



แผนธุรกิจสินค้าจากทุเรียน “Loverian”

โดย

นายศิวพงศ์ เลิศภูวิวัฒน์

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 414 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

แผนธุรกิจสินค้าจากทุเรียน “Loverian”

โดย

นายศิวพงศ์ เลิศภูวิวัฒน์

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 414 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

BUSINESS PLAN OF DURIAN PRODUCTS “LOVERIAN”

BY

Mister Siwapong Lertphuviwat

A Business Plan Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

Bachelor of Business Administration Program in General Business Management

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

2019

12600094 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

สำคัญ : แผนธุรกิจ / ธุรกิจขายสินค้าจากทุเรียน Loverian

ศิวพงศ์ เลิศภูวิวัฒน์ : ธุรกิจขายสินค้าจากทุเรียน Loverian. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา. 42 หน้า

บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจ Loverian เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ จากทุเรียน โดยที่มีสินค้าเป็นทุเรียนสดพันธุ์ต่าง ๆ ทุเรียนกวน และทุเรียนทอด ซึ่งเป็นทุเรียนที่มาจากสวนของทางธุรกิจ โดยจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ 2 ช่องทาง ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าผ่านทางหน้าร้าน ซึ่งร้านจะตั้งอยู่ที่ 60 ถนนศรีเวียง ตำบลนาสาร อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84120 ใกล้กับตลาดเทศบาลเมืองนาสาร และการจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าออนไลน์ ทั้งทาง Facebook, Instagram, Line, Shopee, และ Lazada เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่าย สะดวกและรวดเร็วกว่าเดิม

กลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจจะเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไป ทุกเพศ ทุกวัย เป็นผู้ที่มีรายได้ปานกลางไปจนถึงผู้ที่มีรายได้สูง ซึ่งในประเทศไทยเองทุเรียนก็เป็นหนึ่งในผลไม้ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ความต้องการทุเรียนในประเทศสูง จึงเป็นหนทางที่ธุรกิจจะสามารถนำทุเรียนที่ปลูกไว้ออกมาขายได้

ธุรกิจได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้เป็นสินค้าจากทุเรียนคุณภาพดี มีตั้งแต่ราคาปานกลางไปจนถึงราคาสูง โดยที่สินค้าของธุรกิจจะมีการควบคุมคุณภาพของสินค้าตามมาตรฐาน ขององค์การอาหารและยา (อย.) เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดี ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความจงรักภักดี ทำให้เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อ

ธุรกิจได้มีการนำกลยุทธ์ในด้านต่างๆ มาใช้เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามแผนธุรกิจ และทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางการเงินผ่านงบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด ทำให้ทราบถึงความเสี่ยงและผลตอบแทนของการลงทุนในธุรกิจ โดยมีการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานเป็นระยะๆ เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และเติบโตอย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจ Loverian มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 57,895,241 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) อยู่ที่ 159.037% ซึ่งมากกว่าต้นทุนของเงินลงทุน ทำให้ธุรกิจสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาประมาณ 7 เดือน

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สามารถประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อมรินทร์ เทวตา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ ที่คอยให้ คำปรึกษา ให้ความรู้ ชี้แนะแนวทาง รวมถึงช่วยตรวจสอบแก้ไข และปรับปรุงข้อบกพร่องให้แผนธุรกิจนี้ให้ เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากในการทำแผนธุรกิจ ผู้จัดทำแผนธุรกิจขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านสำหรับความรู้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษา ที่เป็นส่วนหนึ่งในการทำแผน ธุรกิจนี้ และขอขอบพระคุณผู้ที่ทำงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ที่ช่วยให้ข้าพเจ้าได้นำงานวิจัยนั้นมาประยุกต์ใช้ที่ ทำให้งานของข้าพเจ้าดำเนินไปอย่างราบรื่น

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่คอยให้คำปรึกษา ให้ข้อมูลในการทำแผนธุรกิจนี้ และ เป็นกำลังที่ดีในการทำแผนธุรกิจนี้จนเสร็จสมบูรณ์ และขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่ให้คำปรึกษามาโดยตลอด

นายศิวพงศ์ เลิศภูวิวัฒน์

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ	
ประวัติความเป็นมา	1
แนวคิดในการดำเนินธุรกิจ	2
ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ	2
สถานะตลาด	2
ความสามารถทางการแข่งขัน	3
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	3
กลยุทธ์ทางการตลาด	3
วัตถุประสงค์	3
2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	4
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	5
การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด หรือ Five Force Model	6
การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis	7
การวิเคราะห์ TOWS matrix	9

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	แผนการบริหารและการจัดการ
	โครงสร้างองค์กร10
	วิสัยทัศน์11
	พันธกิจ11
	เป้าหมายทางธุรกิจ12
	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ12
	แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ13
4	แผนการตลาด
	เป้าหมายทางการตลาด14
	การแบ่งส่วนตลาด14
	กลุ่มตลาดเป้าหมาย15
	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์16
	กลยุทธ์ทางการตลาด17
5	แผนการดำเนินงาน
	สถานประกอบการในการขายสินค้า20
	การวางแผนการดำเนินงาน20
6	แผนการเงิน
	เป้าหมายทางการเงิน24
	โครงสร้างเงินทุน24
	การประมาณการงบการเงิน28

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
7	แผนฉุกเฉิน
	การวิเคราะห์ความเสี่ยงของธุรกิจ37
	แผนในอนาคตของธุรกิจ40
	บรรณานุกรม41
	ประวัติผู้จัดทำ42

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	ตารางแสดงกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix9
2	ตารางแสดงแผนงานด้านบุคลากรของธุรกิจ10
3	ตารางแสดงงบประมาณในการลงทุน25
4	ตารางแสดงการใช้เงินลงทุนในการดำเนินกิจการเบื้องต้น25
5	ตารางแสดงรายละเอียดสินทรัพย์ถาวร26
6	ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดเบื้องต้น28
7	ตารางแสดงที่มาของรายได้ของธุรกิจ28
8	ตารางแสดงการประมาณการรายได้ที่เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 15 ในทุกๆปี สำหรับปีที่ 1-529
9	ตารางแสดงต้นทุนในการทำสวนทุเรียนและการแปรรูปสินค้าทั้งหมดต่อปี29
10	ตารางแสดงการประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนขายสินค้า สำหรับปีที่ 1-530
11	ตารางแสดงอัตราเงินเดือนพนักงานของธุรกิจ Loverian30
12	ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปีที่ 1-531
13	ตารางแสดงมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร และค่าเสื่อมราคา32
14	ตารางแสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนของธุรกิจ Loverian33
15	ตารางแสดงประมาณการงบกระแสเงินสดของธุรกิจ Loverian34
16	ตารางแสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงินของธุรกิจ Loverian35
17	ตารางแสดงการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) และ ระยะเวลาคืนทุน (เดือน)36
18	ตารางแสดงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ผลกระทบต่อธุรกิจ และแนวทางการแก้ไข38

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 โครงสร้างองค์กร	10
2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ	16

บทที่ 1

บทนำ

ประวัติความเป็นมา

ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญมากชนิดหนึ่งของประเทศไทย ถูกจัดให้เป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศ เป็นไม้ผลที่ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างสูง มีศักยภาพในการขยายตลาด การส่งออกได้มาก โดยแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ในภาคตะวันออกและภาคใต้ จากผลการสำรวจข้อมูลไม้ผลเศรษฐกิจภาคใต้ พบว่า เนื้อที่ยืนต้นของทุเรียนภาคใต้ ปี 2562 มีจำนวน 501,845 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 35,290 ไร่ หรือร้อยละ 8 เนื้อที่ให้ผล มีจำนวน 387,822 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 28,515 ไร่ หรือร้อยละ 8 ปริมาณผลผลิตรวม 445,220 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 140,953 ตัน หรือร้อยละ 46 โดยผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล อยู่ที่ 1,148 กิโลกรัมต่อไร่ เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 301 กิโลกรัม หรือร้อยละ 36 สำหรับผลผลิตทุเรียนของทางภาคใต้จะออกมาที่มากที่สุดที่จังหวัดชุมพร รองลงมาคือ นครศรีธรรมราช โดยผลผลิตในฤดูของทางภาคใต้เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน และจะออกมากในช่วงกลางเดือนถึงปลายเดือนสิงหาคม 2562 (ร้อยละ 34 ของผลผลิตภาคใต้ทั้งหมด) ซึ่งราคาเฉลี่ยทุเรียนพันธุ์หมอนทองที่เกษตรกรขายได้ที่สวนเฉลี่ยอยู่ที่ 93.29 บาท/กิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 19 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562)

จากที่กล่าวมาทางผู้บริหารได้มีการทำสวนทุเรียนอยู่ด้วย และมีทุเรียนที่ได้ปลูกไว้หลายสายพันธุ์ด้วยกัน เช่น หมอนทอง ก้านยาว และชะนี ซึ่งการขายทุเรียนก็มีทั้งแบบขายปลีก ขายส่ง และขายแบบแปรรูป เช่น ทุเรียนทอด ซึ่งจะได้ราคาขายแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงในแต่ละแบบ โดยราคาขายทุเรียนสดจะได้แก่ ทุเรียนหมอนทองจะมีราคาขายอยู่ที่ประมาณ 100-130 บาทต่อกิโลกรัม ทุเรียนก้านยาวจะมีราคาขายอยู่ที่ประมาณ 125-165 บาทต่อกิโลกรัม และทุเรียนชะนีจะมีราคาขายอยู่ที่ประมาณ 60-80 บาทต่อกิโลกรัม (kasetprice, 2563) ทุเรียนทอดจะมีราคาขายอยู่ที่ประมาณ 800-1,200 บาทต่อกิโลกรัม และทุเรียนกวนจะมีราคาขายอยู่ที่ประมาณ 200-250 บาทต่อกิโลกรัม

ด้วยเหตุนี้แผนธุรกิจนี้จึงจะนำเสนอธุรกิจที่เกี่ยวกับการขายสินค้าจากทุเรียน โดยใช้ชื่อว่า “Loverian” มาจากการรวมกันของคำว่า “Love” แปลว่า “ความรัก” และ “rian” จากคำว่า “Durian” แปลว่า “ทุเรียน” รวมกันเป็นคำว่า “Loverian” โดยสามารถแปลเป็นภาษาไทยได้ว่า “รักเรียน” หมายความว่าธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่มีความรักและชื่นชอบในผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทุเรียน ซึ่งธุรกิจนี้มีผลิตภัณฑ์จากทุเรียนมากมายไม่ว่าจะเป็นทุเรียนสด และทุเรียนแปรรูป เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีกลิ่นและรสชาติเฉพาะตัว โดยเนื้อในจะเหมือนคัสตาร์ด มีรสชาติหวาน สามารถรับประทานได้ทั้งสุกและห้ามตามแต่คนชอบ มี

คุณค่าทางโภชนาการมากมาย อุดมไปด้วยสารอาหารต่าง ๆ เช่น คาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน วิตามินเอ วิตามินบี1 วิตามินบี2 วิตามินบี6 วิตามินซี ธาตุแคลเซียม ธาตุเหล็ก ธาตุฟอสฟอรัส ธาตุแมงกานีส ฯลฯ แม้แต่เมล็ดก็รับประทานได้แต่ต้องทำให้สุกก่อน นอกจากนี้ยังนำไปแปรรูปได้อย่างหลากหลาย เช่น ทุเรียนกวน และทุเรียนทอด ด้วยเหตุนี้ทุเรียนจึงเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศไทยรวมถึงต่างประเทศด้วยเช่นกัน

แนวคิดในการดำเนินธุรกิจ

ผู้บริหารได้มีความสนใจและศึกษาตลาดของการขายทุเรียน เนื่องจากทุเรียนถูกยกย่องให้เป็นราชาของผลไม้ที่เป็นที่นิยม และเป็นที่ยอมรับของผู้คนเป็นจำนวนมาก ทั้งมีกลิ่น รสสัมผัส และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ตามแต่ละสายพันธุ์แตกต่างกันไป อีกทั้งยังสามารถนำมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและยืดระยะเวลาเก็บรักษาได้ยาวนานยิ่งขึ้นไปอีก และยังเป็นที่ต้องการของตลาดเป็นจำนวนมากอีกด้วย จึงเป็นสาเหตุให้ผู้บริหารเล็งเห็นช่องทางที่จะทำธุรกิจนี้

ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ

ธุรกิจนี้มีผลิตภัณฑ์มากมาย ไม่ว่าจะเป็นทุเรียนสดมากมายหลายสายพันธุ์ไม่ว่าจะเป็น พันธุ์หมอนทอง พันธุ์ก้านยาว พันธุ์ชะนี และอื่นๆ ที่มีให้เลือกหลากหลายขนาดและหลากหลายระดับความสุกได้ตามที่ลูกค้าต้องการ และมีทุเรียนแปรรูปได้แก่ ทุเรียนทอด และทุเรียนกวน

สถานะตลาด

สภาพตลาดทุเรียนไทยในช่วงปี 2560-2562 อัตราการขยายตัวของผลผลิตทุเรียนไทยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 26% ผลผลิตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 1.5 แสนตัน ปี 2562 ไทยผลิตทุเรียนได้ 1 ล้านตัน และในปี 2563 คาดมีผลผลิตออกทั้งหมด 1.1 ล้านตันเพิ่มขึ้น 15% โดยภาคตะวันออกให้ผลผลิตมากที่สุดคิดเป็น 55% ของผลผลิตทุเรียนทั้งประเทศ และภาคใต้ 36% และในระหว่างปี 2553 ถึง 2562 การส่งออกทุเรียนสดของไทยไปตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 207,501 ตัน เป็น 655,346 ตัน ในปี 2562 โดย 98% ส่งออกไป 3 ตลาดคือจีน 375,299 ตัน คิดเป็นสัดส่วน 57% ไปเวียดนาม 164,526 ตัน คิดเป็นสัดส่วน 25% และไปฮ่องกง 101,348 ตัน คิดเป็นสัดส่วน 15% มูลค่าส่งออกทุเรียนสดปี 2562 โดยรวมเท่ากับ 45,000 ล้านบาท ในปี 2562 ไทยส่งออกทุเรียนสดเป็นส่วนใหญ่ ตามด้วยการส่งออกทุเรียนอบแห้งมูลค่าปีละ 200 ล้านบาท ตลาดหลักเป็นจีนและฮ่องกง คิดเป็นสัดส่วนจีน 53% และฮ่องกง 18% และมีการส่งออกทุเรียนแช่แข็งปีละ 5,380 ล้านบาท ตลาดหลักจีน สหรัฐฯ ออสเตรเลีย และแคนาดา (ฐานเศรษฐกิจ, 2563) ซึ่งสภาพการตลาดของทุเรียนไทยเป็นเช่นนี้ ผู้บริหารจึงเล็งเห็นว่าเหมาะแก่การประกอบธุรกิจขายทุเรียนอย่างยิ่ง

ความสามารถทางการแข่งขัน

ในประเทศไทยมีเกษตรกรผู้ทำสวนทุเรียนเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากความต้องการของตลาดที่มีมากอยู่แล้ว ทำให้ราคาทุเรียนในประเทศไทยยังมีราคาสูงทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีนที่เป็นประเทศรายใหญ่ที่นำเข้าทุเรียนจากประเทศไทย ก็มีความต้องการทุเรียนไทยเป็นอย่างมากเช่นกัน จึงเป็นหนทางที่สามารถขายทุเรียนได้เนื่องจากเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมยาวนานและยังได้รับความนิยมอยู่เรื่อยๆทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ต่ำไปจนถึงรายได้สูง เพราะว่าทางธุรกิจเรามีทุเรียนมากมายหลายระดับราคา ที่มีตั้งแต่ราคาถูกไปจนถึงราคาแพง และยังสามารถนำไปเป็นของฝากได้อีกด้วย

กลยุทธ์ทางการตลาด

ธุรกิจได้เลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจในอนาคต
2. เพื่อศึกษาถึงสภาพการแข่งขันทางการตลาดของทุเรียนไทย
3. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจในตลาดของทุเรียนไทยเพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้

บทที่ 2

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ปี 2563 เศรษฐกิจไทยเปิดศักราชใหม่ด้วยความหวังว่าจะกลับมาขยายตัวดีกว่าปีก่อน แต่ภาวะ "VUCA World" มาจากคำว่า Volatility (ความผันผวน) Uncertainty (ความไม่แน่นอน) Complexity (ความสลับซับซ้อน) และ Ambiguity (ความคลุมเครือ) ซึ่งเป็นคำที่ใช้เรียกสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย TMA, 2563) ทำให้เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มจะชะลอตัวและต่ำกว่าระดับศักยภาพต่ออีกปี เนื่องจากยังไม่ทันข้ามเดือนแรกของปีก็เกิดภาวะการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในหลายประเทศโดยเฉพาะจีน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจและการจ้างงานของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวจำนวนมาก ถ้าจะเปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจนก็เหมือนคนที่เดิมคาดว่าจะออกวิ่งเหยาะ ๆ กลับกลายเป็นได้แค่เพียงเดินประคองตัวเท่านั้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

ในช่วง COVID-19 เริ่มระบาดหนักในประเทศจีน ผู้บริโภคทุเรียนชาวไทยคิดว่าปีนี้จะได้กินทุเรียนราคาถูกลง เพราะคาดกันว่าทุเรียนจากสวนในไทยจำนวนมากจะส่งไปขายในจีนไม่ได้ แต่ปรากฏว่าตอนนี้ราคาทุเรียนขายปลีกที่พบทั่วไป ยังสูงถึงกิโลกรัมละ 150-170 บาท ใกล้เคียงกับปีก่อน จีนประกาศปิดบางเมืองช่วงปลายเดือนมกราคม ทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนเดือดร้อน เพราะตลาดใหญ่ในกวางโจว ที่แม้ไม่ได้ปิดเมือง แต่ก็เหมือนปิด ไม่มีตลาดรับซื้อ คนจีนไม่ออกมาจับจ่าย พ่อค้าชาวจีนที่เข้ามาตั้งโรงรับซื้อและคัดบรรจุผลไม้หรือเรียกว่า “ล้งจีน” ที่เคยเหมาทุเรียนต้นฤดู กิโลกรัมละ 150-180 บาท ทิ้งเงินมัดจำ ขอยกเลิกออร์เดอร์นำเข้าจากประเทศไทย ด้านชายแดนก็ไม่มีคนงานจีนเข้าไปทำงาน ตั้งแต่ช่วงเทศกาลตรุษจีน ด้านบ่อห่านและด่านโมฮาน มณฑลยูนนาน ไม่ปิดการนำเข้าและส่งออก แต่ไม่อนุญาตให้บุคคลภายนอกที่ไม่ใช่คนจีนเข้าไปผลไม้จึงตกค้างอยู่ที่จุดนั้น

แต่เหตุการณ์กลับพลิกผัน จีนปลดล็อกคาวนเร็วกว่าที่คาด พอดีจังหวะที่ทุเรียนไทยออกสู่ตลาด คนจีนที่ถูกปิดเมืองก็อยากอุดหนุนสินค้าโดยเฉพาะอาหาร ล้งทุเรียนจึงกลับมารับซื้อไม่อั้น ทุเรียนที่ล้งรับซื้อหน้าสวน ราคาจึงไม่ถูกเสียแล้ว ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2563 เป็นต้นมา ราคารับซื้อที่สวนสูงถึงกิโลกรัมละ 125 บาท แพงที่สุดในเดือนมีนาคม เกือบกิโลกรัมละ 140 บาท แล้วค่อยๆ ปรับลงมา ซึ่งสัปดาห์แรกของเดือนพฤษภาคมอยู่ที่ 104 บาท (ข่าวไทยพีบีเอส, 2563)

แม้ในช่วงเริ่มการระบาดของโรค COVID-19 จะทำให้ล้างชะงัก หรือชะลอการเหมาสวนแต่เมื่อสถานการณ์ดีขึ้น กลับพบว่า ความต้องการจากตลาดจีนยังคงมีสูง จึงทำให้เกิดการแย่งซื้อ แต่ราคาปลายทางที่ขายได้ไม่ได้สูงตามไปด้วย เพราะมีผู้ค้าจำนวนมาก และจากราคาทูเรียนที่สูงขึ้นจูงใจ ทำให้เกษตรกรขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มกว่า 13,000-14,000 ไร่ต่อปี คาดว่าจะเต็มพื้นที่ในอีก 2 ปีข้างหน้า เนื่องจากมีแหล่งน้ำเป็นตัวแปรสำคัญ (ข่าวไทยพีบีเอส, 2563)

จากข่าวที่นำเสนอออกมา ผู้ประกอบการชาวสวนทุเรียนมองว่า “ ราคาทุเรียนที่สูงส่วนหนึ่งเพราะล้างปั่นราคา ไม่ใช่มาจากการต้องการของตลาดจีนทั้งหมด เพราะกำลังซื้อของจีนชะลอลงจากปัญหาเศรษฐกิจเหมือนกัน ผลจากราคาถูกปั่นจนสูง อาจส่งผลให้ชาวสวนทุเรียนเข้าใจว่า ตลาดเปิดกว้าง จึงตัดสินใจขยายพื้นที่ปลูกไป ”

เราคงไม่อยากให้ทุเรียนล้นตลาด และเกิดปัญหาในวันข้างหน้า เพราะการขยายพื้นที่ปลูกไปเรื่อยๆ ไม่อยู่บนฐานความต้องการที่แท้จริง ส่วนราคาทุเรียนที่ในประเทศแพงระดับร้อยละกว่าบาท จุดเปลี่ยนคือการเปิดตลาดส่งไปจีนปริมาณมากเมื่อ 4-5 ปีก่อน เป็นราคาที่ผู้บริโภคทุเรียนต้องรับภาระหนึ่งแล้ว

ขณะที่ สำนักข่าวซินหัวรายงานว่า ความต้องการบริโภคทุเรียนของจีนเพิ่มสูงขึ้น เมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา ใน 6 เดือนแรกของปี 2019 การส่งออกทุเรียนไปยังประเทศจีน มีมูลค่าถึง 425 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ 1.37 หมื่นล้านบาท (ข่าวไทยพีบีเอส, 2563)

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

1. ด้านการบริหารจัดการ ธุรกิจได้มีการทำสวนทุเรียนเป็นพื้นที่จำนวน 100 ไร่ และมีจำนวนต้นทุเรียนที่ปลูกไว้ให้ผลได้อีกประมาณ 1,000 ต้น ซึ่งธุรกิจได้มีการศึกษาถึงข้อมูลในการทำสวนทุเรียน วิธีการดูแลทุเรียนไม่ให้เกิดความเสียหายจากศัตรูพืชต่างๆ การบำรุงต้นทุเรียนเพื่อให้ออกผลให้ได้ขนาดตามที่กำหนดไว้ และวิธีการเก็บเกี่ยวผลที่ถูกต้องเพื่อไม่ให้ต้นทุเรียนเกิดความเสียหาย รวมถึงการแก้ปัญหาที่เกิดจากความแห้งแล้งของฤดูกาลตามธรรมชาติเพื่อไม่ให้ขาดผลผลิต

2. ด้านการผลิต ธุรกิจได้มีการควบคุมการผลิตให้ดีเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยจะมีการควบคุมการให้ปุ๋ยให้น้ำแก่ต้นทุเรียน รวมถึงการให้อาหารเสริมเพื่อบำรุงต้นไม้อีกด้วย และทำการดูแลเรื่องการจัดศัตรูพืชต่างๆ เพื่อไม่ให้ผลทุเรียนเสียหาย ในส่วนของการแปรรูปทุเรียนนั้นธุรกิจยังได้มีการควบคุมในการความสะอาดในแต่ละขั้นตอนของการแปรรูปให้เป็นไปตามมาตรฐานตามที่หน่วยงานรัฐบาลได้กำหนดขึ้น

3. ด้านการตลาด ธุรกิจได้ใช้หลักการของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตอบสนองต่อ

วัตถุประสงค์ทางการตลาดเป้าหมายของธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย 1. Product คือ ผลิตภัณฑ์ 2. Price คือ ราคาขาย 3. Place คือ สถานที่จัดจำหน่าย และ 4. Promotion คือ การวางแผนการส่งเสริมการขาย

4. ด้านการเงิน ธุรกิจได้มีสวนทุเรียนเป็นของตัวเองอยู่แล้ว ทำให้ได้เปรียบในด้านต้นทุนต่างๆ เช่น ต้นทุนในการขนส่ง และต้นทุนบางส่วนในการเก็บรักษา ทำให้ลูกค้าได้ซื้อสินค้าในราคาถูกลง เนื่องจากเป็นราคาที่มาจากชาวสวนโดยตรง และยังมีการจัดทำระบบบัญชีการเงินที่เป็นมาตรฐาน เพื่อตรวจสอบข้อมูลการใช้งบประมาณทางการเงินของธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด หรือ Five Force Model

Five Forces Model คือ เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางการตลาดของ Michael Potter ซึ่งเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยเครื่องมือนี้ถูกนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาดที่เรา กำลังดำเนินธุรกิจอยู่ หรือกำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาดที่เราอยู่ ซึ่งไม่จำเป็นว่าธุรกิจที่จะต้องเป็นขนาดใหญ่เสมอไป เพราะความเป็นจริงแล้วธุรกิจเล็กๆอย่างร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดก็ควรที่จะใช้เครื่องมือนี้เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์เป็น 5 ปัจจัยที่มีแรงกระทำกับธุรกิจโดยตรง (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2559) ดังนี้

1. อำนาจต่อรองจากลูกค้า (The Bargaining Power of Customers)

สภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นในปัจจุบันทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการซื้อสินค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจจึงจะต้องหาทางปรับตัวโดยการสร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ของสินค้า พัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ดียิ่งขึ้น และสร้างความน่าเชื่อถือของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองของธุรกิจ และลดอำนาจการต่อรองของลูกค้า โดยที่ไม่ต้องเพิ่มต้นทุนหรือลดราคาขายลง เพื่อรายได้และกำไรให้แก่ธุรกิจ

2. อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (The Bargaining Power of Suppliers)

ธุรกิจได้มีการทำสวนทุเรียนเป็นของตัวเองอยู่แล้ว จึงนับว่าเป็นผู้ผลิตไปด้วย ซึ่งปัจจัยที่ธุรกิจต้องเจอในการทำสวนทุเรียนนี้จะเป็นปัจจัยทางด้านสภาพอากาศ เช่น ปริมาณฝนที่ตกในแต่ละปี ความแห้งแล้งของสภาพอากาศ เป็นต้น ปัจจัยในการเลี้ยงดูต้นทุเรียน เช่น ปุ๋ย สารอาหารบำรุงต้นทุเรียน ยากำจัดศัตรูพืช ยากำจัดแมลง เป็นต้น โดยปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความผันผวนของต้นทุนของสินค้าได้

3. การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants)

คู่แข่งสามารถเข้ามาสู่ตลาดในการค้าทุเรียนได้ไม่ยาก เห็นได้จากพื้นที่ในการปลูกทุเรียนในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นในทุกปี โดยในปี 2558 ประเทศไทยมีเนื้อที่ยืนต้นจำนวน 771,248 ไร่ และมีเนื้อที่ให้ผลจำนวน 620,887 ไร่ ปี 2559 มีเนื้อที่ยืนต้นจำนวน 803,317 ไร่ และมีเนื้อที่ให้ผลจำนวน 629,053 ไร่ ปี 2560 มีเนื้อที่ยืนต้นจำนวน 838,714 ไร่ และมีเนื้อที่ให้ผลจำนวน 643,030 ไร่ ปี 2561 มีเนื้อที่ยืนต้นจำนวน 879,813 ไร่ และมีเนื้อที่ให้ผลจำนวน 676,249 ไร่ และในปี 2562 มีเนื้อที่ยืนต้นจำนวน 937,607 ไร่ และมีเนื้อที่ให้ผลจำนวน 724,730 ไร่ ซึ่งเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการแข่งขันที่รุนแรง และมีปริมาณความต้องการของตลาดสูง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2563)

4. การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes Products)

ผลิตภัณฑ์จากทุเรียนของเราจัดอยู่ในประเภทผลไม้สดและผลไม้แปรรูป ซึ่งผลไม้แต่ละชนิดย่อมมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปทั้งในเรื่องรสชาติและเนื้อสัมผัสเมื่อทานเข้าไป ซึ่งทุเรียนนับว่าเป็นผลไม้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอย่างสูงที่ไม่มีเหมือนผลไม้ชนิดไหนเลย แต่ในปัจจุบันมีสินค้าจากผลไม้แปรรูปเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่ลูกค้าอาจเกิดการเปรียบเทียบสินค้าขึ้น แล้วเลือกซื้อสินค้าจากผลไม้แปรรูปอื่นมาทดแทนได้ ธุรกิจจึงได้มีการคัดสรรทุเรียนที่มีคุณภาพดีเพื่อนำมาแปรรูปเป็นสินค้าที่มีรสชาติดี เป็นเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และยังคงเอกลักษณ์ของทุเรียนเอาไว้

5. การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Current Competitors)

ในธุรกิจการขายทุเรียนนี้มีการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องด้วยในประเทศไทยมีเกษตรกรผู้ทำสวนทุเรียนอยู่เป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้ธุรกิจมีการแข่งขันที่สูงขึ้น อีกทั้งยังมีคู่แข่งจากต่างประเทศ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ ที่เป็นประเทศที่มีการปลูกและส่งออกทุเรียนเป็นจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจจึงต้องปรับตัวอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT หรือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์สำหรับการประกอบธุรกิจ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด จากทรัพยากรและทักษะที่ธุรกิจมี และลดโอกาสล้มเหลวผ่านการศึกษาคู่แข่งและสิ่งกีดขวางที่เราอาจไม่คาดคิด ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารรู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุกประเภท ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

- ธุรกิจมีสวนทุเรียนเป็นของตัวเอง
- เจ้าของธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี
- ต้นทุนของสินค้ามีราคาต่ำ
- สามารถคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพมาเพื่อจำหน่ายได้

จุดอ่อน (Weakness)

- ผลผลิตเลี้ยงดูได้ค่อนข้างลำบากและใช้เวลาในการเลี้ยงดูที่ค่อนข้างนาน
- ปริมาณผลผลิตในแต่ละฤดูกาลไม่แน่นอน
- ที่ตั้งของสวนตั้งอยู่ในที่ห่างไกล ทำให้ใช้เวลาเดินทางค่อนข้างนาน

โอกาส (Opportunities)

- ทุเรียนเป็นผลไม้ยอดนิยมของคนในประเทศไทยและต่างประเทศ ทำให้ขายสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ
- ความต้องการของตลาดยังมีปริมาณที่สูงกว่าปริมาณการผลิต
- สามารถสร้างสินค้าใหม่ๆจากการแปรรูปทุเรียน เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายช่องทางการขายของสินค้าได้มากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

- ธุรกิจอาจต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลที่ไม่แน่นอน
- เมื่อถึงฤดูกาลทำให้มีสินค้าออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ราคาขายทุเรียนตกต่ำ
- เนื่องจากมีผู้ประกอบการในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันที่สูง
- เนื่องจากการเกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้รายได้ของธุรกิจน้อยลงหรืออาจขาดทุนได้

การวิเคราะห์ TOWS matrix

จากวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis จึงได้นำจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่ได้จากกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร มาทำการจับคู่เข้าด้วยกัน จะได้เป็น TOWS Matrix มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์เชิงรับ (ST) และกลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT) แสดงดังตารางที่ 1

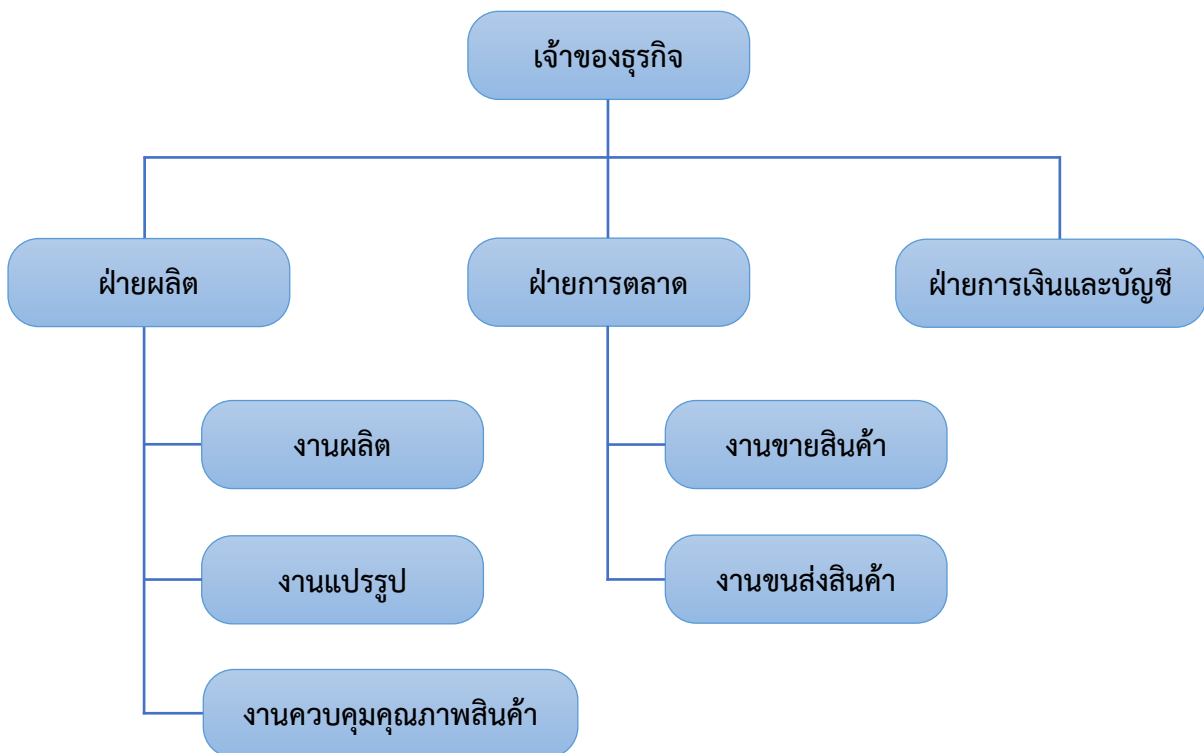
ตารางที่ 1 ตารางแสดงกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
โอกาส (Opportunities)	<p>กลยุทธ์การบริหารเชิงรุก (SO Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจสามารถส่งขายทุเรียนไปทั่วประเทศในราคาที่ต่ำกว่าธุรกิจอื่น 2. ธุรกิจสามารถขยายฐานลูกค้าออกไปยังด้านอื่นๆให้กว้างกว่าเดิมได้ 3. สามารถหาธุรกิจที่จะเป็นคู่ค้าเพื่อพัฒนาเป็นสินค้าชนิดใหม่ๆออกมาได้ 	<p>กลยุทธ์การบริหารเชิงแก้ไข (WO Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อให้มีปริมาณของผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการของตลาด 2. มีแผนการในการดูแลและบำรุงต้นทุเรียนให้สามารถออกผลผลิตมาให้เก็บเกี่ยวได้ทันเวลาเมื่อถึงฤดูของทุเรียน
อุปสรรค (Threats)	<p>กลยุทธ์การบริหารเชิงป้องกัน (ST Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการชุดบ่อเพื่อสร้างแหล่งเก็บน้ำไว้ใช้เมื่อถึงหน้าแล้ง 2. มีแผนการในการดูแลรักษาผลผลิตและจัดการกับแมลงศัตรูพืชและวัชพืชต่างๆ 3. มีการปรับเปลี่ยนแผนการในการใช้เงินของแต่ละส่วนงานเพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจ 	<p>กลยุทธ์การบริหารเชิงรับ (WT Strategy)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีกลยุทธ์ในการดูแลและควบคุมคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้เพื่อป้องกันราคาสินค้าตกต่ำ 2. มีการศึกษาข้อมูลและกลยุทธ์ของธุรกิจคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดเพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับธุรกิจตัวเอง 3. มีแผนการในการสำรองเงินทุนไว้เพื่อใช้ในยามที่เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ

บทที่ 3

แผนการบริหารและการจัดการ

โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 1 โครงสร้างองค์กร

ตารางที่ 2 ตารางแสดงแผนงานด้านบุคลากรของธุรกิจ

ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	คุณสมบัติของงาน	เงินเดือน
ฝ่ายผลิต	งานผลิต	เป็นผู้วางแผนการผลิต ควบคุมการผลิต คอยบริหารความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน ดูแลขั้นตอนในการผลิตสินค้าตั้งแต่ต้นกระบวนการจนเสร็จสิ้นกระบวนการผลิต รวมทั้งการเก็บรักษาสินค้าให้ถูกวิธี	20,000
ฝ่ายผลิต	งานแปรรูปสินค้า	เป็นผู้ทำหน้าที่ในขั้นตอนของการแปรรูปสินค้า คัดเลือกวัตถุดิบที่จะนำมาแปรรูป และควบคุมกระบวนการแปรรูปให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด	17,000

ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	คุณสมบัติของงาน	เงินเดือน
ฝ่ายผลิต	งานควบคุมคุณภาพสินค้า	มีหน้าที่รับผิดชอบในการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพทั้งในส่วนของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป รวมถึงความสะอาดของสถานที่ในการผลิต และพนักงานผลิตเพื่อให้ สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด	17,000
ฝ่ายการตลาด	งานขายสินค้า	เป็นผู้ที่นำเสนอสินค้าให้ลูกค้าได้รับทราบ และรู้จักตัวสินค้าเป็นอย่างดี วางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การจัดการส่งเสริมการขายและดูแลให้บริการลูกค้า ติดตามข่าวสารทางด้านการตลาดอย่างสม่ำเสมอ	15,000
ฝ่ายการตลาด	งานขนส่งสินค้า	เป็นผู้ที่สามารถจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้ถูกต้องตรงตามที่ลูกค้าสั่งไว้ และป้องกันไม่ให้อินค้าได้รับความเสียหายจากการขนส่ง	15,000
ฝ่ายการเงินและบัญชี	งานการเงินและบัญชี	ทำหน้าที่บันทึกข้อมูลทางการเงินของธุรกิจตามระบบบัญชี จัดแสดงรายรับรายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ทำรายงานปิดงบการเงินประจำเดือนและประจำปีให้กับธุรกิจ	20,000

วิสัยทัศน์

“เป็นธุรกิจจำหน่ายทุเรียนไทยคุณภาพดี ในเกรดส่งออก มีทั้งทุเรียนสดและทุเรียนแปรรูป ให้คนไทยได้ทาน และเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมทุเรียนไทยให้มีชื่อเสียงระดับโลกที่ทุกคนต้องรู้จัก นึกถึงทุเรียนต้องนึกถึงทุเรียนไทยเป็นอันดับแรก”

พันธกิจ

1. เป็นธุรกิจที่ส่งเสริมเกษตรกรไทยที่ปลูกทุเรียนให้มีงานทำและมีรายได้หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้
2. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากทุเรียนไทย และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับทุเรียนไทย และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ขาย

3. จำหน่ายทุเรียนที่มีคุณภาพดีให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างดีที่สุด

เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

- ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปของผู้คนภายในประเทศ ในฐานะผลิตภัณฑ์จากทุเรียนไทย
- ธุรกิจมีอัตราการเติบโตที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 10-15 ต่อปี
- มียอดขายที่ดีและมีอัตราการเติบโตของทั้งยอดขายส่งและยอดขายปลีกที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมียอดขายส่งและยอดขายปลีกเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี เป็นอย่างน้อย

เป้าหมายระยะยาว

- ขยายฐานลูกค้าออกไปยังต่างประเทศ เพื่อให้ลูกค้าต่างประเทศได้รู้จักกับสินค้าของธุรกิจ
- เพิ่มอัตราการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในฐานะสินค้าจากทุเรียนไทย
- เพิ่มตัวผลิตภัณฑ์ของธุรกิจให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. ธุรกิจมีการบริหารจัดการด้วยความเข้าใจในตัวสินค้าอย่างแท้จริง มีเป้าหมายเดียวกันและมีความต้องการที่จะทำเป้าหมายให้สำเร็จไปด้วยกัน เพราะธุรกิจจะขับเคลื่อนได้ดีนั้นต้องมาจากการร่วมมือของบุคลากรของธุรกิจด้วย

2. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน ที่จะทำให้เกิดแรงผลักดันในการทำธุรกิจ และมีความเชื่อมั่นที่จะทำให้อุทยานทุเรียนประสบความสำเร็จได้

3. มีการรักษาคุณภาพของสินค้าอยู่ตลอดเวลา และพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรักษาความพึงพอใจของลูกค้าและเพิ่มความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่มีต่อลูกค้า

4. ธุรกิจมีความกระตือรือร้นที่จะศึกษาและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะนำมาพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น และคอยเพิ่มสินค้าใหม่ๆ เข้ามาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากยิ่งขึ้นไป

แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกพร้อมกับปัจจัยภายในต่างๆ ของธุรกิจ พบว่าในสภาวะปัจจุบัน ระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมทุเรียนไทยมีแนวโน้มในการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีความต้องการซื้อเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะตลาดจากประเทศจีนที่นับว่าเป็นตลาดใหญ่ในการส่งออกทุเรียนผลสดของไทย ส่งผลให้มีเกษตรกรผู้ต้องการปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทางด้านสภาพแวดล้อมเอื้ออำนวยต่อการเข้าไปของผู้ประกอบการรายย่อย ในส่วนของธุรกิจพบว่ามีความได้เปรียบในด้านราคาที่เปรียบเสมือนกับการซื้อสินค้าจากเกษตรกรผู้ผลิตโดยตรง ทำให้ลูกค้าได้ซื้อในราคาที่ถูกลงกว่า และคุณภาพ หรือลูกค้าที่มีความต้องการเข้าไปเลือกซื้อสินค้าถึงสวนก็สามารถทำได้ เพื่อให้ได้สินค้าที่ได้มีความสดใหม่และมีคุณภาพดี ที่สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้เป็นอย่างดี อีกทั้งธุรกิจยังมีแผนการดำเนินงานในการดูแลและบำรุงต้นทุเรียนให้สามารถออกผลผลิตมาให้เก็บเกี่ยวได้ทันเวลาเมื่อถึงฤดูของทุเรียนเพื่อให้มีปริมาณของผลผลิตที่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด มีการศึกษาข้อมูลความต้องการของตลาดทุเรียนในแต่ละปี มีศึกษาภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเพื่อหาทางรับมือกับภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นได้ รวมทั้งยังมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลและสภาพอากาศต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อวางแผนในการรับมือกับสภาพอากาศและฤดูกาลที่ไม่แน่นอนในแต่ละปี

กิจการธุรกิจจำหน่ายสินค้าจากทุเรียน Loverian จะต้องมีการดำเนินการที่สอดคล้องและเป็นระบบระเบียบมากยิ่งขึ้นโดยมีการกำหนดมาตรฐาน เพื่อให้การดำเนินการเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด โดยจะทำการพัฒนาแผนการดำเนินการต่าง ๆ เช่น มีการควบคุมขั้นตอนการผลิต เพื่อต้องการได้ทุเรียนที่มีขนาด น้ำหนัก และคุณภาพตรงตามที่กำหนดไว้ มีการจัดการกับแมลงศัตรูพืชและวัชพืชต่าง ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้ทุเรียนเกิดความเสียหาย มีขั้นตอนการเก็บรักษาที่ถูกต้องและสะอาด ไม่ส่งผลต่อคุณภาพสินค้า มีการควบคุมขั้นตอนในการแปรรูปให้มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย และไม่สูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ของทุเรียน เป็นต้น แผนการดำเนินการของธุรกิจจึงมีการกำหนดเป้าหมายไว้หลายด้าน เช่น สินค้าทุกชิ้นต้องได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ และตรงตามความต้องการของลูกค้า มาตรฐานของการบริการที่เป็นมิตรต่อลูกค้า สามารถให้การช่วยเหลือลูกค้าได้ พร้อมทั้งสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา และรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และธุรกิจยังมีแผนในการรับมือกับปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึง เช่น มีการชุดบ่อน้ำเพื่อสร้างแหล่งกักเก็บน้ำไว้ใช้เมื่อเกิดภัยแล้งขึ้น มีการวางกลยุทธ์ในการดูแลและควบคุมราคาสินค้าให้มีราคาที่ไม่สูงเกินไปและไม่ต่ำเกินไป เพื่อป้องกันภาวะที่ราคาสินค้าตกต่ำ มีแผนการในการเก็บเงินทุนสำรองเพื่อเอาไว้ใช้ในยามที่เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจหรือเกิดปัญหาทางการเงินของธุรกิจ

บทที่ 4

แผนการตลาด

เป้าหมายทางการตลาด

ธุรกิจมีการตั้งเป้าหมายที่จะมีอัตราการเติบโตที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 10-15 ต่อปี มียอดขายส่งและยอดขายปลีกเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี เป็นอย่างน้อย หากดำเนินตามแผนการตลาดแล้ว คาดว่าธุรกิจจะเป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายภายในระยะเวลา 2-3 ปี และ ลูกค้ากลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายเป็นเวลา 3-4 ปี และมีอัตราการเติบโตของกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากนั้น ธุรกิจจะมีการขยายฐานลูกค้า กระจายสินค้าให้ไปยังพื้นที่ต่างๆทั่วประเทศให้ผู้คนได้เข้าถึงสินค้าของธุรกิจเพิ่มมากขึ้น โดยการเปิดให้ผู้ที่สนใจในธุรกิจของเราสามารถซื้อสินค้าของธุรกิจไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าโดยใช้ช่องทางของตนเอง ในรูปแบบของตัวแทนจำหน่าย เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการรับสินค้าของธุรกิจเราไปจำหน่ายในพื้นที่ต่างจังหวัดที่หาแหล่งจำหน่ายสินค้าของธุรกิจเราได้ค่อนข้างยาก เพื่อให้ผู้คนในต่างจังหวัดได้เข้าถึงสินค้าจากทุเรียนที่ดี มีคุณภาพ และราคาไม่สูงมากนัก จากธุรกิจของเรา และคาดว่าจะได้รับผลตอบแทนที่เติบโตขึ้นจากเดิม รวมถึงการขยายฐานลูกค้าออกไปยังต่างประเทศ เพื่อให้ผู้คนในต่างประเทศได้รับรู้ถึงสินค้าจากทุเรียนชั้นดีของประเทศไทย เป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับธุรกิจและทุเรียนไทย ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในระดับโลกอีกด้วย

การแบ่งส่วนตลาด

ทางธุรกิจได้มีแนวคิดที่จะแบ่งส่วนตลาดของกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมายออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนผลสด กลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนกวน และกลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนทอดกรอบ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของสินค้า สามารถแบ่งส่วนตลาดของลูกค้า ดังนี้

1. กลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนผลสด

กลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนผลสด เป็นกลุ่มผู้ซื้อที่มีความชอบในการรับประทานทุเรียนสดมากกว่าทุเรียนแปรรูปแบบอื่นๆ โดยผู้บริโภคทุเรียนในกลุ่มนี้จะมีความชื่นชอบในรสชาติ กลิ่น และเนื้อสัมผัสของทุเรียนผลสดๆ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างกันไปตามแต่ละชนิดของทุเรียน และมีความแตกต่างจากผลไม้อื่นๆ

2. กลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนกวน

กลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนกวน เป็นกลุ่มผู้ซื้อที่มีความชอบในการรับประทานทุเรียนกวนมากกว่าการรับประทานทุเรียนผลสดหรือทุเรียนแปรรูปแบบอื่นๆ โดยผู้บริโภคทุเรียนในกลุ่มนี้จะมีความชื่นชอบในกลิ่นที่อ่อนกว่าทุเรียนสด ซึ่งอาจทำให้รับประทานได้ง่ายขึ้น ชื่นชอบในเนื้อสัมผัสของทุเรียนกวน เนื่องจากทุเรียนกวนจะให้เนื้อสัมผัสที่มีความเหนียวหนึบ ทำให้รู้สึกเคี้ยวสนุก มีรสชาติที่หวาน คล้ายกับการกินลูกอมที่ทำมาจากทุเรียน และยังมีจุดเด่นที่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นานกว่าทุเรียนสดหลายเท่าเมื่อนำไปแช่ตู้เย็น

3. กลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนทอดกรอบ

กลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนทอดกรอบ เป็นกลุ่มผู้ซื้อที่มีความชอบในการรับประทานทุเรียนทอดกรอบมากกว่าการรับประทานทุเรียนผลสดหรือทุเรียนแปรรูปแบบอื่นๆ โดยผู้บริโภคทุเรียนในกลุ่มนี้จะมีความชื่นชอบในการรับประทานขนมขบเคี้ยวหรือของทานเล่น ที่รับประทานในยามว่างหรือเพื่อความเพลิดเพลินต่างๆ ผู้ที่ไม่ชื่นชอบกลิ่นที่ค่อนข้างแรงของทุเรียน เพราะทุเรียนทอดกรอบนั้นแทบจะไม่มีกลิ่นของทุเรียนอยู่เลย ทำให้ผู้ที่ไม่ชอบกลิ่นทุเรียนสามารถรับประทานได้อย่างง่ายดาย และสามารถเก็บได้ยาวนานในที่ปิดมิดชิด

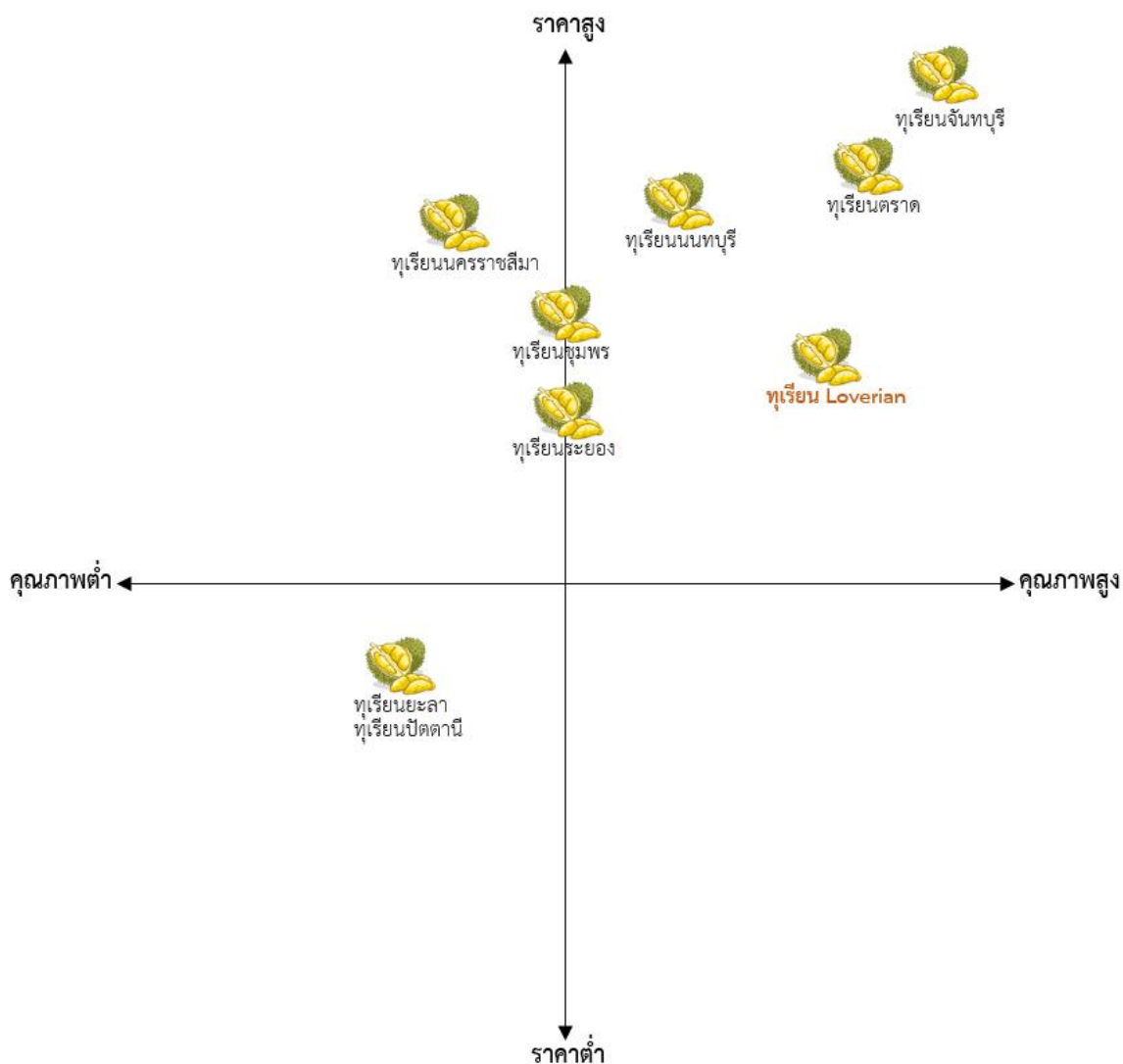
กลุ่มตลาดเป้าหมาย

จากการแบ่งส่วนตลาดข้างต้น สามารถกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายหลักและกลุ่มตลาดเป้าหมายรองได้ดังนี้

กลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนผลสด กลุ่มเป้าหมายรองคือกลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนกวน และกลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนทอดกรอบ ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนผลสดเป็นกลุ่มที่มีตลาดขนาดใหญ่ที่สุด เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงที่สุด และเป็นกลุ่มที่สร้างรายหลักให้กับธุรกิจ โดยที่กลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนกวน และกลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนทอดกรอบเป็นกลุ่มที่ทำรายได้รองลงมาให้กับธุรกิจ แต่สามารถทำรายได้อย่างต่อเนื่องและตลอดทั้งปี ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้ซื้อที่ชื่นชอบในการรับประทานทุเรียนผลสดที่จะมีอัตราการซื้อมากที่สุดในช่วงของฤดูทุเรียน จากนั้นการซื้อจะค่อยๆลดลงไปเมื่อผ่านฤดูของทุเรียนไปแล้ว ถึงแม้ทางธุรกิจจะแบ่ง กลุ่มเป้าหมายออกเป็นเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง แต่ธุรกิจก็ยังคงให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กลุ่มเท่ากันในการเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ มีราคาที่เหมาะสม และตรงกับความต้องการมากที่สุด

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของธุรกิจขายสินค้าจากทุเรียน Loverian นั้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำความแตกต่างและภาพลักษณ์ของธุรกิจเมื่อเทียบกับคู่แข่งได้ โดยทางธุรกิจได้วางตำแหน่งทางการตลาดดังนี้



ภาพที่ 2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ Loverian

จากการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ Loverian จะเห็นได้ว่าธุรกิจ ได้กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้าไว้เป็นสินค้าจากทุเรียนคุณภาพดี ที่มีราคาปานกลางไปจนถึงราคาสูง โดยสินค้าประเภททุเรียนผลสดจะมีราคาต่ำที่สุด ที่ราคาประมาณกิโลกรัมละ 100-160 บาท สินค้าประเภททุเรียนกวนจะมีราคาประมาณกิโลกรัมละ 400-500 บาท และสินค้าประเภททุเรียนทอดกรอบจะมีราคาสูงที่สุด ที่ราคาประมาณกิโลกรัมละ 800-900 บาท

กลยุทธ์ทางการตลาด

ธุรกิจได้ทำการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้หลักการของส่วนประสมทางการตลาด 4P หรือ Marketing Mix 4P มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดเป้าหมายของธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ธุรกิจเรามีสินค้าจากทุเรียนทั้งหมด 3 อย่าง ได้แก่ สินค้าจากทุเรียนผลสด ที่มีทั้งหมด 5 สายพันธุ์ ซึ่งสามารถจำแนกเป็นสายพันธุ์หลักที่ธุรกิจมีจำหน่ายเป็นจำนวนมากได้ 3 สายพันธุ์ ได้แก่ ทุเรียนหมอนทอง ทุเรียนก้านยาว และทุเรียนชะนี และสายพันธุ์รองที่ธุรกิจมีจำหน่ายน้อย 2 สายพันธุ์ ได้แก่ ทุเรียนพวงมณี และทุเรียนสาธิตา สินค้าจากทุเรียนกวน ที่เป็นสินค้าแปรรูปจากทุเรียน โดยมีลักษณะของบรรจุภัณฑ์โดยการใส่ถุงบรรจุภัณฑ์ที่มีปริมาณ 100 กรัม 500 กรัม และ 1 กิโลกรัม โดยถุงบรรจุภัณฑ์จะถูกออกแบบให้มีการบรรจุแบบสุญญากาศ เพื่อเป็นการลดปัญหาไม่ให้ตัวสินค้ามีการเน่าเสียเกิดขึ้น ทำให้สามารถเก็บสินค้าไว้ได้นาน และสินค้าจากทุเรียนทอดกรอบที่เป็นสินค้าแปรรูปจากทุเรียน จะมีการใช้ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เป็นการบรรจุซอง มีปริมาณ 100 กรัม และ 500 กรัม โดยซองจะถูกออกแบบให้มีการบรรจุโดยมีการอัดก๊าซไนโตรเจนอ่อนๆ ลงไปในถุงเพื่อลดปัญหาเรื่องของความชื้นซึ่งจะช่วยรักษาคุณภาพของสินค้าได้ดี ป้องกันไม่ให้มีกลิ่นสาบและเหม็นหืน และช่วยป้องกันการแตกหักของชิ้นทุเรียนทอด โดยจะมีเป็นรสน้ำตาลที่ผลิตจากทุเรียนหมอนทองแท้ คุณภาพดี ไม่มีการปรุงแต่งรสชาติ จึงทำให้ได้รสชาติ หวาน มัน จากทุเรียนหมอนทองแท้ ทำให้น่ารับประทานมากขึ้น และในอนาคตทางธุรกิจอาจจะทำรสชาติอื่นๆ ออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอีกก็เป็นได้ ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ ธุรกิจได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโดดเด่น มีความทันสมัย เพื่อสร้างความแตกต่างให้จากตราสินค้าของคู่แข่ง และสร้างการจดจำในตัวสินค้าและตราสินค้าให้กับผู้บริโภค

กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

กลยุทธ์ด้านราคาของสินค้าในธุรกิจ คือการตั้งราคาสินค้า โดยการตั้งราคาจากต้นทุนของ สินค้า เพื่อให้ราคาสินค้ามีราคาที่สูงจนเกินไป และทำให้กลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กลุ่มสามารถเข้าถึงได้เป็นอย่างดี ในส่วนของกำไร ธุรกิจจะตั้งราคาเพื่อให้มีกำไรสุทธิ 15% จากราคาต้นทุนของสินค้า และเพื่อคงความน่าเชื่อถือของตัวสินค้า เนื่องจากได้วางตำแหน่งสินค้าอยู่ในระดับราคาปานกลาง เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ และเพื่อดึงลูกค้าให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้าของธุรกิจมากขึ้น โดยเป็นราคาที่ยังคงทำกำไรให้กับธุรกิจและเป็นราคาที่ไม่เกิดช่องว่างของกำไรมากนักเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้สินค้ามีราคาที่สูงเกินไป โดยที่ทุเรียนหมอนทอง จะจำหน่ายอยู่ที่ราคากิโลกรัมละ 180-120 บาท ทุเรียนก้านยาว จะจำหน่ายอยู่ที่ราคากิโลกรัมละ 150-100 บาท ทุเรียนชะนี จะจำหน่ายอยู่ที่ราคากิโลกรัมละ 120-80 บาท ทุเรียนพวงมณี จะจำหน่ายอยู่ที่ราคากิโลกรัมละ 150-

120 บาท และทุเรียนสาธิตา จะจำหน่ายอยู่ที่ราคา กิโลกรัมละ 120-100 บาท ทุเรียนกวน จะจำหน่ายอยู่ที่ ปริมาณ 100 กรัม ราคา 50 บาท ปริมาณ 500 กรัม ราคา 220 บาท และปริมาณ 1 กิโลกรัม ราคา 400 บาท ทุเรียนทอดกรอบ จะจำหน่ายอยู่ที่ปริมาณ 50 กรัม ราคา 60 บาท ปริมาณ 100 กรัม ราคา 100 บาท และ ปริมาณ 500 กรัม ราคา 450 บาท โดยราคาทั้งหน้าร้าน ในสื่อโซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ขายของออนไลน์ ต่างๆ จะมีการตั้งราคาที่เท่ากันหรือต่างกันไม่มากนักตามราคาต้นทุนของสินค้า นอกจากนี้การคิดค่าบริการ จัดส่งสินค้าจะมีการคิดค่าบริการจัดส่งสินค้าตามความเป็นจริง ขึ้นอยู่กับน้ำหนักของตัวสินค้า

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ธุรกิจมีช่องทางการจัดจำหน่าย คือการขายสินค้าจากผู้ขายไปยังผู้ซื้อโดยตรง โดยไม่มีคนกลาง เพื่อให้ ได้สินค้าในราคาต่ำและเปรียบเสมือนราคาที่เป็นกันเองระหว่างชาวสวนกับลูกค้า ซึ่งช่องทางนี้ธุรกิจต้องทำ หน้าที่การตลาดด้วยตัวเอง ถือว่าเป็นช่องทางที่สั้นที่สุดที่นำสินค้าจากเกษตรกรชาวสวนทุเรียนมาจำหน่าย ให้แก่ลูกค้าโดยตรง โดยช่องทางการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจมีอยู่ 2 ช่องทางด้วยกัน ได้แก่ การจำหน่ายสินค้า ผ่านหน้าร้าน ที่ทางธุรกิจได้จัดทำขึ้นสำหรับลูกค้าที่ต้องการเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง และอีก ช่องทางหนึ่งคือ การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยธุรกิจได้ลงขายสินค้าผ่านช่องทางเว็บไซต์ ออนไลน์ต่างๆ ได้แก่ Facebook Instagram Lazada Shopee ซึ่งจะมีช่องทางการจัดส่ง 2 ช่องทาง คือ จัด ส่งผ่านบริการจัดส่งสินค้าแบบ EMS ของไปรษณีย์ไทย และ จัดส่งผ่าน Kerry express โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ กระจายสินค้าไปยังลูกค้าทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและสนับสนุนพฤติกรรม การบริโภคอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ในเรื่องของการโฆษณา ธุรกิจมีนโยบายที่จะทุ่มงบประมาณไปกับการโฆษณาในปีแรกสูงเพื่อต้องการ ให้ตัวสินค้าเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับภายใน 2 ปี และในปีต่อ ๆ ไป เมื่อธุรกิจเป็นที่รู้จักมากแล้วจึงจะใช้ งบประมาณในการโฆษณาประมาณ 5-10% ของยอดขาย เนื่องจากธุรกิจยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้า เป้าหมายมากนัก จึงมีการสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) รวมถึงสื่อสารให้ผู้ซื้อรับรู้ถึง คุณภาพและราคาที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ และเกิดการบอกต่อกันไปเป็นวงกว้าง ธุรกิจจึงได้ใช้วิธีการส่งเสริม การตลาดโดยการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งทางหน้าร้าน ซึ่งทางธุรกิจจะจัดทำแผ่น ป้ายโฆษณาไว้ตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ารวมถึงกระบวนการการผลิตที่เป็นไป ตามมาตรฐานอุตสาหกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นที่มีต่อตราสินค้า พร้อมตัวอย่างสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจ ของลูกค้า และทางสื่อออนไลน์ ที่จะโฆษณาผ่านสื่อมีเดียทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ซึ่งการทำตลาด ผ่านช่องทางนี้จะเป็นช่องทางที่ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงร้านค้าได้สะดวกรวดเร็วมากที่สุดสำหรับการ ดำเนินชีวิตในปัจจุบันอีกทั้งยังมีความทันสมัย และทางธุรกิจได้มีการสร้างรูปแบบการทำ Promotion เพื่อ

นำมาใช้ในการกระตุ้นการขายสินค้ามากขึ้น ที่จะเข้ากับเทศกาลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดทั้งปี ให้เหมาะสมกับธุรกิจ Loverian เช่น การลดราคาสินค้าเป็นพิเศษ การซื้อ 1 ชิ้น แถมอีก 1 ชิ้น การแจกคูปองต่าง ๆ ที่ทำร่วมกับบัตรเครดิต เพื่อเป็นการรักษารฐานลูกค้าและสร้างความภักดีในตราสินค้า เป็นต้น ในกรณีที่ลูกค้าไม่สามารถรับรู้และจดจำตราสินค้าได้ ธุรกิจจะเน้นการสื่อสารผ่านตัวพรีเซนเตอร์โดยอาจจะทำการจ้างดาราที่กำลังมีชื่อเสียงและกำลังเป็นที่ชื่นชอบในขณะนั้น เพื่อสื่อสารถึงความเป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจ Loverian ดึงดูดลูกค้าให้เลือกซื้อสินค้ามากขึ้น และทำให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าได้มากขึ้นด้วย

บทที่ 5

แผนการดำเนินงาน

สถานประกอบการในการขายสินค้า

สิ่งที่ธุรกิจใช้เป็นปัจจัยในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของโรงงาน คือ แหล่งวัตถุดิบในการผลิต และความสะดวกของเส้นทางในการขนส่ง ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่มีการผลิตทุเรียนอยู่ในอันดับต้น ๆ ของประเทศ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเพิ่มขึ้นในอนาคต รวมถึงที่ตั้งสวนทุเรียนของธุรกิจไม่ได้อยู่ในที่ทุรกันดารมาก และอยู่ไม่ไกลจากที่ตั้งในการขายสินค้าจนเกินไป จึงทำให้มีความสะดวกในการขนส่งสินค้าจากสวนไปยังสถานที่ขายสินค้าได้อย่างไม่ยากลำบากจนเกินไปอีกด้วย

ที่ตั้งสถานที่ 60 ถนนศรีเวียง ตำบลนาสาร อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84120

Website: www.loverian.com

Facebook: www.facebook.com/Loverian

Shopee: www.shopee.co.th/loverianofficialstore

Lazada: www.lazada.co.th/shop/loverian

รายละเอียด ติดต่อหมายเลขโทรศัพท์ 065-123-3345

E-mail: loverian_durian@gmail.com

สอบถามหรือสั่งซื้อสินค้า Line ID: @loverian

การวางแผนการดำเนินงาน

การทำงาน

พนักงานจะมีการทำงาน 1 กะต่อวันทำงาน โดยมีวันทำงาน 6 วันต่อสัปดาห์ ทำงานวันละ 8 ชั่วโมง โดยทุเรียนสดหลังจากผ่านการคัดเลือกแล้วจะสามารถนำมาขายได้ทันที ส่วนทุเรียนกวนและทุเรียนทอดเป็นสินค้าที่ต้องผ่านกระบวนการแปรรูปก่อนซึ่งจะทำการผลิตในระบบ Make to stock คือ ทำการผลิตในลักษณะผลิตเป็นสต็อกรอการจำหน่าย ซึ่งธุรกิจจะมีกำลังในการผลิตทุเรียนสดประมาณ 100-130 ตันต่อปี

ทุเรียนทอดกรอบประมาณ 70,000 – 90,000 ซองต่อปี และทุเรียนกวนประมาณ 40,000-80,000 ถุงต่อปี จากกำลังการผลิตที่มีอยู่ สามารถรองรับยอดขายที่ได้ประมาณการไว้ได้และสามารถรองรับยอดขายที่อาจเพิ่มขึ้นจากการประมาณการไว้ได้ โดยการให้พนักงานทำงานล่วงเวลาการวางแผนการผลิตจะพิจารณาปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปริมาณคำสั่งซื้อจากลูกค้า กำลังการผลิตของเครื่องจักรและแรงงาน และปริมาณสินค้าคงคลัง

การผลิต

ธุรกิจเลือกที่จะลงทุนในกระบวนการผลิตเองทั้งหมด เนื่องจากกระบวนการผลิตไม่ได้มีความยุ่งยาก มีการใช้เครื่องจักรกึ่งอัตโนมัติและแรงงานคน สำหรับสินค้าประเภททุเรียนสดจะมีการเก็บเกี่ยวเมื่อถึงฤดูออกผลของทุเรียน โดยการใช้แรงงานคนในการเก็บเกี่ยว ซึ่งจะมีค่าแรงของคนงานอยู่ที่ 500 บาทต่อวัน โดยที่หลังจากการเก็บเกี่ยวผลทุเรียนจากต้นแล้ว จะเข้าสู่กระบวนการคัดคุณภาพของทุเรียน โดยที่การคัดคุณภาพจะมีการแบ่งระดับ ได้แก่

- เกรด AB คือ ทุเรียนที่มีรูปร่างสวย มีการแบ่งเป็นพูที่ชัดเจน หนามไม่ซ้ำ มีขนาดผลใหญ่ ไม่มีร่องรอยของการโดนหนอนแมลงเจาะ
- เกรด B คือ ทุเรียนที่มีรูปร่างไม่ค่อยสวย เห็นเป็นพูไม่ค่อยชัดเจน ไม่มีร่องรอยของการโดนหนอนแมลงเจาะ มีขนาดที่เล็กจนเกินไป
- หนอน คือ ทุเรียนที่มีร่องรอยของการโดนหนอนแมลงเจาะ
- สุก คือ ทุเรียนที่สุกแล้ว จะเริ่มมีกลิ่น เนื้อจะนิ่มและ

หลังจากที่คัดคุณภาพของทุเรียนแล้ว เราจะนำทุเรียนที่ผ่านการคัดคุณภาพในแบบต่างๆ ไปเข้าสู่กระบวนการต่อไป โดยทุเรียนที่อยู่ในเกรด AB และ เกรด B จะสามารถนำมาจำหน่ายได้ทันที ส่วนทุเรียนที่โดนหนอนแมลงเจาะจะนำเข้าไปสู่ขั้นตอนการแปรรูปเป็นทุเรียนทอด โดยการทำทุเรียนทอดเราจะนำทุเรียนที่โดนหนอนแมลงเจาะมาปอกเปลือกทุเรียนและแยกส่วนของเม็ดและเนื้อส่วนที่เสียออกจากทุเรียน นำเนื้อทุเรียนที่ได้ไปหั่นด้วยเครื่องหั่นทุเรียนให้ได้แผ่นที่บางและมีขนาดใหญ่ นำชิ้นทุเรียนมาผ่านกระบวนการทอด แล้วนำไปอบในตู้อบลมร้อน นำทุเรียนที่อบแล้วมาโรยเกลือเล็กน้อยเพื่อปรุงรสชาติ จากนั้นทำการบรรจุทุเรียนทอดกรอบด้วยเครื่องบรรจุของอัตโนมัติ แล้วบรรจุลงกล่องผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ

ส่วนทุเรียนสุกที่ได้จากการคัดจะนำไปสู่ขั้นตอนการแปรรูปเป็นทุเรียนกวน โดยการทำทุเรียนกวนเราจะนำทุเรียนสุกมาปอกเปลือกและแยกเม็ดออก นำเนื้อทุเรียนที่ได้ไปใส่กระทะที่ใช้ไฟอ่อน ใส่ น้ำ น้ำตาล และเกลือลงไปเล็กน้อย จากนั้นทำการกวนเนื้อทุเรียนโดยใช้เครื่องกวน หลังจากกวนเสร็จแล้วนำทุเรียนที่ได้มาพักใส่ถาดไว้เย็น หลังจากนั้นทำการบรรจุใส่ถุงด้วยเครื่องบรรจุอัตโนมัติ แล้วบรรจุลงกล่องผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ

การควบคุมคุณภาพ

ธุรกิจได้มีการกำหนดมาตรฐานนำมาใช้ในกระบวนการผลิตและการดำเนินงาน ได้แก่ มาตรฐาน ออย. ขององค์การอาหารและยา มาตรฐานเลขที่ มอก. 2317 – 2549 ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมทุเรียนทอดกรอบ และมาตรฐานเลขที่ มอก. 2318 – 2549 ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมทุเรียนกวน โดยเริ่มต้นตั้งแต่คุณภาพของวัตถุดิบ ที่ต้องคัดเลือกอย่างดีมีความสะอาด และมีคุณภาพดี มีการควบคุมกระบวนการผลิตในทุก ๆ ขั้นตอนโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (Quality Control, QC) เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าสะอาด ปลอดภัย มีการควบคุมสุขลักษณะส่วนบุคคลของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตทุกคน รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมในการจัดเก็บสินค้าและการขนส่งที่ดีเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพตลอดจนถึงมือผู้บริโภค

การให้บริการ

ธุรกิจจะมีการจัดอบรมพนักงานในเรื่องของการให้บริการลูกค้าอยู่อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความพึงพอใจและประทับใจแก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการและผู้มาติดต่อ พนักงานที่ให้บริการทุกๆ คน จะต้องมีความเป็นมิตรที่ดี มีท่าทางที่ดี อ่อนน้อม มีความมั่นใจ มีอัธยาศัยดี แสดงความเป็นมิตรต่อลูกค้า พุดจาชัดถ้อยชัดคำ เข้าใจง่าย ไม่ตะกุกตะกัก มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี การให้บริการที่ดีจะส่งผลโดยตรงต่อการปฏิบัติงานและความล้มเหลวในการบริการจะเป็นผลเสียอย่างร้ายแรง หากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น และการให้บริการที่ดีจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการในครั้งต่อไป ดังนั้นพนักงานบริการทุกคนต้องให้ความสำคัญและมีความรับผิดชอบในการบริการ

การจัดเก็บ

ธุรกิจมีขั้นตอนการเก็บรักษาที่ถูกต้องและสะอาด มีความเหมาะสมต่อสินค้าแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อคุณภาพสินค้า ไม่สูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าแต่ละประเภท เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าเกิดความเสียหาย โดยสินค้าประเภททุเรียนสดจะมีการจัดเก็บในห้องที่มีการระบายอากาศดี อากาศถ่ายเทสะดวก มีการปิดช่องต่างๆอย่างมิดชิด เพื่อป้องกันไม่ให้สัตว์ต่างๆ เช่น หนู แมลงสาบ และแมลงต่างๆ เข้ามาสร้างความเสียหายให้ผลทุเรียนได้ มีการจัดวางที่เป็นระเบียบไม่มากจนเกินไป เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดแรงกดทับต่อผลทุเรียน สินค้าประเภททุเรียนกวนและทุเรียนทอดจะมีการจัดเก็บไว้ในห้องที่มีการระบายอากาศที่ดี ไม่ชื้นและมีแสงสว่างพอสมควร มีการจัดระเบียบการวางสินค้าโดยสินค้าที่เพิ่งผลิตเสร็จใหม่ๆ ควรจัดเรียงไว้ด้านใน และนำสินค้าเก่าเรียงอยู่นอกสุด โดยต้องทำการตรวจดูผลสุกวันหมดอายุทุกครั้งเวลาตรวจนับสต็อก โดยที่ จะมีค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บอยู่ที่ 20,000 บาทต่อเดือน

การขนส่ง

ธุรกิจได้มีการจัดการด้านการขนส่งสินค้าให้มีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความปลอดภัยทั้งต่อสินค้าและต่อพนักงานขนส่ง โดยในขั้นตอนแรกเราจะทำการขนส่งทุเรียนจากสวน หรือแหล่งผลิตมาทำการขายที่หน้าร้านค้าโดยการนำทุเรียนใส่ในเชิงขนาดใหญ่ที่เอาไว้ใช้สำหรับขนส่งผลไม้ เพื่อป้องกันไม่ให้ผลทุเรียนได้รับความเสียหายจากการกระแทกที่เกิดขึ้นระหว่างขนส่ง จากนั้นจะทำการบรรจุทุเรียนโดยการใส่รถกระบะมาใช้บรรทุกเพื่อทำการขนส่งจากสวนไปยังร้านค้าเพื่อจัดจำหน่าย ซึ่งรถกระบะ 1 คันจะสามารถขนส่งทุเรียนได้ประมาณ 200-250 กิโลกรัม นับว่าเป็นปริมาณที่เพียงพอต่อการใช้ในการขนส่งในแต่ละรอบ ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายเป็นค่าน้ำมันเดือนละ 2,000 บาท และหากมีการสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทางธุรกิจจะขนส่งสินค้าโดยการใช้บริการจากทางบริษัทรับส่งสินค้า เช่น ไปรษณีย์ไทย, Kerry express, SCG express เป็นต้น โดยธุรกิจจะทำการคิดค่าบริการจัดส่งสินค้าตามจริง ขึ้นอยู่กับน้ำหนักของตัวสินค้าที่ส่ง

บทที่ 6

แผนการเงิน

แผนการเงินเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการวางแผนธุรกิจ เพราะทำให้เราสามารถประมาณการเกี่ยวกับรายได้และค่าใช้จ่ายของการประกอบธุรกิจได้ ซึ่งจะต้องทบทวนรายละเอียดต่าง ๆ และความเป็นไปได้ของธุรกิจ ทั้งนี้ ธุรกิจ Loverian เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการขายสินค้าจากทุเรียน ดังนั้นการวางแผนทางการเงินมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความเป็นไปในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงกำหนดโครงสร้างเงินทุนได้อย่างเหมาะสม ซึ่งการวางแผนทางการเงินนี้ต้องมีความสอดคล้องกับแผนงานของกิจการทั้งด้านการตลาด ด้านการดำเนินงาน ด้านบุคลากร และด้านการผลิต เพื่อดำเนินกิจกรรมให้เป็นอย่างราบรื่น และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเติบโตอย่างยั่งยืน

เป้าหมายทางการเงิน

1. ทำให้ธุรกิจ Loverian มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value) มีค่าเป็นบวกให้มากที่สุด
2. ทำให้การดำเนินธุรกิจ Loverian มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return) ของธุรกิจมากกว่าต้นทุนของเงินทุน
3. ทำให้การดำเนินธุรกิจ Loverian สามารถรักษาระดับของอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return of Equity) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15
4. ทำให้การดำเนินธุรกิจ Loverian สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 5 ปี

โครงสร้างเงินทุน

ในการดำเนินธุรกิจ Loverian จะใช้เงินลงทุนเบื้องต้นเป็นจำนวน 8,000,000 บาท โดยทำการแบ่งเป็นเงินลงทุนในการดำเนินกิจการเบื้องต้นประมาณ 2,456,550 บาท และเงินทุนหมุนเวียนเพื่อรองรับกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเบื้องต้น ประมาณ 5,543,450 บาท ซึ่งแหล่งเงินทุนทั้งหมดมาจากผู้ถือหุ้นเพียงอย่างเดียว ไม่มีการกู้เงินแต่อย่างใด โดยมีการแจกแจงรายละเอียดการใช้เงินลงทุนในกิจการเบื้องต้น ดังนี้

ตารางที่ 3 ตารางแสดงงบประมาณในการลงทุน

ประเภทการลงทุน	ราคา	รวม	แหล่งที่มา	
			ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้
สินทรัพย์ถาวรทั้งสิ้น	2,450,000	2,450,000	2,450,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	6,550	6,550	6,550	-
เงินทุนหมุนเวียน	5,543,450	5,543,450	5,543,450	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	8,000,000	8,000,000	8,000,000	-
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน			100%	0%

ตารางที่ 4 ตารางแสดงการใช้เงินลงทุนในการดำเนินกิจการเบื้องต้น

รายการ	ต้นทุนรวม (บาท)
สินทรัพย์ถาวร	
1. ค่าก่อสร้างโกดัง	600,000
2. ค่ารถกระบะขนของ	800,000
3. ค่าออกแบบและตกแต่งร้านค้า	700,000
4. ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	100,000
5. ค่าหม้อทอดไฟฟ้า	40,000
6. ค่าเครื่องกวนไส้ขนม	60,000
6. ค่าเครื่องบรรจุซอง	40,000
7. ค่าเครื่องบรรจุซองเหลว	110,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	2,450,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
ค่าจดทะเบียนพาณิชย์	50
ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	1,000
ค่าธรรมเนียมการขออนุญาตผลิตภัณฑฺ์จดทะเบียนอาหาร	2,000
ค่าธรรมเนียมค่าขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร	3,000
รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	6,550
เงินทุนหมุนเวียน	5,543,450
รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	8,000,000

ตารางที่ 5 ตารางแสดงรายละเอียดสินทรัพย์ถาวร

สินทรัพย์ถาวร	จำนวน	ต้นทุนต่อหน่วย	ต้นทุนรวม
1. โกดังเก็บสินค้า	80	7,500	600,000
2. รถกระบะ	1	800,000	800,000
3. ค่าออกแบบและตกแต่งร้านค้า (สมมติให้เปิดดำเนินการในปีที่ 1 จึงไม่บันทึกการดังก้าวเป็นค่าใช้จ่ายแต่บันทึกเป็นสินทรัพย์)	1	700,000	700,000
4. คอมพิวเตอร์	1	15,000	15,000
5. ปริ้นเตอร์ สแกนเนอร์ และแฟกซ์	1	8,700	8,700
6. ชุดโต๊ะทำงาน	1	6,900	6,900
7. เก้าอี้สำนักงาน	1	2,000	2,000
8. โทรศัพท์	1	1,500	1,500
9. เคาน์เตอร์คิดเงิน	1	20,000	20,000
10. เครื่องบันทึกเงินสด	1	15,900	15,900
11. ชั้นวางสินค้า	12	2,500	30,000
12. หม้อทอดไฟฟ้า	2	20,000	40,000
13. เครื่องกวนไส้ขนม	2	30,000	60,000
14. เครื่องบรรจุของ	2	20,000	40,000
15. เครื่องบรรจุของเหลว	2	55,000	110,000
รวมสินทรัพย์ถาวร			2,450,000

ค่าใช้จ่ายเริ่มต้นก่อนการดำเนินงาน ประกอบไปด้วย

1. ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนพาณิชย์บุคคลธรรมดาคนเดียว (กิจการเจ้าของคนเดียว) 50 บาท
2. ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า 1,000 บาท
3. ค่าธรรมเนียมการขออนุญาตผลิตภัณฑ์จดทะเบียนอาหาร 2,000 บาท
4. ค่าธรรมเนียมค่าขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร 3,000 บาท

เงินทุนหมุนเวียน

รายละเอียดเงินทุนหมุนเวียนประกอบไปด้วย

1. ค่าใช้จ่ายทางการตลาดมีรายละเอียด ดังนี้
 - 1.1. ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประกอบด้วย Social Media: Facebook, Instagram, Shopee และ Lazada รวมเป็นเงิน 50,000 บาท
 - 1.2. ค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์ร้านค้า 40,000 บาท
 - 1.3. ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ประกอบด้วย การแจกคูปอง ส่วนลด จำนวน 5,000 ใบ และการทำบัตรสมาชิก รวมเป็นเงิน 20,000 บาท
 - 1.4. ค่าใช้จ่ายในการตลาดทางตรง ประกอบด้วย ค่าจ้างออกแบบใบปลิว 3,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตใบปลิว จำนวน 20,000 ใบ ใบละ 0.40 บาท รวมเป็นเงิน 8,000 บาท
2. เงินสดสำรองไว้ใช้ในการดำเนินงาน รวมทั้งหมดเป็นเงิน 4,382,000 บาท

ตารางที่ 6 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดเบื้องต้น

กิจกรรม	ค่าใช้จ่าย(บาท)
การโฆษณา	
การทำโฆษณาผ่าน Social Media: Facebook, Instagram, Shopee และ Lazada	50,000
การประชาสัมพันธ์ร้านค้า	40,000
ค่าจ้างออกแบบใบปลิว	3,000
การตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth)	Free
ค่าใช้จ่ายในการผลิตใบปลิว จำนวน 20,000 ใบ	8,000
การส่งเสริมการขาย	
การแจกคูปอง ส่วนลด จำนวน 5,000 ใบ	5,000
การทำบัตรสมาชิก	15,000
การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล	Free

การประมาณการงบการเงิน

สมมติฐานในการจัดทำงบกำไรขาดทุน

1. รายได้ของธุรกิจ

รายได้ของธุรกิจจะมาจากรายได้จากการขายสินค้าของธุรกิจเอง ที่จัดจำหน่ายอยู่ในร้านอยู่ในร้านค้า ตลอดทั้งปี โดยที่มาของรายได้แสดงดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ตารางแสดงที่มาของรายได้ของธุรกิจ

ประเภทของรายได้	รายได้ (บาทต่อปี)
รายได้จากการขายทุเรียนสด	12,000,000
รายได้จากการขายทุเรียนกวน	5,000,000
รายได้จากการขายทุเรียนทอด	2,000,000
รวมรายได้	19,000,000

ตารางที่ 8 ตารางแสดงการประมาณการรายได้ที่เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 15 ในทุกๆปี สำหรับปีที่ 1-5

ประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย ทุเรียนสด	12,000,000	13,800,000	15,870,000	18,250,500	20,988,075
รายได้จากการขาย ทุเรียนกวน	5,000,000	5,750,000	6,612,500	7,604,375	8,745,031.25
รายได้จากการขาย ทุเรียนทอด	2,000,000	2,300,000	2,645,000	3,041,750	3,498,012.5
รวมรายได้	19,000,000	21,850,000	25,127,500	28,896,625	33,231,118.75

2. ต้นทุนขายของธุรกิจ

การประมาณต้นทุนขายของธุรกิจ Loverian เป็นการคิดจากต้นทุนในการทำสวนทุเรียนและการแปรรูปสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 9 ตารางแสดงต้นทุนในการทำสวนทุเรียนและการแปรรูปสินค้าทั้งหมดต่อปี

รายการต้นทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าปุ๋ย	1,000,000	1,150,000	1,322,500	1,520,875	1,749,006.25
ค่ายากำจัดวัชพืชและ ศัตรูพืช	1,250,000	1,437,500	1,653,125	1,901,093.75	2,186,257.81
ค่าจ้างแรงงานคน	575,000	603,750	633,937.5	665,634.38	698,916.09
ค่าจ้างคนงานตัดหญ้า	325,000	325,000	325,000	325,000	325,000
ค่าโยงกิ่งทุเรียน	110,000	110,000	110,000	110,000	110,000
ค่าเชือกโยงกิ่งทุเรียน	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ค่าตัดแต่งต้นทุเรียน	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ค่าน้ำมัน	30,000	33,000	36,300	39,930	43,923
ค่าไฟฟ้า	60,000	69,000	79,350	91,252.5	104,940.38
รวม	3,950,000	4,328,250	4,760,213	5,253,786	5,818,043.53

ตารางที่ 10 ตารางแสดงการประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนขายสินค้า สำหรับปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	19,000,000	21,850,000	25,127,500	28,896,625	33,231,118.75
ต้นทุน	3,950,000	4,328,250	4,760,213	5,253,786	5,818,043.53

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจ ประกอบด้วย เงินเดือนพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายด้านการทำการตลาด ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นดังนี้

1. เงินเดือนพนักงาน ธุรกิจมีอัตราการขึ้นเงินเดือนให้พนักงานตามผลประกอบการ และผลการประเมิน จะอยู่ในอัตราร้อยละ 3-5 ต่อปี โดยการันตีขั้นต่ำที่ร้อยละ 3 โดยในประมาณการกำหนดให้อัตราเงินเดือนขึ้นในอัตราร้อยละ 3 ต่อปี และในส่วนของโบนัสประจำปี ทางธุรกิจจะพิจารณาจากผลการประกอบการของธุรกิจ และผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมาของพนักงาน

2. ค่าสาธารณูปโภค ประมาณ 225,000 บาทต่อปี

3. ค่าใช้จ่ายด้านการทำการตลาด ประมาณ 120,000 บาทต่อปี

4. ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ประมาณ 14,400 บาทต่อปี

5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ประมาณ 120,000 บาทต่อปี

ตารางที่ 11 ตารางแสดงอัตราเงินเดือนพนักงานของธุรกิจ Loverian

ตำแหน่ง	จำนวน	อัตราเงินเดือน/คน
ผู้จัดการฝ่ายผลิต	1	20,000
พนักงานการผลิต	4	17,000
พนักงานแปรรูปสินค้า	4	17,000
พนักงานควบคุมคุณภาพสินค้า	1	17,000
พนักงานขายสินค้า	2	15,000
พนักงานขนส่งสินค้า	1	15,000
พนักงานการเงินและบัญชี	1	20,000
รวม	14	

ตารางที่ 12 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนพนักงาน	1,734,000	1,786,020	1,839,600.6	1,894,788.62	1,951,632.28
ค่าประกันสังคม	126,000	126,000	126,000	126,000	126,000
ค่าสาธารณูปโภค	225,000	225,000	225,000	225,000	225,000
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าโทรศัพท์และ อินเทอร์เน็ต	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
รวมค่าใช้จ่ายในการ ขายและบริหาร	2,339,400	2,391,420	2,445,000.60	2,500,188.62	2,557,032.28

4. ค่าเสื่อมราคา

ค่าเสื่อมราคาใช้วิธีคำนวณแบบเส้นตรง โดยประมาณอายุ 3-5 ปี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 13 ตารางแสดงมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร และค่าเสื่อมราคา

สินทรัพย์ถาวร			ค่าเสื่อมราคา				
รายการ	ต้นทุนรวม	อายุการใช้งาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. โกดังเก็บสินค้า	600,000	20	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
2. รถกระบะ	800,000	5	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000
3. ค่าออกแบบและตกแต่งร้านค้า (สมมติให้เปิดดำเนินการในปีที่ 1 จึงไม่บันทึกรายการดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่ายแต่บันทึกเป็นสินทรัพย์)	700,000	5	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000
4. คอมพิวเตอร์	15,000	3	5,000	5,000	5,000	-	-
5. ปริ้นเตอร์ สแกนเนอร์ และแฟกซ์	8,700	3	2,900	2,900	2,900	-	-
6. ชุดโต๊ะทำงาน	6,900	5	1,380	1,380	1,380	1,380	1,380
7. เก้าอี้สำนักงาน	2,000	5	400	400	400	400	400
8. โทรศัพท์	1,500	3	500	500	500	-	-
9. เคาน์เตอร์คิดเงิน	20,000	5	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
10. เครื่องบันทึกเงินสด	15,900	3	5,300	5,300	5,300	-	-
11. ชั้นวางสินค้า	30,000	5	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
12. หม้อทอดไฟฟ้า	40,000	5	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
13. เครื่องกวนไส้ขนม	60,000	5	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
14. เครื่องบรรจุของ	40,000	5	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
15. เครื่องบรรจุของเหลว	110,000	5	22,000	22,000	22,000	22,000	22,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	2,450,000						
รวมค่าเสื่อมราคา			405,480	405,480	405,480	391,780	391,780
ราคาทุน			2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม			405,480	810,960	1,216,440	1,608,220	2,000,000
ราคาตามบัญชีของสินทรัพย์			2,044,520	1,639,040	1,233,560	841,780	450,000

จากข้อมูลสมมติฐานในการจัดทำงบกำไรขาดทุน และงบแสดงฐานะการเงิน สามารถแสดงตารางประมาณการงบกำไรขาดทุน งบแสดงฐานะการเงิน และงบกระแสเงินสด สำหรับปีที่ 1-5 ได้ดังนี้

ตารางที่ 14 ตารางแสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนของธุรกิจ Loverian

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
หน่วย:บาท					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายทุเรียนสด	12,000,000	13,800,000	15,870,000	18,250,500	20,988,075
รายได้จากการขายทุเรียนกวน	5,000,000	5,750,000	6,612,500	7,604,375	8,745,031.25
รายได้จากการขายทุเรียนทอด	2,000,000	2,300,000	2,645,000	3,041,750	3,498,012.5
รวมรายได้	19,000,000	21,850,000	25,127,500	28,896,625	33,231,118.75
หัก ต้นทุนขาย					
ค่าปุ๋ย	1,000,000	1,150,000	1,322,500	1,520,875	1,749,006.25
ค่ายากำจัดวัชพืชและศัตรูพืช	1,250,000	1,437,500	1,653,125	1,901,093.75	2,186,257.81
ค่าจ้างแรงงานคน	575,000	603,750	633,937.5	665,634.38	698,916.09
ค่าจ้างคนงานตัดหญ้า	325,000	325,000	325,000	325,000	325,000
ค่าयोगกิ่งทุเรียน	110,000	110,000	110,000	110,000	110,000
ค่าเชือกโยงกิ่งทุเรียน	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ค่าตัดแต่งต้นทุเรียน	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ค่าน้ำมัน	30,000	33,000	36,300	39,930	43,923
ค่าไฟฟ้า	60,000	69,000	79,350	91,252.5	104,940.38
รวมต้นทุนขาย	3,950,000	4,328,250	4,760,213	5,253,786	5,818,043.53
กำไรขั้นต้น	15,050,000	17,521,750	20,367,287	23,642,839	27,413,075.22
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
เงินเดือนพนักงาน	1,734,000	1,786,020	1,839,600.6	1,894,788.62	1,951,632.28
ค่าประกันสังคม	126,000	126,000	126,000	126,000	126,000
ค่าสาธารณูปโภค	225,000	225,000	225,000	225,000	225,000
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	2,339,400	2,391,420	2,445,000.60	2,500,188.62	2,557,032.28
กำไรก่อนหักค่าเสื่อมราคา	12,710,600	15,130,330	17,922,286.4	21,142,650.38	24,856,042.94
หัก ค่าเสื่อมราคา	405,480	405,480	405,480	391,780	391,780
กำไรก่อนหักภาษี	12,305,120	14,724,850	17,516,806.4	20,750,870.38	24,464,262.94
หัก ภาษีเงินได้ (35%)	4,306,792	5,153,697.5	6,130,882.24	7,262,804.63	8,562,492.03
กำไรสุทธิ	7,998,328	9,571,152.5	11,385,924.16	13,488,065.75	15,901,770.91

ตารางที่ 15 ตารางแสดงประมาณการงบกระแสเงินสดของธุรกิจ Loverian

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
หน่วย:บาท					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	7,998,328	9,571,152.5	11,385,924.16	13,488,065.75	15,901,770.91
บวก ค่าเสื่อมราคา	405,480	405,480	405,480	391,780	391,780
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิที่ได้รับจากกิจกรรมดำเนินงาน	8,403,808	9,976,632.50	11,791,404.16	13,879,845.75	16,293,550.91
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
เงินลงทุนสินทรัพย์ถาวร	(2,450,000)	-	-	-	-
เงินสดสุทธิที่ได้รับจากกิจกรรมลงทุน	(2,450,000)	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินกู้ระยะยาวเพิ่มขึ้นสุทธิ	-	-	-	-	-
เงินลงทุนจากเจ้าของ	8,000,000	-	-	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิที่ได้รับจากกิจกรรมจัดหาเงิน	8,000,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	13,953,808	9,976,632.50	11,791,404.16	13,879,845.75	16,293,550.91
บวก เงินต้นงวด	-	13,953,808	23,930,440.5	35,721,844.66	49,601,690.41
เงินสดปลายงวด	13,953,808	23,930,440.5	35,721,844.66	49,601,690.41	65,895,241.32

ตารางที่ 16 ตารางแสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงินของธุรกิจ Loverian

งบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
	หน่วย:บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	13,953,808	23,930,440.5	35,721,844.66	49,601,690.41	65,895,241.32
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	13,953,808	23,930,440.5	35,721,844.66	49,601,690.41	65,895,241.32
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	(405,480)	(810,960)	(1,216,440)	(1,608,220)	(2,000,000)
ที่ดิน อาคารและ อุปกรณ์สุทธิ	2,044,520	1,639,040	1,233,560	841,780	450,000
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,044,520	1,639,040	1,233,560	841,780	450,000
รวมสินทรัพย์	15,998,328	25,569,480.50	36,955,404.66	50,443,470.41	66,345,241.32
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
เงินกู้ยืมระยะสั้น	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
กำไรสะสม	7,998,328	17,569,480.5	28,955,404.66	42,443,470.41	58,345,241.32
ทุน	8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	15,998,328	25,569,480.50	36,955,404.66	50,443,470.41	66,345,241.32
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	15,998,328	25,569,480.50	36,955,404.66	50,443,470.41	66,345,241.32

ตารางที่ 17 ตารางแสดงการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (เดือน)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิรายปี	จำนวนเงิน
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	(8,000,000)
1	กระแสเงินสดรับ	13,953,808
2	กระแสเงินสดรับ	9,976,632.50
3	กระแสเงินสดรับ	11,791,404.16
4	กระแสเงินสดรับ	13,879,845.75
5	กระแสเงินสดรับ	16,293,550.91
	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	65,895,241
	หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	(8,000,000)
	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	57,895,241
	อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)	159.037%
	ระยะเวลาคืนทุน (เดือน)	≈ 7 เดือน

สรุปผลด้านการเงิน

การประกอบธุรกิจ Loverian ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจ เนื่องจาก สร้างอัตราผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น อัตราความสามารถในการทำกำไร รวมถึงมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดของธุรกิจ (NPV) ที่มากกว่าเงินลงทุน ทำให้บริษัทสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี ซึ่งผลประกอบการเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับความนิยมของผู้บริโภคที่มีความต้องการสินค้าจากทุเรียนเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ดี เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ ดังนั้น การประมาณการรายได้และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอาจมีความคลาดเคลื่อนไปจากรายการที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งในความเป็นจริงยังคงต้องมีการพัฒนาและเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมต่อไป

บทที่ 7

แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงเป็นการวางแผนเพื่อคาดการณ์ พยากรณ์ ปัญหาหรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต หรือในกรณีที่สถานการณ์หรือการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น ที่จะส่งผลกระทบต่อไม่มากนักน้อยในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการควรประเมินโอกาสที่ความเสี่ยงต่างๆจะเกิดขึ้น เพื่อวางแผนการแก้ไขสิ่งต่างๆ จึงต้องทำแผนฉุกเฉิน เตรียมความพร้อมในการรับมืออย่างดีที่สุด พร้อมทั้งระบุแนวทางแก้ไขสถานการณ์นั้น ๆ

การวิเคราะห์ความเสี่ยงของธุรกิจ

ด้านการดำเนินการ

เนื่องจากธุรกิจ Loverian เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการขายสินค้าจากทุเรียน รวมถึงมีการทำการเกษตรที่ทำสวนทุเรียนเพื่อการผลิตสินค้า ซึ่งในการทำสวนทุเรียนมักจะพบเจอกับปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาจากแมลงศัตรูพืชและวัชพืช ปัญหาจากสภาพอากาศตามฤดูกาล เป็นต้น ซึ่งธุรกิจได้มีการวางแผนเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาในด้านการดำเนินการอย่างรอบด้าน โดยจะมีการปรับแผนการดำเนินการให้เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์เมื่อเกิดปัญหา

ด้านบุคลากร

ธุรกิจ Loverian เป็นธุรกิจที่มีขนาดกลาง จึงใช้บุคลากรจำนวนไม่มากนัก บุคลากรของธุรกิจจะได้รับสวัสดิการครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด ก่อนการเริ่มงานสำหรับบุคลากรใหม่ของธุรกิจจะมีการฝึกอบรมเบื้องต้นและจะมีการฝึกอบรมเพิ่มเติมตามแต่ละฝ่ายงานเพื่อให้เกิดความชำนาญมากขึ้น พร้อมทั้งจะรับมือเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น และพร้อมให้ความช่วยเหลือลูกค้าได้อย่างดีเยี่ยม เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า

ด้านการตลาด

ธุรกิจได้มีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การแข่งขัน และเปรียบเทียบจุดแข็ง จุดอ่อนกับคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อหาสาเหตุของปัญหา และทำการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดและกลุ่มเป้าหมายอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างราบรื่น รวมถึงมีการคาดการณ์สถานการณ์ทางการตลาดในอนาคตที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เพื่อทำการวางแผนและจัดทำแผนในการรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างดีและส่งผลกระทบต่อธุรกิจน้อยที่สุด

ด้านการเงิน

ธุรกิจได้มีการตรวจสอบบัญชีซื้อขายทุกเดือนว่ามียอดขายตรงตามการประมาณการไว้หรือไม่เพื่อที่จะได้ทำการปรับเปลี่ยนเป้าหมายยอดขาย รวมถึงปรับแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานใหม่ มีการเพิ่มและลดกำลังการผลิตตามยอดการจำหน่ายสินค้าและการลดต้นทุนส่วนที่ไม่จำเป็นออกเพื่อให้มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำที่สุด ทำการวางแผนและบริหารการเงินให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการเงินของธุรกิจ

ตารางที่ 18 ตารางแสดงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ผลกระทบต่อธุรกิจ และแนวทางการแก้ไข

ปัญหา	ผลกระทบต่อธุรกิจ	แนวทางการแก้ไข
1. เกิดภัยแล้ง ฝนไม่ตก สภาพอากาศร้อน	ดินแห้ง แข็ง ทำให้ออกผลผลิตน้อย ต้นทุเรียนเกิดการขาดน้ำเหี่ยวเฉา ต้นทุเรียนอาจยืนต้นตายได้	ทำการขุดบ่อ สร้างแหล่งกักเก็บน้ำสำรองไว้เพื่อใช้ในยามที่เกิดภัยแล้ง ทำการขุดเจาะบ่อบาดาลเพื่อใช้น้ำในยามฉุกเฉิน
2. เกิดพายุฝน ลมกระโชกแรง	ต้นทุเรียนอาจได้รับความเสียหายจากการโดนลมพัดแรง ส่งผลให้กิ่งฉีก กิ่งหัก ลำต้นโค่นล้ม ทุเรียนอาจตายได้ ผลทุเรียนร่วงหล่นได้รับความเสียหาย	จะต้องทำการดูแลและบำรุงต้นทุเรียนให้แข็งแรง ทนทานต่อแรงลมที่พัดมา ร่วมมือกับกรมส่งเสริมการเกษตรในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติ ให้มีความทันสมัย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ปัญหาจากการระบาดของแมลงศัตรูพืช หนอน มอด และเพลี้ยต่างๆ	สร้างความเสียหายต่อราก ลำต้น และผลทุเรียน ทำให้ผลทุเรียนเน่าเสียก่อนเก็บเกี่ยว ต้นทุเรียนอาจตายได้ สร้างความเสียหายต่อราคาขายทุเรียน ทำให้ราคาตกต่ำสูญเสียรายได้ไปอย่างมาก	ทำการป้องกันและกำจัดด้วยวิธีผสมผสาน โดยการพ่นสารฆ่าแมลง และห่อผลทุเรียนด้วยถุงพลาสติกขาวขุ่นพร้อมทั้งเจาะมุมกันถุงเพื่อระบายน้ำ เป็นการป้องกันผลทุเรียนจากแมลง ใช้กับดักแสงไฟ black light เป็นเครื่องมือตรวจการระบาดของแมลง เพื่อให้ทราบว่ามีการระบาดในช่วงไหน สามารถช่วยให้การใช้สารฆ่าแมลงมีประสิทธิภาพ

ปัญหา	ผลกระทบต่อธุรกิจ	แนวทางการแก้ไข
		มากขึ้น สามารถลดจำนวนการ พ่นสารฆ่าแมลงจากที่เกษตรกร นิยมปฏิบัติอยู่ลงได้
4. ปัญหาจากการระบาดของโรค และเชื้อราต่างๆในทุเรียน	เชื้อราจะเข้าทำลายระบบราก และโคนต้น ทำให้เกิดอาการเน่า ทำให้เกิดเนื้อเยื่อตายบริเวณใบ ของทุเรียน ทำให้ใบร่วงรุนแรงได้ ทำให้ดอกแห้ง ร่วงหล่น ทำลาย กิ่งและผลทุเรียนได้ ทำให้ผลมีสี ดำเป็นปื้น โดยเฉพาะบริเวณไหล่ ผล และร่องผล ทำให้มีราคาต่ำ สามารถสร้างความเสียหายระยะ ยาวให้แก่ธุรกิจได้	ฉีดพ่นทุเรียนด้วยสารฆ่าเชื้อรา ชนิดต่างๆ ตามลักษณะของการ เกิดโรค ตัดแต่งกิ่งในบริเวณที่เป็น โรคให้โปร่ง และนำกิ่งที่เป็นโรค ไปเผาทำลาย ปรับสภาพดิน บริเวณโดยรอบต้นทุเรียนให้ร่วน ซุย และมีความเหมาะสมเพื่อ ควบคุมเชื้อรา
5. ต้นทุนของสินค้ามีราคาสูงเกิน กว่าที่คาดการณ์ไว้	ทำให้อาจจะขายสินค้าได้น้อยลง ส่งผลให้ธุรกิจได้กำไรน้อย หรือ ขาดทุน	วางแผนเพื่อหาแนวทางในการ ควบคุมต้นทุนไม่ให้มากเกินไป อาจปรับลดค่าใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ที่ทำได้ลงไป หรือตัดค่าใช้จ่ายที่ ไม่มีความจำเป็นออกไป ลดกำลัง การผลิตลง อาจจะต้องขึ้นราคา ของสินค้า
6. มีคู่แข่งเข้ามาในตลาดเพิ่มมาก ขึ้น	ส่งผลให้มีการแข่งขันทาง การตลาดที่รุนแรงมากขึ้น สัดส่วน ครองตลาดธุรกิจลดน้อยลง ทำให้ ส่วนแบ่งลูกค้าทางการตลาดของ ธุรกิจลดน้อยลง ลูกค้ามีตัวเลือก ในการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น	มีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อ เพิ่มการดึงดูดลูกค้าเพื่อให้เข้ามา ซื้อสินค้าของธุรกิจมากขึ้น มีการ ส่งเสริมการตลาดมากขึ้น จัดทำ โปรโมชั่นต่างๆเพิ่มมากขึ้นเพื่อ เรียกลูกค้ากลับมา
7. เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจตกต่ำ เกิดวิกฤต เศรษฐกิจ	ส่งผลให้ลูกค้ามีความต้องการซื้อ สินค้าของธุรกิจลดลง ทำให้ ยอดขายสินค้าลดลง ธุรกิจมี รายได้น้อย หรืออาจขาดทุน	วางแผนเพื่อหาแนวทางในการ แก้ไขปัญหา ปรับเปลี่ยนแผนกล ยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับ สถานการณ์ จัดทำโปรโมชั่นเพื่อ ส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น และ

ปัญหา	ผลกระทบต่อธุรกิจ	แนวทางการแก้ไข
		ควบคุมการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจให้มีความเข้มงวดมากขึ้น
8. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การซื้อของลูกค้า	ส่งผลให้ลูกค้าหันไปเลือกซื้อสินค้าของธุรกิจอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น ลูกค้าซื้อสินค้าของธุรกิจเราลดน้อยลง สินค้าของธุรกิจอาจไม่ได้รับความนิยมจากลูกค้าในอนาคต	ปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ดียิ่งขึ้น พัฒนาสินค้าใหม่ๆ ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น สร้างโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้ากลับมา การปรับปรุงสินค้าให้มีจุดเด่น ลักษณะพิเศษ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ลูกค้าจดจำได้

แผนในอนาคตของธุรกิจ

หากการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ Loverian เป็นไปได้ดีตลอดระยะเวลา 3-5 ปี ทั้งในเรื่องของยอดขายและกำไรสุทธิ รวมทั้งจำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าและลูกค้าประจำที่มีความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) สูงมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทางธุรกิจจะมีแผนในการขยายกิจการไปในวงกว้างมากยิ่งขึ้น โดยจะทำการเปิดร้านจำหน่ายสินค้าของธุรกิจสาขาใหม่ในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้า และเปิดให้ผู้ที่สนใจในธุรกิจ Loverian สามารถซื้อสินค้าของธุรกิจไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าโดยใช้ช่องทางของตนเอง ในรูปแบบของตัวแทนจำหน่าย เพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้ไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศให้ผู้คนได้เข้าถึงสินค้าของธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการรับสินค้าของธุรกิจเราไปจำหน่ายในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ที่หาแหล่งจำหน่ายสินค้าของธุรกิจเราได้ค่อนข้างยาก เพื่อให้ผู้คนในจังหวัดอื่น ๆ ได้ซื้อสินค้าของทางธุรกิจเรา และคาดว่าจะได้รับผลตอบแทนที่เติบโตขึ้นจากเดิม ทั้งนี้จะต้องทำการสำรวจทำเลพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงทำการสำรวจตลาด สำรวจพฤติกรรม การซื้อของลูกค้าในบริเวณที่ต้องการไปเปิดกิจการว่าทำเลไหนจะมีลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพื่อที่จะทำให้เกิดจุดคุ้มทุนเร็วที่สุด และสร้างรายได้ให้ธุรกิจมากที่สุด และธุรกิจยังมีแผนในอนาคตสำหรับการขยายฐานลูกค้าออกไปยังต่างประเทศ เพื่อให้ผู้คนในต่างประเทศได้รู้จักสินค้าของธุรกิจ Loverian และสร้างการรับรู้ถึงสินค้าจากทุกระดับชั้นดีของประเทศไทย ให้ผู้คนทั่วโลกได้รู้จักอีกด้วย

บรรณานุกรม

kasetprice. (2563). ราคาทุเรียน. Retrived May 14, 2020, from <https://www.kasetprice.com/ราคา/ทุเรียน/วันนี้>

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). การวิเคราะห์ 5 forces. Retrived June 2, 2020, from <https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-5forcesanalysis>

ข่าวไทยพีบีเอส. (2563). “ทุเรียน” ราคากระฉูด! ออเดอร์จากจีนแน่น ดับฝันนักกินชาวไทย. Retrived June 2, 2020, from <https://news.thaipbs.or.th/content/292411>

ฐานเศรษฐกิจ. (2563). วิฤติ “โคโรนา” กับอนาคตทุเรียนไทยในจีน. Retrived May 14, 2020, from <https://www.thansettakij.com/content/422125>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563).ทิศทางเศรษฐกิจไทยปี 2563 ชะลอตัวต่ำกว่าที่คาดและต่ำกว่าศั ก ย ภ า พ . Retrived June 2 , 2 0 2 0 , from <https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256301CoverStory.aspx>

สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย TMA. (2563). “ทำความรู้จัก VUCA. Retrived June 2, 2020, from http://www.tma.or.th/2016/news_detail.php?id=426

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). ตารางแสดงรายละเอียดทุเรียน. Retrived June 2, 2020, from <http://www.oae.go.th/view/1/ตารางแสดงรายละเอียดทุเรียน/TH-TH>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). ทุเรียนภาคใต้ปีนี้ ให้ผลผลิตกว่า 4.4 แสนตัน เพิ่มขึ้น 46% เหตุราคาดี จีนต้องการสูง. Retrived May 14, 2020, from <http://www.oae.go.th/view/1/รายละเอียดภาวะเศรษฐกิจการเกษตร/31090/TH-TH>

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ – สกุล นายศิวพงศ์ เลิศภูวิวัฒน์
 ที่อยู่ 60 ถนนศรีเวียง ตำบลนาสาร อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84120
 เบอร์โทรศัพท์ 065-5123345
 E-Mail Address siwapongwork@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2559 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาโรงเรียนสุราษฎร์พิทยา อำเภอเมือง
 จังหวัดสุราษฎร์ธานี
 พ.ศ. 2560 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร