



แผนธุรกิจนำยาปรับผ้านุ่มสไตล์



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2556

แผนธุรกิจน้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์



ผลงานชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

BUSINESS PLAN OF SOLUTION STYLE



**By
Mr. Chanatip Pitthapati**

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

**A Bussinss Plan Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

2013

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “น้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์” เสนอโดยนายชนาธิป ปิฎฐปาตี มีคุณค่าเพียง
พอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาจุนิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....

(อาจารย์อมรินทร์ เทวตา)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

คณะกรรมการสอบจุนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

()

..... /

..... กรรมการ

(ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... /

ผลงานวิจัยนี้ศึกษา ระดับปริญญาตรี

..... กรรมการ

()

..... /

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “น้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์” เสนอโดยนายชนาธิป ปิฎฐปาดิ มีคุณค่าเพียง
พอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาจุลนิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....

(อาจารย์อมรินทร์ เทวตา)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

คณะกรรมการสอบจุลนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์อมรินทร์ เทวตา)

..... /

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... /

ผลงานวิจัยนี้ศึกษา ระดับปริญญาตรี

..... กรรมการ

(อาจารย์เอกกฤต เลิศวิทยาประดิษฐ์)

..... /

12530030: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: น้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์

ชนาธิป ปิฎฐปาติ: แผนธุรกิจน้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์.อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต.

42 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ห้างหุ้นส่วน Style จำกัด เป็นการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม ที่มีกลิ่นเอกลักษณ์เฉพาะ ตามแต่ไล่ไลฟอสไตล์ของแต่ละบุคคล เหมาะกับผู้บริโภคที่ชื่นชอบกลิ่นที่ฟุ้งสานไปด้วยกลิ่นของพรรณไม้และผลไม้ยาวนานชนิดการออกแบบผลิตภัณฑ์หน้าของจะบ่งบอกถึงบุคลิกภาพของผู้บริโภค จุดเด่นของผลิตภัณฑ์คือ นำเอาหัวน้ำหอมคุณภาพดีและมีกลิ่นที่น่าสนใจและแตกต่างกันออกไป กลิ่นหอมติดทนนาน ทั้งนี้วัสดุที่นำมาใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มได้แก่ N70 น้ำต่าง โดยกิจการได้ให้ความสำคัญในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นมีมาตรฐานเท่ากัน

กิจการมองเห็นว่าเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่งผลให้สินค้าต่างๆมีราคาที่สูงขึ้น ดังนั้นหลายครัวเรือนจึงได้ผลิตน้ำยาอบเนกประสงค์เพื่อใช้เอง กิจการจึงมีแนวคิดที่จะทำธุรกิจเกี่ยวกับน้ำยาปรับผ้านุ่ม เริ่มแรกได้ทดลองผสมน้ำยาซักผ้าเพื่อใช้เองและขายให้กับหมู่เครือญาติและเพื่อนที่ทำงาน ต่อมาเมื่อผลิตภัณฑ์เริ่มมีคำสั่งซื้อมากขึ้น กิจการจึงมีแนวคิดที่จะจัดตั้งกิจการในเชิงการค้าและพาณิชย์ โดยมีการควบคุมกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง ที่ตั้งของสำนักงาน 280 ถนนศรีสุริยวงศ์ ตำบลหน้าเมือง จังหวัดราชบุรี 70000 ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบหลักที่สำคัญทำให้กิจการสามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบได้

เป้าหมายที่สำคัญ คือ การครองส่วนแบ่งตลาดน้ำยาปรับผ้านุ่ม 30 % ภายในระยะเวลา 5 ปี โดยมีวิสัยทัศน์คือ เป็นผู้นำผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่มด้านราคา ที่มีคุณภาพและมาตรฐานการผลิต สำหรับพันธกิจคือ ควบคุมต้นทุนวัตถุดิบ ให้ใช้ต้นทุนต่ำสุดแต่คงซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น พัฒนาทางการตลาด ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มุ่งมั่นที่จะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด และบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดขององค์กร กิจการมีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ด้านผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ โดยการพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลา มีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นแตกต่างจากแบรนด์อื่น กลยุทธ์ด้านราคาปานกลาง แต่ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จัดจำหน่ายตามร้านค้าเนกประสงค์และตามร้านซักรีดทั่วไปเพราะสามารถกระจายสินค้าได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และกลยุทธ์การส่งเสริมการขายต่างๆ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคให้มีความหลากหลายและน่าสนใจยิ่งขึ้น

การจัดหาเงินลงทุนโดยมีทุนส่วนของเจ้าของ จำนวนเงิน 50,000 บาท เงินกู้ยืม 100,000 บาท รวมเงินลงทุนทั้งสิ้น 150,000 บาท ภายใต้สถานการณ์ปกติ ห้างหุ้นส่วน Style จำกัด มีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 9 เดือน ภายใต้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ที่ระดับ 52% ดังนั้นกิจการจึงได้จัดทำแผนธุรกิจนี้ขึ้นเพื่อหาผู้ร่วมลงทุน โดยจะขอธนาคารให้เป็นผู้สนับสนุนวงเงินสินเชื่อ 100,000 บาท ในการนำเงินมาใช้ในการส่งเสริมการตลาด สร้างคลังสินค้าเพิ่มกำลังการผลิต และขยายช่องทางการจัดจำหน่าย กิจการได้มีการคาดคะเนถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตพร้อมทั้งมีการกำหนดวิธีการแก้ไขในสถานการณ์ฉุกเฉิน ทั้งนี้ก็เพื่อรองรับกับปัญหาที่อาจเกิดในอนาคตได้ รวมทั้งได้วางแผนและมองการณ์ไกลในระยะยาวถึงการปรับปรุงกระบวนการในด้านต่างๆ

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่อนักศึกษา 1.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

กิตติกรรมประกาศ

การทำแผนธุรกิจครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความร่วมมือและได้รับความช่วยเหลือจาก บุคคลต่างๆในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ คอยช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำแผนธุรกิจซึ่งทำให้แผนธุรกิจมีความครบถ้วนสมบูรณ์และเสร็จสิ้นด้วย จึงใคร่ขอขอบพระคุณบุคคลเหล่านี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต อาจารย์ที่ปรึกษา การทำแผนธุรกิจครั้งนี้ที่ให้คำแนะนำ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำแผนธุรกิจ และที่สำคัญคอยเข้มงวดและกวดขันให้ผู้ศึกษาสามารถทำแผนธุรกิจได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์ฐิติพร สำราญศาสตร์ ที่กรุณาสละเวลาให้กับผู้ศึกษา คอยให้ความรู้และคำแนะนำต่างๆแก่ผู้ศึกษาโดยเฉพาะแผนการเงิน ทำให้ผู้ศึกษา สามารถทำแผนธุรกิจฉบับนี้ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจให้ตลอดการทำงาน โดยเฉพาะพี่ๆ ที่คอยให้คำแนะนำรวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ศึกษากล้าที่จะทำสิ่งที่ไม่เคยทำ

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ในแผนธุรกิจรวมทั้งคอยให้กำลังใจและคอยช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	1
2 ภาพรวมของกิจการ	2
ความเป็นมาของธุรกิจ	2
รายชื่อหุ้นส่วน ผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือครอง	3
ขั้นตอนการดำเนินงาน	4
3 การวิเคราะห์สถานการณ์	5
ภาวะอุตสาหกรรม	5
ภาพรวมของตลาด	6
สภาพการแข่งขัน	6
การวิเคราะห์สถานการณ์	7
การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน	7
การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	8
4 แผนบริหารการจัดการ	9
รายละเอียดธุรกิจ	9
รายนามผู้เป็นหุ้นส่วน	10
อำนาจการลงนามผูกพันของผู้เป็นหุ้นส่วน	10
ประวัติของผู้เป็นหุ้นส่วน	10
แผนผังองค์กร	11
หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก	12
จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ	13
ภาพรวมกลยุทธ์	13
5 แผนการตลาด	15

บทที่		หน้า
	รายละเอียดธุรกิจ	15
	รูปภาพตัวอย่างสินค้า	15
	การเปรียบเทียบคู่แข่ง	16
	การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	16
	กลยุทธ์ทางการตลาด	18
	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	19
	กลยุทธ์ด้านราคา	20
	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	20
	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย	20
6	แผนการผลิต	21
	สถานประกอบการในการผลิต	21
	ที่ตั้งสถานที่	21
	อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต	22
	วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต	22
	วัตถุดิบทางอ้อมที่ใช้ในการผลิต	23
	กำลังการผลิต	23
	ต้นทุนน้ำยา	23
	ขั้นตอนการผลิต	23
	แผนผังกระบวนการผลิต	24
7	งบการเงิน	25
	ต้นทุนโครงการ และแหล่งที่มาของเงินทุน	25
	การชำระคืนเงินกู้รายปี	26
	การประมาณการสินทรัพย์ในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา	27
	การประมาณการรายได้จากการขายสินค้า	28
	การประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง	29
	การประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า	30
	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	31
	การประมาณการงบกำไรขาดทุน	32

บทที่	หน้า
การประมาณการงบกระแสเงินสด	33
การประมาณการงบดุล	34
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	35
8 แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	36
รายการอ้างอิง	37
ภาคผนวก	38
ภาคผนวก ก รูปภาพหิ้งหุ่นส่วน นำยาปรับผ่านนุ่มStyle จำกัด.....	39
ประวัติผู้เขียน	42



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงรายชื่อหุ้นส่วน ผู้ถือหุ้น สัดส่วนการถือครอง และประวัติของผู้ถือหุ้น ...	3
2	แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน	4
3	การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	7
4	การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	8
5	รายนามผู้เป็นหุ้นส่วน	9
6	แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ	13
7	แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง	16
8	แสดงเครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต	22
9	แสดงวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต	23
10	ต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน	25
11	ตารางแสดงการชำระคืนเงินกู้	26
12	ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา	27
13	ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า	28
14	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง	29
15	ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า	30
16	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	31
17	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	32
18	ประมาณการงบกระแสเงินสด	33
19	ประมาณการงบดุล	34
20	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	35
21	แผนฉุกเฉิน	36

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงแผนผังองค์กร	11
2	แสดงภาพตัวอย่างสินค้า	15
3	แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	17
4	แสดงกลิ่นตัวอย่างของผลิตภัณฑ์.....	18
5	แสดงแผนที่สถานที่ตั้งสำนักงาน	21
6	แสดงแผนผังกระบวนการผลิต	25



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ เป็นจำนวนเงิน 100,000 บาท ใช้สำหรับการก่อตั้งธุรกิจใหม่
2. เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินการธุรกิจ เนื่องจากมีแผนสำรองฉุกเฉินที่เกิดจากปัจจัยภายนอกและไม่สามารถควบคุมได้
3. เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีการลำดับความคิด ในการเตรียมความพร้อมเพื่อเริ่มประกอบการ
4. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในอนาคต

โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. กิจการใช้โฉนดที่ดิน จำนวน 1 ไร่ เพื่อเป็นการค้ำประกันในการขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

ภาพรวมของกิจการ

ความเป็นมาของธุรกิจ

ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้บริโภคนิยมใช้สบู่เพื่อซักผ้า โดยสบู่ทำมาจากไขมันหรือกรดไขมัน เสื้อผ้าที่ซักด้วยสบู่จึงมีไขมันตกค้างอยู่จึงทำให้เสื้อผ้านุ่มมือขึ้น ภายหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีการพัฒนาผงซักฟอก ซึ่งมีคุณสมบัติในการทำมาสะอาดที่สูงกว่าสบู่ ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่กลับไปใช้สบู่ซักผ้าอีก แต่การซักผ้าด้วยผงซักฟอกทำให้ผ้าใยบิดเบี้ยวผิดส่วน ผ้าแข็งและสึกมือ ทั้งนี้เป็นเพราะความสามารถที่ยอดเยี่ยมในการกำจัดคราบสกปรกและคราบไขมันต่าง ๆ ดังนั้นจึงได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ปรับสภาพของผ้า และทำให้ผ้านุ่มขึ้น นั่นก็คือ น้ำยาปรับผ้านุ่ม โดยน้ำยาปรับผ้านุ่มแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ 1. ชนิดที่ใช้ภายหลังการซักผ้า โดยผสมกับน้ำสุดท้ายที่ใช้ล้างผ้า 2. ชนิดที่ผสมกับผงซักฟอกโดยใส่ขณะกำลังซักผ้า 3. ชนิดที่ใช้กับตู้อบผ้า เป็นต้น ซึ่งทั้ง 3 ชนิดให้ผลที่แตกต่างกันในเรื่องของความนุ่มและปริมาณการเกิดไฟฟ้าสถิตบนผ้า ซึ่งน้ำยาปรับผ้านุ่มที่ใสในน้ำล้างสุดท้ายจะให้ความรู้สึกเวลาที่สัมผัสเสื้อผ้าได้ดีที่สุด

ปัจจุบันมีผู้นิยมใช้น้ำยาปรับผ้านุ่ม (fabric softener) ซึ่งได้พัฒนาและถูกนำมาใช้ตามบ้านเรือนนานกว่า 60 ปี กันอย่างแพร่หลาย น้ำยาปรับผ้านุ่มส่งผลดีต่อผู้สวมใส่เสื้อผ้า คือ ช่วยให้ผ้าไม่กระด้าง (anti harshness) ให้ความรู้สึกดีเมื่อสวมใส่เสื้อผ้า ช่วยต้านไฟฟ้าสถิตลดการดูดซับของเหงื่อ และทำให้ผ้ามีกลิ่นหอม ทั้งนี้ยังส่งผลดีต่อเนื้อผ้า คือ ช่วยรักษารูปทรงของเสื้อผ้า ลดรอยยับ ช่วยกำจัดคราบและช่วยให้ผ้าแห้งเร็วขึ้น (สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า, 2552)

จากประวัติและคุณสมบัติของน้ำยาปรับผ้านุ่มข้างต้น กิจการจึงเล็งเห็นว่าเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่งผลให้สินค้าต่าง ๆ มีราคาที่สูงขึ้น ดังนั้น หลายครัวเรือนจึงได้ผลิตน้ำยาอบประสงค์เพื่อใช้เอง อาทิ น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างรถ น้ำยาซักผ้า และน้ำยาล้างจาน เป็นต้น กิจการจึงคิดริเริ่มในการทำธุรกิจเกี่ยวกับน้ำยาปรับผ้านุ่มขึ้นมา โดยได้ศึกษาวิจัย เริ่มแรกได้ทดลองผสมน้ำยาซักผ้าเพื่อใช้เองและขายให้กับหมู่เครือญาติและเพื่อนที่ทำงาน ต่อมาเมื่อผลิตภัณฑ์เริ่มมีคำสั่งซื้อมากขึ้น กิจการจึงมีแนวคิดที่จะจัดตั้งในรูปแบบบริษัท โดยมีการควบคุมกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง

รายชื่อหุ้นส่วน ผู้ถือหุ้น และสัดส่วนการถือครอง

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อหุ้นส่วน ผู้ถือหุ้น สัดส่วนการถือครอง และประวัติของผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ตำแหน่งในกิจการ	สัดส่วน (%)
1	นางสาวชนาธิป ปิฎฐปาตี การศึกษา -ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจ ทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2552	ประธาน	40%
2	นางสาวกุสุมา ปิฎฐปาตี การศึกษา -ระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สาขาเคมี) คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2546	ผู้จัดการฝ่ายการผลิต และฝ่ายการตลาด	20%
3	นางสาวสุคатиพย์ สุขประมุล การศึกษา -ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจ ทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2550	ผู้จัดการ ฝ่ายการเงินและบัญชี	20%
4	นางสาวอรรพรรณ ใจสมัคร การศึกษา -ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจ ทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2549	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	20%

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ตารางที่ 2 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

การดำเนินงาน ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ศึกษาความเป็นไปได้ของกิจการ	←→											
การวางแผนจัดตั้งกิจการ	←→											
การหาทำเลที่ตั้งโรงงานและสำนักงาน	←→											
ติดต่อขอกู้ยืมเงิน	←→											
วางผังโรงงานจัดทำขั้นตอนการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพ		←→										
จัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักร	←→											
จัดหาและคัดเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบ	←→											
สรรหา คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงาน	←→											
เตรียมความพร้อมก่อนเปิดกิจการ	←→											
ประชาสัมพันธ์		←→										
เปิดกิจการ			←→									
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	←→											

บทที่ 3

วิเคราะห์สถานการณ์

สถานะอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ ในประเทศไทยในปีพ.ศ.2555 คาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภค ในช่วงการฟื้นฟูหลังจากผ่านพ้นวิกฤติปัญหา น้ำท่วมหนักที่รุกรามไปทั่วในหลายพื้นที่ของประเทศทำให้เศรษฐกิจมีแนวโน้มที่ดีขึ้น แต่ทั้งนี้ ปัจจัยลบที่สำคัญที่อาจกระทบกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย การปรับค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาทของประเทศ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่มีความเปราะบาง ผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจทางการเงินยุโรป โดยเฉพาะประเทศกรีซ และภาวะถดถอยของสหรัฐอเมริกา รวมทั้งปัญหาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2556)

กิจการน้ำยาปรับผ้านุ่มจัดอยู่ในอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องการการผลิตที่มีมาตรฐานและการผลิตออกมาหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าคู่แข่ง และการสร้างความแตกต่างให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เมื่อมีประชากรเพิ่มขึ้น ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ก็จะมีมากขึ้น นอกจากนี้การใช้เคมีภัณฑ์ยังทำให้มีการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งถือได้ว่าเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ

ภาพรวมตลาด

น้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของใช้ส่วนบุคคล ปัจจุบันตลาดน้ำยาปรับผ้านุ่ม แบ่งออกเป็น 2 ตลาด คือ สุตรธรรมดาและสูตรเข้มข้น จุดขายเน้นการปรับปรุงกลิ่น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญ ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทั้งนี้แนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาดนั้น จะขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจ ภาคการผลิต และบริโคนั้นเอง

ผลจากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 62% ไม่ค่อยมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและมีแนวโน้มสูงเกี่ยวกับการเปลี่ยนยี่ห้อน้ำยาปรับผ้านุ่มไปเรื่อย ๆ 24% ใช้ยี่ห้อเดียวโดยไม่คิดจะเปลี่ยนยี่ห้อ 8% ใช้ยี่ห้อสลับไปมาในช่วงเวลาเดียวกัน และ 6% ไม่ค่อยคำนึงถึงยี่ห้อจะเป็นยี่ห้อไหนก็ได้ (เคพีเอ็นทีลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด, 2552)

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่มที่ต้องการ คือ

- มีกลิ่นหอมติดทนนาน 97%
- ป้องกันกลิ่นอับชื้นสำหรับซักกลางคืน

- ปกป้องเชื้อโรคจากแบคทีเรีย 69%
- ไม่ทำให้เกิดการระคายเคืองผิว 64%
- ถนอมเส้นใย ชีตอายุผ้าใช้งานได้นานยิ่งขึ้น 64%
- ละลายน้ำได้อย่างรวดเร็ว และไม่เป็นไขหรือทิ้งคราบในเครื่องซักผ้า 36%
- มีส่วนผสมของมอยเจอร์ไรเซอร์ ที่ช่วยให้มีเนื้อนุ่ม 21%
- ไม่ทำให้เกิดไฟฟ้าสถิต ป้องกันผ้าลื่นติดกัน 20%

จากการศึกษาข้อมูลของ บริษัทฟาร์อีสท์ ดีดี ในปีพ.ศ.2555 พบว่า ภาพรวมของตลาดน้ายาปรับผ้านุ่มอยู่ที่ 7,350 ล้านบาทแบ่งเป็นสูตรธรรมดา 59% สูตรเข้มข้น 41% โดยปัจจุบันแบรนด์ผู้นำตลาดกลุ่มหลัก คือ คอมฟอร์ท 31% คาว์นี่ 17% ไฟไลน์ 17% ไฮยีน 15% และไฮคลาส 8%

จากการศึกษาข้อมูลของ สยามธุรกิจ ในปีพ.ศ. 2555 พบว่าจากการตรวจสอบสภาพอุตสาหกรรมและภาพรวมตลาด กิจการมีแนวคิดที่จะผลิตน้ายาปรับผ้านุ่มสูตรธรรมดา เนื่องจากน้ายาปรับผ้านุ่มสูตรเข้มข้นมีราคาสูง และจากการตรวจสอบภาพรวมของตลาดกิจการจึงนำเอาบทสำรวจตลาดข้างต้นมาพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องและผลักดันให้คุณสมบัติเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ กลิ่นหอมที่ติดทนนานที่ผู้บริโภคคำนึงถึงสิ่งแรกในการเลือกซื้อ ดังนั้น กิจการจึงเขียนแผนธุรกิจน้ายาปรับผ้านุ่ม Style ขึ้นเนื่องจากเล็งเห็นว่าธุรกิจนี้สามารถสร้างผลกำไรในระยะยาวให้แก่กิจการได้

สภาพการแข่งขัน

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม FIVE FORCE MODEL

1. อุปสรรคด้านคู่แข่งภายในอุตสาหกรรม (Threat of Industry Competitors)

อุปสรรคด้านคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมนั้น มีค่อนข้างสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์น้ายาปรับผ้านุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน ดังนั้น จึงมีผู้ผลิตจำนวนมากภายในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะนอกเขตอำเภอเมือง ที่มีการผลิตน้ายาปรับผ้านุ่มราคาถูกเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคในละแวกชุมชนนั้น

2. อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรม (Threat of New Entrants)

อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ค่อนข้างสูง เนื่องจากขั้นตอนการผลิตน้ายาปรับผ้านุ่มไม่ซับซ้อน อีกทั้งวัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายประกอบกับเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก กิจการจึงเสี่ยงต่ออุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ที่อาจเข้ามาเลียนแบบและแทรกแซงส่วนแบ่งทางการตลาด

3. อุปสรรคจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)

อุปสรรคจากสินค้าทดแทนสูง เนื่องจากมีสินค้าที่สามารถทดแทนน้ำยาปรับผ้านุ่มได้ เช่น ผงซักฟอกชนิดน้ำแบบ 2 IN 1 , น้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรเข้มข้น เป็นต้น

4. อุปสรรคด้านอำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (Threat of Growing Bargaining Power of Buyer)

อุปสรรคด้านอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคค่อนข้างสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ซักผ้ามีผู้ผลิตมากมาย แนวโน้มการแข่งขันจึงสูง ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ทั้งนี้ ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคพิจารณาในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากสินค้าไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน

5. อุปสรรคด้านอำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Threat of Growing Bargaining Power of Supplier)

อุปสรรคด้านอำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายมีความต้องการปัจจัยด้านวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจึงมีอำนาจต่อรองในด้านราคาและเงื่อนไขในการขาย

การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT ANALYSIS)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการผลิต	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้บริหารมีความรู้ด้านการผลิตเป็นอย่างดี 2. มีการควบคุมมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน เพื่อให้เกิดการสูญเสียของชิ้นงานน้อยที่สุด 3. ขั้นตอนการผลิตไม่ซับซ้อนทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มีเครื่องจักรในกระบวนการผลิต
ด้านการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการวิจัย และศึกษาความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ 2. ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกและคุณภาพดี 3. การตลาดในละแวกชุมชนทำได้ง่าย เนื่องจากมีการกำหนดลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เนื่องจากเป็นตราสินค้าใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน(ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	1. มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า 2. ผู้บริหารมีความผู้เชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจ 3. บริหารจัดการได้อย่างเป็นระบบ ให้ทุก ๆ แผนกสามารถทำงานได้อย่างไหลลื่น	1. อำนาจการตัดสินใจ ขึ้นอยู่กับผู้จัดการ และรองผู้จัดการ
ด้านการเงิน	1. มีการปิดงบและวางแผนทุกสิ้นเดือน	1. กิจการขาดระบบบัญชีการเงินที่เป็นมาตรฐาน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ด้านสังคม	1. ผู้บริโภคคำนึงถึงค่าใช้จ่าย และความจำเป็นในการซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคเพิ่มมากขึ้น	1. ค่านิยมที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
ด้านวัฒนธรรม	1. นำยาปรับสีน้ำนมเป็นสินค้าที่แถบทุกครัวเรือนเลือกใช้	-
ด้านเศรษฐกิจ	1. หลังผ่านพ้นวิกฤตปัญหาน้ำท่วม ทำให้เศรษฐกิจมีแนวโน้มที่ดีขึ้น	1. เศรษฐกิจของประเทศมีความแปรปรวน 2. ค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4
แผนบริหารการจัดการ

รายละเอียดธุรกิจ

ชื่อกิจการ	ห้างหุ้นส่วน สไตล์ จำกัด
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	สำนักงานที่ 280 ถนนศรีสุริยวงศ์ ตำบลหน้าเมือง จังหวัดราชบุรี 70000
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	ห้างหุ้นส่วนจำกัด
ทุนจดทะเบียน	150,000 บาท

รายนามผู้เป็นหุ้นส่วน

ตารางที่ 5 รายนามผู้เป็นหุ้นส่วน

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งในกิจการ	สัดส่วน(%)
1	นายชนาธิป ปิณฑุชาติ	ประธาน	40%
2	นางสาวกฤษมา ปิณฑุชาติ	ผู้จัดการฝ่ายผลิตและ ฝ่ายการตลาด	20%
3	นางสาวสุดาทิพย์ สุขประมุข	ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี	20%
4	นางสาวอรรวรรณ ใจสมักร	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	20%

อำนาจการลงนามผูกพันของผู้เป็นหุ้นส่วน

การทำธุรกรรมใด ๆ จะมอบฉันทะให้นางสาวกฤษมา ปิณฑุชาติ ลงนามแทน จึงจะเป็นการทำธุรกรรมในฐานะของห้างหุ้นส่วนที่สมบูรณ์

ประวัติของผู้เป็นหุ้นส่วน

นายชนาธิป ปิณฑุชาติ

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2552

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2553-2554 บริษัทประกันภัย ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย

ปี พ.ศ. 2555 ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ตำแหน่งพนักงานฝ่ายบัญชี

นางสาวกุสุมา ปิณฑุภาติ

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สาขาเคมี)

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2546

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2554-2555 บริษัท ศรีเทพไทยเคมี จำกัด

ตำแหน่งพนักงานฝ่ายควบคุมการผลิต

นางสาวสุดาทิพย์ สุขประมุล

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2552

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2554-2555 ธนาคารออมสิน สาขาระนอง ตำแหน่งพนักงานฝ่ายสินเชื่อ

ปี พ.ศ. 2554-2555 ธนาคารทหารไทย สาขาชะอำ ตำแหน่งพนักงานฝ่ายการเงิน

นางสาวอรรวรรณ ใจสมัคร

การศึกษา

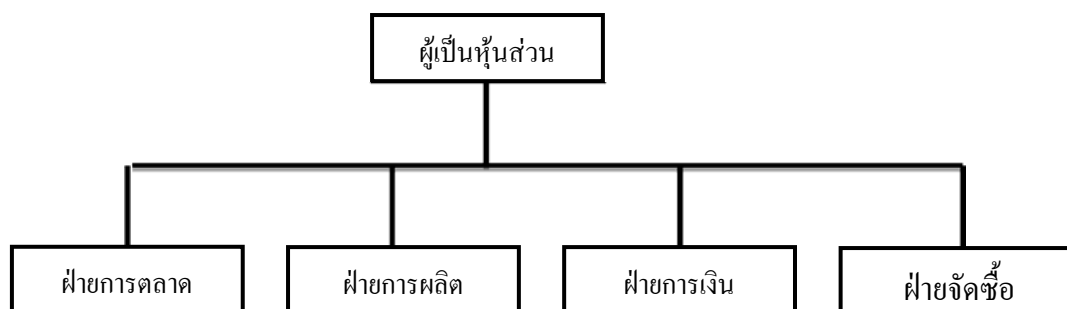
ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2549

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2554-2555 ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ ตำแหน่งพนักงานฝ่ายจัดซื้อ

แผนผังองค์กร



ภาพที่ 1 แสดงแผนผังองค์กร

หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

ชื่อ	นายชนาธิป ปิณฑูปาตี
ตำแหน่ง	ประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าจัดทำกลยุทธ์ต่าง ๆ รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับกิจการ
การศึกษา/คุณสมบัติ	ปริญญาตรี/สามารถทำการวิเคราะห์การตลาดได้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถทำความเข้าใจกับตลาดได้เป็นอย่างดี
อัตราเงินเดือน	700 บาท/วัน

ชื่อ	นางสาวกฤษมา ปิณฑูปาตี
ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาด
หน้าที่ความรับผิดชอบ	พนักงานตรวจสอบสินค้า ดูแลความรับผิดชอบด้านความผลิตทั้งหมด
การศึกษา/คุณสมบัติ	ปริญญาตรี/สามารถทำการวิเคราะห์การตลาดได้ มีความรู้ด้านเคมีภัณฑ์ สามารถทำความเข้าใจกับตลาดได้เป็นอย่างดี
อัตราเงินเดือน	600 บาท/วัน

ชื่อ นางสาวสุดาทิพย์ สุขประมุข

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดูแลด้านการเงินและบัญชีของบริษัท จัดทำงบต่าง ๆ
รายรับรายจ่ายของกิจการ

การศึกษา/คุณสมบัติปริญญาตรี เป็นคนละเอียดรอบคอบ สามารถทำงาน
การเงินต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง เป็นคนซื่อสัตย์

อัตราเงินเดือน 600 บาท/วัน

ชื่อ นางสาวอรรรณ ใจสมักร

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ

หน้าที่ความรับผิดชอบ ปริญญาตรี/มีทักษะในการพูดเพื่อทำการติดต่อสื่อสาร
กับลูกค้าและนำเสนองาน มีความรู้ในด้านการขนส่ง
สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้เป็นอย่างดี

การศึกษา/คุณสมบัติ

อัตราเงินเดือน 600 บาท/วัน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ(ทำงาน 12 วัน)

ลำดับ	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราค่าแรง/วัน	รวม เงินเดือน
1	ประธาน	1	700	8,400
2	ฝ่ายตลาด	1	600	7,200
3	ฝ่ายบัญชีและการเงิน	1	600	7,200
4	ฝ่ายจัดซื้อ	1	600	7,200
รวม		4	2,500	30,000

ภาพรวมกลยุทธ์

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ เป็นผู้นำผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่มที่ได้รับความนิยมที่สุดในจังหวัดราชบุรี ”

พันธกิจ (Mission)

1. ควบคุมต้นทุนวัตถุดิบให้ใช้ต้นทุนต่ำสุดแต่คงซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์
2. รักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น
3. พัฒนาทางด้านการตลาดในเรื่องของการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
4. มุ่งมั่นที่จะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
5. มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดขององค์กร

เป้าหมายทางธุรกิจ (Business Objective)

เป้าหมายระยะสั้น ดำเนินกิจการให้มียอดขายเพิ่มขึ้น, ผลิตสินค้าให้ได้ตามปริมาณที่กำหนด ส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงตามกำหนดเวลา

เป้าหมายระยะกลาง เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าและจังหวัดใกล้เคียง โดยให้มียอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 10%

เป้าหมายระยะยาว เป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้ผลตอบแทนจากการลงทุน ไม่ต่ำกว่า 50% ต่อปี

วัตถุประสงค์

1. เพิ่มยอดขายในปีที่ 2-5 ให้ได้ปีละ 10% ตามลำดับ
2. ลดความสูญเสียของผลิตภัณฑ์สำเร็จให้ไม่เกิน 5% ในปีแรก

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. ความยืดหยุ่น

กิจการมีขนาดเล็กและมีความคล่องตัวสูงจึงสามารถทำงานได้สะดวกรวดเร็วในการกระจายสินค้าให้ผู้บริโภค นอกจากนี้จะมีการเชื่อมโยงระบบข้อมูลด้านการตลาดและด้านการจัดซื้อเข้าด้วยกันเพื่อการจัดหาสินค้าในปริมาณที่เหมาะสม

2. คุณภาพ

ผลิตภัณฑ์ของกิจการมุ่งส่วนผสมที่ได้รับการยอมรับถึงประสิทธิผล ซึ่งเน้นการผลิตที่ใหม่ สะอาด ไม่มีการผลิตสินค้าเก็บไว้

3. นวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์ของกิจการใช้วัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติและกระบวนการหมักที่ไม่เหมือนใคร

4. การตอบสนองของลูกค้า

กิจการใส่ใจต่อการตอบสนองต่อลูกค้าโดยให้ความสำคัญด้านความต้องการของลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า โดยเริ่มจากการวิจัยตลาดเพื่อศึกษาถึงความต้องการเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่บริโภคสนใจและอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า โดยคัดเลือกช่องทางจำหน่ายที่เหมาะสม

บทที่ 5
แผนการตลาด

รายละเอียดธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม Style เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นเอกลักษณ์เฉพาะ ตามแต่ไล่ไล่สไตล์ของแต่ละบุคคล เหมาะกับผู้บริโภคที่ชื่นชอบกลิ่นที่ผสมไปด้วยกลิ่นของพรรณไม้ และผลไม้ที่น่าสนใจ



ภาพที่ 2 แสดงภาพตัวอย่างสินค้า

การเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

การเปรียบเทียบ	Style	Klean soft	fineline
ด้านผลิตภัณฑ์	1. ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นที่โดดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง 2. กลิ่นติดทนนาน 3. มีกลิ่นให้เลือกรสรรใช้หัวน้ำหอมเกรด A	1. ไม่มีกลิ่นให้เลือกรสรร	1. . ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นที่หลากหลาย 2. กลิ่นติดทนนาน
ด้านราคา	1. ราคาถูก	1. ราคาปานกลาง	1. ราคาปานกลาง-สูง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1. วางจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป ตามร้านซักอบรีด 2. ใน website	1. ใน Web-site	1. ตามท้องตลาดทั่วไป 2. ใน Web-site
ด้านส่งเสริมการขาย	1. มีโปรโมชั่นต่างๆ	1. มีโปรโมชั่นต่างๆ	1. มีโปรโมชั่นต่างๆ

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

STP Marketing ซึ่งประกอบด้วย

Segmentation

1. ระดับการแบ่งส่วนตลาด: ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม Style เป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งตลาดเป้าหมายผู้บริโภคที่ชื่นชอบกลิ่นตามแต่ละไลฟ์สไตล์ของบุคคล

2. หลักเกณฑ์ในการแบ่งตลาดผู้บริโภค

2.1 เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์

เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ตามรายได้

รายได้ของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งสำคัญ โดยปัจจุบันผู้บริโภคตระหนักในเรื่องการใช้จ่ายมากขึ้น และจะใช้จ่ายเฉพาะสิ่งของที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น ทางกิจการ เลยมีการควบคุมค่าใช้จ่าย ด้านวัตถุดิบและด้านการผลิตเพื่อตอบสนองในการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์

2.2 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมทัศนคติและความต้องการ

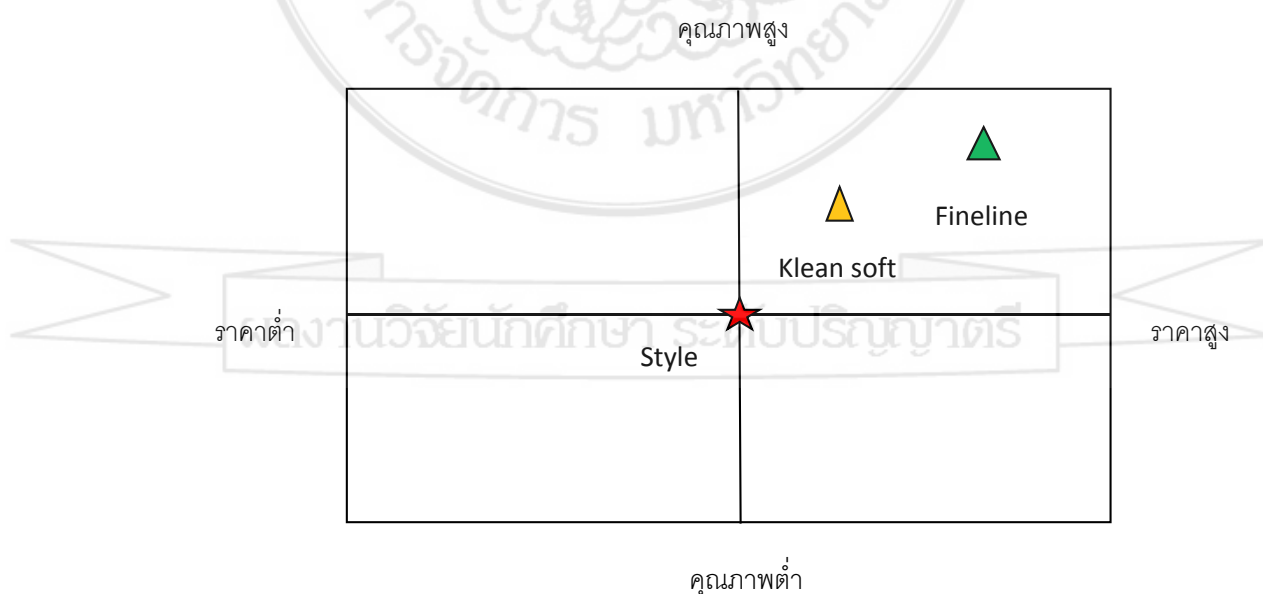
กลิ่นหอมของเสื้อผ้าช่วยเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อบุคลิกภาพ ถือเป็นค่านิยมอย่างหนึ่ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่มเป็นสินค้าที่ทุกครัวเรือนเลือกใช้ ดังนั้นการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคนั้น จึงคำนึงถึงกลิ่นของผลิตภัณฑ์และราคาของผลิตภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่

ตลาดเป้าหมาย (Targeting)

จากการวิเคราะห์ตลาด กิจกรรมสังเกตเห็นช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ส่วนมากถูกขายให้กับร้านซักอบรีด และตามครัวเรือนต่างๆ ดังนั้นจึงได้มีแนวคิดที่จะวางจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อทั่วไปตามเขตชุมชน ให้สินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นการทดลองตลาด

การวางตำแหน่ง (Position)

กิจกรรมวางตำแหน่งจากคุณภาพและราคา เนื่องจากสินค้าของกิจการเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับระดับราคา เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีราคาถูกและคุณภาพดี โดยกิจการจะใช้เกณฑ์คุณภาพและราคาในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เพื่อค้นหาตำแหน่งทางการตลาด ทั้งนี้กิจการมีความมุ่งมั่นในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ให้สามารถยอมรับ จัดจำหน่าย และเกิดการซื้อซ้ำ



ภาพที่ 3 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

กลยุทธ์ทางการตลาด Marketing Mix (4P's)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม Style เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นเอกลักษณ์เฉพาะตามแต่ละไลฟ์สไตล์ของแต่ละบุคคล เหมาะสำหรับผู้บริโภคทั้งเพศหญิงและชายที่ชื่นชอบกลิ่นที่ผสมผสานไปด้วยกลิ่นของพรรณไม้และผลไม้มาชนิด การออกแบบผลิตภัณฑ์หน้าซองจะบ่งบอกถึงบุคลิกภาพของผู้บริโภค อีกทั้งช่วยสร้างจินตนาการให้แก่ผู้บริโภคถึงกลิ่นหอมของน้ำยาปรับผ้านุ่ม ทั้งนี้วัสดุที่นำมาใช้น้ำยาปรับผ้านุ่ม จะใช้หัวน้ำหอมคุณภาพเกรด A ซึ่งได้จากกลิ่นของพรรณไม้และผลไม้ นอกจากนี้ยังใช้ N70 สารลดแรงตึงผิวประจุลบ มีหน้าที่เป็นสารทำความสะอาดขจัดคราบไขมันทำให้เกิดฟอง โดยจะคำนึงถึงเส้นใยผ้าและผู้บริโภคที่สวมใส่ ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในทุกกระบวนการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นมีมาตรฐานเท่ากันน้ำยาปรับผ้านุ่ม Style ได้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานทั่วไป (มอก.) เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการการันตีถึงคุณภาพของแบรนด์ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ นำเอาหัวน้ำหอมคุณภาพดีและมีกลิ่นที่น่าสนใจและแตกต่างกันออกไป และกลิ่นหอมที่ติดทนนาน

ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม Style มีกลิ่นให้เลือกสรรและสะท้อนไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคทั้งหมด 5 กลิ่น ดังนี้



เหมาะสำหรับผู้ชายทันสมัย กลิ่นน้ำหอมอ่อน ๆ ของพันธุ์ไม้ เครื่องเทศ



กลิ่นน้ำหอมจากอังกฤษ ด้วยกลิ่นหอมที่สกัดจากดอก Clementine Honeysuckle และ Rose



สะท้อนความสดใสของวัยสาว โคดเด่น มีความมันใจ
เปี่ยมด้วยรสนิยมนพราวเสน่ห์ ชวนหลงใหล และความหอมสดชื่น



สำหรับชายหนุ่มที่เผยความเช่กซี้ ความเป็นหนุ่มฮอต
และเท่ห้



เป็นกลิ่นน้ำหอมที่ช่วยผ่อนคลาย สะกดอารมณ์
ของผู้สวมใส่ให้เบิกบาน สกัดจากกลิ่นของผลไม้
นานาชนิด

กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม แบ่งตามลักษณะของการบรรจุหีบห่อ ซึ่งมี 2 ขนาด ดังนี้

ขนาด	ราคา
ถุง(0.75 ลิตร)	30 บาท
แพ็ค 6 ถุง	150 บาท
ราคาที่ร้านค้านำไปจำหน่าย	37 บาท

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม Style จะวางจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป ตามร้านซักอบรีด โดยผู้บริโภครู้สึกที่ให้ความสนใจสามารถสั่งซื้อได้โดยตรง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักทางกิจการจึงอาศัยร้านสะดวกซื้อตามชุมชนเพื่อสร้างลูกค้าสัมพันธ์ และใช้กลยุทธ์แบบปากต่อปากในการทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม Style มีการใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายโดยมีส่วนแบ่งและโบนัสให้กับร้านสะดวกซื้อที่ทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย และคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค อาทิเช่น กิจการจะมีการพัฒนากลิ่นของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และพัฒนาสารที่ช่วยถนอมเส้นใยผ้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการคาดการณ์ในเป้าหมายระยะยาวให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยอาจจะคิดค้นบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกในการใช้งาน เป็นต้น อันจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

บทที่ 6
แผนการผลิต

สถานประกอบการในการผลิต

ตั้งอยู่ที่ 280 ถนนศรีสุริยวงศ์ ตำบลหน้าเมือง จังหวัดราชบุรี 70000 ลักษณะเป็นโรงงานบนที่ดินเล็กๆ ติดถนน เป็นทรัพย์สินของเจ้าของกิจการ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 5 แผนที่ตั้งของกิจการ

อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ตารางที่ 8 แสดงอุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	รวมเงิน
อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต				
1	ถังสแตนเลสสำหรับเติมน้ำร้อน	2,000.00	2	4,000.00
2	เครื่องรีดปิดผนึกปากถุง	1,500.00	2	3,000.00
3	ถังผสมน้ำยา	500.00	10	5,000.00
4	ไม้พายสำหรับกวนผสมน้ำยา	300	10	3,000.00
5	ถังหมักน้ำยา	800.00	5	4,000.00
6	บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป	4.00	10,000	40,000.00
รวมเงินทั้งสิ้น				59,000.00
เครื่องใช้สำนักงาน				
1	โต๊ะ	2,000.00	2	4,000.00
2	เก้าอี้	250.00	8	2,000.00
3	เครื่องระบายน้ำ	2,500.00	1	2,500.00
รวมเงินทั้งสิ้น				8,500.00
7	ยานพาหนะ (มอเตอร์ไซด์)	20,000.00	1	20,000.00
รวมเงินทั้งสิ้น				20,000.00
ยอดรวมอุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต				87,500.00

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต

ตารางที่ 5 แสดงวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต

กำลังการผลิต

จำนวนการผลิตสูงสุด	90	ถุงต่อวัน
จำนวนวันที่ใช้ในการผลิตต่อเดือน/ปี	8	วัน/เดือน
จำนวนเวลาผลิตต่อวัน	8	ชั่วโมง/วัน
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	3	คน/วัน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	335	บาท/วัน

ต้นทุนน้ำยา (ต่อ 1 แพ็ค)

N70	70	บาท
หัวเชื้อหมัก	20	บาท
หัวน้ำหอม	30	บาท
บรรจุภัณฑ์	4	บาท
รวม	124	บาท

วัตถุดิบ

ตารางที่ 9 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าต่อหน่วย

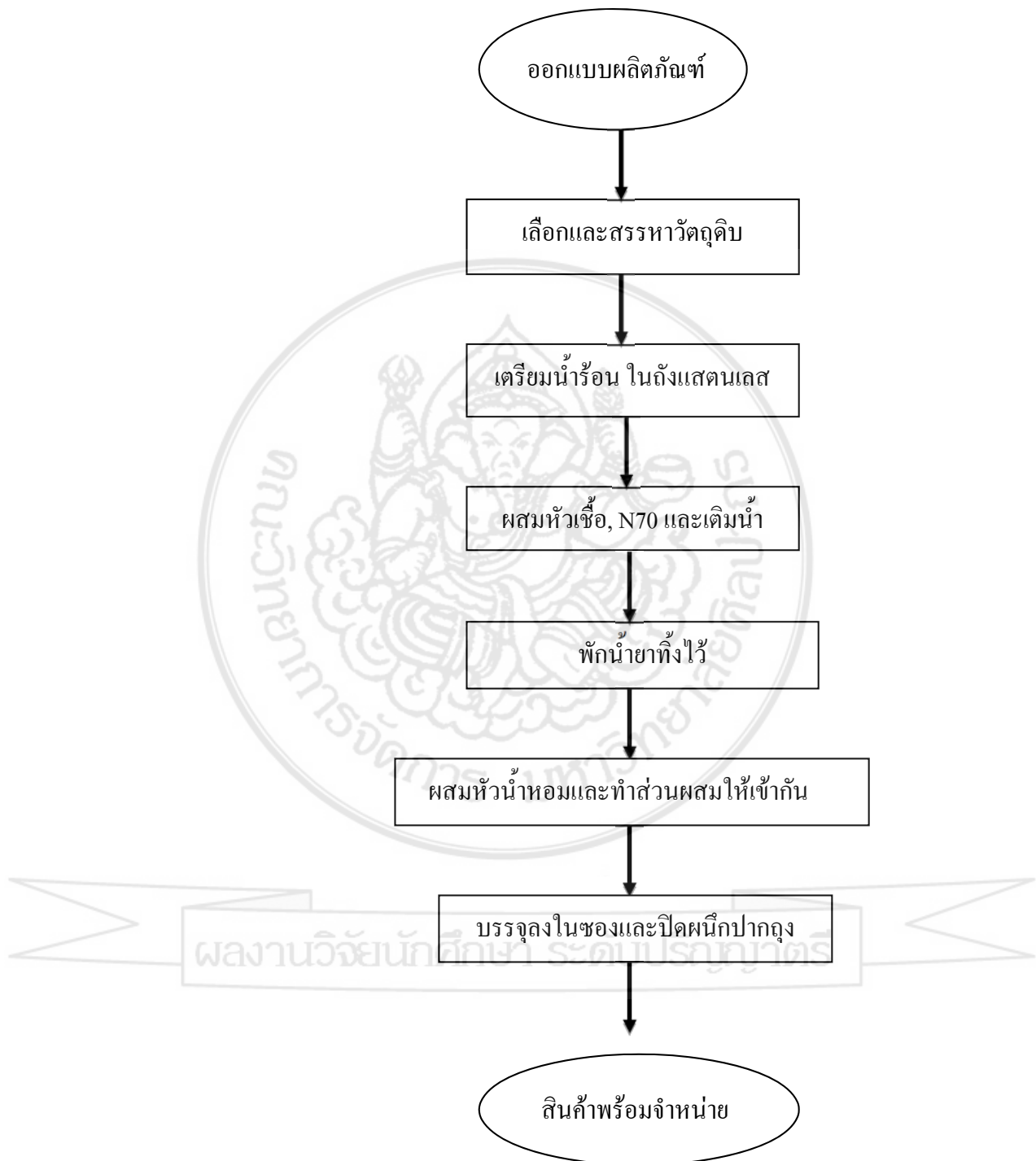
จำนวน	รายการ	บาท
1	N70	10
2	หัวเชื้อหมัก	3
3	หัวน้ำหอม	5
	รวม	18

ขั้นตอนการผลิตน้ำยาปรับผ้านุ่ม

1. เตรียมน้ำร้อน ในถังสแตนเลส เพื่อให้หัวเชื้อละลายได้ดีขึ้น แล้วพักไว้
2. นำหัวเชื้อและ N70 มาเทลงในเครื่องจักรผสมน้ำยา ค่อยเทน้ำร้อนที่พักไว้ก่อนหน้า นี้ เพื่อปรับความเหนียวขึ้น โดยให้เครื่องจักรผสมหัวเชื้อ กวนละลายไปเรื่อยๆระหว่างเติมน้ำร้อน
3. รองนน้ำยาปรับผ้านุ่มเย็นตัวลงในถังหมักผสม จึงค่อยเติมกลิ่นหัวน้ำหอมลงไป (ห้ามเติมกลิ่นขณะยังร้อนอยู่ เพราะความร้อนจะทำให้กลิ่นระเหย)
4. นำเข้าสู่เครื่องบรรจุน้ำยาปรับผ้านุ่มและรีดปิดผนึกปากถุง เสร็จขั้นตอนการผลิตเตรียมจัดส่งให้ผู้บริโภคต่อไป

สรุป รวมเวลาการผลิตต่อครั้งใช้เวลา 15 นาที ได้น้ำยา 1 ถัง บรรจุเป็นผลิตภัณฑ์ได้ 3-4 ถุง ต่อคนงานหนึ่งคน

แผนผังกระบวนการผลิต



ภาพที่ 6 แผนผังกระบวนการผลิต

บทที่ 7

แผนการเงิน

ตารางที่ 10 ต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

รายการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของผู้ถือหุ้น
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
1. เงินทุนหมุนเวียน				
1.1 เงินสดสำรองการดำเนินงาน	150,000.00	-	100,000.00	50,000.00
รวมเงินทุนหมุนเวียน	150,000.00	-	100,000.00	50,000.00
2. ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์				
2.1 ที่ดิน	1,500,000.00	-	-	1,500,000.00
2.2 อุปกรณ์ในการผลิตสินค้า	59,000.00	-	-	59,000.00
2.3 เครื่องใช้สำนักงาน	8,500.00	-	-	8,500.00
2.5 ยานพาหนะ	20,000.00	-	-	20,000.00
รวมทรัพย์สินไม่หมุนเวียน	1,587,500	-	-	1,587,500
3. รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	40,000.00	-	-	40,000.00
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	40,000.00	-	0	40,000.00
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น	1,777,500	-	100,000	1,677,500
อัตราส่วนหนี้สิน: ส่วนของผู้ถือหุ้น	1.00		0.15	0.85

ตารางที่ 11 การชำระคืนเงินกู้รายปี

ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ ดอกเบี้ย
1	100,000.00	20,000.00	7,000.00	27,000.00
2	80,000.00	20,000.00	5,600.00	25,600.00
3	60,000.00	20,000.00	4,200.00	24,200.00
4	40,000.00	20,000.00	2,800.00	22,800.00
5	20,000.00	20,000.00	1,400.00	21,400.00
รวม		100,000.00	21,000.00	121,000.00

หมายเหตุ : อัตราดอกเบี้ย 7% ต่อปี (อัตราดอกเบี้ยต่อปีมาจากค่าถัวเฉลี่ยดอกเบี้ยของ 3 ธนาคาร)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 12 ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา

รายการ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวมทั้งสิ้น	อัตราค่าเสื่อมราคา	ค่าเสื่อมราคาต่อปี	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ
	(หน่วย)	(บาท)	(บาท)	ต่อปี (%)	(บาท)	(สิ้นปีที่ 1)	(สิ้นปีที่ 2)	(สิ้นปีที่ 3)	(สิ้นปีที่ 4)	(สิ้นปีที่ 5)
อุปกรณ์										
ถังสแตนเลสสำหรับเติมน้ำร้อน	2	2,000	4,000	20%	800	3,200	2,400	1,600	800	2
เครื่องรีดปิดผนึกปากถุง	2	1,500	3,000	20%	600	2,400	1,800	1,200	600	2
ถังผสมน้ำยา	10	500	5,000	20%	1,000	4,000	3,000	2,000	1,000	10
ไม้พายสำหรับกวนผสมน้ำยา	10	300	3,000	20%	600	2,400	1,800	1,200	600	10
ถังหมักน้ำยา	5	800	4,000	20%	800	3,200	2,400	1,600	800	5
บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป	10,000	4	40,000	20%	8,000	32,000	24,000	16,000	8,000	10,000
รวม	10,029	5,104	59,000	-	11,800	47,200	35,400	23,600	11,800	10,029
เครื่องใช้สำนักงาน										
โต๊ะ	2	2,000	4,000	20%	800	3,200	2,400	1,600	800	2
เก้าอี้	8	250	2,000	20%	400	1,600	1,200	800	400	8
เครื่องระบายอากาศ	1	2,500	2,500	20%	500	2,000	1,500	1,000	500	1
พัดลม	2	500	1,000	20%	200	800	600	400	200	2
รวม	13	5,250	9,500	-	1,900	7,600	5,700	3,800	1,900	13
ยานพาหนะ										
มอเตอร์ไซด์	1	20,000	20,000	20%	4,000	16,000	12,000	8,000	4,000	1
รวม	1	20,000	20,000	-	4,000	16,000	12,000	8,000	4,000	1
รวมทั้งสิ้น	10,043	30,354	86,500	20%	17,700	70,800	53,100	35,400	17,700	10,043

ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

ตารางที่ 13 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าขาย		เพิ่ม 5%	เพิ่ม 10%	เพิ่ม 12%	เพิ่ม 15%
น้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์(ถุง)	7,000	7,350	7,700	7,840	8,750
น้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์(แพค)	500	525	550	560	575
ราคาสินค้า					
น้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์(ถุง)	30	30	30	30	30
น้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์(แพค)	150	150	150	150	150
รายได้จากการขาย(บาท)					
น้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์(ถุง)	210,000	220,500	231,000	235,200	262,500
น้ำยาปรับผ้านุ่มสไตล์(แพค)	75,000	78,750	82,500	84,000	86,250
รวมรายได้สะสม (บาท)	285,000	299,250	313,500	319,200	348,750
เงินสดรับการขาย(บาท)	285,000	299,250	313,500	319,200	348,750

ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

ตารางที่ 14 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
จำนวนซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต					
N70	1,200	1,200	1,300	1,300	1,300
หัวเชื้อหมัก	1,000	1,100	1,100	1,150	1,200
หัวน้ำหอม	15,000	15,100	15,200	15,300	15,500
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบทางตรง					
N70	70	70	70	70	70
หัวเชื้อหมัก	15	15	15	15	15
หัวน้ำหอม	1	1	1	1	1
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)					
N70	84,000	84,000	91,000	91,000	91,000
หัวเชื้อหมัก	15,000	16,500	16,500	17,250	19,500
หัวน้ำหอม	15,000	15,100	15,200	15,300	15,500
รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)	114,000	115,600	122,700	123,550	126,000
บวก ค่าขนส่ง	5,000	5,500	6,000	7,000	8,000
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ	119,000	121,100	128,700	130,550	134,000
บวก วัตถุดิบทางตรงต้นงวด	-	11,900	12,110	12,870	13,055
หัก วัตถุดิบทางตรงปลายงวด	11,900	12,110	12,870	13,055	13,400
วัตถุดิบทางตรงใช้ไปในการผลิต	107,100	120,890	127,940	130,365	133,655
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)	119,000	121,100	128,700	130,550	134,000

ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า

ตารางที่ 15 ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)					
ค่าวัสดุโดยตรงในการผลิตสินค้า	139,500	162,340	175,790	185,340	195,030
ค่าแรงทางตรงในการผลิตสินค้า	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า(1)	147,500	170,340	183,790	193,340	203,030
สินค้าคงเหลือ(บาท)					
บวก สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	29,500	34,068	36,758	38,668
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	29,500	34,068	36,758	38,668	40,606
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	118,000	165,772	181,100	191,430	201,092
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 16 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
ค่าสาธารณูปโภค	25,000	26,000	27,000	28,000	30,000
ค่าใช้จ่ายค่านายหน้า	5,000	5,000	5,000	5,500	5,500
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เริ่มแรก	10,000	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	76,000	67,000	68,000	69,500	71,500
ค่าเสื่อมราคาส่วนการขายและบริหาร					
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์	17,700	17,700	17,700	17,700	17,700
รวมค่าเสื่อมราคา	17,700	17,700	17,700	17,700	17,700
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	93,700	84,700	85,700	87,200	89,200
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	76,000	67,000	68,000	69,500	71,500

ประมาณงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 17 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	285,000	299,250	313,500	319,200	348,750
รวมรายได้	285,000	299,250	313,500	319,200	348,750
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	107,100	120,890	127,940	130,365	133,655
กำไรขั้นต้น	177,900	17,8360	185,560	188,835	215,095
หัก - ค่าใช้จ่ายในการ ขายและบริหาร	93,700	84,700	85,700	87,200	89,200
กำไรจากการดำเนินงาน ก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย	84,200	93,660	99,860	10,1635	12,5895
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	7,000	5,600	4,200	2,800	1,400
กำไรจากการดำเนินงาน ก่อนหักภาษีเงินได้	77,200	88,060	95,660	98,835	12,4495
หัก - ภาษีเงินได้นิติ บุคคล	0.00	0.00	0	0	0
กำไรสุทธิ	77,200	88,060	95,660	98,835	124,495
กำไรสะสม	77,200	88,060	95,660	98,835	124,495

ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 18 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	285,000	299,250	313,500	319,200	348,750
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	(119,000)	(121,100)	(128,700)	(130,550)	(134,000)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	(8,000)	(8,000)	(8,000)	(8,000)	(8,000)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(76,000)	(67,000)	(68,000)	(69,500)	(71,500)
เงินสดจ่ายชำระคืนดอกเบี้ย	(7,000)	(5,600)	(4,200)	(2,800)	(1,400)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	75,000	67,000	104,600	108,350	133,850
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน					
เงินสดจ่ายลงทุนในอุปกรณ์การผลิต	(59,000)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	(9,500)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในยานพาหนะ	(20,000)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(88,500)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากการกู้ยืม	100,000	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดรับจากเจ้าของ	50,000	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	130,000	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)
กระแสเงินสดสุทธิ	116,500	47,000	84,600	88,350	113,850
บวก กระแสเงินสดต้นงวด	0.00	116,500	47,000	131,600	219,950
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	116,500	47,000	51,234	61,609	85,192

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 19 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝาก สถาบันการเงิน	116,500	47,000	51,234	61,609	85,192
สินค้าคงเหลือ	83,500	75,660	90,826	95,426	99,274
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	200,000	122,660	142,060	157,035	184,466
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อุปกรณ์-สุทธิ	47,200	35,400	23,600	11,800	10,029
รวมสินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน	47,200	35,400	23,600	11,800	10,029
รวมสินทรัพย์	247,200	158,060	165,660	168,835	194,495
หนี้สินหมุนเวียน					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	-	-	-	-
เงินกู้ระยะยาวที่กำหนด ชำระใน 1ปี	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวมหนี้สินหมุนเวียน	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	100,000	-	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	120,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุน	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
กำไรสะสม	77,200	88,060	95,660	98,835	124,495
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	127,200	138,060	145,660	148,835	174,495
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ ถือหุ้น	247,200	158,060	165,660	168,835	194,495

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 20 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน(Current Ratio)	10	6.13	7.10	7.85	9.22
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	1.65	(1.43)	(1.98)	(1.69)	(0.70)
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	1.28	1.60	1.41	1.37	1.35
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ(Inventory Turnover Period)	285.16	228.13	258.87	266.42	270.37
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร	6.04	8.45	13.28	27.05	34.77
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม	1.15	1.89	1.89	1.89	1.79
อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้					
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt Ratio)	48.54%	12.65%	12.07%	11.85%	10.28%
อัตราส่วนแห่งเงินทุน (Debt to Equity Ratio)	94.34%	14.49%	13.73%	13.44%	11.47%
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย(Interest Coverage Ratio)	4.21	4.68	4.99	5.08	6.29
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์(ROA)	31.23%	55.71%	57.74%	58.54%	64.01%
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น(ROE)	60.69%	63.78%	65.67%	66.41%	71.35%
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	62.42%	59.60%	59.19%	59.16%	61.68%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	29.54%	31.29%	31.85%	31.84%	36.10%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	241,315.56 บาท				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	52%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	1ปี 9เดือน				

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 8
แผนฉุกเฉิน

ตารางที่ 21 แสดงแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	การคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงาน เช่น พนักงานฝ่ายผลิต ถ้าไม่พิถีพิถันในการคัดเลือกอาจได้พนักงานที่ขาดความรับผิดชอบ	1. ผลผลิตที่ไม่เป็นที่พึงพอใจต่อลูกค้า 2. ส่วนแบ่งตลาดลดลง 3. ระยะเวลาการทำงานเพิ่มขึ้น	คัดเลือกพนักงานโดยมีการสอบถามประวัติความเป็นอยู่ หรือ เลือกพนักงานที่รู้จัก
2	กลุ่มเป้าหมายอยู่ในเขตจังหวัดราชบุรีเป็นส่วนใหญ่	ไม่สามารถขยายกิจการได้	เจาะกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น และขยายกลุ่มลูกค้าให้กว้างขึ้น
3	วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น	ความต้องการของผู้บริโภคลดน้อยลง	หาแหล่งวัตถุดิบแหล่งใหม่ มีการเปรียบเทียบราคาวัตถุดิบจากทุกแหล่ง
4	ยอดขายเพิ่มขึ้น	ยอดขายที่เพิ่มขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการผลิต	มีการประมาณยอดขาย และทำสินค้าสำรองเก็บไว้
5	เงินทุนขาดมือ	เงินหมุนเวียนในการดำเนินงานไม่เพียงพอ	1. เก็บเงินทุนสำรอง

รายการอ้างอิง

- เคพีเอ็นที คอร์ปอเรชั่น จำกัด. (2552). เข้าถึงเมื่อ 26 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก
http://www.defcorp.com/index.php?mod=articles&cid=business§ions=2&article_id=69
- ฟาร์อีส ดีดี. (2555). เข้าถึงเมื่อ 18 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.fareastddb.com/investor/Annual%20Report%20Thai%202012.pdf>
- น้ำยาซักผ้าเศรษฐกิจพอเพียง. (2557). ขั้นตอนการทำน้ำยาปรับผ้านุ่ม. เข้าถึงเมื่อ 10 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.tungsong.com/water/wash.htm>
- นันทนัยน์ นันทราทิพย์. (2557). แหล่งรวบรวมผลวิจัย และจัดจำหน่าย หวีน้ำหอมจากต่างประเทศ. เข้าถึงเมื่อ 11 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaibestperfume.com/thaibestperfume/>
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม .รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรายไตรมาส . เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_overview/r_aprjun56.pdf
- สำนักดัชนีการค้า. (2552). เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก http://suphanburi.mol.go.th/news_event
- สยามธุรกิจ. (2555). เข้าถึงเมื่อ 19 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก http://www.siamturakij.com/main/news_content.php?nt=4&nid=4818
- หนังสือพิมพ์ตลาดวิเคราะห์. (2557). ตลาดน้ำยาปรับผ้านุ่ม. เข้าถึงเมื่อ 24 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.taladvikrao.com/295news/talad04.html>
- แอ็ค โกรแพ็ค อินดัสทรี. (2557). บรรจุภัณฑ์. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.agropack.com/th/>



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาคผนวก ก

รูปภาพรายละเอียดของห้างหุ้นส่วน Style จำกัด

ตราสินค้า



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

วัตถุดิบชนิดต่างๆ

หัวน้ำหอมเกรด A



หัวเชื่อน้ำยาปรับผ้านุ่ม และ N70



บรรจุภัณฑ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต



เครื่องผสม



ถังสแตนเลสหมักสารต่างๆ



เครื่องรีดปิดผนึกปากถุง



เครื่องบรรจุ

ผลงานวิจัยและพัฒนา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ – สกุล	นายชนาธิป ปิณฑูปาตี
วัน เดือน ปี เกิด	26 เมษายน 2535
E-Mail Address	sam_0_sam@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนครุณาราชบุรี ปีการศึกษา 2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนครุณาราชบุรี จังหวัดราชบุรี ปีการศึกษา 2552 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป) มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2556

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี