

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจ
ผลิตภัณฑ์โลงศพจาก SOLID BOARD APT COFFIN



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจโรงศพ SOLID BOARD APT COFFIN

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2558



นายโตยธร บุญเจริญ

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์,

D.B.A.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์,

M.B.A

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจโรงศพ SOLID BOARD APT COFFIN ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาข้อมูลและโอกาสความเป็นไปได้ในธุรกิจโรงศพ SOLID BOARD APT COFFIN เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้สามารถนำไปใช้ดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดีทำให้ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

ทางผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงแก่ อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการ และคณะกรรมการที่ปรึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนพล วีราสา อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ ที่กรุณาให้คำปรึกษาจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เกิดขึ้นมาได้ ขอขอบพระคุณ คุณสมชาย สุริยเสถียรย์ เจ้าของสุริยา หีบศพ และร้านค้าธุรกิจหีบศพ 12 ร้านค้าที่กรุณาสะดวกให้คำปรึกษาในเรื่องความเป็นไปได้ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญตลอดมา ขอขอบพระคุณเพื่อนๆร่วมทีมและเพื่อนๆในห้องทุกท่านที่สะดวกแบ่งปันข้อมูลอันมีคุณค่า ตลอดจนคณะครูอาจารย์ทุกท่านสำหรับความรู้และคำปรึกษา ขอขอบพระคุณบรรยาภาสการเรียนการสอนชั้นแนวหน้าที่เจ้าหน้าที่ทุกท่านในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลมอบให้

โดยธร บุญเจริญ

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท APT Coffin จำกัด เป็นกิจการที่ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลงศพ เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการร้านค้าโลงศพลักษณะธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ภายใต้ชื่อ “APT Coffin”

APT Coffin มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจโดยการผลิตและจัดจำหน่ายโลงศพจาก Solid Board ให้แก่ผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีกขนาดกลาง และขนาดเล็ก ที่เป็นร้านค้าซื้อขายไป โดยจะเป็นการเข้าตลาด โดยการเป็นสินค้าทดแทนสินค้าเดิมที่มีอยู่ในตลาด เพื่อสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ธุรกิจหลังความตายในประเทศไทยในปี 2552 มีมูลค่ารวมสูงถึง 35,000 ล้านบาท (ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย) จากการศึกษาให้ทราบถึงภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมปัจจุบัน โดยการทำการสัมภาษณ์ร้านค้าภายในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล พบว่าธุรกิจโลงศพมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมรุนแรงมากขึ้น ร้านค้าลักษณะซื้อขายไป ไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้ เนื่องจากต้นทุนของโลงศพที่รับมาขายค่อนข้างสูงที่เกิดจากการผูกขาดของเจ้าตลาดเดิมรายใหญ่ ดังนั้นคุณค่าที่ APT Coffin มอบให้กับร้านค้าโลงศพลักษณะซื้อขายไป คือ ส่วนต่างกำไรที่ได้เพิ่มขึ้นจากการนำเอาผลิตภัณฑ์ของ APT Coffin มาจำหน่าย โดยจะส่งผลให้ร้านค้าได้กำไรเพิ่มสูงขึ้นจากต้นทุนต่อโลงที่ต่ำลง จึงเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีโรงงานผลิตโลงศพเป็นของตนเอง

APT Coffin มีการวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งในส่วนของการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรและสถานที่ในการผลิตและจัดเก็บผลิตภัณฑ์ โดยสถานที่นี้ตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมขนส่งสะดวก และอยู่ใกล้กับช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย และอยู่ใกล้กับบริษัท APM New Line จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบหลักของบริษัทฯ APT Coffin มีการศึกษาอุตสาหกรรมเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ การทำวิจัยและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การดำเนินการผลิต การทำการตลาด และการประเมินผลการดำเนินงาน

APT Coffin มีการวางแผนด้านกำลังการผลิต และการเตรียมความพร้อมด้านกำลังคน เพื่อรองรับการเติบโต โดยบริษัทฯ ได้ศึกษาข้อมูลสถิติการเสียชีวิตในอดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อคาดการณ์ความต้องการของสินค้าโลงศพในอนาคตว่ามีแนวโน้มความต้องการไปในทิศทางใดโดย

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

เริ่มจากการศึกษาข้อมูลการเสียชีวิตของประชากรเขตพื้นที่ในกรุงเทพและปริมณฑลย้อนหลัง ซึ่งเป็นกลุ่มพื้นที่ ที่บริษัทฯ จะเข้าไปทำการตลาด รวมถึงการสำรวจจำนวนร้านค้าโลงศพในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล ทั้ง 6 จังหวัด โดยการสัมภาษณ์ธุรกิจร้านขายโลงศพ 12 ร้านค้าเพื่อให้ทราบพฤติกรรม การสั่งสินค้า ความถี่ในการสั่ง และจำนวนการสั่งในแต่ละครั้ง โดยข้อมูลที่ได้นำมาใช้วางแผนกำลังการผลิต และเตรียมความพร้อมด้านกำลังคน

APT Coffin จะใช้เงินทุนในโครงการทั้งสิ้น 2,531,536 บาทในปีแรก โดยเป็นทุนจาก ส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยคาดว่าจะมียอดขาย 15,197,117 บาทในปีแรกและเพิ่มขึ้นเป็น 42,828,239 บาทในปีที่ 5 และมีกำไรสุทธิ 4,556,301 บาทในปีแรกและเพิ่มขึ้นเป็น 19,643,937 บาทในปีที่ 5 มีอัตราผลตอบแทนทางการเงินโดยมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 37,302,638 บาท โดยอัตราผลตอบแทนในการลงทุนโครงการ (IRR) สูงถึงร้อยละ 243.33 หมายถึง อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับจากโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับเงินลงทุนปีที่ 0 มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนร้อยละ 243.33 โดยมีระยะเวลาในการคืนทุน 7 เดือน โดยที่จุดคุ้มทุนในปีแรกของ APT Coffin ต้องผลิต และขายสินค้าให้ได้ไม่ต่ำกว่า 1,455 โลง

ทั้งนี้ในการเพื่อให้สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจผลิตโลงศพได้ APT Coffin มีการวางแผนการดำเนินงาน จัดเตรียมทีมงานที่มีคุณภาพมีความสามารถในการบริหารงานให้เกิด ประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีวางแผนสำรองในการเตรียมความพร้อมในด้านอื่นๆ เพื่อรับมือกับ ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนในอนาคตของบริษัทฯ ต่อไป

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1	
ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาและ โอกาสทางธุรกิจ	1
1.2 แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	2
1.2.1 แนวคิดธุรกิจ	2
1.2.2 รูปแบบธุรกิจ	3
1.2.3 แนวทางปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายในการตลาดในรูปแบบสินค้าทดแทน	4
1.2.4 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	4
1.2.5 การวางตำแหน่งทางการตลาด	5
1.2.6 ลักษณะผลิตภัณฑ์	5
1.2.6.1 วัสดุที่ใช้ในการผลิต	5
1.2.6.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์	6
1.2.6.3 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	7
1.2.7 เปรียบเทียบวัสดุ Solid Board กับ ไม้ปาร์ติเกิ้ล	8
1.2.8 คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2	
การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ	11
2.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร	11
2.2 โครงสร้างองค์กร	12
2.3 นโยบายในการบริหารงาน	14
2.3.1 นโยบายในการบริหารด้านบุคคล	14
2.3.2 นโยบายในการบริหารจัดการองค์กร	15
2.3.3 นโยบายด้านการดูแลลูกค้า	15
บทที่ 3	
แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ	16
3.1 ทำเลที่ตั้ง	16
3.2 รูปแบบการทำงาน	16
3.3 การวางแผนด้านกำลังการผลิต	17
3.3.1 จำนวนร้านค้าโลจิสติกส์ในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล	18
3.3.2 การประมาณการยอดขายและวางแผนการผลิต	20
3.3.3 การวางแผนกำลังคน	20
3.3.4 ขั้นตอนการผลิต	21
บทที่ 4	
สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน	23
4.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน	23
4.1.1 ที่ดิน และการปรับปรุง	24
4.1.2 สิ่งปลูกสร้าง	24
4.1.3 เครื่องจักรอุปกรณ์	24
4.1.4 อุปกรณ์สำนักงาน	25
4.1.5 ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	26
4.2 ที่มาของรายได้	27
4.2.1 รายได้จากการขายโลจิสติกส์	27
4.2.2 ยอดขายต่อปี	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 การประมาณการต้นทุน	29
4.4 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียน	31
4.5 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	33
4.6 ประมาณการกระแสเงินสด	34
4.7 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	35
4.8 การประเมินโครงการ	37
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน	40
5.1 บทสรุปของการศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจ	40
5.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน	41
บรรณานุกรม	43
ภาคผนวก	44
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	45
ภาคผนวก ข แบบทดสอบการวัดค่าที่บ่งชี้	48
ภาคผนวก ค ภาพการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าโลงศพ	54
ภาคผนวก ง ภาพแบบจำลองผลิตภัณฑ์	55
ประวัติผู้วิจัย	56

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงต้นทุนในการผลิตโลศพูปแบบธรรมดาของ APT Coffin	9
2	แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนหุ้น	11
3	แสดงตำแหน่ง หน้าที่รับผิดชอบ เงินเดือน และจำนวนของพนักงาน	14
4	แสดงขนาดตลาดจากจำนวนประชากรที่เสียชีวิตในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล ตั้งแต่ปี 2554 – 2562	18
5	แสดงสัดส่วนตลาดระหว่างโรงงานผลิตและจำหน่ายกับร้านซื้อมาขายไป	19
6	แสดงประมาณการจำนวนร้านค้าทั้งหมดและแยกตามสัดส่วนโรงงานผลิตและจำหน่ายกับร้านซื้อมาขายไป	19
7	แสดงประมาณการขนาดตลาดในปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	19
8	แสดงประมาณการการขาย	20
9	แสดงกำลังการผลิตต่อปี	22
10	แสดงจำนวนเงินลงทุนในโครงการ	23
11	แสดงจำนวนเงินลงทุนในเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	24
12	แสดงจำนวนเงินลงทุนในอุปกรณ์สำนักงาน	25
13	แสดงจำนวนค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	26
14	แสดงประมาณการขนาดตลาดและยอดขาย	27
15	แสดงรายละเอียดสัดส่วนยอดขายแต่ละประเภทสินค้า	27
16	แสดงรายละเอียดสัดส่วนยอดขายแต่ละปีโดยคิดจาก Replacement rate	28
17	แสดงรายละเอียดราคาขายสินค้าแต่ละชนิด	28
18	แสดงรายละเอียดประมาณการยอดขายต่อปี	28
19	แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนต่อปี	29
20	แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนแยกตามต้นทุนวัสดุแต่ละชนิด	29
21	แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนค่าแรง	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
22	แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนค่าเสียหายในการผลิต	30
23	แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนค่าแรงงานในการขายและบริหาร	30
24	แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายทางการตลาด	30
25	แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	31
26	แสดงรายละเอียดประมาณการลูกหนี้การค้า	31
27	แสดงรายละเอียดประมาณการเจ้าหนี้การค้า	31
28	แสดงรายละเอียดประมาณการสต็อกสินค้าสำเร็จรูป	31
29	แสดงรายละเอียดประมาณการสต็อกวัตถุดิบ	32
30	แสดงรายละเอียดประมาณการงบกำไรขาดทุน	33
31	แสดงรายละเอียดประมาณการแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	34
32	แสดงรายละเอียดประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	35
33	แสดงรายละเอียดประมาณการงบกระแสเงินสด	36
34	แสดงรายละเอียดประมาณการโครงสร้างต้นทุน	38
35	แสดงรายละเอียดประมาณการอัตราส่วนทางการเงิน	39

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
1 ตราผลิตภัณฑ์ APT Coffin	3
2 รูปแบบธุรกิจของ APT Coffin	4
3 ตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โลงศพ APT Coffin	5
4 วัสดุ Solid Board	3
5 รูปแบบผลิตภัณฑ์โลงศพของ APT Coffin	6
6 ตัวอย่างและลักษณะการทดสอบจาก MTEC	8
7 ทดสอบควันที่เกิดจากการเผาไหม้	8
8 ต้นทุนโลงศพจากไม้ปาร์ติเกิ้ล	9
9 เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของวัสดุ Solid Board และ ไม้ปาร์ติเกิ้ล	10
10 แสดงภาพ โครงสร้างองค์กร	12
11 รูปแบบพื้นที่โรงงาน	17

บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

จากธุรกิจครอบครัวของหนึ่งในหุ้นส่วนของบริษัทฯ ที่ผลิต Solid Board ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง ภายใต้ชื่อบริษัท APM Newline จำกัด ซึ่งเป็นโรงงานผลิต Solid Board ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีเครื่องจักรที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตแห่งเดียวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีความต้องการในการต่อยอดธุรกิจ Solid Board กระดาษอัดแข็งที่มีคุณสมบัติและคุณภาพเทียบเคียงกับไม้ แต่มีต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่า และมองหาโอกาสใหม่ๆ ที่จะสามารถนำวัสดุ Solid Board ไปใช้ในอุตสาหกรรมอื่น ที่ไม่ใช่แค่อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้มากขึ้นจึงได้ทำการศึกษา และค้นคว้าเพื่อขยายเข้าสู่กลุ่มธุรกิจต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น และได้พบว่าอุตสาหกรรมโรงศพเป็นอุตสาหกรรมที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นสินค้าที่ทุกคนจำเป็นต้องใช้ ไม่ว่าจะเป็นเด็ก วัยรุ่น คนแก่ คนป่วย หรือคนชรา รวมทั้งมีขนาดของตลาดที่ใหญ่ และมีความต้องการ การเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจหลังความตายในประเทศไทยในปี 2552 มีมูลค่ารวมสูงถึง 35,000 ล้านบาท (ข้อมูลจากผลการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย) เป็นธุรกิจที่มีความต้องการมาก และเงินหมุนเวียนในธุรกิจสูง เพราะเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางศาสนา ความเชื่อ และประเพณีของคนไทย โดยธุรกิจโรงศพมีส่วนแบ่งอยู่ที่ ร้อยละ 6 มีมูลค่าตลาดของโรงศพอยู่ที่ 2,000 ล้านบาท¹ ในประเทศไทยมีการเสียชีวิตเฉลี่ยประมาณ 400,000 คนต่อปี และมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี ทางบริษัทฯ จึงได้ทำการศึกษาให้ทราบถึงภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมปัจจุบัน ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ปัญหาของธุรกิจที่เผชิญอยู่ และความต้องการของผู้ประกอบการ โดยทำการสัมภาษณ์ร้านค้าภายในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล พบว่า ธุรกิจโรงศพมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมรุนแรงมากขึ้นกว่าในอดีต จากการตัดราคาจากผู้เล่นรายใหญ่ หรือแม้กระทั่งการเข้าไปประมูลเป็นตัวแทนขายในโรงพยาบาลเพื่อเข้าถึงญาติผู้เสียชีวิตโดยตรง ส่งผลให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและรายย่อยที่เป็นร้านค้าลักษณะชื่อมาขายไป ไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้ เนื่องจากต้นทุนของโรงศพที่รับมาขายค่อนข้างสูงที่เกิดจากการผูกขาดของเจ้าตลาดเดิมรายใหญ่ ที่เป็นทั้งร้านค้า และโรงงานผลิต 2-3 รายในตลาด โดยราคาขายส่งที่รับมาเกือบเท่ากับราคาขายปลีกของ

¹ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยปี 2552

ร้านค้ารายเล็กซื้อมาขายไปขายให้กับญาติผู้เสียชีวิต ทำให้ร้านค้าเหล่านี้ไม่สามารถแข่งขันด้านราคา หรือทำกำไรได้มากนัก ประกอบกับราคาไม้ที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตโลงศพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และไม่มีวัสดุอื่นใดมาทดแทนวัสดุเดิม เช่น ไม้สัก, ไม้เฒ่า, หรือไม้สำเร็จรูปปาร์ติเกิ้ล เป็นต้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่เป็นร้านซื้อมาขายไป ไม่สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ ร้านค้าเหล่านี้จึงจำเป็นต้องสั่งมาขายโดยแทบไม่ได้กำไร เนื่องจากโลงศพเป็นสินค้าหลักที่ร้านค้าต้องมีเพื่อขาย ร่วมกับการขายบริการอื่นๆ เช่น การรับฉีดศพ การทำพิธีกรรม อื่นๆ ทำให้สามารถมีกำไรเพียงพอในการให้บริการในแต่ละครั้ง

ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทฯ จึงได้นำเสนอแนวทางแก้ปัญหา และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยการนำเสนอสินค้าทางเลือกให้ร้านค้าโลงศพในรูปแบบซื้อมาขายไป โดยนำวัสดุ Solid Board ซึ่งเป็นสินค้านวัตกรรมมาใช้ในการผลิตโลงศพที่มีคุณสมบัติและคุณภาพเทียบเคียงกับไม้ น้ำหนักเบา และสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิตได้จากการผลิตด้วยเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย

1.2 แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

1.2.1 แนวคิดธุรกิจ

- ชื่อ : บริษัท APT Coffin จำกัด
- รูปแบบธุรกิจ : เป็นโรงงานผลิตโลงศพจาก Solid Board เพื่อจำหน่ายแก่ผู้ประกอบการร้านค้าโลงศพ
- สินค้าและบริการ : โลงศพรูปแบบต่างๆ ที่ใช้ Solid Board มาเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต เพื่อเป็นการสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เป็นร้านค้าโลงศพ รวมถึงกลุ่มมูลนิธิ เพื่อเป็นการเพิ่มส่วนต่างกำไร และลดต้นทุนในการทำธุรกิจของกลุ่มลูกค้า โดยมีคุณสมบัติเทียบเท่าผลิตภัณฑ์จากไม้เดิมที่มีอยู่ในตลาด
- วัสดุหลัก : Solid Board ซึ่งผ่านนวัตกรรมการผลิต ได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม Certificate ISO 9001 โดยเป็นกระดาษอัดแข็งที่อัดให้แน่นด้วยความร้อน คุณสมบัติมีความแข็งแรง เนื้อกระดาษประกอบด้วยเยื่อรีไซเคิลหลายชั้น มีความหนาสามารถนำไปใช้งานได้หลากหลาย ด้วยคุณสมบัติของ

กระดาษเหมาะกับการใช้เป็น โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์กล่อง
แข็ง และอื่นๆ อีกทั้งคุณสมบัติยังแข็งแรงเทียบเท่าไม้

- วิสัยทัศน์ : เป็นเบอร์หนึ่งในธุรกิจโลงศพในประเทศ
- พันธกิจ : พัฒนาผลิตภัณฑ์โลงศพจาก Solid Board มาทดแทนสินค้า
โลงศพในปัจจุบัน รวมถึงพัฒนาด้านการบริหาร จัดการ การ
บริการ และสร้างการรับรู้ การยอมรับในตลาดโลงศพ
- เป้าหมายด้านการ
ดำเนินธุรกิจ : 1. เพื่อเพิ่มสินค้าทางเลือกให้ร้านค้า โดยการนำวัสดุ Solid
Board ที่มีคุณสมบัติและคุณภาพเทียบเคียงกับไม้ มาใช้ใ
การผลิตซึ่งมีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่า
2. เพื่อเพิ่มกำไรจากการขายโลงศพ ให้กับร้านค้าโลงศพ
สูงขึ้น

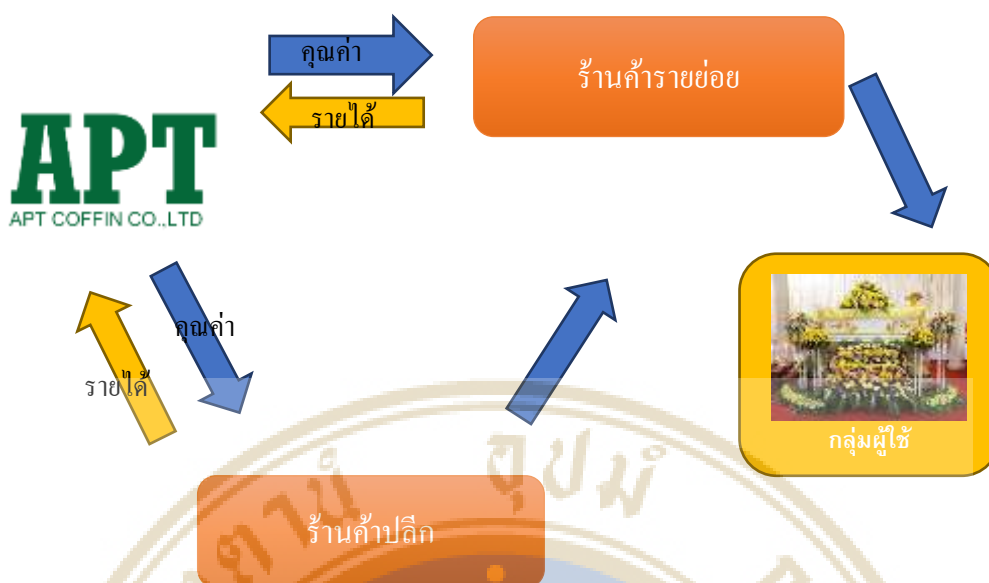
ตราสินค้า :

APT
APT COFFIN CO.,LTD

ภาพที่ 1 ตราผลิตภัณฑ์ APT Coffin

1.2.2 รูปแบบธุรกิจ

APT Coffin จะทำธุรกิจในลักษณะธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ดำเนินการผลิตและจัด
จำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ ร้านค้าปลีกขนาดกลาง และขนาดเล็ก ที่เป็นร้านค้าซื้อมาขายไป
โดยจะเป็นการเข้าตลาดโดยการเป็นสินค้าทดแทนสินค้าเดิมที่มีอยู่ในตลาด เพื่อสนองความต้องการ
ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบธุรกิจของ APT Coffin

1.2.3 แนวทางปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายในการเข้าตลาดในรูปแบบสินค้าทดแทน

ในการเข้าตลาดที่มีผู้เล่นเดิมอยู่แล้ว แต่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นสินค้าที่ใช้วัสดุใหม่ที่ยังไม่มีอยู่เลยในตลาด ในอันดับแรกบริษัทฯ จะต้องมีการดำเนินการในเรื่องของการสร้างการรู้จักในตัวสินค้า และตราสินค้า เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ชนิดนี้อยู่ในตลาดผ่านช่องทางต่างๆ โดยเฉพาะช่องทางพนักงานขายที่สามารถเข้าหากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถอธิบายถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้อย่างละเอียด เพื่อให้เกิดการยอมรับในตัวสินค้า และเกิดการทดลองซื้อ และที่สำคัญเพื่อให้ทราบถึงข้อดีต่างๆ เมื่อร้านค้าเลือกมาใช้ผลิตภัณฑ์ของ APT Coffin รวมถึงข้อได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ที่มีเหนือกว่าผลิตภัณฑ์โครงสร้างแบบเดิมๆ ที่มีอยู่ในตลาด จากนั้นเมื่อมีการซื้อขายเกิดขึ้น การให้บริการหลังการขาย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายยังถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะสามารถรักษากลุ่มลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดี และอยู่กับบริษัทฯ ไปอย่างยั่งยืน

1.2.4 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการทำตลาด และจากข้อมูลที่ทางบริษัทฯ ได้ทำการศึกษาพบว่ากลุ่มร้านค้าที่เป็นในลักษณะของร้านซื้อมาขายไป เป็นกลุ่มที่มีความน่าสนใจ และเหมาะกับตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่สุด ทั้งในด้านพฤติกรรม การสั่งซื้อ ปัญหา และสิ่งที่ร้านค้าเหล่านี้ต้องการ ดังนั้น

กลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัทฯ คือ กลุ่มร้านค้าซื้อมาขายไป ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่มีความต้องการกำไรที่เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนรายได้ที่ขายโรงศพ

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มวัด มูลนิธิ โรงศพบริจาค ซึ่งกลุ่มนี้จะมีการซื้อในจำนวนที่ค่อนข้างสูง และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะแนวโน้มของคนชอบทำบุญบริจาคโรงศพที่เป็นที่นิยมมากขึ้น

1.2.5 การวางตำแหน่งทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์ของ APT Coffin คือ โรงศพที่ผลิตจาก Solid Board มีจุดเด่นในเรื่องของต้นทุนที่ต่ำกว่าผู้เล่นอื่นในตลาด โดยที่มีรูปลักษณ์ และคุณภาพเทียบเท่าโรงศพเดิมที่มีอยู่ในตลาด อีกทั้งผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ยังมีน้ำหนักที่เบากว่า และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในแง่ของการเผาไหม้ และวัสดุที่ใช้กระดาษรีไซเคิลมาเป็นส่วนประกอบในการผลิต ซึ่งวัสดุชนิดนี้ถือว่าเป็นวัสดุใหม่ที่ไม่เคยมีการนำมาใช้ในการผลิตโรงศพในตลาดโรงศพมาก่อน



ภาพที่ 3 ตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โรงศพ APT Coffin

1.2.6 ลักษณะผลิตภัณฑ์

1.2.6.1 วัสดุที่ใช้ในการผลิต

ผลิตภัณฑ์ของ APT Coffin เป็นผลิตภัณฑ์โรงศพที่ใช้วัสดุหลักจากวัสดุ Solid Board ซึ่งผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ คือ กระดาษอัดแข็งที่มาอัดให้แน่นด้วยความร้อน คุณสมบัติมีความแข็งแรง เนื้อกระดาษประกอบด้วยเยื่อรีไซเคิลหลายชั้น มีความหนา สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลาย ด้วยคุณสมบัติของกระดาษเหมาะกับการใช้เป็นโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์กล่องแข็งและอื่นๆ อีกทั้ง คุณสมบัติยังแข็งแรงเทียบเท่าไม้



ภาพที่ 4 วัสดุ Solid Board

ซึ่งผลิตภัณฑ์ชนิดนี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าวัสดุเดิมที่นำมาใช้ในการผลิตที่มีอยู่ในตลาด เช่น ไม้สัก, ไม้อัด, กระฉก, หินอ่อน หรือไม้สำเร็จรูปปาร์ติเกิ้ล โดยมีคุณสมบัติความแข็งแรงใกล้เคียงกัน

1.2.6.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์

จากวัสดุ Solid Board ได้นำมาผลิตเป็น โลงศพในรูปแบบต่างๆ โดยลักษณะของ โลงศพในด้านรูปแบบ รูปลักษณ์ คุณภาพไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ โลงศพที่มีอยู่ในตลาด



หีบธรรมดา

โลงศพทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดหน้ากว้าง 20-24 นิ้ว (ราคา 1,100 บาท)



หีบเทพพนมฐาน 1 ชั้น

โลงศพทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีฐานรอบหีบ 1 ชั้น และทาสีขาวรอบใบพร้อมติดลายเทพพนม นางฟ้า และ ใบอ้อยรอบใบขนาดหน้ากว้าง 20-24 นิ้ว (ราคา 3,500 บาท)



หีบเทพพนมฐาน 2 ชั้น

โลงศพทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีฐานรอบหีบ 2 ชั้น และทาสีขาวรอบใบพร้อมติดลายเทพพนม นางฟ้า และ ใบอ้อยรอบ ใบขนาดหน้ากว้าง 20-24 นิ้ว (ราคา 4,500 บาท)



หีบเทพพนมฐาน 3 ชั้น

โลงศพทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีฐานรอบหีบ 3 ชั้น และทาสีขาวรอบใบพร้อมติดลายเทพพนม นางฟ้า และ ใบอ้อยรอบใบขนาดหน้ากว้าง 20-24 นิ้ว (ราคา 5,500 บาท)



หีบผ้าตาด

หีบเทพพนมฐาน ผ้าตาดขาวครึ่งใบ ลักษณะ มีฐานรอบหีบ ติดผ้าตาด รอบใบพร้อมติดลายเทพพนม นางฟ้า และ ใบอ้อย ขนาดหน้ากว้าง 20-24 นิ้ว วัสดุด้วยผ้าพลาสติกกันรั่วอย่างดีเมื่อหีบกระทบกับแสงไฟจะ เกิดประกาย (ราคา 7,500 บาท)



หีบสติ๊กเกอร์

ลักษณะ มีฐานรอบหีบ 3 ชั้น ติดสติ๊กเกอร์มุกเทพนมรอบใบขนาด หน้ากว้าง 20-24 นิ้ว วัสดุด้วยผ้าพลาสติกกันรั่วอย่างดีเมื่อหีบกระทบกับ แสงไฟจะเกิดประกายมุกสวยงาม (ราคา 8,000 บาท)

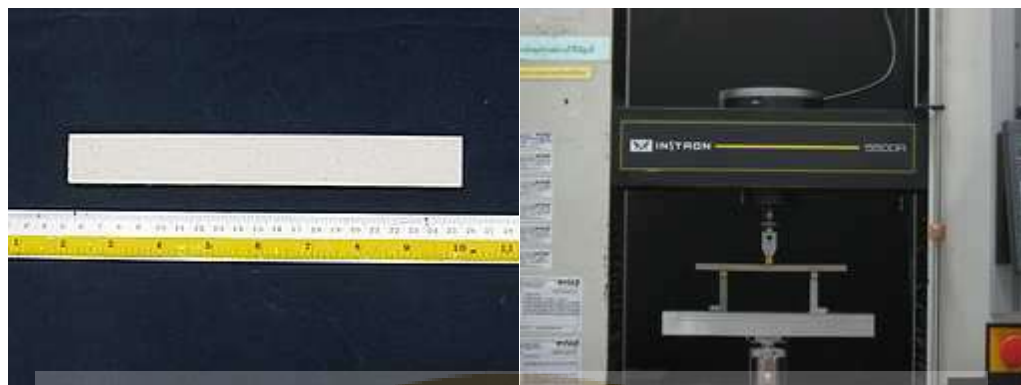
ภาพที่ 5 รูปแบบผลิตภัณฑ์โลงศพของ APT Coffin

1.2.6.3 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

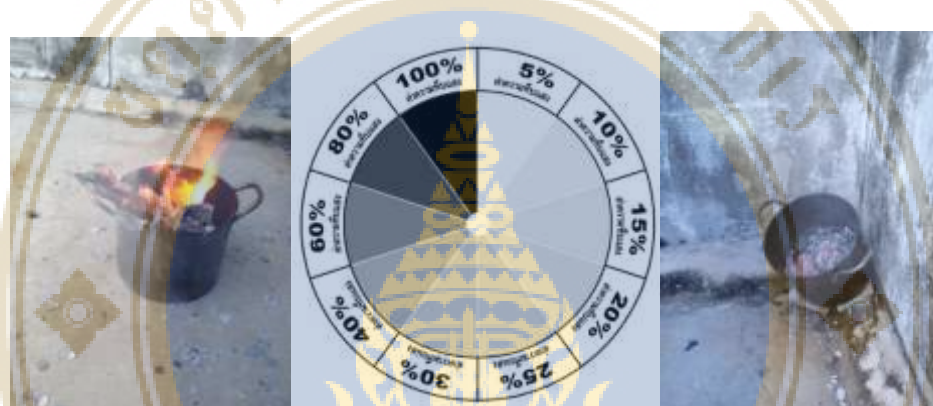
จากการทดลองผลิตโลงศพจากวัสดุ Solid Board และให้โรงงานผลิตโลงศพทดสอบและแสดงความคิดเห็นพบว่าโลงศพที่ผลิตจาก Solid Board มีคุณสมบัติรูปร่างหน้าตา เหมือนกับโลงศพทั่วไปในตลาด ไม่มีความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ไม่สามารถบอกถึงความแตกต่างได้ว่าใช้วัสดุใดในการผลิตโลงศพ มีความแข็งแรงเทียบเท่าวัสดุเดิมที่มีอยู่ในตลาด โดยมี น้ำหนักเบากว่าโลงศพเดิมในตลาด ซึ่งโรงงานที่ผลิตโลงศพให้การยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ที่ทำการ ผลิตมาจากวัสดุ Solid Board

จากการทดสอบความหนาแน่นของผลิตภัณฑ์จากศูนย์เทคโนโลยีโลหะ และวัสดุแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (MTEC) พบว่าวัสดุชนิดนี้ มีความหนาแน่นในระดับที่ค่อนข้างสูง และมีความเหนียวของกระดาษ ทำให้ไม่แตกหักง่าย นอกจากนี้จากการที่วัสดุที่นำมาผลิตนั้นเป็นกระดาษที่นำมาอัดด้วยความร้อน โดยกระดาษด้านใน นั้นเป็นกระดาษรีไซเคิล ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่เป็นผลดีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

จากการทดสอบการเผาไหม้พบว่าผลิตภัณฑ์ชนิดนี้มีการเผาไหม้ที่อยู่ใน เกณฑ์ตามที่หน่วยงานควบคุมสิ่งแวดล้อม หรือ Pollution Control Department (PCD) กำหนดไว้ซึ่ง อยู่ที่ระดับไม่เกิน 10% ของค่าความทึบแสงของควันที่เกิดจากการเผาไหม้ โดยโลงศพจาก Solid Board มีค่าเท่ากับ 5% ของค่าความทึบแสงของควันที่เกิดจากการเผาไหม้ ซึ่งถือได้ว่าไม่เกิดมลพิษ ในการเผาไหม้



ภาพที่ 6 ตัวอย่างและลักษณะการทดสอบจาก MTEC



ภาพที่ 7 ทดสอบควันที่เกิดจากการเผาไหม้

1.2.7 เปรียบเทียบวัสดุ Solid Board กับไม้ปาร์ติเกิ้ล

วัสดุ Solid Board เมื่อเปรียบเทียบกับ ไม้ปาร์ติเกิ้ลซึ่งเป็นวัสดุหลักที่ใช้ในอุตสาหกรรมโรงศพในปัจจุบัน พบว่าในเรื่องของการเผาไหม้ พบว่า ทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์มีเขม่าควันที่เกิดจากการเผาไหม้อยู่ในเกณฑ์ที่หน่วยงานควบคุมสิ่งแวดล้อมกำหนดซึ่งกำหนดไว้ที่ห้ามเกิน 10% ตามที่แสดงในภาพที่ 7 แต่เนื่องจากวัสดุ Solid Board เป็นวัสดุที่ผลิตมาจากกระดาษรีไซเคิล ดังนั้นในด้านการเป็นผลดีต่อสิ่งแวดล้อมจึงดีกว่าไม้ปาร์ติเกิ้ล อีกทั้งน้ำหนักของโรงศพที่ผลิตจาก Solid Board พบว่ามีน้ำหนักเบากว่าน้ำหนักที่ผลิตจากโรงศพที่ผลิตจากไม้ปาร์ติเกิ้ล โดยโรงศพที่ผลิตจาก Solid Board ของ APT Coffin อยู่ที่ 20 กิโลกรัม ในส่วนของโรงศพทั่วไปจากไม้ปาร์ติเกิ้ล อยู่ที่ประมาณ 24 กิโลกรัม

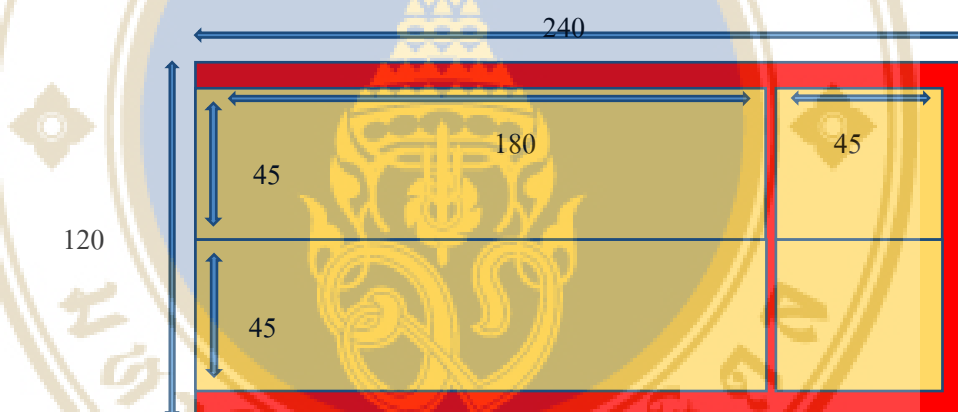
และในส่วนของคุณสมบัติของโรงศพของ APT Coffin พบว่าวัสดุที่ใช้ในการผลิตมีต้นทุนที่ต่ำกว่าไม้ปาร์ติเกิ้ล โดยสามารถแจกแจง ดังนี้

ต้นทุนโรงศพของ APT Coffin

ตารางที่ 1 แสดงต้นทุนในการผลิตโรงศพรูปแบบธรรมดาของ APT Coffin

ขนาด	จำนวน	ต้นทุน (บาท/ชิ้น)	รวมต้นทุน (บาท)
ด้านยาวขนาด 1.2 ซม. x 45 ซม. x 180 ซม.	4 ชิ้น	37.5	150
ด้านกว้างขนาด 1.2 ซม. x 45 ซม. x 45 ซม.	2 ชิ้น	12.5	25
รวมต้นทุน			175

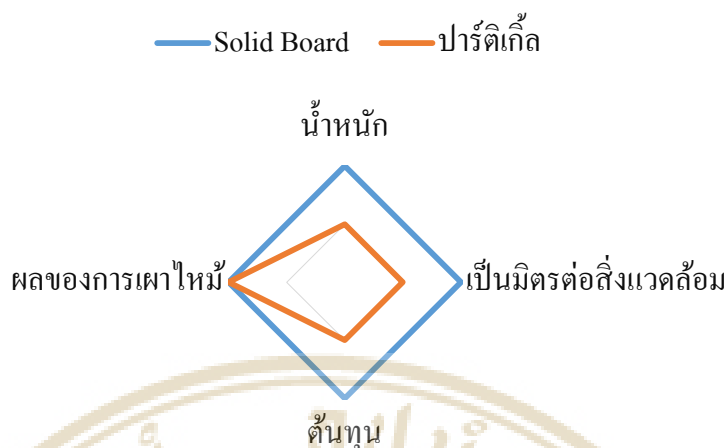
ต้นทุนโรงศพจากไม้ปาร์ติเกิ้ล



ภาพที่ 8 ต้นทุนโรงศพจากไม้ปาร์ติเกิ้ล

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายไม้ปาร์ติเกิ้ลจะขายไม้ปาร์ติเกิ้ลที่ขนาดกว้าง 120 เซนติเมตร และยาว 240 เซนติเมตร และจะไม่มีการตัดตามขนาดที่ทางร้านผลิตโรงศพต้องการให้ ดังนั้นจากขนาดไม้ปาร์ติเกิ้ลนี้ ส่งผลให้ในการผลิตโรงศพแบบธรรมดา 1 โลง จำเป็นจะต้องใช้ไม้ปาร์ติเกิ้ลด้วยกันทั้งหมด 2 แผ่น ซึ่งราคาต้นทุนของไม้ปาร์ติเกิ้ลต่อแผ่น คือ 250 บาท ดังนั้น ในการผลิตโรงศพ 1 โลงจะมีต้นทุนอยู่ที่ประมาณ 500 บาท

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโรงศพของ APT Coffin มีความได้เปรียบโรงศพจากไม้ปาร์ติเกิ้ลในปัจจุบัน ในด้านน้ำหนัก เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และต้นทุน ในส่วนของการเผาไหม้พบว่าอยู่ในระดับเดียวกันเนื่องจากทั้ง 2 วัสดุ คำนวณจากการเผาไหม้อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดทั้งคู่



ภาพที่ 9 เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของวัสดุ Solid Board และไม้ปาร์ติเกิ้ล

1.2.8 คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์

คุณค่าที่ APT Coffin มอบให้กับร้านค้าโรงศพลักษณะซื้อมาขายไป คือ ส่วนต่างกำไรที่ได้เพิ่มขึ้นจากการนำเอาผลิตภัณฑ์ของ APT Coffin มาจำหน่าย สืบเนื่องจากปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง และราคาจำหน่ายโรงศพที่ไม่สามารถแข่งขันกับรายใหญ่ได้ ร้านค้าเหล่านี้จึงมีรายได้หลักที่เป็นกำไรจากการให้บริการด้านอื่น ยกตัวอย่างเช่น การฉีดศพ เป็นหลักซึ่งในส่วนของโรงศพ แทบจะไม่ได้กำไร หรือกำไรน้อยมาก โดยผลิตภัณฑ์จาก APT Coffin จะส่งผลให้ร้านค้าได้กำไรเพิ่มขึ้นจากต้นทุนต่อโลงที่ต่ำ โดยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีโรงงานผลิตโรงศพเป็นของตนเอง ประกอบกับโรงศพของ APT Coffin มีน้ำหนักที่เบากว่าโรงศพเดิมที่มีอยู่ในตลาด ทำให้ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย และในด้านการสร้างจุดขายให้แก่ร้านค้า โรงศพนี้เป็นโรงศพที่ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากควันที่เกิดจากการเผาไหม้อยู่ในเกณฑ์ต่ำ สามารถเป็นจุดขายเสริมในการโฆษณาทางการตลาดด้านการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย คุณค่าเหล่านี้เองจึงเป็นสิ่งที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะได้รับจากการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โรงศพ Solid Board นี้

บทที่ 2

การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ

2.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

บริษัท APT Coffin จำกัด จัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด โดยมีเงินจากผู้ถือหุ้นทั้งหมด 3 คน รวมทั้งสิ้น 2,700,000 บาท โดยจัดสรรหุ้นจำนวน 270,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 10 บาท โดยนโยบายจ่ายปันผลขึ้นอยู่กับผลประกอบการและการสนใจของกรรมการบริหารบริษัทรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนหุ้น

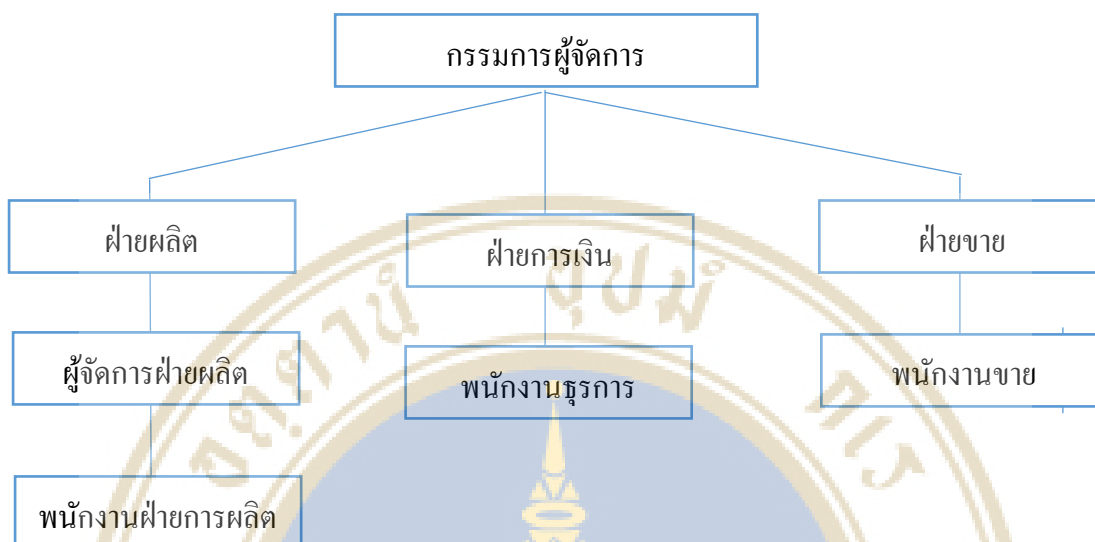
ลำดับที่	ชื่อผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	โตยธร บุญเจริญ	90,000	33.33%	900,000 บาท
2	วิษณะ ศุภกิตติวงศ์	90,000	33.33%	900,000 บาท
3	อภิัญญา รัตนไพสร	90,000	33.33%	900,000 บาท
	รวม	270,000	100%	2,700,000 บาท

คณะกรรมการบริหาร (Board of Director) มีจำนวน 3 คน ประกอบด้วย

- ผู้ถือหุ้นของบริษัท 3 รายตามรายชื่อผู้ร่วมทุน

2.2 โครงสร้างองค์กร

การบริหารและจัดการองค์กรสามารถอธิบายได้ ดังนี้



ภาพที่ 10 แสดงภาพโครงสร้างองค์กร

ในการบริหารกิจการตามโครงสร้างองค์กร กรรมการผู้จัดการจะทำหน้าที่ดูภาพรวมทั้งหมดขององค์กร ทั้งฝ่ายการผลิต, ฝ่ายการตลาด และฝ่ายการเงิน โดยในส่วนของแผนกฝ่ายการผลิต และ ฝ่ายการตลาด นั้น จะมีการจ้างผู้จัดการของแผนกนั้นๆ ให้มาทำหน้าที่รับผิดชอบไปสำหรับในส่วนของการเงิน ผู้บริหารจะเป็นผู้ควบคุมดูแลด้วยตนเอง และมีทีมงานเจ้าหน้าที่เสมียนดูแลเอกสารมาช่วยในงานด้านจัดการทั่วไป

คุณสมบัติของพนักงาน

ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

- วุฒิการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพแผนกช่างไม้หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
- มีประสบการณ์ในการการบริหารงานโรงงาน 5 ปีขึ้นไป
- มีความรู้ด้านระบบ ISO
- มีความรอบคอบในการทำงาน ความรับผิดชอบต่อหน้าที่
- มีความรู้ในด้านการต่อโรงศพ หรือความรู้ด้านการผลิตเฟอร์นิเจอร์ สามารถถ่ายทอดความรู้เบื้องต้นแก่พนักงานได้บังคับบัญชาได้
- มีอัธยาศัยดี มีน้ำใจ

พนักงานธุรการ

- วุฒิการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ - ปริญญาตรี ขึ้นไป
- มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่
- มีประสบการณ์ด้านงานเสมียนมากกว่า 1 ปี
- สามารถใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมไมโครซอฟท์ ออฟฟิศได้
- มีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน ขยันและอดทนสามารถทำงานล่วงเวลาได้
- มีอัธยาศัยดี มีน้ำใจ ไหวพริบดี

พนักงานขาย

- วุฒิการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ - ปริญญาตรี ขึ้นไป
- ต้องมีประสบการณ์เกี่ยวกับการขายอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป
- สามารถใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมไมโครซอฟท์ ออฟฟิศได้
- มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ดูแลประสานงานกับร้านค้า
- บุคลิกดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี
- มีความรอบคอบในการทำงาน
- มีความอดทน และสามารถไปทำงานต่างจังหวัดได้

พนักงานฝ่ายการผลิต

- วุฒิการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพแผนกช่างไม้หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
- มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่
- มีความกระตือรือร้น ใส่ใจต่อการทำงาน
- มีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน ขยันและอดทนสามารถทำงานล่วงเวลาได้
- มีอัธยาศัยดี มีน้ำใจ

ตารางที่ 3 แสดงตำแหน่ง หน้าที่รับผิดชอบ เงินเดือน และจำนวนของพนักงาน

ตำแหน่ง	หน้าที่รับผิดชอบ	จำนวน	เงินเดือน
ผู้จัดการฝ่ายการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> ควบคุมดูแลการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุด วางแผนการคิดค้นและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ 	1	25,000 บาท
พนักงานธุรการ	<ul style="list-style-type: none"> ดูแลจัดท่างบการเงิน จัดส่งเอกสารทางการเงินให้แก่บริษัท 	2	15,000 บาท
พนักงานขาย	<ul style="list-style-type: none"> สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพิ่มช่องทางการขายให้บริษัท นำความรู้ของผลิตภัณฑ์ไปถึงลูกค้า ให้บริการลูกค้า สร้างยอดขายให้แก่บริษัท วิเคราะห์คู่แข่ง,ตลาดและพฤติกรรมอุปโภค บริหารจัดการด้านการตลาดขององค์กร 	3	15,000 บาท
พนักงานฝ่ายการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการผลิตตามขั้นตอนที่ได้รับมอบหมาย ดูแลรักษาพื้นที่การผลิต ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ 	5	12,000 บาท

2.3 นโยบายในการบริหารงาน

2.3.1 นโยบายในการบริหารด้านบุคคล

- จ้างบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและความสามารถ เน้นบุคลากรที่มีความตั้งใจ มุ่งมั่น และรับผิดชอบในหน้าที่ปฏิบัติงาน
- ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาศักยภาพของพนักงานภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการอบรม
- เน้นการสื่อสารแบบรวดเร็ว และ Two-way Communication เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ
- มีการส่งเสริมให้บุคลากรให้ความสำคัญเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

- มีแบบการประเมินผลการพัฒนาบุคลากร มีการประเมินภาพรวมในแต่ละปี และนำผลการประเมินการพัฒนาบุคลากรมาใช้ในการปรับปรุงพัฒนาบุคลากรต่อไป

2.3.2 นโยบายในการบริหารจัดการองค์กร

- มีโครงสร้างและระบบการบริหารองค์กรอย่างละเอียดและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดโดยให้ไปในทิศทางเดียวกับวัตถุประสงค์และพันธกิจขององค์กร
- มีการตรวจสอบและประเมินผลของโครงสร้างและระบบบริหารที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอพร้อมทั้งนำผลการประเมินมาปรับปรุงโครงสร้างและระบบบริหารให้พัฒนายิ่งขึ้น
- ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ประเมินและปรับปรุงโครงสร้างและระบบบริหารองค์กร

2.3.3 นโยบายด้านการดูแลลูกค้า

- มีความซื่อตรงต่อลูกค้าเป็นที่ตั้ง โดยนำเสนอสินค้าให้ถูกต้องตรงกับความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด
- สินค้าจะต้องถูกส่งมอบภายในวันและเวลาตามที่กำหนด หากมีเหตุการณ์ไม่คาดคิดใดๆจะต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบทันที พร้อมทั้งระบุถึงสาเหตุและแนวทางแก้ปัญหา
- ข้อมูลของลูกค้าจะต้องถูกรวบรวม และนำมาประยุกต์ใช้ในการเสนอสินค้าหรือบริการอื่นๆ เพื่อสร้างความประทับใจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า อีกทั้งสอบถามถึงปัญหาและความต้องการต่างๆเพื่อนำมาเป็นแนวทางในปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์ และการบริการให้ดีขึ้น

บทที่ 3

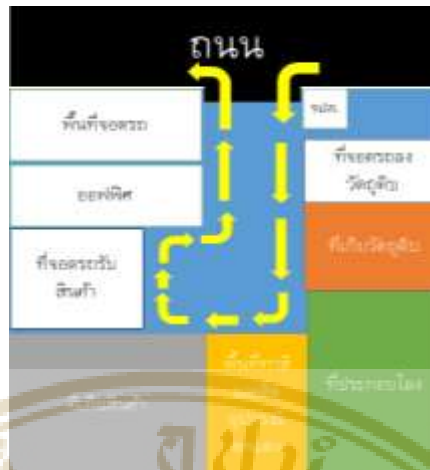
แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ

3.1 ทำเลที่ตั้ง

ที่ตั้งของโรงงาน และสำนักงานของบริษัทเลือกตั้งในพื้นที่บริเวณ เอกชัย-บางบอน เนื้อที่ 300 ตารางเมตร อยู่ใกล้กับบริษัท APM New Line จำกัด ซึ่งเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบหลักของบริษัทฯ คือ Solid Board อีกทั้งพื้นที่นี้ยังเป็นพื้นที่ที่สะดวกในการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าอีกด้วย

3.2 รูปแบบการทำงาน

รูปแบบการทำงานของธุรกิจ คือ เริ่มจากซื้อวัตถุดิบในการผลิต Solid Board จากบริษัท APM New Line จำกัด โดยตั้งในขนาดที่ต้องการสำหรับการสร้างโรงศพ รวมถึงตั้งซื้ออุปกรณ์ตกแต่ง เช่น เทพพนม ผ้าตาด นางฟ้า เป็นต้น มาเก็บในพื้นที่ที่จัดเตรียมไว้ โดยเมื่อวัตถุดิบถึงโรงงาน โรงงานก็จะทำการผลิตสร้างชิ้นส่วนโรงศพขึ้นมา โดยที่บริษัทฯ จะผลิตโรงศพธรรมดาเตรียมไว้ ซึ่งโรงศพรูปแบบนี้เป็นโรงศพที่เป็นต้นแบบของโรงศพชนิดอื่นๆ ทุกประเภทของบริษัทฯ กล่าวคือถ้าเป็น โรงศพชนิดอื่นเพียงแค่ตกแต่งวัสดุที่ต้องการ เช่น ผ้าตาด เทพพนม ก็จะได้โรงศพประเภทนั้น จากนั้นก็ทำการส่งโรงศพตาม คำสั่งซื้อที่ลูกค้าต้องการ โดยมีจำนวนการส่งขั้นต่ำคือ 10 โรงศพ ซึ่งในการจัดส่งนั้นทางบริษัทฯ จะจัดจ้างรถบรรทุกทุกภายนอกบริษัทฯ เพื่อทำการส่งของให้ลูกค้า



ภาพที่ 11 รูปแบบพื้นที่โรงงาน

โดยสิ่งที่บริษัทฯ เสนอให้กับลูกค้าคือ ต้นทุนที่ต่ำ และทำให้ลูกค้าได้รับส่วนต่างกำไรที่สูงขึ้นจากการนำเอาผลิตภัณฑ์โรงศพของบริษัทฯ ไปขาย ซึ่งช่องทางการจำหน่ายและติดต่อกับลูกค้า บริษัทฯ ใช้ช่องทางผ่าน เว็บไซต์, พนักงานขาย และทางสายโทรศัพท์ โดยบริษัทฯ ได้ให้บริการการจัดส่งฟรี, รวมถึงเป็นผู้ให้คำแนะนำในด้านการเก็บรักษา และให้ความรู้ในการแนะนำแนวทางในการขายผลิตภัณฑ์ โดยผ่านทางพนักงานขายของบริษัทฯ ที่ได้เข้าหาร้านค้ามากมาย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับโรงศพ และมีประสบการณ์ข้อมูลมากมายมาแลกเปลี่ยนกับลูกค้ารายอื่นๆ ต่อไป และรับการสั่งซื้อพิเศษในกรณีที่ลูกค้าต้องการออกแบบโรงศพเอง หรือต้องการทำแบบพิเศษ ทางบริษัทฯ ก็รับทำเช่นกัน

3.3 การวางแผนด้านกำลังการผลิต

เพื่อให้ทราบข้อมูลการเติบโตของตลาด และกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนด้านการผลิต ทางบริษัทฯ จึงได้ศึกษาข้อมูลสถิติการเสียชีวิตในอดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อคาดการณ์ความต้องการของสินค้าโรงศพในอนาคตว่ามีแนวโน้มความต้องการไปในทิศทางใดโดยเริ่มจากการศึกษาข้อมูลการเสียชีวิตของประชากรเขตพื้นที่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลย้อนหลัง ซึ่งเป็นกลุ่มพื้นที่ ที่บริษัทฯ จะเข้าไปทำการตลาด พบว่า การคาดการณ์อัตราการเสียชีวิตของประชากรที่อาศัยอยู่เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเพิ่มขึ้น โดยเมื่อพิจารณาจากตัวเลขเชิงสถิติแล้วพบว่าการเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยทุกปี ซึ่งเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 4

ตารางที่ 4 แสดงขนาดตลาดจากจำนวนประชากรที่เสียชีวิตในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล ตั้งแต่ปี 2554 - 2562

ขนาดตลาด	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
คาดการณ์จำนวนการตาย ประชากรกรุงเทพ และ ปริมณฑล (คน)	56,411	58,556	65,457	66,571	69,234	72,003	74,883	77,879	80,994

จากตารางจะเห็นได้ว่าอัตราการเสียชีวิตที่คาดการณ์ไว้ตั้งแต่ปี 2558 จะเท่ากับ 69,234 คน และเพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆ เป็น 72,003 ในปี 2559 74,883 ในปี 2560 77,879 ในปี 2561 และ 80,994 คน ในปี 2562

3.3.1 จำนวนร้านค้าโลงศพในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล

เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการตั้งสินค้า ความถี่ในการตั้ง และจำนวนการตั้งในแต่ละครั้ง การสำรวจจำนวนร้านค้าโลงศพในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล ทั้ง 6 จังหวัด โดยการสัมภาษณ์ธุรกิจร้านขายโลงศพ 12 ร้านค้า และการหาข้อมูลเพิ่มเติมซึ่งได้ผลว่าทุกๆ เขต หรือ อำเภอ จะมีร้านค้าโลงศพไม่ต่ำกว่า 2 ร้านค้าต่อพื้นที่เขต หรือ อำเภอ เมื่ออ้างอิงข้อมูลจากจำนวนพื้นที่เขต และอำเภอในกรุงเทพ และปริมณฑล พบว่าจำนวนเขตทั่วกรุงเทพทั้งหมด 50 เขต และจำนวนอำเภอในพื้นที่จังหวัดรอบปริมณฑล มีทั้งสิ้น 29 อำเภอดังนั้นจากการคำนวณเบื้องต้นตามสมมติฐานจะพบว่ามีจำนวนร้านค้าโลงศพโดยประมาณ 159 ร้านค้า และจากการหาข้อมูลเพิ่มเติมในสัดส่วนร้านค้าโลงศพแบ่งตามประเภทจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย แบ่งเป็นร้านค้ารายย่อยร้อยละ 33 และโรงงานผลิตที่มีหน้าร้านร้อยละ 67

ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนตลาดระหว่างโรงงานผลิตและจำหน่ายกับร้านซื้อมาขายไป

สัดส่วนตลาด	สัดส่วน
โรงงานผลิตและจำหน่าย	67%
ร้านซื้อมาขายไป	33%

ดังนั้น ทำให้บริษัทฯ สามารถแยกร้านค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกมาจากร้านค้าในเขตพื้นที่กรุงเทพ และปริมณฑลได้ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงประมาณการจำนวนร้านค้าทั้งหมดและแยกตามสัดส่วน โรงงานผลิตและจำหน่ายกับร้านซื้อมาขายไป

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนร้านค้าทั้งหมด	159	159	159	159	159
โรงงานผลิตและจำหน่าย (67%)	107	107	107	107	107
ร้านค้าแบบซื้อมาขายไป (33%)	52	52	52	52	52

โดยร้านค้าเหล่านี้มีพฤติกรรมการสั่งซื้อ โรงศพโดยเฉลี่ย 15-40 โรงต่อเดือนโดยมีความถี่ในการสั่งซื้อเฉลี่ยจากการหาค่าเฉลี่ยเท่ากับ 23 โรงจากทั้งหมด 12 ร้านค้า ทำให้สามารถทราบ Market Size ของร้านค้าที่เป็นธุรกิจประเภทขายโรงศพในลักษณะซื้อมาขายไป ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงประมาณการขนาดตลาดในปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

หน่วย : โรง

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนร้านค้าเป้าหมาย (ร้าน)	52	52	52	52	52
จำนวนการสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ย/เดือน	23	23	23	23	23
จำนวนการสั่งซื้อสินค้าทั้งหมด	14,482	14,482	14,482	14,482	14,482

สมมติฐานกรณีนี้ให้จำนวนการสั่งสินค้าของร้าน โลงศพเท่าเดิม จากตารางจะเห็นได้ว่ายอดการสั่งสินค้า โลงศพ ต่อปีโดยเบื้องต้นพบว่าในแต่ละปี ร้าน โลงศพในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลจะทำการสั่งสินค้าเป็นจำนวน 14,482 โลงต่อปี

3.3.2 การประมาณการยอดขายและวางแผนการผลิต

การวางแผนกำลังการผลิตโดยอ้างอิงจากยอดขายตามสมมติฐานของการทำการวิจัยตลาด โดยสัมภาษณ์จากกลุ่มลูกค้าที่คาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะทำให้ทราบพฤติกรรมการสั่งสินค้าโดยการทดลองตลาด โดยหาค่า Replacement Rate % เพื่อมาคำนวณหายอดขายในการประมาณการยอดขายของ APT Coffin โดยร้านค้าเหล่านี้มีพฤติกรรมการกรณที่ร้านค้าเหล่านี้ต้องการซื้อสินค้าใหม่เข้าไปขายในร้าน ในการสั่งซื้อ 1 ครั้ง ร้านค้าเหล่านี้ยินดีสั่งสินค้ามาทดลองขายเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 2 โลงศพต่อครั้งความถี่ในการสั่งเฉลี่ยจากการหาค่าเฉลี่ยเท่ากับ 23 โลงจากทั้งหมด 12 ร้านค้าคิดเป็นอัตราส่วนเปอร์เซ็นต์ของการทดลองตลาด (Replacement Rate) อยู่ที่ร้อยละ 22

ตารางที่ 8 แสดงประมาณการการขาย

หน่วย : โลง

ประมาณการการขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขนาดตลาดเป้าหมาย	14,482	14,482	14,482	14,482	14,482
Replacement rate (%)	22%	32%	42%	52%	62%
ประมาณการการขายทั้งหมด	3,186	4,634	6,082	7,530	8,979

โดย Replacement Rate % ที่ทาง APT Coffin คำนวณจากพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าเพื่อทดแทนสินค้าเดิมที่ขายในตลาดคำนวณได้ค่าออกมาเท่ากับร้อยละ 22 ทาง APT Coffin จึงนำสัดส่วนนี้มาคำนวณต่อเพื่อหายอดขายที่จะเกิดขึ้นในอีก 5 ปี ต่อไป โดยตั้งสมมติฐานตามนโยบายการเติบโตของบริษัทฯ ที่ต้องการขยายกิจการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในแต่ละปี โดยปีแรกยอดขายจะเท่ากับ 3,186 โลง และ 4,634 โลง ในปี 2 6,082 โลง ในปี 3 7,530 โลง ในปี 4 และเพิ่มขึ้นเป็น 8,979 โลง ในปี 5 เทียบเป็นร้อยละ 62 ของ ส่วนแบ่งตลาด ซึ่งทางบริษัทฯ ตั้งใจจะเป็นผู้นำในตลาดโลงศพรูปแบบชื้อมาขายไป

3.3.3 การวางแผนกำลังคน

การวางแผนด้านกำลังคนนั้นบริษัทฯ จะมีผู้จัดการโรงงาน 1 คน ทำหน้าที่วางแผนและควบคุมการผลิตโรงศพ โดยจะมีพนักงานโรงงาน 5 คน ทำตามคำสั่ง ซึ่งจากการทดลองต่อโรงศพจริง พบว่าการประกอบโรงศพทุกแบบที่มีไว้เพื่อขายจะมีการเริ่มต้นที่เหมือนกันคือการขึ้นรูปโลง จากนั้นความแตกต่างของสินค้าอยู่ที่การประดับตกแต่ง ตามชั้น หรือองค์ประกอบอื่นๆ เช่น การติดวัสดุลายเทพพนม หรือลายสติ๊กเกอร์

3.3.4 ขั้นตอนการผลิต

- 3.3.4.1 เตรียม Solid Board ขนาด กว้าง ยาว หนาตามกำหนด โดยเป็นแผ่นใหญ่ 4 แผ่น แผ่นเล็ก 2 แผ่น
- 3.3.4.2 ใช้กาวที่ผ่านกระบวนการอบร้อนมาแล้ว นำมาใช้ในการติดประกอบโรงศพ โดยเริ่มจากส่วนยาว จากฐาน ด้านข้างซ้าย และด้านข้างขวา ยึดติดกัน
- 3.3.4.3 ใช้กาวประกอบ แผ่นเล็ก 2 แผ่น เข้ากับแผ่นใหญ่ 3 แผ่น
- 3.3.4.4 รอให้โรงศพเซตตัว 1 วัน
- 3.3.4.5 ใช้น้ำยียึดมูมทุกมูมเพื่อเพิ่มความแข็งแรง
- 3.3.4.6 เสริมความแข็งแรงเพิ่มเติมด้วยคอร์เนอร์บอร์ด หรือกระดาษยึดมูม ขนาด 2 มิล
- 3.3.4.7 เริ่มประกอบขึ้นฝาโรงศพ
- 3.3.4.8 นำกระดาษขึ้นใหญ่ที่เหลือ มา ประกอบด้วยคอร์เนอร์บอร์ดติดมูม ด้วยกาว
- 3.3.4.9 รอกาวแห้ง และให้กระดาษเซตตัว
- 3.3.4.10 ทาสี รอบโรงศพและ ฝาโลงด้วย สีน้ำอะครีลิก โดยทางซ้อนกัน 2 รอบ เพื่อความเรียบเนียน และรอสีแห้ง
- 3.3.4.11 เมื่อสีแห้ง ตกแต่งภายในโลง
- 3.3.4.12 บุฟองน้ำ ภายใน แล้วเคลือบพลาสติกกันน้ำอีกชั้น
- 3.3.4.13 ตกแต่งด้วยผ้าตัวน โดยใช้ปืนยิงตะปูลม ติดกับโลง
- 3.3.4.14 ตกแต่งภายนอกด้วย เทพนม สติ๊กเกอร์ หรือผ้าตาด ตามการสั่งซื้อของลูกค้า

จากการทดลอง สามารถประกอบโรงศพได้ 3 โลงต่อ 1 ชั่วโมง โดยใช้คน 3 คนในการช่วยประกอบโรงศพ ดังนั้นการวางแผนการผลิตโดยจะใช้คนงานเริ่มต้นในการผลิตสินค้า 6 คน โดยแบ่งเป็น 2 ทีมการผลิต ซึ่งเมื่อกำหนดความสามารถในการผลิตต่อโลงแล้ว จะพบว่า ในปีแรกเมื่อใช้คนงาน 6 คน สามารถที่จะต่อโลงได้เต็มกำลังการผลิตร้อยละ 100 คือ 14,400 โลง แต่จากยอดขายในปีแรก 3,186 โลง ทางบริษัทฯ ใช้กำลังการผลิตเพียงร้อยละ 22 ในปีแรก และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 32 ในปีที่ 2 ร้อยละ 42 ในปีที่ 3 ร้อยละ 52 ในปีที่ 4 จากนั้นในปีที่ 5 เท่ากับร้อยละ 62

ตารางที่ 9 แสดงกำลังการผลิตต่อปี

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนคน	6	6	6	6	6
ทีม	2	2	2	2	2
จำนวนโลงที่ทีมผลิตได้ต่อชั่วโมง	3	3	3	3	3
<u>กำลังการผลิตทั้งหมดต่อชั่วโมง</u>	<u>6</u>	<u>6</u>	<u>6</u>	<u>6</u>	<u>6</u>
จำนวนชั่วโมง	8	8	8	8	8
จำนวนผลิตต่อวัน (โลง)	48	48	48	48	48
จำนวนวันในการทำงาน (วัน)	25	25	25	25	25
จำนวนที่ผลิตได้ต่อเดือน (โลง)	1200	1200	1200	1200	1800
<u>กำลังการผลิต ต่อปี (โลง)</u>	<u>14400</u>	<u>14400</u>	<u>14400</u>	<u>14400</u>	<u>14400</u>

บทที่ 4

สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

4.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

บริษัทฯ จัดทำประมาณการทางการเงิน โดยใช้เงินลงทุนของส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยมีแหล่งที่มาและใช้ไปดังต่อไปนี้

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนเงินลงทุนในโครงการ

หน่วย : บาท

รายการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	135,000	135,000	-
สิ่งปลูกสร้าง	200,000	200,000	-
เครื่องจักรอุปกรณ์	313,256	313,256	-
อุปกรณ์สำนักงาน	186,280	186,280	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	80,000	80,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	1,617,000	1,617,000	-
รวม	2,531,536	2,531,536	-

โดยบริษัทฯ จะมีการลงทุนในตัวสินทรัพย์ครั้งเดียวในปีแรก โดยแหล่งที่มาของเงินทุนจะเป็นเงินในส่วนของเจ้าของ โดยมีเงินจากผู้ถือหุ้นทั้งหมด 3 คน เป็นจำนวน 2,700,000 บาท โดยจัดสรรหุ้นจำนวน 270,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 10 บาท

รายละเอียดของการเงินลงทุนในกิจการ

4.1.1 ที่ดิน และการปรับปรุง

ค่าเช่าล่วงหน้าที่จะต้องจ่ายให้กับเจ้าของที่ ในวันลงนามสัญญาเช่า เท่ากับ 135,000 บาท

4.1.2 สิ่งปลูกสร้าง

เนื่องจากสถานที่ให้เช่าเป็น โรงงาน และสำนักงานพร้อมใช้ อยู่แล้ว บริษัทฯ จึงไม่ต้องปรับปรุงในตัวพื้นที่สิ่งปลูกสร้าง เพียงแต่ปรับภูมิทัศน์ และตกแต่งสำนักงาน และ โรงงาน โดยกำหนดวงบการออกแบบและปรับภูมิทัศน์จะไม่เกิน 200,000 บาท

4.1.3 เครื่องจักรอุปกรณ์

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนเงินลงทุนในเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์

	จำนวน (ชิ้น)	ราคา (บาท/ ชิ้น)	รวม ต้นทุน (บาท)	
ไข่มุม	8	1,150	9,200	แคลมป์ไข่มุมขนาดกลาง ANANT 2 นิ้ว รุ่น AM140 (Corner Clamp)
เครื่องปั๊มลม	8	8,150	65,200	ปั๊มลม SHIMGE - SGBM9033 (50L)
ปืนลม	8	2,480	19,840	ปืนลม FST50 (Red King)
ค้อน	16	160	2,560	ค้อนหงอนใหญ่ SOGO
โต๊ะ ปฏิบัติงาน ไม้	8	12,000	96,000	โต๊ะปฏิบัติงานไม้ Work Bench 1500 mm. x 750 mm. x สูง 800mm.
ตลับเมตร	8	255	2,040	ตลับเมตร PUMPKIN TSM5025
ชุดรวม อุปกรณ์ช่าง	8	2,650	21,200	ชุดรวมอุปกรณ์ช่าง makita 71
เครื่อง Router	8	3,680	29,440	เครื่องเรเตอร์ (Router) ยี่ห้อ Makita RP2300FC

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนเงินลงทุนในเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน (ชิ้น)	ราคา (บาท/ ชิ้น)	รวม ต้นทุน (บาท)	
กาพ่นสี	8	650	5,200	SPRAY GUN กาพ่นสี EUROX W-71S
เกรียงเหล็ก	16	16	256	
แปลงทาสี	16	20	320	
โป้วสีขาว	8	200	1,600	
เครื่องเลื่อยวง เดือน	8	3,100	24,800	25akita รุ่นN5900B
เครื่องเลื่อยวง เดือนไฟฟ้า	8	2,350	18,800	Maktec
เครื่องทริม เมอร์	8	2,100	16,800	Makita รุ่น 3709
รวม			313,256	

4.1.4 อุปกรณ์สำนักงาน

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนเงินลงทุนในอุปกรณ์สำนักงาน

รายการ	จำนวน (ชิ้น)	ราคา (บาท/ ชิ้น)	รวม ต้นทุน (บาท)	
โต๊ะ	10	6,590	65,900	Office Mate: ชุดโต๊ะทำงาน MASS OSCAR/R
เก้าอี้	10	1,250	12,500	Office Mate: ชุดโต๊ะทำงาน MASS OSCAR/R
คอมพิวเตอร์	5	9,990	49,950	J.I.B. Computer Group: H6N99AA#AKL - ALL IN ONE HP 18-1300L

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนเงินลงทุนในอุปกรณ์สำนักงาน (ต่อ)

รายการ	จำนวน (ชิ้น)	ราคา (บาท/ ชิ้น)	รวม ต้นทุน (บาท)	
โทรศัพท์ ธรรมดา	5	990	4,950	Office mate เครื่องโทรศัพท์
เครื่องถ่าย เอกสาร print scan fax	1	24,900	24,900	Xerox www.bangkokcopier.com
เตา ไมโครเวฟ ELECTRO LUX	1	1,990	1,990	ไมโครเวฟ ELECTREL รุ่น EMM2009W ที่มา www.central.co.th
กระติกน้ำ ร้อนไฟฟ้า	1	1,090	1,090	พานาโซนิค กระติกน้ำร้อนไฟฟ้ารุ่น NC- TXF22
ตู้เอกสาร	5	5,000	25,000	
รวม			186,280	

4.1.5 ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ค่าวางระบบ Computer	50,000 บาท
ค่าทำเว็บไซต์	20,000 บาท
ค่าทำเอกสารจดทะเบียนบริษัท	10,000 บาท
รวม	80,000 บาท

4.2 ที่มาของรายได้

4.2.1 รายได้จากการขายโรงศพ

4.2.1.1 รายละเอียดการประมาณการยอดขาย

ตารางที่ 14 แสดงประมาณการขนาดตลาดและยอดขาย

หน่วย : โลง

ประมาณการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขนาดตลาดรวม	14,482	14,482	14,482	14,482	14,482
ประมาณการยอดขาย	3,186	4,634	6,082	7,530	8,979

4.2.1.2 สัดส่วนยอดขายแต่ละสินค้า

ตารางที่ 15 แสดงรายละเอียดสัดส่วนยอดขายแต่ละประเภทสินค้า

รายละเอียดประมาณการยอดขาย	สัดส่วน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนการขาย		3,186	4,634	6,082	7,530	8,979
ธรรมดา	20%	637	927	1,216	1,506	1,796
เทพพนม 1 ชั้น	15%	478	695	912	1,130	1,347
เทพพนม 2 ชั้น	10%	319	463	608	753	898
เทพพนม 3 ชั้น	30%	956	1,390	1,825	2,259	2,694
โลงผ้าคาด	15%	478	695	912	1,130	1,347
โลงสติ๊กเกอร์	10%	319	463	608	753	898
Total Sale	100%	3,186	4,634	6,082	7,530	8,979

ตารางที่ 16 แสดงรายละเอียดสัดส่วนยอดขายแต่ละปีโดยคิดจาก Replacement rate

ประมาณการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Replacement rate %	22.00%	32.00%	42.00%	52.00%	62.00%
ประมาณการยอดขายทั้งหมด	3,186	4,634	6,082	7,530	8,979
ประมาณการยอดขายต่อเดือน	265	386	507	628	748

ตารางที่ 17 แสดงรายละเอียดราคาขายสินค้าแต่ละชนิด

รายละเอียด		
แบบโครงสร้าง	สัดส่วน	ราคา (บาท)
ธรรมดา	20%	1,100
เทพพนม 1 ชั้น	15%	3,500
เทพพนม 2 ชั้น	10%	4,500
เทพพนม 3 ชั้น	30%	5,500
โลงผ้าตาด	15%	7,500
โลงสติกเกอร์	10%	8,000
	100%	

4.2.2 ยอดขายต่อปี

ตารางที่ 18 แสดงรายละเอียดประมาณการยอดขายต่อปี

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
APT Coffin	15,197,117	22,104,897	29,012,678	35,920,458	42,828,239
รวม	15,197,117	22,104,897	29,012,678	35,920,458	42,828,239
ยอดขายต่อเดือน	1,266,426	1,842,075	2,417,723	2,993,372	3,569,020

4.3 การประมาณการต้นทุน

ตารางที่ 19 แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนต่อปี

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
APT Coffin	2,545,597	3,702,686	4,859,776	6,016,865	7,173,954

ตารางที่ 20 แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนแยกตามต้นทุนวัสดุแต่ละชนิด

หน่วย : บาท

ต้นทุนโรงศพ	โรงศพมาตรฐาน	อุปกรณ์ตกแต่ง	ต้นทุนต่อชิ้น	อื่น= 100%	ต้นทุนต่อโลง
ธรรมดา	175			175	350
เทพพนม 1 ชั้น	175	400	103	175	853
เทพพนม 2 ชั้น	175	400	131	175	881
เทพพนม 3 ชั้น	175	400	159	175	909
โลงผ้าคาด	175	500	159	175	1,009
โลงสติกเกอร์	175	380	159	175	889

ตารางที่ 21 แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนค่าแรง

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
25,000	ผู้จัดการ โรงงาน	1	1	1	1	1
12,000	คนงาน โรงงาน	5	5	5	5	5
	ค่าแรงใน การผลิต (บาท)	1,020,000	1,020,000	1,020,000	1,020,000	1,020,000

ตารางที่ 22 แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนค่าเสียหายในการผลิต

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าไฟฟ้า+น้ำ	180,000	198,000	217,800	239,580	263,538
ค่าขนส่ง	955,794	1,390,245	1,824,697	2,259,148	2,693,600
ค่าโทรศัพท์	60,000	66,000	72,600	79,860	87,846
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	120,000	132,000	145,200	159,720	175,692
รวม	1,315,794	1,786,245	2,260,297	2,738,308	3,220,676

ตารางที่ 23 แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนค่าแรงงานในการขายและบริหาร

เงินเดือน บาท/ เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
50,000	ผู้บริหาร	3	3	3	3	3
15,000	Sale man	3	3	3	3	3
15,000	Admin	2	2	2	2	2
	ค่าแรงในการขาย และบริหาร(บาท)	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000

ตารางที่ 24 แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายทางการตลาด

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าโฆษณา 3% ของยอดขาย	455,914	663,147	870,380	1,077,614	1,284,847
ค่าคอมมิชชั่น 5% ของยอดขาย	759,856	1,105,245	1,450,634	1,796,023	2,141,412
รวม	1,215,769	1,768,392	2,321,014	2,873,637	3,426,259

ตารางที่ 25 แสดงรายละเอียดประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่า	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
ค่าวัสดุสำนักงานสิ้นเปลือง	60,000	66,000	72,600	79,860	87,846
รวม	600,000	606,000	612,600	619,860	627,846

4.4 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียน

ตารางที่ 26 แสดงรายละเอียดประมาณการลูกหนี้การค้า

ลูกหนี้การค้า 1.00 เดือน หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ลูกหนี้การค้า	1,266,426	1,842,075	2,417,723	2,993,372	3,569,020
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	1,266,426	575,648	575,648	575,648	575,648

ตารางที่ 27 แสดงรายละเอียดประมาณการเจ้าหนี้การค้า

เจ้าหนี้การค้า 3.00 เดือน หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เจ้าหนี้การค้า	636,399	925,672	1,214,944	1,504,216	1,793,489
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	636,399	289,272	289,272	289,272	289,272

ตารางที่ 28 แสดงรายละเอียดประมาณการสต็อกสินค้าสำเร็จรูป

สต็อกสินค้าสำเร็จรูป 1.00 เดือน หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	411,060	546,688	682,616	818,875	955,496
สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	411,060	135,628	135,928	136,258	136,621

ตารางที่ 29 แสดงรายละเอียดประมาณการสต็อกวัตถุดิบ

สต็อกวัตถุดิบ	0.50	เดือน	หน่วย : บาท		
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกวัตถุดิบ	106,067	154,279	202,491	250,703	298,915
สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	106,067	48,212	48,212	48,212	48,212



4.5 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 30 แสดงรายละเอียดประมาณการงบกำไรขาดทุน (หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	15,197,117	22,104,897	29,012,678	35,920,458	42,828,239
ต้นทุนขาย					
- วัตถุดิบ	2,545,597	3,702,686	4,859,776	6,016,865	7,173,954
- แรงงานในการผลิต	1,020,000	1,020,000	1,020,000	1,020,000	1,020,000
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	51,326	51,326	51,326	51,326	51,326
- ค่าโสหุ้ยในการผลิต	1,315,794	1,786,245	2,260,297	2,738,308	3,220,676
รวมต้นทุนขาย	4,932,716	6,560,257	8,191,398	9,826,499	11,465,956
กำไรขั้นต้น	10,264,401	15,544,641	20,821,280	26,093,959	31,362,283
ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร					
- แรงงานในการขาย และบริหาร	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขาย และบริหาร	53,256	53,256	53,256	53,256	53,256
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	1,215,769	1,768,392	2,321,014	2,873,637	3,426,259
- ค่าใช้จ่ายด้านการขาย และบริหาร	600,000	606,000	612,600	619,860	627,846
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	4,569,025	5,127,648	5,686,870	6,246,753	6,807,361
กำไรก่อนหักดอกเบี้ย และภาษีเงินได้	5,695,376	10,416,993	15,134,410	19,847,207	24,554,922
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	5,695,376	10,416,993	15,134,410	19,847,207	24,554,922
ภาษีเงินได้	1,139,075	2,083,399	3,026,882	3,969,441	4,910,984
กำไรสุทธิ	4,556,301	8,333,594	12,107,528	15,877,765	19,643,937

4.6 ประมาณการกระแสเงินสด

ตารางที่ 31 แสดงรายละเอียดประมาณการแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน (หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	2,531,536	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- ยอดขาย	15,197,117	22,104,897	29,012,678	35,920,458	42,828,239
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	636,399	289,272	289,272	289,272	289,272
รวมแหล่งที่มา (ก.)	18,365,052	22,394,170	29,301,950	36,209,731	43,117,511
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	914,536	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย – ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	4,881,390	6,508,931	8,140,072	9,775,173	11,414,630
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ – ไม่รวมค่าเสื่อม	4,515,769	5,074,392	5,633,614	6,193,497	6,754,105
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	1,139,075	2,083,399	3,026,882	3,969,441	4,910,984
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	1,266,426	575,648	575,648	575,648	575,648
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	411,060	135,628	135,928	136,258	136,621
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	106,067	48,212	48,212	48,212	48,212
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	13,234,323	14,426,210	17,560,357	20,698,230	23,840,202
เงินสดคงเหลือ – ต้นงวด	-	5,130,729	13,098,688	24,840,281	40,351,781
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	5,130,729	7,967,959	11,741,593	15,511,500	19,277,309
เงินสดคงเหลือ – ปลายงวด	5,130,729	13,098,688	24,840,281	40,351,781	59,629,091

4.7 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 32 แสดงรายละเอียดประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน (หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	5,130,729	13,098,688	24,840,281	40,351,781	59,629,091
- ลูกหนี้การค้า	1,266,426	1,842,075	2,417,723	2,993,372	3,569,020
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	411,060	546,688	682,616	818,875	955,496
- สต็อกวัตถุดิบ	106,067	154,279	202,491	250,703	298,915
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	6,914,281	15,641,730	28,143,111	44,414,731	64,452,522
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	135,000	135,000	135,000	135,000	135,000
- สิ่งปลูกสร้าง	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
- เครื่องจักรอุปกรณ์	313,256	313,256	313,256	313,256	313,256
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	186,280	186,280	186,280	186,280	186,280
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	914,536	914,536	914,536	914,536	914,536
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	104,582	209,163	313,745	418,326	522,908
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	809,954	705,373	600,791	496,210	391,628
รวมสินทรัพย์	7,724,236	16,347,102	28,743,902	44,910,940	64,844,150
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	636,399	925,672	1,214,944	1,504,216	1,793,489

ตารางที่ 32 แสดงรายละเอียดประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน (หน่วย : บาท) (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมหนี้สินหมุนเวียน	636,399	925,672	1,214,944	1,504,216	1,793,489
หนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	636,399	925,672	1,214,944	1,504,216	1,793,489
ส่วนของเจ้าของ					
- เงินลงทุน	2,531,536	2,531,536	2,531,536	2,531,536	2,531,536
- กำไรสะสม	4,556,301	12,889,895	24,997,423	40,875,188	60,519,125
รวมส่วนของเจ้าของ	7,087,837	15,421,431	27,528,959	43,406,724	63,050,661
รวมหนี้สินและส่วน ของเจ้าของ	7,724,236	16,347,102	28,743,902	44,910,940	64,844,150

4.8 การประเมินโครงการ

ตารางที่ 33 แสดงรายละเอียดประมาณการงบกระแสเงินสด

หน่วย : บาท

กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	4,556,301	8,333,594	12,107,528	15,877,765	19,643,937
- ค่าเสื่อมราคา	104,582	104,582	104,582	104,582	104,582
กระแสเงินสดสุทธิ	4,660,882	8,438,176	12,212,109	15,982,347	19,748,519

กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 0	- 2,531,536
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 1	4,660,882
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 2	8,438,176
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 3	12,212,109
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 4	15,982,347
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 5	19,748,519

ค่า k	10%
มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV)	37,302,638 บาท
BC Ratio	15.74 เท่า
อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)	243.33%
ระยะเวลาคืนทุน	7 เดือน
จุดคุ้มทุน	1,455 โหล

จากการประเมินมูลค่าเงินลงทุนในโครงการทั้งหมดจะเห็นได้ว่ากระแสเงินสดที่เป็นกระแสเงินสดสุทธิจ่ายในโครงการทั้งสิ้น 2,531,536 บาทในปีแรกนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับกระแสเงินสดรับสุทธิที่เกิดขึ้นในปีที่ 1-5 โดยในปีแรกมีกระแสเงินสดรับที่เกิดขึ้น 4,660,882 บาท และ 8,438,176 บาท ในปีที่ 2, 12,212,109 บาท ในปีที่ 3, 15,982,347 บาท ในปีที่ 4 และ 19,748,519 บาท ในปีที่ 5 เมื่อคิดลดมูลค่ากระแสเงินสดสุทธิรวมโดยมีเปอร์เซ็นต์คิดลดเท่ากับร้อยละ 10 จะทำให้ทราบมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 37,302,638 บาท โดยเมื่อพิจารณาตามวิธีการคำนวณตามอัตราผลตอบแทนในการลงทุนโครงการ (IRR) สูงถึงร้อยละ 243.33 โดยมีระยะเวลาในการคืนทุน 7 เดือน โดยที่จุดคุ้มทุนในปีแรกทาง APT Coffin ต้องผลิตและขายสินค้าให้ได้ไม่ต่ำกว่า 1,455 โหล

ตารางที่ 34 แสดงรายละเอียดประมาณการโครงสร้างต้นทุน

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
ต้นทุนขาย	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- วัตถุดิบ	16.75%	16.75%	16.75%	16.75%	16.75%
- แรงงานในการผลิต	6.71%	4.61%	3.52%	2.84%	2.38%
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	0.34%	0.23%	0.18%	0.14%	0.12%
- ค่าเสียหายในการผลิต	8.66%	8.08%	7.79%	7.62%	7.52%
รวมต้นทุนขาย	32.46%	29.68%	28.23%	27.36%	26.77%
กำไรขั้นต้น	67.54%	70.32%	71.77%	72.64%	73.23%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- แรงงานในการขายและบริหาร	17.77%	12.21%	9.31%	7.52%	6.30%
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	0.35%	0.24%	0.18%	0.15%	0.12%
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	3.95%	2.74%	2.11%	1.73%	1.47%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	30.07%	23.20%	19.60%	17.39%	15.89%
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	37.48%	47.13%	52.16%	55.25%	57.33%
ดอกเบี้ยจ่าย	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	37.48%	47.13%	52.16%	55.25%	57.33%
ภาษีเงินได้	7.50%	9.43%	10.43%	11.05%	11.47%
กำไรสุทธิ	29.98%	37.70%	41.73%	44.20%	45.87%

ตารางที่ 35 แสดงรายละเอียดประมาณการอัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. วัตถุประสงค์ต่อทางการเงิน					
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	10.86	16.90	23.16	29.53	35.94
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	10.05	16.14	22.44	28.82	35.24
2. วัดความสามารถในการทำกำไร					
- อัตรากำไรขั้นต้น	67.54%	70.32%	71.77%	72.64%	73.23%
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	37.48%	47.13%	52.16%	55.25%	57.33%
- อัตรากำไรสุทธิ	29.98%	37.70%	41.73%	44.20%	45.87%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิ ต่อสินทรัพย์รวม	58.99%	50.98%	42.12%	35.35%	30.29%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิ ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	64.28%	54.04%	43.98%	36.58%	31.16%
3. วัดประสิทธิภาพการจัดการเงินทุน หมุนเวียน					
- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	1.97	1.35	1.01	0.80	0.66
- ระยะเวลาในการจัดเก็บหนี้ (วัน)	30.42	30.42	30.42	30.42	30.42
- ระยะเวลาในการชำระหนี้ เจ้าหนี้การค้า (วัน)	91.25	91.25	91.25	91.25	91.25
- ระยะเวลาในการเก็บ สินค้าคงคลัง (วัน)	38.27	39.00	39.44	39.73	39.93
4. วัดความสามารถในการชำระหนี้ และความเสี่ยง					
- อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.08	0.06	0.04	0.03	0.03
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.09	0.06	0.04	0.03	0.03

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน

5.1 บทสรุปของการศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจ

บริษัท APT Coffin จำกัด เป็นกิจการที่ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลงศพ เพื่อจำหน่ายแก่ผู้ประกอบการร้านค้าโลงศพลักษณะธุรกิจกับธุรกิจ ภายใต้ชื่อ “APT Coffin” จากธุรกิจครอบครัวของหนึ่งในหุ้นส่วนของบริษัทที่ประกอบธุรกิจผลิต Solid Board ที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งภายใต้ชื่อบริษัท APM Newline จำกัด ซึ่งเป็นโรงงานที่ผลิต Solid Board ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงแห่งเดียวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดย Solid Board กระดาษอัดแข็งที่มีคุณสมบัติและคุณภาพเทียบเคียงกับไม้ แต่มีต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่า และมองหาโอกาสใหม่ๆ ที่จะสามารถนำวัสดุ Solid Board ไปใช้ในอุตสาหกรรมอื่นที่ไม่ใช่แค่อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว หลังจากได้ทำการศึกษาและค้นคว้าเพื่อขยายเข้าสู่กลุ่มธุรกิจต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้นจึงได้พบว่าอุตสาหกรรมการผลิตโลงศพเป็นอุตสาหกรรมที่น่าสนใจเนื่องจากเป็นสินค้าที่ทุกคนจำเป็นต้องใช้ไม่ว่าจะเป็นเด็ก วัยรุ่น คนแก่ คนป่วย หรือคนชรา ซึ่งมีขนาดของตลาดที่ใหญ่ และมีความต้องการ การเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจหลังความตายในประเทศไทยในปี 2552 มีมูลค่ารวมสูงถึง 35,000 ล้านบาท (ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย) เป็นธุรกิจที่มีความต้องการมาก และเงินหมุนเวียนในธุรกิจสูง เพราะเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางศาสนา ความเชื่อ และประเพณีของคนไทย โดยธุรกิจโลงศพมีส่วนแบ่งอยู่ที่ร้อยละ 6 มีมูลค่าตลาดของโลงศพอยู่ที่ 2,000 ล้านบาท จากการศึกษาให้ทราบถึงภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมปัจจุบัน ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ปัญหาของธุรกิจที่เผชิญอยู่และความต้องการของผู้ประกอบการ โดยทำการสัมภาษณ์ร้านค้าภายในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล พบว่าธุรกิจโลงศพมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมรุนแรงมากขึ้นกว่าในอดีต จากการตัดราคาจากผู้เล่นรายใหญ่ หรือแม้กระทั่งการเข้าไปประมูลเป็นตัวแทนขายในโรงพยาบาลเพื่อเข้าถึงญาติผู้เสียชีวิตโดยตรงส่งผลให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและรายย่อยที่เป็นร้านค้าลักษณะซื่อมาขายไป ไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้ เนื่องจาก

ต้นทุนของโรงศพที่รับมาขายค่อนข้างสูงที่เกิดจากการผูกขาดของเจ้าตลาดเดิมรายใหญ่ ที่เป็นทั้งร้านค้า และโรงงานผลิต 2-3 รายในตลาด โดยร้านค้าเหล่านี้จะมีรายได้หลักที่เป็นกำไรจากการให้บริการด้านอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น การฉีดยา เป็นหลักซึ่งในส่วนของโรงศพ แทบจะไม่ได้กำไรหรือกำไรน้อยมาก ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทฯ ได้นำเสนอแนวทางแก้ปัญหา และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ด้วยการนำเสนอสินค้าทางเลือกให้ร้านค้าธุรกิจโรงศพลักษณะซื้อมาขายไป จากการนำวัสดุ Solid Board ซึ่งเป็นสินค้านวัตกรรมมาใช้ในการผลิตโรงศพเพื่อเป็นการเพิ่มส่วนต่างกำไร และลดต้นทุนในการทำธุรกิจของกลุ่มร้านค้าซื้อมาขายไป

กลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัทฯ คือ กลุ่มร้านค้าซื้อมาขายไป ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่มีความต้องการกำไรที่เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนรายได้ที่ขายโรงศพ กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มวัด มูลนิธิ โลงบริจาค ซึ่งกลุ่มนี้จะมีการซื้อในจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะแนวโน้มของคนชอบทำบุญบริจาค โลงศพที่เป็นที่นิยมมากขึ้น

คุณค่าที่ APT Coffin มอบให้กับร้านค้าโรงศพลักษณะซื้อมาขายไป คือ ส่วนต่างกำไรที่ได้เพิ่มขึ้นจากการนำเอาผลิตภัณฑ์ของ APT Coffin มาจำหน่ายโดยผลิตภัณฑ์จาก APT Coffin จะส่งผลให้ร้านค้าได้กำไรเพิ่มสูงขึ้นจากต้นทุนต่อโลงที่ต่ำ โดยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีโรงงานผลิตโรงศพเป็นของตัวเอง ประกอบกับโรงศพของ APT Coffin มีน้ำหนักที่เบากว่าโรงศพเดิมที่มีอยู่ในตลาด ทำให้ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย และในด้านการสร้างจุดขายให้แก่ร้านค้า โลงศพนี้เป็นโรงศพที่ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากก้นที่เกิดจากการเผาไหม้ อยู่ในเกณฑ์ต่ำ สามารถเป็นจุดขายเสริมในการโฆษณาทางการตลาดด้านการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน

บริษัทฯ จะใช้เงินทุนในโครงการประมาณ 2,531,536 บาท โดยคาดว่าจะมียอดขาย 15,197,117 บาทในปีแรกและเพิ่มขึ้นเป็น 42,828,239 บาทในปีที่ 5 และมีกำไรสุทธิ 4,556,301 บาทในปีแรกและเพิ่มขึ้นเป็น 19,643,937 บาทในปีที่ 5 มีอัตราผลตอบแทนทางการเงินโดยมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 37,302,638 บาท โดยอัตราผลตอบแทนในการลงทุนโครงการ

(IRR) สูงถึงร้อยละ 243.33 หมายถึงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับจากโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับเงินลงทุนปีที่ 0 มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนร้อยละ 243.33 โดยมีระยะเวลาในการคืนทุน 7 เดือน โดยที่จุดคุ้มทุนในปีแรกของ APT Coffin ต้องผลิตและขายสินค้าให้ได้ไม่ต่ำกว่า 1,455 โถง จากการศึกษาสรุปได้ว่า แผนธุรกิจนี้ควรลงทุน เพราะสามารถเติมเต็มความต้องการของธุรกิจขายโถงศพแบบซื้อมาขายไป แต่ผู้ลงทุนควรจัดสรรเงินลงทุนและวางแผนด้านการดำเนินงานอย่างเหมาะสม รวมถึงการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะถึงกลุ่มธุรกิจขายโถงศพแบบซื้อมาขายไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งพิจารณาจากเงินลงทุนในโครงการและสามารถสร้างอัตราผลตอบแทนทางการเงินที่สูงจึงเห็นสมควรที่จะลงทุนในโครงการนี้



3.1.3 พฤติกรรมและรูปแบบการซื้อของร้านค้าโรงศพ

จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปพฤติกรรม และรูปแบบการสั่งซื้อโรงศพของร้านซื้อมาขายไปโรงศพจำนวนทั้งหมด 12 ร้านค้า ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลจากการสัมภาษณ์พฤติกรรม และรูปแบบการสั่งซื้อโรงศพของร้านซื้อมาขายไปโรงศพจำนวนทั้งหมด 12 ร้านค้า

ร้านค้า	ปริมาณการสั่งซื้อต่อเดือน	ความถี่ต่อเดือน	รูปแบบ	สั่งซื้อต่อครั้ง	จำนวนลงตลาด / 1 ครั้งการสั่งซื้อ	อัตราการลงตลาด	ค่าขนส่ง	เครดิตการค้า
เซ่งเฮง	20	2	6	10	2	20%	โรงงาน รับผิดชอบ	7 วัน
เจริญกรุง หีบศพ	20	2	5	10	2	20%	โรงงาน รับผิดชอบ	30 วัน
ลีสงฮวด	15	2	5	7.5	2	27%	โรงงาน รับผิดชอบ	ไม่มี
รังสิตหีบทอง	40	2	7	20	3	15%	โรงงาน รับผิดชอบ	30 วัน
ปทุมธานี หีบศพ	40	2	6	20	2	10%	โรงงาน รับผิดชอบ	30 วัน
ทศพรหีบศพ	20	2	5	10	2	20%	โรงงาน รับผิดชอบ	30 วัน

ตารางที่ 1 แสดงผลจากการสัมภาษณ์พฤติกรรม และรูปแบบการสั่งซื้อโรงศพของร้านซื้อมาขายไปโรงศพจำนวนทั้งหมด 12 ร้านค้า (ต่อ)

ร้านค้า	ปริมาณการสั่งซื้อต่อเดือน	ความถี่ต่อเดือน	รูปแบบ	สั่งซื้อต่อครั้ง	จำนวนลงตลาด / 1 ครั้งการสั่งซื้อ	อัตราการลงตลาด	ค่าขนส่ง	เครดิตการค้า
โชคมงคล	15	2	5	7.5	2	27%	โรงงาน รับผิดชอบ	30 วัน
ฮ.เจริญ	15	2	4	7.5	2	27%	โรงงาน รับผิดชอบ	ไม่มี
พบสุข	15	2	6	7.5	3	40%	โรงงาน รับผิดชอบ	7 วัน
ดีกิมฮวด	30	2	5	15	2	13%	โรงงาน รับผิดชอบ	30 วัน
ทรัพย์เนก	30	2	6	15	2	13%	โรงงาน รับผิดชอบ	30 วัน
เล่าเดี่ยวฮวด	20	2	5	10	3	30%	โรงงาน รับผิดชอบ	30 วัน

ตารางที่ 4 แสดงขนาดตลาดจากจำนวนประชากรที่เสียชีวิตในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล ตั้งแต่ปี 2554 - 2562

ขนาดตลาด	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
คาดการณ์จำนวนการตาย ประชากรกรุงเทพ และ ปริมณฑล (คน)	56,411	58,556	65,457	66,571	69,234	72,003	74,883	77,879	80,994

จากตารางจะเห็นได้ว่าอัตราการเสียชีวิตที่คาดการณ์ไว้ตั้งแต่ปี 2558 จะเท่ากับ 69,234 คน และเพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆ เป็น 72,003 ในปี 2559 74,883 ในปี 2560 77,879 ในปี 2561 และ 80,994 คน ในปี 2562

3.3.1 จำนวนร้านค้าโรงศพในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล

เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการตั้งสินค้า ความถี่ในการสั่ง และจำนวนการสั่งในแต่ละครั้ง การสำรวจจำนวนร้านค้าโรงศพในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล ทั้ง 6 จังหวัด โดยการสัมภาษณ์ธุรกิจร้านขายโรงศพ 12 ร้านค้า และการหาข้อมูลเพิ่มเติมซึ่งได้ผลว่าทุกๆ เขต หรือ อำเภอ จะมีร้านค้าโรงศพไม่ต่ำกว่า 2 ร้านค้าต่อพื้นที่เขต หรือ อำเภอ เมื่ออ้างอิงข้อมูลจากจำนวนพื้นที่เขต และอำเภอในกรุงเทพ และปริมณฑล พบว่าจำนวนเขตทั่วกรุงเทพทั้งหมด 50 เขต และจำนวนอำเภอในพื้นที่จังหวัดรอบปริมณฑล มีทั้งสิ้น 29 อำเภอดังนั้นจากการคำนวณเบื้องต้นตามสมมติฐานจะพบว่ามีจำนวนร้านค้าโรงศพโดยประมาณ 159 ร้านค้า และจากการหาข้อมูลเพิ่มเติมในสัดส่วนร้านค้าโรงศพแบ่งตามประเภทจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย แบ่งเป็นร้านค้ารายย่อยร้อยละ 33 และ โรงงานผลิตที่มีหน้าร้านร้อยละ 67



บรรณานุกรม

มูลค่าตลาดของธุรกิจงานศพ[ออนไลน์](เข้าถึงได้จาก)

<http://thaipublica.org/2011/09/funeral-business-1/>

มูลค่าตลาดของโลงศพ[ออนไลน์](เข้าถึงได้จาก)

<http://www.ipsr.mahidol.ac.th/IPSR/AnnualConference/ConferenceII/Article/Article13.htm>

แนวโน้มจำนวนผู้เสียชีวิตในประเทศไทย[ออนไลน์](เข้าถึงได้จาก)

www.nso.go.th





ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อโรงศพของร้านค้าโรงศพภายในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล
คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อโรงศพ

ส่วนที่ 3 การยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ของร้านค้า

.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อร้าน.....
2. ชื่อเจ้าของกิจการ (นาย/นาง/
นางสาว).....
3. อายุกิจการ.....ปี
4. ที่
อยู่.....
...
5. เบอร์โทรศัพท์.....
6. ยอดขายของกิจการเฉลี่ยต่อเดือน.....บาท
7. รายได้หลักจากสินค้าและบริการใดภายในร้าน.....
8. สินค้าและบริการภายในร้าน.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อและขายโรงศพของร้านค้า

1. แหล่งที่มาของโรงศพ.....
2. ปริมาณการสั่งซื้อ โรงต่อครั้ง..... โรงศพ / ปริมาณขั้นต่ำในการจัดซื้อแต่ละครั้ง..... โรงศพ
3. ความถี่ในการสั่งโรงศพต่อเดือน.....ครั้ง
4. ค่าขนส่งสินค้าใครเป็นผู้รับผิดชอบ (ร้านค้าเอง/โรงงานผลิตโรงศพ) ต่อครั้งประมาณ.....บาท
5. เครดิตการค้าที่ได้รับ.....เดือน
6. จำนวนรูปแบบ โรงศพที่สั่งซื้อเพื่อจัดจำหน่าย.....รูปแบบ
7. จากข้อ 6 มีรูปแบบใดบ้างและสัดส่วนการสั่งซื้อเป็นอย่างไร
.....
.....
8. ราคาขายของ โรงศพในแต่ละแบบต่อ โรงศพ
.....
.....
9. ตลาดของร้านค้าโรงศพเฉลี่ยโดยทั่วไปมีกำไรอยู่ที่ประมาณ.....เปอร์เซ็นต์
10. ให้ท่านเรียงลำดับ 5 ปัจจัยสำคัญในการสั่งซื้อโรงศพของท่าน เรียงลำดับ 1 คือส่งผลน้อยที่สุด 5 คือมากที่สุด

ปัจจัย	เรียงลำดับความสำคัญ 1 - 5
1. ราคา	
2. รูปแบบ	
3. คุณภาพความแข็งแรงและการรับน้ำหนัก	
4. น้ำหนัก	
5. การบริการในการจัดส่ง	

ส่วนที่ 3 การยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ของร้านค้า

1. หากมีวัสดุชนิดใหม่ที่ผลิตมาจากนวัตกรรมและเทคโนโลยี เรียกว่า Solid Board ซึ่งวัสดุชนิดนี้มีคุณสมบัติสามารถนำมาใช้แทนไม้ได้ โดยสามารถผลิตเป็นโรงศพได้มาตรฐานตามสินค้าเดิมที่มีอยู่ในตลาด โดยวัสดุชนิดนี้จะช่วยเหลือท่านในด้าน “ต้นทุนที่ต่ำกว่า น้ำหนักที่เบาว่า รวมทั้งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” ท่านมีความสนใจที่จะสั่งโรงศพที่ผลิตจากวัสดุนี้มาเพื่อจำหน่ายหรือไม่

สนใจ

ไม่สนใจ

เหตุผล.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัจจัยใดบ้างที่ท่านจะใช้ในการตัดสินใจในการทดลองนำสินค้าที่ผลิตจากวัสดุ Solid Board มาจัดจำหน่ายในร้าน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. จากปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้งของท่านที่ระบุไว้ในส่วนที่ 2 ท่านคาดว่าในการสั่งซื้อสินค้าใหม่ ท่านจะนำสินค้าใหม่มาลองตลาดในสัดส่วนเท่าไรเพื่อใช้ในการจัดจำหน่าย ... โรงศพ

ภาคผนวก ข
แบบทดสอบการวัดค่าที่บ่งแสง

เล่ม ๑๒๒ ตอนพิเศษ ๖๑ ง หน้า ๑๒ ราชกิจจานุเบกษา ๕ สิงหาคม ๒๕๔๘

ประกาศกรมควบคุมมลพิษ

เรื่อง วิธีการตรวจวัด ลักษณะและหน่วยวัด การคำนวณ เปรียบเทียบ แบบบันทึก
และการรายงานผลการตรวจวัดค่าความทึบแสงของเขม่าควันจากปล่องเผาเศษ

อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๓ และ ข้อ ๔ แห่งประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดมาตรฐานค่าความทึบแสงของเขม่าควันจากปล่องเผาเศษ อธิบดี
กรมควบคุมมลพิษ จึงออกประกาศกำหนดวิธีการตรวจวัด ลักษณะและหน่วยวัด การคำนวณ เปรียบเทียบ
แบบบันทึกและการรายงานผลการตรวจวัดค่าความทึบแสงของเขม่าควันจากปล่องเผาเศษ
ดังรายละเอียดกำหนดไว้ในภาคผนวกท้ายประกาศนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๒๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๔๘

อภิชาติ ชวเจริญพันธ์

อธิบดีกรมควบคุมมลพิษ

ภาคผนวก

ท้ายประกาศกรมควบคุมมลพิษ

เรื่อง วิธีการตรวจวัด ลักษณะและหน่วยวัด การคำนวณ เปรียบเทียบ แบบบันทึก และการรายงานผลการตรวจวัดค่าความทึบแสงของเขม่าควันจากปล่องเตาเผาศพ

๑. ความหมายของคำ

“ค่าความทึบแสงของเขม่าควัน” หมายความว่า จำนวนร้อยละของแสงที่ไม่สามารถส่องผ่านเขม่าควันจากปล่องเตาเผาศพ

“แผนภูมิเขม่าควันของริงเกิลมานน์” หมายความว่า แผนภูมิแสดงค่าความทึบแสงในระดับต่างๆ ที่ใช้เปรียบเทียบเพื่อหาค่าความทึบแสงของเขม่าควันที่เกิดขึ้นจริง โดยมีลักษณะและหน่วยวัดตามที่กำหนดไว้ในข้อ ๓

วิธีการตรวจวัดค่าความทึบแสงของเขม่าควันด้วยแผนภูมิเขม่าควันของริงเกิลมานน์ หมายความว่า การตรวจวัดค่าความทึบแสงของเขม่าควันโดยการใช้สายตา สังเกตกลุ่มของเขม่าควัน และเปรียบเทียบกับแผนภูมิเขม่าควันของริงเกิลมานน์ เพื่อหาค่าที่ใกล้เคียงกับความทึบแสงของเขม่าควัน

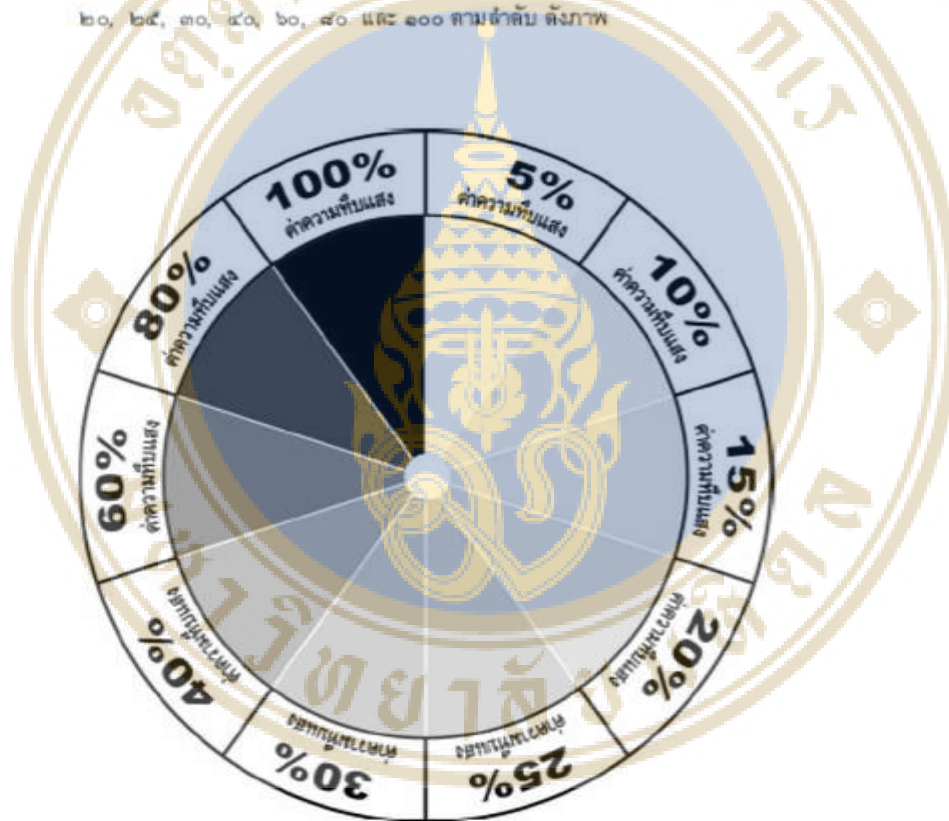
๒. การตรวจวัดค่าความทึบแสงของเขม่าควัน ให้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- (๑) การตรวจวัดในแต่ละครั้งจะต้องมีผู้ตรวจวัด ๒ คน โดยตรวจวัดพร้อมๆ กัน
- (๒) ให้ผู้ตรวจวัดสังเกตสีของท้องฟ้าก่อนที่จะตรวจวัดว่า ในบริเวณดังกล่าวมีแสงสว่างเพียงพอหรือไม่ โดยสังเกตจากสีกลุ่มควันที่เกิดขึ้นและสีของฉากหลังที่ตัดกัน (Contrasting background) ถ้าแสงสว่างไม่เพียงพอหรือมีฝนตกให้ยกเลิกการตรวจวัด
- (๓) ให้ผู้ตรวจวัดยืนห่างจากปล่องเตาเผาศพไม่น้อยกว่าสามเท่าของระยะความสูงจากระดับตำแหน่งที่ผู้ตรวจวัดยืนจนถึงระดับปากปล่อง แต่ไม่เกิน ๔๐๐ เมตร และอยู่ในทิศที่ตั้งฉากกับการเคลื่อนที่ของกลุ่มควันโดยให้ดวงอาทิตย์อยู่ด้านหลังของผู้ตรวจวัดให้มากที่สุด
- (๔) ให้ผู้ตรวจวัดใช้แผนภูมิเขม่าควันของริงเกิลมานน์ที่จัดทำโดยกรมควบคุมมลพิษ หรือที่ได้รับความเห็นชอบจากกรมควบคุมมลพิษ โดยถือแผนภูมิไว้ในระดับสายตาและมองเขม่าควันผ่านช่องตรงกลางของแผนภูมิ
- (๕) ให้ผู้ตรวจวัดสังเกตความทึบแสงของเขม่าควันตรงจุดที่กลุ่มควันมีความหนาแน่นมากที่สุดและไม่มีการควบแน่นของไอน้ำ เปรียบเทียบกับค่าความทึบแสงของแผนภูมิเขม่าควันของริงเกิลมานน์ เพื่อหาค่าความทึบแสงที่ใกล้เคียงกับความทึบแสงของกลุ่มเขม่าควันที่เกิดขึ้นจริง และบันทึกผลการตรวจวัดทุก ๆ ๑๕ วินาที จนกระทั่งครบ ๓๐ นาที ลงในแบบบันทึกผลการตรวจวัดค่าความทึบแสงจากปล่องเตาเผาศพ

- ๒ -

๓. ลักษณะและหน่วยวัดของแผ่นภูมิเข้มดำวันของริงเกิลมานน์

(๑) การสร้างแผ่นภูมิเข้มดำวันแบบวงกลม ให้สร้างรูปร่างกลมขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง ๑๑๒ มิลลิเมตร บนกระดาษสีขาว ผิวเรียบ ขนาดกว้าง ๑๕๔.๕ มิลลิเมตร และยาว ๒๒๔.๕ มิลลิเมตร ที่มีค่าการสะท้อนแสงเทียบเท่า (Reflectance Equivalency) กับผงแมกนีเซียมออกไซด์ (MgO) หรือ ผงแบเรียมซัลเฟต (BaSO₄) ชนิดเกรดสารเคมี (Reagent Grade) เจาะช่องเป็นรูปร่างกลมตรงจุดศูนย์กลางของแผ่นภูมิเข้มดำวันขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง ๑๒ มิลลิเมตร และให้แบ่งรูปร่างกลมของแผ่นภูมิเข้มดำวันออกเป็น ๑๐ ช่องเท่าๆ กัน และพิมพ์สีดำด้วยผงถ่านสีดำ (Black Carbon) ที่ใช้ในการพิมพ์จนเต็มช่อง โดยแต่ละช่องต้องมีระดับค่าความทึบแสงที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ค่าความทึบแสงเท่ากับร้อยละ ๕, ๑๐, ๑๕, ๒๐, ๒๕, ๓๐, ๔๐, ๕๐, ๖๐, ๘๐ และ ๑๐๐ ตามลำดับ ดังภาพ



- ๓ -

(๒) ให้ทดสอบค่าความทึบแสงบนพื้นกระดาษแต่ละช่องสาม (๓) โดยการวัดค่าความหนาแน่นของเม็ดสีด้วยเครื่องวัดค่าความทึบ (Spectrodensitometer) ซึ่งความคลาดเคลื่อนของค่าความทึบแสงบนพื้นกระดาษแต่ละช่องต้องมีค่าไม่เกินร้อยละ ๕ ของค่าความทึบแสงนั้น ๆ

(๓) การจัดทำแผนภูมิเขม่าควันของโรงเก็บถ่าน จะต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมควบคุมมลพิษก่อนการจัดพิมพ์ และเมื่อได้จัดพิมพ์แล้วจะต้องให้กรมควบคุมมลพิษส่งตรวจสอบตามข้อ (๒) อีกครั้งหนึ่ง

๔. การคำนวณและการเปรียบเทียบค่าความทึบแสง ให้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

(๑) การคำนวณค่าความทึบแสงของผู้ตรวจวัดแต่ละคน ให้นำค่าความทึบแสงตามข้อ ๒ (๕) ที่ผู้ตรวจวัดแต่ละคนจดบันทึกไว้ มารวมกันแล้วหารด้วยจำนวนครั้งที่ทั้งหมดที่จดบันทึก มีหน่วยเป็นร้อยละ

(๒) การเปรียบเทียบค่าความทึบแสงของผู้ตรวจวัดแต่ละคน ให้นำค่าความทึบแสงของผู้ตรวจวัดแต่ละคนตามข้อ ๔ (๑) มาเปรียบเทียบกัน หากผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันเกิน ๓ ให้ทำการตรวจวัดใหม่ ถ้าผลการเปรียบเทียบตามข้อ ๔ (๑) แตกต่างไม่เกิน ๓ ให้นำค่าความทึบแสงของผู้ตรวจวัดแต่ละคนมารวมกันแล้วหารด้วย ๒ ผลลัพธ์เป็นค่าความทึบแสงของเขม่าควันที่ปล่อยทิ้งจากปล่องเตาเผาศพในครั้งนั้น

๕. การสรุปผลการตรวจวัดค่าความทึบแสง ให้บันทึกชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง สังกัดของผู้ตรวจวัด ค่าความทึบแสงที่ผู้ตรวจวัดแต่ละคนวัดได้ ค่าความแตกต่างของผลการตรวจวัด และผลสรุปลงในแบบสรุปผลการตรวจวัดค่าความทึบแสงจากปล่องเตาเผาศพ

แบบสรุปผลการตรวจวัดค่าความทึบแสงของเขม่าควันจากปล่องเตาเผาศพ

ชื่อ (วัด/ฌาปนสถาน)	
การตรวจวัดค่าความทึบแสงของผู้ตรวจวัดคนที่ ๑ ชื่อ.....นามสกุล..... ตำแหน่ง..... สังกัด..... ค่าความทึบแสงที่ตรวจวัดได้ ร้อยละ	การตรวจวัดค่าความทึบแสงของผู้ตรวจวัดคนที่ ๒ ชื่อ.....นามสกุล..... ตำแหน่ง..... สังกัด..... ค่าความทึบแสงที่ตรวจวัดได้ ร้อยละ
ค่าความแตกต่างของผลการตรวจวัดระหว่างผู้ตรวจวัดแต่ละคน = ผลการตรวจวัดค่าความทึบแสงของผู้ตรวจวัดคนที่ ๑ - ผลการตรวจวัดค่าความทึบแสงของผู้ตรวจวัดคนที่ ๒ = <input type="checkbox"/> เกินกว่า ๓ ผลการตรวจวัดใช้เทียบกับมาตรฐานไม่ได้ ต้องตรวจวัดใหม่ <input type="checkbox"/> ไม่เกิน ๓ ผลการตรวจวัดใช้เทียบกับมาตรฐานได้	
สรุปผลการตรวจวัดค่าความทึบแสงของเขม่าควันจากเตาเผาศพ	
ค่าความทึบแสงของเขม่าควัน = $\frac{\text{ผลการตรวจวัดของผู้ตรวจวัดคนที่ ๑} + \text{ผลการตรวจวัดของผู้ตรวจวัดคนที่ ๒}}{๒}$ = <input type="checkbox"/> เกินมาตรฐานค่าความทึบแสง <input type="checkbox"/> ไม่เกินมาตรฐานค่าความทึบแสง	
ลงชื่อ.....ผู้ตรวจวัดคนที่ ๑ (.....) วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....	ลงชื่อ.....ผู้ตรวจวัดคนที่ ๒ (.....) วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ต้นฉบับ สำหรับเจ้าของหรือผู้ครอบครองเตาเผาศพ ผู้ได้รับใบอนุญาตจัดตั้งหรือได้รับใบอนุญาตดำเนินการฌาปนสถาน หรือผู้รับมอบอำนาจจากบุคคลดังกล่าว แล้วแต่กรณี

สำเนา สำหรับผู้ตรวจวัด

ภาคผนวก ค

ภาพการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าโลงศพ



ภาคผนวก ง
ภาพแบบจำลองผลิตภัณฑ์

