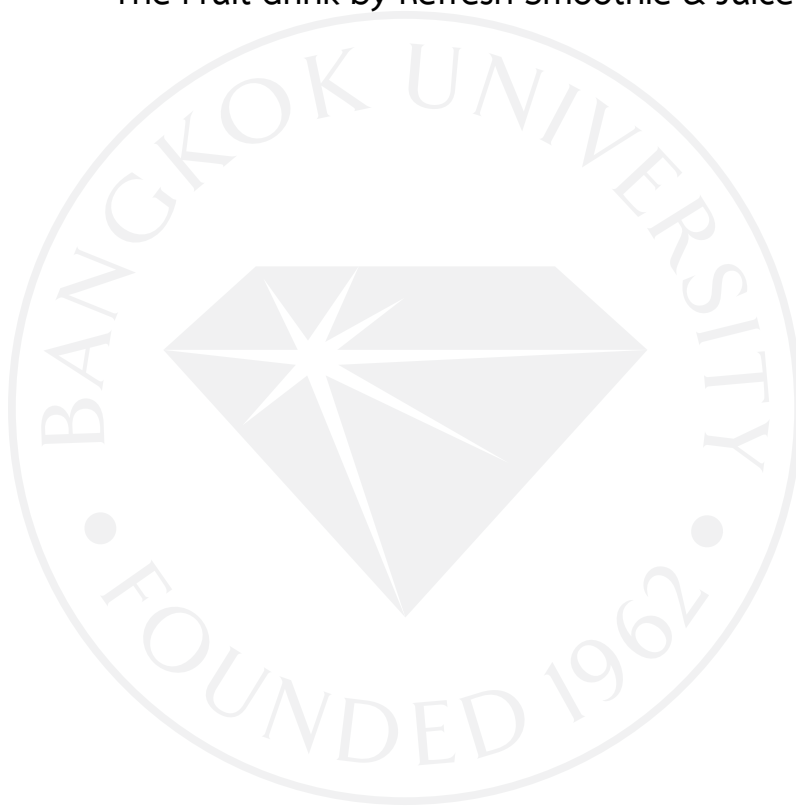


แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice

The Fruit drink by Refresh Smoothie & Juice



แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice

The Fruit drink by Refresh Smoothie & Juice



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2562



© 2562

ทรงวุฒิ ปุณณรัตน์กุล

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice

ผู้วิจัย ทรงวุฒิ ปุณณรัตน์กุล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ธีระศักดิ์ ณ ระนอง)

ผู้เชี่ยวชาญ

(อ.ณัฐชา พิบุลกุลพัฒน์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 9 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

ทรงวุฒิ ปุณณรัตนกุล. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ,
ธันวาคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice (62 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ณัฏฐา พิบูลกุลพัฒน์

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดกรอบทิศทางของธุรกิจ เพื่อ
ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มสุขภาพ เทรนด์สุขภาพ ตลาดการค้า ราคาสินค้า และคู่แข่ง เป็น
การศึกษาเพื่อหาโอกาสทางธุรกิจ ก่อนตัดสินใจดำเนินการนำไปลงทุนจริง

แผนธุรกิจนี้วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ในการก่อตั้งบริษัท ไม่ว่าจะเป็นการบริหารองค์กร
บุคลากรที่ต้องการ ค่าใช้จ่าย การวิเคราะห์ราคาสินค้าของธุรกิจกับคู่แข่งในตลาดเดียวกัน ความ
แตกต่างของราคาสินค้า รวมไปถึงการวิเคราะห์ราคาสินค้าของธุรกิจตลอด 3 ปี ไม่ว่าจะเป็นราคา
สินค้ากับรายได้ งบกำไรขาดทุนในระยะเวลา 3 ปี ของราคาสินค้าที่ต่างกัน ความแตกต่างของรายได้
กับราคาที่แตกต่างกัน และวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน เพราะต้องการคุณภาพสินค้าและราคา
ที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาสินค้าให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

การศึกษาวิจัยแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ พบว่า ธุรกิจสุขภาพมีอยู่จำนวนมาก แต่การทำให้
สินค้านั้นมีคุณภาพ สะดวกรวดเร็วต่อการบริโภค ในธุรกิจเดียวกันยังมีน้อย ดังนั้นสินค้าและบริการจึง
จำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และรองรับการ
ปรับตัวของเศรษฐกิจในอนาคต

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, เครื่องดื่มสุขภาพ, เทรนด์, เศรษฐกิจ

Poonnaratanakul, S. Master of Management (Entrepreneurship), December 2019,
Graduated School, Bangkok University.

The Fruit Drink by Refresh Smoothie & Juice (62 pp.)

Advisor: Nutthacha Pibulkullapat

ABSTRACT

The purpose of this study aim to determine the direction of the business, research about healthy drinks, health trends - trade markets, product prices and competitors to find a business opportunity and find business opportunities before deciding to implement the investment.

This business plan analyzes various factors in establishing a company, whether it is organization management, personnel who need expenses, product price analysis of business with competitors in the same market, product price differences, including the analysis of product prices of the business over 3 years, whether the price products and income statement for 3 year of different prices, the difference between income and different price, and analyze financial ratios. Because it needs quality products and reasonable prices to develop products to meet the needs of consumers

The study of the fruit drink business plan found that there are a lot of health businesses, but the product quality convenient and fast to consume in the same business is not enough to meet the needs of consumers, therefore products and services need to be continuously developed. To respond to consumer demand and support the adjustment of the economy in the future.

Keywords: Business plan, Healthy Drink, Trend, Economy

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ความกรุณาจาก อาจารย์ ณัฐชา พิบูลกุลพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทาง การศึกษา ตรวจสอบและแก้ไข ข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้ มีความสมบูรณ์ ครบถ้วน สำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอบคุณอาจารย์ อาทร พร้อมพัฒนภักดิ์ ผู้ให้องค์ความรู้ ดูแลเอาใจใส่ในทุก ๆ ด้าน อีกทั้ง ช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการศึกษาจนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอบคุณอาจารย์สาขาวิชาผู้ประกอบการ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ในระหว่างการศึกษา และสามารถนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณ นางสาว เพ็ญพิชญา นาคี ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาการศึกษา ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

ทรงวุฒิ ปุณณรัตน์กุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 แนะนำธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจนี้	3
1.4 รูปแบบของธุรกิจและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ	4
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	5
2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด	5
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	8
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	10
3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ	10
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	12
3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค	13
บทที่ 4 แผนการตลาด	16
4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด	16
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	19
4.3 แผนงานการสื่อสารการตลาด	23
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	25
5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน	25
5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน	25
5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	28
5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	30
6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง	30
6.2 ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า	33
6.3 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ	33
6.4 การจัดการคลังสินค้าและควบคุมสินค้าคงเหลือ	34
6.5 ขั้นตอนการให้บริการ	34
บทที่ 7 แผนการเงิน	35
7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของเงินทุน	35
7.2 สมมติฐานทางการเงิน	35
7.3 ประมาณการงบการเงินและวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	43
7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน	51
7.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	52
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	57
8.1 แผนฉุกเฉิน แผนปฏิบัติการ กรณีเกิดเหตุที่ทำให้เกิดผลกระทบทางลบต่อธุรกิจ	57
8.2 แผนอนาคต	59
บรรณานุกรม	60
ประวัติผู้เขียน	62
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: เปรียบเทียบคู่แข่งชั้นกับธุรกิจ ในด้านสินค้า/ราคา/คุณภาพ	9
พันธมิตรทางธุรกิจหรือเครือข่ายทางสังคม	
ตารางที่ 4.1: แสดงการแบ่งส่วนทางการตลาด	16
ตารางที่ 4.2: การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 4Ps และ 4Cs)	20
ตารางที่ 4.3: แสดงแผนการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ (Media Plan) รายปี	24
ตารางที่ 5.1: การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน	26
รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหา	
ตารางที่ 5.2: แสดงคำตอบแทนในแต่ละตำแหน่ง	29
ตารางที่ 7.1: แสดงสัดส่วนเงินทุน	35
ตารางที่ 7.2: แสดงค่าตกแต่งภายใน ร้านเครื่องดื่มผลไม้	36
ตารางที่ 7.3: แสดงมูลค่าอุปกรณ์เครื่องครัวและภาชนะ ร้านเครื่องดื่มผลไม้	36
ตารางที่ 7.4: ค่าระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงาน	37
ตารางที่ 7.5: ค่าตกแต่งภายในสำนักงาน	37
ตารางที่ 7.6: ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานสำหรับธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้	38
Refresh Smoothie & Juice	
ตารางที่ 7.7: ค่าวางระบบสาธารณูปโภค	39
ตารางที่ 7.8: แสดงสรุปงบประมาณเงินลงทุน	39
ตารางที่ 7.9: ค่าเสื่อมราคาแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice	40
ตารางที่ 7.10: การประมาณการรายได้สินค้า	41
ตารางที่ 7.11: การประมาณต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ	41
ตารางที่ 7.12: ประมาณงบการเงิน	42
ตารางที่ 7.13: แสดงกรณีความน่าจะเป็นของสินค้าเปรียบเทียบรายได้ต่อปี	45
ของสินค้าและราคาสินค้า	
ตารางที่ 7.14: งบกำไรขาดทุน 3 ปี เครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชและสารสกัด	47
คุณประโยชน์ชนิดผง	
ตารางที่ 7.15: งบกำไรขาดทุน 3 ปี เครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัด	48
คุณประโยชน์ชนิดผง	
ตารางที่ 7.16: งบกำไรขาดทุน 3 ปี เครื่องดื่มผลไม้และเนื้อผลไม้	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 8.1: ความเสี่ยงและแผนการจัดการความเสี่ยง

หน้า

58



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: โลโก้แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice	2
ภาพที่ 1.2: แบรินด์แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice	2
ภาพที่ 1.3: สโลแกนแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice	2
ภาพที่ 1.4: ภาพตราสินค้า	3
ภาพที่ 5.1: การจัดโครงสร้างองค์กร	25
ภาพที่ 6.1: แผนที่ที่ตั้งร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice	31
ภาพที่ 6.2: บรรยากาศภายในร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice	31
ภาพที่ 6.3: บรรยากาศภายในร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice	32
ภาพที่ 6.4: บรรยากาศภายในร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice	32
ภาพที่ 6.5: ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า	33

บทที่ 1

บทนำ

1.1 แนะนำธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ

ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยฉบับนี้ พบว่า ตลาดผัก ผลไม้ และธัญพืช มีความสะดวกในการนำมาผลิตเป็นสินค้าให้แก่ผู้บริโภค เพราะตลาดวัตถุดิบมีความหลากหลาย สะดวกในการจัดซื้อ จึงนำมาจัดทำเป็นแผนธุรกิจ แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ของผู้วิจัย เป็นธุรกิจแบบผลิตและจำหน่าย ผลิตเครื่องดื่มสุขภาพจากผลไม้ เพื่อตอบสนองความต้องการการดูแลสุขภาพแบบรวดเร็ว เร่งด่วน สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ปัจจุบันผู้บริโภคอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ใช้ชีวิตด้วยความเร่งรีบตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเกิดจากปัญหาการจราจรติดขัด การใช้รถโดยสารสาธารณะ การใช้รถยนต์ส่วนตัวเพิ่มขึ้น คนวัยทำงานเพิ่มมากขึ้น ทำให้ใช้เวลากับการเดินทางเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เครื่องดื่มผลไม้จึงเป็นทางเลือกที่รวดเร็วสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ ประเทศไทยเป็นประเทศเขตร้อน เครื่องดื่มให้ความสดชื่น อร่อย ได้สุขภาพ กำลังเป็นที่ต้องการอย่างมาก

จากการศึกษาค่านิยมในกลุ่มผู้บริโภคปี 2018-2019 ผู้วิจัยพบว่า ผู้ผลิตสินค้าหลายรายให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพสินค้า ข้อมูลรายละเอียดของสินค้า บรรจุภัณฑ์สินค้า ราคา ที่สำคัญที่สุดคือ สินค้าให้สุขภาพแก่ผู้บริโภค

จากการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล คำว่า สมูทตี (Smoothie) มีความหมายว่า เครื่องดื่มประเภทปั่นและเพิ่มความหวาน ที่ทำมาจากผลไม้สดในบางครั้ง (ผลไม้ปั่น) และในบางแก้วจะเพิ่มช็อกโกแลตหรือเนยถั่วลิสงลงไปด้วย นอกจากจะใส่ผลไม้ลงไปปั่นแล้ว หลาย ๆ เมนูของสมูทตีจะใส่น้ำแข็งบด ผลไม้แช่แข็ง น้ำผึ้ง หรือมีน้ำเชื่อมและน้ำแข็งเป็นส่วนผสม เป็นต้น (สารานุกรมเสรี, 2554)

ผู้วิจัยจึงจัดทำแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ มีชื่อตราสินค้าว่า Refresh Smoothie & Juice เพื่อสร้างสินค้าคุณภาพระดับพรีเมียม ครอบคลุมการดูแลสุขภาพแบบทางเลือก ตามความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

ตราสินค้าแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice มีความเป็นมาดังนี้

โลโก้ : โลโก้เกิดจากผลไม้หลากหลายชนิด ถูกนำมาผสมเข้าด้วยกันเป็นหนึ่งเดียว ให้ความรู้สึกที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น รสชาติ เนื้อสัมผัส ความเข้มข้น ความหอมหวานของผลไม้ที่ผู้บริโภคได้รับ

ภาพที่ 1.1: โลโก้แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice



แบรนด์ (ชื่อแบรนด์ธุรกิจว่า Refresh อธิบายถึงความสดชื่น ความมีชีวิตชีวาของสินค้า)

ภาพที่ 1.2: แบรนด์แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice

สโลแกน (ชื่อสโลแกน Smoothie yummie อธิบายถึงความอร่อยของสินค้า)

ภาพที่ 1.3: สโลแกนแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice

Smoothie yummie

เมื่อนำภาพจาก โลโก้ แบรินด์ สโลแกน มารวมกันจึงเกิดเป็นภาพตราสินค้าของธุรกิจ เครื่องดื่มผลไม้ Refresh

ภาพที่ 1.4: ภาพตราสินค้าแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice



1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ผู้วิจัยเห็นโอกาสทางธุรกิจที่แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice สามารถเติบโตได้ในอนาคต เพราะเครื่องดื่มสุขภาพได้รับความนิยมในปัจจุบัน ผู้บริโภคเห็นถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพกันมากยิ่งขึ้น จากปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อม โรคภัยรอบตัว และโรคติดต่อจากผู้ป่วยจากการเดินทางโดยสารสาธารณะ การทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพอย่างเครื่องดื่มผลไม้ได้ความสะดวก รวดเร็ว นอกจากผู้บริโภคจะได้รับการดูแลสุขภาพจากผลไม้ ผู้บริโภคสามารถเลือกการดูแลสุขภาพได้ตามความต้องการอีกด้วย ธุรกิจเครื่องดื่มน้ำผลไม้จึงมีการเติบโต และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตามหาประโยชน์ รสชาติ และการดูแลสุขภาพที่ดีที่สุดอยู่เสมอ

1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจนี้

แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ใช้เป็นแนวทางในการทำธุรกิจเครื่องดื่มสุขภาพ เพราะเห็นถึงความสำคัญของผลไม้ มีประโยชน์มากมายหลากหลาย เมื่อนำผลไม้หลายชนิดมารวมกัน ทำให้ได้รับประโยชน์ของผลไม้มากที่สุดในการบริโภค โดยใช้ผลไม้สดคุณภาพดี เน้นความหอมหวานของผลไม้ ความเข้มข้น รสชาติ รสสัมผัส ผู้บริโภคได้รับ สุขภาพ ความเข้มข้น และความหอมหวานของผลไม้อย่างแท้จริง ที่สำคัญ ยังสามารถนำไปพัฒนาและต่อยอดธุรกิจใหม่ได้อีกด้วย

1.4 รูปแบบของธุรกิจและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Model Canvas)

รูปแบบของธุรกิจคือ ร้านขายเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice โดยการผลิตและจำหน่าย นำผลไม้สดมาปั่นเป็นเครื่องดื่มสุขภาพ ใช้ความหวานจากผลไม้เป็นหลัก และเพิ่มสารสกัดหญ้าหวาน ทดแทนความหวานที่ขาดไป จึงไม่ต้องกังวลเรื่องปัญหาสุขภาพ

ผู้บริโภคต้องการความแตกต่าง ความแปลกใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม จากการดื่มเครื่องดื่มผลไม้แบบปกติ ธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ของผู้วิจัยใช้ธัญพืชเพิ่มคุณค่า และประโยชน์จากพืชตระกูลถั่ว เพิ่มรสชาติ รสสัมผัสที่แตกต่าง แปลกใหม่จากการดื่มเครื่องดื่มผลไม้แบบเดิม ที่สำคัญที่สุดคือร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice นำสารสกัดจากธรรมชาติจากพืช ผัก ผลไม้ในรูปแบบผง เช่น โกจิเบอร์รี่ เกสรผึ้ง เมล็ดเจีย เป็นต้น มีคุณประโยชน์หลากหลายให้กับผู้บริโภค

รูปแบบการดำเนินธุรกิจมีดังนี้ (Business Model Canvas)

1.4.1 กลุ่มผู้บริโภค : ผู้บริโภคมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เพศชายและหญิง มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป อาชีพ นักเรียน นักศึกษา พนักงานออฟฟิศ นักธุรกิจ ชาวต่างชาติ เจ้าของธุรกิจ อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะการใช้ชีวิต เช่น ชอบทานเครื่องดื่มหวาน เย็น ทำให้สดชื่น ชอบเครื่องดื่มสุขภาพ ชอบการออกกำลังกายและการดูแลตนเองเป็นต้น

1.4.2 คุณค่าสินค้าและบริการ : สินค้าผลไม้สดคุณภาพดีมาผลิต เนื้อผลไม้เข้มข้น พืชตระกูลถั่ว นำสารสกัดจากธรรมชาติจากพืช ผัก ผลไม้ในรูปแบบผงเพิ่มประโยชน์แบบทางเลือกสินค้า ใช้ความหวานของผลไม้ และสารสกัดจากหญ้าหวาน เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค

1.4.3 ความสัมพันธ์กับผู้บริโภค : พุดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ ประสิทธิภาพการดูแลสุขภาพ นำมาพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

1.4.4 ช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค : มีร้านค้าอยู่ในย่านการค้าสยาม พื้นที่การค้าสยามสแควร์วัน และช่องทางโซเชียลมีเดียผ่าน เฟสบุ๊ก อิน스타그램 (Face book page, Instagram page) โลโก้ร้านบนแก้วสินค้าควบคู่กับช่องทางการติดต่อบนสื่อออนไลน์

1.4.5 รายได้หลักของธุรกิจ : รายได้มาจากการขายสินค้า ควบคู่กับกิจกรรมส่งเสริมการขาย

1.4.6 พันธมิตร : ร้านขายส่งผลไม้ ฟาร์มผลไม้ สถานออกกำลังกาย (Fitness center)

1.4.7 กิจกรรมหลักของธุรกิจ : โปรโมทสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ แนะนำสินค้าและธุรกิจตรงที่ตั้งร้านค้าผ่านป้ายเมนูแนะนำสินค้า

1.4.8 ทรัพยากรหลัก : วัตถุดิบ (ผลไม้และส่วนผสม) ทีมงาน ข้อมูลความรู้และเทคนิคการทำเครื่องดื่มสุขภาพ

1.4.9 โครงสร้างต้นทุน : ค่าเช่าสถานที่ ค่าน้ำ/ไฟ ค่าจ้างพนักงาน ค่าผลไม้และส่วนผสม ค่ากิจกรรมส่งเสริมการตลาด

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด

จากการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด สามารถอธิบายได้ว่า ช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น เลือktanสิ่งดี ๆ มีประโยชน์ต่อสุขภาพและร่างกาย ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพจึงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น จากการสำรวจตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มในประเทศไทย ตลาดน้ำผลไม้แท้ 100 % มีการเติบโตเฉลี่ยสูงขึ้นร้อยละ 12.9 ต่อปี โดยปี 2557 มีมูลค่า 3,902 ล้านบาท และตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม มีการเติบโตเฉลี่ยสูงขึ้นร้อยละ 8.7 ต่อปี มีมูลค่า 14,119 ล้านบาท ในปี 2561 อาหารและเครื่องดื่มสุขภาพมีมูลค่า 190,219 ล้านบาท มีการเติบโตเฉลี่ยสูงขึ้น ร้อยละ 3.4 ต่อปี ตลอด 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2557-2561) ปัจจัยที่สนับสนุนการเติบโตของตลาดอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ คือ วิธีการใช้ชีวิตของผู้บริโภค ใช้ชีวิตด้วยความเร่งรีบ มีกังวลเรื่องปัญหาสุขภาพ ทำให้กลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่บริโภคได้สะดวก รวดเร็ว สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตแบบเร่งด่วน (สถาบันอาหาร, 2558)

จากการศึกษาข้อมูลการสำรวจตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มในประเทศไทย อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพกำลังเป็นที่ต้องการเป็นอย่างมาก ไม่ใช่เฉพาะผู้สูงอายุเท่านั้นที่ใส่ใจสุขภาพและการเป็นอยู่ที่ดี ผู้บริโภควัยหนุ่มสาวและวัยทำงาน เริ่มให้ความสนใจกับการอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น ผู้วิจัยจึงนำคำว่า ความรวดเร็ว และสุขภาพมารวมกันเป็นแผนธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว ได้รับสุขภาพแบบเร่งด่วน ตอบรับวิถีการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน

แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice แข่งขันอยู่ในพื้นที่ตลาดขนาดใหญ่ คือ ย่านการค้าสยาม กลุ่มผู้บริโภคมีการพลัดเปลี่ยน หมุนเวียนตลอดเวลา ทำให้ธุรกิจมีรายรับอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือการส่งเสริมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคใหม่ และรักษากลุ่มผู้บริโภคเก่าในเวลาเดียวกัน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยด้านการเมือง (Political) : จากปัจจัยด้านการเมืองในปัจจุบัน ความชัดเจนในการจัดตั้งรัฐบาลยังไม่เป็นที่แน่ชัด ส่งผลให้การบริหารประเทศทำได้ไม่เต็มที่ เพราะมีความขัดแย้งกันในห้องบริหารรัฐบาล ทำให้มีความไม่แน่นอนทางการเมืองในประเทศ ส่งผลให้การบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนภายในประเทศชะลอตัวลง ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบผันผวนตลอดเวลา (เศรษฐกิจไทย, 2562)

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economics) : ปัจจัยลบเกี่ยวกับการชะลอตัวของเศรษฐกิจ ได้แก่ 1.การส่งออกหดตัวต่อเนื่อง ทำให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้น้อย 2.การท่องเที่ยวขยายตัวต่ำ จากภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ค่าเงินบาทที่แข็งขึ้น ทำให้การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวซาลงตามไปด้วย 3.ต้นทุนและค่าครองชีพกำลังปรับตัวเพิ่มขึ้น จากการปรับขึ้นของค่าแรงขั้นต่ำ ทำให้ผู้ประกอบการมีการปรับต้นทุนสูงขึ้น 4.มาตรการของแบงก์ชาติ ทำให้เกิดการชะลอตัวของภาคอสังหาฯ และรถยนต์ โดยการเพิ่มความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อให้กับผู้บริโภค ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลทำให้รายได้ที่คาดหวังในการทำธุรกิจ น้อยกว่าความเป็นจริง เนื่องจากขาดรายได้จากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ธุรกิจอาจมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่ทำการค้า รวมไปถึงการปรับแผนธุรกิจ เพื่อความเหมาะสมกับปัจจัยเศรษฐกิจที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้ราคาสินค้าของธุรกิจสูงขึ้น (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2562)

ปัจจัยด้านสังคม (Social) : ในปี 2561 ผลการสำรวจการใช้ชีวิตของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ปรับความชอบไปบริโภคพืชผักผลไม้มากขึ้น และลดการทานเนื้อสัตว์ เลือกรับประทานจากผักใบเขียวและถั่ว เพราะโปรตีนจากพืชมีคุณค่ามากกว่าโปรตีนจากสัตว์ ทำให้ผู้ประกอบการคิดค้นและนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า นอกจากนี้ยังมีบริการจัดส่งอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อรองรับการใช้ชีวิตแบบเร่งด่วน ต้องการการดูแลสุขภาพ ไม่มีเวลาทำอาหาร บริการจัดส่งอาหารจึงช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายในการใส่ใจการดูแลสุขภาพได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตได้รวดเร็วยิ่งขึ้น (เทรนด์สุขภาพมาแรง, 2561)

ปัจจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technology) : เทคโนโลยี Mobile-Order ถูกออกแบบเพื่อช่วยเหลือในการสั่งอาหาร สั่งสินค้า ตอบโจทย์ชีวิตของคนรุ่นใหม่ ไม่ต้องเดินทางออกไปซื้ออาหารหรือเลือกสินค้านอกบ้าน สมาร์ทโฟน (Smart Phone) หรือโทรศัพท์เพียงเครื่องเดียว ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค กลายเป็นธุรกิจ Delivery service (ธุรกิจจัดส่งอาหาร) สินค้ามีความหลากหลายครอบคลุมถึงร้านอาหารทุกประเภท ตั้งแต่ข้าวแกงทั่วไปริมทาง อาหารตามสั่ง ข้าวมันไก่ ก๋วยเตี๋ยว จนถึงร้านอาหารหรูหรามีห้างสรรพสินค้า ธุรกิจ Delivery service จึงเติบโตอย่างรวดเร็ว ร้านอาหารได้รับประโยชน์จากการใช้ Delivery service (บริการจัดส่งอาหาร) ผู้บริโภคได้รับอาหารโดยไม่ต้องเดินทางไปทานถึงร้านอาหาร ส่งผลให้แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้มีสินค้าและบริการที่ครบถ้วนแก่ผู้บริโภค (Pat Thitipattakul, 2561)

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) : ประเทศไทยเป็นเมืองร้อน เมื่อเข้าสู่ฤดูร้อน อุณหภูมิปี 2562 เพิ่มสูงขึ้น 1-2 องศาเซลเซียส หรือ ราว ๆ 42-43 องศาเซลเซียส อาหารคลายร้อนทานแล้วชื่นใจ มีมากมายเช่น น้ำแข็งไส ไอศกรีม เครื่องดื่มเย็น น้ำผลไม้ปั่น ผลไม้ ขนมหวาน ไอติมหลอด เต้าหู้นมสด เนืากว๊ว วุ้นกะทิ, วุ้นผลไม้ บิงซู ไอติมผัด เป็นต้น เป็นอาหารคลายร้อน ทานแล้วสดชื่น ดับร้อน อาหารคลายร้อนที่นิยมในหมู่วัยรุ่น เมืองกรุงเทพฯ ได้แก่ ไอศกรีม เครื่องดื่มเย็น น้ำผลไม้ปั่น ผลไม้ ไอติมหลอด บิงซู ไอติมผัด เป็นต้น นอกจากจะเป็นที่นิยม บางอย่างเหมาะกับผู้บริโภคที่ต้องการความเร่งด่วน ความเร่งรีบอีกด้วย ทำให้สินค้าและบริการเป็นที่ต้องการแก่ผู้บริโภค (สยามอาชีพ, 2562)

ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal) : กฎหมายเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงข้อกำหนดเงื่อนไข ข้อจำกัดไว้หรือไม่ อย่างไร เพื่อวางแผน เตรียมความพร้อมได้อย่างเหมาะสม และได้รับประโยชน์ หรือหลีกเลี่ยงความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้ หน่วยธุรกิจมีได้หลายรูปแบบ ตั้งแต่เล็กที่สุด ไปจนถึงบริษัทมหาชน ซึ่งมีลักษณะ สถานะทางกฎหมาย การบริหารจัดการ ภาษีที่เกี่ยวข้อง และข้อดีข้อเสียด้านอื่น ๆ ที่แตกต่างกันไป ผู้ประกอบการสามารถพิจารณารูปแบบธุรกิจได้ตามความเหมาะสม ทำให้แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้มีความน่าเชื่อถือ (ปวัน เลิศพยัค, 2561)

การวิเคราะห์ปัจจัยกดดันต่อธุรกิจหรือการประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรม (Porter's Five Force Model)

การแข่งขันของธุรกิจภายในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry) : หากมองอุตสาหกรรมเป็นเครื่องดื่มเพื่อความสดชื่น มากกว่าเครื่องดื่มสุขภาพ ทำเลธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มย่านดัง สยาม แสควร์วัน การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกันอยู่ในระดับสูง คู่แข่งมากมายอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ราคาใกล้เคียงกัน สินค้าคล้ายกัน ปัจจัยกดดันต่อธุรกิจเป็นเรื่องการสร้างกับรับรู้ให้กับผู้บริโภค ค่าใช้จ่ายทางการตลาด และคู่แข่งใกล้เคียงในอุตสาหกรรมเดียวกัน เมื่อคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันมีหลากหลาย เมื่อธุรกิจของเราเข้าไปอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างของสินค้าอย่างชัดเจน เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคเก่า และผู้บริโภคใหม่

อำนาจต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers) : อำนาจการต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ อยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง เนื่องจากธุรกิจมีความหลากหลายของวัตถุดิบ ทำให้การซื้อวัตถุดิบสามารถเปลี่ยนสถานที่ซื้อจากผู้จัดหาวัตถุดิบได้ นอกจากวัตถุดิบไม่สามารถหาซื้อ หรือขาดตลาด ผู้จัดหาวัตถุดิบสามารถต่อรองได้ตามความเหมาะสม อย่างไรก็ตาม หากคู่แข่งเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ (ระดับองค์กร) ย่อมมีความได้เปรียบเรื่องการแข่งขัน ซึ่งธุรกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก ไม่สามารถแข่งขันในเรื่องของกำลังซื้อวัตถุดิบได้

อำนาจต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Customers) : กลุ่มผู้บริโภคมีอยู่น้อย เมื่อเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ความหลากหลายของคู่แข่งทำให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนความต้องการได้ สถานที่ทำธุรกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อจำนวนผู้บริโภค เป็นความได้เปรียบของพื้นที่ที่ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเพื่อความสดชื่น เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มีความคล้ายคลึงกัน ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง หากสินค้ามีแตกต่างจากคู่แข่ง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สินค้าสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในระดับสูง ผู้บริโภคย่อมกลับมาซื้อสินค้า และใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Treat of Substitute or Service) : สินค้าที่ตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคได้ คือ น้ำผลไม้แปรรูป สามารถหาซื้อได้ตามมินิมาร์ท (Mini mart) ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) และผลไม้สด สินค้ามีความคล้ายกัน มีราคาที่แตกต่างกัน แต่สามารถหาซื้อได้ง่ายกว่า สะดวกกว่า ถึงอย่างนั้น สินค้าทดแทนไม่สามารถตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งหมด เพราะมีกลุ่มผู้บริโภคแบบเจาะจง ที่ต้องการสินค้าจากธุรกิจจริง ๆ ไม่ใช่สินค้าทดแทน และปัจจุบัน กระแสสุขภาพกำลังเป็นที่นิยม เป็นที่ต้องการ ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าที่มาจากธรรมชาติ ประუნแตงน้อยที่สุดอีกด้วย

ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Treat of New Entrance) : คู่แข่งรายใหม่เข้ามาทำธุรกิจแบบเดียวกับธุรกิจแบบเดียวกับเราได้ปานกลาง และยาก เนื่องจากอุตสาหกรรมที่คู่แข่งต้องการเข้ามา มีคู่แข่งอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมอยู่ก่อนแล้ว ทำให้การเข้ามาในอุตสาหกรรมเป็นไปได้ปานกลางและยาก คู่แข่งรายใหม่มีอุปสรรคจากคู่แข่งรายเก่าอยู่ก่อนแล้ว ทำให้ธุรกิจเริ่มต้นได้ยาก เมื่อต้องการเข้ามาอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง

คู่แข่ง (ทางตรง/ทางอ้อม) คือใคร

คู่แข่งทางตรงคือคู่แข่งที่อยู่ในระแวกเดียวกัน ได้แก่

1. SQUEEZE by Tipco ร้านเครื่องดื่มผลไม้สมูทตี้ (Smoothie) รูปแบบบำรุงสุขภาพตามความต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นสูตรสดุดผลไม้ที่นำผลไม้โภชนาการมารวมกัน สูตรเบอร์รี่รวมที่นำผลไม้ตระกูลเบอร์รี่มาผสมกันกับผลไม้อื่น สูตรล้างสารพิษ สูตรอ่อนวัยไร้ริ้วรอย และสูตรผิวใสขับถ่ายดี สูตรต่าง ๆ มีผลไม้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้กลุ่มผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายในการเลือกสินค้า (ร้านเครื่องดื่ม Squeeze by Tipco, 2562)

2. Dr. J's Juice Café ร้านเครื่องดื่มผลไม้ที่มีความหลากหลายของเมนู ไม่ว่าจะเป็นแบบผลไม้สมูทตี้ (Smoothie) น้ำผลไม้เย็น (Cold Juice) ผลไม้โซดา (Refreshing) เครื่องดื่มผสมนม (Milk Drink) และน้ำผลไม้สกัดเย็น (Cold Press) จับกลุ่มผู้บริโภคต่างวัย ต่างความชอบ และการใช้ชีวิตแตกต่างกัน (ร้านเครื่องดื่ม Dr J's Juice, 2562)

**เปรียบเทียบคู่แข่งกับธุรกิจ ในด้านสินค้า/ราคา/คุณภาพ พันธมิตรทางธุรกิจ หรือ
เครือข่ายทางสังคม**

คู่แข่งกับธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice มีทั้งหมด 2 ราย ได้แก่

1. Squeeze by Tipco ผลิตสินค้าโดยการนำผลไม้และผลไม้หลากหลายชนิดมารวมกัน นำเสนอสูตรเครื่องดื่มบำรุงสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ และไอศกรีมโยเกิร์ต ในราคาตั้งแต่ 75 บาท ไปจนถึง 115 บาท มีคุณภาพดี สินค้าหลักคือน้ำผลไม้แปรรูปยี่ห้อทิปโก้ และมีแฟรนไชส์ Squeeze by Tipco หลายสาขาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

2. Dr. J's Juice Café ผลิตสินค้าโดยการนำผลไม้และผลไม้มาจัดทำเครื่องดื่มต่าง ๆ มาผสมกับ นม โยเกิร์ต หรืออื่น ๆ ให้มีความหลากหลายของรสชาติ ในราคาตั้งแต่ 49 บาท ไปจนถึง 120 บาท มีคุณภาพดี สร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคโดยการนำเสนอธุรกิจผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) และ อิน스타그램 (Instagram)

ตารางที่ 2.1: เปรียบเทียบคู่แข่งกับธุรกิจ ในด้านสินค้า/ราคา/คุณภาพ พันธมิตรทางธุรกิจ
หรือเครือข่ายทางสังคม

คู่แข่ง	สินค้า	ราคา (บาท)	คุณภาพ	พันธมิตรทางธุรกิจ
SQUEEZE by Tipco	นำผลไม้และผลไม้ หลากหลายชนิดมา รวมกัน ควบคู่กับ สูตรบำรุงสุขภาพใน แบบต่าง ๆ และ ไอศกรีมโยเกิร์ต	75-115	ดี	น้ำผลไม้แปรรูป ยี่ห้อ ทิปโก้ และแฟรนไชส์ ธุรกิจร้านเครื่องดื่มใน กรุงเทพฯและปริมณฑล
Dr. J's Juice Café	เครื่องดื่มในรูปแบบ ต่าง ๆ โดยนำน้ำ ผลไม้และผลไม้มา ใช้ทำเครื่องดื่ม ผสมกับ วัตถุดิบต่าง ๆ เช่น โยเกิร์ต นม เป็นต้น	49-120	ดี	การโฆษณาธุรกิจไปยัง สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้แก่ Facebook และ Instagram

บทที่ 3

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ

การประเมิน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของธุรกิจ

จุดแข็ง

1. ธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ใช้ผลไม้สด รัญพืชคุณภาพดี ในการดูแลสุขภาพ และนำสารสกัดจากธรรมชาติจากพืช ผัก ผลไม้ในรูปแบบผง ที่มีประโยชน์สูง ดีต่อสุขภาพ บำรุงร่างกายในแบบที่ผู้บริโภคต้องการ
2. ธุรกิจอยู่ในย่านการค้าขนาดใหญ่ มีการไหลเวียนของกลุ่มผู้บริโภคเข้าและออกตลอดเวลา มีกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเจาะจงในพื้นที่ธุรกิจ ทำให้มีรายได้มั่นคง
3. ตลาดวัตถุดิบมีความหลากหลาย วัตถุดิบสามารถซื้อเพิ่มจากตลาดใกล้เคียงได้ วัตถุดิบเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม หากวัตถุดิบชนิดใดชนิดหนึ่งขาดตลาด
4. วัตถุดิบมีให้เลือกหลากหลาย ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้ตามความต้องการ

จุดอ่อน

1. ธุรกิจจำเป็นต้องควบคุมคุณภาพวัตถุดิบจากต้นทางอย่างละเอียด เพราะต้องการวัตถุดิบคุณภาพดีที่สุด
2. ขาดสินค้าอื่น ๆ ควบคู่กับสินค้าหลัก
3. ขาดเงินทุนหมุนเวียน มีค่าใช้จ่ายคงที่ตลอดเวลา ทำให้การเงินไม่ราบรื่น
4. ไม่มีตลาดวัตถุดิบที่เจาะจงซื้อเป็นพิเศษ ซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายวัตถุดิบยังไม่แน่นอน เพราะปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

โอกาส

1. ผู้บริโภคมีความหลากหลาย สถานที่ตั้งธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริโภคตลอดเวลา ทำให้กลุ่มผู้บริโภคไม่มีความจำเจ
2. เจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภครักสุขภาพ ชอบผลไม้
3. ธุรกิจอยู่ในย่านการค้า ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ธุรกิจของเราสามารถได้กลุ่มผู้บริโภคของคู่แข่ง
4. พัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพิ่มมูลค่าสินค้า สินค้าใหม่ ผลักดันกิจกรรมส่งเสริมการขาย

อุปสรรค

1. ค่าเช่าสถานที่สูงขึ้น
2. ราคาวัตถุดิบแปรผัน
3. ผู้บริโภคเปลี่ยนรสนิยม
4. การขายสินค้าตัดราคาจากคู่แข่ง

การประเมินปัจจัยภายนอกกับปัจจัยภายใน (TOWS Matrix)

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy)

ธุรกิจอยู่ในย่านการค้าขนาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจรองรับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก และเป้าหมายรองในเวลาเดียวกัน ธุรกิจอยู่ใกล้กับคู่แข่ง ธุรกิจจึงนำเสนอคุณค่าของสินค้าด้วยความหลากหลายของผลไม้ และการดูแลสุขภาพแบบทางเลือกอย่าง que ผู้บริโภคต้องการ

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)

สร้าง/พัฒนา สินค้าใหม่ นำเสนอสินค้าหลากหลายอย่างให้กับผู้บริโภค มีรายการสินค้าพื้นฐาน สินค้าใหม่ สินค้ากิจกรรมส่งเสริมการตลาดในระยะเวลาที่กำหนด โฆษณาธุรกิจผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโซเชียลมีเดียหลัก (Social media) เช่น เฟสบุ๊ก (Face Book) อินสตาแกรม (Instagram) สื่อโซเชียลมีเดียรองในพื้นที่ของเฟสบุ๊ก เช่น วงใน (Wongnai) ชีวิตดีดีรีวิว เป็นต้น และป้ายไวบอร์ดโฆษณาสินค้าของธุรกิจตรงหน้าร้าน จุดติดโฆษณาตามส่วนต่าง ๆ ของพื้นที่การค้าสยามสแควร์วัน (Siam Square One)

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy)

จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด นำเสนอสารสกัดจากธรรมชาติจากพืช ผัก ผลไม้ในรูปแบบผง มีประโยชน์สูง ดีต่อสุขภาพ บำรุงร่างกาย เป็นทางเลือกที่ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ตามความต้องการ เช่น ล้างสารพิษในร่างกาย เพิ่มการเผาผลาญ บำรุงสุขภาพผิว บำรุงสมอง ระบบประสาท และชะลอวัย เป็นต้น เป็นจุดเด่นของร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ดึงดูดผู้บริโภค รักษา กลุ่มผู้บริโภค รักษาความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)

ลดต้นทุนวัตถุดิบราคาสูง ส่งเสริมกิจกรรมการตลาดที่ใช้วัตถุดิบราคาที่เหมาะสมตามฤดูกาล จัดทำแผนบริหารวัตถุดิบคงเหลือ เพื่อนำไปสร้างสินค้าใหม่ให้กับธุรกิจ

3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

วิสัยทัศน์ : เป็นแบรนด์เครื่องดื่มผลไม้เพื่อสุขภาพที่ได้รับความนิยมอันดับ 1 ของย่านการค้า สยามสแควร์วัน (Siam Square One)

พันธกิจ : มอบสุขภาพดีให้กับผู้บริโภคด้วยเครื่องดื่มผลไม้ที่มีรสชาติอร่อย กลมกล่อม ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการได้ตรงใจ โดยสร้างสรรค์สินค้าที่มีเอกลักษณ์ และมีคุณภาพ

เป้าหมาย : สร้างชื่อเสียงของธุรกิจให้ได้รับความนิยมและเป็นที่จดจำมากขึ้น เมื่อนึกถึง เครื่องดื่มสุขภาพ โดยคัดสรรวัตถุดิบใหม่ สด สะอาด ด้วยกระบวนการผลิตที่ใส่ใจความสะอาดอย่าง พิถีพิถัน

วัตถุประสงค์ของธุรกิจ : มีรายได้ 3 ล้านบาท ในปีแรก และมีกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี ปีละ 5%

แนวทางกลยุทธ์องค์กร : แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice มีกลยุทธ์ ระดับธุรกิจ (Business Strategy) โดยใช้กลยุทธ์ สร้างความแตกต่าง (มีสินค้าหรือบริการที่แตกต่าง จากคู่แข่ง) และตอบสนองอย่างรวดเร็ว (เน้นการปรับตัวในด้านต่าง ๆ สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ตามความต้องการ) (ระดับกลยุทธ์, 2560)

3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค (การศึกษาข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค)

บทความที่ทำการศึกษาคือบทความ “เที่ยวย่านสยาม ดำเนินในมุมใหม่ ค้นหาเรื่องราวอันน่าสนใจหลากหลายมิติผ่านจิตวิญญาณของย่านสยาม” สรุปได้ดังนี้

ย่านสยามศูนย์กลางความเจริญด้านเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร สถานที่ที่น่าสนใจ เมื่омองย้อนกลับไปตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508 ย่านสยามมีการพัฒนา เปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอ เป็นระยะเวลากว่า 50 ปี จวบจนวันนี้ ย่านสยามมีพร้อมด้วยความครบครัน ในฐานะศูนย์รวมไลฟ์สไตล์ (Life style) เทรนด์ล้ำสมัย สินค้าระดับโลก และศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย ความบันเทิงครบทุกมิติ พร้อมตอบรับทุกความต้องการ เป็นจุดหมายที่ชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องเดินทางมา มีเรื่องราวล้ำค่า เป็นที่จดจำ สอดแทรกอยู่ในความทรงจำของใครหลายคน ย่านสยามคือที่ตั้งของโรงแรมสยามอินเตอร์ คอนติเนนตัล โรงแรมระดับ 5 ดาว การเปิดตัวของโรงแรมสยามอินเตอร์ คอนติเนนตัล นับเป็นปรากฏการณ์ สร้างความตื่นตัวให้แก่คนในยุคนั้น และเป็นที่มาของคำว่า “ย่านสยาม” หลังจากนั้นได้มีโรงภาพยนตร์เข้ามาให้บริการ ได้แก่ โรงภาพยนตร์สยาม โรงภาพยนตร์ลิโด้ และโรงภาพยนตร์สกาล่า เป็นโรงภาพยนตร์หรู มีความทันสมัยที่สุดในยุคนั้น ยุคหนึ่ง ย่านสยามเป็นจุดนัดพบสำคัญ คือ บริเวณบันไดหน้าสยามเซ็นเตอร์หรือน้ำพุเซ็นเตอร์พ้อยท์ เป็นแหล่งรวมแฟชั่น ช็อปปิ้งในต่อนั้น ในหลาย ๆ โอกาส ร้านขนมชื่อดัง หรือแบรนด์ดังระดับโลก ให้ความสนใจในพื้นที่บริเวณนี้ ใช้เป็นสถานที่จัดงานเปิดตัวสินค้า หรือจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ย่านสยามยังถือเป็นจุดศูนย์รวมของโรงเรียนกวดวิชาชื่อดังระดับแนวหน้าของประเทศไทย และเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยที่เก่าแก่ที่สุดของประเทศไทยอย่างจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แต่ถึงกระนั้นย่านสยามก็ไม่อาจหยุดนิ่งไปกับกาลเวลา (เที่ยวย่านสยาม, 2560)

จากการศึกษาข้อมูลและการวิจัยจากบทความ “เที่ยวย่านสยาม ดำเนินในมุมใหม่ ค้นหาเรื่องราวอันน่าสนใจหลากหลายมิติผ่านจิตวิญญาณของย่านสยาม” ทำให้ทราบว่า ย่านการค้าสยามเป็นย่านการค้าที่มีมาตั้งแต่อดีต มาจนถึงปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย ทำให้ทราบถึงการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในบริเวณรอบ ๆ ย่านสยาม การเติบโตแบบต่อเนื่องทำให้ย่านการค้าสยามเป็นจุดศูนย์รวมผู้บริโภคขนาดใหญ่ ความสำคัญของย่านสยาม คือ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังมีงานนิทรรศการต่าง ๆ ถูกจัดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้บริโภคเดินทางเข้ามาเดินทางซื้อสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

อธิบายข้อมูล ผลวิจัย หรือกรณีศึกษาที่นำมาใช้สนับสนุนการทำโครงการธุรกิจ

ข้อมูลจากบทความเรื่อง “เปิดเทรนด์อาหาร ปี 2018 เหตุใดคนยุคใหม่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น” นำมาสรุปได้ดังนี้

1. บอกลาสารเคมี สวัสดิ์ธรรมชาติ : ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าจากคุณภาพมากกว่าราคา เลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพ ทำให้ในอนาคตผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจะนำส่วนผสมจากพืชพรรณธรรมชาติมาใช้
2. สถานที่ : สินค้าท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมอาหาร บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของกระบวนการผลิต ความสดใหม่จากธรรมชาติ ทำให้สินค้ามีความน่าค้นหา น่าสนใจ
3. ความโปร่งใส : ผู้บริโภคมองหาความชัดเจน ความจริงใจของข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในทุกแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นส่วนผสม สารประกอบที่สำคัญ แหล่งผลิต กระบวนการเพาะปลูก ราคาที่ชัดเจน การรับประกันสุขภาพ ไปจนถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
4. ความคลุมเครือระหว่างอาหารและยา : การแบ่งแยกยา อาหาร อาหารเสริม เริ่มแคลง มีนวัตกรรมอาหารและเครื่องดื่มให้คุณค่าทางโภชนาการ และมีส่วนผสมในการบำรุง ป้องกัน จนถึงการรักษาโรคบางชนิดได้ ทำให้การดูแลสุขภาพไม่จำเป็นต้องใช้ยา หรืออาหารเสริมอีกต่อไป เพราะในอนาคตโครงสร้างทางสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ อาหารสุขภาพจึงมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น
5. ความหวานที่ลดลง : น้ำตาลเป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง เมื่อต้องการสุขภาพที่ดี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังต้องการรสชาติที่คุ้นเคย ทำให้อุตสาหกรรมอาหารพัฒนาสินค้าและวัตถุดิบ มีตัวเลือกเป็นสารให้ความหวานจากธรรมชาติหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น หญ้าหวาน เด็กซ์โตรส หรืออื่น ๆ ให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น
6. เมล็ดพันธุ์ : ผู้บริโภคให้ความสนใจในเมล็ดพันธุ์ต่าง ๆ อย่างเมล็ดเจียและควินัว นำมาซึ่งรสชาติ สัมผัส ของธรรมชาติที่หลากหลาย ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย และโปรตีนสูง เป็นไบเบิกทางให้แก่เมล็ดพันธุ์อื่น ๆ เข้าสู่ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ
7. สุขภาพที่ลดลง : ปัจจุบันผู้บริโภคหันมาเลือกอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพที่ให้คุณค่าทางโภชนาการ ให้พลังงานอย่างเต็มที่แทนอาหารไขมันต่ำแบบเดิม เนื่องจากอาหารสุขภาพมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคสามารถออกแบบการดูแลสุขภาพด้วยตนเองได้
8. บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพ : บรรจุภัณฑ์เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องออกแบบให้สวยงาม สร้างความต้องการและความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค อธิบายคุณสมบัติของสินค้าหรืออาหารได้ครบถ้วน ให้ความสะดวก ความคุ้มค่าในการจัดส่ง นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่บอกช่วงเวลาในการนำมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาทานอาหาร วันหมดอายุ ผู้บริโภคสามารถเข้าใจอย่างรวดเร็ว และนำมาใช้ได้อย่างถูกต้อง (เปิดเทรนด์อาหารปี 2018, 2560)

และข้อมูลจากบทความเรื่อง “เทรนด์สุขภาพมาแรง คนเมืองยุคใหม่ตั้งเป้าชีวิตดีมีสุข”
นำมาสรุปได้ดังนี้

เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ควบคู่กับการขยายตัวของเมือง ทำให้ผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น กลายเป็นกระแสการเป็นตัวเองที่ดีกว่า ในด้านของสุขภาพร่างกาย อารมณ์ และสุขภาพจิตใจ ผลการสำรวจพบว่า คนไทยเริ่มเปลี่ยนวิธีการบริโภค เพื่อสุขภาพที่ดี โดยเพิ่มการบริโภคผักและผลไม้ต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ลดการบริโภคเนื้อสัตว์ เลือกบริโภคโปรตีนจากพืช เพราะโปรตีนจากพืชนั้น มีคุณค่ามากกว่าโปรตีนจากสัตว์ ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการสินค้าที่สดใหม่ จากธรรมชาติที่ไม่ปรุงแต่ง ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่จะออกมาจำหน่ายนั้น มุ่งเน้นการนำส่วนผสมจากพืชผัก ผลไม้ มากเป็นพิเศษ ธุรกิจด้านสุขภาพจึงเติบโตอย่างต่อเนื่อง นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มีความหลากหลาย ครอบคลุมทุกความต้องการของผู้บริโภค (เทรนด์สุขภาพมาแรง, 2561)

สรุปผลการศึกษาหรืองานวิจัย ที่นำมาสู่การกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของธุรกิจ

จากการศึกษาบทความเรื่อง “เปิดเทรนด์อาหาร ปี 2018 เหตุใดคนยุคใหม่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น” และ “เทรนด์สุขภาพมาแรง คนเมืองยุคใหม่ตั้งเป้าชีวิตดีมีสุข” ทำให้ทราบว่า ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพมีการเติบโต และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพครอบคลุมทุกความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ด้วยความพร้อมในด้านรายได้และเทคโนโลยี การดูแลสุขภาพจึงไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป เพราะได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็วจากการใช้เทคโนโลยีในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ หรือเดินทางไปเลือกซื้อ เลือกทานอาหารสุขภาพได้รวดเร็ว เพราะธุรกิจอาหารปรับตัวพร้อมรองรับความต้องการของผู้บริโภค

บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้วิจัยแบ่งส่วนทางการตลาดโดยการเลือกภูมิศาสตร์ย่านการค้าขนาดใหญ่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร ธุรกิจตั้งอยู่ในย่านการค้าสยาม พื้นที่การค้าสยามสแควร์วัน (Siam Square One) กลุ่มประชากรศาสตร์ที่ต้องการ มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ไปจนถึง 55 ปี ไม่จำกัดเพศ มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป อาชีพนักเรียน นักศึกษา พนักงานพนักงานบริษัท ผู้ประกอบการ รวมถึงชาวต่างชาติในประเทศไทย ไม่จำกัดศาสนา ชอบดูแลร่างกาย รักสุขภาพ มีการใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ รวดเร็ว ชอบอาหารที่มีประโยชน์ มีเวลาว่างให้กับตนเอง ชอบเครื่องดื่มให้ความสดชื่น รสชาติอร่อย ได้รับการดูแลสุขภาพ ผู้บริโภคเป้าหมาย คือ นักศึกษา นักธุรกิจ นักท่องเที่ยว โดยดูจากตารางการแบ่งส่วนทางการตลาด

ตารางที่ 4.1: แสดงการแบ่งส่วนทางการตลาด

ภูมิศาสตร์	ย่านการค้าขนาดใหญ่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร
พื้นที่จำหน่าย	ย่านสยาม พื้นที่การค้าสยามสแควร์วัน)Siam Square One(
ประชากรศาสตร์	ชอบเครื่องดื่มให้ความสดชื่น อร่อย ได้สุขภาพ
อายุ	15-ปี 55
เพศ	หญิง ชาย เพศทางเลือก
รายได้	15,000 บาท ขึ้นไป
อาชีพ	นักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท ผู้ประกอบกิจการ ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย
ศาสนา	ทุกศาสนา
จิตวิทยา	รักสุขภาพ ชอบดูแลร่างกาย
การใช้ชีวิต	ชอบความรวดเร็ว ใช้ชีวิตเร่งรีบ ชอบอาหารที่มีประโยชน์ มีเวลาว่างให้กับตัวเอง
ผู้บริโภคเป้าหมาย	นักศึกษา นักท่องเที่ยว นักธุรกิจ

จากการแบ่งส่วนทางการตลาด ทำให้แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ไม่มองเห็นตลาดเป้าหมายและกลุ่มผู้บริโภคที่ตอบสนองต่อแผนธุรกิจเครื่องดื่มอย่างชัดเจน โดยมีการพิจารณาจากปัจจัยดังนี้

ตลาดเป้าหมาย

ขนาดของตลาด (Market Size)

ย่านการค้าสยามเป็นตลาดขนาดใหญ่ เนื่องจากเป็นพื้นที่การค้าขนาดกลางมารวมกันเป็นขนาดใหญ่ พื้นที่ใกล้เคียงในอุตสาหกรรมเป็นย่านการค้าเชื่อมต่อการคมนาคมที่ทันสมัย สามารถเดินทางมายังย่านการค้าได้อย่างง่ายดาย ทำให้กลุ่มผู้บริโภคมีการพลัดเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจจึงสามารถสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และส่งเสริมการขาย สร้างกลุ่มผู้บริโภคใหม่ รักษากลุ่มผู้บริโภคเก่าได้ในเวลาเดียวกัน

อัตราการเติบโตของตลาด (Market Growth Rate)

ย่านการค้าสยาม เป็นย่านการค้าที่มีการเติบโตและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เนื่องจากเป็นย่านการค้าอุปโภคและบริโภคช่วงแรกของประเทศไทยที่ไม่เคยหยุดพัฒนา เป็นศูนย์กลางความเจริญด้านเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร จุดเริ่มต้นของสิ่งใหม่ ๆ ที่นำความทันสมัยของแต่ละยุคสมัยมารวมกัน ทำให้ย่านการค้าสยามมีการเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคทุกยุคสมัยเข้ามารวมกัน

ทรัพยากรของธุรกิจ

ทรัพยากรของธุรกิจได้แก่

1. บุคลากร คือคนงาน พนักงาน มีความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. วิธีปฏิบัติงาน คือ กำหนดขั้นตอนแนวทางการดำเนินงาน มีแนวทางการปฏิบัติงานและขั้นตอนดำเนินธุรกิจที่ดี มีนโยบายที่ชัดเจน ควบคุม ตรวจสอบ ติดตามความก้าวหน้าของงานได้
3. เงินทุน คือ แหล่งเงินทุนจากเจ้าของ และการกู้ยืม
4. วัสดุ คือ วัสดุสิ่งของ วัตถุดิบ อุปกรณ์ ที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า
5. เครื่องมือ คือ เครื่องจักร เครื่องใช้หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ
6. การตลาด คือ สื่อสารคุณค่าของสินค้า บริการที่ธุรกิจเรามี ไปสู่กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ
7. ข้อมูลข่าวสาร คือ ให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสาร นำมาพัฒนาความรู้ สินค้า และธุรกิจ
8. ขวัญกำลังใจ คือ การทำงานที่เห็นถึงความสำคัญของคน คุณค่า ความพึงพอใจในการทำงาน

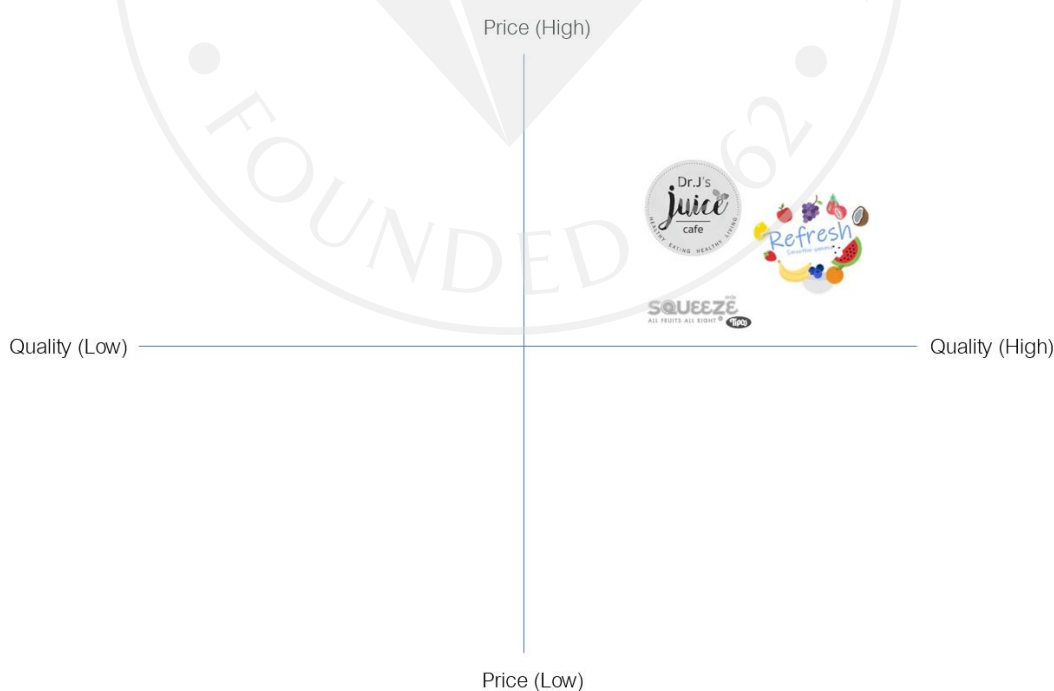
สภาพการแข่งขันและความน่าสนใจของตลาด

ย่านการค้าสยาม มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ตลาดรองรับความแตกต่าง ความหลากหลายของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา ที่สำคัญ ย่านการค้าสยามมีการจัดกิจกรรม งานอีเว้นท์ด้านสินค้า งานแฟชั่น อุปกรณ์ไอที อยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้บริโภค กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง การแข่งขัน ธุรกิจมีการพัฒนาสินค้าให้เทียบเท่าคู่แข่ง หรือดีกว่าคู่แข่ง ในธุรกิจเดียวกัน นอกจากนั้นยังต้องพัฒนาสินค้าใกล้เคียงกับคู่แข่งธุรกิจเดียวกัน ที่มีผลิตภัณฑ์ต่างกัน แต่วัตถุดิบเหมือนกันหรือคล้ายกัน เพื่อสร้างกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ในคู่แข่งเดิม หรือคู่แข่งใกล้เคียงในพื้นที่การค้าเดียวกัน

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์/บริการ

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice เลือกวางตนเองในรูปแบบร้านเครื่องดื่มผลไม้เพื่อสุขภาพ มีบรรยากาศสบาย ๆ เน้นการบริการสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคด้วยบริการของพนักงานที่มีประสบการณ์ด้านเครื่องดื่ม และผลไม้ ให้ความสำคัญกับการคัดสรรวัตถุดิบ กระบวนการทำเครื่องดื่มที่สะอาด ถูกหลักอนามัย รสชาติอร่อย

ภาพที่ 4.1: การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์/การบริการ



4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (ด้วยแนวคิด เช่น 4Ps, 7Ps, 4Cs)

กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดที่นำมาใช้ได้แก่ 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) และ 4Cs (Consumer, Cost, Communication, Convenience) สามารถอธิบายได้ดังนี้

4Ps Marketing Model

1. Product คือ สินค้าหรือบริการที่ธุรกิจสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค
2. Price คือ ราคา เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้อง “จ่าย” เพื่อแลกกับการได้รับสินค้าและบริการของธุรกิจ
3. Place คือ ช่องทางการเข้าถึงสินค้า บริการ หรือช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจ
4. Promotion คือ การสื่อสารการตลาด หรือกิจกรรมส่งเสริมการขายของธุรกิจ เพื่อสื่อสารไปสู่กลุ่มผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้

4Cs Marketing Model

1. Consumer คือ การให้ความสำคัญกับผู้บริโภค เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง เพราะสินค้าหรือบริการของธุรกิจเกิดขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการเหล่านี้
2. Cost คือ ราคา ที่ไม่ใช่เพียงเรื่องของเงิน เป็นได้ทุกอย่างที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องแลกเปลี่ยนเพื่อได้รับสินค้าหรือบริการได้ ได้แก่ เวลา อารมณ์ ความรู้สึก เป็นต้น
3. Convenience คือ ความสะดวกในการได้รับหรือได้ใช้สินค้าและบริการของธุรกิจ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์สินค้าที่ง่ายต่อการใช้งาน และบริการจัดส่งสินค้าให้ผู้บริโภค เป็นต้น
4. Communication คือ การสื่อสาร การสื่อสารของสินค้าหรือบริการที่เข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค การทำกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภคโดยมีสินค้าหรือบริการของธุรกิจเข้าไปอยู่ในกิจกรรมเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย การอ่านหนังสือ การพักผ่อน กิจกรรมกลางแจ้ง เป็นต้น

การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดได้วิเคราะห์แนวคิด 4Ps (ธุรกิจเป็นศูนย์กลาง) และ 4Cs (ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง) ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 4.2: การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 4Ps และ 4Cs)

4P	4C
Product 1. คัดสรรวัตถุดิบมีคุณภาพ จากแหล่งที่น่าเชื่อถือ เช่น ฟาร์มอแกนิก หรือน้ำแข็งจากแหล่งที่สะอาดปลอดภัย 2. นำเสนอคุณค่าอาหาร แนะนำเมนูที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค 3. ผลิตภัณฑ์และบริการ นำเสนอคุณภาพและประสบการณ์ที่มีคุณค่าไปสู่กลุ่มผู้บริโภคอย่างเหมาะสม	Consumer ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับวัตถุดิบ สุขภาพ และรสชาติ ต้องการการบริการอย่างมีคุณภาพเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ
Price ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบคงที่เนื่องจากต้องการกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ระดับนักเรียน นักศึกษาไปจนถึงผู้ใหญ่วัยทำงาน จากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ราคาที่อยู่ในช่วง 79-109 บาท	Cost 1. ผู้บริโภคได้เครื่องดื่มที่อร่อย มีประโยชน์ต่อสุขภาพ 2. สินค้าราคาคุ้มค่า และบริการที่จริงใจ .
Place แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ตั้งอยู่ในย่านการค้าสยาม พื้นที่สยามสแควร์วัน)Siam Square Oneการเดินทาง () สะดวก อยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส(และทำรถโดยสารสาธารณะ	Convenience ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ ใช้ Mobile Application ผ่านช่องทาง Grab Food, Get Food

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 4P)

4P	4C
Promotion 1. ใช้การส่งเสริมการตลาดในช่วง 2 เดือนแรก เพื่อสร้างการรู้จัก และเร่งการตลาดโดยผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) การประชาสัมพันธ์ Real Time 2. ใช้ส่งเสริมการตลาดในระยะหลัง 2 เดือนแรกเพื่อเพิ่มรายได้อย่างต่อเนื่องและเพิ่มอัตราการมาใช้บริการซ้ำเพื่อสร้างแรงจูงใจและความประทับใจโดยประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ หรือ ประโยชน์ผลไม้ต่าง ๆ รวมไปถึงตอบคำถามผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) และ อินสตาแกรม (Instagram) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค 3. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เมนูเครื่องดื่มผลไม้ประจำเดือน	Communication 1. มอบบัตรสะสมแต้มให้ผู้บริโภค เป็นส่วนลดหรือแลกทานฟรี และสามารถนำบัตรนักเรียน บัตรนักศึกษา บัตรสมาชิกฟิตเนสเพื่อใช้เป็นส่วนลด 5% ในการมาใช้บริการ 2. ผู้บริโภคสามารถติดตามข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ของทางร้านได้ที่ เฟสบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram) เพื่อแนะนำรายการใหม่ หรือสิทธิพิเศษตามเทศกาลต่าง ๆ 3. ถามความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของผู้บริโภค นำมาปรับใช้ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ นวัตกรรมที่นำมาใช้กับผลิตภัณฑ์/บริการ การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์/บริการ

ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice อัดแน่นไปด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ คัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งที่สะอาด มีความน่าเชื่อถือ และปลอดภัย พร้อมทีมงานด้านการบริการอย่างมีคุณภาพ มีใจรักการบริการ พร้อมนำเสนอคุณประโยชน์ของส่วนผสมได้อย่างชัดเจน ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคได้ตรงตามความต้องการ ดังนั้นผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ นำเสนอคุณภาพและประสบการณ์ที่มีคุณค่าไปสู่กลุ่มผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

กลยุทธ์การกำหนดราคา

แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบคงที่ คือ เครื่องดื่มแบบปั่นจะมีราคาเริ่มต้น 79-109 บาท เนื่องจากราคาดังกล่าวเป็นราคาที่สามารถึงสินค้าและบริการได้อย่างคุ้มค่า มีความเหมาะสมกับผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็น นักเรียน นักศึกษา ผู้ใหญ่วัยทำงาน ตลอดจนนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

กลยุทธ์การบริหารช่องทางการจำหน่าย

แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ตั้งอยู่ย่านสยามสแควร์วัน (Siam Square One) แหล่งธุรกิจและการค้าสำคัญย่านใจกลางเมืองหลวงของประเทศไทย ทั้งยังเป็นสถานที่นัดพบที่ของผู้คนส่วนมาก มีการเดินทางที่สะดวก อยู่ใกล้เส้นทางคมนาคม ไม่ว่าจะเป็น รถโดยสาร รถประจำทาง หรือรถไฟฟ้า BTS ทำให้การเดินทางเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ มีความสะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้ ผู้บริโภคสามารถสั่งเครื่องดื่มผลไม้ปั่นได้ โดยใช้ Mobile Application ผ่านช่องทาง Grab Food และ Get Food

กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย

แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice มีการส่งเสริมการขายดังนี้

1. มอบบัตรสะสมแต้ม ใช้เป็นส่วนลดหรือแลกทานฟรี สามารถนำบัตรนักเรียน บัตรนิสิต บัตรสมาชิกฟิตเนสเพื่อใช้เป็นส่วนลด 5% ในการมาใช้บริการ
2. มีเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) อิน스타그램 (Instagram) โดยใช้กลยุทธ์ไวรัล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) สร้างความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค การตลาดทำการตลาดแบบนี้ เป็นจุดเริ่มต้นของสร้างโฆษณาการตลาดแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth) ช่วยในการเผยแพร่ข้อมูล กระจายข่าวสาร และช่วยสร้างยอดขายแบบการประหยดงบประมาณ เมื่อธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ทำให้ผลิตภัณฑ์เข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะนำเสนอคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ บอกต่อสิ่งดี ๆ ที่ได้รับให้กับคนรู้จัก คนรอบข้างที่ห่วงใย ทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักในวงกว้าง
3. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โปรโมชั่นเมนูเครื่องดื่มผลไม้ประจำเดือน นอกเหนือจากเมนูที่มีอยู่ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น น้ำผลไม้สดสกัดเย็น ไอศกรีมผลไม้ เป็นต้น

4.3 แผนงานการสื่อสารการตลาด

ดำเนินกิจกรรมใด เพื่อสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก / สร้างแรงจูงใจแก่ผู้บริโภค / สร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค

แผนงานการสื่อสารการตลาดดำเนินกิจกรรมการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักโดยวิธีการดังนี้

1. ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) โดยการสร้างเฟสบุ๊ก (Facebook) และ อินสตาแกรม (Instagram) ของธุรกิจร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice เป็นการแจ้งการประชาสัมพันธ์ และบอกเล่าเรื่องราวของธุรกิจ สร้างความประทับใจและแรงจูงใจแก่ผู้ที่เข้ามาชม นอกจากนี้ ผู้จัดการร้านเป็นผู้ดูแล ประชาสัมพันธ์ข้อมูลหรืออัปเดตเมนูใหม่ ๆ รวมถึงตอบคำถามผ่านทางเฟสบุ๊ก (Facebook) และ อินสตาแกรม (Instagram) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค ซึ่งช่องทางดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคที่สนใจสามารถที่จะติดตามข้อมูลข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง
2. การใช้กูเกิ้ล แอดเวิร์ด (Google AdWords) ในการโฆษณา มีข้อดีคือมีระดับค่าใช้จ่ายในการโฆษณาให้เลือกได้อย่างหลากหลาย ซึ่งจะทำให้เจ้าของกิจการสามารถที่จะควบคุมค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ได้ค่อนข้างแม่นยำ ซึ่งค่าใช้จ่ายในการโฆษณาจะนับตามจำนวนครั้งที่มิผู้เข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงจำนวนผู้บริโภคที่มีความสนใจด้วยเช่นเดียวกัน นอกจากนี้การใช้กูเกิ้ล แอดเวิร์ด (Google AdWords) สามารถที่จะสืบค้นได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วเพียงเข้าผ่านเว็บไซต์ของกูเกิ้ล (Google) ข้อมูลของทางร้านจะขึ้นมาอยู่ลำดับต้นๆ ของการค้นหา
3. จัดทำป้ายโฆษณา ป้ายประชาสัมพันธ์ ตามพื้นที่โฆษณาที่ห้างสยามสแควร์วัน (Siam Square One) กำหนดไว้ ผู้บริโภคสามารถมองเห็นโฆษณาและมาซื้อสินค้าที่ร้านค้าได้

ตารางที่ 4.3: แสดงแผนการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ (Media Plan) รายปี

กิจกรรม การตลาด	จำนวน	ราคา / ครั้ง	รวม (บาท)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Social Network Facebook Advertising	12 เดือน	4,000	48,000												
Banner on Website	6 เดือน	10,000	60,000												
Brochure	24,000 ใบ		12,500												
ป้ายสินค้า หน้าร้าน	3 เดือน	3,000	9,000												
ป้าย โปรโมชัน หน้าร้านใน/ ร้าน	12 เดือน	500	6,000												
รวม			135,500												

หมายเหตุ

ช่องตารางสีเทา คือ ช่องตารางที่มีแผนทำแผนการโฆษณา

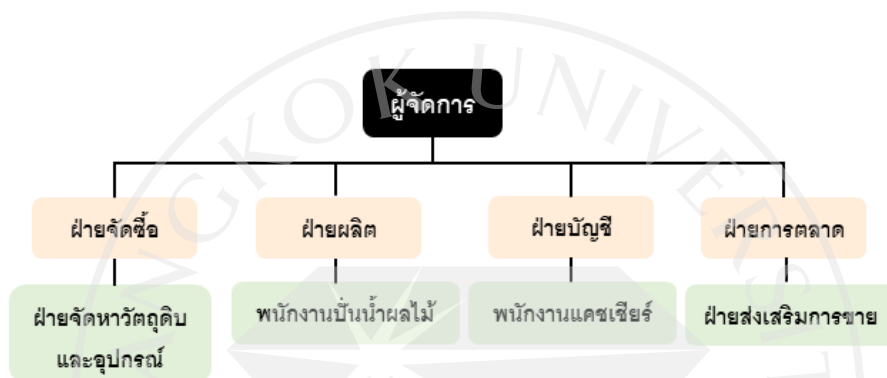
บทที่ 5

แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน

การจัดโครงสร้างองค์กรมีรูปแบบดังนี้

ภาพที่ 5.1: การจัดโครงสร้างองค์กร



5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหา

บุคลากรในการทำงานที่ต้องการ มีตำแหน่ง หน้าที่ในการทำงาน และคุณสมบัติ ได้แก่

1) ผู้จัดการร้าน มีคุณสมบัติ จบปริญญาตรี วางแผนการทำงานของพนักงาน ควบคุมคุณภาพสินค้า เป็นผู้นำที่ดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ทำหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยภายในร้าน วางแผนการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด และแผนกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อขยายกลุ่มผู้บริโภค

2) ฝ่ายบัญชี มีคุณสมบัติ จบปริญญาตรี มีความรู้ด้านการเงิน การชำระภาษี ทำงานละเอียดรอบคอบ ทำหน้าที่จัดทำงบประมาณในแต่ละปี ประเมินสถานการณ์ทางการเงิน สรุปบัญชีรายปี และรายรับรายจ่ายต่าง ๆ

3) ฝ่ายจัดซื้อ มีคุณสมบัติ จบสายอาชีพหรือปริญญาตรี สามารถหาแหล่งวัตถุดิบที่ดี ราคาเหมาะสม มีประสบการณ์จัดซื้อวัตถุดิบด้านอาหาร สามารถต่อรองราคาวัตถุดิบได้ ทำหน้าที่หาแหล่งวัตถุดิบคุณภาพดี ราคาเหมาะสม ติดต่อกับผู้ขายวัตถุดิบเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบ หรือเปลี่ยนแปลงปริมาณวัตถุดิบที่จะนำมาผลิตสินค้า

4) ฝ่ายการตลาด มีคุณสมบัติ จบปริญญาตรี มีความคิดสร้างสรรค์ อธิบายดี ทำหน้าที่วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด กระแสนิยมในปัจจุบันของผู้บริโภค นำไปเป็นข้อมูลเพื่อนำมาใช้วางแผนทำกิจกรรมการตลาด

5) ฝ่ายผลิต มีคุณสมบัติ จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จนถึงปริญญาตรี รักความสะอาด ปฏิบัติตามข้อกำหนดตามกระบวนการผลิตได้ครบถ้วน ทำหน้าที่ควบคุมคุณภาพวัตถุดิบที่จะนำไปใช้ผลิตสินค้าให้แก่ผู้บริโภค

ตารางที่ 5.1: การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหา

ตำแหน่ง	รายละเอียดหน้าที่	จำนวน (คน)	คุณสมบัติผู้ทำงาน
ผู้จัดการร้าน	1.ดูแลการดำเนินงานภายในร้านให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย 2.วางแผนการประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	1	วุฒิขั้นต่ำ ปริญญาตรี สามารถวางแผน กระจายงาน ควบคุม การผลิต ควบคุม คุณภาพ มีความเป็น ผู้นำ แก้ไขปัญหาเฉพาะ หน้าได้
ฝ่ายบัญชี	จัดทำงบประมาณในแต่ละปี ประเมิน สถานการณ์ทางการเงิน สรุปบัญชีในแต่ละปี ดูแลเรื่องรายรับรายจ่ายต่าง ๆ	1	วุฒิขั้นต่ำ ปริญญาตรี ละเอียดถี่ถ้วนกับตัวเลข รู้เรื่องระบบภาษีเป็น อย่างดี

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหา

ตำแหน่ง	รายละเอียดหน้าที่	จำนวน (คน)	คุณสมบัติผู้ทำงาน
ฝ่ายจัดซื้อ	หาสถานที่ซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ มีคุณภาพดี ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ติดต่อกับผู้ขาย วัตถุดิบเพื่อสั่งซื้อ เปลี่ยนแปลง ปริมาณ วัตถุดิบที่จะนำมาผลิตสินค้า	1	จบสายอาชีพหรือปริญญาตรี สามารถหาแหล่งวัตถุดิบที่ราคาเหมาะสม มีประสบการณ์จัดซื้อวัตถุดิบด้านอาหาร สามารถต่อรองเรื่องราคาได้
ฝ่ายการตลาด	วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด รวมถึงแนวทางการปฏิบัติ เช่น การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ความเปลี่ยนแปลงของกระแสนิยมในปัจจุบัน	1	วุฒิปริญญาตรี มีความคิดสร้างสรรค์ มนุษย์สัมพันธ์ดี
ฝ่ายผลิต	ควบคุมคุณภาพวัตถุดิบและผลิตเครื่องดื่ม	2	วุฒิปริญญาตรี มัธยมศึกษาปีที่ 6 ถึงปริญญาตรี รัก 6 ความสะอาด ปฏิบัติตามข้อกำหนดตามกระบวนการผลิตได้ครบถ้วน
รวมทั้งสิ้น		6	

5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร (การคัดเลือกและว่าจ้าง, การประเมินผลการปฏิบัติงาน, การบริหารค่าตอบแทน)

การคัดเลือกบุคลากร

การคัดเลือกพนักงานโดยเป็นบุคลากรในพื้นที่ พิจารณาบุคลากรที่เคยเป็นพนักงานด้านอาหารกับบริการเพราะมีความรู้ มีความคล่องตัวในการทำงาน และความรับผิดชอบ หากยังไม่ได้บุคคลที่เหมาะสม จะทำการประกาศรับสมัครผ่านเว็บไซต์รับสมัครงาน ช่วยกลั่นกรองข้อมูลของผู้สมัครงาน และเข้าใจข้อมูลและความสามารถของผู้สมัครงานได้เบื้องต้น เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจเลือกพนักงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงานมีระยะเวลา 1 เดือน โดยเน้นเรื่องประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถทำงานได้ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย และมีส่วนร่วมกับหัวหน้า เพื่อนร่วมงานในการกำหนดเป้าหมายงานร่วมกัน เมื่อพนักงานได้มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของงานเพื่อใช้เป็นเกณฑ์วัดความสำเร็จของการทำงาน พนักงานจะได้รับคำแนะนำ ข้อติชมในการทำงาน เพื่อนำไปแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาตนเองให้ดีขึ้นได้ วิธีการนี้ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงาน ทำให้มีความกระตือรือร้นที่จะทำงานบรรลุเป้าหมาย ช่วยลดความสับสนในการทำงาน เพราะพนักงานจะรู้ว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไรจึงจะบรรลุเป้าหมาย

การบริหารค่าตอบแทน

การบริหารค่าตอบแทนของพนักงานทั้งหมด 6 คน รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 90,000 บาท ได้แก่
 1) ผู้จัดการร้าน จำนวน 1 คน เงินเดือน 19,000 บาท 2) ฝ่ายจัดซื้อ จำนวน 1 คน เงินเดือน 15,000 บาท 3) ฝ่ายบัญชี จำนวน 1 คน เงินเดือน 15,000 บาท 4) ฝ่ายการตลาด จำนวน 1 คน เงินเดือน 15,000 บาท 5) ฝ่ายผลิต จำนวน 2 คน เงินเดือน คนละ 13,000 บาท จากตารางแสดงค่าตอบแทนดังนี้

ตารางที่ 5.2: แสดงค่าตอบแทนในแต่ละตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาทต่อคน)	รวมเงินเดือน (บาท)
ผู้จัดการร้าน	1	19,000	19,000
ฝ่ายจัดซื้อ	1	15,000	15,000
ฝ่ายบัญชี	1	15,000	15,000
ฝ่ายการตลาด	1	15,000	15,000
ฝ่ายผลิต	2	13,000	26,000
รวมทั้งสิ้น	6		90,000

5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร (การฝึกอบรม การจูงใจ และรักษาบุคลากร)

แผนพัฒนาบุคลากร

การฝึกอบรมพนักงานใหม่

ก่อนเริ่มงาน ต้องรับการอบรมและแนะนำงานจากผู้จัดการ 1-2 ชั่วโมง เข้าใจการทำงานในส่วนที่ตนเองรับผิดชอบ และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

ให้คำแนะนำด้านการพัฒนาตนเอง เมื่อเห็นความเปลี่ยนแปลงแล้วทดลองมอบงานที่ทำหายยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอนาคต

การพัฒนาอาชีพ

ให้คำแนะนำด้านการพัฒนาตนเอง เมื่อเห็นความเปลี่ยนแปลงของบุคลากร จึงทดลองมอบหมายงานที่ทำหายยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอนาคต

บทที่ 6

แผนการดำเนินงาน

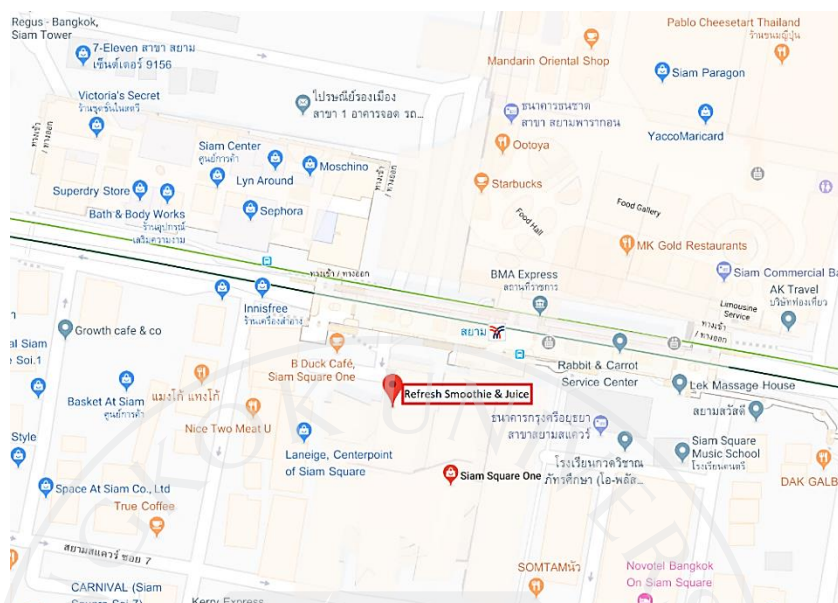
6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง

รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจโดยจดทะเบียนรูปแบบบริษัทจำกัด ในนาม Refresh Smoothie & Juice จำกัด โดยทำการจดทะเบียนในวันที่ 1 ธันวาคม 2562 ด้วยทุนจดทะเบียน 3,000,000 บาท บริษัท Refresh Smoothie & Juice จำกัด ให้บริการเครื่องดื่มผลไม้ และไอศกรีมเพื่อสุขภาพ มีขั้นตอนการจัดตั้งเป็นร้านค้า มีรูปแบบการตกแต่งด้วยโทนสีอ่อน สร้างความรู้สึกผ่อนคลาย สงบ ดูทันสมัย

สถานที่ตั้งของร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป อาศัยหรือทำงานอยู่ในเขตพื้นที่สยาม นอกจากนั้นยังเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เดินทางมาซื้อสินค้า ทานอาหาร ท่องเที่ยว หรือมางานอีเวนต์ต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในพื้นที่สยาม จากการวิเคราะห์บทความ “เปิดเทรนด์อาหาร ปี 2018 เหตุใดคนยุคใหม่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น” และ “เทรนด์สุขภาพมาแรง คนเมืองยุคใหม่ตั้งเป้าชีวิตดีมีสุข” ตอบสนองความต้องการในการบริโภคเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวได้ ดังนั้นพื้นที่ที่ร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ตั้งอยู่ย่านการค้าสยาม ส่วนสยามสแควร์วัน (Siam Square One) ชั้น 1 ติดโถงทางเดินเข้าตึกสยามสแควร์วัน (Siam Square One) สาเหตุการเลือกที่ตั้งดังกล่าวเนื่องจาก

1. การคมนาคมสะดวก มีรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) ผ่านศูนย์การค้าสยาม รวมถึงมีรถโดยสารประจำทาง ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการเดินทาง
2. ตั้งอยู่ในย่านการค้าขนาดใหญ่ มีความหนาแน่นของผู้บริโภคมาก เป็นที่ตั้งของร้านอาหารร้านเครื่องดื่ม ที่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภค
3. บริเวณใกล้เคียงเป็นแหล่งการค้า แหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก มีส่วนช่วยในการดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการมากขึ้น

ภาพที่ 6.1: แผนที่ที่ตั้งร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice



ที่มา: แผนที่. (2562). สืบค้นจาก <https://www.google.co.th/maps>

ภาพที่ 6.2: บรรยากาศภายในร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice



ที่มา: ร้านอาหาร สืบค้นจาก <https://www.pinterest.com/muralswallpaper/>

ภาพที่ 6.3: บรรยากาศภายในร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice



ที่มา: ร้านอาหาร สืบค้นจาก <https://www.pinterest.com/muralswallpaper/>

ภาพที่ 6.4: บรรยากาศภายในร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice

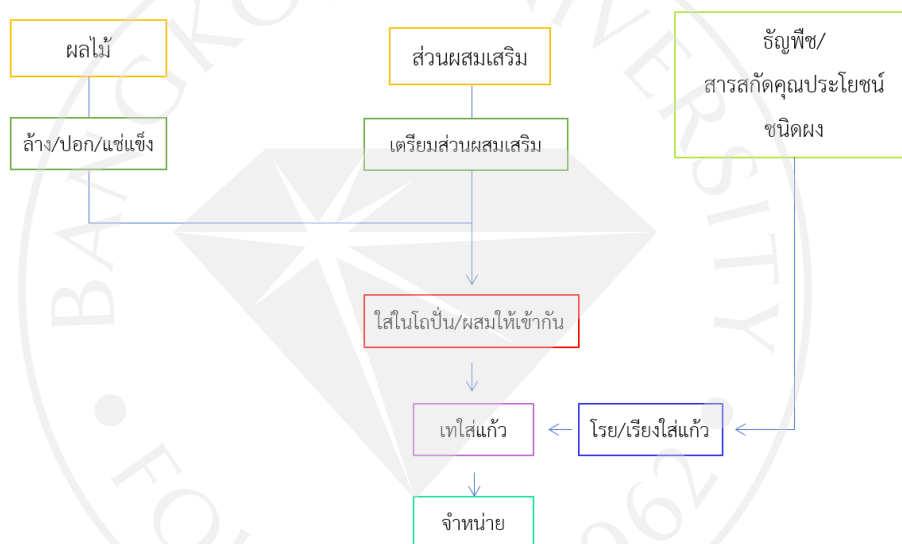


ที่มา: ร้านอาหาร สืบค้นจาก <https://www.pinterest.com/muralswallpaper/>

6.2 ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า (ผลิตเอง)

ขั้นตอนการผลิตสินค้าเริ่มจากการนำผลไม้แช่แข็งที่เตรียมไว้เรียบร้อยแล้วมาใส่ในโถปั่น (ผลไม้ผ่านการล้างให้สะอาด ปอกเป็นชิ้น แล้วนำไปแช่แข็งในตู้แช่แข็ง) เตรียมส่วนผสมเสริมที่จะนำมาใช้ผสมกับผลไม้ (นม โยเกิร์ต และสารสกัดจากหญ้าหวาน) ใส่ลงไปในโถปั่น เมื่อผลไม้แช่แข็ง และส่วนผสมอยู่ในโถปั่นแล้ว ปิดฝาโถปั่น เปิดเครื่องปั่น ปั่นเนื้อผลไม้และส่วนผสมให้เข้ากัน เมื่อผสมเข้ากันดีแล้วจึงนำมาเทใส่แก้วสินค้า นำธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผงที่ผู้บริโภคเลือกไว้มาโรยลงบนเครื่องดื่มผลไม้ ปิดฝาแก้วสินค้าแล้วจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

ภาพที่ 6.5: ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า



6.3 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ การเลือกผู้ผลิต ขอบเขตการว่าจ้าง และการบริการของผู้ผลิต

ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลไม้ : ผลไม้สดถูกคัดสรรจากตลาดจากตลาดใหญ่ทั้ง 4 ได้แก่ ตลาดมหานาค ตลาดไทย ตลาดไอยรา และตลาดสี่มุมเมือง การเลือกผู้ผลิตคำนึงจากการปลูกผลไม้โดยวิธีทางธรรมชาติ ไม่ใช้ยาฆ่าแมลง มีสวนผลไม้ที่ชัดเจน หรือรับมาจากสวนผลไม้ที่มีคุณภาพ สามารถเข้าถึงสวนผลไม้ได้ ผลไม้ถูกสั่งซื้อล่วงหน้าจากผู้ผลิตทุกอาทิตย์ 4-7 วัน เพื่อคำนวณปริมาณความต้องการของผลไม้ที่ต้องใช้ในแต่ละสัปดาห์ เพื่อนำมาผลิตสินค้าให้แก่ผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ส่วนผสม : ส่วนผสมที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า หาซื้อได้จากห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือถ้าหากซื้อในปริมาณมาก สามารถสั่งซื้อโดยตรงได้จากผู้ผลิตวัตถุดิบ

ส่วนที่ 3 ธัญพืช : ธัญพืชของไทย สั่งซื้อจาก บริษัทตั้งย้งวัฒนาจำกัด เป็นผู้เชี่ยวชาญในการผลิตธัญพืชมานานกว่า 60 ปี มีธัญพืชหลากหลายที่สามารถนำมาผลิตสินค้าได้ (บริษัทตั้งย้งวัฒนาจำกัด, 2562) นอกจากนี้ยังสามารถเลือกธัญพืชจากผู้ผลิต บริษัทไรท์พี เป็นผู้ผลิตธัญพืชในประเทศไทยมานานกว่า 60 ปี สินค้าสามารถหาซื้อได้จากห้างสรรพสินค้า และ ซูเปอร์มาร์เก็ต (บริษัทไรท์ธัญญาจำกัด) และธัญญาเช่า สั่งซื้อจากเว็บไซต์ Yournuts.th เป็นธัญพืชอบแห้งพร้อมทาน (วัตถุดิบจากถั่ว-ธัญพืชนำเข้า, 2562)

ส่วนที่ 4 สารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง : สารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง คัดสรรจาก Organic Seed Thailand ผู้ผลิตสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผงอันดับ 1 ของประเทศไทย คัดสรรวัตถุดิบออร์แกนิกจากธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นธัญพืช เมล็ด ผง และสินค้าเพื่อสุขภาพ เน้นคุณภาพ ปลอดภัย มาตรฐานอาหารที่มีคุณภาพสูงสุด (วัตถุดิบออร์แกนิกจากธรรมชาติ, 2562)

6.4 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ

การจัดการคลังสินค้า : การจัดการคลังสินค้าดูจากปริมาณยอดขาย วัตถุดิบคงเหลือ เพียงพอต่อการผลิตสินค้าในหนึ่งสัปดาห์หรือไม่ หากเพียงพอสำหรับปริมาณการผลิตในหนึ่งสัปดาห์ จะไม่เพิ่มปริมาณวัตถุดิบชนิดนั้น หากวัตถุดิบชนิดนั้นมีไม่เพียงพอ จะมีการเพิ่มปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบชนิดนั้นเข้าไปในวันจัดซื้อผลไม่ประจำสัปดาห์ (ทุกวันพุธและวันอาทิตย์) วัตถุดิบที่ขายดี ได้รับความนิยมนั้นจะถูกจัดเตรียมไว้มากกว่าปกติ เพื่อให้สินค้ามีเพียงพอต่อผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ

การควบคุมสินค้าคงเหลือ : การควบคุมสินค้าคงเหลือ ตรวจสอบจากปริมาณสินค้าที่ขายได้ ทุกๆ 4 วัน เพื่อตรวจสอบดูสินค้าที่ผู้บริโภคให้ความนิยม และนำไปปรับปรุง เปลี่ยนแปลงปริมาณในการจัดซื้อวัตถุดิบในครั้งต่อไป

6.5 ขั้นตอนการให้บริการ

ขั้นตอนการให้บริการผู้บริโภคมีดังนี้

1. กล่าวสวัสดีผู้บริโภค ต้อนรับผู้บริโภครด้วยรอยยิ้ม
2. แนะนำเครื่องดื่ม ถามความต้องการของผู้บริโภค การดูแลสุขภาพแบบที่ผู้บริโภคต้องการ
3. ตรวจสอบความถูกต้องของรายการสินค้า ราคา และให้ผู้บริโภคชำระเงิน
4. ผู้บริโภคจะได้รับใบเสร็จรับเงิน เมื่อสินค้าผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว พนักงานฝ่ายผลิตจะเรียก

ผู้บริโภคมารับสินค้า

5. พนักงานบริการส่งรายการสินค้าให้พนักงานฝ่ายผลิต
6. พนักงานฝ่ายผลิตจะจัดเตรียมวัตถุดิบและผลิตสินค้า
7. เมื่อสินค้าผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว พนักงานจะเรียกผู้บริโภคมารับสินค้า

บทที่ 7

แผนการเงิน

7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของเงินทุน

การวางแผนทางการเงินของโครงสร้างแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice เป็นการกำหนดแผนการเงินและบัญชีในการดำเนินธุรกิจของโครงการ โดยผู้จัดทำโครงการได้มีการตั้งสมมติฐานของการประมาณเงินลงทุนเบื้องต้นที่โครงการจำเป็นต้องใช้ เพื่อที่จะจัดสรรเงินลงทุน ด้านงบรายรับ รายจ่าย ค่าใช้จ่ายของแผนธุรกิจ ดังนั้นแล้วผู้วิจัยจึงจัดทำแผนทางการเงินเพื่อคาดการณ์ความเป็นไปได้ของการลงทุนความสามารถในการทำกำไร และเพื่อให้ดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดแผนในการบริหารด้านการเงินไว้ดังนี้

แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ใช้เงินลงทุนเป็นมูลค่า 3,000,000 บาท เป็นเงินส่วนของเจ้าของ 100 % โดยแบ่งใช้เป็นสองส่วน คือ ใช้ในการลงทุนทำธุรกิจ 2,000,000 บาท และ เงินสำรองใช้ยามฉุกเฉิน 1,000,000 บาท เห็นได้จากตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7.1: แสดงสัดส่วนเงินทุน

ประเภทเงินลงทุน	สัดส่วน	จำนวนเงินลงทุน (บาท)	หมายเหตุ
เงินลงทุนทำธุรกิจ	65 %	2,000,000	ใช้ในการเปิดธุรกิจ
เงินสำรองยามฉุกเฉิน	35 %	1,000,000	ใช้ชำระหนี้ของธุรกิจ
รวม	100%	3,000,000	

7.2 สมมติฐานทางการเงิน

สมมติฐานทางการเงิน แบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

- 1) สถานที่ตั้งธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ตั้งอยู่ในย่านการค้าสยามพื้นที่สยามสแควร์วัน (Siam Square One) การเดินทางสะดวก อยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) และท่ารถโดยสารสาธารณะ ซึ่งทางห้างสยามสแควร์วันได้คิดเป็นอัตราค่าเช่าราคาต่อเดือนเดือนละ 60,000 บาท โดยทำสัญญาเช่าระยะยาว 3 ปี จำนวนเงินตามสัญญาเป็นจำนวนเงิน 720,000 บาทต่อปี

2) การออกแบบและตกแต่งสถานที่แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ค่าใช้จ่ายในการออกแบบและตกแต่งสถานที่ภายในร้านค้าด้วยเนื้อที่ทั้งหมด 50 ตารางเมตร แบ่งเป็น ค่าตกแต่งหน้าร้านและค่าตกแต่งภายใน ค่าเฟอร์นิเจอร์ และค่างานระบบท่อน้ำ รวมมูลค่าเท่ากับ 479,000 บาท มีค่าก่อสร้างดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7.2: แสดงค่าตกแต่งภายใน ร้านเครื่องดื่มผลไม้

ค่าตกแต่งภายใน	พื้นที่ (ม.ตร)	ราคา	เงินลงทุน
ค่าตกแต่งหน้าร้านและค่าตกแต่งภายในร้าน	50	400,000	400,000
ค่าเฟอร์นิเจอร์ (โต๊ะ เก้าอี้)	-	39,000	39,000
ค่างานระบบท่อน้ำ (ส่วนผลิตสินค้า)	-	10,000	10,000
ค่าวางระบบไฟฟ้า	-	30,000	30,000
รวม ค่าตกแต่งภายใน(บาท)			479,000

3) อุปกรณ์เครื่องครัวและภาชนะในการผลิตของธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice มีการลงทุนซื้ออุปกรณ์เครื่องครัว ภาชนะต่าง ๆ เช่น ตู้แช่แข็ง ตู้แช่ผลไม้ เครื่องปั่น เหยียงหั่นผลไม้ มีดหั่นผลไม้ เป็นต้น รวมมูลค่าเท่ากับ 147,250 บาท ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7.3: แสดงมูลค่าอุปกรณ์เครื่องครัวและภาชนะ ร้านเครื่องดื่มผลไม้

ค่าอุปกรณ์เครื่องครัวและภาชนะ	จำนวน	ราคาหน่วย/	เงินลงทุน
ตู้แช่แข็ง	2	30,000	60,000
ตู้แช่ผลไม้	1	45,000	45,000
เครื่องปั่น	3	10,000	30,000
เหยียงหั่นผลไม้	2	2,500	5,000
มีดหั่นผลไม้	4	5000	2,000
ถ้วยตวง	4	25	100
ช้อนตวง (ชุด)	2	75	150
กล่องพลาสติกถนอมอาหาร	25	200	5,000
รวม ค่าอุปกรณ์เครื่องครัวและภาชนะ(บาท)			147,250

4) ระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานของธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ได้แก่ ชุดคิดเงินด้วยระบบ POS (Point Of Sale) มีโปรแกรมขายสินค้า เครื่องพิมพ์บาร์โค้ด ที่เก็บเงิน คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์สลิปใบเสร็จค่าเครื่องดื่ม และชุดระบบกล้องวงจรปิด ระบบเทคโนโลยีของธุรกิจ เป็นระบบปฏิบัติการครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการสั่งซื้อเครื่องดื่ม แคชเชียร์ สินค้าคงเหลือ และการวิเคราะห์ผลรายงาน งบประมาณ รวมมูลค่าเท่ากับ 55,500 บาท

ตารางที่ 7.4: ค่าระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงาน

ค่าระบบเทคโนโลยี	จำนวน	ราคาหน่วย/	เงินลงทุน
ชุดคิดเงินด้วยระบบ POS)Point Of Sale(	1	30,500	30,500
ชุดระบบกล้องวงจรปิด	1	25,000	25,000
รวม ค่าระบบเทคโนโลยี (บาท)	2	55,500	55,500

5) ค่าตกแต่งภายในสำนักงาน ประกอบด้วย ค่าตกแต่งสำนักงาน ค่างานระบบสุขาภิบาล รวมมูลค่า ค่าระบบไฟฟ้า ชุดระบบกล้องวงจรปิด และค่าเฟอร์นิเจอร์ รวมมูลค่าเท่ากับ 320,200 บาท

ตารางที่ 7.5: ค่าตกแต่งภายในสำนักงาน

ค่าตกแต่งภายในสำนักงาน	จำนวน	ราคาหน่วย/	เงินลงทุน
ค่าตกแต่งภายในสำนักงาน	เหมา	150,000	150,000
ค่างานระบบสุขาภิบาล	เหมา	60,000	60,000
ค่าวางระบบไฟฟ้า	เหมา	60,000	60,000
ชุดระบบกล้องวงจรปิด	1	25,000	25,000
โต๊ะทำงาน	6	2,500	15,000
เก้าอี้ทำงาน	6	1,700	10,200
รวม ค่าตกแต่งภายในและอุปกรณ์เครื่องใช้(บาท)	15	299,200	320,200

6) อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานสำหรับธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ประกอบด้วยอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานสำหรับส่วนของการบริหาร การส่งเสริมการขายและบริการ ได้แก่ คอมพิวเตอร์คุณภาพดี คอมพิวเตอร์คุณภาพสูง เครื่องถ่ายเอกสารมัลติฟังก์ชัน เครื่องทำลายเอกสาร ตู้เก็บเอกสาร สีน้าเบ็ดเตล็ด อุปกรณ์เครื่องเขียน เป็นต้น รวมมูลค่าเท่ากับ 214,355 บาท

ตารางที่ 7.6: ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานสำหรับธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice

ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	จำนวน	ราคา	เงินลงทุน
คอมพิวเตอร์คุณภาพปานกลาง	4	25,000	100,000
คอมพิวเตอร์คุณภาพดี	2	35,000	70,000
เครื่องพิมพ์มัลติฟังก์ชัน)Epson WF-C5790(	1	11,900	11,900
เครื่องทำลายเอกสาร	1	3,000	3,000
ตู้เก็บเอกสารขนาดกลาง	2	3,000	6,000
ตู้เก็บเอกสารขนาดใหญ่	2	6,000	12,000
อุปกรณ์เครื่องเขียน	-	1,000	1,000
แฟ้มใส่เอกสาร	24	62.5	1,500
กระดาษถ่ายเอกสาร A4 80 แกรม แพ็ค รีม 5	1	555	555
ตรายาง	2	180	360
กล่องใส่เครื่องเขียน	6	90	540
ตู้เก็บของทำความสะอาด	1	7,500	7,500
รวม ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน(บาท)	45	93,287.5	214,355

7) ค่าวางระบบสาธารณูปโภค ประกอบด้วย ค่าระบบอินเทอร์เน็ตสำนักงาน และค่าระบบอินเทอร์เน็ตร้านเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice รวมมูลค่าเท่ากับ 2,000 บาท

ตารางที่ 7.7: ค่าวางระบบสาธารณูปโภค

ค่าวางระบบสาธารณูปโภค	จำนวน	ราคาหน่วย/	เงินลงทุน
ค่าระบบอินเทอร์เน็ตสำนักงาน	1	1,000	1,000
ค่าระบบอินเทอร์เน็ตร้านเครื่องดื่มผลไม้	1	1,000	1,000
รวม ค่าวางระบบสาธารณูปโภค(บาท)	2	2,000	2,000

หลังจากได้คาดการณ์เงินทุนเบื้องต้นของแผนธุรกิจเรียบร้อยแล้ว แผนธุรกิจใช้เงินลงทุนรวมมูลค่าเท่ากับ 1,847,805 บาท เมื่อรวมสถานที่ตั้งแผนธุรกิจโดยใช้เงินลงทุน 720,000 บาท (ค่าใช้จ่ายระยะเวลา 1 ปี) จึงเป็นจำนวนเงิน 2,567,805 บาท จึงสามารถสรุปงบประมาณเงินลงทุนได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7.8: แสดงสรุปงบประมาณเงินลงทุน

ประเภทการลงทุน	เงินลงทุน (บาท)
สถานที่ตั้งแผนธุรกิจ	720,000
ค่าตกแต่งภายใน(ร้านค้า)	479,000
อุปกรณ์เครื่องครัวและภาชนะ(ร้านค้า)	147,250
ค่าระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงาน	55,500
ค่าตกแต่งภายในสำนักงาน	320,200
ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	214,355
ค่าวางระบบสาธารณูปโภค	2,000
ค่าจ้างเงินเดือนและสวัสดิการ	90,000
ค่าสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	135,500
ค่าชุดพนักงาน	4,000
รถยนต์	400,000
รวม ค่าใช้จ่าย (บาท)	2,567,805

8) การคิดค่าเสื่อมราคาแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice มีการคิดค่าเสื่อมราคาดังนี้

ตารางที่ 7.9: ค่าเสื่อมราคาแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice

รายการ	มูลค่า (บาท)	มูลค่า คงเหลือ	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคา (ต่อปี)
สถานที่ตั้งแผนธุรกิจ	720,000		1	60,0000
ค่าตกแต่งภายใน (ร้านค้า)	479,000		3	13,305.56
อุปกรณ์เครื่องครัวและภาชนะ (ร้านค้า)	147,250		3	4,090.28
ค่าระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการ ทำงาน	55,500		3	1,541.67
ค่าตกแต่งภายในสำนักงาน	320,200		3	8,894.44
ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	214,355		3	5,954.31
รถยนต์	400,000		3	11,111.11
รวม ค่าเสื่อมราคา (บาท)				104,897.37

9) การประมาณการรายได้สินค้าเบื้องต้นในแต่ละปีโดยคำนวณจากราคา ปริมาณ สามารถอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 7.10: การประมาณการรายได้สินค้า

สินค้า	จำนวน (ชิ้น)	ราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
เครื่องตีผลไม้เพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง	36,000	109	3,924,000		
	54,000	109		5,886,000	
	63,000	109			6,867,000
เครื่องตีผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง	45,000	94	4,230,000		
	54,000	94		5,076,000	
	63,000	94			5,922,000
เครื่องตีผลไม้และเนื้อผลไม้โดย ไม่มีการเพิ่มธัญพืชและสารสกัด คุณประโยชน์ชนิดผง	54,000	79	4,266,000		
	63,000	79		4,977,000	
	72,000	79			5,688,000
รายได้เบื้องต้นต่อปี(บาท)			12,420,000	15,939,000	18,477,000
รวมรายได้เบื้องต้น(บาท)			46,836,000		

10) การประมาณต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการจากต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนแรงงาน และต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต สามารถอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 7.11: การประมาณต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนวัตถุดิบ	3,240,000	4,104,000	4,752,000
ต้นทุนการผลิต	1,080,000	1,392,000	1,392,000
ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	2,666,268	2,666,268	2,666,268
รวมต้นทุนการผลิต(บาท)	6,986,268	8,162,268	8,810,268

ตารางที่ 7.12: ประมาณงบการเงิน

ตารางงบการเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้จากการดำเนินงาน	12,420,000	15,939,000	18,477,000
ต้นทุนการผลิต	1,080,000	1,392,000	1,392,000
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	2,666,268	2,666,268	2,666,268
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี			
)EBIT(	11,073,732	11,880,732	14,418,732
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี)EBIT(	11,073,732	11,880,732	14,418,732
ภาษีเงินได้)20%(	2,214,746.4	2,376,146.4	2,883,746.4
กำไรสุทธิ	8,858,985.6	9,504,586	11,534,985.6

ตารางประมาณงบการเงินเป็นตารางสมมุติ ใช้ประกอบแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice เท่านั้น โดยสมมุติจำนวนสินค้า และรวมราคาสินค้าทั้ง 3 ชนิดเข้าด้วยกัน เพื่อคาดคะเนปริมาณสินค้า และรายได้ เพื่อนำมาปรับปรุงปริมาณสินค้าทั้ง 3 ชนิด โดยคาดคะเนปริมาณสินค้าและราคา ที่ต้องใช้ในแต่ละเดือน เพื่อนำมาสรุปรายได้ที่จะได้รับ ตามจำนวนสินค้าที่กำหนดไว้

11) การเติบโตของธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice มีแผนพัฒนาสินค้าที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ เมื่อธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงมีแผนขยายสาขาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล รวมถึงการสร้างธุรกิจใหม่ เพื่อรองรับความหลากหลายของผู้บริโภค

12) ตัวแปรต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice มีปัจจัยมาจาก การเมืองการปกครองในประเทศ (การบริหารประเทศของภาครัฐ) เศรษฐกิจ (ปริมาณพืช สัตว์เศรษฐกิจ มีมากหรือน้อย ขาดแคลนหรือเยอะเกิน) และสังคม (ความต้องการของผู้บริโภค ค่านิยมในปัจจุบัน รวมถึงวิถีการใช้ชีวิต)

7.3 ประมาณการงบการเงินและวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การประมาณการงบการเงินที่มาของของรายได้แผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ได้จัดทำกรณีความน่าจะเป็นทั้งหมด 3 ระดับ คือ กรณีที่ดีที่สุด กรณีความเป็นไปได้อกที่สุด และกรณีสถานการณ์ที่ย่ำแย่ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน โดยใช้ราคาสินค้าได้แก่ สินค้าราคา 79 บาท คือเครื่องดื่มผลไม้และเนื้อผลไม้โดย สินค้าราคา 94 บาท คือเครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง และสินค้าราคา 109 บาท คือ เครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง โดยอธิบายได้ดังต่อไปนี้

7.3.1 กรณีที่ดีที่สุด

7.3.1.1 รายได้จากการขายเครื่องดื่มโดยเฉลี่ยต่อเดือน 6,000 แก้ว เป็นจำนวน 72,000 แก้วต่อปี ในราคา 109 บาท มาจากเครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง คิดอัตราผลประกอบการรายได้ต่อเดือนเดือนละ 654,000 บาท และคิดอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 7,848,000 บาท

7.3.1.2 รายได้จากการขายเครื่องดื่มโดยเฉลี่ยต่อเดือน 7,500 แก้ว เป็นจำนวน 90,000 แก้วต่อปี ในราคา 94 บาท มาจากเครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง คิดอัตราผลประกอบการรายได้ต่อเดือนเดือนละ 705,000 บาท และคิดอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 8,460,000 บาท

7.3.1.3 รายได้จากการขายเครื่องดื่มโดยเฉลี่ยต่อเดือน 9,000 แก้ว เป็นจำนวน 108,000 แก้วต่อปี ในราคา 79 บาท มาจากเครื่องดื่มผลไม้และเนื้อผลไม้โดยไม่มีการเพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง คิดอัตราผลประกอบการรายได้ต่อเดือนเดือนละ 711,000 บาท และคิดอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 8,532,000 บาท

7.3.2 กรณีความเป็นไปได้อกที่สุด

7.3.2.1 รายได้จากการขายเครื่องดื่มโดยเฉลี่ยต่อเดือน 4,500 แก้ว เป็นจำนวน 54,000 แก้วต่อปี ในราคา 109 บาท มาจากเครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง คิดอัตราผลประกอบการรายได้ต่อเดือนเดือนละ 490,500 บาท และคิดอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 5,886,000 บาท

7.3.2.2 รายได้จากการขายเครื่องดื่มโดยเฉลี่ยต่อเดือน 6,000 แก้ว เป็นจำนวน 72,000 แก้วต่อปี ในราคา 94 บาท มาจากเครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง คิดอัตราผลประกอบการรายได้ต่อเดือนเดือนละ 564,000 บาท และคิดอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 6,768,000 บาท

7.3.2.3 รายได้จากการขายเครื่องดื่มโดยเฉลี่ยต่อเดือน 7,500 แก้ว เป็นจำนวน 90,000 แก้วต่อปี ในราคา 79 บาท มาจากเครื่องดื่มผลไม้และเนื้อผลไม้โดยไม่มีการเพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง คิดอัตราผลประกอบการรายได้ต่อเดือนเดือนละ 592,500 บาท และคิดอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 7,110,000 บาท

7.3.3 กรณีสถานการณ์ที่ย่ำแย่

7.3.3.1 รายได้จากการขายเครื่องดื่มโดยเฉลี่ยต่อเดือน 3,000 แก้ว ในราคา 109 บาท มาจากเครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง คิดอัตราผลประกอบการรายได้ต่อเดือนเดือนละ 327,000 บาท และคิดอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 3,924,000 บาท

7.3.3.2 รายได้จากการขายเครื่องดื่มโดยเฉลี่ยต่อเดือน 4,500 แก้ว ในราคา 94 บาท มาจากเครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง คิดอัตราผลประกอบการรายได้ต่อเดือนเดือนละ 423,000 บาท และคิดอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 5,076,000 บาท

7.3.3.3 รายได้จากการขายเครื่องดื่มโดยเฉลี่ยต่อเดือน 6,000 แก้ว ในราคา 79 บาท มาจากเครื่องดื่มผลไม้และเนื้อผลไม้โดยไม่มีการเพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง คิดอัตราผลประกอบการรายได้ต่อเดือนเดือนละ 474,000 บาท และคิดอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 5,688,000 บาท

จากกรณีความน่าจะเป็นทั้งหมด 3 ระดับ สามารถอธิบายได้จากตารางดังนี้

ตารางที่ 7.13: แสดงกรณีความน่าจะเป็นของสินค้าเปรียบเทียบรายได้ต่อปีของสินค้าและราคาสินค้า

กรณีความน่าจะเป็น	จำนวน (ชิ้น)	ราคา (บาท)	รายได้ต่อเดือน (บาท)	รายได้ต่อปี (บาท)
กรณีที่ดีที่สุด				
เครื่องตีผลไม้สารสกัดชนิดผง+ธัญพืช+	6,000	109	654,000	7,848,000
เครื่องตีผลไม้ธัญพืช หรือ สารสกัดชนิดผง+	7,500	94	705,000	8,460,000
เครื่องตีผลไม้และเนื้อผลไม้	9,000	79	711,000	8,532,000
กรณีความเป็นไปได้มากที่สุด				
เครื่องตีผลไม้สารสกัดชนิดผง+ธัญพืช+	4,500	109	490,500	5,886,000
เครื่องตีผลไม้ธัญพืช หรือ สารสกัดชนิดผง+	6,000	94	564,000	6,768,000
เครื่องตีผลไม้และเนื้อผลไม้	7,500	79	592,500	7,110,000
กรณีสถานการณ์ที่ย่ำแย่				
เครื่องตีผลไม้สารสกัดชนิดผง+ธัญพืช+	3,000	109	327,000	3,924,000
เครื่องตีผลไม้ธัญพืช หรือ สารสกัดชนิดผง+	4,500	94	423,000	5,076,000
เครื่องตีผลไม้และเนื้อผลไม้	6,000	79	474,000	5,688,000

กรณีทั้งหมดเป็นรายได้โดยไม่หักต้นทุนและค่าใช้จ่าย ใช้เปรียบเทียบรายได้ต่อปีของสินค้า

7.3.4 การจากวิเคราะห์กรณีความน่าจะเป็นของรายได้ทั้งหมด 3 ระดับ จึงนำกรณีความเป็นไปได้มากที่สุดมาจัดทำงบกำไรขาดทุนประจำปีโดยใช้ราคาสินค้า 3 รูปแบบดังนี้

7.3.4.1.1 งบกำไรขาดทุนเครื่องตีผลไม้เพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณภาพประโยชน์ชนิดผงในปีที่ 1 มีจำนวนสินค้า 54,000 แก้ว แบ่งเป็นจำนวน 4,500 แก้ว ต่อเดือน มีราคา 109 บาท เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 490,500 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 5,886,000 บาท มีต้นทุนสินค้าขาย เป็นรายจ่ายต่อเดือนเดือนละ 157,500 บาท คิดเป็นรายจ่ายปีที่ 1 ได้ 1,890,000 บาท ทำให้มีกำไรขั้นต้น เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 333,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการกำไรขั้นต้นปีที่ 1 ได้ 3,996,000 บาท ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาดต่อเดือน คือ เงินเดือน 90,000 บาท คิดเป็น 1,080,000 บาทต่อปี ค่าเช่า 60,000 บาท คิดเป็น 720,000 บาทต่อปี ค่าน้ำ 15,000 บาท คิดเป็น 180,000 บาทต่อปี ค่าไฟ 20,000 บาท คิดเป็น 240,000 บาทต่อปี ค่าโทรศัพท์ 1,000 บาท คิดเป็น 12,000 บาทต่อปี ค่าใช้จ่ายการตลาด 11,292 บาท คิดเป็น 135,500

บาทต่อปี ค่าเสื่อมราคา 104,897 บาท คิดเป็น 1,258,768 บาทต่อปี และค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่น ๆ 10,000 บาท คิดเป็น 120,000 บาทต่อปี รวมเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดต่อเดือนเดือนละ 312,189 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดปีที่ 1 ได้ 3,746,268 บาท มีกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อเดือนเดือนละ 20,811 บาท คิดเป็นกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีปีที่ 1 ได้ 249,732 บาท มีกำไรสุทธิ ปีที่ 1 ได้ 249,732 บาท

7.3.4.1.2 งบกำไรขาดทุนเครื่องตีผลไม้เพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผงในปีที่ 2 มีจำนวนสินค้า 72,000 แก้ว แบ่งเป็นจำนวน 6,000 แก้ว ต่อเดือน มีราคา 109 บาท เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 654,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 2 ได้ 7,848,000 บาท มีต้นทุนสินค้าขาย เป็นรายจ่ายต่อเดือนเดือนละ 240,000 บาท คิดเป็นรายจ่ายปีที่ 2 ได้ 2,880,000 บาท ทำให้มีกำไรขั้นต้น เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 414,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการกำไรขั้นต้นปีที่ 2 ได้ 4,968,000 บาท ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาดต่อเดือน คือ เงินเดือน 116,000 บาท คิดเป็น 1,392,000 บาทต่อปี ค่าเช่า 60,000 บาท คิดเป็น 720,000 บาทต่อปี ค่าน้ำ 15,000 บาท คิดเป็น 180,000 บาทต่อปี ค่าไฟ 20,000 บาท คิดเป็น 240,000 บาทต่อปี ค่าโทรศัพท์ 1,000 บาท คิดเป็น 12,000 บาทต่อปี ค่าใช้จ่ายการตลาด 11,292 บาท คิดเป็น 135,500 บาทต่อปี ค่าเสื่อมราคา 104,897 บาท คิดเป็น 1,258,768 บาทต่อปี และค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่น ๆ 10,000 บาท คิดเป็น 120,000 บาทต่อปี รวมเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดต่อเดือนเดือนละ 338,189 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดปีที่ 2 ได้ 4,058,268 บาท มีกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อเดือนเดือนละ 75,811 บาท คิดเป็นกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีปีที่ 2 ได้ 909,732 บาท ค่าภาษี 136,459.8 (15%) บาท มีกำไรสุทธิ ปีที่ 2 ได้ 773,272.2 บาท

7.3.4.1.3 งบกำไรขาดทุนเครื่องตีผลไม้เพิ่มธัญพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผงในปีที่ 3 มีจำนวนสินค้า 90,000 แก้ว แบ่งเป็นจำนวน 7,500 แก้ว ต่อเดือน มีราคา 109 บาท เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 817,500 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 3 ได้ 9,810,000 บาท มีต้นทุนสินค้าขาย เป็นรายจ่ายต่อเดือนเดือนละ 322,500 บาท คิดเป็นรายจ่ายปีที่ 3 ได้ 3,870,000 บาท ทำให้มีกำไรขั้นต้น เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 495,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการกำไรขั้นต้นปีที่ 3 ได้ 5,940,000 บาท ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาดต่อเดือนเดือนละ 338,189 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดปีที่ 3 ได้ 4,058,268 บาท มีกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อเดือนเดือนละ 75,811 บาท คิดเป็นกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีปีที่ 3 ได้ 1,881,732 บาท ค่าภาษี 282,259.8 (15%) บาท มีกำไรสุทธิ ปีที่ 3 ได้ 1,599,472.2 บาท อธิบายดังตารางดังนี้

ตารางที่ 7.14: งบกำไรขาดทุน 3 ปี เครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธาตุพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง

ตารางงบกำไรขาดทุน ปี เครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธาตุพืชและสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง 3			
งบกำไรขาดทุน	ปีที่1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้ จำนวน (ราคา)	54,000)109(	72,000)109(	90,000)109(
รายได้จากการขายบริการ/	5,886,000	7,848,000	9,810,000
ต้นทุนสินค้าขาย	1,890,000	2,880,000	3,870,000
กำไรขั้นต้น (บาท)	3,996,000	4,968,000	5,940,000
ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาด			
เงินเดือนพนักงาน	1,080,000	1,392,000	1,392,000
ค่าเช่า	720,000	720,000	720,000
ค่าน้ำ	180,000	180,000	180,000
ค่าไฟ	240,000	240,000	240,000
ค่าโทรศัพท์	12,000	12,000	12,000
ค่าใช้จ่ายการตลาด	135,500	135,500	135,500
ค่าเสื่อมราคา	1,258,768	1,258,768	1,258,768
ค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่น ๆ	120,000	120,000	120,000
รวมค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด(บาท)	3,746,268	4,058,268	4,058,268
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี(ทบ)	249,732	909,732	1,881,732
ภาษี	ได้รับยกเว้น	136,459.8	285,259.8
กำไรสุทธิ(บาท)	249,732	773,272.2	1,599,472.2

7.3.4.2.1 งบกำไรขาดทุนเครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธาตุพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผงในปีที่ 1 มีจำนวนสินค้า 72,000 แก้ว แบ่งเป็นจำนวน 6,000 แก้ว ต่อเดือน มีราคา 94 บาท เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 564,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 6,768,000 บาท มีต้นทุนสินค้าขาย เป็นรายจ่ายต่อเดือนเดือนละ 210,000 บาท คิดเป็นรายจ่ายปีที่ 1 ได้ 2,520,000 บาท ทำให้มีกำไรขั้นต้น เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 354,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการกำไรขั้นต้นปีที่ 1 ได้ 4,248,000 บาท ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาดต่อเดือนเดือนละ 312,189 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดปีที่ 1 ได้ 3,746,268 บาท มีกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

ต่อเดือนเดือนละ 41,811 คิดเป็นกำไรก่อนดอกเบี๋ยและภาษีปีที่ 1 ได้ 501,732 บาท ค่าภาษี 75,259.8 (15%) บาท มีกำไรสุทธิ ปีที่ 1 ได้ 426,472.2 บาท

7.3.4.2.2 งบกำไรขาดทุนเครื่องตีผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผงในปีที่ 2 มีจำนวนสินค้า 90,000 แก้ว แบ่งเป็นจำนวน 7,500 แก้ว ต่อเดือน มีราคา 94 บาท เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 705,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 2 ได้ 8,460,000 บาท มีต้นทุนสินค้าขาย เป็นรายจ่ายต่อเดือนเดือนละ 300,000 บาท คิดเป็นรายจ่ายปีที่ 2 ได้ 3,600,000 บาท ทำให้มีกำไรขั้นต้น เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 405,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการกำไรขั้นต้นปีที่ 2 ได้ 4,860,000 บาท ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาดต่อเดือนเดือนละ 338,189 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดปีที่ 2 ได้ 4,058,268 บาท มีกำไรก่อนดอกเบี๋ยและภาษีต่อเดือนเดือนละ 66,811 คิดเป็นกำไรก่อนดอกเบี๋ยและภาษีปีที่ 2 ได้ 801,732 บาท ค่าภาษี 120,259.8 (15%) บาท มีกำไรสุทธิ ปีที่ 2 ได้ 681,472.2 บาท

7.3.4.2.3 งบกำไรขาดทุนเครื่องตีผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผงในปีที่ 3 มีจำนวนสินค้า 108,000 แก้ว แบ่งเป็นจำนวน 9,000 แก้ว ต่อเดือน มีราคา 94 บาท เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 846,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 3 ได้ 10,152,000 บาท มีต้นทุนสินค้าขาย เป็นรายจ่ายต่อเดือนเดือนละ 387,000 บาท คิดเป็นรายจ่ายปีที่ 3 ได้ 4,644,000 บาท ทำให้มีกำไรขั้นต้น เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 459,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการกำไรขั้นต้นปีที่ 3 ได้ 5,508,000 บาท ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาดต่อเดือนเดือนละ 338,189 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดปีที่ 3 ได้ 4,058,268 บาท มีกำไรก่อนดอกเบี๋ยและภาษีต่อเดือนเดือนละ 120,811 คิดเป็นกำไรก่อนดอกเบี๋ยและภาษีปีที่ 3 ได้ 1,449,732 บาท ค่าภาษี 217,459.8 (15%) บาท มีกำไรสุทธิ ปีที่ 3 ได้ 1,232,272.2 บาท อธิบายดังตารางดังนี้

ตารางที่ 7.15: งบกำไรขาดทุน 3 ปี เครื่องตีผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง

ตารางงบกำไรขาดทุน ณประโยชน์ชนิดผงปี เครื่องตีผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณ 3			
งบกำไรขาดทุน	ปีที่1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้ จำนวน (ราคา)	72,000)94(	90,000)94(	108,000)94(
รายได้จากการขายบริการ/	6,768,000	8,460,000	10,152,000
ต้นทุนสินค้าขาย	2,520,000	3,600,000	4,644,000
กำไรขั้นต้น (บาท)	4,248,000	4,860,000	5,508,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.15 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน 3 ปี เครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง

ตารางงบกำไรขาดทุน ปี เครื่องดื่มผลไม้เพิ่มธัญพืชหรือสารสกัดคุณประโยชน์ชนิดผง 3			
งบกำไรขาดทุน	ปีที่1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาด			
เงินเดือนพนักงาน	1,080,000	1,392,000	1,392,000
ค่าเช่า	720,000	720,000	720,000
ค่าน้ำ	180,000	180,000	180,000
ค่าไฟ	240,000	240,000	240,000
ค่าโทรศัพท์	12,000	12,000	12,000
ค่าใช้จ่ายการตลาด	135,500	135,500	135,500
ค่าเสื่อมราคา	1,258,768	1,258,768	1,258,768
ค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่น ๆ	120,000	120,000	120,000
รวมค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด(บาท)	3,746,268	4,058,268	4,058,268
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี(บาท)	501,732	801,732	1,449,732
ภาษี	75,259	120,259.8	217,459.8
กำไรสุทธิ(บาท)	426,472.2	773,272.2	1,232,272.2

7.3.4.3.1 งบกำไรขาดทุนเครื่องดื่มผลไม้และเนื้อผลไม้ ในปี 1 มีจำนวนสินค้า 90,000 แก้ว แบ่งเป็นจำนวน 7,500 แก้ว ต่อเดือน มีราคา 79 บาท เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 592,500 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 1 ได้ 7,110,000 บาท มีต้นทุนสินค้าขาย เป็นรายจ่ายต่อเดือนเดือนละ 262,500 บาท คิดเป็นรายจ่ายปีที่ 1 ได้ 3,150,000 บาท ทำให้มีกำไรขั้นต้น เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 330,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการกำไรขั้นต้นปีที่ 1 ได้ 3,960,000 บาท ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาดต่อเดือนเดือนละ 312,189 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดปีที่ 1 ได้ 3,746,268 บาท มีกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อเดือนเดือนละ 17,811 บาท คิดเป็นกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีปีที่ 1 ได้ 213,732 บาท มีกำไรสุทธิ ปีที่ 1 ได้ 213,732 บาท

7.3.4.3.2 งบกำไรขาดทุนเครื่องตีผลไม้และเนื้อผลไม้ ในปีที่ 2 มีจำนวนสินค้า 108,000 แก้ว แบ่งเป็นจำนวน 9,000 แก้ว ต่อเดือน มีราคา 79 บาท เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 711,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 2 ได้ 8,532,000 บาท มีต้นทุนสินค้าขาย เป็นรายจ่ายต่อเดือนเดือนละ 360,000 บาท คิดเป็นรายจ่ายปีที่ 2 ได้ 4,320,000 บาท ทำให้มีกำไรขั้นต้น เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 351,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการกำไรขั้นต้นปีที่ 2 ได้ 4,212,000 บาท ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาดต่อเดือนเดือนละ 338,189 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดปีที่ 2 ได้ 4,147,768 บาท มีกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อเดือนเดือนละ 12,811 บาท คิดเป็นกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีปีที่ 2 ได้ 153,732 บาท มีกำไรสุทธิ ปีที่ 2 ได้ 153,732 บาท

7.3.4.3.3 งบกำไรขาดทุนเครื่องตีผลไม้และเนื้อผลไม้ ในปีที่ 3 มีจำนวนสินค้า 126,000 แก้ว แบ่งเป็นจำนวน 10,500 แก้ว ต่อเดือน มีราคา 79 บาท เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 829,500 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการรายได้ปีที่ 3 ได้ 9,954,000 บาท มีต้นทุนสินค้าขาย เป็นรายจ่ายต่อเดือนเดือนละ 451,500 บาท คิดเป็นรายจ่ายปีที่ 3 ได้ 5,418,000 บาท ทำให้มีกำไรขั้นต้น เป็นรายได้ต่อเดือนเดือนละ 378,000 บาท คิดเป็นอัตราผลประกอบการกำไรขั้นต้นปีที่ 3 ได้ 4,536,000 บาท ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาดต่อเดือนเดือนละ 338,189 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดปีที่ 3 ได้ 4,058,268 บาท มีกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีต่อเดือนเดือนละ 39,811 บาท คิดเป็นกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีปีที่ 3 ได้ 477,732 บาท ค่าภาษี 71,659.8(15%) บาท มีกำไรสุทธิ ปีที่ 3 ได้ 406,072.2 บาท อธิบายดังตารางดังนี้

ตารางที่ 7.16: งบกำไรขาดทุน 3 ปี เครื่องตีผลไม้และเนื้อผลไม้

ตารางงบกำไรขาดทุน ปี เครื่องตีผลไม้และเนื้อผลไม้			
งบกำไรขาดทุน	ปีที่1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้ จำนวน (ราคา)	90,000)79(	108,000)79(	126,000)79(
รายได้จากการขายบริการ/	7,110,000	7,848,000	10,152,000
ต้นทุนสินค้าขาย	3,150,000	4,320,000	5,418,000
กำไรขั้นต้น (บาท)	3,960,000	4,212,000	4,536,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.16 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน 3 ปี เครื่องดื่มผลไม้และเนื้อผลไม้

ตารางงบกำไรขาดทุน ปี เครื่องดื่มผลไม้และเนื้อผลไม้ 3			
งบกำไรขาดทุน	ปีที่1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายจากการขายและการตลาด			
เงินเดือนพนักงาน	1,080,000	1,392,000	1,392,000
ค่าเช่า	720,000	720,000	720,000
ค่าน้ำ	180,000	180,000	180,000
ค่าไฟ	240,000	240,000	240,000
ค่าโทรศัพท์	12,000	12,000	12,000
ค่าใช้จ่ายการตลาด	135,500	135,500	135,500
ค่าเสื่อมราคา	1,258,768	1,258,768	1,258,768
ค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่น ๆ	120,000	120,000	120,000
รวมค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด(บาท)	3,746,268	4,058,268	4,058,268
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี(บาท)	213,732	153,732	477,732
ภาษี	ได้รับยกเว้น	ได้รับยกเว้น	71,659.8
กำไรสุทธิ(บาท)	213,732	153,732	406,072.2

7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน

จากการประมาณการรายได้ กำไรสุทธิของแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ตลอด 3 ปี มีกำไรสุทธิ 773,536.2 บาท จากราคาสินค้าปกติ 79 บาท ใช้ระยะเวลาคืนทุน 4 ปี ทั้งนี้ระยะเวลาคืนทุนขึ้นอยู่กับจำนวนสินค้าและราคาสินค้าของแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ราคาของสินค้าที่เพิ่มขึ้น สามารถเปลี่ยนแปลงยอดขาย ต้นทุนสินค้า ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาดทำให้กำไรสุทธิที่ได้รับจากการขายสินค้าต่อปีเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

จุดคุ้มทุนของแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice หากคำนวณจากราคาสินค้าต่ำสุด คือ 79 บาท มีต้นทุนสินค้าขายคงที่ต่อเดือนเดือนละ 248,360 บาท คิดเป็นรายจ่ายต่อปีได้ 2,980,320 บาท ทำให้ธุรกิจต้องการจำนวนสินค้าที่ต้องการขายทั้งหมด 85,152 ชิ้น ต่อปี คิดเป็น 7,096 ชิ้นต่อเดือน โดยไม่รวมสินค้าอย่างอื่น

ผลตอบแทนจากการลงทุน ธุรกิจเป็นที่รู้จักในวงกว้าง สินค้าสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ธุรกิจเติบโตและมีช่องทางในการจัดจำหน่ายมากขึ้น

7.5 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน แบ่งตามวัตถุประสงค์การใช้งาน 4 ประการ ได้แก่

1) การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity Ratio) 2) การวิเคราะห์ความสามารถในการหา
กำไร (Profitability Ratio) 3) การวิเคราะห์ความสามารถ (ประสิทธิภาพ) ในการดำเนินงาน
(Efficiency Ratio) 4) การวิเคราะห์โครงสร้างของเงินทุนหรือภาระหนี้สิน (Leverage Ratio or
Financial Policy Ratio) อธิบายได้ดังนี้

7.5.1. การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity Ratio)

7.5.1.1 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนหรืออัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio)

อัตราส่วนทุนหมุนเวียน = สินทรัพย์หมุนเวียน / หนี้สินหมุนเวียน

ปีที่ 1 = $7,110,000 / 6,896,268 = 1.03$ เท่า

ปีที่ 2 = $8,532,000 / 8,378,268 = 1.02$ เท่า

ปีที่ 3 = $9,954,000 / 9,476,268 = 1.05$ เท่า

ค่าที่คำนวณได้มากกว่า 1 บ่งบอกถึงสภาพคล่องที่ดี เพราะมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่า
หนี้สินระยะสั้น ทำให้กิจการมีความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้น

ค่าที่คำนวณได้น้อยกว่า 1 บ่งบอกถึงสภาพคล่องที่ไม่ดี เพราะมีสินทรัพย์หมุนเวียนน้อยกว่า
หนี้สินระยะสั้น ทำให้กิจการไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้น

7.5.1.2 อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio or Acid Test Ratio)

อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว = (สินทรัพย์หมุนเวียน - สินค้าคงเหลือ) / หนี้สินหมุนเวียน

ปีที่ 1 = $(7,110,000 - 252,000) / 6,896,268 = 0.99$ เท่า

ปีที่ 2 = $(8,532,000 - 432,000) / 8,378,268 = 0.97$ เท่า

ปีที่ 3 = $(9,954,000 - 619,200) / 9,476,268 = 0.98$ เท่า

ธุรกิจมีสินทรัพย์หมุนเวียนที่ไม่รวมสินค้าคงเหลือ คิดเป็น 0.9 เท่า ของหนี้สินหมุนเวียน

7.5.1.3 อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ (Account Receivable Turnover)

อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ = ยอดขายรวม / ลูกหนี้ถัวเฉลี่ย

ลูกหนี้ถัวเฉลี่ย = (ลูกหนี้ต้นงวด + ลูกหนี้ปลายงวด) / 2

ปีที่ 1 = $7,110,000 / 787,500 = 9$ เท่า

ปีที่ 2 = $8,532,000 / 1,080,000 = 7.9$ เท่า

ปีที่ 3 = $9,954,000 / 1,354,500 = 7.3$ เท่า

หากค่าที่คำนวณได้มีค่าสูง แสดงถึงความสามารถในการบริหารลูกหนี้ให้แปลงสภาพเป็นเงิน
สดได้เร็ว

7.5.1.4 ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บหนี้ (Average Collection Period)

ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บหนี้ (วัน) = 365 วัน / อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้

$$\text{ปีที่ 1} = 365 / 9 = 40.55 \text{ วัน}$$

$$\text{ปีที่ 2} = 365 / 7.9 = 46.20 \text{ วัน}$$

$$\text{ปีที่ 3} = 365 / 7.3 = 50 \text{ วัน}$$

ธุรกิจใช้เวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้การค้าเฉลี่ย 40-50 วัน แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีสภาพคล่องทางการเงินที่ไม่ดี เพราะใช้เวลาในการชำระหนี้มาก ทำให้บริษัทขาดสภาพคล่องทางการเงินได้

7.5.1.5 อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover)

อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ = ต้นทุนสินค้าขาย / สินค้าคงเหลือเฉลี่ย

สินค้าคงเหลือเฉลี่ย = (สินค้าต้นงวด + สินค้าปลายงวด) / 2

$$\text{ปีที่ 1} = 3,150,000 / 63,000 = 50 \text{ เท่า}$$

$$\text{ปีที่ 2} = 4,320,000 / 108,000 = 40 \text{ เท่า}$$

$$\text{ปีที่ 3} = 5,418,000 / 154,000 = 35.18 \text{ เท่า}$$

หากคำนวณได้สูง แสดงถึงความสามารถในการบริหารการขายสินค้าได้เร็ว

7.5.1.6 ระยะเวลาการจำหน่าย (ขาย) สินค้า

ระยะเวลาในการจำหน่าย = 365 (วัน) / อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ

$$\text{ปีที่ 1} = 365 / 50 = 7.3 \text{ วัน}$$

$$\text{ปีที่ 2} = 365 / 40 = 9.1 \text{ วัน}$$

$$\text{ปีที่ 3} = 365 / 35.18 = 10.37 \text{ วัน}$$

หากตัวเลขน้อยแสดงว่าใช้เวลาในการขายสินค้าได้เร็ว

7.5.2 ความสามารถในการหากำไร (Profitability Ratio)

7.5.2.1 อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)

อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)(%) = กำไรขั้นต้น / ยอดขาย

กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย - ต้นทุนสินค้าและบริการ

$$\text{ปีที่ 1} = 7,110,000 - 6,896,268 = 213,732 / 7,110,000 (*100) = 3\%$$

$$\text{ปีที่ 2} = 8,532,000 - 8,378,268 = 153,732 / 8,532,000 (*100) = 1.8\%$$

$$\text{ปีที่ 3} = 9,954,000 - 9,476,268 = 477,732 / 9,954,000 (*100) = 4.8\%$$

อัตราส่วนกำไรขั้นต้นของธุรกิจ มีค่าเท่ากับ 3 % สรุปได้ว่าการลงทุน 100 บาท จะหากำไร

ได้ 3 บาท

7.5.2.2 อัตราผลกำไรจากผลการดำเนินงาน (Operating Profit Margin)

อัตราผลกำไรจากผลการดำเนินงาน (%) = กำไรจากการดำเนินงาน / ยอดขาย

$$\text{ปีที่ 1} = 213,732 / 7,110,000 (*100) = 3\%$$

$$\text{ปีที่ 2} = 153,732 / 8,532,000 (*100) = 1.8\%$$

$$\text{ปีที่ 3} = 406,072.2 / 9,954,000 (*100) = 4.07\%$$

เมื่อธุรกิจหักต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ออกจากยอดขายสุทธิแล้ว ธุรกิจจะมีกำไรจากการดำเนินงานเท่ากับ 3 % จากยอดขายสุทธิ

7.5.2.3 อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)

อัตรากำไรสุทธิ (%) = กำไรสุทธิ / ยอดขายสุทธิ

$$\text{ปีที่ 1} = 213,732 / 7,110,000 (*100) = 3\%$$

$$\text{ปีที่ 2} = 153,732 / 8,532,000 (*100) = 1.8\%$$

$$\text{ปีที่ 3} = 406,072.2 / 9,954,000 (*100) = 4.07\%$$

หากค่าที่คำนวณได้สูง แสดงว่าความสามารถของการดำเนินงานและผลิตภัณฑ์ของธุรกิจมีคุณภาพมากทำให้สามารถทำกำไรได้ดี

หากค่าที่คำนวณได้ต่ำ แสดงว่ากิจการอาจจะมีปัญหาในการดำเนินงาน เช่น ไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ หรือในอุตสาหกรรมมีคู่แข่งมากจึงไม่สามารถเพิ่มราคาของผลิตภัณฑ์ได้ทำให้ไม่ได้กำไรเท่าที่ควร

7.5.2.4 อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Return On Equity or ROE)

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

$$\text{ปีที่ 1} = 213,732 / 3,000,000 (*100) = 7.1\%$$

$$\text{ปีที่ 2} = 153,732 / 3,000,000 (*100) = 5.1\%$$

$$\text{ปีที่ 3} = 406,072.2 / 3,000,000 (*100) = 13.5\%$$

ROE มีค่าสูง แสดงว่ากิจการมีความสามารถในการทำกำไรสูงเมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น ทำให้ผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นสูง ผู้ลงทุนที่ถือหุ้นของกิจการนั้น ๆ มีโอกาสได้ผลตอบแทนสูง

ROE มีค่าต่ำ แสดงว่ากิจการมีความสามารถในการทำกำไรต่ำเมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น กิจการจึงสามารถสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นได้ต่ำ

7.5.3 อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการทำงาน (Efficiency Ration)

7.5.3.1 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA)

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (%) = กำไรสุทธิ / สินทรัพย์รวม

$$\text{ปีที่ 1} = 213,732 / 2,836,305 (*100) = 7.5\%$$

$$\text{ปีที่ 2} = 153,732 / 2,836,305 (*100) = 5.4\%$$

$$\text{ปีที่ 3} = 406,072.2 / 2,836,305 (*100) = 14.3\%$$

หาก ROA ที่คำนวณได้มีค่ามาก แสดงว่ากิจการได้นำสินทรัพย์ที่มีอยู่ไปใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ได้ผลตอบแทนรับผลตอบแทนสูง

หาก ROA ที่คำนวณได้มีค่าน้อย แสดงว่ากิจการได้นำสินทรัพย์ที่มีอยู่ไปใช้ในการดำเนินงานได้อย่างไร้ประสิทธิภาพ ทำให้ผลตอบแทนจากการใช้สินทรัพย์ไม่ดีเท่าที่ควร

7.5.3.2 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร (ROFA)

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร (ROFA) = กำไรสุทธิ / สินทรัพย์ถาวร

$$\text{ปีที่ 1} = 213,732 / 2,336,305 (*100) = 9.148\%$$

$$\text{ปีที่ 2} = 153,732 / 2,336,305 (*100) = 6.58\%$$

$$\text{ปีที่ 3} = 406,072.2 / 2,336,305 (*100) = 17.38\%$$

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร หากกำไรมาก จะคืนทุนเร็ว

7.5.3.3 อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Asset Turnover)

อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (ครั้ง) = ยอดขายสุทธิ / สินทรัพย์ถาวร

$$\text{ปีที่ 1} = 7,110,000 / 2,336,305 (*100) = 3 \text{ ครั้ง}$$

$$\text{ปีที่ 2} = 8,532,000 / 2,336,305 (*100) = 1.8 \text{ ครั้ง}$$

$$\text{ปีที่ 3} = 9,954,000 / 2,336,305 (*100) = 4.1 \text{ ครั้ง}$$

อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร หากจำนวนครั้งมากเท่าไร แสดงว่าธุรกิจมีสินทรัพย์ถาวรมากกว่ายอดขายสุทธิ

7.5.3.4 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total Assets Turnover)

อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (ครั้งหรือเท่า) = ยอดขายสุทธิ / สินทรัพย์รวม

$$\text{ปีที่ 1} = 7,110,000 / 2,836,305 = 2.5 \text{ เท่า}$$

$$\text{ปีที่ 2} = 8,532,000 / 2,836,305 = 2.05 \text{ เท่า}$$

$$\text{ปีที่ 3} = 9,954,000 / 2,836,305 = 3.51 \text{ เท่า}$$

อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม แสดงให้เห็นว่าธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่มีอยู่ได้คุ้มค่าแค่ไหน

7.5.4 อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Leverage Ratio or Financial Ratio)

7.5.4.1 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt/Equity Ratio)

อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า) = หนี้สินรวม (Total Debt) / ส่วนของเจ้าของ (Equity)

$$\text{ปีที่ 1} = 6,896,268 / 3,000,000 = 2.29 \text{ เท่า}$$

$$\text{ปีที่ 2} = 8,378,268 / 3,000,000 = 2.79 \text{ เท่า}$$

$$\text{ปีที่ 3} = 9,476,268 / 3,000,000 = 3.16 \text{ เท่า}$$

อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ถ้าอัตราส่วนนี้สูง มีโอกาสที่ธุรกิจจะไม่สามารถชำระดอกเบี้ยได้สูงตามไปด้วย

7.5.4.2 ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage)

ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (เท่า) = [กำไรสุทธิ + ภาษีเงินได้ - ดอกเบี้ยจ่าย] / ดอกเบี้ยจ่าย

$$\text{ปีที่ 1} = 213,732 + 0 - 0 / 0 = 0$$

$$\text{ปีที่ 2} = 153,732 + 0 - 0 / 0 = 0$$

$$\text{ปีที่ 3} = 406,072.2 + 71,659.8 + 0 / 0 = 0$$

ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย เป็นการวัดความสามารถของธุรกิจในการจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ ผลคำนวณออกมามีค่าสูง แสดงว่าธุรกิจมีความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยสูง

บทที่ 8

แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

8.1 แผนฉุกเฉิน: แผนปฏิบัติการ กรณีเกิดเหตุที่ทำให้เกิดผลกระทบทางลบต่อธุรกิจ

ปัจจุบันวิถีชีวิตของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป เกิดได้จากสภาพเศรษฐกิจ การเมืองในประเทศ และสังคมเมือง ทำให้ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตมากขึ้น จากความวุ่นวายต่าง ๆ ทำให้การดำเนินธุรกิจต้องเปลี่ยนแปลง แก้ไขอยู่ตลอดเวลา จึงมีแผนสำรองในการบริหารความเสี่ยง อธิบายได้ดังนี้

ความเสี่ยงด้านการเงินและสภาพคล่องของธุรกิจ คือ ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบ แก้ไขโดยการจัดทำบัญชีควบคุม บริหารต้นทุนวัตถุดิบให้เพียงพอต่อทำธุรกิจ ใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล เพื่อไม่ให้ต้นทุนสูงเกินไป นำผลไม่ตามฤดูกาลมาจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และธุรกิจเปลี่ยนสถานที่ซื้อวัตถุดิบตลอดเวลา แก้ไขโดยการติดต่อกับผู้ขายวัตถุดิบแต่ละชนิดโดยตรง เพื่อกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อวัตถุดิบแต่ละครั้งอย่างเหมาะสม

ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน คือ คู่แข่งในพื้นที่การค้าเพิ่มขึ้น ราคาถูกกว่า คุณภาพด้อยกว่า แก้ไขโดยการสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าให้แตกต่าง ทำให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่ากับสินค้า และราคาที่เหมาะสม

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน คือ ปริมาณวัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิตสินค้า ไม่ตรงกับปริมาณที่นำมาใช้ในการผลิต อาจขาดหรือเกินเมื่อนำมาผลิตสินค้า แก้ไขโดยการมีขั้นตอนการผลิตที่ละเอียดชัดเจน เข้าใจง่าย พนักงานสามารถนำไปใช้ได้ทันที

ความเสี่ยงด้านการบริหาร คือ ความชำนาญในการบริหารธุรกิจไม่เพียงพอต่อการนำไปขยายธุรกิจให้ใหญ่ขึ้น เพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ แก้ไขโดยการพัฒนาความรู้ ติดตามข่าวสารจากธุรกิจใกล้เคียงกัน คล้ายกัน หรือเหมือนกัน เพิ่มทักษะและความชำนาญในการบริหารธุรกิจ จากคนที่มีความรู้ มีประสบการณ์ ประสบความสำเร็จ พร้อมถ่ายทอดความรู้และให้แนวทางเพื่อนำไปปรับใช้และพัฒนาให้ดีขึ้น

ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจ คือ วัตถุดิบขึ้นราคา แก้ไขโดยการมีสินค้าอื่น นอกจากสินค้าเดิม สามารถขายควบคู่กันได้ เพื่อชดเชยต้นทุนสินค้า และผู้บริโภคเปลี่ยนรสนิยม แก้ไขโดยการสร้างการรับรู้ สร้างความต้องการให้กับผู้บริโภค นำเสนอคุณค่า คุณประโยชน์ของสินค้า ให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการ สร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคโดยมีการจัดส่งสินค้าในพื้นที่ใกล้เคียง

ความเสี่ยงและแผนการจัดการความเสี่ยง มีตารางอธิบายดังนี้

ตารางที่ 8.1: ความเสี่ยงและแผนการจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านการเงินและสภาพคล่อง	แผนการจัดการความเสี่ยงด้านการเงินและสภาพคล่อง
ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบ - เปลี่ยนสถานที่ซื้อวัตถุดิบตลอดเวลา -	จัดทำบัญชีควบคุม บริหารเงินสดจากการ - ใช้ วัตถุดิบตามฤดูกาล เพื่อนำมาจัดกิจกรรม ส่งเสริมการตลาด ติดต่อกับผู้ขายวัตถุดิบแต่ละชนิดโดยตรง เพื่ - กำหนดปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบที่แน่นอน
ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน	แผนการจัดการความเสี่ยงด้านการแข่งขัน
มีคู่แข่งเพิ่มขึ้น ราคาของคู่แข่งถูกกว่า - คุณภาพด้อยกว่า	สร้างเอกลักษณ์ - ษณ์ของสินค้าให้แตกต่าง ทำให้ ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่า พอใจกับราคาที่เหมาะสม
ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน	แผนการจัดการความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน
ปริมาณวัตถุดิบที่นำไปใช้ผลิตสินค้า ไม่ตรงกับ - ปริมาณที่นำมาใช้ อาจขาด หรือเกิน	มีขั้นตอนผลิตสินค้าอย่างละเอียด ปริมาณ วัตถุดิบที่เหมาะสมต่อการผลิตสินค้า
ความเสี่ยงด้านการบริหาร	แผนการจัดการความเสี่ยงด้านการบริหาร
ไม่มีความชำนาญในการบริหารแผนธุรกิจให้ - ขยายตัวสู่ระดับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่	พัฒนาความรู้ ติดตามข่าวสารแวดวงธุรกิจ - อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มทักษะ และความชำนาญในการบริหารธุรกิจ
ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจ	แผนการจัดการความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ
วัตถุดิบขึ้นราคา - ผู้บริโภคเปลี่ยนรสนิยม -	- มีสินค้าอื่นควบคู่กับสินค้าเดิม เพื่อชดเชย ต้นทุนสินค้า - สร้างความตระหนัก และความต้องการให้แก่ ผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ สร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคในการ - ใช้บริการ โดยมีบริการจัดส่งให้กับผู้บริโภคใน พื้นที่ใกล้เคียง

8.2 แผนอนาคต

ธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice เมื่อผ่านไประยะเวลาหนึ่ง ผู้บริโภคอาจลดความประทับใจและความตื่นเต้นลง เพราะมีความคุ้นเคยมากขึ้น ควบคู่กับกระแสสุขภาพมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ธุรกิจจึงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นสินค้า การบริการ การบริหารธุรกิจ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อรักษากลุ่มผู้บริโภคเก่า สร้างผู้บริโภคใหม่ นอกจากนั้นยังมีความต้องการขยายธุรกิจไปสู่ย่านการค้าใกล้เคียง เพื่อขยายกลุ่มผู้บริโภค สร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคในตลาดใหม่ในอนาคต

แผนอนาคต หากแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ประสบความสำเร็จ ธุรกิจเป็นที่ยอมรับ เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice มีแผนสร้างสินค้าสุขภาพใหม่ ควบคู่กับสินค้าเก่า สร้างทางเลือกใหม่ และเพิ่มความต้องการให้กับผู้บริโภคกลุ่มใหม่ เข้ามาซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice อย่างต่อเนื่อง

แผนอนาคต หากแผนธุรกิจเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice ไม่ประสบความสำเร็จตามแผนธุรกิจที่วางไว้ ธุรกิจมีแผนปรับโครงสร้างสินค้าและราคาใหม่ทั้งหมด รวมถึงรูปแบบและขนาดของธุรกิจ ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

บรรณานุกรม

- เทรนด์สุขภาพมาแรง คนเมืองยุคใหม่ตั้งเป้าชีวิตดีมีสุข. (2561). สืบค้นจาก <https://www.bltbangkok.com/WellBeing/เทรนด์สุขภาพมาแรงคนเมืองยุคใหม่ตั้งเป้าชีวิตดีมีสุข>
- เที่ยวย่านสยาม ย่านตำนานในมุมใหม่ ค้นหาเรื่องราวอันน่าสนใจหลากหลายมิติผ่านจิตวิญญาณของย่านสยาม. (2560). สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/pr-news/siam/>
- บริษัท ตั้งยั้งวัฒนา จำกัด. (2562). ผลิตภัณฑ์ธัญพืชคัดพิเศษ ภายใต้ชื่อสินค้า “เสือบิน”. สืบค้นจาก <http://www.tangying.co.th/>
- บริษัท ไร่ธัญญา จำกัด. (2562). ผลิตภัณฑ์ธัญพืช ภายใต้ชื่อสินค้า “ไร่ทิพย์”. สืบค้นจาก <http://www.raitip.com/products.php>
- ปวัน เลิศพยับ. (2561). กฎหมายกับการประกอบธุรกิจในประเทศไทย (ส่วนที่ 1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นธุรกิจ). สืบค้นจาก <http://prompt-legal.co.th/law-business-thailand-start-th/>
- ปัจจัยลบรุมเร้าเศรษฐกิจไทย 4 ปมใหญ่ถล่มซ้ำการเมือง. (2562, 11 พฤษภาคม) ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/columns/news-325897>
- เปิดเทรนด์อาหารปี 2018 เหตุใด.. คนยุคใหม่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น. (2560, 1 สิงหาคม). ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/business/1022282>
- แผนที่. (2562). สืบค้นจาก <https://www.google.co.th/maps>
- ภาพบรรยากาศภายในร้านเครื่องดื่มผลไม้. (2562). สืบค้นจาก <https://www.pinterest.com/muralswallpaper/>
- ระดับกลยุทธ์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategy Level). (2560). สืบค้นจาก <https://greedisgoods.com/ระดับกลยุทธ์-strategy-level/>
- ร้านเครื่องดื่ม Dr. J's JUICE. (2562). สืบค้นจาก https://www.facebook.com/pg/Dr.Jjuice/about/?ref=page_internal
- ร้านเครื่องดื่ม Squeeze by Tipco. (2562). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/SqueezeOfficialThailand/>
- วัตถุดิบจากถั่ว-ธัญพืชนำเข้า. (2562). สืบค้นจาก <https://www.instagram.com/yournuts.th/>
- วัตถุดิบออร์แกนิกจากธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จากออร์แกนิกซีดส์. (2562) สืบค้นจาก <https://www.organicseedsthailand.com/>

- ศุภติ ศุภเมธีศิริ. (2560). *โครงการธุรกิจร้านกาแฟและอาหาร (The Rooftop Hyde-out Café & Bistro)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- เศรษฐกิจไทย กับมรสุมสงครามการค้าโลกและความแน่นอนทางการเมืองในประเทศ. (2562).
สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/finance-stock/money/591598>
- สถาบันอาหาร. (2558). *ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มในประเทศไทย*. สืบค้นจาก
<http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=81>
- สยามอาชีพ. (2562). *ขายของกินอะไรดี? “12 เมนูของกิน” ยอดนิยมขายดีฤดูร้อน*
สืบค้นจาก <https://www.siamarcheep.com/ขายของกินอะไรดี-12เมนูของกินฤดูร้อน.html>
- สารานุกรมเสรี. (2554). *สมูทตี้*. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/สมูทตี้>
- Pat Thitipattakul. (2561). *Delivery 4.0 เมื่อบริการจัดส่งเข้ามามีบทบาทสำคัญกับธุรกิจอาหาร*.
สืบค้นจาก <https://www.disruptignite.com/blog/delivery-impact-on-food-service>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

ทรงวุฒิ ปุณณรัตน์กุล

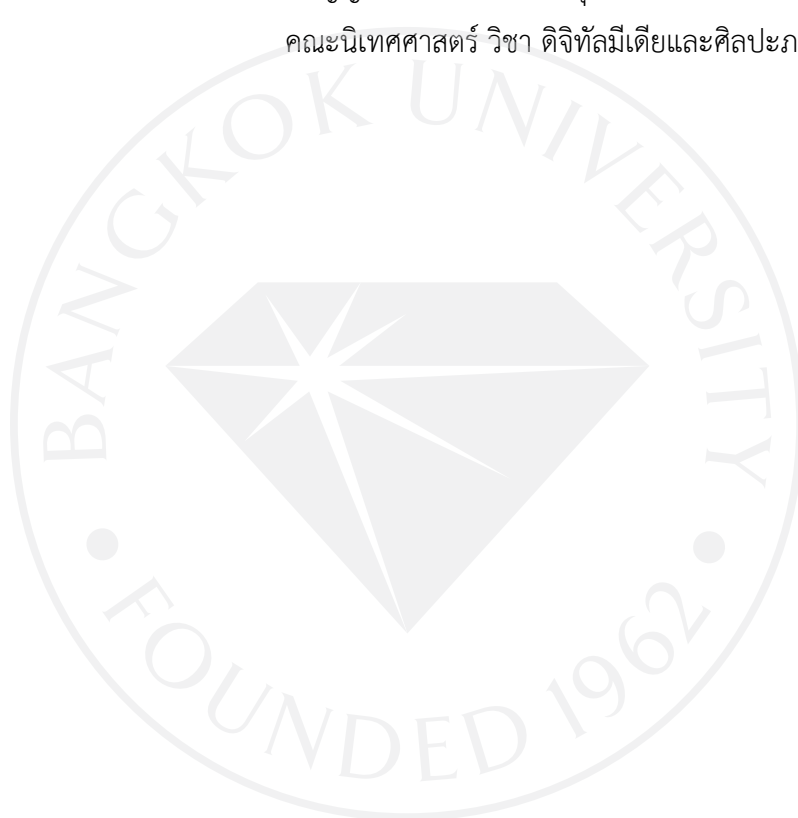
อีเมล

Songwut.pn@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ วิชา ดิจิทัลมีเดียและศิลปภาพยนตร์



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้สิทธิในวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

วันที่ 20 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... อยู่บ้านเลขที่ 19/678

ชื่อยาววงศ์วาน 14 ถนน ยาววงศ์วาน ตำบล/แขวง บางเขน

อำเภอ/เขต เมืองนนทบุรี จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11000

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7611200085

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

คณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว ในงานสารนิพนธ์ /

วิทยานิพนธ์หัวข้อ... แพนเค้กเครื่องดื่มผลไม้ Refresh Smoothie & Juice

The Fruit Drink by Refresh Smoothie & Juice

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด

ระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดย

จะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน

ลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ

บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ

ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้

ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ

อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
()

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภาค)
ผู้อำนวยการหลักสูตร