



แผนธุรกิจ ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าว



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

แผนธุรกิจ ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าว



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว  
อนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าว” เสนอโดย นางสาวอำพร คเชนทร และ  
นางสาวเสาวรส ชูช่วย มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหา  
ทางธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

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

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

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

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์)

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

12500147, 12500797 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : ผลกระทบจากน้ำตาลมะพร้าว

อาจารย์ อพร กชนทร และ เสาวรส ชูช่วย: แผนธุรกิจ ผลกระทบจากน้ำตาลมะพร้าว อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 54 หน้า.

### บทคัดย่อ

แผนธุรกิจฉบับนี้ เป็นแผนธุรกิจที่จัดทำขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวที่มีรูปร่างและบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ เพื่อที่จะช่วยเพิ่มความสวยงามและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบาย ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวยังไม่มีรูปแบบที่สวยงามมากนัก จากสาเหตุดังกล่าวธุรกิจจึงได้คิดออกแบบทั้งตัวของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการผลิตสินค้านั้น จะเน้นวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ ผลิตด้วยกรรมวิธีต่างๆที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ การตกแต่งร้านที่ทันสมัย มีการจัดโปรโมชั่น (Promotion) การแสดงตัวอย่างสินค้า และมีภาพถ่ายแสดงขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่เริ่มต้นจนมาเป็นสินค้าที่บรรจุเรียบร้อยแล้ว

ลักษณะของโครงการเป็นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าว 100 % โดยมีการผูกขาดกับผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต (Supplier) เพียงรายเดียว เพื่อจะได้สามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและการผลิตสินค้า โดยมีสถานที่จัดจำหน่ายอยู่บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้คนผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก จึงเหมาะแก่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือบุคคลทั่วไปที่ผ่านไปมา ซึ่งอาจเป็นนักท่องเที่ยวและผู้คนที่อยู่ระแวกใกล้เคียง กลยุทธ์ทางการตลาดคือ “เน้นสร้างความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด” โดยมีเป้าหมายธุรกิจ คือ สร้างความซื่อสัตย์ในสินค้า ( Brand Royalty) ครองใจผู้บริโภค ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ภายใน 1 ปี มีสภาพคล่องทางการเงินสูง ได้กำไรตามเป้าหมาย มีการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพและมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา 1.....2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้จะไม่สำเร็จล่วงได้ ถ้าไม่ได้รับการอนุเคราะห์ และคำปรึกษาจาก อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาแผนธุรกิจของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความรู้สึกรู้สึกซาบซึ้งในความมีเมตตา เอื้ออาทรในการจัดทำแผนธุรกิจนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ช่วยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ เพื่อใช้ในการนำมาจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ให้สำเร็จล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง สำหรับกำลังใจที่ได้รับจากบิดา มารดา และครอบครัวมาโดยตลอด และขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาจนทำให้แผนธุรกิจนี้สำเร็จได้ด้วยดี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทสรุปผู้บริหาร.....	1
2 ความเป็นมาของธุรกิจ.....	2
ประวัติความเป็นมา.....	2
รายชื่อเจ้าของกิจการและสัดส่วนในการถือครองหุ้น.....	3
ประวัติของหุ้นส่วน.....	3
ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	4
ทำเลที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ.....	5
3 ผลิตภัณฑ์.....	6
4 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด.....	9
สภาวะอุตสาหกรรมและสภาวะตลาด.....	9
การแบ่งส่วนตลาด.....	9
ตลาดเป้าหมาย.....	10
แนวโน้มทางการตลาด.....	11
ลักษณะทั่วไปของลูกค้า.....	11
สภาพการแข่งขัน.....	12
สินค้าทดแทน.....	12
วิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS.....	13
5 แผนบริหารจัดการ.....	15
รายละเอียดของธุรกิจ.....	15
รายนามหุ้นส่วนและตำแหน่ง.....	15
ประวัติหุ้นส่วนกิจการ.....	15
หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก.....	16

บทที่	หน้า	
	จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของรัฐกิจ	17
	วิสัยทัศน์	18
	พันธกิจ	18
	เป้าหมายทางธุรกิจ	18
	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	18
6	แผนการตลาด	20
	เป้าหมายทางการตลาด	20
	การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	20
	การบรรจุภัณฑ์	21
7	แผนการ ขาย	24
	สถานประกอบการในการ ขาย	24
	อุปกรณ์ตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	25
	ข้อมูลการขาย	25
	ขั้นตอนการขาย	25
8	แผนการ เงิน	27
	การประมาณการในการลงทุน	27
	ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน	27
	สมมติฐานทางการเงิน	29
	การประมาณการในการบริหารรายเดือน	30
	การประมาณการรายได้จากการขาย	32
	การประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อขาย	33
	การประมาณการค่าเสื่อมราคา	35
	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและขาย	36
	การประมาณการงบกำไรขาดทุน	37
	การประมาณการงบกระแสเงินสด	38
	การประมาณการงบดุล	40
	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	43
9	แผนฉุกเฉิน	44

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	46
ภาคผนวก.....	47
ประวัติผู้วิจัย.....	53



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	4
2	แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน.....	5
3	แสดงรายนามหุ้นส่วนและตำแหน่ง.....	15
4	จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ.....	17
5	อุปกรณ์ตกแต่งร้านและเครื่องใช้สำนักงาน.....	25
6	การประมาณการในการลงทุน.....	27
7	ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน.....	27
8	แสดงรายละเอียดเครื่องใช้สำนักงาน.....	28
9	แสดงรายละเอียดค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการขาย.....	28
10	สมมติฐานทางการเงิน.....	29
11	ประมาณการในการบริหารรายเดือน.....	30
12	ประมาณการรายได้จากการขาย.....	32
13	ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อขาย.....	33
14	ประมาณการค่าเสื่อมราคา.....	35
15	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและขาย.....	36
16	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	37
17	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	38
18	ประมาณการงบดุล.....	40
19	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	43
20	แผนฉุกเฉิน.....	44

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
1	แสดงตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบกระปุก.....	7
2	แสดงตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกระปุกรูปดาว.....	7
3	แสดงตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกล่องใส.....	7
4	แสดงตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบแข็ง.....	8
5	แสดงตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบขวดโหล.....	8
6	แสดงแผนผังองค์กร.....	1 7
7	แสดงภาพแสดงรูปแบบของสินค้าที่ผู้ผลิตขายส่งให้กิจการ(รูปดาว).....	21
8	แสดงภาพแสดงรูปแบบของสินค้าที่ผู้ผลิตขายส่งให้กิจการ(รูปชานอ้อย).....	21
9	แสดงตราห้อยของสินค้า.....	22
10	แสดงสถานที่ประกอบการในการขาย.....	24
11	แสดงแผนผังกระบวนการขาย.....	26

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 1

### บทสรุปผู้บริหาร

แผนธุรกิจฉบับนี้ เป็นแผนธุรกิจที่จัดทำขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวที่มีรูปร่างและบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ เพื่อที่จะช่วยเพิ่มความสวยงามและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบาย ธุรกิจจึงได้คิดออกแบบเป็นร้าน sugar home ซึ่งมีการจัดตั้งที่บริเวณริมคลองตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้คนผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก จึงเหมาะแก่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ เปิดร้านตั้งแต่วันที่ 31 กรกฎาคม 2553 เวลาการบริการตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เวลา 10.00 – 21.00 น.

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือบุคคลทั่วไปที่ผ่านไปมา ซึ่งอาจเป็นนักท่องเที่ยวและผู้ที่อยู่ระแวกใกล้เคียง กลยุทธ์ทางการตลาดคือ “เน้นสร้างความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด” โดยมีเป้าหมายธุรกิจ คือ สร้างความซื่อสัตย์ในสินค้า ( Brand Royalty) ครอบใจผู้บริโภค ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ภายใน 1 ปี มีสภาพคล่องทางการเงินสูง ได้กำไรตามเป้าหมาย มีการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพและมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

มีวัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจคือ

1. เพื่ออธิบายถึงแนวคิดในการทำธุรกิจตลอดจนขั้นตอนต่างๆ

1.1 อธิบายแนวคิด โอกาสในการทำธุรกิจตลอดจนขั้นตอนการทำงานในการบรรจุภัณฑ์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าว

1.2 เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยผ่านการประเมินผลในทุกขั้นตอนการทำงานและมีแผนฉุกเฉินเพื่อช่วยลดความเสี่ยงทางธุรกิจที่เกิดจากปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้

2. เพื่อจัดหาหุ้นส่วนเข้ามาร่วมลงทุนในการทำธุรกิจ

## บทที่ 2

### ความเป็นมาของธุรกิจ

#### ประวัติความเป็นมาหรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

คนส่วนใหญ่รู้จักน้ำตาลทรายเป็นอย่างดี แต่หลายครัวเรือน ยังคงใช้น้ำตาลปีบประกอบอาหาร โดยเฉพาะอาหารไทย น้ำตาลปีบถูกผลิตมาจากน้ำตาลสดที่รองจากวงมะพร้าว เรียกกันในหมู่ผู้ผลิตว่า น้ำตาลมะพร้าว ถ้าผลิตมาจากน้ำตาลสดที่ได้จากจันทาล จะเรียกว่า น้ำตาลโตนด สำหรับน้ำตาลมะพร้าวนั้นจัดเป็นน้ำตาลพื้นบ้านที่อยู่คู่ครัวไทยมานานมาก มีการผลิตกันอย่างแพร่หลายในหลายจังหวัด เช่น สมุทรสงคราม ราชบุรี เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี เป็นต้น

การผลิตน้ำตาลมะพร้าวนั้นมีความพิถีพิถันมาก ตั้งแต่การเลือกลักษณะวง การนวดวง การทำความสะอาดวง เพื่อให้ได้น้ำตาลสดที่มีคุณภาพดี การขึ้น ไปร่อนน้ำตาลสดนั้นต้องเริ่มแต่เช้ามืดและขึ้นเก็บวันละนับร้อยตันเพื่อให้ได้น้ำตาลสดเพียงพอในการผลิตน้ำตาลมะพร้าว ทุกเช้าเกษตรกรจะนำกระบอกรองน้ำตาลพร้อมกับมีดปาดวงปั่นขึ้นไปบนยอดของต้นมะพร้าว เพื่อนำกระบอใส่น้ำตาลที่ภายในบรรจุไม้เคี่ยมหรือไม้พะยอมซึ่งใส่ในปริมาณพอควรเพื่อป้องกันการบูดเน่าของน้ำตาลสด ปลดกระบอรองตาลที่รองไว้ ตั้งแต่ 4 โมงเย็นออก ซึ่งกระบอนี้จะมีน้ำตาลที่ไหลออกมาจากวงหรือจันทาลตลอดคืนอยู่ประมาณครึ่งกระบอไปจนถึงเต็มกระบอ (ปริมาณขึ้นอยู่กับพันธุ์มะพร้าวและฤดูกาล) จากนั้นหยิบมีดปาดวงมะพร้าวใหม่แล้วนำกระบอรองตาลใบใหม่ผูกติดกับวงเพื่อรองน้ำตาลที่ไหลออกมาจากรอยที่ปาดไว้ น้ำตาลสดที่รองได้จะถูกนำมาเคี่ยวที่เตาดาล โดยมีการกรองเศษไม้และสิ่งสกปรกทิ้งก่อนเพื่อให้ได้น้ำตาลที่สะอาด น้ำตาลสดจะถูกเคี่ยวจนเดือด พอน้ำตาลเริ่มงวดจึงลดไฟลง เมื่อเหลือน้ำตาลประมาณ 1 ใน 5 หรือ 1 ใน 7 ของปริมาณน้ำตาลที่เทลงไปในตอนแรกจึงยกกระทะลงจากเตา นำพายหรือชดลวดมาตีกระทะ เพื่อให้ น้ำตาลแห้งและแข็งตัวเร็วขึ้น และช่วยให้ น้ำตาลที่ถูกเคี่ยวจนมีสีน้ำตาล (เนื่องจากปฏิกิริยาสีน้ำตาลที่เกิดขึ้นเมื่อน้ำตาลถูกความร้อน) เปลี่ยนเป็นสีเหลืองนวลขึ้น โดยอาศัยการแทนที่ของอากาศ กระทะจน ได้น้ำตาลสีขาวเหลืองนวล น้ำตาลเริ่มแข็งตัวก็จะใช้เกรียงชูดออกจากกระทะ เทใส่ภาชนะต่างๆ

เนื่องจากน้ำตาลมะพร้าวเป็นน้ำตาลที่ยังคงมีน้ำผสมอยู่จึงขึ้นได้ง่าย ไม่สามารถคงรูปอยู่ได้นาน มีการคั้นตัวแข็งเหลืองง่ายเมื่อเก็บไว้ที่อุณหภูมิห้อง โดยเฉพาะในเวลาที่มีอากาศร้อนน้ำตาล

จะเอี่ยมเหลวเร็วมากไม่สามารถคงลักษณะรูปร่างเป็นก้อนน้ำตาลปึกได้นาน ผู้ผลิตบางรายจึงผสมน้ำตาลทรายลงไปเล็กน้อยในการเกี่ยวน้ำตาลสดเพื่อผลิตน้ำตาลปึก เนื่องจากน้ำตาลทรายมีลักษณะเป็นผลึกจึงช่วยให้น้ำตาลมะพร้าวแห้งและแข็งตัวเร็วขึ้นสามารถปั้นเป็นก้อนได้ง่าย ปริมาณน้ำตาลทรายที่มากน้อยต่างกันจะมีผลต่อรสชาติของน้ำตาลมะพร้าว ถ้าผสมน้ำตาลทรายเพียง 1-2 กิโลกรัมต่อน้ำตาลสด 40 ลิตร น้ำตาลที่เกี่ยวได้จะยังคงรสชาติหวานมันอยู่ แต่ถ้าใส่มากกว่านี้รสจะเปลี่ยนเป็นหวานแหลมตามปริมาณน้ำตาลทรายที่เพิ่มขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อการปรุงรสของอาหาร จะไม่ได้อาหารที่มีรสหวานมัน

นอกจากนี้กระแสความนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป แต่ก่อนผู้บริโภคสนใจเฉพาะเรื่องรสชาติที่หวานมันของน้ำตาลมะพร้าว แต่ปัจจุบันผู้บริโภคกลับสนใจรูปลักษณะ ต้องการน้ำตาลสีขาวนวล เป็นก้อนแข็งไม่เอี่ยมเหลว สามารถหยิบใช้ได้สะดวกและง่ายต่อการเก็บรักษา ดังนั้นธุรกิจของเราเลยมีการคิดวิเคราะห์การผลิตน้ำตาลมะพร้าวในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน

#### รายชื่อเจ้าของกิจการและสัดส่วนในการถือครองหุ้น

- 1.นางสาว อำพร คเชนทร สัดส่วนในการถือครอง 62.5%
- 2.นางสาวเสาวรส ชูช่วย สัดส่วนในการถือครอง 37.5%

#### ประวัติของหุ้นส่วน

1. นางสาว อำพร คเชนทร  
การศึกษา

พ.ศ. 2546 ระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จากโรงเรียนเทพสุวรรณชาญวิทยา

พ.ศ. 2549 ระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนเทพสุวรรณชาญวิทยา

พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์การทำงาน

ปี พ .ศ.2553 ธนาคารออมสิน สาขาสมุทรสงคราม ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงานแผนกต้อนรับและให้บริการลูกค้า

## 2. นางสาวเสาวรส ชูช่วย

## การศึกษา

พ.ศ. 2546 ระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จากโรงเรียนบ้านวังน้ำเขียว

พ.ศ. 2549 ระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนหัวหิน

พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

## มหาวิทยาลัยศิลปากร

## ประสบการณ์การทำงาน

ปี พ.ศ.2553 โรงแรมดุสิตธานี ชะอำ (หัวหิน) ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงานแผนกบัญชี

## ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

## ตารางที่ 1 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	จัดทำแผนและระดมทุน	2 เดือน	31 มีนาคม – 31 พฤษภาคม 53
2	จัดหารูปแบบต่างๆของผลิตภัณฑ์	1 เดือน	30 เมษายน – 31 พฤษภาคม 53
3	จัดหาผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต	1 เดือน	31 พฤษภาคม – 30 มิถุนายน 53
4	คัดเลือกพนักงาน	1 เดือน	30 เมษายน – 31 พฤษภาคม 53
5	ฝึกอบรมพนักงานขาย	3 เดือน	31 พฤษภาคม – 31 สิงหาคม 53
6	วางแผนการขาย	10 เดือน	30 มิถุนายน – 30 เมษายน 54
7	โปรโมทผลิตภัณฑ์	10 เดือน	30 มิถุนายน – 30 เมษายน 54
8	ออกวางจำหน่าย	9 เดือน	31 กรกฎาคม – 30 เมษายน 54

ตารางที่ 2 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

รายการ	เดือน													
	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	
จัดทำแผนและระดม ทุน														
จัดหารูปแบบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์														
จัดหาผู้จำหน่ายปัจจัย การผลิต														
คัดเลือกพนักงาน														
ฝึกอบรมพนักงานขาย														
วางแผนการขาย														
โปรโมทผลิตภัณฑ์														
ออกวางจำหน่าย														

ทำเลที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ

-ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวผลิต ที่บ้านเลขที่ 13/2 หมู่3 ตำบลท่าคา อำเภอมัญจาคีรี

จังหวัดสมุทรสงคราม 75110

-ขายปลีกบริเวณ ริมคลองตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 75110

### บทที่ 3 ผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันเป็นยุคแห่งการแข่งขัน ผู้คนรีบเร่งทำงานแข่งกับเวลา จึงทำให้เกิดความต้องการความสะดวกสบายมากขึ้นทุกวัน ทำกิจกรรมต่างๆ ก็จะต้องทำด้วยความรวดเร็ว ซึ่งรวมทั้งการที่จะประกอบอาหารอย่างรวดเร็วย่อมมีความต้องการมากขึ้นเท่านั้น น้ำตาลปี๊บจึงเป็นปัญหาหนึ่งในการทำอาหาร กิจการของเราเลยมีการคิดการผลิตน้ำตาลมะพร้าวรูปแบบต่างๆ เพื่อนำเสนอสู่ผู้บริโภค

น้ำตาลมะพร้าวของกิจการจะทำมาจากน้ำตาลสดที่ทำมาจากมะพร้าว 100% จะมีกลิ่นหอม รสชาติที่หวานมัน ซึ่งแตกต่างจากของผู้อื่น กิจการจะทำการผูกขาดกับผู้ผลิต ไม่ให้ผู้ผลิตผลิตสินค้าแก่ผู้อื่น และทางกิจการจะไม่รับสินค้าจากผู้ผลิตรายอื่น จึงทำให้เกิดความสามารถที่จะควบคุม ความสะอาด ความสดใหม่ รสชาติ ราคา ทำให้สินค้าของกิจการได้มาตรฐานและสามารถเปลี่ยนได้ถ้าสินค้ามีข้อบกพร่อง

การออกแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลิตน้ำตาลมะพร้าว กิจการและตัวแทนจำหน่ายจึงสอบถามรูปแบบของผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค ซึ่งดูถึงความต้องการ และกระแสนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน จึงผลิตรูปแบบต่างๆ เช่น รูปดาว รูปชานอ้อย เป็นต้น

โดยช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน คือ การขายผ่านหน้าร้าน การออกร้านจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆ และ ขายผ่านทาง Internet



ภาพที่ 1 แสดงตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกระปุก





ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกระปุกรูปดาว



ภาพที่ 3 แสดงตัวอย่างของผลิตภัณฑ์รูปแบบกล่องใส



ภาพที่ 4 แสดงตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ籠



ภาพที่ 5 แสดงตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบขวดโหล

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

#### สภาวะอุตสาหกรรมและตลาด

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจหรือสภาวะอุตสาหกรรม และสภาพโดยรวมของตลาดที่ธุรกิจดำเนินการว่าอยู่ในสภาพเช่นใด ซึ่งเป็นปัจจัยด้านมหภาคที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและตลาด ทั้งทางตรงและทางอ้อม อันเป็นผลให้อุตสาหกรรมหรือตลาดเจริญเติบโตหรือถดถอย

จากรายงานดัชนีราคาผู้บริโภคเดือนตุลาคม 2553 โดยกระทรวงพาณิชย์ พบว่า การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจไทยจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของโลกแสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งและโครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจที่ดีของไทย โดยอัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภคเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2552 ปรับตัวเข้าสู่ภาวะที่มีเสถียรภาพเป็นลำดับตั้งแต่เดือน ต.ค. 2552 ระดับร้อยละ 3.5 ในเดือนพ.ค. สำหรับเดือน มิ.ย., ก.ค., ส.ค. และ ก.ย. ร้อยละ 3.3, 3.4, 3.3 และ 3.0 จนถึงเดือน ต.ค. แสดงให้เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจของไทยเติบโตมีเสถียรภาพอย่างต่อเนื่อง

จากศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร พบว่าอุตสาหกรรมน้ำตาลและขนมหวานจากน้ำตาลของไทยมีผู้ประกอบการ 200 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ประมาณร้อยละ 67 รองลงมาเป็นขนาดเล็กและขนาดกลางประมาณร้อยละ 19 และ 15 ตามลำดับ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมน้ำตาลส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการเพาะปลูกอ้อยหนาแน่น และเป็นกิจการของคนไทย สำหรับอุตสาหกรรมผลิตลูกอม ลูกกวาด หมากฝรั่ง ขนมหวานจากน้ำตาลจะมีผู้ประกอบการที่มีขนาดแตกต่างกันอยู่มาก รายใหญ่จะมีการใช้เครื่องมือเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตในระดับสูง และสามารถผลิตเพื่อส่งออกด้วย แต่ผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กจะผลิตเพื่อจำหน่ายตลาดท้องถิ่นในประเทศเป็นหลัก และไม่ค่อยมีการทำการตลาด

#### การแบ่งส่วนตลาด

เป็นการแสดงรายละเอียดของการแบ่งส่วนตลาดของสินค้าขายที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยการแสดงรายละเอียด ซึ่งอาจจะแสดงในเชิงพรรณนาข้อมูล เปรอร์เซ็นต์ หรือข้อมูลทางตัวเลขประกอบ และส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้า

การแบ่งส่วนตลาดในส่วนนี้จะแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ในเรื่องของอายุ ซึ่งใช้กลยุทธ์ในการเลือกเป้าหมาย แบบกลยุทธ์ตลาดมุ่งเฉพาะส่วน เนื่องจากความ

เหมาะสมของขนาดตลาด อำนาจซื้อในตลาด และความเหมาะสมต่อทรัพยากรทางร้านที่จะสามารถตอบสนองต่อผู้บริโภคได้ดีที่สุดสามารถแบ่งเป็นด้านได้ดังนี้

### 1. ด้านภูมิศาสตร์และความหนาแน่น

เขตอำเภออัมพวา ซึ่งมีความหนาแน่นและการเคลื่อนไหวของผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดต่างๆ

### 2. ด้านประชากรศาสตร์

จากข้อมูลทางทะเบียนราษฎร ณ เดือน มีนาคม 2553 ของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง ทำให้กิจการมีการขอบเขตผู้บริโภคเป็น 5 กลุ่มคือ

- บุคคลภายในจังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งชายและหญิง ไม่คำนึงถึงรายได้และอาชีพ ซึ่งคนภายในจังหวัดสมุทรสงครามมีจำนวนประชากรประมาณ 195,068 คน โดยมีอัตราส่วนชายต่อหญิง 92.8 : 100

- บุคคลภายนอกจังหวัดสมุทรสงคราม (นักท่องเที่ยว) ทั้งชายและหญิง ไม่คำนึงถึงรายได้และอาชีพ

- ขายส่งให้พ่อค้าคนกลางที่มารับไปขายต่อ

- ออกร้านจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆและตามศูนย์การแสดงสินค้าเพื่อจำหน่ายกับลูกค้าทั่วไปที่ไปเที่ยวชมงาน

- ขายผ่านทาง Internet โดยระบุจำนวนการจัดส่ง

### 3. ด้านพฤติกรรมศาสตร์

มุ่งเน้นที่รูปแบบการใช้ชีวิตที่สบาย ชอบความสะดวก ความทันสมัย ความสวยงาม

### ตลาดเป้าหมาย

เป็นการแสดงรายละเอียดสภาพตลาดโดยทั่วไป ที่เป็นเป้าหมายในการขายสินค้าของธุรกิจที่เป็นอยู่ หรือสินค้าที่มีลักษณะเดียวกันกับธุรกิจ หรือสามารถเทียบเคียงได้กับธุรกิจ สภาพตลาดโดยทั่วไปของตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวสามารถแบ่งได้ดังนี้

- กลุ่มลูกค้าภายในจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นชายและหญิง มีความต้องการสินค้า มีกำลังและอำนาจซื้อ ตัวอย่างลูกค้าในกลุ่มหลัก แม่บ้าน ร้านผลิตขนมหวาน ร้านผลิตขนมไทย

- กลุ่มลูกค้าภายนอกจังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งชายและหญิง ซึ่งเข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัดสมุทรสงคราม มีความต้องการผลิตภัณฑ์ มีกำลังและอำนาจซื้อ

- กลุ่มผู้ค้าส่งผู้หรือค้าปลีกที่มาติดต่อกับทางร้าน

- ออกจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆและตามศูนย์การแสดงสินค้าเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าทั่วไปที่ไปเที่ยวชมงาน

- ขายผ่านทาง Internet โดยระบุจำนวนการจัดส่ง

### แนวโน้มทางการตลาด

เป็นการแสดงรายละเอียดในรูปแบบการประมาณการของตลาดในอนาคต ซึ่งส่วนใหญ่จะประมาณการตามยอดขายสินค้าในตลาด รวมถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของขนาดตลาดดังกล่าว

แนวโน้มทางการตลาดโดยทั่วไปของตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวมีดังนี้

- เนื่องจากในอนาคตตลาดน้ำอัมพวาจะทำการเปิดให้บริการทุกวัน ทำให้โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะผ่านมาพบเจอมีเพิ่ม
- นักท่องเที่ยวให้การสนใจสินค้าพื้นบ้านผลิตภัณฑ์ต่างๆเช่นสินค้า OTOP,สินค้าที่ผลิตด้วยมือ จึงทำให้สินค้าของเราเป็นตัวเลือกมากขึ้น
- ในอนาคตร้านของเราจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับสินค้า และสามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มีเพิ่มอย่างไม่จำกัด
- เนื่องด้วยน้ำตาลมะพร้าวมีรสชาติและความหอมที่แตกต่างจากน้ำตาลชนิดอื่น ทำให้แม่บ้านและกิจการร้านอาหารนิยมนำไปประกอบอาหาร จึงเป็นอีกทางที่จะขยายตลาดได้กว้างมากขึ้น

### ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

เป็นการแสดงรายละเอียดทั่วไปของลูกค้าที่เลือกซื้อสินค้าที่มีอยู่ในตลาดเป้าหมายตามที่ระบุไว้ โดยอาจแสดงรายละเอียดโดยแบ่งตามลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ ด้านประชากรศาสตร์ ด้านจิตวิทยา หรือด้านพฤติกรรม

ลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญที่จะชี้ได้ว่ากิจการนั้นๆ สามารถดำรงและอยู่รอดได้หรือไม่ อีกทั้งจากการที่กิจการเพิ่งเริ่มเข้าไปทำการค้าในบริเวณตลาดที่มีคู่แข่งที่เปิดมาเป็นเวลานาน กิจการจึงให้ความสำคัญอย่างมากต่อการวิเคราะห์ลักษณะของลูกค้า ทั้งผู้บริโภครายเก่าที่กิจการต้องไปดึงเอามาเป็นลูกค้าของกิจการ และผู้บริโภครายใหม่ที่กิจการต้องดึงดูดให้เข้ามาเป็นลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเหล่านี้เข้ามาเป็นลูกค้าที่ซื้อซ้ำของกิจการในระยะยาวต่อไป

ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวของกิจการมีลักษณะเฉพาะ แตกต่างจากน้ำตาลมะพร้าวที่วางขายในบริเวณตลาดอัมพวา เนื่องจากน้ำตาลมะพร้าวในบริเวณนั้นจะมีรูปลักษณะเดิมๆคือมีลักษณะเป็นฝา แต่ในส่วนของกิจการจะมีการนำผลิตภัณฑ์มาเพิ่มมูลค่า ให้มีรูปลักษณะที่หลากหลาย และให้มีขนาดพอดีคำ นำรับประทาน

ทั้งกิจการยังให้ความสำคัญกับรสชาติ ความสะอาด วัตถุดิบ ของน้ำตาลมะพร้าวมาเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งต่างจากร้านอื่น

### สภาพการแข่งขัน

เป็นการแสดงข้อมูลด้านสภาวะการแข่งขันของสินค้าขายที่มีอยู่ในตลาด ว่าอยู่ในสภาวะการแข่งขันในระดับใด รวมถึงแนวโน้มสภาวะการแข่งขันว่าจะเปลี่ยนแปลงไปในระดับใด สภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากน้ำตาลมะพร้าวในขณะนี้ยังไม่ค่อยมีความรุนแรง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ต่างจากน้ำตาลมะพร้าวตามท้องตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากน้ำตาลมะพร้าวสามารถนำไปเป็นของฝาก แล้วสามารถใช้ประโยชน์จากของฝากนั้น ได้จริง

### สินค้าทดแทน

1. น้ำตาลโตนด คือ น้ำตาลจากต้นตาล ที่เรียกว่าน้ำตาลเมืองเพชร โดยทำเป็นก้อนกลม สีนน้ำตาลเข้ม มีรสหวานแหลมและเค็มเล็กน้อย เรียกว่า น้ำตาลปึก น้ำตาลประเภทนี้เหมาะที่จะใช้ใส่ส้มตำ ยำต่างๆ ทำน้ำกะทิลอดช่อง แกงบวด เป็นต้น

2. น้ำตาลอ้อย ทำจากต้นอ้อย ทำเป็นเมล็ดและผงสีน้ำตาลเข้ม ใช้ทำกับข้าวบางชนิดที่ต้องการให้หอมน้ำตาลอ้อย เช่นปลาต้มหวาน หมูชะมวง หน่อไม้เส้นต้มหมู หรืออาหารประเภทเชื่อม เช่นกล้วยเชื่อม จะทำให้สีแดงเข้มสวยและหอม

3. น้ำตาลทรายชนิดหยาบ มีทั้งที่ฟอกขาวและไม่ฟอกขาว ใช้ทำขนมประเภทน้ำเชื่อม เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง น้ำเชื่อมใส่น้ำผลไม้ต่างๆ หรือใส่เพิ่มรสในกับข้าวเล็กน้อย ใส่ชา กาแฟ

4. น้ำตาลทรายละเอียด จะละเอียดและขาวมาก ใช้ทำขนมอบต่างๆ เช่น เค้ก คุกกี้ ขนมปัง

5. น้ำตาลทรายแดง ทำมาจากน้ำตาลอ้อย ใช้ใส่น้ำในเต้าฮวย น้ำจิง

## วิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ (SWOT Analysis)

### ปัจจัยภายใน

#### -จุดแข็ง ของกิจการ ได้แก่

1. สินค้ามีเอกลักษณ์แตกต่างจากร้านอื่น
  2. สินค้าสะอาดถูกหลักอนามัย ได้มาตรฐาน
  3. สินค้าปราศจากสารปนเปื้อน
  4. สินค้ามีรสชาติหอมหวาน
  5. วัตถุดิบหาได้จากท้องถิ่น
  6. เก็บไว้ใช้ได้นาน
  7. คู่แข่งขันเข้ามาในตลาดได้ยาก เพราะสินค้าจำเป็นต้องใช้ความชำนาญในการผลิต
  8. เป็นรายแรกที่กำหนดมาตรฐาน
  9. พนักงานทุกคนได้รับการอบรมให้มีความเต็มใจในการบริการลูกค้า
- ดังนั้นพนักงานจึงบริการลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ

#### -จุดอ่อน ของกิจการ ได้แก่

1. การผลิตสินค้าต้องใช้ความพยายาม ต้องใช้ความชำนาญ ความพิถีพิถัน ซึ่งต้องคัดเลือกผู้ผลิตที่ดีให้ตรงกับคุณสมบัติดังกล่าว ถ้าผลิตสินค้าออกมาแล้วไม่ได้มาตรฐาน ก็จะทำให้เสียชื่อเสียง ลูกค้าไม่เชื่อถือ
2. สินค้ามีราคาแพงกว่าน้ำตาลมะพร้าวทั่วไป เนื่องจากวิธีการผลิตมีความยากกว่า
3. บางครั้งลูกค้ามีจำนวนมาก พนักงานขายอาจบริการได้ไม่ทั่วถึงเพราะมีจำนวนจำกัด
4. สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีเพียงสถานที่เดียว คือ ที่ตลาดน้ำอัมพวา อาจจะมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่ทั่วถึง
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ อาจกระจายไม่ทั่วถึงลูกค้า

## ปัจจัยภายนอก

### - โอกาส ของกิจการ ได้แก่

1. ผลกระทบของเราสามารถขยายตลาดได้กว้างเนื่องจากในปัจจุบันขนมไทยส่วนใหญ่จะใช้วัตถุดิบจากน้ำตาลมะพร้าวที่จะได้รสชาติที่ดีกว่าน้ำตาลทราย
2. ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมรับประทานอาหารที่ทำจากสมุนไพร และ ผลกระทบจากธรรมชาติมากขึ้นจึงทำให้น้ำตาลที่ทำจากมะพร้าวเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านค้าจะนำไปบริโภคโดยใช้แทนน้ำตาลทรายสังเคราะห์
3. การสั่งซื้อและหาซื้อได้ง่ายในทุกวันนี้ทำให้ผู้บริโภคสนใจที่จะซื้อสินค้ามาบริโภคมากขึ้น
4. ปัจจุบันผู้คนนิยมความสะดวกสบายง่ายต่อการใช้ชีวิต ผลกระทบขององค์กรจึงมีโอกาสด้านข้างมาก

### - อุปสรรค ของกิจการ ได้แก่

1. ในตลาดมีคู่แข่งจำนวนมากอาจทำให้สินค้าของร้านขายได้น้อยลงหรืออาจเกิดการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของเราได้
2. บางฤดูกาลที่น้ำตาลมะพร้าวน้อยกว่าปกติอันเนื่องมาจากสภาพอากาศไม่อำนวย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



**บทที่ 5**  
**แผนบริหารจัดการ**

**รายละเอียดของธุรกิจ**

ชื่อกิจการ : ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าว (Sugar home)

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ : บริเวณตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 75110

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ : กิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด

**รายนามหุ้นส่วนและตำแหน่ง**

ตารางที่ 3 แสดงรายนามหุ้นส่วนและตำแหน่ง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวอำพร คเชนทร	หุ้นส่วนจัดการ
2	นางสาวเสาวรส ชูช่วย	หุ้นส่วน

อำนาจการลงนามผูกพันห้าง  
หุ้นส่วน

นางสาวอำพร คเชนทร ในฐานะหุ้นส่วนจัดการเป็นผู้มีอำนาจ

**ประวัติหุ้นส่วนกิจการ**

1. ชื่อ – นามสกุล : นางสาวอำพร คเชนทร

การศึกษา : ระดับปริญญาตรี

จากมหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป

ประสบการณ์ทำงาน : ปี พ.ศ. 2553 ฝึกงานที่ธนาคารออมสิน สาขาสมุทรสงคราม

2. ชื่อ – นามสกุล : นางสาวเสาวรส ชูช่วย

การศึกษา : ระดับปริญญาตรี

จากมหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป

ประสบการณ์ทำงาน : ปี พ.ศ. 2553 ฝึกงานที่โรงแรมดุสิตธานี (หัวหิน)

## หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

### 1. นางสาวอำพร คเชนทร

ตำแหน่ง : หัวหน้าส่วนและผู้จัดการทั่วไป  
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ควบคุมการดำเนินงานต่างๆ คือ ด้านการตลาด การบริหาร การจัดซื้อ  
 การศึกษา/คุณสมบัติ : ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร  
 เงินเดือน : 10,000 บาท

### 2. นางสาวเสาวรส ชูช่วย

ตำแหน่ง : หัวหน้าส่วนและผู้จัดการด้านการเงิน  
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ดูแลด้านการตลาด การเงิน การทำบัญชี และเป็นผู้ดูแลด้านการเงินและทำบัญชีในแต่ละวัน  
 การศึกษา/คุณสมบัติ : ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร  
 เงินเดือน : 10,000 บาท

### 3. พนักงานขายหน้าร้าน

หน้าที่ความรับผิดชอบ : มีหน้าที่เป็นพนักงานขายหน้าร้าน เก็บเงิน และแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้า  
 การศึกษา/คุณสมบัติ : มัธยมศึกษาตอนต้น เป็นคนรอบคอบใส่ใจในงาน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีพูดคุยเก่ง หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส  
 เงินเดือน : 6,000 บาท

### 4. พนักงานบรรจุหีบห่อ

หน้าที่ความรับผิดชอบ : มีหน้าที่บรรจุผลิตภัณฑ์ใส่หีบห่อและบรรจุภัณฑ์ที่เตรียมไว้ ก่อนนำไปวางขายในร้านค้า ผู้ช่วยในการขาย ภายในร้านและทำความสะอาดร้านค้า  
 การศึกษา/คุณสมบัติ : มัธยมศึกษาตอนต้น มีความรอบคอบเอาใจใส่ ทำงานประณีต มีความชำนาญในการบรรจุหีบห่อ  
 เงินเดือน : 6,000 บาท

### 5. พนักงานรับส่งสินค้า

หน้าที่ความรับผิดชอบ : มีหน้าที่รับ-ส่งสินค้าให้กับลูกค้า

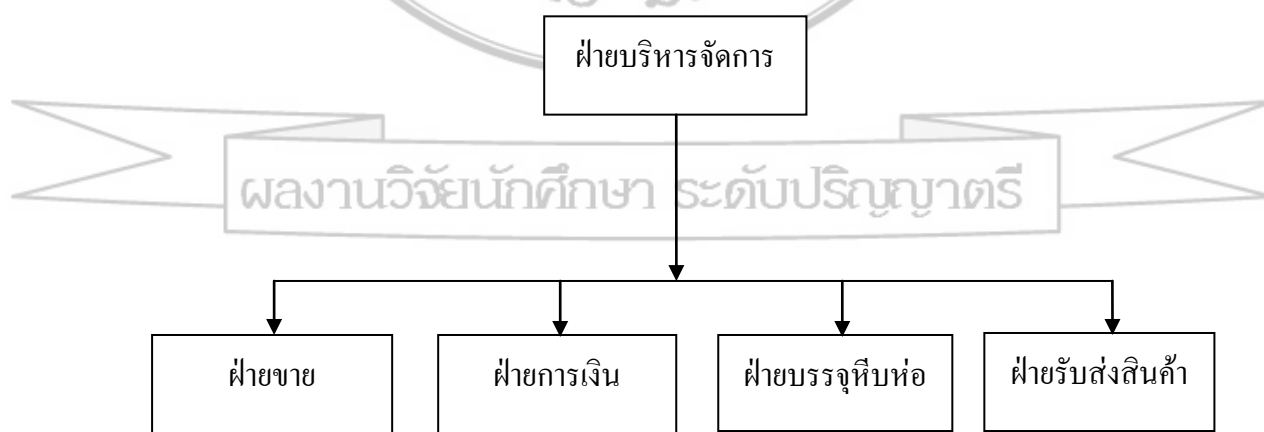
การศึกษา/คุณสมบัติ : มีมัธยมศึกษาตอนต้น สามารถขับรถยนต์ทุกประเภทได้  
มีใบขับขี่ยานพาหนะ ใจเย็น

เงินเดือน : 5,000 บาท

### จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน	รวมเงินเดือน
1	ฝ่ายบริหาร	ผู้จัดการทั่วไป	1	10,000	10,000
2	ฝ่ายการเงิน	ผู้จัดการการเงิน	1	10,000	10,000
3	ฝ่ายขาย	พนักงานขาย	1	6,000	6,000
4	ฝ่ายบรรจุภัณฑ์	บรรจุหีบห่อ	1	6,000	6,000
5	ฝ่ายรับส่งสินค้า	รับส่งสินค้าให้ลูกค้า	1	5,000	5,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			5	-	37,000



ภาพที่ 6 แสดงแผนผังองค์กร

## วิสัยทัศน์

สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวประจำจังหวัดสมุทรสงคราม ในรูปลักษณะที่ทันสมัย สะอาด รสชาติถูกปาก อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นที่จดจำและประทับใจลูกค้า

## พันธกิจ

1. ตอบสนองและเข้าถึงความต้องการของลูกค้า ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพหลากหลายในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม
2. คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากธรรมชาติมาใช้ในการผลิต
3. มุ่งสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ระยะยาว
4. มีจริยธรรมและธรรมาภิบาลในการดำเนินกิจการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการให้เกิดขึ้นกับลูกค้าในระยะยาว

## เป้าหมายทางธุรกิจ

### เป้าหมายระยะสั้น

1. สร้างความรู้จักในตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในบริเวณสถานที่ตั้งกิจการและบริเวณใกล้เคียง
2. สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมายโดยการกระตุ้นการรับรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดกลุ่มลูกค้าประจำของกิจการ
3. มีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้น 5% ทุกปี

### เป้าหมายระยะยาว

1. สร้างความเชื่อถือให้กับกลุ่มลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มเติม
2. ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง โดยทางร้านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

## ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

การดำเนินกิจการของร้านให้สามารถประสบความสำเร็จได้นั้น นอกจากต้องการกลยุทธ์ที่ดีแล้ว จะต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆด้วย คือ

1. มีกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้วัตถุดิบที่สะอาดมาจากธรรมชาติ
2. สถานที่ที่ใช้ในการผลิตและทำเลที่ใช้วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สร้างความสะดวก และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

3. มีการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทำความรู้จักกับแบรนด์และผลิตภัณฑ์  
อย่างทั่วถึง

4. มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ให้มีความดึงดูด ความสำเร็จ น่าประทับใจ น่ารับประทาน  
และมีเอกลักษณ์เฉพาะของทางร้าน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 6

### แผนการตลาด

#### เป้าหมายทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น โดย  
กิจการคาดว่าจะได้รับผลตอบแทนที่อัตราเพิ่มขึ้น 5% ต่อปี

#### การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าภายในจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นเพศหญิงและชาย อายุระหว่าง 25-70 ปีมี  
ความต้องการสินค้ามีกำลังและอำนาจซื้อ ตัวอย่างลูกค้าในกลุ่มหลัก แม่บ้าน ร้านผลิตขนมหวาน  
ร้านผลิตขนมไทยกลุ่มลูกค้าภายนอกจังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งชายและหญิง ซึ่งเข้ามาท่องเที่ยว  
ภายในจังหวัดมีความต้องการผลิตภัณฑ์มีกำลังและอำนาจซื้อ กลุ่มผู้ค้าส่ง – ผู้ค้าปลีกที่มาติดต่อกับ  
ทางร้าน

#### กลยุทธ์ทางการตลาด

**Product** ผลิตภัณฑ์ของเราจะมีรูปแบบที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ตามท้องตลาด และม  
ีการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม ดึงดูดใจ และสร้างความสนใจให้กับผู้ที่ได้พบเห็น

**Price** ราคาของผลิตภัณฑ์จะขึ้นอยู่กับตัวของสินค้า กรรมวิธีการทำ และรูปแบบของ  
บรรจุภัณฑ์ และสถานที่ในการจัดจำหน่าย

**Place** ตั้งจำหน่ายที่ตลาดน้ำอัมพวาเพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้คนแวะเวียนมา  
เยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก และใกล้กับแหล่งวัตถุดิบเพื่อเป็นการประหยัดค่าขนส่ง

**Promotion** การลด แลก แจก แถม

- ลด เช่นเมื่อซื้อสินค้าหนึ่งชิ้นในราคา 69 บาท แต่ถ้าซื้อสองชิ้นในราคา 120 บาท
- แลก เช่นนำคุกกี้บางส่วนลดมาแลกซื้อสินค้าตัวอื่นในราคาที่ต่ำกว่าเดิม
- แจก เช่นการแจกสินค้าทดลองหรือผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบใหม่เพื่อเป็นการ โปรโมท

สินค้า

- แถม เช่นเมื่อซื้อครบ 10 ชิ้นเราแถมฟรี 1 ชิ้น

## การบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 7 แสดงรูปแบบของสินค้าที่ผู้ผลิตขายส่งให้กิจการ (รูปดาว)



ภาพที่ 8 แสดงรูปแบบของสินค้าที่ผู้ผลิตขายส่งให้กิจการ (รูปชานอ้อย)

เมื่อได้รับสินค้าจากผู้ผลิตแล้ว ฝ่ายบรรจุหีบห่อจะทำการบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์ที่ทางร้านได้จัดเตรียมไว้

## ราคา

กระปุกเล็ก	ราคา 35 บาท
กระปุกเล็กรูปดาว	ราคา 35 บาท
กล่องหิ้วหิ้วใส	ราคา 45 บาท
โหลแก้ว	ราคา 69 บาท
เข่งน้ำตาล	ราคา 25 บาท

## ตราหยี่ห้อของสินค้า



## ภาพที่ 9 แสดงตราหยี่ห้อของสินค้า

## ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. มาสั่งซื้อกับทางร้าน โดยตรง หรือผ่านพนักงานขายหน้าร้าน
2. สามารถสั่งซื้อได้โดยทางโทรศัพท์
3. สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทาง Internet

หมายเหตุ : ค่าขนส่งทางร้านจะคิดในอัตราของจำนวนการสั่งซื้อและระยะทางขนส่งสินค้าเป็น กิโลเมตร ซึ่งมีความยืดหยุ่นของอัตราค่าบริการ

## การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เป็นสิ่งที่สำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น หากกิจการมีการวางแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดได้อย่างเหมาะสมและลงตัวแล้วนั้น จะเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทในการช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด



กิจกรรมมีนโยบายให้ความสำคัญในการส่งเสริมการขาย โดยการจัดสรรงบประมาณ สำหรับจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดไว้ดังนี้

1. การแจกใบปลิว ประชาสัมพันธ์ร้านและแนะนำผลิตภัณฑ์
2. เครื่องกระจายเสียงที่อยู่ภายในตลาดน้ำอัมพวา
3. Internet (www.sugar home.com)



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 7  
แผนการขาย

สถานประกอบการในการขาย

ที่ตั้งสถานที่ : 13/2 หมู่ 3 ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 75110

โทร : 085-23249870 หรือ 034-766544

E-mail : sweet home@hotmail.com

สถานที่ประกอบการในการขาย



ภาพที่ 10 แสดงสถานที่ประกอบการในการขาย

## อุปกรณ์ตกแต่งร้านและเครื่องใช้สำนักงาน

ตารางที่ 5 แสดงอุปกรณ์ตกแต่งร้านและเครื่องใช้สำนักงาน

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคา
1	ตะกร้าหวายใบละ40บาท	10	400
2	ต้นไม้ราคากระถางละ 20 บาท	20	400
3	ป้ายร้านราคาป้ายละ2,000บาท	1	2,000
4	โต๊ะราคาตัวละ600บาท	1	600
5	เก้าอี้ราคาตัวละ 100บาท	2	200
6	ตู้กระจกเพื่อแสดงสินค้าราคาตัวละ15,000 บาท	1	15,000
7	เครื่องเก็บเงินราคาเครื่องละ 10,000บาท	1	10,000
8	โทรศัพท์สำนักงาน 1,830 บาท	1	1,830
9	เครื่องเสียงภายในราคา5,000 บาท	1	5,000

### ข้อมูลการขาย

เป้าหมายการให้บริการ : 180 ชิ้น / วัน  
 เวลาที่ใช้ในการขายต่อรอบการขาย : 11 ชั่วโมง ต่อ วัน  
 เวลาการบริการ: วันจันทร์ – วันอาทิตย์  
 เวลา 10.00 – 21.00 น.  
 จำนวนแรงงานที่ใช้ในการขาย : 5 คน / วัน

อัตราค่าแรงงานพนักงานขาย : 37,000 บาท / เดือน

### ขั้นตอนการขาย มีดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1 :** เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาภายในร้าน พนักงานจะต้อนรับลูกค้าเข้าร้าน พนักงานต้องสวัสดีลูกค้า มีใบหน้าที่ยิ้มแย้ม แสดงความเป็นกันเอง กล่าววาจาอย่างสุภาพ อ่อนโยน และนำเสนอสินค้ารูปแบบต่างๆ ทำการส่งตะกร้าใส่สินค้าให้ลูกค้า

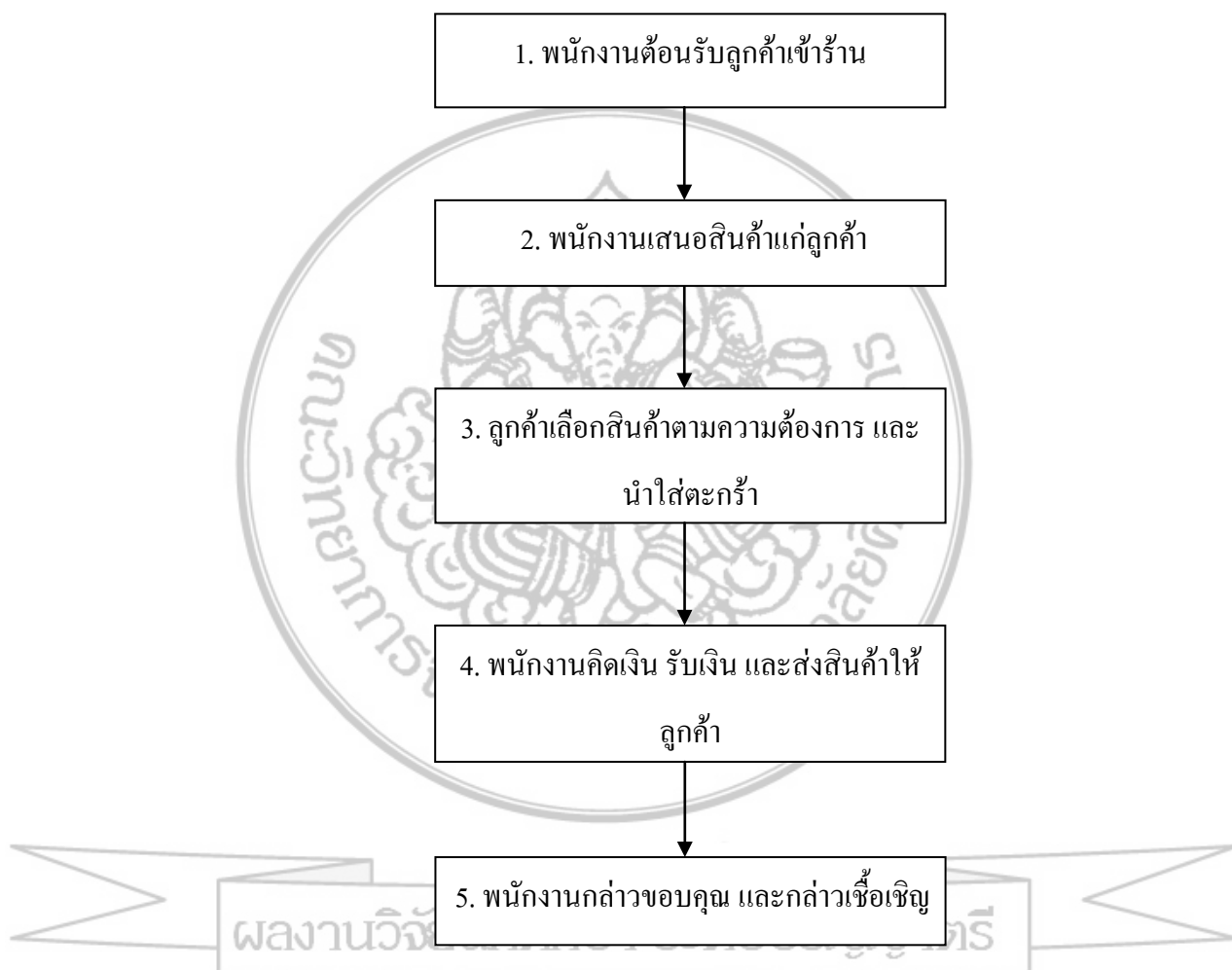
**ขั้นตอนที่ 2 :** พนักงานเสนอสินค้าในรูปแบบต่างๆ

**ขั้นตอนที่ 3 :** ลูกค้าได้เลือกสินค้าตามความต้องการ ซึ่งถูกใส่ไว้ในตะกร้า

**ขั้นตอนที่ 4 :** เมื่อลูกค้าเลือกสินค้าเพียงพอต่อความต้องการแล้ว นำไปจ่ายเงินที่แคชเชียร์ พนักงานจะต้องนำรายการสินค้าทั้งหมดคิดเงิน รับเงินและนำใบเสร็จส่งให้ลูกค้า

ขั้นตอนที่ 5 : พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้า และกล่าวเชื้อเชิญให้ลูกค้ามาใช้บริการอีก  
ในโอกาสหน้า

แผนผังกระบวนการขาย



ภาพที่ 11 แสดงแผนผังกระบวนการขาย

**บทที่ 8**  
**แผนการเงิน**

การประมาณการในการลงทุน

ตารางที่ 6 การประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินร่วมลงทุน	เงินกู้	รวมมูลค่า
1	น.ส. อัมพร คเชนทร	500,000	-	-	500,000
2	น.ส.เสาวรส ชูช่วย	-	300,000	-	300,000
	โครงสร้างทางการเงิน (%)	62.5	37.5	-	100

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ตารางที่ 7 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1.	พื้นที่เช่า		4,000 บาท/เดือน
2.	ค่าตกแต่งร้าน	ทาสี ทำวอลเปเปอร์	80,000
3.	เครื่องใช้สำนักงาน	*รายละเอียดลำดับที่ 3	35,430
4.	ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการขาย	*รายละเอียดลำดับที่ 4	23,675
5	เงินทุนหมุนเวียน		50,000
	<b>รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ</b>		<b>237,105</b>

**หมายเหตุ**

\*รายละเอียดลำดับที่ 3

ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดเครื่องใช้สำนักงาน

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวมทั้งสิ้น
	(หน่วย)	(บาท)	(บาท)
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน			
ตะกร้าหวาย	40	10	400
ต้นไม้ราคากระถาง	20	20	400
ป้ายร้านราคาป้าย	1	2,000	2,000
โต๊ะ	1	600	600
เก้าอี้	2	100	200
ตู้กระจก	1	15,000	15,000
เครื่องเก็บเงิน	1	10,000	10,000
โทรศัพท์สำนักงาน	1	1,830	1,830
เครื่องเสียงภายใน	1	5,000	5,000
<b>รวม</b>			<b>35,430</b>

\*รายละเอียดลำดับที่ 4

ตารางที่ 9 แสดงรายละเอียดค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการขาย

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวมทั้งสิ้น
	(หน่วย)	(บาท)	(บาท)
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย			
ถาดรอง	200	10	2,000
ที่คิบน้ำตาลมะพร้าว	3	25	75
แม่พิมพ์	100	120	12,000
ชั้นวางขายของ	4	2400	9600
<b>รวม</b>			<b>23,675</b>

### สมมติฐานทางการเงิน

#### ตารางที่ 10 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า	-	5%	10%	15%	20%
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้	-	5%	10%	15%	20%
การเปลี่ยนแปลงของราคา	-	-	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการขาย	-	5%	10%	15%	20%
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย	-	5%	10%	15%	20%
ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการ คำนวณในปี	360				
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-				

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการในการบริการรายเดือน

ตารางที่ 11 ประมาณการในการบริการรายเดือน

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
จำนวนสินค้าที่ขาย (หน่วย)													
กระปุกเล็ก	300	500	400	400	600	600	600	600	600	600	600	600	6400
กระปุกเล็กรูปดาว	450	600	800	900	900	900	900	900	900	900	900	900	9950
กล่องใส	450	600	800	1,000	1,000	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	12250
ขวดโหล	1,000	1,500	1,500	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	20,200
เซ็ง	800	1,000	1,300	1,000	1,200	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	15800
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	3,000	4,200	4,800	5,100	5,500	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	64,600
ราคาสินค้าที่ขาย													
กระปุกเล็ก	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
กระปุกเล็กรูปดาว	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
กล่องใส	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
ขวดโหล	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69



ตารางที่ 11 ประมาณการในการบริการรายเดือน (ต่อ)

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
เช่า	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
ราคาสินค้าเฉลี่ย	41.8	41.8	41.8	41.8	41.8	41.8	41.8	41.8	41.8	41.8	41.8	41.8	41.8
รายได้จากการขาย													
กระปุกเล็ก	10,500	17,500	14,000	14,000	21,000	21,000	21,000	21,000	21,000	21,000	21,000	21,000	224,000
กระปุกเล็กรูปดาว	15,750	21,000	28,000	28,000	31,500	31,500	31,500	31,500	31,500	31,500	31,500	31,500	344,750
กล่องใส	20,250	27,000	36,000	45,000	45,000	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000	551,250
ขวดโหล	69,000	103,500	103,500	124,200	124,200	124,200	124,200	124,200	124,200	124,200	124,200	124,200	1,393,800
เช่า	20,000	25,000	32,500	25,000	30,000	37,500	37,500	37,500	37,500	37,500	37,500	37,500	395,000
รวมรายได้สะสม(บาท)	135,500	194,000	214,000	236,200	251,700	268,200	268,200	268,200	268,200	268,200	268,200	268,200	2,908,800
เงินสตรีบจากการขาย (บาท)	135,500	194,000	214,000	236,200	251,700	268,200	268,200	268,200	268,200	268,200	268,200	268,200	2,908,800

ประมาณการรายได้จากการขาย

ตารางที่ 12 ประมาณรายได้จากการขาย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
จำนวนสินค้าที่ขาย		เพิ่ม5%	เพิ่ม10%	เพิ่ม15%	เพิ่ม20%
กระปุกเล็ก	6,400	6,720	7,056	7,408	7,779
กระปุกเล็กรูปดาว	9,950	10,447	10,969	11,517	12,093
กล่องใส	12,250	12,862	13,505	14,180	14,889
ขวดโหล	20,200	21,210	22,270	23,383	24,552
เซ่ง	15,800	16,590	17,419	18,289	19,203
<b>รวมจำนวนสินค้าที่ขาย</b>	<b>64,600</b>	<b>67,829</b>	<b>71,219</b>	<b>74,777</b>	<b>78,516</b>
ราคาสินค้า(บาท/หน่วย)		เพิ่ม0%	เพิ่ม0%	เพิ่ม0%	เพิ่ม0%
กระปุกเล็ก	35	35	35	35	35
กระปุกเล็กรูปดาว	35	35	35	35	35
กล่องใส	45	45	45	45	45
ขวดโหล	69	69	69	69	69
เซ่ง	25	25	25	25	25
<b>ราคาสินค้าเฉลี่ย</b>	<b>41.8</b>	<b>41.8</b>	<b>41.8</b>	<b>41.8</b>	<b>41.8</b>
รายได้จากการขาย(บาท)					
กระปุกเล็ก	224,000	235,200	246,960	259,280	272,265
กระปุกเล็กรูปดาว	344,750	365,645	383,915	403,095	423,255
กล่องใส	551,259	578,790	607,725	638,100	670,005
ขวดโหล	1,393,800	1,463,490	1,536,630	1,613,427	1,694,088
เซ่ง	395,000	414,750	435,475	457,225	480,075
<b>รวมรายได้สะสมทั้งหมด(บาท)</b>	<b>2,908,800</b>	<b>3,057,875</b>	<b>3,210,705</b>	<b>3,371,127</b>	<b>3,539,688</b>
<b>เงินสดรับจากการขาย</b>	<b>2,908,800</b>	<b>3,057,875</b>	<b>3,210,705</b>	<b>3,371,127</b>	<b>3,539,688</b>

ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการขาย

ตารางที่ 13 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการขาย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต(หน่วย)		เพิ่ม5%	เพิ่ม10%	เพิ่ม15%	เพิ่ม20%
น้ำตาลมะพร้าว	28,800	30,240	31,752	33,339	35,005
ราคา/หน่วยของวัตถุดิบ (บาท/หน่วย)					
ราคาน้ำตาลมะพร้าว	35	35	35	35	35
ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต					
ต้นทุนซื้อน้ำตาลมะพร้าว	1,008,000	1,058,400	1,111,320	1,166,865	1,225,175
<b>รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต(บาท)</b>	<b>1,008,000</b>	<b>1,058,400</b>	<b>1,111,320</b>	<b>1,166,865</b>	<b>1,225,175</b>
จำนวนสินค้าซื้อมาในการผลิต (หน่วย)					
กระปุก	18,000	18,900	19,845	20,837	21,878
กล่องใส	14,000	14,700	15,435	16,206	17,016
โหล	22,000	23,100	24,255	25,467	26,740
เซ่ง	17,000	17,850	18,742	19,679	20,663
สติ๊กเกอร์ ตรายี่ห้อ	72,000	75,600	79,380	83,349	87,516
ราคา/หน่วยของสินค้าซื้อมาเพื่อการ ผลิต(บาท/หน่วย)					
กระปุก	5	5	5	5	5
กล่องใส	3	3	3	3	3
โหล	10	10	10	10	10
เซ่ง	2	2	2	2	2
สติ๊กเกอร์ ตรายี่ห้อ	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการผลิต(บาท)					
กระปุก	90,000	94,500	99,225	104,185	109,390
กล่องใส	42,000	44,100	46,305	48,618	51,048

ตารางที่ 13 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการขาย (ต่อ)

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
โหล	220,000	231,000	242,550	254,670	267,400
แข่ง	34,000	35,700	37,484	39,358	41,326
สติ๊กเกอร์ ทรายี่ห้อ	18,000	18,900	19,845	20,837	21,879
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย(บาท)	404,000	424,200	445,409	467,668	491,043
รวมต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนสินค้าซื้อมาขาย	1,412,000	1,482,600	1,556,729	1,634,533	1,716,218
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาขาย	1,412,000	1,482,600	1,556,729	1,634,533	1,716,218

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการค่าเสื่อมราคา  
 ตารางที่ 14 แสดงค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การคำนวณค่าเสื่อมราคา					
เครื่องใช้สำนักงาน	7,086	7,086	7,086	7,086	7,086
อุปกรณ์และเครื่องมือในการขาย	4,735	4,735	4,735	4,735	4,735
ค่าเสื่อมราคา รวม ( บาท/ปี )	11,821	11,821	11,821	11,821	11,821

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและขาย

ตารางที่ 15 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและขาย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	444,000	452,880	461,937	471,176	480,599
ค่าเช่าพื้นที่	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
ค่าไฟและน้ำประปา	18,000	18,900	19,845	20,837	21,879
ค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะ	36,000	36,720	37,454	38,203	38,967
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ โทรสาร	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)</b>	<b>624,000</b>	<b>634,500</b>	<b>645,236</b>	<b>656,216</b>	<b>667,445</b>
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการ ขาย					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	7,086	7,086	7,086	7,086	7,086
<b>รวมค่าเสื่อมราคา</b>	<b>7,086</b>	<b>7,086</b>	<b>7,086</b>	<b>7,086</b>	<b>7,086</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)</b>	<b>631,086</b>	<b>641,586</b>	<b>652,322</b>	<b>663,302</b>	<b>674,531</b>

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 16 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขาย	2,908,800	3,057,875	3,210,705	3,371,127	3,539,688
<b>รวมรายได้</b>	<b>2,908,800</b>	<b>3,057,875</b>	<b>3,210,705</b>	<b>3,371,127</b>	<b>3,539,688</b>
หัก - ต้นทุนขาย	(1,412,000)	(1,482,600)	(1,556,729)	(1,634,533)	(1,716,218)
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>1,496,800</b>	<b>1,575,275</b>	<b>1,653,976</b>	<b>1,736,594</b>	<b>1,823,470</b>
หัก - ค่าใช้จ่ายในการ บริหารและการขาย	631,086	641,586	652,322	663,302	674,531
<b>กำไรจากการดำเนินงาน</b>	<b>865,714</b>	<b>933,689</b>	<b>1,001,654</b>	<b>1,073,292</b>	<b>1,148,939</b>
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
<b>กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติ บุคคล</b>	<b>865,714</b>	<b>933,689</b>	<b>1,001,654</b>	<b>1,073,292</b>	<b>1,148,939</b>
หัก - ภาษีเงินได้นิติ บุคคล ( 15 % )	(129,857)	(140,053)	(150,248)	(160,994)	(172,341)
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>735,857</b>	<b>793,636</b>	<b>851,406</b>	<b>912,298</b>	<b>976,598</b>
หัก - เงินปันผลจ่าย ( 30 % )	(220,757)	(238,091)	(255,422)	(273,689)	(292,979)
<b>กำไรสะสม</b>	<b>515,100</b>	<b>555,545</b>	<b>595,984</b>	<b>638,609</b>	<b>683,619</b>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 17 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ						
ทุน	84,105	715,895	-	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
รายได้ที่เก็บได้ในปีเดียวกัน	-	2,908,800	3,057,875	3,210,705	3,371,127	3,539,688
รายได้ที่เก็บได้ในปีถัดไป	-	-	-	-	-	-
<b>รวมเงินสดรับ(A)</b>	<b>84,105</b>	<b>3,624,695</b>	<b>3,057,875</b>	<b>3,210,705</b>	<b>3,371,127</b>	<b>3,539,688</b>
เงินสดจ่าย						
ค่าตกแต่งร้าน	80,000	-	-	-	-	-
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน	35,430	-	-	-	-	-
ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ	23,675	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	-	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาขาย	-	1,412,000	1,482,600	1,556,729	1,634,533	1,716,218
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	-	631,086	641,586	652,322	663,302	674,531
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000



ตารางที่ 17 ประมาณการงบกระแสเงินสด (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จ่ายภาษีในปีถัดไป	-	129,857	140,053	150,248	160,994	172,341
เงินปันผลจ่าย	-	220,757	238,091	255,422	273,689	292,979
<b>รวมเงินสดจ่าย(B)</b>	84,105	2,429,700	2,538,330	2,650,721	2,768,518	2,892,069
เงินสดคงเหลือต้นงวด(1 ม.ค)	-	-	1,194,995	1,714,540	2,274,524	2,877,133
เงินสดคงเหลือระหว่างงวด	-	1,194,995	519,545	559,984	602,609	647,619
<b>เงินสดคงเหลือปลายงวด(31 ธ.ค.)</b>	-	<b>1,194,995</b>	<b>1,714,540</b>	<b>2,274,524</b>	<b>2,877,133</b>	<b>3,524,752</b>

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 18 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	-	1,194,995	1,714,540	2,274,524	2,877,133	3,524,752
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	-	1,194,995	1,714,540	2,274,524	2,877,133	3,524,752
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์สุทธิ	-	-	-	-	-	-
ค่าตกแต่งร้าน	80,000	-	-	-	-	-
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน	35,430	28,344	21,258	14,172	7,086	0
ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ	23,675	18,940	14,205	9,470	4,735	0
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	139,105	47,284	35,463	23,642	11,821	0
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>139,105</b>	<b>1,266,555</b>	<b>1,798,496</b>	<b>2,370,816</b>	<b>2,985,701</b>	<b>3,645,537</b>

ตารางที่ 18 ประมาณการงบดุล (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	135,977	146,158	156,338	167,069	178,401
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	135,977	146,158	156,338	167,069	178,401
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	135,977	146,158	156,338	167,069	178,401

ตารางที่ 18 ประมาณการงบดุล (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนของเจ้าของ	84,105	715,895	800,000	800,000	800,000	800,000
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	515,100	555,545	595,984	638,609	683,619
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>84,105</b>	<b>1,230,995</b>	<b>1,355,545</b>	<b>1,395,984</b>	<b>1,438,609</b>	<b>1,483,619</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>84,105</b>	<b>1,366,972</b>	<b>1,501,703</b>	<b>1,552,322</b>	<b>1,605,678</b>	<b>1,662,020</b>

## การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

## ตารางที่ 19 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการวิเคราะห์	หน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>การวัดสภาพคล่องทางการเงิน</b>						
อัตราส่วนหมุนเวียน	เท่า	5.90	7.65	9.32	10.90	12.40
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว	เท่า	5.90	7.65	9.32	10.90	12.40
<b>การวัดความสามารถในการดำเนินงาน</b>						
อัตรากาหมุนสินทรัพย์ถาวร	รอบ	34.59	64.67	90.54	142.59	299.44
อัตราหมุนของสินทรัพย์รวม	รอบ	4.47	4.39	3.95	3.32	2.66
<b>การวัดความสามารถในการชำระหนี้</b>						
อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	%	0.16	0.13	0.11	0.09	0.08
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	%	0.16	0.43	0.43	0.43	0.43
อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้	เท่า	-	-	-	-	-
<b>การวัดความสามารถในการบริหารงาน</b>						
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	%	0.54	0.43	0.35	0.30	0.27
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	%	0.55	1.43	1.43	1.43	1.43
อัตรากำไรขั้นต้น	%	0.51	0.52	0.52	0.52	0.52
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	%	0.31	0.32	0.32	0.33	0.34
อัตรากำไรสุทธิ	%	0.22	0.22	0.23	0.23	0.24
<b>ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน</b>						
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)		867,708.68				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)		97%				
ระยะเวลาคืนทุน		8 เดือน 16 วัน				

**บทที่ 9**  
**แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง**

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงเป็นการแสดงแผนการป้องกันความเสี่ยง จากการประเมินถึงความเสี่ยงด้านต่างๆที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ หรือแผนฉุกเฉินของธุรกิจต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นนั้นตามที่คาดคะเนไว้ โดยการประเมินความเสี่ยงตามแผนบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต แผนการเงิน โดยอาจจะพิจารณากำหนดจากส่วนที่เป็นจุดอ่อนหรือปัญหาของธุรกิจ

ตารางที่ 20 แสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไขปัญหา
1	ยอดขายของกิจการไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้	- ผลกำไรของกิจการลดลง ส่งผลให้เกิดสภาวะการขาดทุนได้ ซึ่งหากไม่มีการแก้ไขจะทำให้กิจการดำเนินงานต่อไปไม่ได้	- กระตุ้นยอดขายโดยการลดราคา - ทำการเพิ่มตลาดเป้าหมาย ให้มีกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้น
2	จำนวนสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ	- ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ จึงหันไปซื้อสินค้าทดแทน - อาจเกิดความวุ่นวายไม่เชื่อมั่นทางการค้าของกิจการ	- กิจการจะมีการคาดการณ์จำนวนสินค้าเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคตามช่วงเวลา เช่น ในช่วงวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ จะมีผู้คนมาเที่ยวมากกว่าวันอื่นๆ กิจการจะมีการสำรองสินค้าเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการ - พนักงานขายต้องสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี เช่น มีการนำเสนอสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียง

ตารางที่ 20 แสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง (ต่อ)

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไขปัญหา
3	ผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย	- เมื่อผลิตภัณฑ์ที่มีเสนอขายต่อผู้บริโภคมีน้อย ทำให้ผู้บริโภคซื้อได้น้อยตามไปด้วย เนื่องจากยังไม่ได้รับการตอบสนองที่เต็มที่	- กิจการจะมีการคิดค้นสินค้าแบบใหม่ๆ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งอาจมีการใช้วิธีการต่างๆ เช่น การสอบถาม ใช้แบบสอบถาม เป็นต้น
4	พนักงานขายให้บริการไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า	- ลูกค้าเกิดทัศนคติไม่ดีต่อทางร้าน ซึ่งลูกค้าอาจไม่มาซื้อสินค้าอีก - ลูกค้าพูดปากต่อปากถึงการบริการที่ไม่ดี ไม่ประทับใจ	- สร้างความจงแก่พนักงานขาย ให้เขารู้สึกว่าเป็นกิจการของตนเอง จะได้เกิดการกระตือรือร้นในการขาย - สร้างพฤติกรรมใหม่ๆ โดยใช้ความอ่อนน้อม สุภาพ บริการด้วยความใจเย็น แก่ตัวพนักงาน
5	เกิดการลอกเลียนแบบสินค้า	- ลูกค้าสับสนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ - กำไรลดลง	- สร้างความเข้าใจแก่ลูกค้า ให้เขาทราบว่าสินค้าของกิจการเป็นสินค้าที่ดี มีรสชาติหอมหวานเป็นเอกลักษณ์ และเน้นความสะอาด
6	สถานะเศรษฐกิจตกต่ำ	- ยอดขายลดลงทำให้มีต้นทุนที่สูงขึ้น	- กิจการจะมีการลดกำไรต่อหน่วยให้ต่ำลง เพื่อคงราคาเดิมไว้ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในจำนวนหน่วยที่เพิ่มขึ้น เป็นการรักษารายได้ของกิจการไว้

### บรรณานุกรม

- กระทรวงพาณิชย์ . รายงานดัชนีราคาผู้บริโภคเดือนตุลาคม 2553[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.moneychannel.co.th/MoneyChannel>.
- จังหวัดสมุทรสงคราม . เศรษฐกิจของจังหวัดจังหวัดสมุทรสงคราม [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.samutsongkhram.go.th/2011V2/economy.html>.
- เวณิกา เบ็ญจพงษ์ . น้ำตาลมะพร้าว [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.doctor.or.th/node/1757>.
- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร . อุตสาหกรรมน้ำตาลและขนมหวานจากน้ำตาล [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://fic.nfi.or.th/th/thaifood/product52-sugar.asp>.
- สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดลงทุนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย . การวิเคราะห์งบการเงิน . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) , 2549.
- องค์กรเศรษฐกิจมหภาค . รายงานเศรษฐกิจและการเงินเดือนพฤศจิกายน 2553[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.moneychannel.co.th/MoneyChannel>.





ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ลูกอมและขนมหวานจากน้ำตาล

สถานการณ์การส่งออกลูกอมและขนมหวานจากน้ำตาลปี 2551 ส่งออกในปริมาณทั้งสิ้น 41,237.39 เมตริกตัน เป็นมูลค่า 4,116.06 ล้านดอลลาร์ ซึ่งทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออกขยายตัวจากปี 2550 คิดเป็นร้อยละ 25.8 และ 46.6 ตามลำดับ ตลาดหลักได้แก่ญี่ปุ่น กัมพูชา มาเลเซีย สหรัฐอเมริกาและลาว

ในปี 2551 นับเป็นปีสำหรับลูกกวาดที่มีตัวยาผสม หรือ medicated confectionery ซึ่งได้แก่เม็ดอมบรรเทาอาการเจ็บคอ หรือปัญหากริ่นปาก โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าสูงถึงร้อยละ 7 จากปีก่อน และสูงที่สุดเมื่อเทียบกับสินค้ากลุ่มลูกอม ขนมหวานจากน้ำตาลอื่นๆ อีกทั้งมีราคาต่อหน่วยที่สูงขึ้นจากการเพิ่มคุณสมบัติพิเศษ และต้นทุนส่วนผสมที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาน้ำตาลในประเทศ

ภาพรวมของลูกอมและขนมหวานจากน้ำตาลในประเทศ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าสูงขึ้นกว่าปี 2550 คิดเป็นร้อยละ 4 ด้วยมูลค่ากว่า 6.4 พันล้านบาท ในส่วนของตัวเลขคาดการณ์จากอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ซึ่งคงที่ในระดับร้อยละ 4 ทำให้คาดว่าในปี 2556 จะมีมูลค่าแตะที่ระดับ 7.8 พันล้านบาท

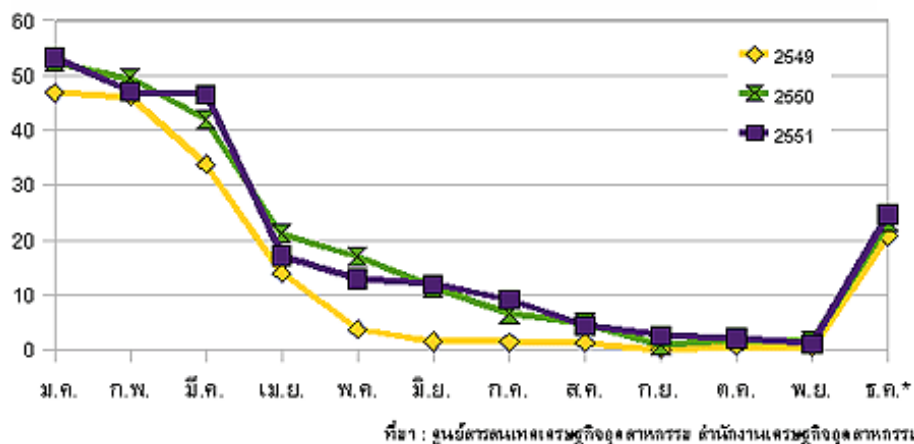
**ผลิตภัณฑ์ส่งออกที่สำคัญ** – หมากฝรั่ง ลูกอมที่มีตัวยาผสม (medicated confectionery) และ ช็อกโกแลตขาว

**ผู้ผลิตลูกอมและขนมหวานจากน้ำตาลรายใหญ่** - พิจารณาจากส่วนแบ่งมูลค่าการค้าปลีกในปี 2550 สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สภาวะการผลิต

อัตราการใช้จ่ายการผลิตของอุตสาหกรรมน้ำตาล



ลักษณะของเส้นกราฟอัตราการใช้กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมการผลิตน้ำตาลสะท้อนให้เห็นถึงการใช้กำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นในช่วงฤดูการหีบอ้อย ซึ่งเริ่มเปิดฤดูกาลหีบอ้อยตั้งแต่เดือนธันวาคม และทยอยปิดหีบตั้งแต่ต้นเดือนพฤษภาคมของปีถัดไป จนมีอัตราการผลิตต่ำสุดในช่วงเดือนกันยายน-พฤศจิกายนของทุกปี ซึ่งในช่วงเดือนมีนาคม 51 มีอัตราการใช้กำลังการผลิตที่สูงกว่าในช่วงเดียวกันของปี 50 เนื่องจากมีปริมาณอ้อยป้อนเข้าสู่โรงหีบมากขึ้นถึงประมาณร้อยละ 59.4 อุตสาหกรรมการผลิตน้ำตาลเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิตและดัชนีการส่งสินค้าเพิ่มขึ้น โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยที่ประมาณ 19.4 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยหรือประมาณร้อยละ 0.2 จากปีก่อน ส่วนดัชนีการส่งสินค้าเฉลี่ยสูงขึ้นจากปีก่อนประมาณร้อยละ 11

สถานการณ์อ้อยและน้ำตาลในปี 2552 ก่อนข้างมีปัญหาน้อยกว่าสินค้าพืชเกษตรอื่นๆ ซึ่งระดับราคามีการปรับตัวลดลงมากเมื่อเทียบกับปี 2551 ที่ผ่านมา ราคาอ้อยขึ้นต้นในปี 2552 ภาครัฐกำหนดไว้ในระดับ 830 บาทต่อตัน เทียบกับราคาอ้อยขึ้นต้นที่ผ่านมาที่ระดับ 600 บาท/ตัน อ้อย บวกกับการช่วยเหลือจากภาครัฐ ชาวไร่อ้อยจะได้รับเงินเพิ่มพิเศษรวมเป็น 807 บาท/ตันอ้อย ซึ่งถือเป็นระดับที่ค่อนข้างสูง หากพิจารณาจากราคาน้ำตาลโลกในขณะนี้ที่ตกต่ำจากปี 2551 อยู่มาก หรืออาจกล่าวได้ว่า อ้อยเป็นพืชเกษตรเพียงตัวเดียวที่ยังคงมีราคาจำหน่ายสูงกว่าปีที่ผ่านมา

ภาวะตลาดน้ำตาลในปี 2552 นี้คาดว่า ตลาดน้ำตาลในประเทศคงจะไม่สดใสทั้งจากปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงจนส่งผลต่อการความต้องการบริโภคน้ำตาลของทั้งภาคประชาชนและภาคอุตสาหกรรมมีแนวโน้มปรับลดลง ซึ่งในส่วนของภาคประชาชนหรือการบริโภคน้ำตาลโดยตรง ได้แก่ การใช้ประกอบอาหารประจำวัน การเติมน้ำตาลในเครื่องดื่มและในอาหารต่างๆ เพื่อการปรุงรส รวมทั้งผู้ประกอบการอาหารและขนมรายย่อย คาดว่าจะปรับลดลงในสัดส่วนที่น้อยกว่าการบริโภคน้ำตาลในภาคอุตสาหกรรม ทั้งนี้เนื่องจากส่วนใหญ่ใช้น้ำตาลใน

ระดับที่จำเป็นในชีวิตประจำวันแล้ว ซึ่งในภาคอุตสาหกรรมที่ใช้น้ำตาลเป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศและส่งออก เช่น อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์นม อาหาร ยา ลูกกวาด เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากกำลังซื้อของประชาชนที่ปรับลดลง ส่งผลให้ประชาชนชะลอหรือปรับลดพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่มีน้ำตาลเป็นส่วนผสมทั้งอาหารและเครื่องดื่มลดลง

### ปัญหาอุปสรรคทางการค้า

1. แนวโน้มปัญหาหลักลอบนำเข้าน้ำตาลจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกัน อาทิ มาเลเซีย ลาว กัมพูชาและพม่าจะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากราคาน้ำตาลในตลาดโลกปรับตัวลดลงตามปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ในขณะที่ภาครัฐของไทยกำหนดราคาไว้ในระดับที่สูงเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ส่งผลให้ราคาจำหน่ายน้ำตาลในประเทศสูงกว่าราคาน้ำตาลในตลาดโลก
2. ความต้องการบริโภคน้ำตาล ทั้งภาคประชาชนและภาคอุตสาหกรรมมีแนวโน้มปรับตัวลดลงจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย
3. ราคาน้ำตาลในตลาดโลกปรับตัวลดลง อันเป็นผลจากผลผลิตจากประเทศผู้ผลิตน้ำตาลหลายรายปรับตัวลดลงตามภาวะภัยธรรมชาติ รวมทั้งการลดพื้นที่เพาะปลูกอ้อยเพื่อหันไปปลูกพืชชนิดอื่นที่มีราคาดีกว่า อาทิ สหรัฐฯ จีน อินเดีย ฟิลิปปินส์ รวมทั้งไทยและออสเตรเลีย
4. เกษตรกรไม่พอใจราคาอ้อยขั้นต้น แม้ว่าภาครัฐฯ จะกำหนดราคาอ้อยขั้นต้น ฤดูกาลผลิตปี 2551/52 ไว้ที่ระดับ 830 บาท/ตันอ้อย ณ ระดับความหวาน 10 ซีซีเอส1 ซึ่งถือเป็นระดับราคาสูงสุดในรอบ 20 ปี นับตั้งแต่ได้ออกพระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ. 2527 เป็นต้นมา แต่ชาวไร้อ้อยเห็นว่าราคาดังกล่าวยังไม่คุ้มกับต้นทุนการผลิตที่อยู่ในระดับสูงถึงประมาณ 950 บาท/ตันอ้อย อันเป็นผลจากปัจจัยการผลิต ทั้งปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช และต้นทุนด้านพลังงานที่ใช้ในช่วงต้นฤดูการเพาะปลูกช่วงปี 2551 ราคายังคงอยู่ในระดับสูง แต่เมื่อเทียบกับราคาในตลาดโลกแล้วราคาอ้อยขั้นต้นของภาครัฐถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

## สถิติอุตสาหกรรมการผลิตน้ำตาลที่สำคัญของไทยปี 2551

รายการ	ปริมาณรวมปี 2551* : ตัน		
	น้ำตาลดิบ	น้ำตาลทรายขาว	น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์
ผลิต	3,501,786.70	1,400,763.98	1,763,742.03
บริโภค	-	1,461,107.54	661,724.18
ส่งออก	2,550,838.71	355,791.28	1,628,248.39
* หมายเหตุ : ข้อมูล ม.ค.-พ.ย. 51			
ที่มา : สำนักนโยบายอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย สอน. (29 มกราคม 2552)			

## การนำเข้าและส่งออกสินค้าน้ำตาล ลูกอมและขนมหวานจากน้ำตาล ปี 2551

สินค้า	นำเข้า		ส่งออก	
	ตัน	ล้านบาท	ตัน	ล้านบาท
น้ำตาลทรายแดง	18.55	0.46	396.29	6.26
น้ำตาลที่ได้จากอ้อย อื่นๆ	504.68	4.67	246,712.68	2,125.36
น้ำตาลดิบ-ที่เติมสาร ปรุงกลิ่นรสหรือสาร แต่งสี	213.7	8.57	1,800.26	22.17
น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์- อื่นๆ	2,545.29	34.44	1,706.59	24.77
รวมน้ำตาลทั้งหมด	12,886.19	156.1	375,428.37	2,586.31
ขนมที่ทำจากน้ำตาล อื่นๆ	7,524.35	810.51	33,676.25	2,625.04

การนำเข้าและส่งออกสินค้าน้ำตาล ลูกอมและขนมหวานจากน้ำตาล ปี 2551 (ต่อ)

สินค้า	นำเข้า		ส่งออก	
	ตัน	ล้านบาท	ตัน	ล้านบาท
หมากฝรั่งจะเคลือบ น้ำตาลหรือไม่ก็ตาม	2,207.44	364.19	4,828.03	1,134.12
ลูกกวาดที่มีตัวผสม	228.05	44.56	2,733.05	356.88
ช็อกโกแลตขาว	117.67	29.9	0.06	0.02
รวมลูกอมและขนม หวานจากน้ำตาล ทั้งหมด	10,077.51	1,249.16	41,237.39	4,116.06



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวอำพร คชนทร

ที่อยู่ 13/2 หมู่3 ตำบลท่าคา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสงคราม 75110

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2544 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนเทพสุวรรณชาญวิทยา

พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนเทพสุวรรณ  
ชาญวิทยา

พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวเสาวรส ชูช่วย

ที่อยู่ 15/3 หมู่ 7 ตำบลร่อนทอง อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77230

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2544 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนบ้านวังน้ำเขียว

พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนหัวหิน

พ.ศ. 2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี