



ผ้าเย็บอัครเมต Smile coin



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว  
อนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “ฟ้าเย็นอัฒเม็ด Smile coin” เสนอโดยนางสาวกรรณิกา ประกอบบุญกุล  
นางสาวกัญญารัตน์ พันม่วง นางสาวกัญญารัตน์ หลายแห่ง นายชัยวัฒน์ กิตติภิญโญวัฒน์ และ  
นางสาวธนาภรณ์ นิจจะยะ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนา  
ปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ



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

อาจารย์ที่ปรึกษา  
อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ  
คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ  
.....ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจริญลักษณ์)  
...../...../.....

.....กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ) ระดับปริญญาตรี  
...../...../.....

.....กรรมการ  
(อาจารย์ภาวิณี บรรลือพรศักดิ์)  
...../...../.....

12500003, 12500006, 12500007, 12500020, 12500042: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: ผ้าเย็นอัดเม็ด/ตลาดผ้าเย็น/แผนธุรกิจ/อุตสาหกรรมผ้าเย็น/ผ้าเย็น/Tissue coin

กรรมिका ประกอบบุญกุล กัญญารัตน์ พื้นม่วง กันยารัตน์ หลายแห่ง ชัยวัฒน์ กิตติ  
กัญญวัฒน์ และ ธนาภรณ์ นิจจะยะ : แผนธุรกิจ ผ้าเย็นอัดเม็ด Smile Coin อาจารย์ที่ปรึกษา:  
อาจารย์ ดร.ธนินธ์รัฐ รัตนพงศ์กัญญา, 101 หน้า.

### บทคัดย่อ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นสหกัญญา เป็นผู้นำเข้า และจัดจำหน่ายผ้าเย็นอัดเม็ด Smail Coin ตั้งอยู่เลขที่ 62/2 ม.4 ต.บางหญ้าแพรก อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000 ดำเนินธุรกิจในรูปแบบห้าง  
หุ้นส่วนจำกัด มีเงินทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท เป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 5 หมื่นบาท และกู้ยืมสถาบัน  
การเงิน 5 หมื่นบาท

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจและประเมิน  
ความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อประกอบการขอ  
สินเชื่อเงินลงทุนจากสถาบันการเงิน

วิธีการศึกษา ศึกษาในรูปแบบของการจัดทำแผนธุรกิจ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม  
กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสืบค้นข้อมูลและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึง  
สถานการณ์ของกิจการและคู่แข่ง ซึ่งจะใช้ประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ของกิจการ เพื่อ  
สร้าง ความได้เปรียบที่เหนือคู่แข่ง อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจและวิเคราะห์ถึง  
ผลตอบแทนจาก การลงทุน เพื่อสร้าง ความมั่นใจให้กับสถาบันการเงินในการพิจารณาให้สินเชื่อ

ผลจากการศึกษา เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ในด้านการบริหาร  
จัดการ กิจการได้น่ากลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์ (Differentiation Strategy) โดยมุ่ง  
การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก ด้วยคุณภาพ และการบริการที่เป็นเลิศ พร้อมกับการนำกลยุทธ์การ  
บริหารองค์กรที่เน้นในด้านความยืดหยุ่นคล่องตัว และการบริหารการเงินที่โปร่งใส เพื่อสร้างความ  
ได้เปรียบที่เหนือคู่แข่งขึ้น ทางด้านแผนการตลาด กิจการนำเสนอส่วนผสมทางการตลาด (Product Mix  
4P'S) มาใช้ในการดำเนินการ ด้านแผนการบริการ ได้มี การกำหนดผังขั้นตอนการให้บริการ เพื่อให้  
เกิดความรวดเร็วในการให้บริการ และทางด้านแผนการเงิน ในการประมาณการทางการเงินระยะเวลา  
คืนทุนของกิจการเท่ากับ 1 ปี และมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) ณ สิ้นปีที่  
1,083,233.82 บาท

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา 1. .... 2. .... 3. ....

4. .... 5. ....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากคณะบุคคลหลายฝ่าย ผู้ศึกษาขอกราบ  
ขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ ที่ปรึกษาแผนธุรกิจ ที่กรุณาให้คำปรึกษา  
แนะนำช่วยเหลือ ซึ่งแนวทางในการจัดทำ และปรับปรุงแก้ไขด้วยความเอาใจใส่อย่างดีเยี่ยมโดยตลอด  
มา และขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์  
ด้วยการให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลือในทุกด้านเป็นอย่างดีโดยตลอดมา จึงขอขอบพระคุณ  
ทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เกษภูลักษ์ณ์ และอาจารย์ภาวิณี บรรลือพรศักดิ์  
ที่กรุณาชี้แนะให้สำหรับคำแนะนำทำแผนธุรกิจฉบับนี้เอง

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ประพล เปรมทองสุข ที่กรุณาตรวจแก้ไขข้อผิดพลาดเพื่อให้  
แผนธุรกิจมีความถูกต้องยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ นายสาโรจน์ คล่องแคล่ว นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และ  
นางสาวณัฐกร อุดรวิเศษ นักศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ชี้แนะบบัญชีทำให้สามารถปิดงบ  
ได้ลงตัว

ประโยชน์และคุณค่าอันพึงมีจากการทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบเป็นเครื่องบูชา  
พระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ผู้ประสาทวิชาความรู้วางรากฐานการศึกษาแก่ผู้ศึกษา และ  
ขอขอบพระคุณให้แก่ผู้ที่มีส่วนร่วมทุกท่าน

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญภาพ .....	ฉ
<b>บทที่</b>	
1 บทสรุปผู้บริหาร .....	1
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย .....	1
โอกาสทางธุรกิจและแนวคิดในการก่อตั้งกิจการ .....	1
วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ .....	2
กลยุทธ์ในการบริหารกิจการ .....	2
โครงสร้างการลงทุนของกิจการ .....	4
2 ความเป็นมาของโครงการ .....	5
ลักษณะธุรกิจ .....	6
ประวัติเจ้าของกิจการ.....	7
ลักษณะงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน .....	8
แผนการดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ .....	8
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม .....	1 0
แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ .....	1 1
การแบ่งส่วนตลาด .....	1 2
หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด .....	1 2
ตลาดเป้าหมาย .....	1 3
การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน (Five Force) .....	1 4
การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis) .....	1 5
4 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis .....	1 6
การวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจห้าเอ็นแอดมีด .....	1 7
การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) .....	21
ปัญหาและอุปสรรค .....	23

บทที่	หน้า
5	
วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายในการทำธุรกิจ กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับ หน่วยธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ .....	24
วิสัยทัศน์ (Vision) .....	24
พันธกิจ (Mission) .....	24
เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal) .....	25
การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) .....	25
กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) .....	26
กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Business Strategy) .....	27
กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Function Strategy) .....	28
6	
แผนการบริหารจัดการ .....	30
โครงสร้างองค์กรและบริหารธุรกิจผ่านอค์เม็ค .....	31
หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก .....	3
กระบวนการสรรหาบุคลากร .....	3
คุณสมบัติของบุคลากร .....	33
แผนการพัฒนากุศลกร .....	34
7	
แผนการตลาด .....	35
เป้าหมายทางการตลาด .....	36
การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting) .....	36
ส่วนประสมการตลาด ( Marketing mix) .....	37
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ .....	41
8	
แผนการขายสินค้า .....	42
ทำเลที่ตั้ง .....	42
ลักษณะอาคารที่ตั้งของธุรกิจ หจก.ต้นสหวิทยุญญ .....	43
เหตุผลที่เลือกทำธุรกิจ ณ สถานที่ปัจจุบัน .....	43
การให้บริการ .....	44
ความสามารถในการให้บริการ .....	46
9	
แผนการเงิน .....	47
การลงทุนในโครงการ .....	47

บทที่	หน้า
9 โครงสร้างการใช้จ่ายเงินลงทุน .....	48
ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อมราคา .....	48
ประมาณการงบการเงิน .....	49
การชำระคืนเงินกู้รายปี .....	50
การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีการคิดค่าเสื่อมราคา .....	51
ประมาณการขายรายเดือน .....	52
ประมาณการรายได้จากการขายและบริการ .....	53
ประมาณการต้นทุนขาย .....	53
ประมาณการต้นทุนแรงงาน .....	54
ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร .....	55
ประมาณการงบกำไรขาดทุน .....	56
การคำนวณภาษีนิติบุคคล SME .....	57
ประมาณการงบกระแสเงินสด .....	58
ประมาณการงบดุล .....	59
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน .....	60
10 การวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงโครงการ .....	66
การประเมินความเสี่ยงโครงการ .....	66
แผนสำรองฉุกเฉิน .....	66
แผนในอนาคต .....	68
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>69</b>
ภาคผนวก .....	70
ภาคผนวก ก แสดงกระบวนการผลิตและตัวสินค้า .....	71
ภาคผนวก ข วิธีการใช้ผ้าเย็บอัดเม็ด Smile coin .....	74
ภาคผนวก ค รูปแบบบรรจุภัณฑ์ .....	78
ภาคผนวก ง อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์ .....	82
ภาคผนวก จ แบบสอบถาม .....	86
ภาคผนวก ฉ ผลของการสำรวจแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย .....	89
ประวัติผู้วิจัย .....	97

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงโครงสร้างของการลงทุน .....	4
2 แสดงประวัติการทำงานของผู้ประกอบการ .....	8
3 แสดงแผนการดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ .....	9
4 แสดงลักษณะ 6 Ws 1H ตลาดเป้าหมายของกิจการ .....	13
5 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน .....	21
6 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ( 1) .....	22
7 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ( 2) .....	23
8 แสดงโครงสร้างการใช้เงินลงทุน .....	48
9 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อมราคา .....	48
10 แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี .....	50
11 แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคา .....	51
12 แสดงการประมาณการขายรายเดือน .....	52
13 แสดงประมาณการรายได้ .....	53
14 แสดงประมาณการต้นทุนขาย .....	53
15 แสดงประมาณการต้นทุนแรงงาน .....	54
16 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร .....	55
17 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน .....	56
18 แสดงการคำนวณภาษีนิติบุคคล SME .....	57
19 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด .....	58
20 แสดงประมาณการงบดุล .....	59
21 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน .....	65
22 อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์ .....	83



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงแผนผังที่ตั้งกิจการและสถานที่จัดเก็บสินค้าผ้าเย้นอัดเม็ด หจก .ต้นสหวิทยุ โฉ	6
2 แสดงสัญลักษณ์ของกิจการ .....	6
3 แสดงสัญลักษณ์สินค้า .....	7
4 แสดงภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าผ้าเย้นอัดเม็ด Smile Coin .....	7
5 Five Force Model .....	14
6 แสดงผังโครงสร้างองค์กร .....	31
7 ภาพตัวอย่างสินค้าผ้าเย้นอัดเม็ด .....	41
8 แผนผังที่ตั้งของ หจก .ต้นสหวิทยุ โฉ (ร้านผ้าเย้นอัดเม็ด Smile Coin) .....	42
9 แสดงป้ายชื่อของกิจการ .....	43
10 แสดงบรรยากาศของผู้คนสัญจรไปมาในย่านบริเวณที่ตั้งกิจการ .....	44
11 แสดงบรรยากาศของผู้คนสัญจรไปมาในย่านบริเวณที่ตั้งกิจการ .....	44
12 แสดงผังขั้นตอนการให้บริการ .....	45
13 ผลิตภัณฑ์ผ้าเย้นอัดเม็ด .....	73
14 วิธีการใช้ผ้าเย้นอัดเม็ด Smile Coin (1) .....	75
15 วิธีการใช้ผ้าเย้นอัดเม็ด Smile Coin (2) .....	76
16 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ( 1) .....	79
17 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ( 2) .....	79
18 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ (3) .....	80
19 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ( 4) .....	80
20 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ( 5) .....	81

## บทที่ 1

### บทสรุปผู้บริหาร

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันสหกิจโย เป็นผู้นำเข้า และจัดจำหน่ายผ้าเย้นอัดเม็ดภายใต้แบรนด์ Smile Coin ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ได้มีการคิดค้นและพัฒนาขึ้นจากเยื่อไผ่ นำมาทอจนขึ้นรูป และผ่านกรรมวิธีการอัดเม็ดจนเกิดเป็นผ้าเย้นอัดเม็ด สำหรับใช้เช็ดหน้า หรือสิ่งต่างๆตามต้องการ โดยร้านตั้งอยู่ที่ 62/2 ม.4 ต.บางหญ้าแพรก อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000 ใช้เงินทุนจากการระดมทุนของหุ้นส่วนทั้ง 2 คน โดยจดทะเบียนนิติบุคคลเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดที่มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท

#### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ ร้านอาหาร โรงแรม ร้านเสริมสวย ร้านตัดผม สนามกีฬา และร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีผู้คนไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งทางกิจการเน้นการจำหน่ายแบบขายส่ง ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีมากกว่า 18.3 ล้านคนทั่วประเทศ
2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ ร้านค้าโชว์ห่วยทั่วไป ลูกค้าต่างประเทศ งานออกร้านแสดงสินค้า และบริษัทสั่งผลิตสินค้า ( OEM) ซึ่งจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ค่อนข้างกว้างขึ้นในอีกระดับหนึ่ง เป็นต้น

#### โอกาสทางธุรกิจ และแนวคิดในการก่อตั้งกิจการ

ในด้านโอกาสทางธุรกิจนั้น เป็นที่ทราบกันดีว่ามูลค่าตลาดของผ้าเย้นภายในประเทศนั้นมีมูลค่าสูงถึง 450 ล้านบาทต่อปี และยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองร้อน ประชาชนต้องการความสดชื่นเพื่อทดแทนความอ่อนล้าที่สูญเสียไปอยู่ตลอดเวลา ทำให้ตลาดผ้าเย้นเติบโตแบบก้าวกระโดดมาอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ผ้าเย้นอัดเม็ด Smile Coin เป็นนวัตกรรมใหม่ที่ค้นพบล่าสุด ซึ่งเป็นการนำผ้าที่มีเส้นใยอ่อนนุ่มจากธรรมชาติ นำมาอัดเม็ด เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการพกพา และสามารถใช้งานได้ทุกที่ตามต้องการ ซึ่งในประเทศไทยนั้นมีผู้จำหน่ายรายย่อยเพียง 1-2 รายเท่านั้น เมื่อเทียบกับศักยภาพของตลาดจึงนับว่ายังมีช่องทางการดำเนินธุรกิจอีกมาก นอกจากนี้ life style ของประชาชน

ภายในประเทศกำลังเปลี่ยนไปสู่การต้องการความสะดวกสบายขึ้น และด้านสุขอนามัย ทำให้ฟ้าเย็น อัดเม็คเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการใช้งานที่ง่ายและสะดวก ทำความสะอาดได้ดีกว่ากระดาษทิชชู

ในด้านการจัดจำหน่าย ฟ้าเย็นอัดเม็ค Smile Coin มุ่งเน้นการขายส่งเป็นหลักแก่ลูกค้าที่เป็นร้านอาหาร โรงแรม ร้านสะดวกซื้อ สถานเสริมความงาม ตลอดจนห้างสรรพสินค้า และสนามกีฬา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสถานที่ที่มีผู้คนไปจับจ่ายใช้สอย และใช้บริการจำนวนมาก ทำให้โอกาสในการทำความรู้จักกับสินค้า และสามารถซื้อมาใช้งานได้สะดวก อีกช่องทางหนึ่งที่สำคัญ คือ การที่กิจการเลือกการทำตลาดผ่าน Internet หรือ E-Commerce เป็นหลัก ซึ่งจากสถิติมีผู้ใช้บริการกว่า 18.3 ล้านคนต่อปี เนื่องจากสามารถทำการตลาดได้กว้าง มีความสะดวก และมีต้นทุนที่ต่ำที่สุด ซึ่งทั้งนี้กิจการได้ทำการระดมทุน โดยการจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 แสนบาท โดยมีผู้ถือหุ้น 2 คน คนละ 50,000 บาท และขอกู้จากธนาคารจำนวน 50,000 บาท ซึ่งแหล่งเงินกู้คาดว่าได้มาจากสินเชื่อเพื่อ SME ของธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นอัตราส่วนเงินลงทุนเท่ากับ 50:50

#### วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

1. เพื่อเป็นการศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจ และประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน
2. เพื่อใช้ประกอบการขอสินเชื่อเงินลงทุนจากสถาบันทางการเงิน ในวงเงิน 50,000 บาท ซึ่งเงินที่ได้จะนำมาลงทุนในต้นทุนคงที่ เช่น อุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

#### กลยุทธ์ในการบริหารกิจการ

ฟ้าเย็น Smile Coin ภายใต้การบริหารงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นสหวิทยุโธ ได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำด้านการจำหน่ายฟ้าเย็นอัดเม็คคุณภาพ คือ “เป็นผู้นำด้านการผลิตและจัดจำหน่ายฟ้าเย็นอัดเม็ค ทั้งในและต่างประเทศ ด้วยมาตรฐานคุณภาพความปลอดภัยที่ทุกคนให้การยอมรับ” ซึ่งได้กำหนดกลยุทธ์ในการบริหารระบบภายในองค์กร โดยมีการใช้กลยุทธ์ในด้านการลงทุนในส่วนที่เป็นต้นทุนผันแปรเป็นหลัก และลดต้นทุนคงที่ให้น้อยที่สุดในช่วงแรก ซึ่งจะทำให้เกิดสภาพคล่องภายในกิจการ ซึ่งในด้านการเงินจะยึดหลักการใช้จ่ายเงินถูกวัตถุประสงค์ ไม่ใช้เงินผิดประเภท และมีความโปร่งใสทางการเงินสูงสุด รูปแบบโดยรวมขององค์กรจะให้ความสำคัญกับเรื่องของความคล่องตัว และความยืดหยุ่นในการทำงานสูง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่ดีที่สุด

ด้านสินค้า ได้เลือกสินค้าที่มีคุณภาพดี จากโรงงานผู้ผลิตที่มีคุณภาพ โดยประทับตราสินค้าสัญลักษณ์ Smile Coin เป็นรูปหน้าคนยิ้มซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่จดจำง่าย บรรจุภายในแพ็คเกจที่ได้รับการออกแบบให้มีสีสวยงามสะอาดตา และบรรจุลงกล่องกล่องละ 12 ห่อ และลังละ 12 กล่อง โดยตัวสินค้าในช่วงแรกจะเป็นการนำเข้ามาเพื่อการจัดจำหน่าย ในอนาคตจะพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ผลิตเองภายในประเทศ ซึ่งทั้งนี้ได้มีการจัดหาผ้าเย็บอัดเม็ดรูปแบบใหม่ๆ นำเข้ามาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เช่น ผ้าขนหนูอัดเม็ด ผ้าเย็บอัดเม็ดชนิดผ้าสี ผ้าเย็บอัดเม็ดชนิดมีภาพ ผ้าเย็บอัดเม็ดรูปหัวใจ เป็นต้น

ด้านบุคลากร เราจะใช้พนักงานเพียง 2 คน โดยให้เงินเดือนที่สูงกว่ากิจการอื่น แต่รับผิดชอบงานมากกว่า และในระยะยาวจะลดเงินเดือนลง และจะไม่มีการเพิ่มเงินเดือน แต่จะมอบหุ้นของกิจการให้ถือซึ่งจะได้ผลตอบแทนเป็นเงินปันผล ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึกในการเป็นเจ้าของมากขึ้น อีกทั้งการเพิ่มเงินเดือนแก่พนักงาน ในขณะที่อายุพนักงานก็สูงขึ้นทำให้ทำงานได้น้อยลงจะเป็นการไม่ยุติธรรม แต่การมอบหุ้นในสัดส่วนที่มากขึ้นจะทำให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อกิจการเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งทั้งนี้จะมีการสอนงานอย่างต่อเนื่อง และเน้นเรื่องการมอบอำนาจให้พนักงานสามารถตัดสินใจได้ในกรอบที่รับผิดชอบ เป็นต้น รูปแบบโดยรวมขององค์กรจะให้ความสำคัญกับเรื่องของความคล่องตัว และความยืดหยุ่นในการทำงานสูง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่ดีที่สุด

ด้านการตลาด ใช้กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง (Difference Strategy) โดยการชูจุดขายคือความแปลกใหม่ของตัวสินค้า โดยผ่านการทำตลาดบน Internet ซึ่งเป็นตลาดในวงกว้างสามารถอธิบายการใช้สินค้าได้อย่างชัดเจน และที่สำคัญมีต้นทุนต่ำ นอกจากนี้ยังใช้กลยุทธ์การขายแบบเน้นการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ตั้งแต่การรับโทรศัพท์ หรือการสอบถามทาง e-mail โดยจะจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง และบริการจัดส่งที่รวดเร็วทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ทั้งนี้ภาพรวมด้านการตลาดในช่วงเริ่มกิจการ จะให้ความสำคัญในเรื่องของการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก และการบริการให้เกิดความประทับใจสูงสุด โดยในระยะยาวจะทำตลาดในระดับ Mass Market โดยเน้นราคาต่ำ คุณภาพดีคงเดิม โดยวาง positioning ให้ผ้าเย็บอัดเม็ดเป็น เครื่องอุปโภคที่ใช้กันในชีวิตประจำวันทั่วไป

โครงการลงทุนของกิจการ

ตารางที่ 1 แสดงโครงการลงทุน

รายการ	ส่วนของผู้เจ้าของ	ผู้ธนาคาร	รวม
อุปกรณ์สำนักงาน	-	30,000.00	30,000.00
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ	-	20,000.00	20,000.00
เงินทุนหมุนเวียน	50,000.00	-	50,000.00
รวมมูลค่าการลงทุน	50,000.00	50,000.00	100,000.00



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 2

### ความเป็นมาของโครงการ

ปัจจุบันนี้ตลาดผ้าเย้นเศรษฐกิจไทยมีมูลค่าตลาดรวมผ้าเย้นถึงปีละ 350 ล้าน บาท และเพิ่มขึ้นเป็น 450 ล้านบาท ในปี 2550 ซึ่งยังมีการเจริญเติบโตทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีการนำเสนอทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคมากขึ้น สอดรับกับกระแสความใส่ใจในสุขภาพ ตลอดจนการรณรงค์เรื่องสุขอนามัยจากหน่วยงาน ของรัฐที่เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการดูแลความสะอาด ในโอกาสที่ต้องการได้รับการดูแลมากกว่าการใช้กระดาษทิชชู จะทำให้ปริมาณการใช้ผ้าเย้นมากขึ้นอีกจาก ตลาดผ้าเย้น ถือว่าเป็นสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวทางการตลาดที่ไม่หวือหวาดังเช่นสินค้าอุปโภคบริโภคประจำวันทั่วไป แต่ช่วงปีที่ผ่านมาเมื่ออัตราการเติบโตทางการตลาดประมาณ 10-15% ผู้ประกอบการจึงเริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้ บริโภคที่ปรารถนาความสะอาดสบายยิ่งขึ้น ทำให้ตลาดผ้าเย้นในปีนี้มีแนวโน้มเคลื่อนไหวมากขึ้นทั้งจากผู้ประกอบการ รายย่อย หรือรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด และจากผู้ประกอบการรายเดิมที่ต้องการรักษา ส่วนแบ่งตลาดของตนเองไว้

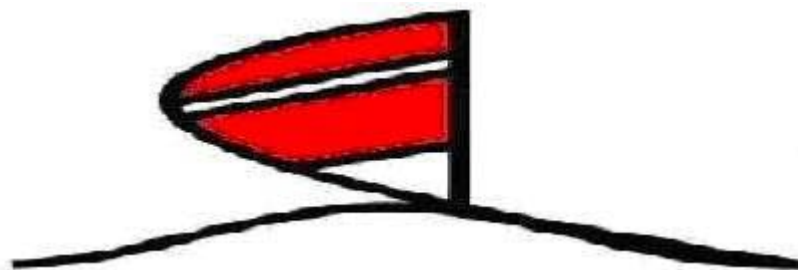
ด้วยสาเหตุดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นแรงบัลดาลใจในการคิดที่จะหาผลิตภัณฑ์ผ้าเย้นที่มีความแปลกใหม่ สามารถใช้งานได้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้นในทุกที่ทุกเวลา และตอบสนองการใช้งานที่มีความหลากหลาย จึงได้เดินทางไปดูงานในหลายประเทศ จนพบผลิตภัณฑ์ผ้าเย้นชนิดใหม่ ซึ่งได้รับการพัฒนาจนกลายเป็นผ้าเย้นอัดเม็ด ซึ่งผลิตด้วยวัสดุที่มาจากธรรมชาติ คือเยื่อของต้นไม้ที่มีการยืดหยุ่นสูง มีความนุ่มสบาย และไม่มีผลทางลบกับผิวหนัง นำมาผ่านกระบวนการผลิตด้วยกรรมวิธีการผลิตขั้นสูงจน ได้ออกมาเป็นผ้าเย้นอัดเม็ด ที่มีรูปลักษณะที่ง่าย และสะดวกต่อการพกพาไปยังที่ต่างๆ และสามารถใช้งานได้หลากหลาย เพียงวางลงบนฝ่ามือและเติมน้ำ จากนั้นผ้าเย้นอัดเม็ดจะเริ่มขยายตัวออกในแนวตั้ง จึงนำมาคลี่ออกจนได้เป็นผ้าเย้นแผ่นสี่เหลี่ยม พร้อมทั้งจะใช้งานได้อย่างทันที ทั้งนี้ได้มีการสำรวจตลาดข้างต้น การทำการวิจัยทางด้านการตลาด พบว่าได้รับความสนใจอย่างท่วมท้นจากลูกค้าเนื่องจาก เป็นผ้าเย้นอรรถประโยชน์ และมีความสะดวกต่อการใช้งาน ที่สำคัญผลิตจากวัสดุทางธรรมชาติทำให้ไม่เกิดการแพ้ และเมื่อใช้เสร็จสามารถย่อยสลายได้เองทางธรรมชาติซึ่งไม่เกิดเป็นมลภาวะภายหลัง

### ลักษณะธุรกิจ

ชื่อธุรกิจ	:	ผ้าเย็นอัดเม็ด Smile Coin (ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นสหวิทยุโย)
ที่ตั้ง	:	62/2 ม.4 ต.บางหญ้าแพรก อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000
รูปแบบธุรกิจ	:	ผู้แทนจำหน่ายผ้าเย็นอัดเม็ดแต่เพียงผู้เดียว ในประเทศไทย
วันเปิดดำเนินการ	:	1 เมษายน 2554



ภาพที่ 1 แสดงแผนผังที่ตั้งกิจการ และสถานที่จัดเก็บสินค้าผ้าเย็นอัดเม็ด หจก.ต้นสหวิทยุโย



ภาพที่ 2 แสดงสัญลักษณ์ของกิจการ



ภาพที่ 3 แสดงภาพสัญลักษณ์สินค้า



ภาพที่ 4 แสดงภาพบรรจุภัณฑ์สินค้า ผ้าเย็นอัดเม็ด Smile Coin

**ประวัติเจ้าของกิจการ**  
 ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ชื่อ : นายชัยวัฒน์ กิตติภิญโญวัฒน์. อายุ 22 ปี  
 ที่อยู่ : 114 ถ.บูรพาภิรมย์ ต.อรุณยูประเทศ อ.อรุณยูประเทศ  
 จ.สระแก้ว 27120  
 การศึกษา : ระดับอนุบาล ร.ร.พวงคราม  
 ระดับประถมศึกษา ร.ร.สำเร็จวิทยา  
 ระดับมัธยมศึกษา สามเณรลัยพระหลุทัย ร.ร.คาราสุมทร ศรีราชา  
 ปริญญาตรี ศิลปะศาสตรบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป)  
 มหาวิทยาลัยศิลปากร



**ตารางที่ 2** แสดงประวัติการทำงานของผู้จ้างกิจการ

ปี	ตำแหน่ง	สังกัด
2551	ผู้จัดการทั่วไป	ภูมิพัฒน์อาร์ทเม้นต์
2552	เจ้าของกิจการ	สวนบัว Le-platis
2553	นักศึกษาฝึกงาน	ฝ่ายวางแผนการผลิต โครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา
2554	หุ้นส่วนผู้จัดการ	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นสหวิทยุโย

**ลักษณะงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน**

วางแผน ตัดสินใจ ควบคุมดูแล และบริหารจัดการงานทั้งระบบ ประสานงานทั้งในและต่างประเทศ รับผิดชอบบริหารงานด้านการตลาด การกำหนดกลยุทธ์องค์กร และกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนการจ่ายงานต่างๆ ไปยังพนักงาน ในการหาตลาด ติดต่อลูกค้า การทำประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

**แผนการดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ**

แสดงด้วยตารางระยะเวลาการปฏิบัติงาน ( Gantt Chart) เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการกำหนดทิศทาง และเตรียมจัดตั้งธุรกิจเป็นขั้นตอนแรก โดยจะเริ่มปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2553 จนถึงขั้นตอนการจัดหาอุปกรณ์ในวันที่ 31 มีนาคม 2554 รวมระยะเวลา 7 เดือน และพร้อมเปิดทำการในวันที่ 1 เมษายน 2554

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 3 แสดงแผนการดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ

ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ	การดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ						
		2552			2553			
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
1. กำหนดทิศทาง และ เตรียมจัดตั้งธุรกิจ	เจ้าของกิจการ	←→						
2. จัดทำแผนธุรกิจ	เจ้าของกิจการ		←→					
3. ระดมทุน	เจ้าของกิจการ				←→			
4. สืบค้นค้า	เจ้าของกิจการ				←→	→		
5. จ้างพนักงาน	เจ้าของกิจการ					←→	→	
6. จัดหาอุปกรณ์	พนักงาน					←→	→	
7. เปิดดำเนินการ	เจ้าของกิจการ และพนักงาน							←→

### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม ถือเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการได้มาซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทางกลยุทธ์ หรือแผนการดำเนินงานของกิจการ โดยองค์ประกอบสำคัญในการระบุเกี่ยวกับการวิเคราะห์อุตสาหกรรมคือ สภาพของตลาดหรืออุตสาหกรรมที่ส่งผลต่อธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบ เช่น สภาพที่เติบโตหรือถดถอยก็ตาม โดยข้อมูลต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ควรมีแหล่งที่มาหรือแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับในสังคม สิ่งสำคัญของการวิเคราะห์ ข้อมูลหรือผลลัพธ์ที่ได้จะต้องมีความสัมพันธ์หรือบ่งชี้ได้ถึงสาเหตุของการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ของแผนงานอื่นๆ เช่น แผนการตลาด แผนการผลิต เป็นต้น นอกจากนี้เรื่องของการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน หรือข้อมูลของกลุ่มแข่งขัน ถือเป็นประเด็นสำคัญที่สะท้อนได้ว่าธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่ง หรือธุรกิจอื่นๆ ที่อยู่ในตลาดหรืออุตสาหกรรมได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งทั้งนี้อาจรวมทั้งธุรกิจที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน มีจุดเด่น จุดด้อยอย่างไร หรือกลยุทธ์ต่างๆ ที่ธุรกิจได้ระบุไว้ในการดำเนินการอยู่นั้น สอดคล้องกับการวิเคราะห์ที่ระบุไว้ว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ สามารถบ่งชี้ถึงขีดความสามารถของธุรกิจในการแข่งขันกับธุรกิจอื่นอย่างไร (กลุ่มพัฒนาธุรกิจ SMEs ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน))

ข้อมูลสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม จะถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์ในแบบจำลอง 5 ปัจจัยของ Porter ผลที่ได้จะมีประโยชน์หลายประการ เช่น ทำให้ทราบข้อได้เปรียบเสียเปรียบด้านการแข่งขันของธุรกิจเราเมื่อเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรม ข้อได้เปรียบนี้เราสามารถชี้ระบุเป็นโอกาสของธุรกิจ ส่วนข้อเสียเปรียบควรจะถูกบันทึกไว้เป็นอุปสรรคของธุรกิจในการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมต่อไป

## แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

ข้อมูลแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจจะเป็นเครื่องมือในการช่วยให้ผู้ประกอบการตัดสินใจได้ว่าควรประกอบธุรกิจนั้นๆ หรือไม่ จากการศึกษาและสืบค้นข้อมูลพบว่า แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจเกี่ยวกับผ้าเย็บอัดเม็ด สามารถเติบโตได้ในปัจจุบัน (ฐานเศรษฐกิจ 2 ม.ค. 2553)

เนื่องจากการตลาดอุตสาหกรรมผ้าเย็บนั้น ได้สร้าง มูลค่าเพิ่มของตัวสินค้า จากเดิมที่เป็นเพียงผ้าเย็บที่ไม่มีแตกต่าง เพียงใส่นวัตกรรมและแพ็คเกจจิ้งพร้อมลูกขึ้นมาสร้างแบรนด์ ด้วยการ Educate ตลาด และแจกสินค้าตัวอย่าง หวังให้ผู้บริโภคเกิดประสบการณ์กับสินค้า ความเคลื่อนไหวของตลาดผ้าเย็บจากเดิมมีแบรนด์ 3 - 4 แบรนด์ในตลาด ไม่มีการทำตลาดเลยนอกจากการเป็นโออีเอ็มส่งให้ร้านอาหาร และบริษัททัวร์ ซึ่งจะแข่งขันกันผูกตลาดระยะยาวด้วยกลยุทธ์ราคา ทำให้สังเกตเห็นถึงโอกาสการสร้างแบรนด์ให้เกิดคุณค่า จึงได้ทำตลาดอย่างหนักเพื่อขึ้นตำแหน่งผู้นำ ปัจจุบันมูลค่าตลาดผ้าเย็บอยู่ที่ประมาณ 400 ล้านบาท มีแนวโน้มการขยายตัวกว่า 30 % (Brand awareness) โอกาสของตลาดที่ยังไม่มีรายใดสร้างแบรนด์ผ้าเย็บอย่างจริงจัง และขูจุดขายที่แพ็คเกจจิ้ง และนวัตกรรมทั้งทางด้านเนื้อผ้า กระดาษที่ใช้ทำวัสดุผ้าเย็บ รวมถึงกลิ่นต่างๆ ที่สร้างความรู้สึกผ่อนคลาย สร้างเอกลักษณ์ให้ผ้า เย็บ กลยุทธ์เชิงประสบการณ์สร้าง แบรินด์ (Experientail Marketing) จึงถูกวางตำแหน่งให้เป็นผ้าเย็บแฟชั่น โดยได้ทำตลาดอย่างจริงจังในช่วงสงกรานต์ ซึ่งมีการแจกสินค้าตัวอย่างเพื่อเป้าหมายของการทดลองใช้สินค้าและได้รับการตอบรับที่ดี สำหรับช่องทางจำหน่ายเน้นกระจายสินค้าไปยัง โรงแรม ร้านอาหาร จี-สโตร์ ร้านสะดวกซื้อ ไฮเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าทั่วไปรวมแล้ว 1,500 แห่งทั่วประเทศ โดยคิดเป็นสัดส่วน 60:40 เจาะกลุ่มวัยรุ่น นักกีฬา และผู้ที่ชอบความสะอาด มีไลฟ์สไตล์ชื่นชอบการท่องเที่ยว บันเทิง รวมถึงใส่ใจเรื่องสุขภาพและความสะอาด ผ้าเย็บนับเป็นครั้งแรกของวงการผ้าเย็บในเมืองไทยที่ถูกขึ้นมาสร้างแบรนด์ เพราะส่วนใหญ่จะมีแต่การทำโออีเอ็มป้อนร้านอาหาร บริษัททัวร์ แต่มาวันนี้เป็นกระแส ตอบรับ กลุ่ม วัยรุ่นและสร้างเทรนด์ให้ผ้าเย็บเกิดความจำเป็นในการใช้งานได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งทันสมัย ขนาดกระทัดรัด และพกพาง่ายสำหรับวัยรุ่น และผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ มีการ แจกสินค้าตัวอย่างให้ผู้บริโภคได้เกิดประสบการณ์การใช้ สินค้า (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

## การแบ่งส่วนตลาด

กิจการเลือกใช้การแบ่งส่วนตลาด (Segment Marketing) ซึ่งหมายถึงการตลาดที่มุ่งแบ่งส่วนตลาดให้ตรงกับผู้บริโภค เนื่องจากสินค้าของ Smile coin เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์พิเศษโดดเด่นด้านการออกแบบตัวสินค้า ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างของตัวสินค้า เป็นสินค้าที่เหมาะสมแก่ผู้ที่ชอบความสะดวกสบาย และต้องการความแตกต่างในตัวสินค้าที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวด้านรูปลักษณ์

### หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด

ตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ซื้อสินค้า Smile coin เกิดจากการแบ่งกลุ่มทั้งในเชิงประชากรศาสตร์ ลักษณะทางจิตวิทยาและการดำรงชีวิต รวมทั้งด้านพฤติกรรมศาสตร์

#### 1. ด้านประชากรศาสตร์

แบ่งโดยพิจารณาจากความต้องการของผู้บริโภคว่ามีมากน้อยเพียงใด โดยการทำการสอบถามกลุ่มเป้าหมายหลายๆ กลุ่ม

#### 2. ลักษณะทางจิตวิทยาและการดำรงชีวิต

ตลาดเป้าหมายของ Smile coin คือกลุ่มคนที่มีความนิยมให้ความสนใจในสินค้าที่มีความแตกต่างเป็นพิเศษ เห็นถึงความหลากหลายและโดดเด่นอย่างเป็นเอกลักษณ์ในตัวสินค้าสูง

#### 3. พิจารณาจากพฤติกรรม

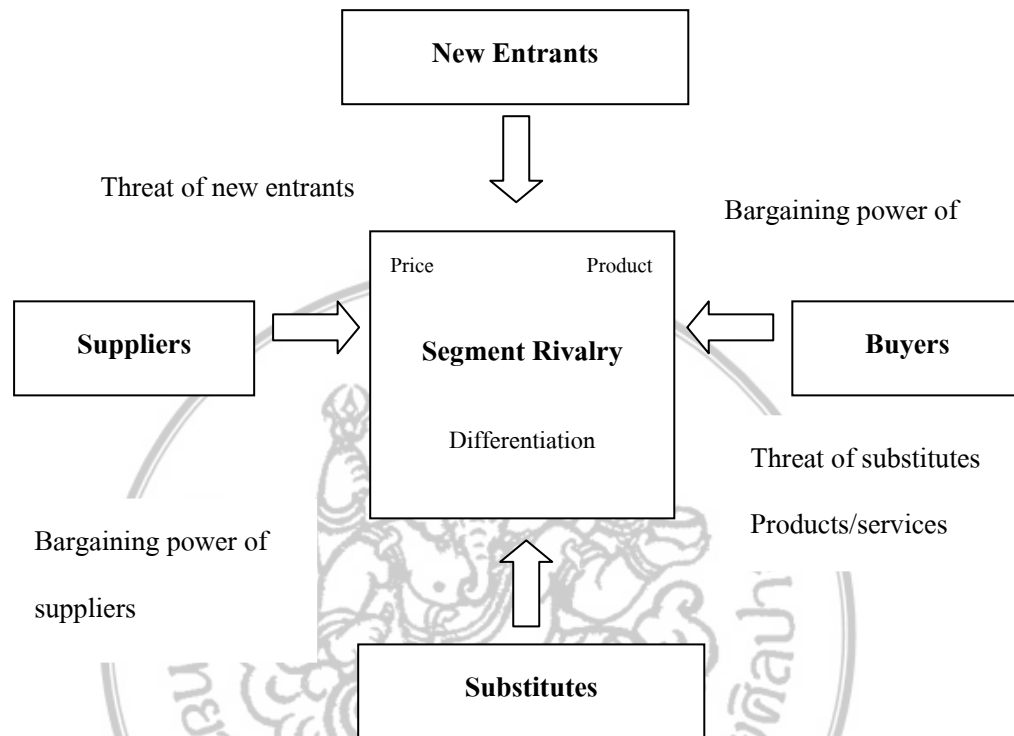
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตลาดเป้าหมายของ Smile coin คือกลุ่มคนที่มีความนิยมซื้อสินค้าที่มีความแตกต่าง

ตารางที่ 4 แสดงลักษณะ 6 Ws 1H ตลาดเป้าหมายของกิจการ

6 Ws 1H	ผ้าเย็นอัคเม็ค Smile coin
<b>Who</b> ใครคือตลาดเป้าหมาย	ผู้ซื้อที่ชื่นชอบสินค้าที่มีรูปลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถซื้อได้ทุกเพศทุกวัยตามความต้องการ
<b>What</b> ตลาดซื้ออะไร	สินค้าของกิจการเป็นสินค้าที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบตัวสินค้าให้มีความหลากหลาย ดังนั้นผู้ซื้อจึงต้องการสินค้าที่มีความแปลกใหม่ด้วยเช่นกัน
<b>Why</b> ทำไมจึงซื้อ	สินค้าของ Smile coin เป็นสินค้าที่ผู้ซื้อจะได้รับทั้งประโยชน์จากการใช้สินค้าผ้าเย็นอัคเม็ค และผู้ซื้อยังรู้สึกถึงความแตกต่างที่เกิดจากตัวสินค้า
<b>Who</b> ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อ	ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ บุคคลที่ผู้ซื้อสินค้าของกิจการไปใช้ประโยชน์ต่างๆ
<b>When</b> ซื้อเมื่อใด	ผู้ซื้อสามารถซื้อได้ทุกเมื่อที่ต้องการและผู้ซื้อคิดว่าตัวสินค้าเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อ
<b>Where</b> เฉพาะตัวผู้ซื้อเฉพาะตัวผู้ซื้อ	ผู้ซื้อที่นิยมสินค้าที่มีความแปลกใหม่และมีความแตกต่างจากสินค้าตัวอื่นๆ เฉพาะตัวผู้ซื้อเฉพาะตัวผู้ซื้อที่เหมาะสมกับความคุ้มค่าของตัวสินค้าตลาดเป้าหมาย
<b>How</b> ซื้ออย่างไร	ผู้ซื้อสามารถซื้อได้ด้วยตัวเอง หรืออาจสั่งซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต

## การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน (Five Force)



ภาพที่ 5 Five Force Model

### 1. ความเข้มข้นของการแข่งขันระหว่างบริษัทเดิม

ตลาดสินค้าแฟชั่นอิตาลีกำลังเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบันจึงทำให้มีร้านค้ารายย่อยเกิดขึ้นมากมาย แต่ส่วนใหญ่แล้วร้านค้าเหล่านี้มีสินค้าให้เลือกไม่มากนัก มีเพียงไม่กี่หลายที่มีความโดดเด่น

### 2. การคุกคามจากผู้มาใหม่

กิจการนี้ใช้ต้นทุนไม่สูงมาก ไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูง เพียงแต่ผู้ประกอบการมีความคิดที่สร้างสรรค์สามารถที่จะออกแบบตัวสินค้าให้น่าสมัยและติดตามได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้คู่แข่งไม่มีความพยายามที่จะพัฒนาตัวสินค้า และทำให้คู่แข่งค่อยๆ หายไปจากตลาด

### 3.ภาวะคุกคามจากสินค้าทดแทน

หากจะพูดถึงผ้าเย้นอัดเม็ด คนทั่วไปมักนึกถึงประเภท ผ้าเย้นธรรมดา ซึ่งสินค้าประเภทนี้สามารถทำได้จากวัตถุดิบอื่น แต่ก็คือโอกาสที่ดีของกิจการที่แสดงให้เห็นว่า ผ้าเย้นอัดเม็ดนั้นมีการออกแบบที่แตกต่างจากสินค้าบางตัวทุกๆ ไปในท้องตลาด และยังคงไว้ซึ่งความแปลกใหม่ ความคิดที่สร้างสรรค์ และน่าประทับใจของผู้ที่ซื้อไปใช้ประโยชน์

### 4.อำนาจต่อรองของ Supplier

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้านั้นมาจากโยธรรมชาติ ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย ไม่มีสารเจือปน ดังนั้นแล้วในกิจการจึงมีอำนาจการต่อรองในระดับต่ำ ทางกิจการสามารถต่อรองราคาได้มาก สามารถเลือกสินค้า คุณภาพของสินค้าได้ตามความต้องการ

### 5.อำนาจต่อรองของ Buyers

หากจะพูดถึงอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองได้มาก เนื่องจากในตลาดปัจจุบันมีสินค้าประเภทนี้เกิดขึ้นค่อนข้างมาก มีผู้สนใจผลิตมากขึ้นเมื่อมีทางเลือกให้แก่ผู้ซื้อ มาก ผู้ซื้อก็จะมีโอกาสในการเลือกสินค้าได้มาก ผู้ซื้ออาจต่อรองด้านราคา หรือรูปแบบของสินค้า เป็นต้น

### การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

ตลาดสินค้าผ้าเย้นอัดเม็ดในปัจจุบันมีคู่แข่งเกิดขึ้นมากมาย บางกิจการเน้นรูปแบบที่แตกต่างออกไปอย่างโดดเด่น ถึงแม้ว่าในตลาดผ้าเย้นตอนนี้เริ่มมีคู่แข่งเข้ามามากมาย แต่ก็ยากที่จะเข้ามาครอบครองตลาด เนื่องจากเป็นกิจการที่มีมาก่อน และมีการสร้างสรรค์ตัวสินค้า ออกแบบตัวสินค้าที่โดดเด่น รวมถึงรูปลักษณ์ของตัวสินค้าแล้วนั้น ยากที่จะเข้ามาแทรกแซงในท้องตลาด เพราะลูกค้าทุกคนต่างก็มีความต้องการและความจงรักภักดีในการซื้อสินค้าเดิม หรือการซื้อซ้ำนั่นเอง



## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis เป็นการแสดงรายละเอียด การวิเคราะห์สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจ หรือการวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ โดยแบ่งเป็น การวิเคราะห์จากปัจจัยภายในหรือของตัวธุรกิจเอง และปัจจัยภายนอกหรือสิ่งที่อยู่ภายนอกธุรกิจ ซึ่งธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินการของธุรกิจ

#### การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เป็นการวิเคราะห์หาจุดแข็ง ( Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) เพื่อค้นหาปัจจัยภายในธุรกิจที่ทำให้กิจการมีความได้เปรียบ หรือเสียเปรียบในการแข่งขัน โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลักและคู่แข่งรองภายหลังจากการวิเคราะห์แล้วสามารถปรับปรุงแก้ไข ด้วยการเสริมจุดแข็งให้โดดเด่นขึ้น หรือลดจุดอ่อนดังกล่าวได้ เพราะเป็นปัจจัยที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ (การวิเคราะห์จะแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน) ตัวอย่างเช่น สินค้าขายที่โดดเด่นพิเศษ ความแตกต่างทางการแข่งขัน ตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก นวัตกรรม พนักงานขายที่มีความสามารถ การเงินที่มั่นคงเทคโนโลยีที่ทันสมัย ระบบควบคุมการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ หรือการเงินไม่เพียงพอ ขีดความสามารถในการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายต่ำ ความชำนาญด้านการตลาดน้อย ต้นทุนสินค้าสูง สินค้าล้ำสมัย Facilities ต่างๆในการดำเนินธุรกิจไม่เพียงพอ เป็นต้น

#### การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เป็นการวิเคราะห์หาโอกาส ( Opportunities) และค้นหาอุปสรรค (Threats) ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ไม่สามารถควบคุมได้โดยการพิจารณาจะพิจารณาจากปัจจัยหลายๆประการ โดยอาจเรียกเป็นตัวย่อคือ MCSTEPS ซึ่งประกอบด้วย

Market	- ตลาดหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
Competition	- สถานการณ์การแข่งขัน
Social	- ค่านิยมทางวัฒนธรรมของสังคม
Technology	- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
Economic	- สภาพเศรษฐกิจ
Political & Legal	- กฎหมาย, ระเบียบ ข้อบังคับ
Suppliers	- กลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบ/กลุ่มผู้ผลิตและเครือข่าย

ตัวอย่างเช่น การเจริญเติบโตในตลาดใหม่ การขยายตลาดทั่วโลก การมีบริการใหม่ ความต้องการของลูกค้าต่อบริการที่มีคุณภาพ การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรศาสตร์ การได้เปรียบเชิงเศรษฐกิจ กฎหมายที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน หรือคู่แข่งรายใหม่ในตลาด การขาดแคลนแรงงาน การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี สิ่งทดแทนการนำเข้า ปัญหาด้านเศรษฐกิจ อุปสรรคจาก ระเบียบข้อบังคับหรือข้อกฎหมาย พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น

**การวิเคราะห์สถานการณ์ของ ธุรกิจผ้าเย้นอัดเม็ด**

#### **จุดแข็ง (Strengths)**

ธุรกิจผ้าเย้นอัดเม็ด มีจุดแข็งที่เป็นข้อได้เปรียบที่เหนือคู่แข่ง และสามารถนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีดังนี้

- ผ้าเย้นอัดเม็ดเป็นนวัตกรรมใหม่ ทำให้ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ น่าใช้ น่าทดลอง
- ผลิตภัณฑ์มีน้ำหนักเบากว่าผลิตภัณฑ์ผ้าเย้นหรือผ้าร้อนสำเร็จรูป จึงเหมาะสำหรับการขนส่งที่น้ำหนักของตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อต้นทุนการขนส่ง
- องค์กรมีขนาดเล็กทำให้มีความคล่องตัว และความยืดหยุ่นสูงในการบริหารงาน
- ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ทางธุรกิจสูง และพนักงานมีความชำนาญในการทำงาน

- ผลิตภัณฑ์มีความขึ้นภายในต่ำกว่า และปลอดภัย ไม่มีโอกาสเกิดปัญหาเชื้อราและแมลงขึ้นในระหว่างการขนส่ง
- ผลิตภัณฑ์มีการควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอนการผลิต โดยเฉพาะวัตถุดิบหลักคือเยื่อไม้ที่มีคุณสมบัติด้านความยืดหยุ่น ทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพสม่ำเสมอ ขนาดที่แน่นอน
- วัตถุดิบที่ใช้ผลิตจากเยื่อไม้ธรรมชาติ 100 % ซึ่งมีต้นทุนต่ำแต่สามารถขายได้ในราคาสูงตามความคิดของผู้บริโภคในปัจจุบัน
- พกพาสะดวก ประหยัดพื้นที่ มีขนาดเล็กและเบาเหมาะสำหรับพกพาไปยังสถานที่ต่างๆ
- สามารถ Customize ตัวผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการของลูกค้าเพียงแค่น้ำเย็นหรือน้ำอุ่น ภายใต้ต้นทุนการผลิตที่ต่ำ
- ผลิตภัณฑ์ผ้าเย็นอัดเม็ดสามารถเก็บไว้ได้นานกว่า โดยปราศจากจุลินทรีย์และแบคทีเรีย
- เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเยื่อไม้ธรรมชาติ 100% หลังจากใช้งานแล้วไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- ผ่านการรับรอง CE จากเยอรมัน
- ผ้าเย็นอัดเม็ดเป็นชนิดไร้อัลกอฮอลล์ ทำให้ผู้ใช้ไม่วิตกกังวลในเรื่องของการมีผลต่อเครื่องสำอาง และต่อผิวหนัง

#### จุดอ่อน (Weaknesses)

ธุรกิจผ้าเย็นอัดเม็ด มีจุดอ่อนที่ต่ำกว่าคู่แข่งหรืออยู่ในสภาพที่เสียเปรียบ อันเป็น

ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินงานได้แก่

- เป็นบริษัทตั้งขึ้นใหม่และผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่สำหรับตลาดภายในประเทศ ดังนั้นการทำให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของลูกค้าต้องใช้เวลาและใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงในการทำตลาด
- การกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึง จำเป็นต้องอาศัยลูกค้าค่อนข้างมาก ซึ่งทำให้ต้นทุนในการกระจายสินค้าสูง
- การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทาง Internet เป็นหลัก ซึ่งมีผู้ใช้บริการเฉพาะกลุ่ม ทำให้ตลาดถูกจำกัดอยู่ในวงที่ไม่กว้างมากนัก

- การใช้เงินทุนต่ำอาจส่งผลต่อการขาดสภาพคล่องของกิจการได้ในบางโอกาส เช่น ลูกค้าสั่งสินค้าในปริมาณมาก

### โอกาส (Opportunities)

ปัจจัยหรือสถานการณ์ภายนอกที่มีส่วนช่วยให้ ธุรกิจผ้าเย็บอัดเม็ด มีโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ได้แก่

- ผู้บริโภคไม่ยึดติดในยี่ห้อ (Brand Loyalties) ทำให้สามารถเข้าตลาดได้ง่าย
- ผู้บริโภคนิยมทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยคำนึงถึงคุณภาพ และความแปลกใหม่มากขึ้น ผู้ประกอบการทุกรายจึงมีโอกาที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำตลาดได้ ถ้ามีการพัฒนาระบบการผลิตและการตลาดอย่างจริงจัง
- ภาวะเศรษฐกิจอยู่ในช่วงกำลังเติบโต ทำให้คนมีกำลังเงินในการใช้จ่ายมากขึ้น
- กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการบริโภคอาหารธรรมชาติปลอดสารพิษ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจากผู้บริโภค
- สภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ทำให้การใช้ชีวิตประจำวันอย่างเร่งรีบ หรือปัญหาการจราจรที่ติดขัด ทำให้ไม่สะดวกต่อการเดินทางไปในหลายๆ สถานที่ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่พกพาสะดวกและประหยัดพื้นที่ อย่างเช่นผ้าเย็บอัดเม็ดจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการได้
- การแข็งตัวของค่าเงินบาท มีผลให้ต้นทุนในวัตถุดิบต่ำลงมาก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## อุปสรรค (Threats)

ปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ ธุรกิจผ้าเย็บอัดเม็ด จนอาจส่งผลกระทบต่อให้ ธุรกิจผ้าเย็บอัดเม็ด ประสบความล้มเหลว ได้แก่

- คู่แข่งสามารถเข้าตลาดได้ง่าย เนื่องจากการลงทุนไม่สูงมากและผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ง่ายโดยคู่แข่งรายใหม่อาจเป็นไปได้ทั้งผู้ประกอบการภายในประเทศ หรือเป็นผู้ประกอบการจากต่างประเทศซึ่งมีการดำเนินธุรกิจประเภทนี้อยู่แล้ว
- สินค้าถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย
- ธุรกิจผ้าเย็บเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากการเข้าออกธุรกิจค่อนข้างง่ายเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก เทคโนโลยีการผลิตไม่ซับซ้อน ประกอบกับตัวสินค้าแต่ละชนิด จะมีความแตกต่างกันน้อยมาก ผู้ประกอบการจึงต้องพยายามสร้างความแตกต่างในด้านอื่นๆ เช่น บรรจุภัณฑ์ หรือความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
- ทางเลือกในการตอบสนองต่อความต้องการมีมาก ผู้บริโภคอาจเลือกใช้สินค้าหรือบริการอื่นที่ทดแทนกันได้

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจผ้าเย็บอัดเม็ด โดยใช้ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ จะเห็นว่ามีความแข็งและโอกาส มากกว่าจุดอ่อนและอุปสรรค เมื่อเทียบกับคู่แข่งและสภาพแวดล้อมภายนอก เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจ เพียงเท่านั้นหรือน้ำเย็นใส่งลงในกระดาศิซุอัดเม็ด ก็จะพองตัวออกมาเป็นผ้าผืนใหญ่พร้อมใช้งานได้ทันที จึงเป็นทางเลือกของผู้บริโภคที่ชอบความแปลกใหม่ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจผ้าเย็บอัดเม็ดจึงน่าจะมีโอกาสที่จะเจริญเติบโตได้ ปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ การแข่งขันของสินค้าทดแทน การลอกเลียนแบบเทคโนโลยีของคู่แข่งรายใหม่ และทำเลที่ตั้งในการจำหน่ายสินค้า

## การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

## ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

หัวข้อที่ใช้ในการพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านการบริหารจัดการ	องค์กรมีขนาดเล็ก ทำให้เกิดความคล่องตัวในการบริหาร และมีความยืดหยุ่นสูง นอกจากนี้ยังมีผู้ให้คำปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆเป็นอย่างดี	เนื่องจากองค์กรมีขนาดเล็ก ทำให้มีพนักงานค่อนข้างน้อย หากมีการรับออเดอร์จำนวนมากอาจทำให้การบริหารงานเกิดการสะดุดได้
ด้านการตลาด	มีการทำตลาดทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลักซึ่งเป็นตลาดที่กว้าง และต้นทุนต่ำ	การรับรู้ทางอินเทอร์เน็ตถูกจำกัดกับคนเพียงส่วนหนึ่งของตลาดรวม ทำให้อาจเป็นที่รู้จักไม่ตรงกับเป้าหมายเท่าที่ควร
ด้านการผลิต	1.เราใช้การ OEM เป็นหลัก ทำให้ไม่มีปัญหาเรื่องของต้นทุนคงที่ และความเสี่ยงของโรงงาน 2.กิจการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงในการผลิต 3.กิจการคัดเลือกโรงงานที่มีศักยภาพสูงในการผลิตสินค้า	หากเกิดความผิดพลาดด้านความสัมพันธ์ และการสื่อสาร อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อกิจการได้ ตลอดจนการรับรู้มาตรฐานการผลิตของลูกค้าต่อประเทศผู้ผลิต อาจทำให้เกิดความไม่มั่นใจได้
ด้านการเงิน	มีการบริหารการเงินแบบเน้นความโปร่งใส และการใช้เงินตรงตามวัตถุประสงค์	เราใช้ทุนค่อนข้างน้อยอาจเกิดปัญหาขาดสภาพคล่องได้ในกรณีที่มีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าในปริมาณมาก

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (1)

หัวข้อที่ใช้ในการพิจารณา	โอกาส	อุปสรรค
<b>ตลาด</b> กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบสินค้าที่มีความแตกต่าง และแปลกใหม่สะดวกต่อการใช้งานได้ทุกที่	สินค้าทดแทนมีหลากหลายชนิด ให้เลือกใช้ ตลอดจนการเข้าตลาดได้ง่ายของผู้ขายรายใหม่
<b>สถานการณ์การแข่งขัน</b>	มีการแข่งขันต่ำเนื่องจากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ทำให้เป็นโอกาสที่ดีในการสร้างแบรนด์และสินค้าตัวนี้ให้เป็นที่รู้จักของตลาด	การที่คู่แข่งสามารถเข้าตลาดได้อย่างไม่ยากนักเนื่องจากใช้เงินทุนไม่มาก ทำให้อาจมีการแข่งขันสูงในอนาคตได้
<b>สังคม</b>	รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป โดยเน้นความเร่งรีบ และกระแสของการต้องการความสะดวกในการใช้งาน เป็นโอกาสที่ดีของผลิตภัณฑ์นี้	ความสัมพันธ์ด้านการสื่อสารพูดคุยหรือการบอกต่อกันเรื่องของสินค้า อาจเป็นไปได้ทั้งทางดี และทางไม่ดี ซึ่งข่าวสารแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว
<b>เทคโนโลยี</b>	สามารถใช้เทคโนโลยีในการช่วยส่งเสริมการตลาด การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยเสียค่าใช้จ่ายไม่สูงถ้าเทียบกับการโฆษณาทางอื่นๆ	การสื่อสารที่รวดเร็วอาจส่งผลเสียได้ อย่างกว้างขวางและรวดเร็วเช่นกัน หากเกิดความผิดพลาดของตัวสินค้า หรือการใช้งานที่ผิด
<b>สภาพเศรษฐกิจ</b>	เศรษฐกิจปัจจุบันกำลังอยู่ในช่วงฟื้นตัวอย่างรวดเร็วทำให้โอกาสที่จะประสบความสำเร็จของกิจการเป็นไปได้สูง	ความไม่แน่นอนของสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อาจส่งผลต่อกิจการได้ทั้งทางบวกและทางลบ
<b>กฎหมายข้อบังคับ</b>	ได้รับการตรวจสอบจากองค์การอาหารและยา ว่ามีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค จึงทำให้ผู้บริโภคมั่นใจมากขึ้น	หากเกิดความผิดพลาดในตัวสินค้า อาจทำให้เกิดปัญหาต่อกิจการได้ เนื่องจากมีการควบคุมมาตรฐานสินค้าที่ค่อนข้างเข้มงวดมากขึ้น

ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (2)

หัวข้อที่ใช้ในการพิจารณา	โอกาส	อุปสรรค
กลุ่มผู้จำหน่าย	กิจการมีการกระจายสินค้าในวงกว้างและทั่วถึงทำให้สินค้าไปสู่กลุ่มผู้จัดจำหน่ายได้ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ขายส่งและห้างสรรพสินค้า	การเข้าถึงผู้จัดจำหน่ายอย่างทั่วถึงจำเป็นต้องใช้เงินทุนค่อนข้างสูง โดยเฉพาะกลุ่มห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อซึ่งเป็นแหล่งการค้าที่สำคัญ

### ปัญหาและอุปสรรค

การผลิตผ้าเย็นอัดเม็ดเป็นงานที่ต้องใช้ความสามารถ และความละเอียดเพราะถือว่าเป็นงานฝีมือชนิดหนึ่งที่ต้องใช้ทั้งความคิดสร้างสรรค์และความรู้ในการออกแบบ ผู้ที่สามารถทำงานหรือผลิตสินค้าประเภทนี้ได้ต้องมีความสามารถค่อนข้างสูง รวมถึงความรู้ในการออกแบบตัวสินค้าให้มีลักษณะที่โดดเด่นด้วย ซึ่งส่งผลต่อเจ้าของกิจการในการหาบุคลากรเข้ามาทำงานที่จะต้องใช้ความสามารถสูง เนื่องจากงานแต่ละชิ้นต้องใช้เวลาเป็นสำคัญ และที่ขาดไม่ได้คือความปลอดภัยหรือความสะอาดจากตัวสินค้า ปัญหาที่เจ้าของกิจการพบนั้นคือ แรงงานคนไม่พอต่อความต้องการของสินค้า ไม่สามารถผลิตสินค้าออกมาได้ทันตามความต้องการของลูกค้าในบางครั้ง อาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในการตัดสินใจซื้อได้

### ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จากข้อความที่ได้กล่าวไปข้างต้นแสดงให้เห็นว่าปัญหาทางด้านกำลังคนนั้นเป็นปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งหากกิจการไม่ให้ความสำคัญกับปัญหาเหล่านี้และหากเกิดปัญหาแล้วไม่รีบแก้ไขก็อาจทำให้กิจการไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่ง Smile coin จะให้ความสำคัญกับการเลือกบุคลากรด้านการผลิตโดยเลือกสรรบุคลากรที่มีความชำนาญและมีความคิดสร้างสรรค์ผลงานให้มีความแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา และให้ผลตอบแทนที่ดี



## บทที่ 5

### วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายในการทำธุรกิจ กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่

#### วิสัยทัศน์ (Vision)

ธุรกิจผ้าเย้นอัดเม็ด ได้กำหนดวิสัยทัศน์ เพื่อให้มองเห็นทิศทางในอนาคตที่ต้องการจะ  
เป็นไว้ดังนี้ “เป็นผู้นำด้านการผลิต และจัดจำหน่ายผ้าเย้นอัดเม็ด ทั้งในและต่างประเทศ ด้วย  
มาตรฐานคุณภาพความปลอดภัยที่ทุกคนให้การยอมรับ”

#### พันธกิจ (Mission)

ธุรกิจผ้าเย้นอัดเม็ด ได้กำหนดพันธกิจที่แสดงให้เห็นถึงหน้าที่หลักๆ ที่ต้องดำเนินการ  
เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ไว้ ดังนี้

1. เราจะพัฒนาสินค้าและบริการของเราให้มีคุณภาพในเชิงการแข่งขันที่เป็นเลิศเหนือกว่าคู่แข่ง  
ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ด้วยกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน เทคโนโลยีที่ทันสมัยและ  
รักษาสิ่งแวดล้อม
2. ตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่สารพัดประโยชน์ สามารถปรับใช้ได้ตามความ  
ต้องการของผู้บริโภค และมีขนาดเล็กพกพาง่าย
3. สร้างสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้าให้เกิดความประทับใจสูงสุด
4. รักษามาตรฐาน ในคุณภาพของสินค้า และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย
5. ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตสินค้าจากวัสดุธรรมชาติ และไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อมเพื่อ  
ความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

## เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal)

ธุรกิจแฟชั่นอิตาลี ได้กำหนดเป้าหมายในการทำธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจที่กำหนดไว้ ดังนี้

1. สร้างผลิตภัณฑ์แฟชั่นอิตาลีให้เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค
2. สร้าง Brand Awareness ให้เป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือในคุณภาพของผลิตภัณฑ์
3. สร้างกำไรขั้นต้น 30% หรือกำไรสุทธิ 15%

## การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) เป็นกิจกรรมที่ท้าทายผู้บริหารซึ่งอยู่ในฐานะผู้นำ (Leader) และผู้ตัดสินใจ (Decision Maker) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ปัจจุบันที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และรวดเร็ว รวมทั้งมีความสลับซับซ้อนยากที่จะคาดการณ์ได้ ดังนั้นการที่ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีข้อมูลและมีความรู้ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายและทิศทางที่ถูกต้อง หากผู้บริหารยังคงใช้หลักการ ความรู้และประสบการณ์เดิมในการบริหารองค์กร แก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าแบบวันต่อวัน สถานการณ์ทางธุรกิจที่แตกต่างจากในอดีตก็จะทำให้การตัดสินใจไม่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง เกิดความผิดพลาดและล่าช้าทำให้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมขององค์กรซึ่งยากจะแก้ไข นอกจากนี้บุคคลากรในระดับต่างๆจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ทิศทางเชิงกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติงานตอบสนองความต้องการของฝ่ายบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย

ความหมายของคำว่า กลยุทธ์ (Strategy) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ปี พ.ศ.2525 ได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง การรบที่มีเล่ห์เหลี่ยมหรือวิธีการต่อสู้ที่ใช้อุบายต่างๆ ซึ่งเป็นความหมายที่เกี่ยวข้องกับการสงครามหรือการต่อสู้ที่ต้องใช้ความคิดและชั้นเชิง ซึ่งคำว่า Strategy มาจากรากศัพท์ภาษากรีกว่า Strategia มีความหมายว่าศาสตร์และศิลป์ในการบังคับบัญชา กองทัพหรือความเป็นแม่ทัพ (Generalship) การนำมาประยุกต์ใช้เปรียบเทียบได้ดีในเชิงธุรกิจ และ

จากความหมายที่ให้ไว้โดย สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ ( 2540) ได้กล่าวไว้ว่า “กลยุทธ์ หมายถึง การตัดสินใจที่สัมพันธ์กับการคาดการณ์เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในอนาคต”

นอกจากนี้ Fitts and Lei (2000) ให้ความหมายของกลยุทธ์ว่าเป็นความคิด แผนงาน และการกระทำที่องค์กรได้นำมาใช้เพื่อความสำเร็จและสร้างรายได้เปรียบคู่แข่ง

Schermerhorn (2002) กล่าวว่า กลยุทธ์ หมายถึง แผนแม่บท หรือแผนปฏิบัติการที่มีความสำคัญสำหรับองค์กรเพื่อใช้ในการกำหนดทิศทางในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายและเกิดประโยชน์ในด้านการแข่งขัน

ส่วนคำว่า Strategic Management พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์ (2541) ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นการจัดการที่เน้นถึงความสำคัญของสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดการภายในซึ่งต้องเตรียมแผนการดำเนินการให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปหรือตอบโต้ภาวะการแข่งขันได้อย่างรวดเร็วโดยการจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม

โดยทั่วไปกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจแบ่งเป็น 3 ระดับ

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)
2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)
3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy)

การจัดการเชิงกลยุทธ์ไม่ใช่เป็นหน้าที่จำกัดเฉพาะของผู้บริหารเท่านั้น แต่จะดำเนินงานครอบคลุมไปทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้องค์ประกอบทุกส่วนของธุรกิจดำเนินงานอย่างส่งเสริมและสอดคล้องกัน โดยมีเป้าหมายของธุรกิจในภาพรวมเป็นสำคัญ โดยผู้รับผิดชอบในแต่ละส่วนทำหน้าที่กำหนดกลยุทธ์ ซึ่งสามารถจำแนกการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจออกเป็น 3 ระดับดังต่อไปนี้

### 1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

ถูกกำหนดโดยผู้บริหารระดับขององค์กร เช่น กรรมการผู้จัดการ (Managing Director) ประธานกรรมการ (President) หรือหัวหน้าคณะผู้บริหาร (Chief Executive Officer : CEO) เป็นต้น

ร่วมกับคณะผู้บริหารและที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์ขององค์กร โดยคาดการณ์และความต้องการในอนาคต เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการดำเนินงานองค์กร โดยกลยุทธ์ระดับองค์กรจะเป็นกลยุทธ์หลักของธุรกิจที่เป็นแม่แบบและแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนในระดับอื่นๆ

### กลยุทธ์ระดับองค์กรที่ธุรกิจฝ้ายเอ็นอ๊ดเมื่อนำมาใช้

เนื่องจากธุรกิจฝ้ายเอ็นอ๊ดเมื่อนำมาใช้เป็นธุรกิจที่เพิ่งเริ่มดำเนินการ และมีขนาดเล็ก มีโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อนภายใต้การบริหารงานของผู้จัดการ โดยฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้รับสินค้ามาจำหน่ายต่อ และกระจายสินค้าโดยฝ่ายขายสำหรับการกระจายสินค้าให้เข้าถึงร้านค้าปลีก ซึ่งฝ่ายขายได้มีการวางแผนการจัดจำหน่าย รูปแบบการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขาย เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นคุณภาพของสินค้าจากการที่สามารถใช้ได้อย่างเอนกประสงค์ มีความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน โดยนำจุดแข็งของธุรกิจร่วมกับโอกาสมาใช้

## **2. กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Business Strategy)**

ถูกกำหนดโดยผู้จัดการหรือผู้จัดการหรือผู้บริหารที่มีตำแหน่งเป็นหัวหน้าหน่วยธุรกิจ (Business Unit) BU ที่มีอิสระและความรับผิดชอบในการดำเนินงานของตนเองโดยพยายามสร้างศักยภาพและความได้เปรียบในการดำเนินงานให้แก่หน่วยธุรกิจ ปกติกลยุทธ์ระดับธุรกิจมักจะเกี่ยวข้องกับการแข่งขัน จนบางครั้งถูกเรียกว่า “กลยุทธ์การแข่งขัน” (Competitive Strategy)

### กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจที่ธุรกิจฝ้ายเอ็นอ๊ดเมื่อนำมาใช้

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นสินค้าที่ค่อนข้างใหม่ (Embryonic industry) ถึงแม้จะมีคู่แข่งระดับ Brand level น้อยราย ในขณะที่มีคู่แข่งที่เป็นสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก ราย การเสนอสินค้าเข้าสู่ตลาดตั้งแต่ตลาดอยู่ในระยะเริ่มต้น จึงถือโอกาสดีในการสร้างฐานการตลาดในหมู่ผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ให้สินค้าเป็นที่รู้จักและจดจำ ตรีเย่หื้อ ดังนั้น กลยุทธ์หลักเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริษัทที่วางไว้ คือ การใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy) มุ่งผลิตสินค้าในราคาเหมาะสมและมีคุณภาพสูง โดยยึดจุดแข็งของบริษัทด้านต้นทุนต่ำในการผลิตแต่ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพ สามารถ Customize ผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการ พร้อมกับการนำกล

ยุทธศาสตร์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ในการสร้างความแตกต่างในรูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะเป็นเม็ด มีน้ำหนักเบากว่า และมีขนาดเล็กกว่า ใช้งานได้เอนกประสงค์กว่า เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพของสินค้าแล้วก็จะแนะนำต่อไปยังผู้อื่น ทำให้ได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

### 3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Function Strategy)

ถูกกำหนดโดยผู้จัดการในแต่ละหน้าที่ทางธุรกิจ เช่น การผลิต การเงิน การตลาด และการบริหารบุคคล โดยมุ่งที่การใช้ทรัพยากรของหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ในระดับและระดับธุรกิจ เน้นการกระจายงาน และมอบอำนาจที่สามารถตัดสินใจได้ในกรอบความรับผิดชอบ ทั้งนี้ได้มีการวางกฎระเบียบของบริษัทไว้ในรายละเอียดต่างๆ ซึ่งพนักงานทุกคนต้องรับทราบ และปฏิบัติตามบรรทัดฐานเดียวกัน

#### กลยุทธ์ระดับหน้าที่ที่ธุรกิจผ้าเย็บอัดเม็ดนำมาใช้

1.การตลาด (marketing) ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้ต้นทุนที่เหมาะสม (Cost Leadership Strategy) และกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) สามารถเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ได้ทันเวลา

2.การปฏิบัติการ (Operations) หรือ การผลิต (production) มีความสม่ำเสมอในการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยก่อให้เกิดผลเสียต่ำสุดและเกิดผลผลิตสูงสุด และมีความรวดเร็วในการปรับเข้าหากความต้องการซื้อของลูกค้าได้

3.การวิจัยและพัฒนา (research and development) รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นการประสานประสานความต้องการของลูกค้ากับความสามารถในการผลิต เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่

4.การบัญชี (Accounting) โดยการจัดหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจ สร้างความเรียบง่ายและลดค่าใช้จ่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเพื่อนำข้อมูลกลับมาใช้ได้ทันเวลาที่

5.การเงิน (Financial) การใช้กลยุทธ์ทางการเงิน เพื่อความอยู่รอด ความเจริญเติบโต และความคล่องตัวทางการเงินเพื่อให้เกิดกำไรสูงสุด ( Profit maximization) และความมั่งคั่งสูงสุด(Wealth maximization)

6.การจัดซื้อ ( Purchasing) การคัดเลือกผู้ขายที่มีคุณภาพ เปรียบเทียบราคาที่เหมาะสม การส่งมอบทันเวลาที่ ป้องกันไม่ให้เกิดสินค้าเกินความจำเป็นและไม่ให้เกิดการขาดแคลน รักษาคุณภาพสินค้าก่อนถึงมือลูกค้าตั้งแต่การคัดเลือกคุณภาพ ขั้นตอนการขนส่ง คุณภาพของผลิตภัณฑ์และการควบคุมปริมาณของเสีย

7.การบริหารงานบุคคล (Human resource management) การจัดหาและการฝึกอบรมกำลังคนให้เหมาะสมกับลักษณะงาน จัดรูปแบบการทำงานให้มีการทำงานที่สอดคล้องกัน เพื่อลดการทำงานซ้ำซ้อนของแต่ละฝ่าย



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 6

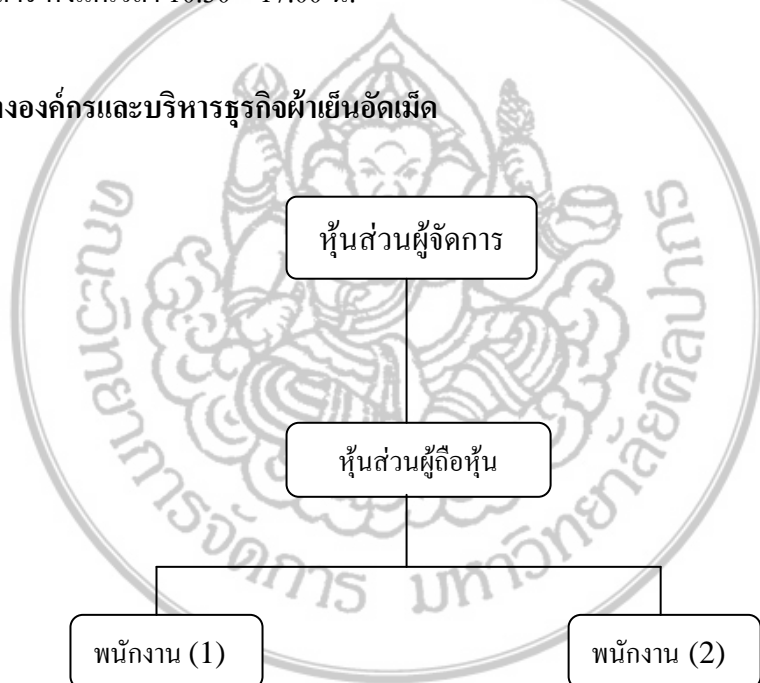
### แผนการบริหารจัดการ

แผนการบริหารจัดการเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็น โอกาสทางธุรกิจแผนธุรกิจ เปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทางที่จะช่วยชี้แนะขั้นตอนต่าง ๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่าง ๆ ทั้งในเรื่องการตลาด การแข่งขัน กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้นำผู้ประกอบการ ไปสู่ความสำเร็จ หรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังวิถีชีวิตของผู้คนทั่วโลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่วนหนึ่งเกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี วิธีการทำงานใหม่ ๆ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งมีผลกระทบต่อครอบครัวและชีวิตในบ้านในส่วนของสินค้าอุปโภคบริโภค เราจะต้องดำเนินงานอย่างรวดเร็วในการเปลี่ยนความคิดให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ งานของเรา คือ ดูว่าชีวิตกำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร เพื่อที่ว่าเราจะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่ผู้คนชื่นชอบ ใฝ่ใจ และใช้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน การโฆษณาและการตลาดมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งและเรากำลังสำรวจหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อใช้ในการพัฒนาช่องทางของธุรกิจ การประกอบธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จจะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่แนบแน่นและยาวนานกับลูกค้า ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ผลิต เป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการทำธุรกิจ เนื่องจากธรรมชาติของการทำธุรกิจต้องอาศัยความมั่นใจและความเชื่อถือของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของผู้ผลิตเป็นอย่างยิ่ง นอกจากความน่าเชื่อถือแล้ว ความประทับใจ การบริการหลังการขาย หรือความคุ้นเคย ก็สามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ของการสร้างกำไรที่จะทำให้น้ำเรือของความสัมพันธ์มาใช้สร้างธุรกิจให้มีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสำเร็จของการประกอบธุรกิจจะขึ้นอยู่กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะต้องมีความซื่อสัตย์ต่อสินค้าของเรา มั่นใจในคุณภาพ และพร้อมเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลา สำหรับธุรกิจแฟชั่นอิตาเลียนก็ได้สร้างความโดดเด่นและความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้ ด้วยการออกแบบรูปแบบการพกพาที่ง่าย แดมแปลกและสวยงาม เข้ามาให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ ซึ่งแฟชั่นอิตาเลียนผลิตจากเนื้อไม้ธรรมชาติ 100 % ปราศจากจุลินทรีย์และแบคทีเรียหลังจากใช้งานแล้วไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ผลิตด้วยกรรมวิธีในการอัดเป็นก้อนในอุณหภูมิที่เหมาะสมกับผู้บริโภค

- ชื่อธุรกิจ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นสหวิทยุโณ  
 ผลิตภัณฑ์ : ผ้าเย้นอัดเม็ด Smile Coin  
 รูปแบบธุรกิจ : ซื้อมาขายไป  
 ที่ตั้ง : 62/2 ม.4 ต.บางหญ้าแพรก อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000  
 เปิดบริการ : 1 เมษายน 2554  
 การบริหารงาน : ห้างหุ้นส่วน การออกเสียงให้เป็นไปตามปริมาณหุ้นที่ถือ  
 เวลาทำการ : เปิดทำการทุกวันยกเว้นวันอาทิตย์ วันธรรมดาเปิดตั้งแต่เวลา 08.00 -17.00 น.  
 และวันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 10.30 – 17.00 น.

### โครงสร้างองค์กรและบริหารธุรกิจผ้าเย้นอัดเม็ด



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 6 แสดงผังโครงสร้างองค์กร



### หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับผู้บริหารและบุคลากรที่มีความสามารถ ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของบุคลากรและจำนวนอัตราเพื่อให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบตามที่กำหนดไว้ ด้วยการคัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์

ธุรกิจฝ่ายเย็นอัครเมธ ได้กำหนดตำแหน่งและหน้าที่รับผิดชอบตามผังโครงสร้างองค์กรไว้ดังนี้

1. หน้าที่ส่วนผู้จัดการ เจ้าของกิจการเป็นผู้รับผิดชอบในตำแหน่งผู้จัดการร้าน มีหน้าที่ดูแลงานด้านการบริหารทั้งหมดของร้าน วางแผนทางการตลาด และติดต่อประสานงานกับผู้ผลิต
2. หน้าที่ส่วนผู้ถือหุ้น ทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลงานฝ่ายปฏิบัติ เช่น การเงิน การบัญชี จัดซื้อสินค้า ต้อนรับลูกค้า จัดหาสมาชิกและจัดทำฐานข้อมูลสมาชิก ควบคุมและดูแลมาตรฐานคุณภาพของสินค้า ตรวจสอบความพึงพอใจของผู้ใช้สินค้า ควบคุมดูแลความสะอาดของร้าน
3. พนักงาน จำนวน 2 อัตรา ทำหน้าที่ดูแลและจัดการทุกกิจกรรมที่เกี่ยวกับการขายสินค้าที่ถูกจัดขึ้น เป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำ รวมทั้งให้คำแนะนำต่อพนักงานในทีมในการขายสินค้าและบริการ ดูแล และ ฝึกอบรมพนักงานในทีมขาย วิเคราะห์และประเมินผลงานของทีมงาน รวมทั้ง ควบคุมดูแล รูปแบบวิธีการขาย เทคนิคในการขาย แรงกระตุ้น หรือ โปรแกรมส่งเสริมการขายในทีม กำหนดเขตการขายให้แก่พนักงานขาย ดูแลสถานการณ์ทางการตลาด เพื่อดูความต้องการของลูกค้า แนวโน้มปริมาณหรือจำนวนสินค้าหรือบริการที่จะเกิดขึ้น ดูแลราคา ตั้งราคา ลดราคา และ ควบคุมราคาให้เป็นไปตามเป้าหมายหรือที่กำหนด กำหนด และ พัฒนาแผนงานการขาย แผนการส่งเสริมการขาย และ กิจกรรมเพื่อกระตุ้นยอดขาย

ทำหน้าที่จัดซื้อวัตถุดิบ ชิ้นส่วนหรือวัสดุต่างๆที่หน่วยงานต้องการให้ตรงกับความต้องการทั้งในด้านปริมาณคุณภาพ และเวลา โดยให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด และคัดเลือกผู้ขายวางแผนด้านปริมาณและเวลาที่ต้องการ สั่งซื้อและจัดทำสัญญา และตรวจสอบวัสดุ

ทำหน้าที่วางแผนและวิเคราะห์การเบิกกล่องและการ Stamp ในแต่ละสัปดาห์เพื่อ Support การบรรจุในแต่ละวัน ติดตามกล่องในแต่ละ Week กับทาง Stock ตาม Due ที่ทางจัดซื้อแจ้ง จัดลำดับและมอบหมายงานให้แก่พนักงานแต่ละวัน จัดทำสรุ่ยยอดบัญชีกล่องที่ต้องการส่งคืนไปยังแผนกต็อกในแต่ละเดือน และติดตามประสานงานกับแผนกที่เกี่ยวข้อง ควบคุมและแก้ไขปัญหาจากการทำงานพนักงานในแผนก

ทำหน้าที่ดูแลและทำความสะอาดอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ และพื้นที่ภายในร้าน และอื่นๆ ตามที่ผู้จัดการมอบหมาย เงินเดือน 7,500 บาท

### กระบวนการสรรหาบุคลากร

เพื่อให้ได้ทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพและมีความเหมาะสมในการจัดซื้อจัดขายสินค้า มีการคัดเลือกบุคลากรดังนี้

1. ประกาศรับสมัครจากผู้ที่มีความใกล้ชิดกับเจ้าของกิจการ เนื่องจากสามารถตรวจสอบประวัติได้ง่าย
2. ผู้สมัครในตำแหน่งต่างๆ ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ต้องการ
3. ผู้สมัครจะต้องถูกสัมภาษณ์จากเจ้าของกิจการ
4. ผู้ผ่านการคัดเลือกทุกคนจะต้องทำการตรวจร่างกายที่โรงพยาบาล และจะต้องไม่เป็นโรคติดต่อที่สามารถแพร่เชื้อได้ หรือต้องไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจ
5. ผู้ผ่านการคัดเลือกจะต้องมีการทำสัญญาหากผ่านการทดลองงานต้องอยู่ทำงานอย่างน้อย 5-6 เดือน

### คุณสมบัติของบุคลากร

ตำแหน่ง หัวหน้าผู้จัดการ

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดูแลงานด้านการบริหารจัดการทั้งหมดของร้าน

การศึกษา/คุณสมบัติ จบปริญญาตรี มีประสบการณ์ด้านการบริหารและดูแลกิจการ

ห้างร้าน เป็นผู้ถือหุ้นของกิจการ และได้รับการแต่งตั้งในที่ประชุมผู้ถือหุ้น

ตำแหน่ง หัวหน้าผู้ถือหุ้น

หน้าที่ความรับผิดชอบ ทำหน้าที่จัดซื้อวัตถุดิบ ชิ้นส่วน หรือวัสดุต่างๆที่หน่วยงาน

ต้องการ

การศึกษา/คุณสมบัติ จบปริญญาตรี มีประสบการณ์ด้านการบริหารและดูแลกิจการ

ห้างร้าน มีหุ้นส่วนกับทางกิจการ

ตำแหน่ง พนักงาน

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดูแลและจัดการทุกกิจกรรมที่เกี่ยวกับการซื้อ-ขายสินค้า

การศึกษา/คุณสมบัติ จบปริญญาตรี สามารถใช้งาน computer เบื้องต้นได้ มีความขยัน

ซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบสูง และเป็นคนดี

### แผนการพัฒนาบุคลากร

ธุรกิจฟ้าเย็นอัครเมธได้กำหนดแผนการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้พนักงานมีการพัฒนาความสามารถในการจัดซื้อจัดขาย กิจการจะสนับสนุนพนักงานให้เข้าร่วมรับการอบรมเทคนิคใหม่ๆ โดยอาจสนับสนุนเป็นค่าใช้จ่ายหรืออนุญาตให้พนักงานเข้ารับการอบรมในเวลาปฏิบัติงานได้ ทั้งนี้พิจารณาตามความเหมาะสม

### การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน

การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน กระทำขึ้นเพื่อให้มั่นใจว่าผลของการปฏิบัติงานจริง สอดคล้องเป็นไปตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้ หากผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย จะต้องค้นหาว่าเกิดจากสาเหตุใด เพื่อหาทางแก้ไขข้อบกพร่องให้เหลือน้อยที่สุด เพื่อให้การดำเนินงานในครั้งต่อไปมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจฟ้าเย็นอัครเมธ เป็นกิจการขนาดเล็กและมีการดำเนินธุรกิจที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน การควบคุมและการประเมินผลการปฏิบัติงานในแต่ละตำแหน่ง กำหนดไว้ดังนี้

1. หัวหน้าผู้จัดการ วัดผลจากยอดขายของกิจการ สภาพความพึงพอใจของพนักงาน
2. หัวหน้าผู้ถือหุ้น วัดผลจากคุณภาพของงาน และความผิดพลาดที่เกิดขึ้น
3. พนักงาน วัดผลจากยอดขาย โดยรวม และต่อวันว่ามีการสั่งสินค้าต่อวันเท่าไร จำนวนผู้ซื้อ ความพึงพอใจในสินค้า สินค้าขาด สินค้าเหลือ และสามารถสร้างกำไรให้ธุรกิจได้มากน้อยเพียงใด

## บทที่ 7

### แผนการตลาด

แผนการตลาดเป็นการกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้าโดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปและ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ

หัวใจของการตลาดอยู่ที่การเลือกทำธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและแก้ปัญหาให้แก่ผู้บริโภค โดยสร้างโอกาสทางการตลาดจากการมองหากลุ่มผู้บริโภคที่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจากสินค้าหรือบริการใด ๆ หัวใจแบบนี้การตลาดย่อมไม่ทำธุรกิจเพื่อตอบสนองความอยากของตนเองโดยไม่คำนึงว่ามีกลุ่มเป้าหมายรองรับธุรกิจของตัวเองหรือไม่ นักการตลาดที่ดีย่อมให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภคในทุกเรื่องทุกประเด็นที่จะต้องตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบสินค้า การตั้งราคา การกระจายสินค้า หรือยุทธศาสตร์การสื่อสารการตลาดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเหล่านั้น (ดร. เสรี วงษ์มณฑา 28 ธันวาคม 2549 )

ตลาดเป้าหมาย (Target Market ) หมายถึง การเลือกส่วนตลาดหนึ่งส่วนตลาด หรือหลายส่วนตลาด หรือทั้งหมด เพื่อใช้เป็นตลาดเป้าหมายสำหรับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการดำเนินการกับตลาดเป้าหมายที่ได้เลือกไว้ ซึ่งหมายถึง ปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจด้านการตลาดบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร ในสัดส่วนที่พอเหมาะซึ่งกันและกันอย่างกลมกลืน องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดโดยทั่วไปที่นิยมเรียกกันว่า 4P'S

ธุรกิจผ้าเย้นอัดเม็ด เป็นธุรกิจซื้อมาขายไปธุรกิจที่มีการสั่งสินค้ามาเพื่อจำหน่ายโดยไม่มีการผลิต โดยทางร้านจะใช้ช่องทางการจำหน่ายทาง Internet เป็นหลัก ทั้งแบบปลีก และส่ง ซึ่งมีการจำหน่ายสินค้าที่หน้าร้านด้วย นอกจากนี้ทางร้านยังใช้ช่องทางการแสดงสินค้าตามงานต่างๆ เป็นการสร้างการรู้จักและขยายตลาดไปในตัว ตลอดจนการจำหน่ายแบบ Direct Sale และการประชาสัมพันธ์ผ่านใบปลิว และหน่วยงานของรัฐที่ให้การสนับสนุนก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการตลาดของกิจการ

### เป้าหมายทางการตลาด

ธุรกิจผ้าเย้นอัดเม็ดได้วางแผนทางการตลาดไว้ว่า ในช่วงแรกจะใช้กลยุทธ์ในเรื่องของการสร้างแบรนด์สินค้า และตัวสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และเน้นในเรื่องของการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยเริ่มวางจำหน่ายบนอินเทอร์เน็ต และการเสนอขายกลุ่มเป้าหมายในบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งของกิจการทั้งนี้กิจการได้วางแผนเป้าหมายทางการตลาดไว้ว่า จะต้องเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งเมื่อทุกคนพูดถึงผ้าเย้นอัดเม็ดซึ่งในด้านตัวเลขเราจะกำหนดเป้าหมายในระดับต่ำที่สุดคือมีส่วนแบ่งทางการตลาด 1% ของมูลค่าตลาดรวมปัจจุบัน หรือ 4.5 ล้านบาทต่อปี

### การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย
2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มสุดท้าย

ลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้าครั้งละมากๆ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะมีคำสั่งซื้อที่แน่นอน โดยการอาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านลูกค้ากลุ่มนี้ จะเป็นลักษณะการฝากขายตามซุ้มสินค้าของตัวแทนจำหน่าย นอกจากนี้ยังมีการกระจายสินค้าไปยังตัวแทนจำหน่ายในบริเวณใกล้เคียง เพื่อจำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อ หรือตามสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันตามทางหลวงสายต่างๆ โดยสัดส่วนรายได้ของลูกค้าในกลุ่มนี้ประมาณร้อยละ 75 ของรายได้ทั้งหมด ผู้บริโภคคนสุดท้าย ในปัจจุบันยังเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองของกิจการ รวมทั้งกิจการยังไม่มีสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้กับผู้บริโภคกลุ่มนี้มากนัก โดยมีสัดส่วนรายได้จากกลุ่มนี้ประมาณร้อยละ 25 ของรายได้ทั้งหมด

## ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix)

ส่วนประสมการตลาดคือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการจะต้องสร้างส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบไปด้วย

1. Product เป็นปัจจัยแรกที่แสดงว่ากิจการพร้อมที่จะทำธุรกิจได้ กิจการจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย โดยเน้นถึงการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด จะต้องศึกษาปัญหาต่างๆที่ครอบคลุมถึงการเลือกผลิตภัณฑ์ วงจรของสินค้ามีระยะเวลาอันนานเท่าใด ในแต่ละช่วงเวลาของวงจรผลิตภัณฑ์นั้นๆ ควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไรเมื่อต้องการที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่กิจการ ธุรกิจจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องของความต้องการของตลาดได้อย่างไร

2. Price เมื่อตั้งกิจการขึ้นมา รวมทั้งหาช่องทางการจำหน่าย และวิธีแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่จะต้องดำเนินการต่อไปก็คือการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขาย จะต้องมีการเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไรกลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือสำคัญที่คู่แข่งนำมาใช้ได้ผลเร็วกว่าปัจจัยอื่นๆเช่นการลดราคา นอกจากนั้นจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมีผลกระทบต่อราคาด้วย

3. Place ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาจนถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อ และไม่สามารถจะจัดหามาได้เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา ก็ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไหร่ และโดยใครที่จะเสนอขายราคา การจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่ซับซ้อนแต่ก็เป็นเรื่องที่ต้องศึกษา

4. Promotion เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสาร ไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

## กลยุทธ์ทางการตลาด Marketing mix (4P's)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผ้าเย็นอัดเม็ดแบบสำเร็จรูปพร้อมใช้งาน โดยมีการบรรจุลงในถุงพลาสติก โดยกิจการมีรูปแบบการอัดเม็ดรูปต่างๆให้เลือกมากมาย เช่น รูปดาว รูปหัวใจ ในการพัฒนาสินค้าและบริการของธุรกิจผ้าเย็นอัดเม็ด จะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าตัวแทนจำหน่าย และกลุ่มผู้บริโภคคนสุดท้ายเป็นสำคัญ โดยเริ่มจากการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก และการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

### 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ธุรกิจผ้าเย็นอัดเม็ด ได้วางแผนด้านผลิตภัณฑ์โดยการสร้างความแตกต่างได้ไปจากคู่แข่ง มาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งผ้าเย็นอัดเม็ดเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ในบ้านเรา ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก และคุณสมบัติที่สำคัญของผ้าเย็นอัดเม็ดที่พกพา และใช้งานง่าย ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ไม่มีแอลกอฮอล์ จึงไม่มีปัญหาต่อผิวหนัง ทั้งนี้จะมีการนำผ้าเย็นรูปแบบต่างๆที่แปลกตาเข้ามามากขึ้น เช่น รูปหัวใจ ผ้าเย็นอัดเม็ดชนิดมีลาย มีภาพ มีสีสันสะดุดตา ตลอดจนการแตกไลน์ (Line) สินค้าออกไป เช่น ผ้าขนหนูอัดเม็ด สีสน และรูปแบบต่างๆ เป็นต้น

### 2. กลยุทธ์ด้านราคา

เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าใหม่ โดยจัดอยู่ในกลุ่มของสินค้านวัตกรรม ซึ่งกลไกของตลาดควรวางตลาดในระดับบน ประกอบกับจากการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์พบว่าผ้าเย็นอัดเม็ดอยู่ในลักษณะของสินค้าแฟชั่น หรือกระแสนิยม ซึ่งจะมี Product Life Cycle ก่อนข้างสั้น ทำให้ต้องมีการทำตลาดอย่างหนักในช่วงแรก และทุบตลาดในเวลาต่อมา ทางกิจการจึงตั้งราคาไว้ในระดับบน โดยขายปลีก 1 ถุง บรรจุ 50 เม็ด จำหน่ายที่ราคาถุงละ 200 บาท ขายส่งยกกล่องกล่องละ 12 ถุง ราคา 2,400 บาท แถม 1 ถุง โดยจะเห็นว่าทางร้านจะไม่เน้นลดราคา แต่จะมีส่วนลดเป็นการแถมสินค้าแทน เนื่องจากต้นทุนสินค้าต่ำ ทำให้ต้นทุนส่วนลดที่เป็นสินค้าต่ำกว่า เป็นต้น

### 3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับช่องทางการจำหน่าย ผ่าเซ็นอัดเม็ค แบ่งเป็น 3 ช่องทางหลักในการทำการจัดจำหน่ายสินค้ากล่าวคือ

3.1 ใช้ช่องทางทาง Internet เป็นหลัก โดยทำการตลาดผ่านเว็บไซต์ขายสินค้าทั่วไป และการใช้ฟรีเว็บบอร์ดเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งไม่เสียค่าใช้จ่าย การใช้ช่องทาง Internet เป็นหลักช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว และเป็นบริเวณกว้าง อีกทั้งยังสามารถสื่อสารทางการตลาดได้อย่างครอบคลุมอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็น วิดีโอสาธิตการใช้ การโฆษณาสินค้า การโต้ตอบแบบ Real times

3.2 การจำหน่ายที่หน้าร้าน กล่าวคือ มีการวางจำหน่ายสินค้าที่หน้าร้าน หรือ office ที่ทำการ เนื่องจาก เป็นที่ติดถนนมีการสัญจรไปมาคับคั่ง และมีการคมนาคมที่สะดวกสบาย รถสามารถผ่านไปมาและหาที่จอดได้สะดวก โดยหน้าร้านมีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง มีการแจกโบชัวร์แนะนำสินค้า และนามบัตรสำหรับติดต่อ ทั้งนี้การเปิดหน้าร้านยังช่วยในการประหยัดต้นทุนในเรื่องของค่าขนส่งสินค้าได้อีกด้วย และช่วยเสริมภาพลักษณ์ของกิจการให้ดูน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น โดยร้านเปิดทำการทุกวันยกเว้นวันอาทิตย์ วันธรรมดามีเปิดตั้งแต่เวลา 08.30 -17.00 น. และวันเสาร์ตั้งแต่เวลา 10.30 – 17.00 น.

3.3 การแสดงสินค้าตามงาน โดยอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิเช่น สสว. หรือ กลุ่มสินค้า O-TOP ซึ่งมักมีการจัดแสดงสินค้าอยู่เสมอ โดยส่วนใหญ่จะไม่มีการเสียค่าใช้จ่ายด้านสถานที่ อีกทั้งการออกร้านแสดงสินค้ายังช่วยให้ตัวสินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสในการขยายตลาดออกไปมากขึ้นทั้งไทย และต่างประเทศ

3.4 การขายตรง โดยการออกไปติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ร้านค้า สนามกีฬา และการเปิดรับตัวแทนจำหน่าย โดยจะเริ่มทำตลาดในพื้นที่ละแวกใกล้เคียงกับกิจการก่อน จึงขยายออกไปสู่พื้นที่ต่างๆ เป็นต้น



#### 4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

เนื่องจากในธุรกิจผ้าเย้นเม็ดนั้นการสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นปัจจัยหลักของความสำเร็จ และจากการที่ผู้บริโภค (นักศึกษา) ในปัจจุบันมีแนวโน้มของความต้องการเปลี่ยนแปลงสูง ทางร้านจึงมีแผนงานในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการบริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยมีกิจกรรมดังนี้

1. การติดป้ายแนะนำรายการสินค้าใหม่ และสินค้าที่จัดรายการส่งเสริมการขาย เนื่องจากการโฆษณาที่มีการลงทุนต่ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากจากการได้รับบริการที่พึงพอใจ
2. การทำการตลาดบนเว็บไซต์ เช่น การตั้งกระทู้เกี่ยวกับสินค้า การโปรโมทสินค้าผ่านระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่าง hi5 หรือ face book
3. ออกงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสินค้าทั่วไป จะมีการให้ส่วนลดเป็นพิเศษสำหรับผู้ซื้อสินค้าภายในงาน เช่น ในงานรับปริญญา
4. จัดส่งเสริมการขาย โดยการแจกผ้าเย้นอัดเม็ดฟรี พร้อมโบชัวร์ ในสถานที่ที่มีผู้คนผ่านไปมาพลุกพล่าน และมักเป็นกระแส เช่น ย่านสยามสแควร์ ตลาดจตุจักร หรือตามบันไดรถไฟฟ้ เพื่อสร้างการรู้จัก และให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสทดลองใช้
5. การให้ส่วนลดโดยการแถมสินค้าเพิ่ม แทนการลดราคาสินค้า เป็นต้น

#### ผลิตภัณฑ์

### ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ผลิตภัณฑ์ของร้าน จะมีผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่าย คือ ผ้าเย้นอัดเม็ดรูปแบบต่างๆ โดยผลิตภัณฑ์ทางร้านจะเน้นในด้านความแปลกใหม่ ความเหมาะสมของราคา คุณภาพ และประโยชน์ในการใช้งาน

## รูปแบบบรรจุภัณฑ์

ซึ่งรูปแบบของสินค้าจะมีรูปแบบดังนี้



ภาพที่ 7 ภาพตัวอย่างสินค้าผ้าเย็นอัดเม็ด

## บทที่ 8 แผนการขายสินค้า

การให้บริการมีความสัมพันธ์กับเรื่องของบุคลากร สถานที่ ระยะเวลา และความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ รวมถึงความหลากหลายของการให้บริการ การจัดทำแผนการให้บริการ จะช่วยให้การดำเนินการต่างๆบรรลุผลตามเป้าหมาย แผนการให้บริการจะแสดงถึงรายละเอียดเกี่ยวกับสถานประกอบการ เช่น โครงสร้าง ลักษณะ ขนาดพื้นที่ การตกแต่ง การระบุลักษณะและรายละเอียดบริการของธุรกิจและความสามารถในการให้บริการ

ทำเลที่ตั้ง



ภาพที่ 8 แผนผังที่ตั้งของ หจก.ต้นสหวิทยุโย (ร้านผ้าเย้นอัดเม็ด Smile Coin)



ภาพที่ 9 แสดงป้ายชื่อของกิจการ

#### ลักษณะอาคารที่ตั้งของธุรกิจ หจก.ต้นสหภิญโญ (ร้านฟ้าเย็นอต์เม็ต Smile Coin)

1. ล้อมรอบด้วยหน่วยงานราชการ โรงงาน ร้านอาหาร โรงเรียน บริษัทขนส่ง ร้านขายส่งและตลาด ในรัศมี 500 เมตร อยู่จำนวนมาก ในระหว่างวันมีผู้สัญจร ไปมาบริเวณโครงการนับแสนคนต่อวัน
2. เป็นอาคารเดี่ยวสองชั้นติดถนน และท่า ทางคมนาคมสะดวกสบาย มีรถขนส่ง และรถโดยสารผ่านหนาแน่นตลอดเวลา ทำให้สะดวกในการเดินทาง โดยใช้ขนส่งมวลชน ซึ่งรถลูกค้าสามารถจอดบริเวณด้านข้าง และด้านหน้ากิจการ ได้จำนวนมาก

#### เหตุผลที่เลือกทำธุรกิจ ณ สถานที่ปัจจุบัน

1. ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ล้อมรอบด้วยหน่วยงานราชการ โรงงาน ร้านอาหาร โรงเรียน บริษัทขนส่ง ร้านขายส่งและตลาด ใกล้แหล่งลูกค้า
2. มีพื้นที่สำหรับจอดรถสะดวก สามารถจอดรถได้เป็นจำนวนมาก
3. ตัวอาคารเป็นบ้านเดี่ยวสองชั้นตั้งอยู่บนพื้นราบค่อนข้างสูง ทำให้ตัวอาคารดูเด่นเป็นสง่าสามารถมองเห็นได้ง่าย
4. การเดินทางสะดวกสบาย เนื่องจากมีรถขนส่งมวลชนวิ่งผ่าน 24 ชั่วโมง
5. อยู่ใกล้แหล่งขายส่ง และใกล้บริษัทขนส่ง ทำให้เกิดความสะดวกสูงสุดในการรับ -ส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว

6. สถานที่ตั้งกิจการอยู่ใกล้ท่าเรือ และสถานีรถไฟ และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมในเมืองทำให้สามารถเดินทางมายังกิจการได้อย่างสะดวกสบาย

7. สถานที่ตั้งของกิจการอยู่ติดกับศาสนสถานอันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดังของประเทศ คือวัดนักบุญอันนาท่าจีน(โรงเรียนอัสสัมชัญ) และวัดช่องลม ซึ่งจะมีผู้คนทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มาเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้เป็นโอกาสที่กิจการจะทำการตลาดได้



ภาพที่ 10 แสดงบรรยากาศของผู้คนสัญจรไปมาในย่านบริเวณที่ตั้งกิจการ



ภาพที่ 11 แสดงบรรยากาศของผู้คนสัญจรไปมาในย่านบริเวณที่ตั้งกิจการ

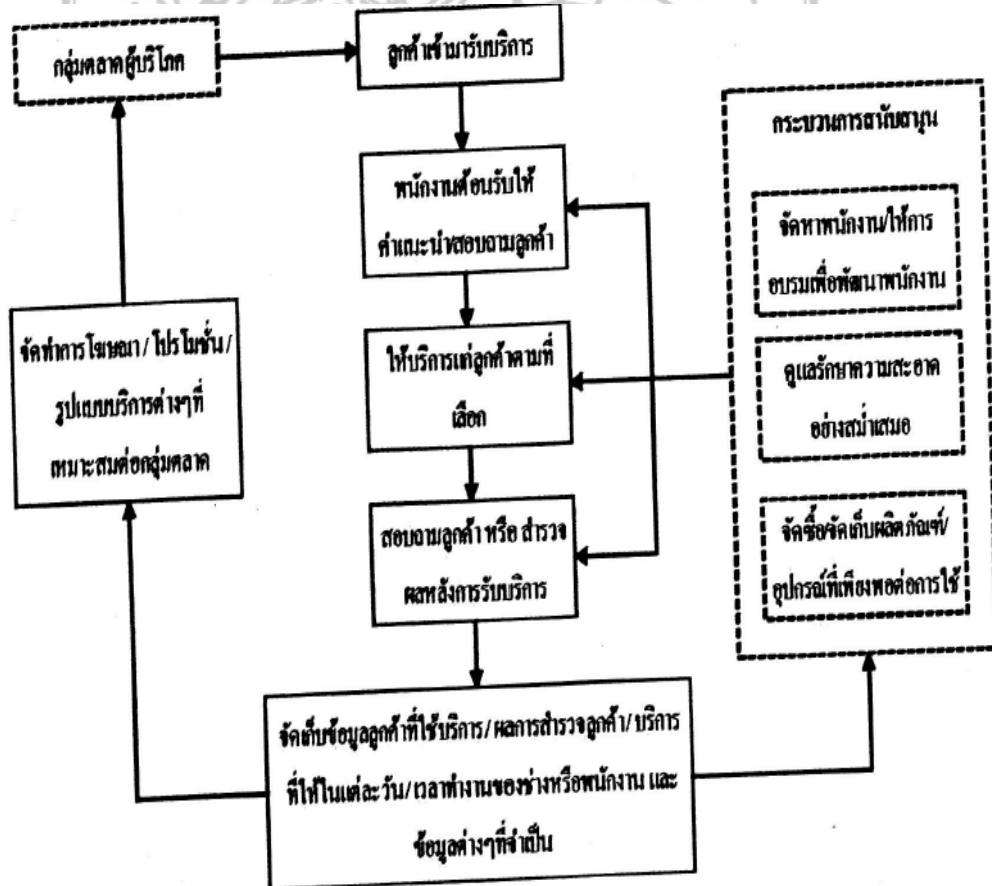
### การให้บริการ

ในด้านการดำเนินงานของร้านฟ้าเย็นอ๊ดเม็ค Smile Coin ในส่วนที่เป็นหน้าร้าน ซึ่งจะแบ่งงานเป็น 2 ส่วนสำคัญ คือ งานค้าปลีก – ส่ง และงานด้านการรับออเดอร์แพ็คเกจ เนื่องจากเรามีพนักงานน้อย จึงต้องช่วยกันในการต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาในร้าน โดยมีพนักงานต้อนรับ คอยให้ การต้อนรับ

แนะนำสินค้าของกิจการ ตอบคำถามแก่ลูกค้า พร้อมทั้งสาธิตการใช้งานและขายสินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งพนักงานของเราทั้ง 3 คนจะคอยรับหน้าที่นี้ ส่วนหน้าที่ในการทำบิล และรับเงินจะเป็นส่วนของพนักงานอีก 1 คน โดยจะแยกทำหน้าที่ต่างหาก คือการรับชำระค่าสินค้า ทำบิล และกล่าวขอบคุณลูกค้า

ร้านฟ้าเย็นอ๊ดเมียด Smile Coin คำนึงถึงคุณภาพสูงสุดในการให้บริการที่เกิดความประทับใจ ตั้งแต่แรกที่ลูกค้าได้เข้ามาในร้าน ตลอดจนการเดินทางออกจากร้าน โดยเรามีหลักการสำคัญที่ตั้งไว้ในร้านเราคือ “ลูกค้าคือเจ้านายของเรา” ต้องให้ความสำคัญสูงสุด และหลักสำคัญของกิจการอีกประการหนึ่ง ซึ่งถือเป็นกฎเหล็กของกิจการคือ “ลูกค้าทุกคนที่เข้ามาในร้าน ต้องมีสินค้าติดมือออกไป” นี่เป็นหลักสำคัญที่สุดของร้านเรา ถ้าลูกค้าเข้ามาในร้านและกลับไปมือเปล่า แสดงว่าพนักงานของเราใช้ไม่ได้ เป็นต้น

ดังนั้นจะเห็นว่าการทำหน้าที่ร้านของกิจการจะเน้นให้เกิดความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าแก่ลูกค้า โดยนำข้อจำกัดของกิจการในด้านจำนวนคนมาสร้างให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะเน้นเรื่องของการสร้างความประทับใจ และความรวดเร็วของการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยจะไม่ให้ลูกค้ารอคอยจนนานเกินไป



ภาพที่ 12 แสดงผังขั้นตอนการให้บริการ



### ความสามารถในการให้บริการ

กิจการเปิดร้านวันจันทร์ - วันเสาร์ ยกเว้นวันอาทิตย์ วันธรรมดาตั้งแต่เวลา 8.30 - 17.30 น. และวันเสาร์ตั้งแต่เวลา 10.30 - 17.00 น. มีชั้นวางสำหรับโชว์สินค้า ให้ลูกค้าได้เลือกชม มีชุดรับแขก สำหรับการสาธิตการใช้สินค้า และรับการสั่งซื้อจากลูกค้า ตลอดจนที่นั่งสำหรับให้ลูกค้ารอรับสินค้า และการทำบิวด 4 ตัว มีพนักงานต้อนรับ 3 คน และพนักงานผู้รับเงินซึ่งเป็นเจ้าของกิจการเอง 1 คน สามารถให้บริการได้สูงสุดพนักงาน 1 คน ต่อลูกค้า 2 กลุ่ม ตลอดวัน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 9 แสดงป้ายชื่อของกิจการ

#### ลักษณะอาคารที่ตั้งของธุรกิจ หจก.ต้นสหภิญโญ (ร้านผ้าเย็นอัดเม็ต Smile Coin)

1. ล้อมรอบด้วยหน่วยงานราชการ โรงงาน ร้านอาหาร โรงเรียน บริษัทขนส่ง ร้านขายส่งและตลาด ในรัศมี 500 เมตร อยู่จำนวนมาก ในระหว่างวันมีผู้สัญจร ไปมาบริเวณโครงการนับแสนคนต่อวัน
2. เป็นอาคารเดี่ยวสองชั้นติดถนน และท่า ทางคมนาคมสะดวกสบาย มีรถขนส่ง และรถโดยสารผ่านหนาแน่นตลอดเวลา ทำให้สะดวกในการเดินทาง โดยใช้ขนส่งมวลชน ซึ่งรถลูกค้าสามารถจอดบริเวณด้านข้าง และด้านหน้ากิจการ ได้จำนวนมาก

#### เหตุผลที่เลือกทำธุรกิจ ณ สถานที่ปัจจุบัน

1. ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ล้อมรอบด้วยหน่วยงานราชการ โรงงาน ร้านอาหาร โรงเรียน บริษัทขนส่ง ร้านขายส่งและตลาด ใกล้แหล่งลูกค้า
2. มีพื้นที่สำหรับจอดรถสะดวก สามารถจอดรถได้เป็นจำนวนมาก
3. ตัวอาคารเป็นบ้านเดี่ยวสองชั้นตั้งอยู่บนพื้นราบค่อนข้างสูง ทำให้ตัวอาคารดูเด่นเป็นสง่าสามารถมองเห็นได้ง่าย
4. การเดินทางสะดวกสบาย เนื่องจากมีรถขนส่งมวลชนวิ่งผ่าน 24 ชั่วโมง
5. อยู่ใกล้แหล่งขายส่ง และใกล้บริษัทขนส่ง ทำให้เกิดความสะดวกสูงสุดในการรับ -ส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว



6. สถานที่ตั้งกิจการอยู่ใกล้ท่าเรือ และสถานีรถไฟ และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมในเมืองทำให้สามารถเดินทางมายังกิจการได้อย่างสะดวกสบาย

7. สถานที่ตั้งของกิจการอยู่ติดกับศาสนสถานอันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดังของประเทศ คือวัดนักบุญอันนาท่าจีน(โรงเรียนอัสสัมชัญ) และวัดช่องลม ซึ่งจะมีผู้คนทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มาเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้เป็นโอกาสที่กิจการจะทำการตลาดได้



ภาพที่ 10 แสดงบรรยากาศของผู้คนสัญจรไปมาในย่านบริเวณที่ตั้งกิจการ



ภาพที่ 11 แสดงบรรยากาศของผู้คนสัญจรไปมาในย่านบริเวณที่ตั้งกิจการ

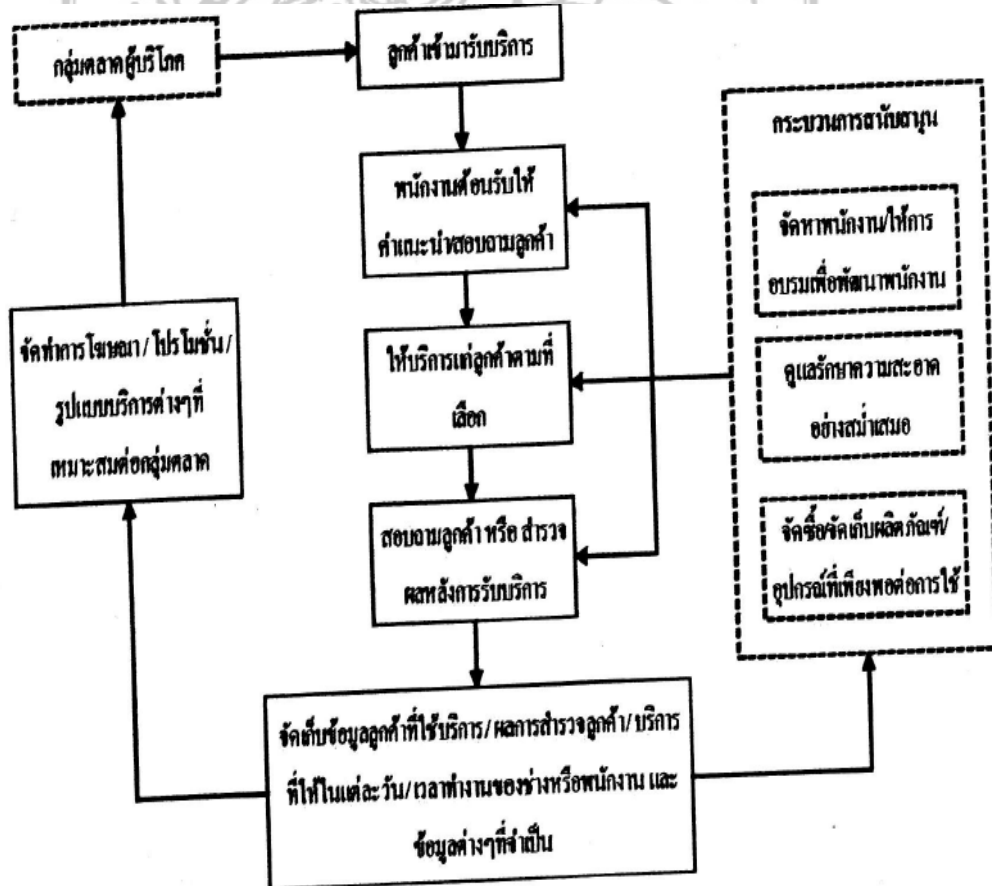
### การให้บริการ

ในด้านการดำเนินงานของร้านฟ้าเย็นอัสเม็ต Smile Coin ในส่วนที่เป็นหน้าร้าน ซึ่งจะแบ่งงานเป็น 2 ส่วนสำคัญ คือ งานค้าปลีก – ส่ง และงานด้านการรับออเดอร์แพ็คเกจ เนื่องจากเรามีพนักงานน้อย จึงต้องช่วยกันในการต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาในร้าน โดยมีพนักงานต้อนรับ คอยให้ การต้อนรับ

แนะนำสินค้าของกิจการ ตอบคำถามแก่ลูกค้า พร้อมทั้งสาธิตการใช้งานและขายสินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งพนักงานของเราทั้ง 3 คนจะคอยรับหน้าที่นี้ ส่วนหน้าที่ในการทำบิล และรับเงินจะเป็นส่วนของพนักงานอีก 1 คน โดยจะแยกทำหน้าที่ต่างหาก คือการรับชำระค่าสินค้า ทำบิล และกล่าวขอบคุณลูกค้า

ร้านฟ้าเย็นอ๊ดเมียด Smile Coin คำนึงถึงคุณภาพสูงสุดในการให้บริการที่เกิดความประทับใจ ตั้งแต่แรกที่ลูกค้าได้เข้ามาในร้าน ตลอดจนการเดินทางออกจากร้าน โดยเรามีหลักการสำคัญที่ตั้งไว้ในร้านเราคือ “ลูกค้าคือเจ้านายของเรา” ต้องให้ความสำคัญสูงสุด และหลักสำคัญของกิจการอีกประการหนึ่ง ซึ่งถือเป็นกฎเหล็กของกิจการคือ “ลูกค้าทุกคนที่เข้ามาในร้าน ต้องมีสินค้าติดมือออกไป” นี่เป็นหลักสำคัญที่สุดของร้านเรา ถ้าลูกค้าเข้ามาในร้านและกลับไปมือเปล่า แสดงว่าพนักงานของเราใช้ไม่ได้ เป็นต้น

ดังนั้นจะเห็นว่าการทำงานร้านของกิจการจะเน้นให้เกิดความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าแก่ลูกค้า โดยนำข้อจำกัดของกิจการในด้านจำนวนคนมาสร้างให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะเน้นเรื่องของการสร้างความประทับใจ และความรวดเร็วของการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยจะไม่ให้ลูกค้ารอคอยจนนานเกินไป



ภาพที่ 12 แสดงผังขั้นตอนการให้บริการ

### ความสามารถในการให้บริการ

กิจการเปิดร้านวันจันทร์ - วันเสาร์ ยกเว้นวันอาทิตย์ วันธรรมดาตั้งแต่เวลา 8.30 - 17.30 น. และวันเสาร์ตั้งแต่เวลา 10.30 - 17.00 น. มีชั้นวางสำหรับโชว์สินค้า ให้ลูกค้าได้เลือกชม มีชุดรับแขก สำหรับการสาธิตการใช้สินค้า และรับการสั่งซื้อจากลูกค้า ตลอดจนที่นั่งสำหรับให้ลูกค้ารอรับสินค้า และการทำบิวด 4 ตัว มีพนักงานต้อนรับ 3 คน และพนักงานผู้รับเงินซึ่งเป็นเจ้าของกิจการเอง 1 คน สามารถให้บริการได้สูงสุดพนักงาน 1 คน ต่อลูกค้า 2 กลุ่ม ตลอดวัน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 9 แผนการเงิน

การดำเนินกิจการจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนการเงิน ซึ่งหากกิจการขาดการวางแผนการเงินที่ดีในการดำเนินกิจการจะส่งผลกระทบต่อกิจการ เพราะแผนการเงินจะเป็นตัวกำหนดทิศทาง และตัดสินใจทางการเงิน เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุถึงเป้าหมายทางการเงินอย่างที่ต้องการ

การดำเนินกิจการธุรกิจทางกิจการเริ่มการดำเนินงานมีเหตุต้องใช้เงินตั้งแต่เริ่มการทำธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการที่เริ่มต้นใหม่ในการดำเนินงานจำเป็นต้องวางแผนการดำเนินกิจการในการลงทุนซึ่งจำเป็นต้องมีการวางแผนรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ทราบรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่เสียไป เช่น ค่าต้นทุนขายสินค้า ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าวัตถุดิบ แผนการเงินที่ดีจะต้องแสดงแหล่งที่มาของเงินทุนและการดำเนินงานใช้ไปของเงินทุนสิ่งที่จะต้องแสดงในแผนการเงินคือ ประมาณการงบดุล ที่จะแสดงสถานะของกิจการ ประมาณการงบกำไรขาดทุน ที่จะแสดงผลการดำเนินงานของกิจการประมาณการงบกระแสเงินสด และระยะเวลาคืนทุน

ฟ้าเฮนอัดเม็ค เป็นธุรกิจของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันสหวิทยุ โย เป็นผู้นำเข้า และจัดจำหน่ายฟ้าเฮนอัดเม็คภายใต้แบรนด์ Smile Coin ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดเล็กใช้เงินลงทุนไม่มาก มีผู้ลงทุน 2 ราย โดยแบ่งสัดส่วนกันคนละครึ่ง

### การลงทุนในโครงการ

การลงทุนในโครงการ แหล่งเงินทุนจะมาจากเงินทุนของหุ้นส่วน หรือผู้ร่วมทุนหรือการกู้ยืมจำนวน 50,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนเงินลงทุนที่มาจากผู้เป็นเจ้าของและเงินกู้ยืมเท่ากับ 50:50

## โครงสร้างการใช้เงินลงทุน

ตารางที่ 8 แสดงโครงสร้างการใช้เงินลงทุน

(บาท)

รายการ	ส่วนของเจ้าของ	กู้ธนาคาร	รวม
<b>1.สินทรัพย์</b>			
เครื่องใช้สำนักงาน	-	30,000	<b>30,000</b>
<b>2.ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน</b>			
ดำเนินงาน	-	20,000	<b>20,000</b>
<b>3.เงินทุนหมุนเวียน</b>	50,000	-	<b>50,000</b>
<b>รวมมูลค่าการลงทุน</b>	<b>50,000</b>	<b>50,000</b>	<b>100,000</b>
อัตราส่วนเจ้าของ / เงินกู้	50	50	

ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 9 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อมราคา

รายการ	อายุงาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)
เครื่องใช้สำนักงาน	5	6,000.00
เครื่องคอมพิวเตอร์+ระบบบัญชี		
โต๊ะสำนักงาน		
เก้าอี้สำนักงาน		
ปริ้นเตอร์/โทรสาร		
โทรศัพท์		
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน		
เงินทุนหมุนเวียน		
<b>รวมมูลค่าการลงทุน</b>		<b>6,000.00</b>

## ประมาณการงบการเงิน

ในการวางแผนธุรกิจการประมาณงบการเงินควบคู่กับกระบวนการจัดทำประมาณจะช่วย  
ให้ ผู้ประกอบการสามารถมองภาพของเป้าหมายทางธุรกิจที่คนต้องการได้อย่างสมจริง ดังนั้นการที่  
ผู้ประกอบการได้จัดทำประมาณขึ้นมานั้นจะช่วยให้กิจการสามารถตอบคำถามได้ หลายประการ  
ด้วยกัน

ก่อนที่ผู้ประกอบการจะทำการประมาณการทางการเงินได้นั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีความ  
เข้าใจเกี่ยวกับงบการเงินทั้งนี้เพราะงบการเงินถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวัดฐานะทางการเงินของ  
กิจการซึ่งงบการเงินที่สำคัญ ได้แก่ 1) งบกำไรขาดทุน 2) งบดุล และ 3) งบกระแสเงินสด ดังนั้นงบ  
การเงินเหล่านี้จึงมีความจำเป็นถ้าผู้ประกอบการต้องการจะทราบถึงฐานะของกิจการและความต้องการใน  
การใช้เงินทุน

อย่างไรก็ตามวัตถุประสงค์ที่สำคัญของบทนี้ได้เน้นไปที่การจัดทำประมาณการงบการเงิน  
ทั้งนี้เพราะประมาณการงบการเงินจะช่วยให้กิจการสามารถคาดคะเนศักยภาพของกำไรและเงื่อนไข  
ทางการเงินต่าง ๆ ในอนาคต นอกจากนั้นแล้วข้อมูลทางการเงินเหล่านี้ยังมีส่วนในการสร้างความ  
น่าเชื่อถือให้กับสถาบันการเงินและผู้ลงทุนอีกด้วย

นอกจากนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดสิ่งหนึ่งที่เผชิญหน้าผู้ประกอบการโดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้น  
กิจการใหม่ ๆ ได้แก่การกำหนดจำนวนเงินทุนที่จำเป็นต้องใช้สำหรับเริ่มดำเนินงาน ซึ่งจำนวนเงินทุนที่  
จำเป็นนี้จะขึ้นอยู่กับประเภทของการดำเนินงาน ทำเลที่ตั้ง ระดับสินค้าคงคลัง ยอดขายและองค์ประกอบ  
อื่น ๆ แต่กิจการที่เปิดขึ้นใหม่ทุก ๆ กิจการจะต้องมีเงินทุนอย่างเพียงพอเพื่อนำมาใช้จ่ายในช่วงเริ่มต้น  
กิจการทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเงินทุนสำหรับการเช่า/ซื้อ โรงงาน เครื่องจักรเครื่องมือ วัตถุดิบและอื่น ๆ  
ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีเงินทุนเตรียมสำรองไว้หรือต้องเตรียมจัดหามาใช้จ่ายในการดำเนินงาน  
จนกระทั่งกิจการเริ่มมีผลกำไร (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2551)

### การชำระคืนเงินกู้รายปี

อัตราดอกเบี้ย 7.5%

ตารางที่ 10 แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี

ปีที่	[1]	[2]	[3]	[4]
	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ดอกเบี้ย
1	50,000.00	10,000.00	3,750.00	13,750.00
2	40,000.00	10,000.00	3,000.00	13,000.00
3	30,000.00	10,000.00	2,250.00	12,250.00
4	20,000.00	10,000.00	1,500.00	11,500.00
5	10,000.00	10,000.00	750.00	10,750.00
<b>รวม</b>		<b>50,000.00</b>	<b>11,250.00</b>	<b>61,250.00</b>

$$[3]=[1]*\text{อัตราดอกเบี้ย}$$

$$[4]=[2]+[3]$$

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีการคิดค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 11 แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน	ราคาต่อ	มูลค่า	อัตราค่า	ค่าเสื่อม	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า
		หน่วย	รวมทั้งสิ้น	เสื่อม	ราคาต่อปี	สินทรัพย์	สินทรัพย์	สินทรัพย์	สินทรัพย์	สินทรัพย์
		(หน่วย)	(บาท)	(บาท)	ต่อปี (%)	(สิ้นปีที่ 1)	(สิ้นปีที่ 2)	(สิ้นปีที่ 3)	(สิ้นปีที่ 4)	(สิ้นปีที่ 5)
เครื่องใช้สำนักงาน										
เครื่องคอมพิวเตอร์	1	25,000.00	25,000.00	20%	5,000.00	20,000.00	15,000.00	10,000.00	5,000.00	1.00
โต๊ะสำนักงาน	2	450.00	900.00	20%	180.00	720.00	540.00	360.00	180.00	2.00
เก้าอี้สำนักงาน	2	100.00	200.00	20%	40.00	160.00	120.00	80.00	40.00	2.00
ปริ้นเตอร์/โทรสาร	1	3,250.00	3,250.00	20%	650.00	2,600.00	1,950.00	1,300.00	650.00	1.00
โทรศัพท์	1	650.00	650.00	20%	130.00	520.00	390.00	260.00	130.00	1.00
<b>รวม</b>	<b>7</b>	<b>29,450.00</b>	<b>30,000.00</b>		<b>6,000.00</b>	<b>24,000.00</b>	<b>18,000.00</b>	<b>12,000.00</b>	<b>6,000.00</b>	<b>7.00</b>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ประมาณการขายรายเดือน

ตารางที่ 12 แสดงการประมาณการขายรายเดือน

รายการ	เดือนที่1	เดือนที่2	เดือนที่3	เดือนที่4	เดือนที่5	เดือนที่6	เดือนที่7	เดือนที่8	เดือนที่9	เดือนที่10	เดือนที่11	เดือนที่12	รวม
จำนวนสินค้าขายส่ง (ซอง)													
จำนวน 50เม็ด/ซอง	310.00	280.00	310.00	300.00	310.00	300.00	310.00	310.00	300.00	310.00	300.00	310.00	3,650.00
รวมจำนวนสินค้าที่ ขาย	310.00	280.00	310.00	300.00	310.00	300.00	310.00	310.00	300.00	310.00	300.00	310.00	3,650.00

ราคาสินค้าขายส่ง(บาท/ซอง)

จำนวน 50เม็ด/ซอง	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
รวมสินค้าราคา (บาท)	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00

รายได้จากการขาย(บาท)

จำนวน 50เม็ด/ซอง	62,000.00	56,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	730,000.00
รวมรายได้สะสม (บาท)	62,000.00	56,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	730,000.00
เงินสตรับการขาย (บาท)	62,000.00	56,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	60,000.00	62,000.00	730,000.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ

ตารางที่ 13 แสดงประมาณการรายได้

	ปีที่1	ปีที่2 (+20%)	ปีที่3 (+20%)	ปีที่4 (+20%)	ปีที่5 (+20%)
รายได้จากการขายสินค้า					
ฟ้าเย็นอัดเม็ด (ซอง)					
จำนวนที่ขายได้ (ซอง)	2,750	4,380	5,110	5,840	6,570
ราคาเฉลี่ยต่อถุง (บาท)	200	200	200	200	200
รายได้จากการขายฟ้าเย็นอัดเม็ด (ซอง)	550,000	876,000	1,022,000	1,168,000	1,314,000
<b>รวมรายได้จากการขายสินค้า</b>	<b>550,000</b>	<b>876,000</b>	<b>1,022,000</b>	<b>1,168,000</b>	<b>1,314,000</b>
เงินสดรับการขาย(บาท)	550,000	876,000	1,022,000	1,168,000	1,314,000

ประมาณการต้นทุนขาย

ตารางที่ 14 แสดงประมาณการต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ฟ้าเย็นอัดเม็ดชนิดซอง	27,375.00	54,750.00	109,500.00	219,000.00	438,000.00
ฟ้าเย็นอัดเม็ดชนิดกล่อง	109,500.00	219,000.00	438,000.00	876,000.00	1,752,000.00
บวก ค่าขนส่ง	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ	176,875.00	313,750.00	587,500.00	1,135,000.00	2,230,000.00
บวก สินค้าคงเหลือต้นงวด	0	17,687.50	31,375.00	58,750.00	113,500.00
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	17,687.50	31,375.00	58,750.00	113,500.00	223,000.00
<b>ต้นทุนขาย</b>	<b>159,187.50</b>	<b>300,062.50</b>	<b>560,125.00</b>	<b>1,080,250.00</b>	<b>2,120,500.00</b>
เงินสดจ่ายค่าซื้อสินค้า (บาท)	176,875.00	313,750.00	587,500.00	1,135,000.00	2,230,000.00

ประมาณการต้นทุนแรงงาน

ตารางที่ 15 แสดงประมาณการต้นทุนแรงงาน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ค่าแรงฝ่ายปฏิบัติการ</b>					
พนักงาน	2	2	2	2	2
เงินเดือน (7,500บาท/คน)	135,000.00	180,000.00	180,000.00	180,000.00	180,000.00
<b>รวมค่าแรงฝ่ายปฏิบัติการ</b>	<b>135,000.00</b>	<b>180,000.00</b>	<b>180,000.00</b>	<b>180,000.00</b>	<b>180,000.00</b>
<b>ค่าแรงฝ่ายบริหาร</b>					
ผู้จัดการ	2	2	2	2	2
เงินเดือน (9,000บาท/คน)	162,000.00	216,000.00	216,000.00	216,000.00	216,000.00
<b>รวมค่าแรงฝ่ายบริหาร</b>	<b>162,000.00</b>	<b>216,000.00</b>	<b>216,000.00</b>	<b>216,000.00</b>	<b>216,000.00</b>
<b>รวมค่าแรงงาน</b>	<b>297,000.00</b>	<b>396,000.00</b>	<b>396,000.00</b>	<b>396,000.00</b>	<b>396,000.00</b>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 16 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	297,000.00	396,000.00	396,000.00	396,000.00	396,000.00
ค่าเช่าพื้นที่	18,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
ค่าโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	10,000.00	11,000.00	12,100.00	13,310.00	14,641.00
ค่าซ่อมบำรุง	9,000.00	9,900.00	10,890.00	11,979.00	13,176.90
ค่าน้ำประปา	4,500.00	6,300.00	6,615.00	6,945.75	7,293.04
ค่าไฟฟ้า	11,700.00	16,380.00	17,199.00	18,058.95	18,961.90
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	5,000.00	5,250.00	5,512.50	5,788.13	6,077.53
ค่าใช้จ่ายใน การดำเนินงานเริ่มแรก	20,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>รวมค่าใช้จ่าย ในการขายและบริหาร (1)</b>	<b>375,200.00</b>	<b>468,830.00</b>	<b>472,316.50</b>	<b>476,081.83</b>	<b>480,150.37</b>
ค่าเสื่อมราคาส่วนการขายและบริหาร					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้ สำนักงาน	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	5,993.00
<b>รวมค่าเสื่อมราคา(2)</b>	<b>6,000.00</b>	<b>6,000.00</b>	<b>6,000.00</b>	<b>6,000.00</b>	<b>5,993.00</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร (1)+(2)</b>	<b>381,200.00</b>	<b>474,830.00</b>	<b>478,316.50</b>	<b>482,081.83</b>	<b>486,143.37</b>
<b>เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายใน การขายและบริหาร</b>	<b>375,200.00</b>	<b>468,830.00</b>	<b>472,316.50</b>	<b>476,081.83</b>	<b>480,150.37</b>

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 17 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

(บาท)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายและ บริหาร	550,000.00	876,000.00	1,022,000.00	1,168,000.00	1,314,000.00
รวมรายได้	550,000.00	876,000.00	1,022,000.00	1,168,000.00	1,314,000.00
หัก ต้นทุนขายสินค้า	99,000.00	168,680.00	201,480.00	230,680.00	259,880.00
กำไรขั้นต้น	451,000.00	707,320.00	820,520.00	937,320.00	1,054,120.00
หัก ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	381,200.00	474,830.00	478,316.50	482,081.83	486,143.37
กำไรจากการ ดำเนินงานก่อนหัก ดอกเบี้ยจ่าย	69,800.00	232,490.00	342,203.50	455,238.18	567,976.63
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	3,750.00	3,000.00	2,250.00	1,500.00	750.00
กำไรจากการ ดำเนินงานก่อนหักภาษี เงินได้	66,050.00	229,490.00	339,953.50	453,738.18	567,226.63
หัก ภาษีเงินได้นิติ บุคคล	0.00	34,423.50	50,993.03	68,060.73	85,084.00
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>66,050.00</b>	<b>195,066.50</b>	<b>288,960.48</b>	<b>385,677.45</b>	<b>482,142.64</b>
กำไรสะสม	66,050.00	261,116.50	550,076.98	935,754.42	1,417,897.06

## การคำนวณภาษีนิติบุคคล SME

ตารางที่ 18 แสดงการคำนวณภาษีนิติบุคคล SME

การคำนวณภาษีเงินได้ นิติบุคคล	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	66,050.00	229,490.00	339,953.50	453,738.18	567,226.63
0 - 150,000 (ยกเว้นภาษี)					
150,001 - 1,000,000 (อัตราภาษี 15%)		34,423.50	50,993.03	68,060.73	85,084.00
1,000,001 - 3,000,000 (อัตราภาษี 25%)					
มากกว่า 3,000,000 (อัตราภาษี 30%)					
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	0.00	34,423.50	50,993.03	68,060.73	85,084.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประมาณการงบกระแสเงินสด

### ตารางที่ 19 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดรับ</b>						
เงินกู้ธนาคาร	50,000.00					
เงินทุนหมุนเวียน		50,000.00				
รายได้		550,000.00	876,000.00	1,022,000.00	1,168,000.00	1,314,000.00
<b>รวมเงินสดรับ</b>	<b>50,000.00</b>	<b>600,000.00</b>	<b>876,000.00</b>	<b>1,022,000.00</b>	<b>1,168,000.00</b>	<b>1,314,000.00</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย</b>						
เครื่องใช้สำนักงาน	30,000.00					
จ่ายค่าซื้อสินค้า		110,000.00	175,200.00	204,400.00	233,600.00	262,800.00
จ่ายค่าใช้จ่ายในการ ขายและบริหาร		375,200.00	468,830.00	472,316.50	476,081.83	480,150.37
จ่ายดอกเบี้ยเงินกู้		3,750.00	3,000.00	2,250.00	1,500.00	750.00
จ่ายคืนเงินกู้		10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
จ่ายภาษี		0.00	34,423.50	50,993.03	68,060.73	85,084.00
<b>รวมเงินสดจ่าย</b>	<b>30,000.00</b>	<b>498,950.00</b>	<b>691,453.50</b>	<b>739,959.53</b>	<b>789,242.55</b>	<b>838,784.36</b>
เงินสดสุทธิ	20,000.00	101,050.00	184,546.50	282,040.48	378,757.45	475,215.64
เงินสดคงเหลือต้น งวด ( 1 ม.ค. )	-	20,000.00	121,050.00	305,596.50	587,636.98	966,394.42
เงินสดคงเหลือปลาย งวด ( 31 ธ.ค. )	20,000.00	121,050.00	305,596.50	587,636.98	966,394.42	1,441,610.06

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 20 แสดงประมาณการงบดุล

(บาท)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>					
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
เงินสด	121,050.00	305,596.50	587,636.98	966,394.42	1,441,610.06
สินค้าคงเหลือ	11,000.00	17,520.00	20,440.00	23,360.00	26,280.00
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>132,050.00</b>	<b>323,116.50</b>	<b>608,076.98</b>	<b>989,754.42</b>	<b>1,467,890.06</b>
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>					
เครื่องใช้สำนักงาน	24,000.00	18,000.00	12,000.00	6,000.00	7.00
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>	<b>24,000.00</b>	<b>18,000.00</b>	<b>12,000.00</b>	<b>6,000.00</b>	<b>7.00</b>
<b>รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น</b>	<b>156,050.00</b>	<b>341,116.50</b>	<b>620,076.98</b>	<b>995,754.42</b>	<b>1,467,897.06</b>
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
เงินกู้ธนาคาร	40,000.00	30,000.00	20,000.00	10,000.00	-
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>40,000.00</b>	<b>30,000.00</b>	<b>20,000.00</b>	<b>10,000.00</b>	<b>-</b>
<b>ทุน</b>					
ทุน นายชัยวัฒน์ กิตติวิทยโณวัฒน์	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00
ทุน นางสาวนภกรณ์ นิจจะชะ	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00
กำไรสะสม	66,050.00	261,116.50	550,076.98	935,754.42	1,417,897.06
<b>รวมส่วนของทุน</b>	<b>116,050.00</b>	<b>311,116.50</b>	<b>600,076.98</b>	<b>985,754.42</b>	<b>1,467,897.06</b>
<b>รวมหนี้สินและทุน</b>	<b>156,050.00</b>	<b>341,116.50</b>	<b>620,076.98</b>	<b>995,754.42</b>	<b>1,467,897.06</b>



## การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

เป็นการนำรายการต่าง ๆ ในงบการเงินมาเทียบอัตราส่วนเพื่อหาความสัมพันธ์ว่ามีความเหมาะสมเพียงใด การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน 4 ประการ

1. การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity Ratio)
2. การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)
3. การวิเคราะห์ความสามารถ (ประสิทธิภาพ) ในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio)
4. การวิเคราะห์โครงสร้างของเงินทุนหรือภาระหนี้สิน (Leverage Ratio or Financial Policy Ratio)

### 1.การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity Ratio)

#### 1.1 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนหรืออัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio)

อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current Ratio)=สินทรัพย์หมุนเวียน (CA)/หนี้สินหมุนเวียน(CL)  
วัดความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้น ถ้าค่าที่คำนวณได้สูงเท่าใด แสดงว่า บริษัทมีสินทรัพย์  
หมุนเวียนที่ประกอบไปด้วย เงินสด ลูกหนี้ และสินค้าคงเหลือมากกว่าหนี้ระยะสั้น ทำให้คล่องตัวในการ  
ชำระหนี้ระยะสั้นมีค่อนข้างมาก โดยปกติ อัตราส่วน 2 : 1 ถือว่าเหมาะสมแล้ว

#### 1.2 อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio or Acid Test Ratio)

อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio) = (สินทรัพย์หมุนเวียน - สินค้าคงเหลือ)/หนี้สิน  
หมุนเวียน หรือ (Quick Ratio = CA - Inventory)/CL เป็น การวัดส่วนของสินทรัพย์ที่ได้หักค่าสินค้า  
คงเหลือ ที่เป็นสินทรัพย์ระยะสั้นและมีความคล่องตัวในการเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ต่ำสุด ออก เพื่อให้  
ทราบถึงสภาพคล่องที่แท้จริงของกิจการได้ โดยปกติอัตราส่วน 1 : 1 ถือว่าเหมาะสมแล้ว

### 1.3 อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ (Account Receivable Turnover)

อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ (Account Receivable Turnover) A/R Turnover = ขายเชื่อสุทธิ หรือ ใช้จ่ายขายรวม (ครั้งหรือรอบ)/ลูกหนี้ถัวเฉลี่ย ลูกหนี้ถัวเฉลี่ย = (ลูกหนี้ต้นงวด + ลูกหนี้ปลายงวด)/2

หากค่าที่คำนวณได้ มีค่าสูง แสดงถึงความสามารถในการบริหารลูกหนี้ให้แปลงสภาพเป็นเงินสดได้เร็ว

### 1.4 ระยะเวลาถัวเฉลี่ยในการเรียกเก็บหนี้ (Average Collection Period)

ระยะเวลาถัวเฉลี่ยในการเรียกเก็บหนี้ (Avg. Collection Period) (วัน) = 365 วัน/อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ ยิ่งต่ำยิ่งดี แสดงให้เห็นถึงระยะเวลาในการเรียกเก็บหนี้ว่าสั้นหรือยาว เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพของลูกหนี้ ประสิทธิภาพในการเรียกเก็บหนี้ และนโยบายในการให้สินเชื่อทางธุรกิจ

### 1.5 อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover)

อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover) = ต้นทุนสินค้าขาย (COGS)/สินค้าคงเหลือเฉลี่ย (Avg. Inventory) สินค้าคงเหลือเฉลี่ย = (สินค้าต้นงวด + สินค้าปลายงวด)/2 หากค่าที่คำนวณได้สูง ย่อมแสดงถึงความสามารถในการบริหารการขายสินค้าได้เร็ว

### 1.6 ระยะเวลาในการจำหน่าย (ขาย) สินค้า

ระยะเวลาในการจำหน่าย (ขาย) สินค้า(วัน) = 365 (วัน)/อัตราการหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover) ยิ่งขายได้เร็ว (ระยะเวลาสั้น) ยิ่งดี

## 2.ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)

1.1 อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)

1.2 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin)

1.3 อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)

1.4 อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Return On Equity or ROE)

อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)(%) = ขายสุทธิ - ต้นทุนขาย หรือ SALES - COGS/ขายสุทธิ

SALES = กำไรขั้นต้น หรือ Gross Profit/ขายสุทธิ SALES ยิ่งสูงยิ่งดี

อัตรากำไรจากผลการดำเนินงาน(**Operating Profit Margin**)(%) = กำไรจากการดำเนินงาน(Operating Profit Margin)/ขายสุทธิ (SALES) ยิ่งสูงยิ่งดี

อัตรากำไรสุทธิ (**Net Profit Margin**)(%) = กำไรสุทธิ (Net Profit)/ขายสุทธิ (SALES)

ยิ่งสูงยิ่งดี แสดงให้เห็นประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัทในการทำกำไร หลังจากหักต้นทุนค่าใช้จ่ายรวมทั้งภาษีเงินได้หมดแล้ว

ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (**ROE %**) = กำไรสุทธิ (Net Profit)/ส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)

ยิ่งสูงยิ่งดี แสดงให้เห็นว่าเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของ จะได้รับผลตอบแทนกลับคืนมาจากการดำเนินการของกิจการนั้นในอัตราส่วนเท่าไร หากมีค่าสูง แสดงถึงประสิทธิภาพในการหากำไรสูงด้วย

#### Dupont Equation

$$ROE (\%) = NP \text{ (or EAT)} = (EAT/SALES) (SALES/ASSETS) (ASSETS/EQUITY) /Equity$$

หรือ ROE (%) = รายได้จากการขาย สินทรัพย์ทั้งหมด = กำไรสุทธิ X รายได้จากการขาย X สินทรัพย์ทั้งหมด / ส่วนของผู้ถือหุ้น = (ความสามารถในการหากำไร) (การใช้เงินทุน) (ความสามารถในการหาทุน) หรือ สมการนี้เท่ากับ ROE (%) = (Net Profit Margin) (Total Asset Turnover) (Financial Leverage)

### 3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการทำงาน (Efficiency Ratio)

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (**ROA**)(%) = กำไรสุทธิ (Net Profit) /สินทรัพย์รวม (Total Assets)

ยิ่งสูงยิ่งดี เป็นการวัดความสามารถในการทำกำไรของสินทรัพย์ทั้งหมดที่ธุรกิจใช้ในการดำเนินงาน ว่าให้ผลตอบแทนจากการดำเนินงานได้มากน้อยเพียงใด หากมีค่าสูง แสดงถึงการใช้นสินทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพ

**อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร (ROFA) = กำไรสุทธิ (Net Profit or NP)/รวมสินทรัพย์ถาวร (Fix Assets)**

อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Asset Turnover)

อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Asset Turnover)(ครั้ง) = ขายสุทธิ (SALES)/สินทรัพย์ถาวร (Fixed Asset)

#### **อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total Assets Turnover)**

อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total Assets Turnover) (ครั้งหรือเท่า) = ขายสุทธิ (SALES)/สินทรัพย์รวม (Total Assets) เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ทั้งหมด (TA) เมื่อเทียบกับยอดขาย (SALES) ถ้าอัตราส่วนนี้ต่ำ แสดงว่า บริษัทมีสินทรัพย์มากเกินไปเกินความต้องการ

#### **4. อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Leverage Ratio or Financial Ratio)**

เพื่อให้ทราบถึงแหล่งที่มาของเงินทุนว่ามาจากหนี้สินหรือส่วนของผู้ถือหุ้น ว่ามีมากน้อยเพียงใด

**อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt/Equity Ratio) (เท่า) = หนี้สินรวม (Total Debt)/ส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)**

ยิ่งต่ำยิ่งดี แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงในด้านเจ้าหนี้และเจ้าของกิจการ ถ้าอัตราส่วนสูง แสดงว่า กิจการมีความเสี่ยงจากการกู้ยืมเงินมาใช้ในการดำเนินกิจการ

**ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage) (เท่า) = {กำไรสุทธิ (NP) + ภาษีเงินได้ (Tax) - ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)}/ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)** เป็นการวัดความสามารถของธุรกิจในการจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ ผลคำนวณออกมามีค่าสูง แสดงว่าธุรกิจมีความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยสูง

**อัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout) = เงินปันผลต่อหุ้น (Dividend/share)/กำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS)**  
แสดงถึงนโยบายการจ่ายเงินปันผลของธุรกิจ อัตราส่วนที่กล่าวมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์  
หลักทรัพย์ด้วยปัจจัยพื้นฐาน เพื่อท่านจะได้พิจารณางบการเงินได้ในระดับหนึ่ง



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

## ตารางที่ 21 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	หน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน</b>						
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	เท่า	3.30	10.77	30.40	98.98	0.00
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	เท่า	2.86	9.72	27.47	87.63	0.00
<b>อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์</b>						
อัตรามูลเงินของสินค้า	ครั้ง	9.00	9.56	9.53	9.52	9.51
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ	วัน	30.56	38.16	38.28	38.35	38.38
อัตราการมูลของสินทรัพย์ถาวร	รอบ	22.92	48.67	85.17	194.67	187,714.29
อัตราการมูลของสินทรัพย์รวม	เท่า	3.52	2.57	1.65	1.17	0.90
<b>อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้</b>						
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt Ratio)	เท่า	0.26	0.09	0.03	0.01	0.00
อัตราส่วนแห่งเงินทุน (Debt to Equity Ratio)	เท่า	0.34	0.10	0.03	0.01	0.00
<b>อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร</b>						
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	%	42.33	57.18	46.60	38.73	32.85
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	%	56.92	62.70	48.15	39.13	32.85
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	%	82.00	80.74	80.29	80.25	80.22
อัตรากำไรจากรดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	%	12.69	26.54	33.48	38.98	43.23
<b>ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน</b>						
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV)		3,322,287.96				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)		194.07%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)		11 เดือน				

## บทที่ 10

### การวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงโครงการ

#### การประเมินความเสี่ยงโครงการ

การประเมินความเสี่ยงโครงการ หมายถึง กระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อสรุปผลว่าโครงการนั้นๆ ได้บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และมีประสิทธิภาพเพียงใด ในการประเมินโครงการมีเป้าหมายหลักคือ ต้องการข้อมูลที่บ่งชี้ว่าโครงการที่ดำเนินการนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ หรือเป็นโครงการที่คุ้มค่าต่อการตัดสินใจในการดำเนินการหรือไม่ รวมถึงการศึกษาว่าในการดำเนินการ โครงการนั้นมีปัญหาที่ต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขในเรื่องใดบ้าง และเป็นโครงการที่มีคุณค่ามากน้อยเพียงใด (อนรรักษ์ ปัญญาวิวัฒน์ 2553)

#### แผนสำรองฉุกเฉิน

หลังจากที่กิจการได้ดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ทุกระดับแล้ว หากผลประกอบการของกิจการไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ อาจส่งผลให้กิจการขาดสภาพคล่องทางการเงิน หรือคุณภาพของการค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ กิจการได้จัดเตรียมแผนสำรองเพื่อให้การประกอบกิจการสามารถดำเนินต่อไปได้ ดังนี้

1. ในกรณีที่กิจการขาดสภาพคล่องทางการเงิน กิจการจึงต้องเตรียมแผนสำรองโดยเจ้าของกิจการมีประสบการณ์สูงด้านการจัดหาเงินทุนในด้านต่างๆ อีกทั้งยังความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริหารระดับสูงของแหล่งเงินทุน ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้กิจการสามารถขอสินเชื่อทางการเงินของสถาบันการเงินได้ไม่ยาก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2. ถ้ามีผู้ซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตไปใช้และเกิดอันตรายในเรื่องของการระคายเคือง หรือเด็กที่ไม่รู้นำไปรับประทาน ทางกิจการจะดำเนินการตรวจสอบโดยเร็วที่สุด โดยอาจตั้งคณะกรรมการชุดหนึ่งขึ้นมาทำการสอบสวนหาข้อผิดพลาด หากเป็นความผิดพลาดของกิจการจริงก็จะรับผิดชอบในส่วนนั้น โดยการชดเชยค่าเสียหาย ค่ารักษาพยาบาล ค่าประกันชีวิต เป็นต้น

3. ธุรกิจไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ อาจมาจากกิจการเกิดการขาดทุน ตรวจสอบข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น หาช่องทางใหม่หรือวิธีการแก้ปัญหาให้พบ และดำเนินการทันที ตลอดจนหากกิจการไปไม่รอดจริงๆที่สุดแล้วต้องเลิกกิจการ ก็จะขายกิจการให้ผู้ที่สนใจไปดูแลต่อ เป็นต้น

4. คู่แข่งมีการทำโปรโมชั่นที่ดึงดูดความสนใจ เช่น มีการลดราคา หรือมีของแถม เป็นต้น ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจสินค้าของคู่แข่งมากกว่า ส่งผลให้ยอดขายของกิจการลดลง เจ้าของกิจการ Smile coin ต้องทำการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่งและหาวิธีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมแก่กิจการ เช่น การหา Blue Ocean เป็นต้น

5. ถ้าวันใดวันหนึ่งราคาวัตถุดิบในท้องตลาดเพิ่มสูงขึ้นกว่าที่คาดการณ์ไว้ รายได้จาก การดำเนินกิจการลดลง มีรายจ่ายที่สูงขึ้น เจ้าของกิจการต้องมีการสำรองข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดหาวัตถุดิบไว้หลายๆ ราย เพื่อเปรียบเทียบเลือกรายที่วัตถุดิบมีคุณภาพสินค้า และมีราคาถูกเสมอ

6. บุคลากรในองค์กรลาออกกะทันหัน กิจการจะมีนโยบายในการจ้างงานพนักงานพาร์ทไทม์และบริหารจัดการบุคลากรประจำมาทดแทนให้เร็วที่สุด โดยอิงกับหลัก outsourcing เป็นหลัก

7. ถ้าคู่แข่งมีการจ้างทำสื่อโฆษณาที่มีราคาสูงกว่ากิจการของ Smile coin ซึ่งคู่แข่งจะได้เปรียบในเรื่องของความทั่วถึงและความชัดเจนในการโฆษณา ดังนั้นแล้วเจ้าของกิจการ Smile coin จึงควรทำการโฆษณาให้ดูแตกต่างจากคู่แข่ง โดยการนำเสนอสินค้าตัวอย่างให้ผู้บริโภคทดลองโดยตรง ซึ่งผู้บริโภคจะเกิดการจดจำได้ง่ายกว่าสื่อโฆษณา



## แผนในอนาคต

1.พัฒนาเทคโนโลยีในการคิดค้นลวดลายของสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาด โดยการหาโปรแกรมใหม่ๆ ที่ใช้ในการออกแบบลวดลายสินค้าทั้งในและต่างประเทศอยู่เสมอเพื่อให้สินค้าน่าสมัยและแปลกใหม่ยากต่อการลอกเลียนแบบ

2.การจัดการสินค้าคงคลังทั้งวัตถุดิบและสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว จัดหาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ช่วยในการจัดการสินค้าคงคลัง จัดระเบียบสินค้าคงคลังเพื่อง่ายต่อการจัดการด้านอื่นๆ

3.ปรับตัวสู่การเป็นผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศ ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า โดยการจัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคและนำข้อมูลเหล่านั้นมาพัฒนาสินค้า ส่งผลให้ยอดขายของกิจการเพิ่มขึ้น

4.มีการพัฒนาด้านบุคลากร พัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างเพื่อให้ลูกจ้างรู้สึกว่าจะอยู่ในครอบครัวมากกว่าอยู่ในที่ทำงาน ให้ทำงานด้วยความสุขส่งผลให้งานที่ออกมาได้ผลลัพธ์ที่ดี โดยพนักงานมีความใส่ใจในการขายสินค้า เป็นต้น

5.กิจการเปิดโอกาสให้พนักงานหรือลูกจ้างมีการแสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ เช่น การผลิต การส่งออก เป็นต้น เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่ในการพัฒนาตัวสินค้า

6.เนื่องจากปัจจุบันประชากรมีจำนวนสูงมากขึ้น ในอนาคตเจ้าของกิจการ Smile coin อาจเปิดธุรกิจเป็นประเภทเฟรนไชน์ เพื่อเข้าครอบคลุมทุกพื้นที่อย่างทั่วถึงสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการ และเพื่อความสะดวกในการบริโภคของลูกค้า

### บรรณานุกรม

กรมการปกครอง. สถิติจำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตของประชากร [Online]. Accessed 25 May 2010

Available from <http://www.dopa.go.th>

ผ้าเย็น สิ้นค้าอากาศร้อนระบาคหนัก. กรุงเทพมหานคร: ไทยรัฐออนไลน์ ประจำเดือนเมษายน

2553 [Online]. Accessed 24 April 2010. Available from

<http://www.thairath.co.th/content/edu/78620>

ผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าเย็นอัดเม็ด. การจำหน่ายสินค้า. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ไทยโทเวล จำกัด,

ประจำเดือนธันวาคม 2553 [Online], Accessed 31 December 2010. Available from

<http://www.thaitowels.com>

มหาวิทยาลัยศิลปากร. บัณฑิตวิทยาลัย. คู่มือการพิมพ์วิทยานิพนธ์. นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย

ศิลปากร, 2540

รัชกฤษ คล่องพยาบาล. คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม, 2552

Thai Value Speculator. อัตราส่วนทางการเงิน [online]. Accessed 3 January 2011. Available from

<http://www.bloggang.com>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สินค้าอากาศร้อนระบัดหน้าที่สุด “ผ้าเย็นอัดเม็ด” สินค้าที่กำลังได้รับความนิยมสุดๆ โดยโฆษณาสรรพคุณต่างๆ มากมาย สะดวกที่สุดในการพกพาไปใช้ได้ในทุก ๆ สถานที่ ยังมีทั้งกระดาษทิชชู่อัดเม็ด สไมล์คอนทิชชู่ เพียงหยดน้ำใส่ลงไป ก็จะพองตัวออกมาเป็นผ้าเช็ดหน้าผืนเล็กให้ท่านได้ใช้ได้ในทุกโอกาส ถ้าใช้น้ำอุ่นก็จะเป็นผ้าร้อนนำไปใช้ ขนาดเล็กและเบาเหมาะสำหรับพกพาไปใช้ระหว่างเดินทาง หรือเวลาออกกำลังกายเพียงเท้าน้ำเย็นๆ ลงไปบนผ้าเย็นอัดเม็ดไม่กี่วินาที ท่านก็จะได้ผ้าเย็นๆ ไว้เช็ดคลายร้อน สำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวกับความงามและสุขภาพผิวหน้า Smile coin tissue สามารถเช็ดทำความสะอาดคราบสกปรกต่างๆ ได้ดี ใช้เช็ดเครื่องสำอาง ได้ดีมาก

Smile coin ผลิตจากเยื่อไม้ธรรมชาติ 100% ปราศจากจุลินทรีย์และแบคทีเรีย หลังจากที่ใช้แล้วจะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ผลิตด้วยกรรมวิธีในการอัดเป็นก้อน โดยใช้อุณหภูมิที่เหมาะสม ไม่มีแอลกอฮอล์ ไม่มีสารเคมีที่เป็นอันตราย และปลอดภัยทุกสภาพผิว

นอกจากนี้ สินค้าชิ้นนี้ยังระบุอีกว่า เหมาะสำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวกับความงามและสุขภาพผิวหน้า สามารถดักจับคราบต่างๆ ได้ดี ใช้เช็ดเครื่องสำอาง ได้ดีมาก ใช้อบผิวหน้าหลังจากทาโลชั่นหรือครีมบำรุงโดยการนำผ้าอัดเม็ดแช่น้ำร้อน แล้วคลี่ออกวางบนหน้าได้เลย ทำให้ผิวสวยใส มีเลือดฝาดหรือจะใช้แช่น้ำเย็นจัด มาสก์หน้าแบบเย็นก็ได้ ผลิตจากเยื่อไม้ธรรมชาติ 100% ปราศจากจุลินทรีย์ และแบคทีเรีย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ส่วนกรรมวิธีในการผลิตนั้น เว็บไซต์ดังกล่าวระบุว่า ผลิตด้วยกรรมวิธีในการอัดเป็นก้อน โดยใช้อุณหภูมิที่เหมาะสม ไม่มีแอลกอฮอล์ ไม่มีสารเคมีที่เป็นอันตราย และปลอดภัยทุกสภาพผิว เหมาะสำหรับใช้งานในร้านกาแฟ ร้านอาหาร การท่องเที่ยว ใช้สำหรับเด็กเล็ก สำหรับนักกอล์ฟ การกีฬา ตกปลา ร้านเสริมสวย สถานเสริมความงาม สปา ฟิตเนส ดิทรถยนต์แทนผ้าเย็น โรงพยาบาล กักตักคาร์บอนสำหรับสุขภาพสตรีสะดวกต่อการพกพา เช็ดเครื่องสำอาง โรงเรียน ใช้ที่บ้าน สำหรับปิคนิค ใช้ในห้องน้ำ สารพัดประโยชน์ เหลือจากการทำความสะอาดใบหน้ายังสามารถนำไปเช็ดล้างสิ่งสกปรกในรถยนต์และของใช้ส่วนตัวได้อีก

## สินค้าอากาศร้อนขายดี



ภาพที่ 13 ผลิตภัณฑ์ผ้าเย็นอัดเม็ด

สินค้าอากาศร้อนระบาดหนัก ผ้าเย็นอัดเม็ด ? สินค้าที่กำลังได้รับความนิยมสุดๆ โดยโฆษณาสรรพคุณสุดเจ๋งเพียบ ผ้าเย็นอัดเม็ดสินค้าที่ออกมาในฤดูร้อนซึ่งมีการโฆษณาขายทางอินเทอร์เน็ต กำลังได้รับความนิยมอยู่ในเวลานี้ โดยจากการตรวจสอบเว็บไซต์แห่งหนึ่งที่มีสินค้าดังกล่าวประกาศขายอยู่พบว่า ผ้าเย็นดังกล่าวมีคำโฆษณาว่า สะดวกที่สุดในการพกพาไปใช้ได้ในทุกๆ สถานที่ เพียงหยดน้ำใส่ลงไป ก็จะพองตัวออกมาเป็นผ้าเช็ดหน้าผืนเล็กให้ท่านใช้ได้ในทุกโอกาส ถ้าใช้น้ำอุ่นก็จะเป็นผ้าร้อน หากใช้น้ำเย็นหยดโคโลญจน์ลงไปก็จะเป็นผ้าเย็นที่หอมนุ่มน่าใช้ ขนาดเล็กและเบาเหมาะสำหรับพกพาไปใช้ระหว่างเดินทาง หรือเวลาออกกำลังกาย เพียงเทน้ำเย็นๆ ลงไปบนผ้าเย็นอัดเม็ดไม่กี่วินาที ก็จะได้ผ้าเย็นๆ ไว้เช็ดคลายร้อนนอกจากนี้ สินค้าชิ้นนี้ยังระบุอีกว่า เหมาะสำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวกับความงามและสุขภาพผิวหน้า สามารถดักจับคราบต่างๆ ได้ดี ใช้เช็ดเครื่องสำอางได้ดีมากๆ ใช้อบผิวหน้าหลังจากทาโลชั่นหรือซีรัมบำรุงโดยการนำผ้าอัดเม็ดแช่น้ำร้อน แล้วคลี่ออกวางบนหน้าได้เลย ทำให้ผิวสวยใส มีเลือดฝาดหรือจะใช้แช่น้ำเย็นจัด มาสก์หน้าแบบเย็นก็ได้ ผลิตจากเยื่อไม้ธรรมชาติ 100% ปราศจากจุลินทรีย์ และแบคทีเรีย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่วนกรรมวิธีในการผลิตนั้น เว็บไซต์ดังกล่าวระบุว่า ผลิตด้วยกรรมวิธีในการอัดเป็นก้อนโดยใช้อุณหภูมิที่เหมาะสม ไม่มีแอลกอฮอล์ ไม่มีสารเคมีที่เป็นอันตราย และปลอดภัยทุกสภาพผิว เหมาะสำหรับใช้งานในร้านกาแฟ ร้านอาหาร การท่องเที่ยว ใช้สำหรับเด็กเล็ก สำหรับนักกอล์ฟ การกีฬา ตกปลา ร้านเสริมสวย



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สาธิตวิธีการใช้ผ้าเย็ดอัดเม็ด Smile coin



ภาพที่ 14 วิธีการใช้ผ้าเย็ดอัดเม็ด Smile coin (1)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี





ภาพที่ 17 วิธีการใช้ผ้าเยื่ออัดเม็ด Smile coin(2)

เพียงน้ำเย็นหรือร้อนตามต้องการลงบนกระดาษอัดเม็ด กระดาษอัดเม็ดจะคลายตัวออกเป็นกระดาษผืนใหญ่ขนาด 15 x 14 นิ้ว พร้อมใช้งานทันทีเหมาะสำหรับทุกคนในครอบครัว

เพิ่มความสดชื่น เทน้ำเย็นลงไปใช้เช็ดหน้าหลังออกกำลังกาย เดินป่า ทำกิจกรรมอยู่กลางแจ้ง ร้อนนานๆ หรือ แม้แต่เวลาเหนื่อยล้าจากการขับรถทางไกล จะช่วยให้สดชื่นขึ้น

เพื่อความสะอาด ใช้ทำความสะอาดร่างกายเด็กทารกที่ผิวบอบบาง ไม่ต้องกังวลเรื่องน้ำหอมหรือสารเคมีใดๆที่จะก่อให้เกิดการระคายเคือง ใช้เช็ดทำความสะอาดพื้นผิวทั่วไป สะอาดกว่าผ้าเพราะใช้แล้วทิ้งได้ไม่สะสมเชื้อโรค

เพื่อความงาม ใช้ก่อนมาส์กหน้า ช่วยเปิดรูขุมขนเพื่อความสะอาดล้ำลึก โดยล้างหน้าด้วยวิธีตามปกติของคุณ เทน้ำอุ่น/ร้อนลงไปบนกระดาษอัดเม็ด คลี่กระดาษออกแล้วใช้กระดาษคลุมหน้าให้โอ

อุ่นสั้ผสมผิวซั้กรู ซั้บหน้าแล้วมาสั้ตามปกติ ใช้กับน้ำแร่ ช่วยผ่อนคลายผิวที่เหนียวล้า โดยฉีดน้ำแร่ลงไปบนกระดาษอัดเม็ด คลี่กระดาษออก แล้วแนบกระดาษให้สั้ผสมผิวหน้า นอนพักประมาณ 5-10 นาที หรือจนกว่ากระดาษจะแห้ง แล้วคุณจะรู้สึกว่ผิวหน้าสดชื่นขึ้นขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ส่วนกรรมวิธีในการผลิตนั้น เว็บไซต์ดังกล่าวระบุว่า ผลิตด้วยกรรมวิธีในการอัดเป็นก้อน โดยใช้อุณหภูมิที่เหมาะสม ไม่มีแอลกอฮอล์ ไม่มีสารเคมีที่เป็นอันตราย และปลอดภัยทุกสภาพผิว เหมาะสำหรับใช้งานในร้านกาแฟ ร้านอาหาร การท่องเที่ยว ใช้สำหรับเด็กเล็ก สำหรับนักกอล์ฟ การกีฬา ตกปลา ร้านเสริมสวย สถานเสริมความงาม สปา ฟิตเนส ดิทรอยนต์แทนผ้าเย้น โรงพยาบาล ภัตตาคาร สำหรับสุขภาพสตรีสะดวกต่อการพกพา เช็ดเครื่องสำอาง โรงเรียน ใช้ที่บ้าน สำหรับปิคนิค ใช้ในห้องน้ำ สารพัดประโยชน์ เหลือจากการทำความสะอาดใบหน้ายังสามารถนำไปเช็ดล้างสิ่งสกปรกในรถยนต์และของใช้ส่วนตัวได้อีก ไทยรัฐออนไลน์จึงได้ลองสอบถามตามเบอร์โทรศัพท์ที่ระบุในเว็บไซต์ ปลายสายอธิบายว่า ได้รับสินค้าชนิดนี้มาจากต่อ ซึ่งเป็นสินค้าที่คนไทยทำขึ้นมาขายเอง โดยในช่วงอากาศร้อนๆ แบบนี้ผ้าเย้นอัดเม็ดขายดีมาก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

รูปแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 16 รูปแบบบรรจุภัณฑ์(1)



ภาพที่ 17 รูปแบบบรรจุภัณฑ์(2)



ภาพที่ 18 รูปแบบบรรจุภัณฑ์(3)



ภาพที่ 19 รูปแบบบรรจุภัณฑ์(4)

มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ระดับปริญญาตรี





ภาพที่ 20 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ (5)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก ง

อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 20 มกราคม 2554

ตารางที่ 21 อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์

ธนาคาร	MOR	MLR	MRR	สูงสุด*	พิดนั้ด*	บ้ัตรเครดิติ
<b>ธนาคารพาณิชย์จ้ด ทะเบียนในประเทศ</b>						
กรุงเทพ	6.6250	6.3750	7.0000	11.5000	15.0000	20.0000
กรุงไทย	6.6250	6.3750	7.1000	14.1000	18.0000	-
กสิกรไทย	6.6300	6.3700	7.0500	22.0500	24.0500	20.0000
ไทยพาณิชย์	6.6250	6.3750	7.0500	19.0500	22.0500	20.0000
กรุงศรีอยุธยา	7.0000	6.7500	7.3700	21.0000	28.0000	-
ทหารไทย	7.0000	6.7500	7.3750	28.0000	28.0000	20.0000
นครหลวงไทย	7.0000	6.7500	7.3750	25.0000	28.0000	20.0000
ยูโอบี	7.4800	6.9800	7.7300	28.0000	28.0000	20.0000
ซีไอเอ็มบี ไทย	7.2500	7.0000	7.6250	28.0000	28.0000	-
สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย)	8.5000	8.2500	11.0000	35.0000	35.0000	20.0000
ธนชาต	7.0000	6.7500	7.3750	14.8750	18.0000	15.0000
ทีสโก้	6.7500	6.5000	7.0000	28.0000	28.0000	-
เมกะ สากลพาณิชย์	8.2500	7.0000	7.5000	12.0000	15.0000	-
เกียรตินาคิน	7.1250	6.8750	7.5000	28.0000	28.0000	-
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ เพื่อราย ย่อย	7.1250	6.5000	7.3750	18.0000	21.0000	-
ไอซีบีซี (ไทย)	7.2500	7.0000	7.5000	21.0000	21.0000	-
ไทยเครดิตเพื่อรายย่อย	8.1500	7.9000	8.4000	35.0000	35.0000	-
<b>เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ จดทะเบียนในประเทศ</b>	<b>7.1991</b>	<b>6.8529</b>	<b>7.6074</b>	<b>22.8574</b>	<b>24.7118</b>	<b>19.3750</b>



<b>สาขาธนาคารต่างประเทศ</b>						
แห่งโตเกียว-มิตซูบิชิ ยูเอฟ เจ	10.7500	6.7500	11.0000	25.0000	25.0000	-
ซิตีแบงก์	-	7.2500	-	20.9900	45.6300	20.0000
ซูมิโตโม มิตซูบิชิ แบงกิ้ง คอร์ปอเรชั่น	9.8750	6.3750	7.8750	14.7500	15.0000	-
เอช เอส บี ซี	8.2500	8.2500	8.2500	21.0000	32.2500	19.0000- 20.0000
คอยซ์แบงก์	8.2500	8.2500	-	20.0000	22.0000	-
เจพีมอร์แกน เซส	7.0000	7.0000	-	14.0000	14.0000	-
เครดิต อะกริกอล คอร์ ปอเรทแอนด์อินเวสเมนต์ แบงก์	8.0000	8.0000	8.7500	13.0000	13.2500	-
แห่งอเมริกันซันเนลแอส โซซิเอชั่น	8.0000	7.5000	10.5000	13.5000	22.0000	-
อินเดียน โอเวอร์ซีส์	8.0000	7.7500	8.2500	13.5000	15.0000	-
เดอะรอยัลแบงก์ออฟ สกอตแลนด์ เอ็น.วี.	8.5000	8.2500	-	25.0000	25.0000	-
อาร์ เอช บี	9.5000	9.2500	9.5000	20.0000	20.0000	-
โอเวอร์ซี-ไซนิสแบงกิ้ง คอร์ปอเรชั่น	7.5000	7.5000	-	15.0000	25.0000	-
แห่งประเทศจีน	8.2500	6.7500	7.5000	11.7500	14.0000	-
มิซูโฮ คอร์ปอเรต	10.7500	6.7500	7.7500	50.0000	50.0000	-
บีเอ็นพี พารีบาส์	8.0000	8.0000	-	8.0000	19.0000	-
<b>เฉลี่ยของสาขาธนาคาร ต่างประเทศ</b>	8.6161	7.5750	8.8194	19.0327	23.8087	20.0000

แหล่งที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย [www.bot.or.th](http://www.bot.or.th)

MLR=Minimum loan rate ดอกเบี้ยเงินกู้ธรรมดาขั้นต่ำ

MOR=Minimum over draft rate ดอกเบี้ยเงินกู้เบิกเกินบัญชีขั้นต่ำ

MRR=Minimum retail rate ดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## แบบสอบถาม เรื่อง ความต้องการซื้อผ้าเย้นอัดเม็ด

เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำแผนธุรกิจของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย  หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20 – 30 ปี

31-40 ปี

41 – 50 ปี

51 – 60 ปี

60 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา  ข้าราชการ  พนักงานบริษัท

รับ  ค้าขาย  อื่น ๆ โปรดระบุ .....

## 4. รายรับต่อเดือน

- น้อยกว่า 3,000 บาท       3,000 – 5,000 บาท       5,001 – 7,000 บาท  
 7,001 – 10,000 บาท       10,001 บาทขึ้นไป

## 5. คุณสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าเย็นอัดเม็ดหรือไม่

- สนใจ     ไม่สนใจ    อาจ

## 6. หากคุณต้องการซื้อผ้าเย็นอัดเม็ด 1 ซอง ( 50 เม็ด ) คุณต้องการซื้อในราเริ่มต้นที่เท่าใด

- ต่ำกว่า 200 บาท       200 - 250 บาท       251 - 300 บาท  
 301 - 350 บาท       350 บาทขึ้นไป

## 7. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าเย็นอัดเม็ด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ราคาที่เหมาะสม       คุณ  พดี       สินค้าทันสมัย        
 สะดวกในการพกพา       วัสดุประ โยชน์       อื่น ๆ  ระบาย.....

## 8. รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าเย็นอัดเม็ดที่ดีในความเห็นของท่าน

ความคิดเห็นของท่าน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีความปลอดภัยไม่มี ความระคายเคือง					
2. มีความหลากหลายของ ประโยชน์ใช้สอย					
3. ราคาที่เหมาะสม					
4. หาซื้อได้ง่าย					
5. มีส่วนลดสินค้า					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

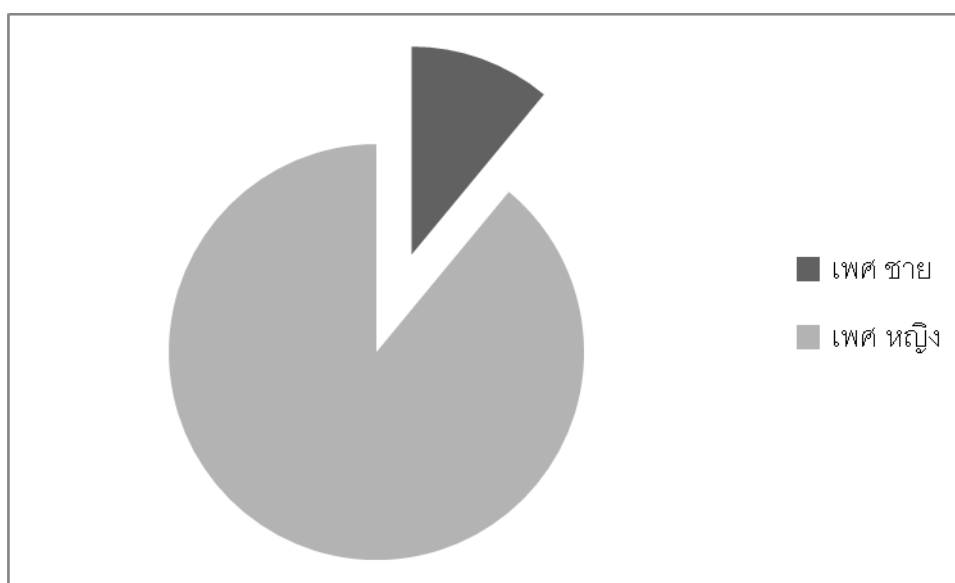
\*\*\*\*\* ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม \*\*\*\*\*



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

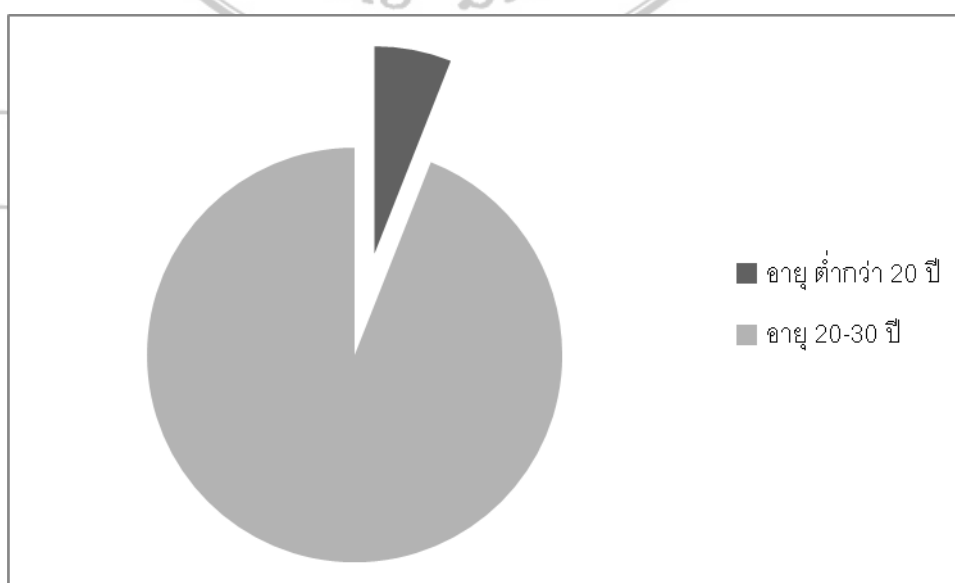
### ผลสำรวจแบบสอบถามเรื่องความต้องการซื้อผ้าเย้นอัดเม็ด

ผู้จัดทำได้ทำการเก็บตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง จากประชากรกลุ่มเป้าหมายระหว่างวันที่ 11-15 ธันวาคม พ.ศ. 2553 ณ บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



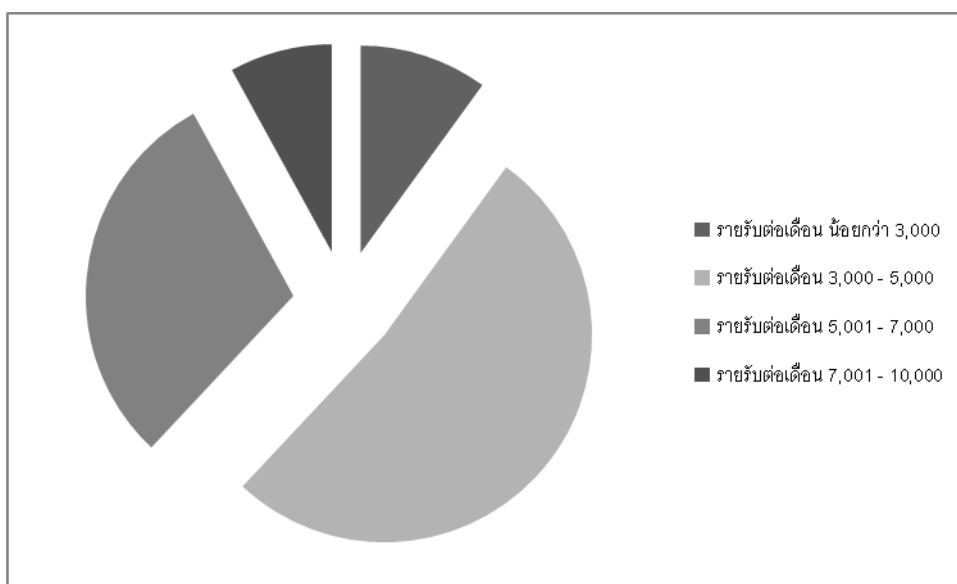
กราฟที่ 1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกราฟจะพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ได้ทำการสำรวจใหญ่เป็นเพศหญิง



กราฟที่ 2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกราฟจะพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี



กราฟที่ 3 รายรับต่อเดือนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

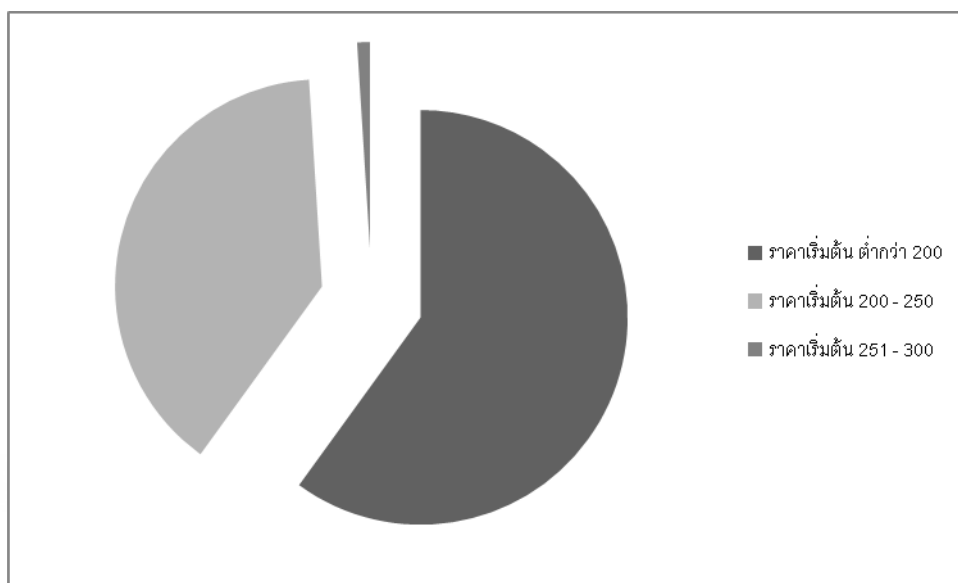
จากกราฟจะพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ได้ทำการสำรวจส่วนใหญ่ จะมีรายรับต่อเดือนอยู่ที่ 3,000-5,000 บาทต่อเดือน รองลงมาคือ 5,001-7,000 บาทต่อเดือน น้อยกว่า 3,000 บาทต่อเดือน 7,001-10,000 บาทต่อเดือนตามลำดับ





กราฟที่ 4 ความสนใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อผลิตภัณฑ์ผ้าเย็นอัดเม็ด

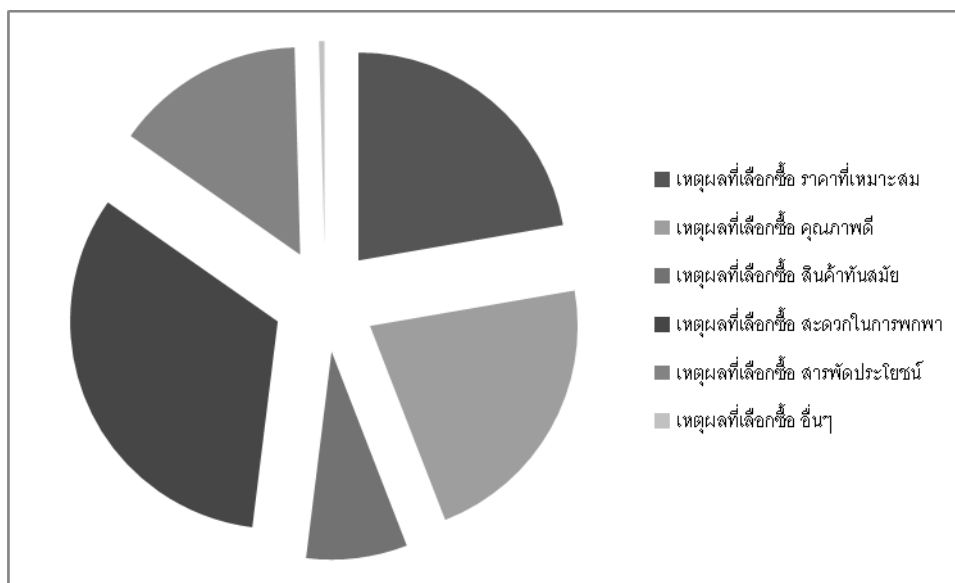
จากกราฟพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าเย็นอัดเม็ด



กราฟที่ 5 ราคาเริ่มต้นที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าเย็นอัดเม็ด

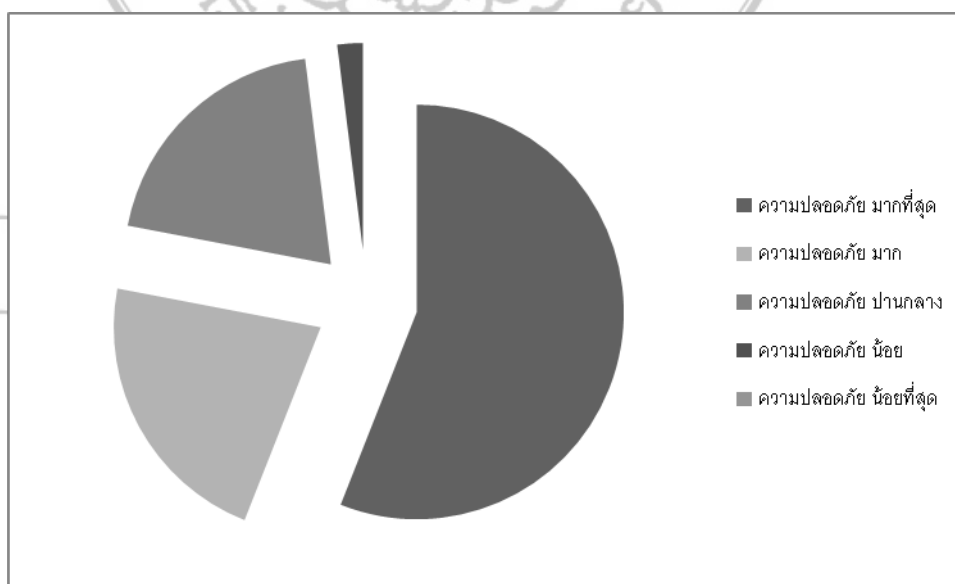
จากกราฟพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ต้องการซื้อผ้าเย็นอัดเม็ดในราคาเริ่มต้นต่ำกว่า 200 บาท รองลงมาคือ 200-250 บาท และ 251-500 ตามลำดับ

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี



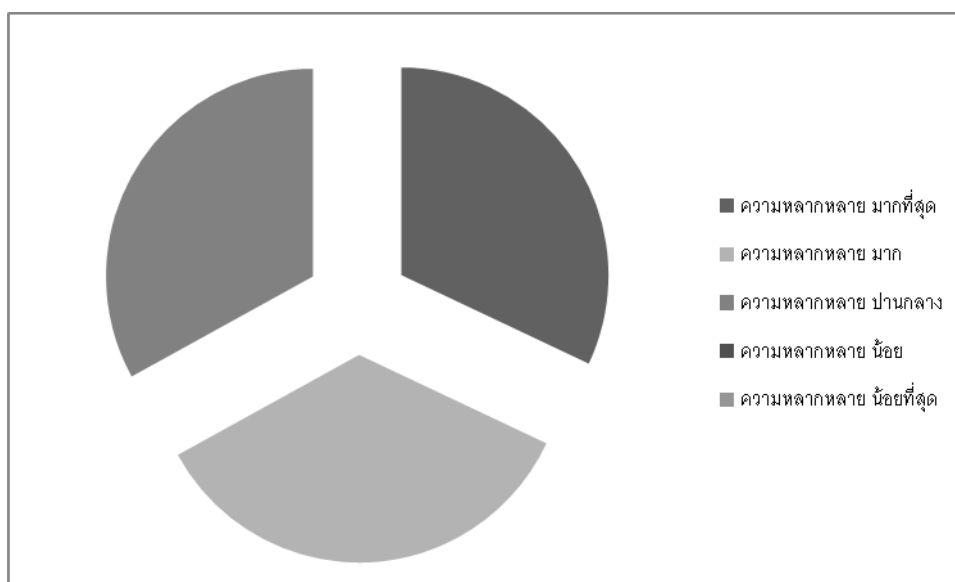
กราฟที่ 6 เหตุผลที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าเยีนอค์เม็ค

จากกราฟจะพบว่าเหตุผลที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเลือกซื้อผ้าเยีนอค์เม็คอันเนื่องมาจาก สะดวกในการพกพา, ราคาที่เหมาะสม, คุณภาพดี, สารพัดประโยชน์, อื่นๆ และสินค้าทันสมัย เป็นเหตุผลสุดท้ายของการเลือกซื้อผ้าเยีนอค์เม็ค



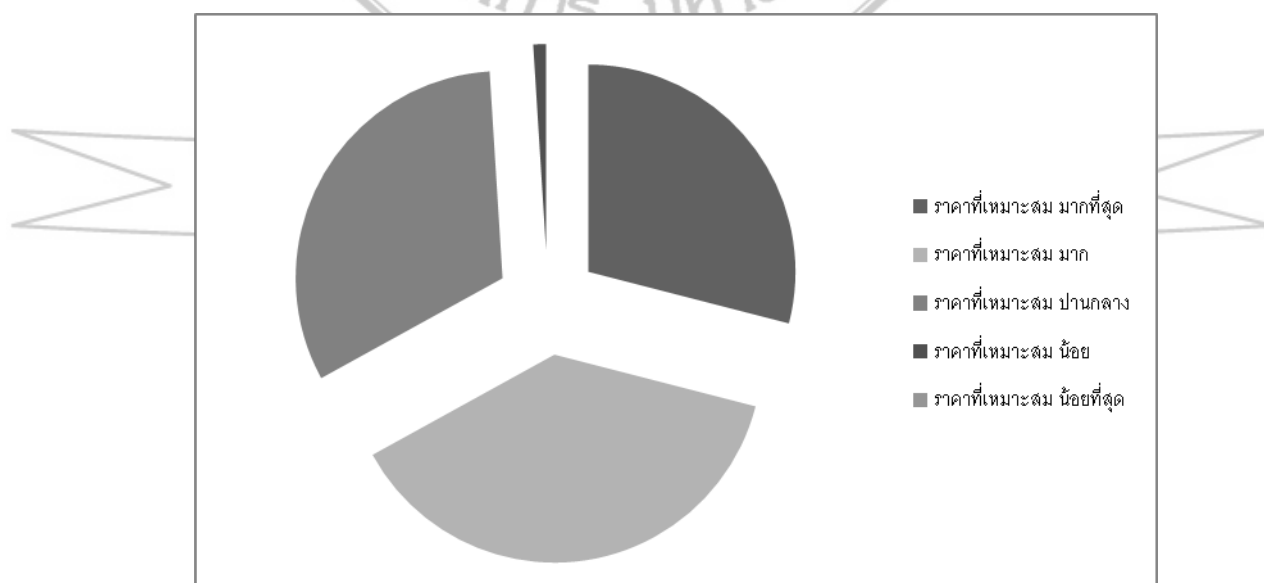
กราฟที่ 7 ความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในด้านความปลอดภัย

จากกราฟพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าฟ้าเย็นอัดเม็ดมีความปลอดภัยไม่มีความระคายเคือง มากที่สุด



กราฟที่ 8 ความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในด้านความหลากหลายของประโยชน์ใช้สอย

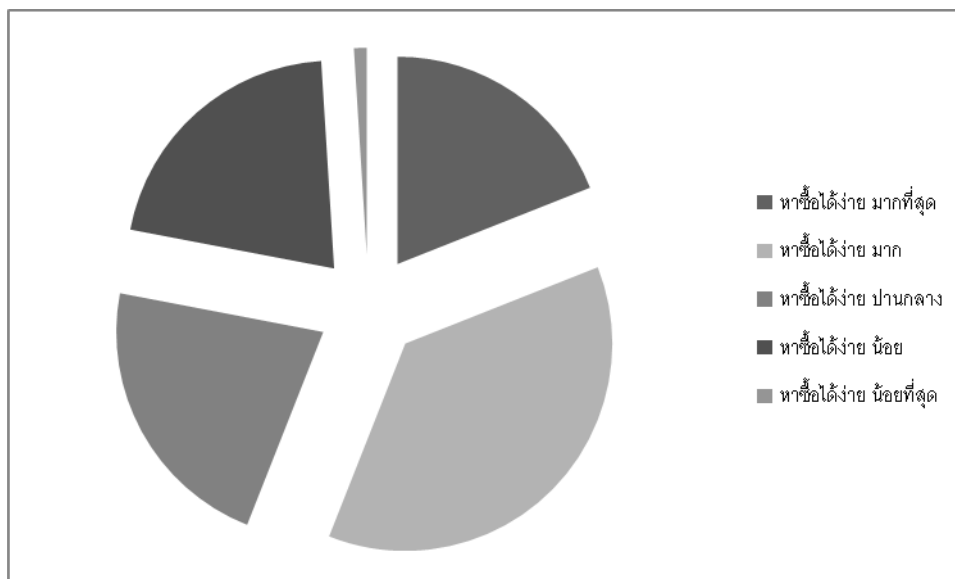
จากกราฟพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าฟ้าเย็นอัดเม็ดมีความหลากหลายของประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด



กราฟที่ 9 ความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในด้านราคา

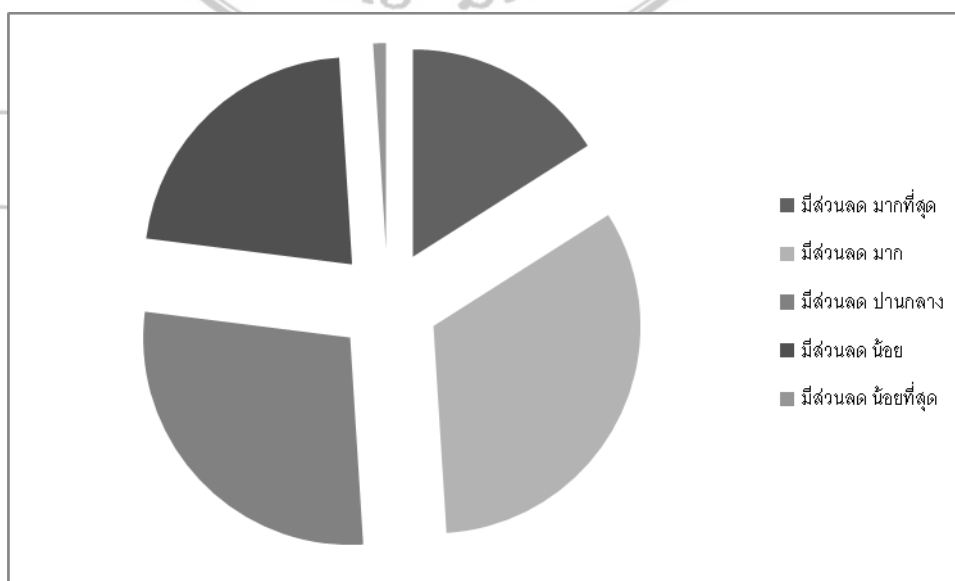
จากกราฟพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าฟ้าเย็นอัดเม็ดมีราคาที่เหมาะสม

น้อย



กราฟที่ 10 ความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในด้านหาซื้อ

จากกราฟพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าฟ้าเย็นอัดเม็ดหาซื้อได้ง่ายมาก



กราฟที่ 11 ความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในด้านส่วนลดสินค้า

จากกราฟพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าฟ้าเขียนอัตโนมัติควรมีส่วนลดมาก  
เมื่อซื้อในจำนวนมาก



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ นางสาวกัญญารัตน์ พื้นม่วง

ที่อยู่ 42 หมู่ 5 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2543 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จาก โรงเรียนวัฒนพุกงษา จังหวัดนนทบุรี

พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2553 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค งามวงศ์วาน ตำแหน่ง กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (กทช.)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ นางสาวกันยรัตน์ หลายแห่ง  
 ที่อยู่ 92 ซอยพัฒนาการ 46 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง  
 กรุงเทพมหานคร 10250

## ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2543 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จาก โรงเรียนปิยะจิตวิทยา  
 พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ  
 พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

## ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2553 ฝึกงานที่เครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม (CPE Crop.)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ นางสาวกรรณิกา ประกอบบุญกุล

ที่อยู่ 20 หมู่ 5 ตำบลคลองเจ็ด อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2543 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จาก โรงเรียนคริตสงเคราะห์

พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนปทุมวิไล

พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2553 ฝึกงานที่เครือเจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม ( CPE Crop.)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ นายชัยวัฒน์ กิตติภิญโญวัฒน์

ที่อยู่ 114 ถนนบูรพาภิรมย์ ตำบลอรุณยูงประเทศ อำเภออรุณยูงประเทศ

จังหวัดสระแก้ว 27120

## ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2543 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จาก โรงเรียนสำเร็จวิทยา

พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนสามเณราลัยพระหนุทัย ร.ร.

ดาราสมุทร ศรีราชา

พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

## ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2551 ผู้จัดการทั่วไป ภูมิพัฒน์อาร์ทเม้นต์

พ.ศ. 2552 เจ้าของกิจการ สวนบัว Le-platis

พ.ศ. 2553 นักศึกษาฝึกงาน ฝ่ายวางแผนการผลิต โครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา

พ.ศ. 2554 หุ้นส่วนผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นสหภิญโญ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล นางสาวชนาภรณ์ นิจะยะ

ที่อยู่ 9/173 หมู่ 3 ตำบลบางหญ้าแพรก อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร  
74000

## ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2543 สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษา จาก โรงเรียนมหาชัยคริสเตียนวิทยา

พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนสมุทรสาครบูรณะ

พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

## ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2553 บริษัท บริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงานฝ่าย  
บัญชีและการเงิน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี