



แผนธุรกิจ ผู้จัดจำหน่ายกุ้ง บริษัท สยามเรือไทย จำกัด

**BUSINESS PLAN: SHRIMPANDPRAWNDISTRIBUTORSIAM**

**RUANTHAICO., LTD.**



การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2560



**BUSINESS PLAN : SHRIMPANDPRAWNDISTRIBUTORSIAM**

**RUANTHAICO.,LTD.**



**BY**

**JIRAYUT RODCHUAJEEN**

**5907333**

**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 ผู้จัดจำหน่ายกุ้ง บริษัท สยามเรือไทย จำกัด**  
**BUSINESS PLAN: SHRIMPANDPRAWNDISTRIBUTORSIAM**  
**RUANTHAICO.,LTD.**

โดย **จิรายุส รอดเชื้อเงิน**

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต อนุมัติให้บัณฑิตศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ประจำปี  
การศึกษา 2560

.....  
(ดร.ณกมล จันทร์สม)

ผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

.....กรรมการ  
ผศ.ดร.รุจภา เพ่งเกษร

.....กรรมการ  
ผศ.ดร.พัฒน์ พิธิษฐเกษม

.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
ดร.ณกมล จันทร์สม

ลิขสิทธิ์ของหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้ได้ใช้ระยะเวลาพอสมควร โดยอาศัย ความรู้ ความสามารถ ความอดทน ฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ จนสามารถมาถึงจุดหมายปลายทางที่ต้องการได้ และ แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและโอกาสที่ได้รับจาก อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ณกมล จันทร์สม ผู้ที่ได้สละเวลาอย่างมากในการตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ พร้อมทั้งให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นที่ดีเสมอมาด้วยความเอาใจใส่และมีน้ำใจอย่างยิ่ง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยจะรู้สึกเป็นเกียรติอย่างหาที่สุดไม่ถ้าหากแผนธุรกิจฉบับนี้สามารถเป็นประโยชน์แก่สังคม ผู้วิจัยก็ขอให้สารประโยชน์ที่มีอยู่ได้มีส่วนช่วยเป็นข้อมูลสนับสนุนการพัฒนาแผนธุรกิจที่ดีมีประโยชน์แก่ผู้อ่านต่อไปในอนาคต และ หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับและต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

จิรายุส รอดเชื้อเงิน  
ผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

5907333 : สาขาวิชาเอก: การเป็นผู้ประกอบการ; กจ.ม.(การเป็นผู้ประกอบการ)  
 คำสำคัญ : แผนธุรกิจ , น็อคน้ำแข็ง , กุ้งกุลาดำ , กุ้งขาว  
 จิรายุส รอดเชื้อจีน, แผนธุรกิจ ผู้จัดจำหน่าย กุ้ง บริษัท สยามเรือไทย จำกัด  
 ( BUSINESS PLAN :SHRIMPANDPRAWNDISTRIBUTORSIAMRUANTHAICO., LTD.)  
 อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.รุจาภา แพ่งเกษร, 62 หน้า.

### บทสรุปผู้บริหาร

สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจอาหารที่สดและไม่ผ่านการแปรรูปมากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมในการบริโภคของคนเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน กุ้งกุลาดำและกุ้งขาวจัดได้ว่าเป็นกุ้งที่มีประโยชน์ในด้านโภชนาการและคุณค่าทางอาหารที่ประกอบด้วยโปรตีน วิตามินและแร่ธาตุที่จำเป็นต่อร่างกายจำนวนมาก เวลารับประทานรสชาติของกุ้งกุลาดำจะแตกต่างจากกุ้งชนิดอื่นทั้งความเหนียวความนุ่มและสีของตัวกุ้งที่โดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด เนื้อของกุ้งทำให้ระบบทางเดินอาหารของผู้บริโภคสามารถที่จะทำงานและย่อยสลายได้ดี กุ้งกุลาดำและกุ้งขาวยังมีส่วนที่เป็นโปรตีนและเส้นใยปริมาณไขมันต่ำจึงทำให้ไม่อ้วนกุ้งจึงจัดได้ว่าเป็นอาหารประเภทที่มีไขมันน้อยมีปริมาณน้ำตาลค่อนข้างต่ำและยังเป็นแหล่งโปรตีนที่สำคัญโดยประโยชน์ของกุ้งช่วยลดความอ้วน เสริมสร้างพัฒนาการของทารกในครรภ์ ช่วยลดคอเลสเตอรอลในเลือดและช่วยรักษาอาการหืดไอข้ออักเสบและความจำเสื่อม

บริษัท สยามเรือไทย จำกัด เป็นผู้จัดจำหน่ายกุ้งกุลาดำและกุ้งขาวน็อคน้ำแข็ง ได้จัดจำหน่ายไปยังลูกค้า ทางบริษัทจึงมุ่งทำธุรกิจกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ เป็นกลุ่มโรงแรม 4-5 ดาว และ ร้านอาหารทะเลในเกาะสมุยและจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นการกระจายสินค้าที่ได้รับการยอมรับทั้งโรงแรมและร้านอาหารทะเล ด้วยเงินลงทุนส่วนตัวจำนวน 3,000,000 บาท

ทางการตลาด บริษัท สยามเรือไทย จำกัด ได้เน้นการทำตลาดกับกลุ่มโรงแรมและร้านอาหารทะเลเป็นหลัก เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าขนาดกลางและขนาดใหญ่ของทางบริษัทที่มียอดขายการสั่งซื้อในอัตราสูงในขณะเดียวกัน ลูกค้าปลีกก็มียอดสั่งซื้อติดต่อกัน ด้วยสินค้าที่มีคุณภาพเกินราคา ทำให้สินค้าของทางบริษัทได้รับความนิยม และเป็นที่รู้จัก ทำให้มียอดการสั่งซื้อกันอย่างต่อเนื่อง ทำให้กิจการมีการพัฒนากิจการให้เข้าสู่ระบบสากลมากขึ้น

จากการประเมินการตลาด สามารถใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เห็นถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งผสมผสานความเป็นเลิศทางด้านรสชาติและคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทางร้านจึงเลือกใช้กลยุทธ์หลักการตลาด (4 P's) คือด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด ภายใต้สถานการณ์ปกติทางร้าน

จากการวิเคราะห์เงินลงทุนของทางบริษัท สยามเรือนไทยจำกัด เงินลงทุนทั้งสิ้น 3,000,000 บาท โดยของเจ้าของลงทุนทั้งหมด โดยมีรายได้ตามการกำหนดสมมุติฐานจากยอดขายในปีแรก เป็นจำนวนเงิน 28,600,000 บาท ทำให้มีกำไรสุทธิในปีแรก เป็นจำนวนเงิน 632,514 บาท โดยยอดการและกำไรสุทธิมีจำนวนเงินเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปีจากปีก่อนหน้า



## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูป	ณ
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>
	1.1 บทนำ
	1.2 ประวัติธุรกิจ
	1.3 รูปแบบของธุรกิจและขอบเขตของธุรกิจ
	1.4 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย
	1.5 สัญลักษณ์และคำขวัญ
	1.6 ทำเลที่ตั้ง
	1.7 ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ
	1.8 แผนการดำเนินงาน
	1.9 รายชื่อเจ้าของ ผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือครอง
<b>บทที่ 2</b>	<b>การวิเคราะห์สถานการณ์</b>
	2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อม
	2.2 การวิเคราะห์โดยใช้ Five Forces Model
	2.3 การวิเคราะห์ SWOT Analysis
	2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง
<b>บทที่ 3</b>	<b>แผนการตลาด</b>
	3.1 การวิเคราะห์ STP
	3.2 กลยุทธ์ทางการตลาด

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 ประมาณการยอดขาย	23
<b>บทที่ 4</b>	<b>25</b>
<b>แผนการผลิต/แผนการดำเนินงาน</b>	
4.1 ทำเลที่ตั้ง	25
4.2 การบริการพื้นที่ Layout และ office	26
4.3 กระบวนการผลิตและบริการ	30
4.4 การประมาณการกำลังการผลิตและปริมาณกำลังการผลิต	34
4.5 สินทรัพย์และอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการและค่าเสื่อม	36
4.6 วัตถุดิบต่อหน่วย	38
<b>บทที่ 5</b>	<b>40</b>
<b>แผนการจัดการและกำลังคน</b>	
5.1 โครงสร้างและแผนบริหารของกิจการ	40
5.2 ขอบเขตความรับผิดชอบ คุณสมบัติของพนักงาน และ ระยะเวลาการทำงาน	41
5.3 วันหยุดและหลักเกณฑ์การหยุด	46
5.4 การพัฒนาบุคลากร	47
5.5 สวัสดิการสำหรับพนักงาน	47
<b>บทที่ 6</b>	<b>49</b>
<b>แผนการเงิน</b>	
6.1 สมมุติฐาน	49
6.2 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	56
6.3 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	57
6.4 ประมาณการงบดุล	58
<b>บทที่ 7</b>	<b>60</b>
<b>แผนฉุกเฉิน</b>	



สารบัญ (ต่อ)

บรรณานุกรม

หน้า

61

ประวัติผู้วิจัย

61



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	8
1.2	8
2.1	14
3.1	19
3.2	23
3.3	23
3.4	24
4.1	34
4.2	35
4.3	35
4.4	36
4.5	36
4.6	37
4.7	38
4.8	38
4.9	39
5.1	45
5.2	46
6.1	49
6.2	49
6.3	50
6.4	50
6.5	50
6.6	50
6.7	51

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
6.8	แรงงานในการผลิต	51
6.9	แรงงานในการขายและบริหาร	51
6.10	ค่าโสหุ้ยในการผลิต	52
6.11	ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	52
6.12	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	52
6.13	เงินลงทุนในโครงการ	53
6.14	ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	53
6.15	ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	53
6.16	ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	54
6.17	ลูกหนี้การค้า	54
6.18	เจ้าหนี้การค้า	54
6.19	สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	54
6.20	สต็อกวัตถุดิบ	54
6.21	เงินลงทุนในโครงการ	54
6.22	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	56
6.23	ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	57
6.24	ประมาณการงบดุล	58
7.1	แผนฉุกเฉิน	60

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 สัญลักษณ์	4
1.2 ทำเลที่ตั้งของบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด	6
1.3 อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 2 คูหาที่ตั้งของบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด	6
2.1 คู่แข่งทางอ้อม – พรานทะเล	14
2.2 คู่แข่งทางอ้อม – สุรพลฟู้ดส์	14
3.1 เปรียบเทียบราคาและความสดใหม่	16
3.2 กุ้งกุลาดำ	17
3.3 กุ้งขาว	18
3.4 ลังโฟม	18
3.5 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แบบ 1 ระดับ	19
3.6 เกาะสมุย	20
3.7 จังหวัดภูเก็ต	20
3.8 FACEBOOK	22
3.9 สติกเกอร์แปะบนรถส่งน้ำ	22
4.1 เส้นทางไปยัง บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด	25
4.2 แบบตัวอาคาร บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด	27
4.3 แผนผังสำนักงานและโรงงาน ชั้น 1	27
4.4 แผนผังสำนักงานและโรงงาน ชั้น 2	28
4.5 กระบวนการให้บริการ	30
4.6 กระบวนการผลิต	31
4.7 กระบวนการจัดส่งสินค้า	32
4.8 กระบวนการเบิกจ่ายสินค้า	33
5.1 โครงสร้างและแผนบริหารของบริษัท	40

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 บทนำ

ปัจจุบันกึ่งกลาดำและกึ่งขาวในประเทศไทยเป็นตัวเลือกระดับต้นๆที่ชาวต่างชาตินิยมรับประทานด้วยรสชาติและคุณค่าทางอาหารที่หลากหลายชนิด ทางบริษัท สยามเรือนไทย จำกัด จึงเล็งเห็นความสำคัญของกึ่งกลาดำและกึ่งขาวเพื่อให้ผู้บริโภคในประเทศไทยได้รับประทานสินค้าเกรดส่งออกที่คนไทยไม่เคยได้รับประทานกึ่งชนิดนี้เท่าที่ควร

กึ่งกลาดำและกึ่งขาวจัดได้ว่าเป็นกึ่งที่มีประโยชน์ในด้านโภชนาการและคุณค่าทางอาหารที่ประกอบด้วยโปรตีนวิตามินและแร่ธาตุที่จำเป็นต่อร่างกายจำนวนมาก เวลารับประทานรสชาติของกึ่งกลาดำจะแตกต่างจากกึ่งชนิดอื่นทั้งความเหนียวความนุ่มและสีของตัวกึ่งที่โดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด เนื้อของกึ่งทำให้ระบบทางเดินอาหารของผู้บริโภคสามารถที่จะทำงานและย่อยสลายได้ดี กึ่งกลาดำและกึ่งขาวยังมีส่วนที่เป็นโปรตีนและเส้นใยปริมาณไขมันต่ำจึงทำให้ไม่อ้วนกึ่งจึงจัดได้ว่าเป็นอาหารประเภทที่มีไขมันน้อยมีปริมาณน้ำตาลค่อนข้างต่ำและยังเป็นแหล่งโปรตีนที่สำคัญโดยประโยชน์ของกึ่งช่วยลดความอ้วน เสริมสร้างพัฒนาการของทารกในครรภ์ ช่วยลดคอเลสเตอรอลในเลือดและช่วยรักษาอาการที่ไข้ข้ออักเสบและความจำเสื่อมได้(ที่มา : นิตยสารกึ่งไทย)

### 1.2 ประวัติธุรกิจ

บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2559 โดยผลิตและจำหน่ายกึ่งกลาดำและกึ่งขาวจากแหล่งวัตถุดิบชั้นนำของประเทศเมื่อต้นเดือนพฤศจิกายน 2559 โดยบริษัทได้เกิดขึ้นจากแนวความคิดของเจ้าของกิจการ ซึ่งเป็นครอบครัว ที่เล็งเห็นถึงประโยชน์และความต้องการของผู้บริโภคต่อถึงวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบ จึงทำให้เกิดเป็นตัวสินค้าที่นำมาจำหน่ายยังภายในประเทศ เพื่อให้ผู้บริโภคภายในประเทศรู้จักความอร่อยของกึ่งชนิดนี้เพิ่มมากขึ้น

โดยผู้ก่อตั้งกิจการได้นำแนวคิดดังกล่าวมาประกอบขึ้นเป็นแผนธุรกิจและรวบรวมเงินทุนมาก่อตั้งบริษัทขึ้นเพื่อผลิตและจำหน่ายกึ่งกุลาดำภายใต้ บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด โดยวัตถุประสงค์ของบริษัทได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน เอาใจใส่ และไม่มีการทำสิ่งแวดลอมตามธรรมชาติ ให้เสียหาย โดยทางทีมงานผู้ผลิตมีความเชี่ยวชาญในการจัดจำหน่ายกึ่งกุลาดำและกึ่งขาวเป็นอย่างดี ทำให้เชื่อว่าลูกค้าทุกท่านต้องประทับใจในตัวสินค้าของบริษัทเป็นอย่างมาก ประกอบกับบริษัทมีฝ่ายการตลาดที่มีความรู้ความสามารถเป็นอย่างดี ทำให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และนำมาพัฒนาการจัดจำหน่ายให้มีความทันสมัยเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องจนมีคุณภาพที่จะสามารถเจาะตลาดในประเทศและต่างประเทศ

บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกึ่งกุลาดำและกึ่งขาว ซึ่งมีความคุณสมบัติที่มีความอร่อย ความนุ่ม ความเหนียวว่ากึ่งที่มีการจำหน่ายในท้องตลาด อีกทั้งยังแสดงถึงความแปลกใหม่ ทำให้สามารถดึงดูดความน่าสนใจของกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ทำเลที่ตั้ง บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด จะคำนึงกลุ่มเป้าหมายและความสะดวกสบายในการขนส่งสินค้า เพื่อจะกระจายสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งบริษัทและสถานที่ผลิตทุกขั้นตอน โดยหาวัตถุประสงค์มาส่งที่บริษัท วัตถุประสงค์หลักอย่างกึ่งกุลาดำและกึ่งขาวจะถูกจัดซื้อมาจากทางภายใต้ของประเทศไทย โดยจะนำกึ่งกุลาดำและกึ่งขาวมาจากทางฟาร์มของเจ้าของ บริษัทเอง ซึ่งพบว่าทำเลที่ตั้งที่ทางบริษัทเลือกสะดวกต่อการขนส่งเนื่องจากที่ตั้งมีเส้นทางได้หลายทาง

#### ข้อมูลบริษัท

- ชื่อบริษัท : บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด
- ชื่อตราสินค้า : สยามเรือนไทย
- เบอร์โทรศัพท์ : 077-789-111, แฟกซ์ : 077-349-489
- WEBSITE : WWW.SIAMREURNTHAI.COM
- E-MAIL : SIAMREURNTHAI@GMAIL.COM
- เวลาทำการ : วันจันทร์ – วันเสาร์ เวลา 08.00 – 17.00 น.

## 1.3 รูปแบบของธุรกิจและขอบเขตของธุรกิจ

### รูปแบบธุรกิจ

เริ่มดำเนินธุรกิจและจัดจำหน่าย “กึ่งกุลาคำและกึ่งขาว” ภายใต้บริษัทสยามเรือนไทย จำกัด โดยวัตถุดิบเป็นกึ่งกุลาคำที่ทางบ้านเจ้าของธุรกิจเป็นผู้ผลิตขึ้นทางภาคใต้ของประเทศไทย เพื่อนำวัตถุดิบที่นำมาจัดจำหน่ายมีความอร่อย ความสดใหม่ ความเหนียวนุ่ม และมีขนาดพอเหมาะที่สามารถนำมาแปรรูปในการทำอาหารที่มีรสชาติแสนอร่อย

### ขอบเขตธุรกิจ

ธุรกิจกึ่งกุลาคำและกึ่งขาวทางภายใต้ “บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด” เป็นธุรกิจทางด้านการจัดจำหน่าย โดยจะมีการจัดจำหน่ายตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัทใช้ความพิถีพิถันในการจัดจำหน่ายวัตถุดิบและเอาใจใส่ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การหาวัตถุดิบและการเลือกสรร ขั้นตอนการผลิต บรรจุภัณฑ์ เพื่อจัดจำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ ตลอดจนไปถึงการส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้ามากที่สุด

## 1.4 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย

### วิสัยทัศน์

สยามเรือนไทยมุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเลิศ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

### พันธกิจ

- บริษัทมีการคัดเลือกว่าวัตถุดิบที่มีคุณภาพและพัฒนาในการผลิตตลอดเวลา
- บริษัทมีการควบคุมคุณภาพในการผลิตแต่ละขั้นตอน
- บริษัทได้รับการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
- บริษัทจะปฏิบัติต่อพนักงานคนกลางและผู้บริโภคเสมือนเป็นคนหนึ่งใสครอบครัว

### เป้าหมาย

เป้าหมายระยะสั้น

45%

- ผู้ประกอบธุรกิจ สร้างผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักกับผู้บริโภคอย่างทั่วถึงในปีแรก

- สร้างความต้องการให้กับลูกค้า ( Demand )
- ผลักดันสินค้าให้เป็นที่รู้จักกับประชากรในประเทศ
- มียอดขายในปีแรก 10 ล้านบาท

#### เป้าหมายระยะกลาง

- อัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้น 5% ต่อปี
- ขยายไปยัง Top supermarket ทุกสาขาทั่วประเทศ
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

#### เป้าหมายระยะยาว

- มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยเพิ่มมากขึ้น
- เพิ่มกำลังการผลิตสินค้า 8% ต่อวัน เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังประเทศที่มีความต้องการทั่วโลก

### 1.5 สัญลักษณ์และคำขวัญ



รูปที่ 1.1 สัญลักษณ์ของบริษัท สยามเรือนไทย จำกัด



Siam Ruanthai เป็นชื่อตราสินค้า ซึ่งออกเสียง 4 พยางค์ สามารถอ่านออกเสียงและเป็น ที่จดจำของลูกค้าได้ง่าย มีความหมายที่ลงตัวมีความชัดเจน ใช้ตัวอักษรสีดำที่เป็นอัตลักษณ์ของ องค์การ ตัวกึ่งสีดำ ที่แสดงให้เห็นถึงการจำจำหน่ายกึ่งอันเป็นเอกลักษณ์ และเรือนไทยยังแสดงให้เห็น ถึงความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

เนื่องจากธุรกิจ สยามเรือนไทย มาจากทางบ้านของเจ้าของธุรกิจ เป็นบ้านทรงไทยใน ฟาร์มกึ่ง ที่เป็นที่รู้จักในวงการกึ่ง

เรือนทรงไทย หมายถึง ความเป็นไทยที่บริษัทมีความตั้งใจที่จะบริการลูกค้าคนไทย ด้วยความเต็มใจและเอาใจใส่ในการผลิตสินค้า เพื่อใช้บริโภคในประเทศไว้วางใจที่จะเลือกสินค้า ของบริษัท

กึ่ง หมายถึง สิ่งที่บริษัทมีความรัก การเอาใจใส่ ในการนำวัตถุดิบที่มีมาตรฐานระดับ สากล มายังผู้บริโภคที่มีคุณค่าและสารอาหารมากมายให้ผู้บริโภคได้สัมผัส

สีทอง หมายถึง เป็นสีที่จัดอยู่ในกลุ่มอิทธิพลของพระอาทิตย์และมักเกี่ยวข้องกับพลัง ความอุดมสมบูรณ์ เป้าหมายสูงสุด ความร่ำรวย เอาชนะ ปลอดภัย ความเจริญรุ่งเรืองเปรียบเสมือน สินค้าของบริษัทที่เน้นถึง ความหรูหรา ความสด สะอาด และความมุ่งมั่นตั้งใจ

สีดำ หมายถึง เป็นสีที่มีความแข็งแกร่ง ความมุ่งมั่น ความคงที่ จดจำง่าย ความเรียบง่าย ที่ทางบริษัทมีความเชี่ยวชาญนำการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคอย่างจริงจัง

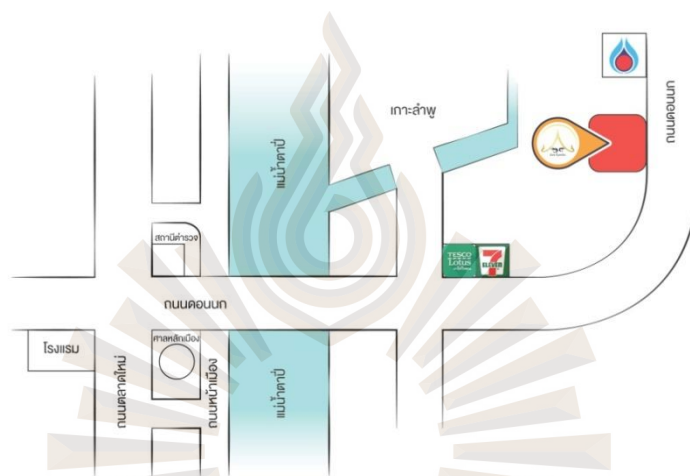
ความหมาย : สัญลักษณ์ของบริษัทจะใช้รูปแบบเดียวกันหมด โดยรูป เรือนไทย เป็น การแสดงถึงความเป็นไทย

คำขวัญของบริษัท สยามเรือนไทย จำกัด : เราจะมุ่งมั่นพัฒนา คัดสรรวัตถุดิบ เพื่อให้ ผู้บริโภคได้สิ่งที่ดีที่สุดในระดับพรีเมียม

## 1.6 ทำเลที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้งของ บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด คือ เลขที่ 25/5 ถนน บางไผ่ ไม้ ต. บางไผ่ ไม้ อ. เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000

สิ่งปลูกสร้าง : อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 2 คูหา



รูปที่ 1.2 ทำเลที่ตั้งของบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด



รูปที่ 1.3 อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 2 คูหา ที่ตั้งของบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด

บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด วิ่งออกมาจากตัวเมืองข้ามไปยังเกาะลำพู บริษัทจะอยู่ก่อนถึง บั้ม ปตท. เป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น ตั้งอยู่ตรงปากทางเข้าหมู่บ้าน

## 1.7 ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ

ด้านเอกลักษณ์ของสินค้า : บริษัทสามารถจัดจำหน่ายกุ้งกุลาดำและกุ้งขาว ที่หาได้จากภาคใต้ของประเทศไทย ที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ทั้งตัวของวัตถุดิบเองที่นำมาเป็นสินค้า

ด้านความสด สะอาด : บริษัท ได้คัดสรรหาวัตถุดิบ ที่มีคุณภาพส่งออก ผ่านการตรวจสอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

ด้านวัตถุดิบ : บริษัทเน้นการใช้วัตถุดิบเป็นหลัก ที่หาได้ง่ายจากทางภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งวัตถุดิบจากทางภาคใต้ของประเทศ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย : มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสร้างความสะดวกสบายให้กับกลุ่มลูกค้า และสร้างสินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง

ด้านการสำรวจตลาด : การสำรวจตลาดเป็นสิ่งสำคัญมาก ที่จะทำให้เรารู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคว่ากลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าแบบไหน ขนาดใด และนำมาพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

## 1.8 แผนการดำเนินงาน

ตารางที่ 1.1 แผนการดำเนินงานของบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด

ลำดับ	กิจกรรม	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	จัดหาที่ตั้งบริษัท												
2	ตรวจสอบความเรียบร้อยของบริษัท												
3	จัดหาเครื่องจักรและหาแหล่งวัตถุดิบ												
4	จัดหาและอบรมพนักงาน												
5	ดำเนินการซื้อวัตถุดิบ												
6	กระสินค้าออกสู่ตลาด												

## 1.9 รายชื่อเจ้าของ ผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือครอง

ตารางที่ 1.2 รายชื่อเจ้าของ ผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	รายชื่อ	สัดส่วนการถือครอง (%)	จำนวนเงินทุน
1	นายจิรายุส รอดเชื้อจีน	100%	3,000,000

## บทที่ 2

### การวิเคราะห์สถานการณ์

#### 2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อม

นายกสมาคมกุ้งไทย พร้อมคณะกรรมการบริหารสมาคมฯ เปิดภาพรวมสถานการณ์อุตสาหกรรมกุ้งไทยปี 2559 เริ่มฟื้นตัว แนวโน้มปี 2560 ดีขึ้น หลังประสบความสำเร็จแก้ปัญหาโรคตายด่วนหรืออีเอ็มเอส (EMS) ซึ่งต้องขอบคุณวิกฤติโรคอีเอ็มเอส หนุนเกษตรกรเลี้ยงกุ้งรวมตัวระดมสมองนำองค์ความรู้ วิจัยและนวัตกรรมมาใช้แก้ปัญหา ทำให้ผลผลิตกุ้งโดยรวมปี59อยู่ที่ประมาณ 300,000 ตัน หรือเพิ่มจากปีที่แล้ว 15% คาดส่งออกทั้งปี 200,000 ตัน มูลค่า 60,000 ล้านบาท ส่วนปี60 คาดผลิตได้ 350,000 ตัน สูงสุดในรอบ 4 ปี ส่งออกเพิ่ม10-15% ที่250,000 ตัน

ส่วนในปี 2560 เชื่อว่า จะเป็นปีที่ดีสำหรับเกษตรกรเลี้ยงกุ้ง ทั้งในด้านราคาและผลผลิตที่เชื่อว่าจะอยู่ในเกณฑ์ดี โดยในปี 2559 ราคากุ้งไทยซื้อขายในประเทศอยู่ที่ 120-140 บาทต่อกิโลกรัม ประคองไม่ต่ำกว่า 120 บาทต่อกิโลกรัมเกษตรกรมีความสุข สำหรับผลผลิตในปี 2560 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 350,000 ตัน ซึ่งถือว่ามากที่สุดในรอบ 4 ปี

ด้านการส่งออกปี 2560 คาดว่าจะเพิ่มขึ้น 10-15% โดยมูลค่าการส่งออกขึ้นอยู่กับอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งอัตราที่ดีต่อผู้ส่งออกอยู่ระหว่าง 37-38 บาท อย่างไรก็ตามการผลิตเน้นที่เรื่องคุณภาพมากกว่าปริมาณ เพื่อผลตอบแทนที่ดีกว่าและไม่ให้มีปริมาณมากเกินไปจนจุกดราคาร่วงตกต่ำ โดยตลาดส่งออกกุ้งที่สำคัญได้แก่ สหรัฐฯ มีสัดส่วน 40%, ญี่ปุ่น20%, จีน10% และสหภาพยุโรปลดลงเหลือประมาณ 5% ในขณะที่ยอดความต้องการกุ้งโดยรวมอยู่ที่ 450,000 ล้านตัน (ที่มา: <http://www.thinsiam.com>)

เนื่องจากผลผลิตของกุ้งมีจำนวนมากขึ้น ทำให้กุ้งมีราคาที่ถูกลงและคู่แข่งชันมีจำนวนมากขึ้น จึงทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมกุ้งมีการแข่งขันที่รุนแรง จึงส่งผลต่อบริษัท สยามเรื่อน

ไทย จำกัด ในการจำหน่ายกุ้งขาวและกุ้งกุลาดำให้กับลูกค้า ที่มาจากการแข่งขันในธุรกิจคนกลางในการส่งสินค้า

### เศรษฐกิจ

- สถานการณ์ทางการเมืองมีความเสถียรภาพมากขึ้นส่งผลให้หลายประเทศยกเลิกการประกาศเตือนชาวต่างชาติเข้าประเทศไทย
- แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2560 จะขยายตัวร้อยละ 3.0 - 4.0 (ข้อมูล ณ วันที่ 13 ตุลาคม 2559) ทำให้ธุรกิจมีโอกาสเติบโตสูงขึ้น

### เทคโนโลยี

- เทคโนโลยีในปัจจุบันมีการเข้าถึงในทุกธุรกิจทำให้เกิดการแข่งขันมากขึ้นส่งผลทำให้เกิดการกระจายรายได้ของธุรกิจ
- เทคโนโลยีการรักษาวัตถุดิบซึ่งเป็นส่วนประกอบการจัดจำหน่ายที่มีความทันสมัยมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจเกิดความสะดวกสบายและได้วัตถุดิบที่มีความสด สะอาดเพิ่มมากขึ้น

### การแข่งขัน

- สำหรับผู้จัดจำหน่ายกุ้งกุลาดำนั้นถือว่า ยังมีน้อยรายมากในประเทศไทย ซึ่งคู่แข่งในการจัดจำหน่ายกุ้งกุลาดำ มีเพียง 2-4 เจ้าในการจัดจำหน่ายกุ้งกุลาดำในประเทศไทย

### กฎหมาย

- ต้องผ่านการตรวจสอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในตัวสินค้า และเป็นมาตรฐานระดับสากล

## 2.2 การวิเคราะห์โดยใช้ Porter's Five Forces Model

บริษัทสยามเรือไทยจำกัดเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกุ้งกุลาดำ ที่เป็นวัตถุดิบที่นำมาจากบ้านของเจ้าของธุรกิจทางภาคใต้ของประเทศ ซึ่งบริษัทสยามเรือไทยจำกัด ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้ Five Forces Model ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งกุลาดำ และกุ้งขาว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนและการประเมินแนวทางในการดำเนินการธุรกิจต่อไป ซึ่งปัจจัยที่ได้นำมาวิเคราะห์ มีทั้งหมด 5 ปัจจัยดังนี้

### 1. อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

มีความเข้มข้นของการแข่งขันน้อย เนื่องจากวัตถุดิบที่บริษัทสยามเรื่อนไทยจำกัด ได้นำมาจัดจำหน่ายนั้นเป็นวัตถุดิบที่ทางบ้านของเจ้าของธุรกิจและในเครือข่ายที่เจ้าของธุรกิจรู้จักเป็นอย่างดีมาเป็นซัพพลายเออร์ให้ทำให้ทางบริษัทนั้นไม่ต้องกังวลถึงปัจจัยจากอำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบเลย อีกทั้งกุ้งกุลาดำและกุ้งขาวนั้นมีจำนวนมากและสามารถหาได้ตลอดทั้งปี

### 2. อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อสินค้า (Bargaining Power of Buyers)

มีความเข้มข้นของการแข่งขันน้อย เนื่องจากการจำหน่ายกุ้งกุลาดำและกุ้งขาวในประเทศมีผู้ขายน้อยรายทำให้ผู้ซื้อนั้นมีตัวเลือกในการซื้อกุ้งกุลาดำน้อย อีกทั้งการแข่งขันในตลาดกุ้งกุลาดำไม่มีความรุนแรง และบริษัทสยามเรื่อนไทยจำกัด ยังได้ทำการเปิดตลาดกุ้งกุลาดำให้เป็นที่รู้จักกับผู้บริโภคในประเทศ ทำให้บริษัทสยามเรื่อนไทยจำกัดจะเผชิญอำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อค่อนข้างต่ำ จึงทำให้ทางบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด ได้จัดทำโครงการส่งเสริมการตลาดต่างๆขึ้นเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

### 3. การเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)

มีความเข้มข้นของการแข่งขันน้อย ถึงกุ้งกุลาดำนั้น จะมีอยู่จำนวนมากสามารถหาได้ง่ายตามท้องถื่นในแถบภาคใต้แต่เนื่องจากสยามเรื่อนไทยจำกัด นั้นเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีการดำเนินงานที่ซับซ้อนและขั้นตอนในการผลิตนั้นมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และใช้ต้นทุนที่ค่อนข้างสูง ในการผลิตไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความสดใหม่ ความสะอาด ความพิถีพิถัน โดยการรักษาวัตถุดิบนั้นมีความยุ่งยากทำให้เกิดการเข้ามาของอุตสาหกรรมจากผู้ค้ารายใหม่ทำได้ยากนั่นเอง

### 4. แรงผลักดันจากสินค้าอื่นๆซึ่งสามารถใช้ทดแทนกันได้ (Threat of Substitutes)

มีความเข้มข้นของการแข่งขันมาก เนื่องจากในปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารทะเลนั้นมีการเติบโตค่อนข้างสูง คู่แข่งขันก็มีจำนวนหลายรายส่งผลให้ สินค้าที่เป็นตัวเลือกของผู้บริโภคนั้นก็มีจำนวนมากไปด้วย และการบริโภคที่เป็นลักษณะคล้ายคลึงกัน จึงทำให้เป็นสินค้าที่สามารถนำมาใช้ทดแทนสินค้าที่ บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด จัดจำหน่ายขึ้นมานั้น มีจำนวนมาก เช่น กุ้งแม่น้ำ กุ้งก้ามกราม กุ้งรอฟเตอร์ และอาหารทะเลตามตลาดทั่วไป เป็นต้น จึงทำให้ บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด คิดค้นและขยายสายการจัดจำหน่ายของสินค้า ให้มีพื้นที่ที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และหารูปแบบต่างๆ ให้สินค้าของเรามีความโดดเด่นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

## 5. การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rival Among Existing Competitor)

มีความเข้มข้นของการแข่งขันน้อย บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด ได้ทำการประกอบธุรกิจการจัดจำหน่ายกุ้งกุลาดำและกุ้งขาว ที่นำมาจากภาคใต้ของประเทศที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร ทำให้การแข่งขันในระดับอุตสาหกรรมเดียวกันนั้นไม่มีความรุนแรง เพราะคู่แข่งนั้นมีเพียงไม่กี่รายสำหรับตลาดกุ้งกุลาดำ แต่เทียบกับคู่แข่งทางอ้อมนั้นก็ถือว่ามียังมีจำนวนหลายราย แต่บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด เน้นที่คุณภาพ ความสด สะอาด ในกระบวนการจัดจำหน่ายในทุกขั้นตอนที่มีความประณีต ใส่ใจในทุกรายละเอียด ทำให้กุ้งกุลาดำและกุ้งขาว ที่บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด จัดจำหน่ายนั้น สามารถต่อสู้กับการแข่งขันในตลาดได้

### 2.3 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

#### จุดแข็ง (S-Strength)

1. วัตถุดิบมีความสดใหม่ตลอดเวลา เนื่องจาก มีฟาร์มเป็นของตัวเอง สามารถจับกุ้งได้ทุกวัน เท่าที่ลูกค้าต้องการ
2. วัตถุดิบได้ผ่านมาตรฐานสากลในการส่งออก เนื่องจาก ฟาร์มมีตรวจตรวจสอบมาตรฐานสากลในการส่งออก
3. บริษัทมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในด้านการทำการตลาดที่แข็งแกร่ง เนื่องจาก ทางบริษัททำงานทางด้านนี้มาว่า 20 ปี
4. วัสดุคิบบีราคาต่ำกว่าคู่แข่งทางการตลาดเนื่องจากบริษัทมีวัตถุดิบเองที่มีจำนวนมากพอกับความต้องการของลูกค้า
5. มีการจัดฝึกอบรมบุคลากร ส่งผลให้เกิดทักษะและความเชี่ยวชาญในการทำงาน

#### จุดอ่อน (W-Weaknesses)

1. สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในกลุ่มตลาดในประเทศ เนื่องจาก กุ้งกุลาดำมีราคาที่สูงกว่ากุ้งในท้องตลาด จึงไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคภายในประเทศ
2. ระยะทางของแหล่งวัตถุดิบอยู่ห่างไกล ทำให้ธุรกิจมีต้นทุนการขนส่งเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจาก ทางบริษัทมีการขนส่งไปยัง จังหวัด ภูเก็ต จึงทำให้ระยะทางไกล



### โอกาส (O-Opportunity)

1. รัฐบาลมีนโยบายในการที่จะส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็อย่างจริงจัง ทำให้เป็นโอกาสในการขยายธุรกิจ
2. ในปี พ.ศ.2559 มีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีโอกาสในการกระจายสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน
3. กระแสการรณรงค์ให้บริโภคสินค้าไทยภายใต้ภาพลักษณ์ (โลโก้) ที่แสดงถึงความ เป็นไทย ซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริมการบริโภคของประชาชนในประเทศ จึงส่งผลดีต่อสินค้าของบริษัท

### อุปสรรค (T-Threat)

1. ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ เนื่องจาก ราคากุ้งมีการขึ้น ลง ตามภาวะเศรษฐกิจโลก
2. ผู้บริโภคไม่มีพฤติกรรมบริโภคกุ้งเป็นอาหารหลักทุกมื้อ เนื่องจากมีราคาสูง
3. มีสินค้าทดแทนหลายชนิด
4. ภาพรวมด้านต้นทุนสินค้าและค่าครองชีพปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น

## 2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง

**คู่แข่งทางตรง :** สำหรับผู้จำหน่ายกุ้งกุลาดำนั้นถือว่า ยังมีน้อยรายมาก ในประเทศไทย ซึ่งคู่แข่งในการจำหน่ายกุ้งกุลาดำในประเทศนั้น มีเพียงแค่ ในส่วนของตลาดทะเลไทย ห้างสรรพสินค้าชั้นนำของประเทศ และตลาดท้องถิ่นของทางภาคใต้

**คู่แข่งทางอ้อม :** สำหรับคู่แข่งทางอ้อมของ บริษัท สยามเรือไทย จำกัด คือ ผู้จำหน่ายกุ้งสดและกุ้งที่ต้มแล้ว ซึ่งการแข่งขันในตลาดกุ้งนี้ค่อนข้างสูง เพราะหน้าที่หลัก ของสินค้าไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ค้าแต่ละรายก็จะหันไปแข่งขันในเรื่องของราคา ของตัวสินค้านั้นเอง ซึ่งผู้ค้าต่างๆ เหล่านี้ก็สามารถส่งผลกระทบต่อตัวสินค้าทาง บริษัท สยามเรือไทย จำกัด ในทางอ้อมได้ เพราะเป็นสินค้าประเภทของกุ้งที่เหมือนกับสินค้าของ บริษัท ของคู่แข่ง

ในปัจจุบัน พ่อค้าคนกลางที่ขายอาหารทะเลในประเทศไทยมีอยู่หลายบริษัท เป็นทั้งอาหารสดและอาหารสำเร็จรูป เป็นต้น ซึ่งมีคู่แข่งทางตรงที่มีกลุ่มเป้าหมายใกล้เคียงกัน และค่อนข้างมีชื่อเสียง



รูปที่ 2.1 คู่แข่งทางอ้อม – พรานทะเล

ปัจจุบัน พรานทะเล มีทั้งอาหารสดและอาหารสำเร็จรูปที่มุ่งให้ผู้บริโภคซื้อไปทดแทนอาหารทะเลสด ผลิตรักษาได้แก่ อาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง อาหารทะเลแช่แข็งพร้อมรับประทาน อาหารพร้อมรับประทาน น้ำจิ้มและซอส



รูปที่ 2.2 คู่แข่งทางอ้อม – สุรพลฟู้ดส์

ปัจจุบัน สุรพลฟู้ดส์ มีอาหารที่หลากหลาย หนึ่งในนั้น คือ กุ้งสด ที่มี ราคา 280 บาท ที่ใส่ในบรรจุภัณฑ์พร้อมขาย ทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าทั่วไป

ตารางที่ 2.1 แสดงคู่แข่งชั้น

ประเด็นการเปรียบเทียบ			
คุณภาพ	กุ้งแช่แข็งแบบสดและอาหารต้มแล้ว	กุ้งแช่แข็งแบบสดและอาหารต้มแล้ว	กุ้งสดใหม่ทุกวันใช้วิธีการน็อกน้ำแข็งเพื่อรักษาคุณภาพ
ลักษณะเด่น	โดดเด่นด้านอาหารแช่แข็ง	โดดเด่นด้านอาหารต้มสุกและสำเร็จรูป	โดดเด่นด้านคุณภาพความสดใหม่ของตัวสินค้า
ราคา	300 – 350 บาท	280 -330 บาท	250 -300 บาท

## บทที่ 3

### แผนการตลาด

เป้าหมายทางการตลาด เป็นกลุ่มตลาดแบบ B2B ซึ่งทาง บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด ได้ทำการส่งสินค้าไปยังกลุ่ม โรงแรม ภัตตาคาร และร้านค้าทะเล ที่มีการจัดจำหน่ายอาหารทะเลอยู่แล้ว เพื่อแก่ทางบริษัท สยามเรือนไทย จำกัด ได้มีการเพิ่มชนิดของสินค้าให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น

#### 3.1 การวิเคราะห์ STP

##### 1. การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

การจัดจำหน่ายสินค้า ทาง บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด ใช้เกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด และเลือกกลุ่มเป้าหมายให้มีความเหมาะสมกับสถานที่จัดจำหน่าย ซึ่งสามารถใช้เกณฑ์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

แบ่งส่วนตลาดตามลักษณะขนาดธุรกิจ

- ธุรกิจขนาดเล็ก
- ธุรกิจขนาดกลาง
- ธุรกิจขนาดใหญ่

แบ่งส่วนตลาดตามลักษณะประเภท โรงแรม

- โรงแรม 1-3 ดาว
- โรงแรม 4-5 ดาว

แบ่งส่วนตลาดตามลักษณะภูมิศาสตร์

- โรงแรมและร้านอาหารทะเลในเกาะสมุย
- โรงแรมและร้านอาหารทะเลในจังหวัดภูเก็ต
- โรงแรมในพื้นที่ต่างๆ ตามแหล่งท่องเที่ยวในภายใต้

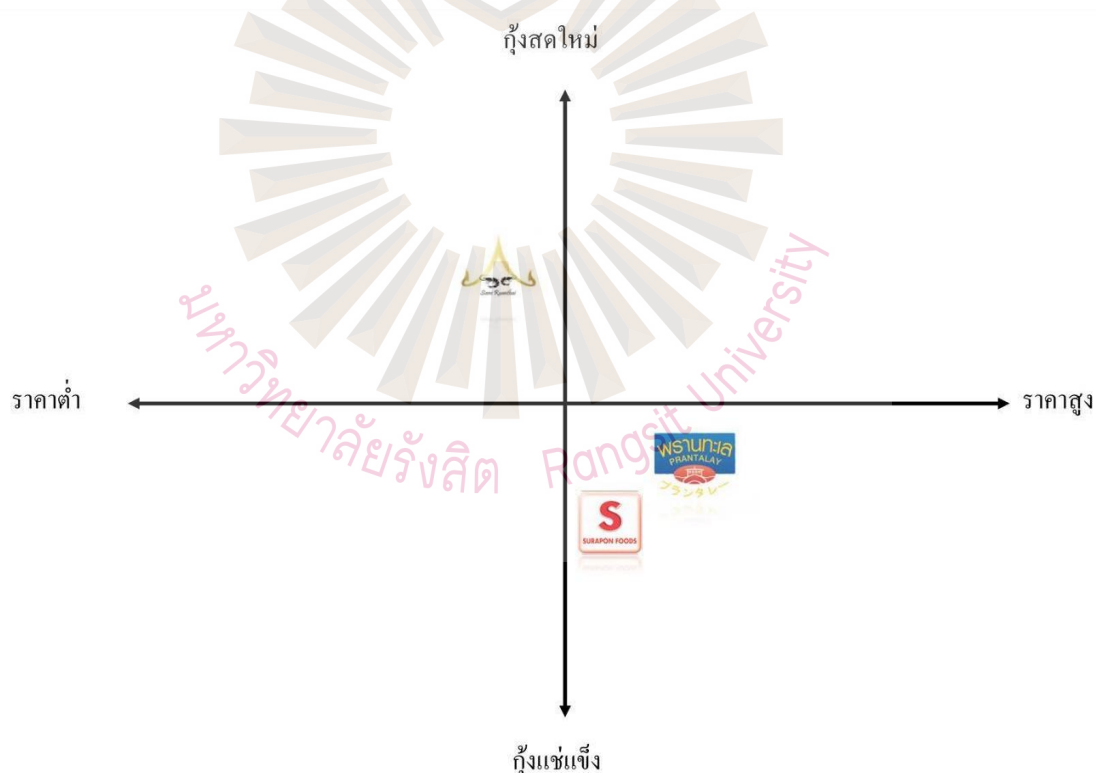
## 2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target)

จากเกณฑ์ต่างๆ ในการแบ่งส่วนการตลาดของกลุ่มขนาดธุรกิจ ประเภทของ โรงแรม และภูมิศาสตร์แล้ว ทำให้สามารถกำหนดเป้าหมายของผู้บริโภคได้ดังนี้

ทางบริษัท สยามเรือนไทย จำกัด เป็นธุรกิจที่เป็นคนกลางในการจัดจำหน่ายกุ้งขาวและกุ้งกุลาดำน้ำจืด น้ำแข็ง ดังนั้น ทางบริษัทจึงมุ่งทำธุรกิจกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่เป็นกลุ่มโรงแรม 4-5 ดาว และ ร้านอาหารทะเลในเกาะสมุยและจังหวัดภูเก็ต

กลุ่มผู้บริโภคที่ชอบรับประทานอาหารทะเลที่มีความสด สะอาด ในประเทศไทย ระดับสากล โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

## 3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)



รูปที่ 3.1 เปรียบเทียบราคาและความสดใหม่

จากภาพแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ข้างต้นจะเห็นว่า สยามเรือนไทย เน้นเรื่องความสดใหม่ของสินค้ามากกว่า พรานทะเลและสุรพลฟู้ดส์ละยังมีราคาที่ต่ำกว่า จึงสรุปได้ว่า สยาม

เรือนไทย เป็นสินค้าที่มีความสดใหม่และมีราคาที่ถูกกว่าคู่แข่งอื่น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจความพึงพอใจเพื่อให้เกิดเป็นความจงรักภักดีและพฤติกรรมการซื้อซ้ำในที่สุด

### 3.2 ส่วนประสมทางการตลาด 4P

#### ผลิตภัณฑ์ (Product)

เริ่มจากการเลี้ยงกุ้งกุลาดำและกุ้งขาวที่มีความเชี่ยวชาญกว่า 30ปี สามารถควบคุมคุณภาพของกุ้งได้ทุกขั้นตอน คัดเลือกกุ้งกุลาดำและกุ้งขาวคุณภาพสูง ผ่านกระบวนการผลิตโดยการแช่เย็น ด้วยวิธีการเฉพาะของบริษัท สยามเรือนไทย จำกัด จากนั้นเข้าสู่กระบวนการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดต่อการรับประทานและการเก็บรักษา จัดเป็นส่วนผสมหลัก ในการนำไปใช้ในการเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร

#### Product

ขั้นตอน

กุ้งกุลาดำ ขนาด 40-50ตัวต่อกิโลกรัม ที่มีความสด สะอาด โดยใส่ใจทุกรายละเอียดทุก



รูปที่ 3.2 กุ้งกุลาดำ

ขั้นตอน

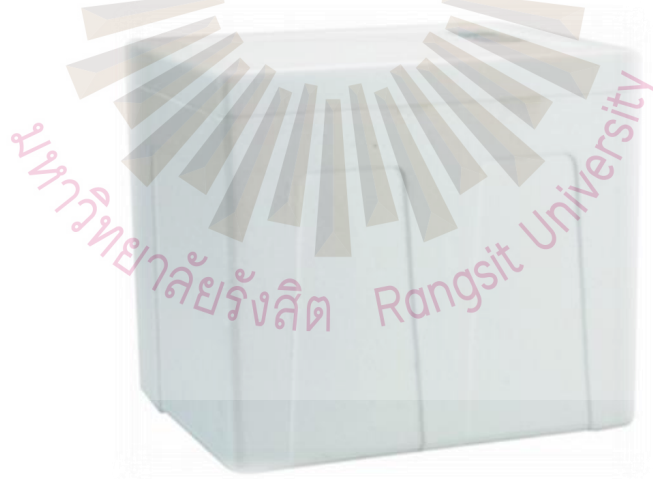
กุ้งขาว ขนาด 40 -50ตัวต่อกิโลกรัม ที่มีความสด สะอาด โดยใส่ใจทุกรายละเอียดทุก



รูปที่ 3.3 กุ้งขาว

บรรจุภัณฑ์

เราจะมีการใส่บรรจุภัณฑ์ที่สะอาด โดยทางบริษัท สยามเรือนไทย จำกัด จะมีการแพ็คใส่ลังโฟม ที่สามารถเปิดรับประทานได้สะดวก



รูปที่ 3.4 ลังโฟม

### ราคา (Price)

ตารางที่ 3.1 ราคา

การจัดจำหน่าย (ราคาต่อกิโลกรัม)	โรงแรมในเกาะสมุย	โรงแรมใน ภูเก็ต
กุ้งกุลาดำ	300	300
กุ้งขาว	250	250

### ช่องทางการจัดจำหน่าย ( Place )

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แบบ 1 ระดับ

เนื่องจาก บริษัท สยามเรือไทย จำกัด เป็นธุรกิจคนกลางที่นำเอากุ้งขาวและกุ้งกุลาดำมาจากฟาร์มกุ้งของทางบ้านของเจ้าของธุรกิจเอง โดยทางทาง สยามเรือไทย ไปยังร้านอาหารทะเลและโรงแรม 4 -5ดาว ในเกาะสมุยและจังหวัดภูเก็ต



รูปที่ 3.5 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แบบ 1 ระดับ

#### 1. โรงแรมและร้านอาหารในเกาะสมุย

บริษัท สยามเรือไทย จำกัด ทำการส่งกุ้งขาวและกุ้งกุลาดำตามสถานที่ที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าที่สดใหม่ตามโรงแรม 4-5 ดาว และร้านอาหารทะเล ในเกาะสมุย



รูปที่ 3.6 เกาะสมุย

## 2. โรงแรมและร้านอาหารในจังหวัดภูเก็ต

บริษัท สยามเรือไทย จำกัด ทำการส่งกุ้งขาวและกุ้งกุลาดำตามสถานที่ที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าที่สดใหม่ตามโรงแรม 4-5 ดาว และร้านอาหารทะเล ในจังหวัดภูเก็ต



รูปที่ 3.7 จังหวัดภูเก็ต



### การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ดังนั้นทางบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัดจึงมุ่งเน้นที่จะสื่อสารในเรื่องชิงตราสินค้าไปยังผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความคุ้นเคย จดจำ และความเชื่อมั่นในตราสินค้า สยามเรื่อนไทย ว่าเป็นบริษัท ที่ให้ความเป็นเลิศ ในบรรยากาศอันประทับใจ ด้วยคุณภาพเกินราคา

หลักการตลาดที่มีลูกค้าเป้าหมายหลักหรือเป็นศูนย์กลางในการวางแผนกลยุทธ์ ที่ต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าจะสามารถช่วยให้ธุรกิจของร้านประสบความสำเร็จและรักษาลูกค้าในระยะยาวได้ คือ การตลาดแบบบูรณา (Integrated Marketing Communication : IMC) หรือที่เรียกว่า การสื่อสารทางการตลาด 360 องศา จากการศึกษาความเป็นไปได้ของตลาด

ทางบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด ได้ใช้การส่งเสริมการตลาดแค่ 4 การส่งเสริมการตลาด เนื่องจาก ทางบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด เป็นคนกลางในการจัดจำหน่ายกึ่งลูกค้าและกึ่งชาว

#### 1. ประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

ทางบริษัท ได้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media คือเว็บไซต์ของบริษัท คอยแจ้งข่าวสาร และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้งยังมีการเล่าประวัติที่มาของผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท

#### 2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

ทางบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด มีพนักงานขายไปตามรถขนส่งไปยังตามที่ต่างๆ และยังมีพนักงานประจำอยู่ในบริษัท โดยพนักงานขายจะได้รับการสืบทอดเรื่องราวของวัตถุดิบ เพื่อสามารถสื่อสารและบอกเล่าถึงข้อมูลที่ผู้บริโภคเป้าหมายต้องการได้อย่างชัดเจน

#### 3. Social Network

ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Facebook ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงผู้คนได้ในวงกว้างและไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าชม โดยในเพจจะบอกถึง ชื่อร้าน แผนที่ตั้งร้าน รูปสินค้า หรือข่าวสารต่างๆ รวมไปถึง ช่องทางการติดต่อสั่งซื้อสินค้า



รูปที่ 3.8 FACEBOOK

#### 4. สตีกเกอร์แปะบนรถส่งน้ำ

ทาง บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด ได้ใช้สื่อโฆษณากลางแจ้ง แบบเคลื่อนที่ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและแบรนด์สินค้า ประกอบด้วย โลโก้ และ เบอร์โทรศัพท์ต่อ



รูปที่ 3.9 สตีกเกอร์แปะบนรถส่งน้ำ

### กิจกรรมส่งเสริมการตลาดของ บริษัทสยามเรือนไทย (Action Plan)

ตารางที่ 3.2 Action Plan

แผนการตลาด	ระยะเวลาปฏิบัติงาน												งบประมาณ (บาท)
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
ประชาสัมพันธ์													5,000
การขายโดยใช้ พนักงานขาย													10,000
Social Network													-
สต็อกเกอร์ปะ บนรถส่งน้ำ													10,000
รวม													25,000

### 3.3 การประเมินยอดขาย

บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทเริ่มก่อตั้งขึ้นใหม่ในตลาดอุตสาหกรรมกึ่ง  
กลาดำ จึงได้เป้าหมายในการจัดจำหน่ายกึ่งกลาดำ 48 ตัน และกึ่งขาว 48 ตัน ในปีแรก

บริษัทจึงสามารถทำการประมาณการยอดขายในปีแรกของกึ่งกลาดำ 52 ตันต่อปี ได้  
ดังนี้

ตารางที่ 3.3 การประมาณการยอดขายกึ่งกลาดำ

ยอดขาย/การจัดจำหน่ายแต่ละที่	ยอดขาย ปี (กิโลกรัม)	ราคา (บาท)	รายได้ (บาท)
โรงแรมและร้านอาหารในเกาะสมุย	26,000	300	7,800,000
โรงแรมและร้านอาหารในภูเก็ต	26,000	300	7,800,000
รวม	52,000		15,600,000

บริษัทจึงสามารถทำการประมาณการยอดขายในปีแรกของกุ้งขาว 52 ตันต่อปี ได้ดังนี้

ตารางที่ 3.4 การประมาณการยอดขายกุ้งขาว

ยอดขาย/การจัดจำหน่ายแต่ละที่	ยอดขาย/ปี (กิโลกรัม)	ราคา (บาท)	รายได้ (บาท)
โรงแรมและร้านอาหารในเกาะสมุย	26,000	250	6,500,000
โรงแรมและร้านอาหารในภูเก็ต	26,000	250	6,500,000
รวม	52,000		13,000,000

จากการประมาณการยอดขายในปีแรกทำให้ บริษัท สยามเรือไทย จำกัด มีรายได้ในการขายผลิตภัณฑ์ก่อนหักค่าใช้จ่ายรวมเป็น 28,400,000 บาท

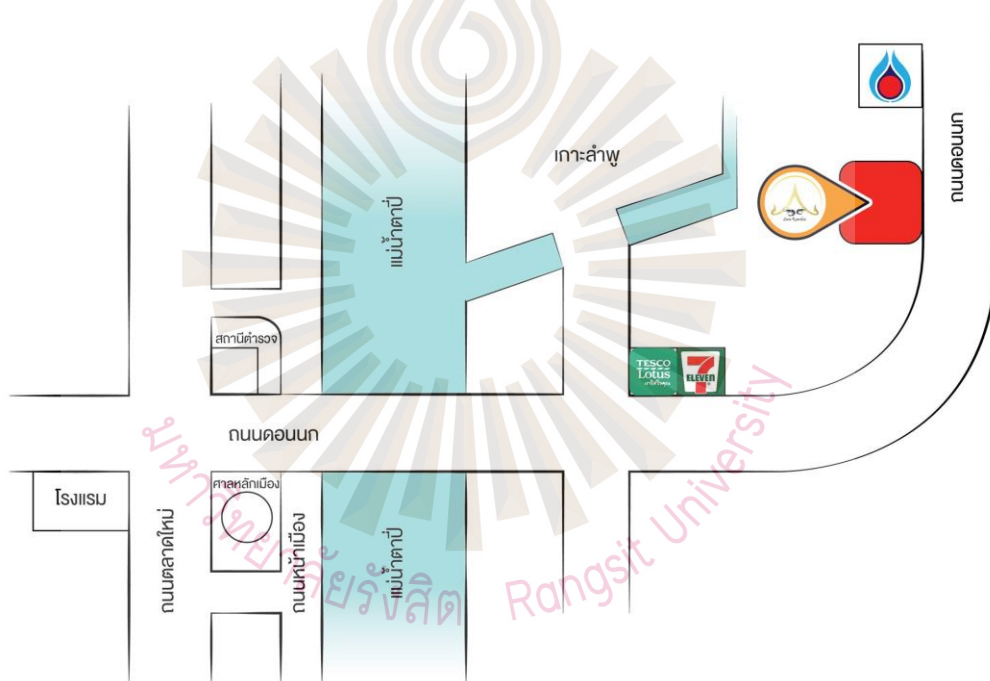
การประมาณการยอดขายในระยะยาว บริษัท สยามเรือไทย จำกัด ได้ทำการตั้งเป้าหมายไว้ว่าต้องการสร้างยอดขายเพิ่มสูงขึ้น 3% ในทุกๆปี บริษัทจึงได้ประมาณการยอดขายในระยะยาว

## บทที่ 4

### แผนการดำเนินงาน

#### 4.1 ทำเลที่ตั้ง

บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด



รูปที่ 4.1 เส้นทางไปยัง บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด

ทำเลที่ตั้ง บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด จะค้ำนึ่งกลุ่มเป้าหมายและความสะดวกสบาย ในการขนส่งสินค้า เพื่อจะกระจายสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือก ทำเลที่ตั้งบริษัทและสถานที่ผลิตทุกชั้นตอน โดยหาวัตถุดิบมาส่งที่บริษัท วัตถุดิบหลักอย่างกุ้ง กุ้งกุลาดำและกุ้งขาวจะถูกจัดซื้อจากทางภายใต้ของประเทศไทย โดยจะนำกุ้งกุลาดำและกุ้งขาวมา

จากทางฟาร์มของเจ้าของ บริษัทเอง ซึ่งพบว่าทำเลที่ตั้งที่ทางบริษัทเลือกสะดวกต่อการขนส่ง เนื่องจากที่ตั้งมีเส้นทางได้หลายทาง

#### 4.1.1 ข้อมูลบริษัท

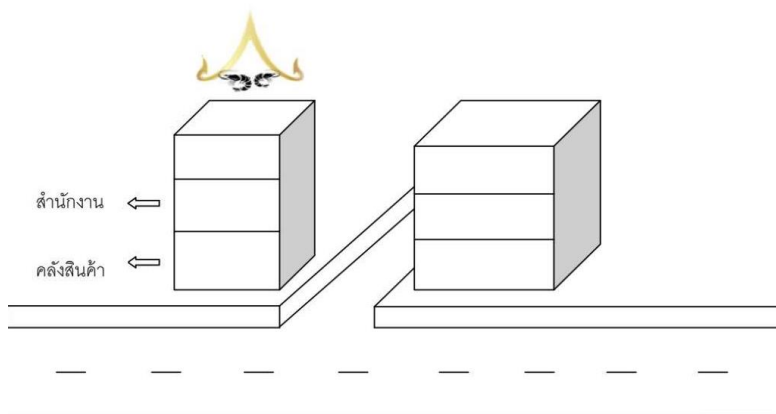
- ชื่อบริษัท : บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด
- ชื่อตราสินค้า : สยามเรือนไทย
- เบอร์โทรศัพท์ : 077-789-111, แฟกซ์ : 077-349-489
- WEBSITE : WWW.SIAMREURNTHAI.COM
- E-MAIL : SIAMREURNTHAI@GMAIL.COM
- เวลาทำการ : วันจันทร์ – วันเสาร์ เวลา 08.00 – 17.00 น.

#### 4.1.2 ปัจจัยสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้ง

- ไปยังลูกค้าได้
- ระบบขนส่งทั้งทางบก ทางอากาศ และทางเรือที่สามารถขนส่งวัตถุดิบ
  - เป็นทำเลที่ตั้งสามารถกระจายสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้สะดวก
  - มีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน สะดวกต่อการทำธุรกิจ
  - ใช้การเช่าอาคารพาณิชย์ ซึ่งประหยัดต้นทุนในการทำธุรกิจ
  - เป็นทำเลที่สามารถรับวัตถุดิบ (กุ้งกุลาดำและกุ้งขาว) มายัง บริษัทได้สะดวก

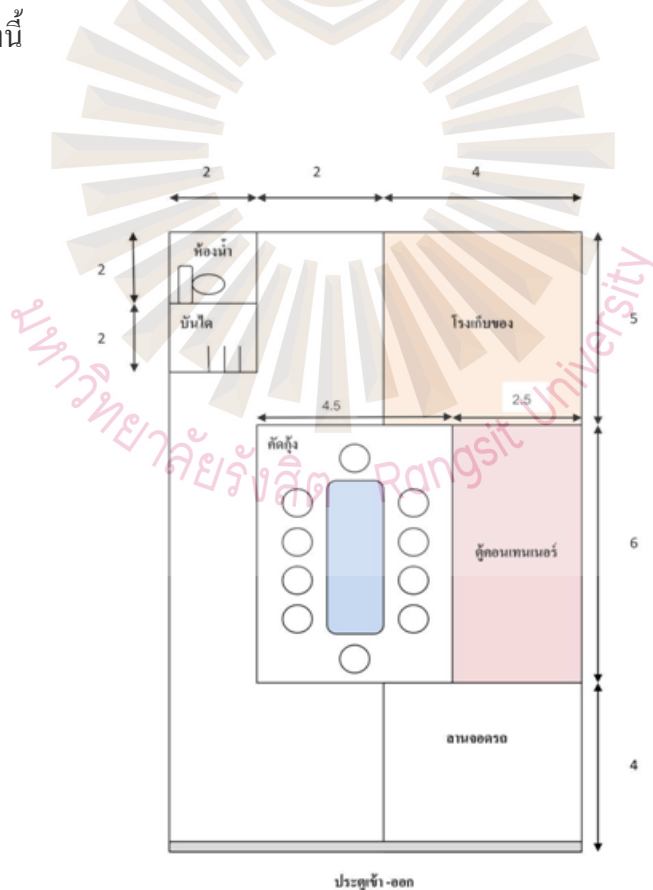
## 4.2 การบริหารพื้นที่ Layout และ office

ลักษณะของตัวอาคารพาณิชย์ จะเป็นอาคารสูง 3 ชั้น มีขนาดด้านหน้ากว้าง 8 เมตร ยาว 20 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 480 ตารางเมตร โดยราคารเช่าตอนทำสัญญาเช่า คิดราคาถูกละ 15,000 บาท จ่ายเงินค่าประกัน 6 เดือน และล่วงหน้า 1 เดือน สัญญาในการเช่าขั้นต่ำ 1 ปี โดยอาคารทั้ง 3 ชั้น จะถูกแบ่งเป็นส่วนๆ โดยแต่ละชั้นจะต้องใช้สอยตามความเหมาะสม



รูปที่ 4.2 แบบตัวอาคาร บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด

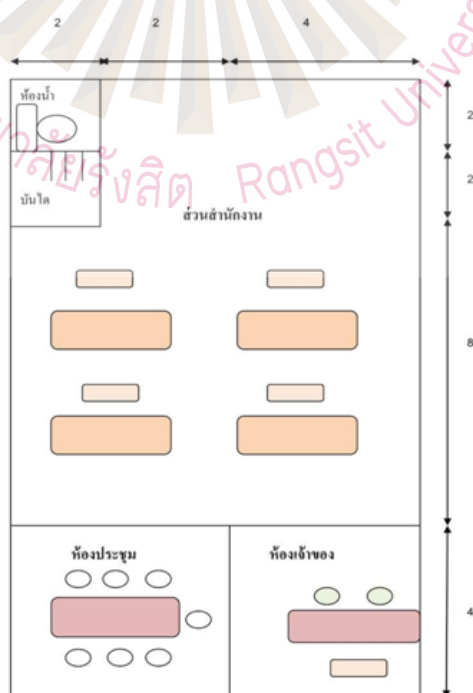
อาคารสำนักงานและโรงงาน บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด เป็นอพาร์ทเมนต์ 3 ชั้น ขนาดกว้าง 8 เมตร ยาว 16 เมตร โดยพื้นที่ทั้งหมด 256 ตารางเมตร แบ่งเป็น 2 ชั้น จัดพื้นที่เป็น สัดส่วนต่างๆ ดังนี้



รูปที่ 4.3 แผนผังสำนักงานและโรงงาน ชั้น 1

### แผนผังสำนักงานและโรงงาน ชั้น 1

1. ประตูเข้า-ออก เป็นพื้นที่ที่มีความกว้าง 8 เมตร ใช้เป็นทางเข้า - ออก บริษัท สยาม เรือนไทย จำกัด
2. ลานจอดรถ เป็นพื้นที่ที่มีความกว้าง 4 เมตร ยาว 4 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 16 ตารางเมตร ใช้พื้นที่สำหรับจอดรถยนต์ที่ใช้ในการขนส่งสินค้า
3. ตู้คอนเทนเนอร์ เป็นพื้นที่ที่มีความกว้าง 2.5 เมตร ยาว 6 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 15 ตารางเมตร ใช้พื้นที่สำหรับแช่เย็นเพื่อที่จะเก็บรักษากุ้งขาวและกุ้งกุลาดำที่จะขายกับผู้บริโภคตามที่ลูกค้าสั่ง
4. คัดกุ้ง เป็นพื้นที่ที่มีความกว้าง 4.5 เมตร ยาว 6 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 27 ตารางเมตร ใช้พื้นที่สำหรับคัดกุ้งที่มาจากฟาร์มกุ้งเพื่อที่จะคัดขยะและของเสียออก แล้วนำมาเก็บรักษาในตู้คอนเทนเนอร์
5. โรงเก็บของ เป็นพื้นที่ที่มีความกว้าง 4 เมตร ยาว 5 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 20 ตารางเมตร ใช้พื้นที่สำหรับเก็บของใช้ต่างๆ ของบริษัท
6. บันได เป็นพื้นที่ที่มีความกว้าง 2 เมตร ยาว 2 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 4 ตารางเมตร ใช้พื้นที่สำหรับขึ้นชั้น 2
7. ห้องน้ำ เป็นพื้นที่ที่มีความกว้าง 2 เมตร ยาว 2 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 4 ตารางเมตร



รูปที่ 4.4 แผนผังสำนักงานและโรงงาน ชั้น 2



1. สำนักงาน เป็นพื้นที่กว้าง 8 เมตร ยาว 12 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 96 ตารางเมตร ใช้พื้นที่สำหรับสำนักงาน ห้องจัดการ และเก็บเอกสารต่างๆ
2. ห้องประชุม เป็นพื้นที่กว้าง 4 เมตร ยาว 4 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 16 ตารางเมตร ใช้พื้นที่สำหรับประชุมงานต่างๆ
3. ห้องเจ้าของ เป็นพื้นที่กว้าง 4 เมตร ยาว 4 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 16 ตารางเมตร ใช้พื้นที่สำหรับทำงาน คุยงาน ติดต่อกัน
4. บันได เป็นพื้นที่มีความกว้าง 2 เมตร ยาว 2 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 4 ตารางเมตร ใช้พื้นที่สำหรับขึ้น – ลง
5. ห้องน้ำ เป็นพื้นที่มีความกว้าง 2 เมตร ยาว 2 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 4 ตารางเมตร



### 4.3 กระบวนการผลิตและบริการ

กระบวนการบริการและกระบวนการผลิต บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด ประกอบด้วย 4 กระบวนการ

#### 4.3.1 กระบวนการบริการ



รูปที่ 4.5 กระบวนการใช้บริการ

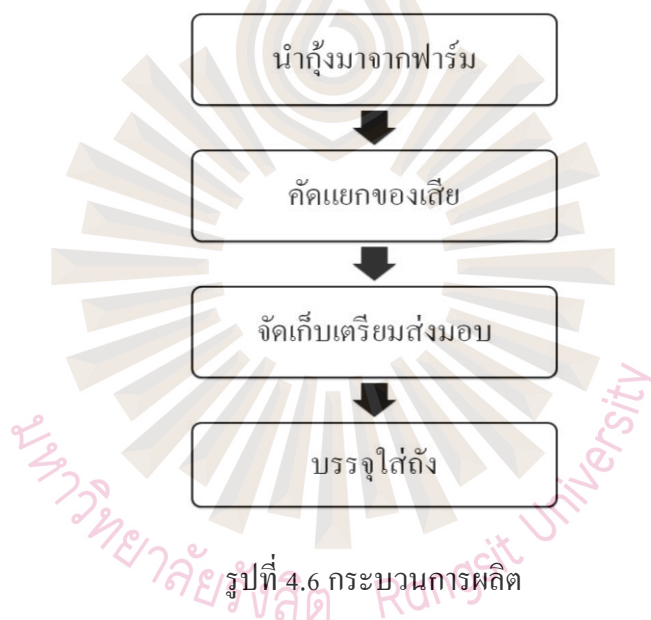
กระบวนการบริการของ บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เมื่อมีลูกค้าสั่งซื้อขาวหรือกึ่งกุลาคำเข้ามาในแต่ละวัน
2. พนักงานกล่าวสวัสดีลูกค้าด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสและน้ำเสียงที่อ่อนโยนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจในตัวสินค้าที่ทางบริษัทต้องการที่จะขาย
3. พนักงานรับรายการสั่งซื้อที่ลูกค้าสั่งซื้อโดยการจดบันทึกลงในสมุดไว้เพื่อเช็คความถูกต้องและเป็นระบบในการทำงานของบริษัท
4. พนักงานแจ้งค่าใช้จ่ายของสินค้าทั้งหมดที่ลูกค้าทำการสั่งในแต่ละครั้ง
5. พนักงานแจ้งกำหนดวันส่งสินค้าทั้งหมดที่ลูกค้าทำการสั่งในแต่ละครั้ง
6. บรรจุกึ่งขาวหรือกึ่งกุลาคำตามรายการที่ลูกค้าสั่งในแต่ละครั้ง

7. พนักงานจะจัดสินค้าขึ้นรถตามที่ลูกค้าสั่งเตรียมส่งตามสถานที่ที่ลูกค้าต้องการให้ทางบริษัทไปส่ง
8. ส่งสินค้าเกรดพรีเมียมให้กับลูกค้าในวันที่ได้ตกลงกันไว้
9. พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าที่ใช้บริการสั่งซื้อกิ่งเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

โดยทาง บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด เชื่อว่าหากปฏิบัติตามกระบวนการดังกล่าวแล้ว จะช่วยให้ลูกค้าได้รับกิ่งส่งถึงสถานที่อย่างรวดเร็ว ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ และประทับใจในการบริการ

#### 4.3.2 กระบวนการผลิต



รูปที่ 4.6 กระบวนการผลิต

กระบวนการในการผลิตกิ่ง บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด ประกอบขึ้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำกิ่งมาจากฟาร์มของเจ้าของบริษัท โดยการใช้รถกระบะใส่ถัง 200ลิตร จากฟาร์มมายังบริษัท
2. ทำการคัดแยกของเสีย จำพวก ขยะ กิ่งที่ไม่ได้ขนาด กิ่งนิ่มเพื่อคัดเอากิ่งเกรดพรีเมียมไปให้ผู้บริโภค
3. นำกิ่งที่คัดแยกเรียบร้อยแล้วไปจัดเก็บในตู้คอนเทนเนอร์เพื่อทำการรักษาวัตถุดิบใช้มีความสดใหม่อยู่เสมอ
4. นำกิ่งบรรจุใส่ถังโฟมพร้อมกับน้ำแข็งเพื่อทำให้รักษาคุณภาพวัตถุดิบ ในการเตรียมส่งมอบสินค้าให้กับผู้บริโภค

### 4.3.3 กระบวนการจัดส่งสินค้า



รูปที่ 4.7 กระบวนการจัดส่งสินค้า

กระบวนการในการจัดส่งสินค้าประกอบด้วยกระบวนการดังต่อไปนี้

1. พนักงานจะรวบรวมการสั่งซื้อกึ่งจากลูกค้าตลอดทั้งวัน
2. เบิกกึ่งออกจากคลังสินค้าตามปริมาณที่ลูกค้าสั่งซื้อ
3. นำสินค้าที่เบิกออกมาจัดเรียงขึ้นรถสำหรับขนส่ง
4. พนักงานขนส่งจะต้องวางแผนการส่งสินค้าก่อนออกส่งเพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการขนส่ง และลูกค้าจะได้รับสินค้าเร็วขึ้น
5. นำสินค้าจัดส่งให้กับลูกค้าตามสนามที่ต่างๆ
6. เมื่อได้รับสินค้าลูกค้าจะต้องจ่ายเงินและเซ็นรับสินค้า
7. พนักงานจะต้องเก็บถังบรรจุกึ่งที่ใช้แล้วของลูกค้ากลับมาโรงงาน
8. เมื่อกลับมาถึงโรงงานพนักงานจะต้องนำถังที่เก็บคืนมาไปล้างและจัดเก็บเพื่อเตรียมเข้าสู่ขั้นตอนต่อไป

#### 4.3.4 กระบวนการเบิกจ่ายสินค้า



รูปที่ 4.8 กระบวนการเบิกจ่ายสินค้า

กระบวนการเบิกจ่ายสินค้านั้นถูกออกแบบมาเพื่อป้องกันการสูญหายของสินค้าและเป็นการตรวจสอบการเข้าออกของสินค้า ประกอบด้วยกระบวนการดังต่อไปนี้

1. พนักงานจะรวบรวมการสั่งซื้อของลูกค้าตลอดทั้งวันเพื่อที่จะรู้จำนวนที่ลูกค้าต้องการในแต่ละวัน
2. พนักงานจะต้องเขียนใบเบิกสินค้าตามจำนวนที่ลูกค้าสั่งเพื่อเป็นหลักฐานในการสั่ง
3. ส่งให้ผู้จัดการเซ็นอนุมัติเพื่อที่จะให้ทำงานออกมาเป็นระบบ
4. พนักงานนำสินค้าออกจากห้องเก็บแล้วจัดเรียง ชั่งน้ำหนักสินค้าเพื่อที่จะเช็คยอดส่งของลูกค้าแต่ท่านแล้วนำขึ้นรถขนส่ง
5. ส่งสินค้าเกรดพรีเมียมให้กับลูกค้าตามสถานที่ ที่ลูกค้าต้องการ
6. หลังจากจัดส่งสินค้ากลับมาพนักงานจะต้องเขียนรายงานการจัดส่งสินค้าซึ่งจะระบุถึงจำนวนกึ่งที่ส่งให้ลูกค้า จำนวนกึ่งที่ลูกค้าไม่ได้รับตามนัดหมายและจำนวนลังเปล่าที่เก็บคืนมา
7. ส่งรายงานให้กับผู้จัดการไปตรวจสอบความถูกต้อง

#### 4.4 กำล้งการผลิตสูงสุดและประมาณการกำล้งการผลิตกึ่งกุลาดำและกึ่งขาวของ บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด

##### กำล้งการผลิตสูงสุด

กำล้งการผลิตสูงสุดของ บริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด วดจากอัตราการเก็บใใส่ตู้คอนเทนเนอร์ของการเก็บรักษา ในการประมาณการขายได้แบ่งการขายออกเป็น 2 สถานที่ คือ เกาะสมุย และจังหวัดภูเก็ต ขายและจัดส่งประมาณการไว้ที่ สัปดาห์ละ 5,000 กิโลกรัม (โดยแบ่งเป็นกึ่งกุลาดำ 2,500 กิโลกรัม และกึ่งขาว 2,500 กิโลกรัม) ขายและจัดจำหน่ายที่เกาะสมุยจำนวน 2,500 กิโลกรัม และจังหวัดภูเก็ต 2,500 กิโลกรัม รวมเป็น 5,000 กิโลกรัมต่อสัปดาห์) ในหนึ่งปีทำการผลิต 52 สัปดาห์คิดเป็นปีละ 206,000 กิโลกรัม

ตารางที่ 4.1 ตารางปริมาณการผลิตสูงสุด

รายการ	กำล้งการผลิตสูงสุดต่อสัปดาห์	กำล้งการผลิตสูงสุดต่อปี
กึ่งขาว	2,500	103,000
กึ่งกุลาดำ	2,500	103,000
รวม	5,000	206,000

##### การประมาณกำล้งการผลิต

การประมาณกำล้งการผลิต สัปดาห์ละ 2,000 กิโลกรัม ซึ่งกึ่ง 1 ล้ง มีปริมาณ 20 กิโลกรัม ดังนั้นการประมาณกำล้งการผลิตอยู่ที่ 2,000 กิโลกรัม ต่อสัปดาห์ (โดยแบ่งเป็นกึ่งกุลาดำ 1,000 กิโลกรัม และกึ่งขาว 1,000 กิโลกรัม) ในหนึ่งปีทำการผลิต 52 สัปดาห์ คิดเป็นปีละ 104,000 กิโลกรัม ซึ่งพบว่าจะมีอัตราการผลิตสูงสุดอยู่ที่ประมาณ 104,000 กิโลกรัมต่อปีคิดเป็น 50 % ของอัตราการผลิตสูงสุดที่สามารถผลิตได้คือ ประมาณ 206,000 กิโลกรัมต่อปี และกำหนดให้ในแต่ละปีสามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้นปีละ 3 %

ตารางที่ 4.2 ประเมินการขายกึ่งกุลาดำและกึ่งขาว บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด

ประมาณการขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำลังการผลิตสูงสุด (ถัง/ปี)	206,000	206,000	206,000	206,000	206,000
ขายและจัดจำหน่ายในเกาะสมุย	52,000	54,590	57,680	60,770	63,860
ขายและจัดจำหน่ายในจังหวัดภูเก็ต	52,000	54,590	57,680	60,770	63,860
รวม	104,000	109,180	115,360	121,540	127,720
คิดเป็นร้อยละของปริมาณการผลิตสูงสุด	50%	53%	56%	59%	62%

\*\*\*หมายเหตุ ปริมาณการขายเพิ่มขึ้นปีละ 3 %

\*\*\* 50% มาจากการประมาณการขายในปีแรก โดยมาจากการสั่งซื้อของลูกค้า

### กำลังการผลิต

ตารางที่ 4.3 ค่าแรงทางตรง

ค่าแรงงานทางตรง(บาท)			
ตำแหน่ง	จำนวน	อัตราจ้าง/เดือน	รวม
ผู้จัดการ	1	40,000	40,000
พนักงานการตลาด	1	15,000	15,000
พนักงานบัญชี/บุคคล	1	17,000	17,000
พนักงานจัดส่ง	2	12,000	24,000
พนักงานคัดกึ่ง	6	9,000	54,000
พนักงานชั่วคราว	8	1,000	8,000
รวม			158,000

## ตารางที่ 4.4 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำ	5,000	5,250	5,513	5,788	6,078
ค่าไฟฟ้า	30,000	31,500	33,075	34,729	36,465
ค่าเช่าคูลา	50,000	52,500	55,125	57,881	60,775
รวม	85,000	89,250	93,713	98,398	103,318

\*\*\*ค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้น 5 % ต่อปี

## 4.5 สินทรัพย์และอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการและค่าเสื่อม

## ตารางที่ 4.5. รายการอุปกรณ์ที่ใช้การผลิต

รายการอุปกรณ์	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	ราคารวม (บาท)	ค่าเสื่อมสภาพ (10%)
รถกระบะ	750,000	2	1,500,000	150,000
ตู้คอนเทนเนอร์แช่แข็ง	250,000	1	250,000	25,000
โต๊ะสแตนเลส	15,000	2	30,000	3,000
ตะกล้า	100	200	20,000	2,000
ถัง 200 ลิตร	1,500	20	30,000	3,000
พลั่ว	300	2	600	60
กิโชน้ำหนัก	10,000	1	10,000	1,000
อื่นๆ	10,000	-	10,000	1,000
รวมค่าใช้จ่ายรายการอุปกรณ์ที่ใช้การผลิต			1,850,600	185,060



## ตารางที่ 4.6 อุปกรณ์สำนักงาน

รายการอุปกรณ์	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	ราคารวม (บาท)	ค่าเสื่อมสภาพ (10%)
เก้าอี้ผู้บริหาร	13,000	1	13,000	1,300
เก้าอี้สำนักงาน	1,990	12	23,880	2,388
โซฟาเข้ามุม	21,900	1	21,900	2,190
โต๊ะทำงาน	3,290	5	16,450	1,645
ตู้เก็บเอกสาร	4,990	2	9,980	998
ไฟฉุกเฉิน	3,390	1	3,390	339
คอมพิวเตอร์	24,790	5	123,950	12,395
เครื่องชงกาแฟ	660	1	660	66
โทรศัพท์สำนักงาน	590	1	590	59
เครื่องโทรสาร(FAX)	3,390	1	3,390	339
เตาอบไมโครเวฟ	2,990	1	2,990	299
เครื่องถ่ายเอกสาร	36,000	1	36,000	3,600
กาต้มน้ำ	770	1	770	77
โต๊ะประชุม	10,990	1	10,990	1,099
กล่องวงจรปิด	2,000	5	10,000	1,000
เครื่องปรับอากาศ	30,000	3	90,000	9,000
โทรทัศน์	15,000	2	30,000	3,000
รวมค่าใช้จ่ายในอุปกรณ์สำนักงาน			397,940	39,794

#### ตารางที่ 4.7 วัสดุสิ้นเปลือง

รายการวัสดุสิ้นเปลือง	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	ราคารวม (บาท/ปี)
สมุดจดบันทึก	30	10 เล่ม	300
สมุดใบเสด็จรับเงิน	50	24 เล่ม	1,200
กระดาษ A4	600	2 ลัง	1,200
ปากกา	100	1 โหล	100
หมึกพิมพ์	1,000	2 กล่อง	2,000
ถุงใส่	5	9,000 ถุง	45,000
สก็อตเทป	20	30 ม้วน	600
ไวบอท	20	15 แท่ง	300
ลังโฟม	150	300 ลัง	45,000
รวมค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลือง			95,700

#### 4.6 วัสดุดับต่อหน่วย

##### ตารางที่ 4.8 ต้นทุนวัสดุดับกึ่งกลาดำ

ต้นทุนวัสดุดับ กึ่งกลาดำ (ต่อ 1 ลัง)		
ชื่อวัสดุดับ	ราคา	หน่วย
กึ่งกลาดำ	4,400	บาท
ลังโฟม	15	บาท
น้ำแข็ง	3	บาท
สก็อตเทป	2	บาท
ถุงใส่	5	บาท
รวม	4,425	บาท

กึ่งกลาดำ 1 ลัง มี 20 กิโลกรัม คิดเป็นกึ่งกลาดำ กิโลกรัมละ 221.25 บาท

ตารางที่ 4.9 ต้นทุนวัตถุดิบกุ้งขาว

ต้นทุนวัตถุดิบ กุ้งกุลาดำ ( ต่อ 1 ลัง )		
ชื่อวัตถุดิบ	ราคา	หน่วย
กุ้งขาว	3,600	บาท
ลิ่งฟอม	15	บาท
น้ำแข็ง	3	บาท
สก็อตเทป	2	บาท
ถุงใส่	5	บาท
รวม	3,625	บาท

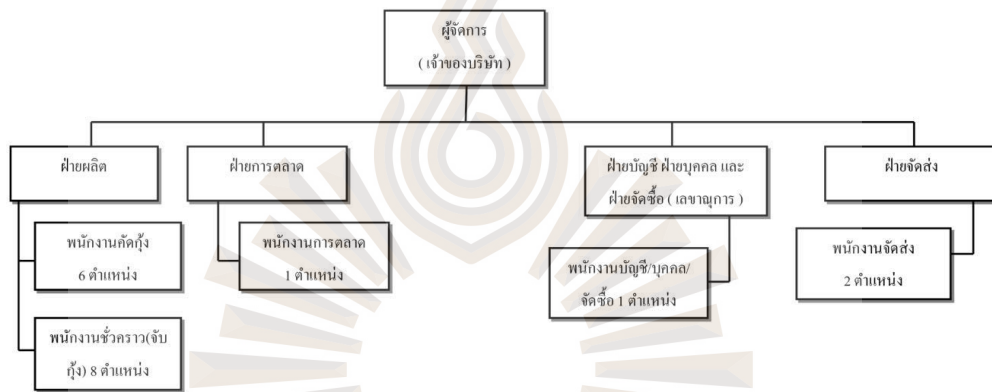
กุ้งขาว 1 ลัง มี 20 กิโลกรัม คิดเป็นกุ้งขาว กิโลกรัมละ 181.25 บาท



## บทที่ 5

### แผนการจัดการกำลังคน

#### 5.1 โครงสร้างและแผนบริหารของกิจการ ( Organization Chart )



รูปที่ 5.1 โครงสร้างและแผนบริหารของบริษัท

โดยบริษัท สยามเรือนไทย จำกัด จะมีการบริหารงานแบบกระจายอำนาจ คือ การที่ผู้บริหารกระจายอำนาจในการตัดสินใจไปยังผู้บริหารทุกระดับ มีอำนาจในการสั่งการ และสามารถตัดสินใจได้ภายในขอบเขตที่กำหนดเพื่อเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระของผู้จัดการ และช่วยให้การบริหารงานเป็นไปด้วยความรวดเร็วและทันเหตุการณ์ และเป็นการฝึกฝนบุคลากรในแต่ละแผนกให้มีความสามารถในการตัดสินใจ และความรับผิดชอบในหน้าที่การงานของตนเอง

โครงสร้างองค์กรของ บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด ประกอบด้วยบุคคล 19 คน ดังนี้

1. ผู้จัดการ (เจ้าของบริษัท) 1 ตำแหน่ง
2. ฝ่ายผลิต
  - พนักงานตัดกึ่ง 6 ตำแหน่ง
  - พนักงานชั่วคราว(จับกึ่ง) 8 ตำแหน่ง
3. ฝ่ายการตลาด

- |                                       |   |         |
|---------------------------------------|---|---------|
| - พนักงานการตลาด                      | 1 | ตำแหน่ง |
| 4. ฝ่ายบัญชี ฝ่ายบุคคล และฝ่ายจัดซื้อ |   |         |
| - พนักงานบัญชี/บุคคล/จัดซื้อ          | 1 | ตำแหน่ง |

## 5.2 ขอบเขตความรับผิดชอบ คุณสมบัติของพนักงาน และ ระยะเวลาการทำงาน

**ชื่อตำแหน่ง : ผู้จัดการ (เจ้าของบริษัท)** เวลาทำงาน วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 8.00 น.ถึงเวลา 17.00 น. โดยพัก 1 ชั่วโมง เวลา 12.00 น. – 13.00 น.

### ลักษณะงาน (Job Description)

- การกำหนดนโยบายและมาตรการอันเป็นแนวทางปฏิบัติ เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ของบริษัท
- ควบคุมการทำงานของพนักงานทุกคน ให้เป็นไปตามแบบแผนแนวทางที่ได้วางไว้ อีกทั้งควบคุมนโยบายทางการผลิต
- จูงใจและกระตุ้นให้พนักงานนั้นความรับผิดชอบในหน้าที่ของแต่ละคน ให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกับวัตถุประสงค์ของบริษัท
- ติดตามผล และประเมินผลสถานการณ์ของการบริหารและพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนา บริษัทต่อไป
- วางแผนกำหนดทิศทางของบริษัทในอนาคตเพื่อรับมือกับคู่แข่งและเพื่อพัฒนาบริษัทอยู่เสมอ

### คุณสมบัติ (Job Specification)

- เพศ : ชาย / หญิง
- อายุ : 25 / 35 ปีขึ้นไป
- วุฒิการศึกษา : จบปริญญาตรีขึ้นไป คณะบริหาร ฯลฯ
- มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป
- บุคลิกภาพดี มีความคล่องแคล่ว และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- มีความละเอียด รอบคอบ แม่นยำ ตรงไปตรงมา
- มีความสนใจงานธุรกิจส่วนตัว

**ชื่อตำแหน่ง : ฝ่ายผลิต (พนักงานคัดกึ่ง)** เวลาทำงาน วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 8.00 น.ถึง  
เวลา 17.00 น. โดยพัก 1 ชั่วโมง เวลา 12.00 น. – 13.00 น.

**ลักษณะงาน (Job Description)**

- ทำหน้าที่ในการคัดกึ่ง
- ทำหน้าที่ประสานงานกับทุกฝ่าย เพื่อให้ระบบดำเนินการไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ เฉพาะหน้าที่ได้เบื้องต้นระหว่างการทำงาน
- พนักงานฝ่ายผลิตสามารถทำหน้าที่ได้ทุกๆด้านเกี่ยวกับฝ่ายผลิต
- สามารถทำหน้าที่อื่นได้ เช่น บรรจุ

**คุณสมบัติ (Job Specification)**

- เพศ : ชาย / หญิง
- อายุ : 18 ปีขึ้นไป
- วุฒิมัธยมศึกษา ระดับ ม.3 ขึ้นไป
- สามารถสื่อสาร และรับฟังคำสั่งได้ดี
- มีความรอบคอบในการทำงาน คล่องแคล่ว
- มีความสามารถในการคัดกึ่ง
- มีความขยัน อดทน รักษาความสะอาดและมีความรับผิดชอบ

**ชื่อตำแหน่ง : ฝ่ายผลิต (ลูกจ้างชั่วคราว)** เวลาทำงาน วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 8.00 น.ถึง  
เวลา 17.00 น. โดยพัก 1 ชั่วโมง เวลา 12.00 น. – 13.00 น.

**ลักษณะงาน (Job Description)**

- ทำหน้าที่ในการจับกึ่งในบ่อ
- ทำหน้าที่ประสานงานกับฝ่ายคัดกึ่งได้เป็นอย่างดี
- สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ เฉพาะหน้าที่ได้เบื้องต้นระหว่างการทำงาน

**คุณสมบัติ (Job Specification)**

- เพศ : ชาย
- อายุ : 18 ปีขึ้นไป

- วุฒิการศึกษาระดับ ม.3 ขึ้นไป
- สามารถสื่อสาร และรับฟังคำสั่งได้ดี
- มีความรอบคอบในการทำงาน คล่องแคล่ว
- มีความสามารถในการจับคู่
- มีความขยัน อดทน รักษาความสะอาด มีความรับผิดชอบและมีร่างกายแข็งแรงสามารถยกของหนักได้

- สามารถทำงานภายใต้แรงกดดัน
- สามารถทำงานกลางแจ้ง กลางฝนได้ดี

ชื่อตำแหน่ง : พนักงานการตลาด เวลาทำงาน วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 8.00 น.ถึงเวลา 17.00 น. โดยพัก 1 ชั่วโมง เวลา 12.00 น. – 13.00 น.

#### ลักษณะงาน ( Job Description)

- กำหนดนโยบาย แผนการตลาด และยุทธศาสตร์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ของบริษัท
- ติดตามตรวจสอบและปรับปรุงโครงสร้างการส่งเสริมการตลาด
- ติดตามแนวโน้มและสถานการณ์ของตลาดในปัจจุบัน เพื่อพัฒนาแนวการทำงานตลาดและสร้างเทคนิคส่งเสริมการขายใหม่ๆ ให้กับสินค้าของบริษัท
- ตรวจสอบการทำงานความถูกต้องของพนักงานฝ่ายการตลาดทุกขั้นตอน

#### คุณสมบัติ( Job Specification)

- เพศ : ชาย / หญิง
- วุฒิการศึกษา : จบปริญญาตรีขึ้นไปทางด้านสาขาการตลาด หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- ประสบการณ์ : ผ่านงานด้วยการขายและการตลาดไม่ต่ำกว่า 3 ปี
- มีทักษะด้านการขาย การนำเสนอผลิตภัณฑ์ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการบริการ และมีมนุษยสัมพันธ์
- มีความซื่อสัตย์ ละเอียด รอบคอบ แม่นยำ ในการทำงาน
- สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันได้

ชื่อตำแหน่ง : พนักงานบัญชี / บุคคล / จัดซื้อ ( เลขานุการ ) เวลาทำงาน วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 8.00 น.ถึงเวลา 17.00 น. โดยพัก 1 ชั่วโมง เวลา 12.00 น. – 13.00 น.

#### ลักษณะงาน( Job Description)

- กำหนดนโยบายและการวางแผนด้านบัญชี รวมทั้งกำหนดระบบบัญชีให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของบริษัท
- ควบคุมการจัดทำบัญชีและตรวจสอบการปิดบัญชีของบริษัทในแต่ละงวดให้ถูกต้องและเป็นไปตามแนวปฏิบัติที่ได้วางไว้
- ประสานงานระหว่างผู้บริหารและทุกหน่วยงานที่จะดำเนินการแผนธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าด้านการเงินประจำปี
- ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของเอกสารที่ใช้ในการวางบิล พร้อมจัดส่งเอกสารให้กับลูกค้า
- มีหน้าที่จัดสรรพนักงาน ให้มีความเหมาะสมกับการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- จัดทำรายงานสถานเงินสดประจำวัน จากรายการจ่ายเงินกับรายรับเงินประจำวัน พร้อมนำเสนอเจ้าของกิจการ
- จัดหาสินค้า เปรียบเทียบราคาจากบริษัทคู่ค้า และติดตามการจัดส่งวัตถุดิบของบริษัทคู่ค้า และแก้ปัญหางานที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในการซื้อวัตถุดิบ

#### คุณสมบัติ( Job Specification)

- เพศ : ชาย / หญิง
- อายุ : 25 ปีขึ้นไป
- วุฒิการศึกษา : จบปริญญาขึ้นไปทางด้านการบัญชี หรือ สาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- สามารถใช้โปรแกรม Microsoft Office และ โปรแกรมสำเร็จรูปอื่นๆ ได้
- มีความซื่อสัตย์ ละเอียด รอบคอบ แม่นยำ ในการทำงาน
- สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันได้
- รู้เรื่องกฎหมายเป็นอย่างดี



**ชื่อตำแหน่ง : ฝ่ายจัดส่ง** เวลาทำงาน วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 8.00 น.ถึงเวลา 17.00 น.  
โดยพัก 1 ชั่วโมง เวลา 12.00 น. – 13.00 น.

#### ลักษณะงาน (Job Description)

- ส่งสินค้าตามสถานที่ ที่ลูกค้าสั่งซื้อ
- มีความขยัน อดทน รักษาความสะอาด มีความรับผิดชอบและมีร่างกายแข็งแรงสามารถยกของหนักได้
- สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ เฉพาะหน้าได้เบื้องต้นระหว่างการทำงาน
- ทำหน้าที่ประสานงานกับทุกฝ่าย เพื่อให้ระบบดำเนินการไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- สามารถขับรถบรรทุกของหนักได้ (มีใบขับขี่รถยนต์)

#### คุณสมบัติ (Job Specification)

- เพศ : ชาย
- อายุ : 18 ปีขึ้นไป
- วุฒิมัธยมศึกษา ระดับ ม.3 ขึ้นไป
- มีใบขับขี่รถยนต์
- สามารถสื่อสาร และรับฟังคำสั่งได้ดี
- มีความรอบคอบในการทำงาน คล่องแคล่ว
- มีความขยัน อดทน รักษาความสะอาด มีความรับผิดชอบและมีร่างกายแข็งแรงสามารถยกของหนักได้
- สามารถทำงานภายใต้แรงกดดัน

#### ตารางที่ 5.1 แสดงเวลาปฏิบัติงาน

ตำแหน่ง	วัน	เวลา
ผู้จัดการ	วันจันทร์ – วันศุกร์	เวลา 8.00 น.ถึงเวลา 17.00 น.
ฝ่ายผลิต (พนักงานคัดกึ่ง)	วันจันทร์ – วันศุกร์	เวลา 8.00 น.ถึงเวลา 17.00 น.
พนักงานการตลาด	วันจันทร์ – วันศุกร์	เวลา 8.00 น.ถึงเวลา 17.00 น.
พนักงานบัญชี / บุคคล / จัดซื้อ	วันจันทร์ – วันศุกร์	เวลา 8.00 น.ถึงเวลา 17.00 น.
ฝ่ายจัดส่ง	วันจันทร์ – วันศุกร์	เวลา 8.00 น.ถึงเวลา 17.00 น.

ตารางที่ 5.2 แสดงค่าตอบแทนของบุคลากร

ค่าตอบแทนของบุคลากร			
ตำแหน่ง	จำนวน	อัตราจ้าง (คน/เดือน)	อัตราจ้าง (คน/ปี)
ผู้จัดการ	1	40,000	480,000
พนักงานการตลาด	1	15,000	180,000
พนักงานบัญชี/บุคคล	1	17,000	204,000
พนักงานจัดส่ง	2	12,000	144,000
พนักงานคัดกึ่ง	6	9,000	108,000
พนักงานชั่วคราว	8	1,000	12,000

\*\*\*บุคลากรทุกตำแหน่งจะได้เปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้นทุกปี ปีละ 5%

### 5.3 วันหยุดและหลักเกณฑ์การหยุด

#### 1. วันงาน เวลาทำงานปกติ และเวลาพัก

1.1. วันทำงาน - ทำงานสัปดาห์ละ 5 วัน เวลาทำงานปกติ วันจันทร์ – สุกร์ เวลา 8.00 น.ถึงเวลา 17.00 น.

1.2. เวลาพัก ระหว่างการทำงานปกติ เวลา 12.00 น. ถึงเวลา 13.00 น.

1.3. ก่อนการทำงานล่วงเวลา ในกรณีที่มีการทำงานล่วงเวลาต่อจากเวลาทำงานปกติไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมง ให้พนักงานพัก 20 นาที ก่อนเริ่มทำงานล่วงเวลา

#### 2. วันหยุดและหลักเกณฑ์การหยุด

2.1. วันหยุดประจำสัปดาห์ จำนวน 2 วัน คือ วันเสาร์ – อาทิตย์

2.2. วันหยุดตามประเพณี ลูกจ้างจะได้วันหยุดโดยได้รับค่าจ้างเท่ากับค่าจ้างในวันทำงานไม่น้อยกว่าปีละ 13 วัน

- การลาคลอดบุตร พนักงานหญิงมีสิทธิลาหยุดงานก่อนหรือหลังคลอดบุตรโดยไม่เกิน 90 วัน ทั้งนี้โดยรวมวันหยุดด้วย พนักงานหญิงที่ยังไม่สามารถทำงานได้ เนื่องจากการลาคลอดนี้ให้มีสิทธิได้อีกไม่เกิน 90 วัน โดยไม่ได้รับจ้างและจะต้องมีใบรับรองแพทย์มาขึ้นแสดงด้วย

- การลาจก พนักงานมีสิทธิลาหยุดงานเพื่อกิจธุระจำเป็นได้ไม่เกิน 5 วัน/ปี การลาจกเพื่อธุระจำเป็นจะต้องธุระเกี่ยวกับการติดต่อกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ การเจ็บป่วยของบุคคลภายในครอบครัว หรือ ความจำเป็นที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เท่านั้น

- การลาฝึกเพื่อรับการฝึกอบรมหรือพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานจะเป็นประโยชน์ต่องานด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม พนักงานมีสิทธิขอลาหยุดงานเพื่อรับการฝึกอบรม หรือพัฒนาความรู้ความสามารถ ได้ปีหนึ่งไม่เกิน 30 วัน

#### 5.4 การพัฒนาบุคลากร

เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของพนักงาน บริษัทมีแผนที่จะพัฒนาบุคลากร ดังต่อไปนี้

1. มีการฝึกอบรมและแนะนำงานจากผู้จัดการ 1-2 ชั่วโมง เพื่อให้พนักงานมีประสบการณ์ก่อนที่จะเข้าทำงาน
2. มีการเพิ่มทักษะความรู้ความสามารถ จัดฝึกอบรมให้แก่พนักงาน
3. มีการสร้างกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องให้แก่พนักงาน เช่น การพัฒนาอาชีพ กระตุ้นพนักงานด้วยการให้คำแนะนำด้านการพัฒนาตนเอง แล้วทดลองมอบหมายงานที่ท้าทายยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอนาคต

#### 5.5 สวัสดิการสำหรับพนักงาน

เป็นคำตอบและวิธีตอบแทนพนักงานที่ดีที่สุดที่ผู้ประกอบการสามารถที่จัดหาให้กับพนักงานได้

1. ประกันสังคม - กองทุนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อพนักงานของเรากรณีเจ็บป่วย คลอดบุตร ทูพพลภาพ หรือถึงแก่ความตายอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน โดยจะคิดจากค่าจ้างของพนักงานเป็น 4% ของค่าจ้างพนักงานต่อคน มีค่าใช้จ่ายดังนี้

1.1. เงินประกันสังคมของฝ่ายผลิต (พนักงานคัดกึ่ง) 6 คน

- 9,000 บาท / คน คิดเป็น 4% เป็นเงิน 360 บาท

1.2. เงินประกันสังคมของพนักงานการตลาด 1 คน

- 15,000 บาท / คน คิดเป็น 4% เป็นเงิน 600 บาท / คน

1.3. เงินประกันสังคมของพนักงานฝ่ายบัญชี / บุคคล / จัดซื้อ 1 คน

- 5,000 บาท / คน คิดเป็น 4% เป็นเงิน 600 บาท / คน

1.4. เงินประกันสังคมของพนักงานฝ่ายจัดส่ง 2 คน

- 15,000 บาท / คน คิดเป็น 4% เป็นเงิน 600 บาท / คน

\*\* รวมค่าเงินประกันสังคมพนักงานที่บริษัทต้องจ่ายต่อเดือน 3,600 บาท / เดือน \*\*

2. เงินโบนัสประจำปี เมื่อผลประกอบการสิ้นปีสามารถสุปออกมาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ปรากฏว่ามีประกอบการที่ได้รับผลกำไรสิ่งที่ผู้ประกอบการควรทำ คือ จัดเงินโบนัสประจำปีให้กับพนักงานทุกคน โดยพนักงานจะได้โบนัส 3% ของเงินเดือนรวมทั้งปี

3. เงินช่วยเหลือพนักงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานบวช งานแต่ง เยี่ยมพนักงานที่โรงพยาบาล ลากตลอด และงานศพ ฯลฯ บริษัทต้องสำรองเงินเอาไว้เพื่อช่วยเหลือพนักงานในส่วนนี้ โดยมีวงเงินตั้งแต่ 1,000-3,000 บาท แล้วแต่กรณีไป แต่บริษัทจะจ่ายเงินช่วยเหลือไม่เกิน 10,000 บาท

4. ส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท พนักงานภายในบริษัท สยามเรื่อนไทย จำกัด สามารถซื้อสินค้าของบริษัทได้ในราคาพิเศษและสามารถติชม ออกความเห็นเกี่ยวกับตราสินค้าของบริษัทได้ด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขตัวสินค้าต่อไป

5. เครื่องแบบและชุดยูนิฟอร์ม บริษัทจำเป็นต้องมีชุดยูนิฟอร์มเตรียมไว้ให้กับพนักงานเพื่อความเป็นระเบียบในการทำงาน อีกทั้งยังสามารถออกไปติดต่องานลูกค้าภายนอกได้อีกด้วย ซึ่งทางบริษัทมีการจัดเตรียมยูนิฟอร์มสำหรับพนักงาน

## บทที่ 6

### งบการเงิน

#### 6.1 สมมุติฐาน

##### กำลังการผลิตสูงสุด

ตารางที่ 6.1 กำลังการผลิตสูงสุด

ชื่อสินค้า	จำนวน/สัปดาห์	หน่วย
กุ้งขาว	1,000	กิโลกรัม
กุ้งกุลาดำ	1,000	กิโลกรัม
รวม	2,000	กิโลกรัม

##### ปริมาณการขายตามยอดขาย

ตารางที่ 6.2 ปริมาณการขาย/บริการตามประมาณการยอดขาย (หน่วย : กิโลกรัม)

คิดเป็นร้อยละของปริมาณการผลิตสูงสุด	50%	53%	56%	59%	62%
ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กุ้งขาว	52,000	54,590	57,680	60,770	63,860
กุ้งกุลาดำ	52,000	54,590	57,680	60,770	63,860
รวม	104,000	109,180	115,360	121,540	127,720

### ราคาต่อหน่วย

ตารางที่ 6.3 ราคาขายต่อหน่วย

ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
กุ้งขาว	300	กิโลกรัม
กุ้งกุลาดำ	250	กิโลกรัม

### ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อปี

ตารางที่ 6.4 ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อปี (หน่วย : บาท)

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กุ้งขาว	15,600,000	16,377,000	17,304,000	18,231,000	19,158,000
กุ้งกุลาดำ	13,000,000	13,647,500	14,420,000	15,192,500	15,965,000
รวม	28,600,000	30,024,500	31,724,000	33,423,500	35,123,000

### ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย

ตารางที่ 6.5 ต้นทุนกุ้งขาว

ชื่อสินค้า	ราคา	หน่วย
กุ้งขาว	180	บาท / กิโลกรัม
อื่นๆ	1.25	บาท / กิโลกรัม
รวม	181.25	บาท / กิโลกรัม

ตารางที่ 6.6 ต้นทุนกุ้งกุลาดำ

ชื่อสินค้า	ราคา	หน่วย
กุ้งกุลาดำ	220	บาท / กิโลกรัม
อื่นๆ	1.25	บาท / กิโลกรัม
รวม	221.25	บาท / กิโลกรัม

### ต้นทุนวัตถุดิบต่อปี

ตารางที่ 6.7 ต้นทุนวัตถุดิบ (หน่วย : บาท)

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กุ้งขาว	9,425,000	9,894,438	10,454,500	11,014,563	11,574,625
กุ้งกุลาดำ	11,505,000	12,078,038	12,761,700	13,445,363	14,129,025
รวม	20,930,000	21,972,475	23,216,200	24,459,925	25,703,650

### แรงงานในการผลิต

ตารางที่ 6.8 แรงงานในการผลิต

เงินเดือน (บาท/เดือน)	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
24,000	พนักงานจัดส่ง	2	2	2	2	2
54,000	พนักงานคัดกุ้ง	6	6	6	6	6
8,000	พนักงานชั่วคราว	8	8	8	8	8
ค่าแรงในการผลิต		5,232,000	5,493,600	5,768,280	6,056,694	6,359,529

### แรงงานในการบริหาร

ตารางที่ 6.9 แรงงานในการขายและบริหาร

เงินเดือน (บาท/เดือน)	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
40,000	ผู้จัดการ	1	1	1	1	1
15,000	พนักงานการตลาด	1	1	1	1	1
17,000	พนักงานบัญชี/บุคคล	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการขายและบริหาร		864,000	907,200	952,560	1,000,188	1,050,197

### ค่าโสหุ้ยในการผลิต

ตารางที่ 6.10 ค่าโสหุ้ยในการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
วัสดุสิ้นเปลือง	95,700	100,485	105,509	110,785	116,323.95
ค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ที่ใช้การผลิต	185,060	194,313	204,029	214,230	224,942
ค่าเสื่อมอุปกรณ์สำนักงาน	39,794	41,784	43,873	46,067	48,370
รวม	320,554	336,582	353,411	371,081	389,635

### ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ตารางที่ 6.11 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ประชาสัมพันธ์	5,000	5,250	5,513	5,788	6,078
การขายโดยใช้พนักงานขาย	10,000	10,500	11,025	11,576	12,155
สต็อกเกอร์แปะบนรถส่งน้ำ	10,000	10,500	11,025	11,576	12,155
รวม	25,000	26,250	27,563	28,941	30,388

### ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 6.12 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำ	5,000	5,250	5,513	5,788	6,078
ค่าไฟฟ้า	30,000	31,500	33,075	34,729	36,465
ค่าเช่าคอก	50,000	52,500	55,125	57,881	60,775
รวม	85,000	89,250	93,713	98,398	103,318



### เงินลงทุนในโครงการ

ตารางที่ 6.13 เงินลงทุนในโครงการ (หน่วย : บาท)

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
เครื่องจักรอุปกรณ์	400,600	400,600	
ยานพาหนะ	1,500,000	1,500,000	-
อุปกรณ์สำนักงาน	397,940	397,940	
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	100,000	100,000	
เงินทุนหมุนเวียน	601,460	601,460	
รวม	3,000,000	3,000,000	-

### ค่าเสื่อมราคาในการผลิต

ตารางที่ 6.14 ค่าเสื่อมราคาในการผลิต

สิ่งปลูกสร้าง	10	ปี	จัดสรรเข้าต้นทุนการผลิต
เครื่องจักรอุปกรณ์	10	ปี	จัดสรรเข้าต้นทุนการผลิต
ยานพาหนะ	10	ปี	จัดสรรเข้าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร
อุปกรณ์สำนักงาน	10	ปี	จัดสรรเข้าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	10	ปี	จัดสรรเข้าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

### ค่าเสื่อมราคาในการผลิต

ตารางที่ 6.15 ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (หน่วย : บาท)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เครื่องจักรอุปกรณ์	40,060	40,060	40,060	40,060	40,060
รวม	40,060	40,060	40,060	40,060	40,060

### ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร

ตารางที่ 6.16 ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร (หน่วย: บาท)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยานพาหนะ	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
อุปกรณ์สำนักงาน	39,794	39,794	39,794	39,794	39,794
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
รวม	199,794	199,794	199,794	199,794	199,794

### ลูกหนี้การค้า

ตารางที่ 6.17 ลูกหนี้การค้า 1 เดือน (หน่วย :บาท)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ลูกหนี้การค้า	2,383,333	2,502,042	2,643,667	2,785,292	2,926,917
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	2,383,333	118,708	141,625	141,625	141,625

### เจ้าหนี้การค้า

ตารางที่ 6.18 เจ้าหนี้การค้า 1 เดือน (หน่วย :บาท)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เจ้าหนี้การค้า	1,744,167	1,831,040	1,934,683	2,038,327	2,141,971
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	1,744,167	86,873	103,644	103,644	103,644

### สต็อกสินค้าสำเร็จรูป

ตารางที่ 6.19 สต็อกสินค้าสำเร็จรูป 1 สัปดาห์ (หน่วย : บาท)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	552,554	580,057	612,041	644,328	676,935
สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	552,554	27,502	31,984	32,288	32,607

### สต็อกวัตถุดิบ

ตารางที่ 6.20 สต็อกวัตถุดิบ 1 สัปดาห์ (หน่วย: บาท)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกวัตถุดิบ	436,042	457,760	483,671	509,582	535,493
สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	436,042	21,718	25,911	25,911	25,911

### เงินลงทุนในโครงการ

ตารางที่ 6.21 เงินลงทุนในโครงการ (หน่วย : บาท)

รายการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
เครื่องจักรอุปกรณ์	400,600	400,600	-
ยานพาหนะ	1,500,000	1,500,000	-
อุปกรณ์สำนักงาน	397,940	397,940	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	100,000	100,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	601,460	601,460	-
รวม	3,000,000	3,000,000	-

## 6.2 ประมวลการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 6.22 ประมวลการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	28,600,000	30,024,500	31,724,000	33,423,500	35,123,000
ต้นทุนขาย					
- วัสดุคืบ	20,930,000	21,972,475	23,216,200	24,459,925	25,703,650
- แรงงานในการผลิต	5,232,000	5,493,600	5,768,280	6,056,694	6,359,529
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	40,060	40,060	40,060	40,060	40,060
- ค่าเสียหายในการผลิต	320,554	336,582	353,411	371,081	389,635
รวมต้นทุนขาย	26,522,614	27,842,717	29,377,951	30,927,760	32,492,874
กำไรขั้นต้น	2,077,386	2,181,783	2,346,049	2,495,740	2,630,126
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	864,000	907,200	952,560	1,000,188	1,050,197
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	199,794	199,794	199,794	199,794	199,794
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	25,000	26,250	27,563	28,941	30,388
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	85,000	89,250	93,713	98,398	103,318
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,173,794	1,222,494	1,273,629	1,327,321	1,383,697
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	903,592	959,289	1,072,420	1,168,419	1,246,429
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	903,592	959,289	1,072,420	1,168,419	1,246,429
ภาษีเงินได้	271,078	287,787	321,726	350,526	373,929
กำไรสุทธิ	632,514	671,503	750,694	817,893	872,500

### 6.3 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน

ตารางที่ 6.23 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน (บาท : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	3,000,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- ยอดขาย	28,600,000	30,024,500	31,724,000	33,423,500	35,123,000
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	1,744,167	86,873	103,644	103,644	103,644
รวมแหล่งที่มา (ก.)	33,344,167	30,111,373	31,827,644	33,527,144	35,226,644
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	2,398,540	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	26,482,554	27,802,657	29,337,891	30,887,700	32,452,814
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	974,000	1,022,700	1,073,835	1,127,527	1,183,903
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	271,078	287,787	321,726	350,526	373,929
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	2,383,333	118,708	141,625	141,625	141,625
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	552,554	27,502	31,984	32,288	32,607
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	436,042	21,718	25,911	25,911	25,911
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	33,498,101	29,281,072	30,932,972	32,565,576	34,210,788
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	- 153,934	676,366	1,571,038	2,532,606
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	- 153,934	830,301	894,672	961,567	1,015,855
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	- 153,934	676,366	1,571,038	2,532,606	3,548,461

## 6.4 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 6.24 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	-105,330	723,470	1,616,642	2,576,710	3,591,065
- ลูกหนี้การค้า	2,383,333	2,502,042	2,643,667	2,785,292	2,926,917
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	552,450	579,952	611,936	644,224	676,831
- สต็อกวัตถุดิบ	436,042	457,760	483,671	509,582	535,493
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,266,495	4,263,224	5,355,916	6,515,807	7,730,305
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
- สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-	-	-
- เครื่องจักรอุปกรณ์	350,600	350,600	350,600	350,600	350,600
- ยานพาหนะ	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	397,940	397,940	397,940	397,940	397,940
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	2,348,540	2,348,540	2,348,540	2,348,540	2,348,540
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	234,854	469,708	704,562	939,416	1,174,270
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	2,113,686	1,878,832	1,643,978	1,409,124	1,174,270
รวมสินทรัพย์	5,380,181	6,142,056	6,999,894	7,924,931	8,904,575
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	1,744,167	1,831,040	1,934,683	2,038,327	2,141,971
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,744,167	1,831,040	1,934,683	2,038,327	2,141,971
หนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-

ตารางที่ 6.24 ประมาณการงบดุล (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมหนี้สิน	1,744,167	1,831,040	1,934,683	2,038,327	2,141,971
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
- กำไรสะสม	636,014	1,311,017	2,065,211	2,886,604	3,762,604
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,636,014	4,311,017	5,065,211	5,886,604	6,762,604
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	5,380,181	6,142,056	6,999,894	7,924,931	8,904,575



## บทที่ 7

### แผนฉุกเฉิน

#### 7.1 แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan)

เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่เกดขึ้นในประเทศไทยในปัจจุบันค่อนข้างผันผวน ตามกระแสการเมืองและสภาพคล่องทางเศรษฐกิจโลก การดำเนินธุรกิจมักจะมีสถานการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ดังนั้น เพื่อให้บริษัท สยามเรือนไทย จำกัด สามารถรับมือและปรับแผนการดำเนินธุรกิจ เมื่อมีสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ จึงจำเป็นต้องมีแผนรองรับดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7.1 แผนฉุกเฉิน

ปัญหา	ผลกระทบ	แนวทางการแก้ไข
กรณีที่ 1 Supplier	Supplier ไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ตามเวลาที่กำหนดส่งผลให้ไม่มีสินค้าส่งให้กับลูกค้า	ทางบริษัท ได้หา Supplier เตรียมไว้สำหรับเพื่อทดแทนชั่วคราวหรือถาวรในอนาคต
กรณีที่ 2 ด้านไฟฟ้า	การขัดข้องทางไฟฟ้าจะส่งผลใช้ระบบต่างๆในการเก็บความเย็นมีปัญหา	มีเครื่องสำรองไฟโดยใช้เครื่องปั่นไฟที่สามารถสนับสนุนระบบการผลิตได้ต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 6-8 ชั่วโมง ต่อจำนวนน้ำมัน 30 ลิตร
กรณีที่ 3 ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย	ส่งผลให้รายได้รวมต่อสัปดาห์ทั้งหมดเฉลี่ยแล้วต่ำกว่าค่าใช้จ่าย	จัดโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขาย, ประชาสัมพันธ์กับกลุ่ม โรงแรมร้านอาหารให้มากขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดขาย
กรณีที่ 4 เศรษฐกิจซบเซา	ส่งผลให้ยอดขายตกต่ำ ขาดกำไร ซึ่งอาจเกิดจากหลายเหตุ เช่น เศรษฐกิจ และการเมือง	จัดโปรโมชั่นให้ส่วนลดราคาสินค้าเมื่อสั่งซื้อครบจำนวนที่กำหนด



## บรรณานุกรม

กึ่งไทย-นสพกึ่งไทย.(2559) นิตยสารกึ่งไทย: สภาวะการส่งออก.สืบค้น 14 ธันวาคม 2559 จาก

[https://www.facebook.com/pg/%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2-%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%9E%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2-111236108920978/posts/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2-%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%9E%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2-111236108920978/posts/?ref=page_internal),

ทรงวุฒิ อัจริยกษา . (2559) แผนธุรกิจ ผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม ตราร RANGSIT DRINKINK WATER” รายงานการวิจัยในการค้นคว้าอิสระ, หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ, มหาวิทยาลัยรังสิต.

นันท์ทิพย์ ต้นประเสริฐ. (2558) บริษัท ยักษ์ยิ้ม (ประเทศไทย) จำกัด : YAKYIM GROUP” รายงานการวิจัยในการค้นคว้าอิสระ, หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ, มหาวิทยาลัยรังสิต

พรานทะเล. (2559) ผลิตภัณฑ์ของพรานทะเล สืบค้น 14 ธันวาคม 2559 จาก <http://www.prantalay.com/Our-Products/>.

สุรพลฟู๊ดส์. (2559) ผลิตภัณฑ์ของสุรพลฟู๊ดส์ สืบค้น 14 ธันวาคม 2559 จาก <http://www.surapon.com/news/corporate>.

Thin Siam Dot Com. (2559) แนวโน้มอุตสาหกรรมกึ่งไทย ปี 60 สดใส ผู้บริโภคEMSสำเร็จผลิต 3.5 แสนตัน สืบค้น 14 ธันวาคม 2559 จาก

<http://www.thinsiam.com/%E0%B8%84%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B9%87%E0%B8%9A/42190>.

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นาย จิรายุส รอดเชื้อจีน
วัน เดือน ปีเกิด	17 กุมภาพันธ์ 3537
สถานที่เกิด	-
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, 2559 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็น ผู้ประกอบการ, 2560
ที่อยู่ปัจจุบัน	-
สถานที่ทำงาน	-
ตำแหน่งปัจจุบัน	-

