



แผนธุรกิจโรงงานรีดแผ่นยางพารา “อมรามรการยาง”



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

แผนธุรกิจโรงงานรีดแผ่นยางพารา “อมรามรการยาง”



โดย  
นางสาวสาวิตรี อมรามร

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว  
อนุมัติให้แผนธุรกิจเรื่อง “โรงงานรีดแผ่นยางพารา อมรามรการยาง” เสนอโดย นางสาวสาวิตรี  
อมรามร มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตาม  
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

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

อาจารย์ที่ปรึกษา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนันทน์ หอมสุต

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

.....ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

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

.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนันทน์ หอมสุต)

.....ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

.....กรรมการ  
(อาจารย์ชวนชื่น อัคระวณิชชา)

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

1248136 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ / โรงงานรีดแผ่นยางพารา

สาขาวิชา : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ / แผนธุรกิจ โรงงานรีดแผ่นยางพารา “อมรามรการยาง” อาจารย์ที่  
ปรึกษา: ผศ.นภนัท หอมสุต. 83 หน้า.

### บทสรุปผู้บริหาร

โรงงานรีดแผ่นยางพารา “อมรามรการยาง” จัดตั้งขึ้นด้วยแนวคิดที่ว่า การรับซื้อน้ำยางสดของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพรกำลังจะหมดไป ขณะที่ความต้องการขายน้ำยางสดนั้นยังคงมีความต้องการอยู่จำนวนมาก และการขายยางแผ่นดิบมักมีปัญหาการแป่งเกิดขึ้นอยู่เสมอซึ่งทำให้ราคาขายต่ำกว่าราคาจริงที่ควรได้รับ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเจ้าของกิจการจึงจัดตั้งโรงงานรีดแผ่นยางพาราที่รับซื้อน้ำยางสดจากชาวสวนโดยตรง และนำน้ำยางสดมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตยางแผ่นรมควันชั้น 3 เพื่อขายสู่ตลาดกลางยางพาราต่อไป

โรงงานรีดแผ่นยางพารา “อมรามรการยาง” เริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่ พ.ศ. 2551 โดยคุณสาวิตรี อมรามร มีลักษณะเด่น คือ มีรถรับซื้อน้ำยางสดถึงสวนและอยู่ใกล้แหล่งชุมชนซึ่งชาวสวนสามารถเข้ามาติดต่อได้โดยสะดวก มีการประชาสัมพันธ์ให้ชาวสวนได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลรักษายางพาราอย่างสม่ำเสมอ และมีการประกาศการตั้งราคาซื้อขายอย่างเปิดเผย

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการบริหารจัดการ กิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียวซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ในด้านการทำสวนยางพารา อีกทั้งยังมีเพื่อนร่วมงานที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารงานด้านต่างๆ และมีกำลังแรงงานที่มีทักษะและความรู้เกี่ยวกับการรีดแผ่นยางพาราเป็นอย่างดี

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน หากอัตราการขายตัวของธุรกิจยางพาราเป็นไปตามที่คาดการณ์ กิจการสามารถสร้างผลตอบแทนในอัตรา 9.88% โดยสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 4 ปี 3 เดือน

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจเล่มนี้ที่สามารถทำสำเร็จได้ต้องขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนัท หอมสุต และอาจารย์ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท อาจารย์ผู้ควบคุม อบรม สั่งสอน ให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไขในการจัดทำแผนธุรกิจเล่มนี้ รวมถึงการดูแลในด้านต่างๆ ระหว่างการทำงาน จนแผนธุรกิจเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต และอาจารย์ชวนชื่น อัครกะวณิชชา ที่กรุณาสละเวลามาเป็นกรรมการในการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคุณรัชชัย ปานโรจน์ และคุณศศิวิมล วิศลชัย ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าตอบคำถามและให้ข้อมูลที่สำคัญในการทำแผนธุรกิจเล่มนี้

ขอขอบคุณทุกๆ ท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบคำถามในสอบถาม

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้ความห่วงใย และให้ความอนุเคราะห์ในเรื่องค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังเป็นแรงบันดาลใจสำคัญให้มีความอดทนในการทำงานจนสำเร็จสมบูรณ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## สารบัญ

		หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....		ค
กิตติกรรมประกาศ.....		ง
สารบัญตาราง.....		ช
สารบัญภาพ.....		ฉ
<b>บทที่</b>		
1	วัตถุประสงค์ในการนำเสนอธุรกิจ.....	1
2	ความเป็นมาของธุรกิจ.....	2
	แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ.....	2
	รายชื่อเจ้าของกิจการและสัดส่วนการถือครอง.....	3
	ประวัติเจ้าของกิจการ.....	3
	ประโยชน์ของโครงการที่มีต่อเศรษฐกิจ.....	3
3	การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	5
	สภาวะอุตสาหกรรม.....	5
	สภาวะตลาด.....	5
	การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด.....	6
	พื้นที่และตลาดเป้าหมาย.....	8
	แนวโน้มทางการตลาด.....	8
	สภาพการแข่งขัน.....	11
	การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five-Force Model).....	11
	การวิเคราะห์คู่แข่ง.....	13
	การวิเคราะห์สถานการณ์.....	15
4	แผนบริหารจัดการ.....	19
	รายละเอียดของธุรกิจ.....	19
	วันและเวลาการทำงาน.....	20
	ประวัติผู้ร่วมงาน.....	20
	ประวัติบุคลากรหลักหรือพนักงาน.....	22

บทที่		หน้า
4	วิสัยทัศน์ (Vision).....	26
	พันธกิจ (Mission).....	26
	เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal Of Business) .....	26
	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor).....	27
5	แผนการตลาด.....	28
	ผลิตภัณฑ์.....	28
	STP Analysis.....	29
	การเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	31
	การวิเคราะห์ตลาด.....	34
	การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	36
6	แผนการผลิต.....	37
	สถานประกอบการในการผลิต.....	37
	ข้อมูลการผลิต.....	39
	รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต.....	39
	การออกแบบขั้นตอนการดำเนินงาน.....	40
	ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	41
	แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน.....	43
7	แผนการเงิน.....	44
	การประมาณการในการลงทุน.....	44
	การชำระคืนเงินกู้รายปี.....	45
	สินทรัพย์และค่าเสื่อมราคา.....	46
	การประมาณการขายรายเดือน.....	48
	การประมาณรายได้จากการขายสินค้า.....	50
	การประมาณการต้นทุนสินค้าในการขาย.....	51
	การประมาณการต้นทุนการขายสินค้า.....	52
	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	53
	การประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	54

บทที่		หน้า
7	การประมาณงบกระแสเงินสด.....	55
	การประมาณการงบดุล.....	56
	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	57
8	แผนฉุกเฉิน.....	58
9	แผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	59
บรรณานุกรม.....		60
ภาคผนวก.....		61
	ภาคผนวก ก.....	61
	ภาคผนวก ข.....	63
	ภาคผนวก ค.....	65
	ภาคผนวก ง.....	77
ประวัติผู้เขียน.....		83

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	4
2	การวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน.....	15
3	การวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก.....	17
4	รายชื่อผู้ร่วมงาน.....	19
5	รายชื่อบุคลากรหลักและหน้าที่ความรับผิดชอบ.....	21
6	จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของกิจการ.....	25
7	การวิเคราะห์คู่แข่งโดยใช้หลักการ 4P's.....	31
8	การวิเคราะห์การตลาด MARKETING MIX (4P's).....	34
9	ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย.....	36
10	เครื่องจักร อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานทั้งหมด.....	38
11	การประมาณการในการลงทุน.....	44
12	การชำระคืนเงินกู้รายปี.....	45
13	ทรัพย์สินและค่าเสื่อมราคา.....	46
14	การประมาณการขายรายเดือน.....	48
15	การประมาณรายได้จากการขายสินค้า.....	50
16	การประมาณการต้นทุนสินค้าในการขาย.....	51
17	การประมาณการต้นทุนการขายสินค้า.....	52
18	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	53
19	การประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	54
20	การประมาณการงบกระแสเงินสด.....	55
21	การประมาณการงบดุล.....	56
22	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	57
23	แผนฉุกเฉิน.....	58
24	แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	59

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ส่วนแบ่งตลาดยางแท่งในประเทศจีน.....	6
2	ส่วนแบ่งตลาดยางแผ่นรมควันในประเทศจีน.....	7
3	ส่วนแบ่งตลาดน้ำยางข้นในประเทศจีน.....	7
4	ส่วนแบ่งตลาดรับซื้อยางพาราจากชาวสวนยางในเขต ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร.	7
5	โครงสร้างองค์กร.....	21
6	ผลิตภัณฑ์ยางแผ่นรมควันชั้น 3.....	28
7	การบรรจุยางแผ่นรมควันก่อนการจัดส่ง.....	28
8	ตำแหน่งกิจการ อมรามรคาร์ยาง.....	30
9	แผนที่ตั้งสถานที่ตั้งโรงงาน.....	37
10	โครงสร้างภายในโรงงาน.....	39
11	แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน.....	43

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 1

### วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

#### โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ขอรับการสนับสนุนทางด้านสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้
  - 1.1 จำนวนสินเชื่อที่จะขอรับการสนับสนุนจำนวน 2,000,000 บาท
  - 1.2 วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเพื่อใช้ในการลงทุนในกิจการ
  - 1.3 หลักประกันในการขอสินเชื่อ คือ ที่ดิน 40 ไร่ มูลค่า 4,000,000 บาท
  - 1.4 การผ่อนชำระคืนเงินต้น ผ่อนชำระเป็นรายเดือน ซึ่งจำนวนเงินผ่อนชำระคืน จะเป็นไปตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด
  - 1.5 เงื่อนไขอื่นๆ เป็นไปตามกฎเกณฑ์ของธนาคาร
2. เพื่ออธิบายถึงแนวความคิดในการทำธุรกิจตลอดจนขั้นตอนต่างๆ
  - 2.1 อธิบายแนวความคิดและโอกาสในการทำธุรกิจ
  - 2.2 อธิบายขั้นตอนการทำงานในขั้นตอนต่างๆ
  - 2.3 เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยผ่านการประเมินผลในทุกขั้นตอนการดำเนินงานและมีแผนฉุกเฉินเพื่อช่วยลดความเสี่ยงทางธุรกิจที่เกิดจากปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 2

### ความเป็นมาของธุรกิจ

#### แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

การทำสวนยางพาราเป็นอาชีพหลักของเกษตรกรชาวใต้ที่ทำสืบทอดกันมาเป็นเวลาอันยาวนาน ซึ่งยางพาราถือได้ว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย และเป็นสินค้าส่งออกที่นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาได้เป็นอันดับสองรองจากข้าว จากปี 2547 มีการคาดการณ์ว่าแนวโน้มของยางพาราจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จึงส่งผลให้การปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นเช่นกัน (ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย 2547) จังหวัดชุมพรเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีปริมาณการปลูกยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ความต้องการขายน้ำยางสดหรือยางแผ่นดิบมีจำนวนมากขึ้น แต่จำนวนผู้รับซื้อและโรงงานยางพารามีจำนวนที่น้อยมาก จากการสอบถามชาวสวนยางพารา จำนวน 50 คน ในเขตตำบลบ้านนา อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร พบว่า การขายยางพาราของชาวสวนในแต่ละครั้งนั้นจะต้องใช้เวลาในการเดินทางพอสมควร เนื่องจากร้านรับซื้อแต่ละร้านอยู่ห่างกันมาก หรือถ้าจะไปขายที่โรงงานก็ต้องเดินทางไปจังหวัดระนอง จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดสงขลา ดังนั้นในการขายยางพาราของชาวสวนจึงจำเป็นต้องนำน้ำยางสดมารีดเป็นยางแผ่นดิบเพื่อขายเป็นครั้งคราว ในปริมาณครั้งละมากๆ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำงาน แต่ปัญหาที่เกิดจากการขายยางแผ่นดิบจะมีมากกว่าการขายน้ำยางสด คือ แผ่นยางที่เก็บไว้นานๆจะมีเชื้อรา และน้ำหนักยางลดลง ชาวสวนส่วนใหญ่ชอบที่จะขายน้ำยางสดมากกว่าแต่สำหรับปัญหาในเรื่องการเดินทางทำให้ไม่สามารถขายน้ำยางสดได้ เพราะการขายน้ำยางสดต้องขายวันต่อวันไม่สามารถเก็บไว้ได้

เจ้าของกิจการเองมีสวนยางพาราเป็นของตัวเองจำนวน 70 ไร่ ซึ่งเกิดปัญหาเช่นเดียวกับชาวสวนยางคนอื่นๆจึงเกิดความคิดที่จะจัดตั้งโรงงานทำแผ่นยางพารารมควัน ที่ชื่อ อมรามรกรยาง เป็นโรงงานที่แปรรูปน้ำยางสดมาเป็นยางแผ่นรมควัน โดยที่โรงงานสามารถนำน้ำยางในสวนมาเป็นวัตถุดิบและสามารถรับซื้อน้ำยางสดจากชาวสวนยางรายอื่นเพื่อตอบสนองความต้องการในการขายน้ำยางสดแบบวันต่อวันได้ด้วย หลังจากนั้นก็นำน้ำยางสดที่ได้มารีดเป็นยางแผ่นแล้วทำการรมควันเพื่อส่งขายให้กับโรงงานขนาดใหญ่ หรือตลาดกลางยางพาราต่อไป

### รายชื่อเจ้าของกิจการ และสัดส่วนการถือครอง

สาวิตรี อมรามร                      สัดส่วนการถือครอง 100 %

### ประวัติของเจ้าของกิจการ

#### การศึกษา

ปี พ.ศ. 2540-2545	ระดับมัธยมศึกษา	โรงเรียนศรีวิทยา จังหวัดชุมพร
ปี พ.ศ. 2546-2549	ระดับอุดมศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป) มหาวิทยาลัยศิลปากร

#### ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2550-2551	สำนักงานเกษตรจังหวัดชุมพร ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนการผลิต ดูแลการผลิตพืชผลทางการเกษตร
ปี พ.ศ. 2550	ประธานชมรมคนรักยางตำบลบ้านนา
ปี พ.ศ. 2549	บริษัท ทีบีโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน) นักศึกษาฝึกงาน
ประสบการณ์เข้าฝึกอบรม	
ปี พ.ศ. 2550	การทำสวนยางอย่างเดี่ยวแก่ สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง
ปี พ.ศ. 2549	การสร้างสวนยางอย่างคนรักยาง

### ประโยชน์ของโครงการที่มีต่อเศรษฐกิจ

1. สนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยให้มีการเติบโต เนื่องจากความต้องการในอุตสาหกรรมนี้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

2. สนับสนุนเกษตรกรชาวไทยในการผลิตสินค้าส่งออกไปยังต่างประเทศ

3. ลดปัญหาการว่างงานของประชากร เป็นการส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับ

ประชากร

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	วางแผนจัดตั้งกิจการ	1 สัปดาห์	1 ก.ย. 2551 – 7 ก.ย. 2551
2	ติดต่อขอกู้ยืมเงิน	2 สัปดาห์	8 ก.ย. 2551 – 21 ก.ย. 2551
3	สร้างโรงงาน	2 เดือน	22 ก.ย. 2551 – 21 พ.ย. 2551
4	จัดซื้ออุปกรณ์ และเครื่องจักร	2 สัปดาห์	22 พ.ย. 2551 – 5 ธ.ค. 2551
5	จัดซื้อรถกระบะเพื่อใช้ในการดำเนินงาน	2 สัปดาห์	22 พ.ย. 2551 – 5 ธ.ค. 2551
6	จดทะเบียนโรงงาน	1 สัปดาห์	29 พ.ย. 2551 – 5 ธ.ค. 2551
7	จัดหาและคัดเลือก supplier	1 เดือน	29 พ.ย. 2551 – 28 ธ.ค. 2551
8	สรรหาคัดเลือกพนักงาน ฝึกอบรมพนักงาน	1 เดือน	6 ธ.ค. 2551 – 6 ม.ค. 2552
9	เตรียมความพร้อมก่อนเปิด กิจการ	1 สัปดาห์	7 ม.ค. 2552 – 13 ม.ค. 2552
10	เปิดกิจการ		14 ม.ค. 2552
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	6 เดือน 1 สัปดาห์	14 ม.ค. 2552

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

##### สถานะอุตสาหกรรม

ปัจจุบันตลาดยางพารามีการเจริญเติบโตสูงขึ้นกว่าเดิมอย่างมาก จากรายงานของสถาบันวิจัยยางกรมวิชาการเกษตร ได้รายงานถึงสถิติด้านต่างๆของยางพารา ซึ่งบ่งบอกถึงการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องได้ดังนี้

พื้นที่ปลูกยางพาราของประเทศไทย ในเขต 21 จังหวัด คือ ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร สุราษฎร์ธานี ระนอง นครศรีธรรมราช กระบี่ ตรัง ภูเก็ต สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส สงขลา พังงา พัทลุง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี ตราด สระแก้ว และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พื้นที่การปลูกยางเพิ่มขึ้นจากปี 2546 ที่มีพื้นที่ 12,618,792 ไร่ เพิ่มขึ้นเป็น 15,349,523 ไร่ ในปี 2550 ซึ่งเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นถึง 21.64 % ในระยะเวลาเพียง 4 ปี

ผลผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทย มีปริมาณการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นจากปี 2536 ที่มีปริมาณการผลิต 1,553,384 เมตริกตัน มาเป็น 3,136,993 เมตริกตัน ในปี 2549 เป็นการเพิ่มขึ้นถึง 101.95% และสำหรับการเปรียบเทียบปริมาณการเพิ่มขึ้นของผลผลิตรายปี ระหว่างปี 2548 กับปี 2549 ผลผลิตยางเพิ่มขึ้นจาก 2,937,158 เมตริกตัน เป็น 3,136,993 เมตริกตัน เพิ่มขึ้น 6.80 %

ปริมาณการส่งออกยางพารา มีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆเช่นเดียวกับการเพิ่มสูงขึ้นของผลผลิต คือ เพิ่มขึ้นจากปี 2536 ที่มีปริมาณการส่งออกเพียง 1,396,783 เมตริกตัน เพิ่มขึ้นเป็น 2,771,673 เมตริกตัน ในปี 2549 เพิ่มขึ้นถึง 98.43 % และการเปรียบเทียบปริมาณการส่งออกระหว่างปี 2548 กับปี 2549 การส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 2,532,398 เมตริกตันเป็น 2,771,673 เมตริกตัน เป็นการเพิ่มขึ้น 5.3 % (สถาบันวิจัยยางกรมวิชาการเกษตร 2551)

##### สถานะตลาด

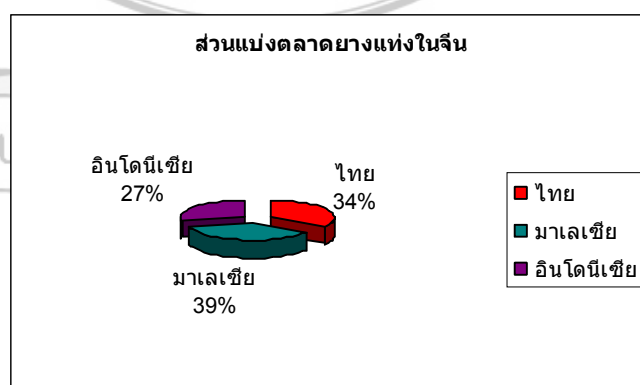
จากรายงานของตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย ซึ่งให้เห็นว่า ความต้องการยางพาราของตลาดโลกกำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ราคายางพาราเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ จนกระทั่งราคาสามารถสร้างสถิติสูงสุดครั้งแล้วครั้งเล่าในตลาดโลก หรือแม้แต่ราคาประมูดยาง

แผ่นรมควันชั้น 3 ยางแท่งเอสทีอาร์ 20 และน้ำยางชั้นในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย หรือ AFET ยังคงเคลื่อนไหวอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่ระดับราคาเพิ่มสูงขึ้นถึง 100 บาทต่อกิโลกรัม นักวิเคราะห์หืออธิบายว่าความต้องการยางพาราที่เพิ่มมากขึ้นนี้เป็นผลมาจากความต้องการใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบในภาคอุตสาหกรรมของชาติเศรษฐกิจทั้งอินเดียและจีน เนื่องจากภาคอุตสาหกรรมรถยนต์กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว และที่สำคัญจีนกลายเป็นผู้บริโภครายและผู้นำเข้ายางรายใหญ่ที่สุดของโลกมาตั้งแต่ปี 2001 (ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย 2550)

### การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด

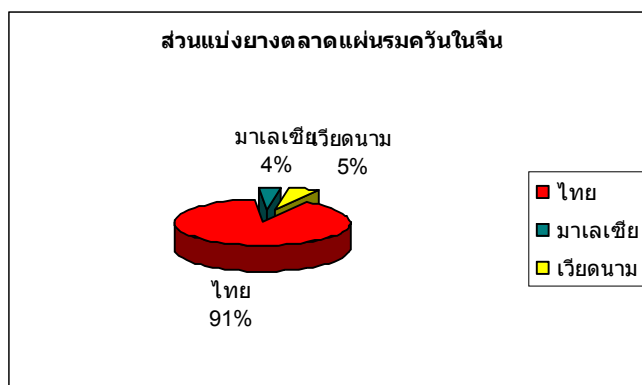
การแบ่งส่วนตลาดระหว่างตลาดผู้บริโภครวมและตลาดอุตสาหกรรมมีความแตกต่างกัน คือ ตัวแปรที่ใช้ในตลาดผู้บริโภค จะเน้นไปที่ลักษณะของผู้บริโภคที่เราจะเข้าไปทำการตลาดด้วย แต่ในส่วนของอุตสาหกรรมจะเน้นที่การนำสินค้าไปผลิตต่อไป ในการแบ่งส่วนตลาดอุตสาหกรรม เราอาจจะนำตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภครวมบางตัวมาใช้ได้บ้าง อย่างไรก็ตามตัวแปรที่นำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาดอุตสาหกรรมกันมากคือ ผู้ใช้คนสุดท้าย (End Users) และขนาดของลูกค้า

สำหรับการแบ่งส่วนตลาดของอุตสาหกรรมยางพาราจะยึดหลักที่ผู้ใช้คนสุดท้ายจะเป็นประเทศที่นำเข้ายางพาราของประเทศไทยรายใหญ่ที่สุด ได้แก่ ประเทศจีน แบ่งตามประเภทของแสดงตามแผนภูมิอ้างอิงจากข้อมูลการส่งออกยางพาราปี 2550 ดังนี้

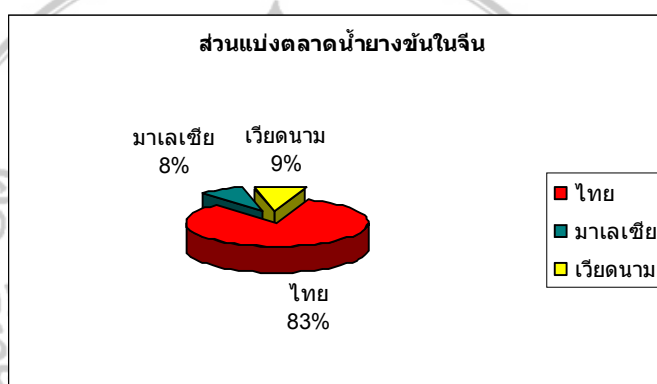


ภาพที่ 1 ส่วนแบ่งตลาดยางแท่งในจีน





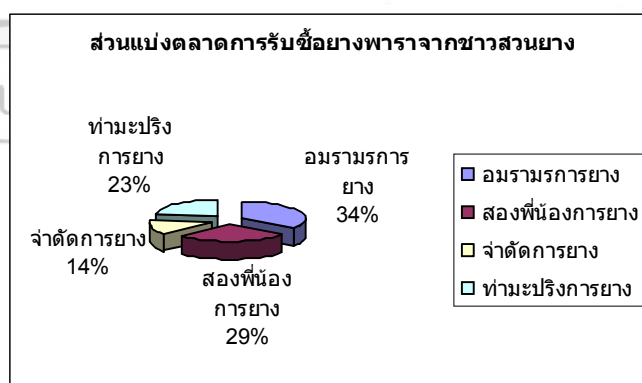
ภาพที่ 2 ส่วนแบ่งตลาดยางแปรรวมควินในประเทศจีน



ภาพที่ 3 ส่วนแบ่งตลาดน้ำยางข้นในประเทศจีน

ที่มา : ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย 2550

นอกจากแบ่งส่วนตลาดตามผู้ใช้รายสุดท้ายแล้ว อมรรมการยาง ยังมีการแบ่งส่วนตลาดตามจำนวนผู้ส่งมอบวัตถุดิบในเขต ต.บ้านนา อ. เมือง จ.ชุมพร เพื่อชี้ให้เห็นถึงส่วนแบ่งของตลาดการรับซื้อยางพาราจากชาวสวนยางอีกด้วย



ภาพที่ 4 ส่วนแบ่งตลาดรับซื้อยางพาราจากชาวสวนยางในเขต ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม

### พื้นที่และตลาดเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมายหลักของ อมรามการยาง คือ ตลาดรับซื้อยางพาราขนาดใหญ่ ซึ่งในภาคใต้มีตลาดที่รับซื้อยางพาราแปรรูปขนาดใหญ่อยู่ด้วยกัน 3 แห่ง คือ ตลาดกลางยางพาราขนาดใหญ่ จ.สงขลา ตลาดกลางยางพารา จ.สุราษฎร์ธานี และตลาดกลางยางพารา จ.นครศรีธรรมราช

ตลาดเป้าหมายรองของ อมรามการยาง คือ โรงงานอุตสาหกรรมที่ทำการผลิตโดยใช้วัตถุดิบจากยางพารา เช่น โรงงานผลิตถุงมือยาง โรงงานผลิตของเล่นเด็ก โรงงานผลิตถุงยางอนามัย โรงงานผลิตยางรถยนต์ เป็นต้น

### แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มของความต้องการยางพาราปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2541 ส่งผลให้ราคายางเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ สำหรับการเปลี่ยนแปลงราคายางเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอมีการปรับขึ้นลงไม่มาก จากการวิเคราะห์ราคาของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางในช่วงเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม 2551 พบว่า แนวโน้มราคา FOB และ C&F ยางแผ่นรมควันชั้น 3 และยางดิบคุณภาพดี คงปรับตัวขึ้นเล็กน้อยถึงปานกลาง ดังแสดงตามกราฟ

ราคา RSS 3 (F.O.B. กรุงเทพฯ) และราคายางแผ่นดิบ

ณ ตลาดกลาง ปี 2547 - 30 มิถุนายน 2551

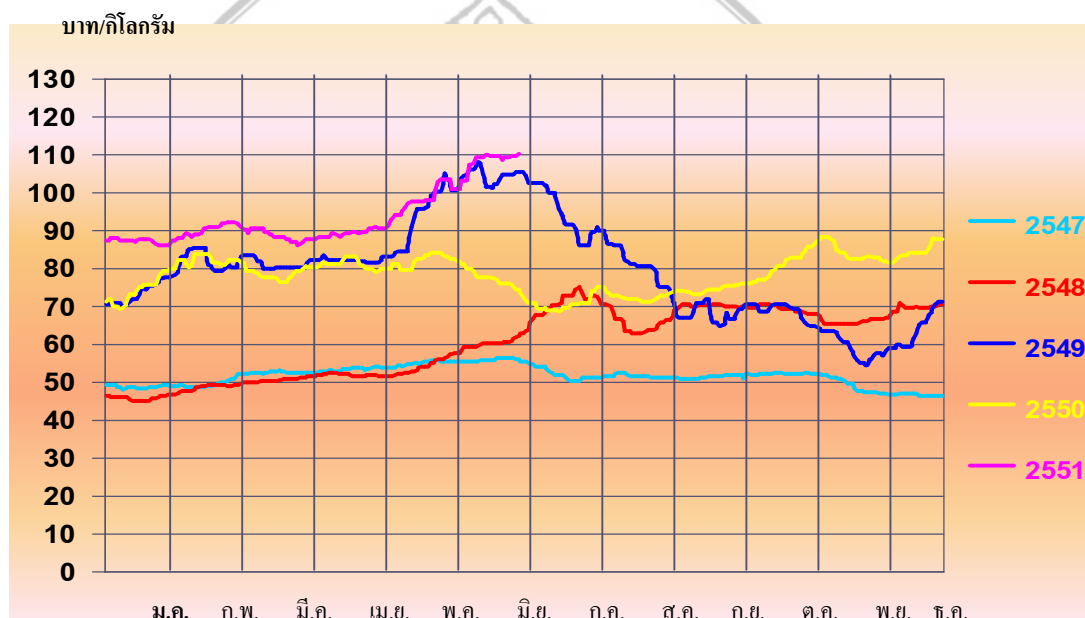
บาท/กิโลกรัม



กราฟแสดงราคา RSS 3 และราคาขางแผ่นคิบ ในปี 2547 – 30 มิถุนายน 2551 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มทางด้านราคาขางพาราที่ผ่านมาได้เป็นอย่างดี โดยราคาของขางพาราทั้ง 2 ประเภท จะมีแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้องกันมาโดยตลอด และจะสังเกตเห็นได้ว่า ในปลายปี 2549 ราคาขางพาราปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีแนวโน้มที่ลดลงบ้างแต่ก็ไม่มากจนเกินไป และมีการคาดการณ์ว่า แนวโน้มราคาขางต่อไปในอนาคตยังคงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### ราคาขางแผ่นรมควันชั้น 3 (RSS 3) F.O.B กรุงเทพฯ

ปี 2547 - 30 มิถุนายน 2551



กราฟแสดงรายละเอียดขางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่แยกให้เห็นแนวโน้มการเพิ่มขึ้นและลดลงของราคาขางในแต่ละปี หากพิจารณาแนวโน้มขางพาราในปี 2551 จะได้ว่ามีแนวโน้มราคาสูงขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

ราคายางแผ่นดิบและราคาทองถิ่น จังหวัดสงขลา  
ปี 2546 - 30 มิถุนายน 2551

บาท/กิโลกรัม



ราคายางแผ่นดิบ ณ ตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่  
ปี 2547 - 30 มิถุนายน 2551

บาท/กิโลกรัม



จากกราฟแสดงถึงราคาขายแผ่นดิบ ณ ตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ เป็นรายละเอียดแบ่งย่อยที่แสดงเฉพาะตลาดเฉพาะส่วนในภาคใต้ ซึ่งเป็นตลาดที่มีความสำคัญมากตลาดหนึ่งของประเทศไทย ลักษณะเส้นกราฟเหมือนกับกราฟข้างต้นที่แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มราคาที่สูงขึ้นในปี 2551 (พฤษภาคม-กรกฎาคม 2551)

### สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันของ อมรามกรยาง จะต้องแข่งขันกับผู้อื่น 2 ทางด้วยกัน คือ ในด้านการรับซื้อน้ำยางสดจากชาวสวนยาง ในขณะนี้ยังคงมีสภาพการแข่งขันต่ำ เพราะในเขต ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร มีจำนวนผู้รับซื้อน้ำยางสดและยางแผ่นดิบในจำนวนเพียง 4 ราย ในการสร้างความไว้วางใจจากชาวสวนยางให้ขายน้ำยางสดให้กับเรานั้นจะต้องสร้างความน่าเชื่อถือทางด้านราคา และการคัดเกรดคุณภาพ รวมถึงการรู้จักกันมาเป็นเวลานาน ซึ่งเจ้าของธุรกิจ อมรามกรยาง ก็เป็นที่รู้จักของชาวบ้านในเขตนั้นมาเป็นเวลานาน เพราะเป็นผู้ที่ริเริ่มในการนำวิธีการสร้างสวนยางตามแนวเส้นทางแห่งเก้าแถมเผยแพร่ และเป็นประธานชมรมคนรักยางในตำบลบ้านนาด้วย จึงทำให้โอกาสที่จะมีคนเชื่อถือและไว้วางใจที่จะนำน้ำยางสดมาขายมีโอกาสสูง สำหรับสภาพการแข่งขันในการขายยางแผ่นรมควันในตลาดกลางยางพารานั้น มีสภาพการแข่งขันที่สูงมาก เป็นเพราะตลาดรับซื้อยางพาราขนาดใหญ่ในภาคใต้มีแค่ 3 ตลาด คือ ตลาดกลางยางพารา อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา ตลาดกลางยางพารา จ.สุราษฎร์ธานี และตลาดกลางยางพารา จ.นครศรีธรรมราช แต่จำนวนผู้ขายที่นำยางแผ่นไปขายนั้นมีปริมาณที่มาก ดังนั้นหากยางไม่มีคุณภาพก็จะถูกคัดทิ้ง และปฏิเสธการรับซื้อในครั้งต่อไป

### การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม FIVE FORCE MODEL

#### 1. Threat of New Entrants (อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรม)

การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ในธุรกิจการผลิตยางแผ่นรมควันทำได้ง่ายมาก เพราะต้นทุนในการลงทุนเริ่มแรกมีจำนวนไม่มากนัก รวมทั้งขั้นตอนการผลิตต่างๆ ไม่ยุ่งยาก สามารถดำเนินการได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องจักรหลายตัว การเข้ามาในตลาดเริ่มแรกอาจจะสร้างเป็นโรงงานขนาดเล็กๆ ที่ใช้เครื่องจักรเพียงแค่ 2-3 ตัว มีสถานที่ตากยางแผ่น หรือที่เรียกว่า โรงยาง ขนาดเท่ากับบ้านหนึ่งหลัง และมีความรู้ในเรื่องการทำยางแผ่นก็สามารถที่จะเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ได้แล้ว เพียงแต่การรับซื้อน้ำยางสด หรือแผ่นยางดิบจากชาวสวนยางคนอื่นๆ นั้นต้องอาศัยความเชื่อถือและการรู้จักกันมานานถึงจะสามารถซื้อใจชาวสวนได้เป็นอย่างดี

## 2. Threat of Industry Competitors (อุปสรรคด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม)

การแข่งขันในด้านการผลิตยางแผ่นรมควันเป็นการแข่งขันที่รุนแรงมากเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งกับตลาดรับซื้อขนาดใหญ่แล้ว หากจะจำกัดวงแคบของคู่แข่งที่เป็นคู่แข่งรายสำคัญภายในประเทศก็คงไม่สามารถที่จะจำกัดได้ เนื่องจากการผลิตยางแผ่นรมควันนั้นมีเป็นจำนวนมากในภาคใต้ และไม่มีผู้ผลิตรายใดที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งรายอื่นอาจเป็นเพราะเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องเน้นที่รูปลักษณ์หรือความสวยงามมากซักเท่าไรแต่จะเน้นที่คุณภาพมากกว่า ดังนั้นผู้ผลิตรายอื่นๆต่างก็คำนึงเพียงแก่คุณภาพของแผ่นยางให้มีคุณภาพที่ดีก็พอ จึงเกิดการแข่งขันทางด้านคุณภาพขึ้นเมื่อมีการรวมตัวกันของผู้ผลิตหลายรายที่นำสินค้ามาขายในตลาดกลาง หากยางแผ่นของผู้ผลิตรายใดมีคุณภาพน้อยที่สุดก็อาจจะถูกคัดทิ้งไปเสียก็เป็นได้

ทางด้านคู่แข่งทางการรับซื้อน้ำยางสดซึ่งเป็นวัตถุดิบของการผลิตยางแผ่นรมควันก็มีความสำคัญอยู่ไม่น้อย เพราะหากมีชาวสวนมาขายน้ำยางสดให้กับเราจำนวนมากธุรกิจก็จะสามารถผลิตยางแผ่นรมควันได้จำนวนมากเช่นกัน ซึ่งจะช่วยให้กำไรในการขายยางต่อครั้งของธุรกิจเพิ่มขึ้นหากการขายครั้งนั้นมีอัตราค่าเพิ่มของราคาที่สูง สำหรับคู่แข่งของ อมรามกรยางจะพิจารณาในเขต ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร มีเพียงแค่ 3 ราย ถือว่าเป็นจำนวนที่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ปลูกยางและผลผลิตของยาง

## 3. Threat of Substitute Product (อุปสรรคจากสินค้าทดแทน)

สินค้าของ อมรามกรยาง คือ ยางแผ่นรมควัน ซึ่งเป็นวัตถุดิบขั้นต้นที่จะส่งให้กับอุตสาหกรรมการผลิตที่เกี่ยวข้องกับยางต่างๆ และเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศ ดังนั้นสินค้าที่จะเข้ามาทดแทนยางพาราได้นั้น เรียกได้ว่าไม่มีสินค้าใดมาทดแทนได้เลย อุปสรรคจากสินค้าทดแทนจึงไม่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจนี้

## 4. Threat of Growing Bargaining Power of Buyer (อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ)

ผู้ซื้อยางแผ่นรมควันของ อมรามกรยาง คือ ตลาดกลางยางพาราหาดใหญ่ จ.สงขลา ที่มีอำนาจในการต่อรองสูง เนื่องจากผู้ที่นำยางพาราไปขาย ณ ตลาดแห่งนี้มีเป็นจำนวนมาก จึงส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีสิทธิ์ที่จะเลือกซื้อยางที่มีคุณภาพเหมาะแก่การนำไปเป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าอย่างอื่นอีกต่อไป

## 5. Threat of Growing Bargain Power of Suppliers (อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรม)

ผู้ขายปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมการผลิตยางแผ่นรมควัน คือ ชาวสวนยางพารา ที่จะขายน้ำยางสดมาเป็นวัตถุดิบให้กับผู้ผลิต ซึ่งอำนาจในการต่อรองราคาน้ำยางสดของชาวสวนยาง

นั้นยังถือว่ามีอำนาจในระดับต่ำ เพราะผู้ผลิตที่รับซื้อน้ำยางสดในเขต ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร มีจำนวนน้อยมาก หากมีการต่อรองมากจนเกินไปก็ไม่สามารถที่จะขายน้ำยางสดได้ และยางที่ไม่ได้ขายก็ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใดๆได้หากไม่มีการแปรรูป

แต่ถ้ามองอีกมุมมองหนึ่งถ้าชาวสวนยางไม่พึงพอใจกับราคาน้ำยางสดที่ได้รับ ชาวสวนก็สามารถที่จะหันไปแปรรูปน้ำยางสดให้เป็นยางแผ่นดิบได้เอง เนื่องจากมีต้นทุนในการซื้อเครื่องจักรน้อยมาก และยางแผ่นดิบที่ได้สามารถนำไปขายกับผู้รับซื้อรายอื่นได้ ดังนั้นทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับผู้ผลิตยางแผ่นรมควันก็คือ การตั้งราคาที่เหมาะสมที่สร้างความพึงใจได้ให้กับทั้งผู้ขายและผู้รับซื้อเองด้วย

### การวิเคราะห์คู่แข่ง

ในการรับซื้อยางพาราจากชาวสวนยางนั้น มีวิธีการรับซื้อได้ 2 วิธี คือ การรับซื้อน้ำยางสดและการรับซื้อยางแผ่นดิบ ซึ่งความสามารถในการแข่งขันของแต่ละคนนั้นจะขึ้นอยู่กับ การกำหนดราคา และการคัดเกรดของยางพารา ถ้าผู้รับซื้อรายใดให้ราคาที่ไม่สร้างความพึงพอใจให้กับชาวสวนได้ ชาวสวนก็สามารถจะนำไปขายกับผู้ซื้อรายอื่นได้อีก แต่ถ้าพิจารณาจากจำนวนผู้ซื้อยางพาราในเขต ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร แล้วพบว่า ผู้ที่ซื้อน้ำยางสดมีเพียง 2 ราย รวม อมรรามการยางด้วย และผู้รับซื้อยางแผ่นดิบมี 2 ราย ซึ่งชาวสวนจะมีอำนาจในการต่อรองราคาต่ำ

#### 1. คู่แข่งทางตรง

คู่แข่งทางตรงที่รับซื้อทั้งน้ำยางสด และยางแผ่นดิบในเขต ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร มีด้วยกัน 3 ราย ได้แก่

**สองพี่น้องการยาง** เป็นร้านรับซื้อน้ำยางสดที่เปิดรับซื้อมาเป็นเวลานาน และได้รับความเชื่อถือจากชาวสวนยางในระดับหนึ่ง การกำหนดราคายางจะกำหนดสอดคล้องกับราคาตลาดกลาง และถ้าหากน้ำยางที่ชาวสวนนำมาขายมีคุณภาพต่ำจะกดราคาให้ต่ำลงกว่ามาตรฐานอย่างมาก และทางร้านจะมีการผลิตยางแผ่นดิบเอง โดยไม่ได้รับมควัน

**จำกัดการยาง** เป็นร้านรับซื้อยางแผ่นดิบขนาดกลาง ที่รับซื้อเฉพาะยางแผ่นดิบเท่านั้น และมีมาตรฐานในการตรวจสอบคุณภาพยางพารา ทางร้านจะรับซื้อทั้งยางพาราคูณภาพสูงและยางพาราคูณภาพต่ำ ชาวสวนจึงมักนิยมนำยางที่คูลคุณภาพต่ำไปขายเนื่องจากทางร้านรับซื้อยางพาราทุกชนิด

**ท่ามะปริงการยาง** เป็นร้านรับซื้อยางแผ่นดิบขนาดเล็ก เพิ่งเปิดดำเนินการได้เพียง 1 ปี แต่มีการใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการช่วยกำหนดราคา คือ การตรวจสอบราคาตลาดกลางผ่านทางอินเทอร์เน็ตอยู่ตลอดเวลาเพื่อป้องกันการขาดทุน

## 2. คู่แข่งทางอ้อม

สำหรับคู่แข่งทางอ้อมซึ่งเป็นสินค้าทดแทนในอุตสาหกรรมยางพาราจะไม่มีสินค้าใดมาทดแทนได้ เพราะยางพาราเป็นสินค้าเกษตรที่มีลักษณะเฉพาะ ที่สามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆที่สำคัญ ซึ่งไม่มียางของต้นไม้ชนิดใดมีคุณสมบัติอย่างเช่นยางพาราเลย จึงกล่าวได้ว่า ปัญหาของคู่แข่งทางอ้อมของยางพารานั้น ไม่มีเลย



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



## การวิเคราะห์สถานการณ์

## ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p><b>ด้านการบริหาร</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้ก่อตั้งมีส่วนขยายพาราเป็นของตนเอง และมีประสบการณ์ในการผลิตยางแผ่นรมควัน รวมทั้งครอบครัวของผู้ก่อตั้งมีประสบการณ์ทางด้านยางพารามาเป็นเวลานานจึงให้สามารถบริหารงานต่างๆ ได้เป็นอย่างดี</li> <li>● ผู้ก่อตั้งและครอบครัวเป็นที่รู้จักในกลุ่มของชาวสวนยางพารา และเป็นประธานชมรมคนรักยางตำบลบ้านนา ซึ่งทำให้การติดต่อซื้อวัตถุดิบจากชาวสวนยางเป็นไปอย่างสะดวก</li> </ul>	<p><b>ด้านการบริหาร</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ในการบริหารกิจการของ อมรามรกราย เป็นการบริหารแบบกิจการเจ้าของคนเดียว ถึงแม้ว่าผู้ก่อตั้งจะมีประสบการณ์ทางด้านยางพารามาก แต่ในการตัดสินใจบางครั้ง อาจเกิดความผิดพลาดได้</li> </ul>
<p><b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาขนาด 1.00 x 2.00 เมตร ติดบริเวณชุมชนเพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักของชาวสวนยาง</li> <li>● มีการจัดกิจกรรมณรงค์เกี่ยวกับการรักษาคุณภาพยางพาราอยู่เสมอเพื่อแสดงให้ชุมชนเห็นว่ากิจการให้ความสนใจและเห็นความสำคัญของวัตถุดิบที่มีคุณภาพ</li> <li>● มีการจัดการให้คำแนะนำชาวสวนมือใหม่ในการทำสวนยางอย่างถูกวิธี เพื่อให้สามารถผลิตผลผลิตได้มากขึ้นและเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชาวสวนได้มากขึ้นด้วย</li> <li>● มีบริการรับซื้อน้ำยางสดจากสวนยางพาราเพื่อเพิ่มความสะดวกในการขายของชาวสวน</li> </ul>	<p><b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เนื่องจาก อมรามรกราย เป็นร้านรับซื้อยางพาราที่เพิ่งเปิดใหม่และมีคู่แข่งที่ทำกิจการเช่นนี้อยู่แล้ว จึงต้องอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับร้านอย่างหนัก เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ที่จะนำยางพารา มาขายให้กับร้าน</li> <li>● เนื่องจาก อมรามรกราย เป็นธุรกิจในการผลิตยางแผ่นรมควัน เพื่อเป็นวัตถุดิบส่งขายให้กับตลาดกลางยางพารา และ โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งตลาดเป็นผู้กำหนดทั้งราคาและปริมาณสินค้าเอง ดังนั้นในการสร้างกิจกรรมการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าโดยทั่วไปจึงทำไม่ได้เลย</li> </ul>

ตารางที่ 2 (ต่อ)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p><b>ด้านการผลิต</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● คนงานที่ใช้ในการผลิตเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มาเป็นเวลานาน ทำให้การผลิตเป็นไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว</li> <li>● มีเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตที่มีคุณภาพ และช่วยให้การผลิตเป็นไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังช่วยให้ประหยัดแรงงานคนมากขึ้นด้วย</li> </ul>	<p><b>ด้านการผลิต</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การทำยางแผ่นรมควันจะต้องมีการรักษามาตรฐานคุณภาพที่สูง เพราะในการส่งขายกับตลาดหากยางไม่มีคุณภาพก็จะถูกตัดราคา และอาจถูกปฏิเสธในการขายครั้งต่อไป</li> <li>● ระยะเวลาในการผลิตจนครบทุกขั้นตอนใช้เวลาจนถึง 4 วัน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการผลิตที่ไม่ทันกับความต้องการของตลาด หรือผลิตไม่ทันกับการปรับตัวของราคา</li> </ul>
<p><b>ด้านการจัดจำหน่าย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผลิตภัณฑ์ของ อมรามรการยาง เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตสินค้าเกี่ยวกับยาง ในโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จึงทำให้ธุรกิจมีตลาดรองรับสินค้าที่มั่นคง</li> <li>● ผลิตภัณฑ์ของอมรามรการยาง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีสินค้าทดแทน และเป็นสินค้าเศรษฐกิจอย่างหนึ่งของประเทศไทย จึงทำให้มีปริมาณความต้องการที่สูง และมีราคาอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน</li> </ul>	<p><b>ด้านการจัดจำหน่าย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การจำหน่ายสินค้าให้กับตลาดกลางยางพารา และโรงงานอุตสาหกรรมนั้นไม่สามารถที่จะกำหนดราคาได้เอง เพราะทางตลาดและ โรงงานจะเป็นผู้กำหนดราคาโดยอ้างอิงจากราคาการส่งออก ดังนั้นจึงทำให้การคาดคะเนกำไรคาดว่าจะได้รับในการขายแต่ละครั้งทำได้ยาก</li> </ul>

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาส	อุปสรรค
<p><b>ด้านสภาพแวดล้อม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การจากวิเคราะห์อุตสาหกรรมข้างต้น เห็นได้ว่าความต้องการยางพาราของต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะประเทศจีนที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างมาก เนื่องจากประเทศจีนเพิ่งเปิดทำการค้าเสรี และมีการขยายการผลิตรถยนต์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ความต้องการยางพาราที่จะนำไปใช้ในการผลิตยางรถยนต์สูงขึ้นอีกด้วย อีกทั้งประเทศจีนเป็นประเทศที่ไม่สามารถปลูกยางพาราได้เอง เนื่องจากสภาพพื้นที่และภูมิอากาศไม่อำนวย จึงต้องมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ ซึ่งก็คือ ประเทศไทย ซึ่งในขณะนี้ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดการนำเข้ายางพาราของประเทศจีนเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของกิจการที่จะผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกต่อไป</li> <li>● นอกจากความต้องการสินค้าจากต่างประเทศแล้วภายในประเทศเองก็มีความต้องการยางพาราเป็นอย่างมากเช่นกัน เนื่องจากการผลิตสินค้าสำหรับอุปโภคส่วนใหญ่มีสวนประกอบจากยางพารา จึงทำให้ความต้องการยางพาราในประเทศยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสร้างโอกาสในการผลิตสินค้าสำหรับเป็นวัตถุดิบที่สำคัญให้กับโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของกิจการอีกด้วย</li> <li>● สภาพอากาศในภาคใต้เหมาะสมสำหรับการปลูกยางพารา ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ</li> </ul>	<p><b>ด้านสภาพแวดล้อม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การเกิดปัญหาภาวะโลกร้อนส่งผลให้สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมีผลกระทบต่อการผลิตน้ำยางให้มีปริมาณที่น้อยลงซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญ จากการวิเคราะห์ของนักวิชาการเกี่ยวกับผลกระทบจากปัญหาโลกร้อนที่ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตของน้ำยางพารา พบว่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาปัญหาโลกร้อนเริ่มรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งทำให้สภาพอากาศในประเทศแปรปรวน โดยเฉพาะภาคใต้ที่ฝนตกไม่ตรงตามฤดูกาล ส่งผลให้การผลิตน้ำยางของต้นยางพาราลดน้อยลงอย่างมาก ถึงแม้จะมีการปลูกยางพาราทดแทนขึ้นมาเป็นจำนวนมากแต่ปริมาณน้ำยางยังคงลดลงเรื่อยๆ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการขาดแคลนยางพาราในอนาคต</li> <li>● จากจำนวนตลาดกลางที่รับซื้อยางพาราในภาคใต้มีจำนวนน้อย คือ มีตลาดกลางขนาดใหญ่เพียง 3 ตลาดเท่านั้น แต่จำนวนร้านรับซื้อและโรงงานผลิตยางแผ่นรมควันขนาดเล็กที่ต้องการขายยางพาราจากแต่ละจังหวัดเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ</li> </ul>

ตารางที่ 3 (ต่อ)

โอกาส	อุปสรรค
<p><b>ด้านเทคโนโลยี</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ปัจจุบันได้มีการใช้เครื่องจักรเข้ามาใช้เพื่อช่วยในการรีดแผ่นยางพาราซึ่งทำให้เกิดการประหยัดเวลาการทำงาน โดยในการผลิตนั้นจะใช้แรงงานคนน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตโดยทั่วไปที่จักรรีดแผ่นยางจะต้องใช้มือหมุน แต่ปัจจุบันได้มีการติดตั้งมอเตอร์ในจักรแต่ละตัว เพื่อความสะดวกและประหยัดเวลาในการผลิต</li> </ul>	<p><b>ด้านเทคโนโลยี</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ในการรวมวันยางแผ่นนั้นยังไม่มีเทคโนโลยีชนิดใดที่สามารถเข้ามาช่วยให้สามารถทำการรวมวันได้อย่างประหยัดเวลาดังนั้นกิจการจึงต้องเสียเวลาส่วนใหญ่ไปกับการรอให้ยางสุกถึง 4 วัน 4 คืน</li> <li>● การใช้จักรรีดที่มีการติดตั้งมอเตอร์นั้นอาจก่อให้เกิดอันตรายกับผู้ใช้งานได้ง่าย เนื่องจากต้องใช้ไฟฟ้าในการเดินเครื่องจักร ดังนั้นกิจการจึงต้องมีการฝึกอบรมคนงาน และมีการจัดตั้งระบบความปลอดภัยขึ้นซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น</li> </ul>
<p><b>ด้านเศรษฐกิจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ยางพาราเป็นพืชที่ปลูกง่าย และไม่ต้องการการดูแลมากนัก อีกทั้งยังเป็นพืชที่ให้ผลผลิตได้ตลอดทั้งปี ทำให้ไม่เกิดปัญหาขาดแคลนยางพาราในบางช่วงของปี และเป็นพืชที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสูง เมื่อมีการนำไปผลิตเป็นสินค้าอุตสาหกรรมจะสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นมากทีเดียว ดังนั้นความต้องการยางพาราเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบจึงมีอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้กิจการไม่มีปัญหาสินค้าล้น โกดัง</li> <li>● ความต้องการความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตของผู้คนเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจที่ผลิตสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อความต้องการสินค้าเหล่านี้เพิ่มมากขึ้นความต้องการวัตถุดิบอย่างเช่นยางพาราก็ต้องเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน</li> </ul>	<p><b>ด้านเศรษฐกิจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● สถานะทางเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่มีความแน่นอน มีปัญหาทางการเมืองเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เศรษฐกิจในประเทศไทยตกต่ำลง และอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของต่างประเทศในการทำธุรกิจร่วมกับประเทศไทย รวมทั้งปริมาณการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยก็มีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงเป็นการยากที่กิจการจะคาดคะเนราคาในรับซื้อน้ำยางสด และราคาการขายยางแผ่นรมควันให้เหมาะสมและสอดคล้องกัน หากกิจการไม่สามารถคาดคะเนราคาให้สอดคล้องกันได้แล้วอาจจะส่งผลให้กำไรที่กิจการควรจะได้รับน้อยลง หรืออาจส่งผลให้เกิดขาดทุนได้</li> </ul>



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 4

### แผนบริหารจัดการ

#### รายละเอียดของธุรกิจ

ชื่อกิจการ อมรามรกรายาง  
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ เลขที่ 94/1 หมู่ 7 บ้านท่ามะปริง ตำบลบ้านนา อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร รหัสไปรษณีย์ 86120  
รูปแบบการดำเนินการ เจ้าของคนเดียว  
เงินลงทุน เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ 5,230,000 บาท

#### ตารางที่ 4 รายชื่อผู้ร่วมงาน

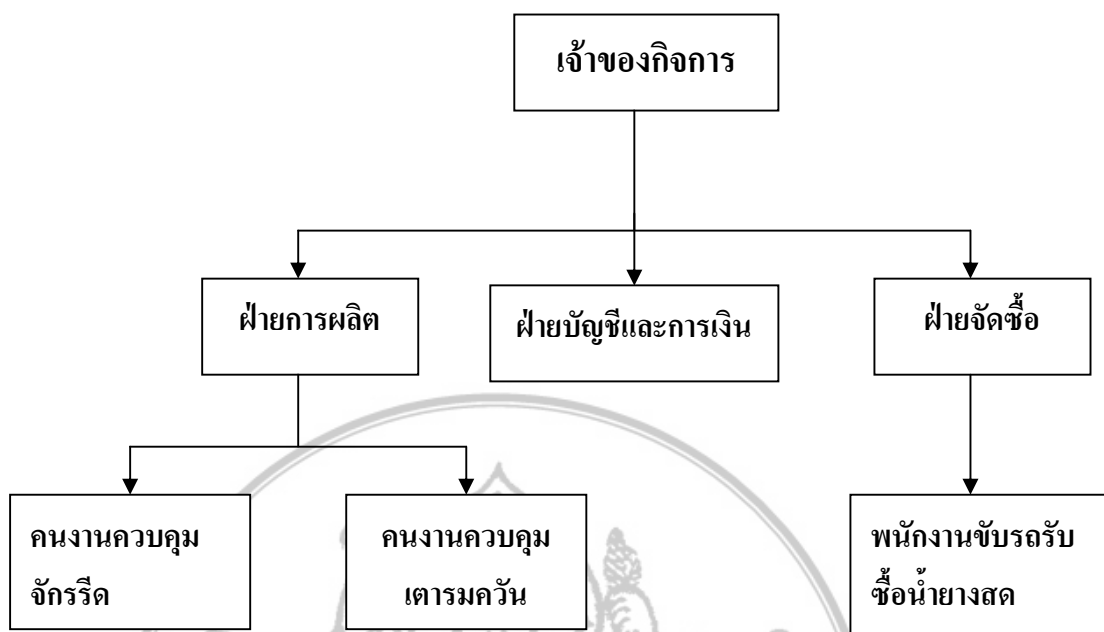
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ
1	นางสาวสาวิตรี อมรามร	เจ้าของกิจการ	1. วางนโยบายการบริหาร 2. ติดต่อประสานงานการขายกับตลาดกลางยางพาราและโรงงานอุตสาหกรรม
2	นายกิติกาญ เขียวมณี	ฝ่ายการผลิต	1. ควบคุมดูแลการผลิต 2. ตรวจสอบคุณภาพยาง
3	นางสาวจันทร์จิรา อมรามร	ฝ่ายจัดซื้อ	1. ควบคุมการจัดซื้อวัตถุดิบ
4	นางสาวฐิติพร อมรามร	ฝ่ายบัญชีและการเงิน	1. ควบคุมการบัญชีของโรงงาน 2. ดูแลทางด้านการเงินของโรงงาน

### วัน และเวลาการทำงาน

ฝ่ายผลิต ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบัญชีและการเงิน	จันทร์ – เสาร์ 08.30 น. – 17.00 น.
พนักงานขับรถขนถ่ายวัสดุ	จันทร์ – อาทิตย์ 06.00 น. – 12.00 น.
คณงานควบคุมเครื่องจักร	จันทร์ – เสาร์ 10.00 น. – 17.00 น.
คณงานควบคุมเตารมควัน	จันทร์ – อาทิตย์ ทำงานทุก 4 ชั่วโมง เริ่มตั้งแต่ 06.00 น.
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	จันทร์ – อาทิตย์ ทำงานเป็นกะ กะละ 12 ชั่วโมง
พนักงานรักษาความสะอาด	จันทร์ – เสาร์ 08.30 น. – 17.00 น.

### ประวัติของผู้ร่วมงาน

1. น.ส. สาวิตรี อมรราม อายุ 24 ปี : เจ้าของกิจการ  
 การศึกษา : ปริญญาตรี ศศบ. มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจ  
 ทั่วไป พ.ศ. 2549  
 อัตราเงินเดือน : 12,000 บาท
2. นายกิตติกาญจน์ เขียวมณี อายุ 25 ปี : ฝ่ายการผลิต  
 การศึกษา : ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะวิศวกรรมศาสตร์ พ.ศ. 2548  
 อัตราเงินเดือน : 9,500 บาท
3. น.ส.จันทร์จิรา อมรราม อายุ 22 ปี : ฝ่ายจัดซื้อ  
 การศึกษา : ปริญญาตรี ศศบ. มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจ  
 ทั่วไป พ.ศ. 2550  
 เงินเดือน : 8,500 บาท
4. น.ส. จุติพร อมรราม อายุ 23 ปี : ฝ่ายบัญชีและการเงิน  
 การศึกษา : ปริญญาตรี บชบ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการ  
 การบัญชี พ.ศ. 2550  
 เงินเดือน : 8,500 บาท



ภาพที่ 5 โครงสร้างองค์กร

ตารางที่ 5 รายชื่อบุคลากรหลัก และหน้าที่ความรับผิดชอบ

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	หน้าที่ความรับผิดชอบ
1	นายสมชาย เลิศลอย	จัดรับซื้อน้ำยาง
2	นายชำนาญ สุขภิรมย์	ควบคุมจักรรีดเรียบ ตัวที่ 1
3	นายณรงค์ ทรัพย์ถวิล	ควบคุมจักรรีดเรียบ ตัวที่ 2
4	นายเด่นชัย ทรัพย์ถวิล	ควบคุมจักรรีดดอก ตัวที่ 1
5	นายอดิสร บัวสุข	ควบคุมจักรรีดดอก ตัวที่ 2
6	นายสิทธิโชค ร่มเย็น	ควบคุมเตารมควัน
7	นายกำพล รัตนโชติ	เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
8	นายชนะ แก้วกึ่ง	เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
9	นางพจนา แก้วกึ่ง	พนักงานรักษาความสะอาด



### ประวัติบุคลากรหลักหรือพนักงาน

1. นายสมชาย เลิศลอย อายุ 25 ปี

ตำแหน่ง พนักงานขับรถรับซื้อน้ำยาง

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. ขับรถรับซื้อน้ำยางจากสวน
2. จัดแจกถังบรรจุน้ำยางให้ชาวสวน

การศึกษา จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนท่ามะปริง

คุณสมบัติตามตำแหน่งงาน

1. มีใบอนุญาตขับจี้รถยนต์
2. สามารถทำงานได้ในช่วงเวลา 06.00 น. – 12.00 น.
3. มีความซื่อสัตย์ อดทน ตรงต่อเวลา
4. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

อัตราเงินเดือน 5,000 บาท

2. นายชำนาญ สุภภิรมย์ อายุ 32 ปี

ตำแหน่ง พนักงานควบคุมจักรรีดรีบ ตัวที่ 1

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. นำน้ำยางสดเทใส่ในพิมพ์
2. นำยางที่แข็งตัวเข้าจักรรีดรีบตัวที่ 1

การศึกษา จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนท่ามะปริง

คุณสมบัติตามตำแหน่งงาน

1. สามารถทำงานกับเครื่องจักรได้เป็นอย่างดี
2. มีความรู้เกี่ยวกับการรีดแผ่นยาง
3. มีความซื่อสัตย์ อดทน ตรงต่อเวลา

อัตราเงินเดือน 6,000 บาท

3. นายณรงค์ ทรัพย์ถวิล อายุ 28 ปี

ตำแหน่ง พนักงานควบคุมจักรรีดรีบ ตัวที่ 2

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. นำน้ำยางสดเทใส่ในพิมพ์

2. นายางที่แจ่งตัวเข้าจักรรีดเรียบตัวที่ 2

**การศึกษา** จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนท่ามะปริง

**คุณสมบัติตามตำแหน่งงาน**

1. สามารถทำงานกับเครื่องจักรได้เป็นอย่างดี
2. มีความรู้เกี่ยวกับการรีดแผ่นยาง
3. มีความซื่อสัตย์ อดทน ตรงต่อเวลา

**อัตราเงินเดือน** 6,000 บาท

4. นายเด่นชัย ทรัพย์ถวิล อายุ 25 ปี

**ตำแหน่ง** พนักงานควบคุมจักรรีดเรียบ ตัวที่ 3

**หน้าที่ความรับผิดชอบ**

1. นำยางที่รีดจากจักรรีดเรียบตัวที่ 1 เข้าจักรรีดดอกตัวที่ 1
2. นำยางที่รีดดอกแล้วไปตากที่ราวตาก

**การศึกษา** จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนท่ามะปริง

**คุณสมบัติตามตำแหน่งงาน**

1. สามารถทำงานกับเครื่องจักรได้เป็นอย่างดี
2. มีความรู้เกี่ยวกับการรีดแผ่นยาง
3. มีความซื่อสัตย์ อดทน ตรงต่อเวลา

**อัตราเงินเดือน** 6,000 บาท

5. นายอดิสร บัวสุข อายุ 38 ปี

**ตำแหน่ง** พนักงานควบคุมจักรรีดดอก

**หน้าที่ความรับผิดชอบ**

1. นำยางที่รีดจากจักรรีดเรียบตัวที่ 2 เข้าจักรรีดดอกตัวที่ 2
2. นำยางที่รีดดอกแล้วไปตากที่ราวตาก

**การศึกษา** จบการศึกษาระถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนท่ามะปริง

**คุณสมบัติตามตำแหน่งงาน**

1. สามารถทำงานกับเครื่องจักรได้เป็นอย่างดี
2. มีความรู้เกี่ยวกับการรีดแผ่นยาง
3. มีความซื่อสัตย์ อดทน ตรงต่อเวลา

อัตราเงินเดือน 6,000 บาท

6. นายสิทธิโชค ร่มเย็น อายุ 28 ปี

ตำแหน่ง พนักงานควบคุมเตารมควัน

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. นำแผ่นยางที่ตากแห้งแล้วเข้าเตารมควัน
2. ควบคุมอุณหภูมิของเตารมควัน
3. ใส่ฟืนในเตารมควัน
4. นำยางที่รมควันแล้วเก็บเข้าโรงเก็บยาง

การศึกษา จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนวัดบ้านนา

คุณสมบัติตามตำแหน่งงาน

1. มีประสบการณ์และความรู้ในการทำงานโรงงานรมควัน
2. มีความซื่อสัตย์ อุตุน ตรงต่อเวลา

อัตราเงินเดือน 7,000 บาท

7. นายกำพล รัตนโชติ อายุ 35 ปี

ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. ดูแลความสงบเรียบร้อยทั่วทั้งโรงงาน
2. ดูแลรักษาความปลอดภัยภายในโรงงาน

การศึกษา จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 โรงเรียนวัดบ้านนา

คุณสมบัติตามตำแหน่งงาน

1. มีความซื่อสัตย์สุจริต
2. มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

อัตราเงินเดือน 5,000 บาท

8. นายชนะ แก้วกิ่ง อายุ 37 ปี

ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. ดูแลความสงบเรียบร้อยทั่วทั้งโรงงาน

2. ดูแลรักษาความปลอดภัยภายในโรงงาน  
**การศึกษา** จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 โรงเรียนวัดบ้านนา  
**คุณสมบัติตามตำแหน่งงาน**  
 1. มีความซื่อสัตย์สุจริต  
 2. มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่  
**อัตราเงินเดือน** 5,000 บาท

9. นางพจนา แก้วกิ่ง อายุ 32 ปี  
**ตำแหน่ง** พนักงานรักษาความสะอาด  
**หน้าที่ความรับผิดชอบ**  
 1. ดูแลรักษาความสะอาดภายในโรงงานและสำนักงาน  
**การศึกษา** จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 โรงเรียนวัดบ้านนา  
**คุณสมบัติตามตำแหน่งงาน**  
 1. มีความซื่อสัตย์สุจริต  
 2. มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่  
**อัตราเงินเดือน** 5,000 บาท

ตารางที่ 6 จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของกิจการ

ลำดับ	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน	รวมเงินเดือน
1	เจ้าของกิจการ	1	12,000	12,000
2	ฝ่ายการผลิต	1	9,500	9,500
3	ฝ่ายจัดซื้อ	1	8,500	8,500
4	ฝ่ายบัญชีและการเงิน	1	8,500	8,500
5	พนักงานควบคุมจักรรีด	4	6,000	24,000
6	พนักงานควบคุมเตารมควัน	1	7,000	7,000
7	พนักงานขับรถ	1	5,000	5,000
8	เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2	5,000	10,000
9	พนักงานรักษาความสะอาด	1	5,000	5,000
รวม		13		89,500

### วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นโรงงานขนาดกลางที่มีประสิทธิภาพในด้านการผลิตยางแผ่นรมควันที่มีชื่อเสียงที่สุดในจังหวัดชุมพร เป็นที่ไว้วางใจให้กับชาวสวนยางพาราทั้งทางด้านความยุติธรรมในการให้ราคา และความรับผิดชอบต่อสังคม

### พันธกิจ (Mission)

1. มุ่งสร้างโรงงานที่ผลิตยางแผ่นรมควันอย่างมีคุณภาพ
2. มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน
3. เสริมสร้างความรู้สึกรับผิดชอบต่อสังคมกับพนักงาน

### เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal)

#### ระยะสั้น

1. สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ส่งมอบวัตถุดิบ ในการนำน้ำยางสดมาขายให้กับบริษัท และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชน

2. ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับความต้องการของตลาดยางพารา
3. ครองส่วนแบ่งตลาดทางด้านการรับซื้อยางพาราจากชาวสวนยาง 20 %
4. ธุรกิจมีกำไรขั้นต้น 40% จากการดำเนินงาน

#### ระยะยาว

1. ขยายกิจการเป็นโรงงานขนาดกลางที่สามารถรองรับวัตถุดิบจากชาวสวนได้มากขึ้น
2. เพิ่มกำลังการผลิตเป็น 2 เท่าของโรงงานเดิม
3. ครองส่วนแบ่งตลาดทางด้านการรับซื้อยางพาราจากชาวสวนยาง 70%
4. มีการเพิ่มสายการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เช่น ผลิตยางแท่ง ยางเครปขาว ยางแผ่นดิบ เป็นต้น
5. เปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจัดการส่งออกเอง โดยไม่ต้องผ่านตลาดกลางยางพารา
6. สร้างกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และพัฒนาคุณภาพสังคม

**ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor)**

1. พนักงานมีความเข้าใจในเป้าหมายของกิจการ และร่วมสร้างความสำเร็จตามเป้าหมาย
2. กิจการได้รับการตอบรับที่ดีจากคนในชุมชน
3. ผลิตภัณฑ์ของกิจการมีคุณภาพสูง เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างพารา
4. กิจการได้รับความไว้วางใจจากชาวสวนยางซึ่งเป็นผู้ส่งมอบน้ำยางสดมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 5

### แผนการตลาด

#### ผลิตภัณฑ์

สายผลิตภัณฑ์ของ อมรามการยาง มีความกว้างและความลึกของสายผลิตภัณฑ์เพียงสายเดียว คือ ยางแผ่นรมควัน เนื่องจากในสายการผลิตที่แท้จริงของยางแผ่นรมควันหนึ่งรอบนั้น ต้องใช้เวลาถึง 4 วัน ดังนั้นเพื่อการประหยัดงบประมาณและลดความยุ่งยากจึงมีการผลิตผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว



ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์ยางแผ่นรมควันชั้น 3



ภาพที่ 7 การบรรจุยางแผ่นรมควันก่อนการจัดส่ง

## STP Analysis

### 1. Segmentation

สำหรับการวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาดของ อมรรมการยาง โดยใช้วิธี Segmentation ที่แบ่งตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น กิจการสามารถใช้เพียงตัวแปรบางตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาด เพราะกิจการเป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่จัดส่งสินค้าเป็นวัตถุดิบอีกทอดหนึ่งเท่านั้น ไม่ได้เป็นธุรกิจที่ส่งสินค้าไปยังตลาดผู้บริโภค ซึ่งจากการแบ่งตามตัวแปรต่างๆ คือ การแบ่งตามอายุของลูกค้า การแบ่งตามสถานะของลูกค้า การแบ่งตามรายได้ การแบ่งตามภูมิศาสตร์ และการแบ่งตามพฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์ กิจการสามารถแบ่งส่วนตลาดโดยใช้ปัจจัยการแบ่งตามภูมิศาสตร์เท่านั้น คือ ลูกค้าในจังหวัดภาคใต้ เนื่องจากลูกค้าซึ่งเป็นตลาดรับซื้อยางพาราทั้งที่เป็นรายย่อย และรายใหญ่อยู่ในเขตภาคใต้เป็นส่วนใหญ่

### 2. Targeting

การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายของ อมรรมการยาง โดยการใช้กลยุทธ์ 6W's 1H's

2.1 Who constitutes the market? ตลาดเป้าหมายคือใคร ตลาดเป้าหมายเป็นตลาดรับซื้อยางพาราขนาดใหญ่ในเขตจังหวัดภาคใต้ ที่มีความต้องการยางพาราเป็นจำนวนมาก เพื่อนำไปใช้ในการเป็นวัตถุดิบของอุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ หรือใช้เพื่อการส่งออก

2.2 What does the market buy? ลูกค้าเป้าหมายซื้ออะไร ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นวัตถุดิบขั้นต้น ยางแผ่นรมควันชั้น 3

2.3 Why does the market buy? ทำไมลูกค้าจึงซื้อสินค้า เพราะลูกค้าต้องการวัตถุดิบขั้นต้นที่มีคุณภาพ เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าอื่นๆ และเพื่อการส่งออก

2.4 Who participates in the buying? ใครบ้างที่มีส่วนร่วมในการซื้อสินค้าของลูกค้า ผู้ที่มีส่วนร่วมในการซื้อสินค้าของลูกค้า คือ โรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นผู้ใช้วัตถุดิบ และประเทศผู้นำเข้ายางพารา

2.5 How does the market buy? ลูกค้าซื้ออย่างไร กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของตลาดยางพาราที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของ อมรรมการยาง คือ การคำนึงถึงคุณภาพของยางพาราเป็นสำคัญ โดยลูกค้าที่รับซื้อยางพารามักจะมีการตรวจสอบคุณภาพ และมีการจำแนกยางออกเป็นชั้นๆ คือ ยางแผ่นรมควันชั้น 3 ยางแผ่นรมควันชั้น 4 เป็นต้น และลูกค้าจะตีราคาของยางแต่ละชั้นแตกต่างกันไป

2.6 When does the market buy? ลูกค้าซื้อสินค้าของกิจการเมื่อใด ลูกค้าจะซื้อสินค้าของซื้อสินค้าของกิจการก็ต่อเมื่อตลาดต่างประเทศ และ โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ



ต้องการยางพาราเป็นวัตถุดิบในการผลิต และเมื่อลูกค้ามีความต้องการสำรองยางพาราไว้ในคลังสินค้าเพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดจำหน่ายต่อไป

2.7 Where does the market buy? ลูกค้าจะซื้อสินค้าที่ไหน ในการซื้อสินค้าของ อมรามรการยาง ลูกค้าจะซื้อได้โดยการติดต่อตกลงซื้อขายทางโทรศัพท์ แล้วกิจการจึงจะจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า เพราะลักษณะของลูกค้าเป็นตลาดรับซื้อรายใหญ่ที่มีการซื้อขายอยู่ตลอดเวลาจึงไม่สามารถออกมาซื้อด้วยตนเองได้

### 3. Position

ตำแหน่งของโรงงาน อมรามรการยาง ที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS



ภาพที่ 8 ตำแหน่งกิจการ อมรามรการยาง

จากการวิเคราะห์ตำแหน่งของโรงงาน จะเห็นได้ว่า

1. ตำแหน่งของ อมรามรการยาง มีลักษณะของสินค้าที่มีคุณภาพสูง และปราศจากสารปนเปื้อน เนื่องจากความพิถีพิถันในการผลิตแต่ละขั้นตอน และการคำนึงถึงคุณภาพเป็นสำคัญ นอกจากอมรามรการยางแล้วร้านรับซื้อยางพาราที่อยู่ในตำแหน่งเดียวกันกับ อมรามรการยาง ก็คือร้าน 2 ฟั่นองการยาง เพราะเป็นร้านที่รับซื้อเฉพาะน้ำยางสดเหมือนกัน แต่ร้าน 2 ฟั่นองการยางจะผลิตยางแผ่นดิบเพื่อส่งขาย ดังนั้นจึงต้องเน้นที่คุณภาพของยางพาราเช่นเดียวกัน

2. ร้านรับซื้อยางพาราที่มีคุณภาพต่ำและปราศจากสารปนเปื้อน ได้แก่ ร้านจำตัดการยางและท่ามะปริงการยางที่รับซื้อเฉพาะยางแผ่นดิบ เนื่องจากชาวสวนเป็นผู้ผลิตยางแผ่นดิบเองแล้วจึงนำมาขายกับร้านดังกล่าว จึงอาจทำให้เกิดเชื้อราซึ่งทำให้แผ่นยางกลายเป็นยางคุณภาพต่ำ ซึ่งทางร้านต้องรับซื้อไว้ทั้งหมด

3. ส่วนตำแหน่งของร้านในประเภทอื่นๆ คือ ยางพาราคุณภาพสูงและมีสารปนเปื้อน และยางพาราคุณภาพต่ำและมีสารปนเปื้อน ยังไม่มีปรากฏในเขตพื้นที่ตำบลบ้านนา เนื่องจากการรณรงค์การผลิตยางแผ่นดิบที่ปราศจากสารปนเปื้อนของชมรมคนรักยางของตำบลบ้านนาทำให้ทุกร้านต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

จากการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่า อมรรมการยาง อยู่ในตำแหน่งที่ดีกว่าคู่แข่ง 2 ราย คือ จำัดัดการยาง และท่ามะปริงการยาง และอยู่ในระดับที่เท่ากัน คือ สองพี่น้องการยาง ดังนั้น อมรรมการยางจึงสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมต่อไป

### การเปรียบเทียบคู่แข่ง

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์คู่แข่งโดยใช้หลักการ 4P's

อมรรมการยาง	สองพี่น้องการยาง	จำัดัดการยาง	ท่ามะปริงการยาง
<b>Product</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• สินค้าที่กิจการรับซื้อ คือ น้ำยางสด เพื่อนำมาผลิตเป็นยางแผ่นรมควัน</li> <li>• น้ำยางสดที่รับซื้อมีคุณภาพ และยางแผ่นรมควันที่ผลิตได้ก็เป็นผลิตภัณฑ์ของร้านมีคุณภาพสูงเช่นกัน</li> </ul>	<b>Product</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• สินค้าที่กิจการรับซื้อ คือ น้ำยางสด เพื่อนำมาผลิตเป็นยางแผ่นดิบ</li> <li>• น้ำยางสดที่รับซื้อ มีคุณภาพ และทางร้านมีการผลิตยางแผ่นดิบที่มีคุณภาพสูง</li> </ul>	<b>Product</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ยางแผ่นดิบทั้งที่มีคุณภาพสูง และคุณภาพต่ำจำหน่ายตามเกรดยางเป็นชั้นๆ</li> </ul>	<b>Product</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ยางแผ่นดิบทั้งที่มีคุณภาพสูง และคุณภาพต่ำจำหน่ายตามเกรดยางเป็นชั้นๆ รวมทั้งขี้ยางแห้ง</li> </ul>

ตารางที่ 7 (ต่อ)

อมรรมการยาง	สองพี่น้องการยาง	จำกัดการยาง	ท่ามะปริงการยาง
<p><b>Price</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ให้ราคาในการรับซื้อน้ำยางสดจากชาวสวนอิงตามราคาตลาดกลางยางพารา มีระดับการขึ้นลงตามราคาตลาด</li> <li>มีการให้ราคาปรับซื้อแยกตามคุณภาพของน้ำยาง โดยแบ่งระดับคุณภาพ และราคาแต่ละระดับอย่างชัดเจน</li> <li>ราคาในการจำหน่ายยางแผ่นรมควันของร้านถูกกำหนดโดยตลาดกลางที่มีการตกลงราคากันเมื่อสินค้าถูกส่งไปถึงตลาด</li> </ul>	<p><b>Price</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ให้ราคาในการรับซื้อน้ำยางสดจากชาวสวนอิงตามราคาตลาดกลางยางพารา มีระดับการขึ้นลงตามราคาตลาด</li> <li>ในการตั้งราคาปรับซื้อแยกตามคุณภาพนั้น จะให้ราคาน้ำยางสดที่มีคุณภาพดีในราคาที่สูง ส่วนน้ำยางที่ไม่ค่อยมีคุณภาพจะถูกกดราคาให้ต่ำมาก</li> <li>ราคาในการจำหน่ายยางแผ่นดิบถูกกำหนดโดยตลาดกลางยางพารา</li> </ul>	<p><b>Price</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การรับซื้อยางแผ่นดิบมีการอ้างอิงจากราคาตลาดกลางยางพารา และมีระดับการขึ้นลงตามราคาตลาด</li> <li>มีการให้ราคาในการรับซื้อยางแผ่นดิบเป็นเกรดใน ระดับราคาที่แตกต่างกัน ซึ่งช่วงห่างระหว่างราคาในแต่ละเกรดจะไม่แตกต่างกันมากนัก</li> <li>ราคาในการจำหน่ายยางแผ่นดิบถูกกำหนดโดยตลาดกลางยางพารา</li> </ul>	<p><b>Price</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การรับซื้อยางแผ่นดิบมีการอ้างอิงจากราคาตลาดกลางยางพารา และมีระดับการขึ้นลงตามราคาตลาด และมีการปรับปรุงราคาอย่างต่อเนื่อง</li> <li>มีการให้ราคาในการรับซื้อยางแผ่นดิบเป็นเกรดในระดับราคาที่แตกต่างกัน</li> <li>ราคาในการจำหน่ายยางแผ่นดิบถูกกำหนดโดยตลาดกลางยางพารา</li> </ul>

ตารางที่ 7 (ต่อ)

อมรรมการยาง	สองพี่น้องการยาง	จำกัดการยาง	ท่ามะปริงการยาง
<p><b>Place</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ที่ตั้งของกิจการอยู่ในเขตชุมชน ตำบลบ้านนาที่มีการทำสวนยางเป็นจำนวนมาก และตั้งอยู่ใกล้กับที่ทำ การชมรมคนรักยางพาราตำบลบ้านนา</li> </ul> <p><b>Promotion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>มีการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มผลผลิตน้ำยาง</li> <li>มีการจัดกิจกรรมรณรงค์การทำแผ่นยางที่ปราศจากสารปนเปื้อน</li> </ul>	<p><b>Place</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ที่ตั้งของร้านอยู่ติดกับถนนเส้นที่มีคนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก ง่ายต่อการสังเกต</li> </ul> <p><b>Promotion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>สำหรับผู้ที่ขายน้ำยางสดให้กับร้านเป็นระยะเวลานานสามารถตกลงราคากันไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะนำมาขายได้</li> </ul>	<p><b>Place</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ที่ตั้งของร้านตั้งอยู่บริเวณตลาดนัดของตำบลบ้านนา</li> </ul> <p><b>Promotion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ให้คำปรึกษาในการทำยางแผ่นดิบที่มีคุณภาพ</li> </ul>	<p><b>Place</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ใกล้กับร้านขายอุปกรณ์การทำสวนยางและเคมีภัณฑ์</li> </ul> <p><b>Promotion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>มีการแจกอุปกรณ์การทำยางแผ่นดิบหลายชนิดเมื่อถึงเทศกาลสำคัญๆ สำหรับผู้ที่นำยางมาขายเป็นเวลานาน</li> </ul>

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามชาวสวนยางพาราในเขตตำบลบ้านนา อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 50 คน และจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามโรงงานอุตสาหกรรมในเขต จังหวัดภาคใต้ จำนวน 10 โรงงาน สามารถนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ของ อมรามกรยาง ได้ดังต่อไปนี้

#### ตารางที่ 8 การวิเคราะห์การตลาด MARKETING MIX (4P's)

อมรามกรยาง	
<b>Product</b>	<p>จากแบบสอบถามในหัวข้อที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ พบว่า โรงงานอุตสาหกรรมต้องการยางแผ่นรมควันชั้น 3 ที่มีคุณภาพ ดังนั้นกิจการจึงสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ได้ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลิตภัณฑ์ของ อมรามกรยาง ผลิตจากวัตถุดิบที่ผ่านการคัดสรรอย่างมีคุณภาพ</li> <li>2. ผลิตภัณฑ์ของ อมรามกรยาง เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นทางด้านคุณภาพเป็นหลัก</li> </ol> <p>ปราศจากสารปนเปื้อน</p>
<b>Price</b>	<p>จากแบบสอบถามในหัวข้อที่เกี่ยวกับราคา พบว่า ชาวสวนยางพาราและโรงงานอุตสาหกรรมต้องการซื้อยางพาราตามราคาท้องตลาด ดังนั้นกิจการจึงสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ได้ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ในการตั้งราคาซื้อขายยางสดจากชาวสวนยาง จะมีเกณฑ์การตั้งราคาที่ชัดเจน โดยการอ้างอิงข้อมูลจากตลาดกลางยางพารา</li> <li>2. ในการตั้งราคาขายยางแผ่นรมควันชั้น 3 ให้กับโรงงานอุตสาหกรรมจะมีเกณฑ์การตั้งราคาที่ชัดเจน โดยการอ้างอิงข้อมูลจากตลาดกลางยางพารา</li> </ol>

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

## ตารางที่ 8 (ต่อ)

<b>อมรารการยาง</b>
<p><b>Place</b></p> <p>จากแบบสอบถามในหัวข้อที่เกี่ยวกับสถานที่ตั้ง พบว่า ชาวสวนยางพาราต้องการให้ร้านรับซื้อยางพาราตั้งอยู่ใกล้กับสวนยางพาราของชาวสวนมากที่สุด รองลงมา คือ ใกล้กับสถานที่ที่เป็นแหล่งพบปะของชาวบ้าน ดังนั้นกิจการจึงสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ได้ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถานที่ตั้งของ อมรารการยาง ตั้งใกล้กับสวนยางพาราของคนในชุมชนซึ่งง่ายและสะดวกในการออกรับซื้อน้ำยางในตอนเช้าของทุกวัน และเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในเรื่องของค่าน้ำมันในการเดินทางไปรับซื้อ</li> <li>2. อมรารการยาง ตั้งอยู่ใกล้กับชมรมคนรักยางของตำบลบ้านนา ซึ่งเป็นสถานที่ที่ชาวสวนยางต้องเดินทางมาติดต่ออยู่เป็นประจำจึงง่ายต่อการประชาสัมพันธ์กิจการโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย</li> <li>3. การตกแต่งสถานที่ภายในดูสะอาดตา เป็นระเบียบ และมีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัย ทั้งความปลอดภัยในการทำงานกับเครื่องจักรและอุบัติเหตุต่างๆ และสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี</li> </ol>
<p><b>Promotion</b></p> <p>จากแบบสอบถามในหัวข้อที่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย พบว่า ชาวสวนยางพาราต้องการให้มีบริการรับซื้อถึงสวนมากที่สุด และรองลงมาคือ มีการแจ้งข้อมูลราคาอย่างล่วงหน้า ดังนั้นกิจการจึงสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ได้ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีบริการรับซื้อน้ำยางสดจากสวนยางพาราเพื่อเพิ่มความสะดวกในการขายยางของชาวสวน</li> <li>2. มีการแจ้งข้อมูลราคาอย่างล่วงหน้าก่อนที่ราคาจะปรับตัวขึ้น/ลง อย่างสม่ำเสมอ</li> <li>3. มีการจัดกิจกรรมณรงค์เกี่ยวกับการรักษาคุณภาพยางพาราอยู่เสมอเพื่อแสดงให้เห็นว่ากิจการให้ความสำคัญและเห็นความสำคัญของวัตถุดิบที่มีคุณภาพ</li> <li>4. มีการจัดการให้คำแนะนำชาวสวนมือใหม่ในการทำสวนยางอย่างถูกวิธี เพื่อให้สามารถผลิตผลผลิตได้มากขึ้นและเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชาวสวนได้มากขึ้นด้วย</li> </ol>

**ตารางที่ 9** ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย

ประเภท	งบประมาณ
ป้ายโฆษณาขนาด 1.00 x 2.00 เมตร	12,000 บาท
หนังสือคู่มือ การรักษาคุณภาพยางพารา จำนวน 400 เล่ม	8,000 บาท

หมายเหตุ ในปีแรกมีการทำป้ายโฆษณาจำนวน 4 ป้าย และทำหนังสือจำนวน 400 เล่ม ในปีถัดมามีจำนวนลดลงเป็นลำดับ

**การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

ตลาดเป้าหมายของ อมรรารการยาง แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ตลาดรับซื้อยางพาราขนาดใหญ่ในจังหวัดภาคใต้ ได้แก่ ตลาดกลางยางพารา อ.หาดใหญ่ จ. สงขลา ตลาดกลางยางพาราจังหวัดสุราษฎร์ธานี และตลาดกลางยางพารา จ. นครศรีธรรมราช
2. กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ โรงงานรับซื้อยางพาราขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ที่มีอยู่ทั่วไป โรงงานที่เป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบสำคัญ เช่น โรงงานผลิตถุงมือยาง จุกนมเด็ก ของเล่นเด็ก กุ๊ยกางอนามัย ยางรถยนต์ เป็นต้น

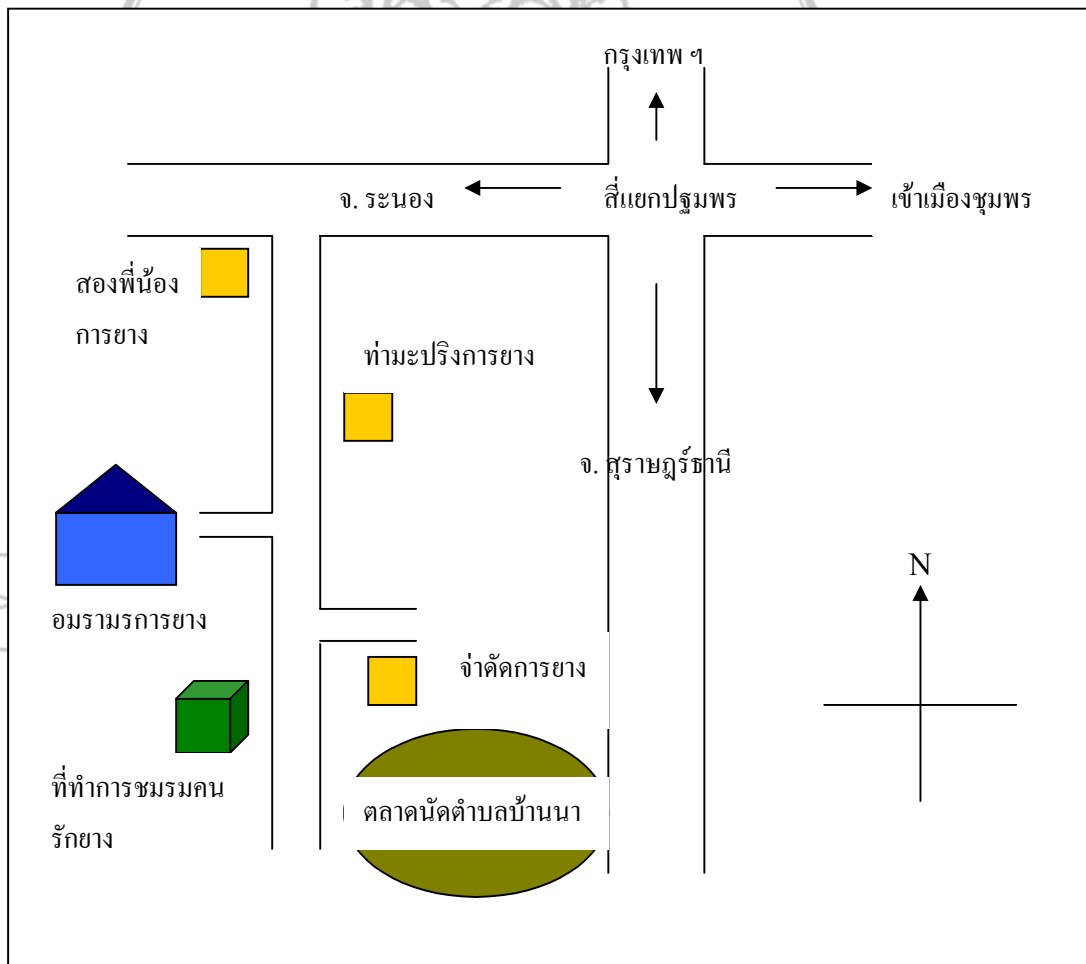
## บทที่ 6

### แผนการผลิต

#### สถานประกอบการในการผลิต

##### ที่ตั้งสถานที่

โรงงานและสำนักงาน : ตั้งอยู่เลขที่ 94/1 หมู่ 7 บ้านท่ามะปริง ตำบลบ้านนา อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร รหัสไปรษณีย์ 86120



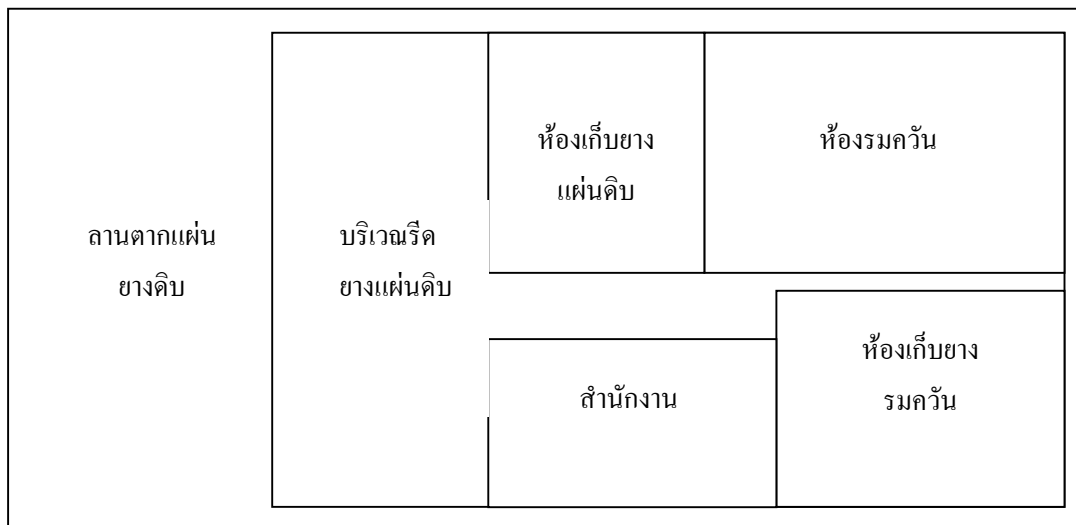
ภาพที่ 9 แผนที่สถานที่ตั้งโรงงาน



ตารางที่ 10 เครื่องจักร อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานทั้งหมด

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคา
	<b>เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต</b>		
1	เตารมควัน	2	500,000
2	จักรรีดเรียบ	2	40,000
3	จักรรีดดอก	2	40,000
4	ตาชั่งน้ำยางสด	1	12,000
5	ถังใส่น้ำยาง	40	4,000
6	พิมพ์ใส่น้ำยาง	4	1,000
7	ราวเหล็กตากแผ่นยาง	50	10,000
	<b>เครื่องใช้สำนักงาน</b>		
8	เครื่องคอมพิวเตอร์และปริ้นเตอร์	2	35,000
9	โต๊ะสำนักงาน	4	4,000
10	เก้าอี้สำนักงาน	4	2,000
11	วัสดุสำนักงาน	4	8,000
12	โทรศัพท์และแฟกซ์	2	2,000
13	เครื่องปรับอากาศ	1	17,000
	<b>ยานพาหนะ</b>		
14	รถยนต์	1	600,000
	<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>1,275,000</b>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 10 โครงสร้างภายในโรงงาน

#### ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	540	กิโลกรัม/วัน
อัตราประมาณการในการผลิต	300	กิโลกรัม/วัน
เป้าหมายหน่วยการผลิต	540	กิโลกรัม/วัน
เวลาที่ใช้ต่อรอบการผลิต	4	วัน
เวลาผลิตต่อวัน	24	ชั่วโมง
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	5	คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิตเฉลี่ย	25	บาท/ชั่วโมง

#### รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

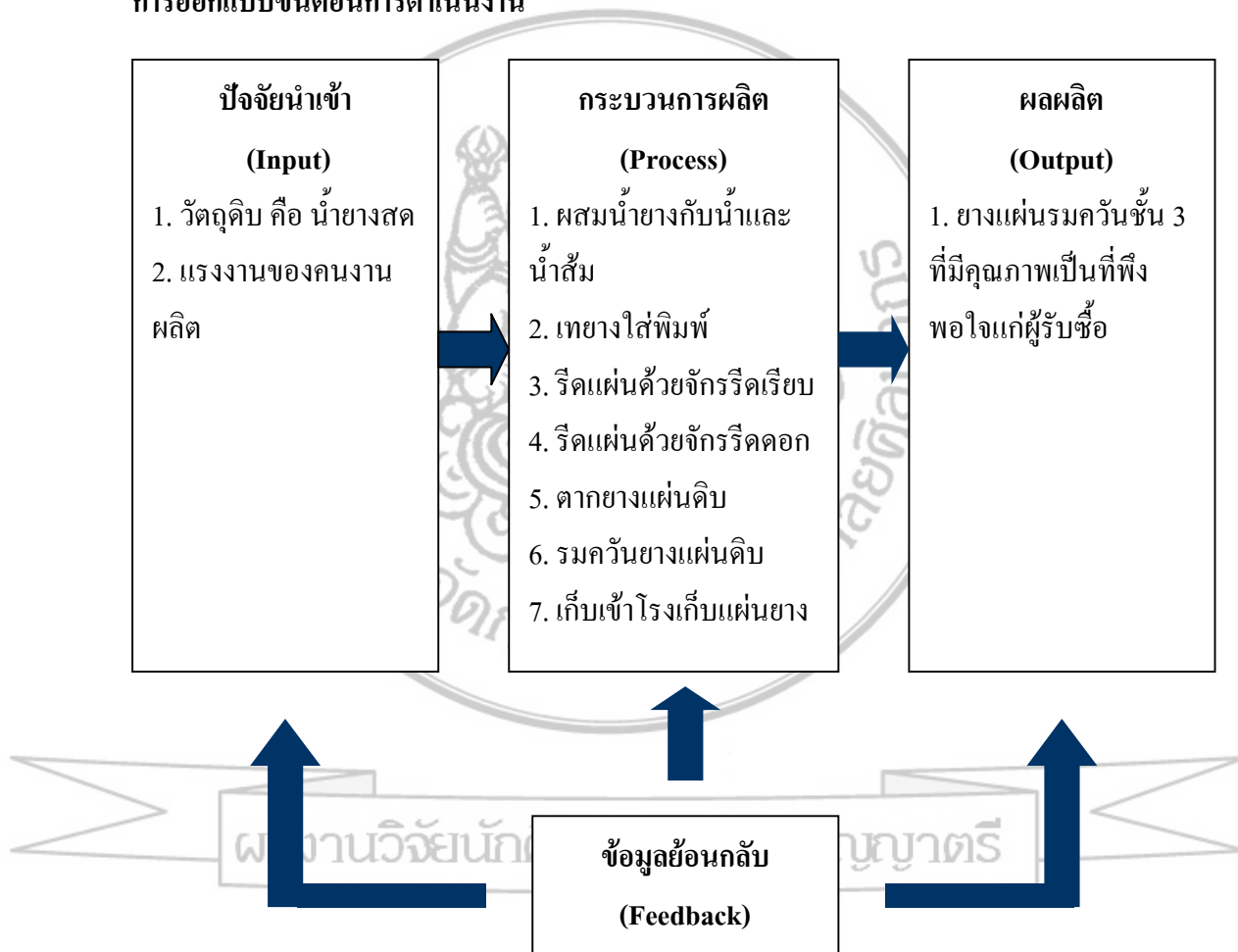
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยางแผ่นรมควัน ได้แก่

- น้ำยางสด เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตยางแผ่นรมควัน ซึ่งน้ำยางสดของธุรกิจได้มาจากการกรีดยางในสวนของเจ้าของกิจการ และจากการรับซื้อจากชาวสวนที่อยู่บริเวณใกล้เคียง
- น้ำ เป็นสิ่งที่ใช้ในการเจือจางน้ำยางสด โดยนำน้ำผสมกับน้ำยางสดในอัตราส่วน น้ำยางสด 4 ลิตรต่อน้ำ 2 ลิตร และนอกจากนั้นน้ำยังใช้เจือจางน้ำสั้มน้ำเชื้ออย่างอีกด้วย ในอัตราส่วน น้ำสั้มน้ำเชื้อ 2 ขวดต่อน้ำ 10 ลิตร

3. น้ำส้มฆ่าเชื้อยาง ใช้เพื่อเร่งให้ยางแข็งตัวเร็วขึ้น ใช้ผสมกับน้ำแล้วเพื่อเจือจางหนึ่งครั้ง ก่อนที่จะนำมาใส่ในน้ำยางสดที่เจือจางด้วยน้ำแล้วด้วยอัตราส่วนน้ำส้มเจือจาง 100 กรัม ต่อน้ำยางสดเจือจาง 6 ลิตร

4. โซดาไฟ ใช้ในการรองกันถังเพื่อให้น้ำยางแข็งตัวช้า จะใช้ในกระบวนการรับซื้อน้ำยางสดจากสวนของชาวสวนยาง การใช้โซดาไฟรองกันถังจะส่งผลให้ยางแข็งตัวได้ช้าถึง 2 วัน

#### การออกแบบขั้นตอนการดำเนินงาน



### ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. เริ่มตั้งแต่การรับซื้อน้ำยางสดจากสวนของชาวสวน โดยให้พนักงานขับรถรับซื้อน้ำยางขับรถไปรับซื้อถึงสวนยางพาราเอง ในการให้ราคารับซื้อนั้นจะขึ้นลงตามราคาของตลาดยางพารา เมื่อรับซื้อน้ำยางจากสวนหนึ่งแล้วก็ต้องไปรับซื้อในสวนต่อไปจนครบทุกสวนซึ่งอาจใช้เวลาพอสมควร ดังนั้นเพื่อให้ยางแข็งตัวจึงใช้โซดาไฟรองกันถึงไว้

2. เมื่อรถรับซื้อน้ำยางมาถึงโรงงานคนงานที่ทำหน้าที่รีดแผ่นยางจะนำน้ำยางมาตรวจสอบคุณภาพ

3. เมื่อตรวจสอบน้ำยางแล้วก็นำน้ำยางมาผสมน้ำในอัตราส่วนน้ำยางสด 4 ลิตรต่อน้ำ 2 ลิตร และผสมกับน้ำส้มที่ได้ทำการเจือจางไว้แล้ว หลังจากนั้นเทน้ำยางลงในพิมพ์ให้บางที่สุดเพื่อให้สามารถรีดได้ครั้งเดียวผ่านไม่ต้องมารีดซ้ำอีก ทิ้งน้ำยางให้แข็งตัวประมาณ 20 นาที

4. เมื่อยางแข็งตัวแล้วจึงนำมารีดด้วยจักรรีดเรียบ 1 ครั้ง แล้วส่งต่อไปกับจักรรีดดอกเพื่อรีดดอกยาง

5. เมื่อรีดจนน้ำยางในพิมพ์หมดแล้วจึงนำแผ่นที่รีดดอกแล้วไปตากที่ราวประมาณ 5 ชั่วโมงเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราขั้นแรก ยางที่ได้ในขั้นตอนนี้จะเป็นยางแผ่นใสและมีความสวยงามเรียกว่า ยางแก้ว

6. เมื่อแผ่นยางแห้งสนิทแล้วจึงนำไปรมควัน โดยการตากยางบนราวเหนือเตารมซึ่งประกอบด้วย 3 เก้า (คล้าย ๆ ลิ่นชักขนาดใหญ่) แต่ละเก้ามี 3 ชั้น แต่ละชั้นมี 10 ราวและแต่ละราวตากยางได้ 3 แผ่น ซึ่งเตา 1 เตาสามารถตากยางได้โดยประมาณ 270 แผ่น

7. เมื่อตากแล้วจึงก่อไฟด้วยไม้ฟืนเพื่อให้เกิดควัน ระหว่างการรมควันนั้นต้องควบคุมอุณหภูมิให้พอเหมาะและต้องคอยใส่ฟืนอยู่เสมอ คือประมาณทุก 4 ชั่วโมง ในขั้นตอนการรมควันนี้ใช้เวลาถึง 4 วัน 4 คืนเพื่อให้ยางแห้งที่สุด เรียกว่า ยางสุก เป็นการป้องกันการเกิดเชื้อราอีกขั้นหนึ่ง ดังนั้นจึงต้องนำยางแผ่นที่รีดได้แต่ละวันพักในโรงเก็บยางดิบก่อนเพื่อรอเข้าเตารมควัน

8. หลังจากที่รมควันเสร็จแล้วก็นำยางแผ่นรมควันเข้าเก็บในโรงเก็บยางเพื่อรอขายต่อไป

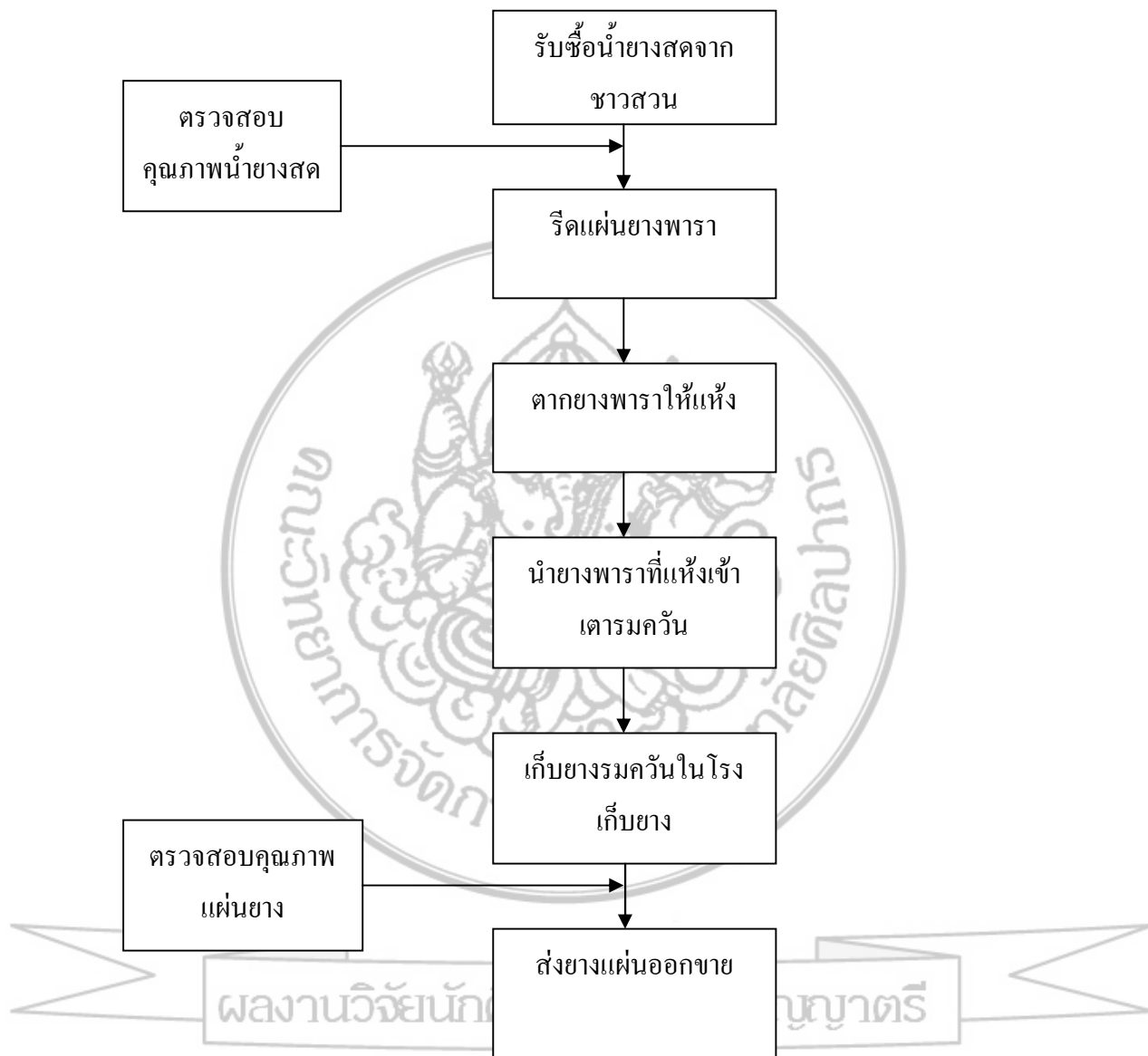
9. ในการขายยางแผ่นรมควันที่เป็นยางแก้วนั้น ขายให้กับตลาดกลางยางพารา  
 อ. หาดใหญ่ จ.สงขลา และโรงงานที่ใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบ เช่น โรงงานผลิตของเล่นเด็ก โรงงานผลิตถุงมือยาง โดยโรงงานจะต้องติดต่อกับตลาดก่อนว่าจะนำยางไปขายจำนวนเท่าไร ขายเมื่อไร ส่วนราคานั้นจะต้องไปตกลงกันที่ตลาด เพราะราคายางพารามีการขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา จึงจัดได้ว่าเป็นความเสี่ยงอย่างหนึ่งที่โรงงานต้องเผชิญ ยางพาราที่โรงงานนำไปขายจะถูกจัดเป็นประเภท ยางแผ่นรมควันชั้น 3 ซึ่งราคายางในแต่ละประเภทจะแตกต่างกัน ทางด้านการ

ขนส่งยางพาราไปขายที่ตลาดนั้น โรงงานจ้างบริษัทที่รับจ้างขนส่งสินค้าในการบรรทุกยางพาราไปขาย เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนในการขนส่งด้วยตนเอง (รัชชัช ปาน โรจน์ 2551)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน



ภาพที่ 11 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

บทที่ 7

แผนการเงิน

ตารางที่ 11 การประมาณการในการลงทุน

รายการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของผู้ถือหุ้น
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
<b>1. เงินทุนหมุนเวียน</b>				
1.1 เงินสดสำรองการดำเนินงาน	3,000,000.00	-	1,400,000.00	1,600,000.00
<b>รวมเงินทุนหมุนเวียน</b>	<b>3,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>1,400,000.00</b>	<b>1,600,000.00</b>
<b>2. ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์</b>				
2.1 ที่ดิน	300,000.00	-	-	300,000.00
2.2 อาคาร	600,000.00	-	-	600,000.00
2.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต				
สินค้ำ	610,000.00	-	-	610,000.00
2.4 เครื่องใช้สำนักงาน	70,000.00	-	-	70,000.00
2.5 ยานพาหนะ	600,000.00	-	600,000.00	-
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>2,180,000.00</b>	<b>-</b>	<b>600,000.00</b>	<b>1,580,000.00</b>
<b>3. รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน</b>				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	50,000.00	-	-	50,000.00
<b>รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน</b>	<b>50,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>50,000.00</b>
<b>รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น</b>	<b>5,230,000.00</b>	<b>-</b>	<b>2,000,000.00</b>	<b>3,230,000.00</b>
<b>อัตราส่วนหนี้สิน : ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1.00</b>		<b>0.38</b>	<b>0.62</b>

ตารางที่ 12 การชำระคืนเงินกู้รายปี

ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ดอกเบี้ย
1	2,000,000.00	400,000.00	160,000.00	560,000.00
2	1,600,000.00	400,000.00	128,000.00	528,000.00
3	1,200,000.00	400,000.00	96,000.00	496,000.00
4	800,000.00	400,000.00	64,000.00	464,000.00
5	400,000.00	400,000.00	32,000.00	432,000.00
รวม		2,000,000.00	480,000.00	2,480,000.00

หมายเหตุ อัตราดอกเบี้ย 8% ต่อปี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ตารางที่ 13 สินทรัพย์ และค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น (บาท)	อัตราค่าเสื่อม ราคา ต่อปี (%)	ค่าเสื่อมราคา ต่อปี (บาท)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
ที่ดิน	1	300,000.00	300,000.00	-	-	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00
อาคาร	1	600,000.00	600,000.00	5%	30,000.00	570,000.00	540,000.00	510,000.00	480,000.00	450,000.00
<b>เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต</b>										
เตารวมควัน	2	250,000.00	500,000.00	20%	100,000.00	400,000.00	300,000.00	200,000.00	100,000.00	2.00
จักรรีดเรียบ	2	20,000.00	40,000.00	20%	8,000.00	32,000.00	24,000.00	16,000.00	8,000.00	2.00
จักรรีดดอก	2	20,000.00	40,000.00	20%	8,000.00	32,000.00	24,000.00	16,000.00	8,000.00	2.00
ตาข่ายน้ำยางสด	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
ถังใส่น้ำยาง	40	100.00	4,000.00	20%	800.00	3,200.00	2,400.00	1,600.00	800.00	40.00
พิมพ์ใส่น้ำยาง	4	250.00	1,000.00	20%	200.00	800.00	600.00	400.00	200.00	4.00
ราวเหล็กตากแผ่นยาง	50	200.00	10,000.00	20%	2,000.00	8,000.00	6,000.00	4,000.00	2,000.00	50.00
<b>รวม</b>	<b>101</b>	<b>305,550.00</b>	<b>610,000.00</b>		<b>122,000.00</b>	<b>488,000.00</b>	<b>366,000.00</b>	<b>244,000.00</b>	<b>122,000.00</b>	<b>101.00</b>

ตารางที่ 13 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่า รวมทั้งสิ้น (บาท)	อัตรา ค่าเสื่อม ราคา ต่อปี (%)	ค่าเสื่อม ราคาต่อปี (บาท)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
<b>เครื่องใช้สำนักงาน</b>										
เครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	2	17,500.00	35,000.00	20%	7,000.00	28,000.00	21,000.00	14,000.00	7,000.00	2.00
โต๊ะสำนักงาน	4	1,000.00	4,000.00	20%	800.00	3,200.00	2,400.00	1,600.00	800.00	4.00
เก้าอี้สำนักงาน	4	500.00	2,000.00	20%	400.00	1,600.00	1,200.00	800.00	400.00	4.00
วัสดุสำนักงาน	4	2,000.00	8,000.00	20%	1,600.00	6,400.00	4,800.00	3,200.00	1,600.00	4.00
โทรศัพท์และ โทรสาร	2	2,000.00	4,000.00	20%	800.00	3,200.00	2,400.00	1,600.00	800.00	2.00
เครื่องปรับอากาศ	1	17,000.00	17,000.00	20%	3,400.00	13,600.00	10,200.00	6,800.00	3,400.00	1.00
<b>รวม</b>	<b>17</b>	<b>40,000.00</b>	<b>70,000.00</b>		<b>14,000.00</b>	<b>56,000.00</b>	<b>42,000.00</b>	<b>28,000.00</b>	<b>14,000.00</b>	<b>17.00</b>
ยานพาหนะ	1	600,000.00	600,000.00	20%	120,000.00	480,000.00	360,000.00	240,000.00	120,000.00	1.00
<b>รวมทั้งสิ้น</b>		<b>1,845,550.00</b>	<b>2,180,000.00</b>		<b>286,000.00</b>	<b>1,894,000.00</b>	<b>1,608,000.00</b>	<b>1,322,000.00</b>	<b>1,036,000.00</b>	<b>750,119.00</b>

ตารางที่ 14 การประมาณการขายรายเดือน

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 (กก.)													
ขายแผ่นรวมกัน	6,200.00	6,200.00	6,200.00	5,500.00	5,500.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	7,500.00	7,500.00	8,500.00	8,500.00	79,600.00
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	6,200.00	6,200.00	6,200.00	5,500.00	5,500.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	7,500.00	7,500.00	8,500.00	8,500.00	79,600.00
ราคาสินค้า (บาท/กก.)													
ขายแผ่นรวมกัน	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00
รายได้จากการขาย (บาท)													
ขายแผ่นรวมกัน	403,000.00	403,000.00	403,000.00	357,500.00	357,500.00	390,000.00	390,000.00	390,000.00	487,500.00	487,500.00	552,500.00	552,500.00	5,174,000.00
รวมรายได้สะสม (บาท)	403,000.00	403,000.00	403,000.00	357,500.00	357,500.00	390,000.00	390,000.00	390,000.00	487,500.00	487,500.00	552,500.00	552,500.00	5,174,000.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 14 (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
<b>ประมาณการลูกหนี้การค้า</b>													
ขายเงินสด	241,800.00	241,800.00	241,800.00	214,500.00	214,500.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	292,500.00	292,500.00	331,500.00	331,500.00	3,104,400.00
ขายเงินเชื่อ	161,200.00	161,200.00	161,200.00	143,000.00	143,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00	195,000.00	195,000.00	221,000.00	221,000.00	2,069,600.00
ระยะเวลาในการให้เครดิต	30 วัน	30 วัน	30 วัน	30 วัน	30 วัน	30 วัน	30 วัน	30 วัน	30 วัน	30 วัน	30 วัน	30 วัน	
<b>รวมยอดขาย</b>	<b>403,000.00</b>	<b>403,000.00</b>	<b>403,000.00</b>	<b>357,500.00</b>	<b>357,500.00</b>	<b>390,000.00</b>	<b>390,000.00</b>	<b>390,000.00</b>	<b>487,500.00</b>	<b>487,500.00</b>	<b>552,500.00</b>	<b>552,500.00</b>	<b>5,174,000.00</b>
<b>ประมาณเงินสดรับจากการขายสินค้า</b>													
เงินสดรับจากการขายเงินสด	241,800.00	241,800.00	241,800.00	214,500.00	214,500.00	234,000.00	234,000.00	234,000.00	292,500.00	292,500.00	331,500.00	331,500.00	3,104,400.00
เก็บเงินจากลูกหนี้	0.00	161,200.00	161,200.00	161,200.00	143,000.00	143,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00	195,000.00	195,000.00	221,000.00	1,848,600.00
<b>เงินสดรับการขาย (บาท)</b>	<b>241,800.00</b>	<b>403,000.00</b>	<b>403,000.00</b>	<b>375,700.00</b>	<b>357,500.00</b>	<b>377,000.00</b>	<b>390,000.00</b>	<b>390,000.00</b>	<b>448,500.00</b>	<b>487,500.00</b>	<b>526,500.00</b>	<b>552,500.00</b>	<b>4,953,000.00</b>

หมายเหตุ : ยอดขายเดือนที่ 4 และ 5 ลดลงเนื่องจากเป็นฤดูร้อนทำให้ปริมาณน้ำยางสดลดลงยอดขายเดือนที่ 7-12 เพิ่มขึ้นตามลำดับเนื่องจากเป็นฤดูหนาวมีสภาพอากาศที่เหมาะสมต่อการออกของน้ำยางสด

ตารางที่ 15 การประมาณรายได้จากการขายสินค้าและบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าขาย (กก.)					
ยางแผ่นรมควัน	79,600.00	85,000.00	95,000.00	110,000.00	120,000.00
<b>รวมจำนวนสินค้าที่ขาย</b>	<b>79,600.00</b>	<b>85,000.00</b>	<b>95,000.00</b>	<b>110,000.00</b>	<b>120,000.00</b>
ราคาสินค้า (บาท/กก.)					
ยางแผ่นรมควัน	65.00	70.00	75.00	80.00	85.00
<b>รวมสินค้าเฉลี่ย (บาท)</b>	<b>65.00</b>	<b>70.00</b>	<b>75.00</b>	<b>80.00</b>	<b>85.00</b>
รายได้จากการขาย (บาท)					
ยางแผ่นรมควัน	5,174,000.00	5,950,000.00	7,125,000.00	8,800,000.00	10,200,000.00
<b>รวมรายได้สะสม (บาท)</b>	<b>5,174,000.00</b>	<b>5,950,000.00</b>	<b>7,125,000.00</b>	<b>8,800,000.00</b>	<b>10,200,000.00</b>
ลูกหนี้การค้า (บาท)	221,000.00	232,050.00	250,614.00	275,675.40	308,756.45
<b>เงินสดรับการขาย (บาท)</b>	<b>4,953,000.00</b>	<b>5,938,950.00</b>	<b>7,106,436.00</b>	<b>8,774,938.60</b>	<b>10,166,918.95</b>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 16 การประมาณการต้นทุนในการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>จำนวนซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (ก.ก.)</b>					
น้ำยางสด	54,000.00	56,700.00	58,320.00	59,400.00	60,480.00
น้ำส้มมาเชื้อ	21,600.00	22,680.00	23,328.00	23,760.00	24,192.00
โซดาไฟ	270.00	283.50	291.60	297.00	302.40
<b>ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบทางตรง (บาท/ก.ก.)</b>					
น้ำยางสด	42.00	45.00	48.00	51.00	54.00
น้ำส้มมาเชื้อ	25.00	27.00	29.00	31.00	33.00
โซดาไฟ	50.00	55.00	60.00	65.00	70.00
<b>ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)</b>					
น้ำยางสด	2,268,000.00	2,551,500.00	2,799,360.00	3,029,400.00	3,265,920.00
น้ำส้มมาเชื้อ	540,000.00	612,360.00	676,512.00	736,560.00	798,336.00
โซดาไฟ	13,500.00	15,592.50	17,496.00	19,305.00	21,168.00
<b>รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)</b>	<b>2,821,500.00</b>	<b>3,179,452.50</b>	<b>3,493,368.00</b>	<b>3,785,265.00</b>	<b>4,085,424.00</b>
บวก ค่าขนส่งเข้า	36,000.00	36,400.00	36,800.00	37,000.00	37,200.00
<b>ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ</b>	<b>2,857,500.00</b>	<b>3,215,852.50</b>	<b>3,530,168.00</b>	<b>3,822,265.00</b>	<b>4,122,624.00</b>
บวก วัตถุดิบทางตรงต้นงวด	0.00	285,750.00	321,585.25	353,016.80	382,226.50
หัก วัตถุดิบทางตรงปลายงวด	285,750.00	321,585.25	353,016.80	382,226.50	412,262.40
<b>วัตถุดิบทางตรงที่ใช้ไปในการผลิต</b>	<b>2,571,750.00</b>	<b>3,180,017.25</b>	<b>3,498,736.45</b>	<b>3,793,055.30</b>	<b>4,092,588.10</b>
<b>เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)</b>	<b>2,857,500.00</b>	<b>3,215,852.50</b>	<b>3,530,168.00</b>	<b>3,822,265.00</b>	<b>4,122,624.00</b>

ตารางที่ 17 การประมาณการต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)</b>					
ค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิตสินค้า	2,571,750.00	3,180,017.25	3,498,736.45	3,793,055.30	4,092,588.10
ค่าแรงงานทางตรงในการผลิตสินค้า	606,000.00	622,800.00	639,600.00	656,400.00	673,200.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
ค่าไฟฟ้า น้ำประปา	100,000.00	120,000.00	140,000.00	160,000.00	180,000.00
ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์	-	10,000.00	12,000.00	14,000.00	16,000.00
<b>รวมต้นทุนการผลิตสินค้า</b>	<b>3,377,750.00</b>	<b>4,032,817.25</b>	<b>4,390,336.45</b>	<b>4,723,455.30</b>	<b>5,061,788.10</b>
<b>ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)</b>					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์	122,000.00	122,000.00	122,000.00	122,000.00	121,899.00
<b>รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต</b>	<b>122,000.00</b>	<b>122,000.00</b>	<b>122,000.00</b>	<b>122,000.00</b>	<b>121,899.00</b>
<b>รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น</b>	<b>3,499,750.00</b>	<b>4,154,817.25</b>	<b>4,512,336.45</b>	<b>4,845,455.30</b>	<b>5,183,687.10</b>
<b>สินค้าคงเหลือ (บาท)</b>					
บวก สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	349,975.00	415,481.73	451,233.65	484,545.53
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	349,975.00	415,481.73	451,233.65	484,545.53	518,368.71
<b>รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)</b>	<b>3,149,775.00</b>	<b>4,089,310.53</b>	<b>4,476,584.53</b>	<b>4,812,143.42</b>	<b>5,149,863.92</b>
<b>เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต</b>	<b>806,000.00</b>	<b>852,800.00</b>	<b>891,600.00</b>	<b>930,400.00</b>	<b>969,200.00</b>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

**ตารางที่ 18** การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)</b>					
เงินเดือนบุคลากร	468,000.00	482,400.00	496,800.00	511,200.00	525,600.00
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	20,000.00	14,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	24,000.00	24,500.00	25,000.00	25,500.00	26,000.00
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	96,000.00	96,500.00	97,000.00	97,500.00	98,000.00
ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์	18,000.00	18,300.00	18,500.00	18,700.00	18,900.00
ค่าใช้จ่ายยานพาหนะ	220,000.00	246,000.00	248,000.00	250,000.00	252,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเริ่มแรก	50,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>946,000.00</b>	<b>931,700.00</b>	<b>945,300.00</b>	<b>962,900.00</b>	<b>980,500.00</b>
<b>ค่าเสื่อมราคาส่วนการขายและบริหาร</b>					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	13,983.00
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	119,999.00
<b>รวมค่าเสื่อมราคา</b>	<b>164,000.00</b>	<b>164,000.00</b>	<b>164,000.00</b>	<b>164,000.00</b>	<b>163,982.00</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>1,110,000.00</b>	<b>1,095,700.00</b>	<b>1,109,300.00</b>	<b>1,126,900.00</b>	<b>1,144,482.00</b>
<b>เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>946,000.00</b>	<b>931,700.00</b>	<b>945,300.00</b>	<b>962,900.00</b>	<b>980,500.00</b>

ผลงานวิจัยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี



### ตารางที่ 19 การประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	5,174,000.00	5,950,000.00	7,125,000.00	8,800,000.00	10,200,000.00
<b>รวมรายได้</b>	<b>5,174,000.00</b>	<b>5,950,000.00</b>	<b>7,125,000.00</b>	<b>8,800,000.00</b>	<b>10,200,000.00</b>
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	3,149,775.00	4,089,310.53	4,476,584.53	4,812,143.42	5,149,863.92
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>2,024,225.00</b>	<b>1,860,689.48</b>	<b>2,648,415.47</b>	<b>3,987,856.59</b>	<b>5,050,136.08</b>
หัก-ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,110,000.00	1,095,700.00	1,109,300.00	1,126,900.00	1,144,482.00
<b>กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย</b>	<b>914,225.00</b>	<b>764,989.48</b>	<b>1,539,115.47</b>	<b>2,860,956.59</b>	<b>3,905,654.08</b>
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	160,000.00	128,000.00	96,000.00	64,000.00	32,000.00
<b>กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักภาษีเงินได้</b>	<b>754,225.00</b>	<b>636,989.48</b>	<b>1,443,115.47</b>	<b>2,796,956.59</b>	<b>3,873,654.08</b>
หัก - ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	35,000.00	81,997.90	287,734.64	684,286.98	997,696.22
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>719,225.00</b>	<b>554,991.58</b>	<b>1,155,380.83</b>	<b>2,112,669.61</b>	<b>2,875,957.86</b>
<b>กำไรสะสม</b>	<b>719,225.00</b>	<b>1,274,216.58</b>	<b>2,429,597.41</b>	<b>4,542,267.02</b>	<b>7,418,224.87</b>

#### ตารางแสดงการคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา คำนวณจ่ายตามจริง

การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย	914,225.00	764,989.48	1,539,115.47	2,860,956.59	3,905,654.08
(หัก) ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
<b>เงินได้พึงประเมินสุทธิ</b>	<b>884,225.00</b>	<b>734,989.48</b>	<b>1,509,115.47</b>	<b>2,830,956.59</b>	<b>3,875,654.08</b>
ช่วงภาษี 0-150,000 บาท ได้รับการยกเว้น	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี 150,000-500,000 บาท อัตราภาษี 10%	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00
ช่วงภาษี 500,001-1,000,000 บาท อัตราภาษี 20%	0.00	46,997.90	100,000.00	100,000.00	100,000.00
ช่วงภาษี 1,000,001-4,000,000 บาท อัตราภาษี 30%	0.00	0.00	152,734.64	549,286.98	862,696.22
ช่วงภาษี 4,000,000 บาทขึ้นไป อัตราภาษี 37%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา</b>	<b>35,000.00</b>	<b>81,997.90</b>	<b>287,734.64</b>	<b>684,286.98</b>	<b>997,696.22</b>

**ตารางที่ 20** การประมาณงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	4,953,000.00	5,938,950.00	7,106,436.00	8,774,938.60	10,166,918.95
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	(2,857,500.00)	(3,215,852.50)	(3,530,168.00)	(3,822,265.00)	(4,122,624.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ยในการผลิต	(806,000.00)	(852,800.00)	(891,600.00)	(930,400.00)	(969,200.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ยในการขายและบริหาร	(946,000.00)	(931,700.00)	(945,300.00)	(962,900.00)	(980,500.00)
เงินสดจ่ายชำระคืนดอกเบี้ย	(160,000.00)	(128,000.00)	(96,000.00)	(64,000.00)	(32,000.00)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	(35,000.00)	(81,997.90)	(287,734.64)	(684,286.98)
<b>กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>183,500.00</b>	<b>775,597.50</b>	<b>1,561,370.11</b>	<b>2,707,638.96</b>	<b>3,378,307.98</b>
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน</b>					
เงินสดจ่ายลงทุนในที่ดิน	(300,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในอาคาร	(600,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต	(610,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	(70,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในยานพาหนะ	(600,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน</b>	<b>(2,180,000.00)</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>					
เงินสดรับจากการกู้ยืม	2,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดรับจากเจ้าของ	3,230,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	(400,000.00)	(400,000.00)	(400,000.00)	(400,000.00)	(400,000.00)
<b>กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>	<b>4,830,000.00</b>	<b>(400,000.00)</b>	<b>(400,000.00)</b>	<b>(400,000.00)</b>	<b>(400,000.00)</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>2,833,500.00</b>	<b>375,597.50</b>	<b>1,161,370.11</b>	<b>2,307,638.96</b>	<b>2,978,307.98</b>
บวก กระแสเงินสดต้นงวด	0.00	2,833,500.00	3,209,097.50	4,370,467.61	6,678,106.56
<b>กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด</b>	<b>2,833,500.00</b>	<b>3,209,097.50</b>	<b>4,370,467.61</b>	<b>6,678,106.56</b>	<b>9,656,414.54</b>

ตารางที่ 21 การประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>					
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	2,833,500.00	3,209,097.50	4,370,467.61	6,678,106.56	9,656,414.54
ลูกหนี้การค้า	221,000.00	232,050.00	250,614.00	275,675.40	308,756.45
สินค้าคงเหลือ	635,725.00	737,066.98	804,250.45	866,772.03	930,631.11
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>3,690,225.00</b>	<b>4,178,214.48</b>	<b>5,425,332.05</b>	<b>7,820,553.99</b>	<b>10,895,802.10</b>
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>					
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์-สุทธิ	1,894,000.00	1,608,000.00	1,322,000.00	1,036,000.00	750,119.00
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>1,894,000.00</b>	<b>1,608,000.00</b>	<b>1,322,000.00</b>	<b>1,036,000.00</b>	<b>750,119.00</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>5,584,225.00</b>	<b>5,786,214.48</b>	<b>6,747,332.05</b>	<b>8,856,553.99</b>	<b>11,645,921.10</b>
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	35,000.00	81,997.90	287,734.64	684,286.98	997,696.22
เงินกู้ระยะยาวที่กำหนดชำระในปี	400,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00	0.00
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>435,000.00</b>	<b>481,997.90</b>	<b>687,734.64</b>	<b>1,084,286.98</b>	<b>997,696.22</b>
<b>หนี้สินไม่หมุนเวียน</b>					
เงินกู้ระยะยาว	1,200,000.00	800,000.00	400,000.00	0.00	0.00
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>	<b>1,200,000.00</b>	<b>800,000.00</b>	<b>400,000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>1,635,000.00</b>	<b>1,281,997.90</b>	<b>1,087,734.64</b>	<b>1,084,286.98</b>	<b>997,696.22</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
ทุน-นางสาว ศาวิตรี	3,230,000.00	3,230,000.00	3,230,000.00	3,230,000.00	3,230,000.00
กำไรสะสม	719,225.00	1,274,216.58	2,429,597.41	4,542,267.02	7,418,224.87
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>3,949,225.00</b>	<b>4,504,216.58</b>	<b>5,659,597.41</b>	<b>7,772,267.02</b>	<b>10,648,224.87</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>5,584,225.00</b>	<b>5,786,214.48</b>	<b>6,747,332.05</b>	<b>8,856,553.99</b>	<b>11,645,921.10</b>

**ตารางที่ 22** การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน</b>					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	8.48	8.67	7.89	7.21	10.92
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	7.02	7.14	6.72	6.41	9.99
<b>อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์</b>					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	9.00	9.84	9.92	9.93	9.93
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover Period)	40.56	37.08	36.79	36.75	36.74
อัตรากาหมุนของสินทรัพย์ถาวร	1.50	2.00	3.31	6.45	12.87
อัตรากาหมุนของสินทรัพย์รวม	0.51	0.55	0.65	0.75	0.83
<b>อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้</b>					
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)	0.29	0.22	0.16	0.12	0.09
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)	0.41	0.28	0.19	0.14	0.09
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	5.71	5.98	16.03	44.70	122.05
<b>อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร</b>					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.13	0.10	0.17	0.24	0.25
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	0.18	0.12	0.20	0.27	0.27
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	0.41	0.31	0.37	0.45	0.50
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	0.15	0.11	0.20	0.32	0.38
<b>ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน</b>					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	314,025.25 บาท				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	9.88%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	4 ปี 3 เดือน				

## บทที่ 8

### แผนฉุกเฉิน

ตารางที่ 23 แผนฉุกเฉิน

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	ระยะเวลาที่ใช้ในการรวมวันนานถึง 4 วัน	ทำให้เสียเวลาในแต่ละรอบการผลิต เนื่องจากขั้นตอนในการรีดแผ่นใช้เวลาเพียง 5 ชั่วโมง แต่การรวมวันใช้เวลายาวนานถึง 4 วัน อาจส่งผลให้เกิดการผลิตที่ไม่ทันกับความต้องการของตลาด หรือผลิตไม่ทันกับการปรับตัวของราคา	เนื่องจากการขั้นตอนในการผลิตของแผ่นรวมวันต้องใช้เวลาจนถึงจะได้ผลผลิตที่สมบูรณ์ ดังนั้นจึงต้องมีการเพิ่มสายการผลิต อย่างเช่น มีการผลิตของแผ่นดิบเพื่อส่งขายโดยที่ไม่ต้องรวมวันเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กับกิจการ
2	ราคาของยางพาราที่มีการปรับตัวขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา	ทำให้ไม่สามารถคาดคะเนราคา รับซื้อน้ำยางสด และราคาขายของแผ่นรวมวันได้อย่างถูกต้องแน่นอน ทำให้เกิดความเสี่ยงอย่างมากในการกำหนดราคาทั้งการรับซื้อและการส่งขาย หากมีการคาดคะเนราคาผิดพลาดไปอาจทำให้ธุรกิจเกิดการขาดทุนได้	มีการติดตั้งโปรแกรมที่สามารถวิเคราะห์แนวโน้มของราคาของยางพาราเพื่อหาวิธีการหรือข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาปรับใช้กับธุรกิจ
3	เกิดความเสียหายของผลิตภัณฑ์ในระหว่างการดำเนินการผลิต	เป็นค่าเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายของกิจการโดยไม่จำเป็น	มีการตรวจสอบเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดความผิดพลาดในการผลิต และมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าในระหว่างการผลิตอย่างต่อเนื่อง



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 9

### แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

เนื่องจากกิจการเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวในการบริหารงานจึงมีการใช้การตัดสินใจจากคนเพียงคนเดียว ซึ่งอาจทำให้เกิดความผิดพลาดในการตัดสินใจขึ้นได้ และลักษณะของธุรกิจมีความเสี่ยงสูงในด้านการคาดคะเนราคาของยางพาราทั้งทางด้านการคาดคะเนราคารับซื้อ และราคาขายส่งจึงต้องใช้ความเชี่ยวชาญในด้านนี้โดยเฉพาะ ซึ่งเจ้าของธุรกิจอาจจะมีความสามารถในด้านการคาดคะเนไม่เพียงพอ จึงต้องมีการศึกษาหาความรู้ในด้านนี้เพิ่มเติมเพื่อสร้างความมั่นคงให้ธุรกิจ อาจจะต้องเข้าเรียนทางด้านการพยากรณ์โดยตรง หรือการเข้ารับการอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการคาดคะเนและการพยากรณ์ นอกจากนี้ยังต้องอาศัยผู้ที่เชี่ยวชาญและผู้ที่มีความประสพการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับยางพารามาเป็นเวลานานจะช่วยให้การดำเนินงานดีขึ้นหรือสะดวกขึ้น

#### ตารางที่ 24 แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ลำดับ	งานที่ต้องปรับปรุง	วิธีการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1	การเพิ่มศักยภาพของตนเอง และพนักงาน	เข้ารับการศึกษเพิ่มเติมทางด้านการพยากรณ์ และเข้ารับการฝึกอบรมในการบริหารงานของผู้ประกอบการ และจัดให้พนักงานเข้ารับการฝึกอบรมทางด้านอาชีพเพิ่มเติม	เพื่อให้เจ้าของธุรกิจสามารถบริหารกิจการได้ดีขึ้น และเพิ่มความสามารถในการตัดสินใจแก้ไขปัญหา
2	การเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน และการผลิตสินค้า	มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ และมีการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าในขั้นตอนของการผลิต	เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ทางด้านราคาและปริมาณความต้องการสินค้า เพื่อลดปริมาณสินค้าที่เสียหายและเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างรวดเร็ว



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



### บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการเกษตร. การผลิตยางแผ่นคุณภาพดี การซื้อขายน้ำยางสด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย, 2541.

พฤษภาคารเกษตร. ราคาสินค้าพฤษภา 3 [online]. Accessed 15 August 2008. Available from <http://www.kasat-thai.com>

ยางพารา. สรุปสถานการณ์ยาง [online]. Accessed 17 August 2008. Available from <http://www.yangpara.com>

สุรศักดิ์ สุทธิสงค์. การทำสวนยางอย่างได้แก่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ที. อาร์. ไอ. โกลบอล จำกัด, 2548.

สุทัศน์ ภูมิวิจิตรชัย. คู่มือปลูกยางพารา. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ส่งเสริมและฝึกอบรมการเกษตร, 2548.

สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง. แผนภูมิยางพารา [online]. Accessed 17 August 2008. Available from <http://www.rubber.co.th>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี



ยางแผ่นรมควัน



การบรรจุยางแผ่นรมควัน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



น้ำยางสด



น้ำ



น้ำกรดฟอร์มิก

ผลงานวิจัย

ภาควิชา



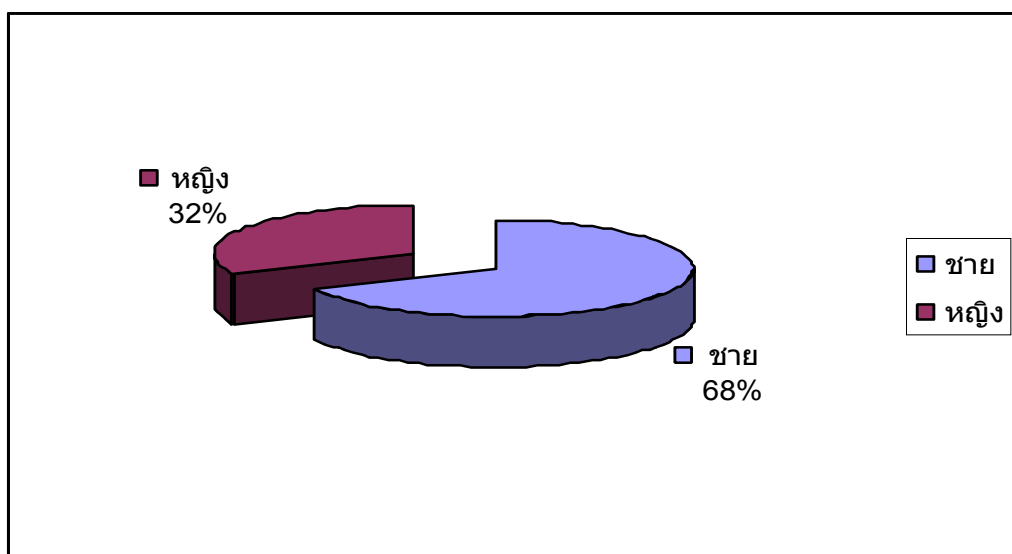
ภาคผนวก ค  
กราฟข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

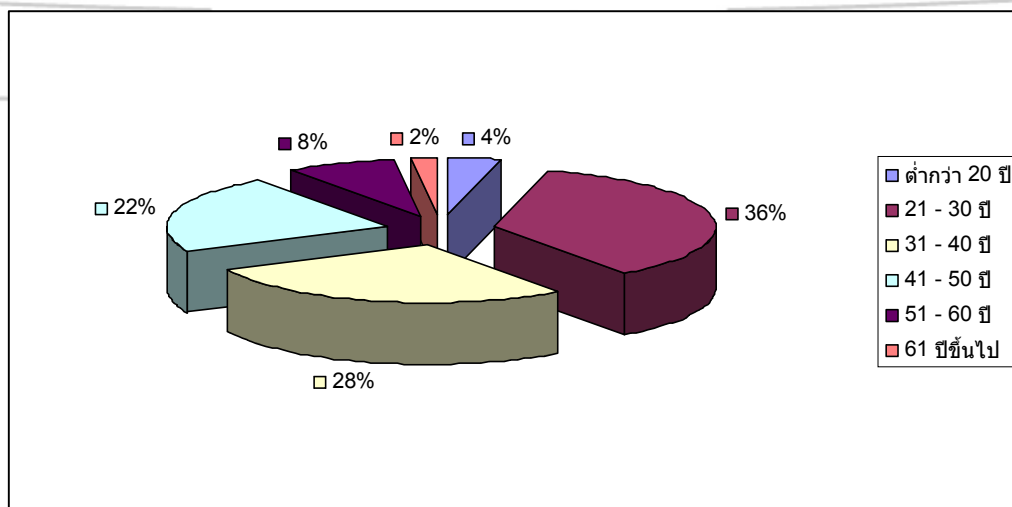
ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากชาวสวนยางพาราในเขตตำบลบ้านนา อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 50 คน ได้ผลสรุปของการสำรวจต่อไปนี้

### ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคล

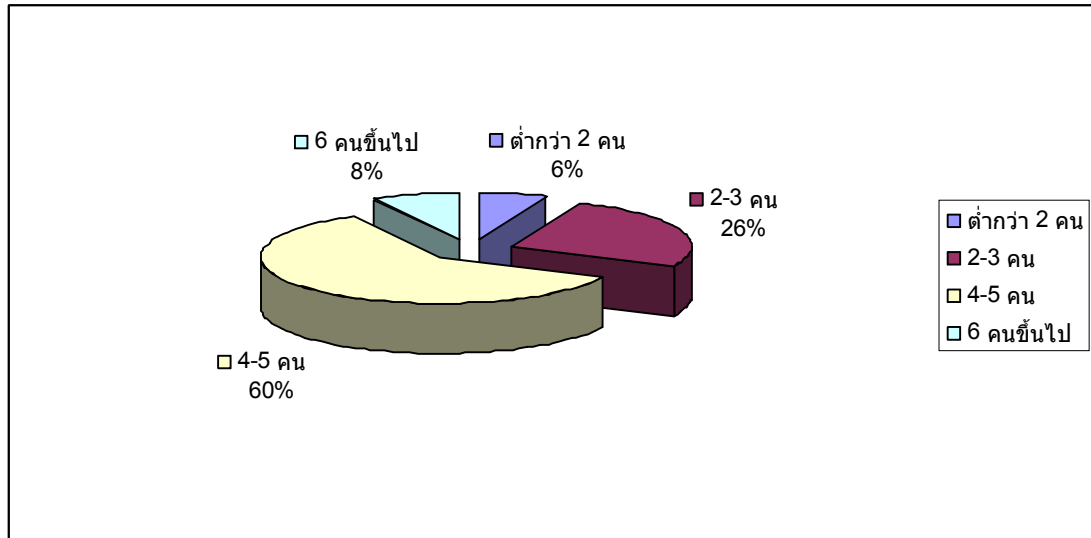
1. เพศ จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรามรการยาง มีเพศชาย ร้อยละ 68 เพศหญิงร้อยละ 32



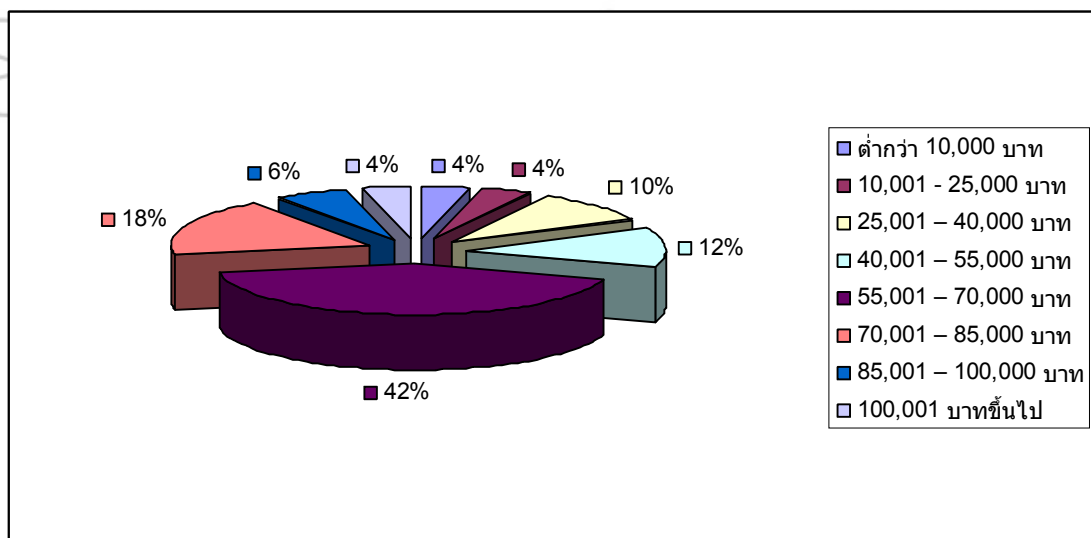
2. อายุ จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรามรการยาง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 4, อายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 36, อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 28, อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 22, อายุ 51 – 60 ปี ร้อยละ 8 และอายุ 60 ปีขึ้นไปร้อยละ 2



3. จำนวนสมาชิกในครอบครัว จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรมรรการยางพบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวของชาวสวนยาง ต่ำกว่า 2 คน ร้อยละ 6, 2 - 3 คน ร้อยละ 26, 4 – 5 คน ร้อยละ 60 และ 6 คนขึ้นไปร้อยละ 8



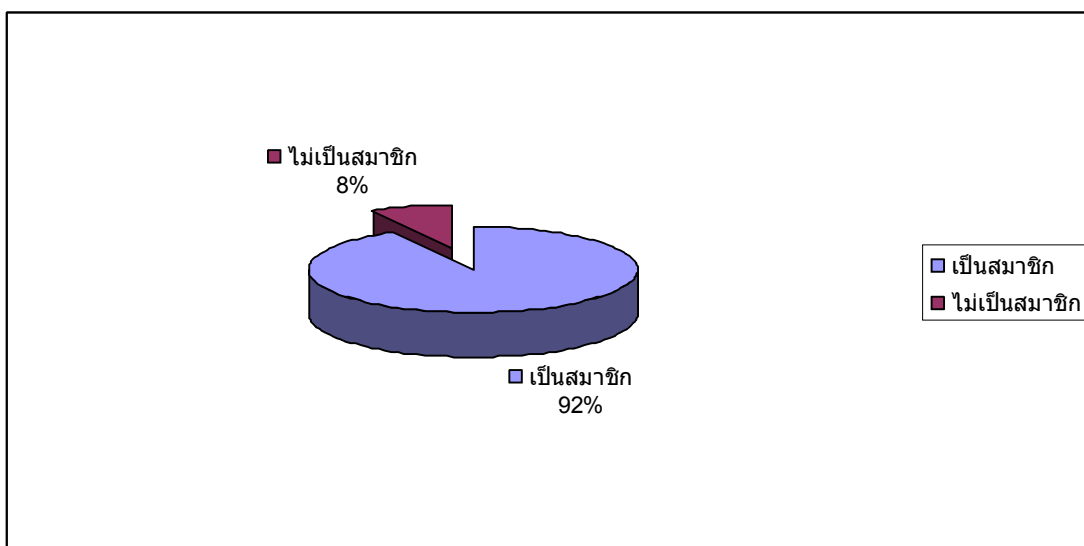
4. รายได้ในครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรมรรการยางพบว่า รายได้ในครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนของชาวสวนยางพารา ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 4, ระหว่าง 10,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 4, ระหว่าง 25,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 10, ระหว่าง 40,001 – 55,000 บาท ร้อยละ 12, ระหว่าง 55,001 – 70,000 บาท ร้อยละ 42, ระหว่าง 70,001 – 85,000 บาท ร้อยละ 18, ระหว่าง 85,001 – 100,000 บาท ร้อยละ 6 และ 100,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 4



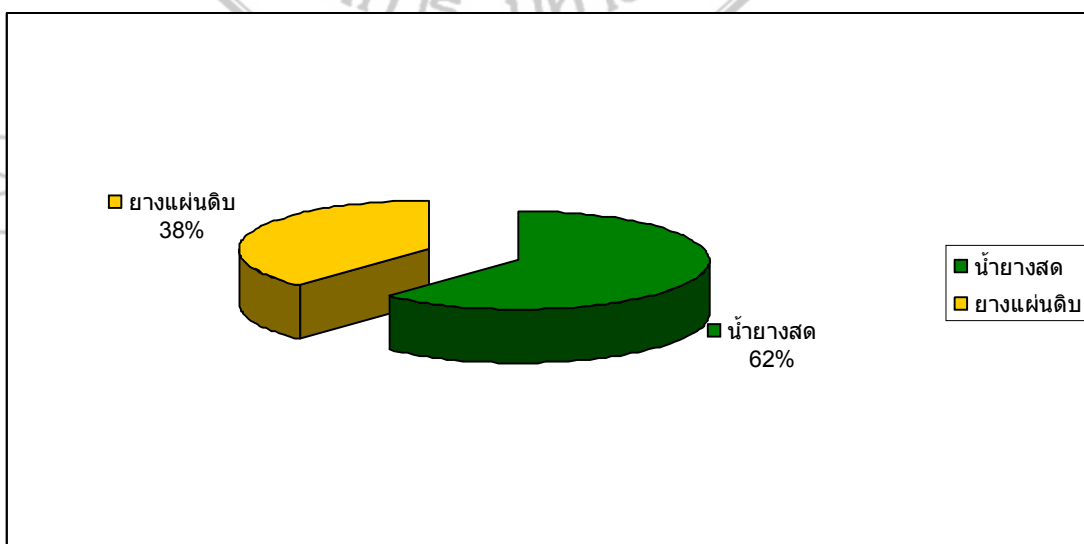


## ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไป

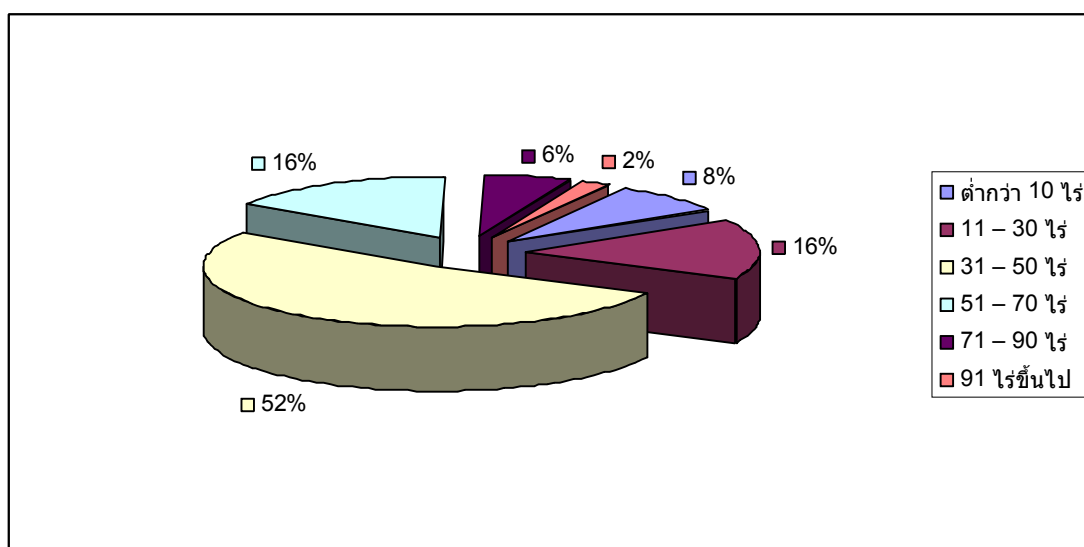
5. จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรรามการยาง ในหัวข้อท่านเป็นสมาชิกของชมรมคนรักยางหรือไม่ พบว่า ชาวสวนยางเป็นสมาชิกชมรมคนรักยาง ร้อยละ 92 และไม่ได้เป็นสมาชิกชมรมคนรักยางร้อยละ 8



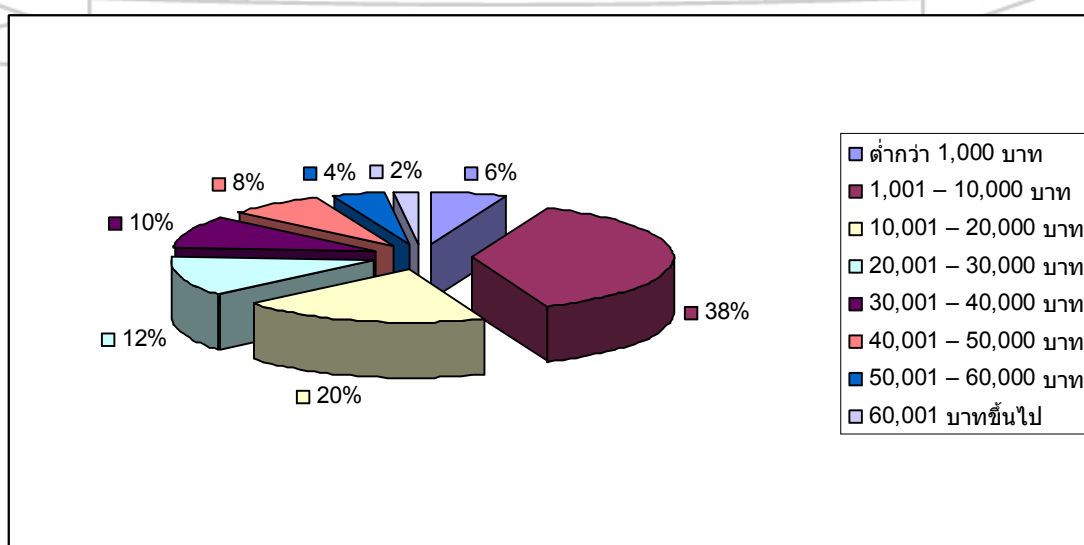
6. จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรรามการยาง ในหัวข้อปัจจุบันท่านขายยางพาราให้ร้านรับซื้อในรูปแบบใด พบว่า ชาวสวนยางพาราขายยางพาราในรูปแบบของน้ำยางสด ร้อยละ 62 และขายยางพาราในรูปแบบของยางแผ่นดิบ ร้อยละ 38



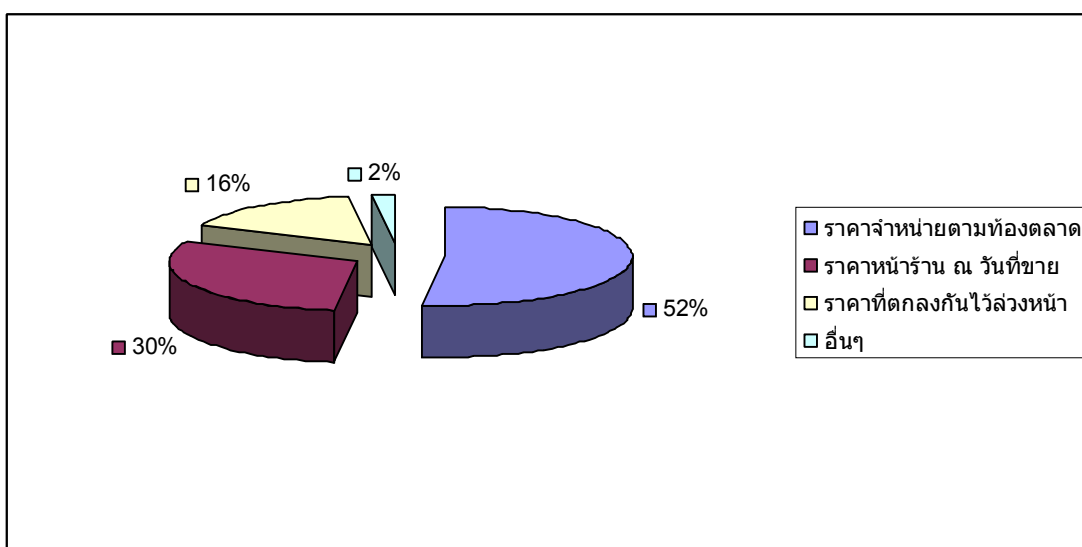
7. จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรรามรกรายง ในหัวข้อพื้นที่ในการปลูกลูกยางพาราในครอบครัวของท่านมีจำนวนเท่าไร พบว่า ชาวสวนมีพื้นที่ปลูกลูกยางพาราต่ำกว่า 10 ไร่ ร้อยละ 8, 11 – 30 ไร่ ร้อยละ 16, 31 – 50 ไร่ ร้อยละ 52, 51 – 70 ไร่ ร้อยละ 16, 71 – 90 ไร่ ร้อยละ 6 และตั้งแต่ 91 ไร่ขึ้นไป ร้อยละ 2



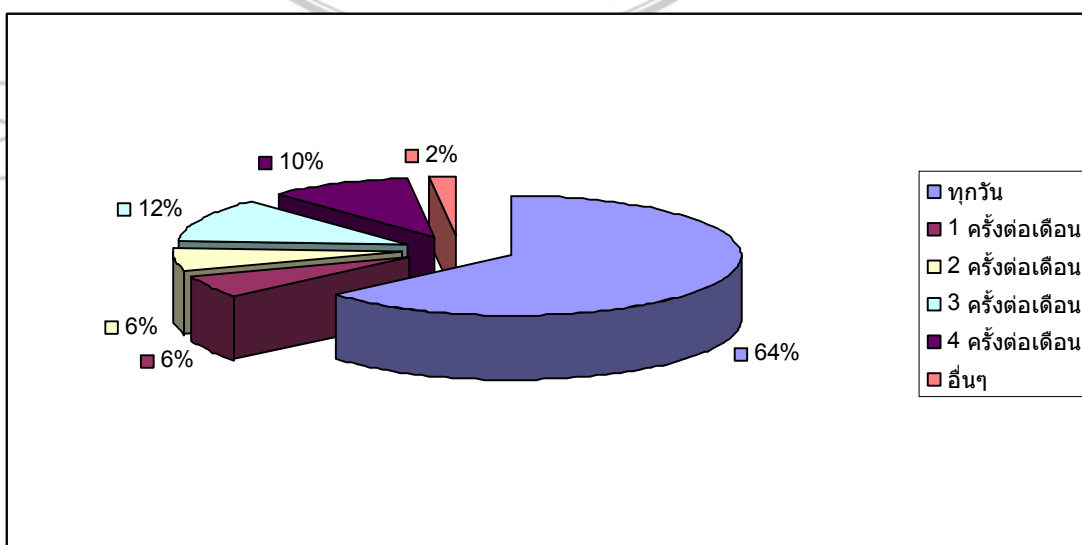
8. จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรรามรกรายง ในหัวข้อรายได้เฉลี่ยที่ท่านได้รับจากการขายยางพาราในแต่ละครั้ง พบว่ารายได้จากการขายยางพาราของชาวสวนยางโดยเฉลี่ย ต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 6, ระหว่าง 1,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 38, ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 20, ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 12, ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 10, ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 8, ระหว่าง 50,001 – 60,000 บาท ร้อยละ 4 และตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 2



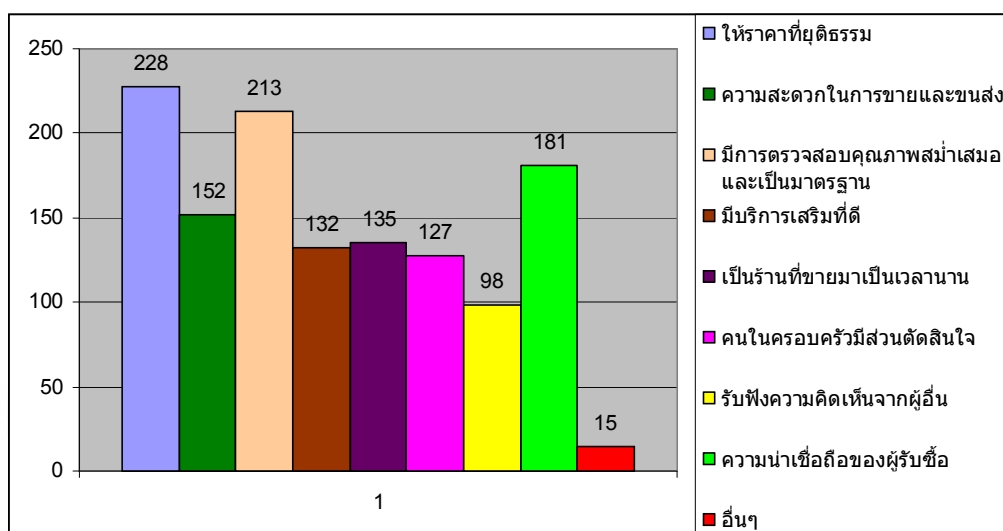
9. จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรรามการยาง ในหัวข้อราคาต่อหน่วยที่ท่านต้องการขายยางพารา พบว่า ชาวสวนต้องการขายยางพาราตามราคาท้องตลาด ร้อยละ 52, ต้องการขายตามราคาหน้าร้าน ณ วันที่ขาย ร้อยละ 30 และต้องการขายตามราคาที่ตกลงกันไว้ล่วงหน้า ร้อยละ 16 และอื่นๆ (ขายโดยที่ชาวสวนกำหนดราคาเอง) อีก ร้อยละ 2



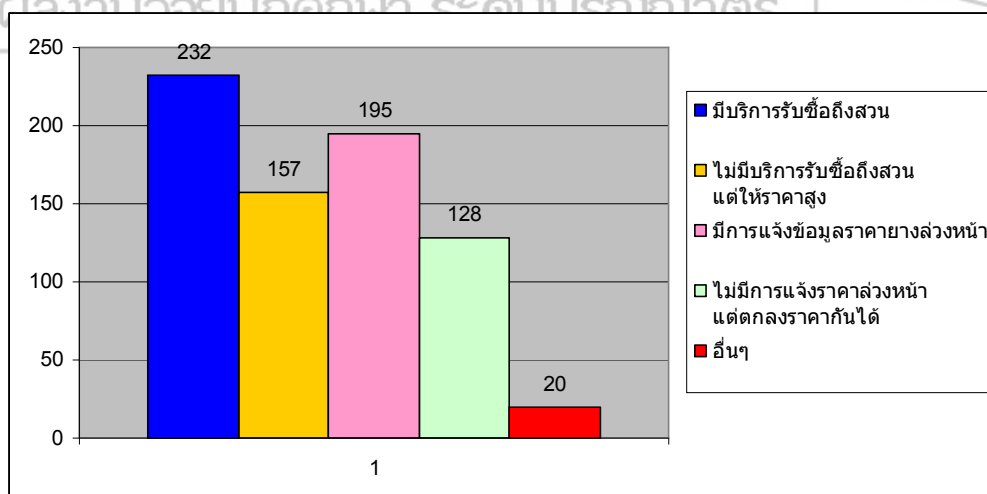
10. จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรรามการยาง ในหัวข้อท่านต้องการขายยางพารากี่ครั้งต่อเดือน พบว่า ชาวสวนต้องการขายยางพาราทุกวัน ร้อยละ 64, ต้องการขายเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 6, ต้องการขายเดือนละ 2 ครั้ง ร้อยละ 6, ต้องการขายเดือนละ 3 ครั้ง ร้อยละ 12 และต้องการขายเดือนละ 4 ครั้ง ร้อยละ 10 และอื่นๆ (5 ครั้งต่อเดือน) อีกร้อยละ 2



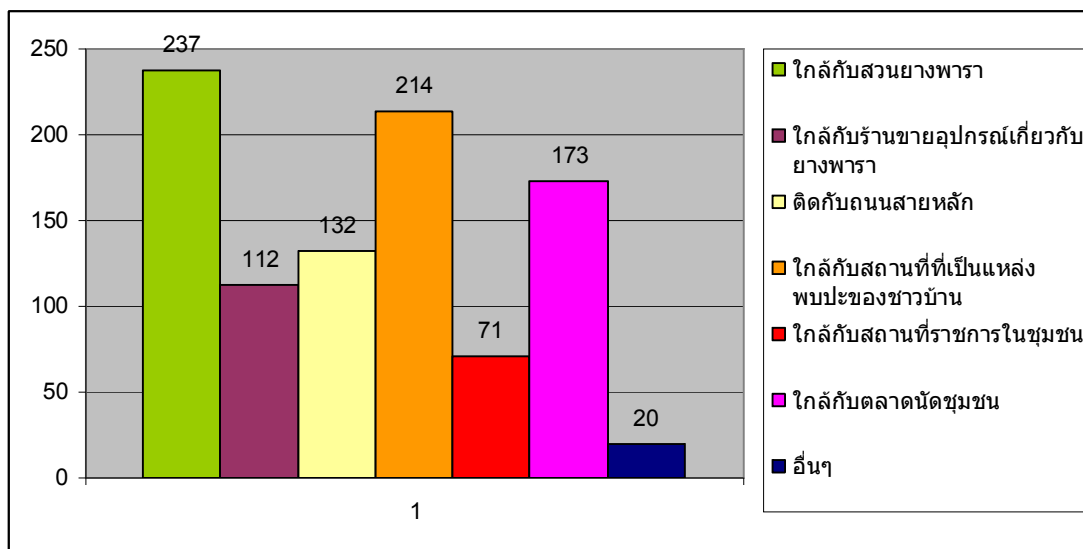
11. จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ ออมรามการยาง จำนวน 50 คน ในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกขายยางพาราของท่าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกขายยางพารากับร้านรับซื้อเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ ให้ความสำคัญ, มีการตรวจสอบคุณภาพสม่ำเสมอและเป็นมาตรฐาน, ความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อ, ความสะดวกในการขายและขนส่ง, เป็นร้านที่ขายมาเป็นเวลานาน, มีบริการเสริมที่ดี, คนในครอบครัวมีส่วนตัดสินใจ และรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น และอื่นๆ (มีของสมนาคุณ)



12. จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ ออมรามการยาง จำนวน 50 คน ในหัวข้อการส่งเสริมการขายของร้านรับซื้อยางพาราในลักษณะใดที่ท่านต้องการ พบว่า ชาวสวนยางต้องการการส่งเสริมการขายที่มีลักษณะเรียงตามลำดับ ดังต่อไปนี้ มีบริการรับซื้อถึงสวน, มีการแจ้งข้อมูลราคายางล่วงหน้า, ไม่มีบริการรับซื้อถึงสวนแต่ให้ราคาสูง, ไม่มีการแจ้งราคาล่วงหน้าแต่ตกลงราคากันได้ และอื่นๆ (ให้ชาวสวนมีส่วนร่วมในการกำหนดราคา)

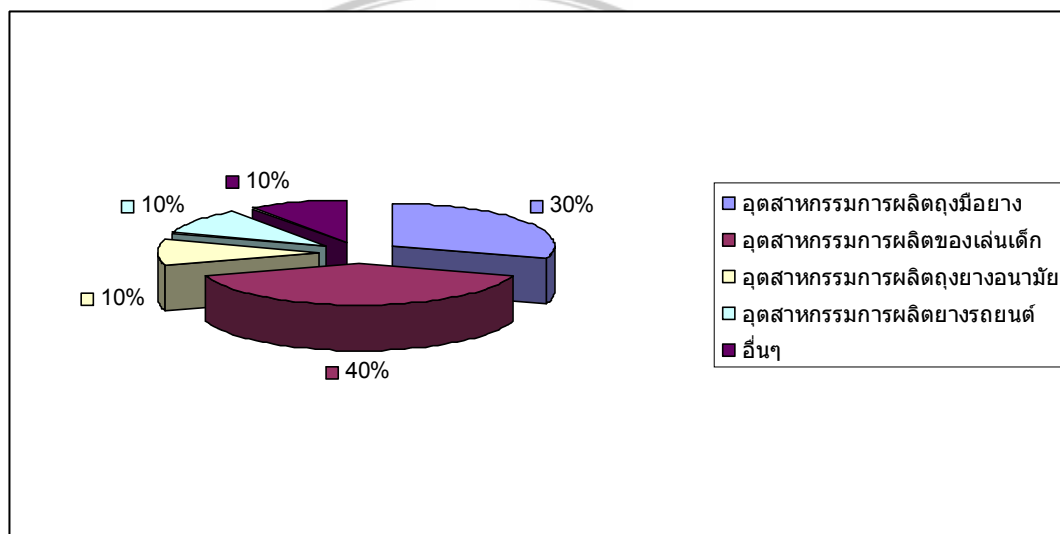


13. จากการสำรวจชาวสวนยางพาราที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรรมกรยาง จำนวน 50 คน ในหัวข้อท่านคิดว่าร้านรับซื้อยางพาราควรตั้งอยู่ที่บริเวณใด พบว่าชาวสวนมีความต้องการให้ร้านรับซื้อยางพาราตั้งอยู่บริเวณใกล้กับสวนยางพารา, ใกล้กับสถานที่ที่เป็นแหล่งพบปะของชาวบ้าน, ใกล้กับตลาดนัดชุมชน, ติดกับถนนสายหลัก, ใกล้กับร้านขายอุปกรณ์เกี่ยวกับยางพารา, ใกล้กับสถานที่ราชการในชุมชน และอื่นๆ (ใกล้กับวัดท่ามะปริง) เรียงตามลำดับ

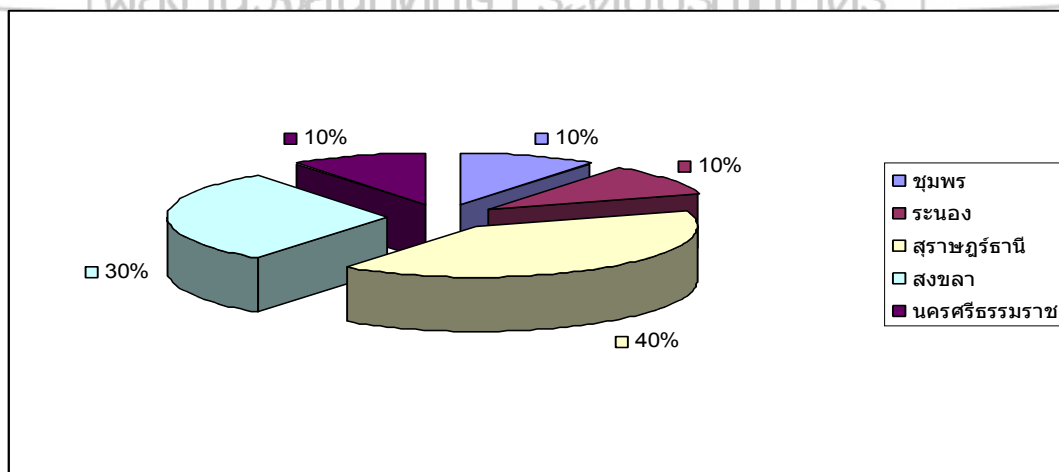


### ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากโรงงานอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดภาคใต้

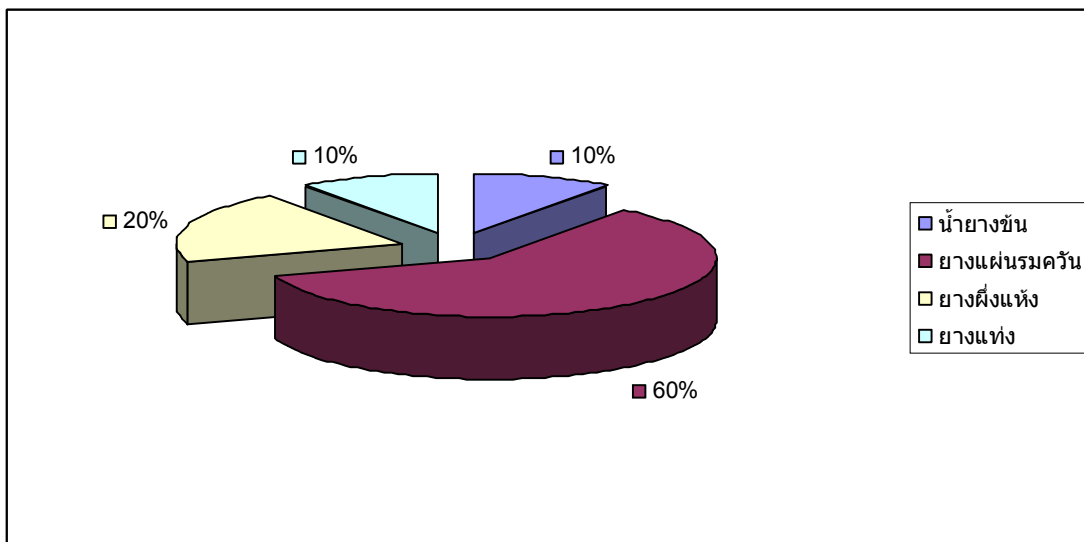
1. จากการสำรวจโรงงานอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรามรการยาง จำนวน 10 โรงงาน ในหัวข้อ ท่านอยู่ในอุตสาหกรรมใด พบว่ามีโรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมการผลิตยางมือ ยาง ร้อยละ 30, อุตสาหกรรมการผลิตของเล่นเด็กร้อยละ 40, อุตสาหกรรมการผลิตยางอนามัย ร้อยละ 10 และอุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์ร้อยละ 10 และอื่นๆ (อุตสาหกรรมการผลิตของใช้ เด็กอ่อน) ร้อยละ 10



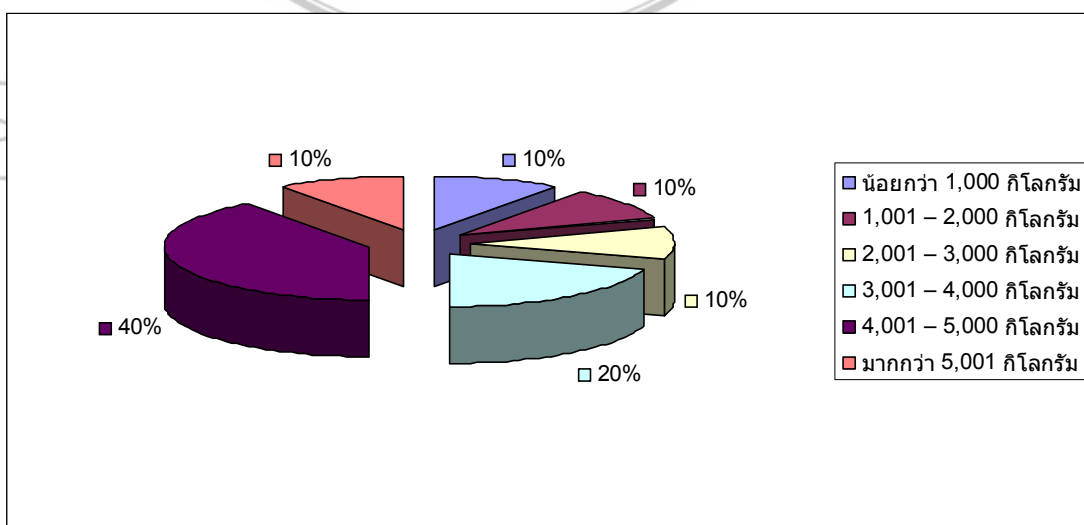
2. จากการสำรวจโรงงานอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรามรการยาง จำนวน 10 โรงงาน ในหัวข้อ อุตสาหกรรมของท่านตั้งอยู่ในจังหวัดใด พบว่ามีโรงงานอยู่ในจังหวัดชุมพรร้อยละ 10, จังหวัดระนองร้อยละ 10, จังหวัดสุราษฎร์ธานีร้อยละ 40, จังหวัดสงขลาร้อยละ 30, จังหวัดนครศรีธรรมราชร้อยละ 10



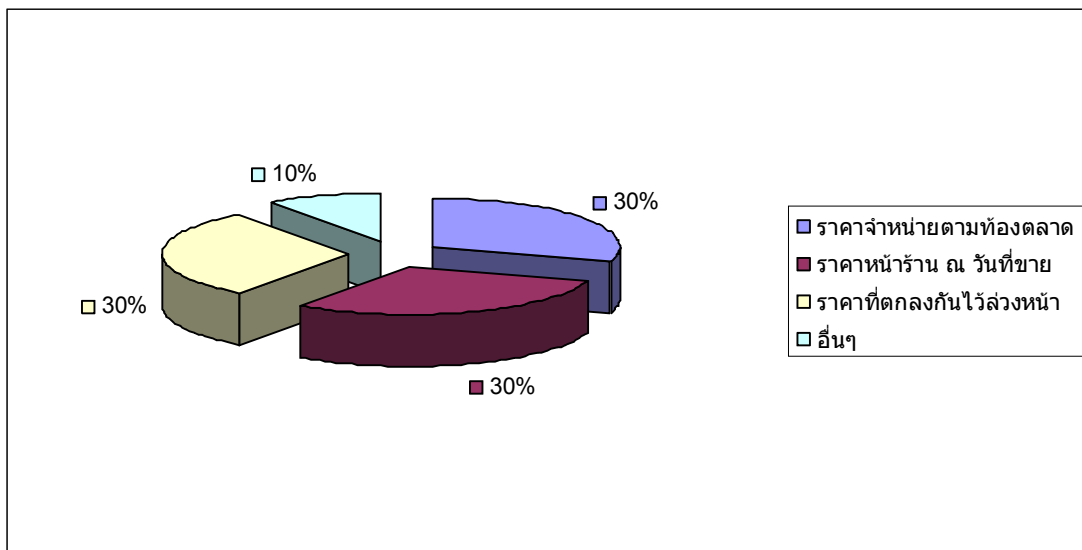
3. จากการสำรวจโรงงานอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรรณการยาง จำนวน 10 โรงงาน ในหัวข้อ ท่านต้องการวัตถุดิบยางพาราชนิดใดในการผลิตสินค้า พบว่าความต้องการน้ำยางชั้นร้อยละ 10, ยางแผ่นรมควันร้อยละ 60, ยางฝึ้งแห้งร้อยละ 20 และยางแท่งร้อยละ 10



4. จากการสำรวจโรงงานอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรรณการยาง จำนวน 10 โรงงาน ในหัวข้อ ยอดการสั่งซื้อยางพาราต่อครั้งที่ท่านต้องการ พบว่ามีความต้องการสั่งซื้อน้อยกว่า 1,000 กิโลกรัมต่อครั้ง ร้อยละ 10, 1,001 – 2,000 กิโลกรัมต่อครั้ง ร้อยละ 10, 2,001 – 3,000 กิโลกรัมต่อครั้ง ร้อยละ 10, 3,001 – 4,000 กิโลกรัมต่อครั้ง ร้อยละ 20, 4,001 – 5,000 กิโลกรัมต่อครั้ง ร้อยละ 40 และมากกว่า 5,001 กิโลกรัมต่อครั้ง ร้อยละ 10

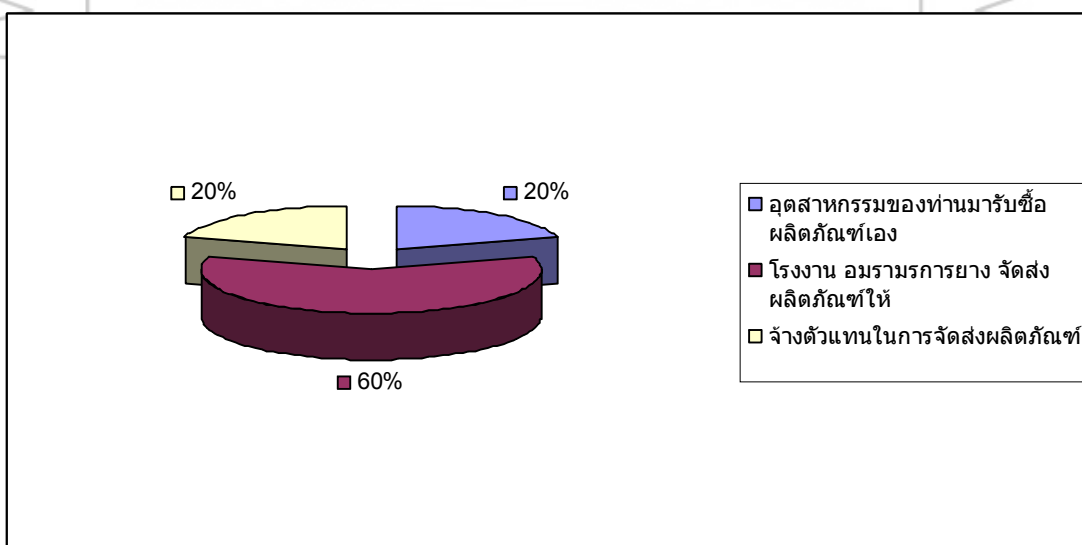


5. จากการสำรวจโรงงานอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรามรการยาง จำนวน 10 โรงงาน ในหัวข้อ ราคาต่อหน่วยที่ท่านต้องการ พบว่าโรงงานต้องการซื้อในราคาจำหน่ายตามท้องตลาด ร้อยละ 30, ราคาหน้าร้าน ณ วันที่ขาย ร้อยละ 30, ราคาที่ตกลงกันได้ล่วงหน้า เช่น 92 บาทต่อกิโลกรัมภายในเวลา 1 เดือน ร้อยละ 30 และอื่นๆ (ราคาอ้างอิงตามราคาสินค้าหน่วยสุดท้าย) ร้อยละ 10



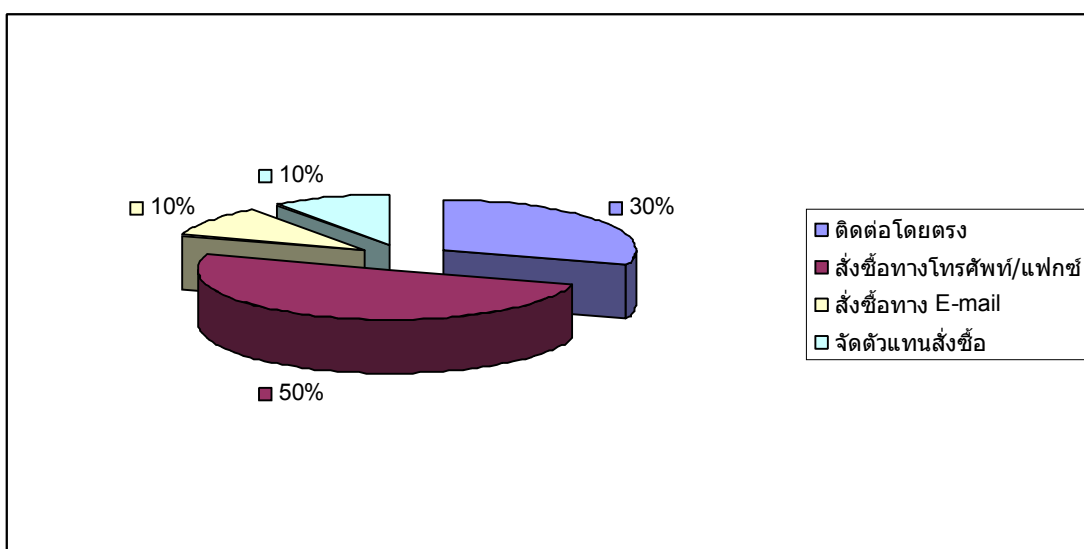
6. จากการสำรวจโรงงานอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรามรการยาง จำนวน 10 โรงงาน ในหัวข้อ อุตสาหกรรมของท่านต้องการการจัดส่งผลิตภัณฑ์ในลักษณะใด พบว่าอุตสาหกรรมของท่านมารับซื้อผลิตภัณฑ์เอง (คิดค่าจัดส่ง) ร้อยละ 20, โรงงาน อมรามรการยาง จัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ (โรงงานจ่ายค่าจัดส่งเอง) ร้อยละ 60, จ้างตัวแทนในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ร้อยละ

20





7. จากการสำรวจโรงงานอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของ อมรามรกรายง จำนวน 10 โรงงาน ในหัวข้อ อุตสาหกรรมของท่านต้องการการติดต่อซื้อ-ขายแบบใด พบว่ามีความต้องการติดต่อโดยตรง ร้อยละ 30, สั่งซื้อทางโทรศัพท์/แฟกซ์ ร้อยละ 50, สั่งซื้อทาง E-mail ร้อยละ 10 และ จัดตัวแทนสั่งซื้อ ร้อยละ 10





ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถามที่แสดงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขายยางพาราของชาวสวนยางให้กับร้านรับซื้อ  
ยางพาราในเขตตำบลบ้านนา อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  หน้าข้อที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

ก. ข้อมูลส่วนบุคคล

เพศ

ชาย  หญิง

อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี  21 - 30 ปี  31 - 40 ปี  
 41 - 50 ปี  51 - 60 ปี  61 ปีขึ้นไป

จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ต่ำกว่า 2 คน  2-3 คน  
 4-5 คน  6 คนขึ้นไป

รายได้ในครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท  10,001 - 25,000 บาท  
 25,001 - 40,000 บาท  40,001 - 55,000 บาท  
 55,001 - 70,000 บาท  70,001 - 85,000 บาท  
 85,001 - 100,000 บาท  100,001 บาทขึ้นไป

ข. ข้อมูลทั่วไปของชาวสวนยางพารา

1. ท่านเป็นสมาชิกของชมรมคนรักยางหรือไม่

เป็น  ไม่เป็น

2. ปัจจุบันท่านขายยางพาราให้ร้านรับซื้อในรูปแบบใด

น้ำยางสด  ยางแผ่นดิบ

3. พื้นที่ในการปลูกยางพาราในครอบครัวของท่านมีจำนวนเท่าไร
- |                          |                |                          |              |
|--------------------------|----------------|--------------------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> | ต่ำกว่า 10 ไร่ | <input type="checkbox"/> | 11 – 30 ไร่  |
| <input type="checkbox"/> | 31 – 50 ไร่    | <input type="checkbox"/> | 51 – 70 ไร่  |
| <input type="checkbox"/> | 71 – 90 ไร่    | <input type="checkbox"/> | 91 ไร่ขึ้นไป |
4. รายได้เฉลี่ยที่ท่านได้รับจากการขายยางพาราในแต่ละครั้ง
- |                          |                     |                          |                     |
|--------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | ต่ำกว่า 1,000 บาท   | <input type="checkbox"/> | 1,001 – 10,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> | 10,001 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 20,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> | 30,001 – 40,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 40,001 – 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> | 50,001 – 60,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 60,001 บาทขึ้นไป    |
5. ราคาต่อหน่วยที่ท่านต้องการขายยางพารา
- |                          |  |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | ราคาจำหน่ายตามท้องตลาด   |
| <input type="checkbox"/> | ราคาน้ำร้าน ณ วันที่ขาย  |
| <input type="checkbox"/> | ราคาที่ตกลงกันไว้ล่วงหน้า เช่น 94 บาทต่อกิโลกรัมเป็นระยะเวลา 1 เดือน |
| <input type="checkbox"/> | อื่นๆ ระบุ.....  |
6. ท่านต้องการขายยางพาราที่ครั้งต่อเดือน
- |                          |                 |                          |                 |
|--------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | ทุกวัน          | <input type="checkbox"/> | 1 ครั้งต่อเดือน |
| <input type="checkbox"/> | 2 ครั้งต่อเดือน | <input type="checkbox"/> | 3 ครั้งต่อเดือน |
| <input type="checkbox"/> | 4 ครั้งต่อเดือน | <input type="checkbox"/> | อื่นๆ ระบุ..... |

โปรดอ่านข้อความในตารางแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหลังข้อความแต่ละข้อให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงที่สุด (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

7. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกขายยางพาราของท่าน

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	5	4	3	2	1
ให้ราคาที่ยุติธรรม					
มีการตรวจสอบคุณภาพสม่ำเสมอและเป็นมาตรฐาน					
ความสะดวกในการขายและขนส่ง					
มีบริการเสริมที่ดี เช่น มีการรับซื้อถึงสวน					
เป็นร้านที่ขายมาเป็นเวลานาน					

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	5	4	3	2	1
คนในครอบครัวมีส่วนตัดสินใจ					
รับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น					
ความน่าเชื่อถือของผู้รับซื้อ					
อื่นๆ ระบุ.....					

8. การส่งเสริมการขายของร้านรับซื้อยางพาราในลักษณะใดที่ท่านต้องการ

การส่งเสริมการขาย	5	4	3	2	1
มีบริการรับซื้อถึงสวน					
ไม่มีบริการรับซื้อถึงสวนแต่ให้ราคาสูง					
มีการแจ้งข้อมูลราคาขางล่วงหน้า					
ไม่มีการแจ้งราคาขางล่วงหน้าแต่ตกลงราคากันได้					
อื่นๆ ระบุ .....					

9. ท่านคิดว่าร้านรับซื้อยางพาราควรตั้งอยู่ที่บริเวณใด

ทำเลที่ตั้ง	5	4	3	2	1
ใกล้กับสวนยางพารา					
ใกล้กับร้านขายอุปกรณ์เกี่ยวกับยางพารา					
ติดกับถนนสายหลัก					
ใกล้กับสถานที่ที่เป็นแหล่งพบปะของชาวบ้าน					
ใกล้กับสถานที่ราชการในชุมชน					
ใกล้กับตลาดนัดชุมชน					
อื่นๆ ระบุ.....					

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการกรอก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามที่แสดงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยางพาราของโรงงานอุตสาหกรรมในเขต  
จังหวัดภาคใต้

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  หน้าข้อที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. ท่านอยู่ในอุตสาหกรรมใด

- อุตสาหกรรมการผลิตถุงมือยาง  
 อุตสาหกรรมการผลิตของเล่นเด็ก  
 อุตสาหกรรมการผลิตยางอนามัย  
 อุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์  
 อื่นๆ ระบุ.....

2. อุตสาหกรรมของท่านตั้งอยู่ในจังหวัดใด

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ชุมพร        | <input type="checkbox"/> ระนอง         |
| <input type="checkbox"/> สุราษฎร์ธานี | <input type="checkbox"/> นครศรีธรรมราช |
| <input type="checkbox"/> สงขลา        | <input type="checkbox"/> พังงา         |
| <input type="checkbox"/> กระบี่       | <input type="checkbox"/> ตรัง          |
| <input type="checkbox"/> สตูล         | <input type="checkbox"/> พัทลุง        |
| <input type="checkbox"/> ภูเก็ต       | <input type="checkbox"/> ยะลา          |
| <input type="checkbox"/> ปัตตานี      | <input type="checkbox"/> นราธิวาส      |

3. ท่านต้องการวัตถุดิบยางพาราชนิดใดในการผลิตสินค้า

- น้ำยางข้น  
 ยางแผ่นรมควัน  
 ยางผึ่งแห้ง  
 ยางเครปขาว  
 ยางแท่ง

4. ยอดการสั่งซื้อยางพาราต่อครั้งที่ท่านต้องการ

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1,000 กิโลกรัม | <input type="checkbox"/> 1,001 – 2,000 กิโลกรัม |
| <input type="checkbox"/> 2,001 – 3,000 กิโลกรัม  | <input type="checkbox"/> 3,001 – 4,000 กิโลกรัม |
| <input type="checkbox"/> 4,001 – 5,000 กิโลกรัม  | <input type="checkbox"/> มากกว่า 5,001 กิโลกรัม |

5. ราคาต่อหน่วยที่ท่านต้องการ
- ราคาจำหน่ายตามท้องตลาด
  - ราคาหน้าร้าน ณ วันที่ขาย
  - ราคาที่ตกลงกันไว้ล่วงหน้า เช่น 98 บาทต่อกิโลกรัมภายในเวลา 1 เดือน
  - อื่นๆ ระบุ.....
6. อุตสาหกรรมของท่านต้องการการจัดส่งผลิตภัณฑ์ในลักษณะใด
- อุตสาหกรรมของท่านมารับซื้อผลิตภัณฑ์เอง ( คิดค่าจัดส่ง)
  - โรงงาน อมรารการยาง จัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ ( โรงงานจ่ายค่าจัดส่งเอง )
  - จัดตัวแทนในการจัดส่งผลิตภัณฑ์
  - อื่น ๆ ระบุ.....
7. อุตสาหกรรมของท่านต้องการการติดต่อซื้อ-ขายแบบใด
- ติดต่อโดยตรง
  - สั่งซื้อทางโทรศัพท์/แฟกซ์
  - สั่งซื้อทาง E-mail
  - จัดตัวแทนสั่งซื้อ
  - อื่น ๆ ระบุ.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการกรอก

แบบสอบถาม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล                                  นางสาวสาวิตรี อมรอมร  
ที่อยู่    52/1 หมู่ 5 ต.ทุ่งคา อ.เมือง จ.ชุมพร 86100

## ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2541                                  สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา จาก โรงเรียนสหศึกษา  
พ.ศ. 2544                                  สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จาก โรงเรียนศรีวิชัย  
พ.ศ. 2547                                  สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนศรีวิชัย  
พ.ศ. 2551                                  กำลังศึกษาอยู่ที่คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี