



แผนธุรกิจ ผลไม้ทอดกรอบสุญญากาศ Fresh Food



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

แผนธุรกิจ ผลไม้ทอดกรอบสุญญากาศ Fresh Food



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจเรื่อง “ผลไม้ทอดกรอบสุญญากาศ Fresh Fruit” เสนอ โดยนายฉัตรชัย พึ่งสำราญ
และนายณัฐกร ล้วนกนกรัตน์ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนา
ปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการ
จัดการ

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

อาจารย์ที่ปรึกษา
อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต
คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

.....ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์)

..... / /

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... / /

.....กรรมการ

(อาจารย์ภาวิณี บรรลือพรศักดิ์)

..... / /

12500018, 12500028 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : แผนธุรกิจผลไม้ทอดกรอบสุญญากาศ “Fresh Fruit”

นั้ตรชัย พึ่งสำราญ และ ณัฐกร ล้วนกนกรัตน์ : แผนธุรกิจผลไม้ทอดสุญญากาศ Fresh Fruit อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 52 หน้า

บทคัดย่อ

“ Fresh Fruit ” เป็นธุรกิจประเภทขนมขบเคี้ยว ในลักษณะการแปรรูปผลไม้โดยกรรมวิธีการทอดสุญญากาศ ซึ่งธุรกิจประเภทนี้มียอดขายในอัตราที่สูงมากในตลาดต่างประเทศ แต่มีผู้ประกอบการจำนวนน้อยรายที่จะมุ่งเจาะตลาดภายในประเทศ ทำให้ยังมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักมากนั้กในประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสในการทำกำไรจากตลาดผลไม้แปรรูปในประเทศไทย โดยบริษัท Fresh Fruit จะเน้นการทำการตลาดโดยการโฆษณา โดยบริษัทจะเป็นผู้ผลิตและจัดส่งให้ตัวแทนจำหน่ายสินค้าซึ่งสินค้า 3 ประเภทประกอบด้วย กลั้วย ขนุน และ สับปะรด ภายใต้ตราห้ือ “Fresh Fruit” พร้อมกับพัฒนาศั้กยภาพในด้านการผลิตและการบริหารให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้้าและปรับปรุงพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องเน้นการพัฒนาคุณภาพของผู้บริหาร รวมทั้งลดการสูญเสียในสินค้าที่อาจจะเกิดขึ้น

ผลงานวิจัยนั้กศั้กษา ระดับปริญญาตรี

คณะวิทษาการจั้ดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553

ลายมือช้ือนั้กศั้กษา 1..... 2.....

ลายมือช้ืออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจ เรื่อง ผลไม้ทอดกรอบสุญญากาศ Fresh Fruit ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ วิทยานิพนธ์วิจัยสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ (761 427) หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร สามารถสำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดีด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายๆท่าน ที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ข้อมูลต่างๆประกอบการทำแผนธุรกิจ ผู้จัดทำจึงขอกราบขอบพระคุณมาด้วย ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต โดยให้ความอนุเคราะห์ในการถ่ายทอดความรู้ ขั้นตอนการทำ แผนธุรกิจ และเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ให้การช่วยเหลือชี้แนะแนวทางในการจัดทำแผนธุรกิจ เสียสละเวลาตรวจสอบแผนธุรกิจ เพื่อนำมาสู่การแก้ไขและปรับปรุงข้อบกพร่องให้ แผนธุรกิจ สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ทำให้แผนธุรกิจ ฉบับนี้สำเร็จไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ โดยให้ความอนุเคราะห์ในการถ่ายทอดความรู้ เทคนิคการทำ แผนธุรกิจ รวมถึงตรวจสอบข้อผิดพลาดของแผนธุรกิจฉบับนี้ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาทำการแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องให้แผนธุรกิจสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบคุณ พี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆทุกคนที่ให้ข้อคิดที่ดี ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจเสมอมา พร้อมทั้งขอขอบคุณ ผู้ที่ให้ความร่วมมือ ทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ แผนธุรกิจ ฉบับนี้ ที่ไม่ได้กล่าวในที่นี้ ไว้ ณ โอกาสนี้ และหวังว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ได้ศึกษาและนำไปปรับประยุกต์ใช้ หรือเป็นแบบอย่างในการพัฒนา แผนธุรกิจต่างๆ ต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใดในการทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้เขียนขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทสรุปผู้บริหาร	1
2 ความเป็นมาของธุรกิจ	2
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	2
ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ	2
ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน	3
3 การวิเคราะห์ตลาด	4
ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความต้องการ (Demand).....	4
ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของอุตสาหกรรมที่อาจเป็นคู่แข่ง	6
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก	9
4 แผนบริหารจัดการ	12
รายละเอียดธุรกิจ	13
หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก.....	12
วิสัยทัศน์.....	14
พันธกิจ.....	14
เป้าหมายทางธุรกิจ.....	14
ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	14
5 แผนการตลาด	15
รายละเอียดผลิตภัณฑ์.....	15
เป้าหมายทางการตลาด.....	16
การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย	16
กลยุทธ์ทางการตลาด	17

บทที่ หน้า

5	กลยุทธ์ด้านราคา	17
	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	17
	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	17
6	แผนการผลิต.....	18
	สถานที่ประกอบการผลิต.....	18
	วัตถุดิบใช้ในการผลิต.....	19
	อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต.....	20
	กระบวนการผลิตของผลไม้อบกรอบ.....	23
7	แผนการเงิน.....	24
	ประมาณการในการลงทุน.....	24
	แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี.....	25
	ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจค้าปลีก.....	26
	ประมาณการขายต่อเดือน.....	28
	ประมาณการรายได้ต่อเดือน.....	29
	อัตราการเจริญเติบโตที่คาดหวังต่อปี.....	30
	อัตราการเจริญเติบโตที่คาดหวังของรายได้ต่อปี.....	31
	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	32
	ประมาณต้นทุนการผลิต	34
	ประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร	35
	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	36
	ประมาณการงบกระแสเงินสดสุทธิ.....	37
	ประมาณการงบดุล.....	39
	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	41
8	แผนฉุกเฉิน.....	43
9	แนวทางการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	44

บทที่ หน้า

บรรณานุกรม..... 45

ภาคผนวก..... 46

ประวัติผู้ศึกษา..... 51



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	3
2	ปัจจัยภายในที่มีผลต่อองค์กร.....	9
2	ปัจจัยภายในที่มีผลต่อองค์กร.....	10
4	แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร.....	13
5	แสดงอุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต.....	20
6	แสดงเครื่องใช้สำนักงาน.....	22
7	แสดงการประมาณการในการลงทุน.....	24
8	แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี.....	25
9	ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจค้าปลีก.....	26
10	จำนวนปริมาณการขายต่อเดือน.....	28
11	จำนวนปริมาณรายได้ต่อเดือน.....	29
12	อัตราการเจริญเติบโตที่คาดหวัง.....	30
13	อัตราการเจริญเติบโตที่คาดหวังของรายได้.....	31
14	แสดงการประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	32
15	แสดงการประมาณต้นทุนการผลิต.....	34
16	แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร.....	35
17	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	36
18	ประมาณการงบกระแสเงินสดสุทธิ.....	37
19	ประมาณการงบดุล.....	39
20	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	41

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1	แผนผังองค์กร..... 13
2	ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทอดสุญญากาศ..... 15
3	ผลิตภัณฑ์ขนุนทอดสุญญากาศ..... 15
4	ผลิตภัณฑ์สับปะรดทอดสุญญากาศ..... 16
5	สถานที่ประกอบการผลิต..... 18
6	ผังโรงงาน..... 19
7	เครื่องทอดสุญญากาศ..... 21
8	เครื่องหั่นผักและผลไม้..... 21
9	เครื่องบรรจุแนวตั้งขนาดใหญ่..... 22

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทสรุปผู้บริหาร

“Fresh Fruit” เป็นธุรกิจประเภทขนมขบเคี้ยว ในลักษณะการแปรรูปผลไม้โดยกรรมวิธีการทอดสุญญากาศ ซึ่งธุรกิจประเภทนี้มียอดขายในอัตราที่สูงมากในตลาดต่างประเทศ แต่มีผู้ประกอบการจำนวนน้อยรายที่จะมุ่งเจาะตลาดภายในประเทศทำให้ยังไม่ค่อยมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักมากนักในประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสในการทำกำไรจากตลาดผลไม้แปรรูปในประเทศไทย โดยบริษัท Fresh Fruit จะเน้นการทำตลาดโดยการโฆษณา เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ของ Fresh Fruit มากยิ่งขึ้น โดยบริษัทจะเป็นผู้ผลิตและจัดส่งให้ตัวแทนจำหน่ายสินค้าซึ่งสินค้า 3 ประเภทประกอบด้วย ก๊วย ขนุน และสับปะรด ภายใต้ตราชื่อ “Fresh Fruit”

โดยมีวิสัยทัศน์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของ Fresh Fruit เป็นสินค้าผลไม้ทอดกรอบที่มีชื่อเสียงและมีผู้บริโภคเป็นจำนวนมากอันดับต้นๆของประเทศพร้อมกับพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตและการบริหารให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและปรับปรุงพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เน้นการพัฒนาคุณภาพของผู้บริหาร รวมทั้งลดการสูญเสียในสินค้าที่อาจจะเกิดขึ้นให้ได้มากที่สุด และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกลุ่มเครือข่ายทางการค้า กิจกรรมมีการใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา กลยุทธ์ด้านราคาจะอยู่ในระดับกลาง เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าดีมีคุณภาพ ราคาไม่แพง และกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาดในด้านต่างๆ เพื่อเป็นการนำเสนอสินค้าและเป็นการแนะนำสินค้าให้รู้จักอย่างแพร่หลาย

การจัดหาเงินทุนโดยมีทุนส่วนของเจ้าของซึ่งมี 2 หุ้นส่วน รวมเป็นเงินทั้งสิ้น

1,620,500 บาท และขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อจากธนาคาร 2,000,000 บาทรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 3,620,500 บาท ภายใต้สถานการณ์ปกติ มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปีภายใต้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 22 % กิจกรรมได้มีการคาดคะเนปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตพร้อมทั้งกำหนดวิธีการในการแก้ไขปัญหา ทำให้กิจการสามารถรับมือในการเผชิญหน้ากับปัญหาในอนาคตได้ รวมทั้งการวางแผนในการปรับปรุงกระบวนการในด้านต่างๆทั้งด้านการผลิต การบริหาร การเงิน รวมทั้งทางด้านการตลาด เพื่อเป็นการพัฒนาและปรับปรุง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านต่างๆ ของกิจการ

บทที่ 2 ภาพรวมของกิจการ

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อ สถาบันทางการเงินหรือธนาคาร

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อสนับสนุนวงเงินสินเชื่อในการดำเนินกิจการจำนวน 2,000,000 บาท โดยใช้ที่ดินเป็นหลักประกัน
2. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ
3. เพื่อลดความเสี่ยงและเตรียมความพร้อมในการดำเนินงาน
4. เพื่อให้ผู้ประกอบการมีการลำดับความคิด การเตรียมความพร้อมเพื่อเริ่มประกอบธุรกิจ
5. เพื่อส่งเสริมสินค้าเกษตรกรรมของประเทศไทย

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

เนื่องจากปัจจุบัน ผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับกระแสการรักสุขภาพ โดยหันมาสนใจสินค้าที่ให้สารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันสินค้าที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพมีเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย ผลไม้ทอดสุญญากาศถือเป็นทางเลือกหนึ่งเกี่ยวกับผู้ที่ชอบบริโภคขนมขบเคี้ยวแถมยังได้รับคุณค่าทางโภชนาการต่อร่างกายอีกด้วย

ซึ่งธุรกิจประเภทนี้ สามารถหาวัตถุดิบในการผลิตได้ค่อนข้างง่าย เนื่องจากในประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมีผักผลไม้สดคุณภาพดีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นธุรกิจ ผลไม้ทอดสุญญากาศ จึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจในการลงทุน โดยกรรมวิธีการทอดแบบสุญญากาศ จะช่วยรักษาคุณค่าทางโภชนาการของผลไม้ได้อย่างครบถ้วน รวมทั้งสี กลิ่น รสชาติ ยังคงเดิม และสามารถควบคุมปริมาณน้ำมันให้เหลือเพียง 2 เปอร์เซ็นต์ จากการทอดสุญญากาศซึ่งจะแตกต่างจากการทอดธรรมดาถึง 15 เท่า และเนื่องจากในธุรกิจนี้ ยังไม่มีคู่แข่งในการแข่งขันมากนัก

ซึ่งแนวโน้มของตลาดขนมขบเคี้ยวได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคซึ่งผลิตภัณฑ์ผลไม้ทอดสุญญากาศ Fresh Food เป็นผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่มีศักยภาพที่น่าสนใจ และยังมีโอกาสที่จะขยายตัวได้อีกมาก โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นญี่ปุ่น ยุโรป หรือ อเมริกา

ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ตารางที่ 1 แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน
1.	หาทำเลที่ตั้ง	2 สัปดาห์
2.	สร้างโรงงาน	8 สัปดาห์
3.	จัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ	2 สัปดาห์
4.	จัดหาคนงานและพนักงาน	2 สัปดาห์
5.	ติดต่อผู้ขายปัจจัยการผลิต	2 สัปดาห์
6.	จัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย	4 สัปดาห์
7.	เปิดกิจการ	
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	20 สัปดาห์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3 การวิเคราะห์ตลาด

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความต้องการ (Demand)

1. เนื่องจากผลไม้ทอดกรอบจัดเป็นสินค้าไม่จำเป็นต่อผู้บริโภคในการรับประทาน ผลไม้ทอดกรอบในชีวิตประจำวัน ดังนั้นผลไม้ทอดกรอบจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ผลไม้ทอดกรอบเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นสูง

2. ผลไม้ทอดกรอบ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุดิบที่ใช้ทดแทนกันได้หลายชนิด ซึ่งมีวิธีการทอดกรอบหลากหลายชนิดด้วยกัน หากผลไม้ทอดกรอบยี่ห้อหนึ่งมีราคาแพงขึ้นความต้องการลดลง โดยผู้บริโภคจะหันมาซื้อผลไม้ทอดกรอบยี่ห้ออื่นแทน แต่ในบางครั้งผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันแต่ผู้บริโภคมีความภักดีในตราสินค้า (Brand loyalty) จะซื้อผลไม้ทอดกรอบนั้น ๆ ต่อไปเรื่อยๆ แม้ว่าสินค้าที่ใช้ทดแทนกันมีราคาเปลี่ยนแปลง

3. ปัจจุบันประชากรโลกต่างหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากโลกยุคโลกาภิวัตน์มีการติดต่อสื่อสารไร้พรมแดน ข่าวสารเผยแพร่ระหว่างกันได้รวดเร็ว ประชากรในประเทศต่างๆ มีรสนิยมในการรับประทานอาหารใกล้เคียงกัน คือ นิยมอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากผู้บริโภคต่างหวาดกลัวกับโรคภัยไข้เจ็บมากขึ้น จะเห็นได้จากประเทศไทยในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา กระแสการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ กำลังเป็นนิยม ผู้บริโภคมีแนวโน้มบริโภคเนื้อสัตว์ลดลง หันมาบริโภคผักผลไม้มากขึ้น ทำให้ความต้องการในผักผลไม้ชนิดต่างๆ เพิ่มขึ้น รวมไปถึงความต้องการในผลไม้ทอดกรอบที่เพิ่มมากขึ้นด้วย

4. ภาวะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อความต้องการของผลไม้ทอดกรอบ เนื่องจากผลไม้ทอดกรอบจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย เมื่อภาวะเศรษฐกิจไม่ดี ผู้บริโภคจำเป็นต้องประหยัดค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสินค้าฟุ่มเฟือยให้ลดลง จึงลดความต้องการในผลไม้ทอดกรอบลง แต่ในทางตรงกันข้าม หากภาวะเศรษฐกิจดี ผู้บริโภคมีรายได้มากกว่ารายจ่ายก็จะมีเงินออมเหลือ สามารถนำมาจับจ่ายใช้สอยบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยได้ตามความต้องการในผลไม้ทอดกรอบเพิ่มมากขึ้น

ด้านการแข่งขัน

- การแข่งขันในตลาดผลไม้ทอดกรอบอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง และในประเทศไทยยังสามารถส่งออกผลไม้ทอดได้เป็นจำนวนมาก

- ผู้ผลิตผลไม้แปรรูป ผลไม้ทอดกรอบ ประเภทขนมขบเคี้ยว ปัจจุบันเป็นผู้ที่ผลิตอยู่นานแล้ว แต่ยังคงความสามารถในการผลิตที่มีคุณภาพ และมีจำนวนผู้ประกอบการน้อยรายที่ให้ความสำคัญกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค เนื่องจากผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งส่วนใหญ่เน้นการเจาะตลาดต่างประเทศ ซึ่งบริษัท Fresh Food จะทำการเจาะตลาดภายในประเทศ โคนดำเนินตามแผนที่ บริษัท วางแผนไว้

อุตสาหกรรมที่อาจเป็นคู่แข่ง

อุตสาหกรรมที่อาจถือเป็นคู่แข่งทางอ้อมกับอุตสาหกรรมของขบเคี้ยวมีดังนี้

ก- อุตสาหกรรมผลไม้สด

เนื่องจากผลไม้สดสามารถรับประทานเป็นอาหารว่างได้แทนของขบเคี้ยว อีกทั้งยังซื้อหาได้โดยสะดวกตามท้องตลาด และซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าสะดวกซื้อทำให้สามารถเลือกซื้อได้ตามความพอใจของผู้บริโภคเนื่องจากมีสินค้าหลากหลายชนิดหลายพันธุ์และหลากหลายราคา นอกจากนี้มีชื่อเสียงเปรียบสำหรับของขบเคี้ยวในแง่ของคุณค่าทางโภชนาการ เนื่องจากผลไม้สดย่อมมีวิตามินมากกว่าของขบเคี้ยวโดยทั่วไป และถึงแม้ของขบเคี้ยวบางประเภทที่ทำมาจากผักหรือผลไม้ แต่อย่างไรก็ตามผลไม้สดก็มีชื่อเสียงหลายประการ เช่น ความไม่สะดวกในการเตรียมรับประทาน คือ อาจจะต้องทำความสะอาด ต้องปอกเปลือกก่อน ซึ่งผู้บริโภคที่ไม่อยากยุ่งยากในกระบวนการเหล่านั้นเลือกซื้อของขบเคี้ยวแทนผลไม้สดมากกว่า

ข- อุตสาหกรรมผลไม้แปรรูป

ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมนี้ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง ผลไม้ดอง ผลไม้แช่อิ่ม เป็นต้น ซึ่งถือเป็นทางเลือกหนึ่งในการบริโภคผลไม้ ซึ่งผู้บริโภคอาจจะเลือกซื้อผลไม้แปรรูปแทนเนื่องจากต้องการเปลี่ยนรสชาติและสะดวกในการบริโภคมากกว่า และแทนที่จะซื้อของขบเคี้ยวรับประทานก็ซื้อผลไม้แปรรูปแทน เนื่องจากผู้บริโภคต้องการบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางอาหาร

ค- อุตสาหกรรมอาหารเสริม

ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมนี้เน้นไปที่สารอาหารหรือเส้นใยอาหารที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภค ซึ่งอาจเข้ามาแทนที่สินค้า เนื่องจากผู้บริโภคอาจจะพอใจในสารอาหารที่มีในอาหารเสริมมากกว่า เพราะมีความครบถ้วนมากกว่าและสะดวกในการพกพาและรับประทาน

ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของแต่ละอุตสาหกรรมที่อาจเป็นคู่แข่งกันของอุตสาหกรรมของขบเคี้ยว

ข้อได้เปรียบ

ในการเลือกซื้อผลไม้สด บางครั้งอาจจะได้สินค้าที่มีคุณภาพไม่ดี ในขณะที่ของขบเคี้ยวค่อนข้างจะมีมาตรฐานทั้งในด้านความสะดวก คุณค่าทางอาหาร และมีการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

- ผลไม้แปรรูปมีคุณค่าทางสารอาหารด้านวิตามิน-เกลือแร่มากกว่าของขบเคี้ยวโดยทั่วไป ทำให้ผู้บริโภคที่ห่วงใยในสุขภาพมีแนวโน้มจะบริโภคผลไม้แปรรูปมากกว่า

- ผลไม้สดอาจจำเป็นต้องทำความสะอาด และปอกเปลือกหรือหั่น ก่อนการรับประทาน ซึ่งอาจก่อความยุ่งยากและเสียเวลาแก่ผู้บริโภค ในขณะที่ผลไม้แปรรูปจะสะดวกในการรับประทานมากกว่า คือสามารถรับประทานได้ทันที

- ผลไม้แปรรูปมีระยะเวลาในการเก็บรักษาได้นานกว่าผลไม้สด

- ผลไม้แปรรูปมีราคาต่ำกว่าอุตสาหกรรมอาหารเสริม ทำให้ได้เปรียบด้านราคาในการแข่งขันกับอุตสาหกรรมอาหารเสริม

ข้อเสียเปรียบ

- ราคาของผลไม้แปรรูปจะมีราคาสูงกว่าผลไม้สด

- คุณค่าทางโภชนาการของผลไม้แปรรูปจะมีน้อยกว่าผลไม้สด โดยเฉพาะในเรื่องของวิตามินเนื่องจากผ่านขั้นตอนกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์

ผลงานวิจัยนศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันภายนอกของอุตสาหกรรมโดยใช้ FIVE-FORCE MODEL

อุปสรรคด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในตลาดนี้มีคู่แข่งทั้งด้านทางตรงและทางอ้อม ซึ่งคู่แข่งทางอ้อม จะแข่งขันกันที่ด้านความแตกต่างของตัวสินค้า ลักษณะปัจจัยการผลิต และคุณค่าต่างๆของผลิตภัณฑ์ ส่วนทางด้านผู้ประกอบการที่มีการผลิตเหมือนกันจะต้องแย่งแหล่งปัจจัยการผลิต ซึ่งส่วนใหญ่ จะตั้งโรงงานการผลิตอยู่ที่ จ.จันทบุรี แต่บริษัท Fresh Food เลือกตั้งที่ จ.ประจวบคีรีขันธ์ เพื่อลดปัญหาด้านต้นทุนการผลิต

อุปสรรคด้านคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามา

ตลาดขนมขบเคี้ยวถือเป็นตลาดที่ใหญ่และมีอัตราการเจริญเติบโตค่อนข้างสูงทำให้มีผู้สนใจในการเข้ามาลงทุนในตลาดนี้เป็นจำนวนมาก

ตลาดนี้มีการแข่งขันสูง ในการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและมีคุณภาพสูง มีข้อจำกัดในการลงทุนที่สูง ทำให้ผู้ที่เข้ามาและไม่สามารถอยู่รอดได้จะต้องออกจากสู่ตลาดไปเอง

อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

เนื่องจากวัตถุดิบที่สำคัญคือผลไม้ ซึ่งปริมาณของผลผลิตนั้นขึ้นอยู่กับสภาพอากาศและจำนวนผลผลิตมากหรือน้อยในแต่ละปี ดังนั้นปีใดที่ผลไม้ขาดแคลน ผู้ผลิตจำเป็นต้องซื้อในราคาสูง อำนาจต่อรองในการต่อรองกับชาวสวนมีน้อย เพราะสามารถขายเป็นผลไม้สดได้ในราคาสูง ไม่จำเป็นต้องขายให้แก่ผู้ผลิตอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูปก็ได้ หรือในบางปี จำนวนผลผลิตมากเกินไป ความต้องการของตลาด จะทำให้มีอำนาจในการต่อรองสูง ทำให้สามารถซื้อผลไม้สดได้ในราคาถูกลง บริษัท Fresh Food สามารถลดปัญหานี้ได้เนื่องจาก การแปรรูปจะทำให้อายุการเก็บรักษานานขึ้น เราจะซื้อผลไม้ที่ไม่ได้เกิดในช่วงฤดูกาล ซึ่งจะสามารถซื้อได้ในราคาถูกลงและนำมาผลิตแปรรูป จะลดปัญหาข้างต้นได้และยังสามารถลดต้นทุนในการผลิตได้

อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้บริโภค

อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคค่อนข้างสูง เนื่องจากมีสินค้าทดแทนมาก ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่นผลไม้สด ผลไม้แปรรูปชนิดอื่น ของขบเคี้ยวและอาหารเสริมต่างๆ จึงทำให้การตั้งราคาหรือการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต้องอาศัยความรอบคอบสูง เพื่อที่จะให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายยังคงความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์

ทางบริษัท Fresh Food จะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ทางคุณค่าสารอาหาร และความแปลกใหม่ในตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นขนมขบเคี้ยว โดยผลิตจากผลไม้ ซึ่งจะทำให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

อุปสรรคด้านสินค้าทดแทน

สินค้าทดแทนของผลิตภัณฑ์(ผลไม้กรอบ) แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ สินค้าทดแทนทางตรง และสินค้าทดแทนทางอ้อม

สินค้าทดแทนทางตรง

- ผลไม้แปรรูปชนิดอื่นๆ เช่น ผลไม้ดอง ฉาบ อบแห้งด้วยวิธีอื่นๆ ผลไม้กระป๋อง คนไทยมีความชำนาญในการแปรรูปผลไม้ และใช้เทคโนโลยีไม่สูง ทำให้ต้นทุนต่ำและมีผลไม้แปรรูปนอกฤดูตลอดปี

ก - ของขบเคี้ยวต่างๆ เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นของขบเคี้ยวเหมือนกัน โดยไม่สนใจว่าจะผลิตด้วยวิธีใด นอกจากนี้การแข่งขันในตลาดของขบเคี้ยวสูง มีผู้ผลิตรายใหญ่ คือมันฝรั่งทอดกรอบ แล้วยังมีผู้ที่จะเข้าสู่ตลาดต้องพยายามอธิบายความแตกต่างระหว่างสินค้าของตนกับของขบเคี้ยว

สินค้าทดแทนทางอ้อม

- อาหารเสริม เช่น วิตามินอัดเม็ด น้ำผักและผลไม้ ฯลฯ เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการรับประทานอาหารว่างที่มีคุณค่าทางอาหาร ของคนวัยทำงานทั่วไป

ตลาดการแข่งขันของตลาดขนมขบเคี้ยวเป็นตลาดที่ใหญ่มาก ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตมาก ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก

ตารางที่ 2 แสดงถึงปัจจัยภายในที่มีผลต่อองค์กร

ปัจจัยการผลิต	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
การบริหารจัดการ	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการสามารถจัดหาพนักงานที่มีฝีมือและมีประสบการณ์ - มีการฝึกอบรมและพัฒนาคุณภาพของพนักงานทุกๆ 3 เดือน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อกิจการ 	<ul style="list-style-type: none"> - กิจการเน้นที่สถานที่และบุคลากร ทำให้มีราคาสูงกว่าคู่แข่ง - เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการใหม่ จึงขาดประสบการณ์ในการทำธุรกิจ
การตลาด	มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยการลงนิตยสาร การจัดบูท และการทำเว็บไซต์	ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ยังไม่ค่อยได้รับความสนใจจากประชาชนมากนัก
การผลิต	มีการเครื่องจักรในการผลิตที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ	มีค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาเครื่องจักรค่อนข้างสูง
การเงิน	มีสภาพคล่องทางการเงินสูง	การลงทุนในการทำธุรกิจผลไม่ทอดสูญญากาศ เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันได้ดี ต้องใช้เงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นต้องมีมาตรการในการควบคุมการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อองค์กร

ปัจจัยการผลิต	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้า	พฤติกรรมผู้บริโภค หันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น	ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าทดแทนจำนวนมาก
เป้าหมาย	คู่แข่งชั้นมุ่งเป้าหมายไปยังตลาดต่างประเทศมากกว่าในประเทศ	เนื่องจากผลิตภัณฑ์เพิ่งเข้าสู่ตลาดจึงยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค
สถานการณ์การแข่งขัน	เนื่องจากกระแสนิยมสินค้าที่มาจากธรรมชาติ มีการดูแลรักษาสุขภาพมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคเริ่มมาให้ความสำคัญกับสินค้าที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น โดยส่วนหนึ่งเชื่อว่าสามารถให้คุณค่าทางโภชนาการและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคได้	การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ
สังคม	พฤติกรรมผู้บริโภค หันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น	ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าในตราสินค้าที่ไม่รู้จักจำนวนน้อย เพราะมีผู้ประกอบการหลายรายมีตราสินค้าเป็นที่รู้จักของลูกค้าและมีการแข่งขันที่สูงขึ้นตลอดเวลา
เทคโนโลยี	มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจ ทำให้ลดเวลาในการผลิตสินค้าลงได้มาก	เทคโนโลยีต่างๆมีราคาสูง
สภาพเศรษฐกิจ	เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจกำลังอยู่ในภาวะฟื้นฟู จึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนที่ดีจากลูกค้า	สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ยากต่อการคำนวณรายรับและรายจ่ายของกิจการ

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยการผลิต	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ	-	เนื่องจากสินค้าจำเป็นต้องผ่าน มาตรฐาน หลายชนิดจึงมีขั้นตอนที่ ยุ่งยาก
การเมือง	มีนโยบายทางเศรษฐกิจที่ส่งเสริม การลงทุน ทำให้เศรษฐกิจมีการ ขยายตัว และทำให้การจับจ่ายของ ผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น	-

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4
แผนบริหารจัดการ

รายละเอียดธุรกิจ

ชื่อกิจการ บริษัท Fresh Fruit จำกัด

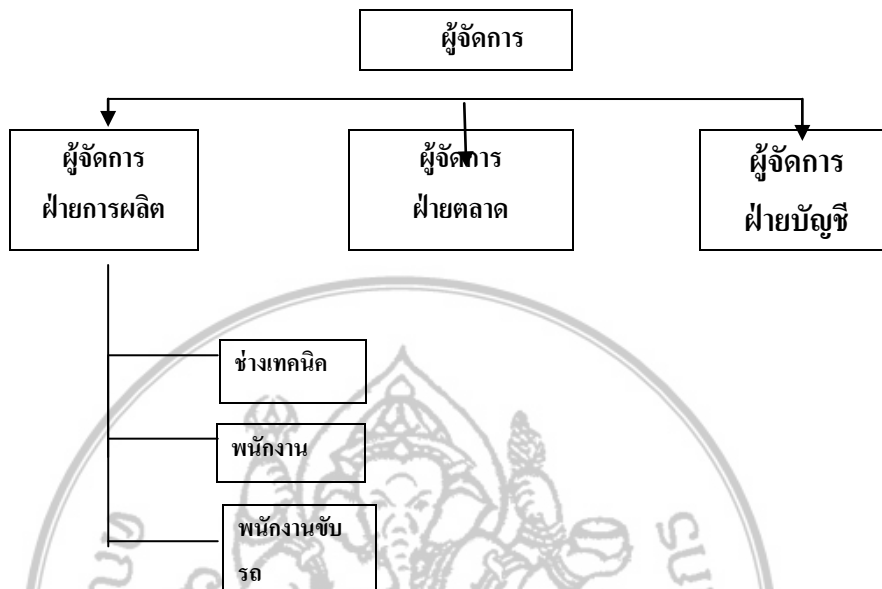
ที่ตั้งกิจการ ตั้งอยู่ที่ ต. บางสะพาน อ. บางสะพานน้อย จ. ประจวบคีรีขันธ์

เวลาทำการ วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 8.30 – 16.30 น.

หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

- | | | |
|----------------------|---|--|
| 1 ตำแหน่ง | : | ผู้จัดการ |
| หน้าที่ความรับผิดชอบ | : | ดูแลควบคุมการจัดการของกิจการ |
| 2 ตำแหน่ง | : | หัวหน้าฝ่ายการตลาด |
| หน้าที่ความรับผิดชอบ | : | ดูแลติดต่อกับงานทางด้านการตลาด และติดต่อสื่อสารกับลูกค้า |
| 3 ตำแหน่ง | : | หัวหน้าฝ่ายการผลิต |
| หน้าที่ความรับผิดชอบ | : | ดูแลควบคุมเกี่ยวกับกระบวนการการผลิตทั้งหมด |
| 4 ตำแหน่ง | : | หัวหน้าฝ่ายการเงิน |
| หน้าที่ความรับผิดชอบ | : | ดูแลและตรวจสอบการใช้จ่ายของกิจการ |
| 5 ตำแหน่ง | : | พนักงาน |
| หน้าที่ความรับผิดชอบ | : | ปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย |
| 6 ตำแหน่ง | : | ช่างเทคนิค |
| หน้าที่ความรับผิดชอบ | : | ดูแลตรวจสอบอุปกรณ์ เครื่องจักรให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา |

แผนผังองค์กร



ภาพที่ 1 แผนผังองค์กร

จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร

ลำดับ	ฝ่ายงาน	จำนวน(คน)	อัตราเงินเดือน (บาท)	รวมเงินเดือน (บาท/เดือน)
1.	ผู้จัดการ	1	15,000	15,000
2.	หัวหน้าฝ่าย	3	10,000	30,000
3.	พนักงาน	5	7,000	35,000
4.	ช่างเทคนิค	1	10,000	10,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่าย เงินเดือน		10	42,000	90,000

วิสัยทัศน์

เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของ Fresh Fruit เป็นสินค้าผลไม้ทอดกรอบที่มีชื่อเสียงและมีผู้บริโภคเป็นอันดับต้นๆของประเทศ

พันธกิจ

1. พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานสากล
2. พัฒนางานวิจัยด้านเกษตรกรรมเพื่อให้ได้สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ
3. สร้างการบริหารจัดการองค์กรที่มีระบบตามมาตรฐานสากล
4. สร้างผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

เป้าหมายทางธุรกิจ

1. ต้องการที่จะทำให้ ดำเนินธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันและทำกำไรได้สูงเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการธุรกิจในลักษณะเดียวกัน
2. เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจและเชื่อถือในมาตรฐาน คุณภาพขององค์กร
3. เพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดี และสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีที่ก่อให้เกิดการทำงานที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. ต้องทำการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานอยู่อย่างสม่ำเสมอ
2. มีการเก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและนำมาดัดแปลงให้เข้ากับผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด
3. แนวโน้มของการใส่ใจดูแลสุขภาพ เพิ่มมากขึ้นจึงเป็นปัจจัยที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ

บทที่ 5 แผนการตลาด

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

บริษัท Fresh Fruit เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการแปรรูปผลไม้โดยการนำผลไม้สดมาแปรรูปโดยวิธีการทอดสุญญากาศซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 3 ชนิด ดังนี้

1. กลั้วทอดสุญญากาศ โดยใช้กลั้วหอมเป็นวัตถุดิบในการทอด ซึ่งจะมีคุณค่าทางโภชนาการ คือ เส้นใยในกลั้วหอมช่วยให้การย่อยของลำไส้เล็กทำงานดีขึ้น ระบบขับถ่ายในร่างกายทำงานได้ดี ลดปัญหาท้องผูก และสารลดกรดตามธรรมชาติที่มีอยู่ยังช่วย ลดอาการจุกเสียด แน่นท้อง แต่อีกด้านกรดต่างๆที่มีอยู่ ทำให้มีการเคลือบผิวของกระเพาะ ลดการเป็นแผลในกระเพาะได้



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์กลั้วหอมทอดสุญญากาศ

2. ขนุนทอดสุญญากาศ มีคุณค่าทางโภชนาการ คือ มีใยอาหารสูงมาก ซึ่งจะช่วยให้ความสะอาดลำไส้ และยังช่วยในการรักษาแผลในกระเพาะอาหารและลำไส้ด้วย



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ขนุนทอดสุญญากาศ

3. สับปะรดทอดสุญญากาศ มีคุณค่าทางโภชนาการจำนวนมาก และมีคุณค่าทางยาสูง มีสรรพคุณช่วยย่อยอาหารจำพวกเนื้อ เสริมการดูดซึมอาหาร ดับร้อนแก้กระหาย สับปะรดยังมีสารจำพวก น้ำตาล กรด วิตามิน อยู่หลายชนิด และการรับประทานสับปะรดเป็นประจำ จะช่วยป้องกันโรค ไตอักเสบ ความดันโลหิตสูง หลอดลมอักเสบ



ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์ขนุนทอดสุญญากาศ

เป้าหมายทางการตลาด

เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการตลาด 3.1 % ของตลาดผลไม้ทอดสุญญากาศ และทำให้สินค้าของบริษัทมียอดขายตามแผนที่ได้กำหนดไว้ จนทำให้สินค้าของบริษัท Fresh Fruit เป็นที่นิยมของผู้บริโภคเป็นจำนวนมากอันดับต้นๆของประเทศในระยะเวลาอันยาวนานที่สุดเท่าที่จะทำได้

การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในกลุ่มผู้ที่ชอบบริโภค ขนมขบเคี้ยวและว่างใยดูแลสุขภาพ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่จะออกสู่ตลาดจะต้องมีคุณค่าทางโภชนาการ และไม่ทำลายสุขภาพของผู้บริโภค และมีรสชาติที่ผู้บริโภคพึงพอใจ ซึ่งผลไม้ที่จะนำมาทำผลิตภัณฑ์นั้น มีด้วยกัน 3 ชนิด คือ กล้วยหอม ขนุน และสับปะรด โดยรสชาติของผลิตภัณฑ์จะต้องมีความอร่อย น่ารับประทาน กว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของเรา

กลยุทธ์ทางการตลาด

- จัดบูทประชาสัมพันธ์และให้ชิมผลิตภัณฑ์ ตามซูเปอร์มาร์เกตต่างๆ เช่น Tops, Lotus เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าและได้ลองรับประทาน ได้รู้จักผลิตภัณฑ์

- ลงโฆษณาในนิตยสารและในลักษณะของการให้ความรู้และเป็นการแนะนำสินค้าให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงคุณค่าโภชนาการของการทานผลไม้ จะทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง และเห็นรูปภาพผลิตภัณฑ์ของ Fresh Fruit

- ทำเว็บไซต์ของ Fresh Fruit เพื่อใช้สำหรับการโฆษณาสินค้าและสะดวกต่อการซื้อสินค้า

กลยุทธ์ด้านราคา

เนื่องจากผลไม้ทอดกรอบ Fresh Fruit เป็นสินค้าที่เพิ่งจะเข้าสู่ตลาด ดังนั้นในการตั้งราคาสินค้าจึงควรอยู่ในระดับที่ไม่สูงกว่าคู่แข่งที่มีอยู่แล้วในตลาด เพื่อให้สินค้าสามารถเข้าสู่ตลาดได้โดยเฉพาะสินค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงและวางจำหน่ายอยู่แล้วในตลาด โดยตั้งราคาขายเป็นซองบรรจุกล่อง ขนาด Fresh Fruit ราคา 30 บาท

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทของเราจะมีวิธีขนส่งกระจายผลิตภัณฑ์ไปยัง ซูเปอร์มาร์เกตและร้านค้าชั้นนำทั่วไป เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงผู้บริโภค และสามารถสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากๆผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการซื้อสินค้า Fresh Fruit ของตัวแทนผู้จัดจำหน่าย

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

บริษัทจะมี กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมทางการตลาดอย่างเช่น ซื้อ เป็นแพ็ค 4 กล่อง ราคา 120 บาท ลดเหลือ 100 บาท เพื่อกระตุ้นจำนวนยอดขายให้มากขึ้น

บทที่ 6
แผนการผลิต

6.1 สถานที่ประกอบการผลิต

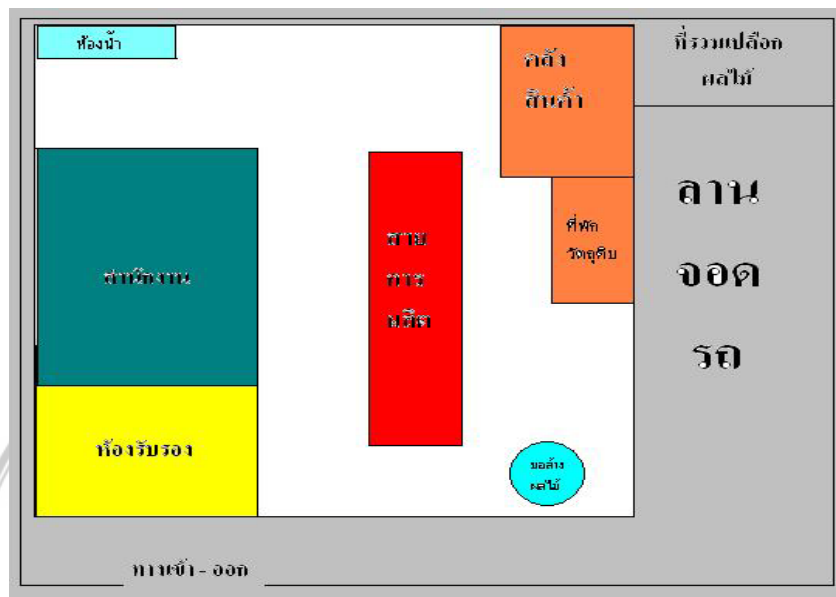
พื้นที่สำหรับจัดตั้งโรงงานการผลิต ตั้งอยู่ที่ ต. บางสะพาน อ. บางสะพานน้อย จ. ประจวบคีรีขันธ์



ภาพที่ 5 แสดงแผนที่อำเภอ บางสะพานน้อย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

6.2 ผังโรงงาน



ภาพที่ 6 แสดงผังโรงงานของบริษัท

6.2 วัตถุดิบใช้ในการผลิต

ผลไม้ที่นำมาใช้ในการผลิต กล้วย ขนุน สับประรด ทูเรียน ส่วนประกอบอื่น ได้แก่ วัตถุดิบปรุงแต่งรสอาหาร วัตถุดิบเสีย ซึ่งมีขั้นตอนในการคัดเลือกวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิตดังนี้

- ติดต่อซื้อผลไม้และไปคัดเลือกผลไม้สดจากสวนที่รับซื้อ
- ต้องไม่ใช่ผลไม้เน่าเสีย หรือ มีสารพิษเจือปนและสิ่งที่เป็นพิษหรืออันตรายไม่

สามารถแยกออกได้

- น้ำหรือน้ำแข็งที่ใช้ล้างวัตถุดิบ หรือในกระบวนการผลิต ต้องเป็นน้ำหรือน้ำแข็ง

ที่สะอาด ปลอดภัย และมีคุณภาพมาตรฐานตามลักษณะงานที่ใช้

6.3 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต

ตารางที่ 5 แสดงอุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

- ค่าอาคารและตกแต่งโรงงาน 900,000 บาท
- ค่าที่ดิน 400 ตารางวา ในเขตพื้นที่ จ. ประจวบคีรีขันธ์ ต. บางสะพาน อ. บางสะพานน้อย 300,000 บาท

ลำดับ	รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น(บาท)
1.	เครื่องทอดสุญญากาศ	1	750,000	750,000
2.	เครื่องเป่าถุงพลาสติก	1	360,000	360,000
3.	ชุดสายพานลำเลียง	1	160,000	160,000
4.	เครื่องหั่นผลไม้	1	210,000	210,000
5.	อุปกรณ์สำหรับ กระบวนการล้าง	4	3,000	12,000
6.	รถบรรทุกสำหรับขนส่ง	1	550,000	550,000
7.	อุปกรณ์สำหรับการปอก ผลไม้	20	300	6,000
8.	ชุดสำหรับพนักงาน	20	300	6,000
	รวม	49	2,033,600	2,054,000

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เครื่องทอดสุญญากาศ รุ่นสลัดน้ำมันในตัว รุ่น VF-50GR



เครื่องทอดสุญญากาศ รุ่น VF-50GR เป็นเครื่องทอดผักและผลไม้พร้อมสลัดน้ำมันในระบบสุญญากาศ สามารถทอดผักผลไม้ได้ ครั้งละ 100 กิโลกรัม แบ่งออกเป็น 2 ตะกร้า ตะกร้าละ 50 กิโลกรัม โดยใช้พลังงานความร้อนจากก๊าซ LPG ชุดถังทอด ถังเก็บน้ำมัน อุปกรณ์ส่งถ่ายความร้อนน้ำมันพืช ชุดกรอง ตะกร้าทอด ทำจากสแตนเลส ตัวเครื่อง 1 ชุด ประกอบด้วย ถังทอด ถังเก็บน้ำมัน ชุดสลัด ชุดกรองน้ำมันพืช ชุดถ่ายเทความร้อน ชุดทำความเย็น ถังดักไอ ถังน้ำเย็น ชุดสร้างสุญญากาศ ชุดคลุ่ลิ่งระบายความร้อน ชุดยกตะกร้าทอด ชุดปั๊มตู้ควบคุม

ภาพที่ 6 เครื่องทอดสุญญากาศ

เครื่องหั่นผักและผลไม้เครื่องทอดสุญญากาศ



เครื่องหั่นผักและผลไม้อัตโนมัตินี้ สามารถหั่นผักและผลไม้ได้ตามที่ต้องการ โดยการปรับตั้งใบมีดเพื่อปรับขนาดการหั่นซอย ได้จากการปรับระยะระหว่างใบมีดใหม่สามารถขนาดการหั่นชิ้นผักและผลไม้ เครื่องหั่นผักและผลไม้ นับเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นเสริมประสิทธิภาพในการผลิตสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับวัตถุดิบหลากหลายชนิด ช่วยลดการใช้แรงงานคน จึงเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรม

ภาพที่ 7 เครื่องหั่นผักและผลไม้เครื่องทอดสุญญากาศ

เครื่องบรรจุแนวตั้งขนาดใหญ่ รุ่น RL420/520



สำหรับบรรจุวัตถุที่เป็นเม็ด เป็นชิ้น เช่น ขนมอบกรอบ ขนมหขบเคี้ยว
ผลไม้แปรรูป

ภาพที่ 8 เครื่องบรรจุแนวตั้งขนาดใหญ่

6.4 เครื่องใช้สำนักงาน

ตารางที่ 6 แสดงเครื่องใช้สำนักงาน

ลำดับ	รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย(บาท)	มูลค่ารวมทั้งสิ้น (บาท)
1.	เครื่องคอมพิวเตอร์	3	20,000	60,000
2.	โทรศัพท์ภายใน โรงงาน	3	500	1,500
3.	เครื่องปรับอากาศ	3	22,000	66,000
4.	โต๊ะ+เก้าอี้สำนักงาน	6	2,500	15,000
5.	โซฟาสำหรับรองรับ แขก	1	4,000	4,000
	รวม	16	49,000	146,500

6.4 กระบวนการผลิตของผลไม้บกรอบ

- ขั้นตอนที่ 1 คัดแยกผลไม้แต่ละชนิดของผลไม้
- ขั้นตอนที่ 2 ทำความสะอาดของผลไม้ต่าง ซึ่งแต่ละชนิดจะมีการทำความสะอาดที่แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้ความสะอาดทั้งเปลือก โดยกล้วยจะทำความสะอาดโดยการใช้น้ำสะอาด เช็ดเพื่อเอาสิ่งสกปรก ปนเปื้อนออก ส่วนสับประรด ขนุน จะใส่ตระแกรง พลาสติกแชลงในบ่อน้ำ ซึ่งในบ่อน้ำจะต้องใช้น้ำที่สะอาด
- ขั้นตอนที่ 3 การปอกเปลือกและหั่นผลไม้ ขั้นตอนการปอกเปลือกจะใช้แรงงานคนทั้งหมด ก่อนที่จะนำเข้าเครื่องหั่นผลไม้ ยกเว้น ขนุน เพราะจะเป็นชิ้นอยู่แล้ว
- ขั้นตอนที่ 4 การเข้าเครื่องหั่นผลไม้ และส่งออกมาทางสายพาน
- ขั้นตอนที่ 5 ทำการคัดเลือกคุณภาพของชิ้น ผลไม้ที่ผ่านเครื่องหั่นทั้งหมดจะผ่านมาทางสายพานและมีพนักงานมายืนคัดเลือกทั้งสองด้านของสายพาน
- ขั้นตอนที่ 6 การเข้าเครื่องทอดสุญญากาศ โดยจะแยกผลไม้แต่ละชนิดก่อนเข้าเครื่องทอดสุญญากาศ โดยเครื่องจะมีกรรมวิธีการสไลด์น้ำมันอยู่ในตัว เมื่อทำการทอดสุญญากาศเสร็จแล้ว สายพานลำเลียงจะลำเลียงผลิตภัณฑ์ที่ได้ไปยังเครื่องบรรจุ
- ขั้นตอนที่ 7 การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ จะทำการตรวจสอบโดยการชั่งตรวจสอบตามมาตรฐานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์
- ขั้นตอนที่ 8 การบรรจุผลิตภัณฑ์ ใช้เครื่องบรรจุใส่ถุงโดยมีการอัดก๊าซไนโตรเจนอ่อนๆ ลงไปในถุงด้วย เพื่อให้ถุงมีความพองตัวและก๊าซไนโตรเจนจะช่วยลดความชื้นในถุง และจึงบรรจุลงกล่องผลิตภัณฑ์ของ Fresh Fruit

บทที่ 7
แผนการเงิน

ตารางที่ 7 แสดงการประมาณการในการลงทุน

รายการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น(บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของผู้ถือหุ้น
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
1.เงินทุนหมุนเวียน				
1.1 เงินสดสำรองในการดำเนินงาน	200,000	-	-	200,000
รวมเงินทุนหมุนเวียน	200,000	-	-	200,000
2.ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์				
2.1 ที่ดิน	300,000	-	-	300,000
2.2 ค่าสร้างอาคารและตกแต่ง	900,000	-	-	900,000
2.3ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์	2,054,000		2,000,000	54,000
2.4 เครื่องใช้สำนักงาน	146,500	-	-	146,500
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,400,500	-	2,000,000	1,400,500
3.รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	20,000	-	-	20,000
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	20,000	-	-	20,000
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น	3,620,500	-	2,000,000	1,620,500
อัตราส่วนหนี้สิน : ส่วนของผู้ถือหุ้น	1.00		0.55	0.45

การชำระคืนเงินกู้รายปี

ตารางที่ 8 แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี

ตารางแสดงการชำระคืนเงินกู้จาก ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME bank)

อัตราดอกเบี้ย 7%

ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ดอกเบี้ย
1	2,000,000	400,000	140,000	540,000
2	1,600,000	800,000	112,000	512,000
3	1,200,000	1,200,000	84,000	484,000
4	800,000	1,600,000	56,000	456,000
5	400,000	2,000,000	28,000	428,000
รวม		2,000,000	420,000	2,420,000

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 9 ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจค้าปลีก

รายการ	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่า รวมทั้งสิ้น	อัตราค่า เสื่อมราคา ต่อปี %	ค่าเสื่อมราคา (บาท)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ สิ้นปีที่1	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ สิ้นปีที่2	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ สิ้นปีที่3	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ สิ้นปีที่4	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ สิ้นปีที่5
1.สินทรัพย์และอุปกรณ์ในการบริหาร										
เครื่องทอด สุญญากาศ	1	750,000	750,000	20%	150,000	600,000	450,000	300,000	150,000	1
เครื่องแพ็คถุง พลาสติก	1	360,000	360,000	20%	72,000	288,000	216,000	144,000	72,000	1
ชุดสายพานลำ เรียง	1	160,000	160,000	20%	32,000	128,000	96,000	64,000	32,000	1
เครื่องหันผลไม้	1	210,000	210,000	20%	42,000	168,000	126,000	84,000	42,000	1
อุปกรณ์สำหรับ กระบวนการล้าง	4	3,000	12,000	20%	2,400	9,600	7,200	4,800	2,400	4
รถบรรทุกสำหรับ ขนส่ง	1	550,000	550,000	20%	110,000	440,000	330,000	220,000	110,000	1
อุปกรณ์สำหรับ การปอกผลไม้	20	300	6,000	20%	1,200	4,800	3,600	2,400	1,200	20
ชุดสำหรับ พนักงาน	20	300	6,000	20%	1,200	4,800	3,600	2,400	1,200	20
รวม	49	2,033,600	2,054,000		410,800	1,643,200	1,232,400	821,600	410,800	49

ตารางที่ 9 ต่อ

รายการ	จำนวน หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น	อัตราค่าเสื่อม ราคาต่อปี %	ค่าเสื่อมราคา (บาท)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ สิ้นปีที่ 1	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ สิ้นปีที่ 2	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ สิ้นปีที่ 3	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ สิ้นปีที่ 4	มูลค่า สินทรัพย์สุทธิ สิ้นปีที่ 5
1.เครื่องใช้สำนักงาน										
เครื่องคอมพิวเตอร์	3	20,000	60,000	20%	12,000	48,000	36,000	24,000	12,000	3
โทรศัพท์ภายในโรงงาน	3	500	1,500	20%	300	1200	900	600	300	3
เครื่องปรับอากาศ	3	22,000	66,000	20%	13,200	52,800	39,600	26,400	13,200	3
โต๊ะ+เก้าอี้สำนักงาน	6	2,500	15,000	20%	3,000	12,000	9,000	6,000	3,000	6
โซฟาสำหรับรองรับแขก	1	4,000	4,000	20%	800	3,200	2,400	1,600	800	1
รวม	16	49,000	146,500		29,300	117,200	87,900	58,600	29,300	16

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จำนวนปริมาณการขายต่อเดือน

ตารางที่ 10 จำนวนปริมาณการขายต่อเดือน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
จำนวนขาย สินค้าขาย													
กล้วย	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	36,000
สับประรด	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	36,000
ขนุน	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	36,000
รวมจำนวน สินค้า	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	108,000

ผลงานวิทยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี

จำนวนปริมาณรายได้ต่อเดือนตารางที่ 11 จำนวนปริมาณรายได้ต่อเดือน (คิดจากจำนวนยอดขาย X ราคากล่องละ 30 บาท)

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
รายได้จากการขาย (บาท)													
กล้วย	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	1,080,000
สับประรด	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	1,080,000
ขนุน	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	1,080,000
รวมจำนวน สินค้า	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000	3,240,000

ผลงานวิทยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี

อัตราการเจริญเติบโตที่คาดหวังต่อปี

ตารางที่ 12 อัตราที่คาดหวังการเจริญเติบโต 3 % ต่อปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวม
จำนวนขายสินค้าขาย						
กล้วย	36,000	37,080	38,192	39,338	40,518	191,128
สับประรด	36,000	37,080	38,192	39,338	40,518	191,128
ขนุน	36,000	37,080	38,192	39,338	40,518	191,128
รวมจำนวนสินค้า	108,000	111,240	114,576	118,014	121,554	573,384

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

อัตราที่การเจริญเติบโตที่คาดหวังของรายได้ต่อปี

ตารางที่ 13 อัตราที่คาดหวังการเจริญเติบโตของรายได้ 3 % ต่อปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวม
จำนวนขายสินค้าขาย						
กล้วย	1,080,000	1,112,400	1,145,772	1,180,145	1,215,549	5,733,866
สับประรด	1,080,000	1,112,400	1,145,772	1,180,145	1,215,549	5,733,866
ขนุน	1,080,000	1,112,400	1,145,772	1,180,145	1,215,549	5,733,866
รวมจำนวนสินค้า	3,240,000	3,337,200	3,437,316	3,540,435	3,646,647	17,201,598

ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางค

รง

ตารางที่ 14 แสดงการประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (กิโลกรัม)		เพิ่ม 3 %	เพิ่ม 3 %	เพิ่ม 3 %	เพิ่ม 3 %
กล้วยหอม	14,400	14,832	15,277	15,735	16,207
สับประรด	14,400	14,832	15,277	15,735	16,207
ขนุน	14,400	14,832	15,277	15,735	16,207
เกลือ	96	99	102	105	108
น้ำมันรำข้าว	7,200	7,416	7,638	7,867	8,103
ถุงบรรจุภัณฑ์	2,000	2,060	2,122	2,186	2,252
รวมจำนวนสินค้า	52,496	54,071	55,693	57,363	59,084
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ(บาท/กก)					
กล้วย	12	12	12	12	12
สับประรด	8	8	8	8	8
ขนุน	15	15	15	15	15
เกลือ	7	7	7	7	7
ถุงบรรจุภัณฑ์	5	5	5	5	5
น้ำมันรำข้าว	46	46	46	46	46

ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง (ต่อ)

ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กล้วย	172,800	177,984	183,324	188,820	194,484
สับประรด	115,200	118,656	122,216	125,880	129,656
ขนุน	216,000	222,480	229,155	236,025	243,105
เกลือ	672	693	714	735	756
น้ำมันรำข้าว	331,200	341,136	351,348	361,882	372,738
ถั่วบรروجันท์	10,000	10,300	10,610	10,930	11,260
รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง	845,872	871,249	897,367	924,272	951,999
บวก ค่าขนส่งเข้า	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ค่าเสื่อมราคา					
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	410,800	410,800	410,800	410,800	410,800
รวมค่าเสื่อมราคา	410,800	410,800	410,800	410,800	410,800
รวมเงินสดจ่ายวัตถุดิบทางตรง	1,296,672	1,322,049	1,348,167	1,375,072	1,402,799

ประมาณต้นทุนการผลิต

ตารางที่ 15 แสดงการประมาณต้นทุนการผลิต

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิตสินค้า	1,296,672	1,322,049	1,348,167	1,375,072	1,402,799
ค่าแรง	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
ค่าน้ำ-ค่าไฟ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักร	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า	1,516,672	1,542,049	1,568,167	1,595,072	1,622,799
ค่าเสื่อมราคา (บาท)					
ค่าเสื่อมราคา	410,800	410,800	410,800	410,800	410,800
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคา	410,800	410,800	410,800	410,800	410,800
รวมต้นทุนการผลิตทั้งสิ้น	1,927,472	1,952,849	1,978,967	2,005,872	2,033,599

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ตารางที่ 16 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
ค่าโฆษณา	200,000	200,000	100,000	100,000	100,000
ค่าโทรศัพท์	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	20,000	0	0	0	0
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร	390,000	370,000	270,000	270,000	270,000
ค่าเสื่อมราคา					
ค่าเสื่อมราคาสำนักงาน	29,300	29,300	29,300	29,300	29,300
รวมค่าเสื่อมราคา	29,300	29,300	29,300	29,300	29,300
รวมค่าใช้จ่ายในการผลิตและการบริหาร	419,300	399,300	299,300	299,300	299,300
เงินสดค่าใช้จ่ายในการบริหาร	390,000	370,000	270,000	270,000	270,000

งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 17 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รายได้ (บาท)					
รายได้จากขายสินค้า	3,240,000	3,337,200	3,437,316	3,540,435	3,646,647
รวมรายได้	3,240,000	3,337,200	3,437,316	3,540,435	3,646,647
หัก ต้นทุนการค้า	1,516,672	1,542,049	1,568,167	1,595,072	1,622,799
กำไรขั้นต้น	1,723,328	1,795,151	1,869,149	1,945,363	2,023,848
หัก ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	419,300	399,300	299,300	299,300	299,300
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย	1,304,028	1,395,851	1,569,849	1,646,063	1,724,548
หัก ค่าใช้จ่ายในการกู้ยืม	140,000	112,000	84,000	56,000	28,000
เงินได้พึงประมาณสุทธีก่อนหักภาษี	1,164,028	1,283,851	1,485,849	1,590,603	1,696,548
ช่วงภาษี 150,000-500,000 อัตราภาษี 10 %	-	-	-	-	-
ช่วงภาษี 500,001-1,000,000 อัตราภาษี 20 %	-	-	-	-	-
ช่วงภาษี 1,000,001-4,000,000 อัตราภาษี 30 %	349,208	385,155	445,755	477,180	508,964
กำไรสุทธิ	814,820	898,696	1,040,094	1,112,883	1,187,584
กำไรสะสม	814,820	1,713,516	2,753,610	3,866,493	5,054,077

งบกระแสเงินสดสุทธิ

ตารางที่ 18 ประมาณการงบกระแสเงินสดสุทธิ

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	3,240,000	3,337,200	3,437,316	3,540,435	3,646,647
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต ทั้งหมด	(1,516,672)	(1,542,049)	(1,568,167)	(1,595,072)	(1,622,799)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(390,000)	(370,000)	(270,000)	(270,000)	(270,000)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	(395,208)	(385,155)	(455,755)	(477,180)	(508,964)
กระแสเงินสดสุทธิในการดำเนินงาน	938,120	1,039,996	1,143,394	1,198,183	1,244,884
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องจักรและ อุปกรณ์การผลิต	(2,054,000)	0	0	0	0
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้ สำนักงาน	(146,500)	0	0	0	0
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(2,200,500)	0	0	0	0

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ประมาณงบกระแสเงินสดสุทธิ (ต่อ)

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
เงินสดรับจากการกู้ยืม	2,000,000	0	0	0	0
เงินสดรับจากส่วนของเจ้าของ	1,620,500	0	0	0	0
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	(400,000)	(400,000)	(400,000)	(400,000)	(400,000)
กระแสเงินสดสุทธิ	1,958,120	639,996	743,394	798,183	844,884
กระแสเงินสดต้นงวด	0	1,958,120	2,598,116	3,341,510	4,139,693
กระแสเงินสดปลายงวด	1,958,120	2,598,116	3,341,510	4,139,693	4,984,577

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 19 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์ หมุนเวียน					
เงินสดและเงิน ฝากสถาบัน	1,958,120	2,598,116	3,341,510	4,139,693	4,984,577
สินค้าคงเหลือ	61,908	12,555	351,855	659,981	1,006,464
รวมสินทรัพย์ หมุนเวียน	1,970,028	2,610,671	3,693,365	4,799,673	5,991,041
สินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน					
ที่ดิน	1,200,000	0	0	0	0
อุปกรณ์ สุทธิ	2,200,500	0	0	0	0
รวมสินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน	3,400,500	0	0	0	0
รวมสินทรัพย์	5,370,528	2,610,671	3,693,365	4,799,673	5,991,041

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการงบดุล (ต่อ)

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
หนี้สินหมุนเวียน					
เงินกู้+ดอกเบี้ย	540,000	512,000	484,000	456,000	428,000
ภาษีค้างจ่าย	345,208	385,155	455,755	477,180	508,964
รวมหนี้สิน	885,208	897,155	939,755	933,180	936,964
ส่วนของเจ้าของ					
ทุน	3,620,500	0	0	0	0
กำไรสะสม	814,820	1,713,516	2,753,610	3,866,493	5,054,077
รวมส่วนของ เจ้าของ	4,435,320	1,713,516	2,753,610	3,866,493	5,054,077
รวมหนี้สินและ ส่วนของเจ้าของ	5,370,528	2,610,671	3,693,365	4,799,673	5,991,041

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 20 ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	4.71	6.01	6.23	7.38	8.57
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว	3.15	4.40	4.82	5.93	7.08
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม	0.99	0.81	0.68	0.59	0.52
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน	0.31	0.52	0.39	0.28	0.21
หนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.21	0.17	0.16	0.14	0.12
ความสามารถในการชำระดอกเบี้ย	9.32	12.46	18.69	29.39	61.59
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหารงาน					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.25	0.22	0.21	0.19	0.17
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	0.37	0.68	0.50	0.38	0.31
อัตรากำไรขั้นต้น	0.53	0.54	0.54	0.55	0.55
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	0.40	0.42	0.46	0.46	0.47

ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(Net Present Value)	10,828,622.00 บาท
อัตราผลตอบแทนภายใน(IRR)	22%
ระยะเวลาคืนทุน	4 ปี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 8 แผนฉุกเฉิน

หากมีปัญหาในการดำเนินงานจะสามารถแก้ไขปัญหาโดยนำแผนฉุกเฉินมาแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น ดังนี้

1. การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่

- ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและยากต่อการลอกเลียนแบบ
- ปรับปรุงการส่งเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย

- เพิ่มการโฆษณาเพื่อกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น
- เพิ่มโปรโมชั่นการส่งเสริมการขายให้ดึงดูดและเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค

3. กำลังการผลิตไม่เพียงพอ

- ขยายกำลังการผลิตโดยการ ซื้อเครื่องจักรการผลิตเพิ่ม
- ขยายสาขาการผลิตไปยังฐานการผลิตใหม่ เช่น จันทบุรี

4. ราคาของปัจจัยทุนการที่เพิ่มขึ้น

- เพิ่มการสั่งซื้อปัจจัยการผลิตให้มากขึ้น เพื่อให้มีราคาถูกลงเพื่อให้มีอำนาจต่อรองการสั่งซื้อปัจจัยการผลิตแก่ผู้ขายปัจจัยการผลิต

5. การลาออกของพนักงาน

- หากมีการทำงานดี ขยันขันแข็งมีโบนัสให้พิเศษ

ปลูกฝังวัฒนธรรมที่ดี และสร้างความรู้สึกร่วมกันในการเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท Fresh Fruit

6. การขาดสภาพคล่องทางการเงิน

- นำเงินทุนสำรองที่เตรียมไว้ก่อนดำเนินกิจการมาใช้เพื่อให้เกิดสภาพคล่อง
- ทำบัญชีเบื้องต้นเพื่อตรวจสอบการดำเนินงาน

บทที่ 9
แนวทางการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ด้านการบริหารจัดการ

งานที่ต้องปรับปรุง : พื้นที่โรงงานการผลิตและกำลังการผลิตไม่เพียงพอ
วิธีการ : อาจมีการขยายโรงงานการผลิตเพื่อรองรับจำนวนการผลิตที่
อาจจะเพิ่มขึ้นตามความต้องการของตลาด
ผลที่คาดว่าจะได้รับ : สามารถผลิตสินค้า ให้พอกับความต้องการของตลาดที่อาจจะ
เพิ่มขึ้นได้

ด้านการตลาด

งานที่ต้องปรับปรุง : การขยายกลุ่มลูกค้าให้กว้างมากขึ้น
วิธีการ : ขยายกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ อาจจะเป็นการส่งออกไปยัง
ต่างประเทศ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดจากต่างประเทศ
ผลที่คาดว่าจะได้รับ : สามารถสร้างกำไรได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เพราะส่วนแบ่งทาง
การตลาดในธุรกิจผลไม้แปรรูปในต่างประเทศนั้น มียอดขาย ถึง
80 %

ด้านการผลิต

งานที่ต้องปรับปรุง : การเพิ่มคุณภาพ และความหลากหลายของสินค้า Fresh Fruit
วิธีการ : ทำการคิดค้น วิจัย พัฒนา สํารวจ ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อ
เพิ่มประสิทธิภาพ และออกผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ตามความต้องการ
ของลูกค้า
ผลที่คาดว่าจะได้รับ : ลูกค้ามีความพึงพอใจ และมีความซื่อสัตย์ในตราสินค้า ทำให้
ความต้องการของผลิตภัณฑ์ Fresh Fruit มากขึ้น

บรรณานุกรม

- บริษัท กรีนเดย์ โกลบอล จำกัด. ผลิตและจำหน่ายของขบเกี่ยวที่ทำจากผลไม้อบแห้ง [Online]. Accessed 27 พฤศจิกายน 2553 Available from <http://www.oknation.net/blog/lotsliklove/2010/03/21/entry-1>
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. เครื่องทอดสุญญากาศ [Online]. Accessed 15 พฤศจิกายน 2553 Available from <http://www.plaza.212cafe.com>
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. เครื่องบรรจุแนวตั้งขนาดใหญ่ [Online]. Accessed 15 พฤศจิกายน 2553 Available from <http://www.swentech.tc.co.th/.../เครื่องบรรจุแนวตั้งขนาดใหญ่/3015-RL420520.html>
- รัชกฤษ คล่องพยาบาล. คู่มือเขียนแผนธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551.
- ลัดดาวรรณ พงศ์สวัสดิ์. “การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอุตสาหกรรมผัก.” ผลไม้อบกรอบ ศูนย์วิจัยสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ศูนย์เครื่องมืออุตสาหกรรมขนาดใหญ่. เครื่องหั่นผักและผลไม้ [Online]. Accessed 8 ตุลาคม 2553 Available from http://www.tistrfoodprocess.net/project/Fruit_Vegetable_cutting_Machine_th.htm
- สำนักงานเครือข่ายกลุ่มเกษตรกร . ราคากล้วยหอม [Online]. Accessed 3 พฤศจิกายน 2553 Available from <http://www.talaadthai.com/price/default.php?gettid>
- สำนักงานเครือข่ายกลุ่มเกษตรกร. ราคาขนน [Online]. Accessed 3 พฤศจิกายน 2553 Available from <http://www.muangklang.com/vichakan/.../Knun.html>
- สำนักงานเครือข่ายกลุ่มเกษตรกร. ราคาสับปะรด [Online]. Accessed 3 พฤศจิกายน 2553 Available from http://www.oae.go.th/ewt_news.php?nid=479



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ข้อมูลเครื่องจักรในการผลิต



เครื่องทอดสุญญากาศ รุ่นสลัดน้ำมันในตัว รุ่น VF-50GR

เครื่องทอดสุญญากาศ รุ่น VF-50GR เป็นเครื่องทอดผักและผลไม้พร้อมสลัดน้ำมันในระบบสุญญากาศ สามารถทอดผักและผลไม้ได้ 100 กิโลกรัม แบ่งออกเป็น 2 ตะกร้า ตะกร้าละ 50 กิโลกรัม โดยใช้พลังงานความร้อนจากก๊าซ LPG ชุดถังทอด ถังเก็บน้ำมัน อุปกรณ์ส่งถ่ายความร้อนน้ำมันพืช ชุดกรอง ตะกร้าทอด ทำจากสแตนเลส ตัวเครื่อง 1 ชุดประกอบด้วย ถังทอด ถังเก็บน้ำมัน ชุดสลัด ชุดกรองน้ำมันพืช ชุดถ่ายเทความร้อน ชุดทำความเย็น ถังดักไอ ถังน้ำเย็น ชุดสร้างสุญญากาศ ชุดคลั่งระบายความร้อน ชุดยกตะกร้าทอด ชุดปั๊มตู้ควบคุม

รายละเอียดเครื่องจักร

1. ถังทอด ทำจากสแตนเลส สามารถใส่ผัก ผลไม้สดได้ 50 กก./รอบ
 2. ถังเก็บน้ำมันพืช ทำจากสแตนเลส
 3. ระบบถ่ายเทความร้อนมีชุดแลกเปลี่ยนความร้อนจากแก๊สสู่น้ำมันความร้อน และน้ำมันความร้อนสู่น้ำมันพืช
 4. ชุดวาล์วตัดต่อแก๊สด้วยไฟฟ้า พร้อมชุดเตือนแก๊สรั่ว
 5. ถังแก๊ส LPG ขนาดน้ำหนัก 45 กก. 1 ใบ พร้อมอุปกรณ์ครบชุด
 6. ระบบดักไอน้ำ
 7. เครื่องทำความเย็นขนาด 50,000 บี.ที.ยู./ชม. ที่ 15 องศาเซลเซียส
- ระบบไฟฟ้า 220 /380VOLT ., 3 Phase., 50 Hz

8. ชุดปั๊มสุญญากาศขนาด 500 ลบ.ม./ชม. ที่ความดันสุญญากาศ -750 mmHg
9. ชุดคลั่ง ระบายความร้อนของน้ำที่จะนำไปหล่อเลี้ยงชุดปั๊มสุญญากาศ
10. ระบบสลัดน้ำมันอยู่ภายในถังทอด
11. ชุดกรองน้ำมันพืช ความละเอียด 5 ไมครอน
12. ชุดวาล์วควบคุมน้ำมันพืชในการทอด เป็นระบบหัวขับลม Pnumatic
13. ชุดปั๊มน้ำมันพืช วัสดุเป็นสแตนเลส
14. ชุดควบคุมมิเตอร์เกอร์เมน และเบรกเกอร์ย่อยสำหรับตัดเมนไฟฟ้าของอุปกรณ์แต่ละชุด การควบคุมปั๊ม มอเตอร์ต่างๆ ใช้ แมกเนติกคอนแทคเตอร์และชุดป้องกันกระแสวิก การทำงานของ วาล์วเป็นแบบอัตโนมัติ และแสดงอุณหภูมิเป็นตัวเลขแบบดิจิตอล ซึ่งได้แก่ ชุดถ่ายเทความร้อน แก๊ส น้ำมันพืช ชุดความเย็น ชุดคักไอ และชุดสุญญากาศ และหน้าตู้ควบคุมมีผังแสดงอุปกรณ์ต่างๆ พร้อมจุดไฟบอกสถานะการทำงาน
15. ปั๊มลมพร้อมอุปกรณ์ครบชุด
16. ชุดตะกร้าทอด สำหรับใส่ผัก ผลไม้สด ทำจากสแตนเลส สามารถใส่ผักผลไม้ได้ 50 กก. จำนวน 1 ชุด
- 17.ชุดไฟฟ้า มีGROUND ROD พร้อมสาย ความลึก 1.70 เมตร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



เครื่องหั่นผักและผลไม้

เครื่องหั่นผักและผลไม้ประกอบด้วย ส่วนตั้งสำหรับป้อนวัตถุดิบเพื่อตัดเป็นรูปทรงกรวยที่ทำด้วยสแตนเลสแผ่นขึ้นรูป โดยต่อลาดเอียงเข้าสู่ตัวเครื่อง ภายในตัวเครื่องประกอบด้วยชุดใบมีดสำหรับหั่นผักและผลไม้ให้เป็นแผ่น ชุดใบมีดสำหรับซอยให้เป็นเส้น และชุดใบมีดสำหรับหั่นให้เป็นรูปทรงลูกเต๋า ที่สามารถปรับตั้งระดับความหนาของผักหรือผลไม้ได้ โดยมีใบพัดเป็นตัวหมุนด้วยแรงเหวี่ยงหนีศูนย์กลาง หักผักหรือผลไม้ผ่านไปยังสายพานลำเลียงแล้วไหลออกไปยังช่องทางออก โดยเครื่องจะทำงานเมื่อป้อนวัตถุดิบผ่านทางช่องรับวัตถุดิบ และจะนำวัตถุดิบไปยังชุดใบมีดสำหรับหั่นผักหรือผลไม้ ให้เป็นแผ่นชุดใบมีดสำหรับซอยผักและผลไม้ให้เป็นเส้นและชุดใบมีดสำหรับหั่นผักหรือผลไม้ให้เป็นรูปทรงลูกเต๋า ซึ่งผู้ใช้สามารถถอดเปลี่ยนชุดใบมีดแต่ละชุด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีลักษณะตามต้องการ ผักหรือผลไม้ที่ผ่านการหั่นแล้วจะถูกลำเลียงผ่านสายพานลำเลียงไปยังช่องทางออกและไหลลงสู่ภาชนะรองรับต่อไป

หลักการทำงานของเครื่องหั่นผักและผลไม้อัตโนมัติ

เครื่องหั่นผักและผลไม้อัตโนมัตินี้ สามารถหั่นผักและผลไม้ทรงกลมหรือค่อนข้างกลม ขนาด 20-70 มม. โดยเครื่องสามารถหั่นมีลักษณะเป็นแผ่นบาง (slicing) ความหนาตั้งแต่ 2-8 มม. หั่นซอยเป็นเส้น (stripping) ความหนา 5, 10 และ 15 มม. หรือตัดเป็นชิ้นลูกเต๋าเหลี่ยม (dicing) ได้ขนาดตั้งแต่ 5-25 มม. ด้วยอัตราการผลิต 250-300 กก. / ชม. สามารถปรับตั้งใบมีดเพื่อปรับขนาด

การหันสไลด์ ได้จากการปรับระยะช่องว่างระหว่างใบมีดสามารถปรับตั้งใบมีดเพื่อปรับขนาดการ
หันซอย ได้จากการปรับระยะระหว่างใบมีดใหม่สามารถปรับตั้งใบมีดเพื่อปรับขนาดการหันขึ้น
ลูกเต๋า ได้จากการปรับความเร็วรอบในการหมุนของใบมีด เครื่องหันผักและผลไม้ นับเป็นนวัตกรรม
ที่สร้างขึ้นเสริมประสิทธิภาพในการผลิตสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับวัตถุดิบหลากหลายชนิด
ช่วยลดการใช้แรงงานคน จึงเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล

ฉัตรชัย พึ่งสำราญ

ที่อยู่

175/2 หมู่ 2 ตำบล พยุหะ อำเภอพยุหะคีรี นครสวรรค์ 60130

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2545 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาโรงเรียน อนุชนวัฒนา

พ.ศ. 2547 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียน ลาซาล
โชติรวี นครสวรรค์พ.ศ.2550 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียน
สตรีนครสวรรค์พ.ศ. 2553 ศึกษา ต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล

ณัฐกร ล้วนกนกรัตน์

ที่อยู่

1184/128 เขตบางคอแหลม แขวงบางโคล่ กรุงเทพฯ 10120

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2545 จบประถมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระแม่มาลี สาทร

พ.ศ. 2550 จบมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวัดสุทธิวราราม

พ.ศ. 2553 ศึกษา ต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี