



แผนธุรกิจ ร้านน้ำแข็งไส Ice Bite



โดย
นางสาวจุฑารัตน์ เลี่ยมชาติ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551

แผนธุรกิจ ร้านน้ำแข็งไส Ice Bite



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “ร้านน้ำแข็งไส Ice Bite” เสนอโดย นางสาวจุฑารัตน์ เต็มมาชาติ มี
คุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....
(อาจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์กัญญา)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ประธานกรรมการ

(อาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิณฑานนท์)

..... / /

กรรมการ

(อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ)

..... / /

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กรรมการ

(อาจารย์สุกัญญา เลิศสุโกวณิชย์)

..... / /

1248027 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : น้ำแข็งไส Ice Bite

จุฬารัตน์ เลี่ยมชาติ : แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำแข็งไส Ice Bite อาจารย์ที่ปรึกษา

: อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ . 66 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ร้านน้ำแข็งไส Ice Bite ก่อตั้งขึ้นในปี 2552 เนื่องจากความใฝ่ฝันอยากเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก ประกอบกับความชื่นชอบในการทำอาหารซึ่งเป็นที่มาของสูตรน้ำแข็งไสของร้าน จึงได้ตั้งกิจการจำหน่ายน้ำแข็งไส ภายใต้ชื่อ Ice Bite สิ่งที่สร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของสินค้า ซึ่งล้วนแล้วแต่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงในการผลิต อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีรสชาติอร่อยไม่ซ้ำใคร

ร้านน้ำแข็งไส Ice Bite ตั้งอยู่บริเวณใต้ตึกหอพัก U – House ใกล้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ซึ่งเป็นแหล่งที่นักศึกษาพักอาศัยและสัญจรผ่านเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ภายในบริเวณหอพักดังกล่าวยังไม่มีร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำแข็งไส ที่มีรสชาติแตกต่างจากเดิม ซึ่งสร้างโอกาสในการประกอบธุรกิจร้านน้ำแข็งไสในพื้นที่หอพัก ซึ่งมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่าง

เป้าหมายของธุรกิจนี้ คือ ร้านน้ำแข็งไส Ice Bite กลายเป็นเป็นจุดนัดพบที่เป็นที่รู้จักของกลุ่มนักศึกษา และ การมียอดขายสินค้าที่สูงขึ้น 3 % ทุกๆปี และสามารถเปิดเฟรนไชน์ได้ในอนาคต

ปัจจัยที่ทำให้ร้านน้ำแข็งไส Ice Bite ประสบความสำเร็จในเป้าหมายธุรกิจที่ตั้งไว้ นั่นคือ รสชาติผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างผลิตภัณฑ์เดิมที่มีในตลาด รวมถึงการนำเสนอบริการที่ใส่ใจถึงลูกค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการประกอบธุรกิจ คือ ความอดทน และความมุ่งมั่น ไม่ย่อท้อเมื่อประสบกับปัญหา

กิจการของร้านน้ำแข็งไส Ice Bite เป็นรูปแบบห้างหุ้นส่วนสามัญ มีเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของทั้งหมด 200,000 บาท ภายใต้สถานการณ์ปกติ ร้านน้ำแข็งไส Ice Bite จะมีระยะเวลาคืนทุน 5 ปี 1 เดือน ภายใต้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ที่ระดับ 32.79%

หากร้านน้ำแข็งไส Ice Bite ประสบปัญหา หรือเกิดสถานการณ์ไม่คาดคิด ได้มีการจัดเตรียมแผนฉุกเฉินไว้เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขได้ทันที่ เพื่อให้กิจการสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการจัดทำ รวมถึงข้อคิดเห็นพร้อมทั้งความรู้ในเรื่องการทำแผนธุรกิจ ตลอดจนได้กรุณาตรวจสอบแก้ไขแผนธุรกิจให้ถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึง อาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิรันธนานนท์ ประธานกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ และอาจารย์ศุภัญญา เลิศสุโภชนวิชัย กรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ขอขอบพระคุณวิษณุ สวดสม ที่ให้ข้อมูลและคำแนะนำ เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจร้านน้ำแข็งใส

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ที่คอยให้คำปรึกษา ในการจัดรูปเล่ม และการจัดทำแผนการเงิน คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจเมื่อประสบปัญหา ซึ่งทำให้แผนธุรกิจสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ผู้เขียนได้ศึกษาอยู่ ณ ที่นี้และเจ้าหน้าที่ทุกๆ ท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้เขียนมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า แผนธุรกิจฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้สนใจ และหากมีข้อผิดพลาดประการใดในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้เขียนขออภัยมา ณ ที่นี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	1
2 ความเป็นมาของธุรกิจ.....	
ความเป็นมาของธุรกิจ.....	2
ที่ตั้งกิจการ.....	3
รายชื่อเจ้าของกิจการ และสัดส่วนการถือครอง.....	4
ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	5
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและวิเคราะห์ตลาด.....	
สถานะอุตสาหกรรมและสถานะตลาด.....	6
การแบ่งส่วนตลาด.....	7
ส่วนแบ่งตลาด.....	7
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	8
การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	9
การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม.....	10
การวิเคราะห์สถานการณ์ หรือ SWOT ANALYSIS.....	12
การวิเคราะห์คู่แข่ง.....	17

บทที่	หน้า
4	แผนการบริหารจัดการ.....
	รายละเอียดธุรกิจ..... 19
	ประวัติของเจ้าของกิจการ..... 19
	แผนผังองค์กร..... 20
	คุณสมบัติบุคลากรและหน้าที่รับผิดชอบ..... 20
	วิสัยทัศน์..... 20
	พันธกิจ..... 21
	เป้าหมายของธุรกิจ..... 21
	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ..... 21
5	แผนการตลาด.....
	รายละเอียดธุรกิจ..... 23
	การเปรียบเทียบคู่แข่ง..... 23
	กลยุทธ์ทางการตลาด..... 26
	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์..... 26
	กลยุทธ์ด้านราคา..... 27
	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... 28
	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด..... 28
	ผลิตภัณฑ์..... 29
	บรรจุภัณฑ์..... 30
	รูปแบบการตกแต่งร้าน..... 31
6	แผนการผลิต.....
	สถานประกอบการในการบริการ..... 32
	กำลังการผลิต..... 36
	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและราคาในปีที่ 1..... 37
	เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต..... 38
	ขั้นตอนการผลิต..... 39
	แผนผังกระบวนการผลิต..... 40

บทที่	หน้า	
7	แผนการเงิน.....	
	ต้นทุน โครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน.....	41
	ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา.....	42
	ประมาณการขายรายเดือน.....	44
	ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ.....	46
	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	47
	ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า.....	51
	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	52
	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	53
	การคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา จำนวนจ่ายตามจริง.....	54
	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	55
	ประมาณการงบดุล.....	56
	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	57
8	แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	58
9	แผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	61
	บรรณานุกรม.....	62
	ภาคผนวก.....	63
	ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี แบบสอบถาม.....	64
	ประวัติผู้ศึกษา.....	67

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	5
2	การวิเคราะห์สถานการณ์หรือ SWOT ANALYSIS	12
3	การเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	23
4	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและราคาในปีที่1.....	37
5	เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือในการผลิต.....	38
6	แสดงต้นทุน โครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน.....	41
7	แสดงประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา.....	42
8	แสดงประมาณการขายรายเดือน.....	44
9	แสดงประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ.....	46
10	แสดงประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	47
11	แสดงประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า.....	51
12	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	52
13	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	53
14	แสดงการคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา จำนวนจ่ายตามจริง.....	54
15	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด.....	55
16	แสดงประมาณการงบดุล.....	56
17	แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	57
18	แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	58
19	แผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	61

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนที่ตั้งร้านน้ำแข็งไส Ice Bite.....	3
2	แผนภูมิวงกลมแสดงส่วนแบ่งตลาดการบริโภคอาหารว่าง.....	8
3	โมเดลการวิเคราะห์ Core Competency ด้วย Five Force Model.....	10
4	แผนผังกิจการร้านน้ำแข็งไส Ice Bite.....	20
5	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จำหน่ายน้ำแข็งไส (Take Home) ขนาด 8 ออนซ์...	30
6	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่จำหน่ายนมปั่นปั่น (Take Home)	30
7	สัญลักษณ์ของร้านน้ำแข็งไส Ice Bite.....	31
8	แผนผังโครงสร้างภายในร้านน้ำแข็งไส Ice Bite.....	32
9	แผนที่ตั้งร้านน้ำแข็งไส Ice Bite.....	33
10	แผนผังกระบวนการผลิตน้ำแข็งไส.....	40

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอธุรกิจ

แผนธุรกิจร้านน้ำแข็งไส Ice Bite จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่ออธิบายแนวความคิด โอกาส และขั้นตอนในการประกอบธุรกิจ
2. เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ด้วยวิธีการประเมินผลในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน และการเตรียมแผนสำหรับสภาวะฉุกเฉินด้วย



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

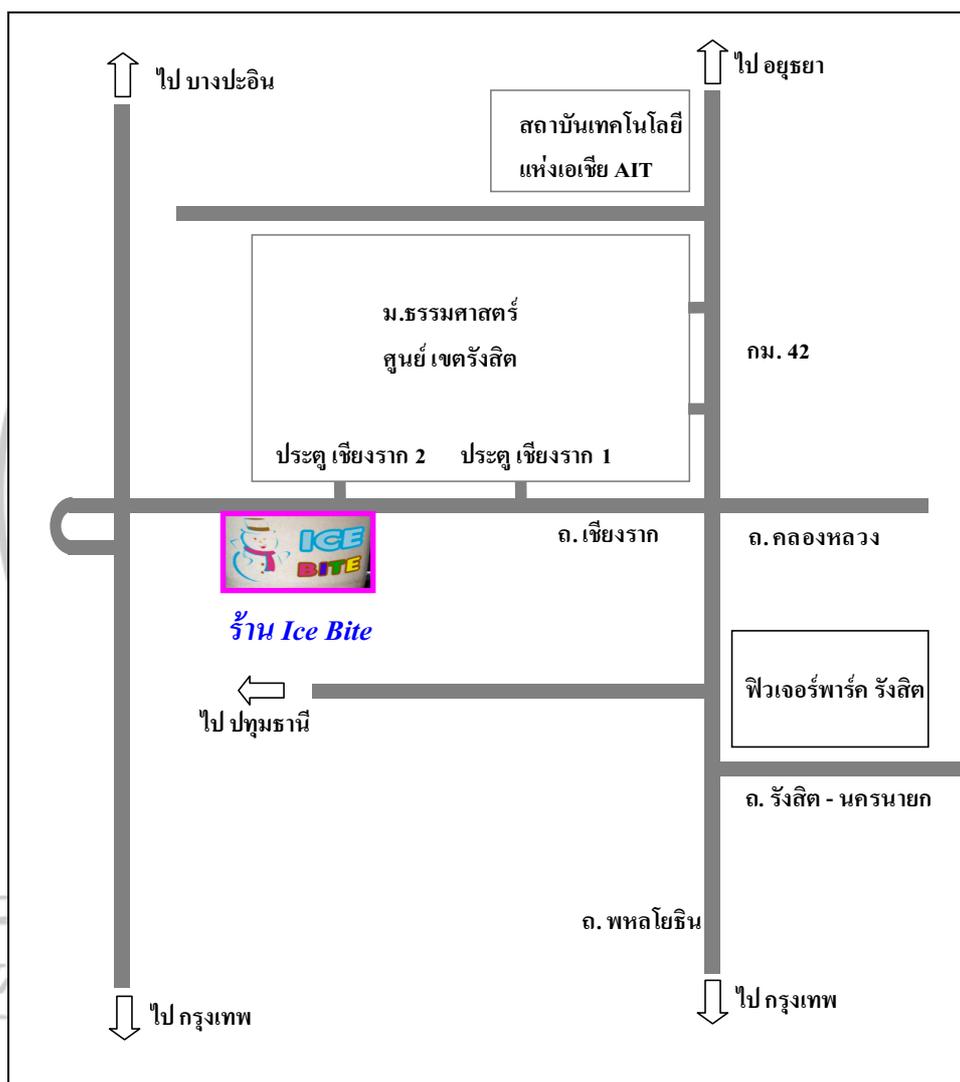
ความเป็นมาของธุรกิจ

น้ำแข็งไส Ice Bite ก่อตั้งขึ้นในปี 2552 เนื่องจากความใฝ่ฝันอยากเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก ประกอบกับความชื่นชอบในการทำอาหาร จึงได้ทดลองทำเมนูอาหารใหม่ๆ ทำให้ได้อาหารที่มีรสชาติแปลกใหม่เสมอ รวมถึงที่มาของสูตรน้ำแข็งไสของร้าน Ice Bite ที่มีรสชาติไม่ซ้ำใคร ทั้งยังได้คุณค่าทางโภชนาการอีกด้วย นอกจากนี้หากพิจารณาถึงที่ตั้งของประเทศไทย จะพบว่าประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตพื้นที่โซนร้อนจึงมีอากาศค่อนข้างร้อนอบอ้าว และยังได้รับผลกระทบจากปัญหาภาวะโลกร้อน (Global Warming) ที่กำลังเป็นปัญหาใหญ่ระดับโลกในปัจจุบัน ยิ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้อุณหภูมิของเมืองไทยปรับสูงขึ้น สร้างโอกาสในการประกอบธุรกิจอาหารประเภทคลายร้อนที่ยังพอมีช่องทางในการแสวงหาผลกำไรได้ท่ามกลางสถานะเศรษฐกิจที่ตกต่ำของประเทศในปัจจุบัน

ธุรกิจน้ำแข็งไส เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจลงทุน เนื่องจากยังไม่มีผู้นำตลาดที่โดดเด่น และในอุตสาหกรรมมีอัตราการแข่งขันค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายไม่มีความแปลกใหม่ และหลากหลายสาเหตุดังกล่าวจึงทำให้ตัดสินใจประกอบธุรกิจน้ำแข็งไส ภายใต้ชื่อ Ice Bite ซึ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่นในด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้นมสดพลาสมาเจอไรส์ เป็นส่วนผสมหลักในขั้นตอนการผลิตน้ำแข็งไสผสมผสานจนได้รสชาติที่อร่อยลงตัว นอกจากนี้จะช่วยคลายร้อนแล้ว ยังได้ประโยชน์ต่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่หันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างเหนือคู่แข่ง และสิ่งสำคัญที่ร้าน Ice Bite ให้ความสำคัญไม่แพ้กัน นั่นคือ การตกแต่งร้าน โดยเน้นวัสดุแฮนด์เมด (Hand - made) ทำให้ร้านเก๋เก๋ไม่ซ้ำใคร ทั้งยังมีมุมนั่งทานการ ซึ่งมีกิตาร์ให้บริการลูกค้าทั้งเล่นและร้องตามความต้องการ สร้างบรรยากาศอบอุ่น เป็นกันเอง เสมือนเป็นอีกหนึ่งห้องนั่งเล่นภายในบ้าน ซึ่งกลายเป็นจุดนัดพบของเหล่านักศึกษา

ที่ตั้งกิจการ

ร้าน Ice Bite ตั้งอยู่ที่ หอพัก U - House (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต) เลขที่ 69 หมู่ 8 ตำบล คลองหนึ่ง อำเภอกลองหลวง จังหวัด ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12120



ภาพที่ 1 แผนที่ตั้งร้านน้ำแข็งไส Ice Bite

รายชื่อเจ้าของกิจการ

1. นางสาวจุฑารัตน์ เลี่ยมชาติ สัดส่วนการถือครอง 50%

การศึกษา

ปีพ.ศ. 2541 - 2547

ระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียนทับปุดวิทยา จังหวัดพังงา

ปีพ.ศ. 2551

ระดับปริญญาตรี

ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป)
มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์ทำงาน

ปีพ.ศ. 2550

บริษัทอินโนเวชั่น เทคโนโลยี จำกัด

นักศึกษาฝึกงานแผนกบุคคลและธุรการ

2. นายสุบิน ขุนศรียา สัดส่วนการถือครอง 50%

การศึกษา

ปีพ.ศ. 2541 - 2547

ระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียนทับปุดวิทยา จังหวัดพังงา

ปีพ.ศ. 2551

ระดับปริญญาตรี

วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมเคมี)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประสบการณ์ทำงาน

ปีพ.ศ. 2550

บริษัทบริษัท ยูนิลีเวอร์ไทยโฮลดิ้ง จำกัด

นักศึกษาฝึกงานแผนกการผลิตสบู่กวีเซอร์รีน

ประโยชน์ของโครงการที่มีต่อเศรษฐกิจ ระดับปริญญาตรี

1. กระตุ้นและส่งเสริมให้เยาวชนไทยหันมาบริโภคสินค้าของคนไทยมากขึ้น ทำให้มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ อีกทั้งยังช่วยลดประมาณการบริโภคสินค้าของชาวต่างชาติให้น้อยลง

2. ส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับจุลภาค ซึ่งมีส่วนช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศด้วย

ตารางที่ 1 แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินการ

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลา การดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะเสร็จ
1.	ศึกษาข้อมูล วางแผน และเลือกทำเลที่ตั้ง	2 เดือน	1 พฤศจิกายน 2551 ถึง 31 ธันวาคม 2551
2.	ระดมเงินทุนในการประกอบธุรกิจ	1 เดือน	1 มกราคม 2552 ถึง 31 มกราคม 2552
3.	ศึกษาทำเลและติดต่อทำสัญญาเช่าร้าน	1 เดือน	1 กุมภาพันธ์ 2552 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2552
4.	ออกแบบตกแต่งร้าน และติดตั้งอุปกรณ์ภายในร้าน ซื้่ออุปกรณ์และเครื่องมือในการดำเนินงาน รวมถึงติดต่อ Supplier ในการสั่งซื้อวัตถุดิบ	3 เดือน	1 มีนาคม 2552 ถึง 31 พฤษภาคม 2552
5.	ประชาสัมพันธ์ร้าน	2 สัปดาห์	31 พฤษภาคม 2552 ถึง 14 มิถุนายน 2552
6.	ตรวจสอบความเรียบร้อยภายในร้าน เพื่อเตรียมตัวเปิดกิจการ	1 สัปดาห์	21 มิถุนายน 2552
7.	เปิดกิจการ		21 มิถุนายน 2552
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	7 เดือน 3 สัปดาห์	21 มิถุนายน 2552

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

สภาวะอุตสาหกรรมและภาพรวมของตลาด

อุตสาหกรรมการผลิตน้ำแข็งใสภายในประเทศไทยโดยรวมเป็นธุรกิจขนาดย่อม สินค้าเป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป แต่ยังมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไม่มากนัก ตลาดจึงยังพอมีศักยภาพที่จะเติบโตได้อีกในอนาคต ผู้ประกอบการในตลาดที่มีอยู่เดิมส่วนใหญ่นำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบใกล้เคียงกันทำให้สินค้าและบริการที่มีอยู่ในตลาดไม่ได้มีความโดดเด่นหรือแตกต่างกันมากนัก ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาต่ำ เหตุผลดังกล่าวจึงไม่ได้สร้างแรงดึงดูดใจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ให้เข้าสู่อุตสาหกรรมดังกล่าว จึงส่งผลให้ภายในอุตสาหกรรมมีระดับความรุนแรงของการแข่งขันไม่สูงนัก อีกทั้งยังไม่มีผู้นำตลาดที่โดดเด่น ถือเป็นโอกาสในการเข้าไปประกอบธุรกิจประเภทดังกล่าว โดยธุรกิจต้องการเป็นผู้นำในการบุกเบิกตลาดน้ำแข็งใส โดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเพื่อให้สามารถจำหน่ายได้ในระดับราคาที่สูงขึ้น โดยมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สร้างความแตกต่างเหนือผลิตภัณฑ์เดิมที่มีในตลาด อย่างไรก็ตาม ธุรกิจในอาหารประเภทคลายร้อนยังคงมีตลาดให้สามารถเข้าไปแสวงหากำไรได้ เนื่องจากเมืองไทยมีอากาศร้อนอบอ้าว ประกอบกับปัญหาภาวะโลกร้อน ยิ่งทำให้อากาศร้อนยิ่งขึ้น ทำให้อาหารประเภทคลายร้อนยังคงได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภค หากธุรกิจสามารถสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์เหนือคู่แข่งเดิมที่มีในตลาดแล้วยังเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและถือเป็นการเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ สร้างกำไรที่งดงามจากการประกอบธุรกิจดังกล่าว แนวคิดดังกล่าวอาจเป็นแรงดึงดูดให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมกันมากขึ้น อาจกลายเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในอุตสาหกรรมน้ำแข็งใสที่ได้รับความนิยมในอนาคตก็เป็นได้

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด พบว่ามีอุตสาหกรรมน้ำแข็งใสมีแนวโน้มจะเติบโตสูงขึ้นได้ในอนาคต เนื่องจากตัวสินค้าได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภค หากธุรกิจนำเสนอสินค้าและบริการที่มีลักษณะโดดเด่นและแตกต่างไปจากคู่แข่งเดิมที่มีอยู่ในตลาดแล้ว สร้างความดึงดูดใจจากกลุ่มผู้บริโภคได้ไม่น้อย อีกทั้งวิถีชีวิตของกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นซึ่งมีพฤติกรรมที่ชื่นชอบความแปลกใหม่ ทั้งยังหันมาใส่ใจในสุขภาพกันมากยิ่งขึ้น ธุรกิจจึงมีโอกาสเติบโต จากการลงพื้นที่สำรวจสภาพตลาดที่เป็นที่ตั้งของธุรกิจในบริเวณหอพักดังกล่าว

พบว่า กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิตส่วนใหญ่ ชื่นชอบการรับประทานน้ำแข็งไสและยินดีทดลองผลิตภัณฑ์น้ำแข็งไสรูปแบบใหม่ที่มีความแตกต่างจากเดิมในตลาด ทั้งยินดีจะจ่ายแพงขึ้นหากสินค้าและบริการเป็นที่น่าพึงพอใจ ซึ่งธุรกิจมองเห็นช่องทางที่จะแสวงหาผลกำไรได้จากการประกอบธุรกิจน้ำแข็งไสในพื้นที่ดังกล่าว

การแบ่งส่วนตลาด

การแบ่งส่วนตลาดมุ่งแบ่งส่วนตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น มีพฤติกรรมชื่นชอบทดลองบริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และมีวิถีชีวิตที่รักอิสระ การตัดสินใจบริโภคสินค้าของกลุ่มเป้าหมายเกิดขึ้นเนื่องจากความพึงพอใจในสินค้าและบริการเป็นสำคัญ หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด คือ

1. การแบ่งส่วนตลาดทางภูมิศาสตร์ โดยเลือกแหล่งที่ตั้งของร้านใกล้บริเวณหอพักนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต เนื่องจากบริเวณที่ตั้งดังกล่าวห่างไกลจากตัวเมือง และต้องใช้เวลาในการเดินทางโดยรถประจำทางเป็นเวลาประมาณ 30 นาที ในการเดินทางเข้าตัวเมือง อีกทั้งบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ยังเป็นพื้นที่รกร้าง ทำให้ทางเลือกในการบริโภคสินค้าและบริการของนักศึกษาค่อนข้างจำกัด ส่วนใหญ่มักมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าในบริเวณมหาวิทยาลัยหรือใกล้หอพักเป็นหลัก

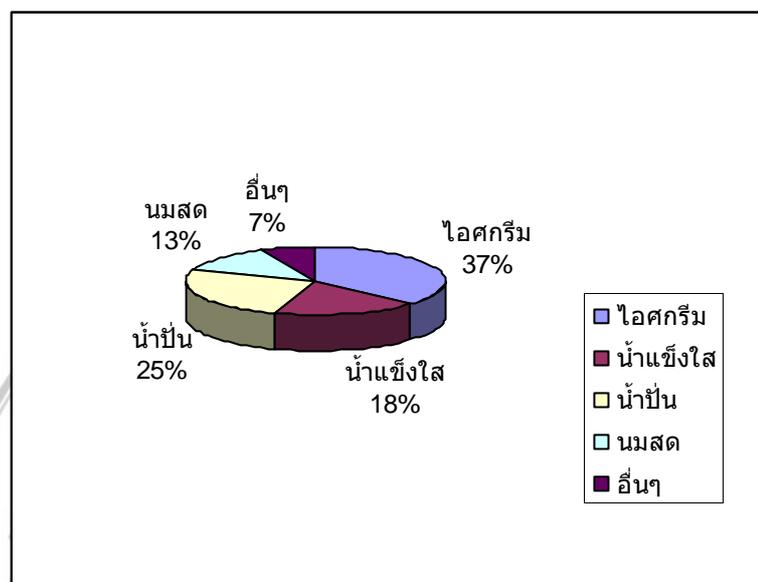
2. การแบ่งส่วนตลาดตามประชากร ซึ่งกลุ่มลูกค้าคือกลุ่มวัยรุ่น มีช่วงอายุประมาณ 18 – 23 ปี จากการสำรวจพื้นที่ดังกล่าวมีนักศึกษาอาศัยที่หอพักบริเวณดังกล่าวประมาณ 5,000 คน และมีรายได้ส่วนใหญ่อ่อนละ ประมาณ 5,000-6,000 บาทขึ้นไป จึงส่งผลต่อการมีอำนาจในการซื้อสินค้าและบริการ

3. การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม ผลิตภัณฑ์ของร้านและรูปแบบร้านตกแต่งร้าน มีความโดดเด่นและแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมชื่นชอบการบริโภคสินค้าใหม่ๆ ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมในท้องตลาด ทำให้ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้า

ส่วนแบ่งตลาด

จากการสำรวจโดยใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด จากกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ซึ่งพักอาศัยใกล้บริเวณหอพักยูเฮ้าส์ (U-House) จำนวน 100 คน พบว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมชื่นชอบบริโภคของว่าง ประเภท ไอศกรีม น้ำแข็งไส น้ำปั่น และ นมสด ตามลำดับหลังจากการรับประทานอาหารมื้อเที่ยงและมื้อเย็น หรือ

เมื่อมีเวลาว่างจากการเรียน ซึ่งแสดงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการบริโภคน้ำแข็งใสในระดับที่น่าพึงพอใจ



ภาพที่ 2 แผนภูมิวงกลมแสดงส่วนแบ่งตลาดการบริโภคอาหารว่าง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน Ice Bite อาจแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยศูนย์รังสิต ที่พักอาศัยบริเวณหอพักยูเฮ้าส์ (U- House) และบริเวณใกล้เคียง มีช่วงอายุตั้งแต่ 18 – 23 ปี

2. กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายรอง ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยหรือบุคคลภายนอกที่เดินทางสัญจรผ่านบริเวณหอพัก

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางการตลาดของร้านน้ำแข็งใส Ice Bite สามารถใช้เกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

1. เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ ที่ตั้งของร้านซึ่งอยู่ใต้หอพักยูเฮ้าส์ (U- House) เป็นแหล่งที่มีนักศึกษาพักอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ตั้งอยู่ห่างจากมหาวิทยาลัยประมาณ 500 เมตร แต่ห่างไกลจากตัวเมืองพอสมควร ต้องใช้เวลาประมาณ 30 นาที ในการเดินทางเพื่อเข้าไปยังตัวเมือง ทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่รับประทานอาหารบริเวณใกล้เคียงหอพักหรือร้านค้าที่จำหน่ายอาหารในมหาวิทยาลัยเป็นหลัก

2. เกณฑ์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ จากการสอบถามจากร้านค้าบริเวณดังกล่าวพบว่า นักศึกษาที่พักอาศัยบริเวณหอพักดังกล่าว มักนิยมอยู่หอพักในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์ และ วันอาทิตย์

และส่วนใหญ่จะรับประทานอาหารบริเวณที่พักหรือร้านค้าที่จำหน่ายอาหารในมหาวิทยาลัย เนื่องจากความสะดวกสบาย และรวดเร็ว นอกจากนี้จากที่ได้สำรวจจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด พบว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมี มีรายได้ประมาณเดือนละ 5,000-6,000 บาท และมีพฤติกรรมชื่นชอบบริโภคของว่างเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ คือ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ รวมถึงรูปแบบการตกแต่งร้าน มีความสำคัญมาก โดยลูกค้ากลุ่มดังกล่าวยินดีจะจ่ายในราคาที่สูงขึ้นหากสินค้ามีรสชาติมีอร่อย ได้คุณภาพ และปัจจัยรองลงมาที่ทำให้ลูกค้าอยากเข้าไปใช้บริการภายในร้านครั้งต่อไปอีกครั้ง คือ ปัจจัยด้านการบริการ และการตกแต่งร้าน โดยลูกค้าคาดหวัง การบริการที่สุภาพ รวดเร็ว และมีความเป็นกันเอง บรรยากาศการตกแต่งร้านที่อบอุ่นและให้ความรู้สึกผ่อนคลาย

3. เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ กลุ่มลูกค้าที่อาศัยบริเวณหอพักยูเฮ้าส์ (U-House) และบริเวณใกล้เคียง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรอง คือผู้ปกครองที่ไปเยี่ยมบุตรหลาน จากการสำรวจพื้นที่ดังกล่าว โดยการสอบถามจากเจ้าหน้าที่ประจำหอพัก บริเวณดังกล่าวซึ่งมีหอพักจำนวน 5 หอ ประกอบด้วยหอพักยูเฮ้าส์ หอพักยูพลัส หอพักอินเตอร์ปาร์ค หอพักทวินทาวเวอร์ และหอพักทรงพิเชษฐ์ พบมีนักศึกษาอาศัยอยู่ในแต่ละหอพักประมาณ 800 - 1,000 คน จึงประมาณได้ว่ามีนักศึกษาพักอาศัยบริเวณดังกล่าว ประมาณ 4,000 คน ที่ยังมีแนวโน้มการขายหอพักเพิ่มในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อรองรับกับจำนวนนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์รับเพิ่มขึ้นในทุกๆปี

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ธุรกิจใช้เกณฑ์ในด้านคุณภาพและราคาในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในท้องตลาด โดยมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพในขั้นตอนการผลิต อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของร้านยังมีความโดดเด่นด้านรสชาติที่อร่อย ไม่ซ้ำใคร จึงมีราคาสูงกว่าน้ำแข็งใสที่จำหน่ายตามท้องตลาดทั่วไป มุ่งเน้นการนำเสนอถึงความมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จึงถูกกำหนดตำแหน่งอยู่ในระดับสูง สร้างความรู้สึกที่แตกต่างในสายตาผู้บริโภค

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five – Force Model)

The Five Forces That Shape Industry Competition



ภาพที่ 3 โมเดลการวิเคราะห์ Core Competency ด้วย Five-Forces Model

ปัจจัยทั้ง 5 ประการเหล่านี้เป็นตัวตัดสินศักยภาพในการทำกำไรของธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องตรวจสอบติดตามสภาพแวดล้อมเหล่านี้อย่างระมัดระวังมากที่สุด เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวบ่งบอกถึงความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรมดังกล่าว

1. Treat of Industry Competitor (อุปสรรคด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม) การแข่งขันในธุรกิจน้ำแข็งไสโดยทั่วไปมีการแข่งขันแบบสมบูรณ์ จึงมีผู้ประกอบการในตลาดเป็นจำนวนมาก สินค้าโดยทั่วไปสามารถหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาด แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นำเสนอสินค้าและบริการที่ไม่แตกต่างกัน ทำให้สินค้าที่จำหน่ายในท้องตลาดส่วนใหญ่มีรสชาติใกล้เคียงกันและจำหน่ายได้ในราคาค่อนข้างต่ำ ถึงแม้อุตสาหกรรมจะมีผู้ประกอบการในตลาดเป็นจำนวนมากก็ตาม แต่เนื่องด้วย ร้าน Ice Bite นำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งในตลาดเดิมที่มีอยู่ ทำให้สินค้านี้มีลักษณะที่โดดเด่น ทั้งในด้านคุณภาพและรสชาติที่กลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของร้าน หากลูกค้าติดในรสชาติหรือต้องการบริโภคสินค้าแบบเดียวกับที่จำหน่ายภายในร้าน จะไม่สามารถหาซื้อสินค้าดังกล่าวได้นอกจากที่ร้าน Ice Bite และหากพิจารณาถึงบริเวณใกล้เคียงที่ตั้งของร้าน ยังไม่มีคู่แข่งทางตรงที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกัน ถือเป็น โอกาสดีของธุรกิจที่ไม่ต้องมีคู่แข่งทางตรงมาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด

2. Treat of New Entrants (อุปสรรคด้านคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามา) การเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรมน้ำแข็งไสเป็นเรื่องง่าย เนื่องจากใช้ต้นทุนในการประกอบธุรกิจมีไม่สูงมาก ทั้งยังไม่ต้องอาศัยประสบการณ์หรือทักษะความชำนาญในการผลิตมากนัก แต่ปัจจัยที่คู่แข่งรายใหม่ต้องคำนึงถึงก็คือ ความสามารถในการสร้างสินค้าและบริการให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นในสายตาผู้บริโภคเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมน้ำแข็งไสต้องมั่นใจว่า นอกเหนือจากสินค้าจะมีความแตกต่างและโดดเด่นจากผู้ประกอบการรายเก่าที่มีในตลาดแล้ว ยังต้องคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า เพื่อสามารถเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากผู้ประกอบการเดิมในอุตสาหกรรม ทั้งยังสามารถแสวงหากำไรการค้าในธุรกิจในระยะยาวได้ปัจจัยเหล่านี้จึงถือเป็นอุปสรรคของกลุ่มคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมน้ำแข็งไส

3. Treat of Substitute products (อุปสรรคจากการที่มีผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้ทดแทน) อุปสรรคจากการที่มีผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้ทดแทนในธุรกิจนี้เป็นปัญหาที่ต้องคำนึงถึงเป็นอย่างมาก เนื่องจากสินค้าที่บริโภคเพื่อคลายร้อนมีอยู่เป็นจำนวนมากและยังสามารถหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาด ทั้งสินค้าทดแทนทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ น้ำแข็งไสจากผู้ประกอบการรายอื่น เครื่องดื่มประเภทเย็นและไอศกรีม ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในผลิตภัณฑ์ตัวอื่น ๆ ที่สามารถทดแทนน้ำแข็งไสของร้านได้เป็นจำนวนมาก ธุรกิจจึงต้องสร้างความโดดเด่นในสินค้าและบริการ ผูกสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างลูกค้าระยะยาวทั้งยังส่งเสริมพฤติกรรมที่ลูกค้ามีความซื่อสัตย์ต่อสินค้า

4. Treat of Growing Bargaining Power of Buyer (อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ) อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคในธุรกิจนี้มีมากเพราะมีสินค้าที่เป็นทางเลือกที่ผู้บริโภคสามารถนำมาบริโภคทดแทนน้ำแข็งไสมีอยู่มากมาย และมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่หันมาประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมดังกล่าวเพิ่มขึ้น และนำเสนอสินค้าและบริการที่แปลกใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ยังเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อ ธุรกิจจึงพยายามสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่าง ทั้งด้านรสชาติที่อร่อยไม่ซ้ำใครแล้ว ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการเนื่องจากการใช้วัตถุดิบในการผลิตที่เน้นความสะอาด สดใหม่และ ได้คุณภาพ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและเล็งเห็นคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์

5. Threat of Growing Bargaining Power of Suppliers (อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรม) ด้านอำนาจการต่อรองผู้ขายปัจจัยการผลิตในธุรกิจน้ำแข็งไสมีน้อย เนื่องจาก วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ล้วนเป็นวัตถุดิบที่สามารถหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาดทั่วไป แต่ธุรกิจต้องคำนึงถึงคือวัตถุดิบประเภทผลไม้สดที่ใช้เป็นส่วนประกอบอาจประสบปัญหาสินค้าขาดตลาดหรือผลไม่บางชนิดมีราคาสูงมากหากไม่ใช่ในช่วงฤดูกาล ธุรกิจจึง

แก้ปัญหาดังกล่าวโดยเป็นลูกค้าประจำของผู้ขายผลไม้รายใหญ่ที่ตลาดไท ช่วยลดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต กรณีที่ผลไม้บางชนิดขาดตลาดทั้งนี้ยังสามารถซื้อผลไม้ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตได้ในราคาที่ถูกลง

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์ หรือ SWOT ANALYSIS

การวิเคราะห์สภาพปัจจัยภายใน

ด้าน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
การบริหารจัดการ	<p>1. ร้าน Ice Bite ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเป็นอย่างดีทำให้สามารถวางแผนรูปแบบการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นแนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ก่อนเปิดให้บริการ ลูกค้า</p> <p>2. เนื่องจากผู้ประกอบการมีช่วงอายุใกล้เคียงกับกลุ่มลูกค้า ทำให้รู้จักความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น</p> <p>3. ธุรกิจมีการวางแผนเป็นอย่างดี ทำให้สามารถประมาณการเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ และสามารถจัดหาเงินทุนได้อย่างเพียงพอ</p>	<p>1. ผู้ประกอบการขาดประสบการณ์ในการทำงานจริง ทำให้ขาดทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้า</p> <p>2. เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ จึงมีเครือข่ายไม่กว้างขวางนักซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีประโยชน์ต่อการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ในทางธุรกิจ ส่งผลให้การดำเนินงานสะดวกและคล่องตัวมากขึ้น</p>

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ด้าน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
การผลิต	1. ไม่ใช่เทคโนโลยีการผลิตที่ล้ำซ้อ น จึงมีต้นทุนที่ไม่สูง 2. มีกระบวนการผลิตที่รวดเร็ว เนื่องจากได้จัดเตรียมวัตถุดิบเพื่อรอผลิตตามความต้องการของลูกค้า 3. มีกระบวนการผลิตที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานเดียวกัน 4. มีกระบวนการผลิตที่สะอาดสดใหม่และคงไว้ซึ่งคุณค่าทางโภชนาการที่สูง	1. เนื่องจากใช้น้ำตาลฟรุกโตสในกระบวนการถนอมอาหารประเภทผลไม้บางชนิด ทำให้เก็บวัตถุดิบได้ในระยะเวลาเพียงไม่เกิน 7 วัน 2. เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้รับประทานควบคู่ยึดหลักความสดใหม่ หากสั่งผลไม้มากเกินไป ทำให้เสี่ยงต่อการเน่าเสีย ส่งผลให้ต้นทุนสูงขึ้น
การเงิน	1. เนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็กจึงใช้เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจไม่สูง ถือเป็น การลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจเริ่มแรก 2. ลดภาระต้นทุนเรื่องดอกเบี้ย เนื่องจากใช้เงินทุนของตนเองในการประกอบธุรกิจ	1. เนื่องจากเจ้าของธุรกิจยังขาดประสบการณ์ในการทำธุรกิจ อาจทำให้ไม่สามารถประมาณการเงินลงทุนอย่างถูกต้อง อาจส่งผลทำให้ธุรกิจขาดสภาพคล่องได้

ตาราง 2 (ต่อ)

ด้าน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
การตลาด	<p>1. เนื่องจากหุ้นส่วนสำเร็จ การศึกษาจากมหาวิทยาลัย ดังกล่าว ทำให้มีความคุ้นเคยกับสถานที่และสนิทสนมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้ง่ายในการประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จัก</p> <p>2. รูปแบบการตกแต่งร้านมีสไตล์ที่โดดเด่นไม่ซ้ำใคร อุปกรณ์ภายในร้านมีรูปแบบเฉพาะตัว</p> <p>3. เนื่องจากเป็นร้านขนาดเล็ก จึงสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และยึดถือการบริการแบบเพื่อนสร้างความใกล้ชิด ถือเป็น การสร้างลูกค้าถาวรแก่ธุรกิจ</p> <p>4. ภายในร้านเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความสามารถทางด้านดนตรี โดยมีกีตาร์ให้บริการฟรี ยังทำให้บรรยากาศภายในร้านอบอุ่นและเป็นกันเองยิ่งขึ้น</p>	<p>1. เนื่องจากเป็นร้านที่เปิดใหม่และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากเดิม จึงต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ให้ร้านให้เป็นที่รู้จัก รวมถึงการทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับ ซึ่งต้องใช้เวลาและมีค่าใช้จ่ายสูงในระยะเริ่มแรก</p> <p>2. พื้นที่ร้านขนาดเล็ก ทำให้สามารถรองรับจำนวนลูกค้าได้จำนวนจำกัด</p>

ตาราง 2 (ต่อ)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ด้าน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
สภาพแวดล้อม	<p>1. อุปนิสัยของกลุ่มวัยรุ่น ที่ชื่นชอบความแปลกใหม่ ทำให้การกระจายสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างรวดเร็ว</p> <p>2. พฤติกรรมของกลุ่มวัยรุ่น ที่รักในเสียงดนตรี และชอบการพบปะสังสรรค์ ซึ่งตรงกับการนำเสนอรูปแบบร้านและบริการ ไปยังลูกค้า</p> <p>3. สถานที่ตั้งซึ่งอยู่ติดกับหอพักนักศึกษา สร้างความสะดวกสบายในการใช้บริการ</p> <p>4. ธุรกิจมีการแข่งขันที่ต่ำ เนื่องจากมีคู่แข่งน้อย สร้างโอกาสในการครองส่วนแบ่งตลาดสูง</p> <p>5. อากาศที่ร้อนอบอ้าวของประเทศไทย ทำให้อาหารประเภทคลายร้อนยังคงได้รับความนิยม</p> <p>6. พฤติกรรมการอยู่หอพักของนักศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่มักนอนดึก ทำให้ธุรกิจมีระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าได้นานขึ้น</p>	<p>1. กระแสรักสุขภาพและค่านิยมของนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัยที่ใส่ใจในเรื่องรูปร่างทำให้หลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของน้ำตาลค่อนข้างสูง ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มหลีกเลี่ยงสินค้าดังกล่าว</p> <p>2. เนื่องจากสินค้าในลักษณะใกล้เคียง จำหน่ายในราคาถูกกว่า หากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา มากกว่าคุณภาพสินค้า ทำให้ยอดจำหน่ายสินค้าอาจไม่มาก</p>

ตาราง 2 (ต่อ)

ด้าน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
เทคโนโลยี	<p>1. เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง ทำให้ธุรกิจสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะเทคโนโลยีการผลิตอาหาร สามารถช่วยลดต้นทุนในกระบวนการผลิต อีกทั้งยังสามารถนำมาพัฒนาสินค้าที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นด้วย</p>	<p>2. ข้อมูลด้านเทคโนโลยีการผลิตอาหารที่ให้ข้อมูลอย่างละเอียดในเชิงลึก ยังถูกจำกัดอยู่ในวงแคบ ทำให้ต้องใช้ระยะเวลานานในการศึกษา</p>
เศรษฐกิจ	<p>1. เนื่องจากเศรษฐกิจอยู่ในสภาวะตกต่ำทำให้ผู้บริโภควางแผนในการใช้เงินที่รัดกุมมากขึ้น เช่น ลดการเดินทางโดยไม่จำเป็นเพื่อเป็นการประหยัด สร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้นของธุรกิจอาหารที่ตั้งอยู่ใกล้บริเวณหอพัก</p>	<p>1. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้มีการวางแผนเรื่องการใช้จ่ายที่รัดกุมกว่าเดิม ซึ่งอาจกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็นเพื่อลดรายจ่ายให้น้อยลง</p>

การวิเคราะห์คู่แข่ง

ผลิตภัณฑ์ของร้านที่จำหน่ายมีความโดดเด่นแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นที่มีอยู่ในตลาดจึงไม่มีคู่แข่งทางตรง แต่มีคู่แข่งทางอ้อมที่สำคัญในบริเวณพื้นที่ดังกล่าวดังนี้ คือ

1. ร้านกาแฟ (Coffee Please)

เป็นร้านจำหน่ายเครื่องดื่มหลากหลายประเภท เช่น น้ำผลไม้ นม กาแฟ แต่มีสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นลักษณะเด่นของร้านคือ กาแฟสด

จุดแข็ง

1. มีผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มหลากหลายชนิด ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกสรรได้หลากหลาย
2. เปิดให้บริการลูกค้าตั้งแต่เวลา 06.00 น. ซึ่งร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มร้านอื่นยังไม่เปิดให้บริการ
3. เนื่องจากเป็นร้านที่เปิดมาเป็นเวลานาน ทำให้มีกลุ่มลูกค้าประจำเป็นจำนวนมาก

จุดอ่อน

1. เครื่องดื่มที่จำหน่ายภายในร้านส่วนใหญ่ ไม่มีความแตกต่างเหนือคู่แข่ง
2. รูปแบบการตกแต่งร้านไม่เป็นที่ดึงดูดใจกลุ่มลูกค้า

2. ร้านน้ำผักและผลไม้ปั่นพีเอ้

ร้านค้าดังกล่าวจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพเป็นสำคัญ

จุดแข็ง

1. เป็นร้านจำหน่ายเครื่องดื่มที่กลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพจะนึกถึงเป็นอันดับต้นๆ
2. ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านมีความสดใหม่

จุดอ่อน

1. ร้านค้าดังกล่าวมีพื้นที่ให้ลูกค้านั่งรับประทานภายในร้านน้อย
2. มีเครื่องปั่นน้ำผลไม้เพียงเครื่องเดียว ทำให้ลูกค้าต้องรอนาน
3. การใช้เครื่องปั่นน้ำผักและผลไม้เครื่องเดียวกันและล้างไม่สะอาดทำให้มีกลิ่นผักบางชนิด สร้างความไม่พึงพอใจแก่ผู้บริโภค

3. ร้าน So Cool

เป็นร้าน ไอศกรีมที่จำหน่ายไอศกรีมและขนมเค้ก

จุดแข็ง

1. เป็นร้านจำหน่ายไอศกรีมที่มีรสชาติหลากหลายและแปลกใหม่
2. การตกแต่งร้าน รูปแบบเก๋ไก๋
3. มีพื้นที่ในการรองรับลูกค้ากว้างขวาง ทำให้สามารถรองรับลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก

จุดอ่อน

1. ราคาสินค้าที่จำหน่ายภายในร้านค่อนข้างสูง
2. การบริการค่อนข้างช้าในบางช่วงเนื่องจากมีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ
3. ปิดร้านเร็ว
4. สินค้าที่จำหน่ายภายในร้านไม่เพียงพอต่อการขาย



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

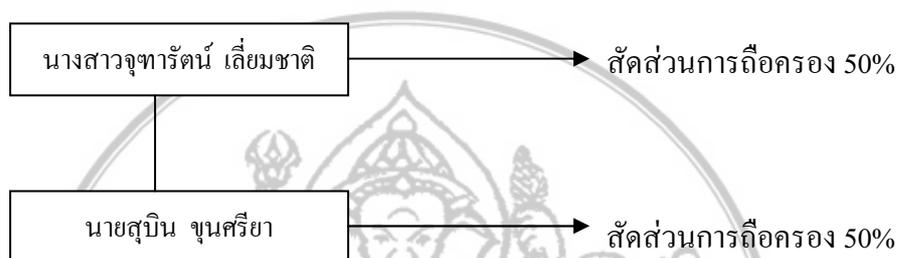
ประสบการณ์ทำงาน

ปีพ.ศ. 2550

บริษัท ยูนิลีเวอร์ไทยโฮลดิ้ง จำกัด

นักศึกษาฝึกงานแผนกการผลิตสบู่และกรีเซอร์
รีน

แผนผังองค์กร



ภาพที่ 4 แผนผังกิจการร้านน้ำแข็งไส Ice Bite

คุณสมบัติบุคลากร และหน้าที่รับผิดชอบ

1. นางสาวจุฑารัตน์ เลี่ยมชาติ ตำแหน่ง ผู้จัดการ อัตราเงินเดือน 10,000 บาท
หน้าที่ความรับผิดชอบ วางแผนและนโยบายในการบริหารงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต รวมถึงการให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพ
2. นายสุบิน ขุนศรียา ตำแหน่ง หุ้นส่วน อัตราเงินเดือน 10,000 บาท
หน้าที่ความรับผิดชอบ ประสานงานและประชาสัมพันธ์ร้าน พร้อมทั้งตรวจสอบความเรียบร้อยภายในร้านรวมถึงคอยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

วิสัยทัศน์

ธุรกิจต้องการผลิตน้ำแข็งไสที่มีความโดดเด่นทั้งสินค้าและบริการ ให้ร้านกลายเป็นสัญลักษณ์ของจุดนัดพบของนักศึกษา

พันธกิจ

1. เราจะเลือกใช้วัตถุดิบที่สดใหม่และมีคุณภาพในการผลิต โดยใส่ใจถึงสุขภาพของผู้บริโภค
2. เราจะจำหน่ายสินค้าในราคาที่เหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน
3. เราจะให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมและรวดเร็ว

เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. ธุรกิจเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

เป้าหมายระยะกลาง

1. ธุรกิจมียอดขายเพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานในระยะเริ่มแรก
2. ธุรกิจมีชื่อเสียงโด่งดังจนกลายเป็นจุดนัดพบที่นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิตนึกถึงเป็นอันดับแรก

เป้าหมายระยะยาว

1. ธุรกิจสามารถขยายสาขาเพิ่ม ไปเขตพื้นที่อื่นๆ
2. ธุรกิจดังกล่าวเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักศึกษาอย่างกว้างขวาง จนชื่อร้าน Ice Bite กลายเป็นสัญลักษณ์ของจุดนัดพบของกลุ่มนักศึกษายัยรุ่น
3. สามารถเปิดเป็นธุรกิจ ในรูปแบบเฟรนไชส์ได้

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key of Success)

1. มีความรู้ในระบบบริหารและการจัดการ ความรู้ด้านสินค้า การทำงานอย่างมีระบบแบบแผน และมีขอบเขตความรับผิดชอบในหน้าที่ชัดเจน
2. มีการทำงานเป็นทีม เพื่อร่วมสร้างสรรค์พัฒนาสิ่งใหม่ มีความเป็นกันเอง ช่วยเหลือเกื้อกูล เคารพต่อสิทธิหน้าที่ของตนเองและเพื่อนร่วมงาน
3. ให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว เสริมสร้างบรรยากาศอันอบอุ่น
4. จัดหาเงินทุนหมุนเวียนอย่างพอเพียง

5. มีแหล่งซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีและน่าเชื่อถือในราคามาตรฐาน
6. การนำเสนอจุดเด่นของธุรกิจ จนสร้างความซื่อสัตย์ในตราสินค้า (Brand royalty) เกิดขึ้นในใจลูกค้า
7. มีความมุ่งมั่นและอดทนในการประกอบธุรกิจ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5
แผนการตลาด

รายละเอียดธุรกิจ

ร้านน้ำแข็งไส Ice Bite มุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยเน้นวัตถุดิบที่สะอาด สดใหม่ในการผลิต มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง ด้านรสชาติที่อร่อยลงตัว ทั้งยังได้คุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อร่างกายสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันที่หันมาบริโภคอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้น และยังมีการจัดตกแต่งร้านที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของกลุ่มลูกค้า ผลิตภัณฑ์ของร้านนอกจากจะช่วยคลายร้อนแล้วยังมีรสชาติอร่อย ได้ประโยชน์ และยังมีรสชาติถึงบรรยากาศความอบอุ่นภายในร้าน

สำหรับกลยุทธ์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ คือ การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าในการบริโภคสินค้า มุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สามารถกำหนดราคาที่สูงกว่าคู่แข่งที่มีในท้องตลาด ลูกค้ารับรู้ถึงสินค้าที่มีคุณภาพสูงเหนือคู่แข่งทั่วไปตามท้องตลาด

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบคู่แข่ง

ลักษณะด้านต่างๆ	Ice Bite	Coffee Please	So Cool
ด้านผลิตภัณฑ์	1. เนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่คือ นมพลาสติก ไรส์ ผลไม้ และธัญพืช ดังนั้นจึงเน้นการใช้วัตถุดิบที่สด ใหม่ สะอาด ไม่มีวัตถุกันเสีย เพื่อคุณภาพของน้ำแข็งไส และผู้บริโภคจะได้รับความสะดวกเมื่อได้บริโภค	1. มีเครื่องดื่ม หลากหลายชนิด เช่น น้ำผลไม้ นม กาแฟ แต่จะเน้นกาแฟสดเป็นหลัก	1. ผลิตภัณฑ์คือ ไอศกรีม ที่มีให้เลือกหลากหลายรสชาติ 2. ไอศกรีมมีรสชาติหวาน เพราะใช้น้ำตาลในปริมาณมาก

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ลักษณะ ด้านต่างๆ	Ice Bite	Coffee Please	So Cool
<p>ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)</p>	<p>2. ผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่าง คือ ใช้นมพลาสเจอร์ไรส์ เป็นส่วนผสมหลัก เพื่อรสชาติที่แปลกใหม่จากน้ำแข็งใสทั่วไป และมีคุณค่าทางโภชนาการ ส่วนผลไม้ และธัญพืชที่ใช้นั้น ก็เพื่อผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ</p> <p>3. สำหรับผลิตภัณฑ์รองที่จำหน่ายภายในร้าน คือ ขนมปังปิ้ง เน้นขนมปังที่มีคุณภาพ เนื้อขนมปังหนานุ่ม นำรับประทาน รวมถึงการใส่แยมในปริมาณที่มากทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่า</p>		
<p>ด้านราคา</p>	<p>1. ราคาค่อนข้างสูง เพราะเป็นสินค้าระดับพรีเมียม (Premium) ซึ่งจำหน่ายราคา 39 บาท สามารถเลือกผลไม้หรือธัญพืชรับประทานควบคู่ 1 อย่าง และราคา 49 บาท สามารถเลือกผลไม้หรือธัญพืชรับประทานควบคู่ ได้ 2 อย่าง</p>	<p>1. ราคาสินค้าสูง เมื่อเทียบกับร้านค้าที่จำหน่าย สินค้าในลักษณะเดียวกัน ไม่มี ความแตกต่างเหนือคู่แข่ง</p>	<p>1. ราคามาตรฐาน เมื่อเทียบกับร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าในลักษณะเดียวกัน ไม่มี ความแตกต่างเหนือคู่แข่ง</p>

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ลักษณะ ด้านต่างๆ	Ice Bite	Coffee Please	So Cool
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1. มีสาขาเดียวที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต	1. มีสาขาเดียวที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต	1. มีสาขาเดียวที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
ด้านส่งเสริมการขาย	<p>1.จ้างนักศึกษาแต่งตัวดูแปลกตา น่าสนใจ เข้าไปประชาสัมพันธ์และแจก โบรชัวร์แนะนำร้านตามจุดต่างๆ ที่มีนักศึกษาจำนวนมาก</p> <p>2. การจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้าคนแรกของร้าน รับประทานสินค้าฟรี ในเทศกาลพิเศษ</p> <p>3.การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาว โดยยึดจากกลุ่มลูกค้าประจำของร้านสามารถรับประทานน้ำแข็งไสฟรีในวันเกิด</p> <p>4.การออกร้านจำหน่ายสินค้านอกสถานที่เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เช่นงานกิจกรรมกีฬาสีของมหาวิทยาลัย</p>	-	<p>1. จัดเมนูพิเศษ เพื่อต้อนรับเทศกาลต่างๆ เช่น การตั้งชื่อรายการไอศกรีมที่สื่อถึงเทศกาล</p> <p>วาเลนไทน์</p>

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ลักษณะด้าน ต่างๆ	Ice Bite	Coffee Please	So Cool
ด้านส่งเสริม การขาย (ต่อ)	<p>การแต่งกายของเจ้าของร้านที่สอดคล้องกับเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ วันวาเลนไทน์ และวันฮัลโลวีน เป็นต้น แสดงถึงความสนใจและให้ความสำคัญในวันดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของกลุ่มลูกค้า ทั้งยังทำให้ร้านน่าสนใจยิ่งขึ้น</p> <p>6.การนำเสนอรายการสินค้าที่แปลกใหม่อย่างสม่ำเสมอ โดยเพิ่มเป็นเมนูแนะนำประจำเดือนของร้าน ทำให้สินค้าที่จำหน่ายภายในร้านมีความแปลกใหม่และให้ลูกค้าได้ติดตามอยู่เรื่อยๆ</p>	-	1. จัดเมนูพิเศษเพื่อต้อนรับเทศกาลต่างๆ

กลยุทธ์ทางการตลาด (4P's)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน ใช้วัตถุดิบที่สดใหม่และมีคุณภาพ ในการผลิต ทั้งนี้ยังคำนึงถึงความสะอาดปัจจัยการผลิต ตลอดจนการเก็บรักษาวัตถุดิบ เพื่อให้คงไว้ซึ่งความสดใหม่ ก่อนส่งมอบถึงมือลูกค้า ซึ่งน้ำแข็งใสของร้านมีรสชาติที่โดดเด่นกว่าน้ำแข็งใสโดยทั่วไป นั่นคือการใช้นมเป็นส่วนผสมของน้ำแข็ง ทำให้ได้รสชาติที่แตกต่างออกไป อีกทั้งยังได้คุณค่าทาง

โภชนาการเมื่อเทียบกับการบริโภคน้ำแข็งไสโดยทั่วไป คำนึงถึงความสดใหม่ของวัตถุดิบ ทั้งผลไม้ และธัญพืชที่รับประทานควบคู่กับน้ำแข็งไส มีวิธีการถนอมอาหารแตกต่างกันออกไปเพื่อคงไว้ซึ่งสี สันต์ และรสชาติที่อร่อย มีความสดใหม่ แต่เนื่องจากผลไม้เป็นวัตถุดิบที่เก็บรักษาได้ไม่นานนัก ทางร้านจึงต้องคำนวณปริมาณการซื้อแต่ละครั้งให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในปริมาณที่เหมาะสม ในช่วงระยะเริ่มแรกของการดำเนินธุรกิจจึงไม่สามารถคำนวณปริมาณการซื้อวัตถุดิบที่แน่นอนได้ จึงต้องสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าที่มีต่อเครื่องเคียงแต่ละชนิด จากนั้นจึงประมาณจำนวนที่แน่นอนในการซื้อ ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนในการซื้อสินค้าและป้องกันปัญหาสินค้ามีไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

สำหรับผลิตภัณฑ์รองที่จำหน่ายภายในร้าน คือ ขนมปังปิ้ง เน้นเลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพนอกจากนี้ยังคำนึงถึง ความสะอาดและสดใหม่ของวัตถุดิบ รวมถึงการใส่แยมในปริมาณที่มากทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่า

กลยุทธ์ด้านราคา(Price)

จากการสำรวจพบว่าปัจจัยด้านราคาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวค่อนข้างน้อย ด้วยเหตุดังกล่าวจึงสามารถตั้งราคาสินค้าในระดับที่สูงกว่าคู่แข่ง เนื่องจากสินค้ามีความโดดเด่นด้านรสชาติที่อร่อยไม่เหมือนใคร

ราคาสินค้าที่จำหน่ายภายในร้าน

1. น้ำแข็งไส

- จำหน่ายราคา 39 บาท สามารถเลือกผลไม้หรือธัญพืชรับประทานควบคู่ 1 อย่าง
- จำหน่ายราคา 49 บาท สามารถเลือกผลไม้หรือธัญพืชรับประทานควบคู่ 2 อย่าง

2. ขนมปังปิ้ง จำหน่ายราคาแผ่นละ 10 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดราคาประกอบด้วยปัจจัยดังนี้ คือ

1. ต้นทุน ซึ่งราคาสินค้าที่ตั้งไว้ครอบคลุมต้นทุนโดยรวมของธุรกิจ และมีกำไร
2. ความต้องการของตลาด หากพิจารณาในอุตสาหกรรมที่ผลิตน้ำแข็งไส โดยตรงแล้ว มีจำนวนผู้ประกอบการไม่มากนัก ทั้งสินค้าและบริการที่มีอยู่ในตลาดไม่มีความแตกต่าง จึงยังตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้ไม่มากนัก อีกทั้งธุรกิจยังมุ่งเน้นนำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่าง ทำให้สามารถเข้าไปทำกำไรในตลาดได้ ผู้บริโภคยังมีความต้องการสินค้าประเภทดังกล่าว ธุรกิจจึงสามารถเข้าไปทำตลาดในพื้นที่ดังกล่าวได้

การตั้งราคาสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วมีราคาที่สูงกว่ามาก เนื่องจากกำหนดตำแหน่งสินค้าเป็นสินค้าระดับพรีเมียม (Premium) เน้นการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นมีเพียงช่องทางเดียวคือ จำหน่ายสินค้าที่ร้าน Ice Bite ผ่านผู้บริโภคโดยตรง การกระจายสินค้าไปสู่มือลูกค้าจึงยังไม่สะดวกนัก เนื่องจากร้านมีพื้นที่จำกัด ทำให้สามารถรองรับต่อจำนวนลูกค้าได้จำกัด ทางร้านจึงแก้ปัญหาดังกล่าวด้วยการ จำหน่ายสินค้าแบบ Take Home นั่นคือ สามารถนำไปรับประทานนอกร้านได้ ซึ่งร้านมีถ้วยสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงสัญลักษณ์ของร้าน Ice Bite ทั้งนี้ยังถือเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านไปด้วยอีกทางหนึ่งโดยอาศัยกลุ่มลูกค้า ทำให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น อีกทั้งยังกระจายการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าไปยังผู้บริโภคกลุ่มใหม่ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การดำเนินธุรกิจเริ่มแรกซึ่งต้องใช้ การส่งเสริมการขายเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านค้าให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มผู้บริโภคทำให้สินค้าสามารถกระจายไปยังกลุ่มผู้บริโภคได้ในระยะเวลารวดเร็วขึ้น ซึ่งในระยะเริ่มแรกนั้นการส่งเสริมการขายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก

ธุรกิจกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายดังนี้

1. จ้างนักศึกษาแต่งตัวดูแปลกตา น่าสนใจ เข้าไปประชาสัมพันธ์และแจกโบรชัวร์แนะนำร้านตามจุดต่างๆทั้งบริเวณมหาวิทยาลัยและหอพัก ที่มีนักศึกษาจำนวนมาก

2. การจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้าคนแรกของร้านรับประทานสินค้าฟรี ในเทศกาลพิเศษ

3. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาวโดยยึดจากกลุ่มลูกค้าประจำของร้านสามารถ รับประทานน้ำแข็งไสฟรีในวันเกิด

4. การออกร้านจำหน่ายสินค้านอกสถานที่เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เช่น การออกร้านในงานกิจกรรมกีฬาของมหาวิทยาลัย

5. การตกแต่งร้าน และการแต่งกายของเจ้าของร้านสอดคล้องกับเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ วันวาเลนไทน์ และวันฮัลโลวีน เป็นต้น แสดงถึงการมีความทันต่อเหตุการณ์และให้ความสำคัญในวันดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของกลุ่มลูกค้า ทั้งยังทำให้ร้านน่าสนใจยิ่งขึ้น

6. การนำเสนอรายการสินค้าที่แปลกใหม่อย่างสม่ำเสมอ โดยเพิ่มเป็นเมนูแนะนำ ประจำเดือนของร้าน ทำให้สินค้าที่จำหน่ายภายในร้านมีความแปลกใหม่และให้ลูกค้าได้ติดตามอยู่เรื่อยๆ

7. การให้บริการอย่างสุภาพและเป็นกันเอง สร้างความประทับใจแก่ลูกค้า

ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของร้าน Ice Bite มีผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่าย คือน้ำแข็งไส ซึ่งรับประทานควบคู่กับผลไม้หรือธัญพืชเพื่อเพิ่มรสชาติที่อร่อยยิ่งขึ้น โดยยึดหลักการใช้วัตถุดิบที่มีความสดใหม่ ให้คุณค่าทางโภชนาการที่สูงและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ คือ

1. ผลิตภัณฑ์น้ำแข็งไสประกอบด้วยผลไม้และธัญพืชซึ่งใช้รับประทานควบคู่กับน้ำแข็งไสซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มผลไม้ ประกอบด้วย

- แอปเปิ้ล (ประโยชน์ ต่อร่างกาย ปริมาณต่อวันที่ควรได้รับ รับประทานได้ รักษาโรค)
- เงาะ
- กล้วย
- สตรอว์เบอร์รี่
- มะม่วง
- ลูกตาล

กลุ่มธัญพืช ประกอบด้วย

- ถั่วแดง
- ข้าวโพด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2. ขนมปังปัง

- ปังเนยนม
- ปังเนยนม-โอวัลติน
- ปังแยมบลูเบอร์รี่
- ปังแยมสตอเบอร์รี่
- ปังแยมส้ม

บรรจุภัณฑ์

สำหรับลูกค้าที่สั่งสินค้าและบริการภายในร้าน จะใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นภาชนะกระเบื้อง สีสดใสสวยงาม ทำให้สินค้าภายในร้านน่ารับประทานยิ่งขึ้น แต่หากลูกค้าต้องการซื้อสินค้าบริการ นอกร้าน (Take Home) ทางร้านจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นถ้วยกระดาษเฉพาะของร้าน เพื่อใส่น้ำแข็งใส และ ใช้ถ้วยกระดาษทั่วไป สำหรับใส่ขนมปังปิ้ง



ภาพที่ 5 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จำหน่ายน้ำแข็งใส (Take Home) ขนาด 8 ออนซ์



ภาพที่ 6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ขนมปังปิ้ง (Take Home)



ภาพที่ 7 สัญลักษณ์ของร้านน้ำแข็งไส Ice Bite

รูปแบบการตกแต่งร้าน

การตกแต่งร้านเน้นการใช้วัสดุแฮนด์เมด (Hand - Made) ซึ่งส่วนใหญ่จะออกแบบและทำเอง ทำให้ได้วัสดุตกแต่งที่ไม่ซ้ำแบบใคร เช่น การเขียนภาพบน โต๊ะและเก้าอี้ ที่จัดวางภายในร้าน การตกแต่งผนังโดยตัดสติ๊กเกอร์เป็นชิ้นเล็ก มาจัดเรียงเป็นภาพต่างๆ และการนำต้นไม้มาตกแต่งบริเวณหน้าร้านให้ดูร่มรื่น เป็นต้น สร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายและอบอุ่น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

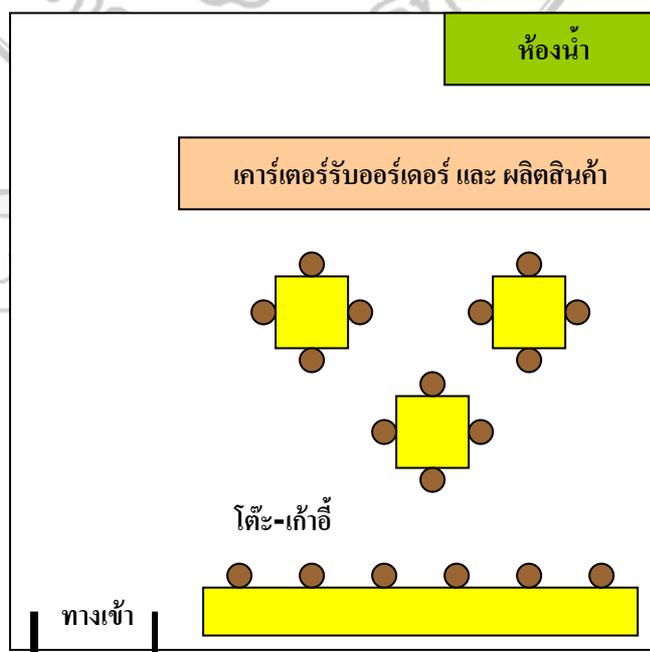
บทที่ 6

แผนการผลิต

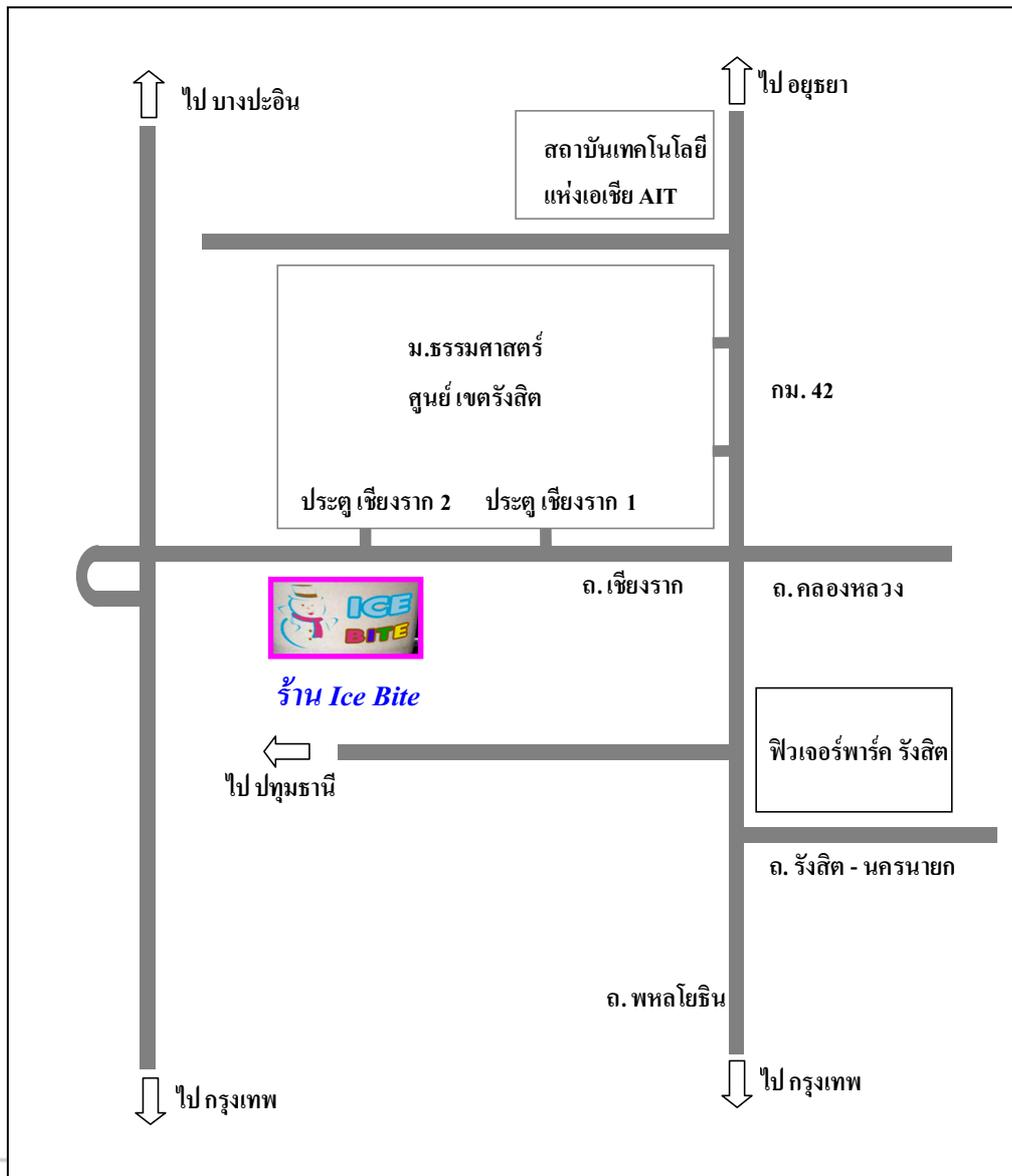
สถานประกอบการในการผลิต

ร้าน Ice Bite ตั้งอยู่ที่ หอพัก U - House (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต) เลขที่ 69 หมู่ 8 ตำบล คลองหนึ่ง อำเภอ คลองหลวง จังหวัด ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12120 ติดต่อ: 08-58879717 Email:berry_pu@hotmail.com

ร้าน Ice Bite ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต โดยการเช่าพื้นที่ร้าน บริเวณใต้ตึกหอพัก U - House มีค่าเช่าเดือนละ 10,000 บาท มีพื้นที่ 25 ตารางเมตร โดยกว้าง 5 เมตร ยาว 5 เมตร และมีห้องน้ำซึ่งตั้งอยู่ภายในพื้นที่ร้าน มีพื้นที่ 6 ตารางเมตร โดยกว้าง 2 เมตร ยาว 3 เมตร ภายในร้านจึงมีพื้นที่รองรับลูกค้าค่อนข้างจำกัด การจัดวางโต๊ะและอุปกรณ์จึงเน้นการใช้พื้นที่ฝั่งขวา เพื่อให้พื้นที่ฝั่งซ้ายคูล่อง ทำให้ร้านดูกว้างขึ้นและไม่แออัดจนเกินไป หอพัก U - House ตั้งอยู่ใกล้ร้านคอมพิวเตอร์และร้านเช่าหนังสือ ทำให้มีคนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้า



ภาพที่ 8 แผนผังโครงสร้างภายในร้านน้ำแข็งไส Ice Bite



ภาพที่ 9 แผนที่ตั้งร้านน้ำแข็งไส Ice Bite

วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าของร้าน Ice Bite ชื่อที่ตลาดไทและห้างสรรพสินค้าแมคโคร ซึ่งไม่ไกลจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต มากนักทำให้การเดินทางเป็นไปได้สะดวก ประกอบด้วยวัตถุดิบ ดังนี้

- นมพลาสเจอร์ไรส์

เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตน้ำแข็งใส โดยเลือกใช้นมพลาสเจอร์ไรส์ไทยเดนมาร์ค เนื่องจากเป็นนมที่มีความเข้มข้นสูง ทำให้น้ำแข็งใสที่ได้มีความฟูน่ารับประทาน

- แอปเปิ้ล

เป็นผลไม้ที่มีรสหวานและมีกลิ่นหอมเลือกใช้ผลสด ปอกเปลือกและหั่นเป็นชิ้นเมื่อลูกค้าสั่งเนื่องจากแอปเปิ้ลหากปอกเปลือกทิ้งไว้สีไม่น่ารับประทาน เก็บรักษาโดยการแช่ตู้เย็นในอุณหภูมิที่เหมาะสม

- เงาะ

เป็นผลไม้ที่มีรสหวานและค่อนข้างหายากในบางฤดูกาล ดังนั้นจึงใช้เงาะกระป๋องเป็นวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งไม่ต้องคำนึงถึงการเก็บรักษาและสามารถหาซื้อได้ง่ายทุกฤดูกาล ยกเว้นช่วงที่เงาะให้ผลผลิตมากและมีราคาต่ำ จึงใช้วิธีซื้อเงาะมาเชื่อมเองและเก็บไว้เพื่อลดต้นทุนในการผลิต

- กล้วย

กล้วยที่ใช้เป็นกล้วยหอมซึ่งเป็นผลไม้ที่มีกลิ่นหอม เลือกซื้อกล้วยที่สุกไม่มากเนื่องจากเป็นผลไม้ที่สุกเร็ว

- สตอร์เบอร์รี่

สตอร์เบอร์รี่เป็นผลไม้ที่มีรสชาติหวานอมเปรี้ยว เลือกซื้อผลที่มีสีแดงสุกน่ารับประทาน เก็บรักษาโดยการล้างให้สะอาด จากนั้นหั่นเป็น 2 ซีก และนำไปแช่ในน้ำตาลฟรุกโตส จากนั้นนำไปแช่ในตู้เย็นเพื่อรักษาความสดใหม่และน่ารับประทาน ระยะเวลาในการเก็บรักษาไม่เกิน 2 สัปดาห์

- มะม่วง

มะม่วงที่ใช้เป็นมะม่วงเขียวเสวยที่สุก มีรสหวานแต่ไม่นิ่มมากนักทำให้เนื้อผลไม้ไม่เละ วิธีการเก็บรักษาทำได้โดยการปอกเปลือก จากนั้นนำมาหั่นเป็นชิ้นพอดีคำ ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวต้องใช้ความระมัดระวังเนื่องจาก มะม่วงจะซ้ำง่ายและทำให้ผลไม้มีสีน้ำตาลไม่น่ารับประทาน จากนั้นนำไปแช่ในน้ำตาลฟรุกโตสพอท่วมและเก็บไว้ในตู้เย็น ระยะเวลาในการเก็บรักษาไม่เกิน 2 สัปดาห์

- ลูกตาล

ลูกตาลเป็นผลไม้ที่มีรสหวานและหาซื้อได้ค่อนข้างยากในท้องตลาด ดังนั้นจึงใช้ลูกตาลกระป๋อง

- ส้ม

ส้มที่ใช้เป็นวัตถุดิบ คือส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง ซึ่งมีรสหวานและเนื้อแน่น เก็บรักษาโดยการปอกเปลือกส้มออกและดึงใยที่ติดอยู่ออกจากก้นส้ม จากนั้นแกะเมล็ดออกและนำไปแช่ในน้ำตาลฟรุกโตสสามารถเก็บรักษาได้ไม่เกิน 2 สัปดาห์

- ถั่วแดง

เลือกซื้อถั่วแดงสำเร็จรูปที่มีความสะอาด และใหม่ได้มาตรฐาน ระบุวันเดือนปีที่ผลิต และวันเดือนปีที่หมดอายุ มีขั้นตอนการทำ ดังนี้

1. ล้างถั่วแดงให้สะอาดจากนั้นนำไปแช่น้ำทิ้งไว้ 30 นาที
2. ต้มน้ำให้เดือด จากนั้นใส่ถั่วแดง เคี่ยวประมาณ 15 – 20 นาที พอเปื่อย
3. เทน้ำออก และใส่น้ำตาลเล็กน้อย เคี่ยวบนไฟอ่อนๆ ชักพัก
4. ทิ้งไว้ให้เย็น
5. เทใส่เครื่องปั่น ประมาณ 2 นาที ไม่ต้องให้เนื้อละเอียดมาก จากนั้นนำไปแช่น้ำตาล

ฟรุกโตสและเก็บเข้าสู่เย็นสามารถเก็บรักษาได้ไม่เกิน 2 สัปดาห์

- ข้าวโพด

ข้าวโพดเป็นธัญพืชอีกประเภทที่มีคุณค่าทางอาหารธุรกิจเลือกใช้ข้าวโพดกระป๋องสำเร็จรูปเป็นวัตถุดิบในการผลิต เพื่อลดความยุ่งยาก

- น้ำตาลฟรุกโตส

ใช้แซ่ สตอเบอร์รี่ ถั่วแดง และส้ม เพื่อเป็นการถนอมอาหารให้มีความสดใหม่ มีรสชาติและสีที่น่ารับประทาน น้ำตาลฟรุกโตสทำให้วัตถุดิบดังกล่าวมีรสชาติหวาน รสชาติไม่เปลี่ยนแปลงและสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานยิ่งขึ้น

- ขนมปิ้ง

เลือกใช้แบบก้อนและนำมาหั่นเป็นแผ่น ทำให้สามารถกำหนดความหนาของขนมปังตามความต้องการได้

- แยม

เลือกใช้แยมผลไม้ ที่มีหลากหลายรสชาติให้เลือก

- นมข้นหวาน

เลือกในนมข้นหวานตราหมี เนื่องจากมีรสชาติเข้มข้น

- โอวัลติน

- เนย

เครื่องจักร

- เครื่องปั่นขนมปัง

- เครื่องปั่น

- ตู้เย็น (MITSUBISHI) ขนาด 6.4 คิว เน้นพื้นที่แช่ในช่องแช่แข็งกว้างและสูง สามารถแช่น้ำแข็งใส สำหรับแก้วขนาด 300 มล. สูงสุดถึง 50 แก้วต่อครั้ง การแช่น้ำแข็งจะแบ่งเป็น 2 ช่วง นั่น คือ ช่วงก่อนปิดร้าน และช่วงเที่ยง โดยแช่ครั้งละ 40 แก้ว แต่เมื่อน้ำแข็งในตู้แช่เหลือต่ำกว่า 20 แก้ว จึงแช่เพิ่ม ระยะเวลาในการแข็งตัวของน้ำแข็ง ใช้เวลาประมาณ 4-6 ชั่วโมง อีกทั้งยังมีพื้นที่ในการแช่ผลไม้และธัญพืชอย่างเพียงพอ เพราะกิจการไม่เน้นการเก็บวัตถุดิบที่เป็นสินค้าสดเป็นจำนวนมาก

การทำน้ำแข็งสูตรเฉพาะของร้าน

1. ผสมน้ำเปล่ากับนมพลาสเจอร์ไรส์ (ไทยเดนมาร์ก) 1 กล่อง ขนาด 250 มล. ในอัตราส่วน 1:5 นม (นมพลาสเจอร์ไรส์ 1 กล่อง ผสม น้ำ 50 มล.)

2. นำส่วนผสมดังกล่าวใส่ภาชนะจากนั้นคนให้เข้ากัน ตักใส่แก้วพลาสติกขนาด 300 มล. เพื่อเตรียมแช่ช่องแข็ง น้ำแข็งที่ได้แข็งตัวมากทำให้แกะออกยาก สาเหตุดังกล่าวจึงใช้ถ้วยพลาสติก เพื่อสะดวกแก่การใช้งาน โดยตัดแก้วทิ้งและลอกเอาน้ำแข็งออกมาได้ง่าย ลดเวลาในขั้นตอนการผลิต ทั้งนี้ น้ำแข็งบดที่ได้ยังคงไว้ซึ่งรสชาติที่อร่อยหอมหวานและกลมกล่อม

สำหรับการนำน้ำแข็งที่ได้ไปใช้ คือ นำน้ำแข็งออกจากตู้แช่แข็ง จากนั้นใช้กรรไกรตัดแก้วพลาสติกทิ้งและบีบก้อนน้ำแข็งออกจากถ้วยเพื่อใส่เครื่องบด การใช้ภาชนะที่บรรจุน้ำแข็งใสเป็นถ้วยพลาสติกนั้นช่วยลดเวลาในขั้นตอนการผลิต ทั้งนี้ น้ำแข็งบดที่ได้ยังคงไว้ซึ่งรสชาติที่อร่อยหอมหวานและกลมกล่อม

กำลังการผลิต

กำลังการผลิตสูงสุด	120	ถ้วยต่อวัน
จำนวนเวลาผลิตต่อวัน (ชั่วโมง)	16	ชั่วโมงต่อวัน (เปิดทำการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 9.00 น. – 24.00 น.)
เป้าหมายหน่วยการผลิต	80	ถ้วยต่อวัน
จำนวนวันที่ใช้ในการผลิตต่อเดือน	30	วันต่อเดือน

จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต 2 คนต่อวัน
 อัตราค่าแรงในการผลิต 20,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 4 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และราคาในปีที่ 1

ลำดับ	รายการ	ปริมาณที่ใช้ต่อปี	ราคา
1	แอปเปิ้ล (ผล)	1,080	7
2	เงาะ (กระป๋อง)	2,520	40
3	กล้วยหอม (หวี)	180	25
4	สตอเบอรี่ (ก.ก.)	540	120
5	ส้ม (ก.ก.)	360	25
6	มะม่วง (ก.ก.)	540	35
7	ลูกตาล (กระป๋อง)	760	40
8	ข้าวโพด (กระป๋อง)	720	38
9	ถั่วแดง (ก.ก.)	24	70
10	นม UHT พลาสเจอร์ไรส์ (แพค)	14,400	65
11	น้ำตาลทราย (ก.ก.)	36	20
12	น้ำตาลฟรุกโตส 500 มล.(ถุง)	720	25
13	นมข้น (กระป๋อง)	1,440	22
14	ขนมปัง (ปอนด์)	360	20
15	เนย (ก.ก.)	10	20
16	โอวัลตินผง 300 มล.(ถุง)	24	55
17	แยมรสสตอเบอรี่ (กระปุก)	10	30
18	แยมรสสัปปะรด (กระปุก)	10	30
19	แยมรสบลูเบอรี่ (กระปุก)	10	30
20	แยมรสส้ม(กระปุก)	10	30
21	ถัวยกระดาศพิมพ์ลาย 8 ออนซ์(โหล)	1,080	22.8
22	จานกระดาศใส่ขนมปัง (โหล)	450	9

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ลำดับ	รายการ	ปริมาณที่ใช้ต่อปี	ราคา
23	ไม้จิ้มฟัน (โหล)	8	110
24	แก้วพลาสติก (แถว)	576	25
25	ช้อนพลาสติก (ห่อ)	450	8

ตารางที่ 5 เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาทุน
ค่าเครื่องจักร			
1	เครื่องบดน้ำแข็งขนาดกลาง (มือสอง)	1	2,850
2	เครื่องปั่นขนมปัง	1	780
3	ตู้เย็น (MITSUBISHI) ขนาด 6.4 คิว	1	7,900
4	เครื่องปั่น	1	480
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน			
1	โทรศัพท์	1	500
2	โต๊ะไม้ยาว	1	1,000
3	เก้าอี้ไม้	6	1,500
4	โต๊ะ-เก้าอี้ไม้ (แบบชุด)	3	3,000
5	เคาน์เตอร์รับออเดอร์	1	15000
6	ชั้นวางอุปกรณ์	1	500
7	เครื่องคิดเลข	1	350
ค่าอุปกรณ์ตกแต่งร้าน			
1	กระดานเขียนรายการอาหาร	1	1,500
2	กระถางต้นไม้	2	700
3	ป้ายร้าน	1	750

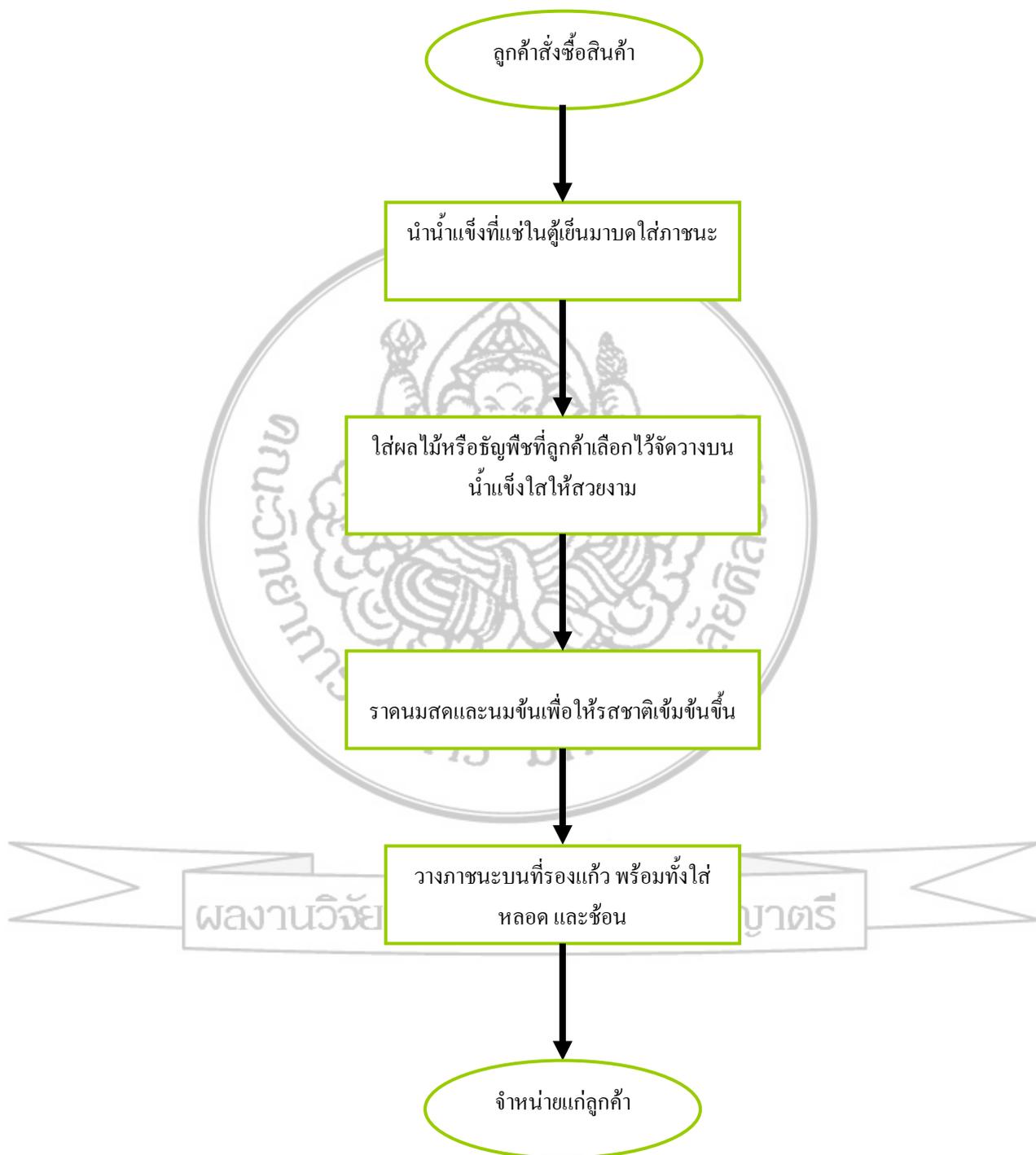
ตารางที่ 5 (ต่อ)

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาทุน
ค่าอุปกรณ์ตกแต่งร้าน (ต่อ)			
1	กีตาร์	1	1,300
ค่าอุปกรณ์การผลิต			
1	เตาแก๊ส(แบบ 2 หัว)	1	900
2	แก๊สหุงต้ม (15 กิโลกรัม)	1	300
3	ถังแก๊ส	1	1,500
4	อุปกรณ์เครื่องครัว (เช่น เขียง กระบวย หม้อหุงต้ม)	1	1,050
5	ชุดแก้วน้ำพร้อมเหยือก	1	100
6	ถังบรรจุน้ำแข็ง	1	500
7	ถ้วยใส่น้ำแข็งใส (ใบ)	100	50
8	กล่องพลาสติก	5	30
9	ส้อมค็อกเทล (คัน)	10	15

ขั้นตอนการผลิต

1. จัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม
2. เตรียมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตโดยการทำน้ำแข็งใสสูตรเฉพาะของร้านซึ่งใช้น้ำสะอาดกับนมสดพลาสติกเจอร์โรสผสมกันและแช่แข็งไว้ในตู้เย็น พร้อมทั้งเตรียมผลไม้และธัญพืชโดยใช้วิธีการถนอมอาหารที่แตกต่างกันออกไปเพื่อคงไว้ซึ่งคุณค่าทางโภชนาการ มีความสดน่ารับประทาน
3. นำน้ำแข็งที่แช่เตรียมไว้ใส่เครื่องบดน้ำแข็งและบดให้ละเอียดพอประมาณนำใส่ภาชนะ
4. ใส่ธัญพืชหรือผลไม้ที่รับประทานควบคู่กับน้ำแข็งใสที่ลูกค้าเลือกไว้ พร้อมทั้งจัดตกแต่งให้น่ารับประทาน
5. ราคนมสดและนมข้นหวานเพื่อให้ได้รสชาติที่อร่อยเข้มข้นยิ่งขึ้นจากนั้นใส่หลอดและช้อน จึงส่งมอบแก่ลูกค้า

แผนผังกระบวนการผลิต



ภาพที่ 10 แสดงกระบวนการผลิตน้ำแข็งใส

บทที่ 7
แผนการเงิน

ตารางที่ 6 แสดงต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

รายการ	รวมจำนวน	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของผู้ เจ้าของ
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
1.เงินลงทุนหมุนเวียน				
เงินสดสำรองการดำเนินงาน	200,000.00	-	0.00	200,000.00
รวมเงินลงทุนหมุนเวียน	200,000.00		0.00	200,000.00
2.ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์				
2.1 อุปกรณ์การผลิต	15,760.00	-	-	15,760.00
2.2 เครื่องใช้สำนักงาน	26,100.00	-	-	26,100.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	41,860.00	-	0.00	41,860.00
3.รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
รายจ่ายในการเตรียมการ	10,000.00	-	0.00	10,000.00
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	10,000.00		0.00	10,000.00
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น	251,860.00	-	0.00	251,860.00
อัตราส่วนของผู้ถือหุ้น : ส่วนของผู้เจ้าของ	1.00		0.00	1.00

ตารางที่ 7 แสดงการประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อม

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)
<u>เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต</u>										
เครื่องบดน้ำแข็ง	1	2,850.00	2,850.00	20%	570.00	2,280.00	1,710.00	1,140.00	570.00	1.00
เครื่องปิ้งขนมปัง	1	780.00	780.00	20%	156.00	624.00	468.00	312.00	156.00	1.00
ตู้เย็น	1	7,900.00	7,900.00	20%	1,580.00	6,320.00	4,740.00	3,160.00	1,580.00	1.00
เครื่องปั่น	1	480.00	480.00	20%	96.00	384.00	288.00	192.00	96.00	1.00
เตาแก๊ส	1	900.00	900.00	20%	180.00	720.00	540.00	360.00	180.00	1.00
แก๊สหุงต้ม	1	300.00	300.00	20%	60.00	240.00	180.00	120.00	60.00	1.00
ถังแก๊ส	1	1,500.00	1,500.00	20%	300.00	1,200.00	900.00	600.00	300.00	1.00
อุปกรณ์เครื่องครัว	1	1,050.00	1,050.00	20%	210.00	840.00	630.00	420.00	210.00	1.00
รวม	8	15,760.00	15,760.00		3,152.00	12,608.00	9,456.00	6,304.00	3,152.00	8.00
<u>เครื่องใช้สำนักงาน</u>										
โทรศัพท์	1	500.00	500.00	20%	100.00	400.00	300.00	200.00	100.00	1.00
โต๊ะ-เก้าอี้ไม้ (แบบชุดยาว)	1	2,500.00	2,500.00	20%	500.00	2,000.00	1,500.00	1,000.00	500.00	1.00

ตารางที่ 7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวมทั้งสิ้น	อัตราค่าเสื่อมราคาต่อปี	ค่าเสื่อมราคาต่อปี	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
	(หน่วย)	(บาท)	(บาท)	(%)	(บาท)					
โต๊ะ- เก้าอี้ไม้ (แบบชุดกลม)	3	1,000.00	3,000.00	20%	600.00	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600.00	3.00
เคาน์เตอร์รับออเดอร์	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
ชั้นวางอุปกรณ์	1	500.00	500.00	20%	100.00	400.00	300.00	200.00	100.00	1.00
เครื่องคิดเลข	1	350.00	350.00	20%	70.00	280.00	210.00	140.00	70.00	1.00
กระดานเขียนรายการอาหาร	1	1,500.00	1,500.00	20%	300.00	1,200.00	900.00	600.00	300.00	1.00
กระดาษต้นไม้	1	700.00	700.00	20%	140.00	560.00	420.00	280.00	140.00	1.00
ป้ายร้าน	1	750.00	750.00	20%	150.00	600.00	450.00	300.00	150.00	1.00
กีตาร์	1	1,300.00	1,300.00	20%	260.00	1,040.00	780.00	520.00	260.00	1.00
รวม	12	24,100.00	26,100.00		5,220.00	20,880.00	15,660.00	10,440.00	5,220.00	12.00
รวมทั้งสิ้น	20	39,860.00	41,860.00		8,372.00	33,488.00	25,116.00	16,744.00	8,372.00	20.00

ตารางที่ 8 แสดงการประมาณการขายรายเดือน

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
จำนวน สินค้าขาย (หน่วย)													
น้ำแข็งไส (ผลไม้/ ธัญพืช 1 ชนิด)	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,900.00	1,900.00	1,900.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	22,950.00
น้ำแข็งไส (ผลไม้/ ธัญพืช 2 ชนิด)	600.00	600.00	600.00	700.00	700.00	700.00	800.00	800.00	800.00	800.00	850.00	850.00	8,800.00
ขนมปังปิ้ง	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	19,200.00
รวมจำนวน สินค้าที่ขาย	3,900.00	3,900.00	3,900.00	4,100.00	4,200.00	4,200.00	4,350.00	4,350.00	4,450.00	4,500.00	4,550.00	4,550.00	50,950.00
ราคาสินค้า (บาท/ หน่วย)													
น้ำแข็งไส (ผลไม้/ ธัญพืช 1 ชนิด)	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00
น้ำแข็งไส (ผลไม้/ ธัญพืช 2 ชนิด)	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00	49.00

ตารางที่ 8 (ต่อ)

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
ขนมปังปิ้ง	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
ราคาสินค้า เฉลี่ย (บาท)		32.67	32.67	32.67	32.67	32.67	32.67	32.67	32.67	32.67	32.67	32.67	32.67
รายได้ จากการขาย (บาท)													
น้ำแข็งใส (ผลไม้/ ธัญพืช 1 ชนิด)	70,200.00	70,200.00	70,200.00	74,100.00	74,100.00	74,100.00	76,050.00	76,050.00	76,050.00	78,000.00	78,000.00	78,000.00	895,050.00
น้ำแข็งใส (ผลไม้/ ธัญพืช 2 ชนิด)	29,400.00	29,400.00	29,400.00	34,300.00	34,300.00	34,300.00	39,200.00	39,200.00	39,200.00	39,200.00	41,650.00	41,650.00	431,200.00
ขนมปังปิ้ง	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	17,000.00	17,000.00	17,000.00	17,000.00	192,000.00
รวม รายได้สะสม (บาท)	114,600.00	114,600.00	114,600.00	123,400.00	124,400.00	124,400.00	131,250.00	131,250.00	132,250.00	134,200.00	136,650.00	136,650.00	1,518,250.00
เงินสดรับ การขายบาท (บาท)	114,600.00	114,600.00	114,600.00	123,400.00	124,400.00	124,400.00	131,250.00	131,250.00	132,250.00	134,200.00	136,650.00	136,650.00	1,518,250.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 9 แสดงการประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าขาย(ขวด)					
น้ำแข็งใส (เครื่องเคียง 1 ชนิด)	22,950.00	25,000.00	26,000.00	27,000.00	28,000.00
น้ำแข็งใส (เครื่องเคียง 2 ชนิด)	8,800.00	9,500.00	10,000.00	10,500.00	11,000.00
ขนมปังปิ้ง	19,200.00	21,000.00	22,000.00	23,000.00	23,000.00
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	50,950.00	55,500.00	58,000.00	60,500.00	62,000.00
ราคาสินค้า(บาท/ขวด)					
น้ำแข็งใส (เครื่องเคียง 1 ชนิด)	39.00	39.00	39.00	45.00	45.00
น้ำแข็งใส (เครื่องเคียง 2 ชนิด)	49.00	49.00	49.00	55.00	55.00
ขนมปังปิ้ง	10.00	10.00	10.00	12.00	12.00
รวมสินค้าเฉลี่ย(บาท)	32.67	32.67	32.67	37.33	37.33
รายได้จากการขาย (บาท)					
น้ำแข็งใส (เครื่องเคียง 1 ชนิด)	895,050.00	975,000.00	1,014,000.00	1,215,000.00	1,260,000.00
น้ำแข็งใส (เครื่องเคียง 2 ชนิด)	431,200.00	465,500.00	490,000.00	577,500.00	605,000.00
ขนมปังปิ้ง	192,000.00	210,000.00	220,000.00	276,000.00	276,000.00
รวมรายได้สะสม(บาท)	1,518,250.00	1,650,500.00	1,724,000.00	2,068,500.00	2,141,000.00
เงินสตรับการขาย(บาท)	1,518,250.00	1,650,500.00	1,724,000.00	2,068,500.00	2,141,000.00

ตารางที่ 10 แสดงการประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนซื้อวัตถุดิบทางตรง ในการผลิต		เพิ่มขึ้น 5%	เพิ่มขึ้น 5%	เพิ่มขึ้น 5%	เพิ่มขึ้น 5%
แอปเปิ้ล (ผล)	1,080.00	1,134.00	1,190.70	1,250.24	1,312.75
เงาะ (กระป๋อง)	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22	3,063.08
กล้วยหอม (หวี)	180.00	189.00	198.45	208.37	218.79
สตอร์เบอร์รี่ (ก.ก.)	540.00	567.00	595.35	625.12	656.37
ส้ม (ก.ก.)	360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
มะม่วง (ก.ก.)	540.00	567.00	595.35	625.12	656.37
ลูกตาล (กระป๋อง)	760.00	798.00	837.90	879.80	923.78
ข้าวโพด (กระป๋อง)	720.00	756.00	793.80	833.49	875.16
ถั่วแดง (ก.ก.)	24.00	25.20	26.46	27.78	29.17
นม UHT พลาสเจอร์ไรส์ (แพค)	14,400.00	15,120.00	15,876.00	16,669.80	17,503.29
น้ำตาลทราย (ก.ก.)	36.00	37.80	39.69	41.67	43.76
น้ำตาลฟรุกโตส	720.00	756.00	793.80	833.49	875.16
นมข้น (กระป๋อง)	1,440.00	1,512.00	1,587.60	1,666.98	1,750.33
ขนมปัง (ปอนด์)	360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
เนย (กระปุก)	10.00	10.50	11.03	11.58	12.16
โอวัลตินผง 300 มล.(ถุง)	24.00	25.20	26.46	27.78	29.17
แยมรสสตอร์เบอร์รี่ (กระปุก)	10.00	10.50	11.03	11.58	12.16
แยมรสสตรัค (กระปุก)	10.00	10.50	11.03	11.58	12.16
แยมรสบลูเบอร์รี่ (กระปุก)	10.00	10.50	11.03	11.58	12.16
แยมรสส้ม (กระปุก)	10.00	10.50	11.03	11.58	12.16
ถ้วยกระดาษพิมพ์ลาย 8 ออนซ์ (โหล)	1,080.00	1,134.00	1,190.70	1,250.24	1,312.75
จานกระดาษใส่ขนมปัง (โหล)	450.00	472.50	496.13	520.93	546.98
ไม้จิ้มฟัน (โหล)	8.00	8.40	8.82	9.26	9.72
แก้วพลาสติก (แก้ว)	576.00	604.80	635.04	666.79	700.13
ช้อนพลาสติก (ห่อ)	450.00	472.50	496.13	520.93	546.98

ตารางที่ 10 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบทางตรง (บาท/ชุด)					
แอปเปิ้ล (ผล)	7.00	7.00	7.00	7.50	8.00
เงาะ (กระป๋อง)	40.00	40.00	42.00	42.00	45.00
กล้วยหอม (หวี)	25.00	25.00	25.00	26.00	27.00
สตอเบอรี่ (ก.ก.)	120.00	120.00	125.00	125.00	125.00
ส้ม (ก.ก.)	20.00	20.00	21.00	22.00	23.00
มะม่วง (ก.ก.)	35.00	35.00	38.00	38.00	40.00
ลูกตาล (กระป๋อง)	40.00	40.00	40.00	42.00	45.00
ข้าวโพด (กระป๋อง)	38.00	38.00	40.00	40.00	42.00
ถั่วแดง (ก.ก.)	70.00	70.00	72.00	72.00	72.00
นม UHT พลาสเจอร์ไรส์ (แพค)	55.00	55.00	57.00	57.00	57.00
น้ำตาลทราย (ก.ก.)	20.00	20.00	20.00	22.00	22.00
น้ำตาลฟรุคโตส 500 มล.(ถุง)	25.00	25.00	26.00	26.00	27.00
นมข้น (กระป๋อง)	22.00	22.00	23.00	24.00	24.00
ขนมปัง (ปอนด์)	20.00	20.00	22.00	22.00	22.00
เนย (ก.ก.)	20.00	20.00	22.00	25.00	25.00
โอวัลตินผง 300 มล.(ถุง)	55.00	58.00	58.00	60.00	60.00
แยมรสสตอเบอรี่ (กระปุก)	30.00	30.00	30.00	32.00	32.00
แยมรสสัปรด (กระปุก)	30.00	30.00	30.00	30.00	32.00
แยมรสบลูเบอรี่ (กระปุก)	30.00	30.00	30.00	32.00	32.00
แยมรสส้ม(กระปุก)	30.00	30.00	30.00	32.00	32.00
ถัวยกระดาดยพิมพ์ลาย 8 ออนซ์ (โหล)	22.80	22.80	23.00	23.00	23.00
จานคราดยใส่ขนมปัง (โหล)	9.00	9.00	9.00	10.00	10.00
ไม้จิ้มฟัน (โหล)	110.00	110.00	115.00	115.00	115.00
แก้วพลาสติก (แก้ว)	25.00	25.00	27.00	27.00	27.00
ช้อนพลาสติก (ห่อ)	8.00	8.00	8.00	8.00	9.00

ตารางที่ 10 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)					
แอปเปิ้ล (ผล)	7,560.00	7,938.00	8,334.90	9,376.76	10,501.97
เงาะ (กระป๋อง)	100,800.00	105,840.00	116,688.60	122,523.03	137,838.41
กล้วยหอม (หวี)	4,500.00	4,725.00	4,961.25	5,417.69	5,907.36
สตอเบอรี่ (ก.ก.)	64,800.00	68,040.00	74,418.75	78,139.69	82,046.67
ส้ม (ก.ก.)	7,200.00	7,560.00	8,334.90	9,168.39	10,064.39
มะม่วง (ก.ก.)	18,900.00	19,845.00	22,623.30	23,754.47	26,254.94
ลูกตาล (กระป๋อง)	30,400.00	31,920.00	33,516.00	36,951.39	41,570.31
ข้าวโพด (กระป๋อง)	27,360.00	28,728.00	31,752.00	33,339.60	36,756.91
ถั่วแดง (ก.ก.)	1,680.00	1,764.00	1,905.12	2,000.38	2,100.39
นม UHT พลาสเจอร์ไรส์ (แพค)	792,000.00	831,600.00	904,932.00	950,178.60	997,687.53
น้ำตาลทราย (ก.ก.)	720.00	756.00	793.80	916.84	962.68
น้ำตาลฟรุคโตส 500 มล. (ถุง)	18,000.00	18,900.00	20,638.80	21,670.74	23,629.44
นมข้น (กระป๋อง)	31,680.00	33,264.00	36,514.80	40,007.52	42,007.90
ขนมปัง (ปอนด์)	7,200.00	7,560.00	8,731.80	9,168.39	9,626.81
เนย (ก.ก.)	200.00	210.00	242.55	289.41	303.88
โอวัลตินผง 300 มล.(ถุง)	1,320.00	1,461.60	1,534.68	1,666.98	1,750.33
แยมรสสตอเบอรี่ (กระปุก)	300.00	315.00	330.75	370.44	388.96
แยมรสสัปรด (กระปุก)	300.00	315.00	330.75	347.29	388.96
แยมรสบลูเบอรี่ (กระปุก)	300.00	315.00	330.75	370.44	388.96
แยมรสส้ม(กระปุก)	300.00	315.00	330.75	370.44	388.96
ถ้วยกระดาษพิมพ์ลาย 8 ออนซ์ (โหล)	24,624.00	25,855.20	27,386.10	28,755.41	30,193.18
จานกระดาษใส่ขนมปัง (โหล)	4,050.00	4,252.50	4,465.13	5,209.31	5,469.78
ไม้จิ้มฟัน (โหล)	880.00	924.00	1,014.30	1,065.02	1,118.27
แก้วพลาสติก (แถว)	14,400.00	15,120.00	17,146.08	18,003.38	18,903.55
ช้อนพลาสติก (ห่อ)	3,600.00	3,780.00	3,969.00	4,167.45	4,922.80

ตารางที่ 10 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง ในการผลิต (บาท)	1,163,074.00	1,221,303.30	1,331,226.86	1,403,229.04	1,491,173.34
บวก ค่าขนส่งเข้า	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ	1,173,074.00	1,231,303.30	1,341,226.86	1,413,229.04	1,501,173.34
บวก วัตถุดิบทางตรงต้นงวด	0.00	58,653.70	61,565.17	67,061.34	70,661.45
หัก วัตถุดิบทางตรงปลายงวด	58,653.70	61,565.17	67,061.34	70,661.45	75,058.67
วัตถุดิบทางตรงใช้ไป ในการผลิต	1,114,420.30	1,228,391.84	1,335,730.68	1,409,628.93	1,496,776.13
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรง ในการผลิต (บาท)	1,173,074.00	1,231,303.30	1,341,226.86	1,413,229.04	1,501,173.34



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 11 แสดงการประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการผลิตสินค้า					
(บาท)					
ค่าวัสดุดิบทางตรง ในการผลิตสินค้า	1,114,420.30	1,228,391.84	1,335,730.68	1,409,628.93	1,496,776.13
ค่าไฟฟ้า น้ำประปา	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
ค่าบำรุงรักษา เครื่องจักรและอุปกรณ์	1,000.00	1,200.00	1,250.00	1,500.00	1,500.00
ค่าเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
รวมต้นทุน การผลิตสินค้า	1,144,420.30	1,258,591.84	1,365,980.68	1,440,128.93	1,527,276.13
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต					
(บาท)					
ค่าเสื่อมราคา เครื่องจักรและอุปกรณ์	3,152.00	3,152.00	3,152.00	3,152.00	3,144.00
รวมต้นทุนค่าเสื่อม ราคาในการผลิต	3,152.00	3,152.00	3,152.00	3,152.00	3,144.00
รวมต้นทุนการผลิต สินค้าทั้งสิ้น	1,147,572.30	1,261,743.84	1,369,132.68	1,443,280.93	1,530,420.13
สินค้าคงเหลือ (บาท)					
บวก สินค้าคงเหลือ ต้นงวด	0.00	57,378.62	63,087.19	68,456.63	72,164.05
หัก สินค้าคงเหลือ ปลายงวด	57,378.62	63,087.19	68,456.63	72,164.05	76,521.01
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	1,090,193.69	1,256,035.26	1,363,763.24	1,439,573.51	1,526,063.17
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่าย ในการผลิต	30,000.00	30,200.00	30,250.00	30,500.00	30,500.00

ตารางที่ 12 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	240,000.00	240,000.00	288,000.00	288,000.00	360,000.00
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	15,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	8,000.00
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
ค่าใช้จ่ายค่านายหน้า	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เริ่มแรก	10,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	286,000.00	271,000.00	319,000.00	319,000.00	389,000.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการขาย และบริหาร					
ค่าเสื่อมราคา เครื่องใช้สำนักงาน	5,220.00	5,220.00	5,220.00	5,220.00	5,208.00
รวมค่าเสื่อมราคา	5,220.00	5,220.00	5,220.00	5,220.00	5,208.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	291,220.00	276,220.00	324,220.00	324,220.00	394,208.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	286,000.00	271,000.00	319,000.00	319,000.00	389,000.00

ตารางที่ 13 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขาย สินค้า	1,518,250.00	1,650,500.00	1,724,000.00	2,068,500.00	2,141,000.00
รวมรายได้	1,518,250.00	1,650,500.00	1,724,000.00	2,068,500.00	2,141,000.00
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	1,090,193.69	1,256,035.26	1,363,763.24	1,439,573.51	1,526,063.17
กำไรขั้นต้น	428,056.32	394,464.74	360,236.76	628,926.49	614,936.83
หัก-ค่าใช้จ่ายในการ ขายและบริหาร	291,220.00	276,220.00	324,220.00	324,220.00	394,208.00
กำไรจากการดำเนินงาน ก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย	136,836.32	118,244.74	36,016.76	304,706.49	220,728.83
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กำไรจากการดำเนินงาน ก่อนหักภาษีเงินได้	136,836.32	118,244.74	36,016.76	304,706.49	220,728.83
หัก - ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา	0.00	0.00	0.00	12,470.65	4,072.88
กำไรสุทธิ	136,836.32	118,244.74	36,016.76	292,235.84	216,655.95
กำไรสะสม	136,836.32	255,081.06	291,097.82	583,333.66	799,989.61

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 14 แสดงการคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา คำนวณจ่ายตามจริง

การคำนวณภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรจากการดำเนินงาน ก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย	136,836.32	118,244.74	36,016.76	304,706.49	220,728.83
(หัก)ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
เงินได้พึงประเมินสุทธิ	106,836.32	88,244.74	6,016.76	274,706.49	190,728.83
ช่วงภาษี0-150,000ได้รับการยกเว้น	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี150,000-500,000 อัตราภาษี 10%	0.00	0.00	0.00	12,470.65	4,072.88
ช่วงภาษี 500,001-1,000,000 อัตราภาษี 20%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี1,000,001-4,000,000 อัตราภาษี 30%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี4,000,000 บาทขึ้นไปอัตรา ภาษี 37%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	0.00	0.00	0.00	12,470.65	4,072.88

ตารางที่ 15 แสดงการประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	1,518,250.00	1,650,500.00	1,724,000.00	2,068,500.00	2,141,000.00
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	(1,173,074.00)	(1,231,303.30)	(1,341,226.86)	(1,413,229.04)	(1,501,173.34)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	(30,000.00)	(30,200.00)	(30,250.00)	(30,500.00)	(30,500.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(286,000.00)	(271,000.00)	(319,000.00)	(319,000.00)	(389,000.00)
เงินสดจ่ายชำระค่านดอกเบี้ย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	0.00	0.00	0.00	(12,470.65)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	29,176.00	117,996.70	33,523.14	305,770.96	207,856.01
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต	(15,760.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	(26,100.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(41,860.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากเจ้าของ	251,860.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	251,860.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิ	239,176.00	117,996.70	33,523.14	305,770.96	207,856.01
บวก กระแสเงินสดต้นงวด	0.00	239,176.00	357,172.70	390,695.85	696,466.81
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	239,176.00	357,172.70	390,695.85	696,466.81	904,322.82

ตารางที่ 16 แสดงการประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝาก สถาบันการเงิน	239,176.00	357,172.70	390,695.85	696,466.81	904,322.82
สินค้าคงเหลือ	116,032.32	124,652.36	135,517.98	142,825.50	151,579.67
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	355,208.32	481,825.06	526,213.82	839,292.31	1,055,902.49
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อุปกรณ์-สุทธิ	33,488.00	25,116.00	16,744.00	8,372.00	20.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	33,488.00	25,116.00	16,744.00	8,372.00	20.00
รวมสินทรัพย์	388,696.32	506,941.06	542,957.82	847,664.31	1,055,922.49
หนี้สินหมุนเวียน					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	0.00	0.00	0.00	12,470.65	4,072.88
รวมหนี้สินหมุนเวียน	0.00	0.00	0.00	12,470.65	4,072.88
รวมหนี้สิน	0.00	0.00	0.00	12,470.65	4,072.88
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุน-นางสาวจุฑารัตน์ เต็มชาติ	125,930.00	125,930.00	125,930.00	125,930.00	125,930.00
ทุน-นายสุบิน ชุนศรียา	125,930.00	125,930.00	125,930.00	125,930.00	125,930.00
กำไรสะสม	136,836.32	255,081.06	291,097.82	583,333.66	799,989.61
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	388,696.32	506,941.06	542,957.82	835,193.66	1,051,849.61
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	388,696.32	506,941.06	542,957.82	847,664.31	1,055,922.49

ตารางที่ 17 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	-	-	-	-	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	-	-	-	-	-
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	19.00	19.91	19.92	19.95	19.94
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover Period)	19.21	18.33	18.32	18.30	18.30
อัตรากาไรสุทธิของสินทรัพย์ถาวร	45.34	65.72	102.96	247.07	22.16
อัตรากาไรสุทธิของสินทรัพย์รวม	3.91	3.26	3.18	2.44	2.03
อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้					
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.35	0.23	0.07	0.34	0.21
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	0.35	0.23	0.07	0.35	0.21
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	32%	24%	21%	30%	29%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	0.09%	0.07%	0.02%	0.15%	0.10%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	฿492,913.96				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	32.79%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	5 ปี 1 เดือน				

*หมายเหตุ อัตราหมุนเวียนของสินค้า = ต้นทุนขาย/ สินค้าคงเหลือต้นงวด (สินค้าคงเหลือเป็น 0)

บทที่ 8
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับตัวรับสถานการณ์ ที่ไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ตามแผนหลักได้ทันเวลา ทั้งนี้เพื่อลดความเสียหายในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 18 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	สินค้าไม่สามารถจำหน่ายได้ตามที่คาดการณ์ไว้	1. ระยะเวลาการคืนทุนช้าลงกว่าที่คาดการณ์เอาไว้ 2. ปริมาณค่าใช้จ่ายสูงกว่ารายรับ ซึ่งทำให้ธุรกิจขาดเงินทุนหมุนเวียน 3. เกิดการขาดทุนสะสม และหากไม่ได้รับการแก้ไข อาจทำให้ธุรกิจต้องปิดกิจการลง	1. เพิ่มการประชาสัมพันธ์ร้านเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ารู้จักร้านมากยิ่งขึ้น 2. ซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตให้น้อยลง 3. พิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ของร้านว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคหรือไม่ หากผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจต้องทำการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นและสอดคล้องตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เช่น การปรับเปลี่ยนรสชาติน้ำแข็งใส การเพิ่มผลไม้หรือธัญพืชที่ใช้รับประทานควบคู่เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกมากขึ้น

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
			5. การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การออกร้านจำหน่ายสินค้า ตลาดนัดของมหาวิทยาลัย
2	ผู้บริโภคไม่ยอมรับในผลิตภัณฑ์น้ำแข็งใส	1. สินค้าไม่ได้รับการสนใจจากกลุ่มผู้บริโภค 2. ผู้บริโภคไม่ซื้อสินค้า 3. ธุรกิจไม่สามารถดำรงอยู่ได้ต่อไป	1. เพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการแนะนำสินค้าแก่ผู้บริโภค โดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่นการให้ทดลองชิมสินค้าฟรี เป็นต้น เพื่อสร้างโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับรู้รสชาติสินค้า
3	ขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น ผลไม้บางชนิดขาดตลาด หรือการปรับราคาสูงขึ้นของผลไม้บางชนิดเนื่องจากปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น การเมืองเศรษฐกิจ	1. สินค้าไม่เพียงพอแก่ความต้องการของลูกค้า 2. การผลิตสินค้าไม่สามารถดำเนินการได้หากเกิดกรณีดังกล่าวบ่อยครั้งสร้างความไม่พอใจแก่ผู้บริโภค และธุรกิจอาจจะเสียดุลการค้าได้	1. ดำเนินการสั่งซื้อวัตถุดิบจากแหล่งอื่นๆ 2. นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆทดแทน เช่น ผลไม้ชนิดใหม่ พร้อมทั้งให้เหตุผลแก่ลูกค้าถึงสาเหตุดังกล่าว 3. บอกกล่าวลูกค้าอย่างเป็นทางการ เช่น แจกไว้ในเมนูอาหาร
4	มีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรม	1. อาจมีผลทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง	1. ธุรกิจคงไว้ซึ่งคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของร้าน 2. มีการทำการตลาดที่รุนแรงขึ้น เช่น การลดราคาสินค้า 3. พยายามคิดค้นรายการอาหารใหม่ที่แปลกใหม่และหลากหลายเพื่อ

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
5	ในช่วงปิดภาคการศึกษา ทำให้จำนวนนักศึกษาส่วนใหญ่เดินทางกลับบ้าน	ยอดขายธุรกิจลดลง	ลดจำนวนการซื้อวัตถุดิบให้น้อยลงเพื่อให้เหมาะสมกับจำนวนนักศึกษาที่ยังอยู่หอพัก
6	ในช่วงฤดูฝน ทำให้อากาศไม่ร้อน ส่งผลต่อความต้องการบริโภคน้ำแข็งไส	ยอดขายธุรกิจอาจลดลง	ลดจำนวนการซื้อวัตถุดิบให้น้อยลงกว่าช่วงหน้าร้อน
7	เกิดเหตุฉุกเฉินไฟฟ้าดับ	น้ำแข็งที่แช่ไว้ละลาย อาจทำให้ธุรกิจได้รับความเสียหาย	จากการสอบถามนักศึกษابริเวณพื้นที่ดังกล่าวพบว่าไม่ค่อยเกิดเหตุไฟฟ้าดับ และส่วนใหญ่ดับไม่เกิน 30 นาที แต่หากปัญหานี้ สร้างความเสียหายแก่นักศึกษา ธุรกิจ ธุรกิจต้องมีการติดตั้งเครื่องสำรองไฟฟ้าในอนาคต

บทที่ 9
แผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ตารางที่ 19 แสดงแผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ลำดับ	งานที่ต้องปรับปรุง	วิธีการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1	การปรับปรุงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	เพิ่มจำนวนรายการอาหารที่รับประทาน ควบคู่กับน้ำแข็งใส อีกทั้งยังคิดค้นรายการอาหารใหม่ๆ เพื่อนำเสนอต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	ครอบคลุมความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค โภคสร้างควมพึงพอใจผู้บริโภคมากขึ้น
2	กระบวนการด้านการตลาด	หาช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น เช่น การออกร้านจำหน่ายสินค้านอกสถานที่	สินค้าสามารถกระจายไปยังกลุ่มลูกค้ามากขึ้น ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น
3	กระบวนการผลิต	ศึกษาเกี่ยวกับวัตถุดิบรวมถึงกระบวนการผลิตให้มีค่าใช้จ่ายลดลง เช่น การถนอมอาหารที่ทำให้เก็บวัตถุดิบได้นานขึ้น	ค่าใช้จ่ายในการผลิตลดลง ส่งผลให้บริษัทมีกำไรสูงขึ้น

ผลงานวิจัยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

- ตัวอย่างแผนธุรกิจ. แผนธุรกิจไอศกรีม [Online]. Accessed 29 October 2008. Available from
<http://www.siaminfobiz.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=63656&Ntype=6>
- ภาวะโลกร้อน. โลกร้อนคืออะไร [Online]. Accessed 23 October 2008. Available from
<http://www.thaibible.or.th/index.php>
- ราคาเครื่องครัว. ช้อนส้อม [Online]. Accessed 6 November 2008. Available from
<http://www.kitchenwaremarket.comcom/index.php?page=580&clicksub=580&sub>
- รณชัยพลาสติก. แก้วกระดาษพิมพ์ลาย [Online]. Accessed 9 November 2008. Available from
<http://www.pantipmarket.com.th/builder/mu/index.php?page=5>
- อาหารคลายร้อน. ธุรกิจไอศกรีม [Online]. Accessed 6 December 2008. Available from
<http://www.icecreanfanclub.or.th/index.php=580&clicksub>
- อุปกรณ์ทำความเย็น. ตู้เย็น [Online]. Accessed 7 November 2008. Available from
http://www.checkprice.net/img_product/9050000/thumb/2006011900054769515

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคน้ำแข็งใส ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับข้อมูลส่วนตัวของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคน้ำแข็งใสของนักศึกษา

1. ท่านนิยมรับประทานน้ำแข็งใสรูปแบบใด?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> นั่งรับประทานที่ร้าน | <input type="checkbox"/> ซื้อแล้วเดินรับประทานจากร้าน |
| <input type="checkbox"/> ซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |

2. สถานที่ใดที่ท่านนิยมไปรับประทานน้ำแข็งใสมากที่สุด?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> สถานที่ท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> สถาบันการศึกษา | <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร |
| <input type="checkbox"/> สถานที่ทำงาน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |

3. ท่านรับประทานน้ำแข็งใส โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละกี่ครั้ง?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> รับประทานทุกวัน | <input type="checkbox"/> 1-3 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 4-6 ครั้ง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 6 ครั้ง |

4. ท่านตัดสินใจรับประทานน้ำแข็งใสเพราะเหตุใด?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> อยากรับประทาน | <input type="checkbox"/> เพื่อพบปะสังสรรค์ |
| <input type="checkbox"/> คลายร้อน | <input type="checkbox"/> รายการส่งเสริมการขาย |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... | |

5. ถ้ามีน้ำแข็งใสรสชาติใหม่ๆ โดยใช้นมเป็นส่วนผสมหลักในน้ำแข็งใส ท่านคิดว่าจะทดลองซื้อรับประทานหรือไม่?

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ใช่ | <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ |
|------------------------------|---------------------------------|

6. เมื่อท่านได้รับทราบถึงคุณประโยชน์และรูปลักษณ์ของน้ำแข็งใส ท่านคิดว่าจะตัดสินใจซื้อหรือไม่?

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ใช่ | <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ |
|------------------------------|---------------------------------|

7. โปรดเรียงลำดับความพึงพอใจในการบริโภคอาหารดังกล่าวจากมากไปน้อย (เรียงลำดับ 1-3)

- | | |
|---------------|-----------------------|
| ___ ไอศกรีม | ___ น้ำผลไม้ |
| ___ น้ำแข็งใส | ___ กาแฟ |
| ___ นมสด | ___ อื่นๆ (ระบุ)..... |

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำแข็งใสที่ร้านของท่าน

โปรดให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำแข็งใสที่ร้านของท่าน

ข้อ	คำถาม	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.	รสชาติของน้ำแข็งใส					
2.	ความสะดวกในการซื้อ					
3.	ความเหมาะสมของราคา					
4.	การบริการ					
5.	รูปแบบการตกแต่งร้าน					
6.	การส่งเสริมการขาย					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

1. เพศ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ชาย

หญิง

2. ระดับการศึกษา

ชั้นปี 1

ชั้นปี 2

ชั้นปี 3

ชั้นปี 4

3. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 3,000 บาท

3000 – 4,000 บาท

4001 – 5,000 บาท

5001 – 6,000 บาท

มากกว่า 6,000 บาท

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ในความคิดเห็นของท่าน ร้านน้ำแข็งไสมีข้อควรแก้ไขในเรื่องใด?

.....

.....

.....

ขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ – สกุล

นางสาวจุฑารัตน์ เลี่ยมชาติ

ที่อยู่

7/1 หมู่ 2 ต.มะรุ่ย อ.ทับปุด จ.พังงา 8210

ประวัติการศึกษา

- พ.ศ. 2541 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จาก โรงเรียนวัดนิโครชคุณากร
- พ.ศ. 2544 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จาก โรงเรียนทับปุดวิทยา
- พ.ศ. 2547 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนทับปุดวิทยา
- พ.ศ. 2551 กำลังศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี