

แผนธุรกิจโรงงานถุงพลาสติก เอส.ที.โปรดักส์

Business Plan for S.T. PRODUCT Plastic Bag Factory



แผนธุรกิจโรงงานถุงพลาสติก เอส.ที.โปรดักส์

Business Plan for S.T. PRODUCT Plastic Bag Factory



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2558



©2560

โกศล ตรีชัยอารณ์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจโรงงานถุงพลาสติก เอส.ที.โปรดักส์

ผู้วิจัย โกศล ตริยชิรอาภรณ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 22 เดือน เมษายน พ.ศ. 2560

โกศล ตริยชิรอาภรณ์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, เมษายน 2560, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ โรงงานถุงพลาสติก เอส.ที.โปรดักส์ (67 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาต่อยอตราเอส.ที.โปรดักส์ โดยสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) และภาพลักษณ์ (Image) ผ่านทางช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยสินค้าและบริการที่ให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความคุ้มค่าทุกครั้งที่ใช้บริการร้านเอส.ที.โปรดักส์ และสามารถเพิ่มยอดขายอย่างน้อย 25% ต่อปี

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ ได้ทำการศึกษาวิจัยการตลาดด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มลูกค้าที่ใช้ถุงพลาสติกและอาจจะใช้ในอนาคต ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ รวมทั้งการวิเคราะห์ความเสี่ยง จากผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากคำนึงถึงราคาเป็นสิ่งสำคัญที่สุด และถุงพลาสติกต้องมีคุณภาพ ราคาเหมาะสม มีส่วนลดหรือของแถมเมื่อซื้อจำนวนมาก และหาซื้อได้ง่ายสะดวก ซึ่งหากลูกค้ารู้สึกพึงพอใจกับการซื้อสินค้านั้นๆ ลูกค้าจะตัดสินใจกลับมาซื้ออีกครั้ง

เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของการลงทุนเพื่อต่อยอตราเอส.ที.โปรดักส์ พบว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยใช้ลงทุนประมาณ 10,000,000 บาท และมีค่า NPV เท่ากับ 59,416 บาท IRR เท่ากับ 25% และระยะเวลาในการคืนทุนเท่ากับ 2.8 ปี

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, เอส.ที.โปรดักส์, โรงงาน, ถุงพลาสติก

Traishiraarporn, G. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), April 2017, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for S.T. PRODUCT Plastic Bag Factory (67 pp.)

Advisor: Sumetee Wongsak, Ph.D.

ABSTRACT

This business plan goal is aimed to study the possibility of S.T.PRODUCT paste product development, Recreating the brand awareness and image will provide worthiness and pleasure product and service for consumer and dramatically improve a profit to 25 percentage per years. In preparing this business plan, Conducted research with customers that use plastic bags may be used in the future and In Bangkok. An analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats of the business, The results showed that main of Most consumers consider price as the most important And Plastic bags must have quality. A reasonable price for the quality or give discount. when buying a lot. And Easy to buy. If customers feel satisfied, they will buy the products again. The research result found the possibility of investing to improve this business is dramatically high, It is needs to invest money about 10,000,000 bath and will have NPV value equal 59,416 bath, IRR equal 25 percentage and payback period of 2.8 years.

Keywords: Business Plan, ST Product, Factory, Plastic Bag

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 แนะนำธุรกิจ	2
1.1.1 สถานที่ตั้ง	2
1.2 ประเภทของสินค้า/บริการ	2
1.2.1 จุดเด่น	7
1.2.2 นวัตกรรม	7
1.3 วิสัยทัศน์	7
1.4 พันธกิจ	7
1.5 เป้าหมาย	7
1.6 วัตถุประสงค์ของโครงการ	8
1.7 โครงสร้างองค์กร	8
1.8 ที่มาของการจัดทำแผน	9
1.9 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน	10
1.10 วิธีการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี	10
1.11 การดำเนินการวิจัย	12
1.11.1 วิธีการดำเนินงาน	12
1.11.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	12
1.11.3 สรุปผลการวิจัย	16
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	29
2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและปัจจัยเสี่ยงจากปัจจัยแวดล้อม	29
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	29
2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ) การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.4 สรุปปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	32
2.5 สรุปปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	33
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	35
3.1 สภาพของการแข่งขัน	35
3.1.1 ระดับของการแข่งขัน	35
3.1.2 จุดเด่น/ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน	36
3.1.3 ผู้ครองส่วนครองตลาด	36
3.1.4 ที่มาของการแข่งขัน	36
3.2 คู่แข่งขันของธุรกิจ	36
3.3 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	41
3.4 การวิเคราะห์ Five Force Model	42
3.5 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	43
3.6 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	44
บทที่ 4 การจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ	45
4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	45
4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	46
4.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	46
4.4 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ	49
บรรณานุกรม	60
ภาคผนวก ก	61
ภาคผนวก ข	67
ประวัติผู้เขียน	71
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: ตารางแสดงการแปลผลความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	14
ตารางที่ 1.2: ตารางแสดงช่วงชั้นค่าของคะแนน	15
ตารางที่ 1.3: ตารางแสดงเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคาดหวัง	16
ตารางที่ 1.4: ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
ตารางที่ 1.5: ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
ตารางที่ 1.6: ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
ตารางที่ 1.7: ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
ตารางที่ 1.8: ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	19
ตารางที่ 1.9: ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของถุงพลาสติกที่เลือกซื้อ	20
ตารางที่ 1.10: ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การเลือกใช้ถุงพลาสติกพิมพ์สี	20
ตารางที่ 1.11: ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกการเลือกใช้หน่วยบรรจุ	21
ตารางที่ 1.12: ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การเลือกสถานที่ซื้อถุงพลาสติก	21
ตารางที่ 1.13: ตารางแสดงจำนวนตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อถุงพลาสติก	22
ตารางที่ 1.14: ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าอะไรสำคัญที่สุด	23
ตารางที่ 1.15: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติกด้านผลิตภัณฑ์	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 1.16: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกซื้อ ถุงพลาสติกด้านราคา	24
ตารางที่ 1.17: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกซื้อ ถุงพลาสติกด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	25
ตารางที่ 1.18: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกซื้อ ถุงพลาสติกด้านการส่งเสริมการตลาดของบุคคลทั่วไป	26
ตารางที่ 1.9: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อ สินค้าประเภทถุงพลาสติก	27
ตารางที่ 2.1: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	32
ตารางที่ 2.2: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	33
ตารางที่ 3.1: แสดงตารางการวิเคราะห์ของสินค้า	43
ตารางที่ 4.1: TOWS strategic Alternatives Matrix	46
ตารางที่ 4.2: ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ	48
ตารางที่ 4.3: แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน	50
ตารางที่ 4.4: แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจ่าย	51
ตารางที่ 4.5: แสดงการประมาณการยอดขาย	52
ตารางที่ 4.6: แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายและแสดงการประมาณการต้นทุนผันแปร	53
ตารางที่ 4.7: แสดงการประมาณการจุดคุ้มทุน	54
ตารางที่ 4.8: แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ	54
ตารางที่ 4.9: แสดงกำไรสะสม ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ	55
ตารางที่ 4.10: แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11: แสดงงบแสดงฐานะทางการเงิน ประมาณการณ์จากสถานการณ์ปกติ	57
ตารางที่ 4.12: กระแสเงินสดรับตลอดโครงการ	58
ตารางที่ 4.13: แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	59



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: แผนที่โรงงาน เอส.ที.โปรดักส์	2
ภาพที่ 1.2: ถุงพลาสติกเย็น PE	3
ภาพที่ 1.3: ถุงหิ้วแบบหูเจาะ	4
ภาพที่ 1.4: ถุงหิ้วแบบพิมพ์	4
ภาพที่ 1.5: ถุงพลาสติก OPP	4
ภาพที่ 1.6: ถุงพลาสติกร้อน PP	5
ภาพที่ 1.7: ถุงซิปปไล	5
ภาพที่ 1.8: ซอง	6
ภาพที่ 1.9: ซองซิปปยาแบบพิมพ์ชื่อร้าน	6
ภาพที่ 1.10: แผนภาพตำแหน่งพนักงาน	8
ภาพที่ 3.1: แสดงสภาพแวดล้อมบริษัท เจ.เอส. อุตสาหกรรมพลาสติก จำกัด	37
ภาพที่ 3.2: แสดงแผนที่ตั้งของบริษัท เจ.เอส. อุตสาหกรรมพลาสติก จำกัด	37
ภาพที่ 3.3: แสดงสภาพแวดล้อมบริษัท ไทยเทคนิค พลาส - แมช จำกัด	38
ภาพที่ 3.4: แสดงแผนที่ตั้งของ บริษัท ไทยเทคนิค พลาส - แมช จำกัด	39
ภาพที่ 3.5: แสดงป้ายร้าน บริษัท ไทยสุนทรพลาสติก จำกัด	39
ภาพที่ 3.6: แสดงแผนที่ตั้งของ บริษัท ไทยสุนทรพลาสติก จำกัด	40
ภาพที่ 3.7: แสดงสภาพแวดล้อมบริษัท นารายณ์ ซูเปอร์แบค จำกัด	40
ภาพที่ 3.8: แสดงแผนที่ตั้งของ บริษัท นารายณ์ ซูเปอร์แบค จำกัด	41
ภาพที่ 3.9: แสดงภาพวิเคราะห์ BCG Model	41
ภาพที่ 4.1: ตาราง TOWS MATRIX	45

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ เพราะได้รับการช่วยเหลือและคำแนะนำ จากท่านอาจารย์ ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์ ได้ให้คำปรึกษาที่ดีและการแนะนำ รวมถึงติดตามความคืบหน้าตลอดจนกระทั่ง รูปเล่มเสร็จสมบูรณ์ ผู้จัดทำขอขอบพระคุณมาไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบคุณพ่อแม่ที่เลี้ยงดูและที่ได้ส่งเสียเล่าเรียนตลอด 24 ปี

ขอบคุณเพื่อนๆที่ช่วยแนะนำและสอนเกี่ยวกับแผนธุรกิจชิ้นนี้และผู้ทำแบบสอบถามทุกท่าน

โกศล ตรีชัยอารมณ์



บทที่ 1

บทนำ

ในชีวิตประจำวันของทุกคน ต้องเกี่ยวข้องกับสิ่งประดิษฐ์ที่ถูกเรียกว่า พลาสติก พลาสติกถูกคิดค้นมาเป็นเวลานานนับร้อยปีและพัฒนาเรื่อยมาจนปัจจุบัน เกิดการดัดแปลงวัสดุต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของมนุษย์ จึงทำให้พลาสติกมีบทบาทอย่างมาก 1 ในนั้นคือถุงพลาสติก ถุงพลาสติก เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ถูกต่อยอด และถูกสร้างสรรค์เป็นรูปแบบต่างๆ เช่น ถุงหูหิ้ว ถุงสำหรับบรรจุอาหาร หรือ ซองซองไปรษณีย์ เป็นต้น ร้าน เอสทีโปรดักส์ เป็นร้านจัดจำหน่ายถุงพลาสติก ได้เริ่มต้นดำเนินธุรกิจขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2549 เรื่อยมาจนปัจจุบัน มีประสบการณ์ด้านถุงพลาสติกมากกว่า10ปี โดยสินค้าหลักคือถุงซิปป,ถุงRxและถุงหูหิ้ว รูปแบบการทำงานของบริษัทคือซื้อมาขายไป ไม่มีหน้าร้านทำจำหน่ายโดยการส่งถึงลูกค้าโดยตรง มีบริการส่งสินค้าพื้นที่ส่งภายในกรุงเทพมหานคร ส่วนลูกค้าต่างจังหวัด จะจัดส่งด้วยการใช้บริการฝากส่งผ่านตามศูนย์ท่ารถขนส่ง

ปัจจุบันความต้องการในการใช้ถุงพลาสติกมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ การผลิตไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดความล่าช้าในการขนส่ง ทางผู้ประกอบการจึงได้นำปัญหาที่เกิดขึ้นมาและหาทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการคิดสร้างโรงงานเป็นของตัวเองเพื่อให้มีกำลังการผลิตที่เพียงพอ อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุน และเพิ่มลูกค้าได้มากขึ้น รวมถึงได้มองว่าโรงงานจะเป็นการสร้างธุรกิจและอาชีพให้คนในครอบครัว การศึกษาฉบับทำขึ้นเพื่อวิเคราะห์แนวทางในการทำโรงงาน ต้นทุน รายได้ต่างๆ จึงได้จัดทำเป็นแผนธุรกิจขึ้นเพื่อดูความคุ้มค่า กำไร ขาดทุนเพื่อดูความคุ้มค่าและลดความเสี่ยงให้น้อยที่สุด

1.1 แนะนำธุรกิจ

1.1.1 สถานที่ตั้งร้าน เอส.ที.โปรดักส์

44/60-61 หมู่ 11 ซอยบางบอน 4 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพฯ 10150 โทร. 02-8922240 FAX. 02-8922241

ภาพที่ 1.1 : แผนที่โรงงาน เอส.ที.โปรดักส์



1.2 ประเภทของสินค้า/บริการ

บริษัทเน้นไปที่ถุงหิ้ว, ถุงRX และถุงซิปป บริษัทสามารถพิมพ์ลาย/สีบนเนื้อถุงได้โดยราคาตามคุณภาพและตามแบบ กลุ่มเป้าหมายส่วนเป็นร้านขายยา ร้านค้าต่างๆเช่น ร้านขนมเบเกอรี่ ร้านของฝาก ร้านมินิมาร์ทโดยมีพนักงานขายเข้าไปขายและอีกทางหนึ่งผู้ประกอบการจะเข้าไปหาลูกค้าเอง โดยถุงสินค้าที่นิยมใช้มีดังนี้

1) ถุงพลาสติกเย็น PE

ผลิตจากเม็ดโพลีเอทิลีน (LDPE) ถุงมีลักษณะค่อนข้างใสนิ่มและยืดหยุ่นได้ดี นิยมใช้ใส่อาหาร และสินค้าที่อยู่ในอุณหภูมิต่ำ ปลอดภัยสำหรับบรรจุอาหาร แช่อาหารในตู้เย็นได้

ภาพที่ 1.2 : ถุงพลาสติกเย็น PE



2) ถุงหิ้ว

เนื้อถุงไม่มีกลิ่น มีความหนาและเหนียว ใช้รับน้ำหนักได้มาก ทนความร้อนได้สูง มีให้เลือกหลายสีและพิมพ์บนเนื้อถุงได้ สามารถบรรจุสินค้าได้หลายชนิดเช่น สินค้าตาม7-11

ภาพที่ 1.3 : ถุงหูหิ้วแบบหูเจาะ



ภาพที่ 1.4 : ถุงหูหิ้วแบบพิมพ์



3) ถุงพลาสติก OPP หรือเรียกว่า ถุงแก้ว(Oriented polypropylene)

เป็นถุงที่มีลักษณะใสกรอบ ไม่ยืดหยุ่น ผิวเรียบเนียน เหมาะสำหรับใส่ก๊อปปี้ ถุงเท้า ปากกาดินสอ

ภาพที่ 1.5 : ถุงพลาสติก OPP



4) ถุงพลาสติกร้อน PP

ผลิตจากเม็ดโพลีโพรพิลีน (PP) เนื้อถุงมีลักษณะใส ทนความร้อนได้และไขมันได้ดี สามารถใช้บรรจุของร้อนที่ถึงจุดน้ำเดือดได้ และบรรจุของเย็นได้ที่อุณหภูมิต่ำสุดถึง 0 องศา ส่วนใหญ่ใช้ใส่อาหารร้อน เช่น ต้มยำ แกงเผ็ด พะโล้ หรือเครื่องดื่ม อย่างเช่น โอวัลตินร้อนกาแฟร้อน น้ำเต้าหู้ เป็นต้น

ภาพที่ 1.6 : ถุงพลาสติกร้อน PP



5) ถุงซิปล มีลักษณะใส กันอากาศเข้าได้ดี ใช้สำหรับเป็นซองใส่สิ่งของ,ใส่ยา

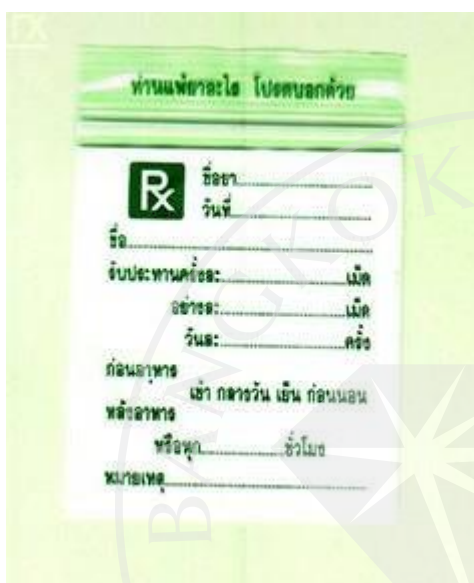
ภาพที่ 1.7 : ถุงซิปลใส



6) ซองRX

ซองที่ร้านขายยาหรือคลินิกใช้กันส่วนมาก มีทั้งแบบมาตรฐานและมีแบบพิมพ์ลายของตัวเอง ลักษณะซองคือ เป็นซองซิปล มีการพิมพ์พื้นขาวหน้าซองและมีข้อมูลการรับประทานยา

ภาพที่ 1.8 : ซองRx



ภาพที่ 1.9 : ซองซิปลยาแบบพิมพ์ชื่อร้าน



1.2.1 จุดเด่น

- 1) ทางผู้บริหารมีทำงานด้านถุงพลาสติกมากกว่า10ปี นำมาประยุกต์ในการทำโรงงานได้เป็นอย่างดี
- 2) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับศูนย์ขนส่งทำให้ส่งสินค้าไปจังหวัดอื่นได้สะดวก
- 3) มีสินค้าหลายแบบ มีตัวเลือกให้ผู้บริโภคเลือกใช้
- 4) จำนวนเงินทุนเพียงพอต่อโรงงานขนาดย่อม

1.2.2 นวัตกรรม

มีการใช้ APPICATION (LINE) และ FACEBOOKมาเพิ่มช่องทางในการติดต่อและสั่งซื้อสินค้า โดยผู้บริโภคสามารถสอบถามราคาหรือดูรูปตัวอย่างสินค้าได้ผ่านทางLINE หรือ FACEBOOK

1.3 วิสัยทัศน์

เป็นโรงงานผลิตถุงที่ครบวงจรสำหรับลูกค้าขนาดกลางและขนาดย่อม

1.4 พันธกิจ

- 1.การผลิตใช้วัสดุดีมีคุณภาพ
- 2.ลูกค้าได้สินค้ามาตรฐาน
- 3.ราคายุติธรรม

1.5 เป้าหมาย

เป้าหมาย ระยะสั้น กลาง ยาว

เป้าหมายระยะสั้น

- 1.ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก
- 2.เพิ่มกำลังการผลิต

เป้าหมายระยะกลาง

- 1.การวางโครงสร้างการทำงานให้องค์กรเป็นระบบมากขึ้น
- 2.ลดของเสียที่เกิดจากการผลิต

เป้าหมายระยะยาว

1. การสร้างนวัตกรรมถ่วงย่อยสลายได้
2. ทำการขายสินค้าให้กับบริษัทใหญ่

1.6 วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพิ่มกำลังการผลิตและกำไร 10%

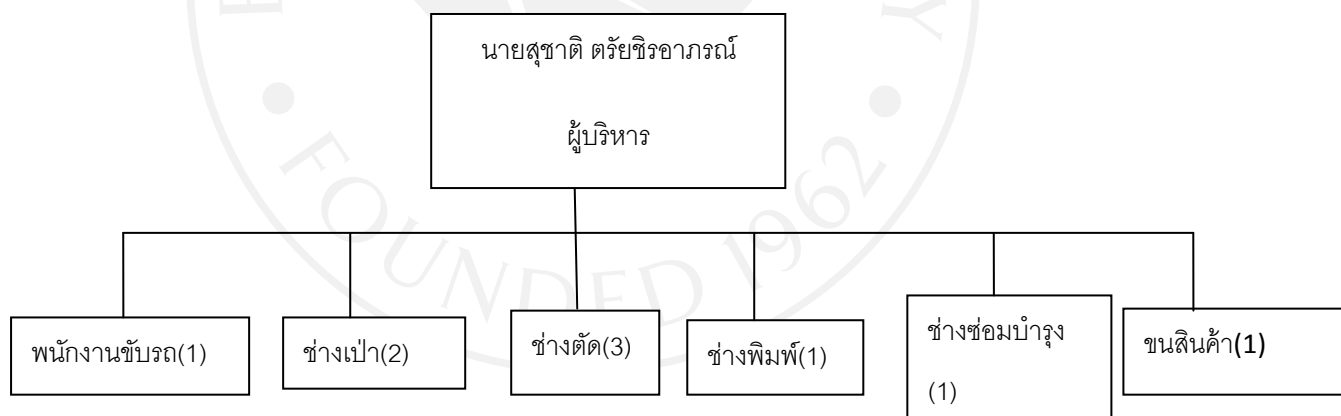
1.7 โครงสร้างองค์กร

เอสที โปรดักส์ มีดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว ใช้พนักงานไม่มาก

1.7.1 จำนวนพนักงาน

จำนวน 9 คน

ภาพที่ 1.10 : แผนภาพตำแหน่งพนักงาน



1.7.2 ส่วนงาน

1) ตำแหน่ง ผู้บริหาร

ภาระหน้าที่ นายสุชาติเป็นเจ้าของกิจการและผู้บริหารมีหน้าที่ดูแลการทำงานทุกส่วนให้มีประสิทธิภาพ การสั่งงาน การกำหนดยอดการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ การติดต่อลูกค้า และเรื่องของการเงิน

2) ตำแหน่ง ช่างเป่า

ภาระหน้าที่ มีหน้าที่คอยผลิตถุงพลาสติก ตามคำสั่งที่ได้รับ เช่น สีถุง ชนิดถุงที่ใช้

3) ตำแหน่ง ช่างพิมพ์

ภาระหน้าที่ จะนำพลาสติกที่ได้เป็นม้วนมาเข้าเครื่องพิมพ์ลายต่างๆ

4) ตำแหน่ง ช่างตัด

ภาระหน้าที่ นำพลาสติกที่ได้เป็นม้วน มาเข้าเครื่องตัด ให้เป็นทรงหรือขนาดถุงตามที่กำหนดและนำมาบรรจุใส่กระสอบ

5) ตำแหน่ง ช่างซ่อมบำรุง

ภาระหน้าที่ คอยดูแลเครื่องจักรที่ติดขัดหรือมีปัญหาและตรวจสอบซ่อมบำรุงอยู่เสมอ

6) ตำแหน่ง พนักงานขับรถ/ขนสินค้า

ภาระหน้าที่ คอยแพ็คบรรจุถุงและนำสินค้าไปส่งตามขนส่งหรือบ้านของลูกค้า

1.8 ที่มาของการจัดทำแผน

ปัจจุบันพลาสติกมีส่วนสำคัญต่อการใช้ชีวิตเป็นอย่างมาก เพราะหาซื้อง่ายราคาถูกและนำไปแปรรูปได้เช่น แก้ว อี กะละมัง ของใช้ต่างๆ รวมถึงถุงพลาสติก ซึ่งถุงพลาสติกนั้นมีการใช้จำนวนมาก การผลิตในประเทศไม่เพียงพอจึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ รวมถึงโรงงานขนาดใหญ่ที่ผลิตโพรดักส์แมส ไม่ได้สนใจลูกค้ารายย่อย ทางผู้บริหารอยู่ในแวดวงธุรกิจถุงพลาสติกมานานกว่า 10 ปี เห็น

ช่องทางในการทำโรงงานโดยตอบสนองลูกค้ารายย่อยที่ต้องการถุงพลาสติกพิมพ์แบรนด์
ของตัวเอง ร้านขายยา หรือร้านค้าที่สั่งปริมาณไม่มาก ทางผู้บริหารสามารถแนะนำถุงพลาสติกให้
เหมาะกับงานของลูกค้าได้ รวมถึงรับผิดชอบถ้าสินค้ามีปัญหา

ผู้บริหารได้ใช้ทุนส่วนตัว 10,000,000 บาท สร้างโรงงานโดยหากธุรกิจได้ผลตอบแทนดี
จะมีการขยายโรงงานในภายหลังและผู้บริหารยังได้มีซัพพลายเออร์ที่ช่วยผลิตสินค้าอยู่แล้วหลาย
บริษัท

1.9 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน

1. เพื่อนำไปใช้ในดำเนินกิจการ
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆในการทำธุรกิจ
3. ใช้หาความเป็นไปได้ในแผนธุรกิจ

1.10 วิธีการศึกษาและทฤษฎี

ในการทำแผนธุรกิจนี้มีการใช้ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1.) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวคิด

Belch & Belch(1993 อ้างถึงใน ทศนีย์ สระสำราญ, 2555) พฤติกรรมของผู้บริโภค
หมายถึง การทำกิจกรรมต่างๆ โดยที่มิเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง การเลือก การใช้ การซื้อ การประเมินผล
และบริการหลังการใช้ เพื่อสนองความปรารถนาและความต้องการให้ได้รับความพึงพอใจ

Loudon & Bitta(1993 อ้างถึงใน พรทิพย์ วิจิธนาภรณ์, 2557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า
พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพของแต่ละคนแสดงออก
เมื่อมีการประเมินความ ต้องการใช้หรือซื้อสินค้าและบริการ

พอจะสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การทำกิจกรรมต่างๆโดยผ่านการตัดสินใจหรือแสดง
ออกมาทางกายภาพ การใช้การตัดสินใจ ทั้งการเลือกซื้อ การขาย การตัดสินใจ

2.) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจและแนวคิด

จิตไฮ เกตุแก้ว (2556, หน้า 10) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกดีชอบสิ่งที่สองคล้องกับความต้องการตัวเอง ความพึงพอใจช่วยให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ และความเข้าใจอันดีต่อกัน

กิตติธัช อิมวัฒน์กุล (2553, หน้า 8) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือ และสิ่งจูงใจด้านต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ โดยแสดงออกจากพฤติกรรม เช่น สายตาคำพูดลักษณะ ท่าทาง เป็นต้น

พอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี เมื่อได้รับการตอบสนองจากความ ต้องการของตัวเอง โดยอาจมาจากทางด้านสิ่งของหรือความรู้สึกที่ผู้อื่นมอบให้

3.) ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (2003 อ้างถึงในอัญชัญ จงเจริญ, 2555) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาด(Marketing mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรที่ใช้เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เป็นสินค้าของกิจการที่ นำเสนอ ให้กับผู้บริโภค ซึ่งอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ โดยเป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ และช่วยตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้

ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่จ่ายไปแล้วจะได้รับผลิตภัณฑ์กลับมา โดยเทียบกับความคุ้มค่า ความพอใจ หรือประโยชน์การใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ถ้าพอใจกับราคาในการแลกเปลี่ยน ก็จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

การจัดจำหน่าย (Place) การกระจายสินค้าไปสู่ช่องทางต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า ทั้งช่องทางออฟไลน์หรือช่องทางออนไลน์ ซึ่งผู้ผลิตอาจมีหน้าร้านเป็นของตัวเอง หรือนำไปวางตามร้านต่างๆ

การส่งเสริมการตลาด(Promotion) เป็นเครื่องมือสื่อสาร ที่ใช้จูงใจหรือโน้มน้าวใจ เพื่อให้ เกิดความรู้สึก ความเชื่อ พฤติกรรมการซื้อ หรือทัศนคติ อาจใช้พนักงานขายในการติดต่อกับผู้ซื้อหรือใช้เครื่องมืออื่น ซึ่งการเลือกใช้ต้องมีความเหมาะสมกับลูกค้า คู่แข่ง

1.11 การดำเนินการวิจัย

1.11.1 วิธีการดำเนินการ

การจัดทำแผนธุรกิจนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้
ประชากร และกลุ่มตัวอย่างประชากร หรือ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ

1. ผู้บริโภคทั่วไป ไม่จำกัด เพศ อายุ รายได้เฉลี่ย ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.11.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้
ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การซื้อสินค้าของผู้บริโภค รวมถึงกระบวนการตัดสินใจ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามให้คล้องจองกับวิจัย
2. นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง รับคำแนะนำ และปรับปรุงเพิ่มเติม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อถุงพลาสติก
 - ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติก
 - ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทถุงพลาสติก
3. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษามาตรวจสอบรายละเอียด และความถูกต้องทางด้านข้อมูล และนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความน่าเชื่อถือโดยทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 50 ชุด
4. นำแบบสอบถามที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา มาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง เพื่อให้เกิดความชัดเจน และการอ่านที่เข้าใจง่าย และดำเนินการทดลองเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ชุด
5. ปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติ ก่อนแจกแบบสอบถามฉบับจริงจำนวน 150 ชุด

ส่วนประกอบของแบบสอบถาม

การสำรวจนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีแบบสอบถาม

1 ชุด สำหรับบุคคลทั่วไป (ภาคผนวก)

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นจำนวน 6 ข้อได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อถุงพลาสติก เป็นจำนวน 6 ข้อได้แก่ ประเภทของพลาสติกบรรจุภัณฑ์ที่ท่านใช้ ถุงพลาสติกของท่านมีการพิมพ์สีหรือไม่ หน่วยบรรจุภัณฑ์ที่ท่านใช้ ความถี่ในการซื้อถุงพลาสติก สถานที่ซื้อบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าท่านอะไรสำคัญที่สุด เป็นคำถามปลายเปิด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert scale 5 ระดับ คือ ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทถุงพลาสติก ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert scale 5 ระดับ คือ ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่มีการเรียบเรียงแล้วไปตรวจคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ที่ปรึกษาตรวจดูความเที่ยงตรง แม่นยำ และความครอบคลุมของเนื้อหา รวมถึงตรวจความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลต่อไป

2. การหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) เมื่อผู้วิจัยปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วก็ได้มีการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ชุด

เพื่อนำผลมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbachs' Alpha Coefficient) ผลของการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค เท่ากับ 0.948 โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีเกณฑ์การแปลความเชื่อมั่นดังตาราง

ตารางที่ 1.1 : ตารางแสดงการแปลผลความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่น	ระดับความเชื่อมั่น
0.80 – 1.00	สูงมาก
0.70 – 0.79	สูง
0.50 – 0.69	ปานกลาง
0.30 – 0.49	ต่ำ
ต่ำกว่า 0.30	ต่ำมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลนั้นได้ให้บุคคลทั่วไปเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลเป็นจำนวน 150 ชุดโดยเก็บกลุ่มตัวอย่างได้แก่ บางบอน บางขุนเทียน พระราม2 บางแค

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายคุณลักษณะ และส่วนอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมมาแปลงเป็นรหัสตัวเลขแล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าถุงพลาสติก ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าถุงพลาสติก ผู้วิจัยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยมีการแปลผลดังนี้

ตารางที่ 1.2 : ตารางแสดงช่วงชั้นค่าของคะแนน

ช่วงชั้นของค่าคะแนน	คำอธิบายสำหรับการแปลผล
1.00 - 1.80	ระดับน้อยที่สุด
1.81 - 2.61	ระดับน้อย
2.62 - 3.42	ระดับปานกลาง
3.43 - 4.23	ระดับมาก
4.24 - 5.00	ระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าถุงพลาสติก ผู้วิจัยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการแปลผลในส่วนนี้ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สถิติพื้นฐานคือการหาค่าพิสัย (ค่ามากที่สุด – ค่าน้อยสุด) และใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น และคำอธิบายของแต่ละช่วงชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด} / \text{จำนวนชั้น} \\
 &= 5 - 1 / 5 \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ดังนั้น กำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคาดหวังไว้ดังนี้

ตารางที่ 1.3 : ตารางแสดงเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคาดหวัง

ช่วงชั้นของค่าคะแนน	คำอธิบายสำหรับการแปลผล
1.00 - 1.80	ระดับน้อยที่สุด
1.81 - 2.60	ระดับน้อย
2.61 - 3.40	ระดับปานกลาง
3.41 - 4.20	ระดับมาก
4.21 - 5.00	ระดับมากที่สุด

1.11.3 สรุปผลการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ได้มีการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อถุงพลาสติก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติก

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทถุงพลาสติก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1.4 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	74	49.3
หญิง	76	50.7
รวม	150	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7
 ของผู้ตอบแบบสอบถามในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3

ตารางที่ 1.5 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 – 25 ปี	77	51.3
26 – 30 ปี	29	19.3
31 – 35 ปี	15	10.0
36 - 40 ปี	11	7.3
41 – 45 ปี	9	6.0
46ปีขึ้นไป	9	6.0
รวม	150	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ช่วงอายุ 21 – 25 ปี จำนวน 77 คน
 คิดเป็นร้อยละ 51.3 ช่วงอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ช่วงอายุ 31 – 35 ปี
 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ช่วงอายุ 36 – 40 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ช่วงอายุ
 41 – 45 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0และ ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน
 คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 1.6 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15	10.0
อนุปริญญา/ปวส.	6	4.0
ปริญญาตรี	110	73.3
สูงกว่าปริญญาตรี	17	11.4
รวม	150	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นจำนวน 110คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. เป็นจำนวน 15คน คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 จบการศึกษานุปริญญา/ปวส. เป็นจำนวน 6คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และ จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น เป็นจำนวน 2คน คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 1.7 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	16	10.7
ข้าราชการ	4	2.7
พนักงานเอกชน	31	20.7
รัฐวิสาหกิจ	6	4.0
ธุรกิจส่วนตัว	57	38.0
พ่อบ้านแม่บ้าน/เกษียณอายุ	2	1.3
ลูกจ้าง	25	16.7
อื่นๆ	9	6.0
รวม	150	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 57คน คิดเป็นร้อยละ 38. พนักงานเอกชน มีจำนวน 31คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ลูกจ้าง มีจำนวน 25คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 นักศึกษา มีจำนวน 16คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 อื่นๆ มีจำนวน 9คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 6คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และพ่อบ้านแม่บ้าน/เกษียณอายุ มีจำนวน 2คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 1.8 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	21	14.0
10,001 – 20,000 บาท	63	42.0
20,001 – 40,000 บาท	29	19.3
40,001 – 60,000 บาท	17	11.3
60,001 – 80,000 บาท	13	8.7
มากกว่า 80,000 บาทขึ้นไป	7	4.7
รวม	150	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 มีรายได้ 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 มีรายได้ 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 มีรายได้ 60,001 – 80,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และมีรายได้ มากกว่า 80,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อถุงพลาสติก

ตารางที่ 1.9 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท
ของถุงพลาสติกที่เลือกซื้อ

ชนิดของถุงพลาสติก	จำนวน	ร้อยละ
ถุงพลาสติกร้อน	62	19.9
ถุงแก้ว	28	9.0
ถุงหิ้ว	104	33.4
ถุงหิ้วแบบเจาะ	28	9.0
ถุงพลาสติกเย็น	22	7.1
ถุงRX	13	4.2
ถุงซิปป	50	16.1
อื่นๆ	4	1.3
รวม	311	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อถุงหิ้ว คิดเป็นร้อยละ 33.4 ถุงพลาสติกร้อน คิดเป็นร้อยละ 19.9 คิดเป็นร้อยละ 20 ถุงซิปป คิดเป็นร้อยละ 16.1 ถุงแก้วกับถุงหิ้วแบบเจาะ คิดเป็นร้อยละ 9.0 ถุงพลาสติกเย็นคิดเป็นร้อยละ 7.1 ถุงRX คิดเป็นร้อยละ 4.2 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 1.10 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การเลือกใช้ถุงพลาสติกพิมพ์สี

การเลือกใช้ถุงพลาสติกพิมพ์สี	จำนวน	ร้อยละ
มี	23	15.3
ไม่มี	90	60.0
ใช้ทั้งสองแบบ	37	24.7
รวม	150	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ถุงพลาสติกไม่พิมพ์สี จำนวน 90คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ใช้ทั้งสองแบบ จำนวน 37คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และมีการพิมพ์สี จำนวน 23คน คิดเป็นร้อยละ 15.3

ตารางที่ 1.11 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกการเลือกใช้หน่วยบรรจุภัณฑ์

หน่วยบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
กิโลกรัม	44	29.3
ใบ	77	51.3
กิโลกรัมและใบ	29	19.3
รวม	150	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หน่วยเป็นใบ จำนวน 77คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 กิโลกรัม จำนวน 44คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และกิโลกรัมและใบ จำนวน 29คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

ตารางที่ 1.12 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การเลือกสถานที่ซื้อถุงพลาสติก

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้า	56	76.0
ตลาด	28	12.7
ห้างสรรพสินค้า	25	6.0
เซล์แมน	11	5.3
โทรสั่งซื้อ	12	8.0
โรงงาน	13	8.7
ออนไลน์	4	2.7
อื่นๆ	1	0.7
รวม	150	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อที่ร้านค้า จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 ตลาด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ห้างสรรพสินค้า จำนวน 25คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 โรงงาน จำนวน 13คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 โทรสั่งซื้อ 12คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 เซลล์แมน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ออนไลน์ จำนวน 4คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 1.13 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไป จำแนกตามความถี่ในการซื้อถุงพลาสติก

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 สัปดาห์/ครั้ง	52	34.7
4 - 6 สัปดาห์/ครั้ง	36	24.0
9 – 9 สัปดาห์/ครั้ง	16	10.7
10/12 สัปดาห์/ครั้ง	16	10.7
มากกว่า 12 สัปดาห์/ครั้ง	30	20.0
รวม	150	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อถุงพลาสติก 1 – 3 สัปดาห์/ครั้ง จำนวน 52คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 ซื้อ 4 - 6 สัปดาห์/ครั้ง จำนวน 36คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ซื้อ มากกว่า 12 สัปดาห์/ครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ซื้อ 9 – 9 สัปดาห์/ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และซื้อ 10/12 สัปดาห์/ครั้ง จำนวน 16คน คิดเป็นร้อยละ 10.7

ตารางที่ 1.14 : ตารางแสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไป ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าอะไรสำคัญที่สุด

ปัจจัยในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	53	35.3
คุณภาพ	48	32.0
รีไซเคิลได้	9	6.0
ย่อยสลายได้	8	5.3
สะดวกในการซื้อ	28	18.7
บริการส่ง	4	2.7
รวม	150	100.0

สรุปผล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อถุงพลาสติกจากราคา จำนวน 53คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 คุณภาพ จำนวน 48คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 สะดวกในการซื้อ จำนวน 28คน คิดเป็นร้อยละ 18.7รีไซเคิลได้ จำนวน 9คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ย่อยสลายได้ จำนวน 8คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และ บริการส่ง จำนวน 4คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก เป็นการประเมินความพึงพอใจในด้าน ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยทำการแจกแจงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานดังนี้

ตารางที่ 1.15 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก
ด้านผลิตภัณฑ์

หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ผลิตภัณฑ์			
1.ถุงพลาสติกมีคุณภาพ มีความยืดหยุ่น ไม่ขาดง่าย รับน้ำหนักได้มาก	3.97	.794	มาก
2.มีชนิดถุงพลาสติก และขนาดหลายแบบให้เลือก	3.72	.844	มาก
3.มีการรับประกันสินค้า	3.29	1.162	ปานกลาง
4.ถุงพลาสติกไม่มีกลิ่นเหม็น	3.92	1.013	มาก
5.สามารถนำถุงพลาสติกมารีไซเคิลได้	3.57	1.144	มาก
6.ถุงพลาสติกสามารถย่อยสลายได้	3.55	1.251	มาก

สรุปผล ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าถุงพลาสติกด้านผลิตภัณฑ์ใน **ระดับมากที่สุด** คือ ถุงพลาสติกมีคุณภาพ มีความยืดหยุ่น ไม่ขาดง่าย รับน้ำหนักได้มาก ($\bar{x} = 3.97$) **รองลงมาตามลำดับ** คือ ถุงพลาสติกไม่มีกลิ่นเหม็น ($\bar{x} = 3.92$) มีชนิดถุงพลาสติก และขนาดหลายแบบให้เลือก ($\bar{x} = 3.72$) สามารถนำถุงพลาสติกมารีไซเคิลได้ ($\bar{x} = 3.57$) และ**น้อยที่สุด** คือ ถุงพลาสติกสามารถย่อยสลายได้ ($\bar{x} = 3.55$)

ตารางที่ 1.16 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก
ด้านราคา

หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ราคา			
1.ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.15	.800	มาก
2.สามารถต่อรองราคาสินค้าได้	3.73	1.023	มาก
3.มีป้ายราคาที่ชัดเจน	4.03	.901	มาก
4.มีราคาถูกกว่าร้านอื่น	4.05	.873	มาก
5.มีราคาคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	4.02	.886	มาก

สรุปผล ผลการวิเคราะห์การประเมินของการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติกด้านราคาสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติกด้านราคาใน **ระดับมากที่สุด** คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{x} = 4.15$) **รองลงมาตามลำดับ** คือ มีราคาถูกกว่าร้านอื่น ($\bar{x} = 4.05$) มีป้ายราคาที่ชัดเจน ($\bar{x} = 4.03$) มีราคาคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ($\bar{x} = 4.02$) และ **น้อยที่สุด** คือ สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ ($\bar{x} = 3.73$)

ตารางที่ 1.17 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ช่องทางการจัดจำหน่าย			
1.สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก	4.30	.857	มากที่สุด
2.มีบริการส่ง	3.63	1.046	มาก
3.สั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์	3.35	1.136	ปานกลาง
4.ส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด	3.64	1.064	มาก
5.ใช้ตัวแทนจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือ	3.68	1.038	มาก

สรุปผล ผลการวิเคราะห์การประเมินของการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายใน **ระดับมากที่สุด** คือ สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก ($\bar{x} = 4.30$) **รองลงมาตามลำดับ** คือ มีใช้ตัวแทนจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 3.68$) ส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ($\bar{x} = 3.64$) มีบริการส่ง ($\bar{x} = 3.63$) และ **น้อยที่สุด** คือ สั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ ($\bar{x} = 3.35$)

ตารางที่ 1.18 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก
ด้านการส่งเสริมการตลาดของบุคคลทั่วไป

หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
การส่งเสริมการตลาด			
1. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ รวมถึงสื่อออนไลน์	3.47	.981	มาก
2. มีการให้ส่วนลดหรือของแถมเมื่อซื้อจำนวนมาก	3.83	.947	มาก
3. เซลล์มีความรู้ในการให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์	3.70	.961	มาก
4. เซลล์มีความสุภาพในการพูดคุยกับลูกค้า	3.79	.971	มาก
5. เซลล์มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	3.71	1.027	มาก
6. มีการให้เครดิตผู้ซื้อ	3.60	.976	มาก
7. มีบริการหลังการขาย	3.55	1.139	มาก

สรุปผล ผลการวิเคราะห์การประเมินการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติกการส่งเสริมการตลาดสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติก ด้านการส่งเสริมการตลาดใน **ระดับมากที่สุด** คือ มีการให้ส่วนลดหรือของแถมเมื่อซื้อจำนวนมาก ($\bar{x} = 3.83$) **รองลงมาตามลำดับ** คือ เซลล์มีความสุภาพในการพูดคุยกับลูกค้า ($\bar{x} = 3.79$) เซลล์มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ($\bar{x} = 3.71$) มีการให้เครดิตผู้ซื้อ ($\bar{x} = 3.60$) มีบริการหลังการขาย ($\bar{x} = 3.55$) และ**น้อยที่สุด** คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ รวมถึงสื่อออนไลน์ ($\bar{x} = 3.47$)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทถุงพลาสติก

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทถุงพลาสติกเป็นการประเมินขั้นตอนการรับรู้ปัญหา ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล ขั้นตอนการประเมินทางเลือก ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยทำการแจกแจงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานดังนี้

ตารางที่ 1.19 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทถุงพลาสติก

หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา			
1.ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติก โดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการซื้อ	4.17	.809	มาก
หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา			
2.ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกโดยพิจารณาถึงประโยชน์ในการซื้อ	4.06	.788	มาก
ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล			
3.ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับถุงพลาสติก จากแหล่งต่างๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ	3.54	1.021	มาก
4.ก่อนการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกท่านจะสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้ถุงพลาสติก	3.41	1.030	ปานกลาง
ขั้นตอนการประเมินทางเลือก			
5.ท่านคิดว่า สื่อโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติก มากน้อยเพียงใด	3.41	.977	ปานกลาง
6.ท่านจะเปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อ	3.91	.897	มาก
ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ			
7.ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกจากร้านค้าที่สามารถซื้อได้สะดวก	4.11	.840	มาก
8.ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกจากร้านค้าที่ท่านเคยซื้อมานาน	3.91	.969	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.19 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับตัดสินใจซื้อสินค้า

ประเภทถุงพลาสติก

พฤติกรรมภายหลังการซื้อ			
9.เมื่อท่านพึงพอใจกับการซื้อสินค้านั้นๆ ท่านจะตัดสินใจกลับมาซื้ออีกครั้ง	4.12	.794	มาก
10.ท่านจะแนะนำร้านที่ท่านซื้อให้บุคคลใกล้เคียงทราบเมื่อท่านเกิดความพอใจ	3.89	.916	มาก

สรุปผล ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทถุงพลาสติก สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการซื้อ **ในระดับมากที่สุด** คือ ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติก โดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการซื้อ ($\bar{x} = 4.17$) **รองลงมาตามลำดับ** คือ เมื่อท่านพึงพอใจกับการซื้อสินค้านั้นๆ ท่านจะตัดสินใจกลับมาซื้ออีกครั้ง ($\bar{x} = 4.12$) ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกจากร้านค้าที่สามารถซื้อได้สะดวก ($\bar{x} = 4.11$) ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกโดยพิจารณาถึงประโยชน์ในการซื้อ ($\bar{x} = 4.06$) ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกจากร้านค้าที่ท่านเคยซื้อมานาน ($\bar{x} = 3.91$) ท่านจะเปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อ ($\bar{x} = 3.91$) ท่านจะแนะนำร้านที่ท่านซื้อให้บุคคลใกล้เคียงทราบเมื่อท่านเกิดความพอใจ ($\bar{x} = 3.89$) ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับถุงพลาสติก จากแหล่งต่างๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ ($\bar{x} = 3.54$) ก่อนการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกท่านจะสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้ถุงพลาสติก ($\bar{x} = 3.41$) และ **น้อยที่สุด** คือ ท่านคิดว่า สื่อโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติก มากน้อยเพียงใด ($\bar{x} = 3.41$)

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

บทนี้นำเสนอเนื้อหาการวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ ทั้งในส่วนปัจจัยแวดล้อมภายนอก ปัจจัยแวดล้อมภายใน และทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis ซึ่งการวิเคราะห์มีดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อม

SWOT คือ จุดแข็งจุดอ่อนและโอกาสอุปสรรค โดยวิเคราะห์จาก สภาพการณ์ภายนอก และภายใน ซึ่งองค์กรต้องรู้ศักยภาพของตัวเอง ลูกค้า คู่แข่ง โอกาสต่างๆ โดยมีดังนี้

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

1) ปัจจัยด้านการตลาด จะเป็นการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการทำตลาดเพื่อให้รู้ว่าขายได้หรือไม่ ปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ตลาด ได้แก่ การกำหนดส่วนแบ่งการตลาด และส่วนประสมทางการตลาด

สถานการณ์ เอส.ที.โปรดักส์ ได้มีขายถุงพลาสติกมาเป็นเวลานานกว่า 10 ปี ซึ่งทำให้มีฐานลูกค้ารองรับในจำนวนที่เหมาะสม โดยมีร้านขายยาเป็นหลัก ถัดมาคือ ร้านค้ามินิมาร์ท ร้านขนมปัง ร้านกีฟช้อป จำนวนการซื้อน้อยถึงปานกลาง แต่มีความถี่สูง ซึ่งลูกค้าได้ซื้อซ้ำกันมานาน จึงมั่นใจได้ว่ามีloyaltyสูง เปลี่ยนไปซื้อกับคู่แข่งร้านอื่นได้ยาก

ผลต่อธุรกิจ คือ ทำให้มั่นใจได้ว่าการทำโรงงานนั้น จะมีฐานลูกค้ารองรับความเสี่ยงที่อาจจะไม่มี คำสั่งซื้อเข้ามา

2) ปัจจัยด้านเทคนิค เป็นการวิเคราะห์ศักยภาพ หรือการจัดการ ยกตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์เครื่องจักร ที่ดิน อุปกรณ์สำนักงาน สิ่งปลูกสร้าง ต้นทุน การจัดการทรัพยากรในการบริหารต่างๆ

สถานการณ์ ร้าน เอส.ที.โปรดักส์ มีพื้นที่ใกล้เคียงในการเดินไปยังศูนย์ขนส่งสินค้า ทำให้ส่งไปยังต่างจังหวัดได้สะดวกโดยฝากไปกับรถขนส่ง เอส.ที.โปรดักส์อยู่ระหว่างชานเมืองและในเมือง

ทำให้ส่งสินค้าภายในกรุงเทพฯ ได้รวดเร็วโดยภายในจังหวัดจะขนส่งไปส่งเอง ด้านการผลิต มีลูกค้าที่ผลิตถุงพลาสติกให้หลายเจ้า ทำให้มีสินค้ามาขายได้หลากหลายและทันต่อความต้องการลูกค้า

ผลต่อธุรกิจ ยังมีถุงบางไซส์ที่ยังผลิตไม่ทันต่อคำสั่งซื้อลูกค้า หากสร้างโรงงานจะผลิตได้ทันความต้องการ

3) ปัจจัยด้านการขาย

สถานการณ์ มีการขายให้กับรายย่อยทั้ง ในกทม.และต่างจังหวัด

ผลต่อธุรกิจ จำนวนลูกค้าอยู่ในเกณฑ์คงที่ มีเพิ่มมาจำนวนน้อย จำเป็นต้องหาลูกค้ารายใหม่ หากสร้างโรงงาน เพื่อให้คุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไป

4) ปัจจัยด้านการเงิน เป็นสิ่งสุดท้ายก่อนที่จะตัดสินใจ เมื่อวิเคราะห์การตลาดแล้วเห็นว่าทำกำไรได้และสรุปได้ว่ามีขีดความสามารถที่จะทำได้อย่างแน่นอน การวิเคราะห์ด้านการเงินจึงเกิดขึ้น เพื่อให้รู้ว่า ธุรกิจมีความคุ้มค่าที่จะลงทุนหรือไม่ โดยวิเคราะห์ถึงเงิน ที่จะต้องจ่ายออกไป ว่าจะได้กำไรหรือขาดทุน

สถานการณ์ ต้องซื้อเครื่องจักร และต้องสร้างโรงงานในพื้นที่เดิมของตัวเอง ต้องมีเงินทุนไว้สำรองจ่ายค่าวัตถุดิบ เงินเดือนพนักงาน และการกักตุนสินค้า

ผลต่อธุรกิจ ใช้เงินทุนที่เก็บสะสมมา โดยไม่กู้เพื่อไม่สร้างความเสี่ยงและหนี้สินเพิ่ม อาจทำให้การขายล่าช้าไปบ้าง

2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยแวดล้อมภายนอกมีดังนี้

1) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ (Suppliers) หมายถึง ปัจจัยด้านผู้ขาย หมายถึง ผู้ที่ผลิต จัดหา ทรัพยากร หรือเป็นผู้ขาย โดยมีการติดต่อโดยตรงกับผู้บริโภคหรือผ่านทางคู่ค้า

สถานการณ์ ทางร้านอาศัยให้คู่ค้าผลิตสินค้าให้ มีจำนวนหลายรายเพราะมีสินค้าหลายชนิด แต่ยังมีบางชนิดที่ผลิตยังไม่ทันความต้องการ ในด้านต้นทุนจากเม็ดพลาสติกมีความผันผวนตามราคาน้ำมัน

ผลต่อธุรกิจ หากสร้างโรงงานจะสามารถผลิตถุงได้ทันตามความต้องการของลูกค้าและลดต้นทุนการผลิตได้ แต่จำเป็นต้องทดลองเป็นระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้ระบบการทำงานมีประสิทธิภาพ หากมีการขึ้นราคาวัตถุดิบเล็กน้อยจากราคาน้ำมันจะทำให้ได้กำไรน้อยลงเพราะต้องคงราคาขายเอาไว้ หากมีการปรับราคามากก็จำเป็นต้องขึ้นราคาขาย

2) ปัจจัยด้านการเมือง และกฎหมาย เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจ โดนในด้านการเมืองนั้นประเทศไทยมักเกิดการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลบ่อย ทำให้นักลงทุนเกิดความไม่มั่นใจในการลงทุนในประเทศ ส่วนด้านกฎหมายนั้น ต้องดูว่ามีการออกกฎหมายส่งเสริมหรือกีดกันการนำเข้าหรือส่งออก เป็นต้น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น

สถานการณ์ รัฐบาลยังไม่มีนโยบายในเรื่องการใช้ถุงพลาสติก ทำให้ไม่มีกฎหมายมาจำกัดในการสร้างโรงงาน จึงยังมีโอกาสเติบโต

ผลต่อธุรกิจ อนาคตอาจมีการรับซื้อตกลงร่วมกันกับต่างประเทศให้เลิกใช้ถุงพลาสติก อาจทำให้ยอดขายตกหรือผลักดันถุงย่อยสลายได้มาทดแทน

3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic) เป็นสิ่งที่บอกถึงสภาพของเศรษฐกิจว่ามีเป็นอย่างไร ซึ่งมักส่งผลไปถึงเรื่อง การว่างงาน ราคาสินค้า อัตราดอกเบี้ย และการอ่อนหรือแข็งค่าของเงิน

สถานการณ์ เศรษฐกิจอยู่ในช่วงชะลอตัวทำให้จับจ่ายซื้อสินค้าลดลง ลูกค้าใช้ความคิดไตร่ตรองก่อนการซื้อ

ผลต่อธุรกิจ ยอดการสั่งลดลง แต่เนื่องจากมีลูกค้ามาสั่งหมุนเวียนทำให้ไม่กระทบกับสภาพการเงินมากนัก

4) ปัจจัยด้านสังคม เป็น ส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เนื่องจากสังคมประกอบไปด้วยครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงระดับประเทศ ซึ่งในแต่ละสังคมก็มีวัฒนธรรมหรือค่านิยมที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

สถานการณ์ ทั่วโลกมีผู้ใช้ ถุงพลาสติก 5 แสนล้านถึง 1 ล้านล้านใบต่อปี หรือหาที่หนึ่ง มีคนใช้ถุงพลาสติกกว่า 1 ล้านใบเลย ทีเดียว และทุกตารางกิโลเมตรทั่วโลกจะมีขยะพลาสติกประมาณ 46,000 ชิ้น ประเทศไทยแต่ละสัปดาห์ คนไทยนำถุงพลาสติกกลับบ้านมากกว่า 100 ล้านถุงหรือมากกว่า 5 พันล้านถุงในแต่ละปี กรุงเทพฯ มีขยะถึง 8,500 ตันต่อวัน เป็นถุงพลาสติก 1,800 ตัน ในกรุงเทพฯ ค่าใช้จ่ายในการเก็บขน 1.78 ล้านบาทต่อวัน ในไทยการรีไซเคิลมีน้อยมาก แต่มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ถ้าสามารถลดการใช้ถุงลงได้จะสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ 650 ล้านบาทต่อปี และลด

ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ซึ่งเป็นก๊าซเรือนกระจกกว่า 1 ล้านตันต่อปี (กรมส่งเสริมคุณภาพและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. 2550:3)

ผลต่อธุรกิจ มีความต้องการจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจมีโอกาสล้มเหลวน้อย

5) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำธุรกิจมากขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น การนำหุ่นยนต์มาช่วยในด้านการผลิต หรือการใช้โปรแกรมมาจัดการด้านบัญชีด้านคลังสินค้า การนำเครื่องมือที่ทันสมัยช่วยให้พนักงานทำงานสะดวกขึ้น ซึ่งส่งผลไปถึงความมีประสิทธิภาพแรงงาน สินค้าได้คุณภาพ

สถานการณ์ เครื่องจักรที่ซื้อมันเป็นสินค้ามือสอง สามารถนำมาดัดแปลงแก้ไขให้มีระบบใกล้เคียงรุ่นใหม่ได้

ผลต่อธุรกิจ ประหยัดต้นทุนค่าเครื่องจักรลงไปได้มาก

6) ปัจจัยด้านคู่แข่ง การวิเคราะห์คู่แข่งเป็นสิ่งที่ควรทำเพื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจของตัวเองว่าศักยภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้หรือไม่ การทำธุรกิจมีแนวโน้มที่ดีหรือไม่ โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์คู่แข่ง และการมองการไกลในธุรกิจที่ทำ เพื่อใช้ตัดสินใจในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

สถานการณ์ โรงงานผลิตถุงพลาสติกมีทั้งรายใหญ่และรายย่อย ลูกค้าเป็นคนละเป้าหมายกัน กลุ่มรายใหญ่นำลูกค้าสั่ง order จำนวนมาก เช่น บิ๊กซี 7-11 ส่วนโรงงานขนาดย่อมเน้นลูกค้ารายย่อย กลุ่มผู้ใช้มีจำนวนมากทำให้แย่งมาร์เก็ตแชร์กันได้ง่าย

ผลต่อธุรกิจ ลูกค้ามีโอกาสไปใช้ของคู่แข่งน้อยและการดึงลูกค้ามาจากคู่แข่งก็ทำได้ยากเช่นกัน

2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

มีประเภทของปัจจัยเสี่ยง ดังนี้

ตารางที่ 2.1 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1. ปัจจัยด้านตลาด มีความเสี่ยงน้อย เพราะมีกลุ่มลูกค้าอยู่แล้ว และทำการค้ามาเป็นเวลาหลายปีจึงมีความน่าเชื่อถือ			/	หาลูกค้าใหม่และป้องกันลูกค้าที่ทำการค้ามานานเลิกกิจการหรือลดการใช้ถุงพลาสติก
2. ปัจจัยด้านเทคนิค มีความเสี่ยงปานกลาง คือ ถุงพลาสติกมีหลากหลายชนิดโรงงานขนาดย่อมผลิตได้ไม่กี่ชนิดและกำลังผลิตน้อย		/		ให้โรงงานที่เป็นคู่ค้าผลิตสินค้าที่ไม่มีหรือที่กำลังการผลิตไม่เพียงพอ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1(ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
3.ปัจจัยด้านการขาย มีความเสี่ยงปานกลาง พนักงานเป็นแรงงานกึ่งฝีมือซึ่งอาจจะหาได้ยาก พนักงานขายที่มีอยู่อาจจะเกษียณ ทำให้ขาดคนหาลูกค้าเพิ่ม		/		ขอคำแนะนำจากโรงงานที่เป็นคู่ค้าในการหาแรงงาน หาพนักงานขายใหม่ ๆ มารับช่วงต่อ
4.ปัจจัยด้านการเงิน ทอยลงทุน เพราะเป็นโรงงานขนาดเล็ก ทำให้มีความเสี่ยงปานกลาง รวมถึงมีเงินสำรองในการหมุนเวียนจำนวนหนึ่ง		/		หากจำนวนเงินไม่พอ อาจมีการขอกู้แบงก์ในระดับหนึ่งเพื่อนำมาเป็นเงินหมุนเวียน

2.5 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

มีประเภทของปัจจัยเสี่ยง ดังนี้

ตารางที่ 2.2: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1.ปัจจัยด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต ความเสี่ยงต่ำเพราะหากมีปัญหาที่เครื่องจักรหรือการผลิตไม่เพียงพอ สามารถให้คู่ค้าช่วยผลิตได้			/	ให้ซัพพลายเออร์ช่วยผลิตซึ่งราคาที่สูง ถูกกว่าหลายๆโรงงาน ในระยะยาว หากมีการดำเนินการที่ได้ผลตอบแทนดี ก็จะเพิ่มเครื่องจักร

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2(ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
2.ปัจจัยด้าน การเมืองและกฎหมาย ถือว่าความเสี่ยงต่ำ เนื่องด้วย นโยบายต่างๆของรัฐบาลยังไม่จริงจัง กับเรื่องของการลดใช้ถุงพลาสติก จะ มีการรณรงค์ออกมาเป็นครั้งคราว ทำ ให้ยังไม่มียอะไรที่น่ากังวล			/	คาดว่าในอนาคตถุงพลาสติกย่อยสลาย ได้จะมีต้นทุนต่ำและเข้าถึงได้ง่าย มากกว่าปัจจุบัน หากในอนาคตหากมี ออกนโยบายลดการใช้ถุงพลาสติก ก็ จะใช้ถุงพลาสติกย่อยสลายได้มาทดแทน
3.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ถือว่ามีความ เสี่ยงปานกลาง จากระยะหลังมียอด สั่งซื้อน้อยลง อาจเกิดจากปัญหา เศรษฐกิจซบเซาที่ผ่านมา		/		หาลูกค้ากลุ่มใหม่เพื่อเพิ่มยอดที่เสียไป
4.ปัจจัยด้านสังคม อยู่ในระดับปาน กลางเพราะผู้บริโภคยังคงใช้ พลาสติกเป็นประจำ มีบางส่วนที่หัน ไปใช้สินค้าอื่น		/		เพิ่มตัวเลือกเป็นถุงย่อยสลายได้สำหรับ คนที่ต้องการใช้
5.ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เสี่ยงปาน กลาง เนื่องจากเพิ่งเริ่มกิจการและไม่ได้ใช้ เครื่องจักรรุ่นใหม่ล่าสุด อาจทำให้ เครื่องจักรมีการทำงานที่ติดขัดและ ระบบต่างๆอาจมีปัญหา		/		คอยดูงานแพร์เครื่องจักรที่มาจากบูท เพื่อให้ทราบการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ
6.ปัจจัยด้านคู่แข่ง คู่แข่งและตัว โรงงานมีกำลังผลิตที่จำกัด ทำให้แย่ง ลูกค้ากันได้ยากเพราะกำลังการผลิต ไม่เอื้ออำนวย		/		หลีกเลี่ยงการแย่งลูกค้าจากคู่แข่งเน้น หาลูกค้ารายใหม่แทน

บทที่ 3

การวิเคราะห์การแข่งขัน

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์การแข่งขันภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง Five Forces Model ของ Michael Porter ประกอบด้วยสภาพการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน คู่แข่งขันของธุรกิจ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้าและ การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ดังรายละเอียดเป็นรายข้อดังต่อไปนี้

3.1 สภาพของการแข่งขัน

3.1.1 ระดับของการแข่งขัน

พิชญ์สินี โพธิจิตติ (2559) กล่าวว่า ภาพรวมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกใน ไตรมาส 2 ปี 2559 คาดว่า จะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ได้แก่ มาตรการ กระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ, การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดน, การลงทุนในโครงสร้าง พื้นฐานขนาดใหญ่ของภาครัฐ และการลงทุนของภาคเอกชนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน (AEC) รวมถึงแนวโน้ม การเติบโตของอุตสาหกรรมอาหาร และภาคการท่องเที่ยวไทย อีกทั้ง สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมยังได้จัดทำแผนพัฒนา อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกปี 2559-2564 โดยมีเป้าหมายเพื่อขยายศักยภาพอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยสู่เวทีโลก และขยาย การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกจากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 30 ของการผลิตในปี 2564 ซึ่งปัจจัย สนับสนุนดังกล่าวจะเป็น แรงกระตุ้นให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น

อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยบั่นทอนที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด ได้แก่ เศรษฐกิจของประเทศจีนที่ เป็นคู่ค้าสำคัญของไทยยังคงชะลอตัวซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกและ เม็ดพลาสติก ของไทย และผลิตภัณฑ์พลาสติกสำเร็จรูปจากกลุ่มประเทศในตะวันออกกลางที่เข้ามา ตีตลาดในไทยเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการไทย เผชิญกับภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผล ให้กำไรของผู้ประกอบการไทยลดลง เป็นต้น

3.1.2 จุดเด่น/ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

จุดเด่นที่นำมาแข่งขันนั้นคือ S.T. โปรดักส์ เป็นดำเนินกิจการมากกว่า 10 ปี ทำให้รู้จักกับโรงงานที่ผลิตมาเป็นเวลานาน สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ในราคาไม่แพง และมีเครดิตในการสั่งซื้อ การจับกลุ่มเป้าหมายคนละแบบกับคู่แข่งรายใหญ่ ทำให้ไม่ต้องแย่งลูกค้ากัน เนื่องจากในด้านกำลังการผลิตและราคาซึ่งไม่สามารถสู้กับรายใหญ่ได้ โดดเน้นจับกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่แล้วซึ่งเป็นธุรกิจขนาดย่อม

3.1.3 ผู้ครองส่วนครองตลาด

- 1.ระดับบริษัทใหญ่ เน้นรับผลิตสินค้าจำนวนมากให้กับบริษัทขนาดใหญ่ หรือตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ และมีการส่งออกไปยังต่างประเทศ
- 2.ระดับบริษัทขนาดกลาง เน้นผลิตให้กับผู้ประกอบการขนาดกลาง-ย่อย หรือรับผลิตให้กับผู้ที่นำไปขายต่อ

3.1.4 ที่มาของการแข่งขัน

ถุงพลาสติกถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งมีการใช้ถุงพลาสติกเพิ่มมากขึ้นทุกปี ด้วยเหตุนี้จึงมีผู้ผลิตหลายรายแต่เป็นสินค้าที่สามารถขายได้ตลอดเวลา แม้จะมีการแข่งขันในระดับปานกลาง

3.2 คู่แข่งขันของธุรกิจ

- 1) คู่แข่งหลักได้แก่ บริษัท เจ.เอส. อุตสาหกรรมพลาสติก และ บริษัท ไทยเทคนิค พลาส - แมช จำกัด
- 2) คู่แข่งรองได้แก่ บริษัท ไทยสุนทรพลาสติก จำกัด

บริษัท เจ.เอส. อุตสาหกรรมพลาสติก จำกัด

เป็นผู้ผลิตพลาสติกแบบอ่อน มีความเชี่ยวชาญในการผลิตและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์พลาสติกทุกรูปแบบ เช่น ถุงพลาสติก แผ่นพลาสติก ม้วนพลาสติก ในรูปแบบถุงใส ถุงสี พับข้าง แผ่นพลาสติก ม้วนพลาสติกแยกแผ่น จุดอ่อนของเจ.เอส.คือ ต้องสั่งในปริมาณจำนวนมาก และมีราคาแพงพอสมควร

ภาพที่3.1 : แสดงสภาพแวดล้อมบริษัท เจ.เอส. อุตสาหกรรมพลาสติก จำกัด



ภาพที่3.2 : แสดงแผนที่ที่ตั้งของบริษัท เจ.เอส. อุตสาหกรรมพลาสติก จำกัด



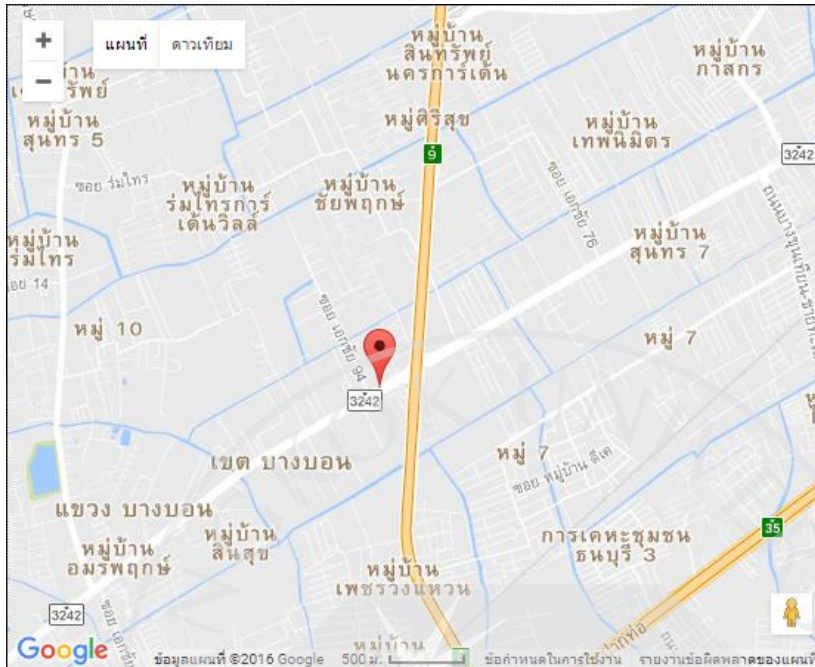
บริษัท ไทยเทคนิค พลาส - แมช จำกัด

ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2528 ดำเนินการผลิตสินค้าประเภทพลาสติกมานานกว่า 30 ปี บริษัทผลิตและจำหน่ายถุงพลาสติกที่มีคุณภาพดี มีบริการจัดส่งสินค้า มีสินค้ามากมายหลากหลายชนิด สินค้าได้แก่ถุงหูหิ้วใส-สี ถุงร้อน ถุงเย็น ถุงใส่น้ำแข็ง ถุงใส่ผัก-ผลไม้ ถุงใส่ขนม ถุงซ้อปปิ้ง ถุงพับจีบ ใส-พิมพ์ลาย กระดาษเคลือบห่ออาหาร จุดอ่อน ส่วนใหญ่รับผลิตสินค้าระดับแมส ไม่ค่อยสนใจลูกค้ารายย่อย

ภาพที่3.3 : แสดงสภาพแวดล้อมบริษัท ไทยเทคนิค พลาส - แมช จำกัด



ภาพที่ 3.4 : แสดงแผนที่ที่ตั้งของ บริษัท ไทยเทคนิค พลาส - แมช จำกัด



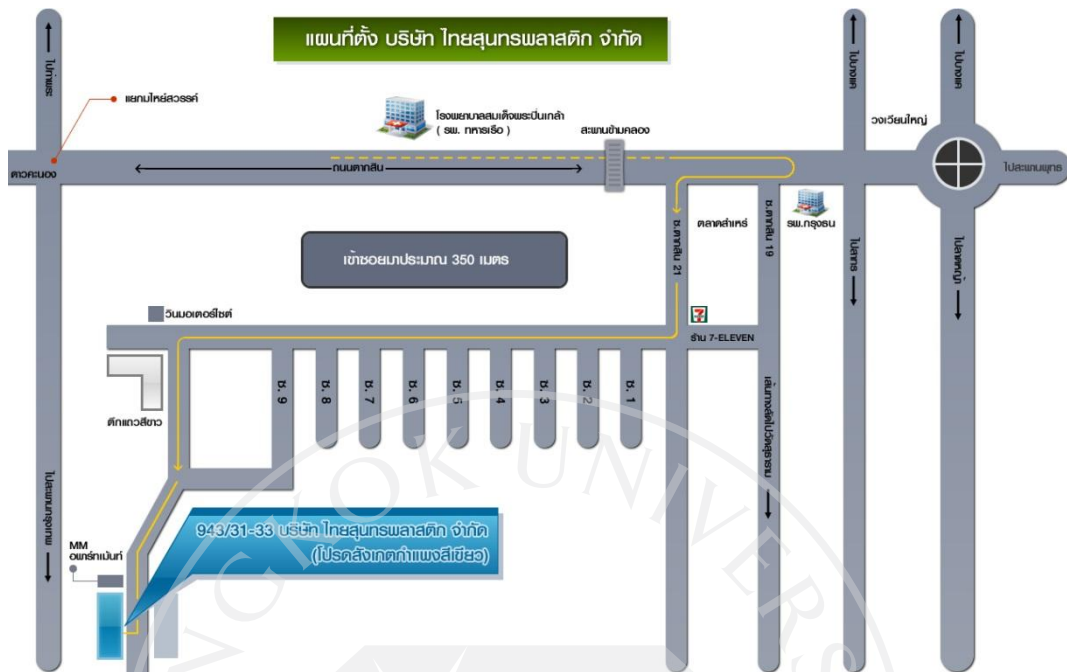
ไทยสุนทรพลาสติก

ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2524 วัตถุประสงค์เพื่อ ผลิตและจำหน่ายถุงพลาสติก ทุกชนิด ทุกแบบ โดยเน้นตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ภายใต้การบริหารงานโดย คุณสมศักดิ์ และ คุณพรทิพย์ ทศนแสงสุรีย์ ผู้ที่อยู่ในแวดวงถุงพลาสติก และมีประสบการณ์ เกี่ยวกับถุงพลาสติก มากกว่า 40 ปี จุดอ่อน มีราคาแพงและมีคำสั่งการผลิตจากลูกค้ารายใหญ่หลายรายทำให้รายย่อย ต้องรอนาน

ภาพที่ 3.5 : แสดงป้ายร้าน บริษัท ไทยสุนทรพลาสติก จำกัด



ภาพที่ 3.6 : แสดงแผนที่ที่ตั้งของ บริษัท ไทยสุนทรพลาสติก จำกัด



บริษัท นารายณ์ ซูเปอร์แบค จำกัด

ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2535F โดยได้ร่วมทุนกับบริษัทจากญี่ปุ่น วัตถุประสงค์เพื่อจำหน่าย และผลิตถุงกระดาษ และกระดาษสำหรับบรรจุอาหารให้กับร้านฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย โดยมี กระบวนการผลิตที่ทันสมัย ไร้มลพิษ โดยจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ภาพที่ 3.7 : แสดงสภาพแวดล้อมบริษัท นารายณ์ ซูเปอร์แบค จำกัด



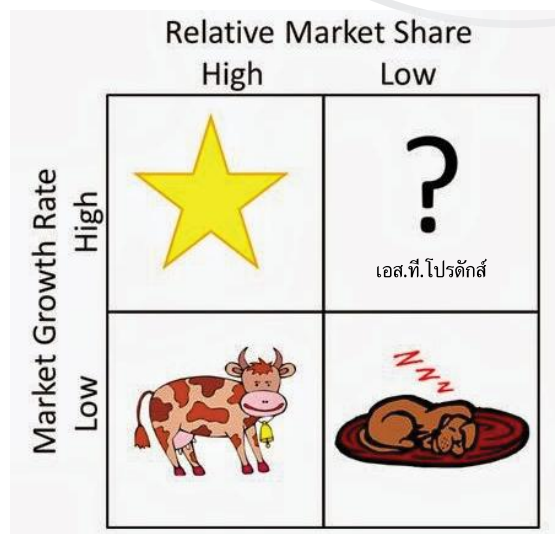
ภาพที่ 3.8 : แสดงแผนที่ที่ตั้งของ บริษัท นารายณ์ ซูเปอร์แบค จำกัด



3.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ

1. การเขียนภาพวิเคราะห์ (BCG Model)

ภาพที่ 3.9 : แสดงภาพวิเคราะห์ BCG Model



ในการวิเคราะห์ BCG Model ของร้านเอส.ที.โปรดักส์ ได้จัดอยู่ในกลุ่มของ QUESTION MARK เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการเจริญเติบโตโดยยอดขายสูง แต่ มีส่วนแบ่งการตลาดต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ด้วยต้นทุนที่มากในการลงทุนทำให้มีผู้แข่งขันหน้าใหม่บ่อยราย เป็นโอกาสที่จะขยายกำลังการผลิตเพื่อเพิ่มปริมาณสินค้าและกระจายสินค้าได้มากขึ้น

3.4 การวิเคราะห์ Five Force Model

1. Rivalry among Current Competitors (การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม)

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลาง เพราะโรงงานแต่ละโรงงานมีการจับกลุ่มลูกค้าที่ไม่เหมือนกัน บางเจ้าผลิตให้กับลูกค้ารายใหญ่, บางเจ้าผลิตระดับแมส, บางเจ้าผลิตแบบรับสั่งพิมพ์ ทำให้ไม่แย่งลูกค้ากัน ในส่วนของโรงงานที่ผลิตแบบเดียวกันนั้นก็ยังมีลูกค้าอยู่มากจึงไม่จำเป็นต้องแย่งลูกค้ากันเอง เน้นหาลูกค้าใหม่และลดต้นทุน

2. Bargaining Power of Suppliers (อำนาจการต่อรองของคู่ค้า)

อำนาจการต่อรองกับคู่ค้านั้นอยู่ในระดับปานกลาง เพราะ ส่วนมากเม็ดพลาสติกสามารถหาซื้อได้ไม่ยากมีผู้จำหน่ายอยู่หลายเจ้า ราคาขึ้นอยู่กับเกรดของเม็ดพลาสติก ซึ่งราคาที่คู่ค้าจำหน่ายมีระดับใกล้เคียงกัน ทำให้เราสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ รวมถึงคุณภาพหากเจอไม่ถูกใจ เราสามารถเปลี่ยนเจ้าอื่นได้เพราะไม่ใช่สินค้าหายาก

3. Bargaining Power of Customer (อำนาจการต่อรองของลูกค้า)

อำนาจในการต่อรองของลูกค้าอยู่ในสูง ถ้าลูกค้าซื้อในปริมาณมากสามารถต่อรองขอราคาที่ถูกลงได้ รวมถึงสินค้าประเภทนี้สามารถหาซื้อได้ง่าย ขึ้นอยู่กับว่าทางร้านจะสามารถจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้ากับเจ้าเดิมได้หรือไม่

4. Threat of Substitute Products or Services (ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน)

สินค้าที่ใช้ทดแทนมีระดับปานกลาง เนื่องจากสินค้าที่ใช้ทดแทนได้นั้น สามารถใช้แทนได้จำนวนหนึ่งแต่มีราคาแพงกว่า เช่นถุงกระดาษ สามารถใส่เป็นภาชนะสำหรับของกินได้ ถุงผ้าสามารถใส่แทนถุงซูเปอร์มาร์เก็ตได้

5. Threat of New Entrants (ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่)

ภัยคุกคามมีระดับต่ำ เพราะต้องใช้ต้นทุนสูงในการสร้างโรงงานและหมุนเวียนเงิน ต้องการคนงานที่มีฝีมือเพื่อทำให้มีของเสียน้อย ผู้เข้ามาใหม่จำเป็นต้องหาที่ในการสร้างโรงงานซึ่งมีราคาที่สูง ึ้น ปัจจุบัน ต้องศึกษาและเข้าใจตัวสินค้าถุงพลาสติกเป็นเวลานานเพื่อที่จะนำมาคิดกำไรและต้นทุนที่คุ้มที่สุด จึงเป็นเรื่องยากที่ผู้ประกอบการรายใหม่ๆจะเข้ามาแข่งขัน

3.5 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ตารางที่ 3.1 : แสดงตารางการวิเคราะห์ของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่งหลัก
ความหลากหลายของสินค้า	ร้านเอส.ที.โปรดักส์จำหน่ายถุงพลาสติกครอบคลุมเกือบทุกชนิด โดยจำหน่ายเฉพาะถุงพลาสติกเกรดa เน้นที่งานถุงพิมพ์ ถุงหิ้ว ถุงซิปป	คู่แข่งนั้นมีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ครอบคลุมทุกชนิด แต่เน้นผลิตจำนวนมาก
ราคา	การตั้งราคาถุงเกรดเดียวกัน แต่ละเจ้าจะตั้งไม่ต่างกัน มากขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น จำนวนที่สั่งผลิต, คุณภาพของถุง,สีในการพิมพ์ถุง โดยจะเน้นที่บริการหลังการขายมาใช้ดึงดูดลูกค้า ซึ่งปกติบริษัทใหญ่จะรับผลิตจำนวนมากเท่านั้น	ถ้าสั่งจำนวนน้อยจะมีราคาที่สูงมาก หรือไม่รับงานเลยเพราะเน้นกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่มากกว่า

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : แสดงตารางการวิเคราะห์ของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่ง
ระบบการบริหาร	ระบบการบริหาร จะใช้ระบบแบบครอบครัว เพราะมีจำนวนคนไม่เยอะและมีความคล่องตัวมากกว่า	การบริหารจะใช้รูปแบบบริษัท มีขั้นตอนในการบริหารบุคลากร สินค้าการจัดส่ง ที่มีประสิทธิภาพมากกว่า
สถานที่	ใช้ระบบขายส่ง ไม่มีหน้าร้านเป็นของตัวเอง ทำให้มีไม่ต้นทุนหน้าร้าน รวมถึงอยู่ใกล้กับแหล่งขนส่งทำให้เดินทางสะดวก	สถานที่ตั้งของคู่แข่งสามารถเดินทางมาติดต่อได้สะดวก สถานที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน บริเวณอยู่ภายในเขตเดียวกับ ร้านเอส.ที.โปรดักส์ ระยะทางไม่ห่างจากกันมาก

3.6 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

ข้อได้เปรียบคือ อยู่ใกล้แหล่งซัพพลายเออร์ สามารถไปเอาวัตถุดิบได้สะดวกหรือให้ซัพพลายเออร์มาส่งสินค้าให้และใกล้ศูนย์ขนส่งสำหรับสินค้าไปยังต่างจังหวัดซึ่งใช้เวลาการเดินทางไม่นาน

2. ปัจจัยต้นทุนของสินค้า

ต้นทุนของวัตถุดิบจะไม่แตกต่างกันเพราะมีการอ้างอิงราคากลางกันอยู่ จะลดต้นทุนได้ในช่วงของการผลิตโดยทำให้ผลผลิตได้มากขึ้นจากจำนวนวัตถุดิบ เช่น ลดของเสียจากการผลิต

บทที่ 4

การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ในบทนี้ผู้ศึกษาได้จัดทำกลยุทธ์ ภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง (TOWS Matrix) ของ Wheelen&Hunger (2002, p. 115) โดยเนื้อหาประกอบไปด้วย ประเภทของกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ และการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อการประเมินผล แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ และแผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต

4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

เอส.ที.โพรดักส์ ได้กำหนดกลยุทธ์ TOWS MATRIX มาเป็นกรอบแนวคิดในการนำไปสู่กลยุทธ์

ภาพที่ 4.1 : ตาราง TOWS MATRIX

สภาพแวดล้อม ภายใน สภาพแวดล้อม ภายนอก	S-Strengths (จุดแข็ง)	W-Weaknesses (จุดอ่อน)
O-Opportunities (โอกาส)	SO-Strategies (กลยุทธ์เชิงรุก)	WO-Strategies (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
T-Threats (อุปสรรค)	ST-Strategies (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)	WT-Strategies (กลยุทธ์เชิงรับ)

4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

TOWS Matrix เป็นการนำข้อมูลที่ได้ จากSWOT มาวิเคราะห์ต่อยอดให้ออกมาเป็นกลยุทธ์ ซึ่งใช้SWOTมาแบ่งออกเป็นคู่ๆใช้สำหรับวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในแต่ละคู่ เพื่อมองหากกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) เป็นการนำข้อมูลจุดแข็งและโอกาส ที่ได้จากการประเมินสภาพแวดล้อม โดยใช้จุดแข็งของตัวเองเพื่อมองหาโอกาสจากภายนอก

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) เป็นการนำข้อมูลจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน โดยมองหาโอกาสใหม่ๆเพื่อมาใช้แก้ไขจุดอ่อนที่มีอยู่

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) เป็นการนำข้อมูลจุดแข็งและอุปสรรค มาพิจารณาร่วมกัน เพื่อนำจุดแข็งมาหลีกเลี่ยงภัยคุกคามจากภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้

กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) เป็นการนำข้อมูลจุดอ่อนและอุปสรรค มาประเมินสถานการณ์ที่ใช้สำหรับกลยุทธ์ โดยลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภัยคุกคามจากภายนอก

4.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.1 : TOWS strategic Alternatives Matrix

	ปัจจัยภายในองค์กร จุดแข็ง (S)	ปัจจัยภายในองค์กร จุดอ่อน (W)
	1.ผู้ประกอบการมีความรู้และประสบการณ์ในด้าน ถุงพลาสติก 2.มีฐานลูกค้าเก่าคอยรองรับ ในจำนวนที่เหมาะสม 3.สถานที่อยู่ใกล้กับศูนย์ขนส่ง เดินทางไปได้สะดวก ทำให้ส่ง สินค้าไปต่างจังหวัดได้ง่าย 4.การผลิตได้ใช้เม็ดคุณภาพดี ทำให้ถุงแข็งแรงทนทาน เหนียวไม่ขาดง่าย และไม่มี กลิ่นเหม็น	1.เครื่องจักรมีไม่มากอาจผลิต ได้น้อยกว่าที่คาดไว้ 2.ธุรกิจสามารถผลิตสินค้าได้ แค่บางชนิด ยังต้องพึ่งพา supplier ในการผลิตสินค้า ชนิดอื่นอยู่ 3.ทางร้านยังไม่มีร้านสาขาสินค้า ออนไลน์

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : TOWS strategic Alternatives Matrix

<p>ปัจจัยภายนอกองค์กร โอกาส (O)</p> <p>1.ร้านมี supplier ที่ผลิตสินค้าให้หลายชนิด ทำให้มีสินค้าหลากหลาย</p> <p>2.รัฐบาลยังไม่มึนโยบายในเรื่องการใช้ถุงพลาสติก ทำให้ไม่มีกฎหมายมากีดกันในการสร้างโรงงาน จึงยังมีโอกาสเติบโต</p>	<p>SO เป็นการนำจุดแข็งมาสร้างเป็นโอกาส</p> <p>1.มีฐานลูกค้ารองรับความเสี่ยงที่อาจจะไม่มีคำสั่งซื้อเข้ามา</p> <p>2.มีการส่งสินค้าฟรีในยอดการสั่งซื้อครั้งละมากๆ</p> <p>3.การนำสินค้าไปเปรียบเทียบกับคู่แข่งในท้องตลาดให้เห็นถึงความแตกต่างของคุณภาพ</p>	<p>WO เป็นการนำโอกาสมาลดจุดอ่อน</p> <p>1.เข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่ทางรัฐบาลจัดขึ้นเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและให้ลูกค้ารู้จักเพิ่มขึ้น</p> <p>2.มี supplier ที่ผลิตสินค้าให้หลายชนิด ทำให้ทางโรงงานไม่ต้องลงเครื่องจักรประเภทอื่นที่ไม่มี ทำให้ประหยัดต้นทุนในด้านเครื่องจักร</p>
<p>ปัจจัยภายนอกองค์กร อุปสรรค (T)</p> <p>-การดึงลูกค้ามาจากคู่แข่งนั้นทำได้ยากเพราะการสั่งจากร้านเดิมนั้นสะดวกกว่าการเปลี่ยนร้านใหม่</p> <p>-การผันผวนของราคาน้ำมันส่งผลต่อราคาเม็ดพลาสติก</p>	<p>ST เป็นการนำจุดแข็งมาจัดอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น</p> <p>1.ใช้ความรู้ในการคำนวณต้นทุนของถุงพลาสติกและการซื้อวัตถุดิบเม็ดพลาสติกในช่วงที่ราคาถูกลง</p> <p>2.ให้คำปรึกษากับลูกค้าในการเลือกใช้ถุงพลาสติกชนิดต่างๆให้เหมาะกับลูกค้า</p>	<p>WT ทำเพื่อลดจุดอ่อนหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่เกิดขึ้น</p> <p>1.รักษาฐานลูกค้าของตัวเองและมองหาลูกค้าที่ยังไม่เคยทำถุงพลาสติกแทนการแย่งลูกค้าจากคู่แข่ง</p>

ตารางที่ 4.2 : ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์
1.กลยุทธ์ การสร้างโรงงาน	วัตถุประสงค์ 1.เพื่อใช้ผลิตสินค้า 2.เพื่อให้มีมาตรฐานและดูน่าเชื่อถือ 3.ให้ผลผลิตสูงขึ้นและลดของเสียให้น้อยลง
	งบประมาณ 5,000,000 บาท
	การดำเนินงานของกลยุทธ์ 1.ตั้งโรงงานพร้อมแจ้งเรื่องให้เจ้าพนักงานทราบ 2.เจ้าหน้าที่ตรวจสอบและจ่ายค่าธรรมเนียม 3.เริ่มประกอบกิจการได้ 4.ภายในอาคารมีการวางผังโรงงานเป็นส่วนๆให้เหมาะสมสำหรับการวางเครื่องจักรการผลิตและที่เก็บสินค้า 5.ด้านหน้าโรงงานมีพื้นที่กว้างสำหรับให้รถถ่ายรับส่งสินค้าได้สะดวก
2.กลยุทธ์ จัดส่งฟรี	วัตถุประสงค์ 1.ใช้กระตุ้นเพิ่มยอดขาย 2.เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าซื้อสินค้าตามที่กำหนด 3.ลดภาระค่าขนส่งของลูกค้า
	งบประมาณ 50,000
	การดำเนินงานของกลยุทธ์ 1.การสั่งซื้อ เมื่อซื้อ 200 กิโลกรัมขึ้นไปจัดส่งฟรี
3.กลยุทธ์ เพิ่มศักยภาพผู้นำ	วัตถุประสงค์ 1.เพื่อพัฒนาผู้บริหารให้มีความรู้ในเรื่องธุรกิจมากขึ้น 2.เพื่อหาช่องทางการติดต่อสื่อสารในการทำธุรกิจ
	งบประมาณ 50,000 บาท

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

	<p>การดำเนินงานของกลยุทธ์</p> <p>1.เข้าอบรม และฟังสัมมนา ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ</p> <p>2.เพิ่มความรู้ในด้านการบริหารบุคลากร</p>
4.กลยุทธ์ สร้างสินค้าที่มีคุณภาพ	<p>วัตถุประสงค์</p> <p>1.สร้างสินค้าให้สามารถแข่งขันได้</p> <p>2.ให้ลูกค้าซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า</p>
	งบประมาณ 500,000 บาท
	<p>การดำเนินงานของกลยุทธ์</p> <p>1.การเลือกใช้เม็ดพลาสติกเกรดAที่มีคุณภาพในการผลิต ทำให้ถุงพลาสติกที่ออกมาได้คุณภาพมาก มีมาตรฐาน</p>
5.กลยุทธ์ การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์	<p>วัตถุประสงค์</p> <p>1.เพื่อขยายช่องทางการส่งสินค้า</p> <p>2.เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่ใช้การสั่งซื้อออนไลน์</p>
	งบประมาณ 12,000 บาท
	<p>การดำเนินงานของกลยุทธ์</p> <p>1.การสร้างเฟสบุ๊กและไลน์</p> <p>2.ใช้การโฆษณาผ่านเฟสบุ๊ก</p>

4.4แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ

กิจการมีแผนใช้เงินลงทุนภายใน โดยใช้เงินลงทุนส่วนตัว 100% โดยมีข้อดีข้อเสียดังนี้

ข้อดี

- 1.ความเสี่ยงน้อย
- 2.ไม่มีภาระเรื่องดอกเบี้ย

ข้อเสีย

- 1.เงินลงทุนหมุนเวียนน้อยเพราะมีทุนจำกัด

ประมาณการงบการเงิน

การประมาณการงบการเงินโดยนำเสนอข้อมูลการเงิน เช่น รายละเอียดของต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร จุดคุ้มทุน กำไรขาดทุน กำไรสะสม งบกระแสเงินสด งบแสดงฐานะการเงิน เป็นต้น

ตารางที่ 4.3 : แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
โรงงาน	5,000,000.00	5000000	-
เครื่องจักร	2,400,000.00	2400000	-
รถกระบะ	500,000.00	500000	-
อุปกรณ์สำนักงาน	50,000.00	50000	-
ที่ดิน	5,000,000.00	5000000	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	7,950,000.00		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าตกแต่งสถานที่	50,000.00	50000	-
	-	-	0
	-	-	0
เงินทุนหมุนเวียน	4,000,000.00	4,000,000.00	0
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	17,000,000.00	17,000,000.00	-
สัดส่วน โครงสร้างเงินทุน(%)	100.00	100	-

ตารางที่ 4.4 : แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจ่าย

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวรรวม	7,950,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	1,590,000	1,590,000	1,590,000	1,590,000	1,590,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	1,590,000	3,180,000	4,770,000	6,360,000	7,950,000
โอนไปงบดุล					
สินทรัพย์ถาวรรวม	7,950,000	7,950,000	7,950,000	7,950,000	7,950,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	1,590,000	3,180,000	4,770,000	6,360,000	7,950,000
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	6,360,000	4,770,000	3,180,000	1,590,000	-
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	50,000				
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งตัดจ่าย	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ตัดจ่ายสะสม	10,000	20,000	30,000	40,000	50,000
โอนไปงบดุล					
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
หักตัดจ่ายสะสม	10,000	20,000	30,000	40,000	50,000
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	40,000	30,000	20,000	10,000	-

ตารางที่ 4.5 : แสดงการประมาณการยอดขาย

การประมาณการยอดขาย	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
ถุงหิ้ว/กิโกรัม	11,250	12,375	13,610	14,970
ราคาเฉลี่ย	90	90	90	90
รวมยอดขายต่อไตรมาส	1,012,500	1,113,750	1,224,900	1,347,300
ถุงซิป/กิโกรัม	11,250	12,375	13,610	14,970
ราคาเฉลี่ย	100	100	100	100
รวมยอดขายต่อไตรมาส	1,125,000	1,237,500	1,361,000	1,497,000
ซองRx /ใบ	2295000	2524500	2776950	3054645
ราคาเฉลี่ย	0.123	0.123	0.123	0.123
รวมยอดขายต่อไตรมาส	282,285	310,514	341,565	375,721
รวมยอดขายต่อไตรมาส	2,419,785	2,661,764	2,927,465	3,220,021
ยอดขายต่อปี				11,229,035

การประมาณการยอดขาย	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ถุงหิ้ว/กิโกรัม	55,000	60,000	65,000	70,000
ราคาเฉลี่ย	90	90	90	90
รวมยอดขายต่อปี	4,950,000	5,400,000	5,850,000	6,300,000
ถุงซิป/กิโกรัม	55,000	60,000	65,000	70,000
ราคาเฉลี่ยต่อคน	100	100	100	100
รวมยอดขายต่อปี	5,500,000	6,000,000	6,500,000	7,000,000
ซองRx /ใบ	11,200,000	12,200,000	13,500,000	14,800,000
ราคาเฉลี่ย	0.123	0.123	0.123	0.123
รวมยอดขายต่อปี	1,377,600	1,500,600	1,660,500	1,820,400
ยอดขายต่อปี	11,827,600	12,900,600	14,010,500	15,120,400

ตารางที่ 4.5(ต่อ) : แสดงการประมาณการยอดขาย

สรุปยอดขายรวม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายต่อปี	11,229,035	11,827,600	12,900,600	14,010,500	15,120,400
นโยบายสินค้าคงเหลือ					
ต้นทุนสินค้า	60% ของยอดขาย				
ระยะเวลาในการซื้อสินค้า	7 วัน				
การคำนวณสินค้าคงเหลือ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายต่อปี	11,229,035	11,827,600	12,900,600	14,010,500	15,120,400
ยอดขายต่อวัน	32,083	33,793	36,859	40,030	43,201
ต้นทุนสินค้า	19,250	20,276	22,115	24,018	25,921
การหมุนเวียน	134,748	141,931	154,807	168,126	181,445
สินค้าคงเหลือ	134,748	141,931	154,807	168,126	181,445

ตารางที่ 4.6 : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายและแสดงการประมาณการต้นทุนผันแปร

การประมาณการค่าใช้จ่าย					
ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำประปา (เพิ่ม 2%)	27,000	27,540	28,091	28,653	29,226
ค่าไฟฟ้า (เพิ่ม 5%)	40,680	42,714	44,850	47,092	49,447
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่ม 5%)	13,200	13,860	14,553	15,281	16,045
ค่าเสื่อมราคา	1,590,000	1,590,000	1,590,000	1,590,000	1,590,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
เงินเดือน (เพิ่ม 5%)	1,368,000	1,436,400	1,508,220	1,583,631	1,662,813
โฆษณา	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
รวมต้นทุนคงที่	3,060,880	3,132,514	3,207,714	3,286,656	3,369,530
ยอดขาย	11,229,035	11,827,600	12,900,600	14,010,500	15,120,400
ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	6,737,421	7,096,560	7,740,360	8,406,300	9,072,240
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1%	112,290	118,276	129,006	140,105	151,204
ส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-
รวมต้นทุนผันแปร	6,849,711	7,214,836	7,869,366	8,546,405	9,223,444

ตารางที่ 4.7 : แสดงการประมาณการจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	4,379,324	4,612,764	5,031,234	5,464,095	5,896,956
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.39	0.39	0.39	0.39	0.39
จุดคุ้มทุนต่อปี	7,848,410	8,032,087	8,224,906	8,427,324	8,639,820
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	654,034.19	669,340.60	685,408.87	702,277.02	719,984.98
จุดคุ้มทุนต่อวัน	21,801.14	22,311.35	22,846.96	23,409.23	23,999.50

กำไรส่วนเกิน = รายได้รวม - ต้นทุนผันแปร

อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / รายได้รวม

จุดคุ้มทุนต่อปี = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน

ตารางที่ 4.8 : แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	11,229,035	11,827,600	12,900,600	14,010,500	15,120,400
หัก ต้นทุนผันแปร	6,849,711	7,214,836	7,869,366	8,546,405	9,223,444
กำไรส่วนเกิน	4,379,324	4,612,764	5,031,234	5,464,095	5,896,956
หัก ต้นทุนคงที่	3,060,880	3,132,514	3,207,714	3,286,656	3,369,530
กำไรก่อนการดำเนินงาน	1,318,444	1,480,250	1,823,521	2,177,439	2,527,426
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	1,318,444	1,480,250	1,823,521	2,177,439	2,527,426
หัก ภาษี 30%	395,533	444,075	547,056	653,232	758,228
กำไรสุทธิ	922,911	1,036,175	1,276,464	1,524,207	1,769,198

ตารางที่ 4.9 : แสดงกำไรสะสม ประมาณการณ์จากสถานการณ์ปกติ

กำไรสะสม ประมาณการณ์จากสถานการณ์ปกติ					
ยกยอดไปงบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	876,765	1,861,131	3,073,772	4,521,769
บวก กำไรสุทธิ	922,911	1,036,175	1,276,464	1,524,207	1,769,198
หัก เงินปันผล	46,146	51,809	63,823	76,210	88,460
กำไรสะสมปลายงวด	876,765	1,861,131	3,073,772	4,521,769	6,202,508
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาษีเงินได้	395,533	444,075	547,056	653,232	758,228
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	395,533	48,542	102,981	106,175	104,996
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้าคงเหลือ	134,748	141,931	154,807	168,126	181,445
สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	134,748	7,183	12,876	13,319	13,319
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินปันผล	46,146	51,809	63,823	76,210	88,460
เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	46,146	5,663	12,014	12,387	12,250

ตารางที่ 4.10 : แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	922,911	1,036,175	1,276,464	1,524,207	1,769,198
บวก ค่าเสื่อมราคา	1,590,000	1,590,000	1,590,000	1,590,000	1,590,000
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
บวก ดอกเบียจ่าย	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	395,533	48,542	102,981	106,175	104,996
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	46,146	5,663	12,014	12,387	12,250
หัก สิ้นค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	- 134,748	- 7,183	- 12,876	- 13,319	- 13,319
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	2,829,841	2,683,197	2,978,584	3,229,451	3,473,126
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์ถาวรรวม	- 7,950,000	-	-	-	-
ค่าตกแต่งสถานที่	- 50,000	-	-	-	-
0	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	- 8,000,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก เงินปันผลจ่าย	- 46,146	- 51,809	- 63,823	- 76,210	- 88,460
ทุนหุ้นสามัญ	17,000,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	16,953,854	- 51,809	- 63,823	- 76,210	- 88,460
เงินสดสุทธิ	11,783,695	2,631,389	2,914,761	3,153,240	3,384,666
บวก เงินสดต้นงวด	-	11,783,695	14,415,084	17,329,845	20,483,085
เงินสดปลายงวด	11,783,695	14,415,084	17,329,845	20,483,085	23,867,751

ตารางที่ 4.11 : แสดงงบแสดงฐานะทางการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	11,783,695	14,415,084	17,329,845	20,483,085	23,867,751
สินค้าคงเหลือ	134,748	141,931	154,807	168,126	181,445
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	11,918,444	14,557,015	17,484,652	20,651,211	24,049,195
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	6,360,000	4,770,000	3,180,000	1,590,000	-
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	40,000	30,000	20,000	10,000	-
ค่ามัดจำสถานที่	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	18,318,444	19,357,015	20,684,652	22,251,211	24,049,195
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	395,533	444,075	547,056	653,232	758,228
เงินปันผลค้างจ่าย	46,146	51,809	63,823	76,210	88,460
หนี้สินระยะสั้น	441,679	495,884	610,879	729,442	846,688
เงินกู้สถาบันการคลังเหลือ	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	441,679	495,884	610,879	729,442	846,688
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	17,000,000	17,000,000	17,000,000	17,000,000	17,000,000
กำไรสะสมสุทธิ	876,765	1,861,131	3,073,772	4,521,769	6,202,508
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	17,876,765	18,861,131	20,073,772	21,521,769	23,202,508
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	18,318,444	19,357,015	20,684,652	22,251,211	24,049,195

ตารางที่ 4.12 : กระแสเงินสดรับตลอดโครงการ

การวิเคราะห์โครงการลงทุน		
ปีที่	กระแสเงินสดตลอดโครงการ	กระแสเงินสด
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	- 17,000,000
1	กระแสเงินสดรับ	11,783,695
2	กระแสเงินสดรับ	2,631,389
3	กระแสเงินสดรับ	2,914,761
4	กระแสเงินสดรับ	3,153,240
5	กระแสเงินสดรับ*	7,384,666
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันในอัตราผลคิดลด		20.00%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ		17,822,273
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย		- 17,000,000
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)		822,273
อัตราผลตอบแทนของโครงการ		22.62%

หมายเหตุ : ตัวเลขอ้างอิงมาจาก ต้นทุนเริ่มแรก ค่าใช้จ่าย และรายได้ NPV คำนวณมาจาก กระแสเงินสดรับในแต่ละปีข้างต้น ซึ่งถ้าค่าเป็นบวก แสดงว่าเหมาะแก่การลงทุน

IRR : เป็นตัวชี้วัดทางการเงินว่าโครงการดังกล่าวเหมาะสมแก่การลงทุนหรือไม่ โดยเปรียบเทียบกับกำไรขั้นต่ำที่เรากำหนดคือ ตั้งไว้ที่ 25% ถ้า IRR มากกว่า % ขั้นต่ำที่เราตั้งไว้ ก็เหมาะสมแก่การลงทุน ซึ่ง IRR ของโครงการนี้ได้ 25.29% หมายถึงอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำ

ตารางที่ 4.13 : แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน					
รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	26.98	29.36	28.62	28.31	28.40
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	26.68	29.07	28.37	28.08	28.19
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตรากำไรสุทธิของสินค้า (รอบ)	51	51	51	51	51
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	7.08	7.08	7.08	7.08	7.08
อัตรากำไรสุทธิสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	2	2	4	9	-
อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.61	0.61	0.62	0.63	0.63
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.02	0.03	0.03	0.03	0.04
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย(เท่า)	-	-	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.05	0.05	0.06	0.07	0.07
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.05	0.05	0.06	0.07	0.08
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	61.00	61.00	61.00	61.00	61.00
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	11.74	12.52	14.14	15.54	16.72
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	8.22	8.76	9.89	10.88	11.70
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	฿822,273.44				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	23%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	2.887				

หมายเหตุ : ตัวเลขมีการเชื่อมโยงมาจากต้นทุนเริ่มแรก ค่าใช้จ่าย และรายได้ ค่า NPV คำนวณมาจากกระแสเงินสดในแต่ละปี IRR : เป็นตัวชี้วัดทางการเงินว่าโครงการดังกล่าวเหมาะสมแก่การลงทุนหรือไม่ ถ้า IRR มากกว่า % ขั้นต่ำที่เราตั้งไว้ ก็เหมาะสมแก่การลงทุน ซึ่ง IRR ของโครงการนี้ได้ 25% หมายถึงอัตราผลตอบแทนระดับปานกลาง ใช้เวลาคืนทุน 2.8 ปี

บรรณานุกรม

- กิตติธัช อิมวัฒน์กุล. (2553). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านโครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- จงเจริญ อัญชัย. (2555). พัฒนารูปแบบ และมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- นิโลบล ตริเสนห์จิต. (2553). แรงจูงใจ และทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อถุงผ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิตใส เกตุแก้ว. (2556). ความพึงพอใจของครู สังกัดสถานศึกษาในพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 39 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ต่อการพัฒนาครู ด้วยชุดฝึกอบรม e – Training. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารการศึกษาและผู้นำทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม, 2556.
- ทัศนีย์ สระสำราญ. (2555). พฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสินสาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พิชญ์สินี โพธิจิตติ. (2559). อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก. สืบค้นจาก <http://www.gsb.or.th/getattachment/c2694c85-c34e-496d-824d-95f2b4d17565/Paper-อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก.aspx>
- พรทิพย์ วิวิธนาภรณ์. (2557). ปัจจัยทางด้านส่วนผลสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดี ต่อตราสินค้าและพฤติกรรมการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อยูเชอรินในโรงพยาบาลเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภาคผนวก ก

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าถุงพลาสติก

.....

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อถุงพลาสติกโดยแบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้วิจัยขอทราบข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเพียงเท่านั้น ดังนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาและความอนุเคราะห์ช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์และความถูกต้องของการศึกษาต่อไป และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ 21-25ปี 26-30ปี 31-35ปี 35-40ปี
 41-45ปี มากกว่า 45ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาของท่าน
 มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 อนุปริญญา / ปวส. ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ
 1.นักศึกษา 2.ข้าราชการ 3.พนักงานเอกชน 4.รัฐวิสาหกิจ 5.ธุรกิจส่วนตัว
 6.พ่อบ้านแม่บ้าน/เกษียณอายุ 7.ลูกจ้าง 8.อื่นๆ(โปรดระบุ)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 - 20,000 บาท
 20,001 - 40,000 บาท 40,001 - 60,000 บาท
 60,001 - 80,000 บาท มากกว่า 80,000 บาท

ส่วนที่2 พฤติกรรมการเลือกซื้อถุงพลาสติก

1. ประเภทของพลาสติกบรรจุภัณฑ์ที่ท่านใช้(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- ถุงพลาสติกร้อน ถุงแก้ว ถุงหิ้ว ถุงหิ้วแบบหูเจาะ
 ถุงพลาสติกเย็น ถุงRX ถุงซิปป อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2. ถุงพลาสติกของท่านมีการพิมพ์สีหรือไม่

- มี ไม่มี ใช้ทั้ง2แบบ

3. หน่วยบรรจุภัณฑ์ที่ท่านใช้

- กิโลกรัม(หากตอบกิโลกรัมให้ไปที่ข้อ3.1) ใบ(หากตอบใบให้ไปที่ข้อ3.2) กิโลกรัมและใบ(ให้ตอบทั้ง3.1และ3.2)

3.1 จำนวนถุงพลาสติกที่สั่งซื้อครั้ง(กิโลกรัม)

- น้อยกว่า50กก. 51-150 กก. 151-250 กก. 251-350 กก. 351-450 กก. 451-550 กก. มากกว่า 550 กก.

3.2 จำนวนถุงพลาสติกที่สั่งซื้อครั้ง(ใบ)

- ต่ำกว่า10,000 10,001-30,000 30,001-50,000 50,001-70,000 70,001-90,000
 90,001-110,000 มากกว่า110,000

4. ความถี่ในการซื้อถุงพลาสติก

1-3 สัปดาห์/ครั้ง 4-6 สัปดาห์/ครั้ง 7-9 สัปดาห์/ครั้ง 10/12 สัปดาห์/ครั้ง

มากกว่า 12 สัปดาห์/ครั้ง

5. สถานที่ซื้อบรรจุภัณฑ์

ร้านค้า ตลาด ห้างสรรพสินค้า เซลล์แมน โทรสั่งซื้อ โรงงาน ออนไลน์

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าท่านอะไรสำคัญที่สุด

ราคา คุณภาพ รีไซเคิลได้ ย่อยสลายได้ สะดวกในการซื้อ มีบริการส่ง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติก

ปัจจัยที่ใช้พิจารณา	ระดับความสำคัญ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ					
1. ถุงพลาสติกมีคุณภาพ มีความยืดหยุ่น ไม่ขาดง่าย รับน้ำหนักได้มาก					
2. มีชนิดถุงพลาสติก และขนาดหลายแบบให้เลือก					
3. มีการรับประกันสินค้า					
4. ถุงพลาสติกไม่มีกลิ่นเหม็น					
5. สามารถนำถุงพลาสติกมารีไซเคิลได้					

6. วัสดุพลาสติกสามารถย่อยสลายได้					
ปัจจัยด้านราคา					
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ					
2. สามารถต่อรองราคาสินค้าได้					
3. มีป้ายราคาที่ชัดเจน					
4. มีราคาถูกกว่าร้านอื่น					
5. มีราคาคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย					
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย					
1. สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก					
2. มีบริการส่ง					
3. สั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์					
4. ส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด					
5. ใช้ตัวแทนจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือ					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ รวมถึงสื่อออนไลน์					
2. มีการให้ส่วนลดหรือของแถมเมื่อซื้อจำนวนมาก					
3. เซลล์มีความรู้ในการให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์					
4. เซลล์มีความสุภาพในการพูดคุยกับลูกค้า					
5. เซลล์มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า					
6. มีการให้เครดิตผู้ซื้อ					
7. มีบริการหลังการขาย					

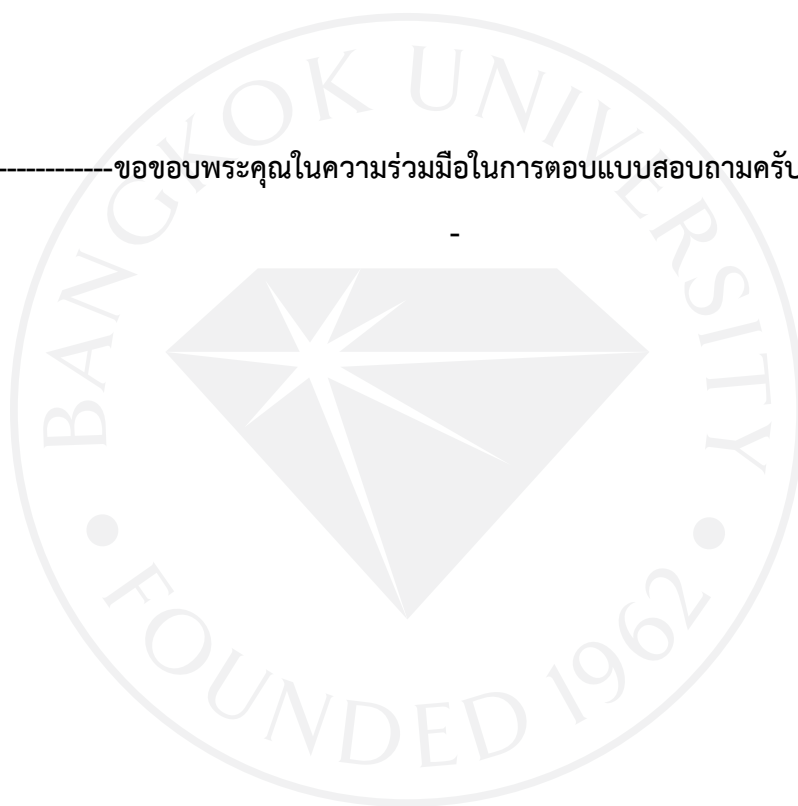
ส่วนที่4การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทถุงพลาสติก

ปัจจัยที่ใช้พิจารณา	ระดับความสำคัญ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา					
1.ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติก โดยพิจารณาถึงความจำเป็นในการซื้อ					
2.ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกโดยพิจารณาถึงประโยชน์ในการซื้อ					
ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล					
3.ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับถุงพลาสติก จากแหล่งต่างๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ					
4.ก่อนการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกท่านจะสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้ถุงพลาสติก					
ขั้นตอนการประเมินทางเลือก					
5.ท่านคิดว่า สื่อโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงพลาสติก มากน้อยเพียงใด					
6.ท่านจะเปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อ					
ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ					
7.ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกจากร้านค้าที่สามารถซื้อได้สะดวก เช่น อยู่ใกล้บ้าน ห้างสรรพสินค้า มีบริการส่งหรือสั่งซื้อออนไลน์ ฯลฯ					
8.ท่านตัดสินใจซื้อถุงพลาสติกจากร้านค้าที่ท่านเคยซื้อมานาน					

พฤติกรรมหลังการซื้อ					
9.เมื่อท่านพึงพอใจกับการซื้อสินค้าร้านนั้นๆ ท่านจะตัดสินใจกลับมาซื้ออีกครั้ง					
10.ท่านจะแนะนำร้านที่ท่านซื้อให้บุคคลใกล้เคียงทราบเมื่อท่านเกิดความพอใจ					

-----ขอขอบพระคุณในความร่วมมือนในการตอบแบบสอบถามครับ-----

-

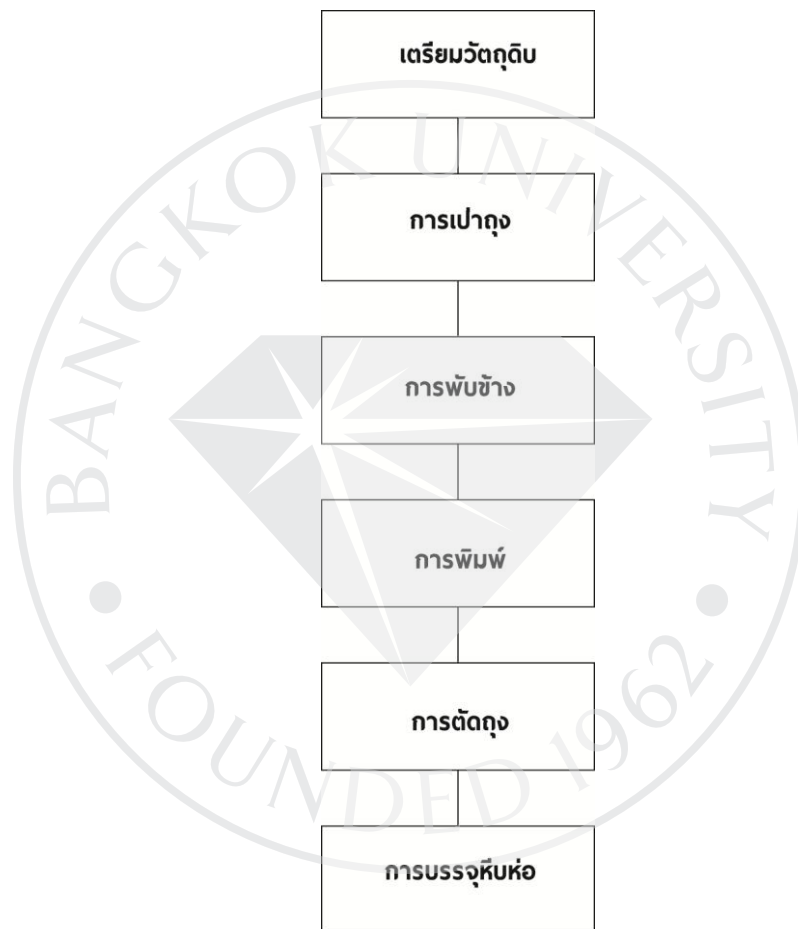


ภาคผนวก ข

ขั้นตอนด้านการผลิต

การผลิตถุงพลาสติกมีขั้นตอนอยู่ในลักษณะตามรูปภาพด้านล่าง

ภาพที่ 1 : ขั้นตอนการผลิตถุงพลาสติก



1.วัตถุดิบ เป็นการนำเม็ดพลาสติกแต่ละชนิดผสมให้เหมาะสมกับชนิดถุงที่จะผลิตแล้วนำไปเข้าเครื่องเป่าเพื่อทำเป็นถุงพลาสติก

ภาพ 2 : เม็ดพลาสติก



ที่มา : <http://www.bangkokpvc.com>

2. เครื่องเป่าถุง เป็นเครื่องที่ทำการหลอมเม็ดพลาสติกโดยใช้ความร้อนสูงหลังจากนั้นจะเป่าอากาศเข้าไปทำให้พลาสติกพองตัวและใช้ลูกกลิ้งรีดเพื่อไล่อากาศและเก็บพลาสติกเป็นม้วน หากเป็นถุงพลาสติกที่มีการพับข้าง หลังจากผ่านลูกกลิ้งครั้งแรกจะมีการส่งม้วนพลาสติกผ่านไม้นันทั้งสองข้างแล้วส่งขึ้นงานพลาสติกผ่านลูกกลิ้งอีกครั้งหนึ่ง

ภาพที่ 3 : เครื่องเป่าถุงพลาสติก



ที่มา 4 : <http://www.chaoweithailand.com>

3.เครื่องพิมพ์ หากต้องการพิมพ์ลายถุงต่างๆ จะนำม้วนที่ได้จากการเป่ามาเข้าเครื่องพิมพ์และใส่แม่พิมพ์และสีตามตำแหน่งของเครื่องหลังจากนั้นจะให้ปล่อยม้วนพลาสติกให้พิมพ์สีตามที่ต้องการ

ภาพที่ 5 : เครื่องเป่าถุงพลาสติก

ที่มา 5 : xiaohai-machine.com



4.เครื่องตัดและซีลถุง เครื่องจะนำม้วนที่ได้นำมา ซีลโดยผ่านความร้อนหลังจากนั้นจะ ตัดเป็นขนาดต่างๆตามที่ได้รับคำสั่งซื้อเข้ามา หากมีการป้อนหัวก็ก็สามารถทำผ่านเครื่องนี้ได้

ภาพที่: เครื่องตัดและซีลถุง

ที่มา 6 : <http://www.chaoweithailand.com>



5.การบรรจุหีบห่อ เป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการบรรจุแพ็คเกจพลาสติกและบรรจุลงกระสอบ

เป็นอันเสร็จขั้นตอนการผลิต

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นายสกุล

โกศล ตรีชัยอารักษ์

อีเมล

gosonpak@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ สาขาสื่อสารแบรนด์



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....โกศล.....ตรีหรือภรณ์.....อยู่บ้านเลขที่ 44/60-61
ซอย..... ถนน บางขุนนนท์..... ตำบล/แขวง บางขุนนนท์
อำเภอ/เขต บางขุนนนท์..... จังหวัด กรุงเทพฯ..... รหัสไปรษณีย์ 10150
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว.....

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....สาขาวิชา.....วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....คณะ.....บริหารธุรกิจ.....
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ.....แผนธุรกิจโครงการของมหาวิทยาลัย.....ระดับ โท.....

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า "สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(โสภ ตรีวาทธนะ)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร