางพระพุทธศาสนา รวมทั้งให้การสนับสนุนส่งเสริม พัฒนาบุคลากรทางศาสนา โดยในสำนักงานพุทธ ศาสนาแห่งชาตินั้นมีบุคลากรทำงานอยู่ 34 ฝ่าย สำนักงานพุทธศาสนาจังหวัด ทั้ง 76 จังหวัดทั่วประเทศ ขึ้นตรงกับสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติ ซึ่งทุกฝ่ายต่างใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ในการ ทำงาน ติดต่อสื่อสาร จัดเก็บและส่งข้อมูลสารสนเทศต่างๆ เป็นส่วนใหญ่ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการ ทำงานระหว่างสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติกับสำนักงานพุทธศาสนาจังหวัด แต่เนื่องจากเครื่อง

คอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ส่วนใหญ่ได้ใช้งานมานานกว่า 5 ปี เกิดการเสื่อมสภาพทั้งสภาพภายนอกและภายใน คือชิ้นส่วนมีความเสียหาย ซอฟต์แวร์ (software) หรือชุดคำสั่งที่ใช้สั่งงานให้คอมพิวเตอร์ทำงานนั้นเกิดความล้าสมัย ไม่รองรับกับฮาร์ดแวร์ (hardware) ในปัจจุบันบางชนิด จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพการประมวลผลข้อมูลของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกๆปี ทำให้สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติมีความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงทดแทนเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์เก่า โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต้องการนั้นต้องมีประสิทธิภาพสำหรับการประมวลผลข้อมูล เพื่อผลิตข้อมูลสารสนเทศอย่างต่อเนื่องและเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทางสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติต้องการต้องมีรายละเอียด ดังนี้

- มีหน่วยประมวลผล CPU ชนิดแกนประมวลผล 2 แกน หรือดีกว่า ความเร็วไม่น้อยกว่า 3.0 GHz
- Main Memory ชนิด DDR3 (1066 MHz) หรือดีกว่า จำนวนไม่น้อยกว่า 2 GB และขยายได้ไม่น้อยกว่า 4 GB
- มี Slot สำหรับใส่ Memory ไม่น้อยกว่า 4 Slot
- มี Hard Disk ชนิด SATA II ขนาดไม่น้อยกว่า 320 GB ความเร็วรอบไม่น้อยกว่า 7,200 รอบต่อนาที
- มี Optical Drive ชนิด DVD-RW จำนวน 1 หน่วย
- มี จอภาพสีชนิด LCD With Speaker ขนาดไม่น้อยกว่า 19 นิ้ว มี Interface แบบ VGA D-sub หรือดีกว่า
- วงจรควบคุมจอภาพ มีหน่วยความจำไม่น้อยกว่า 512 MB มีช่องต่อสัญญาณภาพแบบ VGA D-sub หรือดีกว่า
- มีวงจรเสียงแบบ Integrated High Definition audio
- มี Network Interface แบบ 10/100 จำนวน 1 หน่วย
- มี Slot แบบ PCI ไม่น้อยกว่า 2 หน่วย และแบบ PCI Express (x16 หรือ x1) รวมไม่น้อยกว่า 2 หน่วย
- มี Interface แบบ USB จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 8 หน่วย อยู่ด้านหน้าไม่น้อยกว่า 2 หน่วย
- มี Internal Multimedia Card Reader จำนวน 1 หน่วย
- มีแป้นพิมพ์ชนิด PS/2 หรือดีกว่า มีจำนวนไม่น้อยกว่า 104 แป้น ตามมาตรฐานของ สมอ.ประกอบด้วย เลขอารบิก เลขไทย อักษรภาษาอังกฤษ อักษรไทย อักษรพิเศษต่างๆ ติดแป้นอย่างถาวร
- Optical Mouse ชนิด PS/2 หรือดีกว่า มีปุ่มกด 2 ปุ่ม และล้อหมุน 1 อัน พร้อมแผ่นรองเมาส์
- เครื่องคอมพิวเตอร์, จอภาพ, คีย์บอร์ด เป็นยี่ห้อเดียวกันโดยมีสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตแบบถาวร
- มีคู่มือ, ไดรฟ์เวอร์ และอุปกรณ์ที่มีให้มาพร้อมเครื่องครบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องพิมพ์ชนิดเลเซอร์ขาวดำมีรายละเอียด ดังนี้

- เป็นเครื่องพิมพ์ชนิดเลเซอร์ขาว-ดำ
- มีความเร็วในการพิมพ์ได้ไม่ต่ำกว่า 24 แผ่นต่อนาที ที่กระดาษขนาด A4
- เวลาในการพิมพ์แผ่นแรกไม่เกินกว่า 9 วินาที
- มีหน่วยประมวลผล (Processor) ความเร็วไม่น้อยกว่า 360 MHz
- มีความละเอียดในการพิมพ์จากตัวเครื่อง(Hardware) ไม่น้อยกว่า 1200 x 1200 dpi
- มีหน่วยความจำมาตรฐานไม่ต่ำกว่า 64 MB
- มีถาดป้อนบรรจุกระดาษเข้าสามารถบรรจุกระดาษได้ไม่ต่ำกว่า 250 แผ่น
- สามารถสั่งพิมพ์บนกระดาษหน้าและหลังได้โดยอัตโนมัติ (Automatic Duplex)
- สามารถพิมพ์บนกระดาษขนาด A4 ได้เป็นอย่างดี
- มี Interface แบบ Hi speed USB 2.0 และแบบเครือข่าย 10/100 Ethernet BaseTX
- สามารถใช้ได้กับระบบปฏิบัติการ Windows 2000/XP/Vista หรือสูงกว่าได้
- ผงหมึก (Toner) และตัวสร้างภาพ (Drum) ต้องเป็นชิ้นเดียวกัน
- มีคู่มือ, ไดรเวอร์ และอุปกรณ์ที่มีให้มาพร้อมเครื่องครบ
- ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยทางไฟฟ้า UL ,CB และ CE หรือ มอก. 1561-2548

โดยเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ดังกล่าวที่สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติต้องการต้องมีศูนย์บริการเป็นของตนเอง หรือเป็นศูนย์บริการของเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Service Center) หรือศูนย์บริการที่เจ้าของผลิตภัณฑ์แต่งตั้ง และต้องได้รับมาตรฐาน ISO 9000 Series จำนวนไม่น้อยกว่า 10 แห่งทั่วประเทศ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เกิดโครงการเปลี่ยนแปลงทดแทนเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์เก่าเพื่อประสิทธิภาพในการจัดการและการพัฒนาของสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด

4.2.5 การประมูล

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานระบบสารสนเทศผู้บริหาร

กรมบัญชีกลาง (Comptroller General's Department , CGD) เป็นหน่วยงานหนึ่งในกระทรวงการคลังของรัฐบาลไทย มีอำนาจหน้าที่ควบคุมและกำหนดระบบบัญชีของรัฐบาลไทย, ระบบบัญชีของทั้งส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ, กำหนดหลักเกณฑ์และปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย รวมทั้งระเบียบการเงินการคลัง เพื่อบริหารเงินคงคลังของประเทศให้เพียงพอต่อการใช้จ่ายของรัฐบาล ทั้งที่เป็นเงินงบประมาณและเงินนอกงบประมาณเพื่อกำหนดเงินเดือนค่าจ้าง ตลอดจนบำเหน็จบำนาญและเงินตอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แทนของข้าราชการและลูกจ้าง ดังนั้นกรมบัญชีกลางมีความต้องการจัดเก็บข้อมูลหรือทำบัญชีเหล่านั้นเป็นจำนวนมากซึ่งได้ทำการเลือกการเก็บข้อมูลในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สื่อสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อความง่าย ความถูกต้องและลดจำนวนเอกสารที่ใช้ในสำนักงาน ในที่นี้คือการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์และจัดทำระบบฐานข้อมูลของกรมบัญชีกลางอย่างมีประสิทธิภาพ

ในอดีตจะใช้การจัดเก็บข้อมูลด้วยเอกสาร การกรอกรจดบันทึกข้อมูลทั้งหมดลงบนกระดาษและเก็บกระดาษนั้นไว้ ซึ่งมีหัวข้อที่ซ้ำกันมากมาย หากต้องเก็บในรูปแบบกระดาษก็เป็นการยากต่อการสืบค้น หรือหากจะใช้ประโยชน์จากข้อมูลก็มักทำให้เสียเวลาในการค้นหาเป็นเวลานาน จึงต้องมีการใช้เทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์มาใช้ประโยชน์ เพื่อแทนการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบเอกสาร การเก็บข้อมูลในคอมพิวเตอร์นั้นผู้จัดเก็บจำเป็นต้องทำการคือ แยกประเภท และพยายามหาทางลดขนาด ของข้อมูลให้สั้นที่สุด แต่ให้ได้ ความหมาย ในตัวเองมากที่สุดเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนของข้อมูล การจัดเก็บข้อมูลในคอมพิวเตอร์จะจัดเก็บในรูปแบบฐานข้อมูล หมายถึง โครงสร้างสารสนเทศที่ประกอบด้วยรายละเอียดของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันที่จะนำมาใช้ในระบบต่าง ๆ ร่วมกัน ระบบฐานข้อมูลจึงนับว่าเป็นการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้ใช้สามารถจัดการกับข้อมูลได้ในลักษณะต่าง ๆ ทั้งการเพิ่ม การแก้ไข การลบ ตลอดจนการเรียกดูข้อมูล ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการประยุกต์นำเอาระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการจัดการฐานข้อมูล

ในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีสารสนเทศได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศมากยิ่งขึ้น อีกทั้งหน่วยงานต่างๆ ก็มีการใช้งานด้านเอกสารในเรื่องต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการสิ้นเปลืองทรัพยากรโดยเฉพาะเอกสารสำหรับการประชุมที่ค่อนข้างมีจำนวนมาก เป็นอุปสรรคในการบริหารจัดการ เช่น สถานที่จัดเก็บ ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ/บำรุงรักษา การสูญหาย และยากต่อการค้นหาทำให้เสียเวลาในการเข้าถึงข้อมูลและการรับรู้ข่าวสารที่ล่าช้า ดังนั้น กรมบัญชีกลางจึงตระหนักถึงความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริหารขององค์การ มีความรู้ และทักษะการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อบริหารงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานที่ได้อย่างคล่องตัว ด้วยอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย โดยสามารถเข้าใช้งานระบบสารสนเทศต่างๆ ของกรมบัญชีกลางได้อย่างสะดวก ง่าย และรวดเร็ว สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อผู้บริหารของกรมบัญชีกลาง โดยใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและง่ายต่อการใช้งาน การนำข้อมูลทางการคลังไปใช้ประโยชน์เพื่อการตัดสินใจ และทำให้การดำเนินงานของกรมบัญชีกลางเกิดความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว และทันสมัย จึงทำให้องค์การเกิดการประกวดราคาการจัดซื้อและติดตั้งเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์หรือคอมพิวเตอร์ในชื่อของ “โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานระบบสารสนเทศผู้บริหาร” โดยผู้รับเหมาหรือผู้ที่สนใจสามารถรับข่าวสาร ติดต่อหรือประกวดราคาได้ตามช่องทางดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ทางไปรษณีย์ ส่งถึง อธิบดีกรมบัญชีกลาง ถนนพระราม ๖ แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐
- โทรศัพท์ ๐-๒๑๒๗-๗๒๔๐
- โทรสาร ๐-๒๑๒๗-๗๑๕๓
- ทางเว็บไซต์ <http://www.cgd.go.th>
- E-Mail informat@cgd.go.th

ดังนั้นกรมบัญชีกลางจึงต้องมีการกำหนดคุณสมบัติและคัดเลือกผู้รับเหมาที่ต้องการประกวดราคาเพื่อสนองความต้องการขององค์การ ในการวางระบบฐานข้อมูลขององค์การต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพขายพัสดุที่ประกวดราคาซื้อด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์
- เป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับ การขายและ/หรือ การให้เช่า/ให้เช่าซื้อ ระบบคอมพิวเตอร์โดยตรงมาแล้วเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี นับจนถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา
- ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องเป็นตัวแทนจำหน่ายระบบคอมพิวเตอร์ทั้ง Hardware และ Software ในประเทศไทยที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยต้องมีหนังสือรับรองการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่าย และหนังสือนั้น ต้องมีอายุไม่เกิน 90 วัน นับจากวันที่ออกจนถึงวันที่ยื่นเอกสารประกวดราคา
- ต้องมีผลงานการจำหน่ายและติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ให้หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ หรือ ด้านการติดตั้งระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือระบบประชุมทางไกล อย่างน้อย 1 แห่ง มูลค่าโครงการไม่น้อยกว่า 5 ล้านบาทต่อหนึ่งสัญญา พร้อมทั้งแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงาน ซึ่งออกโดยหัวหน้าหน่วยราชการหรือผู้มีอำนาจปฏิบัติราชการแทนโดยถูกต้องตามกฎหมายหรือสัญญาซื้อขาย แสดงให้กรมบัญชีกลางพิจารณาในวันยื่นขอเสนอ
- ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุงชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ
- ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น และ/หรือต้อง ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้เสนอราคากับผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ณ วันประกาศประกวดราคาซื้อด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ
- บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement: e-GP) ต้องลงทะเบียนใน ระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ 3 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานระบบสารสนเทศผู้บริหาร
- คู่สัญญาต้องรับจ่ายเงินผ่านบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่า ไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจรับจ่ายเป็นเงินสดก็ได้
- ในกรณี ผู้ประสงค์เสนอราคาที่เป็นกิจการร่วมค้า กรมจะปฏิบัติตามแนวทางพิจารณาคุณสมบัติของผู้เสนอราคาที่เป็นกิจการร่วมค้า
- ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทผู้ผลิตหรือตัวแทนบริษัทผู้ผลิต หรือตัวแทนจำหน่าย สำหรับ Hardware ที่เสนอ

จากข้อมูลข้างต้นจึงทำให้เกิดการจัดหาผู้ประสงค์เสนอราคาเพื่อโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานระบบสารสนเทศผู้บริหารของกรมบัญชีกลางเพื่อให้โครงการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเกิดความสะดวกรวดเร็วเป็นระเบียบในการจัดเก็บข้อมูลของกรมบัญชีกลาง

4.2.6 แผนนโยบาย

โครงการ One Tablet PC Per Child ตามนโยบายรัฐบาล

จากแนวคิดที่จะนำเอาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษามาประยุกต์ใช้กับการเรียนรู้ของนักเรียนในรูปแบบใหม่โดยการใช้แท็บเล็ต (Tablet) เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และแสวงหาองค์ความรู้ในรูปแบบต่างๆที่มีอยู่ในรูปแบบทั้ง Offline และ Online ทำให้ผู้เรียนมีโอกาสศึกษาหาความรู้ ฝึกปฏิบัติ และสร้างองค์ความรู้ต่างๆได้ด้วยตัวเอง ซึ่งการจัดการเรียนการสอนในลักษณะดังกล่าวนี้ได้เกิดขึ้นแล้วในต่างประเทศ ส่วนในประเทศไทยมีการจัดการเรียนการสอนทั้งประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษาในบางแห่งเท่านั้น

ประเด็นที่กล่าวถึงนี้อาจสรุปได้ว่าศักยภาพของสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาประเภทคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต (Tablet PC) ที่เริ่มมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้ใช้ในทุกระดับในสังคมสารสนเทศในปัจจุบัน เนื่องจากในยุคแห่งสังคมออนไลน์หรือยุคเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์นั้น สื่อเทคโนโลยีประเภทแท็บเล็ตเพื่อศึกษานี้จะมีศักยภาพในการปรับใช้ค่อนข้างสูงและปรากฏชัดใน

หลากหลายปัจจัยที่สนับสนุนเหตุผลดังกล่าวทั้งนี้เนื่องจากสื่อแท็บเล็ต (Tablet PC) จะมีคุณลักษณะสำคัญดังนี้

- สนองต่อความเป็นเอกัตบุคคล (Individualization) เป็นสื่อที่สนองต่อความสามารถในการปรับตัวเข้ากับความต้องการทางการเรียนรู้ของรายบุคคล ซึ่งความเป็นเอกัตภาพนั้นจะมีความต้องการในการติดตามช่วยเหลือเพื่อให้ผู้เรียนหรือผู้ใช้บรรลุผลและมีความก้าวหน้าทางการเรียนรู้ตามที่เขาต้องการ
- เป็นสื่อที่ก่อให้เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างมีความหมาย (Meaningful Interactivity) ปัจจุบันการเรียนรู้ที่กระบวนการเรียนต้องมีความกระตือรือร้นจากการใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศและการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันจากสภาพทางบริบทของสังคมโลกที่เป็นจริง บางครั้งต้องอาศัยการจำลองสถานการณ์เพื่อการเรียนรู้และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งสถานการณ์ต่างๆเหล่านี้สื่อแท็บเล็ตจะมีศักยภาพสูงในการช่วยผู้เรียนเกิดการเรียนรู้แบบมีปฏิสัมพันธ์ได้
- เกิดการแบ่งปันประสบการณ์ (Shared Experience) สื่อแท็บเล็ตจะช่วยให้นักเรียนเกิดการแบ่งปันประสบการณ์ความรู้ซึ่งกันและกันจากช่องทางการสื่อสารเรียนรู้หลากหลายช่องทาง เป็นลักษณะของการประยุกต์การเรียนรู้ร่วมกันของบุคคลในการสื่อสารหรือสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ
- มีการออกแบบหน่วยการเรียนรู้ที่ชัดเจนและยืดหยุ่น (Flexible and Clear Course Design) ในการเรียนรู้จากสื่อแท็บเล็ตนี้จะมีการออกแบบเนื้อหา หรือหน่วยการเรียนรู้ที่เสริมสร้างหรืออำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ และเกิดการพัฒนาทางสติปัญญา อารมณ์ความรู้สึก ซึ่งการสร้างหน่วยการเรียนรู้ต้องอยู่บนพื้นฐานและหลักการที่สามารถปรับยืดหยุ่นได้ ภายใต้วัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่ชัดเจนซึ่งตัวอย่างหน่วยการเรียนรู้ในเชิงเนื้อหาได้แก่การเรียนรู้จาก e-Book เป็นต้น
- ให้การสะท้อนผลต่อผู้เรียน/ผู้ใช้ได้ดี (Learner Reflection) สื่อแท็บเล็ตดังกล่าวจะสามารถ ช่วยสะท้อนผลความก้าวหน้าทางการเรียนรู้จากเนื้อหาที่เรียน ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถปรับปรุงตนเองในการเรียนรู้เนื้อหาสาระ และสามารถประเมินและประยุกต์เนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- สนองต่อคุณภาพด้านข้อมูลสารสนเทศ (Quality Information) เนื่องจากสื่อดังกล่าวจะมี ประสิทธิภาพค่อนข้างสูงต่อผู้เรียนหรือผู้ใช้ในการเข้าถึงเนื้อหาสาระของข้อมูลสารสนเทศที่มีคุณภาพ ซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพจะเป็นคำตอบที่ชัดเจนถูกต้องในการกำหนดมโนทัศน์ที่ดี อย่างไรก็ตามการได้มาซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพ (Quality) ย่อมต้องอาศัยข้อมูลในเชิงปริมาณ (Quantity) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ต้องมีการจัดเก็บรวบรวมไว้ให้เพียงพอและถูกต้องสมบูรณ์

การใช้แท็บเล็ต (Tablet PC) โดยให้ผู้เรียนและผู้สอนมีแท็บเล็ตพีซีเป็นของตนเองอย่างทั่วถึงเป็นปัจจัย สำคัญที่จะช่วยให้เกิดการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพบว่าการใช้แท็บเล็ตพีซีช่วยเพิ่มแรงจูงใจของผู้เรียนและมีผลกระทบในทางบวกต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรียน รวมทั้งสนับสนุนให้เกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเรียนรู้ด้วยตนเอง ช่วยส่งเสริมให้เกิดการค้นคว้าและการเข้าถึงองค์ความรู้นอกห้องเรียนอย่างกว้างขวาง รวมทั้งส่งเสริมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของผู้เรียน

สำหรับในด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนนั้นพบว่า การใช้แท็บเล็ตพีซีนั้นช่วยส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน และส่งเสริมให้มีการพัฒนาหลักสูตรหรือการจัดการเรียนการสอนที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นส่วนประกอบมากขึ้น อย่างไรก็ตามการสร้างให้เกิดผลสำเร็จดังกล่าวนั้นต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุนและการจัดการในด้านต่างๆจากผู้บริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนให้มีเครือข่ายสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless Network) และเครื่องฉายภาพแบบไร้สาย (Wireless Data Projector) ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถสร้างและใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งควรจัดให้มีการวางแผนจัดหาทรัพยากรมาสนับสนุนอย่างเป็นระบบ ซึ่งท้ายที่สุดจะพบว่าการใช้แท็บเล็ตพีซีนั้น จะสามารถสร้างให้เกิดประโยชน์ที่หลากหลายและมีความคุ้มค่ามากกว่าการใช้คอมพิวเตอร์เดสก์ทอป (Desktop) และคอมพิวเตอร์แล็ปทอป (Laptop) ประกอบการเรียนการสอนที่มีใช้งานกันอยู่ในสถานศึกษาโดยทั่วไป มีข้อเสนอแนะจากบทสรุปที่ได้มีการศึกษาวิจัยจากต่างประเทศ ที่เสนอแนะไว้ต่อการนำสื่อเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แท็บเล็ตไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดนั้น มีประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

- มีการจัดโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้อย่างเพียงพอ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนการใช้งานทั้งในด้านสถานที่ จุดที่ตั้งที่สามารถใช้งานกับเครือข่ายไร้สาย โครงข่ายและแม่ข่ายที่มีประสิทธิภาพสามารถใช้งานได้อย่างเป็นระบบต่อเนื่อง
- การพัฒนาบุคลากร มีการพัฒนาประสิทธิภาพการใช้แท็บเล็ต โดยเฉพาะครูผู้สอนเพื่อลดความกังวลในการใช้งาน ให้มีทักษะ ความรู้และเชี่ยวชาญในซอฟต์แวร์สนับสนุนต่างๆ รวมทั้งมีความสามารถและชำนาญในการเข้าถึงระบบเครือข่าย (LAN) ของสถานศึกษา
- การเสริมสร้างความมั่นใจของผู้สอนโดยจัดให้มีการแลกเปลี่ยนแนวคิด มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน รวมทั้งมีการแบ่งปันทรัพยากรที่เอื้อต่อการพัฒนาหรือใช้งาน ตลอดจนมีการยกย่องชมเชยผู้สอนต้นแบบ (Champion)
- การจัดการด้านความปลอดภัยต่อการใช้งาน โดยโรงเรียนหลายแห่งที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจากการวิจัยดังกล่าว ได้เรียกร้องให้มีการกำหนดขั้นตอนที่ชัดเจนในการแจกจ่ายแท็บเล็ตพีซีให้กับผู้เรียน สามารถติดตามการจัดเก็บ การใช้งาน และการบำรุงรักษาได้ นอกจากนี้ยังได้ให้ความสำคัญในรายละเอียดบางอย่างที่ต้องคำนึงถึง อาทิเช่น พื้นที่และความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้เรียนได้บันทึกไว้
- ความสามารถในการใช้งานอย่างต่อเนื่องของแท็บเล็ตพีซี ซึ่งก็เป็นปัจจัยสำคัญอีกประเด็นหนึ่งเพื่อให้การเรียนการสอนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยสถานศึกษาควรพิจารณาความเหมาะสมในการจัดให้มีผู้ช่วยเหลือในห้องเรียนเพื่อคอยแก้ไขปัญหาทางเทคนิค จัดให้มีหน่วยสนับสนุนที่มีความพร้อมทั้งในด้านการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซ่อมบำรุง การมีอุปกรณ์สำรองและการแก้ปัญหาอายุการใช้งานของแบตเตอรี่ หรือแม้แต่การแก้ไขปัญหาคอมพิวเตอร์และความมั่นคงและเสถียรภาพของเครือข่ายในการใช้งาน

- เวลาที่เพียงพอต่อการจัดเตรียมเนื้อหาสาระของผู้สอน ผู้สอนต้องมีเวลาเพียงพอต่อการเตรียมบทเรียน สื่อการสอน แบบทดสอบที่ใช้งานร่วมกับแท็บเล็ตพีซี รวมทั้งการจัดให้มีเวลาเพียงพอสำหรับการปรับแต่งแท็บเล็ตพีซีให้เหมาะสมกับการเรียนการสอน
- การจัดระบบที่มีประสิทธิภาพ ให้ผู้เรียนสามารถจัดเก็บและนำส่งผลงานของตนเอง โดยพิจารณาถึงการจัดเก็บและการนำส่งผลงานผ่านระบบเครือข่ายไร้สาย รวมทั้งการจัดเก็บและนำส่งด้วย Flash-drive ในกรณีที่เครือข่ายไม่สามารถใช้งานได้
- ประสิทธิภาพในเชิงกายภาพของตัวสื่อและสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะความกว้างและความสว่างของหน้าจอแท็บเล็ตพีซีรวมทั้งความสว่างและระบบแสงที่เหมาะสมของห้องเรียนก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและไม่ควรมองข้ามเนื่องจากส่งผลต่อความสนใจและแรงจูงใจของผู้เรียน
- ควรเริ่มใช้กับกลุ่มทดลองนำร่องก่อน (Pilot Project) ข้อเสนอแนะที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือควรให้มีการเริ่มใช้งานกับกลุ่มผู้เรียนและผู้สอนในบางกลุ่มก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เริ่มจากกลุ่มที่มีประสบการณ์และมีแนวโน้มว่าจะสร้างให้เกิดความสำเร็จก่อน เพื่อให้เป็นแกนนำในการแบ่งปันประโยชน์และประสบการณ์ในเชิงบวกและขยายผลไปยังกลุ่มอื่นๆต่อไป
- สร้างแรงกระตุ้นและแรงจูงใจที่มีประสิทธิภาพ โดยการกระตุ้นให้ผู้เรียนและผู้สอนมีความกระตือรือร้นและมีเวลาเพียงพอที่จะได้ทดลองและสร้างแนวทางหรือสร้างนวัตกรรมการใช้งานของตนเอง ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่จะสร้างให้การเรียนการสอนโดยใช้แท็บเล็ตพีซีเพื่อสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้บังเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ที่ว่าด้วยเรื่องการสนับสนุนการใช้สื่อเพื่อสังคมทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น และสังคมออนไลน์เพื่อเป็นพลังหนุนเสริมในการพัฒนา โดยเป็นช่องทางเข้าถึงผู้คนทุกภาคส่วนของสังคม ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและแหล่งอื่นที่ถูกต้อง เป็นธรรม และสร้างสรรค์ รวมทั้งเป็นช่องทางในการเสริมสร้างค่านิยมใหม่ๆ ที่ดีงาม โดยมีกระบวนการสร้างความเข้าใจในการกลั่นกรองความน่าเชื่อถือของข่าวสาร พร้อมกับการส่งเสริมการยึดมั่นในจรรยาบรรณของสื่อในการทำหน้าที่เพื่อประโยชน์ของสังคม ควบคู่กับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสื่อสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นโดยอาศัยช่องทางการดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคมและการเปิดโอกาสให้ผู้รับสื่อมาร่วมเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อทุกคน

ในสังคมยุคปัจจุบันซึ่งเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ (Learning Society) สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาจะมีบทบาทสำคัญค่อนข้างมากต่อการนำมาใช้ในการพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพทางการเรียน

ในสังคมยุคใหม่ในปัจจุบันที่สื่อการศึกษาประเภท “คอมพิวเตอร์ (Computer)” จะมีอิทธิพลค่อนข้างสูง ในศักยภาพการปรับใช้ดังกล่าว และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาไทยจึงทำให้เกิดนโยบายการแจกแท็บเล็ตของกระทรวงศึกษาธิการเพื่อเด็กนักเรียนในปัจจุบันโดยมุ่งเน้นให้กลุ่มนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ตามโครงการ One Tablet PC Per Child ซึ่งเป็นไปตามนโยบายรัฐบาลและยังเป็นการสร้างมิติใหม่ของการศึกษาไทยในการเข้าถึงการปรับใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในยุคปฏิรูปการศึกษาทศวรรษที่สอง

4.2.7 กระบวนทัศน์ใหม่

โครงการสร้างสะพานมิตรภาพไทย - สปป.ลาว แห่งที่ 3

จากการที่ผู้นำอาเซียน-จีน ได้ลงมติเห็นชอบให้มีการจัดตั้ง FTA โดยให้มีการลดภาษีขั้นต้นก่อน (Early Harvest) และเจรจาเปิดเสรีเต็มรูปแบบต่อไป โดยมีเป้าหมายให้เป็นเขตการค้าเสรีที่สมบูรณ์ภายใน 10 ปี และลดภาษีสินค้ากลุ่มแรกภายใต้ Early Harvest Program ในพิกัด 01-08 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2004 และภาษีจะลดลงเหลือ 0% ภายในปี 2006 สำหรับประเทศอาเซียนและจีน โดยครอบคลุมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจในทุกด้าน การเจรจาแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ (1) Early Harvest (2) FTA เปิดเสรีด้านการค้าสินค้า บริการ และการลงทุน (3) ขยายความร่วมมือด้านอื่นๆ เช่น การเกษตร, ICT, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้นและยังเร่งเปิดเสรีทั้งด้านการค้าสินค้า โดยการลดภาษีเร็วกว่ากรอบอาเซียน – จีน ดังนั้นไทยจึงหันมาสนใจตลาดในประเทศจีนมากขึ้น โดยการส่งออกของไทยไปยังจีนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 60% โดยในปี 2546 มีมูลค่าการค้าระหว่างสองประเทศกว่า 487,129 ล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าการส่งออก 236,057.9 ล้านบาท และมูลค่าการนำเข้า 251,071.5 ล้านบาท จีนจึงกลายเป็นประเทศที่มีความสำคัญกับไทยเป็นอย่างมาก จึงได้มีการหารือระหว่างไทยกับจีน ในการทำความตกลงเขตการค้าเสรีไทยจีน (FTA) โดยความตกลงฯ ในเบื้องต้นทั้งสองฝ่ายเห็นชอบให้มีการเร่งลดภาษีผักและผลไม้ระหว่างกันภายใต้กรอบ Early Harvest Programme ของกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน จึงทำให้เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion : GMS) หรืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง 6 ประเทศ ประกอบไปด้วย ไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีนตอนใต้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 โดยโครงการนี้มีชื่อเต็มว่า GMS Economic Corridors หรือก็คือ ระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขยายตัวด้านอุตสาหกรรม การเกษตร การค้า การลงทุนและบริการ เพื่อให้เกิดการจ้างงาน, ยกระดับการครองชีพ, การถ่ายทอดเทคโนโลยีและการศึกษาระหว่างกัน, การใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยเพิ่มขีดความสามารถและโอกาสการแข่งขันในเวทีการค้าโลก ผ่านกลยุทธ์หลัก 3 ด้าน คือ สนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงระหว่างกัน (Connectivity) เพื่อให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแข่งขัน (Competitiveness) โดยการรวมกลุ่มกันในอนุภูมิภาค (Community) โดยได้รับเงินอุดหนุนจาก ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย หรือ ADB (Asian Development Bank) ในการพัฒนาโครงการต่างๆรวมทั้ง โครงการสะพานมิตรภาพไทย - สปป.ลาว แห่งที่ 3 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่อยู่ภายใต้ความร่วมมือของอนุภาคลุ่มน้ำโขง(GMS) ช่วยพัฒนาเส้นทางคมนาคมระหว่างไทยกับ สปป.ลาว ให้ครอบคลุมยิ่งขึ้นซึ่งจะช่วยเกื้อหนุนการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศเท่า่นั้นแต่ยังมีส่วนในการเชื่อมโยงโครงข่ายถนนจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยไปยังบริเวณจีนตอนใต้ด้วยระยะทางสั้นที่สุดและสะดวกกว่าเส้นทางทางบกอื่นๆ โดยทั้งนี้เส้นทางดังกล่าวเริ่มต้นจากสะพานมิตรภาพฯ แห่งที่ 3 ซึ่งเชื่อมต่อกับแขวงคำม่วนของ สปป.ลาว จากนั้นสามารถใช้เส้นทางหมายเลข 12 (R12) ใน สปป.ลาว ต่อไปยังเวียดนามและใช้เส้นทาง 1A ในเวียดนาม ผ่านกรุงฮานอยเมืองหลวงของเวียดนามเข้าสู่ด่าน Pingxiang (ผิงเสียง) และเมืองหนานหนิงในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงของจีน ซึ่งมีเครือข่ายคมนาคมพร้อมรองรับการกระจายสินค้าไปยังมณฑลตอนในของจีน รวมถึงมณฑลกว่างตุง ซึ่งเป็นศูนย์รวมผู้บริโภคที่มั่งคั่งของจีน ปัจจุบันมีผู้ประกอบการไทยบางส่วนใช้เส้นทางนี้ในการขนส่งผลไม้จากไทยไปตลาดจีน โดยขนส่งไปตามเส้นทางดังกล่าวจนถึงหนานหนิง ก่อนจะขนส่งต่อไปยังตลาดเจียงหนาน (ตลาดกลางค้าผลไม้ที่สำคัญของจีนในมณฑลกว่างตุง) ใช้เวลาขนส่งรวมราว 2-3 วัน ซึ่งประหยัดเวลาและสามารถรักษาความสดใหม่ของผลไม้ได้ดีกว่าการขนส่งทางเรือเดินทะเลที่ใช้เวลาราว 5-7 วัน รวมทั้งเส้นทางทางบกอื่นๆ ที่ต้องใช้ระยะเวลาอย่างน้อย 3 วัน และเมื่อสะพานมิตรภาพฯ แห่งที่ 3 เปิดใช้อย่างสมบูรณ์คาดว่าจะช่วยกระตุ้นปริมาณการค้าให้คึกคักและมีการขนส่งสินค้าที่หลากหลายขึ้นและเส้นทางสะพานมิตรภาพไทย - สปป.ลาว แห่งที่ 3 ยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับขนส่งสินค้าจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยออกสู่ทะเลผ่าน สปป.ลาว และเวียดนาม โดยเริ่มต้นจากสะพานมิตรภาพฯ แห่งที่ 3 เข้าสู่แขวงคำม่วนของ สปป.ลาว ตามเส้นทาง R12 จนถึงด่านจาลอในจังหวัด Quang Binh ของเวียดนาม จากนั้นสามารถขนส่งไปยังท่าเรือน้ำลึกที่ใกล้ที่สุดคือ ท่าเรือน้ำลึก Vung Ang ในจังหวัด Ha Tinh ของเวียดนาม รวมระยะทางราว 270 กิโลเมตร แล้วจึงขนส่งทางทะเลต่อไปยังจุดหมายปลายทางที่ต้องการ จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าโครงการสร้างสะพานมิตรภาพไทย-สปป.ลาวเป็นโครงการที่จัดทำขึ้นจากความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งผลที่ได้รับหลังจากการจัดทำโครงการจะส่งผลให้ประเทศในกลุ่มแม่น้ำโขงได้ใช้ประโยชน์สูงสุดเพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 การวิเคราะห์การริเริ่มโครงการ

4.3.1 แผลกกลยุทธ์

จากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน(AEC)ทำให้อุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้เกิดการแข่งขันและมีอัตราการเติบโตธุรกิจและเข้าสู่ความมั่นคงด้วยปัจจัยสนับสนุนจากกำลังซื้อของผู้บริโภค ระดับกลาง Centre for Aviation(CAPA)ได้ทำการสำรวจพบว่า 3 ใน 5 ของสายการบินน้องใหม่เป็นสายการบินต้นทุนต่ำสำหรับธุรกิจการบินในประเทศไทยได้รับผลประโยชน์จากการย้ายสนามบินมาดอนเมือง ทำให้เกิดการวางแผนเพิ่มฝูงบินราว33%และยังทำการวางแผนขยายเส้นทางการบินจากเพียงภายในประเทศเท่านั้นเป็นเส้นทางทั้งในประเทศและระหว่างประเทศเพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจสายการบินและยังเป็นการแข่งขันกับสายการบินต่างชาติอีกด้วย จึงทำให้บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)ได้มีการจัดทำแผนกลยุทธ์ธุรกิจการขนส่ง (Corporate Transportation Business Strategy) โดยมีวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์คือการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจการขนส่งตามแผนระยะสั้นและระยะยาวโดยผลานและสร้างความสมดุลอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างกลยุทธ์เครือข่ายเส้นทางการบิน การวางแผนฝูงบินและกลยุทธ์ด้านการตลาดและการขายเพื่อสร้างรายได้เชิงคุณภาพและกำไรที่เหมาะสมที่สุด

4.3.2 การวิจัยการตลาด

จากการคาดการณ์ตลาดน้ำอ้อดลปี 2555 มีมูลค่าประมาณ 38,500 ล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 7 ซึ่งเป็นการกลับมาขยายตัวอีกครั้งหลังจาเศรษฐกิจมีการหดตัวเนื่องจากผลกระทบจากปัญหาอุทกภัยทำทางด้านภาคการผลิตและขนส่งได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากทั้งนี้ ตลาดน้ำอ้อดลปี 2555 ได้รับปัจจัยหนุนสำคัญจากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงการปรับขึ้นเงินเดือนข้าราชการและค่าแรง 300 บาท ประกอบกับสภาพอากาศช่วงหน้าร้อนปีนี้ มีอุณหภูมิสูงและยาวนานกว่าปีก่อนๆ จึงยังเป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายน้ำอ้อดล และกระตุ้นให้ความต้องการเครื่องดื่มประเภทน้ำอ้อดลเพื่อดับกระหายมีเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การมีมหกรรมการแข่งขันกีฬารายการใหญ่ระดับโลกถึง 2 รายการคือ การแข่งขันฟุตบอลยูโร 2012 ในช่วงกลางปี และต่อเนื่องมาถึงการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม ผู้ประกอบการจึงมีกลยุทธ์กระตุ้นตลาดผ่านสปอร์ตมาร์เก็ตติ้งเพื่อจับลูกค้ากลุ่มบรรดาแฟนกีฬา แม้ว่าการเติบโตของตลาดน้ำอ้อดลที่สูงจะเป็นปัจจัยบวกต่อธุรกิจ แต่อีกด้านหนึ่ง ตลาดนี้ก็กำลังเผชิญกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ภายหลังจากการเข้ามาทำตลาดของเครื่องดื่มน้ำอ้อดลยี่ห้อใหม่ ส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่จำเป็นต้องงัดกลยุทธ์ด้านต่างๆ เพื่อรักษาหรือช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด โดยกลยุทธ์ที่น่าสนใจแตกต่างกันไป

และผลจากการรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อาจทำให้ผู้ประกอบการน้ำอ้อดล จำเป็นต้องมองกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาคมากขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตทางด้านการตลาด

อันเป็นผลจากการกำลังซื้อที่เพิ่มสูงขึ้นภายหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งนี้ ไทยเองก็มีความพร้อมทางด้านทุนการเป็นฐานการผลิต จากด้านวัตถุดิบและอุตสาหกรรมสนับสนุน แต่ในขณะเดียวกัน ยังคงต้องจับตามองประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เช่น เวียดนาม ซึ่งอาจก้าวเข้ามาเป็นผู้ผลิตที่มีบทบาทสำคัญในภูมิภาค

การตลาดและสภาพการแข่งขันเครื่องดื่ม "น้ำอัดลม" อุตสาหกรรมการผลิตและจัดจำหน่าย น้ำอัดลมเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งต้องใช้เครื่องจักรทันสมัยในการผลิตและการควบคุมคุณภาพ รวมทั้งแรงงานในด้านการขนส่งและการจัดจำหน่ายสินค้าสู่มือผู้บริโภค ทั้งยังเป็นธุรกิจที่สนับสนุนอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกเช่น อุตสาหกรรม น้ำตาล ขวดแก้ว ขวดพลาสติก ลังพลาสติก ฝาจุกจีบ เป็นต้น สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำอัดลมเกิดขึ้นตลอดทั้งปี มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้น ในปัจจุบันอัตราการเจริญเติบโตของตลาดน้ำอัดลมไม่สูงนัก เนื่องจากมีเครื่องดื่มประเภทอื่นเข้าสู่ตลาดเครื่องดื่มเป็นจำนวนมาก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงกระแสความนิยมบริโภคเครื่องดื่มอื่นๆ ของผู้บริโภค อาทิเช่น น้ำดื่มบริสุทธิ์ น้ำผลไม้ น้ำแร่ และอาหารนม เป็นต้น จึงทำให้การแข่งขันในธุรกิจน้ำอัดลมยิ่งเพิ่มความรุนแรงมากขึ้นอีก อัตราเจริญเติบโตของธุรกิจดังกล่าวขึ้นอยู่กับ ปัจจัยพื้นฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นสำคัญ แนวโน้มการเจริญเติบโต และการพัฒนาของอุตสาหกรรมน้ำอัดลมเป็นผลจากการส่งเสริมและขยายกิจกรรมทางการตลาดเป็นเกณฑ์ ซึ่งรวมถึงการโฆษณา การจัดการส่งเสริมการขาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ หรือการแนะนำสินค้ารสชาติใหม่เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค เป็นผลให้การขยายตัวของอุตสาหกรรมมีอย่างต่อเนื่อง ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่าการแข่งขันในธุรกิจน้ำอัดลมมีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นในตลาด โดยเน้นจุดขายด้วยปริมาณที่มากกว่าในราคาที่ถูกลงกว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายอยู่ในตลาด ทำให้บริษัทต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย ในราคาที่ดึงดูดใจผู้บริโภคและได้รับการตอบรับจากตลาดเป็นอย่างดี และต่อเนื่องมาในปี 2553 ส่งผลต่อยอดขายน้ำอัดลมที่เพิ่มสูงขึ้นในปี 2553 บริษัทฯ ได้กระตุ้นยอดขายเครื่องดื่มน้ำอัดลมด้วยการจัดการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ คือ เป๊ปซี่ เซียร์ เกาะกระแสนฟุตบอลโลก มिरินด้า ออเรนจ์บาบาน่า อัตราการเติบโตของยอดขายสูงถึง 7% ซึ่งสูงสุดในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

4.3.3 การศึกษาความเป็นไปได้

จากความได้เปรียบด้านที่ตั้งของประเทศไทย อันเป็นประตูสู่อินโดจีนและเป็นศูนย์กลางของประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN) ซึ่งกำลังพัฒนาสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจใหม่ของโลก ที่เรียกว่า ASEAN Economic Community (AEC) ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นทำเลทองที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น ด้วยความร่วมมือจากกลุ่มสมาชิกที่กำลังจะเกิดขึ้น ก่อให้เกิดโครงการพัฒนาต่างๆ ทั้ง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และการคมนาคม ส่งผลให้เกิดการไหลเวียนของทุน แรงงาน และเทคโนโลยีเข้ามาสู่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกันกับ 304 อินดัสเตรียล พาร์ค ที่อยู่ในตำแหน่ง “ศูนย์กลาง” อย่างมีนัยสำคัญ คือผู้พัฒนาธุรกิจเขตอุตสาหกรรมบริเวณพื้นที่จังหวัดปราจีนบุรี ในเขตส่งเสริมการลงทุนเขต 3 หรือ BOI Zone 3 ของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน อันเป็นเขตที่ให้สิทธิพิเศษด้านภาษีสูงสุดด้วยตำแหน่งที่ตั้งซึ่งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด นำมาซึ่งความได้เปรียบด้านการลงทุนในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางสู่กรุงเทพฯ สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าเรือน้ำลึก หรือแหล่งทรัพยากรแรงงานขนาดใหญ่จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ ทั้งยังเป็นศูนย์กลางกลุ่มอุตสาหกรรมสำคัญๆ ของประเทศ อาทิ กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถเดินทางโดยทางรถยนต์ได้อย่างสะดวกสบาย ภายในระยะเวลาเพียง 1- 2 ชั่วโมง นอกจากนี้ เรายังได้เปรียบด้วยตำแหน่งที่ตั้งซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ของระเบียงเศรษฐกิจด้านใต้ หรือ Southern Economic Corridor (SEC) ที่เชื่อมต่อระหว่างประเทศไทยกับเมืองเศรษฐกิจของกัมพูชา (พนมเปญ) และเวียดนาม (โฮจิมินห์) อันเป็นหนึ่งในเส้นทางคมนาคมของ “ระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง” (Greater Mekong Subregion) ด้วยโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อม เป็นอีกปัจจัยที่สนับสนุนว่าการลงทุนใน 304 อินดัสเตรียล พาร์ค เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า ที่มีการวางแผนและการออกแบบซึ่งตอบโจทย์ความต้องการด้านการลงทุนและการใช้ชีวิตของลูกค้าได้อย่างครบครัน โดยมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านสภาพแวดล้อมภายใน, สภาพแวดล้อมภายนอก, สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันและด้านอื่นๆ

4.3.4 ความล้ำสมัยของสินทรัพย์

ปัจจุบันเทคโนโลยีและการสื่อสารได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์อุปกรณ์สื่อสารและคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาค้นคว้าและการทำธุรกิจ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทำให้องค์กรต่างๆ นำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาช่วยในการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรับ-ส่งข้อมูล ข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกิจและให้บริการบนอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการทำงาน

ด้วยสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติเป็นหน่วยงานที่ไม่สังกัดกระทรวงใดแต่มีฐานะเป็นหน่วยงานราชการของรัฐระดับกรม ขึ้นตรงต่อการบังคับบัญชาของนายกรัฐมนตรี มีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินงานสนองงานคณะสงฆ์โดยการทำนุบำรุง ส่งเสริมกิจการพระพุทธศาสนา ให้การอุปถัมภ์ ค้ำครองและส่งเสริมพัฒนางานพระพุทธศาสนา ดูแล รักษา จัดการศาสนาสมบัติ พัฒนาพุทธมณฑลให้เป็นศูนย์กลางทางพระพุทธศาสนา รวมทั้งให้การสนับสนุนส่งเสริม พัฒนาบุคลากรทางศาสนา โดยในสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาตินั้นมีบุคลากรทำงานอยู่ 34 ฝ่าย สำนักงานพุทธศาสนาจังหวัด ทั้ง 76 จังหวัดทั่วประเทศ ขึ้นตรงกับสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติ ซึ่งทุกฝ่ายต่างใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ในการทำงาน ติดต่อสื่อสาร จัดเก็บและส่งข้อมูลสารสนเทศต่างๆ เป็นส่วนใหญ่ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงานระหว่างสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติกับสำนักงานพุทธศาสนาจังหวัด แต่เนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ส่วนใหญ่ได้ใช้งานมานานกว่า 5 ปี เกิดการเสื่อมสภาพทั้งสภาพภายนอกและภายใน คือชิ้นส่วนมีความเสียหาย ซอฟต์แวร์ (software) หรือชุดคำสั่งที่ใช้สั่งงานให้คอมพิวเตอร์ทำงานนั้นเกิดความล้าสมัย ไม่รองรับกับฮาร์ดแวร์ (hardware) ในปัจจุบันบางชนิด จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพการประมวลผลข้อมูลของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี ทำให้สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติมีความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงทดแทนเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์เก่า โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต้องการนั้นต้องมีประสิทธิภาพสำหรับการประมวลผลข้อมูล เพื่อผลิตข้อมูลสารสนเทศอย่างต่อเนื่องและเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่างๆ

4.3.5 การประมวล

ในอดีตจะใช้การจัดเก็บข้อมูลด้วยเอกสาร การจดบันทึกข้อมูลทั้งหมดลงบนกระดาษและเก็บกระดาษนั้นไว้ ซึ่งมีหัวข้อที่ซ้ำกัน หากต้องเก็บในรูปแบบกระดาษก็เป็นการยากในการสืบค้น หรือหากจะใช้ประโยชน์จากข้อมูลก็ทำให้เสียเวลา จึงต้องมีการใช้เทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์มาใช้ประโยชน์ เพื่อแทนการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบเอกสาร การเก็บข้อมูลในคอมพิวเตอร์นั้นผู้จัดเก็บจำเป็นต้องทำการคือแยกประเภท และพยายามหาทางลดขนาด ของข้อมูลให้สั้นที่สุด แต่ให้ได้ ความหมาย ในตัวเองมากที่สุด เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนของข้อมูล การจัดเก็บข้อมูลในคอมพิวเตอร์จะจัดเก็บในรูปแบบฐานข้อมูล หมายถึง โครงสร้างสารสนเทศที่ประกอบด้วยรายละเอียดของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันที่จะนำมาใช้ในระบต่าง ๆ ร่วมกันระบบฐานข้อมูล จึงนับว่าเป็นการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้ใช้สามารถจัดการกับข้อมูลได้ในลักษณะต่าง ๆ ทั้งการเพิ่ม การแก้ไข การลบ ตลอดจนการเรียกดูข้อมูล ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการประยุกต์นำเอาระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการจัดการฐานข้อมูล

ในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีสารสนเทศได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศมากยิ่งขึ้น อีกทั้งหน่วยงานต่างๆ ก็มีการใช้งานด้านเอกสารในเรื่องต่างๆ เป็นจำนวน

มาก ทำให้เกิดการสิ้นเปลืองทรัพยากรโดยเฉพาะเอกสารสำหรับการประชุมที่ค่อนข้างมีจำนวนมาก เป็นอุปสรรคในการบริหารจัดการ เช่น สถานที่จัดเก็บ ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ/บำรุงรักษา การสูญหาย และยากต่อการค้นหาทำให้เสียเวลาในการเข้าถึงข้อมูลและการรับรู้ข่าวสารที่ล่าช้า ดังนั้น กรมบัญชีกลางจึงตระหนักถึงความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริหารขององค์กร มีความรู้ และทักษะการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อบริหารงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานที่ได้อย่างคล่องตัว ด้วยอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย โดยสามารถเข้าใช้งานระบบสารสนเทศต่างๆ ของกรมบัญชีกลางได้อย่างสะดวก ง่าย และรวดเร็ว สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อผู้บริหารของกรมบัญชีกลาง โดยใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและง่ายต่อการใช้งาน การนำข้อมูลทางการคลังไปใช้ประโยชน์เพื่อการตัดสินใจ และทำให้การดำเนินงานของกรมบัญชีกลางเกิดความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว และทันสมัย จึงทำให้องค์กรเกิดการประกวดราคาการจัดซื้อและติดตั้งเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์หรือคอมพิวเตอร์ในชื่อของ “โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานระบบสารสนเทศผู้บริหาร”

4.3.6 แผนนโยบาย

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ.2555-2559 ว่าด้วยเรื่องการสนับสนุนการใช้สื่อเพื่อสังคมทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศและสื่อออนไลน์เพื่อเป็นพลังหนุนเสริมในการพัฒนาโดยเป็นช่องทางเข้าถึงผู้คนทุกภาคส่วนของสังคมในการรับรู้ข่าวสารทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและแหล่งอื่นๆ ที่ถูกต้องเป็นธรรมและสร้างสรรค์โดยมีกระบวนการสร้างความเข้าใจในการกลั่นกรองความน่าเชื่อถือของข่าวสารพร้อมกับการส่งเสริมการยึดมั่นในจรรยาบรรณของสื่อในการทำประโยชน์เพื่อสังคมควบคู่ไปกับการพัฒนาสื่อความปลอดภัยและสื่อสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นโดยอาศัยช่องทางการดำเนินการของวิสาหกิจและเปิดโอกาสให้ผู้รับสื่อมาร่วมเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารสู่สาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อทุกคน อีกทั้งในด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนการใช้แท็บเล็ตพีซีนั้นช่วยส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอนและส่งเสริมให้มีการพัฒนาหลักสูตรหรือการจัดการเรียนการสอนที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นส่วนประกอบเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้รัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญจึงทำให้เกิดโครงการ One Tablet PC Per child ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงศึกษาธิการเพื่อประสิทธิภาพในการเรียนรู้และยังเป็นการสร้างมิติใหม่ของระบบการศึกษาไทยในการเข้าถึงการปรับใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในยุคปฏิรูปการศึกษาทศวรรษที่สอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.7 กระบวนทัศน์ใหม่

จากการจัดตั้ง FTA ของผู้นำอาเซียน – จีน ทำให้ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจมีการพัฒนาและเจริญเติบโตเป็นอย่างมากและยังเร่งเปิดเสรีทางการค้าสินค้าระหว่างประเทศโดยการลดภาษีจึงทำให้ไทยหันมาสนใจตลาดในประเทศจีนมากขึ้นโดยการส่งออกของไทยยังจีนมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นถึง 60% ต่อปีและยังทำให้เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion Economic Corridors หรือระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการพัฒนาทางด้านความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยหลากหลายด้านรวมไปถึงการคมนาคมเพราะการคมนาคมที่สะดวกสบายจะทำให้ลดระยะเวลาในการขนส่งได้มากขึ้น

ประเทศไทยจึงเล็งเห็นความสำคัญของเส้นทางคมนาคมที่สะดวกต่อการขนส่งสินค้าจึงได้จัดตั้งโครงการสะพานมิตรภาพไทย – สปป.ลาว แห่งที่ 3 ที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งเชื่อมกับแขวงคำม่วนของสปป.ลาว ซึ่งสามารถใช้ถนนเส้นทางหมายเลข 12 (R12) ต่อบนถนนหนิงทางตอนใต้ของจีนและสามารถส่งต่อไปยังตลาดเจียงหนานซึ่งเป็นตลาดกลางค้าผลไม้ที่สำคัญของจีนในมณฑลกว่างตุ้งใช้เวลาเพียง 2-3 วัน ซึ่งประหยัดเวลาและยังรักษาความสดใหม่ของสินค้าได้ดีกว่าการขนส่งทางเรือที่ใช้เวลาราว 5-7 วันจากการจัดทำโครงการดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาและความเจริญทางเศรษฐกิจของไทย

4.4 การเปรียบเทียบขั้นตอนการริเริ่มโครงการและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

4.4.1 ตารางเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามแผนกลยุทธ์

ตารางที่ 4.1 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามแผนกลยุทธ์

ขั้นตอนการริเริ่มโครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)	สายการบินที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก ให้บริการดีเลิศด้วย “เสน่ห์ความเป็นไทย”	การบินไทย มุ่งมั่นที่จะเป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก ด้วยการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าให้เหนือความคาดหมาย และสร้างความผูกพันที่ยั่งยืนระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า โดยการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่นและประทับใจด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้แก่ลูกค้าทุกคนอย่างต่อเนื่อง ด้วยบริการที่ดีเลิศและสม่ำเสมอ (Service Excellence and Consistency) ในทุกจุดสัมผัสของการให้บริการ
กำหนดภารกิจหรือพันธกิจ (Mission)	พันธกิจต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคม	<ul style="list-style-type: none"> • ให้บริการขนส่งทางอากาศอย่างครบวงจรทั้งภายในและระหว่างประเทศ โดยมุ่งมั่นในเรื่องมาตรฐานความปลอดภัย ความสะอาดสบาย การบริการที่มีคุณภาพด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและความน่าเชื่อถือสูง รวมทั้งเสริมสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
		<ul style="list-style-type: none"> • มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กรและสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูงให้แก่ ผู้ถือหุ้น • สร้างความแข็งแกร่งในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ตระหนักถึงการให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเสริมสร้างขีดความสามารถ ทักษะ และความรับผิดชอบต่อ ตลอดจนเพิ่มพูนความผูกพันต่อองค์กรเพื่อให้ พนักงาน ทำงานอย่างเต็มศักยภาพ • ช่วยเหลือ ส่งเสริม และแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในฐานะเป็นสายการบินแห่งชาติ
กำหนดเป้าประสงค์หรือ จุดมุ่งหมายเพื่อการ พัฒนา (Goal)	เป็นกลุ่มธุรกิจการบินชั้นนำในภูมิภาค เอเชีย	การบินไทยส่ง “ไทยสไมล์” รุกตลาดภูมิภาค
กำหนดประเด็น ยุทธศาสตร์หรือ ยุทธศาสตร์ (Strategy)	Corporate Transportation Business Strategy	มีวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์คือการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจการขนส่งตามแผนระยะสั้นและระยะยาวโดยผสมผสานและสร้างความสมดุลอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างกลยุทธ์เครือข่ายเส้นทางบิน การวางแผนฝูงบิน และกลยุทธ์ด้านการตลาดและการขาย เพื่อสร้างรายได้เชิงคุณภาพและกำไรให้เหมาะสมที่สุด

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
กำหนดกลยุทธ์หรือแนว ทางการพัฒนา	กลยุทธ์ธุรกิจการขนส่ง	<p>2.1 สร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และบริการให้เป็นที่พึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย พร้อมทั้งมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพและสร้างความโดดเด่นของอาหารไทยด้วยรสชาติไทยแท้</p> <p>2.2 บริหารจัดการผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่สม่ำเสมอและต่อเนื่องในทุกจุดให้บริการ โดยสะท้อนการเป็น Premium Airline</p> <p>2.3 ปรับโครงสร้างเครือข่ายเส้นทางบินโดยใช้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นศูนย์กลางทางการบิน สามารถตอบสนองความต้องการเดินทางได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการสร้างพันธมิตรทางการบิน</p> <p>2.4 สร้างความแข็งแกร่งของเครือข่ายเส้นทางบินและสร้างศักยภาพการทำกำไรโดยมุ่งเน้นเส้นทางภูมิภาค รวมทั้งมีความยืดหยุ่นในการจัดตารางบินที่เหมาะสมและสอดคล้องกับฤดูกาลและสภาวะตลาด (Suitable TPI)</p> <p>2.5 มีการทบทวน ปรับเปลี่ยนเครือข่ายเส้นทางบินและฝูงบินระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพ(Rolling Long Term Network and Fleet Plan) เพื่อรองรับการแข่งขัน/สภาพแวดล้อม/สถานการณ์/ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
กำหนดกลยุทธ์หรือแนว ทางการพัฒนา	กลยุทธ์ธุรกิจขนส่ง	<p>2.6 บริหารรายได้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดด้วยกระบวนการกำหนดราคาที่สามารถปรับเปลี่ยนได้รวดเร็วเหมาะสมกับแต่ละตลาด (Dynamic Pricing) และมีระบบบริหารจัดการที่นิ่งในแต่ละระดับราคา (Inventory Management) อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>2.7 กำหนดโครงสร้างการบริหารรายได้ในแต่ละเส้นทางบิน (Quality Route Revenue Management)</p> <p>2.8 บริหารจัดการเว็บไซต์ (Website) ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเพิ่มรายได้ และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ</p> <p>2.9 เพิ่มจำนวนกลุ่มลูกค้าองค์กร ทำความร่วมมือกับสายการบินคู่สัญญาและหารายได้เสริม</p> <p>2.10 กลยุทธ์การสื่อสารรวม/Integrated Marketing Communication Strategies (IMC) เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดซึ่งครอบคลุมงานด้านการสร้างแบรนด์งานโฆษณา และงานส่งเสริมการขาย สำหรับตลาดในประเทศ (Domestic) และต่างประเทศ (Worldwide)</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
กำหนดกลยุทธ์หรือแนว ทางการพัฒนา	กลยุทธ์ธุรกิจการขนส่ง	2.11 ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนการขาย รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการโดยบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเป็นระบบ (CRM) 2.12 บริหารจัดการการประกันความเสี่ยงราคาน้ำมันและการจัดเก็บค่าธรรมเนียมราคาน้ำมันอย่างต่อเนื่อง 2.13 บริหารจัดการด้านการเงินให้ทันต่อการตอบสนองการดำเนินธุรกิจ
การริเริ่มโครงการ		การจัดตั้งโครงการเพื่อตอบสนองตามแผนกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นและยังส่งผลให้เกิดการพัฒนาเพื่อยกระดับการแข่งขันทางธุรกิจ

4.4.2 ตารางเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามแผนการตลาด

ตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามแผนการตลาด

ขั้นตอนการริเริ่มโครงการ	เหตุการณ์	ข้อมูลอ้างอิง
วิเคราะห์สถานการณ์	ตลาดน้ำอด้ลมปี 2555 มีมูลค่าประมาณ 38,500 ล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 7	<p>ตลาดน้ำอด้ลมในปี 2555 กลับมาขยายตัวอีกครั้ง ภายหลังจากที่ตลาดน้ำอด้ลมในปี 2554 หดตัวร้อยละ 4 จากปัญหาอุทกภัยในช่วงปลายปี 2554 ซึ่งทำให้การผลิตน้ำอด้ลมของผู้ประกอบการรายใหญ่ต้องหยุดชะงัก ประกอบกับอุทกภัย ได้ทำให้เส้นทางการขนส่งสินค้าถูกตัดขาด ซึ่งเป็นอุปสรรคทางด้านการขนส่งของผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่สามารถผลิตสินค้าได้ ทั้งนี้ ตลาดน้ำอด้ลมปี 2555 ได้รับปัจจัยหนุนสำคัญจากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงการปรับขึ้นเงินเดือนข้าราชการและค่าแรง 300 บาท ประกอบกับสภาพอากาศช่วงหน้าร้อนปีนี้ มีอุณหภูมิสูงและยาวนานกว่าปีก่อนๆ ก็ยังเป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายน้ำอด้ลม และกระตุ้นให้ความต้องการเครื่องดื่มประเภทน้ำอด้ลมเพื่อดับกระหายมีเพิ่มขึ้น</p>

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	ข้อมูลอ้างอิง
ตรวจสอบอย่างมีระบบ	มีการตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่งที่มา	<p>ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ตลาดน้ำอวดลมปี 2555 มีมูลค่าประมาณ 38,500 ล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 7 โดยตลาดน้ำอวดลมในปี 2555 กลับมาขยายตัวอีกครั้ง ภายหลังจากที่ตลาดน้ำอวดลมในปี 2554 หดตัวร้อยละ 4 จากปัญหาอุทกภัยในช่วงปลายปี 2554 ซึ่งทำให้การผลิตน้ำอวดลมของผู้ประกอบการรายใหญ่ต้องหยุดชะงัก ประกอบกับอุทกภัย ได้ทำให้เส้นทางการขนส่งสินค้าถูกตัดขาด ซึ่งเป็นอุปสรรคทางการขนส่งของผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่สามารถผลิตสินค้าได้ ทั้งนี้ ตลาดน้ำอวดลมปี 2555 ได้รับปัจจัยหนุนสำคัญจากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงการปรับขึ้นเงินเดือนข้าราชการและค่าแรง 300 บาท ประกอบกับสภาพอากาศช่วงหน้าร้อนปีนี้ มีอุณหภูมิสูงและยาวนานกว่าปีก่อนๆ ก็ยังเป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายน้ำอวดลม และกระตุ้นให้ความต้องการเครื่องดื่มประเภทน้ำอวดลมเพื่อดับกระหายมีเพิ่มขึ้น</p>
วิเคราะห์และการตีความของข้อมูล	การเติบโตของตลาดน้ำอวดลมที่สูงจะเป็นปัจจัยบวกต่อธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • การแข่งขันด้านการตลาด โดยเน้นจับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น-วัยกลางคน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก ทั้งนี้ การทำการตลาดช่วงที่ผ่านมา มีหลายรูปแบบ ได้แก่ การทำสปอร์ตมาร์เก็ตติ้ง มิวสิคมาร์เก็ตติ้ง และการทำ CSR

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	ข้อมูลอ้างอิง
วิเคราะห์และการตีความ ของข้อมูล	การเติบโตของตลาดน้ำอืดลมที่สูงจะเป็น ปัจจัยบวกต่อธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • การแข่งขันทางด้านเครือข่ายในการกระจายสินค้า โดยเน้นการหาพันธมิตรที่มีศักยภาพและเครือข่ายในการกระจายสินค้าประเภทเครื่องดื่มไปยังร้านค้าปลีกรายย่อย ทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทั้งนี้ ในการร่วมมือกับพันธมิตร นอกจากจะเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ยังเป็นการช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองในการวางสินค้าเพื่อจำหน่ายในกลุ่มร้านค้ารายย่อย • สร้างความหลากหลายให้กับสินค้า โดยการปรับรสชาติและคุณภาพให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เช่น น้ำอืดลมรสมะนาว น้ำอืดลมปราศจากน้ำตาล น้ำอืดลมแคลอรีต่ำ เป็นต้น • การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีความหลากหลายทั้งในรูปของขวดแก้ว กระจงโลหะ ขวดพลาสติกขนาดต่างๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการบริโภคของลูกค้า ทั้งกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อและบริโภคทันที ผ่านทางร้านค้าปลีกสะดวกซื้อ (กระจง และขวดขนาดเล็ก) กลุ่มลูกค้าตามร้านอาหาร (ขวดแก้ว และขวดพลาสติก) หรือกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อกลับไปบริโภคที่บ้าน (ขวดพลาสติก ตั้งแต่ 1.25-2 ลิตร)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	ข้อมูลอ้างอิง
วิเคราะห์และการตีความ ของข้อมูล	การเติบโตของตลาดน้ำอัสสัมที่สูงจะ เป็นปัจจัยบวกต่อธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • การแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ จะกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าต่ำกว่าน้ำอัสสัมรายเดิมที่มีอยู่ในตลาด และปรับเพิ่มปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ เพื่อดึงดูดให้กลุ่มลูกค้าเกิดการทดลองซื้อและลิ้มลองรสชาติในช่วงแรก ซึ่งทำให้สินค้าสามารถช่วงชิงส่วนแบ่ง และเข้ามามีบทบาทในตลาดน้ำอัสสัมได้
จัดทำรายงาน	ไม่มีข้อมูลในส่วนนั้น	ไม่มีข้อมูลในส่วนนั้น
การริเริ่มโครงการ	เกิดขึ้นเนื่องจากการวิเคราะห์การตลาด	

4.4.3 ตารางเปรียบเทียบการริเริ่มโครงการตามความเป็นไปได้

ตารางที่ 4.3 การเปรียบเทียบการริเริ่มโครงการตามความเป็นไปได้

ขั้นตอนการริเริ่มโครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์ด้านทรัพยากร การจัดการ - วิเคราะห์ด้านค่าจ้างและเงินเดือน 	<p>อินดัสเตรียล พาร์ค จัดอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนเขต 3 หรือ BOI Zone 3 ที่ได้รับสิทธิประโยชน์ด้านภาษีสูงสุดจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ทั้งยังเป็นเขตอุตสาหกรรมที่ครบครันและคุ้มค่าสำหรับนักลงทุนเพราะมีการยกเว้นและลดหย่อนภาษีสูงสุดจึงช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการ ที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุดเพียง 110 กม. และตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางที่สามารถเดินทางไปยังท่าเรือน้ำลึก และสนามบินสุวรรณภูมิได้อย่างสะดวกสบายในระยะทางที่ใกล้เคียงกัน</p> <p>ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 183 บาทต่อวัน ซึ่งต่ำกว่าค่าจ้างแรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ 189-215 บาทต่อวัน</p>

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
<p>การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน</p>	<p>วิเคราะห์ด้านทรัพยากร การจัดการ</p> <p>วิเคราะห์ด้านค่าจ้างและเงินเดือน</p>	<p>คุณลักษณะของดินในเขตนิคมอุตสาหกรรม มีลักษณะเป็นดินตะกอนสีน้ำตาลที่มีความหนาแน่นถึง 20 – 60 ตัน/ตร.ม. ซึ่งอยู่ในระดับความหนาแน่นที่สามารถรองรับน้ำหนักอาคารและเครื่องจักรขนาดใหญ่ได้เป็นอย่างดี จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างโรงงานในส่วนงานฐานรากได้ถึง 20 % และที่ตั้งอันปลอดภัยจากปัญหาน้ำท่วมขัง ด้วยข้อได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์ที่เป็นพื้นที่สูงเหนือระดับน้ำทะเลถึง 18 เมตร</p> <p>อ่างเก็บน้ำดิบขนาดความจุ 36 ล้าน ลบ.ม. พร้อมโรงผลิตน้ำประปาที่สามารถผลิตน้ำได้กว่า 80,000 ลบ.ม./วัน</p> <p>มีโรงผลิตกระแสไฟฟ้า บริหารงานโดยกลุ่มบริษัทในเครือ ที่มีกำลังการผลิต 406 เมกะวัตต์ สามารถจำหน่ายไฟฟ้าให้กับผู้ประกอบการโดยไม่จำกัดปริมาณการใช้</p> <p>มีกลุ่มบริษัทในเครือที่ให้บริการด้าน Logistic และ Supply Chain Management ที่ครบวงจรและมีประสิทธิภาพ</p>

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอก	<ul style="list-style-type: none"> ● วิเคราะห์ทางการลงทุน ● วิเคราะห์ด้านกฎหมาย ● วิเคราะห์ด้านประชากร ● วิเคราะห์ด้านเทคโนโลยี 	<p>ด้านกฎหมายและการลงทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร ● ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลและเงินปันผลเป็นเวลา 8 ปี ● ยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบและวัสดุเพื่อการผลิตสำหรับการส่งออกเป็นเวลา 5 ปี ● ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 เป็นเวลา 5 ปี (พื้นที่ส่งเสริมการลงทุนเขต 3 นอกเขตนิคมอุตสาหกรรม จะไม่ได้รับการลดหย่อน) ● หักค่าขนส่งไฟฟ้า ประปา 2 เท่า (พื้นที่ส่งเสริมการลงทุนเขต 3 นอกเขตนิคมอุตสาหกรรม จะไม่ได้รับการลดหย่อน) ● หักค่าติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวก ● ลดหย่อนอากรขาเข้าวัตถุดิบและวัสดุเพื่อผลิตและจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ 75 เป็นเวลา 5 ปี ให้คร่าวละ 1 ปี

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอก	<ul style="list-style-type: none"> ● วิเคราะห์ทางการลงทุน ● วิเคราะห์ด้านกฎหมาย ● วิเคราะห์ด้านประชากร ● วิเคราะห์ด้านเทคโนโลยี 	<p>ด้านประชากรศาสตร์</p> <p>ประชากรไทยรวม : 66.72 ล้านคน (กรกฎาคม 2554) โดยแบ่งเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 0-14 ปี: 19.9% (ชาย 6,779,723 ต่อหญิง 6,466,625) ● 15-64 ปี : 70.9% (ชาย 23,410,091 ต่อหญิง 23,913,499) ● 65 ปีขึ้นไป : 9.2% (ชาย 2,778,012 ต่อหญิง 3,372,203) <p>แหล่งเศรษฐกิจสำคัญวัดจากจำนวนประชากร : กรุงเทพฯ นครราชสีมา สมุทรปราการ</p> <p>กลุ่มชาติพันธุ์ : ไทย 75% จีน 14% อื่นๆ 11%</p> <p>ศาสนา : พุทธ 94.6% อิสลาม 4.6% คริสต์ 0.7% อื่นๆ 0.1%</p> <p>ภาษาพูด : ไทย อังกฤษ (ภาษาที่สองของกลุ่มชนชั้นนำ), ภาษาเฉพาะตามเชื้อชาติและ ท้องถิ่น</p> <p>อัตราการใช้หนังสือ : 92.6%</p>

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม ทางการแข่งขัน	วิเคราะห์ด้านการแข่งขันการลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> ● ประเทศไทยตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ได้เปรียบด้านยุทธศาสตร์อันเป็นประตูสู่ใจกลางเอเชีย - ศูนย์กลางตลาดทางเศรษฐกิจที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในปัจจุบัน ประเทศไทยยังเป็นเส้นทางการค้าขายที่สะดวกกับจีน อินเดีย และประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) และเส้นทางเปิดกว้างสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพทางธุรกิจสูง ● ประเทศไทยเป็นเมืองพุทธที่เป็นมิตรและต้อนรับชาวต่างชาติ เปิดกว้างทั้งทางความคิดและศาสนา เศรษฐกิจที่เติบโตมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง การส่งออกที่แข็งแกร่ง และตลาดผู้บริโภคภายในประเทศที่ตื่นตัว นอกจากนี้ทรัพยากรธรรมชาติอันอุดม สมบูรณ์ประกอบกับแรงงานที่มีฝีมือ และประสิทธิภาพยังช่วยดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ ทั้งยังเสริมสร้างความมั่งคั่งให้ธุรกิจ และพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางการ แข่งขัน	วิเคราะห์ด้านการแข่งขันการลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> ● นโยบายการลงทุนของประเทศไทยมีความชัดเจนโดยมุ่งเน้นการเปิดเสรีและส่งเสริมการค้าเสรี โดยรัฐบาลได้ร่วมส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทักษะ เทคโนโลยี และนวัตกรรมอย่างจริงจัง ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับจากผลการสำรวจนานาชาติให้เป็นแหล่งรองรับการลงทุนที่น่าดึงดูดที่สุด แห่งหนึ่งอย่างต่อเนื่อง รายงานธนาคารโลกว่าด้วยความสะดวกในการประกอบธุรกิจประจำ ปี 2553 ได้จัดให้ไทยเป็นประเทศที่มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจมากเป็นอันดับที่ 12 ของโลก ● เปรียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งการขนส่ง การคมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศ พร้อมเปิดรับธุรกิจทุกรูปแบบจากนักลงทุนชาวต่างชาติ ● มีนโยบายที่ชัดเจนโดยมุ่งเน้นการเปิดเสรีและส่งเสริมการค้าเสรี ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทักษะ เทคโนโลยี และนวัตกรรมอย่างจริงจัง ทั้งเป็นประเทศที่มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจมากเป็นอันดับที่ 12 ของโลก โดย การจัดอันดับธนาคารโลก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางการ แข่งขัน	วิเคราะห์ด้านการแข่งขันการลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> • สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนให้การสนับสนุนและให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้า และบริการสนับสนุนแก่กิจการลงทุนหลากหลายประเภทแก่นักลงทุน • รัฐบาลให้ความสำคัญในการส่งเสริมและชักจูงอุตสาหกรรม 6 สาขาหลัก ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาประเทศ
การริเริ่มโครงการ	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล

4.4.4 ตารางเปรียบเทียบการกำหนดโครงการตามความล้ำสมัยของสินทรัพย์

ตารางที่ 4.4 การเปรียบเทียบการกำหนดโครงการตามความล้ำสมัยของสินทรัพย์

ขั้นตอนการริเริ่มโครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การจัดการทรัพย์สิน	การซื้อคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ โดย มีคุณสมบัติตามความต้องการ	<ul style="list-style-type: none"> - หน่วยประมวลผล CPU ชนิดแกนประมวลผล 2 แกน หรือดีกว่า ความเร็วไม่น้อยกว่า 3.0 GHz - Main Memory ชนิด DDR3 (1066 MHz) หรือดีกว่า จำนวนไม่น้อยกว่า 2 GB และขยายได้ไม่น้อยกว่า 4 GB - มี Slot สำหรับใส่ Memory ไม่น้อยกว่า 4 Slot - มี Hard Disk ชนิด SATA II ขนาดไม่น้อยกว่า 320 GB ความเร็วรอบไม่น้อยกว่า 7,200 รอบต่อนาที - มี Optical Drive ชนิด DVD-RW จำนวน 1 หน่วย - มี จอภาพสีชนิด LCD With Speaker ขนาดไม่น้อยกว่า 19 นิ้ว มี Interface แบบ VGA D-sub หรือดีกว่า - วงจรควบคุมจอภาพ มีหน่วยความจำไม่น้อยกว่า 512 MB มีช่องต่อสัญญาณภาพแบบ VGA D-sub หรือดีกว่า - มีวงจรเสียงแบบ Integrated High Definition audio

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การจัดหาทรัพย์สิน	การซื้อคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ โดยมีคุณสมบัติตามความต้องการ	<ul style="list-style-type: none"> - มี Network Interface แบบ 10/100 จำนวน 1 หน่วย - มี Slot แบบ PCI ไม่น้อยกว่า 2 หน่วย และแบบ PCI Express (x16 หรือ x1) รวมไม่น้อยกว่า 2 หน่วย - มี Interface แบบ USB จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 8 หน่วย อยู่ด้านหน้าไม่น้อยกว่า 2 หน่วย - มี Internal Multimedia Card Reader จำนวน 1 หน่วย - มีแป้นพิมพ์ชนิด PS/2 หรือดีกว่า มีจำนวนไม่น้อยกว่า 104 แป้น ตามมาตรฐานของ สมอ. ประกอบด้วย เลขอารบิก เลขไทย อักษรภาษาอังกฤษ อักษรไทย อักษรพิเศษ ต่างๆ ติดแป้นอย่างถาวร - Optical Mouse ชนิด PS/2 หรือดีกว่า มีปุ่มกด 2 ปุ่ม และล้อหมุน 1 อัน พร้อมแผ่นรองเมาส์ - เครื่องคอมพิวเตอร์, จอภาพ, คีย์บอร์ด เป็นยี่ห้อเดียวกันโดยมีสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตแบบถาวร - มีคู่มือ, ไดรฟ์เวอร์ และอุปกรณ์ที่มีให้มาพร้อมเครื่องครบ

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การจัดหาทรัพย์สิน	การซื้อคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ โดยมีคุณสมบัติตามความต้องการ	<p>เครื่องพิมพ์ชนิดเลเซอร์ขาวดำมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>เป็นเครื่องพิมพ์ชนิดเลเซอร์ขาว-ดำ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความเร็วในการพิมพ์ได้ไม่ต่ำกว่า 24 แผ่นต่อนาที ที่กระดาษขนาด A4 - เวลาในการพิมพ์แผ่นแรกไม่เกินกว่า 9 วินาที - มีหน่วยประมวลผล (Processor) ความเร็วไม่น้อยกว่า 360 MHz - มีความละเอียดในการพิมพ์จากตัวเครื่อง(Hardware) ไม่น้อยกว่า 1200 x 1200 dpi - มีหน่วยความจำมาตรฐานไม่ต่ำกว่า 64 MB - มีถาดป้อนบรรจุกระดาษเข้าสามารถบรรจุกระดาษได้ไม่ต่ำกว่า 250 แผ่น - สามารถส่งพิมพ์บนกระดาษหน้าและหลังได้โดยอัตโนมัติ (Automatic Duplex) - สามารถพิมพ์บนกระดาษขนาด A4 ได้เป็นอย่างดีน้อย - มี Interface แบบ Hi speed USB 2.0 และแบบเครือข่าย 10/100 Ethernet BaseTX - สามารถใช้ได้กับระบบปฏิบัติการ Windows 2000/XP/Vista หรือสูงกว่าได้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การจัดหาทรัพย์สิน	การซื้อคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ โดยมีคุณสมบัติตามความต้องการ	<ul style="list-style-type: none"> - มีคู่มือ, ไดรเวอร์ และอุปกรณ์ที่มีให้มาพร้อมเครื่องครบ - ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยทางไฟฟ้า UL ,CB และ CE หรือ มอก. 1561-2548
การใช้งานบำรุงรักษา	ศูนย์บริการคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ที่ติดตั้ง	โดยเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ดังกล่าวที่สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติต้องการต้องมีศูนย์บริการเป็นของตนเอง หรือเป็นศูนย์บริการของเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Service Center) หรือศูนย์บริการที่เจ้าของผลิตภัณฑ์แต่งตั้ง และต้องได้รับมาตรฐาน ISO 9000 Series จำนวนไม่น้อยกว่า 10 แห่งทั่วประเทศ

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การจำหน่ายทรัพย์สิน เดิมและ/หรือเปลี่ยน ทดแทนด้วยทรัพย์สิน ใหม่	การจัดซื้อและติดตั้งคอมพิวเตอร์และ เครื่องพิมพ์ใหม่	<p>ด้วยสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติเป็นหน่วยงานที่ไม่สังกัดกระทรวงใดแต่มี ฐานะเป็นหน่วยงานราชการของรัฐระดับกรม ขึ้นตรงต่อการบังคับบัญชาของ นายกรัฐมนตรี มีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินงานสนองงานคณะสงฆ์โดยการทำนุบำรุง ส่งเสริมกิจการพระพุทธศาสนา ให้การอุปถัมภ์ ค้ำครองและส่งเสริมพัฒนางาน พระพุทธศาสนา ดูแล รักษา จัดการศาสนาสัมบัติ พัฒนาพุทธมณฑลให้เป็น ศูนย์กลางทางพระพุทธศาสนา รวมทั้งให้การสนับสนุนส่งเสริม พัฒนาบุคลากรทาง ศาสนา โดยในสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาตินั้นมีบุคลากรทำงานอยู่ 34 ฝ่าย สำนักงานพุทธศาสนาจังหวัด ทั้ง 76 จังหวัดทั่วประเทศขึ้นตรงกับสำนักงานพุทธ ศาสนาแห่งชาติ ซึ่งทุกฝ่ายต่างใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ในการทำงาน ติดต่อสื่อสาร จัดเก็บและส่งข้อมูลสารสนเทศต่างๆ เป็นส่วนใหญ่ เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการทำงานระหว่างสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติกับสำนักงานพุทธศาสนา จังหวัด แต่เนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ส่วนใหญ่ได้ใช้งานมานานกว่า 5 ปี เกิดการเสื่อมสภาพทั้งสภาพภายนอกและภายใน คือชิ้นส่วนมีความเสียหาย ซอฟต์แวร์ (software) หรือชุดคำสั่งที่ใช้สั่งงานให้คอมพิวเตอร์ทำงานนั้นเกิดความ ล้าสมัย ไม่รองรับกับฮาร์ดแวร์ (hardware) ในปัจจุบันบางชนิด จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งใน การเพิ่มประสิทธิภาพการประมวลผลข้อมูลของเครื่องคอมพิวเตอร์</p>

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
การจำหน่ายทรัพย์สิน เดิมและ/หรือเปลี่ยน ทดแทนด้วยทรัพย์สิน ใหม่	การจัดซื้อและติดตั้งคอมพิวเตอร์และ เครื่องพิมพ์ใหม่	ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกๆปี ทำให้สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติมีความต้องการที่จะ เปลี่ยนแปลงทดแทนเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์เก่า โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ ต้องการนั้นต้องมีประสิทธิภาพสำหรับการประมวลผลข้อมูล เพื่อผลิตข้อมูลสารสนเทศ อย่างต่อเนื่องและเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่างๆ
การริเริ่มโครงการเพื่อหา ทรัพย์สิน	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล

4.4.5 ตารางเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามการประมวล

ตารางที่ 4.5 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามการประมวล

ขั้นตอนการริเริ่มโครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
ตระหนักถึงข้อจำเป็นของโครงการ	จัดซื้อคอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูล อย่างเป็นระบบและง่ายต่อการใช้งาน	<p>ในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีสารสนเทศได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศมากยิ่งขึ้นอีกทั้งหน่วยงานต่างๆ ก็มีการใช้งานด้านเอกสารในเรื่องต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการสิ้นเปลืองทรัพยากรโดยเฉพาะเอกสารสำหรับการประชุมที่ค่อนข้างมีจำนวนมาก เป็นอุปสรรคในการบริหารจัดการ เช่น สถานที่จัดเก็บ ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ/บำรุงรักษา การสูญหาย และยากต่อการค้นหา ทำให้เสียเวลาในการเข้าถึงข้อมูลและการรับรู้ข่าวสารที่ล่าช้า ดังนั้น กรมบัญชีกลางจึงตระหนักถึงความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริหารขององค์การ มีความรู้และทักษะการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อบริหารงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานที่ได้อย่างคล่องตัว ด้วยอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย โดยสามารถเข้าใช้งานระบบสารสนเทศต่างๆ ของกรมบัญชีกลางได้อย่างสะดวก ง่าย และรวดเร็ว สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อผู้บริหารของกรมบัญชีกลางโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและง่ายต่อการใช้งาน การนำข้อมูลทางการคลังไปใช้ประโยชน์เพื่อการตัดสินใจ</p>

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
ตระหนักถึงข้อจำเป็น ของโครงการ	จัดซื้อคอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูล อย่างเป็นระบบและง่ายต่อการใช้งาน	และทำให้การดำเนินงานของกรมบัญชีกลางเกิดความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว และทันสมัย จึงทำให้องค์กรเกิดการประกวดราคาการจัดซื้อและติดตั้ง เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์หรือคอมพิวเตอร์ในชื่อของ “โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ งานระบบสารสนเทศผู้บริหาร” เพื่อการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูลในรูปแบบ ระบบ
เลือกปัจจัยที่ใช้คัดเลือก ผู้รับเหมา	คุณสมบัติของผู้ประสงค์จะเสนอราคา	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพขายพัสดุที่ประกวดราคาซื้อด้วย วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ - เป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการประกอบ ธุรกิจเกี่ยวกับการขายและ/หรือ การให้เช่า/ให้เช่าซื้อ ระบบคอมพิวเตอร์โดยตรง มาแล้วเป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๕ ปี นับจนถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา - ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องเป็นตัวแทนจำหน่ายระบบคอมพิวเตอร์ทั้ง Hardware และ Software ในประเทศไทยที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยต้องมีหนังสือ รับรองการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่าย และหนังสือนั้น ต้องมีอายุไม่เกิน ๙๐ วัน นับ จากวันที่ออกจนถึงวันที่ยื่นเอกสารประกวดราคา

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
เลือกปัจจัยที่ใช้คัดเลือกผู้รับเหมา	คุณสมบัติของผู้ประสงค์จะเสนอราคา	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีผลงานการจำหน่ายและติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ให้หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ หรือ ด้านการติดตั้งระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือระบบประชุมทางไกล อย่างน้อย ๑ แห่ง มูลค่าโครงการไม่น้อยกว่า ๕ ล้านบาทต่อหนึ่งสัญญา พร้อมทั้งแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงาน ซึ่งออกโดยหัวหน้าหน่วยราชการ หรือผู้มีอำนาจปฏิบัติราชการแทนโดยถูกต้องตามกฎหมายหรือสัญญาซื้อขาย แสดงให้กรมบัญชีกลางพิจารณาในวันยื่นขอเสนอ - ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ - ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น - ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น และ/หรือต้อง ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้เสนอราคากับผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ณ วันประกาศประกวดราคาซื้อด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
เลือกปัจจัยที่ใช้คัดเลือก ผู้รับเหมา	คุณสมบัติของผู้ประสงค์จะเสนอราคา	<ul style="list-style-type: none"> - บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ - บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement: e-GP) ต้องลงทะเบียนใน ระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ๓ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานระบบสารสนเทศผู้บริหาร - คู่สัญญาต้องรับจ่ายเงินผ่านบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่า ไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจรับจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ - ในกรณี ผู้ประสงค์จะเสนอราคาที่เป็นกิจการร่วมค้า กรมจะปฏิบัติตามแนวทางพิจารณาคูณสมบัติของ ผู้เสนอราคาที่เป็นกิจการร่วมค้า - ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทผู้ผลิตหรือตัวแทนบริษัทผู้ผลิต หรือตัวแทนจำหน่าย สำหรับ Hardware ที่เสนอ

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
เชิญชวนผู้รับเหมาให้มา ลงทะเบียนเพื่อทำ prequalification	ไม่พบข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> * ทางไปรษณีย์ ส่งถึง อธิบดีกรมบัญชีกลาง ถนนพระราม ๖ แขวงสามเสนใน เขต พญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐ * โทรศัพท์ ๐-๒๑๒๗-๗๒๔๐ * โทรสาร ๐-๒๑๒๗-๗๑๕๓ * ทางเว็บไซต์ http://www.cgd.go.th * e-Mail informat@cgd.go.th
พัฒนาแบบจำลองเพื่อ คัดเลือกผู้รับเหมา	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล
เก็บข้อมูลจากผู้รับเหมา ตามปัจจัยที่ใช้คัดเลือก ผู้รับเหมา	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล
จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อ พิจารณาคัดเลือก ผู้รับเหมา	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
ประเมินคุณสมบัติของ ผู้รับเหมาตามข้อมูลที่ได้ ได้มา	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล
เรียงลำดับความสามารถ ของผู้รับเหมาจากที่ได้ เก็บข้อมูลมา	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล
เชิญชวนประมูลงาน	ไม่พบข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> * ทางไปรษณีย์ ส่งถึง อธิบดีกรมบัญชีกลาง ถนนพระราม ๖ แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐ * โทรศัพท์ ๐-๒๑๒๗-๗๒๔๐ * โทรสาร ๐-๒๑๒๗-๗๑๕๓ * ทางเว็บไซต์ http://www.cgd.go.th * e-Mail informat@cgd.go.th
รับของประมูลงาน	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อ พิจารณาคัดเลือก ผู้รับเหมา	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล
คัดเลือกผู้รับเหมาที่ เสนอทางเลือกใหม่ สำหรับโครงการ	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล
คัดเลือกผู้รับเหมาที่ เสนอโครงการตาม รายละเอียดขอโครงการ	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล
การประชุมก่อนการเซ็น สัญญา	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
เซ็นสัญญา	ไม่พบข้อมูล	ไม่พบข้อมูล
การริเริ่มโครงการ		



4.4.6 ตารางเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามนโยบาย

ตารางที่ 4.6 การเปรียบเทียบการกำเนิดโครงการตามนโยบาย

ขั้นตอนการริเริ่มโครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
กำหนดนโยบาย	ไม่มีข้อมูลในส่วนนั้น	ไม่มีข้อมูลในส่วนนั้น
ปรับนโยบายให้เป็นแผนชาติ	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ที่ว่าด้วยเรื่องการสนับสนุนการใช้สื่อเพื่อสังคมทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น และสังคมออนไลน์เพื่อเป็นพลังหนุนเสริมในการพัฒนา
ปรับแผนชาติให้เป็นแผนกระทรวง	แผนของกระทรวงศึกษาธิการ	ไม่มีข้อมูลในส่วนนั้น
ปรับแผนกระทรวงให้เป็นแผนระดับกรม	แผนของสพฐ.	ไม่มีข้อมูลในส่วนนั้น
ปรับแผนระดับกรมให้เป็นโครงการ(การริเริ่มโครงการ)	โครงการ One Tablet PC Per Child	การแจกแท็บเล็ตของกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อเด็กนักเรียนในปัจจุบันโดยมุ่งเน้นให้กลุ่มนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
ปรับโครงการให้เป็น กิจกรรม	จัดทำหลักสูตรและการจัดการเรียนการ สอน	การใช้แท็บเล็ตพีซีนั้นช่วยส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน และส่งเสริมให้มีการพัฒนาหลักสูตรหรือการจัดการเรียนการสอนที่มีเทคโนโลยี สารสนเทศเป็นส่วนประกอบมากขึ้น
การริเริ่มโครงการ	เกิดขึ้นจากนโยบายของรัฐบาล	

4.4.7 ตารางเปรียบเทียบการริเริ่มโครงการตามกระบวนทัศน์ใหม่

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบการริเริ่มโครงการตามกระบวนทัศน์ใหม่

ขั้นตอนการริเริ่มโครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
พิจารณาเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น	การจัดตั้ง FTA <ul style="list-style-type: none"> - การเปิดเสรีทางการค้า - การลดภาษีส่งออกและนำเข้าผลไม้ระหว่างไทยกับจีน - การเปิดประชาคมอาเซียน 	จากการที่ผู้นำอาเซียน-จีน ได้ลงมติเห็นชอบให้มีการจัดตั้ง FTA โดยให้มีการลดภาษีขั้นต้นก่อน(Early Harvest) และเจรจาเปิดเสรีเต็มรูปแบบต่อไป โดยมีเป้าหมายให้เป็นเขตการค้าเสรีที่สมบูรณ์ภายใน 10 ปี และลดภาษีสินค้ากลุ่มแรกภายใต้ Early Harvest Program ในพิกัด 01-08 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2004 และภาษีจะลดลงเหลือ 0% ภายในปี 2006 สำหรับประเทศอาเซียนและจีน โดยครอบคลุมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจในทุกด้าน การเจรจาแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ (1) Early Harvest (2) FTA เปิดเสรีด้านการค้าสินค้า บริการ และการลงทุน (3) ขยายความร่วมมือด้านอื่นๆ เช่น การเกษตร, ICT, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้นและยังเร่งเปิดเสรีทั้งด้านการค้าสินค้า โดยการลดภาษีเร็วกว่ากรอบอาเซียน – จีน ดังนั้นไทยจึงหันมาสนใจตลาดในประเทศจีนมากขึ้น โดยการส่งออกของไทยไปยังจีนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 60% โดยในปี 2546 มีมูลค่าการค้าระหว่างสองประเทศกว่า 487,129 ล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าการส่งออก 236,057.9 ล้านบาท และมูลค่าการนำเข้า 251,071.5 ล้านบาท

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
พิจารณาเหตุการณ์ที่ กำลังจะเกิดขึ้น	การจัดตั้ง FTA <ul style="list-style-type: none"> - การเปิดเสรีทางการค้า - การลดภาษีส่งออกและนำเข้า ผลไม้ระหว่างไทยกับจีน - การเปิดประชาคมอาเซียน 	เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion : GMS) หรืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง 6 ประเทศ ประกอบไปด้วย ไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีนตอนใต้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 โดยโครงการนี้มีชื่อเต็มว่า GMS Economic Corridors หรือก็คือ ระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขยายตัวด้านอุตสาหกรรม การเกษตร การค้า การลงทุนและบริการ เพื่อให้เกิดการจ้างงาน, ยกระดับการครองชีพ, การถ่ายทอดเทคโนโลยีและการศึกษาระหว่างกัน, การใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยเพิ่มขีดความสามารถและโอกาสการแข่งขันในเวทีการค้าโลก ผ่านกลยุทธ์หลัก 3 ด้าน คือ สนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงระหว่างกัน (Connectivity) เพื่อให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) โดยการรวมกลุ่มกันในอนุภูมิภาค (Community)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ขั้นตอนการริเริ่ม โครงการ	เหตุการณ์	อ้างอิง
ริเริ่มโครงการให้ สอดคล้องกับเหตุการณ์ ที่กำลังจะเกิดขึ้น	โครงการสร้างสะพานมิตรภาพไทย-สปป.ลาว แห่งที่ 3 เพื่อการคมนาคมที่สะดวกสบาย และรวดเร็วมากขึ้น	โครงการสะพานมิตรภาพไทย - สปป.ลาว แห่งที่ 3 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการ พัฒนาเส้นทางคมนาคมที่อยู่ภายใต้ความร่วมมือของอนุภาคลุ่มน้ำโขง(GMS) ช่วย พัฒนาเส้นทางคมนาคมระหว่างไทยกับ สปป.ลาว ให้ครอบคลุมยิ่งขึ้นซึ่งจะช่วย เกื้อหนุนการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศเท่านั้นแต่ยังมีส่วน ในการเชื่อมโยงโครงข่ายถนนจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยไปยังบริเวณจีน ตอนใต้ด้วยระยะทางสั้นที่สุดและสะดวกกว่าเส้นทางทางบกอื่นๆ

4.5 สรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากวรรณกรรมต่างๆโดยแบ่งการริเริ่มโครงการออกเป็น 7 วิธีการริเริ่มโครงการดังนี้คือ (1) แผนกลยุทธ์ (2) การวิจัยการตลาด (3) การศึกษาความเป็นไปได้ (4) ความล้ำสมัยของสินทรัพย์ (5) การประมูล (6) นโยบายของรัฐ และ(7)กระบวนทัศน์ใหม่และได้แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของขั้นตอนการริเริ่มโครงการจริงประกอบในแต่ละขั้นตอนเหล่านั้นในรูปแบบของตารางเปรียบเทียบโดยตารางนี้ได้แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการริเริ่มโครงการที่ชัดเจนยิ่งขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

โครงการเป็นแผนงานที่จัดทำขึ้นอย่างมีระบบโดยประกอบด้วยกิจกรรมย่อยหลายกิจกรรมที่ต้องใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานและคาดหวังว่าจะได้ผลตอบแทนอย่างคุ้มค่าจะต้องมีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดในการดำเนินงานและคาดหวังที่จะได้ผลตอบแทนอย่างคุ้มค่าโดยมีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายอย่างชัดเจน มีพื้นที่ในการดำเนินงานเพื่อให้บริการและตอบสนองความต้องการของกลุ่มบุคคลในพื้นที่นั้น มีบุคคลหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการหรือโครงการกำหนดการปฏิบัติงานในรายละเอียดให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งช่วงความคิดการริเริ่มของโครงการ (Conception phase) เป็นช่วงแรกของโครงการเป็นการยอมรับว่ามีปัญหาที่เกิดขึ้นและหาทางแก้ปัญหา ในช่วงนี้จึงต้องมีการสำรวจสภาพแวดล้อมของผู้ใช้ ปัญหาที่เกิดขึ้นและวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ระบุทางเลือกต่างๆ ในการแก้ปัญหา ทรัพยากรที่ใช้ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของทางเลือกต่างๆ และคัดเลือกโครงการโดยผู้วิจัยนั้นได้มองเห็นความสำคัญในการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการริเริ่มของโครงการ โดยมีผู้เขียนหลายท่านได้กล่าวถึงไว้แล้วแต่ยังไม่ได้แสดงให้เห็นตัวอย่างของการริเริ่มโครงการที่ครอบคลุมครบถ้วน ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทำให้เข้าใจถึงการริเริ่มโครงการของแต่ละโครงการนั้นจะส่งผลกระทบต่อหน่วยงานและองค์กร ให้ประสบผลสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงวิธีการริเริ่มโครงการในอุตสาหกรรมต่างๆและแสดงตัวอย่างของการริเริ่มโครงการในแต่ละประเภทให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น และง่ายต่อการเข้าใจ

โดยจากการศึกษาวรรณกรรมมีการริเริ่มโครงการจากหลากหลายแหล่งข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมเนื้อหาและข้อมูลเพื่อให้เห็นเป็นการริเริ่มโครงการที่เป็นรูปธรรม และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวรรณกรรมมาเป็นแนวทางกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยโครงการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่า สาเหตุของการริเริ่มโครงการสามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท คือ การริเริ่มโครงการโดยแผนกลยุทธ์ การริเริ่มโครงการโดยการวิจัยการตลาด การริเริ่มโครงการโดยการศึกษาความเป็นไปได้ การริเริ่มโครงการโดยความล้าสมัยของสินทรัพย์ การริเริ่มโครงการโดยการประมูล การริเริ่มโครงการโดยแผนนโยบาย และการริเริ่มโครงการโดยกระบวนทัศน์ใหม่ โดยในแต่ละวิธีมีขั้นตอนการริเริ่มโครงการดังนี้

- การริเริ่มโครงการโดยแผนกลยุทธ์
 - กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)
 - กำหนดภารกิจหรือพันธกิจ (Mission)
 - กำหนดเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา (Goal)
 - กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์หรือยุทธศาสตร์ (Strategy)
 - กำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางการพัฒนา
 - การริเริ่มโครงการ
- การริเริ่มโครงการโดยการวิจัยการตลาด
 - วิเคราะห์สถานการณ์
 - ตรวจสอบอย่างมีระบบ
 - วิเคราะห์และการตีความของข้อมูล
 - จัดทำรายงาน
 - การริเริ่มโครงการ
- การริเริ่มโครงการโดยการศึกษาความเป็นไปได้
 - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน
 - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก
 - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน
 - การริเริ่มโครงการ
- การริเริ่มโครงการโดยความล้าสมัยของสินทรัพย์
 - การจัดหาทรัพย์สิน
 - การใช้งานบำรุงรักษา
 - การจำหน่ายทรัพย์สินเดิมและ/หรือเปลี่ยนทดแทนด้วยทรัพย์สินใหม่
 - การริเริ่มโครงการเพื่อหาทรัพย์สิน
- การริเริ่มโครงการโดยการประมูล
 - ตระหนักถึงข้อจำเป็นของโครงการ
 - เลือกปัจจัยที่ใช้คัดเลือกผู้รับเหมา
 - เชิญชวนผู้รับเหมาให้มาลงทะเบียนเพื่อทำprequalification
 - พัฒนาแบบจำลองเพื่อคัดเลือกผู้รับเหมา
 - เก็บข้อมูลจากผู้รับเหมาตามปัจจัยที่ใช้คัดเลือกผู้รับเหมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาคัดเลือกผู้รับเหมา
- ประเมินคุณสมบัติของผู้รับเหมาตามข้อมูลที่ได้มา
- เรียงลำดับความสามารถของผู้รับเหมาจากที่ได้เก็บข้อมูลมา
- เชิญชวนประมูลงาน
- รับของประมูลงาน
- จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาคัดเลือกผู้รับเหมา
- คัดเลือกผู้รับเหมาที่เสนอทางเลือกใหม่สำหรับโครงการ
- คัดเลือกผู้รับเหมาที่เสนอโครงการตามรายละเอียดขอโครงการ
- การประชุมก่อนการเซ็นสัญญา
- เซ็นสัญญา
- การริเริ่มโครงการ
- การริเริ่มโครงการโดยแผนนโยบาย
 - กำหนดนโยบาย
 - ปรับนโยบายให้เป็นแผนชาติ
 - ปรับแผนชาติให้เป็นแผนกระทรวง
 - ปรับแผนกระทรวงให้เป็นแผนระดับกรม
 - ปรับแผนระดับกรมให้เป็นโครงการ
 - ปรับโครงการให้เป็นกิจกรรม
 - การริเริ่มโครงการ
- การริเริ่มโครงการโดยกระบวนทัศน์ใหม่
 - พิจารณาถึงเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น
 - ริเริ่มโครงการให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิด

หลังจากทำการเก็บข้อมูลของโครงการต่างๆแล้วจึงนำมาเปรียบเทียบในตารางโดยแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดที่ชัดเจนและครบถ้วนตามขั้นตอนของการริเริ่มโครงการดังตารางที่ 4.1 ตารางที่ 4.2 ตารางที่ 4.3 ตารางที่ 4.4 ตารางที่ 4.5 ตารางที่ 4.6 และตารางที่ 4.7 ซึ่งผลการเปรียบเทียบการริเริ่มโครงการทั้ง 7 วิธีที่ได้จากกรอบแนวคิดสอดคล้องกับข้อมูลการริเริ่มโครงการจริง

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะวิเคราะห์อุตสาหกรรม

กระบวนการการริเริ่มโครงการนั้นมีความสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรมในการจัดทำโครงการเป็นอย่างมากเพราะจะทำให้ทราบถึงที่มาของการกำเนิดโครงการและจุดประสงค์ที่แท้จริงของโครงการซึ่งทำให้สามารถจัดทำโครงการที่มีวัตถุประสงค์และตอบสนองความต้องการได้อย่างชัดเจน ดังนั้นภาคอุตสาหกรรมสามารถนำงานวิจัยชิ้นนี้เป็นอีกหนึ่งแนวทางการศึกษาในการวางแผนการจัดทำโครงการ

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

งานวิจัยชิ้นนี้ได้นำเสนอการริเริ่มโครงการในประเภทต่างๆพร้อมทั้งตัวอย่างการริเริ่มโครงการที่ชัดเจนทั้งหมด 7 ประเภท ซึ่งผู้วิจัยท่านอื่นสามารถนำงานวิจัยชิ้นนี้ไปต่อยอดโดยการหาตัวอย่างเพิ่มเติมที่สามารถทำให้เห็นเด่นชัดของการริเริ่มโครงการมากยิ่งขึ้นและสามารถทบทวนวรรณกรรมเพราะอาจค้นพบการริเริ่มโครงการในประเภทอื่นได้อีก



อ้างอิง

- [1] สุภาพร พิศาลบุตร, (2550), การวางแผนและการบริหาร, กรุงเทพมหานคร: (ม.ป.ส.),
- [2] รัตนา สายคณิต, (2546), การบริหารโครงการ, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- [3] สุพาตา สิริกุตตา และ คณะ, (2543), การวางแผนและการบริหารโครงการ, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บ้านเสีร์รัตน์,
- [4] ปกรณ์ ปรียากร, (2546), การวางแผนกลยุทธ์แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เสมอธรรม,
- [5] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ, (2548), การวิจัยการตลาด, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธรรมสาร,
- [6] วีระพล สุวรรณนันทน์, (2534), การวิเคราะห์ความเป็นไปได้, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยพรีเมียร์พริ้นติ้ง,
- [7] กิตติ อินทรานนท์ และ คณะ, (2546), การจัดการ, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- [8] ประสพชัย พสุนนท์, (2555), การวิจัยการตลาด, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ท็อป,
- [9] โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และ คณะ, (2550), องค์การไม่ใช่เครื่องจักรการบริหารจัดการกระบวนทัศน์ใหม่, นนทบุรี: สำนักวิจัยสังคมและสุขภาพ,
- [10] เอกชัย อภิศักดิ์ และจตุพร เลิศล้ำ, (ม.ป.ป.), การวิจัยการตลาด, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล,
- [11] สมนึก แต่งเจริญ, (2540), นโยบายทางเศรษฐกิจ, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- [12] สุภาพร พิศาลบุตร, (2549), การวางแผนและการบริหารโครงการ, กรุงเทพมหานคร: โครงการศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต,
- [13] วันชัย ริจิวณิช และ ช่อม พลอยมีค่า, (2545), เศรษฐศาสตร์วิศวกรรม, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- [14] มยุรี อนุমানราชชน, (2546), การบริหารโครงการ, เชียงใหม่ :คณินิจการพิมพ์,
- [15] ปกรณ์ ปรียากร, (2553), การบริหารโครงการ แนวคิดและแนวทางในการสร้างความสำเร็จ, กรุงเทพมหานคร :สำนักพิมพ์เสมอธรรม,
- [16] สุวิมล ติรกานันท์, (2547), การประเมินโครงการ แนวทางสู่การปฏิบัติ, กรุงเทพมหานคร :โรงพิมพ์จุฬามหาวิทยาลัย,

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- [17] ศูนย์สื่อการเรียนรู้ สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร, (ม.ป.ป.), เข้าถึงได้จาก:
http://www.bmamedia.in.th/index.php?option=com_content&task=view&id=546&Itemid=51 (วันที่ค้นข้อมูล: 1 ธันวาคม 2556),
- [18] กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, (2547), การเปิดการค้าเสรี (FTA) ไทยจีน, เข้าถึงได้จาก:
<http://www.ryt9.com/s/ryt9/151344> (วันที่ค้นข้อมูล: 27 พฤศจิกายน 2556),
- [19] เขตการค้าเสรีอาเซียน/ไทย-จีน(ASEAN/Thailand -China FTA), (ม.ป.ป.), เข้าถึงได้จาก:
http://www.thaifta.com/thaifta/Portals/0/file/fta_pro_ascn29mar.html (วันที่ค้นข้อมูล: 27 พฤศจิกายน 2556),
- [20] ทำความรู้จัก GMS ระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง, (ม.ป.ป.), เข้าถึงได้จาก:
<http://aec.kapook.com/view56325.html> (วันที่ค้นข้อมูล: 25 พฤศจิกายน 2556),
- [21] ตลาดในสื่อแว่นแข่งเดือดแรงขยายโอกาสสู่ตลาดAEC, (ม.ป.ป.), เข้าถึงได้จาก:
http://www.marketeer.co.th/feature_detail_new.php?news_feature_id=115#.Utt9pmT-ITJ (วันที่ค้นข้อมูล: 11 ธันวาคม 2556),
- [22] โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานระบบสารสนเทศผู้บริหาร, (ม.ป.ป.), เข้าถึงข้อมูลได้จาก:
<http://www.cgd.go.th/wps/wcm/connect/1d4d800041aaa3f19f80ff95ebf45f1b> (วันที่ค้นข้อมูล: 11 ธันวาคม 2556),
- [23] กรมบัญชีกลาง, (ม.ป.ป.), เข้าถึงข้อมูลได้จาก:
http://www.mof.go.th/home/service_link/index.php/2011-02-02-07-15-07 (วันที่ค้นข้อมูล: 11 ธันวาคม 2556),
- [24] นิคมอุตสาหกรรม 304 อินดัสเตรียลพาร์ค, (ม.ป.ป.), เข้าถึงข้อมูลได้จาก:
<http://www.304industrialpark.com/th/> (วันที่ค้นข้อมูล: 10 ธันวาคม 2556),
- [25] โครงการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์เพื่อทดแทน, (ม.ป.ป.), เข้าถึงข้อมูลได้จาก:
http://www.onab.go.th/attachments/4166_TorD2-27-1-54.pdf (วันที่ค้นข้อมูล: 12 ธันวาคม 2556),
- [26] สำนักงานพระพุทธศาสนา, (ม.ป.ป.), เข้าถึงข้อมูลได้จาก:
http://www.onab.go.th/index.php?option=com_content&view=category&id=37&Itemid=65 (วันที่ค้นข้อมูล: 12 ธันวาคม 2556),