



แผนธุรกิจ ร้าน Fruit – Fresh Milk



โดย  
นางสาวศุจินตรา หะยากรณ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2551

แผนธุรกิจ ร้าน Fruit – Fresh Milk



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว  
อนุมัติให้แผนธุรกิจเรื่อง แคนตาลูปสาคุนมสด ตรา Fruit-Fresh Milk เสนอ โดย นางสาวศุจินตรา  
หะยากรณ์ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจตาม  
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....  
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภักดิ์ โย)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนันทน์ หอมสุต

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ชวนชื่น อัครกะวณิชชา)

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

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนันทน์ หอมสุต)

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

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

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

พลัง นวัตกรรมศึกษา ระดับปริญญาตรี

1248126 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : แคนตาลูปสาคุนมสด ตรา Fruit-Fresh Milk

ศุจินทรา หะยากรณ์ : แผนธุรกิจ แคนตาลูปสาคุนมสด ตรา Fruit-Fresh Milk

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.นภนันท หอมสุต. 56 หน้า

### บทสรุปผู้บริหาร

ร้าน Fruit-Fresh Milk เริ่มก่อตั้งกิจการเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ด้วยเงินลงทุนประมาณ 500,000 บาท โดยก่อตั้งขึ้นในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว ซึ่งจะทำการเช่าพื้นที่ขายสินค้าภายในอาคาร รัชโยธินพลาซ่า ถนนสีลม โดยทางร้าน Fruit-Fresh Milk ได้ทำการจะหน่ายแคนตาลูปสาคุนมสด ซึ่งจะมุ่งเน้นวัตถุดิบเป็นหลักสำคัญ โดยวัตถุดิบหลักส่วนใหญ่มาจากธรรมชาติ เช่น นมสด ผลไม้สด มะพร้าวอ่อน ลูกตาล เป็นต้น ซึ่งจัดจำหน่ายในราคา 25-30 บาท ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกและทันสมัย โดยตลาดลูกค้าเป้าหมายของทางร้าน จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงานที่ชื่นชอบความแปลกใหม่ในเรื่องของอาหารประเภทของหวาน และมีความห่วงใยสุขภาพเป็นหลักสำคัญ

แนวความคิดการก่อตั้งกิจการ สืบเนื่องมาจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีต ผู้บริโภคเน้นความสะดวกสบายและความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อาจเกิดมาจากความเร่งรีบและแข่งขันกับเวลา นอกจากนี้ผู้บริโภคมักมีการเปลี่ยนแปลงการรับประทานอาหาร โดยผู้บริโภคมักมีความห่วงใยสุขภาพ มีการเลือกรับประทานอาหารที่พิถีพิถันมากยิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้ แคนตาลูปสาคุนมสดสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

การศึกษาความเป็นไปได้ของกิจการนี้ร้าน Fruit - Fresh Milk สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ทำให้มีกำไรพอประมาณ อยู่ในระดับที่น่าพอใจ โดยกิจการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 946125.11 อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 32.23% ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 3 ปี 4 เดือนซึ่งทำให้เห็นได้ว่ากิจการนี้สามารถสร้างรายได้ที่จะนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างพอเพียง

คณะวิทยากรจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ บุคคล และกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือ อย่างดียิ่ง ทั้งในด้านวิชาการ และ ด้านการดำเนินงาน

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนัท หอมสุต อาจารย์ที่ปรึกษาแผนธุรกิจเป็น อย่างสูง ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ให้ความรู้ ช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องในด้านต่างๆ จน สามารถทำให้แผนธุรกิจสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ประไพพิมพ์ สุชีวะสินนทท์ ที่ให้ความรู้ในเรื่องของงบการเงิน ตลอดจนช่วยเหลือ และคอยให้ความกระตุ้นหรือรื้อแก้ข้อผิดพลาดเป็นอย่างมาก

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการตรวจสอบแผนธุรกิจทุกท่านที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบ และให้ความรู้ ซึ่งนำมาสู่การปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อความถูกต้องของเนื้อหาให้มีความ สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณเจ้าของร้าน Soft Fruit ที่ให้ข้อมูล คำแนะนำ ในเรื่องของธุรกิจเป็นอย่างดี และขอขอบคุณ ในความร่วมมือของผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้การเลี้ยงดูอบรมและส่งเสริมการศึกษา เป็นอย่างดีตลอดมาในอดีตจนถึงปัจจุบัน และขอขอบคุณเพื่อนๆ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปที่คอย เป็นกำลังใจ จนทำให้ผู้จัดทำแผนธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างสมบูรณ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ซ
บทที่	
1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอธุรกิจ.....	1
2 ความเป็นมาของธุรกิจ.....	2
ข้อมูลของกิจการ.....	2
ข้อมูลเจ้าของกิจการ.....	4
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด.....	6
ภาวะอุตสาหกรรม และภาวะตลาด.....	6
ตลาดลูกค้าเป้าหมาย.....	6
สภาพการแข่งขันและคู่แข่ง.....	7
การวิเคราะห์สถานการณ์.....	7
การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม.....	9
4 แผนการตลาด.....	12
เป้าหมายทางการตลาด.....	13
การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	13
STP Analysis.....	13
การเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	16
กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's).....	16
กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4C's).....	18
5 แผนบริหารจัดการ.....	19
รายละเอียดของธุรกิจ.....	19
ประวัติของผู้ร่วมงาน.....	20

## สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
วิสัยทัศน์ (VISION).....	21
พันธกิจ (MISSION).....	21
เป้าหมายทางธุรกิจ.....	22
ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	22
6 แผนการผลิต.....	24
สถานประกอบการในการขายสินค้า.....	24
ที่ตั้งกิจการ.....	24
ที่ตั้งร้าน Fruit – Fresh Milk.....	25
สถานที่ผลิต.....	25
วัตถุดิบ.....	26
ขั้นตอนในการผลิตแคนตาลูปสาธุนมสด.....	27
แผนผังกระบวนการผลิต.....	27
7 แผนการเงิน.....	28
8 แผนฉุกเฉิน.....	40
9 แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	41
บรรณานุกรม.....	42
ภาคผนวก.....	43
ภาคผนวก ก.....	43
ภาคผนวก ข.....	45
ภาคผนวก ค.....	52
ประวัติผู้ทำแผนธุรกิจ.....	56

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	5
2	การวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน.....	7
3	การวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก.....	8
4	การเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	16
5	รายชื่อผู้ร่วมงาน.....	19
6	จำนวนบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของกิจการ.....	21
7	เครื่องใช้สำนักงาน.....	21
8	เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการขายสินค้า.....	25
9	ประมาณการในการลงทุน.....	27
10	แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี.....	28
11	ทรัพย์สินและค่าเสื่อมราคา.....	29
12	ประมาณการขายรายเดือน.....	30
13	ประมาณการรายได้จากการขาย.....	31
14	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	32
15	ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า.....	33
16	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	34
17	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	35
18	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	36
19	ประมาณการงบดุล.....	37
20	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	38
21	แผนลูกเงิน.....	39
22	แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	40



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การวิเคราะห์ FIVE - FORCE MODEL.....	10
2	ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์.....	12
3	ตราสินค้าร้าน Fruit – Fresh Milk.....	12
4	โครงสร้างองค์กร.....	20
5	แผนที่ตำแหน่ง อาคารนิยะพลาซ่า.....	24
6	ตำแหน่งที่ตั้งร้าน Fruit – Fresh Milk.....	25
7	สถานที่ผลิตแคนตาลูปสาขามสด.....	25
8	เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการขายสินค้า.....	25

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1  
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอธุรกิจ

แผนธุรกิจ แคนตาลูปสาคุนมสด จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาสนับสนุนแผนธุรกิจ แคนตาลูปสาคุนมสด
2. เพื่อขอรับการสนับสนุนทางด้านสินเชื่อจากธนาคารเป็นจำนวนเงิน 300,000 บาท
3. เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจที่เกิดจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก
4. เพื่อนำแผนธุรกิจนี้ช่วยสร้างผลิตภัณฑ์ ที่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภคที่ชื่นชอบของหวานและมีความใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 2

### ความเป็นมาของธุรกิจ

#### ข้อมูลของกิจการ

ร้าน Fruit - Fresh Milk เป็นร้านค้าที่ทำการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคเนสตาอุปสาคุณมสด ซึ่งเป็นอาหารประเภทของหวานอย่างหนึ่ง โดยที่กิจการทำการผลิตขึ้นมาเพื่อสร้างทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภคที่มีความห่วงใยในเรื่องของสุขภาพ เนื่องจากเคเนสตาอุปสาคุณมสด จะใช้วัตถุดิบหลักส่วนใหญ่มาจากธรรมชาติ เช่น นมสด ผลไม้สด มะพร้าวอ่อน ลูกตาล เป็นต้น ซึ่งทางร้านได้เน้นในเรื่องของการใช้วัตถุดิบในการผลิตที่มีคุณภาพสูง วัตถุดิบทุกชนิดมีความสดสะอาด รวมทั้งมีความพิถีพิถันในทุกกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคที่ชื่นชอบรับประทานของหวาน แต่ยังคงต้องการรักษาสุขภาพ นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง ผู้บริโภคมีความต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น โดยเฉพาะคนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการที่ต้องทำงานแข่งกับเวลาและมีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้ร้าน Fruit - Fresh Milk สามารถเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการบริโภคของหวาน

ประโยชน์ของวัตถุดิบที่ผู้บริโภคจะได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้นมีอยู่มากมาย เช่น นมสด เป็นแหล่งสำคัญของแคลเซียมและโปรตีน ช่วยให้กระดูกเจริญเติบโตและแข็งแรง ช่วยลดความเสี่ยงของโรคกระดูกพรุน กระดูกเปราะแล้วยังช่วยในเรื่องของฟันอีกด้วย เนื้อเคเนสตาอุปสาคุณมสดมีวิตามินเอ ช่วยบำรุงสายตา มีวิตามินซี ที่ช่วยป้องกันโรคเลือดออกตามไรฟัน และมีแคลเซียม ที่ช่วยบำรุงกระดูกและฟัน นอกจากนี้ยังมีความหวานของน้ำตาลธรรมชาติ รวมถึงสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายอีกมาก

นอกจากนี้จากการที่กระทรวงสาธารณสุขและมหาวิทยาลัยมหิดลร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดทำ “ข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย” หรือ “โภชนบัญญัติสำหรับคนไทย” ขึ้นซึ่งมี 9 ข้อ ดังนี้

1. กินอาหารครบ 5 หมู่ แต่ละหมู่ให้หลากหลายและหมั่นดูแลน้ำหนักตัว
2. กินข้าวเป็นอาหารหลัก สลับกับอาหารประเภทแป้งเป็นบางมื้อ

## 8. กินอาหารที่สะอาด ปราศจากการปนเปื้อน

### 9.งดหรือลดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ทำให้สามารถเห็นได้ว่าทุกฝ่ายได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับรับประทานอาหารของคนไทยมากขึ้นจากเดิม ในส่วนนี้เองทำให้ร้าน Fruit - Fresh Milk มองเห็น โอกาสในการสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

และเนื่องจากสภาพภูมิประเทศในประเทศไทยเป็นเขตร้อนชื้น จึงมีอากาศที่ค่อนข้างร้อนเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครที่จะมีอากาศร้อนมากเป็นพิเศษ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะทำการแสวงหาสิ่งที่สามารถทำให้ร่างกายเกิดความรู้สึกสดชื่น ช่วยคลายความร้อนได้เป็นอย่างดี ดังนั้นกิจการได้ทำการผลิตแคนตาลูปสาคุนสดขึ้น เพื่อสามารถตอบสนองให้เข้ากับภูมิอากาศในประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่เหมาะสมแก่การรับประทานของเย็นๆแต่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ อีกทั้งยังเป็นการช่วยส่งเสริมชาวเกษตรกรให้มีรายได้ จากการจำหน่ายวัตถุดิบ เนื่องจากแคนตาลูปสาคุนมสด ใช้วัตถุดิบสำคัญจากการเกษตรเป็นส่วนใหญ่

ถึงแม้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนจะเปลี่ยนไปแต่วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนไทยส่วนใหญ่ ก็ยังคงมีวัฒนธรรมการรับประทานอาหารในรูปแบบเดิม นั่นคือการรับประทานของหวานหลังจากที่ได้รับประทานอาหารหลักมาแล้ว ซึ่งรูปแบบนี้ยังคงมีมาถึงปัจจุบัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนมสด จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ที่ยังชื่นชอบรับประทานของหวานและมีความห่วงใยในเรื่องของสุขภาพ

ร้าน Fruit - Fresh Milk ได้ก่อตั้งในวันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ด้วยเงินลงทุนประมาณ 500,000 บาท โดยก่อตั้งขึ้นในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว ซึ่งจะทำการเช่าพื้นที่ขายสินค้าภายในอาคารนิยะพลาซ่า ถนนสีลม

แนวคิดในการก่อตั้งกิจการ มีดังนี้เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจประเภทอาหารเป็นธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากมีร้านอาหารเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงร้านค้าประเภทของหวานที่มีการขยายตัวทางธุรกิจสูง ซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริโภคให้การตอบสนองต่อตัวผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับของหวานเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอาหารที่มีวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ และอาหารนั้นช่วยรักษาสุขภาพต่อผู้รับประทานด้วย ซึ่งกิจการจึงมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจนี้ โดยทำการคิดค้นและผลิตผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ซึ่งพิจารณาจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบัน ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น และมีชีวิตที่ต้องทำงานแข่งกับเวลา ดังนั้นการก่อตั้งร้าน Fruit - Fresh Milk ขึ้นมานั้นก็เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการในการรับประทานของผู้บริโภคในปัจจุบันนั่นเอง

### รายชื่อเจ้าของกิจการ และสัดส่วนการถือครอง

นางสาวสุจินตรา หะยากรณ์      สัดส่วนการถือครอง 100 %

### ประวัติของเจ้าของกิจการ

การศึกษา

ปี พ.ศ. 2545-2547      ระดับมัธยมศึกษา      โรงเรียนวัดรางบัว จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ปี พ.ศ. 2548      ระดับปริญญาตรี      ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการธุรกิจ  
ทั่วไป) มหาวิทยาลัยศิลปากร

### ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2545      บริษัท เอ็มเค เรสโตรองค์ จำกัด ตำแหน่ง พนักงานต้อนรับ

ปี พ.ศ. 2551      บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน ตำแหน่ง พนักงานสำนัก Facility  
Management



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 1 แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลา ดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะ แล้วเสร็จ
1	ศึกษา วางแผน และเลือกทำเลที่ตั้งของ ร้านค้า (ติดต่อเช่าพื้นที่ขายที่อาคารนิ ยะพลาซ่า)	2 เดือน	15 กรกฎาคม 2551 - 10 กันยายน 2551
2	ทำการตกแต่งร้าน และติดตั้งอุปกรณ์ ภายในร้าน	1 เดือน	11 กันยายน 2551 - 9 ตุลาคม 2551
3	ติดต่อ supplier ในการสั่งซื้อวัตถุดิบ	1 เดือน	10 ตุลาคม 2551 - 9 พฤศจิกายน 2551
4	ออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์และ ตรวจสอบความเรียบร้อยอย่างละเอียดถี่ ถ้วน	2 สัปดาห์	11 ตุลาคม 2551 - 24 ตุลาคม 2551
5	จัดเรียงสินค้า ตรวจสอบความเรียบร้อย และเตรียมเปิดให้บริการ	1 เดือน	25 ตุลาคม 2551 - 23 มกราคม 2552
6	เปิดให้บริการ		24 มกราคม 2552
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	5 เดือน 2 สัปดาห์	

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

##### สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

ในปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศไทยได้เริ่มหันมาใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากการที่มีผลิตภัณฑ์มากมายที่เกี่ยวกับสุขภาพเพิ่มขึ้นจากอดีต ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สมุนไพรและธัญพืชเป็นส่วนประกอบของอาหาร เช่น ของหวาน อาหารว่าง นอกจากนี้พฤติกรรม การรับประทานอาหารก็ได้มีการเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากสภาพความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไป จากความเร่งรีบ ความห่วงใยในสุขภาพ ผู้บริโภคได้ให้ความสนใจในเรื่องของวัตถุดิบมากเป็นพิเศษ ดังนั้นผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนวมสดจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ชอบของหวานและใส่ใจสุขภาพ

และจากการที่เศรษฐกิจในปัจจุบันเกิดความซบเซา ซึ่งอาจจะเกิดมาจากการที่ราคาน้ำมันปรับขึ้นอย่างต่อเนื่องและจากเหตุการณ์ความวุ่นวายเกี่ยวกับการเมือง ทำให้สถานการณ์บ้านเมืองเกิดความไม่แน่นอนในด้านเศรษฐกิจ สังคมนั้น ไม่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจแคนตาลูปสาคุนวมสด เพราะ ผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนวมสดเป็นสินค้าเกี่ยวกับอาหาร ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มนุษย์ไม่สามารถขาดได้ นอกจากนี้จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทยที่ให้ความใส่ใจกับวัตถุดิบเป็นพิเศษ รวมทั้งผู้บริโภคมีรายได้ที่มากขึ้น จะเห็นได้จากที่รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของคนไทยในปี 2550 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็น 13,736 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นรายได้ที่สูงกว่ารายจ่ายของครัวเรือนเล็กน้อย โดยคนไทยมีรายจ่ายของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 10,889 บาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2549) ทำให้ผู้บริโภคมีต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น ดังนั้น แคนตาลูปสาคุนวมสดสามารถตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี

##### ตลาดลูกค้าเป้าหมาย

ตลาดลูกค้าเป้าหมาย จะเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบความแปลกใหม่ในเรื่องของอาหารประเภทของหวาน และมีความห่วงใยสุขภาพเป็นหลัก รวมทั้งมีรูปแบบการดำรงชีวิตที่ทันสมัยและชอบความสะดวกสบาย เช่น กลุ่มคนวัยทำงาน นักศึกษา เป็นต้น เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้ จะเน้นบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย สิ่งที่จะช่วยรักษาสุขภาพ

และไม่มีคามยุ่งยากในการรับประทาน สามารถบริโภคได้ทันทีเมื่อมีความต้องการ

### สภาพการแข่งขันและคู่แข่ง

สภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนมสดนั้นยังไม่ค่อยรุนแรง เนื่องจากแคนตาลูปสาคุนมสด ยังเป็นสินค้าแปลกใหม่สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบของหวาน ลูกค้ำที่ใส่ใจสุขภาพ และ ชอบความสะดวกสบายในการรับประทาน ซึ่งแคนตาลูปสาคุนมสดก็สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนั้นได้เป็นอย่างดี ส่วนคู่แข่งของแคนตาลูปสาคุนมสด ก็มีอยู่มากมาย เช่น ของหวานโดยทั่วไปตามริมทาง ไม่ว่าจะเป็นขนมปัง ไอศกรีม หวานเย็น หรือตามร้านอาหารต่างๆ เช่น ร้าน S&P ร้าน Coffee Shop ต่างๆ ฯลฯ รวมทั้งผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนมสดตราอื่นๆ ด้วย สิ่งเหล่านี้ก็ไม่น่าเป็นอุปสรรคมากนักสำหรับแคนตาลูปสาคุนมสด เพราะแคนตาลูปสาคุนมสดเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้ชื่นชอบรับประทานของหวาน

### การวิเคราะห์สถานการณ์

ตารางที่ 2 ตารางการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<p><b>ด้านการบริหาร</b></p> <p>การบริหารงานทำได้โดยง่าย เนื่องจากธุรกิจแคนตาลูปสาคุนมสดเป็นธุรกิจขนาดเล็ก จึงทำให้มีความคล่องตัวสูง รวมทั้งจากการที่เจ้าของกิจการเป็นพนักงานขายทำให้สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี</p>	<p><b>ด้านการบริหาร</b></p> <p>แคนตาลูปสาคุนมสด เป็นกิจการที่เพิ่งเริ่มเข้ามาสู่ตลาด ทำให้กิจการขาดผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหาร เนื่องจากเจ้าของกิจการเป็นผู้ค้ารายใหม่ทำให้อาจจะยังไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้าทำให้เกิดความเสียเปรียบคู่แข่งรายอื่นที่มีประสบการณ์มากกว่า</p>
<p><b>ด้านการตลาด</b></p> <p>ธุรกิจแคนตาลูปสาคุนมสดเป็นธุรกิจใหม่ จึงยังไม่มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาแข่งขันมากนัก ดังนั้นเจ้าของกิจการสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมต่อตัวผลิตภัณฑ์ในระยะยาว</p>	<p><b>ด้านการตลาด</b></p> <p>กิจการจำเป็นต้องมีการพัฒนาการส่งเสริมการขายทางด้านต่างๆอย่างมาก เพื่อให้เป็นที่รับรู้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เพิ่งเริ่มเข้าสู่ตลาดทำให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักสำหรับผู้บริโภค</p>



<p><b>ด้านการเงิน</b></p> <p>จากการที่ธุรกิจแคนตาลูปสาธุนมสด เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ทำให้ไม่ต้องใช้เงินในการลงทุนสูง ประกอบกับธุรกิจนี้เป็นธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร จึงได้รับความนิยมไม่ยากนัก ส่งผลให้ได้รับทุนคืนเร็ว หากมีการส่งเสริมการขายที่ดี</p>	<p><b>ด้านการเงิน</b></p> <p>เนื่องด้วยธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่เพิ่งเข้ามาได้ไม่นาน เบื้องต้นกิจการจึงมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อย ทำให้กำไรของกิจการยังมีไม่มาก รวมทั้งเงินทุนของกิจการยังมีไม่มาก ส่งผลให้ในช่วงแรกของการดำเนินงานอาจขาดสภาพคล่องทางการเงินและเป็นการยากในการขยายกิจการ</p>
<p><b>ด้านการผลิต</b></p> <p>ธุรกิจแคนตาลูปสาธุนมสด มีกระบวนการผลิตที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่สูงมากนัก รวมทั้งวัตถุดิบส่วนใหญ่มาจากภายในประเทศและเป็นวัตถุดิบจากการเกษตร ทำให้ต้นทุนของธุรกิจมีไม่มาก</p>	<p><b>ด้านการผลิต</b></p> <p>เนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่มาจากผลผลิตทางการเกษตร เช่น นมสด ผลไม้สด ซึ่งอาจจะมี ความผันผวนตามฤดูกาล ในเรื่องของราคาคุณภาพ รวมทั้งวัตถุดิบเหล่านี้มีอายุการเก็บรักษาสั้น ทำให้อาจเกิดความเสียหายจากการขาดแคลนวัตถุดิบในบางช่วงเวลาและวัตถุดิบเกิดความเสียหายได้</p>

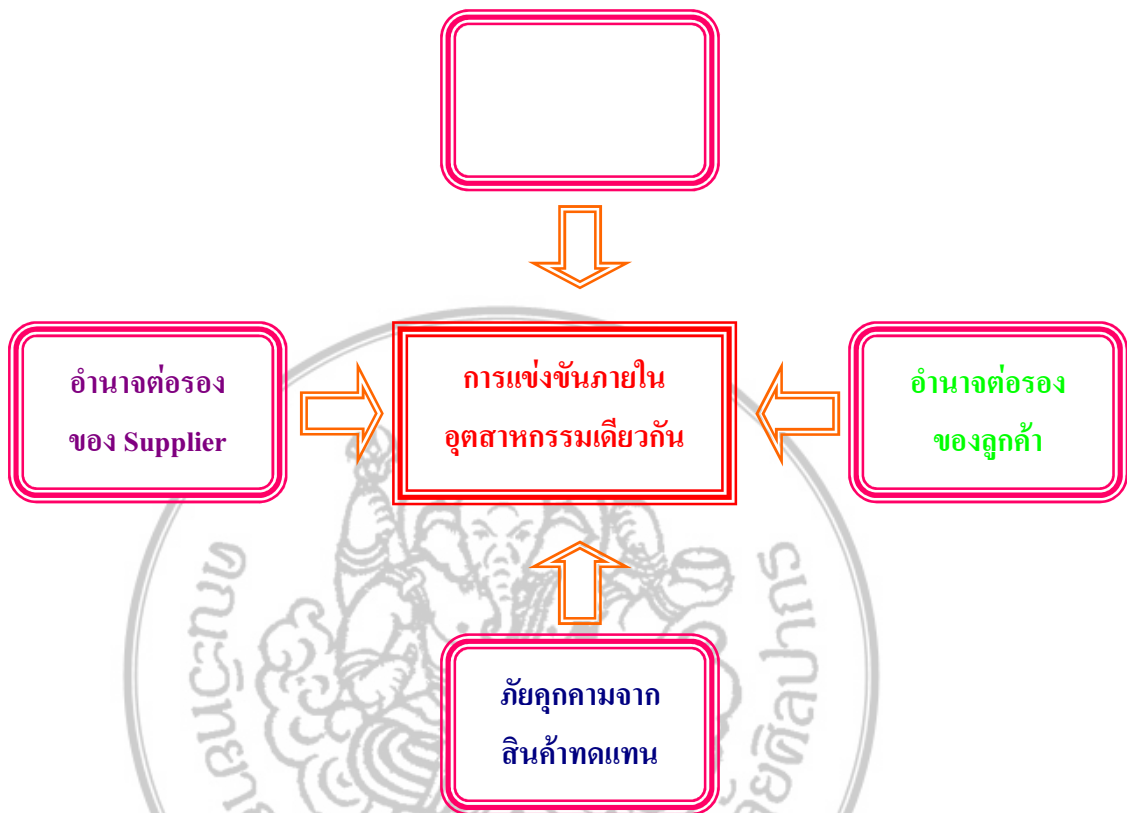
ตารางที่ 3 ตารางการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p><b>ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</b></p> <p>ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความใส่ใจกับสุขภาพมากขึ้น ทำให้แคนตาลูปสาธุนมสดสามารถตอบสนองความต้องการสำหรับผู้บริโภคที่ชื่นชอบของหวานและยังคงใส่ใจในเรื่องของสุขภาพได้เป็นอย่างดี</p>	<p><b>ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</b></p> <p>ผู้บริโภคบางส่วนยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับอาหารหวาน เนื่องจากยังมีทัศนคติเดิมๆ เกี่ยวกับของหวาน เช่น กังวลเรื่องน้ำหนัก ดังนั้นผู้บริโภคจึงไม่กล้าเสี่ยงที่จะหันมารับประทานของหวาน</p>
<p><b>สถานการณ์การแข่งขัน</b></p> <p>สถานการณ์การแข่งขันค่อนข้างรุนแรง มีคู่แข่งทั้งรายใหญ่และรายเล็ก แต่เนื่องจากธุรกิจแคนตาลูปสาธุนมสด เป็นธุรกิจที่เพิ่งเข้า</p>	<p><b>สถานการณ์การแข่งขัน</b></p> <p>เนื่องจากเป็นธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร ทำให้มีคู่แข่งจำนวนมากในธุรกิจนี้ ทั้งรายเล็กและรายใหญ่ ทั้งจากภายในประเทศและจาก</p>

<p>มาได้ไม่นานและเป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็ก ทำให้สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดเล็กได้ไม่ยากนัก รวมทั้งจากการที่มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงและมาก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ธุรกิจของหวานมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>ต่างประเทศ รวมทั้งมีสินค้าทดแทนมากมาย อาทิเช่น ไอศกรีม น้ำผลไม้ ขนมปัง น้ำแข็งไส และอื่นๆ ที่ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากมาย ที่จะเลือกบริโภคอาหารประเภทของหวาน</p>
<p><b>สังคม</b> จากสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคให้ความใส่ใจต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งผู้บริโภคยังคำนึงถึงความสะอาดสบายในการรับประทานเป็นหลัก ทำให้แคนตาลูปสาคุนมสดเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี</p>	<p><b>สังคม</b> เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไป จากการที่วัฒนธรรมต่างชาติเข้ามา ทำให้ผู้บริโภคหันมานิยม รับประทานอาหารจากต่างชาติมากขึ้น เช่น ไอศกรีม ขนมปัง และอื่นๆอีกมากมายส่งผลให้ผู้บริโภค รับประทานอาหารไทยน้อยลง</p>
<p><b>สภาพเศรษฐกิจ</b> ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะเกิดภาวะเศรษฐกิจซบเซา แต่ก็ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจแคนตาลูปสาคุนมสด ทั้งนี้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทย รวมทั้งผู้บริโภคมีรายได้มากขึ้น จะเห็นได้จากผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น</p>	<p><b>สภาพเศรษฐกิจ</b> จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้กิจการมีคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันเพิ่มขึ้น ส่งผลให้แต่ละธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ด้านการแข่งขันให้มีความเหมาะสมต่อธุรกิจและจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ</p>

### การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม (FIVE - FORCE MODEL)

การวิเคราะห์ FIVE - FORCE MODEL เป็นการวิเคราะห์เพื่อทำให้กิจการสามารถทราบถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อธุรกิจแคนตาลูปสาคุนมสด รวมทั้งหาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการทำธุรกิจ อย่างไรก็ตามเนื่องจากจำนวนคู่แข่งในตลาดแคนตาลูปสาคุนมสดยังมีอยู่น้อยราย เมื่อเทียบกับความต้องการของตลาดโดยรวมจึงส่งผลให้สภาวะการแข่งขันในปัจจุบันไม่รุนแรงมากนัก โดยกิจการจะทำการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 5 ประการ ดังนี้



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์ FIVE - FORCE MODEL

### 1. Rivalry among Current Competitors: การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

การแข่งขันธุรกิจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับของหวาน มีการแข่งขันสูงและรุนแรง เนื่องจากคู่แข่งในอุตสาหกรรมนี้มีอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งรายเล็กและรายใหญ่ เพราะเป็นธุรกิจที่สามารถเข้าได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าที่จำหน่ายของหวานในสะดวกร้าน Fruit - Fresh Milk ที่มีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับของหวานให้เลือกมากมาย และกิจการที่มีแบรนด์ ที่ติดตลาดเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอยู่แล้ว ซึ่งคู่แข่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญทางการตลาด เพราะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับคู่แข่งต่างๆ ก็ส่งผลต่อกิจการพอสมควร นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ที่สร้างเลียนแบบขึ้น โดยที่สินค้าจะมีราคาต่ำกว่า ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนเลือกที่จะบริโภค อาจจะเป็นเพราะเศรษฐกิจ หรือ มองเห็นว่าสินค้านั้นสามารถทดแทนได้

## 2. Threat of New Entrance: ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่

ธุรกิจของหวานเป็นธุรกิจที่คู่แข่งหน้าใหม่สามารถเข้ามาได้ง่าย เนื่องจากอุปสรรคในการเข้าทำธุรกิจต่ำ เพราะไม่ต้องใช้เงินลงทุนที่สูงมากนัก ประกอบกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีอยู่ภายในประเทศ โดยมีทั้งคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม อยู่ในตลาดประเภทเดียวกัน โดยพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมทดลองสินค้าแปลกใหม่ ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องหากกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองลูกค้าได้เป็นอย่างดี และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค เพื่อที่ผู้บริโภคจะเกิดความซื่อสัตย์ต่อตัวผลิตภัณฑ์

## 3. Threat of Substitute Products or Services: ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทของหวานมีสินค้าทดแทนอยู่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมประเภทของหวานซึ่งสามารถเกิดการทดแทนจากสินค้าประเภทอื่นๆ ได้โดยง่าย ผลิตภัณฑ์ที่จัดเป็นสินค้าทดแทนแคนดาดาลูปสาคุนมสด คือ ของหวานทั่วไป เช่น ขนมปัง ไอศกรีม เครื่องดื่มต่างๆ รวมทั้งของหวานที่ช่วยรักษาสุขภาพ ซึ่งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เหล่านั้น ได้มีการพัฒนาให้เหมาะกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้ใส่ใจสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการนำสมุนไพร ธรรมชาติ หรือ ผลไม้สดมาเป็นส่วนผสมในวัตถุดิบ

## 4. Bargaining Power of Suppliers: อำนาจต่อรองของ Supplier

อำนาจการต่อรองของ Supplier มีอำนาจในการต่อรองค่อนข้างต่ำ เนื่องจากวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตนั้นมีอยู่เป็นจำนวนมาก และสามารถหาได้ง่ายภายในประเทศไทย ทำให้มีผู้ขายปัจจัยการผลิตที่หลากหลาย จึงส่งผลให้กิจการมีอำนาจในการต่อรองสูง เพราะกิจการสามารถเลือก Supplier ที่ให้สิ่งตอบแทนที่ดีที่สุดต่อธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของคุณภาพวัตถุดิบ ราคา สิทธิพิเศษอื่นๆ

## 5. Bargaining Power of Customers: อำนาจต่อรองของลูกค้า

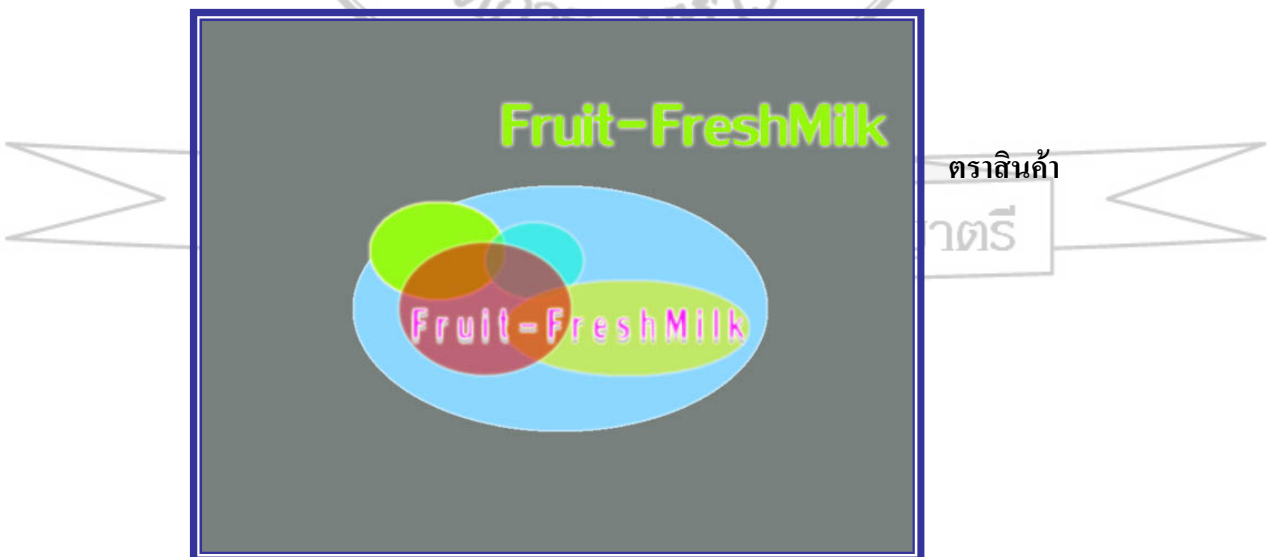
เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประเภทของหวานมีอยู่จำนวนมาก ทำให้อำนาจในการต่อรองของลูกค้ามีสูง ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของสินค้าทดแทนที่มีอยู่มากมาย เช่น ไอศกรีม ผลไม้ น้ำผลไม้ เครื่องดื่มที่ทำมาจากสมุนไพร และอื่นๆอีกมากมายที่จำหน่ายในละแวกถนนสีลม ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพและมีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้ ลูกค้าสามารถเปลี่ยนแปลงการเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย

บทที่ 4  
แผนการตลาด

ผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3 ตราสินค้าร้าน Fruit – Fresh Milk

## เป้าหมายทางการตลาด

- 1) ขยายสาขาที่เป็นเจ้าของ (จำนวน Kiosk) ให้ครบ 25 ร้าน ภายในระยะเวลา 3 ปี
- 2) สร้างการรับรู้ในตราสินค้า โดยตั้งเป้าหมายไว้ที่ 70% ภายในระยะเวลา 3 ปี
- 3) มีการเติบโตของยอดขายโดยเฉลี่ย 30% ต่อปีอย่างสม่ำเสมอ

## การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมายของร้าน Fruit - Fresh Milk

ตลาดเป้าหมายจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน (ช่วงอายุตั้งแต่ 20-50 ปี) เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว จัดเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่มีพฤติกรรมการบริโภคใกล้เคียงกัน อาทิเช่น เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่นอกบ้าน มีความห่วงใยในสุขภาพ ทำให้บริษัทสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบเดียวกันได้ และเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีปัจจัยที่ใช้เลือกรับประทานอาหารที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกายเป็นหลักสำคัญ โดยมีปัจจัยอื่นเป็นส่วนประกอบคือ รสชาติอร่อยและมีคุณค่าทางโภชนาการตรงตามต้องการ รวมทั้งผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ทราบถึงประโยชน์ของการรับประทานอาหารอยู่แล้ว โดยในการตั้งราคาดังนั้นบริษัทจะตั้งราคาในระดับที่เหมาะสมกับคุณภาพ (Premium Goods) ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด

## STP Analysis

### 1. การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market segmentation)

ตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ซื้อแคนตาลูปสาคุนมสด เกิดจากการแบ่งทั้งในเชิงประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ รายได้ และพฤติกรรมศาสตร์ ประกอบกัน โดยแต่ละปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกกลุ่มเป้าหมายดังนี้

- เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ โดยแบ่งกลุ่มตลาดตามอายุของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนมสดจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ไปจนถึง 50 ปี ขึ้นไป

- เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ โดยแบ่งตามภูมิศาสตร์ของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มลูกค้าที่ทำงานในบริเวณสีลม
2. กลุ่มลูกค้าที่ผ่านบริเวณอาคารนิยะพลาซ่า

- เกณฑ์ทางด้านรายได้ต่อครอบครัว โดยแบ่งกลุ่มตลาดตามรายได้ต่อครอบครัวได้ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้บริโภครายได้ไม่เกิน 10,001 บาท
2. กลุ่มผู้บริโภครายได้ตั้งแต่ 10,001 บาท – 20,000 บาท
3. กลุ่มผู้บริโภครายได้ตั้งแต่ 20,001 บาท – 30,000 บาท
4. กลุ่มผู้บริโภครายได้ตั้งแต่ 30,001 บาท – 40,000 บาท
5. กลุ่มผู้บริโภครายได้ตั้งแต่ 40,001 บาท – 50,000 บาท
6. กลุ่มผู้บริโภครายได้ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป

ในส่วนของรายได้ของผู้บริโภคนั้น ไม่ได้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อมากนัก เนื่องจากแคนตาลูปสาธิตมีราคาถูก ดังนั้นรายได้จึงไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้ซื้อ

- เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ โดยแบ่งตามพฤติกรรมศาสตร์ได้ 4 ประเภท ดังนี้

1. ชอบความแปลกใหม่ กล่าวคือ เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบความแปลก ความแตกต่างของอาหารประเภทของหวานทั่วไป
2. คำนึงถึงรสชาติ กล่าวคือ เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบในรสชาติของอาหารประเภทของหวาน และเป็นปัจจัยลำดับแรกในการพิจารณาเลือกซื้อของหวานมารับประทาน
3. รักสุขภาพ กล่าวคือ เป็นกลุ่มที่ชอบรับประทานอาหารประเภทของหวาน แต่ยังคงคำนึงถึงสุขภาพเป็นหลัก
4. นิยมความสะดวกในการรับประทาน กล่าวคือ เป็นกลุ่มที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการรับประทาน

## 2. ตลาดเป้าหมาย (Target Market)

ตลาดสำคัญอันเป็นเป้าหมายหลักของร้าน Fruit - Fresh Milk โดยลูกค้าสำคัญคือ กลุ่มลูกค้าวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-50 ปี ซึ่งมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้ระดับปานกลาง ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาธิต มีลักษณะดังนี้

- เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เน้นความสะดวกสบายในการรับประทาน
- มีความสนใจในคุณค่าทางโภชนาการและรักษาสุขภาพ (Health Concern)
- เป็นผู้บริโภครายได้ที่ชื่นชอบรับประทานของหวาน
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับที่สูงของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว คือ ความสะอาด รสชาติและคุณค่าทางโภชนาการ

### 3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Position Market)

ปัจจุบันความต้องการ และ พฤติกรรมของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ลูกค้าไม่ใช่เพียงต้องการสินค้าที่ดี มีคุณภาพอย่างเดียวเท่านั้น แต่การบริการที่ดีของร้านค้ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจกลับมาซื้อสินค้าจากผู้บริโภคอีกครั้ง

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท และเป็นไปในทิศทางที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค บริษัทจึงเลือกที่จะวางตำแหน่งตัวเองเป็น “ร้านค้าที่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับของหวานที่ดี มีคุณภาพ มีรสชาติตามที่ลูกค้าต้องการ พร้อมทั้งวัตถุดิบมีความสดใหม่ จำหน่ายในราคาที่เหมาะสม ลูกค้ามีความสะดวกในการรับประทาน พร้อมทั้งบริการที่เป็นเยี่ยม”





## การเปรียบเทียบคู่แข่ง

### ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	Fruit - Fresh Milk	Soft Fruit	คุณเก้
ด้านผลิตภัณฑ์	1. รสชาติดี 2. มีความสดใหม่	1. รสชาติดี 2. มีความสดใหม่	1. รสชาติดี
ด้านราคา	25 บาท	25 บาท	15 บาท
ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของร้าน Fruit - Fresh Milk ตั้งอยู่ใน อาคารนิยะพลาซ่า	ที่ตั้งของร้าน Soft Fruit ตั้งอยู่ในสี่ม คอมเพล็กซ์	ที่ตั้งของร้าน คุณเก้ ตั้งอยู่ในเซเว่น อีเลฟ เว่น
ด้านส่งเสริมการตลาด	1. ให้ส่วนลดราคา 2. การแจกคูปอง สะสมแต้ม 3. การแจกผลิตภัณฑ์ ให้ทดลองชิม 4. การบริการของ พนักงาน	1. ลงหนังสือพิมพ์ 2. การบริการของ พนักงาน	1. ลงทาง อินเทอร์เน็ต

### กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

#### 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ แคนตาลูปสาคุนมสด คือ จะเน้นที่กลุ่มคนวัยทำงานและกลุ่มคนที่ชื่นชอบทานของหวานเป็นหลัก ดังนั้นผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนมสด ก็จะเน้นในเรื่องของรสชาติที่กลมกล่อม มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและคุณภาพในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้จากกระบวนการผลิตที่มีความเป็นมาตรฐาน นอกจากนี้ ทางร้านยังเห็นความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ เพราะบรรจุภัณฑ์ถือเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สะดวกต่อการรับประทาน ผู้บริโภคสามารถรับประทานได้ทันที ซึ่งเหมาะกับกลุ่มคนวัยทำงานเป็นอย่างยิ่ง

#### 2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

แคนตาลูปสาคุนมสด ไม่มุ่งเน้นราคาสูง เนื่องจากมีเป้าหมายทางการตลาดเพื่อขยายส่วนแบ่งทางการตลาด ราคาของแคนตาลูปสาคุนมสด จึงมีการกำหนดอยู่ที่ ถ้วยละ 25 บาท

เนื่องจากมีทางร้านได้มีการกำหนดราคาตามคุณภาพของสินค้า โดยจะพยายามให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงความแตกต่างและคุณค่าในจำนวนเงินที่ได้จ่ายออกไป คือ ความสด ความสะอาด ความแปลกใหม่ ทันสมัยและประโยชน์ที่มีต่อสุขภาพ

### 3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายของ ผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนมสดนั้น ทางร้านจะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงไปยังผู้บริโภคในลักษณะของ คีออส (Kiosk) โดยจะตั้งบริเวณที่ตั้งของสำนักงานต่างๆคือ บริเวณถนนสีลม ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายของแคนตาลูปสาคุนมสด จึงทำการตั้งที่อาคารพาณิชย์พลาซ่า ซึ่งอยู่บริเวณถนนสีลมใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าศาลาแดงที่เป็นแหล่งของคณวัยทำงานซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

### 4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เนื่องจากร้าน Fruit – Fresh Milk เป็นร้านที่เปิดใหม่ บริษัทจึงต้องใช้การสื่อสารทางการตลาดทุกรูปแบบเพื่อสร้างการรับรู้และการสร้างการตลาดให้แก่ลูกค้าเป็นหลัก ดังนี้

- การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เนื่องจากร้าน Fruit – Fresh Milk มีต้นทุนที่จำกัด ทำให้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จะทำในลักษณะของปากต่อปาก คือ เป็นการสร้างลูกค้าจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง

- การจัดร้านค้า การจัดตั้งร้านค้านั้นจะมีการตกแต่งร้านค้าให้มีความสวยงาม สะอาด ทันสมัย สะดวกต่อการซื้อ ทำให้ทั้งผู้บริโภครายใหม่ เกิดความรู้สึกสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ และต้องการทดลองรับประทาน

- การแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งช่วยให้เกิดการตัดสินใจซื้อในทันทีหรือครั้งต่อไป

- การแจกคูปองสะสมแต้ม มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ คือ เมื่อซื้อครบ 100 บาท จะได้ตราประทับ 1 ดวง และเมื่อประทับตราครบ 10 ดวง จะสามารถแลกแคนตาลูปสาคุนมสดฟรีได้ 1 ถ้วย

- การแจกใบปลิว ในส่วนของใบปลิวนั้นได้บันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ โดยจัดทำเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้า ให้ลูกค้าเกิดความสนใจ ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับทราบข้อมูลสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

- การแจกแบบสอบถาม จะทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน และมากยิ่งขึ้น ซึ่งบริษัทสามารถนำข้อมูลที่ได้นำมาปรับปรุง พัฒนา ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

## กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4C's)

### 1. Consumer

ในการทำธุรกิจนั้น การให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้บริโภคมีส่วนช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินบริษัทต่อไปได้ ซึ่งเกิดจากความพอใจของผู้บริโภค ดังนั้นทางร้าน Fruit - Fresh Milk จึงสร้างผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนมสด เพื่อเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภคที่ชื่นชอบของหวานและใส่ใจสุขภาพ เพราะแคนตาลูปสาคุนมสดนั้น ได้ใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ ดังนั้นจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้คุณค่าทางสารอาหาร และมีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย นั่นคือ กลุ่มวัยทำงาน

### 2. Cost

ราคาของสินค้าก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ สำหรับการตั้งราคาของแคนตาลูปสาคุนมสดนั้น จะทำการตั้งราคาตามคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ รวมทั้งความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ นั่นคือ 25 บาท ซึ่งราคานี้ผู้บริโภคสามารถทำการซื้อได้โดยไม่กระทบต่อรายได้มากนัก เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน มีรายได้เพียงพอ และราคาของแคนตาลูปสาคุนมสดก็ไม่สูงมากเกินไป

### 3. Convenience

ในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมความสะดวกสบาย โดยเฉพาะคนในกรุงเทพฯ ซึ่งอาจจะเกิดผลมาจากรูปแบบในการดำเนินชีวิต ที่ต่างก็ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนมสด จึงทำการผลิตและใส่บรรจุภัณฑ์ที่พร้อมรับประทานทันที ซึ่งมีความสะดวกในการรับประทานเป็นอย่างมาก สามารถรับประทานได้ทันทีหรือนำกลับบ้านได้

### 4. Communications

ทางร้าน Fruit - Fresh Milk ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการสื่อสารต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์นี้เป็นสินค้าที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ ทำให้ผู้บริโภคยังไม่ทราบตัวผลิตภัณฑ์นี้มากนัก ดังนั้นทางร้านจึงได้ทำการประชาสัมพันธ์ตัวสินค้าโดยให้ทดลองชิม ซึ่งมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนมสดได้ดี เพราะการทดลองชิมจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์นี้มากยิ่งขึ้น

**บทที่ 5**  
**แผนบริหารจัดการ**

**รายละเอียดของธุรกิจ**

**ชื่อกิจการ**

ร้าน Fruit - Fresh Milk

**ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ**

1. สถานที่จำหน่าย อาคารนิยะพลาซ่า  
2. สำนักงานและสถานที่ผลิต ตั้งอยู่เลขที่ 34/18 หมู่ 3  
แขวงบางแคเหนือ เขตบางแค จังหวัดกรุงเทพฯ  
รหัสไปรษณีย์ 10160

**รูปแบบการดำเนินการ**

เจ้าของกิจการ

**เงินลงทุน**

เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ 500,000 บาท

**ตารางที่ 5 รายชื่อผู้ร่วมงาน**

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ
1	นางสาวศุจินตรา ทะยากรณ์	เจ้าของกิจการ	1. วางนโยบายการบริหารงาน และ ควบคุมการบัญชีของร้าน 2. ดูแลหน้าร้าน
2	นางกรรณพร ขวงแก้ว	ฝ่ายการผลิต	1. ควบคุมดูแลเกี่ยวกับการผลิต สินค้า 2. ดูแลวัตถุดิบให้ตรงตามคุณภาพ

**วันและเวลาการทำงาน** จันทร์-เสาร์ 10.00 น.-18.00 น. หยุดวันอาทิตย์

### ประวัติของผู้ร่วมงาน

1. นางสาวศุจินทร หะยากรณ์ อายุ 21 ปี

ตำแหน่ง: เจ้าของกิจการ

การศึกษา: ปริญญาตรี ศศ.บ.จากมหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป

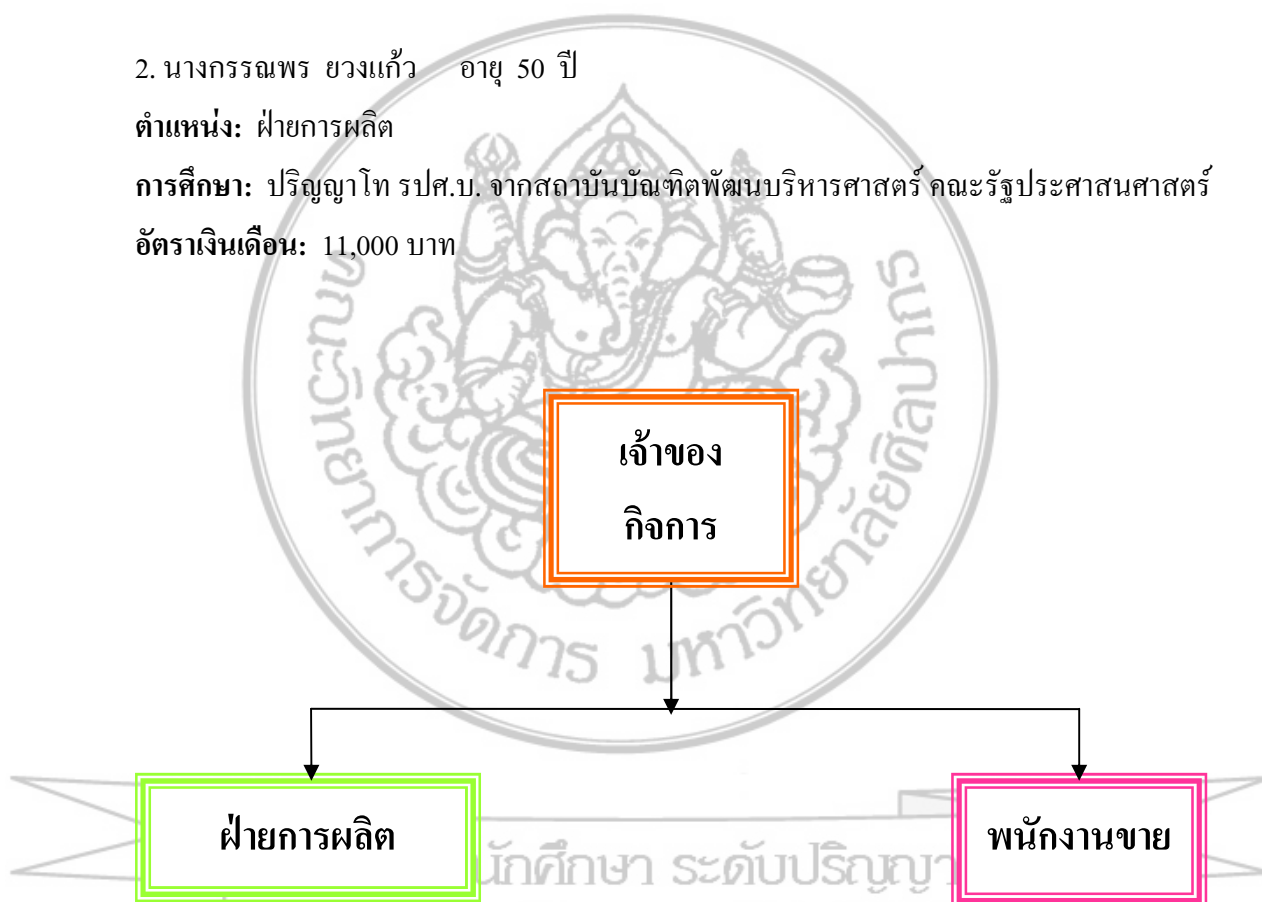
อัตราเงินเดือน: 15,000 บาท

2. นางกรรณพร ขวงแก้ว อายุ 50 ปี

ตำแหน่ง: ฝ่ายการผลิต

การศึกษา: ปริญญาโท รศ.บ. จากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์

อัตราเงินเดือน: 11,000 บาท



ภาพที่ 4 โครงสร้างองค์กร

**ตารางที่ 6** จำนวนบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของกิจการ

ลำดับ	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1	เจ้าของกิจการและพนักงานขาย	1	15,000
2	ฝ่ายการผลิต	1	11,000
<b>รวม</b>		<b>2</b>	<b><u>26,000</u></b>

หมายเหตุ เจ้าของกิจการกับพนักงานขาย เป็นบุคคลคนเดียวกัน

**ตารางที่ 7** เครื่องใช้สำนักงาน

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคา
1	โต๊ะและเก้าอี้	1	5,500
2	โทรศัพท์และโทรสาร	1	4,500
3	พัดลม	1	800
4	เครื่องคิดเลข	1	300
<b>รวม</b>		<b>4</b>	<b><u>11,100</u></b>

**วิสัยทัศน์ (VISION)**

กิจการต้องการเป็นผู้นำในด้านของผลิตภัณฑ์ประเภทของหวาน รวมทั้งต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง สำหรับผู้บริโภคที่ชื่นชอบของหวาน และยังใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ เนื่องจากแคนตาลูปสายคุณมสดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมหลักมาจากธรรมชาติ วัตถุดิบทุกชนิดผ่านการคัดเลือกร่างอย่างมีคุณภาพ และมีความเป็นมาตรฐาน ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

**พันธกิจ (MISSION)**

1. กิจการมีความมุ่งมั่นที่จะนำเสนอของหวานที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เหมาะสำหรับผู้ชื่นชอบของหวานและผู้ใส่ใจสุขภาพ
2. กิจการได้มีการนำกลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างจากตัวผลิตภัณฑ์มาใช้ ไม่ว่าจะป็นใน

เรื่องของราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย รวมทั้งความสะดวกสบายในการรับประทาน ทั้งนี้เนื่องจากยุคสมัยการบริโภคของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

3. สร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจสูงสุดในตัวผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค
4. พัฒนา ปรับปรุงสินค้าและบริการ ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

### เป้าหมายทางธุรกิจ

#### เป้าหมายระยะสั้น

1. สร้างการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ ให้เกิดแก่กลุ่มลูกค้า โดยตั้งเป้าหมายไว้ที่ 30% ภายในระยะเวลา 1 ปี
2. มีส่วนแบ่งทางการตลาดในส่วนของอาหารหวาน ที่จำหน่ายในบริเวณสี่ลม 5%
3. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น ให้มีการทดลองชิมผลิตภัณฑ์ กับผู้บริโภครายใหม่ ให้เกิดการรับรู้ในรสชาติ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค
4. บริหารธุรกิจให้มีกำไรขั้นต้น 30% ของรายได้แต่ละปี

#### เป้าหมายระยะยาว

1. มีการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึงทุกจังหวัดภายในประเทศ ในรูปแบบของเฟรนไชส์ รวมทั้งการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ
2. มีการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค เช่น เพิ่มรสชาติ กลิ่นของนมสด ผลไม้อื่นๆ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น
3. มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นจากเดิมเป็น 10%
4. มีการรักษามาตรฐานเดิมและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารหวานให้มีคุณภาพในระดับสากล

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

#### ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. แคนตาลูปสดคุณภาพดี เน้นความมีประโยชน์ต่อสุขภาพ รสชาติอร่อย ความสดใหม่ของสินค้า โดยเสริมด้วยความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ สะดวกในการบริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้เหมาะสำหรับคนในปัจจุบันที่ชื่นชอบอาหารที่รักษาสุขภาพ และเน้นความสะดวกในการบริโภค
2. กิจการเน้นในเรื่องของการให้บริการสำหรับผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการให้บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความซื่อสัตย์ต่อตัวผลิตภัณฑ์ในอนาคต รวมทั้งการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

3. กิจการมีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค โดยจากการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตที่มีความสำคัญมาก ที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ได้
4. กิจการได้ทำการพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



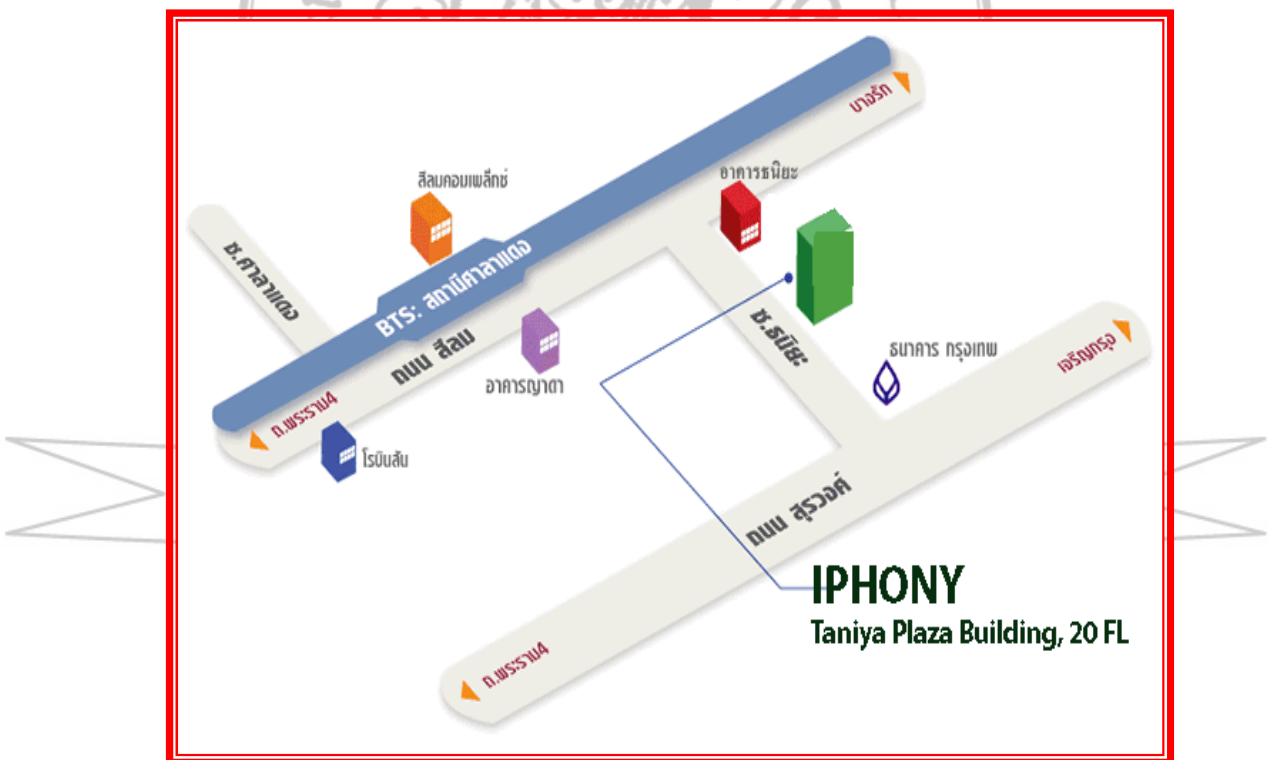
## บทที่ 6 แผนการผลิต

### สถานประกอบการในการขายสินค้า

สถานที่ตั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ : อาคารนิยะพลาซ่า ชั้น 1 (บริเวณด้านหน้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด มหาชน)

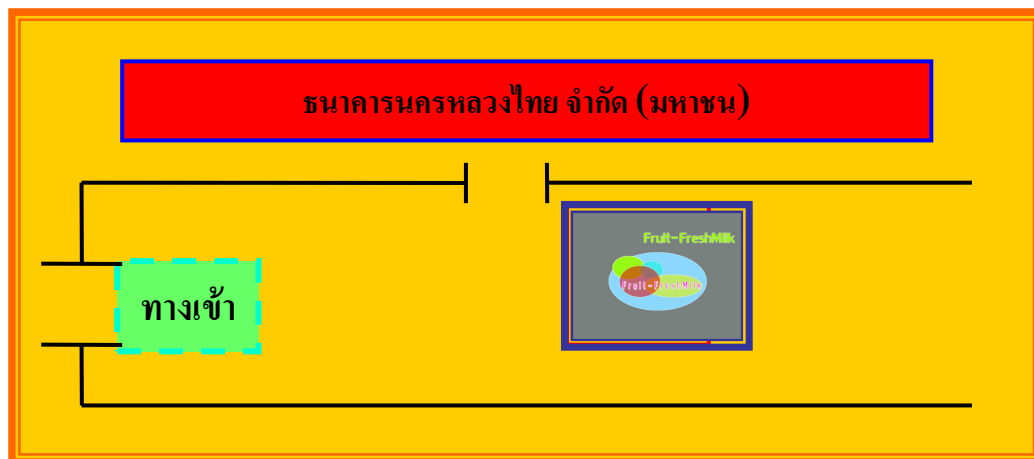
สำนักงานและสถานที่ผลิต : ตั้งอยู่เลขที่ 34/18 หมู่ 3 แขวงบางแคเหนือ เขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10160

### ที่ตั้งกิจการ



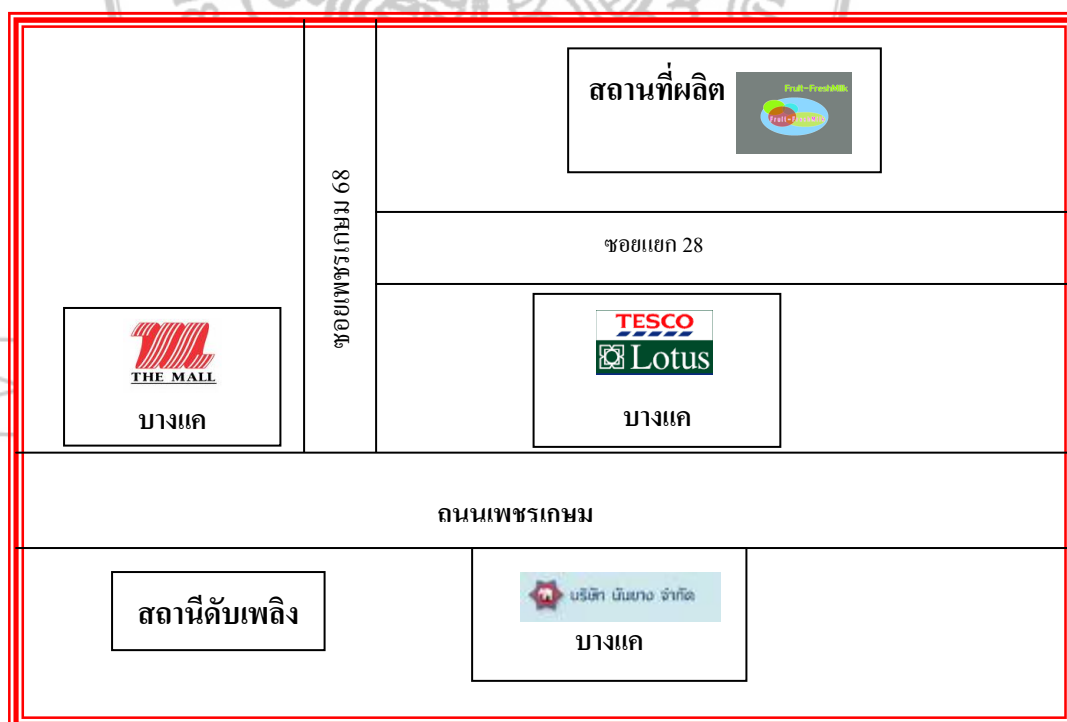
ภาพที่ 5 แผนที่ตำแหน่ง อาคารนิยะพลาซ่า

ที่ตั้งร้าน Fruit – Fresh Milk



ภาพที่ 6 ตำแหน่งที่ตั้งร้าน Fruit – Fresh Milk

หมายเหตุ เนื้อที่ของร้านมีขนาด 2×1.5 เมตร  
สถานที่ผลิต



ภาพที่ 7 สถานที่ผลิต

### ตารางที่ 8 เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการขายสินค้า

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคา
1	คีออส (Kiosk)	1	28,500
2	เครื่องผสม	1	15,000
3	ถังเก็บความเย็น	1	3,500
4	ตู้เย็นเก็บสินค้า	1	12,000
5	ถังเก็บวัตถุดิบ ณ จุดขาย	1	700
รวม		5	<b>59,700</b>

### วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่จะเป็นวัตถุดิบทางการเกษตร และผลไม้ เช่น แคนตาลูป ซึ่งจะติดต่อกับ Supplier โดยตรงให้มาส่งที่ทำการผลิต และจะมีวัตถุดิบพื้นฐานที่ต้องใช้ในการผลิตแคนตาลูปสาgunมสด มีดังนี้

1. นมสด
2. สาgunเม็ดเล็ก เป็นส่วนผสมหลักของแคนตาลูปสาgunมสด
3. มะพร้าวอ่อน ช่วยเพิ่มความหวานมันและกลิ่น ให้กับนมสด
4. ลูกตาล ทำให้นมสดหอมหวานมากยิ่งขึ้น และเพิ่มรสชาติให้กับนมสด
5. แคนตาลูป เป็นส่วนประกอบที่ช่วยแก้เลี่ยนนมสดได้
6. น้ำตาลทราย ใส่เพื่อเพิ่มความหวานให้กับแคนตาลูปสาgunมสด
7. เกลือป่น ใส่เพื่อเพิ่มความเค็มเพียงเล็กน้อย

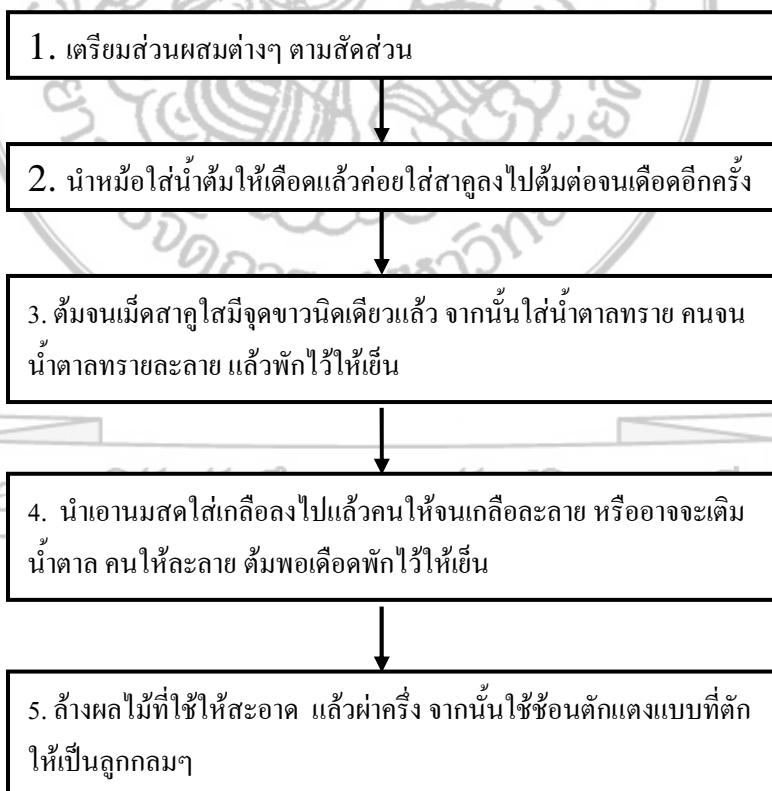
### ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ในการผลิตแต่ละครั้งนั้นสามารถผลิตแคนตาลูปสาgunมสดได้ 200-250 ถ้วยต่อวัน ซึ่งเป็นปริมาณที่สามารถสร้างรายได้ให้กับกิจการพอสมควร โดยหลังจากการผลิตแล้วก็จะนำวัตถุดิบที่ได้จากการผลิต มาบรรจุขาย ณ ร้าน Fruit – Fresh Milk ที่อาคารนิยะพลาซ่า ถนนสีลม

### ขั้นตอนในการผลิตแคนตาลูปสาคุนมสด

1. ขั้นตอนแรกเตรียมส่วนผสมต่างๆ ตามสัดส่วนในการทำแคนตาลูปสาคุนมสด
2. นำหม้อใส่น้ำต้มให้เดือดแล้วค่อยใส่สาคุลงไปต้มต่อจนเดือดอีกครั้ง หรือพอเม็ดสาคุใสแต่ยังเป็นตากบข้างใน
3. ใช้ทัพพีคนเพื่อไม่ให้สาคุติดกันหม้อ ต้มจนเห็นว่าเม็ดสาคุใสมีจุดขาวนิดเดียวแล้ว ก็ใส่น้ำตาลทรายลงไปได้ คนให้น้ำตาลทรายละลายก็ปิดไฟได้ และพักไว้ให้เย็น
4. จากนั้นนำเอานมสดใส่เกลือลงไปแล้วคนให้จนเกลือละลาย หรืออาจจะเติมน้ำตาล คนให้ละลาย แล้วชิมดูเพื่อให้ออกรสหวาน และเค็มเล็กน้อย ต้มพอเดือดพักไว้ให้เย็น
5. ทำการล้างผลไม้ที่ใช้ให้สะอาด แล้วผ่าครึ่ง จากนั้นใช้ช้อนตักแต่งแบบที่ตักให้เป็นลูกกลมๆ พอประมาณ

### แผนผังกระบวนการผลิต



**บทที่ 7**  
**แผนการเงิน**

**ตารางที่ 9** ตารางประมาณการในการลงทุน

รายการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของผู้ เจ้าของ
		เจ้าหนี้ การค้า	เงินกู้	
<b>1.เงินลงทุนหมุนเวียน</b>				
1.1เงินสดสำรองการดำเนินงาน	500,000.00	-	300,000.00	200,000.00
<b>รวมเงินลงทุนหมุนเวียน</b>	<b>500,000.00</b>	<b>-</b>	<b>300,000.00</b>	<b>200,000.00</b>
<b>2.ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์</b>				
2.1 เครื่องจักรและอุปกรณ์	59,700.00	-	-	59,700.00
2.2 เครื่องใช้สำนักงาน	31,100.00	-	-	31,100.00
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>90,800.00</b>		<b>0.00</b>	<b>90,800.00</b>
<b>3.รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน</b>				
3.1รายจ่ายในการเตรียมการ	40,000.00	-	20,000.00	20,000.00
<b>รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน</b>	<b>40,000.00</b>	<b>-</b>	<b>20,000.00</b>	<b>20,000.00</b>
<b>รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น</b>	<b>630,800.00</b>	<b>-</b>	<b>320,000.00</b>	<b>310,800.00</b>
อัตราส่วนหนี้สิน : ส่วนของผู้ เจ้าของ	<b>1</b>		0.51	0.49

ตารางที่ 10 ตารางแสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี

ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืน เงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ดอกเบี้ย
1	320,000.00	64,000.00	24,800.00	88,800.00
2	256,000.00	64,000.00	19,840.00	83,840.00
3	192,000.00	64,000.00	14,880.00	78,880.00
4	128,000.00	64,000.00	9,920.00	73,920.00
5	64,000.00	64,000.00	4,960.00	68,960.00
<b>รวม</b>		<b>320,000.00</b>	<b>74,400.00</b>	<b>394,400.00</b>

หมายเหตุ : อัตราดอกเบี้ยต่อปี 7.75%

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 11 ตารางสินทรัพย์และค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวมทั้งสิ้น	อัตราค่าเสื่อมราคา	ค่าเสื่อมราคาต่อปี	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ
	(หน่วย)	(บาท)	(บาท)	ต่อปี (%)	(บาท)	(สิ้นปีที่ 1)	(สิ้นปีที่ 2)	(สิ้นปีที่ 3)	(สิ้นปีที่ 4)	(สิ้นปีที่ 5)
<b>เครื่องจักรและอุปกรณ์</b>										
คีย์บอร์ด	1	28,500.00	28,500.00	20%	5,700.00	22,800.00	17,100.00	11,400.00	5,700.00	1.00
เครื่องผสม	1	15,000.00	15,000.00	20%	3,000.00	12,000.00	9,000.00	6,000.00	3,000.00	1.00
ถังเก็บความเย็น	1	3,500.00	3,500.00	20%	700.00	2,800.00	2,100.00	1,400.00	700.00	1.00
ตู้เย็นเก็บสินค้า	1	12,000.00	12,000.00	20%	2,400.00	9,600.00	7,200.00	4,800.00	2,400.00	1.00
ถังเก็บวัตถุติดไฟ ฅ ขุคชาย	1	700.00	700.00	20%	140.00	560.00	420.00	280.00	140.00	1.00
<b>รวม</b>	<b>5</b>	<b>59,700.00</b>	<b>59,700.00</b>		<b>11,940.00</b>	<b>47,760.00</b>	<b>35,820.00</b>	<b>23,880.00</b>	<b>11,940.00</b>	<b>5.00</b>
<b>เครื่องใช้สำนักงาน</b>										
โต๊ะและเก้าอี้	1	5,500.00	5,500.00	20%	1,100.00	4,400.00	3,300.00	2,200.00	1,100.00	1.00
โทรศัพท์และโทรสาร	1	4,500.00	4,500.00	20%	900.00	3,600.00	2,700.00	1,800.00	900.00	1.00
พัดลม	1	800.00	800.00	20%	160.00	640.00	480.00	320.00	160.00	1.00
เครื่องคิดเลข	1	300.00	300.00	20%	60.00	240.00	180.00	120.00	60.00	1.00
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>11,100.00</b>	<b>11,100.00</b>		<b>2,220.00</b>	<b>8,880.00</b>	<b>6,660.00</b>	<b>4,440.00</b>	<b>2,220.00</b>	<b>4.00</b>
<b>รวมทั้งสิ้น</b>		<b>70,800.00</b>	<b>70,800.00</b>	<b>0.00</b>	<b>14,160.00</b>	<b>56,640.00</b>	<b>42,480.00</b>	<b>38,320.00</b>	<b>14,160.00</b>	<b>9.00</b>

ตารางที่ 12 ตารางประมาณการขายรายเดือน

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 (ถ้วย)													
แผนค่าอุปสาขุม สด	4,320.00	4,320.00	4,320.00	4,320.00	4,320.00	4,560.00	4,560.00	4,560.00	4,560.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	54,240.00
<b>รวมจำนวนสินค้าที่ ขาย</b>	<b>4,320.00</b>	<b>4,320.00</b>	<b>4,320.00</b>	<b>4,320.00</b>	<b>4,320.00</b>	<b>4,560.00</b>	<b>4,560.00</b>	<b>4,560.00</b>	<b>4,560.00</b>	<b>4,800.00</b>	<b>4,800.00</b>	<b>4,800.00</b>	<b>54,240.00</b>
ราคาสินค้า (บาท/ ถ้วย)													
แผนค่าอุปสาขุม สด	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00
<b>ราคาสินค้าเฉลี่ย</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>
รายได้จากการขาย (บาท)													
แผนค่าอุปสาขุม สด	108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00	108,000.00	114,000.00	114,000.00	114,000.00	114,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	1,356,000.00
<b>รวมรายได้สะสม (บาท)</b>	<b>108,000.00</b>	<b>108,000.00</b>	<b>108,000.00</b>	<b>108,000.00</b>	<b>108,000.00</b>	<b>114,000.00</b>	<b>114,000.00</b>	<b>114,000.00</b>	<b>114,000.00</b>	<b>120,000.00</b>	<b>120,000.00</b>	<b>120,000.00</b>	<b>1,256,000.00</b>
เงินสดรับการขาย (บาท)													1,356,000. 00



ตารางที่ 13 ตารางประมาณการรายได้จากการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าขาย(ถ้วย)					
แคนดากูปสาครนวมสด	54,240.00	55,800.00	58,000.00	61,000.00	65,000.00
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	<b>54,240.00</b>	<b>55,800.00</b>	<b>58,000.00</b>	<b>61,000.00</b>	<b>65,000.00</b>
ราคาสินค้า(บาท/ถ้วย)					
แคนดากูปสาครนวมสด	25.00	25.00	25.00	30.00	30.00
รวมสินค้าเฉลี่ย(บาท)	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>30.00</b>	<b>30.00</b>
รายได้จากการขาย (บาท)					
แคนดากูปสาครนวมสด	1,356,000.00	1,395,000.00	1,450,000.00	1,830,000.00	1,950,000.00
รวมรายได้สะสม(บาท)	<b>1,356,000.00</b>	<b>1,395,000.00</b>	<b>1,450,000.00</b>	<b>1,830,000.00</b>	<b>1,950,000.00</b>
เงินสดรับการขาย(บาท)	<b>1,356,000.00</b>	<b>1,395,000.00</b>	<b>1,450,000.00</b>	<b>1,830,000.00</b>	<b>1,950,000.00</b>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 14 ตารางประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>จำนวนซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (ก.ก.)</b>					
นมสด	2,400	2,320	2,360	2,380	2,350
สา쿠เม็คเล็ก	1,250	1,230	1,240	1,260	1,270
มะพร้าวอ่อน	1,200	1,120	1,150	1,170	1,180
ลูกตาล	1,400	1,320	1,340	1,350	1,380
แคนตาลูป	1,450	1,420	1,430	1,440	1,480
น้ำตาลทราย	1,100	1,040	1,050	1,060	1,090
เกลือป่น	60	50	60	70	70
<b>ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบทางตรง (บาท/ก.ก.)</b>					
นมสด	60.00	60.00	60.00	70.00	70.00
สาคุเม็คเล็ก	30.00	30.00	35.00	35.00	35.00
มะพร้าวอ่อน	45.00	45.00	50.00	50.00	50.00
ลูกตาล	50.00	50.00	55.00	55.00	60.00
แคนตาลูป	45.00	50.00	55.00	55.00	60.00
น้ำตาลทราย	30.00	35.00	35.00	40.00	40.00
เกลือป่น	20.00	20.00	20.00	25.00	25.00
<b>ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)</b>					
นมสด	144,000.00	139,200.00	141,600.00	166,600.00	164,500.00
สาคุเม็คเล็ก	37,500.00	36,900.00	43,400.00	44,100.00	44,450.00
มะพร้าวอ่อน	54,000.00	50,400.00	57,500.00	58,500.00	59,000.00
ลูกตาล	70,000.00	66,000.00	73,700.00	74,250.00	82,800.00
แคนตาลูป	65,250.00	71,000.00	78,650.00	79,200.00	88,800.00
น้ำตาลทราย	33,000.00	36,400.00	36,750.00	42,400.00	43,600.00
เกลือป่น	1,200.00	1,000.00	1,200.00	1,750.00	1,750.00
<b>รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)</b>	<b>404,950.00</b>	<b>400,900.00</b>	<b>432,800.00</b>	<b>466,800.00</b>	<b>484,900.00</b>
บวก ค่าขนส่งเข้า	28,000.00	28,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
<b>ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ</b>	<b>432,950.00</b>	<b>428,900.00</b>	<b>462,800.00</b>	<b>496,800.00</b>	<b>514,900.00</b>
บวก วัตถุดิบทางตรงต้นงวด	-	43,295.00	42,890.00	46,280.00	49,680.00
หัก วัตถุดิบทางตรงปลายงวด	43,295.00	42,890.00	46,280.00	49,680.00	51,490.00
<b>วัตถุดิบทางตรงที่ใช้ในการผลิต</b>	<b>389,655.00</b>	<b>429,305.00</b>	<b>459,410.00</b>	<b>493,400.00</b>	<b>513,090.00</b>
<b>เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต(บาท)</b>	<b>432,950.00</b>	<b>428,900.00</b>	<b>462,800.00</b>	<b>496,800.00</b>	<b>514,900.00</b>

ตารางที่ 15 ตารางประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการผลิตสินค้า(บาท)					
ค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิตสินค้า	389,655.00	429,305.00	459,410.00	493,400.00	513,090.00
ค่าแรงงานทางตรงในการผลิตสินค้า	112,500.00	115,875.00	120,510.00	126,535.50	134,127.63
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	40,000.00	40,300.00	40,500.00	40,600.00	40,700.00
ค่าไฟฟ้า น้ำประปา	148,000.00	148,000.00	148,000.00	125,600.00	125,600.00
ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์	-	4,000.00	6,000.00	7,000.00	8,000.00
<b>รวมต้นทุนการผลิตสินค้า</b>	<b>690,155.00</b>	<b>737,480.00</b>	<b>774,420.00</b>	<b>793,135.50</b>	<b>821,517.63</b>
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์	11,940.00	11,940.00	11,940.00	11,940.00	11,935.00
<b>รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต</b>	<b>11,940.00</b>	<b>11,940.00</b>	<b>11,940.00</b>	<b>11,940.00</b>	<b>11,935.00</b>
<b>รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น</b>	<b>702,095.00</b>	<b>749,420.00</b>	<b>786,360.00</b>	<b>805,075.50</b>	<b>833,452.63</b>
สินค้าคงเหลือ (บาท)					
บวก สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	70,209.50	74,942.00	78,636.00	80,507.55
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	70,209.50	74,942.00	78,636.00	80,507.55	83,345.26
<b>รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)</b>	<b>631,885.50</b>	<b>744,687.50</b>	<b>782,666.00</b>	<b>803,203.95</b>	<b>830,614.92</b>
<b>เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต</b>	<b>300,500.00</b>	<b>308,175.00</b>	<b>315,010.00</b>	<b>299,735.50</b>	<b>308,427.63</b>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 16 ตารางประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	312,000.00	328,000.00	326,200.00	324,000.00	320,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ ค่าไฟฟ้าและประปา	57,600.00	57,600.00	57,600.00	60,480.00	60,480.00
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	30,000.00	13,000.00	11,500.00	11,700.00	11,680.00
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	20,500.00	20,000.00	20,450.00	20,800.00	20,950.00
ค่าใช้จ่ายในการทำบุญ	11,600.00	17,000.00	17,200.00	22,400.00	22,400.00
ค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะ	18,000.00	18,500.00	19,000.00	19,500.00	20,000.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเริ่มแรก	40,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>489,700.00</b>	<b>454,100.00</b>	<b>451,950.00</b>	<b>458,880.00</b>	<b>455,510.00</b>
ค่าเสื่อมราคาส่วนการขายและบริหาร					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	6,220.00	6,220.00	6,220.00	6,220.00	6,215.00
<b>รวมค่าเสื่อมราคา</b>	<b>6,220.00</b>	<b>6,220.00</b>	<b>6,220.00</b>	<b>6,220.00</b>	<b>6,215.00</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>495,920.00</b>	<b>460,320.00</b>	<b>458,170.00</b>	<b>465,100.00</b>	<b>461,725.00</b>

เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	489,700.00	454,100.00	451,950.00	458,880.00	455,510.00
---------------------------------------	------------	------------	------------	------------	------------

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 17 ตารางประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	1,356,000.00	1,395,000.00	1,450,000.00	1,830,000.00	1,950,000.00
<b>รวมรายได้</b>	<b>1,356,000.00</b>	<b>1,395,000.00</b>	<b>1,450,000.00</b>	<b>1,830,000.00</b>	<b>1,950,000.00</b>
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	631,885.50	744,687.50	782,666.00	803,203.95	830,614.92
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>724,114.50</b>	<b>650,312.50</b>	<b>667,334.00</b>	<b>1,026,796.05</b>	<b>1,119,385.08</b>
หัก-ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	491,920.00	456,320.00	454,170.00	461,100.00	457,726.00
<b>กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย</b>	<b>232,194.50</b>	<b>193,992.50</b>	<b>213,164.00</b>	<b>565,696.05</b>	<b>661,659.08</b>
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	24,800.00	19,840.00	14,880.00	9,920.00	4,960.00
<b>กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักภาษีเงินได้</b>	<b>207,394.50</b>	<b>174,152.50</b>	<b>198,284.00</b>	<b>555,776.05</b>	<b>656,699.08</b>
หัก - ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	5,219.45	0.00	3,316.40	42,139.21	61,331.82
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>202,175.05</b>	<b>174,152.50</b>	<b>194,967.60</b>	<b>513,636.84</b>	<b>595,367.27</b>
<b>กำไรสะสม</b>	<b>202,175.05</b>	<b>376,327.55</b>	<b>571,295.15</b>	<b>1,084,931.99</b>	<b>1,496,200.06</b>

ตารางแสดงการคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา

การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	232,194.50	193,992.50	213,164.00	565,696.05	661,659.08
(หัก)ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
<b>เงินได้ที่ประเมินสุทธิ</b>	<b>202,194.50</b>	<b>163,992.50</b>	<b>183,164.00</b>	<b>535,696.05</b>	<b>631,659.08</b>
ช่วงภาษี0-150,000 ได้รับการยกเว้น	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี150,000-500,000 อัตราภาษี 10%	5,219.45	0.00	3,316.40	35,000.00	35,000.00
ช่วงภาษี 500,001-1,000,000 อัตราภาษี 20%	0.00	0.00	0.00	7,139.21	26,331.82
ช่วงภาษี1,000,001-4,000,000 อัตราภาษี 30%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี4,000,000 บาทขึ้นไป อัตราภาษี 37%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา</b>	<b>5,219.45</b>	<b>0.00</b>	<b>3,316.40</b>	<b>42,139.21</b>	<b>61,331.82</b>

ตารางที่ 18 ตารางประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	1,356,000.00	1,395,000.00	1,450,000.00	1,830,000.00	1,950,000.00
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	(432,950.00)	(428,900.00)	(462,800.00)	(496,800.00)	(514,900.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	(300,500.00)	(308,175.00)	(315,010.00)	(299,735.50)	(308,427.63)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(489,700.00)	(620,600.00)	(451,950.00)	(458,880.00)	(455,510.00)
เงินสดจ่ายชำระคืนดอกเบี้ย	(24,800.00)	(19,840.00)	(14,880.00)	(9,920.00)	(4,960.00)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	(4,819.45)	0.00	(2,916.40)	(41,339.21)
<b>กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>108,050.00</b>	<b>12,665.55</b>	<b>205,360.00</b>	<b>561,748.10</b>	<b>624,863.16</b>
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน</b>					
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต	(59,700.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	(31,100.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน</b>	<b>(90,800.00)</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>					
เงินสดรับจากการกู้ยืม	320,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดรับจากเจ้าของ	310,800.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	(64,000.00)	(64,000.00)	(64,000.00)	(64,000.00)	(64,000.00)
<b>กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>	<b>566,800.00</b>	<b>(64,000.00)</b>	<b>(64,000.00)</b>	<b>(64,000.00)</b>	<b>(64,000.00)</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>584,050.00</b>	<b>(51,334.45)</b>	<b>141,360.00</b>	<b>497,748.10</b>	<b>560,863.16</b>
บวก กระแสเงินสดต้นงวด	0.00	584,050.00	532,715.55	674,075.55	1,171,823.65
<b>กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด</b>	<b>584,050.00</b>	<b>532,715.55</b>	<b>674,075.55</b>	<b>1,171,823.65</b>	<b>1,732,686.81</b>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 19 ตารางประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
<b>สินทรัพย์</b>					
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	584,050.00	532,715.55	674,075.55	1,171,823.65	1,732,686.81
สินค้าคงเหลือ	113,504.50	117,832.00	124,916.00	130,187.55	134,835.26
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>697,554.50</b>	<b>650,547.55</b>	<b>798,991.55</b>	<b>1,302,011.20</b>	<b>1,867,522.07</b>
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>					
อุปกรณ์-สุทธิ	72,640.00	54,480.00	36,320.00	18,160.00	10.00
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>72,640.00</b>	<b>54,480.00</b>	<b>36,320.00</b>	<b>18,160.00</b>	<b>10.00</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>770,194.50</b>	<b>705,027.55</b>	<b>835,311.55</b>	<b>1,320,171.20</b>	<b>1,867,532.07</b>
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	4,819.45	0.00	2,916.40	41,339.21	60,532.02
เงินกู้ระยะยาวที่กำหนดชำระในปี	64,000.00	64,000.00	64,000.00	64,000.00	0.00
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>68,819.45</b>	<b>64,000.00</b>	<b>66,916.40</b>	<b>105,339.21</b>	<b>60,532.02</b>
<b>หนี้สินไม่หมุนเวียน</b>					
เงินกู้ระยะยาว	192,000.00	128,000.00	64,000.00	0.00	0.00
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>	<b>192,000.00</b>	<b>128,000.00</b>	<b>64,000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>260,819.45</b>	<b>192,000.00</b>	<b>130,916.40</b>	<b>105,339.21</b>	<b>60,532.02</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
ทุน-นางสาวศุจินตรา หะยากรณ์	310,800.00	310,800.00	310,800.00	310,800.00	310,800.00
กำไรสะสม	198,575.05	202,227.55	393,595.15	904,031.99	1,496,200.06
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>509,375.05</b>	<b>513,027.55</b>	<b>704,395.15</b>	<b>1,214,831.99</b>	<b>1,807,000.06</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>770,194.50</b>	<b>705,027.55</b>	<b>835,311.55</b>	<b>1,320,171.20</b>	<b>1,867,532.07</b>

ตารางที่ 20 ตารางการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
<b>อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน</b>					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	10.08	12.76	14.34	13.83	33.14
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	8.44	10.92	12.48	12.60	30.94
<b>อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์</b>					
อัตราการผลิตของสินทรัพย์ถาวร	10.31	16.45	29.67	94.46	210842.98
อัตราการผลิตของสินทรัพย์รวม	0.77	0.81	0.85	0.90	0.93
<b>อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้</b>					
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)	0.35	0.22	0.13	0.07	0.03
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)	0.53	0.29	0.15	0.08	0.03
<b>อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร</b>					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.27	0.20	0.20	0.35	0.29
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	1.05	0.88	0.86	1.29	1.36
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	0.34	0.26	0.28	0.71	0.81
<b>ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน</b>					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	946125.11				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	32.23%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	3 ปี 4 เดือน				

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



**บทที่ 8**  
**แผนฉุกเฉิน**

**ตารางที่ 21** แผนฉุกเฉิน

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	ต้นทุนค่าขนส่งเพิ่มสูงขึ้นจากราคาน้ำมัน	ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงขึ้น	มีการวางแผนเส้นทางให้ชัดเจนขึ้น
2	คู่แข่งตั้งราคาในระดับที่ต่ำกว่า	ลูกค้าหันไปซื้อสินค้าที่ราคาต่ำกว่า	สร้างภาพลักษณ์ในตราสินค้าให้มีความชัดเจนในเรื่องของคุณภาพ มีการประชาสัมพันธ์มากขึ้นเพื่อชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของสินค้า
3	ผู้บริหารลดการบริโภคของหวานเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจและห่วงใยสุขภาพ	ยอดขายผลิตภัณฑ์ลดลง	ทำการประชาสัมพันธ์ มีการส่งเสริมการขายมากขึ้น เช่น การลด แลก แจก แถม เพื่อกระตุ้นยอดขาย
4	ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	รายได้ของกิจการลดลงจากที่คาดการณ์ไว้	ทำการตลาดเพิ่ม โดยเน้นผู้บริหารที่ชื่นชอบของหวาน ซึ่งอาจจะเป็นวัยรุ่นหรือวัยเด็ก
5	ราคาของวัตถุดิบเพิ่มขึ้นตามเศรษฐกิจ	ค่าใช้จ่ายของวัตถุดิบเพิ่มขึ้น	เพิ่มยอดขายให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยการเพิ่มปริมาณการขาย

**บทที่ 9**  
**แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ**

**ตารางที่ 22** แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ลำดับ	งานที่ต้องการปรับปรุง	วิธีการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1	เพิ่มสายผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาขุนมสด	หาวัตถุดิบเพิ่มเติม เช่น ผลไม้ชนิดอื่นๆ รวมทั้งเพิ่มทางเลือกสำหรับผลิตภัณฑ์ เช่น ขนมอบังอัญพีช ที่สามารถรับประทานควบคู่กันไปได้	ลูกค้าเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากขึ้น เป็นการเพิ่มยอดขายอีกทางหนึ่ง
2	สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ Supplier	ติดต่อกับ Supplier รายเดิม ที่มีวัตถุดิบมีคุณภาพ อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ	ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และราคาที่ถูกรวมทั้งได้รับการรับประกันตัววัตถุดิบจาก Supplier
3	ควบคุมการผลิต	ตรวจสอบการผลิตทุกขั้นตอนให้มีมาตรฐานที่ดีเยี่ยม อย่างสม่ำเสมอ	ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลต่อการซื้อของผู้บริโภคภายหลัง

### บรรณานุกรม

ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร.กลยุทธ์แบ่งปันทางการตลาด.กรุงเทพมหานคร: บริษัทกลุ่ม แอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด, 2547.

เวสต์วูด จอห์น.ทำแผนการตลาดแบบมีอาชีพ.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ เนชั่นบุ๊กส์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด , 2550

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.การบริหารการค้าปลีก (Retailing Management). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดบุ๊คเซนเตอร์, 2546.

สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน.แผนธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ โนเบิลบุ๊ก, 2546.

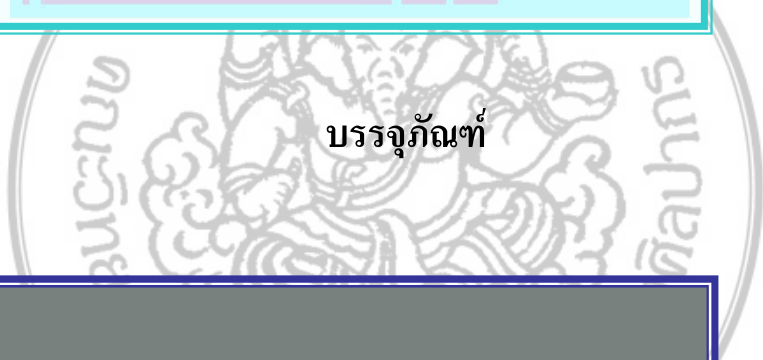


ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

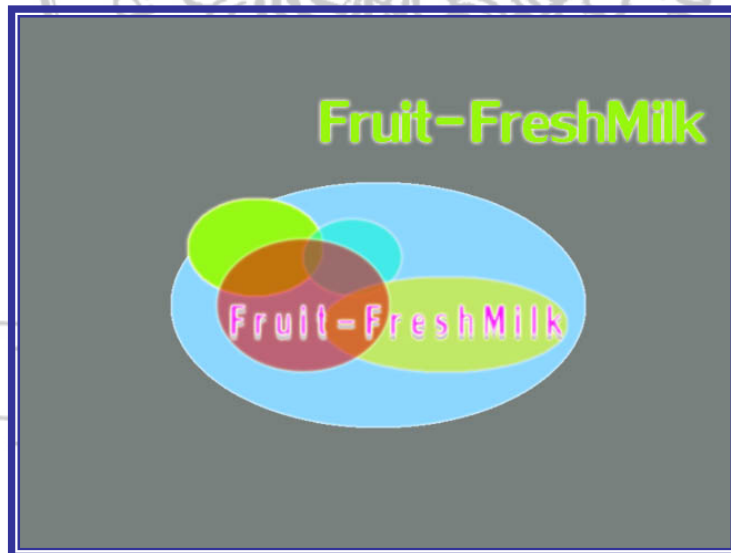


ภาคผนวก ก

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี



บรรจุภัณฑ์



ตราสินค้า

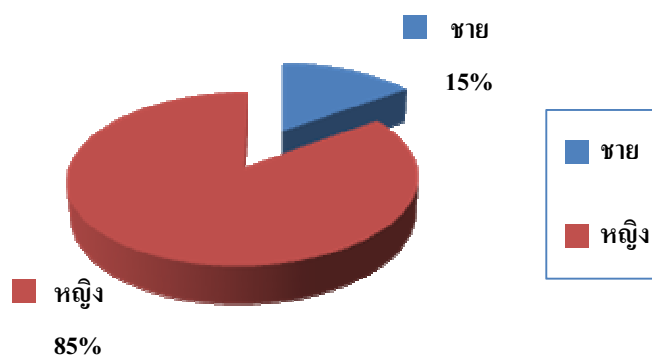


ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

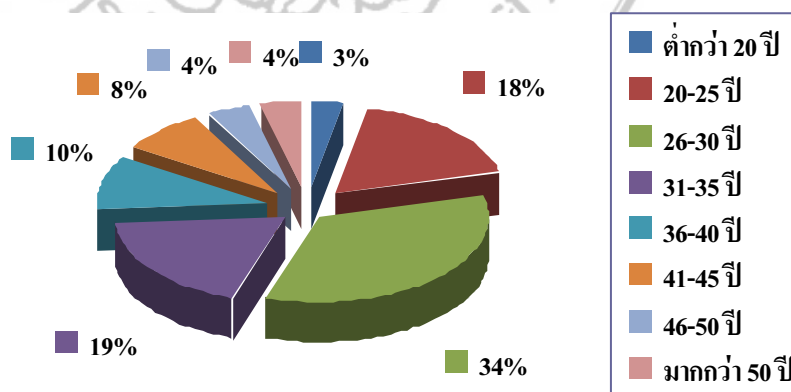
ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถามจากผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสดจำนวน 100 คน  
ได้ผลสรุปจากการสำรวจดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

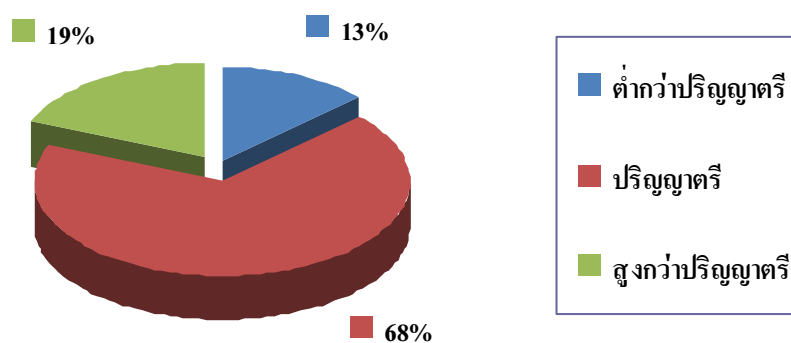
1. เพศ จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค มีเพศหญิงร้อยละ 85 เพศชายร้อยละ 15



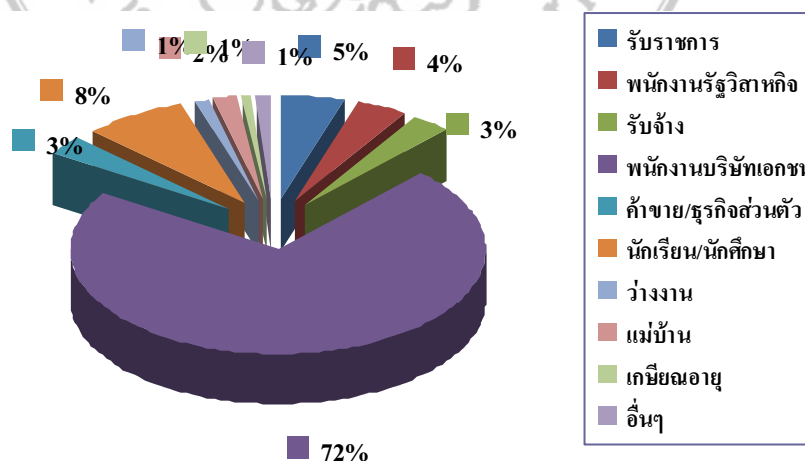
2. อายุ จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้าน Fruit - Fresh Milk มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 3 , อายุ 20-25 ปี ร้อยละ 18 , อายุ 26-30 ปี ร้อยละ 34 , อายุ 31-35 ปี ร้อยละ 20 , อายุ 36-40 ปี ร้อยละ 10 , อายุ 41-45 ปี ร้อยละ 8 , อายุ 46-50 ปี ร้อยละ 4 และ อายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 4



3. **ระดับการศึกษา** จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้าน Fruit - Fresh Milk มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 13 , ปริญญาตรี ร้อยละ 68 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15

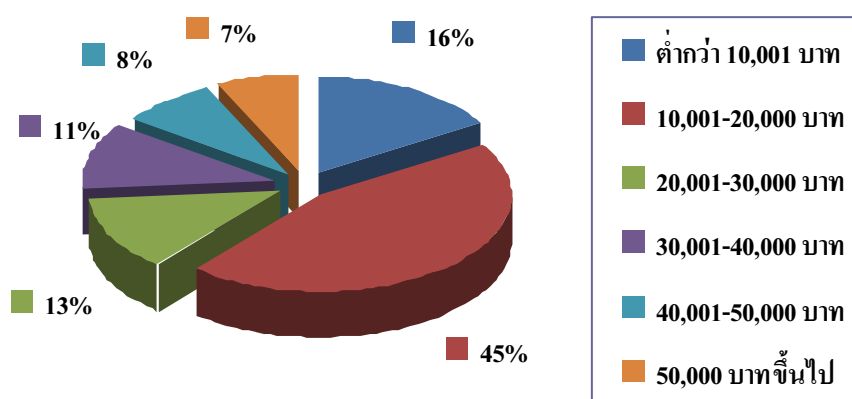


4. **อาชีพ** จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้าน Fruit - Fresh Milk มีอาชีพเป็นรับราชการ ร้อยละ 5 , พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4 , รับจ้าง ร้อยละ 3 , พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 72 , ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 3 , นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 8 , ว่างาน ร้อยละ 1 , แม่บ้าน ร้อยละ 1 , เกษียณอายุ ร้อยละ 1 และอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 1



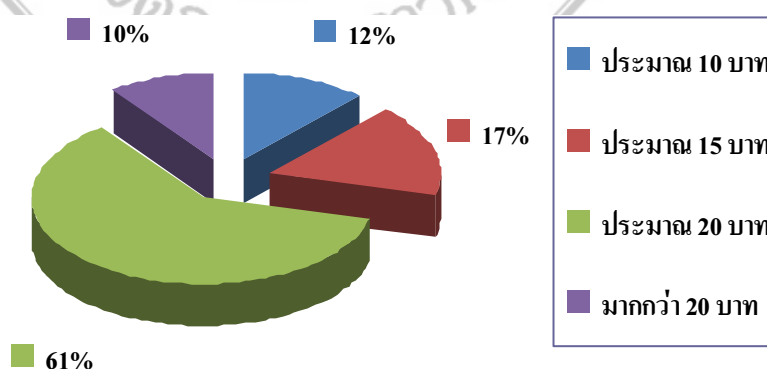


5. รายได้ (บาท/เดือน) จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้าน Fruit - Fresh Milk ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ร้อยละ 16 , รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 45 , รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 13 , รายได้ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 11 , รายได้ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 8 และ 50,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 7

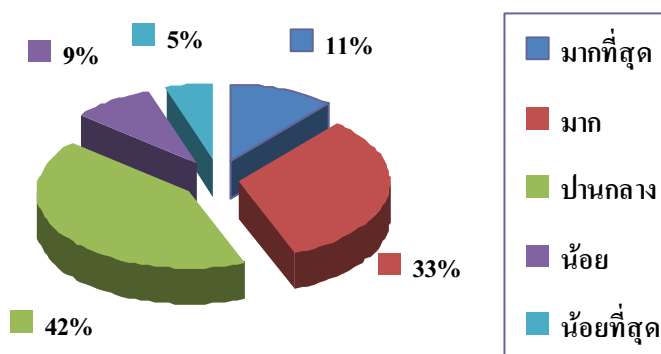


ส่วนที่ 2 ศึกษาระดับราคา และ การตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาकुนมสด

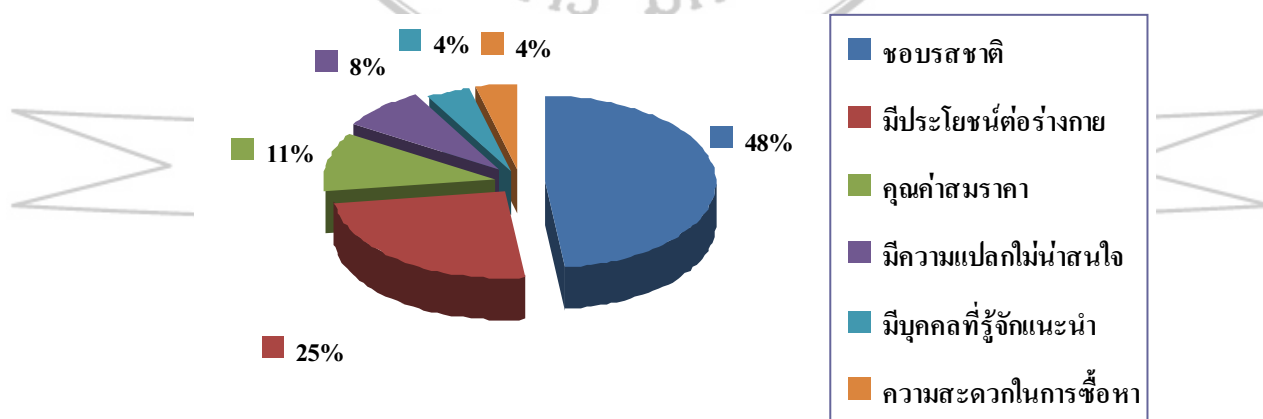
6. จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้าน Fruit - Fresh Milk ในหัวข้อที่ว่าท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาकुนมสด ควรีราคาประมาณกี่บาท/ถ้วย จากราคาประมาณ 10 บาท ร้อยละ 12 , ประมาณ 15 บาท ร้อยละ 17 , ประมาณ 20 บาท ร้อยละ 61 และมากกว่า 20 บาท ร้อยละ 10



7. จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้าน Fruit - Fresh Milk ในหัวข้อที่ว่าถ้ามีผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสตานมสด วางจำหน่ายในระดับราคาตามที่ท่านต้องการ ท่านมีแนวโน้มที่จะซื้ออย่างน้อยเพียงใด โดยมีปริมาณความต้องการมากที่สุด ร้อยละ 11 , ปริมาณมาก ร้อยละ 33 , ปริมาณปานกลาง ร้อยละ 42 , ปริมาณน้อย ร้อยละ 9 และปริมาณน้อยที่สุด ร้อยละ 5

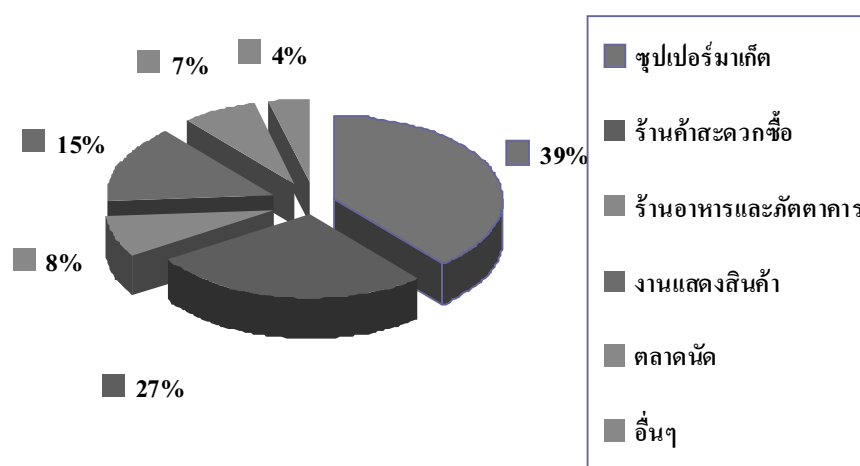


8. จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้าน Fruit - Fresh Milk ในหัวข้อที่ว่าท่านมีแนวโน้มที่จะซื้อแคนตาลูปสตานมสด ด้วยเหตุผลต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด มีผู้ที่ซื้อตามเหตุผลชอบรสชาติ ร้อยละ , มีประโยชน์ต่อร่างกาย ร้อยละ , คุณค่าสมราคา ร้อยละ มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ร้อยละ มีบุคคลที่รู้จักแนะนำและความสะดวกในการหาซื้อ ร้อยละ

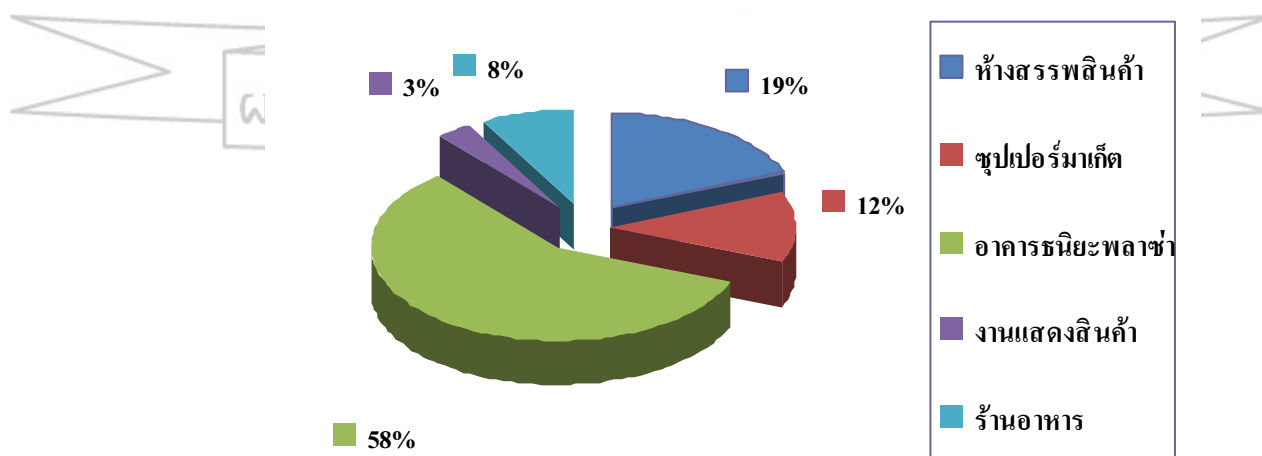


### ส่วนที่ 3 ศึกษาความเหมาะสมของสถานที่จำหน่าย และอิทธิพลของการส่งเสริมการขาย

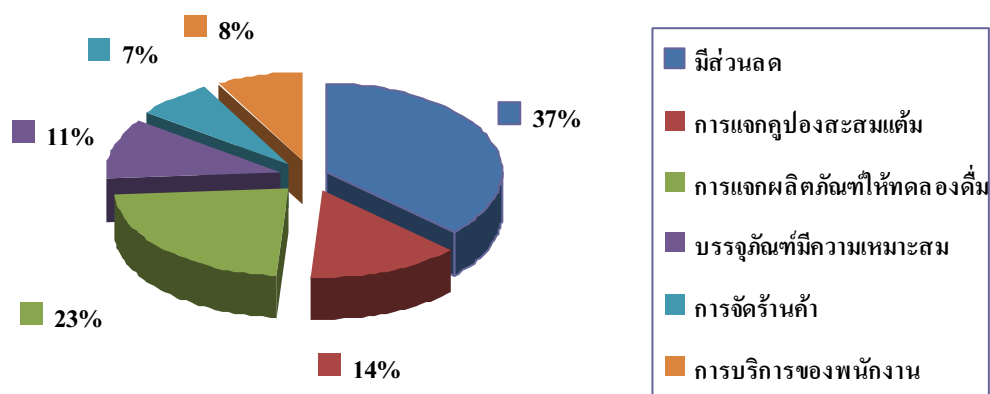
9. จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้าน Fruit - Fresh Milk ในหัวข้อที่ว่าท่านสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาकुณมสด จากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) มีความต้องการโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ซุปเปอร์มาร์เก็ต, ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น 7-11, งานแสดงสินค้า,ร้านอาหารและภัตตาคาร, ตลาดนัด และอื่นๆ



10. จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้าน Fruit - Fresh Milk ในหัวข้อที่ว่าปัจจุบันท่านสามารถทราบแหล่งจำหน่ายแคนตาลูปสาकुณมสดได้ที่ไหนบ้าง โดยมีผู้สามารถทราบได้จาก ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 19, ซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 12, อาคารนิยะพลาซ่า ร้อยละ 58, งานแสดงสินค้า ร้อยละ 3 และร้านอาหาร ร้อยละ 8



11. จากแบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้าน Fruit - Fresh Milk ในหัวข้อที่ว่า การส่งเสริมการขายต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกินตามอุปสงค์มากน้อยเพียงใด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ มีส่วนลด, การแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองดื่ม, การแจกคู่มือสะสมแต้ม, บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม, การบริการของพนักงาน และการจัดร้านค้า



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

คำชี้แจง แบบสอบถามผู้บริโภคนมสด

เรื่อง ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำแผนธุรกิจแคนตาลูปสาคุนมสด ตรา Fruit - Fresh Milk เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำแผนธุรกิจของนักศึกษาปริญญาตรี ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมทัศนคติ ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิต รวมทั้งยังมีคุณค่าต่อการทำแผนธุรกิจ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงอย่างรอบคอบครบถ้วน

แบบสอบถามจะประกอบด้วย 3 ส่วนดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาระดับราคาและผู้บริโภคยอมรับ และการตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาคุนมสด
- ส่วนที่ 3 เป็นการศึกษาความเหมาะสมของสถานที่จำหน่าย และ อิทธิพลของการส่งเสริมการขายที่มีต่อผู้บริโภค

โปรดตอบคำถามให้ครบทุกข้อและขอขอบพระคุณทุกท่านในความกรุณา และเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวศุจินตรา หะยากรณ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

### แบบสอบถาม

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าตัวเลือกตามความเป็นจริง

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ ( ) ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 20-25 ปี ( ) 26-30 ปี  
( ) 31-35 ปี ( ) 36-40 ปี ( ) 41-45 ปี  
( ) 46-50 ปี ( ) มากกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษา  
( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี  
( ) ปริญญาตรี  
( ) สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ  
( ) รับราชการ ( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
( ) รับจ้าง ( ) พนักงานบริษัทเอกชน  
( ) ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว ( ) นักเรียน / นักศึกษา  
( )ว่างงาน ( ) แม่บ้าน  
( ) เกษียณอายุ ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อครอบครัว  
( ) ต่ำกว่า 10,001 บาท ( ) 10,001-20,000 บาท  
( ) 20,001-30,000 บาท ( ) 30,001-40,000 บาท  
( ) 40,001-50,000 บาท ( ) 50,000 บาทขึ้นไป

#### ส่วนที่ 2 ศึกษาระดับราคาที่ผู้บริโภคยอมรับ และการตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาकुณมสด

6. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาकुณมสด ควรมีราคาประมาณกี่บาท/ถ้วย  
( ) ประมาณ 10 บาท ( ) ประมาณ 20 บาท  
( ) ประมาณ 15 บาท ( ) มากกว่า 20 บาท
7. ถ้ามีผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาकुณมสด วางจำหน่ายในระดับราคาตามที่ท่านต้องการ ท่านมีแนวโน้มที่จะซื้ออย่างน้อยเพียงใด  
( ) มากที่สุด ( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) น้อยที่สุด

8. ท่านมีแนวโน้มที่จะซื้อแคนตาลูปสาकुณมสด ด้วยเหตุผลต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

เหตุผล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ชอปรสชาติ					
2. มีประโยชน์ต่อร่างกาย					
3. คุณค่าสมราคา					
4. มีความแปลกใหม่น่าสนใจ					
5. มีบุคคลที่รู้จักแนะนำ					
6. ความสะดวกในการหาซื้อ					

**ส่วนที่ 3 ศึกษาความเหมาะสมของสถานที่จำหน่าย และอิทธิพลของการส่งเสริมการขายที่มีต่อผู้บริโภค**

9. ท่านสามารถหาซื้อ ผลิตภัณฑ์แคนตาลูปสาकुณมสด จากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ซูเปอร์มาเก็ต ( ) ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น 7-11 ( ) ร้านอาหารและภัตตาคาร  
( ) งานแสดงสินค้า ( ) ตลาดนัด ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ปัจจุบันท่านสามารถทราบแหล่งจำหน่ายแคนตาลูปสาकुณมสดได้ที่ไหนบ้าง

.....

11. การส่งเสริมการขายต่อไปนี้จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแคนตาลูปสาकुณมสดมากน้อยเพียงใด

รายการส่งเสริมการขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีส่วนลด					
2. การแจกคู่มือสะสมแต้ม					
3. การแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม					
4. บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม					
5. การจัดร้านค้า					
6. การบริการของพนักงาน					

**ผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นจริงลงในแบบสอบถามนี้**



## ประวัติผู้จัดทำแผนธุรกิจ

ชื่อ-สกุล นางสาวศุจินตรา หะยากรณ์  
 ที่อยู่ 34/18 ม.3 ซอยเพชรเกษม 68 แยก 28 ถนนเพชรเกษม แขวงบางแค  
 เหนือ เขตบางแคกรุงเทพมหานคร 10160

## ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2544 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนวัดรางบัว จังหวัด  
 กรุงเทพฯ  
 พ.ศ. 2547 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวัดรางบัว  
 จังหวัด กรุงเทพฯ  
 พ.ศ. 2551 ศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการ  
 ธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี