



แผนธุรกิจ ไข่เค็มสมุนไพรพฤษภษา



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551

แผนธุรกิจ ไข่เค็มสมุนไพรพฤษภ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจเรื่อง “ไข่มุขสมุนไพรพฤษา” เสนอโดย นางสาว แหวดาว แผนสมบูรณ์ มี
คุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ



.....
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์กัญญา)
หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัทราภรณ์ หอมสุต

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

.....ประธานกรรมการ
(อาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิณฑานนท์)

...../...../.....



.....กรรมการระดับปริญญาตรี
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัทราภรณ์ หอมสุต)

...../...../.....

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์กัญญา)

...../...../.....

1248121 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : ไข่เค็ม(Salted egg)/ ไข่เค็มสมุนไพรพฤษกา/ แผนธุรกิจ

แหวดาว แผนสมบูรณ : ไข่เค็มสมุนไพรพฤษกา (SALTED EGG HERB) อาจารย์ที่

ปรึกษา : ผศ.นภนท หอมสุค. 50 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจไข่เค็มสมุนไพรพฤษกาเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการถนอมอาหารที่มีมาอย่างยาวนาน เหมาะสำหรับผู้บริโภคทุกวัย มี รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายแตกต่างจากคู่แข่งสามารถเก็บไว้ได้นานและเป็นการส่งเสริมให้เกิดธุรกิจของตนเองภายในชุมชน เพื่อที่จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดและเพิ่มการขยายสาขาออกไปทั่วภูมิภาค

สำหรับการศึกษาสถานการณ์ทางการตลาดและการแข่งขัน ของไข่เค็มสมุนไพรพฤษกา พบว่าปัจจัยต่างๆ ทั้งในเรื่องสถานที่ตั้ง ความพร้อม ความรู้และความเชี่ยวชาญเอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี เนื่องจากในเขตพื้นที่อำเภอ อุทองประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดังนั้น วัตถุดิบในการผลิตจึงมีเป็นจำนวนมากและราคาขอมเยว

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการบริหารจัดการ เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว จดทะเบียนในนามของ นางสาว แหวดาว แผนสมบูรณ รวมทั้งมีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถตรงกับสายงานของธุรกิจ

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของ ไข่เค็มสมุนไพรพฤษกา ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 450,000 บาท โดยแบ่งเป็นโครงสร้างทางการเงินในสัดส่วน ทุนของเจ้าของ 78% และสัดส่วนหนี้สิน 22%

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่า ธุรกิจมีระยะเวลาการคืนทุน 3 ปี 9 เดือน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ 21.16% และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิในปีแรก 265,833.24 บาท แสดงให้เห็นว่าธุรกิจมีความน่าสนใจ และมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจเล่มนี้สำเร็จล่วงด้วยดี เนื่องจากผู้เขียนได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ ดร.ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ณภัทน์ หอมสุต อาจารย์ที่ปรึกษา ในการทำแผนธุรกิจครั้งนี้รวมถึงอาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิรันธนานนท์ ประธานกรรมการสอบ ที่ได้ให้คำแนะนำในการทำแผนธุรกิจแก่ผู้เขียนเป็นอย่างดี

ขอบพระคุณพ่อแม่และครอบครัวที่ให้ความรัก ความไว้วางใจ การศึกษาที่ดี พร้อมทั้งกำลังใจ คำแนะนำและการสนับสนุนในทุกๆ เรื่องแก่ผู้เขียน

ขอบคุณอาจารย์ประไพพิมพ์ สุทธิสินนนท์ ที่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับแผนการเงิน

ขอบคุณแม่คุณบุญมี อินอำนวย ที่มอบความรู้เกี่ยวกับการทำไข่เค็มและเป็นต้นแบบของคนที่มีมุ่งมั่น ขยันและไม่หยุดนิ่งเพื่อการสร้างสิ่งใหม่ๆ

ขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในทุกๆ เรื่องตลอดระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา ขอบคุณป้าแนนสำหรับความช่วยเหลือในการทำแผนธุรกิจ

ท้ายที่สุดนี้ คุณความดีและกุศลที่พึงบังเกิดจากแผนธุรกิจเล่มนี้ ผู้เขียนขอมอบแด่พ่อแม่ ครูอาจารย์ที่ให้ความรู้ทุกท่าน และเพื่อนๆ ทุกคน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

หน้า

บทสรุปผู้บริหาร.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอธุรกิจ.....	1
2 ความเป็นมาของธุรกิจ.....	2
ข้อมูลกิจการ.....	3
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ.....	3
รายชื่อเจ้าของกิจการและสัดส่วนการถือครอง.....	3
รูปแบบกิจการ.....	3
ประวัติเจ้าของกิจการ.....	3
ประสบการณ์ทำงาน.....	3
สินค้า.....	4
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	5
สภาวะอุตสาหกรรม.....	5
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	5
ตลาดเป้าหมาย.....	6
ลักษณะทั่วไปของลูกค้า.....	7
สภาพการแข่งขัน.....	7
คู่แข่ง.....	9

บทที่		หน้า
4	แผนบริหารจัดการ.....	13
	รายละเอียดของธุรกิจ.....	13
	วิสัยทัศน์.....	15
	พันธกิจ.....	15
	เป้าหมายทางธุรกิจ.....	15
5	แผนการตลาด.....	16
	เป้าหมายทางการตลาด.....	16
	การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	16
	กลยุทธ์ทางการตลาด.....	18
	การตลาดทางตรง.....	18
	แนวคิดการสร้างลูกค้าให้เป็นสินทรัพย์ของกิจการ.....	20
	กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด.....	22
6	แผนการขายสินค้า.....	23
	สถานประกอบการในการขายสินค้า.....	23
	ข้อมูลการผลิตสินค้า.....	25
	ข้อมูลการขายสินค้า.....	26
7	แผนการเงิน.....	29
8	แผนฉุกเฉิน.....	50
บรรณานุกรม.....		51
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี		
	ภาคผนวก.....	52
	ภาคผนวก ก.....	53
	ภาคผนวก ข.....	59
	ประวัติผู้เขียน.....	62

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	4
2	แสดงจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ด.....	8
3	การกำหนดตำแหน่งของสินค้าในตลาด.....	9
4	การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	10
5	การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	11
6	การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	12
7	ตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบ.....	13
8	แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ.....	14
9	อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิตและขายสินค้า.....	24
10	ประมาณการลงทุน.....	28
11	แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปีอัตราดอกเบี้ยต่อปี.....	29
12	ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา.....	30
13	ตารางแสดงประมาณการขายรายเดือน.....	32
14	ตาราง แสดงประมาณรายได้จากการขายสินค้าและบริการ.....	35
15	ตารางแสดงประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	36
16	ตารางแสดงประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า.....	38
17	ตารางแสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	39
18	ตารางแสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	41
19	ตารางแสดงประมาณการงบกระแสเงินสด.....	43
20	ตารางแสดงประมาณการงบดุล.....	45
21	ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	47
22	ตารางแสดงแผนฉุกเฉิน.....	49

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ตัวอย่างสินค้า.....	4
2	ส่วนแบ่งทางการตลาด.....	6
3	ตลาดเป้าหมาย.....	6
4	อุปสรรค 5 ประการในธุรกิจ.....	7
5	ผลจากการสำรวจความชอบผู้บริโภค.....	16
6	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มสมุนไพร.....	17
7	ความสัมพันธ์ของการสร้างลูกค้าให้เป็นสินทรัพย์ของกิจการ.....	20
8	กิจกรรมทางการตลาดที่องค์กรต้องกระทำ.....	22
9	แผนผังแสดงที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	23
10	แสดงแผนผังกระบวนการขายสินค้า.....	27

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอธุรกิจ

แผนธุรกิจ ไข่เค็มสมุนไพรพฤษาเป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อ ธนาคารกรุงไทย

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขอสินเชื่อในการดำเนินธุรกิจ
2. เพื่อการวางแผนดำเนินงานของธุรกิจ
3. เพื่อการศึกษาลักษณะการเขียนแผนธุรกิจ
4. เพื่ออธิบายขั้นตอนของการดำเนินงาน
5. เพื่อนำแผนธุรกิจไปใช้จริงในการประกอบการ
6. เพื่อวางแผนในการขยายกิจการ

โดยมีเงื่อนไขดังนี้ คือ

1. จำนวนเงินสินเชื่อที่ขอรับการสนับสนุนจำนวน 100,000 บาท
2. วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อใช้ในการลงทุน
4. การผ่อนชำระคืนเงินต้น ผ่อนชำระเป็นรายเดือน ซึ่งจำนวนเงินผ่อนชำระดังกล่าว

เป็นไปตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

ความเป็นมาของธุรกิจ

การแปรรูปอาหารจากไข่เป็ดมีวิธีที่นิยมทำกันมากก็คือ การทำไข่เค็ม ซึ่งทำจากไข่เค็ม ในน้ำเกลือ ไข่เค็มดินสอพองหรือกระทั่งการทำไข่เค็มด้วยดินปลวก ไข่เค็มทำได้ไม่ยากและจำหน่ายได้ง่าย ซึ่งไข่เค็มเป็นอาหารบริโภคสะดวกนำมาประกอบอาหารได้หลายอย่าง และมีความต้องการของตลาดกว้างขวาง การทำไข่เค็มจึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจในการประกอบธุรกิจและยังช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตของเกษตรกรอีกทางหนึ่งด้วย

เนื่องจากพื้นที่ในเขตอำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี มีผู้เลี้ยงเป็ดเป็นจำนวนมากทำให้ปริมาณไข่เป็ดมีจำนวนมาก (กรมปศุสัตว์อำเภออุทุมพร สุพรรณบุรี 2551:3) และเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การทำนาดังนั้นจึงมีพื้นที่ในการทำนากันเป็นจำนวนมากและในขณะเดียวกันเกษตรกรก็ได้เลี้ยงเป็ดไว้เพื่อปราบหอยเชอรี่อีกทั้งยังได้ไข่ไว้บริโภค เมื่อมีจำนวนมากขึ้น จึงได้นำไข่เป็ดมาแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อยืดอายุของไข่เค็มให้เก็บไว้รับประทานได้นาน ซึ่งแหล่งวัตถุดิบนั้นหาได้ง่ายภายในชุมชน รวมทั้งมีความหลากหลายของ การนำสมุนไพรไทยมาประยุกต์รวมกันเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคอีกด้วย

การถนอมอาหารนับเป็นการแก้ปัญหาผลผลิตทางการเกษตรที่มีมากเกินไปเกินความต้องการของตลาด โดยการยืดอายุระยะเวลาในการเก็บรักษาผลผลิตไม่ให้เกิดความเสียหาย ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรต้องขายผลผลิตทางการเกษตรในราคาต่ำกว่าปกติ เป็นการยืดอายุระยะเวลาในการเก็บรักษาและค่อย ๆ ทนย่อยส่งสินค้าเข้าสู่ตลาด ส่งผลดีต่อเกษตรกรผู้ผลิตในด้านการรักษาเสถียรภาพของราคาผลผลิตไม่ให้เกิดความตกต่ำเกินความเป็นจริง นอกจากนี้ การถนอมอาหารยังเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรรวมทั้งยังเป็นการเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบอาหารที่ใช้บริโภค การผลิตไข่เค็มถือเป็นเทคโนโลยีชาวบ้านวิธีหนึ่งที่ทำกันมานานจนถึงทุกวันนี้ โดยเริ่มแรกจุดประสงค์ในการทำไข่เค็มนั้น เพื่อเป็นการยืดอายุการเก็บของไข่เป็ดซึ่งเหลือจากการบริโภคสด ต่อมาความนิยมในการบริโภคไข่เค็มมีมากขึ้น จนพัฒนาจากการผลิตไข่เค็มเพื่อการบริโภคในครัวเรือนมาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการค้า ซึ่งการจำหน่ายอาจจะเป็นในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มเพื่อการรับประทานโดยตรงหรือนำไปทำเป็นไส้ขนม เช่น ขนมเปี๊ยะ ขนมเต้าส้อ ขนมโมจิ ขนมไหว้พระจันทร์ ขนมบ๊ะจ่าง ตลอดจนใช้เป็นส่วนประกอบในอาหารหลากหลายชนิดหรือนำไปเป็นของฝากก็ได้

ข้อมูลกิจการ

ร้านไข่เค็มสมุนไพรพฤษาถูกจัดตั้งโดยการนำแนวคิดของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำการถนอมอาหารมาประยุกต์เข้ากับสมุนไพรไทยที่มีสรรพคุณต่างๆ มากมาย เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและเป็นการเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบที่มีเป็นจำนวนมากภายในท้องถิ่น ซึ่งที่ตั้งของร้านอยู่ในบริเวณที่เป็นศูนย์กลางของการซื้อขายและราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับยุคที่ต้องประหยัดคอคอม สามารถรับประทานได้ทุกเพศทุกวัยและทุกโอกาส

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ

ร้านไข่เค็มสมุนไพรพฤษา 11/7 หมู่ที่ 1 ตำบลอุ้มทอง อำเภ่อู้มทอง จังหวัด สุพรรณบุรี รหัสไปรษณีย์ 72160

รายชื่อเจ้าของกิจการและสัดส่วนการถือครอง

นางสาวแหวดาว แพนสมบูรณ์ สัดส่วนการถือครอง 100%

รูปแบบกิจการ

กิจการเจ้าของคนเดียว

ประวัติเจ้าของกิจการ

การศึกษา

ปี พ.ศ. 2540-2546 ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนอุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ปี พ.ศ. 2547 ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต

(การจัดการธุรกิจทั่วไป)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2551 ฝึกงานที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภ่อู้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
แผนกบริการลูกค้าและการตลาด

ประโยชน์ของโครงการที่มีต่อเศรษฐกิจ

ส่งเสริมเกษตรกรด้านการผลิตวัตถุดิบและแปรรูปผลิตภัณฑ์ภายในท้องถิ่น รวมถึงการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีเป็นจำนวนมาก ช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการถูกกดขี่จากพ่อค้าคนกลางภายใต้แนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียง

ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ	ระยะเวลาที่ดำเนินการ
1	เลือกทำเลที่ตั้ง	1 ต.ค. - 7 ต.ค. 51	2 สัปดาห์
2	ก่อสร้างและตกแต่ง	8 ต.ค. - 8 พ.ย. 51	1 เดือน
3	หาแหล่งวัตถุดิบ	8 พ.ย. - 24 พ.ย. 51	2 สัปดาห์
4	จัดเตรียมอุปกรณ์	24 พ.ย. - 1 ธ.ค. 51	1 สัปดาห์
5	เริ่มดำเนินกิจการ	2 ธ.ค. 51	2 ธ.ค. 51
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	1 ต.ค. - 2 ธ.ค. 51	1 เดือน 5 สัปดาห์

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

สินค้า

รายละเอียดสินค้า

ไข่เค็มบรรจุภายในกล่องกระดาษจำนวน 4 ใบ ราคากล่องละ 20 บาท แบ่งเป็น ไข่เค็มใบเตย ไข่เค็มกระชายดำ ไข่เค็มดองน้ำเกลือ ไข่เค็มขมิ้น ไข่เค็มพอกดิน สามารถเก็บไว้ได้นานประมาณ 2 สัปดาห์ โดยไม่ต้องแช่ในตู้เย็น



ภาพที่ 1 ตัวอย่างสินค้า

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

สภาวะอุตสาหกรรม

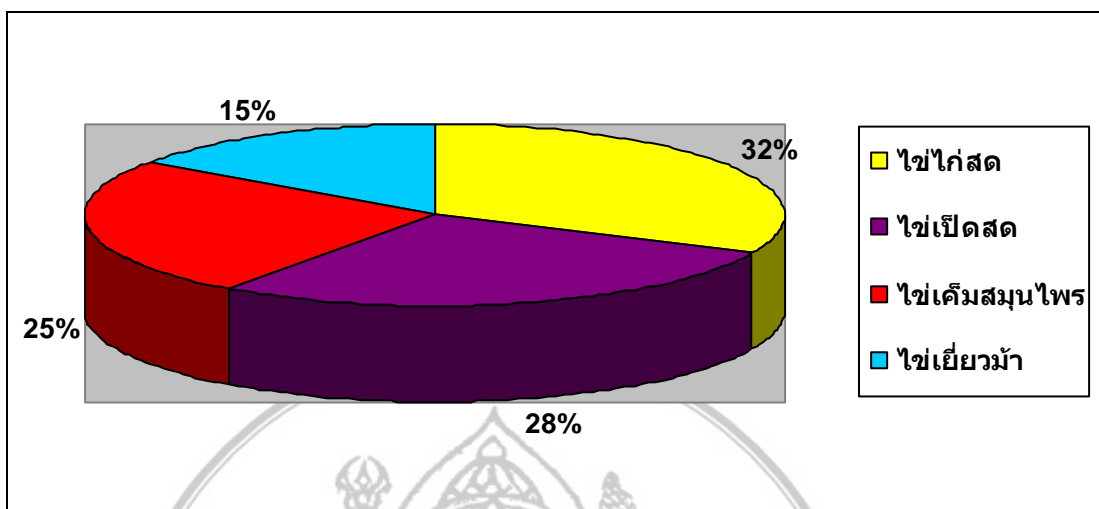
สภาวะตลาดของไข่เค็มเป็นที่ต้องการในเขตอำเภออุทงโดยใช้แบบสอบถาม เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่รับประทานง่ายและมีประโยชน์ต่อร่างกายอีกทั้งยังเก็บไว้ได้นานไม่เน่าเสียง่าย ซึ่งเหมาะกับทุกครอบครัวที่มีไว้ติดบ้าน โดยส่วนมากเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมทั่วประเทศไทยและมีหลากหลายชนิดทั้ง ไข่เค็มไชยา ไข่เค็มโบเตย ไข่เค็มสมุนไพรร แล้วแต่ในเขตพื้นที่ชุมชนนั้น ๆ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางการตลาดของไข่เค็มพฤษภา สามารถใช้เกณฑ์ต่างๆ ได้ดังนี้

1. เกณฑ์ทางด้านประชากร ผู้ที่รับประทานไข่เค็มพฤษภาโดยทั่วไปจะเป็นกลุ่มคนทุกเพศ ทุกวัย และทุกอาชีพ เช่น แม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนในวัยทำงานที่ไม่มีเวลาดูแลตัวเองมากนัก ผู้สูงอายุ คนป่วย เป็นต้น
2. เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ ซึ่งจัดจำหน่ายไปยังกลุ่มลูกค้าโดยเน้นลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภออุทง จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นหลัก รวมทั้งลูกค้าที่ผ่านเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภออุทง
3. เกณฑ์ทางด้านจิตวิทยา โดยที่ผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานอาหารที่มีคุณภาพดี สะอาด รสชาติอร่อย และราคาไม่แพง รวมไปถึงความชอบในสมุนไพรรไทย
4. เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรม ซึ่งผู้บริโภคที่ชอบความสะดวกสบาย สามารถหาซื้อไข่เค็มสมุนไพรรได้ง่าย

ส่วนแบ่งทางการตลาด

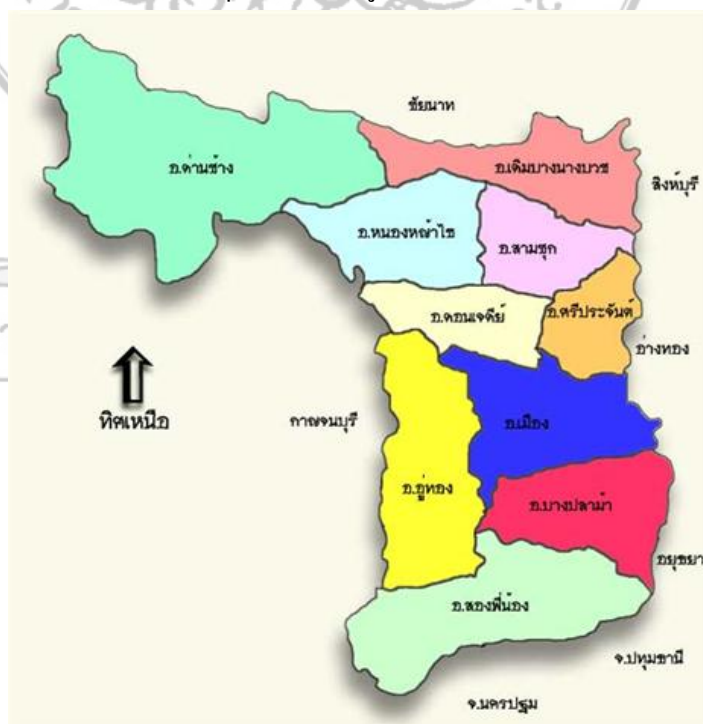


ภาพที่ 2 ส่วนแบ่งทางการตลาด

ภาพนี้แสดงถึงส่วนแบ่งทางการตลาดของไข่ไก่สดร้อยละ 32% ไข่เปิดสดร้อยละ 28% ไข่เค็มสมุนไพรร้อยละ 25% ไข่เยี่ยวม้าร้อยละ 15%

ตลาดเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมาย คือ ในเขตอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นการนำเสนอสินค้าจากอำเภอไปสู่อำเภอและสร้างความคุ้นเคยให้กับผู้บริโภคแล้วขยายสาขาออกไปสู่จังหวัดใกล้เคียง



ภาพที่ 3 ตลาดเป้าหมายอำเภออุ้มทอง

เน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นแม่บ้านผู้ที่เป็นคนเลือกทำอาหารให้กับครอบครัว ซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสูง และตัวแทนผู้จัดจำหน่ายหรือซื้อเพื่อนำไปเป็นส่วนผสมในการผลิตอาหารเพื่อการค้าต่อไป

สภาพการแข่งขัน

มีการแข่งขันสูงเพราะเป็นสินค้าที่ผลิตได้ง่าย รวมทั้งวัตถุดิบหาได้ไม่ยากและมีราคาถูก ดังนั้นจึงมีผู้ผลิตค้าปลีกเป็นจำนวนมากที่เข้ามาแข่งขันในตลาดไข่เค็มสมุนไพร แต่แตกต่างกันไปตามคุณภาพ ราคาและภาพลักษณ์ของผู้ผลิตแต่ละราย



ภาพที่ 4 อุปสรรค 5 ประการในธุรกิจ

1. อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาด (Threat of New Entrance)

ปัจจุบันการเข้ามาในตลาดไข่เค็มสามารถทำได้ง่าย เนื่องจากขั้นตอนในการผลิตไข่เค็มสามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีต้นทุนต่ำ จึงทำให้ธุรกิจต้องมีการดึงส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่ง โดยอาจจะต้องมีการพัฒนาสูตรและรสชาติใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและมีความตื่นตัวในการรักษาสุขภาพมากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน ดังนั้นการสร้างทางเลือกลักษณะของการใช้สินค้าที่ดีต่อสุขภาพจึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจแก่ผู้บริโภค

2. อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตไข่เค็ม สามารถหาได้ง่าย ราคาถูกและมีผู้ผลิตจำนวนมาก จึงทำให้ผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีอำนาจในการต่อรองต่ำ

3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers)

ไข่เค็มพุกกษาเป็นตราหือใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับในคุณภาพจึงทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองมากในช่วงแรก ซึ่งอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อเป็นตัวแปรสำคัญเนื่องจากตลาดไข่เค็มมีผู้ขายมากมายจึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกหลายทางและมีอำนาจในการต่อรองสูง อย่างไรก็ตามเมื่อผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมนเพิ่มขึ้นก็จะสามารถช่วยให้ธุรกิจมีอำนาจต่อรองเพิ่มขึ้นได้

4. การเพิ่มขึ้นของการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น (Rivalry Among Current Competitors)

จากการพิจารณาตลาดไข่เค็มในอำเภออุทองแล้วนั้น มีผู้ขายจำนวนมากขาย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ง่าย ขายง่าย และเป็นที่ยอมรับ ทำให้คู่แข่งทั้งรายเล็กและรายใหญ่เข้ามาแข่งขันกันเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีรูปแบบและราคาที่แตกต่างกัน ดังนั้นธุรกิจต้องมีการสร้างจุดเด่นของร้าน โดยเฉพาะการสร้างความแตกต่างในเรื่องของสูตรและรสชาติใหม่ๆ และการส่งเสริมด้านการจัดจำหน่ายมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

5. อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ทดแทน (Threat of Substitute Products or Services)

อุปสรรคจากสินค้าทดแทนนั้นมีค่อนข้างสูง เนื่องจากว่าไข่เค็มเป็นสินค้าที่แปรรูปมาจากไข่เป็ดจึงมีคุณสมบัติเฉพาะตัว สินค้าที่ใกล้เคียงไข่เค็มมากที่สุดคงเป็นไข่เป็ดสดและไข่ไก่สด แต่ไม่สามารถทดแทนได้อย่างถาวร จึงทำให้อุปสรรคของสินค้าทดแทนค่อนข้างสูง

อำเภอ	เปิดไข่	
	จำนวน (ตัว)	เกษตรกร (ราย)
อุทอง	62,101	76

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงเปิด : ที่มารกรมปศุสัตว์ สุพรรณบุรี

ผลงานวิจัยนศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากตารางที่ 2 ทำให้เห็นว่ามเกษตรกรผู้เลี้ยงเปิดในอำเภออุทองจำนวน 76 ราย และจำนวนเปิดไข่จำนวน 62,101 ตัว ซึ่งเป็นแหล่งทางวัตถุดิบที่สำคัญเพราะมีอยู่เป็นจำนวนมากในท้องถิ่น

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด(Market Positioning)

ปัจจัยด้านราคา

Very good	ราคาสูง สินค้าคุณภาพต่ำ	ราคาสูง สินค้ามาตรฐาน	ราคาสูง สินค้าคุณภาพสูง
Performance	ราคามาตรฐาน สินค้าคุณภาพต่ำ	ราคามาตรฐาน สินค้ามาตรฐาน	ราคามาตรฐาน สินค้าคุณภาพสูง
Improvement	ราคาต่ำ สินค้าคุณภาพต่ำ	ราคาต่ำ สินค้ามาตรฐาน	ราคาต่ำ สินค้าคุณภาพสูง

ปัจจัยด้านคุณภาพ

Improvement

Performance

Very good

ตารางที่ 3 การกำหนดตำแหน่งของสินค้าในตลาด

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดโดยใช้ปัจจัยด้านราคาและคุณภาพ ซึ่งตำแหน่งของผลิตภัณฑ์อยู่ในตำแหน่งราคามาตรฐานและสินค้าคุณภาพสูง

คู่แข่งชั้น

ในเขตอำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี มีคู่แข่งคือ

1. ผู้ผลิตไข่เค็มไซยา มีชื่อเสียงในด้านการผลิตไข่เค็มพอกดินที่มีรสชาติดี ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายแรกที่ลูกค้ารู้จักและจัดจำหน่ายอยู่ทั่วประเทศ
2. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเขาดีสลัก ตำบลดอนคา อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันเพื่อผลิตไข่เค็มพอกใบเตยทั้งแบบสุกและแบบดิบ ซึ่งเป็นกลุ่มที่เข้ามาในตลาดไข่เค็มก่อนไข่เค็มสมุนไพร

รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจของเรา	กลุ่มแม่บ้านเขาดีสลัก	ไข่เค็มไชยา
ด้านสินค้า	บรรจุใส่กล่องกระดาษ พร้อมกันกระแทก จำนวน 6 ใบและ 4 ใบ มี ไข่เค็มดองเกลือ, ไข่เค็ม ใบเตย, ไข่เค็มกระชายดำ , ไข่เค็มขมิ้น ซึ่งคัดแต่ไข่ เป็ดขนาดใหญ่เป็นหลัก	บรรจุภายในกล่อง พลาสติกใสจำนวน 4 ใบ เป็นไข่เค็มพอกใบเตย	บรรจุในกล่อง กระดาษจำนวน 4 ใบ เป็นไข่เค็มพอก ดิน
ด้านราคา	ราคาขายใบละ 5 บาท กล่องละ 20 บาท	กล่องละ 25 บาท	ราคาขายกล่องละ 35 บาท
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	จัดจำหน่ายในตลาดอยู่ ทองและกระจายสินค้า ไปในแต่ละตำบลโดย ตัวแทนจำหน่าย	มีตัวแทนจัดจำหน่ายใน ตำบลอนคา อำเภอกู่ ทอง	จัดจำหน่ายทั่ว ประเทศ
ด้านส่งเสริม การตลาด	โฆษณาในหนังสือพิมพ์ ท้องถิ่นและบริการส่งถึง ที่ถ้ามีการสั่งในปริมาณ มาก	ลงโฆษณาทางเว็บไซต์	ลงโฆษณาทาง เว็บไซต์และออก ร้านตามงานจัด แสดงทั่วไป

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจหรือ SWOT ANALYSIS

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง(Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	บุคลากรภายในท้องถิ่นเข้ามาร่วมงานและแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจนในขั้นตอนการผลิต	การประสานงานอาจติดขัดเนื่องจากยังไม่มี ความคุ้นเคยในการทำงานร่วมกันมาก่อน
ด้านการตลาด	มีการส่งเสริมการขายอย่างทั่วถึงภายในตลาดอุทงเพื่อให้เป็นที่รู้จักและให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าประจำ	เนื่องจากเป็นตราหือใหม่ของตลาดจึงต้องใช้การโฆษณามากเพื่อดึงดูดลูกค้า จึงทำให้มีต้นทุนในการโฆษณาสูง
ด้านการผลิต	มีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สดใหม่ และมีการพัฒนาสูตรใหม่ๆ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป อยู่เสมอสามารถเก็บไว้ได้นาน โดยไม่ใช้สารกันบูด	สูตรในการผลิตคล้ายกับผู้ผลิตรายอื่น ๆ จึงมีสินค้าที่เหมือนกันแต่แตกต่างในเรื่องของรสชาติ
ด้านการเงิน	มีแหล่งเงินทุนเป็นของตนเอง และมีการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	การบริหารเงินทุนยังไม่เพียงพอต้องกู้ยืมจากสถาบันการเงิน

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ลูกค้าภายในอำเภออุทองทุกเพศทุกวัย	ลูกค้ายังไม่มั่นใจในคุณภาพ
สถานการณ์การแข่งขัน	ผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดมีคุณภาพสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าสามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นได้	มีคู่แข่งเป็นจำนวนมากและเป็นธุรกิจที่เพิ่งเข้ามาใหม่ในตลาด
เทคโนโลยี	นำเครื่องมาเชื่อมนำมาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อปราศจากสารปนเปื้อนและใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านเกี่ยวกับสมุนไพร	ราคาของอุปกรณ์มีราคาสูง
สภาพเศรษฐกิจ	ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจอยู่ในภาวะเงินเฟ้อ จึงทำให้ผู้บริโภคมีปัจจัยในการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น	ราคาต้นทุนของวัตถุดิบมีมูลค่าสูงขึ้น ส่งผลต่อราคาของสินค้า
กฎหมาย, ระเบียบ, ข้อบังคับ	รัฐบาลให้การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่นเช่น มีการจัดงานแสดงสินค้าให้แก่ชุมชน	ประชาชนไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการร่วมงานแสดงสินค้า
กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย	ร้านค้าปลีกสนใจรับผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อ ลูกค้าที่คิดใจในรสชาติสั่งทำในงานจัดเลี้ยงต่างๆ และลูกค้าที่นำไปเป็นส่วนผสมของอาหารเพื่อจำหน่าย	มีการแย่งลูกค้าเนื่องจากมีผู้ผลิตจำนวนมาก

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

บทที่ 4

แผนบริหารจัดการ

รายละเอียดของธุรกิจ

ข้อมูลธุรกิจ	ไข่เค็มสมุนไพรพฤษกษา 11/7 ม. 1 ต.อุ้มทอง อ.อุ้มทอง จ.สุพรรณบุรี 72160
รูปแบบการดำเนินงาน	กิจการเจ้าของคนเดียว
ประวัติเจ้าของกิจการ การศึกษา	ชื่อ นางสาวเวดาว แผนสมบูรณ์ อายุ 21 ปี ระดับมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนอุ้มทอง ปีพ.ศ. 2547 ระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขต สารสนเทศเพชรบุรี
ประสบการณ์การทำงาน	ปี พ.ศ. 2551 ฝึกงานที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี แผนกบริการลูกค้าและการตลาด
เงินลงทุน	เงินลงทุนของกิจการคือ 450,000 บาท
หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก	

ชื่อ	นางสาวดิเรกต์น์ เสาร์ทอง
ตำแหน่ง	ฝ่ายการเงิน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการจัดหาเงินของกิจการและควบคุมการดำเนินงานทางด้านบัญชีกิจการ
อัตราเงินเดือน	8,000 บาท
ชื่อ	นางสาวปฐมา อักษรคิด
ตำแหน่ง	ฝ่ายการขาย
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการขายสินค้า
อัตราเงินเดือน	6,000 บาท

ตารางที่ 7 ตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบ

ชื่อ	นางสาวธัญญภรณ์ พลายพิชิต
ตำแหน่ง	ฝ่ายการดำเนินงาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการจัดการด้านการดำเนินงานและขั้นตอนในการผลิต
อัตราเงินเดือน	6,000 บาท
ชื่อ	นางสาวศุภวรรณ ปราม่วง
ตำแหน่ง	ฝ่ายการดำเนินงาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการจัดการด้านการดำเนินงานและขั้นตอนในการผลิต
อัตราเงินเดือน	6,000 บาท

ตารางที่ 7(ต่อ)

แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน	รวม เงินเดือน
1.	การเงิน	ฝ่ายการเงิน	1	8,000	8,000
2.	การขายและการตลาด	ฝ่ายการขาย	1	6,000	6,000
3.	การผลิต	ฝ่ายการดำเนินงาน	2	6,000	12,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			4		26,000

ตารางที่ 8 แผนงานด้านบุคลากร

ผลงานวิจัยนักรักศึกษา ระดับปริญญาตรี

วิสัยทัศน์

ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและขยายสาขาทั่วประเทศ

พันธกิจ

1. จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพสู่ผู้บริโภค
2. ลดจำนวนสินค้าด้อยคุณภาพ
3. สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างสูงสุด
4. เพิ่มยอดขายในทุกๆ ปี

เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น ทำให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภค

เป้าหมายระยะปานกลาง ผลิตสินค้าโดยเน้นวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม

เป้าหมายระยะยาว ขยายสาขาสู่จังหวัดอื่นๆ ภายในประเทศ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. การให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อตอบสนองความพึงพอใจอย่างสูงสุด
2. การจัดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม
3. การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

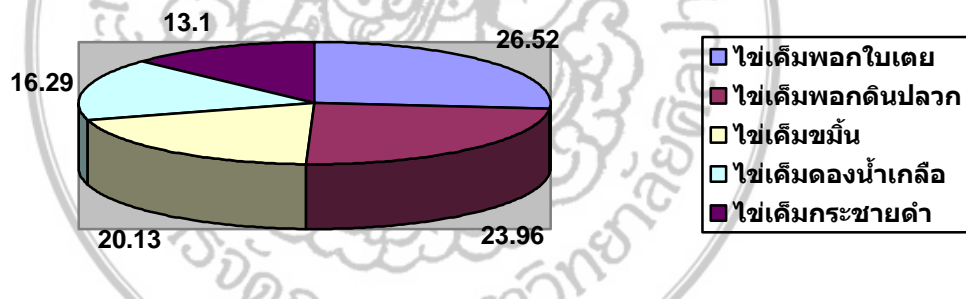
แผนการตลาด

เป้าหมายทางการตลาด

การสร้างยอดขายเป็นอันดับหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

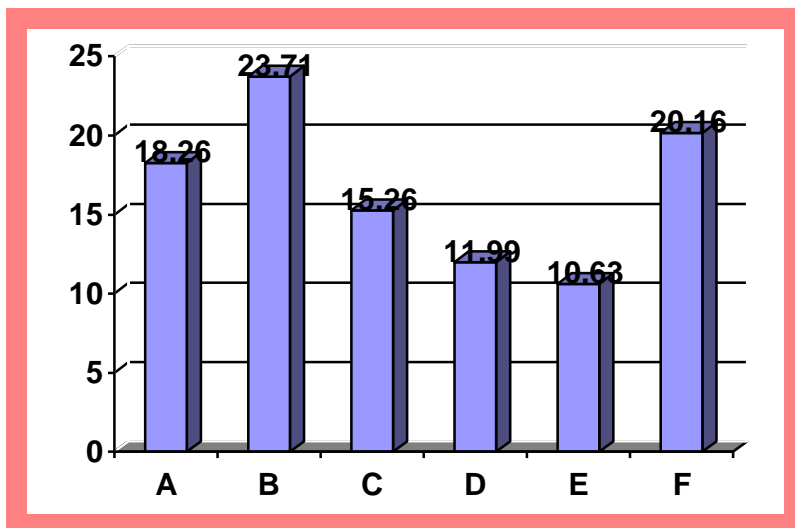
การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

เป็นผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย และลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปเพื่อการดำเนินงานของธุรกิจ เช่น นำไข่เค็มไปเป็นส่วนผสมในขนมเปี๊ยะ ขนมบัวลอย ข้าวห่อใบบัว เป็นต้น



ภาพที่ 5 ผลจากการสำรวจความชอบผู้บริโภค

ผลจากการสำรวจผู้บริโภคพบว่าชอบไข่เค็มพอกใบเตยร้อยละ 26.52% ไข่เค็มพอกดินปลวกร้อยละ 23.96% ไข่เค็มขมิ้นร้อยละ 20.13% ไข่เค็มดองน้ำเกลือร้อยละ 16.29% และไข่เค็มกระชายดำร้อยละ 13.1%



ภาพที่ 6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มสมุนไพร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มสมุนไพร

A คือ มีความแปลกใหม่

B คือ รสชาติอร่อย

C คือ ราคาถูก

D คือ ดีต่อสุขภาพ

E คือ หาซื้อได้ง่าย

F คือ มีหลากหลายรสชาติ

จากผลการสำรวจผู้บริโภคพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มสมุนไพรมากที่สุดคือ รสชาติอร่อยร้อยละ 23.71% มีความหลากหลายของรสชาติร้อยละ 20.16% มีความแปลกใหม่ร้อยละ 18.26% มีราคาถูกร้อยละ 15.26% ส่งผลดีต่อสุขภาพร้อยละ 11.99% และหาซื้อได้ง่ายร้อยละ 10.63%

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

สร้างความแตกต่างด้านรูปลักษณ์ รสชาติของผลิตภัณฑ์ โดยเพิ่มสมุนไพรเป็นส่วนผสมลงไป เช่น ไข่เค็มพอกใบเตย ไข่เค็มกระชายดำ ไข่เค็มขมิ้น ไข่เค็มพอกดินสอพอง เป็นต้น ซึ่งคัดวัตถุดิบไข่เป็ดที่มีคุณภาพและบรรจุด้วยหีบห่อกระดาษที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

2. กลยุทธ์ด้านราคา

การตั้งราคาต่ำเพื่อเปิดเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว โดยมีราคาขายไข่เค็มฟองละ 5 บาท ซึ่งในกล่องใหญ่มีไข่เค็ม 6 ใบ กล่องละ 30 บาท กล่องเล็กมีไข่เค็ม 4 ใบ กล่องละ 20 บาท เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งค้าปลีกและค้าส่ง

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งเป็น 2 ช่องทาง คือ ผู้บริโภคทั่วไปและผู้ค้าปลีก ซึ่งครอบคลุมในอำเภออุทงและจังหวัดสุพรรณบุรี อีกทั้งบริเวณที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นตลาด ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้อย่างสะดวก เป็นการตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่น

4. กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

ส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลดทางการค้าแก่ลูกค้าที่สั่งซื้อในปริมาณมากและพร้อมด้วยบริการส่งฟรีหรือการให้คูปองส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไปแก่ลูกค้าปลีก ซึ่งช่วยสร้างความพึงพอใจของลูกค้าและเพิ่มยอดขายสินค้าให้มากขึ้น

การตลาดทางตรง

การตลาดทางตรงเป็นวิธีที่สำคัญในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคโดยตรง เช่น การตลาดที่ทำให้เกิดการตอบสนองโดยตรงทางสื่อสิ่งพิมพ์ การตลาดโดยใช้แคตตาล็อก เป็นต้น ดังนั้น กิจกรรมทางการตลาดของไข่เค็มสมุนไพรคือ

1. การตลาดทางตรงโดยใช้คอมพิวเตอร์(Online and internet marketing)

เป็นการตลาดทางตรง โดยใช้คอมพิวเตอร์เชื่อมต่อและอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์เชื่อมต่อ(Online) เป็นการสื่อสารการตลาดด้วยการเชื่อมต่ออุปกรณ์หรือคอมพิวเตอร์หรือเครื่องปลายทางเข้ากับเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นทางสายเคเบิลหรือด้วยวิธีใดๆ ก็ตามเพื่อให้มีการทำงานร่วมกัน ส่วนอินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์นานาชาติที่มีสายตรงต่อไปยังสถาบันหรือหน่วยงานต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ทั่วโลกผ่านโมเด็ม (Modem) ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์(E-mail) สามารถสืบค้นข้อมูลและสารสนเทศ รวมทั้งคัดลอกแฟ้มข้อมูลและโปรแกรมบางโปรแกรมมาใช้ได้ ทั้งคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อและอินเทอร์เน็ต ถือว่าเป็นการตลาดทางตรง ที่มุ่งสู่ลูกค้าได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากที่สุด

การตลาดโดยใช้คอมพิวเตอร์เชื่อมต่อและอินเทอร์เน็ต มีข้อดี ดังนี้

1. สะดวก เพราะลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้ 24 ชั่วโมง
2. การใช้ข้อมูล ซึ่งลูกค้าสามารถหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบด้านราคา คุณภาพ และคุณสมบัติ

3. สามารถปรับปรุงให้เหมาะสมกับตลาดอย่างรวดเร็ว

4. ต้นทุนต่ำ

5. สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าได้

6. เข้าถึงผู้รับข่าวสารได้เฉพาะเจาะจงมากที่สุด

2. การใช้ป้ายโฆษณา

เป็นวิธีหนึ่งที่จะให้ลูกค้ามีการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยอาศัยป้ายโฆษณา เครื่องมือนี้ใช้ร่วมกับกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ในกรณีนี้ในป้ายโฆษณานั้นจะต้องบอกเบอร์โทรศัพท์ไว้ ให้จดจำได้ง่าย

ข้อดีของการตลาดทางตรง

1. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เลือกสรรได้ดียิ่ง โดยที่การตลาดทางตรงมีโอกาสที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีและเป็นการเข้าถึงที่มีประสิทธิผล ลดการสูญเปล่าได้ดีกว่าสื่ออื่น

2. สามารถแบ่งส่วนตลาดได้ดีมีประสิทธิภาพ และการแบ่งส่วนตลาด โดยถือเกณฑ์ภูมิศาสตร์ อาชีพ ประชากรศาสตร์ รายได้ เป็นต้น จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดลักษณะความต้องการของแต่ละส่วนตลาด ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองความต้องการได้ดียิ่งขึ้น

3. ความถี่ขึ้นจะอยู่กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออื่น โดยความถี่ในการใช้เครื่องมือทางการตลาดทางตรงจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออื่น ซึ่งธุรกิจสามารถจะสร้างระดับความถี่ในด้านความต้องการโดยให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากสื่อตามที่เหมาะสม

4. ความยืดหยุ่นได้ โดยการตลาดทางตรงสามารถทำได้ในรูปแบบที่แตกต่างกันขึ้นกับลักษณะผลิตภัณฑ์ ข่าวสาร และกลุ่มเป้าหมาย การเปลี่ยนแปลงในเรื่องลักษณะผลิตภัณฑ์หรือเงื่อนไขในการส่งเสริมการตลาดทำได้รวดเร็วขึ้น และสามารถที่จะกระจายไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงมากที่สุด

5. เวลา โดยที่เวลาทางการตลาดทางตรงสามารถทำได้รวดเร็ว และสามารถกระจายไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงมากที่สุด

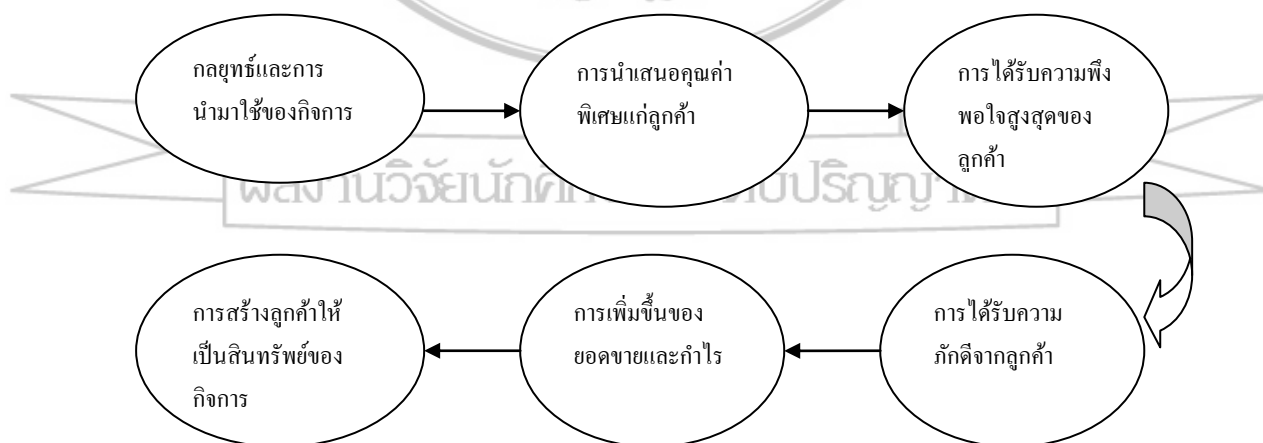
6. การเข้าถึงบุคคลได้เฉพาะเจาะจง ซึ่งการตลาดทางตรงถือว่าเป็นเครื่องมือที่สามารถเข้าถึงบุคคลได้เจาะจงที่สุดเมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ

แนวคิด การสร้างลูกค้าให้เป็นสินทรัพย์ของกิจการ

องค์กรต่างๆ มักประสบปัญหาที่ต้องตัดสินใจระหว่างการสร้างยอดขายในระยะสั้นหรือระยะยาว การมุ่งเน้นความพยายามทางการตลาดไปที่ลูกค้าใหม่หรือการมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าเดิม ปัจจุบันพบว่าแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างลูกค้าให้เป็นสินทรัพย์จะสามารถช่วยองค์กรให้สามารถสร้างสมดุลระหว่างปัญหาเหล่านี้ได้

การสร้างลูกค้าให้เป็นสินทรัพย์ของกิจการ(Customer equity) เป็นการให้ความสำคัญกับคุณค่าทางการเงินขององค์กร โดยองค์กรพยายามสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationship) ซึ่งแนวคิดนี้เชื่อว่า การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจะนำมาซึ่งผลกำไรแก่กิจการ อันจะประกอบไปด้วยผลกำไรจากการได้ลูกค้ามาเป็นครั้งแรกพร้อมกับผลกำไรจากยอดขายที่คาดหวังในอนาคตจากลูกค้ากลุ่มนี้ ผลกำไรที่จะได้รับจากการสร้างลูกค้าให้เป็นสินทรัพย์ จะเพิ่มขึ้นได้ 3 ทางได้แก่

1. การลดลงของต้นทุนในการแสวงหาลูกค้าใหม่
2. การรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรในระยะเวลายาวนานขึ้น
3. การเพิ่มผลกำไรจากลูกค้าที่รักษาไว้ได้และเสนอขายสินค้าและบริการต่างๆ ให้กับลูกค้ากลุ่มเดิมให้ซื้อเพิ่มขึ้น ช่วยให้กำไรต่อหน่วยขององค์กรเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่ต่ำลง



ภาพที่ 7 ความสัมพันธ์ของการสร้างลูกค้าให้เป็นสินทรัพย์ของกิจการ

แนวคิดการสร้างลูกค้าให้เป็นสินทรัพย์ของกิจการ สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด เพราะมีการมุ่งเน้นไปที่ความพึงพอใจของลูกค้าและการบูรณาการความพยายามขององค์กรในการที่จะประสบความสำเร็จในระยะยาว

กระบวนการของการสร้างลูกค้าให้เป็นสินทรัพย์ของกิจการได้แสดงไว้ดังรูปที่ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์หลัก 3 ประการได้แก่

1. การได้มาซึ่งลูกค้าที่มีความภักดีจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของยอดขาย ซึ่งมีกำไรที่เพิ่มขึ้น และการเพิ่มขึ้นของลูกค้าที่เป็นสินทรัพย์ของกิจการ

2. การสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้าเป็นหนทางที่ดีที่สุดในการได้มาซึ่งความภักดีจากลูกค้า

3. ต้องมีการนำเสนอคุณค่าที่เป็นพิเศษเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า เหตุผลเบื้องต้นที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างความภักดีของลูกค้า ยอดขาย กำไร และลูกค้าที่เป็นสินทรัพย์ของกิจการ ลูกค้าที่มีความภักดีจะอุดหนุนกิจการทำให้ยอดขายของกิจการเพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกค้าเหล่านี้จะซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป และเป็นแหล่งในการอ้างอิงของลูกค้าเดิม

1. การรักษาลูกค้าที่มีความภักดีไว้จะไม่มีต้นทุนเพิ่มขึ้น การหาลูกค้าใหม่จะมีต้นทุนในการหาลูกค้าสูง

2. ยิ่งกิจการรักษาลูกค้าไว้ได้นานเท่าใด กิจการก็จะได้รับกำไรจากการซื้อซ้ำมากขึ้น

3. ลูกค้าที่มีความภักดีมีแนวโน้มว่าจะซื้อสินค้าจากกิจการเพิ่มมากขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป

4. มักจะมีการพบอยู่เสมอว่าการติดต่อซื้อขายกับลูกค้าที่มีความภักดีนั้นมีต้นทุนต่ำกว่าการติดต่อซื้อขายกับลูกค้าใหม่

5. ลูกค้าที่มีความภักดีเป็นแหล่งที่ดีในการอ้างอิงสำหรับธุรกิจใหม่ๆ ของกิจการ

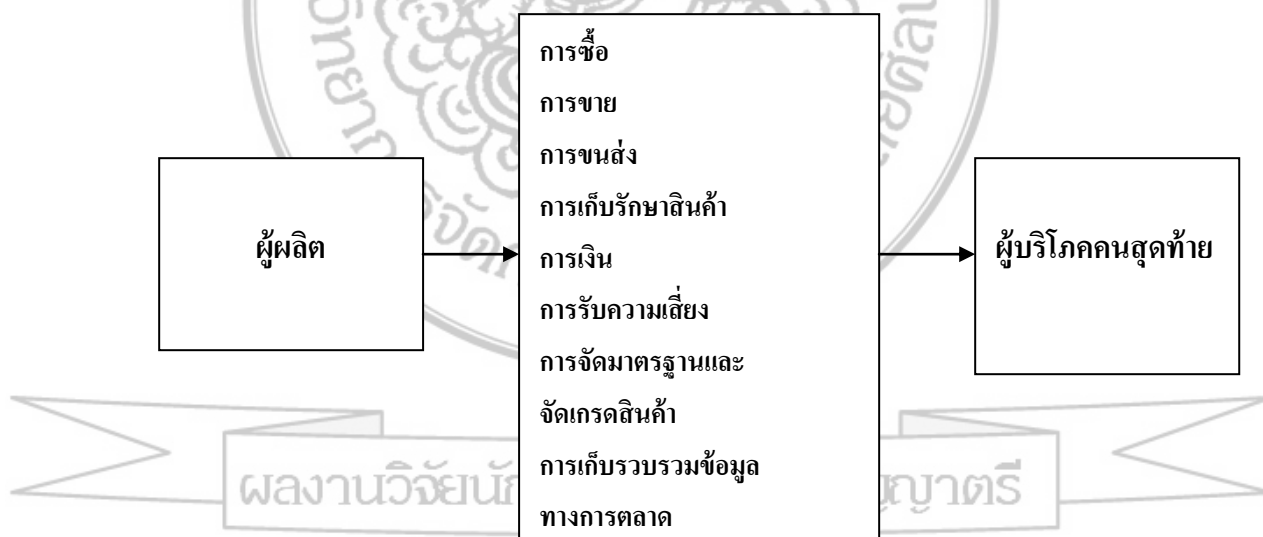
6. ลูกค้าที่มีความภักดีมักจะยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นในราคาพิเศษเพื่อได้รับคุณค่าที่ต้องการ

กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

กิจกรรมทางการตลาดที่องค์กรต้องกระทำเพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายมีหลายประการดังแสดงรูปที่

กิจกรรมการซื้อขายเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน สินค้าที่เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อจะต้องถูกขนส่งไปยังสถานที่ที่เหมาะสม และมีการเก็บไว้เป็นสินค้าคงคลัง สินค้าคงคลังจะเกี่ยวข้องกับการจัดการด้านการเงิน และความเสี่ยงที่จะเกิดจากการจัดเก็บสินค้าคงคลัง ปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องมีการตรวจสอบมาตรฐานและคัดเกรดท้ายสุดข้อมูลทางการตลาดเกี่ยวกับผู้ซื้อและคู่แข่ง จะต้องมีการนำมาใช้เพื่อการตัดสินใจทางการตลาด

กิจกรรมทางการตลาดเหล่านี้จะต้องถูกกระทำในขั้นตอนต่างๆ ของการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคคนสุดท้าย แต่ในบางกรณีสถาบันการตลาด เช่น ผู้ค้าปลีก อาจจะเข้ามาเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้กับผู้ผลิตก็ได้ หรือบางครั้งผู้บริโภคอาจเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดบางอย่างด้วยตนเองก็ได้



ภาพที่ 8 กิจกรรมทางการตลาดที่องค์กรต้องกระทำ

บทที่ 6

แผนการขายสินค้า

สถานประกอบการในการขายสินค้า

ที่ตั้งสถานที่ 11/7 ม.1 ต. อุ่ทอง อ.อุ่ทอง จ. สุพรรณบุรี 72160 035- 552135
รายละเอียด เป็นตึกแถวอยู่ในซอยแรกถัดจากปั้มน้ำมัน Caltex ติดกับท่ารถตู้กรุงเทพ - อุ่ทอง
และร้านขายอุปกรณ์ทางการเกษตร ตรงข้ามกับร้านถ่ายภาพและล้างอัดภาพสีอะเอ็กซ์เพรส

คูเมือง โบราณหน้าอำเภออุ่ทอง

สถานี
ตำรวจ

ถนนมาลัยแมน
มาจากจังหวัดนครปฐม



หอนาฬิกา
อ.อุ่ทอง



ตลาด
อุ่ทอง

ถนน
ท้าว
อุ่ทอง



ปั้มน้ำมัน Caltex
ท่ารถตู้ กทม- อุ่ทอง
ถ้าจะมารถตู้ขึ้นหน้าวัดราชนัดดาข้าง โศภะปราสาทฝั่งถนนราชดำเนิน และบอกคน ขับให้เข้าทางวัดอุ่ทอง

แยกตลาดอุ่ทอง

อุปกรณ์ เครื่องมือ และของตกแต่งในการขายสินค้า

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน (บาท)	อายุ
1	โถ้งขนาดเล็ก	10 ใบ	ใช้ในการผลิต	3,000	ตลอดการ ใช้งาน
2	โต๊ะและเก้าอี้	1 ชุด	ใช้เพื่อติดต่อจบบันทึก	10,000	5 ปี
3	โทรศัพท์	1 ชุด	ใช้ในการจัดจำหน่าย	3,000	ตลอดการ ใช้งาน
4	อุปกรณ์ เครื่องครัว	5 ชุด	ใช้ในการผลิต	10,000	ตลอดการ ใช้งาน
5	สมุดบันทึก รายรับรายจ่าย	2 เล่ม	ใช้ในการบริหาร จัดการ	40	1 เดือน
6	คู่มือเอกสาร	1 ชุด	เก็บเอกสาร	1,500	ตลอดการ ใช้งาน
7	คอมพิวเตอร์ พร้อมอุปกรณ์	1 เครื่อง	บันทึกข้อมูล	25,000	ตลอดการ ใช้งาน
8	เครื่องคิดเงิน	1 เครื่อง	คิดรายรับรายจ่าย	5,000	ตลอดการ ใช้งาน
9	สมุดบิล รายการสินค้า	1 เล่ม	บันทึกรายการสินค้า	20	ตลอดการ ใช้งาน
10	เครื่องปั่น	1 ชุด	ใช้ในการผลิต	1,000	ตลอดการ ใช้งาน
11	เตาถ่าน	3 ใบ	ใช้ในการผลิต	1,500	ตลอดการ ใช้งาน

ตารางที่ 9 อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิตและขายสินค้า

ข้อมูลการผลิตสินค้า

การเลือกซื้อไข่เปิด

ตลาดไข่เปิด หมายถึง ทางผ่านของไข่จากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ซึ่งตลาดไข่เปิดในประเทศไทย จากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคจะต้องผ่านอย่างน้อย 4 แหล่งด้วยกันคือ

1. พ่อค้าเก็บไข่ : ซึ่งส่วนมากได้แก่ เอเยนต์อาหารสัตว์ที่จะให้บริการไปรับซื้อไข่ถึงฟาร์มหรือให้ผู้เลี้ยงนำไปส่งให้ จากนั้นก็จะเก็บรวบรวมไข่ส่งไปยังตลาดกลาง

2. พ่อค้าไข่รายย่อย : เป็นพ่อค้ารายย่อยที่ซื้อไข่จากฟาร์มเพื่อส่งตลาดกลางหรือส่งให้กับร้านค้าปลีก

3. ตลาดกลางค้าปลีก : ตลาดกลางจะรับไข่จากพ่อค้าเก็บไข่ พ่อค้าไข่รายย่อยหรือจากฟาร์มไก่ไข่โดยตรง

4. ร้านขายปลีก : ร้านขายปลีกและอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม โรงพยาบาล หรือร้านทำขนม เป็นต้น

ซึ่งจากแหล่งจำหน่ายไข่เปิดทั้ง 4 แหล่ง ทางร้านไข่เค็มสมุนไพรพฤษภาเลือกใช้บริการจากพ่อค้าเก็บไข่และพ่อค้าไข่รายย่อยเพื่อเป็นการซื้อวัตถุดิบในราคาที่มีความสดใหม่และเป็นการส่งเสริมอาชีพของเกษตรกรในอำเภออุทุมพร

การทำความสะอาดและตรวจสอบคุณภาพ

การทำความสะอาดไข่นั้นว่าสำคัญมาก เพราะนอกจากให้ดูสวยงามแล้ว ยังช่วยให้เก็บไว้ได้นานอีกด้วย การทำความสะอาดนิยมการทำความสะอาดแบบแห้ง โดยการใช้ผ้าแห้งเช็ดผิวเปลือกไข่แล้วจึงตรวจสอบคุณภาพของไข่ว่าเหมาะสมในการนำไปทำไข่เค็มหรือไม่ ซึ่งต้องเป็นไข่เปิดขนาดใหญ่เพื่อให้ได้ไข่แดงใหญ่และสีสด โดยที่ไม่ต้องแตกראวหรือมีสีคล้ำ

การส่องไข่(candaling)

การส่องไข่เป็นวิธีการเดียวที่จะใช้ตรวจสอบคุณภาพทั้งภายในและภายนอกของไข่เปิด โดยไม่ต้องตอ่ไข่ เป็นการตรวจสอบโดยวางฟองไข่ไว้หน้าลำแสง เพื่อให้สามารถมองเห็นและตรวจสอบคุณภาพภายในได้โดยการใช้หลอดไฟติดไว้ในกล่อง แล้วจึงเจาะรูให้มีเส้นขนาดผ่านศูนย์กลาง 3 ซม. แสงไฟจะส่องออกมาจากรูที่เจาะ ทำให้สามารถเห็นองค์ประกอบภายในฟองไข่ ซึ่งเหมาะสมที่จะตรวจสอบไข่ที่มีขนาดตั้งแต่ 40-70 กรัม

ขั้นตอนการทำไข่เค็ม(แช่น้ำเกลือ)

1. ต้มน้ำเกลือจนเดือดแล้ววางพักไว้จนเย็น แล้วนำไข่เรียงใส่โอ่งมังกรจากนั้นเทน้ำเกลือที่ต้มไว้ลงไป ในโอ่งมังกรแล้วขัดด้วยไม้ไผ่ ปล่อยทิ้งไว้ประมาณ 14 วัน
2. นำไปต้มเพื่อให้ได้ไข่เค็มดองน้ำเกลือที่มีรสชาติไม่เค็มจนเกินไป แต่ถ้าอยากได้รสชาติที่เค็มมากควรแช่น้ำเกลือไว้ประมาณ 20 วันหรือนานกว่านี้

ขั้นตอนการทำไข่เค็มสมุนไพร

1. เตรียมดินสอพอง 3 ส่วนต่อเกลือเม็ด 1 ส่วน และใบเตยบดละเอียดอีก 1 ส่วน (เปลี่ยนเป็นสมุนไพรชนิดอื่นเช่น ขมิ้น กระชายดำ พอกดินปลวก) แล้วคลุกเคล้าให้เข้ากัน
2. นำไข่ที่คัดเลือกไว้แล้วมาคลึงลงในส่วนผสมทั้งสามข้างต้นที่คลุกเคล้าไว้เรียบร้อยแล้ว จากนั้นนำไปบรรจุลงหีบห่อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป

ข้อมูลการขายสินค้า

ความสามารถในการขายสินค้าของธุรกิจโดยมียอดขายสูงสุด 5,000 กล่อง/เดือน ซึ่งจำหน่ายราคากล่องละ 20 บาทซึ่งก่อให้เกิด ยอดขาย 100,000 บาท/เดือน แบ่งเป็น ลูกค้าปลีก และ ลูกค้าส่ง โดยจัดจำหน่ายในเขตพื้นที่อำเภออุทุมพรและในอำเภออื่นๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป้าหมายของธุรกิจ คือ การกระจายสินค้าออกไปสู่พื้นที่ใกล้เคียง และครองส่วนแบ่งทางการตลาด โดยควบคุมคุณภาพของสินค้าและความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ขั้นตอนการขายสินค้า

การจำหน่ายสินค้า เปิดบริการเวลา 09.00 น. – 21.00 น. ของทุกวัน โดยขั้นตอนของการบริการดังกล่าวสามารถอธิบายได้ดังนี้

ลูกค้ายามาเลือกซื้อไข่เค็มสมุนไพรพฤษณาที่ร้าน

1. ต้อนรับลูกค้ายกเมื่อลูกค้าเดินเข้าร้าน
2. ลูกค้าเดินเลือกประเภทไข่เค็มที่ต้องการ ซึ่งมีให้เลือก 5 แบบ คือ ไข่เค็มใบเตย ไข่เค็มพอกดินปลวก ไข่เค็มดองน้ำเกลือ ไข่เค็มขมิ้น ไข่เค็มกระชายดำ ระหว่างที่ลูกค้ากำลังเลือกพนักงานจะแนะนำว่าแต่ละรสชาติมีความอร่อยและคุณประโยชน์แตกต่างกันอย่างไร
3. เมื่อได้รสชาติที่ลูกค้าต้องการแล้ว ลูกค้าจะกำหนดปริมาณสินค้าที่ต้องการซื้อ
4. คิดเงินและนำสินค้าใส่ถุงส่งให้ลูกค้า
5. กล่าวขอบคุณลูกค้าและเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อในครั้งต่อไป

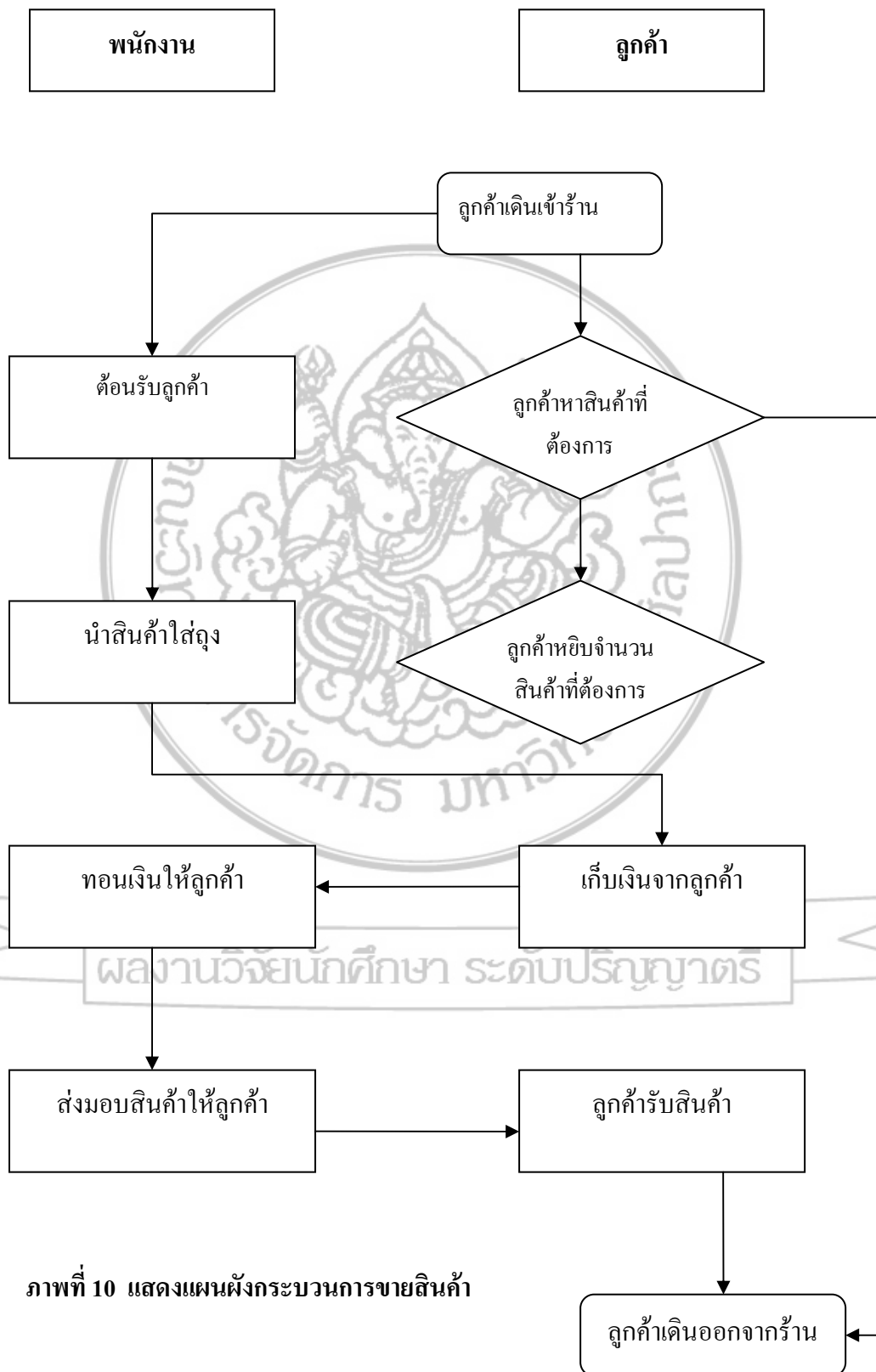
ขายส่งให้ร้านค้าปลีก

1. ร้านค้าปลีกสั่งซื้อ
2. ฝ่ายดำเนินการจัดเตรียมสินค้าตามคำสั่งซื้อ
3. ฝ่ายดำเนินการตรวจสอบคุณภาพและนับจำนวนสินค้า
4. พนักงานจัดส่งสินค้าให้แก่ร้านค้าตามจำนวนที่สั่งซื้อ
5. ส่งใบบิลเรียกเก็บค่าสินค้าไปที่ร้านค้า
6. ลูกค้าชำระค่าสินค้า



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนผังกระบวนการขายสินค้า



ภาพที่ 10 แสดงแผนผังกระบวนการขายสินค้า

บทที่ 7

แผนการเงิน

รายการ	รวมจำนวน	แหล่งที่มาของเงินทุน			
		ทั้งสิ้น (บาท)	หนี้สิน		ส่วนของผู้ถือหุ้น
			เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
1. เงินทุนหมุนเวียน					
1.1 เงินสดสำรองการดำเนินงาน	400,000.00	-	100,000.00	300,000.00	
รวมเงินทุนหมุนเวียน	400,000.00	-	100,000.00	300,000.00	
2. ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์					
2.1 อุปกรณ์ในการผลิตสินค้า	20,000.00	-	-	20,000.00	
2.2 เครื่องใช้สำนักงาน	10,000.00	-	-	10,000.00	
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	30,000.00	-	0.00	30,000.00	
3. รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน					
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	20,000.00	-	-	20,000.00	
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	20,000.00	-	-	20,000.00	
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น	450,000.00	-	100,000.00	350,000.00	
อัตราส่วนหนี้สิน : ส่วนของผู้ถือหุ้น	1.00		0.22	0.78	

ตารางที่ 10 ประมาณการลงทุน

ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ดอกเบี้ย
1	100,000.00	20,000.00	7,750.00	27,750.00
2	80,000.00	20,000.00	6,200.00	26,200.00
3	60,000.00	20,000.00	4,650.00	24,650.00
4	40,000.00	20,000.00	3,100.00	23,100.00
5	20,000.00	20,000.00	1,550.00	21,550.00
รวม		100,000.00	23,250.00	123,250.00

ตารางที่ 11 แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปีอัตราดอกเบี้ยต่อปี 7.75%



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวมทั้งสิ้น	อัตราค่าเสื่อมราคา	ค่าเสื่อมราคาต่อปี	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ
อุปกรณ์การผลิต	(หน่วย)	(บาท)		ต่อปี (%)	(บาท)	(สิ้นปีที่ 1)	(สิ้นปีที่ 2)	(สิ้นปีที่ 3)	(สิ้นปีที่ 4)	(สิ้นปีที่ 5)
โอ่งมังกร	10	300.00	3,000.00	20%	600.00	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600.00	10.00
เตาถ่าน	3	500.00	1,500.00	20%	300.00	1,200.00	900.00	600.00	300.00	3.00
ชุดเครื่องครัว	5	2,000.00	10,000.00	20%	2,000.00	8,000.00	6,000.00	4,000.00	2,000.00	5.00
เครื่องปั้น	1	1,000.00	1,000.00	20%	200.00	800.00	600.00	400.00	200.00	1.00
รวม	19	3,800.00	15,500.00		3,100.00	12,400.00	9,300.00	6,200.00	3,100.00	19.00

ตารางที่ 12 ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน	ราคาต่อ หน่วย	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น	อัตราค่าเสื่อม ราคา	ค่าเสื่อม ราคาต่อปี	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ
		(บาท)		ต่อปี (%)	(บาท)	(สิ้นปีที่ 1)	(สิ้นปีที่ 2)	(สิ้นปีที่ 3)	(สิ้นปีที่ 4)	(สิ้นปีที่ 5)
เครื่องใช้สำนักงาน	(หน่วย)									
โต๊ะและเก้าอี้ สำนักงาน	1	10,000.00	10,000.00	20%	2,000.00	8,000.00	6,000.00	4,000.00	2,000.00	1.00
เครื่องคิดเงิน	1	5,000.00	5,000.00	20%	1,000.00	4,000.00	3,000.00	2,000.00	1,000.00	1.00
โทรศัพท์และโทรสาร	1	3,000.00	3,000.00	20%	600.00	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600.00	1.00
สมุดบันทึกรายรับ รายจ่าย	2	40.00	80.00	20%	16.00	64.00	48.00	32.00	16.00	2.00
ตู้เก็บเอกสาร	1	1,500.00	1,500.00	20%	300.00	1,200.00	900.00	600.00	300.00	1.00
คอมพิวเตอร์	1	25,000.00	25,000.00	20%	5,000.00	20,000.00	15,000.00	10,000.00	5,000.00	1.00
สมุดบิลรายการสินค้า	1	20.00	20.00	20%	4.00	16.00	12.00	8.00	4.00	1.00
รวม	8	44,560.00	44,600.00		8,920.00	35,680.00	26,760.00	17,840.00	8,920.00	8.00
รวมทั้งสิ้น	27	48,360.00	60,100.00		12,020.00	48,080.00	36,060.00	24,040.00	12,020.00	27.00

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ผลงานวิทยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
จำนวนสินค้าขาย (กล่อง)													
ไข่เค็มใบเตย	800.00	800.00	800.00	1,000.00	1,000.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	14,000.00
ไข่เค็มคอง น้ำเกลือ	800.00	800.00	800.00	1,000.00	1,000.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	14,000.00
ไข่เค็มกระชายดำ	800.00	800.00	800.00	1,000.00	1,000.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	14,000.00
ไข่เค็มดินปลวก	800.00	800.00	800.00	1,000.00	1,000.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	14,000.00
ไข่เค็มขมิ้น	800.00	800.00	800.00	1,000.00	1,000.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	14,000.00
รวมจำนวนสินค้า ที่ขาย	4,000.00	4,000.00	4,000.00	5,000.00	5,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	70,000.00

ตารางที่ 13 ประมาณการขายรายเดือน

ราคาสินค้า (บาท/กล่อง)	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
ไข่เค็มใบเตย	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
ไข่เค็มคอง น้ำเกลือ	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
ไข่เค็มกระชาย ดำ	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
ไข่เค็มดิน ปลวก	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
ไข่เค็มขมิ้น	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
ราคาสินค้า เฉลี่ย	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ผลงานวิทยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายได้จาก การขาย(บาท)	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
ไข่เค็มใบเตย	16,000.00	16,000.00	16,000.00	20,000.00	20,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	280,000.00
ไข่เค็มคอง น้ำเกลือ	16,000.00	16,000.00	16,000.00	20,000.00	20,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	280,000.00
ไข่เค็ม กระชายดำ	16,000.00	16,000.00	16,000.00	20,000.00	20,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	280,000.00
ไข่เค็มดิน ปลวก	16,000.00	16,000.00	16,000.00	20,000.00	20,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	280,000.00
ไข่เค็มขมิ้น	16,000.00	16,000.00	16,000.00	20,000.00	20,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	280,000.00
รวมรายได้ สะสม(บาท)	80,000.00	80,000.00	80,000.00	100,000.00	100,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	1,400,000.00
เงินสตรีบริการ ขาย(บาท)	80,000.00	80,000.00	80,000.00	100,000.00	100,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	1,400,000.00

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าขาย(กล่อง)					
ไข่เค็มใบเตย	14,000.00	15,000.00	16,000.00	17,000.00	18,000.00
ไข่เค็มคองน้ำเกลือ	14,000.00	15,000.00	16,000.00	17,000.00	18,000.00
ไข่เค็มกระชายดำ	14,000.00	15,000.00	16,000.00	17,000.00	18,000.00
ไข่เค็มดินปลวก	14,000.00	15,000.00	16,000.00	17,000.00	18,000.00
ไข่เค็มขมิ้น	14,000.00	15,000.00	16,000.00	17,000.00	18,000.00
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	70,000. 00	75,000. 00	80,000. 00	85,000. 00	90,000. 00
ราคาสินค้า(บาท/กล่อง)					
ไข่เค็มใบเตย	20.00	20.00	20.00	25.00	25.00
ไข่เค็มคองน้ำเกลือ	20.00	20.00	20.00	25.00	25.00
ไข่เค็มกระชายดำ	20.00	20.00	20.00	25.00	25.00
ไข่เค็มดินปลวก	20.00	20.00	20.00	25.00	25.00
ไข่เค็มขมิ้น	20.00	20.00	20.00	25.00	25.00
รวมสินค้าเฉลี่ย(บาท)	20. 00	20. 00	20. 00	25. 00	25. 00
รายได้จากการขาย (บาท)					
ไข่เค็มใบเตย	280,000.00	300,000.00	320,000.00	425,000.00	450,000.00
ไข่เค็มคองน้ำเกลือ	280,000.00	300,000.00	320,000.00	425,000.00	450,000.00
ไข่เค็มกระชายดำ	280,000.00	300,000.00	320,000.00	425,000.00	450,000.00
ไข่เค็มดินปลวก	280,000.00	300,000.00	320,000.00	425,000.00	450,000.00
ไข่เค็มขมิ้น	280,000.00	300,000.00	320,000.00	425,000.00	450,000.00
รวมรายได้สะสม(บาท)	1,120,000. 00	1,200,000. 00	1,280,000. 00	1,700,000. 00	1,800,000. 00
เงินสตรับการขาย(บาท)	1,120,000. 00	1,200,000. 00	1,280,000. 00	1,700,000. 00	1,800,000. 00

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี
ตารางที่ 14 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (ก.ก.)		เพิ่ม 2%	เพิ่ม 3 %	เพิ่ม 4 %	เพิ่ม 5 %
เกลือ	480	490	505	510	515
ไบเคย	960	980	1,009	1,019	1,029
ดินปลวก	500	510	525	530	536
ขม้น	240	245	252	255	257
กระชายดำ	300	306	315	318	321
ไข่เป็ด(ใบ)	240,000	244,800	252,144	254,592	257,040
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบทางตรง (บาท/ก.ก.)					
เกลือ	5.00	5.00	6.00	6.00	7.00
ไบเคย	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00
ดินปลวก	10.00	12.00	15.00	15.00	16.00
ขม้น	15.00	17.00	17.00	18.00	20.00
กระชายดำ	80.00	85.00	90.00	95.00	100.00
ไข่เป็ด(ใบ)	1.60	1.50	1.40	1.50	1.60

ตารางที่ 15 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เกลือ	2,400.00	5,880.00	7,570.50	7,644.00	8,232.00
ไบเบต	3,840.00	4,900.00	6,056.40	7,134.40	8,232.00
ดินปลวก	5,000.00	6,120.00	7,879.50	7,956.00	8,568.00
ขม้น	3,600.00	16,660.00	17,159.80	18,345.60	20,580.00
กระชายดำ	24,000.00	26,010.00	28,366.20	30,232.80	32,130.00
ไข่เป็ด(ใบ)	384,000.00	367,200.00	353,001.60	381,888.00	411,264.00
รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)	422,840.00	426,770.00	420,034.00	453,200.80	489,006.00
บวก ค่าขนส่งเข้า	10,000.00	13,400.00	13,500.00	14,000.00	15,000.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ	432,840.00	440,170.00	433,534.00	467,200.80	504,006.00
บวก วัตถุดิบทางตรงต้นงวด	-	43,284.00	44,017.00	43,353.40	46,720.08
หัก วัตถุดิบทางตรงปลายงวด	43,284.00	44,017.00	43,353.40	46,720.08	50,400.60
วัตถุดิบทางตรงใช้ไปในการผลิต	389,556.00	439,437.00	434,197.60	463,834.12	500,325.48
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต(บาท)	432,840.00	440,170.00	433,534.00	467,200.80	504,006.00

ตารางที่ 15 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการผลิตสินค้า(บาท)					
ค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิตสินค้า	389,556.00	439,437.00	434,197.60	463,834.12	500,325.48
ค่าแรงงานทางตรงในการผลิตสินค้า	240,000.00	244,800.00	252,144.00	252,144.00	252,144.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	5,000.00	5,100.00	5,253.00	5,304.00	5,355.00
ค่าไฟฟ้า น้ำประปา	10,000.00	10,200.00	10,506.00	10,608.00	10,710.00
ค่าบำรุงรักษาและอุปกรณ์	-	1,000.00	2,000.00	4,000.00	50,000.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า	644,556.00	700,537.00	704,100.60	735,890.12	818,534.48
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์	3,100.00	3,100.00	3,100.00	3,100.00	3,081.00
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต	3,100.00	3,100.00	3,100.00	3,100.00	3,081.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น	647,656.00	703,637.00	707,200.60	738,990.12	821,615.48
สินค้าคงเหลือ (บาท)					
บวก สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	64,765.60	70,363.70	70,720.06	73,899.01
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	64,765.60	70,363.70	70,720.06	73,899.01	82,161.55
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	582,890.40	698,038.90	706,844.24	735,811.17	813,352.94
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	255,000.00	261,100.00	269,903.00	272,056.00	318,209.00

ตารางที่ 16 ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	312,000.00	312,200.00	313,000.00	315,000.00	320,000.00
ค่าเช่าพื้นที่	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	30,000.00	30,000.00	30,000.00	40,000.00	40,000.00
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	13,000.00	13,000.00	15,000.00	16,000.00	18,000.00
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	13,000.00	14,000.00	15,000.00	18,000.00	19,500.00
ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์	50,000.00	5,300.00	5,400.00	5,660.00	5,670.00
ค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะ	15,000.00	1,580.00	16,000.00	18,000.00	20,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	10,000.00	12,050.00	13,153.00	14,310.00	15,526.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเริ่มแรก	20,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	523,000.00	448,130.00	467,553.00	486,970.00	498,696.00

ตารางที่ 17 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าเสื่อมราคาส่วนการขายและ บริหาร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้ สำนักงาน	8,920.00	8,920.00	8,920.00	8,920.00	8,912.00
รวมค่าเสื่อมราคา	8,920.00	8,920.00	8,920.00	8,920.00	8,912.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	531,920.00	457,050.00	476,473.00	495,890.00	507,608.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	523,000.00	448,130.00	467,553.00	486,970.00	498,696.00

ตารางที่ 17(ต่อ)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	1,120,000.00	1,200,000.00	1,280,000.00	1,700,000.00	1,800,000.00
รวมรายได้	1,120,000.00	1,200,000.00	1,280,000.00	1,700,000.00	1,800,000.00
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	582,890.40	698,038.90	706,844.24	735,811.17	813,352.94
กำไรขั้นต้น	537,109.60	501,961.10	573,155.76	964,188.83	986,647.06
หัก-ค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	531,920.00	457,050.00	476,473.00	495,890.00	507,608.00
กำไรจากการดำเนินงานก่อน หักดอกเบี้ยจ่าย	5,189.60	44,911.10	96,682.76	468,298.83	479,039.06
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	7,750.00	6,200.00	4,650.00	3,100.00	1,550.00
กำไรจากการดำเนินงานก่อน หักภาษีเงินได้	-2,560.40	38,711.10	92,032.76	465,198.83	477,489.06
หัก - ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา	0.00	0.00	0.00	28,829.88	29,903.91
กำไรสุทธิ	-2,560.40	38,711.10	92,032.76	436,368.95	447,585.15
กำไรสะสม	-2,560.40	36,150.70	128,183.46	564,552.41	1,012,137.56

ตารางที่ 18 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

การคำนวณภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	5,189.60	44,911.10	96,682.76	468,298.83	479,039.06
(หัก)ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
เงินได้พึงประเมินสุทธิ	(24,810.40)	14,911.10	66,682.76	438,298.83	449,039.06
ช่วงภาษี0-150,000ได้รับการยกเว้น	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี150,000-500,000 อัตรา ภาษี 10%	0.00	0.00	0.00	28,829.88	29,903.91
ช่วงภาษี 500,001-1,000,000 อัตรา ภาษี 20%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี1,000,001-4,000,000 อัตรา ภาษี 30%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี4,000,000 บาทขึ้นไป อัตรา ภาษี 37%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	0.00	0.00	0.00	28,829.88	29,903.91

ตารางที่ 18 (ต่อ)แสดงการคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา จำนวนจ่ายตามจริง

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	1,120,000.00	1,200,000.00	1,280,000.00	1,700,000.00	1,800,000.00
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	(432,840.00)	(440,170.00)	(433,534.00)	(467,200.80)	(504,006.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	(255,000.00)	(261,100.00)	(269,903.00)	(272,056.00)	(318,209.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	(523,000.00)	(448,130.00)	(467,553.00)	(486,970.00)	(498,696.00)
เงินสดจ่ายชำระค่านดอกเบี้ย	(7,750.00)	(6,200.00)	(4,650.00)	(3,100.00)	(1,550.00)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	0.00	0.00	0.00	(28,829.88)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรม ดำเนินงาน	(98,590.00)	44,400.00	104,360.00	470,673.20	448,709.12
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องจักรและ อุปกรณ์การผลิต	(15,500.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	(44,600.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(60,100.00)	0.00	0.00	0.00	0.00

ตาราง 19 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา เงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับจากการกู้ยืม	100,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดรับจากเจ้าของ	350,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	(20,000.00)	(20,000.00)	(20,000.00)	(20,000.00)	(20,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรม จัดหาเงิน	430,000.00	(20,000.00)	(20,000.00)	(20,000.00)	(20,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ	271,310.00	24,400.00	84,360.00	450,673.20	428,709.12
บวก กระแสเงินสดต้นงวด	0.00	271,310.00	295,710.00	380,070.00	830,743.20
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	271,310.00	295,710.00	380,070.00	830,743.20	1,259,452.32

ตารางที่ 19(ต่อ)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	271,310.00	295,710.00	380,070.00	830,743.20	1,259,452.32
สินค้าคงเหลือ	108,049.60	114,380.70	114,073.46	120,619.09	132,562.15
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	379,359.60	410,090.70	494,143.46	951,362.29	1,392,014.46
อุปกรณ์-สุทธิ	48,080.00	36,060.00	24,040.00	12,020.00	27.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	48,080.00	36,060.00	24,040.00	12,020.00	27.00
รวมสินทรัพย์	427,439.60	446,150.70	518,183.46	963,382.29	1,392,041.46
หนี้สินหมุนเวียน					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	0.00	0.00	0.00	28,829.88	29,903.91
เงินกู้ระยะยาวที่กำหนดชำระในปี	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	0.00
รวมหนี้สินหมุนเวียน	20,000.00	20,000.00	20,000.00	48,829.88	29,903.91

ตารางที่ 20 ประมาณการงบดุล

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

หนี้สินไม่หมุนเวียน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินกู้ระยะยาว	60,000.00	40,000.00	20,000.00	0.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	60,000.00	40,000.00	20,000.00	0.00	0.00
รวมหนี้สิน	80,000.00	60,000.00	40,000.00	48,829.88	29,903.91
ส่วนของเจ้าของ					
ทุน-นางสาวเวศดาว.....	350,000.00	350,000.00	350,000.00	350,000.00	350,000.00
กำไรสะสม	-2,560.40	36,150.70	128,183.46	564,552.41	1,012,137.56
รวมส่วนของเจ้าของ	347,439.60	386,150.70	478,183.46	914,552.41	1,362,137.56
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	427,439.60	446,150.70	518,183.46	963,382.29	1,392,041.46

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายการการวิเคราะห์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	18.97	20.50	24.71	19.48	46.55
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	13.57	14.79	19.00	17.01	42.12
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	9.00	9.92	9.99	9.96	9.90
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover Period)	40.56	36.79	36.52	36.66	36.87
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร	5.64	8.20	15.81	69.11	46646.38
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม	0.63	0.66	0.73	0.86	0.90
อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้					
อัตราส่วนหนี้ (Debt Ratio)	0.19	0.13	0.08	0.05	0.02
อัตราส่วนหนี้เงินทุน (Debt to Equity Ratio)	0.23	0.16	0.08	0.05	0.02
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	0.67	7.24	20.79	151.06	309.06

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-0.01	0.09	0.18	0.45	0.32
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-0.01	0.10	0.19	0.48	0.33
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	0.83	0.72	0.81	1.31	1.21
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	0.00	0.06	0.13	0.63	0.58
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	265833.24				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	21.16%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	3 ปี 9 เดือน				

ตารางที่ 21 (ต่อ)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 8

แผนฉุกเฉิน

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ปัญหา
1	ราคาไข่เป็ดสดมีมูลค่าเพิ่มขึ้น	ส่งผลให้ราคาของไข่เค็มสมุนไพรทุกยามีมูลค่าสูงขึ้น	ตั้งชื่อจากผู้เลี้ยงเปิดเองโดยตรงเพื่อต่อรองราคาที่ถูกลงกว่าตลาดไข่เป็ด
2	ไข่เค็มสมุนไพรมีการตกค้างขายไม่หมด	ทำให้ผลกำไรของกิจการลดลง ส่งผลต่อการผลิตสินค้ารอบใหม่ออกมา	สร้างสายผลิตภัณฑ์ใหม่คือ ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพื่อนำมาขายคู่กับไข่เค็มสมุนไพรและมีการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภคเพื่อดึงดูดใจของผู้บริโภคเป็นการสร้างความน่าสนใจในสินค้า
3	มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาสู่ตลาด	ทำให้ถูกแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดทำให้รายรับลดลง	สร้างความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการขาย สร้างภาพลักษณ์ให้กับกิจการ
4	เกิดการระบาดของโรคไขหวัดนก	ทำให้เกิดความไม่มั่นใจของผู้บริโภคในการซื้อไข่เค็มสมุนไพร	สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคโดยนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและแหล่งวัตถุดิบที่มีความเชื่อถือได้
5	ผลิตภัณฑ์ถูกส่งกลับคืน	ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจทางการค้า	ตรวจสอบผลิตภัณฑ์และหาสาเหตุของการถูกตีกลับ โดยต้องชดเชยให้กับลูกค้า

ตารางที่ 22 แผนฉุกเฉิน

บรรณานุกรม

- กรมปศุสัตว์. ไก่ เป็ด สัตว์เลี้ยงอื่นแยกเป็นจำนวนที่เลี้ยงและเกษตรกร [Online]. Accessed 20 September 2008. Available from http://www.dld.go.th/pvlo_spr/chkduck.pdf
- ไทยตำบลดอทคอม. รายการสินค้ากลุ่มอาชีพผู้ผลิตไข่เค็มไชยา [Online]. Accessed 15 October 2008. Available from <http://www.thaitambon.com/tambon/tsmeplist>
- เบียร์เคน, อินแกรม และลาฟอร์ด. หลักการตลาด. แปลโดย อรรถ มณีสงฆ์ และคณะ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล, 2548.
- ปฐม เลาหะเกษตร. การเลี้ยงสัตว์ปีก. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ริ้วเขียว, 2540.
- องอาจ ปทะวานิช. การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แสงดาว, 2550.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสำรวจปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อไข่เค็มสมุนไพร

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าข้อและเติมข้อความลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

เพศ

- () ชาย () หญิง

อายุ

- () ต่ำกว่า 20 ปี () 20 - 30 ปี () 31 - 40 ปี () 41 - 50 ปี () 50 ปีขึ้นไป

อาชีพ

- () ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ () พนักงานบริษัท () ธุรกิจส่วนตัว
() นักเรียน/นักศึกษา () แม่บ้าน () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

รายได้ต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,001 - 10,000 บาท
() 10,001 - 20,000 บาท () 20,001 บาทขึ้นไป

2. ข้อมูลทั่วไป

1. ท่านรู้จักไข่เค็มสมุนไพรหรือไม่

- () รู้จัก () ไม่รู้จัก

2. ท่านรู้จักไข่เค็มสมุนไพรจากแหล่งใด

- () รายการโทรทัศน์ () นิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์ () อินเทอร์เน็ต ()ญาติพี่น้อง/คนรู้จัก
() วางขายหน้าร้าน () อื่น ๆ โปรดระบุ

3. ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มสมุนไพร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () มีความแปลกใหม่ () รสชาติอร่อย () ราคาถูก () ดีต่อสุขภาพ () หาซื้อได้ง่าย
() มีหลากหลายรสชาติ () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. ทศนคติเกี่ยวกับไข่เค็มสมุนไพร

1. ท่านชอบรับประทานไข่เค็มหรือไม่

- () ชอบ () ไม่ชอบ () เฉยๆ

2. ท่านเชื่อหรือไม่ว่าการรับประทานไข่เค็มสมุนไพรจะทำให้สุขภาพดี

- () เชื่อ () ไม่เชื่อ () ไม่แน่ใจ

3. ท่านชอบไข่เค็มสมุนไพรประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

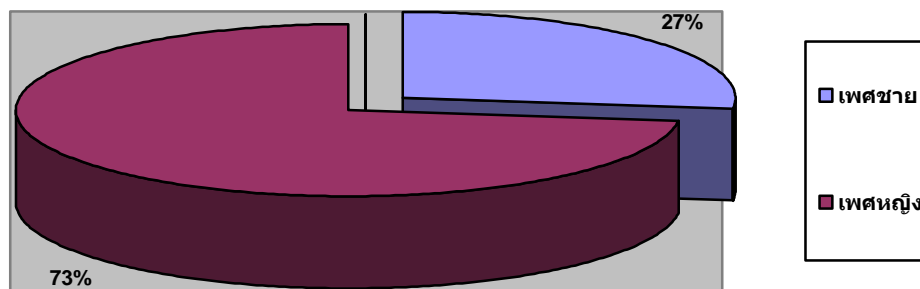
- () ไข่เค็มดองน้ำเกลือ
 () ไข่เค็มพอกดินปลวก
 () ไข่เค็มพอกใบเตย
 () ไข่เค็มกระชายดำ
 () ไข่เค็มขมิ้น

สำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
4. ด้านผลิตภัณฑ์ - รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ - รสชาติของผลิตภัณฑ์ - ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ - ความสะอาดของผลิตภัณฑ์					
5. ด้านราคา - ราคาขายกล่องละ 20 บาท บรรจุจำนวนกล่องละ 4 ใบ					
6. ด้านสถานที่ - ความสะอาดของสถานที่วางจำหน่าย - รูปแบบของร้านค้า - ความสะดวกของร้านค้า					
7. ด้านการส่งเสริมการขาย - ซื้อไข่เค็มสมุนไพรพฤษยา 2 กล่อง จำนวน 4 ใบ ในราคา 35 บาท - หากพบว่าสินค้าเสียหายสามารถนำมาเปลี่ยนคืนได้ - ถ้าสั่งซื้อในปริมาณมากบริการส่งฟรี - ซื้อครบ 10 กล่อง รับคูปองส่วนลด 20 %					

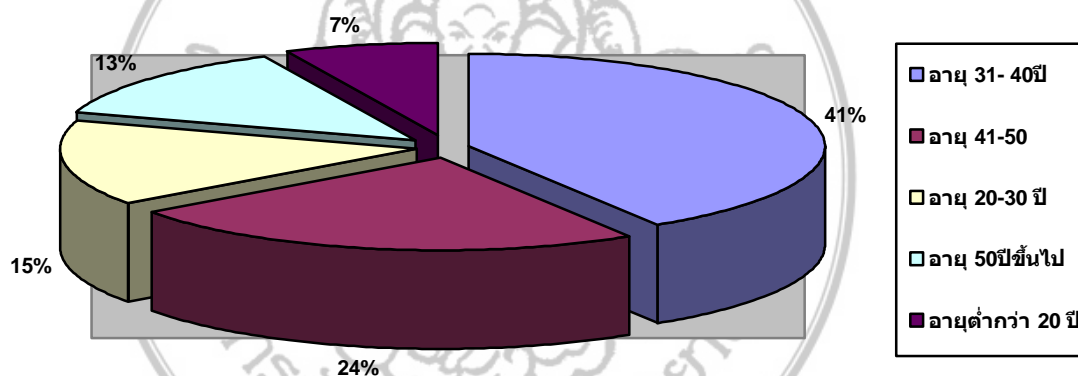
ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสำรวจ

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถามจากลูกค้าในอำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
จำนวน 100 ราย ได้ผลสรุป ดังนี้

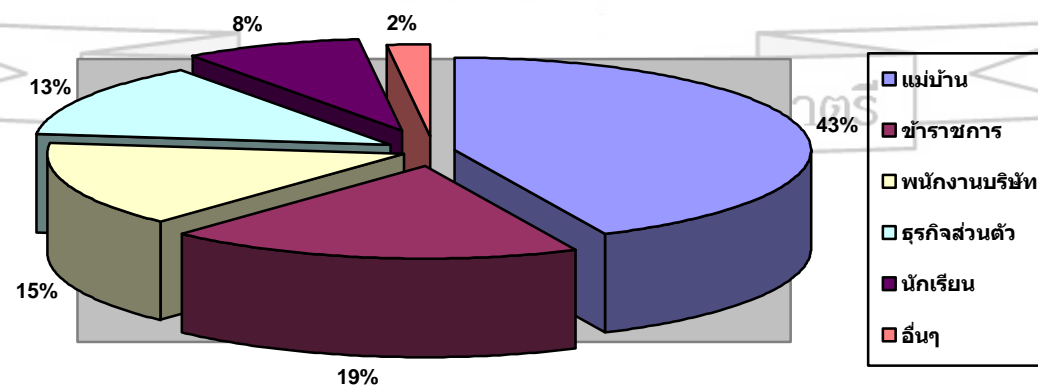
1. จากการสำรวจเป็นเพศชายร้อยละ 27% และเพศหญิงร้อยละ 73%



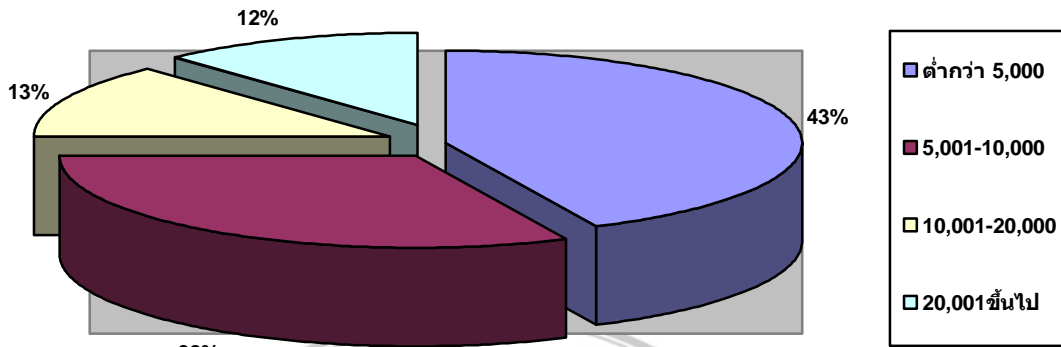
2. จากการสำรวจพบว่าลูกค้าอยู่ในช่วงอายุ 31- 40 ปีร้อยละ 41% อายุ 41- 50 ปีร้อยละ 24% อายุ 20- 30 ปีร้อยละ 15% อายุ 50 ปีขึ้นไปร้อยละ 13 % และอายุต่ำกว่า 20 ปีร้อยละ 7%



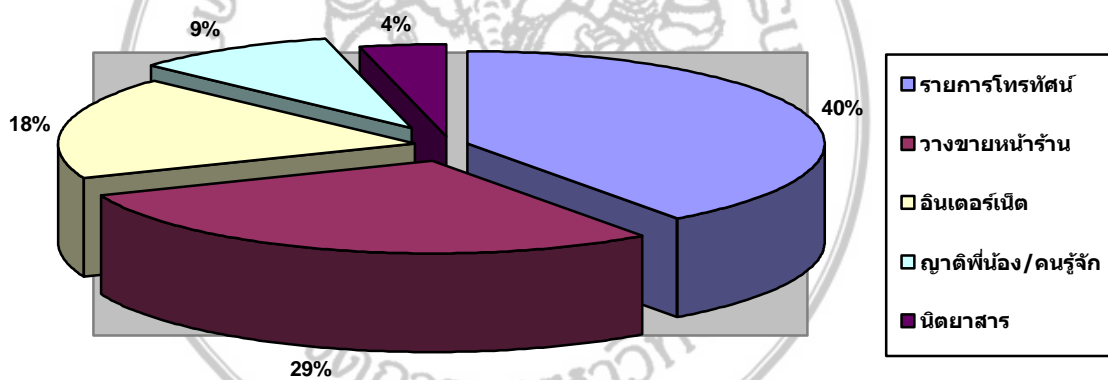
3. จากการสำรวจลูกค้าอาชีพแม่บ้านร้อยละ 43% ข้าราชการร้อยละ 19% พนักงานบริษัทร้อยละ 15% ธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 13% นักเรียนร้อยละ 8% และอื่นๆ ร้อยละ 2%



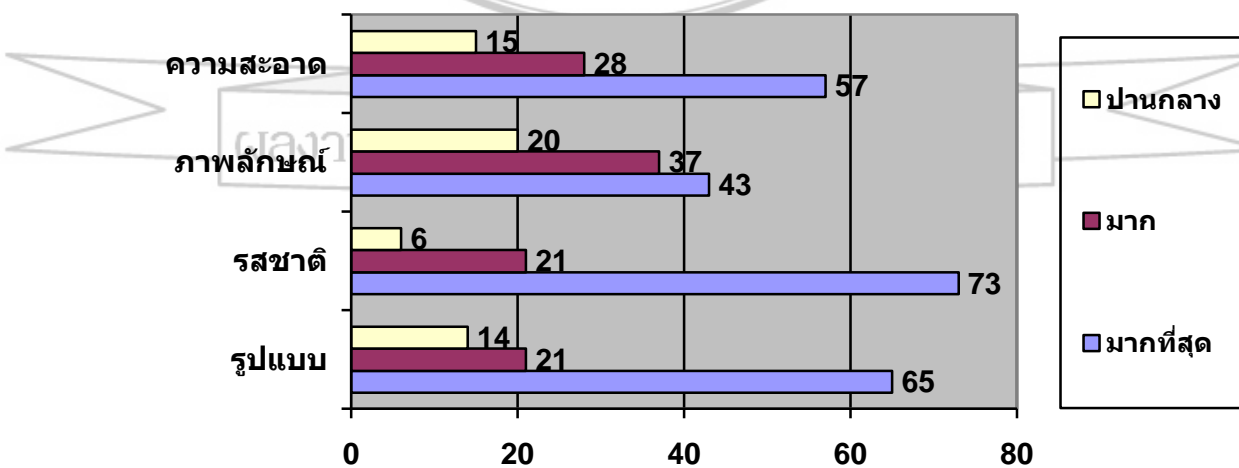
4. จากการสำรวจลูกค้ามีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทร้อยละ 43% รายได้ 5,001- 10,000 บาทร้อยละ 32% รายได้ 10,001 – 20,000 บาทร้อยละ 13% และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไปร้อยละ 12%



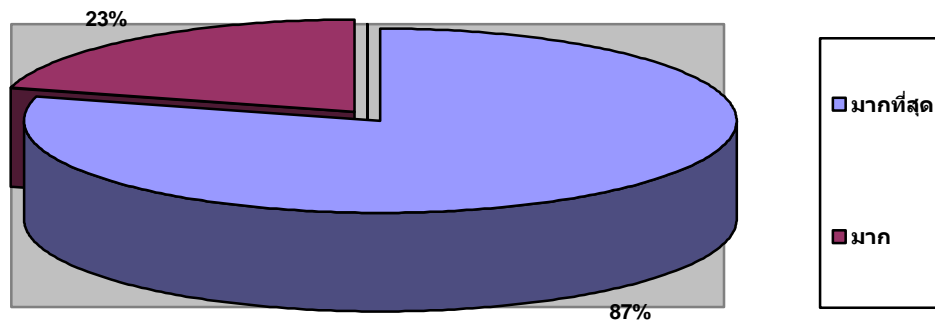
5. จากการสำรวจลูกค้ารู้จักไข่เค็มสมุนไพรจากรายการโทรทัศน์ร้อยละ 40% วางขายหน้าร้านร้อยละ 29% อินเทอร์เน็ตร้อยละ 18% ญาติพี่น้อง/คนรู้จักร้อยละ 9% นิตยสารและสิ่งพิมพ์ร้อยละ 4%



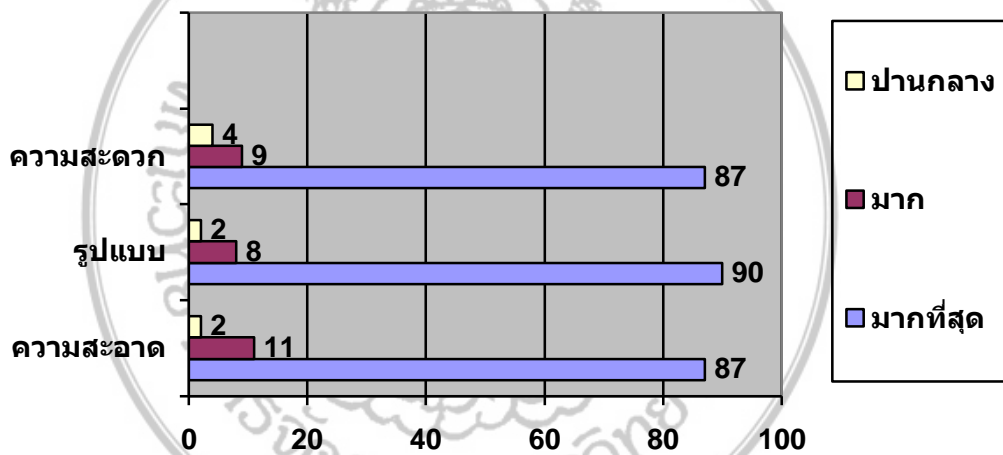
6. การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์



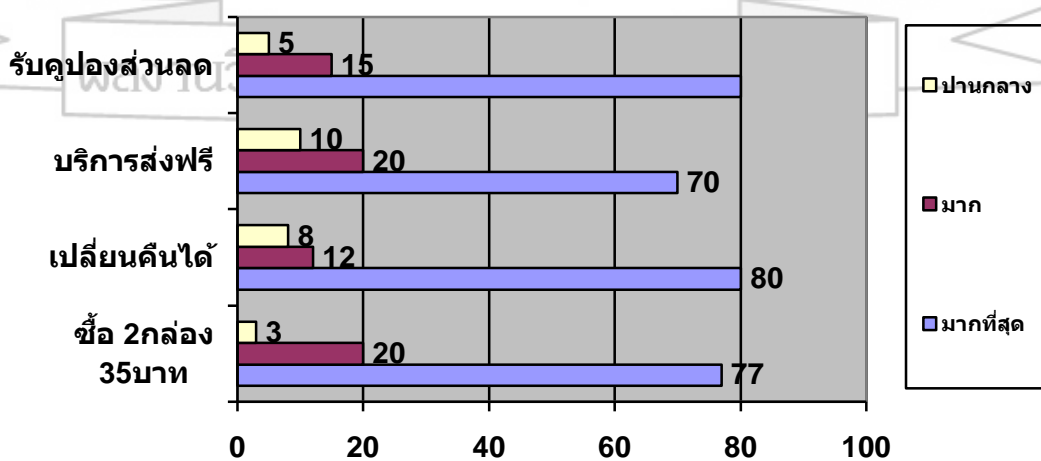
7. การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านราคาโดยราคาขายกล่องละ 20 บาท บรรจุจำนวนกล่องละ 4 ใบ พอใจมากที่สุด 87% และพอใจมาก 23%



8. การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านสถานที่



9. การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการส่งเสริมการขาย





ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ไขมัน

1. ฤทธิ์ด้านการเกิดแผลและสมานแผลในกระเพาะอาหาร

ไขมันมีฤทธิ์สมานแผลในกระเพาะอาหาร โดยเร่งการเจริญเติบโตของเนื้อเยื่อที่เป็นแผล ทำให้แผลหายเร็วขึ้น น้ำมันหอมระเหยของไขมันเป็นสารออกฤทธิ์ป้องกันและรักษาแผลในกระเพาะอาหาร ไขมันสามารถด้านการเกิดแผลในกระเพาะอาหาร โดยกระตุ้นการหลั่ง mucin มาเคลือบกระเพาะอาหาร และไขมันยังยับยั้งการหลั่งน้ำย่อยต่าง ๆ ได้อีกด้วย

2. ฤทธิ์ลดการอักเสบ

มีผลทดลองพบว่าส่วนผงแห้ง น้ำคั้น สารสกัดปิโตรเลียมอีเทอร์ สารสกัดแอลกอฮอล์ และสารสกัดน้ำของไขมัน มีฤทธิ์ลดการอักเสบ และสารสำคัญในการออกฤทธิ์ลดการอักเสบ คือ สาร curcumin อนุพันธ์ของสารดังกล่าวเมื่อเปรียบเทียบกับ phenylbutazone พบว่ามีฤทธิ์ใกล้เคียงกันในกรณีของการอักเสบแบบเฉียบพลัน ส่วนกรณีของการอักเสบแบบเรื้อรังจะมีฤทธิ์เพียงครึ่งเดียวเท่านั้น

3. ฤทธิ์ด้านการแพ้

สาร curcumin และสารสกัดเอทิลอะซิเตทที่ประกอบด้วย monodemethoxycurcumin, bisdemethoxycurcumin, furulic acid, caffeic acid, *p*-coumaric acid และ trans-cinnamic acid มีฤทธิ์ด้านการแพ้ ซึ่งกลไกการออกฤทธิ์คือยับยั้งการหลั่งสาร histamine ของร่างกายเมื่อเกิดปฏิกิริยาการแพ้

4. ฤทธิ์ลดการบีบตัวของลำไส้

การทดลองในสุนัขพบว่า สาร curcumin มีฤทธิ์ลดการบีบตัวของลำไส้ โดยไปลดระยะห่างของจังหวะการบีบรัดตัวของลำไส้ และพบว่าไขมันสามารถลดการหดตัวของกล้ามเนื้อเรียบของมดลูก จึงช่วยบรรเทาอาการปวดเกร็งของบริเวณดังกล่าว การทดลองทางคลินิกในคนไข้ 440 คน อายุเฉลี่ย 48.5 ปี โดยการให้รับประทานไขมันวันละ 162 มก. พบว่า มีฤทธิ์ลดการบีบตัวของลำไส้ และยังช่วยในการขับลมและแก้อาเจียนด้วย

5. ฤทธิ์ลดอาการแน่นจุกเสียด

มีการทดลองในผู้ป่วยโรคท้องอืดท้องเฟ้อในโรงพยาบาล 6 แห่ง จำนวน 160 คน โดยรับประทานครั้งละ 2 แคปซูลวันละ 4 ครั้ง พบว่าได้ผลดีกว่ายาขับลมและผู้ป่วยพอใจ ซึ่งน้ำมันหอมระเหยของไขมันเป็นสารออกฤทธิ์ในการขับลม

6. ฤทธิ์ขับน้ำดี

ขมิ้นมีฤทธิ์ขับน้ำดี และมีสารสำคัญในการออกฤทธิ์เช่น curcumin , p-tolyl-methylcarbinol ซึ่งสามารถเพิ่มการขับและกระตุ้นการสร้างน้ำดี จึงทำให้การย่อยดีขึ้นเป็นผลให้อาการจุกเสียดบรรเทา

7. ฤทธิ์รักษาอาการท้องเสีย

ตามตำรายาพื้นบ้านของไทย มีการใช้ขมิ้นรักษาอาการท้องเสีย โดยนำผงขมิ้นชันผสมน้ำผึ้งปั้นเป็นยาลูกกลอนรับประทานหลังอาหารและก่อนนอน ครั้งละ 3-5 เม็ด วันละ 3 เวลา และในประเทศอินโดนีเซียก็มีการใช้ขมิ้นในการรักษาอาการอุจจาระร่วงเช่นกัน และขมิ้นชันขนาด 1000 มก./ครั้ง/วัน มีผลทำให้อาการท้องร่วงในลูกสุกรระยะคุณแม่แม่หายไป

8. ฤทธิ์สมานแผล

การทดลองทางคลินิก โดยทายาสุมุนไพรมะขามเทศซึ่งเป็นส่วนประกอบที่ผิวหนัง พบว่ามีฤทธิ์ในการสร้างเซลล์ผิวขึ้นใหม่ มีผู้ทดลองใช้สาร curcumin จากขมิ้นในการรักษาแผลหลังผ่าตัด 40 ราย พบว่าให้ผลการอักเสบได้เหมือน phenylbutazone การทดลองใช้ขมิ้นหรือยาปฏิชีวนะในการรักษาแผลพุพองในผู้ป่วย 60 ราย โดยแบ่งเป็นกลุ่มที่ใช้ขมิ้น และกลุ่มที่ใช้ยาปฏิชีวนะ แล้วติดตามดูแผลพุพองหลังการรักษา 21 วัน พบว่าผู้ป่วยทุกรายหายจากโรค และไม่พบภาวะแทรกซ้อนหรือข้อแตกต่างระหว่างการใช้ขมิ้นและยาปฏิชีวนะ

มีการนำสารสกัด 95% เอทานอลของขมิ้น มาพัฒนาตำรับเป็นครีมป้ายปาก แล้วทำการทดลองเพื่อสังเกตฤทธิ์ในการสมานแผล โดยทำการทดลองในอาสาสมัคร 30 คน พบว่าครีมป้ายปากที่มีสารสกัดขมิ้นชัน 1% มีผลทำให้แผลในปากหายภายใน 1 สัปดาห์

กระชายดำ

1. ฤทธิ์ขับลม

กระชายมีน้ำมันหอมระเหย ซึ่งมีฤทธิ์ขับลม

2. ฤทธิ์ลดการบีบตัวของลำไส้

กระชายสามารถลดการบีบตัวของลำไส้ โดยกระชายมีสาร cineole มีฤทธิ์ลดการบีบตัวของลำไส้ ซึ่งเป็นสาเหตุการปวดเกร็งได้

3. ฤทธิ์ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย สาเหตุอาการแน่นจุกเสียด

กระชายสามารถฆ่าเชื้อแบคทีเรีย *Escherichia coli* ซึ่งเป็นสาเหตุของการแน่นจุกเสียด โดยกระชายมีสาร pinostrobin และ panduratin A มีฤทธิ์ฆ่าเชื้อแบคทีเรียชนิดนี้ได้

ที่มา: สำนักงานข้อมูลสมุนไพร

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-สกุล** นางสาวแววดาว แผนสมบูรณ์
- ที่อยู่** 157 หมู่ 2 ตำบลอุ้มทอง อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี 72160
- ประวัติการศึกษา**
- พ.ศ. 2547 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนอุ้มทอง อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
- พ.ศ. 2551 ระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี