



แผนธุรกิจ น้ำดื่ม ตรา Healthy



โดย
นางสาวศมกมล มณฑามณี
นางสาวสุรางคณา วงศ์วิเชียร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2554

แผนธุรกิจ น้ำดื่ม ตรา Healthy



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจการผลิตน้ำดื่มตรา Healthy เสนอโดยนางสาวสมกมล มณฑามณี และนางสาว
สุรางคณา วงศ์วิเชียร มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทาง
ธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ



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

อาจารย์ที่ปรึกษา
อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัตต์
คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์กัญญา)

ผลงานวิจัยนักรักศึกษา ระดับปริญญาตรี

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัตต์)
..... / /

..... กรรมการ
(อาจารย์ ภาวิณี กาญจนภา)
..... / /

12510157, 12510184: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ / ผู้ประกอบการ / ความสำเร็จของการประกอบการ

สมกมล มณฑาณิน และสุรางคณา วงศ์วิเชียร: แผนธุรกิจน้ำดื่มตรา Healthy อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 62 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

กิจการประกอบธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม ทั้งน้ำดื่มบรรจุขวด บรรจุแก้วและน้ำดื่มบรรจุถัง ตั้งอยู่บริเวณตำบลศาลาลัย อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งธุรกิจของเราออกผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุภาชนะภายใต้ตรา Healthy โดยใช้กรรมวิธีการผลิตระบบรีเวอร์สออสโมซิส ซึ่งสามารถกรองน้ำได้สะอาด บริสุทธิ์ ปราศจากเชื้อโรค ถูกหลักอนามัยได้รับมาตรฐานการผลิตน้ำดื่มจากกระทรวงสาธารณสุขว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสะอาด ปลอดภัย โดยปัจจุบันตลาดของน้ำดื่มบรรจุภาชนะเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงในระดับท้องถิ่นระดับราคาของผลิตภัณฑ์แบ่งตามขนาด ดังนี้ น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใส (ขวดPET) ขนาด 500 มิลลิลิตร ราคาโหลละ 45 บาท, น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกขุ่นขนาด 850 มิลลิลิตร ราคาโหลละ 32 บาท, น้ำดื่มบรรจุถังขนาด 20 ลิตร ราคาถังละ 8 บาท, น้ำดื่มบรรจุแก้วพลาสติกขนาด 220 มิลลิลิตร บรรจุถังละ 48 แก้ว ราคาถังละ 70 บาท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเครื่องดื่มมากที่สุดคือ ร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ต และซูเปอร์สโตร์ นอกจากนี้จะมีการขายโดยจำหน่ายผ่านคนกลางเพื่อกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคให้ทั่วถึง เพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและสนับสนุนพฤติกรรมในการบริโภคน้ำดื่มอย่างต่อเนื่อง มีการขายผ่านทางหน้าร้านและมีรถบริการส่งน้ำถึงที่พักอาศัย สำนักงาน โรงงานอีกด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาดทางบริษัทได้จัดทำการส่งเสริมการตลาดแบบครบวงจรเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด ผ่านสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แจกใบปลิว เป็นต้น ด้านเงินลงทุนเงินลงทุนของกิจการเท่ากับ 6,685,000 บาท เป็นเงินลงทุนของเจ้าของกิจการทั้งหมด 2 คน โดยมีค่าเครื่องจักรอุปกรณ์ 400,000 บาท ค่าปลูกสร้างอาคาร/สำนักงาน 400,000 บาท ค่ายานพาหนะ 400,000 บาท ค่าเครื่องใช้สำนักงาน 5,000 บาท ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน 5,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้จ่ายในกิจการ เท่ากับ 475,000 บาท

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา 1. 2.

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์หลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา และชี้แนะแนวทางในการจัดทำรวมถึงข้อคิดเห็นพร้อมทั้งความรู้ในเรื่องการทำแผนธุรกิจ ตลอดจนได้กรุณาตรวจสอบแก้ไขแผนธุรกิจให้ถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีตลอดมา

ที่ได้ให้คำแนะนำข้อแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้แผนธุรกิจนี้มีความสมบูรณ์และถูกต้องยิ่งขึ้น ไปอีกผู้เขียนใคร่ขอขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ ท่านประธานกรรมการ และคณะกรรมการทุกท่านที่คอยสั่งสอนให้ความรู้แก่ผู้เขียน

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดรูปแบบ และแผนการเงินในการทำแผนธุรกิจ คอยให้กำลังใจ และเมื่อมีปัญหา ก็คอยช่วยเหลือ

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ผู้เขียนได้ศึกษาอยู่ ณ ที่นี้และเจ้าหน้าที่ทุกๆ ท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้เขียนมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า แผนธุรกิจฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้สนใจ และหากมีข้อผิดพลาดประการใดในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้เขียนขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทสรุปผู้บริหาร | ก |
| กิตติกรรมประกาศ | ง |
| สารบัญตาราง | ช |
| สารบัญภาพ | ฉ |
| บทที่ | |
| 1 บทสรุปผู้บริหาร | 1 |
| 2 ความเป็นมาของธุรกิจ | 2 |
| วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ | 2 |
| ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ | 2 |
| รายชื่อเจ้าของกิจการและสัดส่วนในการถือครองของห้างหุ้นส่วน | 3 |
| ประวัติของหุ้นส่วน | 3 |
| ประโยชน์ของโครงการที่มีต่อเศรษฐกิจ | 4 |
| ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน | 5 |
| 3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด | 6 |
| ภาพรวมของอุตสาหกรรมและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรม | 6 |
| มาตรฐานในการประกอบการในอุตสาหกรรม | 7 |
| นโยบายสนับสนุนจากรัฐ | 8 |
| สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ | 11 |
| การวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT ANALYSIS | 14 |
| ผลการวิเคราะห์การแข่งขันโดยใช้แบบจำลอง 5 Force's model | 16 |
| 4 แผนบริหารจัดการ | 18 |
| ข้อมูลธุรกิจ | 18 |
| รูปแบบการบริหาร | 19 |
| วิสัยทัศน์ | 20 |
| พันธกิจ | 20 |
| วัตถุประสงค์ | 20 |

| บทที่ | หน้า |
|---|-----------|
| 5 แผนการตลาด | 21 |
| รายละเอียดธุรกิจ | 21 |
| กลุ่มเป้าหมาย | 22 |
| ส่วนผสมทางการตลาด | 23 |
| 6 แผนการผลิต | 28 |
| ทำเลที่ตั้ง | 28 |
| โครงสร้างโรงงานผลิตน้ำดื่ม | 29 |
| สถานที่ตั้งและอาคารผลิต | 29 |
| เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต | 30 |
| กำลังการผลิต | 30 |
| กรรมวิธีการผลิตน้ำดื่ม | 30 |
| ขั้นตอนการผลิตน้ำดื่ม | 31 |
| วัตถุดิบ | 32 |
| 7 แผนการเงิน | 33 |
| เงินลงทุน | 33 |
| การคำนวณรายได้ | 34 |
| การคำนวณต้นทุนวัตถุดิบ | 35 |
| การคำนวณค่าแรง | 37 |
| การคำนวณค่าใช้จ่ายอื่นๆ | 38 |
| การคำนวณค่าเสื่อมราคา | 39 |
| รายละเอียดการคำนวณเงินทุนหมุนเวียน | 40 |
| ประมาณการงบกำไรขาดทุน | 41 |
| ประมาณการงบกระแสเงินสด | 42 |
| ประมาณการงบดุล | 44 |
| อัตราส่วนทางการเงิน | 45 |
| 8 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ | 46 |
| 9 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง | 47 |

| | หน้า |
|--|------|
| บรรณานุกรม | 49 |
| ภาคผนวก | 50 |
| ภาคผนวก ก เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตน้ำดื่ม | 50 |
| ภาคผนวก ข ระบบรีเวอร์สออสโมซิส (Reverse Osmosis) | 59 |
| ประวัติผู้ศึกษา | 61 |



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 1 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน | 5 |
| 2 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ | 21 |
| 3 เงินลงทุน..... | 33 |
| 4 การคำนวณรายได้ | 34 |
| 5 การคำนวณต้นทุนวัตถุดิบ | 35 |
| 6 การคำนวณค่าแรง | 37 |
| 7 การคำนวณค่าใช้จ่ายอื่นๆ | 38 |
| 8 การคำนวณค่าเสื่อมราคา | 39 |
| 9 รายละเอียดการคำนวณเงินทุนหมุนเวียน | 40 |
| 10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน | 41 |
| 11 ประมาณการงบกระแสเงินสด | 42 |
| 12 ประมาณการงบดุล | 44 |
| 13 อัตราส่วนทางการเงิน | 45 |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|---|------|
| 1 แผนผังองค์กรของธุรกิจน้ำดื่ม ตรา Healthy | 19 |
| 2 โลโก้ผลิตภัณฑ์ | 24 |
| 3 แผนที่ตั้งของกิจการผลิตน้ำดื่มตรา Healthy | 28 |
| 4 โครงสร้างโรงงานผลิตน้ำดื่ม | 29 |
| 5 ขั้นตอนการผลิตน้ำดื่ม | 31 |



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร

กิจการประกอบธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม ทั้งน้ำดื่มบรรจุขวด บรรจุแก้วและน้ำดื่มบรรจุถัง ตั้งอยู่บริเวณตำบลศาลาลาย อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งธุรกิจของเราออกผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุภาชนะภายใต้ตรา Healthy โดยใช้กรรมวิธีการผลิตระบบรีเวอร์สออสโมซิส ซึ่งสามารถกรองน้ำได้สะอาด บริสุทธิ์ ปราศจากเชื้อโรคถูกหลักอนามัยได้รับมาตรฐานการผลิตน้ำดื่มจากกระทรวงสาธารณสุขว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสะอาดปลอดภัย โดยปัจจุบันตลาดของน้ำดื่มบรรจุภาชนะเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงในระดับท้องถิ่นระดับราคาของผลิตภัณฑ์แบ่งตามขนาดดังนี้ น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก (ขวดPET) ขนาด 500 มิลลิลิตรราคาโหลละ 45 บาท, น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกขนาด 850 มิลลิลิตร ราคาโหลละ 32 บาท, น้ำดื่มบรรจุถังขนาด 20 ลิตร ราคาถังละ 8 บาท, น้ำดื่มบรรจุแก้วพลาสติกขนาด 220 มิลลิลิตร บรรจุถังละ 48 แก้ว ราคาถังละ 70 บาท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเครื่องดื่มมากที่สุด คือ ร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ต และซูเปอร์สโตร์ นอกจากนี้จะมีการขายโดยจำหน่ายผ่านคนกลางเพื่อกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคให้ทั่วถึงเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและสนับสนุนพฤติกรรมในการบริโภคน้ำดื่มอย่างต่อเนื่อง มีการขายผ่านทางหน้าร้านและมีรถบริการส่งน้ำถึงที่พักอาศัย สำนักงาน โรงงานอีกด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาดทางบริษัทได้จัดทำส่งเสริมการตลาดแบบครบวงจรเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุดผ่านสื่อวิทยุหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แจกใบปลิว เป็นต้น ด้านเงินลงทุน เงินลงทุนของกิจการเท่ากับ 1,685,000 บาท เป็นเงินลงทุนของเจ้าของกิจการทั้งหมด 2 คน โดยมีค่าเครื่องจักรอุปกรณ์ 400,000 บาท ค่าปลูกสร้างอาคาร/สำนักงาน 400,000 บาท ค่ายานพาหนะ 400,000 บาท ค่าเครื่องใช้สำนักงาน 5,000 บาท ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน 5,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้จ่ายในกิจการ เท่ากับ 475,000 บาท

บทที่ 2

ความเป็นมาของกิจการ

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจน้ำดื่มตรา Healthy จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน
2. เพื่อการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงาน
3. เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยนำแผนฉุกเฉินไปประยุกต์ใช้

ประวัติและความเป็นมาของกิจการ

กิจการประกอบธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม น้ำดื่มตรา Healthy ก่อตั้งขึ้นโดยสมาชิกดังนี้ นางสาวศมกมล มณฑาภิ, นางสาวสุรางคณา วงศ์วิเชียร โดยเล็งเห็นโอกาสที่จะเข้าสู่ธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม เนื่องจากน้ำมีความจำเป็นต่อร่างกายของมนุษย์ ช่วยให้อวัยวะต่างๆของร่างกายทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและสมดุล ซึ่งการจัดการน้ำดื่มในอดีตเป็นเรื่องไม่ยุ่งยาก เช่น ได้จากการกรองน้ำฝน น้ำจากแม่น้ำลำคลองซึ่งอาจนำมาดื่มได้โดยตรง แต่จากยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปสภาพสังคมและเศรษฐกิจมีการขยายตัว ประชากรมีจำนวนเพิ่มขึ้น โรงงานอุตสาหกรรมขยายตัวออกไปในทุกพื้นที่ ส่งผลให้คุณภาพของแหล่งน้ำเหล่านี้เสื่อมโทรมลงจนไม่เหมาะที่จะนำมาบริโภค ซึ่งในปัจจุบันปัญหามลภาวะที่เป็นพิษทั้งในอากาศและแม่น้ำลำคลองรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การจัดหาเครื่องดื่มยุ่งยากมากขึ้น ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี น้ำดื่มบรรจุภาชนะจึงก้าวเข้ามาเป็นบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น จึงได้มีการผลิตน้ำดื่มบรรจุภาชนะออกมาจำหน่ายอย่างแพร่หลายและมีการโฆษณาให้ผู้บริโภคเชื่อว่าเป็นน้ำดื่มที่สะอาด ปลอดภัย ผู้บริโภคจึงหันมานิยมบริโภคน้ำดื่มบรรจุภาชนะกันมากขึ้น

การทำธุรกิจน้ำดื่มจะประสบกับปัญหาคู่แข่งชั้นทางการค้าที่มีการแข่งขันกันสูงในระดับท้องถิ่น ธุรกิจน้ำดื่ม ตรา Healthy จะมีผลิตภัณฑ์อยู่ 4 ชนิด ดังนี้

1. น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใส (ขวดPET) ขนาด 500 มิลลิลิตร
2. น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกขุ่นขนาด 850 มิลลิลิตร

3. น้ำดื่มบรรจุถังขนาด 20 ลิตร

4. น้ำดื่มบรรจุแก้วพลาสติกขนาด 220 มิลลิลิตร

เพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้เลือกในการบริโภคตามที่ลูกค้าต้องการ ขณะนี้ธุรกิจน้ำดื่ม ตรา Healthy ได้ทำการเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจคือในบริเวณอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากเป็นแหล่งชุมชนและมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ซึ่งทางธุรกิจน้ำดื่ม ตรา Healthy คาดว่าหากเปิดกิจการในบริเวณนี้จะสามารถสร้างรายได้ให้ธุรกิจได้ โดยทางกลุ่มของเราได้ดำเนินการดังนี้

1. หาสถานที่ตั้งโรงงานผลิต
2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตน้ำดื่ม
3. ศึกษารายละเอียดกระบวนการผลิต

รายชื่อเจ้าของกิจการและสัดส่วนในการถือครองของหุ้นส่วน

- ก. 1. นางสาวศมกมล มณฑามณี สัดส่วนในการถือครอง 50%
- ข. 2. นางสาวสุรางคนา วงศ์วิเชียร สัดส่วนในการถือครอง 50%

ประวัติของหุ้นส่วน

1. นางสาวศมกมล มณฑามณี อายุ 22 ปี

จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนโยธินบูรณะ ในปี พ.ศ. 2551

ระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร ในปี พ.ศ. 2555

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2554 ที่ บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) แผนกบัญชี

2. นางสาวสุรางคนา วงศ์วิเชียร อายุ 22 ปี

จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนอุทัยวิทยาคม ในปี พ.ศ. 2551

ระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร ในปี พ.ศ. 2555

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2554 ที่ Thai AirAsia Co., Ltd แผนก Customer Experience Department

ประโยชน์ของโครงการที่มีต่อเศรษฐกิจ

1. สนับสนุนให้ประชาชนหันมาดูแลใส่ใจสุขภาพด้วยการดื่มน้ำบริสุทธิ์เพื่อสุขภาพ เนื่องจากไม่มีสารเจือปน
2. ส่งเสริมให้ประชาชนในสังคมรู้จักการประหยัด เพราะการดื่มน้ำจะช่วยให้เกิดการประหยัด เนื่องจากมีราคาถูกกว่าเครื่องดื่มนชนิดอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย
3. สร้างงานให้ประชาชนในท้องถิ่น เพื่อลดปัญหาการว่างงาน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

| การดำเนินงาน | ระยะเวลาดำเนินการ | | | | | | | | | | |
|--|-------------------|------|-------|-------|------|-------|------|------|------|------|------|
| | ม.ค. | ก.พ. | มี.ค. | เม.ย. | พ.ค. | มิ.ย. | ก.ค. | ส.ค. | ก.ย. | ต.ค. | พ.ย. |
| 1. ประชุมก่อตั้ง กิจการ | ↔ | | | | | | | | | | |
| 2. จัดหาที่ตั้ง โรงงาน/ สำนักงาน | | ↔ | | | | | | | | | |
| 3. ปรับปรุงพื้นที่/ ก่อสร้าง โรงงาน/ สำนักงาน | | | | | | | | | | | |
| 4. จัดหา เครื่องจักรและ สั่งซื้อ | | | | | | ↔ | | | | | |
| 5. รับสมัคร พนักงาน | | | | | | | | | ↔ | | |
| 6. ติดตั้ง เครื่องจักร | | | | | | | | | ↔ | | |
| 7. หาแหล่ง วัตถุดิบและ สั่งซื้อ | | | | | | | | | | ↔ | |
| 8. ฝึกอบรม พนักงาน/ ทดลอง เครื่องจักร | | | | | | | | | | | ↔ |
| 9. เปิดกิจการ | | | | | | | | | | | ↔ |

รวมระยะเวลาดำเนินการ 11 เดือน

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

ภาพรวมของอุตสาหกรรมและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรม

ในการดำเนินธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม ในพื้นที่ตำบลศาลาลย์ อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีลักษณะพิเศษคือ แหล่งน้ำที่มีไว้สำหรับบริโภคมีน้อย น้ำประปาเข้าไม่ถึง ทำให้ชาวบ้านบริเวณนี้มีความจำเป็นที่จะต้องซื้อน้ำบริโภค ซึ่งธุรกิจของกิจการจะประกอบไปด้วยการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวด น้ำดื่มบรรจุถัง น้ำดื่มบรรจุแก้วและมีบริการจัดส่งน้ำถึงบ้านอีกด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกและจัดเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถทำให้ผู้บริโภคสนใจที่จะมาใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของกิจการ

ด้านภาพรวมของอุตสาหกรรมการผลิตน้ำดื่ม เนื่องจากสภาพอากาศของประเทศไทยที่มีสภาพอากาศร้อนชื้น ส่งผลให้ความต้องการเครื่องดื่ม เพื่อช่วยดับกระหายคลายร้อนเพิ่มสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นน้ำดื่มบรรจุขวด น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เป็นต้น โดยเฉพาะน้ำดื่มบรรจุขวดมีข้อได้เปรียบทางด้านราคาที่ไม่สูงจนเกินไป ในขณะที่เดียวกัน น้ำดื่มบรรจุขวดยังเป็นสินค้าที่เหมาะสมสำหรับผู้เน้นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพราะไม่มีสารปรุงแต่งอื่นๆ การผลิตน้ำดื่มมีแนวโน้มขยายตัวได้อีกมากจากหลายปัจจัย เช่น ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งน้ำธรรมชาติ ตามการพัฒนาทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม แต่ก่อนแหล่งน้ำต่างๆ สามารถนำมาใช้เพื่ออุปโภคและบริโภคได้ ถ้าปัจจุบันมลภาวะจากแหล่งต่างๆ เช่น โรงงานอุตสาหกรรม รถยนต์ เป็นต้น ทำให้แหล่งน้ำมีภาวะปนเปื้อน รวมถึงจำนวนประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการเข้ามาในตลาดนี้สูงถึงร้อยละ 20-30 ต่อปี ซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม คือ ทำให้ธุรกิจของกิจการมีคู่แข่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลภาวะเศรษฐกิจและสังคมระดับครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าครัวเรือนของไทยหันมาพึ่งพาน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นแหล่งน้ำสำหรับบริโภคเพิ่มขึ้นเป็นลำดับจากร้อยละ 7.9 ของแหล่งน้ำที่ใช้บริโภคทั้งหมดในปี 2535 เพิ่มขึ้นมาเป็นร้อยละ 15.1 ร้อยละ 21.9 ในปี 2539 และปี 2545 ตามลำดับ ส่วนในปี 2547 ที่ผ่านมาน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นแหล่งน้ำที่ครัวเรือนของไทยพึ่งพาใช้บริโภคคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.7 ในขณะที่น้ำบ่อและน้ำบาดาลสาธารณะที่แหล่งน้ำธรรมชาติซึ่งครัวเรือนไทยเคยพึ่งพาอาศัยก็เริ่มลดสัดส่วนลงจากร้อยละ 35.1 ในปี 2535 เหลือร้อยละ 20.6 และร้อยละ 12 ในปี 2539 และปี 2545 ตามลำดับ ส่วนในปี 2547 ที่ผ่านมากครัวเรือนไทยมีการพึ่งพาแหล่งน้ำดังกล่าวเพื่อการบริโภคในสัดส่วนที่ลดลงเหลือ

เพียงประมาณร้อยละ 12.2 และจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นส่งผลให้ปริมาณความต้องการบริโภค น้ำดื่มบรรจุขวดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและทำให้มูลค่าตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดมีสูงถึงประมาณ 7,000 ล้านบาท ในปัจจุบันโดยมีผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วประเทศกว่า 2,000 ราย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรายเล็กในต่างจังหวัด

มาตรฐานในการประกอบการในอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมนี้มีข้อกำหนดมาตรฐานหรือระเบียบของทางราชการที่กำหนดให้กระทำตาม ดังนี้

หลักเกณฑ์วิธีการที่ดี หรือจีเอ็มพี (Good Manufacturing Practice: GMP) ในการผลิตน้ำดื่ม

เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2544 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ได้กำหนดให้ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นหนึ่งในสินค้าที่ต้องกำหนดวิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาสินค้าตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีหรือจีเอ็มพี (Good Manufacturing Practice: GMP) ในการผลิตน้ำดื่ม GMP มีผลบังคับใช้กับผู้ประกอบการ น้ำดื่มรายใหม่ในวันที่ 24 กรกฎาคม 2544 เป็นต้นไป ส่วนผู้ประกอบการรายเดิมมีเวลาปรับปรุง เพื่อให้ถูกต้องตามมาตรฐานเป็นเวลา 2 ปี หรือเริ่มบังคับใช้วันที่ 24 กรกฎาคม 2546 สำหรับสาระสำคัญของมาตรฐาน GMP ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข มี 11 ประเด็น สรุปได้ ดังนี้

1. สถานที่ผลิตและอาคารผลิต จะต้องตั้งอยู่ในพื้นที่สะอาด ไม่มีการสะสมของเหลือใช้ หรือสิ่งปฏิกูลต่างๆ รวมทั้งต้องมีวิธีป้องกันสิ่งปนเปื้อน ทั้งฝุ่นละออง เชื้อโรค แมลงและสัตว์นำโรค สถานที่ผลิตจะต้องมีการออกแบบก่อสร้างให้มีลักษณะง่ายต่อการทำความสะอาด นอกจากนี้ต้องแบ่งแยกพื้นที่การผลิตเป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันการปนเปื้อน ประการสำคัญคือต้องแยกพื้นที่สำหรับผลิตสินค้าออกจากบริเวณที่อยู่อาศัยและห้องน้ำห้องส้วมอย่างชัดเจน

2. เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต จะต้องมิมีจำนวนเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ติดตั้งในตำแหน่งที่เหมาะสม สามารถทำความสะอาดได้ง่ายและถูกล้างทำความสะอาดฆ่าเชื้ออย่างเพียงพอทั้งก่อนและหลังการผลิต

3. แหล่งน้ำ แหล่งน้ำที่นำมาใช้ผลิตน้ำดื่มต้องห่างจากแหล่งโสโครกและสิ่งปฏิกูล โดยผู้ผลิตต้องเก็บตัวอย่างน้ำไปตรวจวิเคราะห์คุณสมบัติทางเคมี กายภาพ และจุลินทรีย์ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

4. การปรับคุณภาพน้ำ ผู้ประกอบการต้องปรับคุณภาพของแหล่งน้ำตามข้อ 3 เพื่อกำจัด สิ่งปนเปื้อนให้อยู่ในระดับที่กฎหมายกำหนด

5. ภาชนะบรรจุ ต้องทำจากวัสดุไม่มีพิษและได้รับการทำความสะอาดก่อนนำมาใช้
6. สารทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ ผู้ผลิตจะต้องทดสอบประสิทธิภาพการทำความสะอาดและการฆ่าเชื้อ
7. การบรรจุ ด้วยเครื่องบรรจุที่มีประสิทธิภาพและสะอาด
8. การควบคุมคุณภาพมาตรฐาน ผู้ประกอบการต้องตรวจวิเคราะห์น้ำดื่มที่ผลิต ทั้งด้านจุลินทรีย์ เคมี ฟิสิกส์ เป็นประจำ
9. การสุขาภิบาล ผู้ผลิตต้องมีวิธีกำจัดสัตว์และแมลง รวมทั้งระบบกำจัดของเสีย ในโรงงานที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพและไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนกับสินค้าที่ผลิต
10. บุคลากรและสุขลักษณะผู้ปฏิบัติงาน ผู้ปฏิบัติงานต้องไม่เป็น โรคติดต่อร้ายแรง รวมทั้งจะต้องรักษาร่างกายให้สะอาดอยู่เสมอ ในขณะที่ผู้ไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน หากเข้ามาในพื้นที่ผลิต ก็ต้องรักษาความสะอาดของร่างกายด้วยเช่นกัน
11. บันทึกและรายงาน ผู้ผลิตต้องบันทึกและรายงานเกี่ยวกับการตรวจวิเคราะห์น้ำ สภาพการทำงานของเครื่องกรองหรือเครื่องฆ่าเชื้อโรค รวมทั้งคุณภาพของน้ำดื่ม ทั้งด้านเคมี ฟิสิกส์ และจุลชีววิทยา

นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐที่สำคัญต่อธุรกิจการผลิตน้ำดื่มของกิจการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ดังนี้

1. หน่วยงานท้องถิ่น/สำนักงานเขต
การขออนุญาตสถานที่ผลิตอาหาร

ผู้ประกอบการจะต้องตรวจสอบว่าสถานที่ผลิตอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการท้องถิ่นใด เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และส่วนราชการท้องถิ่นนั้น มีข้อกำหนดให้การผลิตอาหารต้องยื่นขออนุญาต

สถานที่ติดต่อ

ติดต่อราชการส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล

ค่าธรรมเนียมการขออนุญาต

ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของแต่ละท้องถิ่น โดยทั่วไป ค่าธรรมเนียมไม่เกิน 1,000 บาท แต่อัตราสูงสุดที่กฎหมายกำหนดไว้คือ 10,000 บาท

ภาษีโรงเรือนและที่ดิน

ในกรณีที่สิ่งปลูกสร้างเป็นอาคารหรือ โรงเรือน ผู้ประกอบการจะต้องเสียภาษีโรงเรือน และที่ดิน

สถานที่ชำระภาษีโรงเรือนและที่ดิน

ต่างจังหวัด ชำระได้ที่เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล

2. กรมโรงงานอุตสาหกรรม

โรงงานประเภท 1 มีเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต 5-20 แรงม้า หรือคนงานไม่เกิน 20 คน โรงงานประเภทนี้ไม่ต้องขออนุญาต แต่ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวงและประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม

การชำระค่าธรรมเนียม

ค่าธรรมเนียมใบอนุญาต มีตั้งแต่ 500 บาท สูงสุด 50,000 บาท ขึ้นอยู่กับจำนวนแรงม้าของเครื่องจักร

ค่าธรรมเนียมรายปี ตั้งแต่ 150 บาท สูงสุด 18,000 บาท ผู้ประกอบกิจการโรงงานจำพวกที่ 2 และ 3 ต้องชำระค่าธรรมเนียมภาษีรายปีทุกปี ตั้งแต่วันเริ่มประกอบกิจการโรงงาน ถ้าผู้ประกอบการมิได้เสียค่าธรรมเนียมภายในเวลาที่กำหนดให้ ผู้ประกอบการจะต้องเสียเงินเพิ่มอีกร้อยละห้าต่อเดือน

สถานที่ชำระค่าธรรมเนียม

ส่วนโรงงานในจังหวัดอื่นๆ ชำระที่สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดที่โรงงานตั้งอยู่ ผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้

3. การขออนุญาตกับกรมทรัพยากรธรณี

การขอใช้น้ำบาดาลและการขออนุญาตเจาะน้ำบาดาล

ในกรณีที่ผู้ประกอบการมีปัญหาเรื่องน้ำ คือ น้ำประปาไปไม่ถึง หรือน้ำประปาเข้าถึงแต่ไม่เพียงพอต่อการผลิตสินค้า ผู้ประกอบการจะต้องขออนุญาตการใช้น้ำบาดาลกับกรมทรัพยากรธรณี

สถานที่ยื่นคำขอ

กองควบคุมกิจการน้ำบาดาล หรือฝ่ายพัฒนาน้ำบาดาล หรือทรัพยากรธรณีประจำท้องที่หรืออุตสาหกรรมจังหวัด

4. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

การจัดตั้งธุรกิจ/รูปแบบธุรกิจ รายละเอียดการจัดตั้งธุรกิจ/การขออนุญาต

การจดทะเบียนพาณิชย์

ประเภทนิติบุคคล บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

ผู้ประกอบการธุรกิจต้องจดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ยื่นขอจดทะเบียน ณ สำนักงานธุรกิจการค้าจังหวัด ที่ห้างหุ้นส่วนบริษัทมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่

ค่าธรรมเนียม

จดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วน

ผู้เป็นหุ้นส่วน ไม่เกินสามคน 1,000 บาท

ผู้เป็นหุ้นส่วนเกินสามคน ชำระเพิ่มสำหรับจำนวนในที่เกินอีก คนละ 200 บาท

5. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

การขออนุญาตผลิตอาหาร

สำหรับสถานที่ผลิตอาหารที่เข้าขายโรงงาน ผู้ประกอบการจะต้องยื่นขออนุญาตเป็นผู้ผลิตอาหารต่อสำนักคณะกรรมการอาหารและยา หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดที่โรงงานตั้งอยู่

การขออนุญาตผลิตภัณฑ์ (ขอเครื่องหมาย อย.)

ผู้ประกอบการโรงงานน้ำดื่มจะต้องส่งตัวอย่างวิเคราะห์ตามที่กฎหมายกำหนดและนำผลวิเคราะห์มายื่นขออนุญาตผลิตต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) / สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.)

สถานที่ออกใบอนุญาต (เครื่องหมาย อย.)

ต่างจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ซึ่งสถานที่ผลิตตั้งอยู่

6. กรมสรรพากร

การเสียภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม

ภาษีเงินได้นิติบุคคล

ต้องยื่นขอเป็นผู้มีบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากรต่อสรรพากรพื้นที่ที่ตั้งของสถานประกอบการ

ต้องยื่นภาษีเงินได้นิติบุคคล ประจำปี และ ครึ่งปี (ภ.ง.ด.50 และ 51)

หากมีรายได้เกิน 1,200,000 ต่อปี ต้องยื่นชำระภาษีมูลค่าเพิ่มตามแบบ ภ.พ.30

ภาษีป้าย

ผู้ประกอบการธุรกิจที่ติดตั้งป้ายใหม่ หรือแสดงป้ายใหม่ จะต้องชำระภาษีป้ายต่อเจ้าพนักงาน ภายใน 15 วัน และจะต้องยื่นชำระภาษีป้ายทุกปีที่ยังติดตั้งป้าย

สถานที่ขออนุญาต ขึ้นขอ ณ สำนักงานเทศบาล หรือสุขาภิบาล หรือ องค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งดูแลพื้นที่ที่ป้ายนั้นติดตั้งอยู่

7. กฎหมายและกฎระเบียบเฉพาะธุรกิจ

การปิดป้ายแสดงราคาค่าบริการ คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กระทรวงพาณิชย์ ได้ออกประกาศกำหนดให้ผู้จำหน่ายปลีกน้ำดื่มต้องปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายให้เห็นชัดเจนในที่เปิดเผย ณ สถานที่วางจำหน่าย การฝ่าฝืนมีโทษปรับไม่เกิน 10,000 บาท

นอกจากนี้ยังมีกฎและระเบียบด้านสาธารณสุข สิ่งแวดล้อม สุวีถีการและการคุ้มครองแรงงานที่ต้องถือปฏิบัติ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

สภาพแวดล้อมทั่วไป

1. ด้านสังคม (Social)

ลักษณะสภาพสังคมของคนไทยเป็นผู้มีน้ำใจ มีแขกไปใครมาเยี่ยมเยือนบ้านก็ต้องต้อนรับด้วยอาหารการกินหรืออาหารว่าง โดยเฉพาะน้ำดื่ม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นของการดำรงชีวิตเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของร่างกายถึง 70 % ของร่างกาย มนุษย์จึงมีความต้องการดื่มน้ำทุกวัน นอกจากนี้ยังมีกระแสความตื่นตัวในการดูแลสุขภาพและการได้รับสิ่งที่มีคุณค่าจึงเป็นข้อได้เปรียบของน้ำดื่มของธุรกิจของเรา เพราะมีขั้นตอนการผลิตแบบรีเวอร์สออสโมซิส ซึ่งสามารถกรองน้ำได้สะอาดและปลอดภัยมากขึ้น

2. ด้านเทคโนโลยี (Technology)

เนื่องจากการผลิตน้ำดื่มของธุรกิจเราเป็นระดับอุตสาหกรรมขนาดเล็ก จึงใช้กระบวนการผลิตที่เป็นเทคโนโลยีระดับไม่สูงและใช้เงินลงทุนน้อย เพราะผลิตน้ำดื่มจากแหล่งน้ำตามธรรมชาติ

3. ด้านเศรษฐกิจ (Economic)

การปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันและการลดลงของอัตราการผลิตทางเศรษฐกิจและสถานการณ์ทางการเมือง เป็นสาเหตุให้มีผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะต้องระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้นและทำให้ราคาของวัตถุดิบ เช่น ขวดบรรจุน้ำดื่ม ถังน้ำ ส่งผลให้มีราคาที่สูงขึ้นตามไปด้วย

4.ด้านภูมิศาสตร์ (Geography)

เนื่องจากสภาพอากาศของประเทศไทยเป็นอากาศร้อน ส่งผลให้ความต้องการน้ำดื่มเพื่อช่วยขจัดระบายความร้อนที่เพิ่มสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นน้ำดื่มบรรจุขวด น้ำอืดลม น้ำผลไม้ เป็นต้น โดยเฉพาะน้ำดื่มบรรจุขวดมีข้อได้เปรียบทางด้านราคาที่ไม่สูงเกินไปและสะดวกในการซื้อบริโภค

สภาพแวดล้อมของกลุ่มธุรกิจน้ำดื่ม

ผู้บริโภค

ความสำคัญของน้ำดื่มต่อการดำเนินชีวิตนั้นมีความสำคัญมากและมีประโยชน์ต่อสุขภาพด้วยการบริโภคน้ำดื่มที่สะอาดปลอดภัยนั้นดีกว่าการบริโภคเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ดังนั้นเราจึงมักได้ยินเสมอเกี่ยวกับการให้ดื่มน้ำให้เพียงพอในแต่ละวัน เพื่อสุขภาพร่างกายที่ดี จากการศึกษาพฤติกรรมกรเลือกซื้อหรือบริโภคน้ำดื่มเพื่อสุขภาพ โดยทำการศึกษากับผู้บริโภคเฉพาะในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 200 ตัวอย่าง จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.2 และ เพศชาย ร้อยละ 41.8 มีช่วงอายุอยู่ระหว่างช่วงอายุ ไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.8 และอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.3 รายได้ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ช่วงรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.2 และมีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.0 และจากการสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับ “การให้ความสำคัญในการดื่มน้ำ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างนั้นให้ความสำคัญในการดื่มน้ำมากถึงร้อยละ 68.0 และมีเพียงร้อยละ 32.0 เท่านั้นที่ให้ความสำคัญแต่ไม่มากนัก จากพฤติกรรมกรดื่มน้ำของกลุ่มตัวอย่างนั้น จะมีพฤติกรรมกรเลือกดื่มน้ำเฉพาะน้ำที่เย็นเท่านั้น ไม่จำเป็นต้องใส่น้ำแข็ง คิดเป็นร้อยละ 59.2 ลำดับรองลงมาคือ ดื่มน้ำที่ไม่เย็นได้ คิดเป็นร้อยละ 19.4 ตามลำดับ

คู่แข่ง

ในปัจจุบันน้ำดื่มมีจำหน่ายหลากหลายยี่ห้อ ได้แก่ น้ำดื่มสมาคมแม่บ้าน น้ำดื่มตราบีพลัส แต่น้ำดื่มทั้งสองนี้มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายบรรจุขวดแบบชุ่นและบรรจุถึงซึ่งยังไม่มีชนิดบรรจุขวดแบบใส ธุรกิจได้ตั้งเป้าหมายยอดขายรวมทั้งหมด โดยธุรกิจมุ่งเน้นทำการตลาดในอำเภอสามร้อยยอดถึง 70 % ซึ่งมากกว่าเขตพื้นที่อำเภออื่นอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์น้ำดื่มมีการขยายตัวค่อนข้างสูงและประกอบกับสภาวะการแข่งขันมาก จึงต้องมีศักยภาพในการประกอบการ โดย

- ธุรกิจน้ำดื่มมีการแข่งขันกันสูงทางโรงงานผลิตน้ำดื่มจึงต้องหากลยุทธ์ในการหาแหล่งตลาดให้มาก

- มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี และรักษานับบริการ น้ำดื่มเป็นสินค้าที่มีคู่แข่งชั้นมาก โรงงานผลิตน้ำดื่มจึงต้องมีการบริการที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า
- มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม ตั้งอยู่ในเขตชุมชน และมีเส้นทางสะดวกช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

ผู้จัดจำหน่าย

ธุรกิจขายผลิตภัณฑ์ให้กับส่วนราชการและร้านค้าและประชาชนในอำเภอสามร้อยยอด เป็นส่วนใหญ่ การขายในสถานที่เหล่านี้ ธุรกิจมีความสามารถมากกว่าคู่แข่งชั้น ยกเว้นการผ่านร้านค้าในตลาดอำเภออื่น เพราะผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อน้ำดื่มได้หลายยี่ห้อ ธุรกิจจึงต้องมีการส่งเสริมการตลาดโดยการนำน้ำดื่มไปช่วยในการจัดกิจกรรมต่างๆ การตั้งชื่อวัตถุดิบจะตั้งชื่อวัตถุดิบที่อยู่ในบริเวณจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และบริเวณจังหวัดใกล้เคียง เพราะสะดวกในการขนส่งวัตถุดิบ และราคาไม่แพง คุณภาพของวัตถุดิบมีคุณภาพดี

สินค้าทดแทน

น้ำดื่มหยอดเหรียญ เป็นหนึ่งในธุรกิจหยอดเหรียญที่อยู่ยั่งยืนมานานหลายปี นั่นก็เพราะว่าน้ำดื่มเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องบริโภคกันตลอดและต้นทุนการผลิตน้ำนั้นจริงๆ แล้วต่ำมาก โดยน้ำ 1 ลิตรจะมีต้นทุนอยู่ที่ไม่เกิน 10 สตางค์ (รวมทุกอย่างแล้ว) แต่ปัจจุบันน้ำที่ดื่มกันนั้นมีราคาสูงถึง 6 - 10 บาท/ครั้งลิตร ซึ่งต้นทุนส่วนใหญ่มาจากค่าบรรจุภัณฑ์ (ขวด) ค่าขนส่ง และค่าการตลาด ดังนั้นจะเห็นว่าคือน้ำดื่มหยอดเหรียญสามารถตอบโจทย์เรื่องการลดต้นทุนได้ทุกข้อ คือ ขวด ผู้ใช้บริการนำมาเอง (ใช้ซ้ำได้) , ค่าขนส่ง สำหรับผู้ให้บริการแล้วไม่มีเพราะนำมาทางท่อประปาแล้วเข้าเครื่องเลย ส่วนของผู้ใช้บริการก็ไม่มี เพราะอยู่ใกล้บ้านหรือเป็นทางผ่านอยู่แล้ว ค่าการตลาดไม่มี เพราะตอนนี้คนส่วนใหญ่รู้จักคือน้ำดื่มหยอดเหรียญดีอยู่แล้ว จะเห็นได้ว่าจากเงื่อนไขทางธุรกิจที่กล่าวมาจึงทำให้ธุรกิจคือน้ำดื่มหยอดเหรียญยังอยู่ได้เรื่อยๆ และมีแนวโน้มการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ แต่เนื่องจากน้ำดื่มเป็นสินค้าที่ต้องการความสะอาดดังนั้นการดูแลความสะอาด และอายุของไส้กรองก็มีส่วนด้วยยอดขายโดยตรงเพราะถ้าคุณภาพของน้ำไม่ได้ ก็จะทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการ

การวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT ANALYSIS

จุดอ่อน (Weakness)

1. ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรา Healthy เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการทำให้ตลาดรู้จักและยอมรับ

2. มีคู่แข่งชั้นภายในจังหวัดจำนวนมาก ซึ่งทำการจำหน่ายอยู่ก่อนแล้ว

3. การกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคจำเป็นต้องอาศัยคู่ค้าค่อนข้างมาก จึงทำให้ต้นทุนในการกระจายสินค้าสูง

4. ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรา Healthy เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ในช่วงแรกจะต้องทำการส่งเสริมทางการตลาดให้ผู้บริโภครู้จักและเกิดการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ จึงทำให้มีต้นทุนทางด้านส่งเสริมการตลาดช่วงแรกสูง

จุดแข็ง (Strengths)

ก1. มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย คือ แบบขวดใส ขวดซุ่น ถัง และแบบแก้ว

ก2. มีการผลิตโดยผ่านระบบรีเวอร์สออสโมซิสและการฆ่าเชื้อด้วยแสงอัลตราไวโอเลต

ก3. ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

ก4. มีนโยบายในการรักษาสิ่งแวดล้อม

5. ในการแนะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดในช่วงแรกจะมีการแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองดื่ม ซึ่งเป็นการสร้างการรับรู้และการเรียนรู้จนเกิดทัศนคติในการบริโภค

6. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนของตำบลศาลาลัย อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

7. สถานที่ผลิตน้ำดื่มตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งน้ำ (คลองชลประทาน)

โอกาส (Opportunity)

1. มีการนำน้ำดื่มตรา Healthy ไปบริจาค เพื่อการกุศลในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่างๆ

2. สังคมปัจจุบันเริ่มมีการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพและการใช้ธรรมชาติบำบัดมากขึ้นซึ่งจะทำให้ น้ำดื่มตรา Healthy เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค

3. ปัจจุบันผู้บริโภคใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้นจึงเป็นโอกาสของน้ำดื่มตรา Healthy ในการเข้าสู่ตลาดและอยู่ในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในขั้นเจริญเติบโตเป็นระยะเวลานานเนื่องมาจากกระแสความนิยมในการใส่ใจสุขภาพของผู้บริโภค

4. ปัญหาสภาพเศรษฐกิจมีผลทำให้การดำเนินชีวิตของประชาชนตกอยู่ภาวะเร่งรีบ ปฏิบัติภารกิจแข่งกับเวลา น้ำดื่มบรรจุขวดตรา Healthy จึงเป็นทางเลือกใหม่ที่สะดวกสบายของผู้บริโภค

5. ปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิต เช่น เครื่องจักรและระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยทำให้มีผลผลิตที่มีคุณภาพและผลิตได้ในปริมาณที่มากเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

อุปสรรค (Threat)

1. เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ยังสามารถเติบโต อาจทำให้มีคู่แข่งใหม่เข้ามาในธุรกิจและทำให้เกิดทางเลือกใหม่แก่ผู้บริโภค

2. ธุรกิจน้ำดื่มมีผู้นำตลาดที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค มีช่องทางการจำหน่ายหลายช่องทางและมีการลงทุนในกิจกรรมทางการตลาดอย่างมาก

3. ตลาดน้ำดื่มเป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวได้มากจึงทำให้มีการเพิ่มกลยุทธ์เพื่อรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ทำให้การรุกเข้าตลาดน้ำดื่มต้องเผชิญกับการแข่งขันค่อนข้างสูง

4. เนื่องจากสถานะน้ำมันในตลาดโลกมีราคาเพิ่มสูงขึ้นทำให้มีต้นทุนทางการผลิตและการขนส่งเพิ่มสูงขึ้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิเคราะห์การแข่งขันโดยใช้แบบจำลอง 5 Force's model

ปัจจัยที่หนึ่ง ความรุนแรงของการแข่งขันภายในธุรกิจเดียวกัน (Rivalry) เนื่องจากน้ำดื่มตรา Healthy เป็นน้ำดื่มที่ผลิตไว้จำหน่ายในพื้นที่อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเป็นผู้ผลิตรายใหม่ของตลาดน้ำดื่ม ซึ่งจะมีการบรรทุกลงมาส่งและผ่านคนกลางอีกขั้นตอนหนึ่ง ประกอบด้วยร้านค้าขายของชำ ทั้งในพื้นที่อำเภอสามร้อยยอดและอำเภออื่น ดังนั้นในการที่จะสามารถแข่งขันภายในธุรกิจน้ำดื่มจะต้องสร้างความแตกต่างให้กับกิจการ ดังนี้

1. สร้างความแตกต่างในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดแบบใส โดยยังไม่มีคู่แข่งในตลาด อีกทั้งสะอาด ปลอดภัย

2. มีกระบวนการกรองน้ำแบบรีเวอร์สออสโมซิสที่สามารถกรองน้ำได้สะอาด ปลอดภัยมากขึ้น

3. สร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย

ปัจจัยที่สอง ข้อจำกัดในการเข้าสู่ธุรกิจของคู่แข่งใหม่ (New Entrant) ธุรกิจน้ำดื่มสามารถก่อตั้งได้ไม่ยากนักในปัจจุบัน เนื่องจากมีเครื่องไม้เครื่องมือที่ประกอบสำเร็จรูปไม่ใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อนมากนัก จึงอาจมีการเกิดคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้น เนื่องจากพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีผู้ค้ารายใหม่เกิดความสนใจในด้านการลงทุน และอาจเป็นการยากที่จะกีดกันผู้ค้ารายใหม่ที่เข้ามาลงทุน ดังนั้นจะต้องมีวิธีการป้องกันภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ โดยการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก (Brand Awareness) และการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยจะเน้นในเรื่องการบริการและการส่งเสริมการตลาดแบบครบวงจรผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ปัจจัยที่สาม ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Substitutes) จากการที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และลูกค้าอาจมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค ก็จะทำให้เกิดสินค้าทดแทนเกิดขึ้นได้ เป็นต้นว่า ลูกค้าหันไปชอบดื่มน้ำชนิดอื่นมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตหันไปผลิตน้ำชนิดอื่นๆ ได้เหมือนกัน เช่น น้ำส้มสด น้ำสมุนไพร น้ำผลไม้ เพื่อดึงดูดลูกค้าที่นิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ผลิตอื่นอาจมีการผลิตเครื่องดื่มที่มีลักษณะเหมือนกัน แต่มีการดัดแปลงบรรจุภัณฑ์ให้แตกต่างกันออกไปในรายละเอียดปลีกย่อย ทั้งนี้จะสามารถแก้ไขได้โดยเพิ่มการโฆษณาอยู่เสมอ เนื่องจากจุดแข็งของบริษัท คือ มีการผลิตสินค้าหลายรูปแบบหลายขนาดในราคาที่ถูกลงและสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกระดับให้ได้มากที่สุด

ปัจจัยที่ดี อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Buyers) เนื่องจากน้ำดื่มตรา Healthy เป็นผู้ผลิตที่ผลิตและจำหน่ายน้ำดื่มที่มีการประยุกต์โดยคำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภค อำนาจการซื้อของผู้บริโภค เพราะเรามีทั้งคุณภาพและราคาต่ำกว่าท้องตลาด ด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำ การกำหนดราคาซื้อ

ในพื้นที่ใกล้เคียงมีอำนาจต่อรองได้ ด้วยปัจจัยการขนส่งที่ใกล้ชิดในพื้นที่ ต้นทุนการขนส่งจึงลดลง ในการกำหนดราคาจะต้องมีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้บริโภคก่อน เพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม ต่อความพอใจของผู้บริโภค และเพื่อความเป็นไปได้ทางธุรกิจของกิจการ ซึ่งต้องไปพร้อมๆกับการบริหาร

ปัจจัยที่ห้า อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Suppliers) ในการผลิตน้ำดื่มตรา Healthy วัตถุดิบหลักในการผลิตเป็นวัตถุดิบที่ฝ่ายผลิตมีความสมบูรณ์ อีกทั้งยังเป็นแหล่งน้ำที่สะอาดบริสุทธิ์ ซึ่งเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติ แต่วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตคือบรรจุภัณฑ์ อันได้แก่ ขวดบรรจุขนาดต่างๆ อุปกรณ์ในการรักษาความสะอาด อุปกรณ์ในการผลิต เช่น เครื่องกรองในระดับต่างๆ ซึ่งผู้ผลิตไม่สามารถผลิตขึ้นใช้เองได้ ทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองมาก



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4
แผนบริหารจัดการ

ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ ธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม ตรา Healthy
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ ตั้งอยู่เลขที่ 286 หมู่ 2 ต.ศาลาลัย อ.สามร้อยยอด จ.ประจวบคีรีขันธ์
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัด

รายชื่อเจ้าของกิจการและสัดส่วนในการถือครองของห้างหุ้นส่วน

1. นางสาวสมกมล มณฑามณี สัดส่วนในการถือครอง 50%
2. นางสาวสุรางคณา วงศ์วิเชียร สัดส่วนในการถือครอง 50%

รายละเอียดการจัดตั้งกิจการ

ลักษณะธุรกิจของโครงการตามแผนธุรกิจจัดเป็นโครงการกระบวนการผลิตของธุรกิจ
น้ำดื่ม เพื่อให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งจะ
ส่งผลให้สามารถยกระดับคุณภาพสินค้าและขยายตลาดได้กว้างขวางขึ้น
โดยเริ่มดำเนินการผลิตน้ำดื่ม ตั้งแต่เดือน มกราคม 2556

ทุนจดทะเบียน : 1,685,000 บาท

- รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน

1. น.ส.สมกมล มณฑามณี
2. น.ส.สุรางคณา วงศ์วิเชียร

- รายละเอียดผู้บริหาร

ประวัติของผู้บริหาร

1. นางสาวสมกมล มณฑามณี อายุ 22 ปี

จบการศึกษาระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนโยธินบูรณะ ในปี พ.ศ. 2551

ระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร ในปี พ.ศ. 2555

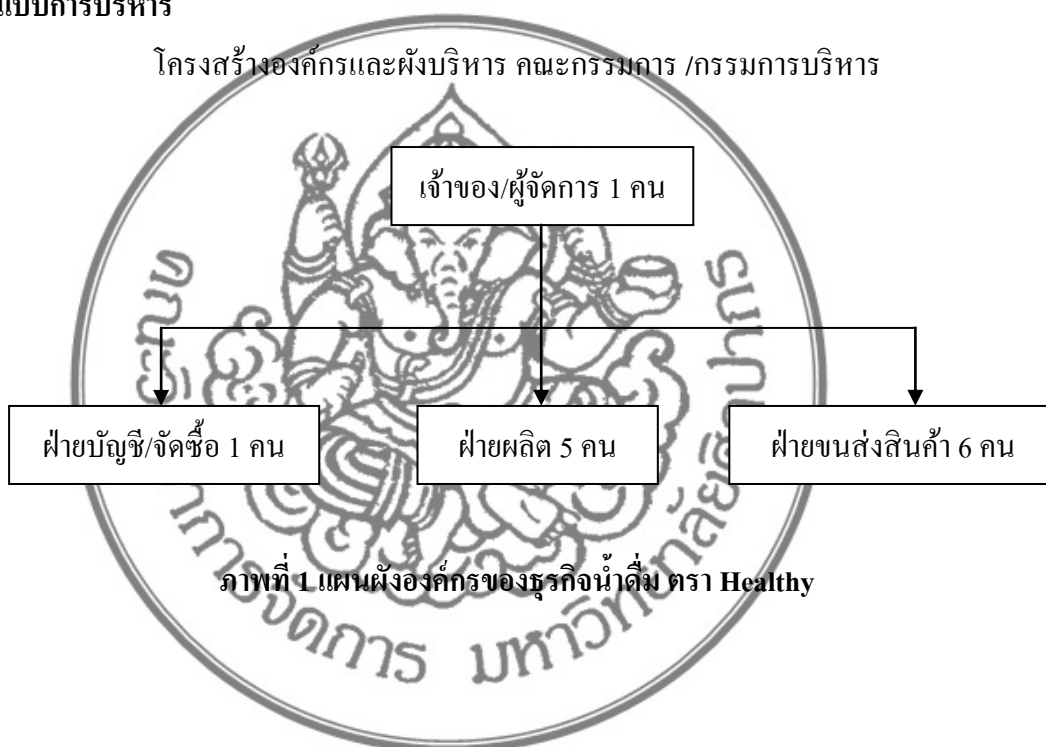
ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2554 ที่บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) แผนก บัญชี

2. นางสาวสุรางคณา วงศ์วิเชียร อายุ 22 ปี
 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนอุทัยวิทยาคม ในปี พ.ศ. 2551
 ระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร ในปี พ.ศ. 2555
 ประสบการณ์ทำงาน
 ปี พ.ศ. 2554 ที่ Thai AirAsia Co., Ltd แผนก Customer Experience Department

รูปแบบการบริหาร

โครงสร้างองค์กรและผังบริหาร คณะกรรมการ /กรรมการบริหาร



ภาพที่ 1 แผนผังองค์กรของธุรกิจน้ำดื่ม ตรา Healthy

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

วิสัยทัศน์

การผลิตและจำหน่ายน้ำดื่มที่มีคุณภาพดีและสะอาดที่สุดในอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พันธกิจ

1. พัฒนาระบบการผลิตให้ได้มาตรฐานด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
2. สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของตลาด
3. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมกับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์
4. มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์



1. สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคภายในระยะเวลา 2 ปี
2. กระจายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในหน่วยราชการและเขตพื้นที่ทั่วทั้งจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยวางจำหน่ายสินค้าในร้านค้าบริเวณพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แนะนำสินค้าตามหน่วยราชการและให้บริการช่วยเหลือแก่ประชาชนผู้ประสบภัยของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป
3. ต้องมียอดขายต่อเดือนประมาณ 300,000 บาท และจะต้องมียอดขายเพิ่มขึ้นเรื่อยๆในปีต่อไป
4. มีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและสะอาดอย่างต่อเนื่อง
5. ระยะเวลาในการคืนทุน จะคืนทุนในปีที่ 4

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5
แผนการตลาด

รายละเอียดธุรกิจ

ตารางที่ 2 ธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม ตรา Healthy เป็นผู้ผลิตน้ำดื่ม ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

| ลำดับ ที่ | ชื่อผลิตภัณฑ์ | ชื่อยี่ห้อ | ลักษณะของผลิตภัณฑ์ | ระดับคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ เทียบกับคู่แข่ง | สินค้า ทดแทน |
|--------------|--|------------|--|--|---|
| 1 | น้ำดื่มบรรจุขวด พลาสติกใส (ขวดPET) ขนาด 500 มิลลิลิตร | Healthy |  | ขวดพลาสติก ใส เป็นการเพิ่ม ความ หลากหลาย ของผลิตภัณฑ์ | น้ำอัดลม, น้ำผลไม้, เครื่องดื่ม ประเภท ชาเขียว ฯลฯ |
| 2 | น้ำดื่มบรรจุ ขวดพลาสติกขุ่น ขนาด 850 มิลลิลิตร | Healthy |  | ขวดพลาสติก ขุ่น มีราคาถูก เพื่อตอบสนอง ความต้องการ ของลูกค้าแต่ ละราย | น้ำอัดลม, น้ำผลไม้, เครื่องดื่ม ประเภท ชาเขียว ฯลฯ |

| | | | | | |
|---|--|---------|---|--|---|
| 3 | น้ำดื่มบรรจุถึง ขนาด 20 ลิตร | Healthy |  | มีกระบวนการ ผลิตที่มีมาตรฐาน มีบริการจัดส่งถึง บ้าน | น้ำประปา |
| 4 | น้ำดื่มบรรจุแก้ว พลาสติกขนาด 220 มิลลิลิตร | Healthy |  ถ้วยแปดเหลี่ยม 220 CC. | สะดวกต่อการ บริโภคใน ปริมาณที่ เหมาะสม ใช้ในงานพิธี ต่างๆ | น้ำอัดลม, น้ำผลไม้, เครื่องดื่ม ประเภท ชาเขียว ฯลฯ |

กลุ่มเป้าหมาย

น้ำดื่มแบ่งตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็น 4 ตลาด ดังนี้

1. น้ำดื่มบรรจุขวดชนิดพลาสติกใส (ขวดPET) ขนาด 500 มิลลิลิตร กลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ในอำเภอสามร้อยยอดที่ต้องการดื่มน้ำในปริมาณไม่มาก หาซื้อง่าย สะดวกต่อการพกพาและการเดินทางสำหรับลูกค้าที่มีความละเอียดต่อการรักษาสุขภาพ ที่มีความต้องการเห็นน้ำที่ใสสะอาดปราศจากสิ่งเจือปน จะเห็นได้ว่าตามร้านค้าต่างๆไป มีน้ำดื่มบรรจุขวดอยู่หลายขนาด เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

2. น้ำดื่มบรรจุขวดชนิดพลาสติกขุ่นขนาด 850 มิลลิลิตร กลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ในอำเภอสามร้อยยอดที่ต้องการดื่มน้ำในปริมาณไม่มาก หาซื้อง่าย สะดวกต่อการพกพาและเดินทาง สำหรับลูกค้าที่มีความละเอียดไม่มากนักและกลุ่มลูกค้าที่มีการจัดงาน เช่น อุปสมบท งานแต่งงาน งานสังสรรค์ต่างๆ งานศพ เพื่อความสะดวกในการจัดเลี้ยงแขกที่มีร่วมงานซึ่งมีราคาต่ำกว่าขวดพลาสติกใส

3. น้ำดื่มบรรจุถังขนาด 20 ลิตร กลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มอาคารบ้านเรือน อาคารสำนักงาน โรงงาน เป็นต้น ที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณอำเภอสามร้อยยอด น้ำดื่มบรรจุถังมีราคาถูก และมีน้ำปริมาณมาก

4. น้ำดื่มบรรจุแก้วพลาสติกขนาด 220 มิลลิลิตร กลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ในอำเภอสามร้อยยอดที่ต้องการความสะดวกในการใช้งาน เช่น การประชุมสัมมนาต่างๆ

ส่วนผสมทางการตลาด

วัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์

1. เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพแตกต่างและสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภค ช่วยให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและแตกต่างจากคู่แข่งมากขึ้น และเพื่อเพิ่มภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่จดจำในเรื่องของตราสินค้า

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

1. เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากขึ้น และสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดมากขึ้น
2. ในระยะยาว 2-3 ปี เพิ่มทางเลือกแก่กลุ่มเป้าหมาย โดยการเพิ่มรูปแบบการบรรจุภัณฑ์มากขึ้น เช่น บรรจุขวดไซขนาดอื่นๆ
3. ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นจากคู่แข่ง โดยใช้ส่วนประกอบที่แตกต่างจากคู่แข่ง คือเดิมใช้การกรองแบบธรรมดาเปลี่ยนมาเป็นการกรองแบบ RO ซึ่งเป็นการกรองที่มีคุณภาพสามารถกรองน้ำได้สะอาดมากยิ่งขึ้น รวมทั้งบรรจุภัณฑ์โดยเน้นบรรจุภัณฑ์ที่ความสะดวกต่อการใช้งานเพื่อให้ตรงความต้องการของผู้บริโภคที่จะนำไปใช้ในงานพิธีต่างๆ
4. สร้างภาพพจน์ให้ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในด้านการส่งเสริมสุขภาพให้หันมาใส่ใจตัวเองและมีการจัดกิจกรรมการให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการดื่มน้ำกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ยี่ห้อ

“Healthy” เป็นสัญลักษณ์ของความสดชื่น เปล่งปลั่ง ซึ่งการผลิตน้ำดื่มเพื่อต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกสดชื่นเมื่อดื่มน้ำและได้บริโภคน้ำที่สะอาด ปลอดภัย มีคุณภาพสูง จึงใช้สัญลักษณ์ “Healthy” เป็นแบรนด์ในการผลิตน้ำดื่ม



ภาพที่ 2 โลโก้ผลิตภัณฑ์

คุณภาพ
น้ำดื่มตรา Healthy มีการคัดสรรแต่วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีกระบวนการผลิตอย่าง
พิถีพิถันทุกขั้นตอนในด้านการผลิต
ส่วนประกอบ
น้ำดื่มตรา Healthy มีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคมีทั้งชนิดบรรจุขวด
แบบใส แบบขวดขุ่นและแก้วพลาสติก สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการดื่มน้ำในปริมาณที่น้อย พกพา
สะดวก และชนิดบรรจุถัง สำหรับผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้น้ำในปริมาณมาก
บรรจุภัณฑ์

แพ็คเกจจะเน้นความสะอาดของขวดถังบรรจุน้ำ เขียนด้วยตัวหนังสือสีแดงสื่อถึงความ
โดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จะมีรูปทรงกลมและแก้วพลาสติกเพื่อให้สามารถจับได้อย่างถนัด
มือและบนฉลาก จะมีการระบุถึง ที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้สามารถติดต่อได้
อย่างสะดวก

ราคา (Price)

วัตถุประสงค์ในการตั้งราคา

1. ตั้งราคาให้เหมาะสมกับวัตถุดิบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์การตั้งราคา

1. กลยุทธ์การตลาดโดยใช้เกณฑ์ High value Strategy คือ การตั้งราคาให้เหมาะสมกับ Product Positioning ที่มีคุณภาพ และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ถึงความคุ้มค่าและคุณภาพของ Product

2. การตั้งราคา จะตั้งราคาเพื่อการแข่งขัน โดยจะตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่งในตลาด โดยกำหนดกำไร 10% จากราคาขาย เนื่องจากผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรา Healthy เป็นสินค้าที่มีคุณภาพด้วยการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและต้นทุนในการผลิตที่ไม่สูง
ราคาน้ำดื่มตราเฮลตี้ ขนาดต่างๆ

น้ำดื่มบรรจุขวดชนิดขวดพลาสติกใสขนาด 500 มิลลิลิตร

- ราคาไหลละ 45 บาท

น้ำดื่มบรรจุขวดชนิดขวดพลาสติกขุ่นขนาด 850 มิลลิลิตร

- ราคาไหลละ 32 บาท

น้ำดื่มบรรจุขวดชนิดแก้วพลาสติกขนาด 220 มิลลิลิตร

- ราคาถังละ 70 บาท (บรรจุ 48 ถ้วย)

น้ำดื่มบรรจุถัง 20 ลิตร

- ราคาถังละ 8 บาท

สถานที่ (Place) สถานีวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

วัตถุประสงค์ในการใช้ช่องทางการตลาด

1. เพื่อให้สินค้ากระจายครอบคลุมทั่วอำเภอ
2. เพื่อให้ใช้ช่องทางจัดจำหน่ายเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมียอดขายที่สูงขึ้น

การวางแผนช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายมี 2 ระดับคือ 0-level channel และ 1-level channel จากการศึกษา พบว่าปัจจุบันผลิตภัณฑ์น้ำดื่มเป็นสินค้าที่มีจำหน่ายทั่วไปทั้ง ร้านขายของชำทั่วไป ซุปเปอร์มาเก็ต ซุปเปอร์สโตร์ การที่จะสามารถนำผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรา Healthy ออกจำหน่ายให้มียอดขายมากนั้น จะต้องพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์การใช้ช่องทางจัดจำหน่าย

จากการศึกษารูปแบบในการบริโภคและการขายของธุรกิจ จะพบว่าผู้บริโภคน้ำดื่มนิยมไปซื้อผลิตภัณฑ์โดยตรง และสามารถส่งน้ำดื่มให้ถึงบ้านได้ ดังนั้นธุรกิจจึงได้มีการบริการส่งน้ำดื่มถึงบ้านนอกจากนี้ก็จะส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามร้านค้าต่างๆ เพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย

ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. จำหน่ายสินค้าจากธุรกิจ ซึ่งตั้งอยู่บริเวณอำเภอสามร้อยยอด ที่ตั้งของร้านนั้นเป็นบริเวณที่มีกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากมีทั้งอาคารสำนักงาน สถานที่ท่องเที่ยว ประชาชน และบ้านพักของทางราชการ

2. กระจายสินค้าผ่านแหล่งที่ใกล้กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ได้แก่

-ร้านค้าในตลาดอำเภอสามร้อยยอด

-ร้านค้าในอำเภอใกล้เคียง

ช่องทางการจัดจำหน่ายมีทั้งหมด 3 ช่องทาง ดังนี้

1. ขายผ่านทางหน้าร้าน

2. ขายให้กับพ่อค้าคนกลาง เช่น ร้านค้า ห้างร้านต่างๆ ในอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. มีรถวิ่งบริการขายน้ำดื่มตามที่พักรอสาย อาคารสำนักงาน โรงเรียนต่างๆ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

วัตถุประสงค์การส่งเสริมการตลาด

1. ทำการตลาดโดยเลือกสื่อที่ประหยัดเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการสร้างตราสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

2. ใช้กลยุทธ์การดึง (Pull Strategy) ด้วยการให้ความรู้และคุณประโยชน์ของการบริโภคน้ำดื่ม

3. มีการทำการตลาดด้วยการโปรโมทผ่านการบริจาคให้กับผู้ประสบภัยและอาสาสมัครผ่านรายการ สถานีวิทยุ

4. การแจกแผ่นพับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

5. เน้นย้ำคุณภาพของน้ำดื่มตรา Healthy

6. เพื่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรา Healthy

วิธีการส่งเสริมการตลาด

1. เสนอสื่อให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยนำเสนอจุดเด่นของน้ำดื่มตรา Healthy
2. ให้การบริจาคน้ำดื่มให้กับผู้ที่ประสบภัยต่างๆ เช่น อุทกภัย

งบประมาณส่งเสริมการตลาด

เนื่องจากสินค้าของธุรกิจเป็นสินค้าสะดวกซื้อ จำเป็นต้องมีการส่งเสริมการตลาดให้มาก เพื่อสร้างการรู้จัก แต่เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการโฆษณาเน้นเจาะให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคนทุกเพศทุกวัย ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าให้กับผู้บริโภค การกำหนดงบประมาณการส่งเสริมการตลาดจะใช้วิธีการกำหนดตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้การส่งเสริมการตลาดบรรลุตามแผนการตลาดที่ได้วางไว้และยังต้องคำนึงถึงการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคต่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เพื่อส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทและผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการสร้างและเลือกสื่อ

การใช้สื่อโฆษณาจะเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพในการเจาะกลุ่มเป้าหมาย ใช้สื่อประสมโดยเน้นให้รู้จักตราสินค้าและประโยชน์ที่แตกต่างของสินค้า รวมถึงภาพลักษณ์ โดยให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักสินค้า รับรู้ถึงประโยชน์ของแร่ธาตุตามธรรมชาติ โดยความถี่ในการโฆษณาจะใช้สื่ออย่างต่อเนื่อง โดยจะเน้นหนักในช่วงปีแรกให้เป็นการสร้างตราสินค้าและปีที่ 2 ของการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อสร้างให้เกิดความต้องการและเกิดการซื้อซ้ำโดยมีกลยุทธ์การเลือกและสร้างสื่อดังนี้

1. เลือกสื่อที่หลากหลาย มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
2. เลือกสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงและให้เกิดประโยชน์สูงสุด
3. เน้นกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายให้ได้ทดลองสินค้าและตัดสินใจซื้อสินค้า
4. สร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ โดยเน้นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์
5. เน้นย้ำถึงตราสินค้า เพื่อสร้างให้เกิดตราสินค้าและนิยมในผลิตภัณฑ์

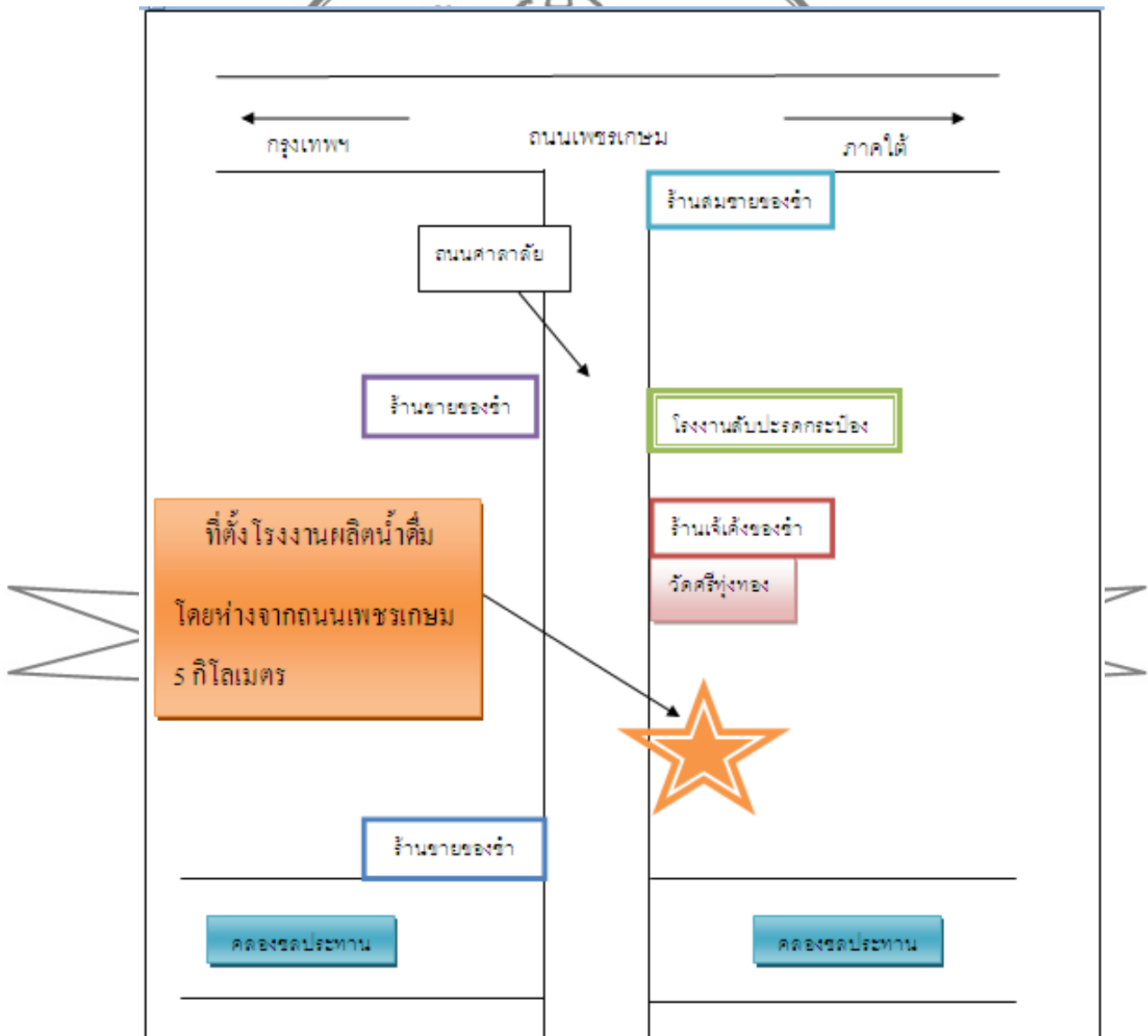
6. สร้างสื่อที่แตกต่างจากน้ำดื่มทั่วไปตามท้องตลาด เพื่อให้เห็นจุดเด่นในสินค้าและสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ

7. ใช้กลยุทธ์การดึง (Pull strategy) เพื่อชักจูงให้ผู้บริโภคชั้นสุดท้ายสนใจและถามหา
8. เน้นสร้างกระแสความรู้สึกที่คาดหวังโดยใช้ข้อความสโลแกนในการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์และยังสามารถสร้างความถี่ในการซื้อ ด้วยสโลแกน “สะอาด เป่งปลั่ง สดชื่น ได้ทุกวัน”

บทที่ 6
แผนการผลิต

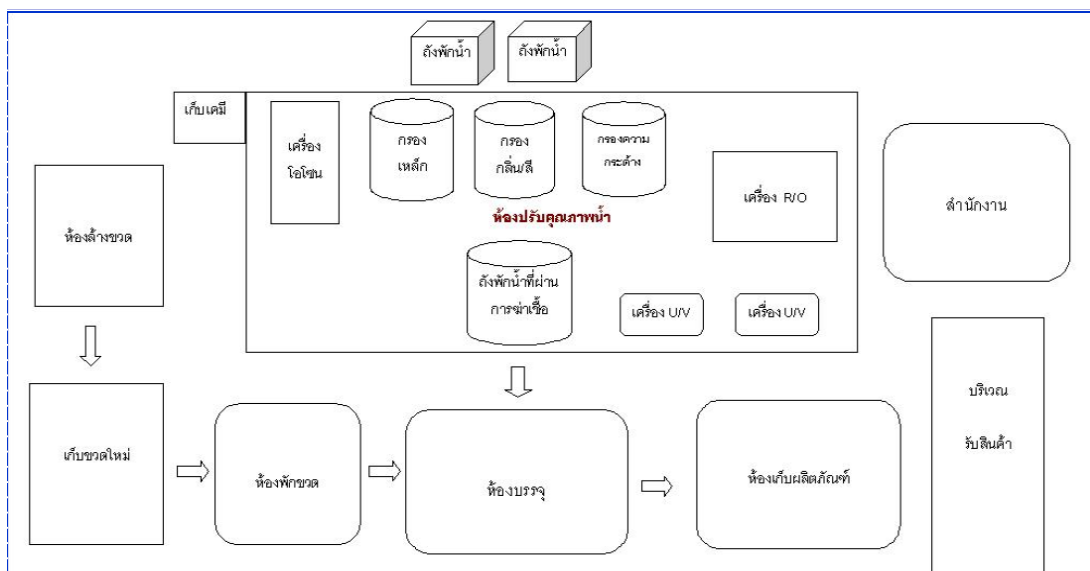
ทำเลที่ตั้ง

โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตั้งอยู่เลขที่ 286 หมู่ 2 ต.ศาลาลัย อ.สามร้อยยอด จ.ประจวบคีรีขันธ์ มีพื้นที่โรงงานประมาณ 100 ตารางวา อาคารโรงงานกว้าง 4 เมตร ยาว 4 เมตร ลึก 4 ห้อง สูง 4.50 เมตร



ภาพที่ 3 แผนที่ตั้งของกิจการผลิตน้ำดื่มตรา Healthy

โครงสร้างโรงงานผลิตน้ำดื่ม



ภาพที่ 4 โครงสร้างโรงงานผลิตน้ำดื่ม

สถานที่ตั้งและอาคารผลิต

สถานที่ตั้งของตัวอาคารและบริเวณใกล้เคียงต้องอยู่ในที่เหมาะสม ไม่ทำให้เกิดการปนเปื้อนกับน้ำบริโภคหรือถ้าผู้ผลิตไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ผู้ผลิตก็ต้องมีมาตรการป้องกันเพิ่มเติม อาคารผลิตต้องมีผนังทั้ง 4 ด้าน การจัดการอย่างน้อยจะต้องประกอบด้วย

1. ห้องติดตั้งเครื่องมือ อุปกรณ์ปรับคุณภาพน้ำ ห้องดังกล่าวต้องมีพื้นลาดเอียง มีทางระบายน้ำ ไม่มีน้ำขัง

2. ห้องหรือบริเวณเก็บภาชนะก่อนล้าง ห้องนี้ต้องมีพื้นที่แห้ง มีชั้นหรือยกพื้น มีมาตรการป้องกันฝุ่นละออง

3. ห้องหรือบริเวณล้างและฆ่าเชื้อภาชนะบรรจุ ห้องดังกล่าวต้องมีพื้นลาดเอียง ไม่มีน้ำขัง และมีทางระบายน้ำ มีระบบจัดแยกภาชนะที่กำลังรอล้างและที่ล้างแล้ว

4. ห้องบรรจุ ห้องนี้ต้องมีมาตรการป้องกันการปนเปื้อนอย่างมีประสิทธิภาพ มีทางเข้าออกที่สามารถป้องกันสัตว์ แมลง ไม่เป็นทางเดินผ่านไปยังบริเวณหรือห้องอื่นๆ มีพื้นลาดเอียง ไม่มีน้ำขัง มีทางระบายน้ำ มีโต๊ะ หรือแท่นบรรจุ ซึ่งทำความสะอาดง่าย ห้องบรรจุดังกล่าวต้องมีการใช้และปฏิบัติงานจริง

5. ห้องหรือบริเวณเก็บผลิตภัณฑ์ ห้องนี้ต้องมีชั้น หรือยกพื้นรองรับ มีระบบการเก็บผลิตภัณฑ์เพื่อรอจำหน่าย

เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต

ผิวหน้าของเครื่องหรืออุปกรณ์ที่สัมผัสโดยตรงกับน้ำบริโภค ต้องทำจากวัสดุที่ไม่ก่อให้เกิดสนิมและไม่เป็นพิษ เครื่องมือเครื่องจักรต้องสามารถทำความสะอาด มาเชื้อได้ง่าย และมีจำนวนพอเพียง เครื่องมืออย่างน้อยต้องประกอบด้วย

1. เครื่องหรืออุปกรณ์การปรับคุณภาพน้ำ
2. เครื่องหรืออุปกรณ์ล้างภาชนะบรรจุ
3. เครื่องหรืออุปกรณ์การบรรจุ
4. เครื่องหรืออุปกรณ์การปิดผนึก
5. โต้ะหรือแท่นบรรจุ ที่เหมาะสมสำหรับขนาดบรรจุที่ต่างกัน
6. ท่อส่งน้ำเป็นท่อพลาสติก PVC หรือวัสดุอื่นที่มีคุณภาพทัดเทียมกัน

ผู้ผลิตควรตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ อุปกรณ์ดังกล่าวมีประสิทธิภาพการทำงานที่ดี นอกจากนี้อุปกรณ์ยังต้องได้รับการทำความสะอาดและ มาเชื้ออย่างเพียงพอ ทั้งก่อนและหลังการผลิตหรือตามระยะเวลาที่เหมาะสม

กำลังการผลิต

ปัจจุบันกำลังผลิตของน้ำดื่มเท่ากับ 72 ลิตร/ชั่วโมง ผลิตจริงวันละประมาณ 70-80% ของกำลังการผลิตทั้งหมด

กรรมวิธีการผลิตน้ำดื่ม

โดยทั่วไป กรรมวิธีการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดจะแบ่งเป็นขั้นตอนตามที่ อย. กำหนด ดังนี้

1. ขั้นตอนการกรอง ประกอบด้วย

กรองด้วยสารที่เป็นตัวกรอง (ถังกรอง) ชนิดต่าง ๆ และ/หรือ

- ใช้วิธี Reverse Osmosis (RO)

2. ขั้นตอนการทำลายเชื้อจุลินทรีย์ ประกอบด้วย

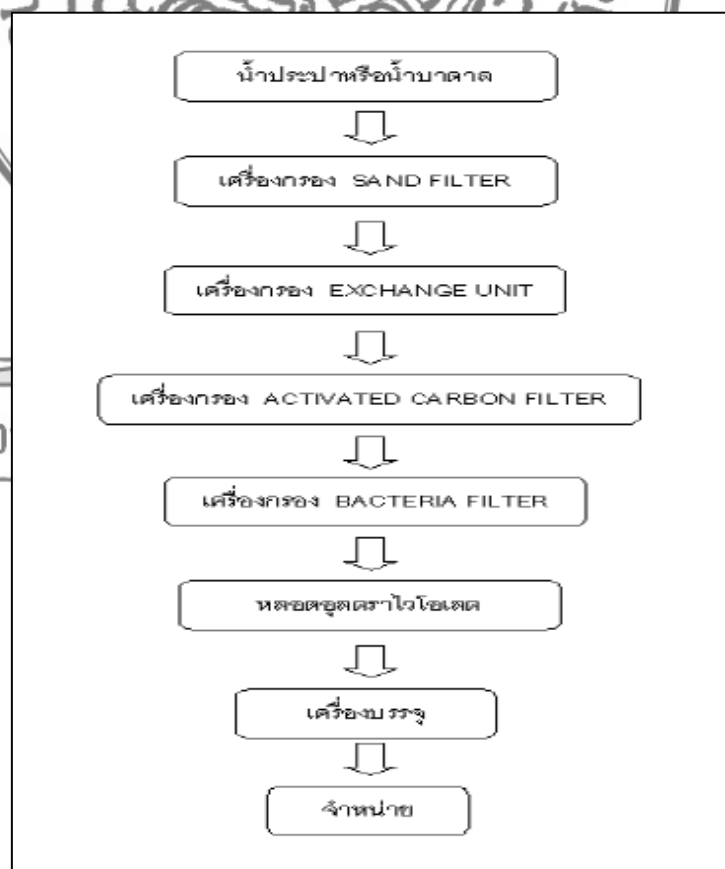
- ใช้แสงอัลตราไวโอเล็ต (หลอด UV) และ/หรือ

- ใช้ระบบโอโซน (Ozone)

การผลิตน้ำดื่มจะมีกรรมวิธี ดังนี้

1. นำน้ำประปาหรือน้ำบาดาลหรือน้ำจากแม่น้ำลำคลองเข้าสู่เครื่องกรอง SAND FILTER
2. ผ่านน้ำเข้าสู่เครื่องกรอง BASE EXCHANGE UNIT ซึ่งบรรจุผงกรองเรซิน เพื่อขจัดความกระด้างของน้ำและสารละลายของเหล็กบางส่วนออก
3. ผ่านน้ำเข้าสู่เครื่องกรอง ACTIVATED CARBON FILTER ซึ่งบรรจุสารกรอง ACTIVATED CARBON เพื่อขจัดกลิ่น สี และตะกอน
4. ผ่านน้ำเข้าสู่เครื่องกรอง BACTERIA FILTER ซึ่งมีไส้กรองเป็น CERAMIC FILTRATION
5. นำน้ำผ่านเข้าสู่หลอดดูดคว่ำไวโอเล็ต เพื่อฆ่าเชื้อโรค แล้วจึงผ่านน้ำเข้าสู่เครื่องบรรจุ เพื่อบรรจุใส่ภาชนะต่อไป

ขั้นตอนการผลิตน้ำดื่ม



ภาพที่ 5 ขั้นตอนการผลิตน้ำดื่ม

วัตถุดิบ

- เครื่องกรองน้ำและอุปกรณ์ ราคาประมาณ 300,000 – 400,000 บาท
- ปั๊มส่งน้ำ 2 เครื่อง
- เครื่องกรองแมงกานีส
- เครื่องกรองคาร์บอน
- เครื่องกรองเรซิน
- เครื่องกรองเซรามิก
- หลอดออลตราไวโอเล็ตสำหรับฆ่าเชื้อ 1 ชุด
- เครื่อง Reverse Osmosis (RO)
- หัวบรรจุน้ำสำหรับขวดขนาด 600 มล. และ 850 มล.
- หัวบรรจุสำหรับน้ำถึงขนาด 20 ลิตร
- หัวบรรจุและฉีบน้ำแบบแก้ว
- เครื่องล้างถังน้ำ
- ถังเก็บน้ำขนาด 3,000 ลิตร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 7
แผนการเงิน

ตารางที่ 3 เงินลงทุน

| | ออกเอง | กู้ | รวม |
|----------------------------|------------------|-----|------------------|
| ที่ดิน | - | - | - |
| สิ่งปลูกสร้าง | 400,000 | - | 400,000 |
| เครื่องจักรอุปกรณ์ | 400,000 | - | 400,000 |
| ยานพาหนะ | 400,000 | - | 400,000 |
| เครื่องใช้สำนักงาน | 5,000 | - | 5,000 |
| ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน | 5,000 | - | 5,000 |
| เงินทุนหมุนเวียน | 475,000 | - | 475,000 |
| รวม | 1,685,000 | - | 1,685,000 |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4 การคำนวณรายได้

| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|--|------------------|------------------|------------------|
| ปริมาณน้ำดื่มบรรจุถังขนาด 20 ลิตรที่ขาย (ถัง) | 75,000 | 80,000 | 100,000 |
| ราคาจำหน่าย (บาท/ถัง) | 8 | 8 | 8 |
| รายได้น้ำดื่มบรรจุถังขนาด 20 ลิตร (บาท) | 600,000 | 640,000 | 800,000 |
| ปริมาณน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใสขนาด 500 มล. ที่ขาย (โหล) | 40,000 | 45,000 | 50,000 |
| ราคาจำหน่าย (บาท/โหล) | 45 | 45 | 45 |
| รายได้น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใสขนาด 500 มล. (บาท) | 1,800,000 | 2,025,000 | 2,250,000 |
| ปริมาณน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกขุ่นขนาด 850 มล. ที่ขาย (โหล) | 40,000 | 45,000 | 50,000 |
| ราคาจำหน่าย (บาท/โหล) | 32 | 32 | 32 |
| รายได้น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกขุ่น ขนาด 850 มล. (บาท) | 1,280,000 | 1,440,000 | 1,600,000 |
| ปริมาณน้ำดื่มบรรจุแบบแก้ว ขนาด 220 มล. ที่ขาย (ลัง) | 3,000 | 4,000 | 5,000 |
| ราคาจำหน่าย (บาท/ลัง) | 70 | 70 | 70 |
| รายได้น้ำดื่มบรรจุแบบแก้ว ขนาด 220 มล. (บาท) | 210,000 | 280,000 | 350,000 |
| รายได้รวม (บาท) | 3,680,000 | 4,105,000 | 4,650,000 |

ตารางที่ 5 การคำนวณต้นทุนวัสดุดิบ

| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|--|----------------|----------------|------------------|
| - | - | - | - |
| ถังขนาด 20 ลิตรพร้อมฝา (ถัง) | 10,000 | 8,000 | 5,000 |
| ราคาวัสดุดิบ (บาท/ถัง) | 58 | 58 | 58 |
| ต้นทุนถังขนาด 20 ลิตร (บาท) | 580,000 | 464,000 | 290,000 |
| ขวดพลาสติกใสขนาด 500 มล.พร้อมฝา (โหล) | 40,000 | 45,000 | 50,000 |
| ราคาวัสดุดิบ (บาท/โหล) | 19 | 20 | 20 |
| ต้นทุนขวดพลาสติกใสขนาด 500 มล. (บาท) | 760,000 | 900,000 | 1,000,000 |
| ขวดพลาสติกขุ่น ขนาด 850 มล.พร้อมฝา (โหล) | 40,000 | 45,000 | 50,000 |
| ราคาวัสดุดิบ (บาท/โหล) | 16.80 | 16.80 | 17 |
| ต้นทุนขวดพลาสติกขุ่น ขนาด 850 มล. (บาท) | 672,000 | 756,000 | 850,000 |
| แก้ว ขนาด 220 มล. (ถัง) | 3,000 | 4,000 | 5,000 |
| ราคาวัสดุดิบ (บาท/ถัง) | 20 | 22 | 24 |
| ต้นทุนแบบแก้ว ขนาด 220 มล. (บาท) | 60,000 | 88,000 | 120,000 |
| ฉลากฟิล์มแบบหัดตัว (โหล) | 40,000 | 45,000 | 50,000 |
| ราคาวัสดุดิบ (บาท/โหล) | 0.21 | 0.21 | 0.21 |
| ต้นทุนฉลากฟิล์มแบบหัดตัว (บาท) | 8,400 | 9,450 | 10,500 |
| แค็ปซูล (แพ็ค) | 10,000 | 8,000 | 5,000 |
| ราคาวัสดุดิบ (บาท/แพ็ค) | 0.21 | 0.21 | 0.21 |
| ต้นทุนแค็ปซูล (บาท) | 2,100 | 1,680 | 1,050 |
| ฟิล์มห่อหุ้มแบบหัดตัว (โหล) | 40,000 | 45,000 | 50,000 |
| ราคาวัสดุดิบ (บาท/โหล) | 0.10 | 0.21 | 0.21 |
| ต้นทุนฟิล์มห่อหุ้มแบบหัดตัว (บาท) | 4,000 | 9,450 | 10,500 |
| ถุงพลาสติกขนาด 8 x 19 (กิโลกรัม) | 450 | 450 | 500 |
| ราคาวัสดุดิบ (บาท/กิโลกรัม) | 63 | 63 | 63 |
| ต้นทุนถุงพลาสติกขนาด 8 x 19 (บาท) | 28,350 | 28,350 | 31,500 |
| ฟิล์มสำหรับปิดปากแก้วพลาสติก (ม้วน) | 100 | 120 | 150 |

| | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|
| ราคาวัตุดิบ (บาท/ม้วน) | 800 | 800 | 830 |
| ต้นทุนฟิล์มสำหรับปิดปากแก้วพลาสติก (บาท) | 80,000 | 96,000 | 96,000 |
| ลังกระดาษ (ลัง) | 3,000 | 4,000 | 5,000 |
| ราคาวัตุดิบ (บาท/ลัง) | 6.40 | 6.40 | 6.50 |
| ต้นทุนลังกระดาษ (บาท) | 19,200 | 25,600 | 32,500 |
| ต้นทุนวัตุดิบรวม (บาท) | 2,012,000 | 2,012,000 | 2,014,000 |



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 6 การคำนวณค่าแรง

| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|---|----------------|----------------|----------------|
| ผู้จัดการโรงงาน (คน) | 1 | 1 | 1 |
| เงินเดือนผู้จัดการโรงงาน (บาท/ปี) | 120,000 | 120,000 | 120,000 |
| ค่าแรงผู้จัดการโรงงานรวม (บาท/ปี) | 120,000 | 120,000 | 120,000 |
| พนักงานฝ่ายผลิต (คน) | 5 | 5 | 5 |
| เงินเดือนพนักงานฝ่ายผลิต (บาท/ปี) | 60,000 | 60,000 | 70,000 |
| ค่าแรงพนักงานฝ่ายผลิตรวม (บาท/ปี) | 300,000 | 300,000 | 350,000 |
| พนักงานฝ่ายบัญชี/จัดซื้อ (คน) | 1 | 1 | 1 |
| เงินเดือนพนักงานฝ่ายบัญชี/จัดซื้อ (บาท/ปี) | 96,000 | 96,000 | 96,000 |
| ค่าแรงพนักงานฝ่ายบัญชี/จัดซื้อรวม (บาท/ปี) | 96,000 | 96,000 | 96,000 |
| พนักงานฝ่ายขนส่งสินค้า (คน) | 6 | 6 | 6 |
| เงินเดือนพนักงานฝ่ายขนส่งสินค้า (บาท/ปี) | 54,000 | 54,000 | 60,000 |
| ค่าแรงพนักงานฝ่ายขนส่งสินค้ารวม (บาท/ปี) | 324,000 | 324,000 | 360,000 |
| ค่าแรงทั้งสิ้น (บาท/ปี) | 840,000 | 840,000 | 926,000 |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 7 การคำนวณค่าใช้จ่ายอื่นๆ

| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| ค่าน้ำ | 80,000 | 100,000 | 120,000 |
| ค่าไฟ | 300,000 | 320,000 | 340,000 |
| ค่าโทรศัพท์ | 3,600 | 3,600 | 3,600 |
| ค่ารับรอง | - | - | - |
| ค่าทำบัญชี | - | - | - |
| ค่าเช่า | 30,000 | 30,000 | 30,000 |
| ค่าเดินทาง | 30,000 | 35,000 | 35,000 |
| ค่าใช้จ่ายทางการตลาด | 10,000 | 5,000 | 3,000 |
| ค่าวัสดุสิ้นเปลือง | 10,000 | 15,000 | 15,000 |
| ค่าซ่อมบำรุง | 20,000 | 20,000 | 30,000 |
| อื่นๆ | 10,000 | 12,000 | 13,000 |
| ค่าใช้จ่ายอื่นๆรวมทั้งสิ้น | 493,600 | 540,600 | 589,600 |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 8 การคำนวณค่าเสื่อมราคา

| | | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|--|-------------------------|---------------|---------------|---------------|
| การคำนวณค่าเสื่อมราคา | ตัดค่าเสื่อม(ปี) | | | |
| ค่าเสื่อมราคาสั่งปลูกสร้าง (บาท/ปี) | 25 | 16,000 | 16,000 | 16,000 |
| ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร (บาท/ปี) | 10 | 40,000 | 40,000 | 40,000 |
| ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ (บาท/ปี) | 10 | 40,000 | 40,000 | 40,000 |
| ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน (บาท/ปี) | 5 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| ค่าเสื่อมราคา รวม (บาท/ปี) | | 97,000 | 97,000 | 97,000 |

| | | | | |
|--|---|-------|---|--|
| การคำนวณค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน | | | | |
| ตัดจ่าย | | | | |
| ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย (บาท/ปี) | 1 | 5,000 | - | |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 9 รายละเอียดการคำนวณเงินทอนหมวนเวียน

| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|------------------------------|---------|---------|---------|
| ลูกหนี้การค้า 1 เดือน | 306,667 | 342,083 | 387,500 |
| สต็อกวัสดุคืบ 1 เดือน | 167,667 | 176,667 | 178,333 |
| สต็อกสินค้าสำเร็จรูป 0 เดือน | - | - | - |
| เจ้าหนี้การค้า 0 เดือน | - | - | - |

| | | |
|--------------------------|---------|---------|
| ลูกหนี้การค้า | | 306,667 |
| บวก สต็อก | | |
| - วัสดุคืบ | 167,667 | |
| - สินค้าสำเร็จรูป | - | 167,667 |
| รวม | | 474,333 |
| หัก เจ้าหนี้การค้า | | - |
| รวมทั้งสิ้น | | 474,333 |
| บวก ตำรอง | | 667 |
| เงินทอนหมวนเวียนทั้งสิ้น | | 475,000 |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| รายได้ | 3,680,000 | 4,105,000 | 4,650,000 |
| ค่าใช้จ่าย | | | |
| วัสดุคิบบ | 2,012,000 | 2,120,000 | 2,140,000 |
| แรงงาน | 840,000 | 840,000 | 926,000 |
| ค่าใช้จ่ายอื่นๆ | 493,600 | 540,600 | 589,600 |
| ค่าเสื่อมราคา | 97,000 | 97,000 | 97,000 |
| ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานตัดจ่าย | 5,000 | - | - |
| ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - |
| รวมค่าใช้จ่าย | 3,447,600 | 3,597,600 | 3,752,600 |
| กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษี | 232,400 | 507,400 | 897,400 |
| หักภาษี 30 % | | 30% | 269,220 |
| กำไร (ขาดทุน) สุทธิ | 162,680 | 355,180 | 628,180 |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

| | ปีที่ 0 | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| เงินเข้า | | | | |
| ทุน | 1,210,000 | 475,000 | | |
| เงินกู้ระยะยาว | - | | | |
| เงินกู้เงินทุนหมุนเวียน | | - | | |
| รายได้ที่เก็บเงินได้ในปีเดียวกัน | | 3,373,333 | 3,762,917 | 4,262,500 |
| รายได้ที่เก็บเงินได้ในปีถัดไป | | | 306,667 | 342,083 |
| รวมเงินเข้า (A) | 1,210,000 | 3,848,333 | 4,069,583 | 4,604,583 |
| เงินออก | | | | |
| ที่ดิน | - | | | |
| สิ่งปลูกสร้าง | 400,000 | | | |
| เครื่องจักร | 400,000 | | | |
| ยานพาหนะ | 400,000 | | | |
| เครื่องใช้สำนักงาน | 5,000 | | | |
| ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน | 5,000 | | | |
| ค่าวัสดุคิบัที่ใ้และชำระในปีเดียวกัน | | 2,012,000 | 2,120,000 | 2,140,000 |
| ค่าวัสดุคิบัที่ใ้แต่ชำระในปีถัดไป | | | | - |
| สต็อกวัสดุคิบัเพิ่มเติม | | 167,667 | 9,000 | 1,667 |
| สต็อกสินค้ำสำเร็จรูปเพิ่มเติม | | - | - | - |
| จ่ายค่าแรง | | 840,000 | 840,000 | 926,000 |
| จ่ายค่าใ้จ่ายอื่น ๆ | | 493,600 | 540,600 | 589,600 |
| จ่ายดอกเบี้ยธนาคาร | | - | - | - |
| จ่ายคืนต้นเงินกู้ระยะยาว | | - | - | - |
| จ่ายคืนเงินทุนหมุนเวียน | | - | - | - |

| | | | | |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| จ่ายภาษี | | - | 69,720 | 152,220 |
| เงินปันผล (ถอนใช้ส่วนตัว) | | - | - | - |
| รวมเงินออก (B) | 1,210,000 | 3,513,267 | 3,579,320 | 3,809,487 |
| เงินสดคงเหลือต้นงวด (1 ม.ค.) | - | - | 335,067 | 825,330 |
| เงินสดคงเหลือระหว่างงวด (A-B) | - | 335,067 | 490,263 | 795,097 |
| เงินสดคงเหลือปลายงวด (31 ธ.ค.) | - | 335,067 | 825,330 | 1,620,427 |



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 12 ประมาณการงบดุล

| | ปีที่ 0 | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| สินทรัพย์ | | | | |
| เงินสด | - | 335,067 | 825,330 | 1,620,427 |
| ลูกหนี้ | | 306,667 | 342,083 | 387,500 |
| สินค้าคงคลัง | | 167,667 | 176,667 | 178,333 |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | - | 809,400 | 1,344,080 | 2,186,260 |
| ที่ดิน | - | - | - | - |
| สิ่งปลูกสร้าง | 400,000 | 384,000 | 368,000 | 352,000 |
| เครื่องจักรอุปกรณ์ | 400,000 | 360,000 | 320,000 | 280,000 |
| ยานพาหนะ | 400,000 | 360,000 | 320,000 | 280,000 |
| เครื่องใช้สำนักงาน | 5,000 | 4,000 | 3,000 | 2,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวร | 1,205,000 | 1,108,000 | 1,011,000 | 914,000 |
| สินทรัพย์อื่น | 5,000 | - | - | - |
| รวมสินทรัพย์ | 1,210,000 | 1,917,400 | 2,355,080 | 3,100,260 |

| | | | | |
|----------------------------|---|---------------|----------------|----------------|
| หนี้สิน | | | | |
| เจ้าหนี้การค้า | | - | - | - |
| เจ้าหนี้ภาษีค้างจ่าย | | 69,720 | 152,220 | 269,220 |
| O/D ธนาคาร | - | - | - | - |
| รวมหนี้สินหมุนเวียน | - | 69,720 | 152,220 | 269,220 |
| เงินกู้ธนาคาร | - | - | - | - |
| เงินกู้นอกระบบ | | | | |
| รวมหนี้สินระยะยาว | - | - | - | - |
| รวมหนี้สิน | - | 69,720 | 152,220 | 269,220 |

| | | | | |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| ทุน | | | | |
| ส่วนที่ออกเอง | 1,210,000 | 1,685,000 | 1,685,000 | 1,685,000 |
| กำไรสะสม | | 162,680 | 517,860 | 1,146,040 |
| รวมส่วนของทุน | 1,210,000 | 1,847,680 | 2,202,860 | 2,831,040 |
| รวมหนี้สิน + ส่วนของทุน | 1,210,000 | 1,917,400 | 2,355,080 | 3,100,260 |

ตารางที่ 13 อัตราส่วนทางการเงิน

| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|-------------------------------|---------|---------|---------|
| หนี้สินต่อทุน(เท่า) | 0.04 | 0.07 | 0.10 |
| สภาพคล่อง(เท่า) | 11.61 | 8.83 | 8.12 |
| ความสามารถในการทำกำไร(%) | 4.42 | 8.65 | 13.51 |
| ผลตอบแทน(%) | 8.80 | 16.12 | 22.19 |
| ความสามารถในการชำระหนี้(เท่า) | 0 | 0 | 0 |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 8

การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

จากผลการวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมด้วย Five - Force Model และผลการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) พบว่าธุรกิจน้ำดื่มมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง และน้ำดื่มเป็นสินค้าที่ทดแทนได้ง่าย ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรมดังกล่าว อย่างไรก็ตามธุรกิจน้ำดื่มมีโอกาสในการเติบโตและทำกำไรจากปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ดังนี้

1. การเติบโตของตลาดน้ำดื่ม Growth of Market

1. ตลาดน้ำดื่มมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคมีความใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น จึงหันมาดื่มน้ำดื่มที่มีความบริสุทธิ์ มีคุณค่าทางโภชนาการ ดังนั้นตลาดจึงมีโอกาสนในการขยายตัวได้อีกมาก
2. พฤติกรรมการดื่มน้ำดื่มของคนในบ้าน พบว่าสัดส่วนของคนในบ้านที่ดื่มน้ำดื่มถึง 100 % เพราะน้ำเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิต

2. ทักษะของผู้บริโภคโดยตระหนักถึงสุขภาพ

1. ผู้บริโภคนิยมทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยคำนึงถึงความบริสุทธิ์และคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตหันมาให้ความสำคัญต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังเห็นได้จากการที่ผู้ผลิตน้ำดื่มมีการเพิ่มคุณค่าทางอาหารโดยการเติมแร่ธาตุ หรืออีกตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือผู้ผลิตน้ำดื่ม ทั้งเพอร์ริว ออรา มีเนเร่ พายามขยายฐานธุรกิจไปสู่ น้ำดื่ม ที่ไม่ใช่เพียงแต่น้ำดื่มเท่านั้น แต่หันมาให้ความสำคัญกับเครื่องดื่มที่มีเกลือแร่เพื่อสุขภาพแทน

2. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการยึดติดกับตราหือน้อยลง เนื่องจากปัจจุบันมีน้ำดื่มหลากหลายยี่ห้อ จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการรายใหม่ทุกรายที่จะก้าวเข้าสู่ตลาดได้ ถ้ามีการพัฒนาระบบการผลิตและการตลาดอย่างจริงจัง

3. เทคโนโลยีด้านการผลิตของกระบวนการผลิตน้ำดื่มเป็นเทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อนและมีต้นทุนการผลิตไม่สูงมาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำกว่าเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคพิจารณาเปรียบเทียบ

บทที่ 9 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

วัตถุประสงค์

เพื่อให้บริษัทสามารถปรับตัวกับสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ตามแผนหลักได้ทันเวลา เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อกิจการในการดำเนินธุรกิจ

แผนฉุกเฉิน

1. สินค้าที่ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามที่ตั้งเป้าไว้ ยอดขายมีจำนวนน้อยกว่าที่คาดไว้มาก คือต่ำกว่าร้อยละ 15 ในระยะเวลา 6 เดือน

1.1 พิจารณาว่าสินค้าที่ผลิตออกมาสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ หากสินค้าที่ผลิตไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคก็ควรทำการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่

1.2 พิจารณาช่องทางในการจัดจำหน่ายว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ เพื่อใช้ปรับเปลี่ยนช่องทางการจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งหาช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ

1.3 ปรับลดการโฆษณาบางสื่อ ที่มีค่าใช้จ่ายสูง และปรับลดค่าใช้จ่ายต่างๆ

1.4 หยุดการผลิตสินค้าสำหรับแผนการผลิตในงวดหน้า รวมถึงการสั่งวัตถุดิบ

1.5 ปรับส่วนผสมทางการตลาดโดยพิจารณาแนวทางในการวางแผนดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์: วิจัยผลิตภัณฑ์เพื่อหาสาเหตุและนำผลที่ได้มาปรับปรุง
2. ด้านราคา: ตั้งราคาเดิมแต่อาจปรับด้วยการเพิ่มปริมาณ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย: วิเคราะห์ยอดขายในแต่ละช่องทางว่าช่องทางใดที่มียอดขายน้อยและหาสาเหตุ จากนั้นนำมาพิจารณาหาช่องทางใหม่
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด: เพิ่มรายการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เพื่อจูงใจให้เกิดการทดลองซื้อ

2. กรณีที่ยอดขายของผลิตภัณฑ์สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

2.1 เพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดมากขึ้น ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มความสะดวกในการซื้อ

2.2 ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นและเพิ่มปริมาณสินค้าในการวางจำหน่าย

2.3 เพิ่มการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า

2.4 เพิ่มกำลังการผลิต เพื่อรองรับปัญหาสินค้าขาดตลาด จัดหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่ม

3. กรณีคู่แข่งมีการส่งเสริมการตลาดกันอย่างรุนแรง

3.1 เพิ่มการส่งเสริมการขาย ด้วยการแจกตัวอย่างให้ทดลองสินค้า

3.2 เพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก

4. กรณีคู่แข่งมีสินค้าลักษณะเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท

4.1 ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความเหนือกว่า ทั้งปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย

4.2 ทำการประชาสัมพันธ์และโฆษณาเพื่อทำให้เกิดการจดจำและสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาการค้า. การจดทะเบียนการค้า [Online]. Accessed 15 ธันวาคม 2554. Available from

<http://www.thairegistration.com/thai/register/detail5.phtml>

รัฐกฤษ คล่องพยาบาล. คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2552.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. น้ำดื่มบรรจุขวด [Online]. Accessed 21 พฤศจิกายน 2554. Available from

<http://www.tfrc.co.th>

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ภาษีเงินได้, ภาษีมูลค่าเพิ่ม [Online]. Accessed

10 มกราคม 2555. Available from <http://www.ismed.or.th/knowledge/alpha/body1/body1.htm>

_____. การขออนุญาตกรมโรงงาน [Online]. Accessed 15 ธันวาคม 2554. Available from

<http://www.fda.moph.go.th/fda.net/html/product/other/kbs3/fdframe.htm>

_____. การขออนุญาตผลิตอาหาร [Online]. Accessed 15 ธันวาคม 2554. Available from

<http://www.fda.moph.go.th/fda.net/html/product/other/kbs3/fdframe.htm>

_____. การขออนุญาตหน่วยงานท้องถิ่น [Online]. Accessed 15 ธันวาคม 2554. Available from

<http://www.fda.moph.go.th/fda.net/html/product/other/kbs3/fdframe.htm>



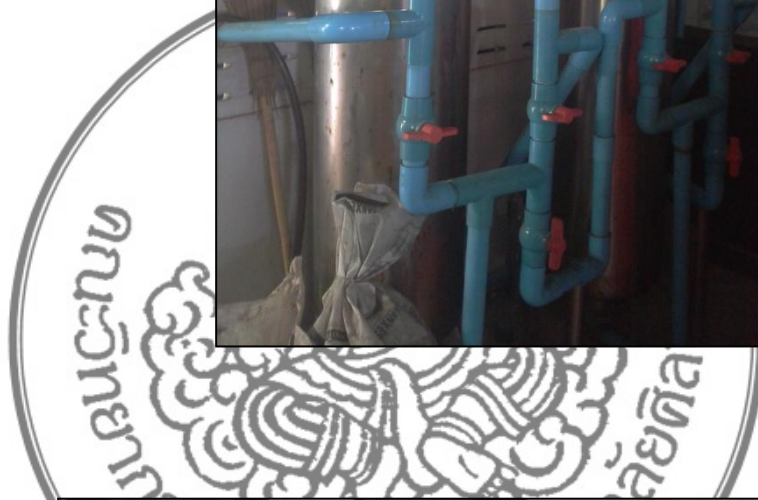
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี



เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตน้ำดื่ม



แผงควบคุมการทำงานของกระบวนการผลิตน้ำดื่ม



เครื่องล้างขวด



เครื่องล้างถังภายนอก



เครื่องล้างถังภายใน



พื้นที่บรรจุน้ำถัง



เครื่องบรรจุน้ำดื่มชนิดขวดขุ่น



พื้นที่บริเวณเครื่องบรรจุน้ำดื่มชนิดขวดขุ่น



เครื่องบรรจุน้ำดื่มชนิดแก้ว



แก้วพลาสติกบรรจุน้ำดื่ม



โกดังเก็บเกลือบริสุทธิ์และตั้งบรรจุน้ำดื่ม



เกลือบริสุทธิ์



วัตถุดิบต่างๆในการผลิตน้ำดื่ม



ผลงานวิทยนั้กศึกษา ระดับปริญญาตรี

ระบบ Reverse Osmosis (RO)

ระบบ REVERSE OSMOSIS (RO) เป็นระบบการกรองโดยใช้เยื่อกรอง Membrane ที่มีความละเอียดถึง 0.0001 ไมครอน ในการกรอง ซึ่งทำให้สารละลาย สิ่งปนเปื้อน รวมทั้งเชื้อโรคต่างๆ ที่มีขนาดใหญ่กว่ารูพรุนของเยื่อกรอง Membrane ไม่สามารถแทรกตัวเล็ดลอดผ่านไป ได้ มีเพียงโมเลกุลของน้ำบริสุทธิ์เท่านั้นที่สามารถไหลผ่าน โดยสารละลายและจะถูกแยกออกจากน้ำดีและกำจัดออกจากระบบ เพื่อป้องกันการตกค้างและสะสมภายในเยื่อเมมเบรน

ระบบ RO ผ่านกระบวนการกรอง 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. Sediment Filter เป็นการกรองตะกอนหยาบขั้นต้น โดยตะกอนหยาบลิ่งสกปรกที่ปะปนมากับน้ำทุกชนิด เช่น ทรายละเอียด สนิมเหล็ก เศษผง จุลินทรีย์ และสามารถกรองสิ่งเล็กกว่าเส้นผมได้ถึง 5 เท่า โดยเยื่อกรองเป็น Polypropylene Filter ขนาด 5 ไมครอน เป็นการปรับสภาพน้ำระดับหนึ่ง เพื่อยืดอายุการใช้งานของเยื่อกรองเมมเบรน

2. Pre-Carbon Filter สารกรองจะเป็นถ่านกัมมันต์ (Activated carbon) ซึ่งจะลดปริมาณคลอรีนในน้ำที่จะทำลายเยื่อเมมเบรน นอกจากนี้ยังสามารถปรับปรุง สี กลิ่น และรสชาติของน้ำ

3. RO Membrane จะสามารถขจัดสิ่งปนเปื้อนในน้ำ เป็นกระบวนการที่ใช้แรงดันน้ำผ่านเยื่อกรอง ซึ่งเป็นเยื่อกรองที่สามารถให้น้ำซึมผ่านได้ มีรูขนาด 0.0001 ไมครอน มีสัดส่วนในการแยกสารละลาย (Salt Rejection) สามารถแยกสารเคมี โลหะหนัก เช่น ตะกั่ว ปรอท แคลเซียม ฯลฯ และเชื้อโรคต่างๆ ออกจากน้ำได้มากถึง 95%-99.8%

4. Post-carbon Filter สารกรองจะเป็นถ่านกัมมันต์ (Activated carbon) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของระบบการกรอง ขจัดกลิ่นหรือก๊าซที่ยังคงเหลือในน้ำและปรับรสชาติของน้ำให้เป็นธรรมชาติ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

.....การถอดต้นและอายุการใช้งานของเยื่อกรองเมมเบรนขึ้นอยู่กับระบบการกรองเบื้องต้น

(RO-Pretreatment) กล่าวคือหากมีการออกแบบให้น้ำก่อนเข้าเยื่อกรองเมมเบรน (RO Feed Water) มีคุณภาพดีต้องตามข้อกำหนด (RO Membrane Specification) ของเยื่อเมมเบรนก็จะสามารถยืดอายุการใช้งานของเยื่อเมมเบรนออกไปได้

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล นางสาวสมกมล มณฑามณี
 ที่อยู่ 79/11 หมู่ 5 ซอยหนองเตวีต ถนนบางกรวย - ไทรน้อย ตำบลบางกร่าง
 อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2548 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนโยธินบูรณะ
 พ.ศ.2551 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนโยธินบูรณะ
 พ.ศ.2551 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 14 มี.ค.54 - 16 พ.ค.54 บริษัท รมติชน จำกัด (มหาชน) แผนก บัญชี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล นางสาวสุรางคณา วงศ์วิเชียร
 ที่อยู่ 9/5 หมู่3 ตำบลหนองไผ่แบน อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี 61000
 ประวัติการศึกษา
 พ.ศ.2548 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนอุทัยวิทยาคม
 พ.ศ.2551 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนอุทัยวิทยาคม
 พ.ศ.2551 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
 ประวัติการทำงาน
 14 มี.ค.54 – 16 พ.ค.54 Thai AirAsia Co., Ltd แผนก Customer Experience Department



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี