



แผนธุรกิจ น้ำดื่ม วิงค์

BUSINESS PLAN: WINK WATER



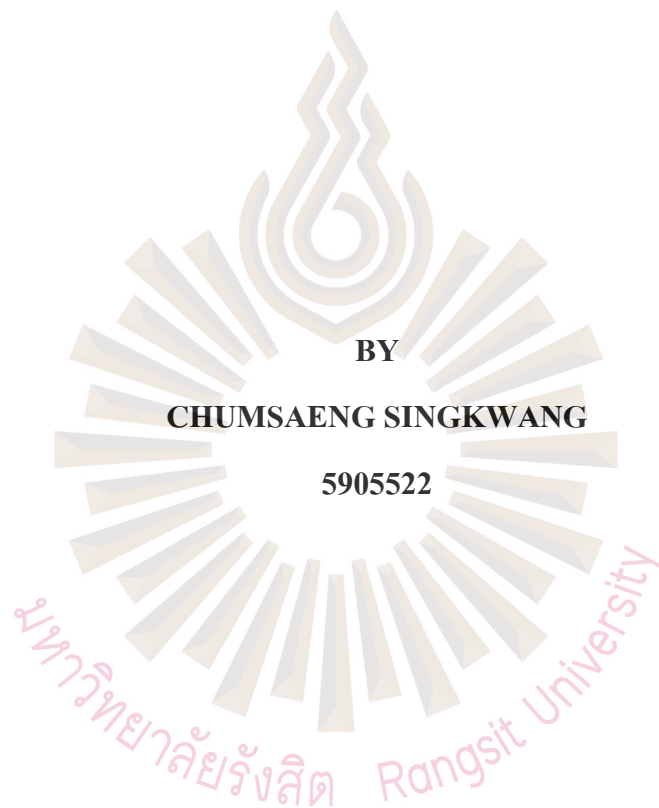
การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2560



BUSINESS PLAN: WINK WATER



BY

CHUMSAENG SINGKWANG

5905522

**INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF MANAGEMENT IN ENTREPRENEURSHIP
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION**

RANGSIT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2017

ใบรับรองการศึกษาค้นคว้าอิสระ

เรื่อง **แผนธุรกิจ น้ำดื่ม วิงค์**

BUSINESS PLAN: WINK WATER

โดย **ชุมแสง สิงห์กว้าง**

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต อนุมัติให้นำวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ประจำปีการศึกษา 2560

.....
(ดร.ณกมล จันทร์สม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

.....กรรมการ

ผศ.ดร.รุจาภา แพ่งเกษร

.....กรรมการ

ผศ.ดร. พัฒน์ พิธิษฐเกษม

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ณกมล จันทร์สม

ลิขสิทธิ์ของหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้มีพระคุณหลายท่าน โดยเฉพาะ ดร.ณกมล จันทร์สม อาจารย์ที่ปรึกษาแผนธุรกิจน้ำดื่ม Wink WATER ที่ตลอดเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา และแนะนำแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง จนรายงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง ผศ.ดร.รุจภา แพ่งเกษร ที่ได้ให้ไปเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และ ยังอยู่เบื้องหลังคอยให้คำปรึกษาอยู่เสมอ

ขอขอบคุณอาจารย์คณะบริหารธุรกิจทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางในการทำแผนธุรกิจฉบับนี้

ประโยชน์ที่พึงได้รับจากแผนธุรกิจนี้ ผู้จัดทำขอมอบให้ทุกท่านที่มีส่วนร่วมต่อความสำเร็จของแผนธุรกิจในครั้งนี้

ชุมแสง สิงห์ทวง
ผู้วิจัย



มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

5905522 : สาขาวิชาเอก: การเป็นผู้ประกอบการ; กจ.ม.(การเป็นผู้ประกอบการ)

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ , น้ำดื่ม วิงค์

ชุมแสง ดิงห์กว้าง : แผนธุรกิจ “น้ำดื่ม วิงค์” (BUSINESS PLAN : WINK WATER

) อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. ฤกษ์สม จันทร์สม, 52หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

แผนกิจการประกอบธุรกิจโรงงานผลิตน้ำดื่มบรรจุถังภายใต้ตรา WINK WATER ตั้งอยู่ในพื้นที่ของมหาวิทยาลัยรังสิต หมู่บ้านเมืองเอก โดยใช้กรรมวิธีการผลิตระบบรีเวอร์สออสโมซิส (RO) และฆ่าเชื้อโรคที่อาจตกค้างด้วยรังสีอัลตราไวโอเล็ต (UV) และโอโซน (OZ) อีกทั้งยังได้การรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) และ มาตรฐาน GMP ของกฎหมาย เพื่อให้ได้น้ำดื่มบริสุทธิ์ที่สุด

จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคน้ำดื่มส่วนใหญ่ นิยมบริโภคน้ำดื่มที่สะอาดและปลอดภัยกว่าซึ่งธุรกิจเราก็สามารถตอบโจทย์ตรงนี้ได้ และในส่วนของราคา น้ำดื่ม Wink WATER เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด ซึ่งอยู่ในวงจรผลิตภัณฑ์ขั้นแนะนำ การกำหนดราคาจึงถูกกำหนดไว้ระดับกลางใกล้เคียงกับคู่แข่งชั้นราคา ระดับบนและราคาระดับล่าง ที่ตำแหน่งผลิตภัณฑ์เดียวกัน เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค โอกาสทางธุรกิจ เนื่องจากน้ำดื่ม จัดได้ว่าเป็นปัจจัยสี่ มนุษย์ไม่สามารถขาดได้ ประกอบกับประเทศไทยเป็นเมืองร้อนประชาชนมีความต้องการน้ำดื่มที่สะอาดสูงขึ้นทุกปี และแบรนด์เจ้าตลาดทั้งหลาย ยังไม่สามารถเข้าถึงได้ทั้งหมด เนื่องจากข้อจำกัดในด้านการขนส่ง เวลาไปส่งที่ไกลๆ ทำให้ไม่คุ้มค่า และอาจขาดทุนได้ ซึ่งต่างจากโรงงานผลิตน้ำดื่มที่อยู่ตามท้องถิ่น ซึ่งต้นทุนในเรื่องของค่าขนส่งที่ ถูกกว่า และยังสามารถทำกำไรได้มากกว่า

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ (Key Success factor) คือ คุณภาพของน้ำ, สายสัมพันธ์กับร้านค้าปลีก ร้านค้าส่ง องค์กร และ การบริหารเงินสดในมือ

ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 800,000 บาท โดยเงินทั้งหมดนั้น เจ้าของเป็นผู้ถือหุ้นเพียงรายเดียว 100% และจะเริ่มมีผลกำไร 258,860 บาท ในปีที่ 1, 333,452 บาท ในปีที่ 2, 408,044 บาท ในปีที่ 3 482,636 บาทในปีที่ 4 และ 557,228 ในปีที่ 5

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1	
บทนำ	1
1.1 บทนำ	2
1.2 รูปแบบธุรกิจและขอบเขตธุรกิจ	2
1.3 วิสัยทัศน์, พันธกิจ, เป้าหมาย	2
1.4 สัญลักษณ์, คำขวัญ	3
1.5 ทำเลที่ตั้ง	4
1.6 ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ	6
1.7 แผนการดำเนินงาน	6
1.8 สัดส่วนผู้ถือหุ้น	7
บทที่ 2	
การวิเคราะห์สถานการณ์	8
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป	8
2.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ PORTER'S FIVE FORCES MODEL	10
2.3 การวิเคราะห์ SWOT	12
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง	13
บทที่ 3	
แผนการตลาด	15
3.1 การวิเคราะห์ STP	15
3.2 กลยุทธ์ทางการตลาด 4P	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 ประมาณการยอดขาย	24
บทที่ 4 แผนการผลิต/แผนการดำเนินงาน	25
4.1 ทำเลที่ตั้ง	25
4.2 การบริหารพื้นที่ Layout	26
4.3 กระบวนการผลิตและการบริการ	27
4.4 กำลังในการผลิตน้ำดื่มตรา Wink WATER	32
4.5 สินทรัพย์และอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการและค่าเสื่อม	33
4.6 ต้นทุนวัตถุดิบ	35
4.7 การจัดการสินค้าคงคลัง	36
บทที่ 5 แผนการจัดการและกำลังคน	37
5.1 โครงสร้างองค์กร	37
5.2 รายละเอียดด้านบุคลากร	38
5.3 ตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบ	38
5.4 การบริหารงานบุคคล	40
5.5 สวัสดิการ	40
บทที่ 6 แผนการเงิน	41
6.1 สมมุติฐาน	41
6.2 ปริมาณการขายตามยอดขาย	41
6.3 ราคาต่อหน่วย	42
6.4 ยอดขายโคเฉลี่ยต่อปี	42
6.5 ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย	42
6.6 ต้นทุนวัตถุดิบต่อปี	43
6.7 แรงงานในการขายและบริการ	43

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.8 ค่าโซหุ้ยในกรผลิต	43
6.9 ค่าใช้จ่ายทางกาตลาด	44
6.10 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	44
6.11 เงินลงทุนในโครงการ	44
6.12 ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	45
6.13 ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	45
6.14 สติอกสินค้ำสำเร็จรูป	45
6.15 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	46
6.16 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของแหล่งเงินทุน	47
6.17 ประมาณการงบดุล	48
บทที่ 7	
แผนฉุกเฉิน	49
7.1 แผนฉุกเฉินหรือประเมินความเสี่ยง	49
7.2 แผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ	50
บรรณานุกรม	51
ประวัติผู้วิจัย	52

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แผนปฏิบัติการ โรงงานผลิตน้ำดื่มบรรจุถึง Wink WATER	6
2.1	เปรียบเทียบน้ำถึง Wink WATER กับคู่แข่งอื่น	14
3.1	แสดงราคาผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรา Wink WATER	19
3.2	แสดงงบประมาณในการทำตลาดและประชาสัมพันธ์	23
3.3	แสดงตารางประมาณการยอดขาย	24
3.4	แสดงจำนวนน้ำที่ขายได้	24
3.5	แสดงแผนรายได้	24
4.1	ประมาณการขายน้ำดื่ม Wink WATER	33
4.2	เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต	33
4.3	อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	34
4.4	วัสดุสิ้นเปลือง	35
4.5	ต้นทุนวัตถุดิบ	35
4.6	การจัดการสินค้าคงคลัง	36
5.1	รายละเอียดคำตอบแทนของบุคลากร	38
5.2	ตารางเวลาดำเนินงานและวันหยุดประจำสัปดาห์	40
6.1	กำลังการผลิตสูงสุด	41
6.2	ปริมาณการขายตามยอดขาย	41
6.3	ราคาต่อหน่วย	42
6.4	ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อปี	42
6.5	ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย	42
6.6	ต้นทุนวัตถุดิบต่อปี	43
6.7	แรงงานในการขายและบริการ	43
6.8	ค่าโสหุ้ยในการผลิต	43
6.9	ค่าใช้จ่ายทางกาตลาด	44
6.10	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
6.11	เงินลงทุนในโครงการ	44
6.12	ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	45
6.13	ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	45
6.14	สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	45
6.15	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	46
6.16	ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของแหล่งเงินทุน	47
6.17	ประมาณการงบดุล	48
7.1	แสดงแผนฉุกเฉินหรือประเมินความเสี่ยง	49
7.2	แสดงแผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ	50

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
1.1	3
1.2	4
1.3	5
3.1	17
3.2	18
3.3	18
3.4	20
3.5	20
3.6	20
3.7	21
3.8	21
3.9	22
3.10	22
3.11	23
4.1	25
4.2	26
4.3	28
4.4	29
4.5	30
4.6	31
5.1	37

บทที่ 1

บทนำ

1.1 บทนำ

น้ำ ถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในชีวิตมนุษย์ของเรา เพราะร่างกายของเราประกอบไปด้วยน้ำ 2/3 ของร่างกายทั้งหมด เราจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับน้ำที่เราใช้อุปโภคบริโภคให้มากๆ แล้วน้ำที่เราใช้อยู่ทุกวันนี้เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีพของมนุษย์ เราจำเป็นต้อง บริโภคน้ำสะอาด เพื่อสุขภาพที่ดีของเราโดยทั่วไปแล้วคนเราอาจขาดน้ำได้ประมาณ 3-5 วัน หากเกินกว่านี้เราอาจเสียชีวิตได้เพราะน้ำเป็นส่วนประกอบหลักของร่างกายมนุษย์ คุณภาพของน้ำจึง มีอิทธิพลยิ่งต่อสุขภาพร่างกายทำไมร่างกายต้องการน้ำ เหตุผลสำคัญที่สุดที่คุณภาพของน้ำมีความสำคัญนั้นคือ คนเราดื่มน้ำถึงหนึ่งตันต่อปีซึ่งเป็นปริมาณมหาศาลที่ครอบคลุมชีวิตทั้งหมดของคนเราถ้าพูดถึงเวลา กระจายน้ำ เราจะนึกถึง น้ำดื่ม ไส้สะอาด เย็นเจี๊ยบ ขึ้นมา เราจะคิดถึงความสะดวกขึ้นเย็นน้ำใสสะอาดของน้ำ ชุ่มเย็นน่าใจ แต่ที่จริงก็คือ น้ำใส ๆ ที่เราเห็น ก็ใช้ว่าจะเป็นน้ำสะอาดเสมอไป ในปัจจุบันท่ามกลางความต้องการและความรู้ที่มีต่อน้ำมีมากขึ้น ทำให้ความคาดหวังในการดื่มน้ำยิ่งสูงขึ้น

สิ่งที่เปลี่ยนไป คือ ความเชื่อถือในการดื่มน้ำจากแหล่งน้ำตามธรรมชาติของเราหมดไป เราไม่กล้าดื่มน้ำฝนใสเย็นเหมือนแต่ก่อน ไม่มีใครดื่มน้ำจากแม่น้ำ จากน้ำคลอง หรือจากบ่อน้ำ แม้กระทั่งน้ำบาดาลสมัยก่อนในปัจจุบันก็ไม่มีใครรู้จักกันแล้วความเคยชินที่มีต่อ น้ำดื่มของเรา คือน้ำบรรจูดัง ที่เรียกว่า “น้ำดื่มสะอาด” ซึ่งเดี๋ยวนี้มีสารพัดยี่ห้อให้เลือกมากมายจนเต็มตู้แช่ บางคนเคยชิน จนคิดว่าน้ำในขวดพลาสติกใสที่ต้องเสียเงินซื้อเท่านั้นถึงจะสะอาด น้ำประปาในบ้านไม่กล้าดื่ม และรู้สึกว่าจะสะอาดไม่พอ แม้ว่าการประปานครหลวงซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ ที่ก่อตั้งมาเพื่อผลิตน้ำสะอาดให้กับประชาชนใช้สอยมานาน จะเพียรบอกว่าน้ำประปาสะอาดดื่มได้ แต่ก็ยังไม่มีใครกล้าดื่มน้ำจากก๊อก (ซึ่งที่จริงทุกคนก็เชื่อ แต่ที่ไม่เชื่อคือคุณภาพของท่อ ก๊อก และเส้นทางเดินของน้ำที่มาถึงบ้านตัวเองต่างหาก) สุดท้าย ทางออกของการดื่มน้ำในบ้าน ของหลายคน ก็คือ การใช้ ปัจจุบัน

เครื่องกรองน้ำที่ใช้ในบ้าน ก็มีรุ่นใหม่ ๆ ซึ่งมีคุณสมบัติ “สะอาดกว่า” สารพัดยี่ห้อขายราคาแพงจัดไปจนถึงราคาไม่แพง โดยเครื่องกรองน้ำ จะแบ่งวิธีการกรองแบบใหญ่ๆ ได้ 2 วิธี คือ การกรองด้วยการบอณและกรองด้วยยูวีคือแสงอัลตราไวโอเลต

1.2 รูปแบบและขอบเขตของธุรกิจ

ธุรกิจโรงงานผลิตน้ำถัง ตรา WINK WATER ผลิตน้ำดื่มบรรจุถังขนาด 18.9 ลิตร (ถังใส) โดยเปิดจำหน่ายหน้าโรงงาน และบริการจัดส่งถึงที่หมาย กลุ่มลูกค้าน้ำดื่มบรรจุถัง จะเป็นกลุ่มที่ต้องการน้ำดื่มที่ราคาประหยัด ในปริมาณที่มาก และมีบริการจัดส่งถึงที่ ได้แก่ กลุ่มอาคารบ้านเรือน หมู่บ้าน หอพัก คอนโด ในจังหวัดปทุมธานี และพื้นที่ใกล้เคียง เป็นต้น

วิธีการจัดตั้งและเริ่มต้นธุรกิจ

การจดทะเบียนพาณิชย์ประเภทบุคคลธรรมดา มีลักษณะเป็นกิจการที่มีเจ้าของเป็นบุคคลธรรมดาหรือ เป็นเจ้าของคนเดียว ผู้ประกอบธุรกิจประเภทบุคคลธรรมดา ไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์

1.3 วิสัยทัศน์, พันธกิจ, เป้าหมาย

1.3.1 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำโดยผลิตน้ำดื่มบรรจุถัง ที่มีคุณภาพ และจัดจำหน่ายในจังหวัดปทุมธานี

1.3.2 พันธกิจ

- 1) พัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ สะอาด ปลอดภัย และได้มาตรฐานด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย
- 2) พัฒนาเครื่องจักรให้มีกำลังการผลิตที่เพียงพอต่อความต้องการที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต
- 3) พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด
- 4) พัฒนาการทำงานอย่างเป็นระบบ

1.3.3 เป้าหมาย

- 1) เพิ่มจำนวนลูกค้ารายใหม่ให้มากที่สุดในช่วงเวลา 1 ปีแรก และ เพิ่มขึ้นทุกปี
- 2) เพิ่มจำนวนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายให้ครอบคลุมทั้งจังหวัดปทุมธานีภายในระยะเวลา 1 ปี
- 3) ลดต้นทุนได้ด้านการผลิต และ ด้านโลจิสติกส์ 10 % ในทุกๆปี

1.4 สัญลักษณ์, คำขวัญ

1.4.1 สัญลักษณ์

WINK WATER ใช้เป็น LOGO ตัวหนังสือ สีขาว ที่เป็นสัญลักษณ์บ่งบอกถึงความสะอาด และตัวโลโก้อ่านออกเสียง และเข้าใจความหมายได้ เพื่อง่ายต่อการจดจำแบรนด์ พื้นหลังสีน้ำเงิน ที่เป็นสัญลักษณ์ของน้ำ และ มุมขวบนเป็นแสงสว่างสีขาว เป็นแสงแดดที่สาดส่องลงมา เห็นลายน้ำ ออกซิเจน และ ไบโม่ เป็นการสื่อให้เห็นถึงความผสมของความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ แต่ถ้าติดอยู่บนตัวถัง จะใช้พื้นหลังสีใส เพื่อกลมกลืนกับตัวถัง จะทำให้ดูสะอาดตามากขึ้น ทั้งนี้ทางบริษัทจะเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพทนทานต่อการขีดข่วน กันน้ำ และสามารถใช้งานซ้ำได้หลายครั้ง



รูปที่ 1.1 แสดงสัญลักษณ์ตราสินค้า



รูปที่ 1.2 แสดงสัญลักษณ์ตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์

1.4.2 คำขวัญ

“WINK WATER น้ำดื่มใสสะอาด คั้นความมีชีวิตชีวา

1.5 ทำเลที่ตั้ง

โรงงานผลิตน้ำดื่มตรา WINK WATER ตั้งอยู่พลาซ่าเมืองเอก
เลขที่ 52/347 หมู่บ้านเมืองเอก ถ.พหลโยธิน ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000



รูปที่ 1.3 แสดงแผนที่เส้นทางมา Wink Water

ถ้ามาจากกรุงเทพฯ ให้วิ่งถนนวิภาวดีรังสิตโดยวิ่งตรงผ่านท่าอากาศยานสนามบินดอน ชัดซ้ายเข้าทางคู่ขนานผ่านอนุสรณ์สถานแห่งชาติทางด้านตรงข้ามขวามือแล้วจะเจอตลาดสี่มุมเมือง ทางด้านซ้ายมือและเขี้ยวรังสิตทางขวามือตรงมาประมาณ 200 เมตร ท่านจะปั๊ม ESSO ให้รับฉีดซ้าย เพื่อเลี้ยวซ้ายเข้าซอยพหลโยธิน 87 (ธนาคารทหารไทยอยู่หัวมุมถนน) ระยะทางมา Wink Water เดินทางประมาณ 2 กิโลเมตรจากปากซอย ซึ่งระหว่างเดินทางเข้ามาจะมีป้ายบอกทางอยู่ตลอดระยะ

ถ้ามาจากฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิตหรือเมเจอร์ รังสิต มาที่ มหาวิทยาลัยรังสิต (ด้าน จ. ปทุมธานี) จากฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิตหรือเมเจอร์ รังสิต ถึงมหาวิทยาลัยรังสิต ระยะทางประมาณ 4 กิโลเมตร) ให้ใช้เส้นทางปทุมธานีจะต้องกลับรถที่ถนนด้านข้างเมเจอร์ รังสิตเพื่อเข้าจ.ปทุมธานี (รังสิต - ปทุมธานี) และประมาณ 500 เมตร จะพบสะพานข้ามแยกแรกให้ขึ้นสะพานนั้นมา เมื่อลง สะพานให้รับฉีดซ้ายไว้ (โดยไม่ต้องขึ้นสะพานข้ามแยกที่สอง) ขับตรงมาประมาณ 300 เมตร เลี้ยว ซ้ายที่สี่แยกได้สะพานข้ามแยกที่ 2 และตรงมาประมาณ 20 เมตร จะพบป้ายบอกทางมหาวิทยาลัย รังสิตและโรงเรียนสาธิตฯ หน้าถนนซ่อมสร้างให้เลี้ยวซ้ายเข้ามา ซึ่งเลี้ยวเข้ามาจะมีป้ายบอกทาง ตลอดระยะพอถึงสี่แยกแล้วเลี้ยวซ้ายตรงไปตามป้ายบอกทางจนถึงพลาซ่าเมืองเอกจะเจอ Wink Water

1.6 ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ

1) คุณภาพของน้ำขึ้นชื่อว่าเป็นธุรกิจอาหาร คุณภาพและรสชาติอาหารย่อมมาก่อน ในส่วนที่เป็นน้ำดื่มนั้น ถ้าไม่มีการรักษาคุณภาพในเรื่องของความสะอาดแล้ว ก็ยากที่จะอยู่ได้ในระยะยาว ในช่วงเริ่มต้นอาจขายต่ำกว่าคนอื่นได้ เพื่อทำให้คนอื่นรู้จัก แต่สุดท้ายแล้ว ถ้าน้ำดื่มคุณภาพต่ำคงไม่มีใครอยากกลับมาซื้อซ้ำ

2) สายสัมพันธ์กับร้านค้าปลีก ร้านค้าส่ง และ องค์กรเป็นเรื่องที่สำคัญมากของธุรกิจน้ำดื่มและทุกๆธุรกิจ ยังมีช่องทางในการค้าขายโอกาสในการแข่งขันและส่วนแบ่งการตลาดจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

3) การบริหารเงินสดในมือธุรกิจน้ำดื่ม ต้องมีการพึ่งพาทั้งร้านค้าปลีก และ ร้านค้าส่ง ทำให้ต้องมีการให้เครดิตกับลูกค้าเหล่านั้น การหมุนเวียนเงินสดจึงเป็นสิ่งจำเป็นมาก เพราะถ้าเงินขาด อาจทำให้ธุรกิจประสบกับปัญหาได้

1.7 แผนการดำเนินงานปี 2560

ตารางที่ 1.1 แผนปฏิบัติการ โรงงานผลิตน้ำดื่มบรรจุถังตรา Wink WATER

ลำดับ	การดำเนินงาน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.
1	เขียนแผนธุรกิจ	↔					
2	หาแหล่งเงินทุน/จัดหาสถานที่		↔				
3	ปรับพื้นที่ /สร้าง โรงงาน		↔				
4	จัดหาเครื่องจักรและตั้งชื่อ			↔			
5	จัดซื้อวัตถุดิบ				↔		
6	รับสมัครพนักงาน				↔		
7	ฝึกอบรมพนักงาน/ทดลองเดินเครื่องจักร					↔	
8	วางแผนการตลาด						↔
9	เปิดดำเนินงาน						↔

1.8 สัดส่วนผู้ถือหุ้น

เจ้าของถือหุ้นคนเดียว 100% โดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 800,000 บาท



บทที่ 2

การวิเคราะห์สถานการณ์

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป

2.1.1 ด้านการเมืองกฎหมาย (Political)

จากการที่ภาครัฐโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดให้ธุรกิจน้ำดื่มเป็นหนึ่งในสินค้าที่ต้องกำหนดวิธีการผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาสินค้าตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดี หรือ จีเอ็มพี (Good Manufacturing Practice : GMP) ในการผลิตน้ำดื่ม GMP มีผลบังคับใช้กับผู้ประกอบการน้ำดื่มรายใหม่ในวันที่ 24 กรกฎาคม 2544 เป็นต้นไป ส่วนผู้ประกอบการรายเดิมมีเวลาปรับปรุง เพื่อให้ถูกต้องตามมาตรฐานเป็นเวลา 2 ปี หรือเริ่มบังคับใช้ วันที่ 24 กรกฎาคม 2546 สำหรับสาระสำคัญของมาตรฐาน GMP ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขมี 11 ประเด็น สรุปได้ ดังนี้

1) สถานที่ผลิตและอาคารที่ผลิต จะต้องตั้งอยู่ในพื้นที่สะอาด ไม่มีการสะสมของสิ่งเหลือใช้ หรือสิ่งปฏิกูลต่างๆ รวมทั้งต้องมีวิธีป้องกันสิ่งปนเปื้อน ทั้งฝุ่นละออง เชื้อโรค แมลงและสัตว์นำ โรคสถานที่ผลิตจะต้องถูกออกแบบก่อสร้างให้มีลักษณะง่ายต่อการทำความสะอาด นอกจากนี้ ต้องแบ่งแยกพื้นที่การผลิตเป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันการปนเปื้อน ประการสำคัญต้องแยกพื้นที่สำหรับผลิตสินค้าออกจากบริเวณที่อยู่อาศัยและห้องน้ำห้องส้วมอย่างชัดเจน

2) เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต จะต้องมีการทำความสะอาดเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ติดตั้งในตำแหน่งที่เหมาะสมสามารถทำความสะอาดได้ง่าย และถูกล้างทำความสะอาดฆ่าเชื้ออย่างเพียงพอทั้งก่อนและหลังการผลิต

3) แหล่งน้ำที่นำมาใช้ผลิตน้ำดื่มต้องห่างจากแหล่งโสโครกและสิ่งปฏิกูล โดยผู้ผลิตต้องเก็บตัวอย่างน้ำไปตรวจวิเคราะห์คุณสมบัติทางเคมี กายภาพ และจุลินทรีย์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

4) การปรับคุณภาพน้ำ ผู้ประกอบการต้องปรับคุณภาพของแหล่งน้ำ ตามข้อ 3 เพื่อกำจัดสิ่งปนเปื้อนให้อยู่ระดับที่กฎหมายกำหนด

- 5) ภาชนะบรรจุต้องทำจากวัสดุไม่มีพิษ และได้รับการทำ ความสะอาด ก่อนนำ มาใช้
- 6) สารทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ ผู้ผลิตจะต้องทดสอบประสิทธิภาพการ ทำ ความสะอาดและการฆ่าเชื้อ
- 7) การบรรจุด้วยเครื่องบรรจุที่มีประสิทธิภาพและสะอาด
- 8) การควบคุมคุณภาพมาตรฐาน ผู้ประกอบการต้องตรวจวิเคราะห์น้ำ ดื่มที่ผลิต ทั้งด้านจุลินทรีย์เคมี ฟิสิกส์ เป็นประจำ
- 9) การสุขาภิบาล ผู้ผลิตต้องมีวิธีกำจัดสัตว์และแมลง รวมทั้งระบบกำ จัดของเสียในโรงงานที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนกับสินค้าที่ผลิต
- 10) บุคลากรและสุขลักษณะผู้ปฏิบัติงาน ผู้ปฏิบัติงานต้องไม่เป็น โรคติดต่อร้ายแรง รวมทั้งต้องรักษาร่างกายให้สะอาดอยู่เสมอ ในขณะที่ผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการ ปฏิบัติงานหากเข้ามาในพื้นที่ผลิต ก็ต้องรักษาความสะอาดของร่างกายด้วยเช่นกัน
- 11) บันทึกและรายงาน ผู้ผลิตต้องบันทึกและรายงานเกี่ยวกับการตรวจ วิเคราะห์น้ำ สภาพการทำงานของเครื่องกรองหรือเครื่องฆ่าเชื้อโรค รวมทั้งคุณภาพของน้ำดื่มทั้ง ด้านเคมี ฟิสิกส์ และจุลชีววิทยาน้ำดื่มตรา (ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, บทที่ 6 หน้า 66 - 74, การขออนุญาตหน่วยงานท้องถิ่นที่ <http://www.fda.moph.go.th>)

จากที่ได้กล่าวมาในข้างต้น น้ำดื่มตรา Wink WATER ได้รับการตรวจ และผ่าน มาตรฐานของคณะกรรมการอาหารและยา ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพน้ำดื่มตรา Wink WATER จึงไม่มีอุปสรรคต่อการจัดจำหน่าย

2.1.2 ด้านสังคม (Social)

ลักษณะสภาพสังคมของคนไทยเป็นผู้มีน้ำใจมีแขกไปใครมาเยี่ยมเยือนบ้านก็ต้อง ต้อนรับด้วยอาหารการกินหรืออาหารว่าง โดยเฉพาะน้ำดื่มซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นของการดำรงชีวิตเป็น องค์ประกอบส่วนหนึ่งของร่างกาย ถึง 70 % ของร่างกาย มนุษย์จึงมีความต้องการดื่มน้ำทุกวัน นอกจากนี้ยังมีกระแสความตื่นตัวในการดูแลสุขภาพและการได้รับสิ่งที่มีคุณค่า (ที่มา: ศูนย์การ เรียน รัฐ สุข ศึกษ า และ พ ฤ ติ ก ร ร ม สุข ภา พ , เรื่ อ ง ส ม ค ุ ล ข อ ง น้ า ใน ร ำ ง ก า ย <http://www.vachiraphuket.go.th>)

จึงเป็นข้อได้เปรียบของน้ำดื่มบรรจุถังตรา Wink WATER เพราะมีขั้นตอนการผลิตแบบรีเวอร์สออสโมซิสและฆ่าเชื้อโรคที่อาจตกค้างด้วยรังสีอัลตราไวโอเลต (UV) และ โอโซน(OZ) ซึ่งสามารถกรองน้ำได้สะอาดและปลอดภัยมากขึ้น

2.1.3 ด้านเศรษฐกิจ (Economic)

การปรับตัวลดลงของราคาน้ำมันแต่อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสถานการณ์ทางการเมืองยังไม่ดีเท่าที่ควรเป็นสาเหตุให้มีผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะต้องระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น (ที่มา: พิชัย นริพทะพันธุ์.(มกราคม 2559).เศรษฐกิจปี 59 ยุ่งยาก-ขำแย.ไทยโพสต์)

แต่อาจจะส่งผลดีต่อธุรกิจน้ำดื่มบรรจุถังตรา Wink WATER เพราะราคาถูกกว่าน้ำดื่มของเจ้าตลาดในปริมาณที่เท่ากัน ทำให้กลายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้บริโภค

2.1.4 ด้านเทคโนโลยี (Technology)

เนื่องจากการผลิตน้ำดื่มตรา Wink WATER เป็นระดับอุตสาหกรรมขนาดเล็กจึงใช้กระบวนการผลิตที่เป็นเทคโนโลยีระดับไม่สูงมาก โดยจะมีระบบการกรองแบบรีเวอร์สออสโมซิส (RO) พร้อมฆ่าเชื้อด้วยแสงอัลตราไวโอเลต (UV) และ โอโซน (OZ) ซึ่งก็จัดอยู่ในมาตรฐาน GMP ของกฎหมายได้กำหนดไว้ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

2.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ PORTER'S FIVE FORCES MODEL

2.2.1 อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ (Threats of New Entrants): ง่าย

อุตสาหกรรมน้ำดื่มนี้มีระดับความรุนแรงของการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงการเข้าออกในอุตสาหกรรมนั้นทำได้ง่าย เนื่องจากเงินทุนที่ใช้ทำธุรกิจนั้นไม่สูงมาก รวมทั้งเทคโนโลยีที่นำมาใช้ก็ไม่ได้มีความซับซ้อนมากนัก ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมน้ำดื่มได้ไม่ยากนักและอุตสาหกรรมนี้อยู่ในข่ายได้รับเงินกู้เพื่อการลงทุนและขยายกิจการจากสำนักงานธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายใหม่จึงเข้าสู่ธุรกิจได้ง่ายทำให้ตลาดน้ำดื่มไทยมีผู้ผลิตจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ผลิตรายย่อย

2.2.2 ความเข้มข้นของการแข่งขันของบริษัทที่มีอยู่ (Intensity of Rivalry among Existing Firms): รุนแรง

อุตสาหกรรมน้ำดื่มนั้น เป็นอุตสาหกรรมที่มีความรุนแรงของการแข่งขันในระดับที่สูง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันน้อยมากและธุรกิจสามารถทำได้ง่ายดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมาก เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นต้น

2.2.3 แรงกดดันจากสินค้าทดแทน (Pressure from Substitute Products): สูง

ภัยจากการมีสินค้าทดแทนค่อนข้างสูง นอกจากการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดด้วยกันแล้วผู้ผลิตยังต้องเผชิญกับการแข่งขันจากตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ เครื่องกรองน้ำและเครื่องดื่มทางเลือกอื่นๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อธุรกิจน้ำดื่ม ทั้งสิ้น ทั้งนี้ทั้งนั้นการจะลดแรงกดดันของสินค้าทดแทนที่ได้กล่าวในข้างต้น เราก็ควรที่จะพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้เข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคให้ได้ และ พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ควบคู่กันไป เพื่อความสะดวกในการหาซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพียงเท่านี้ก็จะทำให้ปัญหาเรื่องของการมองหาสินค้าทดแทนของผู้บริโภคลดน้อยลงไปได้

2.2.4 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers): มาก

ผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจากน้ำดื่มนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่หาซื้อง่ายมีคู่แข่งในอุตสาหกรรมจำนวนมาก ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิ์ที่จะเลือกสินค้าที่เขาสะดวกในการซื้อมากกว่าการออกไปหาสินค้าที่เค้าไม่สะดวก

2.2.5 อำนาจต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Suppliers): มาก

นอกจากน้ำประปาที่เป็นวัตถุดิบหลักแล้ว วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิต ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ถึงบรรจุภัณฑ์ ฝาปิด อุปกรณ์ในการรักษาความสะอาด อุปกรณ์ในการผลิต เช่น เครื่องกรอง ในระดับต่าง ๆ ซึ่งผู้ผลิตไม่สามารถผลิตขึ้นใช้เองได้ประกอบกับธุรกิจน้ำดื่ม Wink WATER ยังเป็นธุรกิจ SME ขนาดเล็ก ทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองมาก

2.3 การวิเคราะห์ SWOT

2.3.1 จุดแข็ง (Strengths)

- 1) เนื่องจากเป็น โรงงานที่เพิ่งสร้างทำให้มีเครื่องจักรใหม่ และระบบการผลิตที่ทันสมัย
- 2) เป็นเจ้าใหม่ของตลาด ทำให้ถึงบรรจุน้ำ หรือ Packaging คู่สะอาดและใหม่กว่าเจ้าอื่น
- 3) สามารถหาซื้อสินค้าได้จากร้านที่เป็นคู่ค้า, เข้ามาซื้อได้ที่โรงงานโดยตรง และมีบริการจัดส่งถึงที่หมาย
- 4) บุคลากรมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการผลิตเนื่องจากมีประสบการณ์การทำงานใน โรงงานผลิตน้ำดื่มมาก่อน
- 5) น้ำดื่มเป็นสินค้ามีอายุยืนยาว จัดเก็บรักษาง่าย

2.3.2 จุดอ่อน (Weakness)

- 1) เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการทำให้ตลาดรู้จักและยอมรับ
- 2) การเข้าออกของพนักงานมีมาก เนื่องจากเป็นงานที่หนัก
- 3) กำลังการผลิตต่ำ เพราะเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก

2.3.3 โอกาส (Opportunity)

- 1) เนื่องจากภาวะโลกร้อนในปัจจุบัน ส่งผลให้ความต้องการน้ำดื่มสูงขึ้นเรื่อยๆ
- 2) แบรินด์ยักษ์ใหญ่ที่เป็นเจ้าตลาดไม่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่เนื่องจากปัจจัยทางด้านต้นทุน ค่าขนส่ง
- 3) ปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิตเช่น เครื่องจักรและระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยทำให้มีผลผลิตที่มีคุณภาพและผลิตได้ในปริมาณที่มากเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

2.3.4 อุปสรรค (Threat)

- 1) เป็นธุรกิจที่เข้ามาแข่งขันได้ง่าย อาจทำให้มีคู่แข่งใหม่เข้ามาในธุรกิจและทำให้เกิดทางเลือกใหม่แก่ผู้บริโภค
- 2) ธุรกิจน้ำดื่มมีผู้นำตลาดที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมีช่องทางการจัดจำหน่าย หลายช่องทาง และมีการลงทุนในกิจกรรมทางการตลาดอย่างมาก
- 3) ตลาดน้ำดื่มเป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวได้มากจึงทำให้มีการเพิ่มกลยุทธ์เพื่อรักษา และเพื่อส่วนแบ่งทางการตลาดทำให้การรุกเข้าตลาดน้ำดื่มต้องเผชิญกับการแข่งขันค่อนข้างสูง
- 4) เนื่องจากสถานะน้ำมันในตลาดโลกมีแนวโน้มราคาเพิ่มสูงขึ้นทำให้มีต้นทุนทางการผลิตและการขนส่งเพิ่มสูงขึ้น
- 5) มีคู่แข่งภายในจังหวัดมีจำนวนมาก ที่ทำการจำหน่ายอยู่ก่อนแล้ว

2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง

2.4.1 วิเคราะห์น้ำดื่มท้องถิ่น ที่จำหน่ายระแวกเดียวกัน

- 1) น้ำดื่มตรา ออลสปริง เป็นแบรนด์ผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุถังเจ้าเก่า เป็นโรงงานผลิตขนาดกลาง มีพื้นที่เป้าหมายหลักในการจัดจำหน่ายอยู่ในมหาวิทยาลัยรังสิตและบริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยรังสิต
- 2) น้ำดื่มตรา เมอร์เมด เป็นแบรนด์น้องใหม่เพิ่งเข้าตลาดมาได้ไม่นาน เป็นโรงงานผลิตน้ำดื่มบรรจุถังขนาดเล็ก ที่ตั้งโรงงานอยู่ ต.บางคูวัด อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี โดยจำหน่ายอยู่บริเวณพื้นที่รอบที่ตั้ง โรงงาน และ พื้นที่รังสิต โดยจะมีหมู่บ้านเมืองเอกเป็นกลุ่มลูกค้ารอง
- 3) น้ำดื่มตรา อินดี้ เป็นแบรนด์เจ้าเก่าที่อยู่มานาน เป็นผู้บุกเบิกตลาด เป็นโรงงานขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตสูง และเป็นเจ้าตลาดในระแวกอำเภอคลองหลวง จ.ปทุมธานี

2.4.2 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งชั้น

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบน้ำถึงWink WATER กับคู่แข่งชั้น

หัวข้อ/ ชื่อแบรนด์	Wink WATER	ALL SPRINGS	INDY DRINKING WATER	MERMAID DRINKING WATER
รูปลักษณะ	ถัง PET 18.9 ลิตร สีน้ำเงิน	ถัง PET 18.9 ลิตร สีน้ำเงิน	ถัง PET 18.9 ลิตร สีเขียว	ถัง PET 18.9 ลิตร สีฟ้าอ่อน
ราคา	35	40	32	30
ภาพลักษณ์	เป็นน้ำดื่มบรรจุ ถังราคาแพง เป็นแบรนด์ใหม่ เพิ่งเข้าตลาด ดู ใหม่ และ สะอาดกว่า เจ้า อื่น	เป็นสินค้าราคา แพง คุณสะอาด และมีคุณภาพ	เป็นน้ำดื่มบรรจุถังทั่วไป ราคาถูก และเป็นเจ้าเก่าของตลาด	เป็นน้ำดื่ม บรรจุถังทั่วไป ราคาถูก
ช่องทางการ จัดจำหน่าย	-บริการจัดส่ง -เปิดขายหน้า โรงงาน -ขายฝากร้านค้า	-บริการจัดส่ง -เปิดขายหน้า โรงงาน	-บริการจัดส่ง -เปิดขายหน้าโรงงาน -ขายฝากร้านค้า	-บริการจัดส่ง -เปิดขายหน้า โรงงาน
การส่งเสริม การตลาด	-ผ่าน Social network -มีป้ายโฆษณา ตามจุดหน้า โรงงาน -แจกแผ่นพับ ตามหมู่บ้าน/ ตามคอนโด	-มีป้ายโฆษณา หน้าโรงงาน	-ผ่านเว็บไซต์ -มีป้ายโฆษณา บริเวณรอบที่ตั้งโรงงานและ แหล่งชุมชนใกล้โรงงาน	-ผ่านสื่อ Social network -มีป้ายโฆษณา หน้าโรงงาน

บทที่ 3

แผนการตลาด

3.1 การวิเคราะห์ STP

3.1.1 Segmentation การแบ่งกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป็นกลุ่มย่อยๆ มีเกณฑ์ ดังนี้

1) ด้านประชากรศาสตร์ : การแบ่งส่วนตลาดของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภคนั้น หากแบ่งตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์จะใช้เพียง 2 เกณฑ์ ได้แก่ รายได้ และ อายุ ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นร้านค้านั้น ใช้เกณฑ์ประเภทของร้านค้าเป็นตัวแบ่ง ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดต่างๆ ตามเกณฑ์ประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

ตลาดผู้บริโภค (Customer markets)

รายได้ ได้แก่ 1) 10,000 -15,000 บาท และ 2) 15,001 บาท

ขึ้นไป

อายุ ได้แก่ 1) 20 -24 ปี และ 2) 25 ปี ขึ้นไป

ตลาดอุตสาหกรรม (Industrial Market) ประเภทของธุรกิจ ได้แก่

- 1) ร้านขายของชำ หรือ ร้านโชห่วย ใกล้หมู่บ้าน
- 2) ร้านขายปลีก/ส่ง เครื่องดื่มต่างๆ

2) ด้านภูมิศาสตร์ : เนื่องจากโรงงานผลิตน้ำถังตรา Wink WATER ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่รังสิตเพียงแห่งเดียว ทำให้ความสามารถในการให้ขนส่งนั้นมีค่อนข้างจำกัด จะใช้เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์มาเป็นเกณฑ์แบ่งกลุ่มลูกค้า โดยกลุ่มที่เป็นผู้บริโภคทางตรง และ กลุ่มที่เป็นร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จะอยู่ในจังหวัดปทุมธานี และพื้นที่ใกล้เคียงจังหวัดปทุมธานีซึ่งสามารถแบ่งได้ ดังนี้

จังหวัดปทุมธานีประกอบด้วย 7 อำเภอแบ่งเป็น

- 1) เมืองปทุมธานี
- 2) คลองหลวง
- 3) ธัญบุรี

- 4) หนองเสือ
- 5) ลาดหลุมแก้ว
- 6) ลำลูกกา
- 7) สามโคก

พื้นที่จังหวัดใกล้เคียงจังหวัดปทุมธานีแบ่งเป็น

- 1) กรุงเทพมหานคร
- 2) นครนายก
- 3) อโยธยา
- 4) สระบุรี
- 5) นครปฐม

3) ลักษณะพฤติกรรม

ตลาดผู้บริโภค (Customer markets) พฤติกรรมการบริโภคน้ำถึง ได้แก่

- 1) ไม่รับประทาน
- 2) นานๆ ครั้ง
- 3) รับประทานอยู่เป็นประจำ

ตลาดอุตสาหกรรม (Industrial Market) ปริมาณการใช้น้ำถึงต่อวัน ได้แก่

- 1) น้อย
- 2) ปานกลาง
- 3) มาก

3.1.2 Target Marketing

จากการแบ่งส่วนการตลาดข้างต้น กลุ่มเป้าหมายหลักที่ เป็นผู้บริโภคของน้ำดื่มบรรจุ ถังตรา Wink WATER เป็นกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป และอายุมากกว่า 25 ปีขึ้นไป ใช้น้ำเพื่อการบริโภคอยู่เป็นประจำ และอาศัยอยู่ในอำเภอ เมืองปทุมธานี ลำลูกกา และ คลอง หลวง จังหวัดปทุมธานี

กลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นตลาดอุตสาหกรรมเป็นร้านขายของชำหรือร้านโชห่วยใกล้ หมู่บ้าน หอพัก คอนโด ในอำเภอ เมืองปทุมธานี ลำลูกกา และ คลองหลวง และมีพฤติกรรมการ ใช้น้ำจำนวนมากต่อวัน

3.1.3 Positioning

Wink WATER ต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่มีรายได้ต่ำหรือปานกลางมีการใช้กลยุทธ์การตลาดที่มุ่งการสะดวกซื้อและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคหลักอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นกลุ่มทุกเพศทุกวัย



3.2 กลยุทธ์ทางการตลาด 4P

3.2.1 ผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม (Product)

ในท้องตลาดน้ำดื่มสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ น้ำดื่มในภาชนะที่เป็นพลาสติกใสและพลาสติกขุ่น ผู้บริโภคจะนิยมดื่มน้ำ ในภาชนะบรรจุที่เป็นพลาสติกใสมากกว่า เพราะสามารถมองเห็นความใสของน้ำที่บรรจุอยู่ภายใน และถึงใดยังมีพื้นผิวที่เรียบไม่พรุน ทำให้สิ่งสกปรกไม่สามารถเกาะบนพื้นผิวได้ จึงทำให้ไม่เกิดการอุดตันของสิ่งสกปรก ดังนั้นผู้บริโภคจะมีความเชื่อมั่นต่อความสะอาดและปลอดภัยกว่า

ลักษณะของน้ำดื่มบรรจุถังตราWink WATER ถังบรรจุ 18.9 ลิตร



รูปที่ 3.2 แสดงสัญลักษณ์ตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์

- 1) สภาพภายนอกและสภาพภายในของถังที่ใช้บรรจุต้องสะอาด บริเวณคอขวดและฝาปิดต้องไม่มีคราบปนเปื้อน
- 2) ลักษณะของน้ำต้องใส ไม่มีตะกอน สี กลิ่น รสที่ผิดปกติ
- 3) ฉลากต้องระบุชื่อ ตรา น้ำดื่ม อย่างชัดเจน Wink WATER ใช้เป็น LOGO ตัวหนังสือสีขาว ที่เป็นสัญลักษณ์บ่งบอกถึงความสะอาด และตัวโลโก้อ่านออกเสียง และเข้าใจความหมายได้ เพื่อง่ายต่อการจดจำแบรนด์และจะใช้พื้นหลังสีใส เพื่อกลมกลืนกับตัวถัง จะให้ดูสะอาดตามากขึ้น



รูปที่ 3.3 ฝาปิดถัง ส่วนประกอบสินค้าบนบรรจุภัณฑ์

4) ฝาที่ใช้เป็นลักษณะฝาฉีก ใช้แล้วทิ้ง ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในความสะอาดของสินค้า ว่าสินค้าจะยังไม่มีกรถูกเปิด และไม่มีกรนำฝาเก่ากลับมาใช้ซ้ำ

3.2.2 การกำหนดราคา (Price)

ตารางที่ 3.1 แสดงราคาผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรา Wink WATER

ผลิตภัณฑ์	ปริมาณ	ราคาบาท
น้ำถังใส (จำหน่ายเอง)	18.9 ลิตร	35
น้ำถังใส (ผู้แทนจำหน่าย)	18.9 ลิตร	25

การกำหนดราคาของน้ำดื่มตรา Wink WATER จะขึ้นอยู่กับภาวะทั่วไปของตลาดและต้นทุนการผลิต คือ

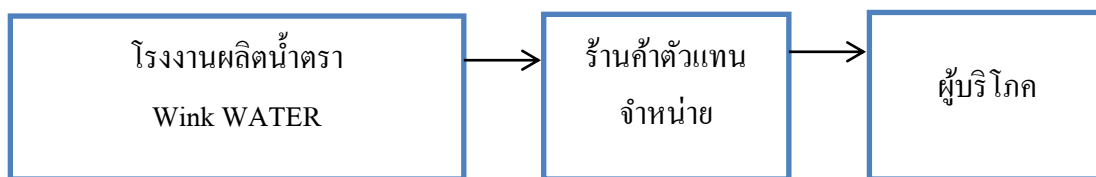
1) กำหนดราคาตามสภาวะทางการตลาด ผู้ประกอบการรายใหม่ควรสำรวจราคาจากผู้ประกอบการรายเดิมในพื้นที่นั้นๆ เพื่อไม่ให้ราคาสูงหรือต่ำ เกินไป แต่ส่วนมากผู้ประกอบการน้ำดื่มที่ต้องการหาตลาด จะกำหนดราคาสินค้าต่ำกว่าผู้ประกอบการรายเดิม ทำให้บางครั้ง ผู้ประกอบการต้องประสบภาวะขาดทุน และดำเนินธุรกิจได้ไม่นาน

2) กำหนดราคาจากต้นทุนการผลิต ซึ่งประกอบด้วย ค่าแรงงาน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และที่มากที่สุดคือค่าบรรจุภัณฑ์ เพราะวัตถุดิบหลักของบรรจุภัณฑ์จะเป็นพลาสติกและเม็ดพลาสติก ซึ่งอิงกับราคาน้ำมัน ฉะนั้น หากปัจจัยการผลิตถูกปรับราคาสูงขึ้น ผู้ประกอบการก็อาจต้องเพิ่มราคาเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์

3.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

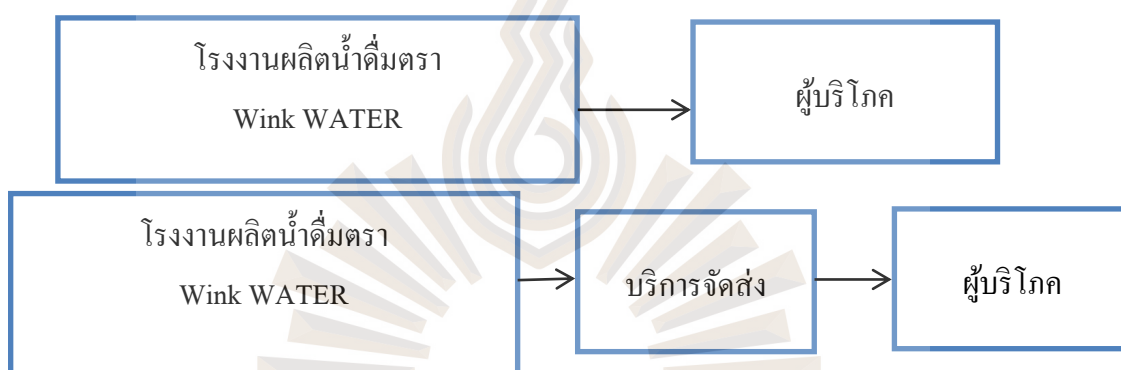
ไม่ว่าจะทำธุรกิจประเภทใดก็ตาม ผู้ประกอบการต้องสำรวจตลาดหรือช่องทางการจำหน่ายสินค้าก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตต่อไป โดยน้ำดื่มตรา Wink WATER มีช่องทางการจำหน่าย ดังนี้

1) ติดต่อเอเยนต์หรือตัวแทนจำหน่ายน้ำดื่มในเขตพื้นที่นั้นๆ โดยทำการตกลงหรือกำหนดเงื่อนไขระหว่างผู้ประกอบการน้ำดื่มและตัวแทนจำหน่าย เช่น ร้านค้าขายของชำ ร้านโชห่วย เป็นต้น



รูปที่ 3.4 แสดงช่องทางการจัดจำหน่าย แบบ B2B

2) การติดต่อกับลูกค้าโดยตรง มี 2 ช่องทาง คือ เปิดจำหน่ายหน้าโรงงาน ลูกค้าสามารถเข้ามาซื้อได้โดยตรงและอีกหนึ่งช่องทางคือบริการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า



รูปที่ 3.5 แสดงช่องทางการจัดจำหน่าย แบบ B2C

3.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

น้ำดื่มตรา Wink WATER ถือว่า ประเด็นผู้ประกอบการรายใหม่สุดในตลาดน้ำดื่ม จังหวัดปทุมธานี ดังนั้น จึงต้องมีการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้า ดังนี้



รูปที่ 3.6 แสดงป้ายโฆษณาขนาดใหญ่

1) ป้ายไว้นิลขึ้น โครงยี่ดัวตฤขนาดใหญ่ ขนาด 4*2 เมตร ติดหน้าโรงงาน 1 ป้าย และ พื้นที่ใกล้เคียง โรงงานอีก 2 ป้าย ทยลละเอียดบนป้ายจะบอกถึง แบนรด์ รูปสินค้า และ เบอร์โทรติดต่อ

2) ป้ายขึ้น โครงขนาดเล็ก 0.50*0.90 เมตร 10 ป้ายปักตามจุดต่างๆ เว้น ระยะห่าง 200 เมตร ต่อ หนึ่งป้าย บอกทางมาโรงงาน เริ่มตั้งแต่หน้าเหมืองเอก จน ถึง โรงงานเป็น ระยะทางประมาณกิโลเมตร



รูปที่ 3.7 แสดงป้ายโฆษณาบอกทางขนาดเล็ก



รูปที่ 3.8 แสดงสื่อโฆษณากลางแจ้ง แบบเคลื่อนที่

3) สตักเกอร์เปะบนรถส่งน้ำ (สื่อโฆษณากลางแจ้ง แบบเคลื่อนที่) เพื่อ ประชาสัมพันธ์สินค้าและแบนรด์สินค้า ประกอบด้วย โลโก้ และ เบอร์โทรติดต่อ

4) ป้ายไว้นิลขึ้น โครง(เคลื่อนย้ายได้) กว้าง 50 cm สูง 150 cm วดจากฐาน จำนวน 10 ป้าย ระบุ ตรา Wink WATER ตั้งไว้ตามร้านที่เป็นตัวแทนต่างๆ เพื่อเป็นการ

ประชาสัมพันธ์แบรนด์ไปในตัวภายใน และตัวป้ายจะระบุ โด โก้สินค้า และรูปสินค้าอย่างชัดเจน ผู้บริโภคจะทราบได้ทันทีว่าขายสินค้าอะไร



รูปที่ 3.9 แสดงป้ายประชาสัมพันธ์น้ำดื่มตรา Wink WATER



รูปที่ 3.10 แสดงสื่อออนไลน์ที่เป็น Social Network

5) ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Network ได้แก่ Facebook ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงผู้คนได้ในวงกว้างและไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าชม โดยในเพจจะบอกถึง ชื่อร้าน แผนที่ตั้งร้าน รูปสินค้า โปรโมชัน หรือ ข่าวสารต่างๆ รวมไปถึง ช่องทางการติดต่อสั่งซื้อสินค้า

6) ใบปลิว แผ่นพับ โดยใช้กระดาษโรเนียวพื้นขาว พิมพ์สี จะแสดงรายละเอียดต่างๆ ของโรงงานผลิตน้ำดื่ม Wink WATER รวมทั้งราคา และ โปรโมชั่น ซึ่งมีแผนจะส่งปลิวไปยังกลุ่มลูกค้าโดยผ่านทางพนักงานขาย และ รถส่งน้ำ



รูปที่ 3.11 แสดงสื่อโฆษณาแผ่นพับ

3.2.4.1 งบประมาณในการตลาดและประชาสัมพันธ์ ทางโรงงานได้จัดสรรงบประมาณไว้สำหรับการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ ปีละ 63,800 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงงบประมาณในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้	ช่วงเวลา	งบประมาณต่อปี (บาท)
1) ป้ายไว้นิเทศขนาดใหญ่ ติดหน้าโรงงาน และ พื้นที่ใกล้เคียงโรงงาน	ตลอดทั้งปี	50,000
2) ป้ายบอกทางมาโรงงาน	ตลอดทั้งปี	3,000
3) สติกเกอร์แปะบนรถส่งน้ำ (สื่อโฆษณากลางแจ้ง แบบเคลื่อนที่)	ตลอดทั้งปี	1,000
4) ป้ายไว้นิเทศขึ้นโครง(เคลื่อนย้ายได้)	ช่วงเปิดตัว 6 เดือนแรก มิ.ย.-ธ.ค.	5,000
5) Social Network	ลง Content ได้ตลอดทั้งปี	-
6) ใบปลิว แผ่นพับ	ช่วงเปิดตัว 6 เดือนแรก มิ.ย.-ธ.ค.	4,800 บาท
รวมงบประมาณที่ใช้ในการทำการตลาดต่อปี		63,800 บาท

3.3 ประมาณการยอดขาย

ราคาต่อหน่วย

ตารางที่ 3.3 ราคาต่อหน่วย

ลำดับ	ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
สินค้า 1	Wink WATER (จำหน่ายเอง)	35	ถัง
สินค้า 2	Wink WATER (ผู้แทนจำหน่ายเอง)	25	ถัง

ตารางที่ 3.4 แสดงจำนวนน้ำที่ขายได้

อัตราการผลิตต่อปี	50%	55%	60%	65%	70%
ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Wink WATER (จำหน่ายเอง)	28,800	31,680	34,560	37,440	40,320
Wink WATER (ผู้แทนจำหน่ายเอง)	14,400	15,840	17,280	18,720	20,160
รวม (ถึงต่อปี)	43,200	47,520	51,840	56,160	60,480

ตารางที่ 3.5 แสดงแผนรายได้

หน่วย: บาท

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Wink WATER (จำหน่ายเอง)	1,008,000	1,108,800	1,209,600	1,310,400	1,411,200
Wink WATER (ผู้แทนจำหน่ายเอง)	360,000	396,000	432,000	468,000	504,000
รวม	1,368,000	1,504,800	1,641,600	1,778,400	1,915,200

บทที่ 4

แผนการดำเนินงาน

4.1 ทำเลที่ตั้ง

โรงงานผลิตน้ำดื่มตรา Wink WATER ตั้งอยู่ตั้งอยู่พลาซ่าเมืองเอกเลขที่ 52/347 หมู่บ้านเมืองเอก ถ.พหลโยธิน ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี

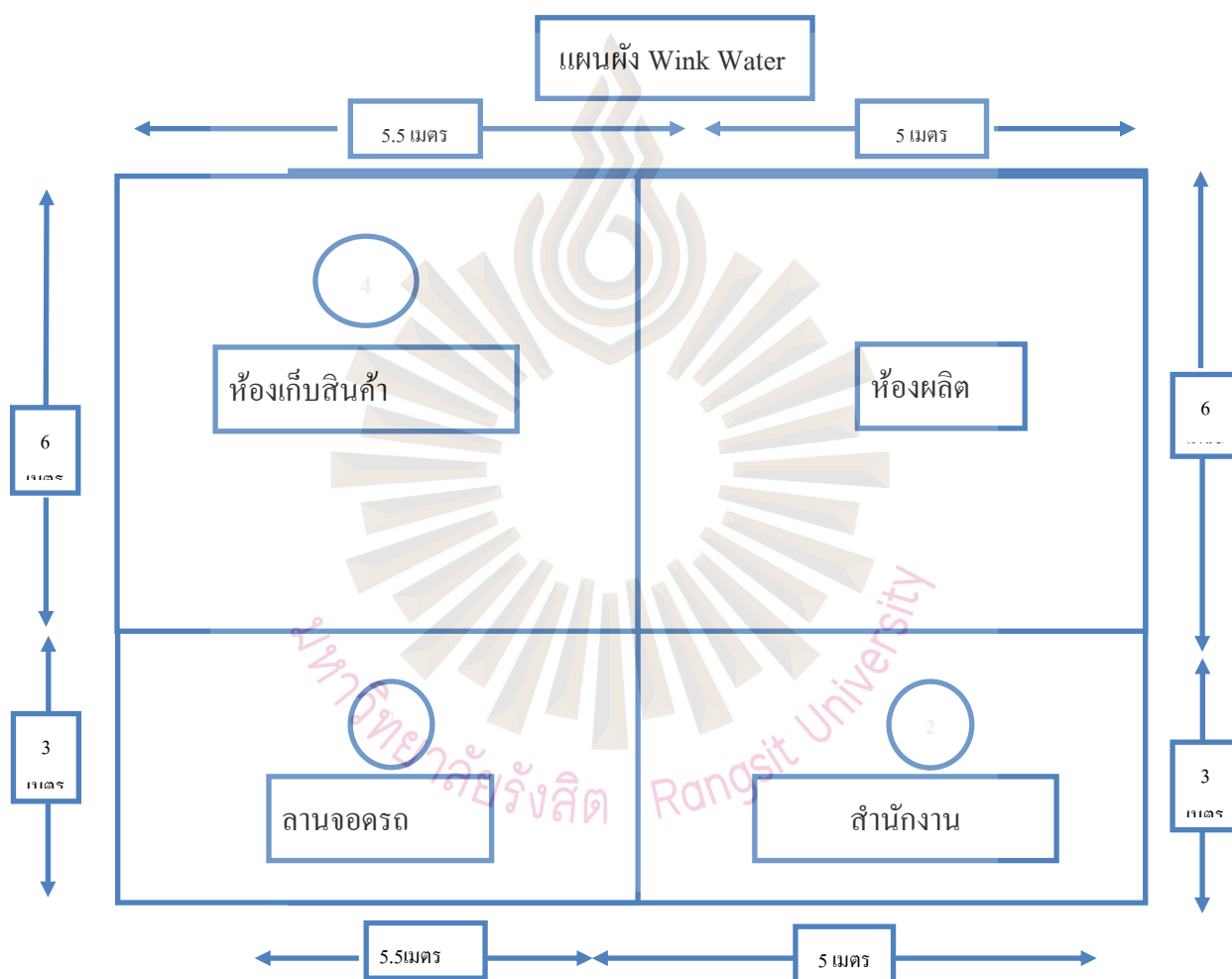
ที่ตั้งโรงงานผลิตน้ำดื่มตรา Wink WATER ข้อดีของทำเลที่ตั้ง คือมีปริมาณความต้องการน้ำดื่มเป็นจำนวนมาก เนื่องจากภายในหมู่บ้านเมืองเอกมีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งพื้นที่โดยรอบยังเต็มไปด้วย ร้านค้าร้านอาหารและ บ้านเรือน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของน้ำดื่มตรา Wink WATER



รูปที่ 4.1 ที่ตั้งโรงงานผลิตน้ำดื่มตรา Wink WATER

4.2 การบริหารพื้นที่ Layout

อาคารสำนักงานและโรงงานผลิตน้ำดื่มตรา Wink WATER เป็นอาคารชั้นเดียว ขนาด กว้าง 10.5 เมตร ยาว 9 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 94.5 ตารางเมตรแบ่งพื้นที่เป็น 4 ส่วน คือ พื้นที่ลานจอดรถ พื้นที่สำนักงาน พื้นที่ห้องผลิตและพื้นที่เก็บสินค้า



รูปที่ 4.2 แผนผังสำนักงานและ โรงงานผลิตน้ำดื่ม Wink WATER

1. ลานจอดรถ เป็นพื้นที่กว้าง 5.5 เมตร ยาว 3 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 16.5 ตารางเมตร ใช้เป็นพื้นที่สำหรับจอดรถยนต์ที่ใช้ในการขนส่งสินค้า
2. สำนักงาน เป็นพื้นที่กว้าง 5 เมตร ยาว 3 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 15 ตารางเมตร ใช้เป็นพื้นที่สำหรับสำนักงาน ห้องผู้จัดการ และเก็บเอกสารต่างๆ
3. ห้องผลิตเป็นพื้นที่กว้าง 5 เมตร ยาว 6 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 15 ตารางเมตร ใช้เป็นพื้นที่ในการล้าง ถัง ถัง และ บรรจุน้ำใส่ถัง เพื่อเตรียมเก็บในห้องเก็บสินค้า
4. ห้องเก็บสินค้าเป็นพื้นที่กว้าง 5.5 เมตร ยาว 6 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 30 ตารางเมตร ใช้เป็นพื้นที่สำหรับเก็บสินค้าที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วเตรียมจำหน่าย

4.3 กระบวนการผลิตและการบริการ

กระบวนการบริการและกระบวนการผลิต Wink WATER ประกอบด้วย 4 กระบวนการด้วยกัน คือ

1. กระบวนการให้บริการ
2. กระบวนการผลิต
3. กระบวนการจัดส่งสินค้า
4. กระบวนการเบิกจ่ายสินค้า

4.3.1 กระบวนการบริการ



รูปที่ 4.3 กระบวนการให้บริการ

กระบวนการในการบริการของน้ำดื่มตราWink WATER ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

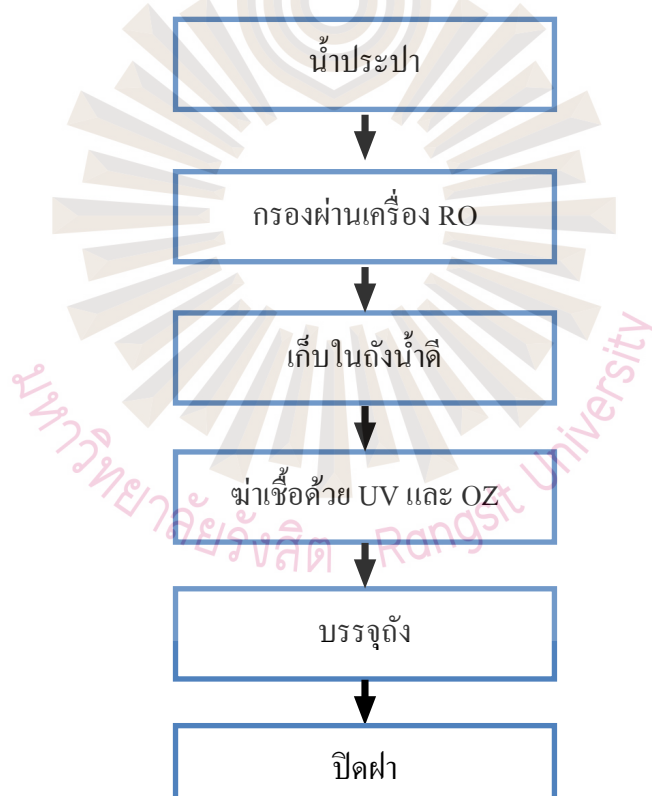
1. เมื่อมีลูกค้าสั่งน้ำดื่มเข้ามา
2. พนักงานกล่าวสวัสดิ์ลูกค้าด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสและน้ำเสียงที่
3. พนักงานรับรายการน้ำดื่มที่ลูกค้าสั่งซื้อ โดยการจดบันทึกลงในสมุด
4. พนักงานแจ้งค่าใช้จ่ายค่าน้ำดื่มทั้งหมดที่ลูกค้าทำการสั่ง

อ่อน โชน

5. พนักงานแจ้งกำหนดวันส่งสินค้า
6. ผลิตน้ำดื่มตามรายการที่ลูกค้าสั่ง
7. พนักงานจะจัดสินค้าขึ้นรถตามที่ลูกค้าสั่งเตรียมส่ง
8. ส่งสินค้าให้กับลูกค้า
9. พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าที่ใช้บริการสั่งซื้อน้ำดื่ม

โดยทาง Wink WATER เชื่อว่าหากปฏิบัติตามกระบวนการดังกล่าวแล้วจะช่วยให้ลูกค้าได้รับน้ำดื่มส่งถึงบ้านอย่างรวดเร็ว ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ และประทับใจในบริการ

4.3.2 กระบวนการผลิต

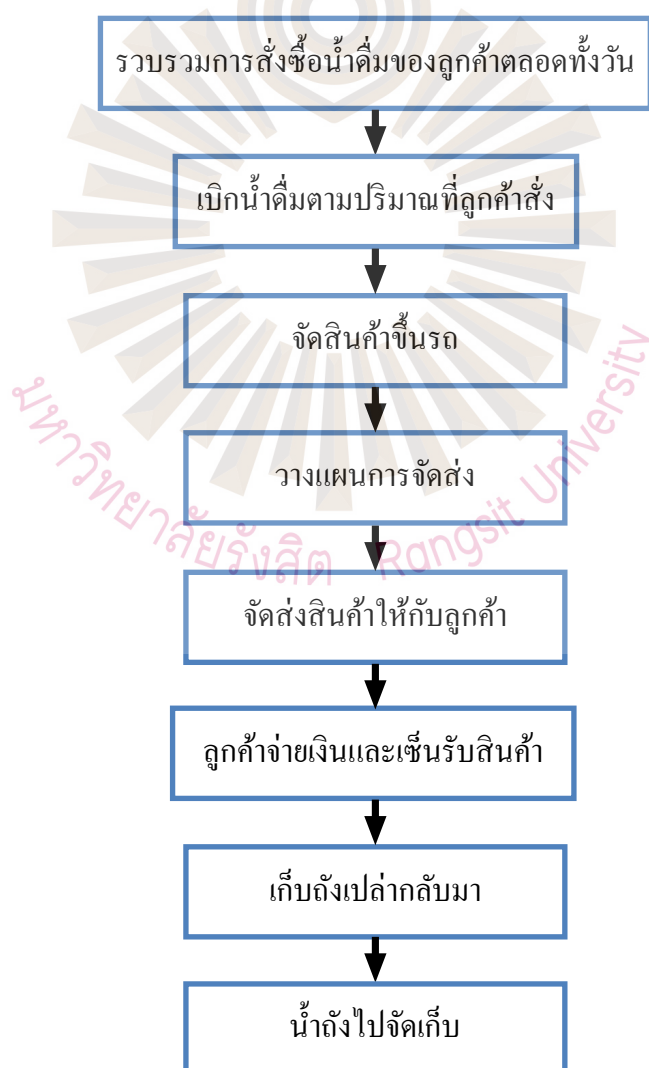


รูปที่ 4.4 กระบวนการผลิต

กระบวนการในการผลิตน้ำดื่มตราWink WATER ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เปิดน้ำประปาให้ไหลผ่านเข้าไปในเครื่องกรองระบบ RO
2. กรองน้ำผ่านเครื่อง RO เพื่อกรองตะกอนหยาก่อนแล้ว กรอง รส กลิ่น สี เพื่อให้ได้ น้ำสะอาดบริสุทธิ์
3. น้ำที่สะอาดบริสุทธิ์แล้วจะถูกเก็บไว้ในถังน้ำดี
4. น้ำดีจะถูกทำให้ สะอาดอีกครั้ง โดยการฆ่าเชื้อด้วยระบบ ULTRAVIOLET (UV) และ OZONE (OZ)
5. บรรจุน้ำลงถัง
6. ปิดฝาถังน้ำดื่ม

4.3.3 กระบวนการจัดส่งสินค้า

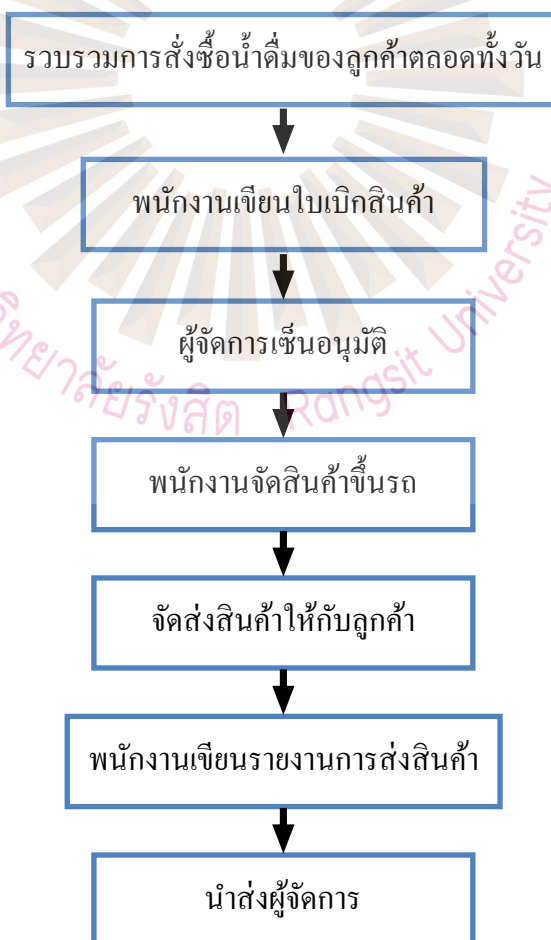


รูปที่ 4.5 กระบวนการจัดส่งสินค้า

กระบวนการในการจัดส่งสินค้าประกอบด้วยกระบวนการดังต่อไปนี้

1. พนักงานจะรวบรวมการสั่งซื้อน้ำดื่มของลูกค้าตลอดทั้งวัน
2. เบิกน้ำดื่มออกจากคลังสินค้าตามปริมาณที่ลูกค้าสั่งซื้อ
3. นำสินค้าที่เบิกออกมาจัดเรียงขึ้นรถสำหรับขนส่ง
4. พนักงานขนส่งจะต้องวางแผนการส่งสินค้าก่อนออกส่งเพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการขนส่ง และลูกค้าจะได้รับสินค้าเร็วขึ้น
5. นำสินค้าจัดส่งให้กับลูกค้าตามบ้านเรือนร้านค้าต่างๆ
6. เมื่อได้รับสินค้าลูกค้าจะต้องจ่ายเงินและเซ็นรับสินค้า
7. พนักงานจะต้องเก็บถังน้ำที่ใช้แล้วของลูกค้ากลับมาโรงงาน
8. เมื่อกลับมาถึงโรงงานพนักงานจะต้องนำถังน้ำที่เก็บคืนมาไปจัดเก็บเพื่อเตรียมเข้าสู่ขั้นตอนต่อไป

4.3.4 กระบวนการเบิกจ่ายสินค้า



รูปที่ 4.6 กระบวนการเบิกจ่ายสินค้า

กระบวนการเบิกจ่ายสินค้านั้นถูกออกแบบมาเพื่อป้องกันการสูญหายของสินค้าและเป็นการตรวจสอบการเข้าออกของสินค้า ประกอบด้วยกระบวนการดังต่อไปนี้

1. พนักงานจะรวบรวมการสั่งซื้อน้ำดื่มของลูกค้าตลอดทั้งวัน
2. พนักงานจะต้องเขียนใบเบิกสินค้าตามจำนวนที่ลูกค้าสั่ง
3. ส่งให้ผู้จัดการเซ็นอนุมัติ
4. พนักงานนำสินค้าออกจากห้องเก็บแล้วจัดเรียงขึ้นรถขนส่ง
5. ส่งสินค้าให้กับลูกค้า
6. หลังจากจัดส่งสินค้ากลับมาพนักงานจะต้องเขียนรายงานการจัดส่งสินค้า ซึ่งจะระบุถึงจำนวนน้ำดื่มที่ส่งให้ลูกค้า จำนวนน้ำดื่มที่ลูกค้าไม่ได้รับตามนัดหมายและจำนวนถึงเปล่าที่เก็บคืนมา
7. ส่งรายงานให้ผู้จัดการไปตรวจสอบความถูกต้อง

4.4 กำลังในการผลิตน้ำดื่มตรา Wink WATER

กำลังการผลิตสูงสุดของน้ำดื่มตรา Wink WATER วัดจากอัตราการกรองของเครื่องกรองน้ำคือวันละ 6,000 ลิตร และปริมาณพื้นที่ในการจัดเก็บที่มีอยู่ คือ 67.5 ตารางเมตร ซึ่งน้ำดื่ม 1 ถัง มีปริมาตร 18.9 ลิตร ดังนั้นอัตราการผลิตสูงสุดโดยประมาณจึงอยู่ที่ 300 ถัง ต่อวัน

หนึ่งเดือนทำการผลิต 24 วัน คิดเป็นเดือนละ 7,200 ถัง ซึ่งพบว่าใน 1 ปี จะมีอัตราการผลิตสูงสุดอยู่ที่ประมาณ 86,400 ถัง ต่อปี

ในการประมาณการขายได้แบ่งการขายออกเป็น 2 ส่วนคือ ขายและจัดส่งประมาณการไว้ที่วันละ 100 ถัง และการขายผ่านผู้แทนจำหน่ายประมาณการไว้ที่วันละ 50 ถังรวมเป็นวันละ 150 ถังอาทิตย์ละ 900 ถัง เดือนละ 3,600 ถัง ปีละ 43,200 ถัง คิดเป็น 50 % ของอัตราการผลิตสูงสุดที่สามารถผลิตได้คือประมาณ 86,400 ถัง ต่อปี และกำหนดให้ในแต่ละปีสามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้นปีละ 5%

ตารางที่ 4.1 ประมาณการขายน้ำดื่มตราWink WATER

ประมาณการขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำลังการผลิตสูงสุด (ถัง/ปี)	86,400	86,400	86,400	86,400	86,400
Wink WATER (จำหน่ายเอง)	28,800	31,680	34,560	37,440	40,320
Wink WATER (ผู้แทนจำหน่ายเอง)	14,400	15,840	17,280	18,720	20,160
รวม	43,200	47,520	51,840	56,160	60,480
คิดเป็นร้อยละของปริมาณการผลิตสูงสุด	50%	55%	60%	65%	70%

4.5 สินทรัพย์และอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการและค่าเสื่อม

4.5.1 เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

เครื่องจักรในการผลิตน้ำดื่มนั้นมี 2 รายการด้วยกัน คือ เครื่องกรองน้ำ 1 เครื่อง ราคา 49,500 บาท และรถยนต์สำหรับใช้ส่งสินค้า 1 คัน ราคา 600,000 บาท รวมเป็นค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 649,500 บาท ซึ่งเครื่องจักรในการผลิตมีค่าเสื่อมสภาพ 5 ปี ดังนั้นใน 1 ปีจะต้องจ่ายค่าเสื่อมสภาพเป็นเงินทั้งสิ้น 129,900 บาทต่อปี

ตารางที่ 4.2 เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

รายการเครื่องจักร	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	ราคารวม (บาท)	ค่าเสื่อมสภาพ (บาท/ปี)
เครื่องกรองน้ำ	49,500	1 เครื่อง	49,500	9,900
รถยนต์	600,000	1 คัน	600,000	120,000
รวมค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อเครื่องจักร			649,500	129,900

4.5.2 อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน

อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในสำนักงานนั้นประกอบไปด้วย คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ เอกสาร เครื่องคิดเลข โทรศัพท์ โต๊ะทำงาน ตู้เก็บเอกสาร และกล่องวงจรปิด รวมเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อทั้งสิ้น 54,900 บาท ซึ่งอุปกรณ์ดังกล่าวมีอายุการใช้งานทั้งสิ้น 5 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมสภาพ 10,900 บาทต่อปี

ตารางที่ 4.3 อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน

รายการอุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	ราคารวม (บาท)	ค่าเสื่อมสภาพ (บาท/ปี)
คอมพิวเตอร์	25,000	1	25,000	5,000
เครื่องพิมพ์เอกสาร	5,000	1	5,000	1,000
เครื่องคิดเลข	1,500	1	1,500	300
โทรศัพท์	1,000	1	1,000	200
โต๊ะทำงาน	3,000	1	3,000	600
ตู้เก็บเอกสาร	15,000	1	15,000	3,000
กล่องวงจรปิด	1,000	4	4,000	800
รวมค่าใช้จ่ายในการจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน			54,500	10,900

4.5.3 วัสดุสิ้นเปลือง

วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

1. ถังน้ำดื่มขนาด 18.9 ลิตร ราคาถังละ 140 บาท คิดจากประมาณการขายเดือนละ 600 ถัง แต่เนื่องจากถังมีการใช้งานซ้ำจึงกำหนดให้ 1 ถังมีการใช้งานประมาณ 4 ครั้ง ดังนั้น 1 ปีจึงมีการสั่งซื้อ 1,800 ถัง คิดเป็นค่าใช้จ่าย 252,000 บาทต่อปี
2. สมุดจดบันทึก ราคาเล่มละ 30 บาท ใช้ 2 เดือนต่อ 1 เล่ม ดังนั้น 1 ปีจึงใช้ 6 เล่ม คิดเป็นค่าใช้จ่าย 180 บาทต่อปี
3. สมุดใบเสร็จรับเงิน ใช้เขียนใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้า ราคาเล่มละ 50 บาท ใช้เดือนละ 2 เล่ม คิดเป็นปีละ 24 เล่ม รวมเป็นค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 1,200 บาทต่อปี
4. กระดาษ A4 ใช้ในการจัดทำเอกสาร ราคากล่องละ 600 บาท ใช้ปีละ 1 ถัง คิดเป็นค่าใช้จ่าย 600 บาทต่อปี

5. ปากกาใช้เขียนเอกสาร 1 โหลราคา 80 บาท 1 ปี ใช้ 1 โหล คิดเป็นค่าใช้จ่ายปีละ 80 บาทต่อปี

6. หมึกพิมพ์ สำหรับพิมพ์เอกสารต่างๆ ราคากล่องละ 800 บาท ใช้ปีละ 2 กล่อง คิดเป็นค่าใช้จ่าย 1,600 บาทต่อปี

สรุปได้ว่าใน 1 ปีมีการจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลืองรวมเป็นค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 255,660 บาทต่อปี

ตารางที่ 4.4 วัสดุสิ้นเปลือง

รายการวัสดุสิ้นเปลือง	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	ราคารวม (บาท/ปี)
สมุดจดบันทึก	30	6 เล่ม	180
สมุดใบเสร็จรับเงิน	50	24 เล่ม	1,200
กระดาษ A4	600	1 ลัง	600
ปากกา	80	1 โหล	80
หมึกพิมพ์	800	2 กล่อง	1,600
ถังน้ำ 18.9 ลิตร	140	600	252,000
รวมค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลือง			255,660

4.6 ต้นทุนวัตถุดิบ

ต้นทุนในการผลิตน้ำดื่มนั้นมีเพียงค่าน้ำ 6บาท และค่าบรรจุถึง 1 บาท รวมเป็นต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด 7 บาท ในส่วนของถังก้านั้นลูกค้าได้ทำการซื้อเป็นของตนเองจึงไม่น่ามาคิดในต้นทุนการผลิต

ตารางที่ 4.5 ต้นทุนวัตถุดิบ

ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าน้ำ(บาท/ถัง)	ค่าบรรจุ(บาท/ถัง)	รวม(บาท/ถัง)
Wink Water (จำหน่ายเอง)	6	1	7
Wink Water (จำหน่ายเอง)	6	1	7

4.7 การจัดการสินค้าคงคลัง

เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า และเพื่อป้องกันเหตุฉุกเฉินต่างๆที่จะทำให้การผลิตน้ำดื่มล่าช้า เช่น เครื่องกรองน้ำมีปัญหา หรือไฟฟ้าดับ เป็นต้น ทางผู้ผลิตน้ำดื่มตราWink WATER จึงได้ทำการผลิตสินค้าไว้ล่วงหน้าให้จำนวนเพียงพอต่อการจัดส่งให้ลูกค้าอย่างน้อย 1 อาทิตย์

ตารางที่ 4.6 การจัดการสินค้าคงคลัง

สต็อกสินค้าสำเร็จรูป 0.258 เดือน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	15,333	16,404	17,497	18,614	19,755
สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	15,333	1,071	1,093	1,117	1,141

บทที่ 5

แผนการจัดการกำลังคน

5.1 โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากธุรกิจน้ำดื่ม ตรา Wink WATER เป็นธุรกิจขนาดเล็กเพิ่งเริ่มเปิดกิจการจึงมีพนักงานทั้งหมดจำนวน 3 ตำแหน่ง ดังนี้

1. ผู้จัดการ 1 ตำแหน่ง
2. พนักงานส่งของ 1 ตำแหน่ง
3. ฝ่ายผลิต 1 ตำแหน่ง



รูปที่ 5.1 โครงสร้างองค์กร

5.2 รายละเอียดด้านบุคลากร

5.2.1 รายละเอียดค่าตอบแทนของบุคลากร

ตารางที่ 5.1 รายละเอียดค่าตอบแทนของบุคลากร

ลำดับที่	ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	อัตราเงินเดือน (บาท)	จำนวนเงินเดือน รวม (บาท/เดือน)	จำนวนเงินเดือน รวม (บาท/ปี)
1	ผู้จัดการ	1	13,000	13,000	156,000
2	พนักงานส่งของ	1	9,000	9,000	108,000
3	ฝ่ายผลิต	1	9,000	9,000	108,000
รวมค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงาน				31,000	372,000

ทางบริษัทได้กำหนดจำนวนพนักงานแต่ละตำแหน่งตามขนาดของกิจการ และตั้งอัตราค่าจ้างให้เหมาะสมกับตำแหน่งและหน้าที่รับผิดชอบโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผู้จัดการ จำนวน 1 คน อัตราค่าจ้าง 13,000 บาท
2. พนักงานส่งของ จำนวน 1 คน อัตราค่าจ้าง 9,000 บาท
3. ฝ่ายผลิต จำนวน 1 คน อัตราค่าจ้าง 9,000 บาท

รวมแล้วใน 1 เดือนจะต้องเสียค่าจ้างพนักงาน 31,000 บาท คิดเป็น 372,000 บาทต่อปี

5.3 ตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบ

5.3.1 ผู้จัดการ

คุณสมบัติ

1. จบการศึกษาปริญญาตรี
2. เพศชาย
3. อายุมากกว่า 23 ปี
4. ผ่านการเกณฑ์ทหารแล้ว
5. มีประสบการณ์จะพิจารณาเป็นพิเศษ

หน้าที่รับผิดชอบ : ดูแลกิจการโดยรวม ทั้งแผนการตลาด แผนการเงิน ทั้งขายจากลูกค้าที่สั่งของรวมทั้ง การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล และวางแผนพัฒนาองค์กรให้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

5.3.2 พนักงานส่งของ

คุณสมบัติ

1. จบการศึกษาไม่ต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6
2. เพศชาย
3. อายุมากกว่า 23 ปี
4. ผ่านการเกณฑ์ทหารแล้ว
5. มีใบขับขี่รถยนต์
6. รู้จักเส้นทางภายในปทุมธานีเป็นอย่างดี
7. มีประสบการณ์จะพิจารณาเป็นพิเศษ

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในการเบิกสินค้าและจัดสินค้าขึ้นรถเพื่อนำไปส่งลูกค้าตามที่ได้รับมอบหมาย และรับผิดชอบงานตามที่ผู้บังคับบัญชาสั่งงาน

5.3.3 พนักงานฝ่ายผลิต

คุณสมบัติ

1. จบการศึกษาไม่ต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6
2. เพศชาย
3. อายุมากกว่า 23 ปี
4. ผ่านการเกณฑ์ทหารแล้ว
5. มีประสบการณ์จะพิจารณาเป็นพิเศษ

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในการผลิตน้ำดื่มบรรจุถัง ดูแลความสะอาดในห้องผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด และรับผิดชอบงานตามที่ผู้บังคับบัญชาสั่งงาน

5.4 การบริหารงานบุคคล

5.4.1 กฎระเบียบวันหยุด และหลักเกณฑ์การหยุด ทางบริษัท ได้มีการกำหนดกฎระเบียบวันหยุดและหลักเกณฑ์การหยุดในกรณีต่างๆไว้ดังนี้

1. ลาไม่เกิน 3 วัน ลาป่วยไม่เกิน 3 วัน โดยต้องมีหลักฐานการแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาก่อน

2. ลาพักร้อนปีละ 5 วัน โดยต้องแจ้งก่อนอย่างน้อย 1 สัปดาห์

3. เวลาการทำงานทั้งหมด 8 ชั่วโมง ตั้งแต่ 7.00 - 16.00 น.

4. หยุดประจำทุกวันจันทร์

5. หยุดทุกวันนักขัตฤกษ์ และเทศกาลสำคัญ

5. สามารถพักระหว่างวันได้ 1 ชั่วโมง

ตารางที่ 5.2 ตารางเวลางานและวันหยุดประจำสัปดาห์

ตำแหน่ง	อาทิตย์	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์
ผู้จัดการ	7.00-16.00	หยุด	7.00-16.00	7.00-16.00	7.00-16.00	7.00-16.00	7.00-16.00
พนักงานส่งของ	7.00-16.00	หยุด	7.00-16.00	7.00-16.00	7.00-16.00	7.00-16.00	7.00-16.00
ฝ่ายผลิต	7.00-16.00	หยุด	7.00-16.00	7.00-16.00	7.00-16.00	7.00-16.00	7.00-16.00

5.5 สวัสดิการ

ทางบริษัทได้กำหนดสวัสดิการสำหรับพนักงานไว้ดังนี้

1. สวัสดิการรักษาพยาบาลตามสิทธิ์ประกันสังคม

2. ค่าอาหารกลางวัน วันละ 30 บาท

3. เงินช่วยเหลือกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉิน

4. โบนัสประจำปีตามผลประกอบการ

5. ช่วยเหลือค่าเล่าเรียนบุตรปีละ 1,000 บาทต่อคน

บทที่ 6

แผนการเงิน

6.1 สมมุติฐาน

ตารางที่ 6.1 กำลังการผลิตสูงสุด

รายการ	ชื่อสินค้า	จำนวน/เดือน	หน่วย
สินค้า 1	Wink WATER (จำหน่ายเอง)	4,800	ถัง
สินค้า 2	Wink WATER (ผู้แทนจำหน่ายเอง)	2,400	ถัง
	รวม	7,200	ถัง

6.2 ปริมาณการขายตามยอดขาย

ตารางที่ 6.2 ปริมาณการขายตามยอดขาย

อัตราการผลิตต่อปี	50%	55%	60%	65%	70%
ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Wink WATER (จำหน่ายเอง)	28,800	31,680	34,560	37,440	40,320
Wink WATER (ผู้แทนจำหน่ายเอง)	14,400	15,840	17,280	18,720	20,160
รวม (ถึงต่อปี)	43,200	47,520	51,840	56,160	60,480

6.3 ราคาต่อหน่วย

ตารางที่ 6.3 ราคาต่อหน่วย

ลำดับ	ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
สินค้า 1	Wink WATER (จำหน่ายเอง)	35	ถัง
สินค้า 2	Wink WATER (ผู้แทนจำหน่ายเอง)	25	ถัง

6.4 ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อปี

ตารางที่ 6.4 ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อปี

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Wink WATER (จำหน่ายเอง)	1,008,000	1,108,800	1,209,600	1,310,400	1,411,200
Wink WATER (ผู้แทนจำหน่ายเอง)	360,000	396,000	432,000	468,000	504,000
รวม (บาทต่อปี)	1,368,000	1,504,800	1,641,600	1,778,400	1,915,200

6.5 ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย

ตารางที่ 6.5 ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย

ลำดับที่	ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
สินค้า 1	Wink WATER (จำหน่ายเอง)	7	ถัง
สินค้า 2	Wink WATER (ผู้แทนจำหน่ายเอง)	7	ถัง

6.6 ต้นทุนวัตถุดิบต่อปี

ตารางที่ 6.6 ต้นทุนวัตถุดิบต่อปี

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Wink WATER (จำหน่ายเอง)	201,600	221,760	241,920	262,080	282,240
Wink WATER (ผู้แทนจำหน่ายเอง)	100,800	110,880	120,960	131,040	141,120
รวม (บาทต่อปี)	302,400	332,640	362,880	393,120	423,360

6.7 แรงงานในการขายและบริการ

ตารางที่ 6.7 แรงงานในการขายและบริการ

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
13,000	ผู้จัดการ	1	1	1	1	1
9,000	พนักงานผลิต	1	1	1	1	1
9,000	พนักงานส่งของ	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการผลิต(บาทต่อปี)		372,000	390,600	410,130	430,637	452,168

6.8 ค่าโสหุ้ยในการผลิต

ตารางที่ 6.8 ค่าโสหุ้ยในการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำ	36,000	37,800	39,690	41,675	43,758
ค่าไฟ	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	3,660	3,843	4,035	4,237	4,449
รวม (บาทต่อปี)	51,660	54,243	56,955	59,803	62,793

6.9 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ตารางที่ 6.9 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
งบประมาณในการประชาสัมพันธ์	63,800	66,990	70,340	73,856	77,549
รวม (บาทต่อปี)	63,800	66,990	70,340	73,856	77,549

6.10 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ

ตารางที่ 6.10 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าอาคารสำนักงานและโรงงาน	180,000	189,000	198,450	208,373	218,791
รวม (บาทต่อปี)	180,000	189,000	198,450	208,373	218,791

6.11 เงินลงทุนในโครงการ

ตารางที่ 6.11 เงินลงทุนในโครงการ

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
เครื่องจักรอุปกรณ์	49,500	49,500	
ยานพาหนะ	600,000	600,000	
อุปกรณ์สำนักงาน	84,500	84,500	
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	20,000	20,000	
เงินทุนหมุนเวียน	46,000	46,000	
รวม (บาท)	800,000	800,000	-

6.12 ค่าเสื่อมราคาในการผลิต

ตารางที่ 6.12 ค่าเสื่อมราคาในการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-	-	-
เครื่องจักรอุปกรณ์	9,900	9,900	9,900	9,900	9,900
รวม	9,900	9,900	9,900	9,900	9,900

6.13 ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร

ตารางที่ 6.13 ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยานพาหนะ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
อุปกรณ์สำนักงาน	16,900	16,900	16,900	16,900	16,900
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
รวม	140,900	140,900	140,900	140,900	140,900

6.14 สต็อกสินค้าสำเร็จรูป

ตารางที่ 6.14 สต็อกสินค้าสำเร็จรูป

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	15,333	16,404	17,497	18,614	19,755
สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	15,333	1,071	1,093	1,117	1,141

6.15 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 6.15 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,368,000	1,504,800	1,641,600	1,778,400	1,915,200
ต้นทุนขาย					
- วัตถุดิบ	302,400	332,640	362,880	393,120	423,360
- แรงงานในการผลิต	372,000	390,600	410,130	430,637	452,168
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	9,900	9,900	9,900	9,900	9,900
- ค่าเสียหายในการผลิต	51,660	54,243	56,955	59,803	62,793
รวมต้นทุนขาย	735,960	787,383	839,865	893,459	948,221
กำไรขั้นต้น	632,040	717,417	801,735	884,941	966,979
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	-	-	-	-	-
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	140,900	140,900	140,900	140,900	140,900
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	63,800	66,990	70,340	73,856	77,549
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	180,000	189,000	198,450	208,373	218,791
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	384,700	396,890	409,690	423,129	437,240
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	247,340	320,527	392,045	461,812	529,738
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	247,340	320,527	392,045	461,812	529,738
ภาษีเงินได้	74,202	96,158	117,614	138,543	158,921
กำไรสุทธิ	173,138	224,369	274,432	323,268	370,817

6.16 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของแหล่งเงินทุน

ตารางที่ 6.16 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของแหล่งเงินทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	800,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- ยอดขาย	1,368,000	1,504,800	1,641,600	1,778,400	1,915,200
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	2,168,000	1,504,800	1,641,600	1,778,400	1,915,200
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	754,000	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	726,060	777,483	829,965	883,559	938,321
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	243,800	255,990	268,790	282,229	296,340
- ดอกเบียจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	74,202	96,158	117,614	138,543	158,921
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	15,333	1,071	1,093	1,117	1,141
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	1,813,395	1,130,702	1,217,462	1,305,448	1,394,724
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	354,606	728,703	1,152,841	1,625,793
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	354,606	374,098	424,138	472,952	520,476
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	354,606	728,703	1,152,841	1,625,793	2,146,269

6.17 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 6.17 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	354,606	728,703	1,152,841	1,625,793	2,146,269
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	15,333	16,404	17,497	18,614	19,755
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	369,938	745,107	1,170,339	1,644,407	2,166,024
สินทรัพย์ถาวร					
- เครื่องจักรอุปกรณ์	49,500	49,500	49,500	49,500	49,500
- ยานพาหนะ	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	84,500	84,500	84,500	84,500	84,500
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	754,000	754,000	754,000	754,000	754,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	150,800	301,600	452,400	603,200	754,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	603,200	452,400	301,600	150,800	-
รวมสินทรัพย์	973,138	1,197,507	1,471,939	1,795,207	2,166,024
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
- กำไรสะสม	173,138	397,507	671,939	995,207	1,366,024
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	973,138	1,197,507	1,471,939	1,795,207	2,166,024
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	973,138	1,197,507	1,471,939	1,795,207	2,166,024

บทที่ 7

แผนฉุกเฉิน

7.1 แผนฉุกเฉินหรือประเมินความเสี่ยง

ตารางที่ 7.1 แสดงแผนฉุกเฉินหรือประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางแก้ไขปัญหา
1	การส่งเสริมการขายและการตลาดไม่เป็นที่โดดเด่น	ไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้เท่าที่ควร	จัดทำกรส่งเสริมการขายและการตลาดที่เข้าถึงลูกค้าให้มากที่สุด
2	กิจการไม่สามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมาย	ไม่มีเงินหมุนเวียนในกิจการ	พิจารณาช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถกระจายสินค้าได้
3	เกิดการแข่งขันกับคู่แข่งเช่นการตัดราคา	ลูกค้าหันไปให้ความสนใจสินค้าคู่แข่ง	จัดการทำการส่งเสริมการขายเช่น ราคาส่วนลดหรือเปอร์เซ็นต์
4	ผู้บริโภคไม่ยอมรับในผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม	สินค้าไม่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค	ต้องเน้นการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้บริโภค เช่น แนะนำสินค้า

7.2 แผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ตารางที่ 7.2 แสดงแผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ลำดับ	งานที่ต้องปรับปรุง	วิธีการ	ผลคาดว่าจะได้รับ
1	ด้านการบริหารจัดการ	เพิ่มจำนวนพนักงานใน โรงงาน	พนักงานมีความ กระตือรือร้นในการทำงาน ให้มีประสิทธิภาพ
2	ด้านการตลาด	ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้มีลักษณะแตกต่าง	มีความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเลือกซื้อ
3	ด้านการผลิต	ทำการผลิตสินค้าตามที่ ลูกค้าต้องการมากเท่าที่ เครื่องจักรจะทำได้	มีสินค้าเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ ทันความต้องการของลูกค้า
4	ด้านการเงิน	ควบคุมค่าใช้จ่ายในด้าน ต่างๆ	มีเงินหมุนเวียนในกิจการ และสามารถตรวจสอบที่มา ที่ไปได้

บรรณานุกรม

วรพล กิตติรัตน์วารสาร. “เศรษฐกิจปี 59 ชู่งยาก-ข้าแ่.” สืบค้น 1 มิถุนายน 2560 จาก

<http://www.thaipost.net/?q=%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%9B%E0%B8%B5-59->

<http://www.thaipost.net/?q=%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%9B%E0%B8%B5-59-%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%81->

<http://www.thaipost.net/?q=%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%9B%E0%B8%B5-59-%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%B3%E0%B9%81%E0%B8%A2%E0%B9%88>

ศูนย์การเรียนรู้สุศึกษาและพฤติกรรมสุขภาพ. “เรื่อง สมดุลของน้ำในร่างกาย.” สืบค้น 1 มิถุนายน 2560 จาก

<http://www.ignitethailand.com/%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B3%E0%B8%94%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%A1/>

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. “การขออนุญาตหน่วยงานท้องถิ่น.” สืบค้น 1 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/other/kbs3/fdframe.htm>

Waternet : Water Vending Machine. “ความสำคัญของน้ำต่อชีวิต” สืบค้น 1 มิถุนายน 2560 จาก

http://www.waternetplc.com/th/index.php?option=com_content&view=article&id=310&Itemid=345

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นาย ชุมแสง สิงห์กวาง
วัน เดือน ปีเกิด 11 เมษายน 2535
สถานที่เกิด จังหวัดนครสวรรค์ ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์,
2557
มหาวิทยาลัยรังสิต
ปริญญาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็น
ผู้ประกอบการ, 2560
สถานที่ทำงาน (ถ้ามี) บริษัท เอกชัย ดิสทริบิวชั่นซิสเต็ม จำกัด
ตำแหน่งปัจจุบัน (ถ้ามี) Personal Admin

