

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจสตั๊ดฟังก์ออร์แกนิกโฮมเมดเพื่อสุขภาพ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจสตั๊ดฟักออร์แกนิกโฮมเมดเพื่อสุขภาพ นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของอาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการ และคณะกรรมการที่ปรึกษาของมหาวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งได้สละเวลาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆที่เป็นประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนพล วิจารณ์ วโรสา อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งกรุณาเป็นที่ปรึกษาและชี้แนะแนวทาง รวมถึงกำกับดูแลกระบวนการจัดทำเล่มการศึกษาครั้งนี้ ตลอดจนการตรวจทานแก้ไขงานแผนธุรกิจฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วง ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และทุกคนในครอบครัวที่ให้การสนับสนุน ด้านการศึกษามาโดยตลอด รวมถึงขอบคุณพี่ น้อง และเพื่อนๆ ที่คอยให้กำลังใจ รวมถึงคุณเขาวรัตน์ ปัญญาธิระ ที่เกื้อหนุนผู้จัดทำมาด้วยดีเรื่อยมาตลอดภาคการศึกษาและขอขอบคุณทุกท่าน รวมทั้งคุณสุมัยมาลย์ วัชรศิลป์ และคุณวรรณสมร วัชรศิลป์ ที่มีส่วนช่วยให้ผู้จัดทำได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษานี้ หากมีความผิดพลาดประการใดในแผนธุรกิจฉบับนี้ ทางผู้จัดทำขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

จรุทธิ์ วัชรศิลป์

บทสรุปผู้บริหาร

กระแสการดูแลและรักสุขภาพของประชากรในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง คนไทยตื่นตัวทั้งเรื่องการออกกำลังกาย และการเลือกรับประทานอาหาร อาหารที่คัดสรรจะเน้นหนักไปที่ประโยชน์และความปลอดภัย ปลอดภัย พิษ ถึงแม้ว่าอาหารกลุ่มนี้จะมีราคาสูงกว่าอาหารที่หาได้ทั่วไป ก็ยินดีที่จะจ่าย โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานระดับกลางขึ้นไป

อาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่ผู้บริโภค จะนึกถึงสลัดผัก เพราะวัตถุดิบประเภทผักจะมีความเป็นธรรมชาติ ผ่านการปรุงแต่งน้อย และหากจะทานผักก็จะเลือกที่ปลอดภัยและสารเคมี ซึ่งหนึ่งในนั้นส่วนใหญ่จะนึกถึงผักที่ผ่านกระบวนการปลูกแบบออร์แกนิก และแน่นอนว่าการจะรับประทานให้ได้บ่อยครั้ง ปัจจัยเรื่องรสชาติก็มีผลต่อการตัดสินใจด้วยเช่นกัน ดังนั้นหากมีสลัดผักออร์แกนิก พร้อมน้ำสลัดรสชาติดี ก็จะสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ในวงกว้าง

หนึ่งในทีมบริหาร (คุณจรรยาธิ์ วัชรศิลป์) มีครอบครัวที่ดำเนินธุรกิจค้าส่ง ค้าปลีก ผัก สลัดออร์แกนิก โดยปลูกผักด้วยตัวเองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเติบโตสูงโดยเฉพาะการลงทุนด้านอุตสาหกรรม ทำให้มีการจ้างแรงงานต่างถิ่นเข้ามาทำงานจำนวนมาก โดยเฉพาะบุคคลากรที่จบจากมหาวิทยาลัยในกรุงเทพฯ ทีมบริหารจึงสังเกตเห็นว่าอัตราการเติบโตของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาสูง หากประกอบกับกระแสการดูแลสุขภาพที่มีแนวโน้มสูงขึ้น น่าจะต่อยอดธุรกิจของครอบครัวได้ เลยเริ่มวิเคราะห์โอกาสธุรกิจ สภาพแวดล้อม ปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงทดลองตลาด เมื่อนำข้อมูลต่างๆ นำมาประมวลผล จึงพบว่าธุรกิจสลัดผัก พร้อมน้ำสลัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีโอกาสเกิดขึ้นและสามารถประสบความสำเร็จได้

ดังนั้นจึงเริ่มวางแผนทำธุรกิจจำหน่ายชุดสลัดผัก พร้อมน้ำสลัดรสชาติดี โดยให้พี่สาว คุณจรรยาธิ์คิดค้นน้ำสลัด จนได้น้ำสลัดสูตรเฉพาะตัว ที่ผ่านการทดลองตลาดแล้วมีผลตอบรับที่ดีมาก จากนั้นจึงได้เริ่มต้นธุรกิจ สลัดผักออร์แกนิกโฮมเมดเพื่อสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ “บ้านคุณโอ้”

บริษัท บ้านคุณโอ้ จำกัด ดำเนินธุรกิจขายสลัดผักพร้อมน้ำสลัด ส่งตรงถึงมือผู้บริโภค ฟรี และฝากขายในคาเฟ่ อเมซอน ในปั้มปตท. วางแผนไว้ว่าจะดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้ในปีแรกถึงปีที่ 3 ในระหว่างดำเนินการจะทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำสลัดบรรจุขวด ให้มีอายุการเก็บรักษายาวขึ้นได้นานขึ้น เพื่อปีที่ 4 เป็นต้นไป สินค้าหลักจะเป็นน้ำสลัดบรรจุขวด และจะขยายฐานลูกค้าผ่านการสร้างระบบตัวแทนขาย ตามหัวเมืองต่างๆ โดยจะเน้นไปที่เจ้าของสวนที่ปลูกผักออร์แกนิกในแต่ละพื้นที่ ให้จัดจำหน่ายชุดสลัดโดยใช้น้ำสลัดของ บริษัท บ้านคุณโอ้ จำกัด

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

ตามแผนธุรกิจในท้ายที่สุด บริษัทฯ จะเหลือการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพียงน้ำสลด
อย่างเดียว โดยเน้นค้าส่ง ค้าปลีกไปยังร้านอาหาร หรือร้านขายผักสลัดต่างๆ

บริษัทฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนธุรกิจนี้จะทำให้สินค้าของ “บ้านคุณโอ้” สามารถส่ง
มอบคุณค่าไปยังผู้บริโภคให้ได้รับสุขภาพที่ดี ด้วยผักสลัดออร์แกนิกส่งตรงจากฟาร์ม น้ำสลดที่มี
ความสด สะอาด ปลอดภัย ได้อย่างยั่งยืน



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1	
ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
1.2 สภาพเศรษฐกิจและการเติบโตของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	2
1.3 ข้อมูลสนับสนุนจากสื่อต่างๆ ด้านธุรกิจอาหารสุขภาพ	2
1.4 แนวคิดธุรกิจ	3
1.5 ข้อมูลสนับสนุนจากผลการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	4
1.6 ประโยชน์ที่ส่งมอบ	4
1.7 รูปแบบธุรกิจ	4
บทที่ 2	
การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ	6
2.1 บริษัทฯ	6
2.2 วิสัยทัศน์	6
2.3 พันธกิจ	6
2.4 เป้าหมายขององค์กร	7
2.5 กลยุทธ์ทางธุรกิจ	7
2.6 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	8
2.6.1 การวิเคราะห์กิจกรรม	8
2.6.2 การวิเคราะห์คุณค่า	9
2.7 สินค้าหลักของบ้านคุณ ไร่	9

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	
แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ	12
3.1 การจัดการ โครงสร้างองค์กรและแผนผังองค์กร	12
3.2 การวางแผนจัดสรรบุคลากร	13
3.3 นโยบายการจัดสรรผลกำไร	13
3.4 แผนการดำเนินงานผลิต	13
3.4.1 สถานที่ตั้ง	13
3.4.2 วัตถุประสงค์	15
3.4.3 บรรจุภัณฑ์	16
3.4.4 กระบวนการทำงาน	16
3.4.5 แผนการและระยะการผลิต	17
3.4.6 การควบคุมคุณภาพ	17
3.4.7 นโยบายคลังสินค้า	17
3.4.8 การจัดส่งสินค้า	18
บทที่ 4	
สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน	19
4.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงินของบริษัท	19
4.2 การใช้ไปของเงินทุนและการลงทุนในทรัพย์สิน	20
4.3 การประมาณการรายได้	24
4.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	30
4.5 ประมาณการงบกระแสเงินสด	31
4.6 ประมาณการงบดุล	32
4.7 การวิเคราะห์ห้บการเงิน	33
4.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	34
บทที่ 5	
บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน	35
5.1 การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนและจุดคุ้มทุน	35
5.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน	35
5.2.1 กลยุทธ์ในการเติบโตทางธุรกิจ	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2.2 แผนสำรองฉุกเฉินพร้อมแนวทางแก้ไข	36
5.2.3 กลยุทธ์การออกจากธุรกิจ	37
บรรณานุกรม	38
ภาคผนวก	39
ภาคผนวก ก ข้อมูลเศรษฐกิจ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	40
ภาคผนวก ข แบบสำรวจความคิด และผลการสำรวจ	52
ประวัติผู้วิจัย	64



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงการชำระคืนเงินกู้	19
4.2	อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 4 มกราคม 2559	20
4.3	ราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2558 กำหนดโดยมูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย	21
4.4	แสดงต้นทุนค่าใช้จ่ายในการปันน้ำสัด	24
4.5	แสดงต้นทุนชุดฝักสัด	25
4.6	แสดงกำไรจากการขายชุดสัดแบบขายเอง	26
4.7	แสดงกำไรจากการขายชุดสัดแบบฝากขาย	26
4.8	ประมาณการยอดขายตามพื้นที่ต่างๆ	27
4.9	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	30
4.10	ประมาณการงบกระแสเงินสด	31
4.11	แสดงประมาณการงบดุล	32
4.12	การวิเคราะห์โครงสร้างสัดส่วนทางการเงินเมื่อเทียบกับยอดขาย	33
4.13	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	34

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	รูป คุณ ไร่ เจ้าของฟาร์มผักออร์แกนิก “บ้านคุณ ไร่”	3
1.2	รูปพนักงาน SRIC กลุ่มคนทดลองสินค้า	5
2.1	แสดง Value Chain ของธุรกิจ	8
2.2	ผักสลัดตัดราก	9
2.3	ชุดสลัดผักสำเร็จรูปบรรจุกล่อง	10
2.4	ชุดสลัดผักพร้อมขวดน้ำสลัด	10
2.5	น้ำสลัดบรรจุขวด	11
3.1	แสดงโครงสร้างองค์กร	13
3.2	บริเวณจุดกระจายสินค้า	14
3.3	แบบแปลนโรงงานผลิต	15
4.1	โถปั่น	22
4.2	โถผสมอาหาร	22
4.3	เตาแม่เหล็ก	23
4.4	ตู้เย็น	23

บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

จากแนวโน้มของการรักษาสุขภาพของประเทศไทยที่มากขึ้นส่งผลให้คนไทยตื่นตัวและหันมาดูแลใส่ใจสุขภาพของตนเองมากขึ้น ทั้งการออกกำลังกาย และการเลือกทานอาหารที่มีประโยชน์และพอเหมาะในแต่ละวัน โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงาน แต่ด้วยการเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพนั้นมีปัจจัยหลายๆ ด้านที่ผู้บริโภคต่างก็ให้ความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นด้านความปลอดภัยของวัตถุดิบ ความสดใหม่ รสชาติ ความสะดวกรวดเร็วในการหาซื้อ ซึ่งบางครั้งกลายเป็นอุปสรรคที่สร้างความยุ่งยากและส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้ซื้อไม่น้อย และเมื่อกล่าวถึงอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้คนก็มักจะนึกถึงอาหารคลีน ผัก ผลไม้ สลัด ซึ่งเป็นตัวเลือกของอาหารลำดับต้นๆ สำหรับผู้ที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ ถึงอย่างนั้นก็ยังมีกลุ่มผู้บริโภคสุขภาพน้อยคนนักที่จะรับทราบข้อมูลถึงประโยชน์และโทษของวัตถุดิบแต่ละประเภทอันเนื่องด้วยวิถีชีวิตประจำวันของกลุ่มคนวัยทำงานที่ค่อนข้างเร่งรีบ จึงเลือกหาอาหารในลักษณะที่เข้าข่ายอาหารดังกล่าวโดยบางทีอาจจะเลยที่จะใส่ใจในรายละเอียด โดยมุ่งเน้นไปที่ความรวดเร็วในการหาซื้อ ความสดใหม่และรสชาติเสียมากกว่า อย่างไรก็ตามหากบริษัทฯ สามารถที่จะผลิตสินค้าที่มอบคุณค่าและคุณสมบัติสูงสุดครบถ้วนทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยของวัตถุดิบ ความสดใหม่ รสชาติที่ถูกปาก ความสะดวกรวดเร็วในการหาซื้อ ในราคาที่ย่อมเยาว์ต่อผู้บริโภคพร้อมทั้งให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการเลือกวัตถุดิบคุณภาพดีให้กับผู้บริโภคเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องได้ ย่อมส่งผลให้ธุรกิจด้านการผลิตผักออร์แกนิกและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากผักออร์แกนิกเติบโตไปในทิศทางเดียวกันกับกระแสของคนรักสุขภาพได้ด้วยเช่นกัน

ทิศทางการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของคนเมืองมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารสุขภาพจะกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ ทำให้ผู้บริโภคส่วนหนึ่งซึ่งอยู่กระจายไปตามจังหวัดต่างๆ ไม่มีช่องทางที่จะสรรหาอาหารเพื่อสุขภาพซึ่งวัตถุดิบมีคุณภาพ และรสชาติดีได้ง่ายนัก หนึ่งในผู้บริหารซึ่งภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ปลูกผักออร์แกนิกเอง รวมถึงสามารถผลิตน้ำสลัดปั่นสดรสชาติดี จึงมองเห็น โอกาสว่า หากจัดจำหน่ายอาหารสุขภาพ ประเภทสลัดที่วัตถุดิบเป็นผักออร์แกนิกอย่างแท้จริง และจำหน่ายน้ำสลัดปั่นสด รสชาติ

เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ย่อมมีโอกาที่จะตอบโจทย์ผู้บริโภคในพื้นที่นี้ได้อย่างแน่นอน

1.2 สภาพเศรษฐกิจและการเติบโตของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ภาคผนวก ก)

จากภาคผนวก ก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และจากตัวเลข GPP ของจังหวัดฯ (376,571 ล้านบาท) ถือเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศ และเป็นอันดับที่ 2 ของภาคกลาง ต่อจากกรุงเทพมหานคร รายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3 อันดับแรก ได้แก่

อันดับที่ 1 คือ สาขาการผลิตอุตสาหกรรม	ร้อยละ 67.7
อันดับที่ 2 คือ สาขาการขายส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมฯ	ร้อยละ 10.0
อันดับที่ 3 คือ สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์	ร้อยละ 5.0
สาขาอื่นๆ	ร้อยละ 17.3

จากข้อมูลดังกล่าวพบว่าการลงทุนอย่างต่อเนื่องในจังหวัดฯ โดยเฉพาะสาขาการผลิตอุตสาหกรรม จะเห็นได้จาก มีนิคมอุตสาหกรรมถึง 3 แห่ง คือ นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน, นิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า(ไฮเทค) และนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร และยังมีเขตประกอบการอุตสาหกรรมอีก 2 แห่ง คือ แฟคตอรีแลนด์วังน้อย และบริษัทสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด (มหาชน) (ภาคผนวก ก)

ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ เหล่านี้ จะมีการว่าจ้างแรงงานต่างถิ่นที่มีศักยภาพเข้ามาทำงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งแรงงานต่างถิ่นกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคคนนอกเหนือจากประชากรในจังหวัดฯ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของจังหวัดฯ นั่นเอง

1.3 ข้อมูลสนับสนุนจากสื่อต่างๆ ด้านธุรกิจอาหารสุขภาพ

จับกระแส “สุขภาพ” สร้าง โมเดลทำ “สลัด” ธุรกิจที่นับวันยิ่งโต ไม่ว่าจะบริษัทวิจัยสำนักไหนๆ ก็ล้วนคาดการณ์ว่าคนที่ทำธุรกิจ หรือ อาชีพที่เกี่ยวข้องกับ “สุขภาพ” มีโอกาสโกยเงินเข้ากระเป๋าได้มากและไวกว่าการทำธุรกิจอื่นๆ ซึ่งธุรกิจที่อยู่ในขอบข่ายของเทรนด์สุขภาพ ก็มีตั้งแต่เรื่อง สปา อาหารเสริมบำรุงสุขภาพ รวมไปถึง สลัด ความต้องการในการบริโภคมีสูง เงินที่ใช้ในการลงทุนก็ไม่มากนักแถมมีความหลากหลาย โดยมีให้เลือกตั้งแต่หลักพัน ไปจนถึงหลักหมื่นหลักแสน

ที่สำคัญผลตอบแทนสูงมาก โดยมีตั้งแต่ 50% ไปจนถึง 100% ซึ่งผลตอบแทนจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าที่คุณ โฟกัสไว้ (ที่มา <http://www.smesreport.com/column.php?id=001984>)

“Mr.salad” ชูจุดขาย สลัดพอดีคำ สะดวก พกทานได้ทุกที่ ไอเดียการนำผักสลัดมาทำให้รับประทานง่ายขึ้น โดยไม่ต้องยุ่งยากจัดใส่จาน สามารถรับประทานได้ทุกที่ ในรูปแบบของค็อกเทลผักไฮโดร ภายใต้แบรนด์ “Mr.salad” ไอเดียสุดเก๋ของ “ภูติศ บุญร่วม” ที่เปิดขายในรูปแบบแฟรนไชส์ตั้งแต่ปี 2554 โดยมุ่งเจาะกลุ่มคนรักสุขภาพ หรือบุคคลทั่วไปที่ต้องการลดน้ำหนัก ด้วยจุดเด่นน้ำสลัดสูตรไม่ใส่ไข่ และผักสลัดปลอดสารพิษ ทำให้โดนใจผู้บริโภค และผู้ที่อยากนำ Mr.salad ไปเปิดเป็นธุรกิจของตัวเอง (เรื่อง : พิษขานันท์ สุโกมล, <http://www.smethailandclub.com/knowledges-view.php?id=339>)

1.4 แนวคิดธุรกิจ

เนื่องจากทางทีมบริหารมีความสนใจในอาหารเพื่อสุขภาพ และบุคคลในครอบครัวมีฟาร์มผักออร์แกนิกในอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผลิตเพื่อขายส่งร้านอาหารอยู่แล้ว จึงได้ต่อยอดธุรกิจของครอบครัวโดยการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพ หมวคสลัดและน้ำสลัดโดยใช้วัตถุดิบผักออร์แกนิกจากฟาร์มของครอบครัวทั้งหมด 100% อีกทั้งในครอบครัวมีที่ปรึกษาทางด้านอาหาร ซึ่งสามารถผลิตน้ำสลัดที่สดสะอาด และมีรสชาติเฉพาะตัวไม่ซ้ำแบบใครได้เองอีกด้วย ทางทีมงานจึงได้สำรวจตลาดในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่ากระแสการดูแลสุขภาพของคนเมืองมีจำนวนมากและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ยังหาอาหารเพื่อสุขภาพที่สด สะอาด รสชาติดี ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเองไม่ได้ ทางบริษัทฯ จึงมองว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สามารถเติบโตได้ด้วยศักยภาพและความพร้อมที่มี



ภาพที่ 1.1 คุณไอ้ เจ้าของฟาร์มผักออร์แกนิก “บ้านคุณไอ้”

1.5 ข้อมูลสนับสนุนจากผลการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ทานสลัด จำนวน 60 ชุด (ภาคผนวก ข)

จากการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าในภาพรวมส่วนใหญ่ถึง 96% มีความสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ มีเพียง 4% เท่านั้นที่สนใจน้อยมาก ปัจจัยหลักที่เลือกซื้อสลัดอยู่ที่รสชาติ ความสดและราคา ลูกค้ายิ่งใหญ่จะรับประทานสลัดอย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และรองลงมา 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งความต้องการหากเลือกได้ จะเลือกรับประทานเป็นผักออร์แกนิก ปลอดภัยและมีรสชาติอร่อย

การซื้อสลัดรับประทานมีทั้งแบบซื้อครบชุด (ผักสลัด พร้อมน้ำสลัด) หรือซื้อแยกอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่ผ่านมาจะซื้อในซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นหลัก รองลงไปจะซื้อตามตลาดนัด ราคาที่เห็นว่าเหมาะสมหากทานสลัดแทนอาหาร 1 มื้อ อยู่ที่ 35-50 บาท จากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด ไม่มีประสบการณ์การสั่งซื้ออาหารผ่านช่องทาง Online (facebook, IG) และสนใจหากมีบริการจัดส่งถึงมือ ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

จากผลการสำรวจ ทำให้เห็นว่ามียุคกลุ่มลูกค้าที่ทานสลัดอยู่ และเลือกทานผักออร์แกนิก ปลอดภัยและมีรสชาติอร่อย ซึ่งบริษัท บ้านคุณ โอ้ จำกัดมีฟาร์มผักออร์แกนิกตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายในเรื่องนี้ รวมถึงหากดำเนินธุรกิจในลักษณะส่งฟรี เชื่อว่าจะมีลูกค้ากลุ่มหนึ่งให้การสนับสนุน

1.6 ประโยชน์ที่ส่งมอบ

1.6.1 ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่เป็นประโยชน์และปลอดภัยต่อร่างกาย พร้อมรสชาติอร่อยถูกปากคนไทย

1.6.2 องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นที่รู้จักในแวดวงของผู้ใส่ใจดูแลสุขภาพ

1.7 รูปแบบธุรกิจ

บ้านคุณ โอ้มีฟาร์มผักสลัดออร์แกนิกเป็นของตัวเอง ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของผักสลัดได้เป็นอย่างดี การเลือกปลูกโดยวิธีออร์แกนิกทำให้ใบของผักมีความกรอบและมีความสดทนนานกว่าผักสลัดที่ปลูกโดยวิธีอื่น เพราะไม่มีการใช้ฮอร์โมน โครงสร้างใบจึงมีความแข็งแรงและสามารถเก็บรักษาได้นานแม้ว่าจะตัดใบเป็นชิ้นเล็กๆ ดังนั้นบริษัท บ้านคุณ โอ้ จำกัด จึงมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปมุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์สลัดจัดเป็นชุด เพราะคุณสมบัติผักสลัดออร์แกนิกดังกล่าว

ประกอบกับในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ยังไม่มีผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างจริงจัง โดยเริ่มต้นจากการคิดสูตรน้ำสลัดแล้วนำไปให้กลุ่มเป้าหมายทดลองชิม กลุ่มนี้คือพนักงานบริษัท สยามอุตสาหกรรมวัสดุทนไฟ จำกัด (SRIC) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ SCG ทำหลวง พนักงานกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ทานผักสลัดและมาจากกรุงเทพมหานคร ด้วยความที่มีสายสัมพันธ์อันดีกับคนใน SRIC ทำให้ได้ผลการทดลองสินค้าแบบตรงไปตรงมาจนกระทั่งได้น้ำสลัดสูตรเฉพาะของบริษัท บ้านคุณโอ้ จำกัด น้ำสลัดสูตรนี้เป็นรสชาติที่คนกรุงเทพฯ ชอบ จากนั้นจึงเริ่มเจาะตลาดกลุ่มคนทำงานในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเลือกระดับบังคับบัญชาขึ้นไป เพราะส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษาที่จบมาจากมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครเหมือนกัน

รูปแบบธุรกิจของบริษัท บ้านคุณโอ้ จำกัด เน้นการเข้าถึงผู้บริโภคโดยบริการจัดส่งฟรี เริ่มจากคนใกล้ชิด คนรู้จัก โดยให้ชิมก่อนใน 1-2 ครั้งแรก เพื่อให้เกิดการบอกต่อ (word of mouth) เกิดการสั่งเพิ่ม และการสั่งซ้ำ เป็นผลให้ฐานลูกค้าขยายใหญ่ขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกุญแจสำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จอยู่ที่การทดลองสินค้าในช่วงแรก ซึ่งได้กลุ่มเป้าหมายหลักที่ชัดเจนและตรงกลุ่ม สินค้าจึงสามารถขายตัวเองได้



ภาพที่ 1.2 พนักงาน SRIC กลุ่มเป้าหมายทดลองสินค้า

บทที่ 2

การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ

2.1 บริษัทฯ

บริษัท บ้านคุณโอ จำกัด ดำเนินธุรกิจในการผลิตและจัดจำหน่ายผักออร์แกนิกและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากผักออร์แกนิก โดยมีที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ได้คิดสูตรน้ำสลัดและมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มคนรักสุขภาพ ซึ่งมุ่งเน้นถึงความปลอดภัยจากวัตถุพิษ และความสดใหม่ ทั้งยังคำนึงถึงรสชาติเพื่อผู้บริโภคอย่างครบถ้วนและตรงตามความต้องการ

2.2 วิสัยทัศน์ (Vision)

บริษัท บ้านคุณโอ จำกัด จะเป็นผู้นำด้านผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผักออร์แกนิกและน้ำสลัด ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากผักออร์แกนิก โดยมุ่งสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์เป็น 'A-Must-Visit' ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภายใน 5 ปี

2.3 พันธกิจ (Mission)

เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผักออร์แกนิกเพื่อสุขภาพและน้ำสลัด โดยมีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

2.3.1 ฝ่ายบริหารทำการกำหนดเป้าหมายองค์กร

2.3.2 ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขายวางแผนร่วมกันเพื่อเลือกพื้นที่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการเข้าไปทำตลาด ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางของเป้าหมายองค์กร

2.3.3 ทำการสำรวจตลาดและนำข้อมูลกลับมาและปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า รวมถึงปรึกษากับฝ่ายการผลิตถึงความสามารถในการผลิตและระยะเวลา

2.3.4 ฝ่ายการผลิตวางแผนการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในระยะเวลาที่กำหนดได้อย่างครอบคลุมและบริหารจัดการต้นทุนให้เป็นไปตามนโยบายการเงิน

2.3.5 ฝ่ายการตลาดวางกลยุทธ์ในการทำการตลาดในพื้นที่เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จัก รวมถึงการขยายฐานลูกค้าจากพื้นที่เดิมไปยังพื้นที่ใกล้เคียง

2.3.6 ฝ่ายขายจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังพื้นที่ที่กำหนด และติดตามสอบถามถึงความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นและตอบโต้ลูกค้าที่สุุด (หากมี)

2.3.7 จัดตั้ง hotline เพื่อรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป

2.3.8 สร้างช่องทางในการติดต่อและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น Social Media รวมทั้งประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ เพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของ 'A-Must-Visit' ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้เกิดขึ้น

2.4 เป้าหมายขององค์กร (Goal)

2.4.1 มียอดขายผักสลัดพร้อมน้ำสลัดในปีแรกไม่ต่ำกว่า 2,000,000 บาท และน้ำสลัดอย่างเดียว 125,000 (2,500 ขวด @50.-)

2.4.2 มียอดขายเพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่าในปีที่ 2 และเพิ่มขึ้นประมาณ 30% ต่อเนื่องในปีที่ 3-5 ตามลำดับ

2.4.3 มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก 'A-Must-Visit' ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภายใน 5 ปี

2.5 กลยุทธ์ทางธุรกิจ

คุณค่าที่ทางบริษัทฯ มอบให้กับลูกค้า

2.5.1 ความปลอดภัยของวัตถุดิบ ถือเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งสำหรับผู้ใส่ใจเรื่องสุขภาพ ด้วยคำนึงถึงการส่งมอบอาหารที่มีคุณภาพดีและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ทางบริษัทฯ จึงได้เลือกที่จะผลิตผักออร์แกนิกอันเป็นวัตถุดิบหลัก ซึ่งแม้มีขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อนกว่าผักหลายๆ ประเภท แต่ก็ถือว่าเป็นผักที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคอันดับหนึ่ง เนื่องจากปลอดสารเคมีในทุกขั้นตอนการปลูก จึงนับได้ว่าเป็นการตอบสนองต่อผู้ที่รักสุขภาพอย่างแท้จริง

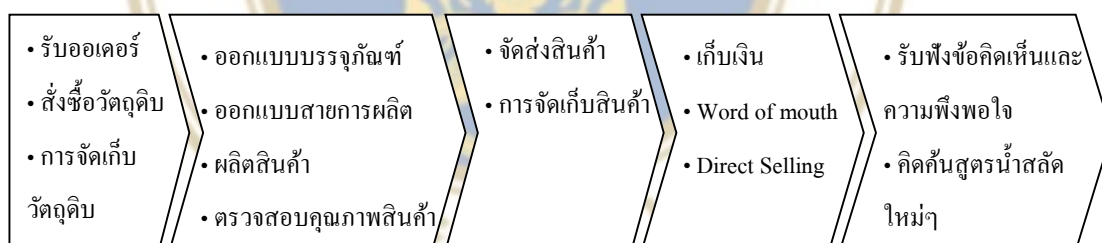
2.5.2 ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ ก็นับเป็นสิ่งที่ทางบริษัทฯ ให้ความสำคัญ ดังนั้น การผลิตของบริษัทฯ จึงเป็นลักษณะวันต่อวัน เพื่อส่งมอบคุณค่าความสดใหม่ที่ผู้บริโภคคาดหวัง เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด

2.5.3 รสชาติของอาหาร เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในเรื่องของความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ไม่น้อย ทางบริษัทฯ ได้คำนึงถึงโจทย์ในด้านความรู้สึกของผู้ทาน จึงได้มีการจัดตั้งที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารเพื่อค้นหาสูตรต่างๆ ที่จะตอบโจทย์ด้านรสชาติควบคู่ไปกับคุณค่าด้านอื่นๆ ที่ทางบริษัทฯ มอบให้

2.5.4 ความสะดวกรวดเร็ว ด้วยการเดินทางในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ไม่เอื้อต่อผู้บริโภคในการแวะเวียนเข้ามาซื้อสินค้าจากบริษัทฯ โดยตรง ทางบริษัทฯ จึงได้มีการจัดให้มีพนักงานไปจัดส่งสินค้าให้ถึงมือ เพื่อความสะดวกรวดเร็วของลูกค้า

2.6 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

ห่วงโซ่คุณค่า หรือ Value Chain ของธุรกิจแผนภาพของห่วงโซ่คุณค่าหลัก (ภาพที่ 2) โดยมีการวิเคราะห์กิจกรรมและวิเคราะห์คุณค่า ตามรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 2.1 แสดง Value Chain ของธุรกิจ

2.6.1 การวิเคราะห์กิจกรรม

เริ่มจากเมื่อลูกค้าทำการสั่งซื้อชุดสลัดผักเพื่อสุขภาพเข้ามา ทางบริษัทฯ จะมีการรวบรวมยอดการสั่งซื้อในแต่ละวันเพื่อวางแผนจัดเตรียมวัตถุดิบในการผลิต และเริ่มการผลิตเพื่อทำการจัดส่งให้ลูกค้าในวันถัดไป หากมีการเปลี่ยนแปลงตารางการจัดส่ง ทางบริษัทฯ จะโทรติดต่อเพื่อแจ้งลูกค้ารวมถึงสอบถามความคิดเห็นของลูกค้า และเสนอทางเลือกอื่นๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อไป

2.6.2 การวิเคราะห์คุณค่า

ในแต่ละกิจกรรมมีการนำเสนอคุณค่าให้กับลูกค้า (Customers) โดยมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

2.6.2.1 การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า: ลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อได้หลายช่องทาง โดยผ่านทางโทรศัพท์ LINE หรือ facebook ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับลูกค้าภายในวันเดียวกัน นอกเหนือจากการรับคำสั่งซื้อแล้ว ลูกค้ายังสามารถส่งความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือคำติชม ผ่านช่องทางดังกล่าวได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งทางบริษัทฯ จะนำมาปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน และ/หรือ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการต่อลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2.6.2.2 การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และตรวจสอบคุณภาพสินค้า: ทางทีมงานได้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม จากการสอบถามความพึงพอใจและความคิดเห็นของลูกค้า รวมถึงออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิต โดยเน้นการใช้ทรัพยากรด้านวัตถุดิบ แรงงาน ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยต้นทุนที่ต่ำ แต่ยังคงให้ได้คุณภาพสินค้าที่ดีในระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงมีการใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ ปลอดภัยจากสารเคมี และวัตถุดิบเสีย ซึ่งปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2.6.2.3 การรับประกันการจัดส่ง: หากลูกค้าทำการสั่งซื้อก่อนเวลา 18.00 น. ทางบริษัทฯ จะจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า (ปลีก/ส่ง) ภายในวันถัดไปที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อ

2.7 สินค้าหลักของบ้านคุณโอ

2.7.1 ผักสลัดตัดคราก



ภาพที่ 2.2 ผักสลัดตัดคราก

2.7.2 ชุดสลัดธัญพืช จะประกอบไปด้วย ผักสลัด ลูกเดือย ถั่วแดง มะเขือเทศราชินี แครอท ข้าวโพด และถั่วน้ำสลัด

2.7.3 ชุดสลัดไก่ จะประกอบไปด้วย ผักสลัด ลูกเดือย ถั่วแดง มะเขือเทศราชินี แครอท ข้าวโพด เนื้อไก่ และถั่วน้ำสลัด

2.7.4 ชุดสลัดปูอัด จะประกอบไปด้วย ผักสลัด ลูกเดือย ถั่วแดง มะเขือเทศราชินี แครอท ข้าวโพด ปูอัด และถั่วน้ำสลัด



ภาพที่ 2.3 ชุดสลัดผักสำเร็จรูปบรรจุกล่อง

2.7.5 ชุดสลัดพร้อมขวด จะประกอบไปด้วย ต้นผักสลัดที่ตัดรากแล้ว และน้ำสลัดบรรจุขวด ซึ่งเหมาะสำหรับคนที่ต้องการเก็บไว้ระยะเวลาหนึ่ง เนื่องจากผักที่ถูกเก็บมาเป็นใบแล้ว จะไม่สามารถเก็บได้นาน เพราะใบผักจะมีการสูญเสียน้ำมากซึ่งเป็นสาเหตุของใบช้ำ



ภาพที่ 2.4 ชุดสลัดผักพร้อมขวดน้ำสลัด

2.7.6 น้ำสลัดบรรจุขวด ซึ่งจะเหมาะกับคนที่ต้องการน้ำสลัดไปกินกับผักพื้นบ้านที่หาได้ทั่วไปตามท้องตลาด



ภาพที่ 2.5 น้ำสลัดบรรจุขวด



บทที่ 3

แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ

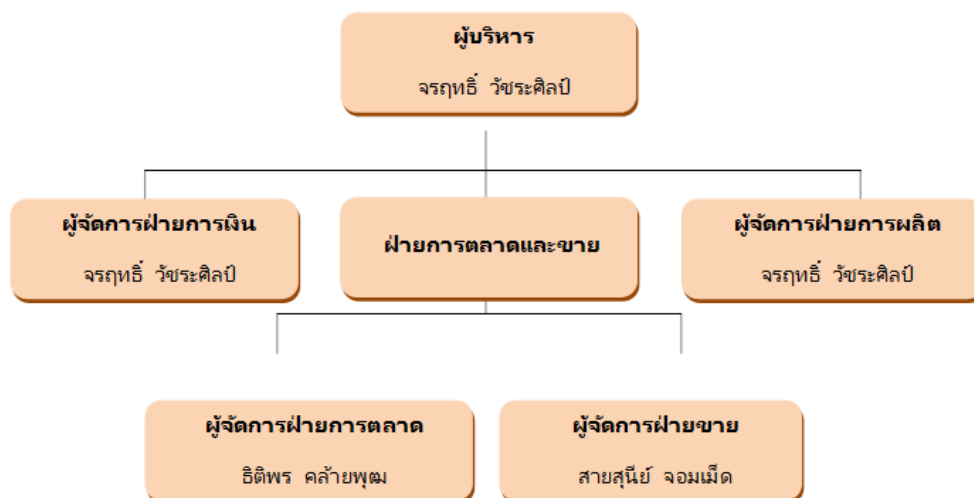
3.1 การจัดการโครงสร้างองค์กรและแผนผังองค์กร

โครงสร้างองค์กรแบ่งออกตามหมวดงานหลัก 4 ส่วน คือ ฝ่ายบริหารและการเงิน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย สู้ดท้ายฝ่ายการผลิต ด้วยลักษณะขององค์กรที่มีขนาดเล็ก การจัดวางโครงสร้างจึงเป็นลักษณะที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่ายและแบ่งบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน เนื่องจากรูปแบบของบริษัท ฯ เป็นลักษณะของการผลิตและจัดจำหน่าย ด้วยวัตถุดิบหลักที่มีการผลิตขึ้นเอง บุคลากรทั้งหมดจึงเป็นบุคลากรภายใน ส่วนของการให้บริการจัดส่งในพื้นที่ต่างๆ จะเป็นการจ้างบุคลากรภายนอก แต่การบริหารและดูแลจัดการในส่วนต่างๆ จะมีพนักงานที่ดูแลอยู่หลักๆ 3 ส่วนคือ

3.1.1 ทีมงานคุณจรุญ วัชรศิลป์ ฝ่ายบริหาร การเงิน และฝ่ายผลิต ฝ่ายนี้จะเป็นทีมที่กำหนดเป้าหมายขององค์กร ดูแลบริหารจัดการในองค์กรรวม ดูแลในส่วนของการเงินของบริษัทฯ จัดสรรทรัพยากรทางการเงินเพื่อการลงทุน และปันผลอย่างมีประสิทธิภาพ และส่วนสุดท้ายคือฝ่ายผลิต ที่จะต้องควบคุมและดูแลในด้านการจัดการต้นทุนการผลิต พัฒนาวิธีการผลิต รวมถึงค้นหาเทคโนโลยีการผลิตที่จะช่วยลดต้นทุนและยังคงได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพ

3.1.2 ทีมงานคุณธิพร กล้ายพุม ฝ่ายการตลาด ฝ่ายนี้จะเป็นทีมที่มุ่งในการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านออกแบบและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม การกำหนดนโยบายทางราคา การเสาะหาตลาด การทำกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กร

3.1.3 ทีมงานคุณสายสุนีย์ จอมเม็ค ฝ่ายขาย ฝ่ายนี้จะดูแลในส่วนของการขาย รวมถึงบริการหลังการขายเพื่อตอบสนองต่อลูกค้าและสร้างความพึงพอใจสูงสุด



ภาพที่ 3.1 แสดงโครงสร้างองค์กร

3.2 การวางแผนจัดสรรบุคลากร

หากธุรกิจดำเนินไปตามที่ประมาณการ จะเพิ่มเติมฝ่ายขาย รวมถึงทีมงานฝ่ายการตลาด เพื่อดูแลในเรื่องการขนส่งในตลาดที่เป็นพื้นที่ส่วนต่อขยาย

3.3 นโยบายการจัดสรรผลกำไร

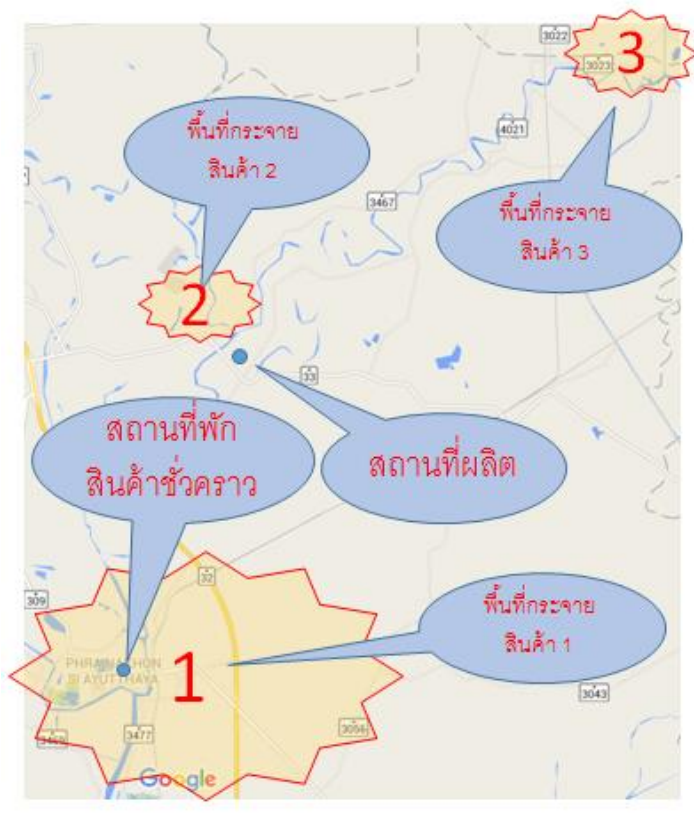
ปันผลทุกปี ปีละ 30% เริ่มตั้งแต่ปีแรก

3.4 แผนการดำเนินงานผลิต

3.4.1 สถานที่ตั้ง

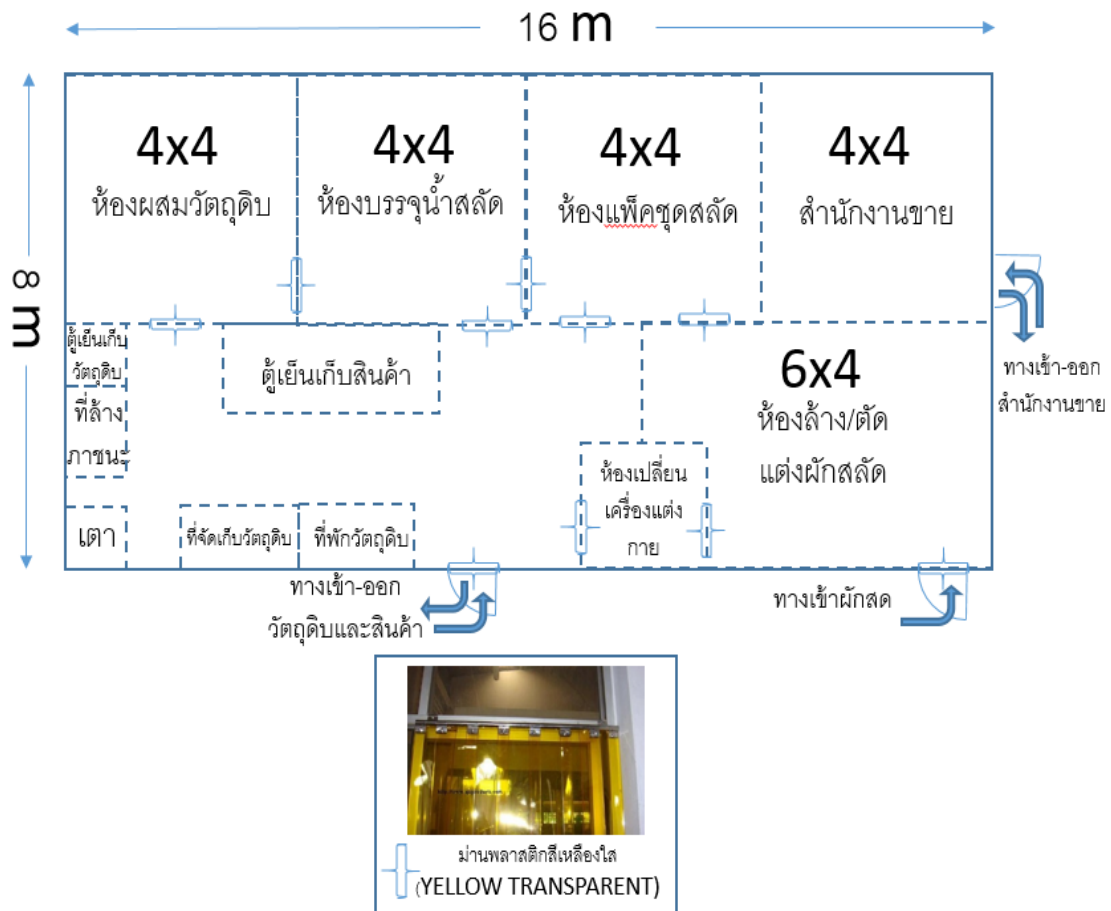
โรงงานผลิตชุดผักสลัดบ้านคุณโอ้ จะตั้งอยู่ในพื้นที่ อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจะอยู่ที่เดียวกับแหล่งผลิตผักสลัดออร์แกนิกส์ไร่คุณโอ้ ซึ่งทำให้ต้นทุนวัตถุดิบต่ำอันเนื่องมาจากเป็นธุรกิจต่อยอดจากธุรกิจเดิมที่ขายผักสลัดอยู่ก่อนแล้ว อีกทั้งยังเป็นพื้นที่กึ่งกลางระหว่างทางเข้าตัวเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา(พื้นที่กระจายสินค้า 1) กับกลุ่มลูกค้าที่เป็น

กลุ่มเป้าหมายหลักอย่างกลุ่มโรงงานในเครือปูนซิเมนต์ไทยท่าหลวง(พื้นที่กระจายสินค้า 3) ทั้งนี้ยังอยู่ใกล้กับนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร(พื้นที่กระจายสินค้า 2)



ภาพที่ 3.2 บริเวณจุดกระจายสินค้า

หลังจากกำหนดที่ตั้งโรงงานแล้วก็มาสู่กระบวนการวางแผนจัดสร้างโรงงานผลิต เนื่องจากระบบผลิตสินค้าแต่เดิมของไร่คุณโอ้ หลังจากเก็บเกี่ยวมาจากไร่แล้วจะทำการตัดรากและล้างทำความสะอาด 1 รอบ เพื่อล้างเอาเศษดินออกจะต้นผักสลัด แล้วจะทำการล้างรอบที่ 2 โดยการรีบใบที่ห่อรอบนอกออกแล้วจึงทำการล้างทำความสะอาดแล้วจึงบรรจุใส่ถุงพลาสติก แล้วจัดส่งตามร้านอาหาร ซึ่งกระบวนการต่างๆจะทำในพื้นที่เปิดโล่งประกอบด้วยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นร้านอาหาร ทำให้กลุ่มลูกค้าเหล่านี้ไม่สนใจเรื่องบรรจุภัณฑ์แต่เน้นเพียงความสดของผลิตภัณฑ์และความสามารถส่งสินค้าได้ต่อเนื่องเป็นหลัก แต่การผลิตชุดผักสลัดลูกค้าหลักจะเป็น End Customer ซึ่งจะพิจารณาเลือกซื้อจากปัจจัยเรื่องบรรจุด้วย จึงทำให้ต้องมีการก่อสร้างโรงงานแปรรูปแบบมิดชิดขึ้นเพื่อขอตรารับรองจากองค์การอาหารและยาอย่างเช่นมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice)



ภาพที่ 3.3 แบบแปลน โรงงานผลิต

ซึ่งจะก่อสร้างโรงงานผลิตขนาด 128 ตารางเมตร โดยแบ่งพื้นที่ในอาคารออกเป็น 2 ส่วนแยกจากกันคือ เป็นส่วนของการผลิต 112 ตารางเมตร และเป็นส่วนของสำนักงานขาย 16 ตารางเมตร ซึ่งทั้งสองส่วนต้องแยกทางเข้าออกจากกันอย่างชัดเจนเพื่อจะได้ขอเลขที่ อย. ได้

หลังจากดำเนินการจัดสร้างโรงงานแล้วเสร็จจะต่อดำเนินการจัดซื้อเครื่องจักรมาใช้ในกระบวนการผลิตซึ่งเครื่องจักรที่จะนำมาใช้มีดังนี้ 1. โถปั่นวัตถุดิบ 2. โถผสมอาหาร 3. เต้าไฟฟ้า 4. ตู้เย็น 5. เครื่องแพ็คน้ำสลัด

3.4.2 วัตถุดิบ

ผักสลัดบริษัทฯ จะเลือกใช้ผักสลัดจากไร่คุณ โอ้เป็นหลักเพราะว่าเป็นแหล่งปลูกผักที่ทำขึ้นเองอีกทั้งใกล้โรงงานผลิตทำให้มั่นใจได้ว่าผักที่ได้มีความปลอดภัย อีกทั้งยังมีความสดใหม่ เพราะผักสลัดที่เลือกใช้จะทำการตัดมาใหม่ๆ ทุกวันและไม่มีการตกค้างแน่นอน แต่ในอนาคตเมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น อาจจะมีการทำสัญญากับผู้ผลิตผักสลัดเจ้าอื่นๆ เพิ่มขึ้นอีก เพื่อลด

ความเสี่ยงจากการปลูกผักสลัดเพราะสภาวะอากาศมีผลต่อการเจริญเติบโตของผักได้ ซึ่งอาจทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอต่อการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ทำน้ำสลัดถือว่าเป็นความลับทางการค้าแต่ก็ถือว่าเป็นวัตถุดิบที่สามารถหาซื้อได้ทั่วไปตามท้องตลาดทำให้วัตถุดิบทำน้ำสลัดไม่จำเป็นต้องสต็อกมากสามารถไปหาซื้อได้ทุกวันตามเส้นทางส่งสลัด

3.4.3 บรรจุกัญช์

ถุงใส่น้ำสลัด เลือกใช้ถุง PE ขนาด 60 ไมคอน ซีล 3 ด้าน เพราะเมื่อเริ่มต้นจัดสร้างโรงงานยังไม่มียอดการสั่งซื้อต่อวันมากนัก วันหนึ่งไม่เกิน 1,000 ชุด การซีลด้วยมือคนจึงยังไม่มีปัญหา อีกทั้งการปรับเปลี่ยนรูปแบบของบรรจุกัญช์ก็มีความยืดหยุ่นเนื่องจากในช่วง 1 ปีแรก จะเป็นช่วงรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าแล้วทำการปรับเปลี่ยนบรรจุกัญช์ไปเรื่อยๆตามความคิดเห็นของลูกค้าที่เห็นว่าเป็นประโยชน์ ซึ่งถุงน้ำสลัดในครั้งแรกที่ทำการทดสอบตลาดจะเป็นลักษณะกระปุกกลมแบน แต่เนื่องจากปัญหาการขนส่งที่ไม่สามารถเอียงได้เพราะอาจทำให้น้ำสลัดหกเลอะเทอะทำให้มีการปรับเปลี่ยนมาใช้ถุง PE ดังกล่าว

กล่องใส่น้ำสลัด เลือกใช้กล่องสี่เหลี่ยมทรงสูง และมีการสกรีนโลโก้ลงบนบรรจุกัญช์ ซึ่งกล่องที่เลือกใช้จะทำให้การขนส่งทำได้โดยงานสามารถซ้อนกันได้หลายชั้น อีกทั้งสามารถจุปริมาณผักสลัดได้มากเพราะผักสลัดแบบออร์แกนิกส์จะมีความฟูมากกว่าผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ การบรรจุใส่กล่องสลัดสี่เหลี่ยมทรงแบนจะทำให้บรรจุได้น้อย อีกทั้งการขนส่งก็ทำได้ลำบากเพราะไม่สามารถซ้อนกันหลายๆชั้นได้

3.4.4 กระบวนการทำงาน

แยกเป็น 2 กระบวนการหลักๆคือ กระบวนการผลิตน้ำสลัด และกระบวนการบรรจุชุดกล่องสลัด

3.4.4.1 กระบวนการผลิตน้ำสลัด

1. ทำการชั่งตวงวัตถุดิบทั้งหมดที่จะใช้ทำน้ำสลัดเพื่อสะดวกในการผสมวัตถุดิบ

2. นำส่วนผสมที่หยาบเทลงในโถปั่นวัตถุดิบเพื่อคั่วให้วัตถุดิบเหล่านี้ละเอียด และเนื่องจากโถปั่นวัตถุดิบจะปั่นด้วยความเร็วสูงทำให้ไม่สามารถใช้ผสมส่วนต่างๆตามสูตรให้เนียนเป็นเนื้อเดียวกันได้จึงใช้แค่เพียงบดวัตถุดิบเท่านั้น

3. นำวัตถุดิบที่ได้จากการปั่นละเอียดลงในโถผสมอาหารที่มีความเร็วรอบต่ำ เนื่องจากในขั้นตอนนี้จะค่อยๆ เทส่วนผสมต่างๆ ลงไปเพื่อให้ส่วนผสมเข้ากันการใช้รอบต่ำจะทำให้อุณหภูมิน้ำสลัดคงที่โดยใช้ความเร็วในการปั่นไม่สูงมาก

4. หลังจากการปั่นวัตถุดิบเสร็จสิ้นลงจะนำหม้อน้ำสลัดเข้าไปพักในตู้เย็นประมาณ 1 ชั่วโมงเพื่อที่ว่าฟองอากาศที่เกิดจากการปั่นจะได้น้อยลงและสามารถบรรจุได้งาน

5. นำน้ำสลัดไปบรรจุใส่ถุง PE ที่เตรียมไว้แล้วทำการซีลปิดผนึกและนำไปพักไว้ในตู้เย็นเพื่อรอการบรรจุใส่ชุดสลัดต่อไป

3.4.4.2 กระบวนการผลิตชุดผักสลัด

1. จัดส่วนผสมอื่นๆ เช่น ลูกเดือย ถั่วแดง ข้าวโพด และเนื้อไก่ใส่ในถุงที่เตรียมไว้ และเตรียมวัตถุดิบอื่นๆ เช่น แครอท มะเขือเทศ รอการบรรจุ

2. นำผักสลัดที่ตัดรากแล้วจากไร่คุณโอ้ นำมาตัดก้านทิ้งให้เหลือไว้แต่ใบ และทำการล้างอีกครั้งที่ละใบ แล้วนำไปวางไว้บนตระแกรงเพื่อให้สะเด็ดน้ำ

3. หลังจากสะเด็ดน้ำได้ที่แล้วจะนำไปมาตัดเป็นชิ้นตามที่ต้องการแล้วแยกไว้

4. นำผักสลัดและส่วนผสมอื่นๆ มาจัดเรียงใส่กล่องแล้วแพ็คไว้ในตู้เย็นรอการจัดส่ง

3.4.5 แผนการและระยะเวลาการผลิต

ในช่วงเช้าของแต่ละวันตั้งแต่ 8.00น. ถึง 12.00น. จะทำการปั่นน้ำสลัด และจัดเตรียมวัตถุดิบอื่นๆ ที่จะใช้ในการจัดกล่องสลัด และในช่วง 13.00น. ถึง 17.00น. จะทำการจัดชุดผักสลัดแล้วรอการจัดส่งในช่วงเช้าของวันถัดไป

3.4.6 การควบคุมคุณภาพ

จะทำการควบคุมคุณภาพตลอดกระบวนการ โดยผู้ผลิตทุกคนจะต้องใส่ถุงมือ สวมหมวก ใใส่ที่ปิดปาก และปฏิบัติตามขั้นตอนของ GMP โดยเคร่งครัด

3.4.7 นโยบายคลังสินค้า

ชุดผักสลัดจะมีการสต็อกไว้เพียง 1 วันเพราะว่าผักสลัดเป็นสินค้าที่มี Shelf life ต่ำไม่สามารถเก็บได้หลายวัน เต็มที่ไม่เกิน 4 วัน ซึ่งตัวกำหนดอายุชุดผักสลัดคือตัวผักสลัดเองเพราะผัก

สลัดที่ได้แล้วจะมีการคายน้ำบริเวณที่ตัดทำให้เกิดรอยดำขึ้นได้ง่าย อายุของชุดผักสลัดจึงขึ้นอยู่กับ การเก็บรักษา ส่วนวัตถุดิบอื่นจะเสียบากกว่า การดูว่าหมดอายุรึยังจึงสามารถดูได้ที่ผักสลัดโดยตรง

น้ำสลัดจะมีการสต็อกประมาณ 3 วัน เพราะน้ำสลัดที่ปั่นสามารถเก็บรักษาได้อย่างน้อย 7 วัน และเพื่อความคุ้มค่าในการผลิตน้ำสลัดจึงไม่จำเป็นต้องปั่นทุกวันสามารถปั่นวันเว้นวันหรือ 2 วันปั่นทีก็ได้ตามแต่ลูกค้าจะสั่งซื้อ ซึ่งอายุน้ำสลัดเสียบากกว่าผักสลัดอยู่แล้วถึงแม้ว่าจะมีการสต็อก ไปแล้วกว่า 3 วัน

3.4.8 การจัดส่งสินค้า

การจัดส่งสินค้าจะมีการจัดส่งทุกวันซึ่งมีการแบ่งโซนการจัดส่งหลักๆเป็น 3 โซนคือ

3.4.8.1 พื้นที่ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอไกล่เคียง นิคม อุตสาหกรรมโรจนะ

3.4.8.2 พื้นที่ใกล้เคียงพื้นที่การผลิตและเขตนิคมอุตสาหกรรม สหรัตนนคร เขตนี้เป็นเขตใกล้โรงงานผลิตลูกค้าสามารถมารับสินค้าได้ด้วยตัวเองส่วนมากจะมารับ ในช่วงหลังเวลาเลิกงาน และจัดส่งบ้าง

3.4.8.3 พื้นที่เขตอำเภอบ้านหมอจังหวัดสระบุรี เขตกลุ่มโรงงานซีเมนต์ ไทยท่าหลวง เขตนี้จะฝากไปกับคนที่ทำงานในย่านนี้

บทที่ 4

สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

4.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงินของบริษัท

โครงสร้างทางการเงินจะใช้เงินจากการกู้ยืมธนาคารกับเงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น โดยเงินทุนส่วนที่กู้ยืมกับธนาคารจะใช้โฉนดที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่จะสร้างขึ้นใหม่เป็นหลักประกันกู้ยืมเงินกู้ ซึ่งจะแบ่งในส่วนของเงินกู้ยืมเป็น 1 ล้านบาท และเงินในส่วนของผู้ถือหุ้น อีก 5 แสนบาท โดยทรัพยากรบางส่วนเป็นสิ่งที่ทางผู้บริหารมีอยู่แล้วซึ่งเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น ที่ดินเจ้าหน้าที เป็นต้น โดยเงินเริ่มต้นจะใช้เงินเริ่มต้น 1.5 ล้านบาท

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคารจะอ้างอิงจาก อัตราดอกเบี้ยประเภท MRR ของธนาคารกสิกรไทย ณ วันที่ 4 มกราคม 2559 อยู่ที่อัตราร้อยละ 7.87 โดยจะทำการกู้เงินจำนวน 1 ล้านบาท ระยะเวลา 5 ปี ผ่อนชำระจำนวน 60 งวด จากการคำนวณพบว่าต้องชำระเงินกู้ยืม(เงินต้น+ดอกเบี้ย) เป็นจำนวน 20,214 บาท ต่อเดือน หรือคิดเป็น 242,571 บาทต่อปี

ตารางที่ 4.1 แสดงการชำระคืนเงินกู้

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ชำระเงินต้น	169,913	183,778	198,775	214,995	232,539
ชำระดอกเบี้ย	72,658	58,793	43,796	27,576	10,032
รวมยอดชำระ	242,571	242,571	242,571	242,571	242,571
ยอดเงินกู้คงเหลือ สิ้นปี	830,087	646,309	447,534	232,539	0

ตารางที่ 4.2 อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 4 มกราคม 2559

ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียน ในประเทศไทย	MOR	MLR	MRR	สูงสุด	ผิคนัด	บัตร เครดิต
กรุงเทพ	7.375	6.500	7.875	18.000	22.875	20.000
กรุงไทย	7.375	6.525	7.875	17.875	19.875	-
กสิกรไทย	7.370	6.500	7.870	23.100	25.100	20.000
ไทยพาณิชย์	7.370	6.525	7.870	19.870	22.870	20.000
กรุงศรีอยุธยา	7.500	6.850	7.950	21.000	28.000	-
ทหารไทย	7.675	7.025	8.025	28.000	28.000	20.000
ยูโอบี	7.800	7.250	8.150	28.000	28.000	20.000
ซีไอเอ็มบี ไทย	7.500	7.150	7.900	28.000	28.000	20.000
สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย)	8.100	7.850	12.750	35.000	35.000	20.000
ธนชาต	7.675	6.900	8.250	15.750	18.000	15.000
ทีสโก้	7.800	7.000	8.375	36.000	36.000	-
เมกะ สากลพาณิชย์	8.000	7.250	8.000	12.000	15.000	-
เกียรตินาคิน	7.800	7.250	8.500	28.000	28.000	-
แลนด์ แอนด์ เฮาส์	7.775	7.150	8.125	18.000	18.000	-
ไอซีบีซี (ไทย)	7.675	7.250	8.125	21.000	21.000	-
ไทยเครดิตเพื่อรายย่อย	9.000	8.620	9.100	35.000	35.000	-
แห่งประเทศจีน(ไทย)	8.500	6.500	7.750	12.750	22.250	20.000
ธนาคารเอเอ็นแซด (ไทย) จำกัด (มหาชน)	8.250	8.250	-	25.000	25.000	-
ซูมิโตโม มิตซูชิ ทรัสต์ (ไทย)	9.875	6.500	8.500	15.000	15.000	-
เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์	7.917	7.097	8.388	23.018	24.788	19.444

ที่มา : <https://www.bot.or.th> (เว็บไซต์ธนาคารแห่งประเทศไทย)

4.2 การใช้ไปของเงินทุนและการลงทุนในทรัพย์สิน

หลังจากดำเนินการกู้เงินกับธนาคารแล้วจะเริ่มต้น โดยการสร้างโรงงานผลิตขนาด 128 ตารางเมตร โดยแบ่งพื้นที่ในอาคารออกเป็น 2 ส่วนแยกจากกันคือ เป็นส่วนของการผลิต 112 ตารางเมตร และเป็นส่วนของสำนักงานขาย 16 ตารางเมตร ซึ่งทั้งสองส่วนต้องแยกทางเข้าออกจากกัน อย่างชัดเจนเพื่อจะได้ขอเลขที่ อย. ได้ โดยมูลค่าอาคารสามารถคำนวณได้จาก “ตารางราคาประเมินค่าก่อสร้าง 2558” (ที่มา : <http://www.banidea.com/value-construction-home/>) ซึ่งอาคารที่จะ

จัดสร้างเป็นอาคารพาณิชย์ชั้นเดียวราคาก่อสร้าง 6,100 บาท/ตารางเมตร ทำให้ทราบรวมค่า
 ก่อสร้างอยู่ที่ $(128 \times 6,100) = 780,800$ บาท โดยแบ่งเป็นค่าก่อสร้างส่วนผลิต $(112 \times 6,100) =$
 $683,200$ บาท และแบ่งเป็นค่าก่อสร้างส่วนบริหาร $(16 \times 6,100) = 97,600$ บาท

ตารางที่ 4.3 ราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2558กำหนดโดยมูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย

ลำดับ	ประเภทอาคาร	ราคาก่อสร้าง/ตารางเมตร			อายุ (ปี)	ค่าเสื่อม / ปี
		ต่ำ	ปานกลาง	สูง		
1	บ้านเดี่ยวไม้ชั้นเดียว	10,400	12,000	13,500	20	5%
2	บ้านเดี่ยวไม้ 2 ชั้น	8,900	11,300	13,000	20	5%
3	บ้านเดี่ยวไม้ ใต้ถุนสูง	13,000	13,700	15,100	20	5%
4	บ้านครึ่งตึก ครึ่งไม้	8,600	10,500	11,800	25	4%
5	บ้านเดี่ยวตึกชั้นเดียว	11,500	13,100	15,000	50	2%
6	บ้านเดี่ยวตึก 2-3 ชั้น	10,600	12,300	15,000	50	2%
7	บ้านแฝดชั้นเดียว	9,700	11,500	13,100	50	2%
8	บ้านแฝด 2-3 ชั้น	8,800	10,300	11,500	50	2%
9	ทาวเฮ้าส์ชั้นเดียว	7,900	9,400	10,400	50	2%
10	ทาวเฮ้าส์ 2-3 ชั้น กว้าง 4 เมตร	7,800	9,200	11,000	50	2%
11	ทาวเฮ้าส์ 2-3 ชั้น กว้าง 5 เมตร ไม่มีเสากลาง	9,300	11,000	12,600	50	2%
12	ทาวเฮ้าส์ 2-3 ชั้น กว้าง 5 เมตร มีเสากลาง	8,200	9,500	11,500	50	2%
13	ห้องแถวไม้ 1-2 ชั้น	6,000	7,400	-	50	2%
14	อาคารพาณิชย์ชั้นเดียว	6,100	6,700	7,800	20	5%
15	อาคารพาณิชย์ 2-3 ชั้น	6,800	8,100	9,300	50	2%

ที่มา : www.banidea.com

มีการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์อีกดังนี้

1. โถปั่นวัตถุดิบ เลือกใช้โถปั่นของ Philips รุ่น HR2115 ขนาด 2 ลิตร จำนวน 5 ใบ
โถปั่น 5 ใบ $5 \times 1,330 = 6,650$ บาท



ภาพที่ 4.1 โถปั่น

ที่มา : <http://www.lazada.co.th/philips-hr2115-2-2560794.html>

2. โถผสมอาหาร เลือกใช้โถผสมอาหารของ ZEBRA รุ่น SMX-250 ขนาด 3.6 ลิตร จำนวน 5 ใบ โถผสมอาหาร 5 ใบ $5 \times 1,710 = 8,550$ บาท



ภาพที่ 4.2 โถผสมอาหาร

ที่มา : <http://www.lazada.co.th/zebra-36l-smx-250-186003-white-1436637.html>

3. เตาแม่เหล็กไฟฟ้า เลือกใช้เตาแม่เหล็กไฟฟ้าของ SHARP รุ่น CY-101P ขนาด 2,000 วัตต์ จำนวน 2 ใบ เตาแม่เหล็กไฟฟ้า $2 \times 2,190 = 4,380$ บาท



ภาพที่ 4.3 เตาแม่เหล็ก

ที่มา : <http://www.lazada.co.th/sharp-cy-101p-electric-cooker-779389.html>

4. ตู้เย็น เลือกใช้ตู้เย็นของ Toshiba รุ่น GR-R66KDA(TS) ขนาด 20.1คิว จำนวน 6 ตู้ ตู้เย็น 6 ตู้ = $6 \times 21,990 = 131,940$ บาท



ภาพที่ 4.4 ตู้เย็น

<http://www.lazada.co.th/toshiba-2-201-gr-r66kdats-2561413.html>

5. อุปกรณ์ อื่นๆ เป็นพวกโต๊ะต่างๆประมาณ 50,000 บาท
รวมมูลค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตทั้งหมดเป็น 201,520 บาท ส่วนอุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงานฝ่ายขายโดยประมาณเป็น 100,000 บาท ซึ่งรวมค่าใช้จ่ายเริ่มต้นในส่วนผลิตเป็น 884,720 บาท และค่าใช้จ่ายเริ่มต้นในส่วนของการบริหาร 197,600 บาท

4.3 การประมาณการรายได้

ตารางที่ 4.4 แสดงต้นทุนค่าใช้จ่ายในการปั่นน้ำสลัด

ค่าใช้จ่ายต่อการปั่น 1 ครั้ง		
ปริมาณน้ำสลัดที่ปั่น	3300	g
คิดค่าสูญเสีย	5%	
ปริมาณคงเหลือที่ขายได้จริง	3135	g
ราคาวัตถุดิบ	215	บาท
รวมต้นทุน	215	บาท
ค่าน้ำค่าไฟ	5	บาท
คิดเป็นต้นทุนต่อ 1 kg	68.58	บาท
ต้นทุนค่าน้ำค่าไฟต่อ 1 kg	1.59	บาท
	2%	
ต้นทุนบรรจุถุง 60 g		
ต้นทุนน้ำสลัด 60 g	4.11	บาท
ต้นทุนถุงบรรจุพร้อมซีล	1.50	บาท
รวมต้นทุนวัตถุดิบ	5.61	บาท
ต้นทุนบรรจุขวด 180ml		
ต้นทุนน้ำสลัด 180 g	12.34	บาท
ต้นทุนขวด	6.20	บาท
ต้นทุนสติ๊กเกอร์ยี่ห้อ	0.82	บาท
รวมต้นทุน	19.36	บาท

ในการคิดต้นทุนจะคิดเริ่มต้นจากการปั่นน้ำสลัด 1 ครั้ง ซึ่งในการปั่น 1 ครั้งจะได้ปริมาณน้ำสลัดที่ 3,135 กรัม โดยมีค่าการสูญเสียจากการติดกันภาชนะโดยประมาณ 5 % ทำให้ต้นทุนน้ำสลัดอยู่ที่ 68.58 บาทต่อกิโลกรัม และมีการคำนวณค่าไฟฟ้าต่อการปั่น 1 ครั้งที่ 5 บาท ซึ่งสามารถคิดต้นทุนได้ที่ 1.59 บาทต่อน้ำสลัด 1 กิโลกรัม ซึ่งเป็นต้นทุนค่าไฟฟ้าโดยประมาณ 2% ต่อต้นทุนน้ำสลัด ต้นทุนบรรจุถุงน้ำสลัดจะประกอบไปด้วยต้นทุนน้ำสลัด ต้นทุนถุงและค่าไฟฟ้าซีลรวมกันเป็น 5.61 บาทต่อน้ำสลัด 1 ถุง (น้ำสลัด 1 ถุง มีน้ำสลัด 60 กรัม) ต้นทุนบรรจุขวดจะประกอบไปด้วยต้นทุนน้ำสลัด ต้นทุนขวด และต้นทุนสติ๊กเกอร์ยี่ห้อ ซึ่งรวมกันเป็น 19.36 บาท (น้ำสลัด 1 ขวดมีน้ำสลัด 180 กรัม)

ตารางที่ 4.5 แสดงต้นทุนชุดผักสลัด

รายการ	ราคาต่อกก.	ปริมาณที่ใช้	ตัวหาร	ราคา(บาท)
ต้นผักตัดรากแล้วที่ขายส่งร้านค้า	130			
ใบผักสลัด(ตัดเฉพาะใบของต้นสลัด)	150	50 g		7.50
ลูกเดี๋ยย	70	13 g	2.3	0.40
ถั่วแดง	70	13 g	2.5	0.36
มะเขือเทศ	80	14 g	1	1.12
แครอท	38	20 g	1	0.76
ข้าวโพด		10 g		0.50
กล่อง				4.20
น้ำสลัดพร้อมซิติใส่ถุง		60 g		5.61
ถุงใส่ใส่กล่องสลัด				0.60
รวมต้นทุนชุดสลัดชัยพีช				21.05
ไก่	90	17 g	0.5	3.06
รวมต้นทุนชุดสลัดไก่				24.11
ปูอัด	255	26 g	1	6.63
รวมต้นทุนชุดสลัดปูอัด				27.68
ต้นผักตัดรากแล้วที่ขายส่งร้านค้า	130	280 g		36.40
น้ำสลัดขวด+สติ๊กเกอร์หือ		180 g		19.36
ถุงใส่ชุดผักสลัด+สติ๊กเกอร์หือ				2.82
รวมต้นทุนชุดสลัดพร้อมขวด				58.58
น้ำสลัดขวด+สติ๊กเกอร์หือ		180 g		19.36
ถุงใส่น้ำสลัดบรรจุขวด				0.60
รวมต้นทุนน้ำสลัดบรรจุขวด				19.96

ต้นทุนในการจัดชุดสลัด ต้นทุนผักสลัดจะคิดจากราคาขายส่งของผักสลัดบ้านคุณ โอิที่ โดยปกติขายให้กับลูกค้ารายใหญ่ ร้านก๊วยเตี๋ยผักหวาน(ร้านอาหารในตัวเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา)ที่กิโลกรัมละ 130 บาท โดยผักที่ขายจะทำการตัดรากและล้างทำความสะอาด (การตัดรากสามารถล้างเศษดินได้หมด) และจะการต้นต้นผักสลัดทิ้งให้เหลือแต่ใบแล้วกลับมา

คำนวณต้นทุนเริ่มต้นใหม่ทำให้ได้ราคาเฉพาะใบสัดอยู่ที่กิโลกรัมละ 150 บาท จากการจัดชุดสัด จะมีข้อมูลต้นทุนชุดสัดต่างๆดังตารางด้านบน

ตารางที่ 4.6 แสดงกำไรจากการขายชุดสัดแบบขายเอง

รายการ	ต้นทุน	ราคาขาย	กำไร	%margin on sale
ชุดสัดชัยพีช	21.05	45.-	23.95	53.21%
ชุดสัดไก่	24.11	50.-	25.89	51.77%
ชุดสัดปูอัด	27.68	55.-	27.32	49.66%
ชุดสัดพร้อมขวด	58.58	100.-	41.42	41.42%
น้ำสัดบรรจุขวด	19.96	55.-	35.04	63.70%

ตารางที่ 4.7 แสดงกำไรจากการขายชุดสัดแบบฝากขาย

รายการ	ต้นทุน	ราคาขายส่ง	กำไร	%margin on sale	ราคาน้ำร้าน
ชุดสัดชัยพีช	21.05	40.-	18.95	47.36%	55.-
ชุดสัดไก่	24.11	45.-	20.89	46.41%	60.-
ชุดสัดปูอัด	27.68	50.-	22.32	44.63%	65.-
น้ำสัดบรรจุขวด	19.96	45.-	25.04	55.63%	65.-

หมายเหตุ –การฝากขายจะลดราคาให้เจ้าของร้าน 5 บาทต่อชุด และรับคืนสินค้าทั้งหมดกรณีขายไม่หมด

ตารางที่ 4.8 ประมาณการยอดขายตามพื้นที่ต่างๆ

ประเภท	รายการ		ปีที											รวม	
			มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน		ธันวาคม
ชุดผลิตภัณฑ์	จำนวน	พท1	158	315	630	1,260	1,890	2,520	3,150	3,780	4,410	5,040	5,670	6,300	35,123
		พท2	27	54	107	214	322	429	536	643	750	858	965	1,072	5,976
		พท3	43	86	171	343	514	686	857	1,028	1,200	1,371	1,543	1,714	9,556
	จำนวน รวม		227	454	909	1,817	2,726	3,634	4,543	5,452	6,360	7,269	8,177	9,086	50,654
	50.00	ยอดขาย	11,358	22,715	45,430	90,860	136,290	181,720	227,150	272,580	318,010	363,440	408,870	454,300	2,532,723
	24.11	ต้นทุน	5,478	10,955	21,910	43,821	65,731	87,642	109,552	131,463	153,373	175,283	197,194	219,104	1,221,506
	25.89	กำไร	5,880	11,760	23,520	47,039	70,559	94,078	117,598	141,117	164,637	188,157	211,676	235,196	1,311,217
	จำนวน	ฝากขาย						116	232	463	695	926	1,158	3,590	
	5%	จำนวนยอดคืน						6	12	23	35	46	58	179	
	รวมยอดผลิต							122	243	486	730	973	1,216	3,769	
	24.11	มูลค่าคืน						140	279	558	838	1,117	1,396	4,328	
	45.00	ยอดขาย						5,211	10,422	20,844	31,266	41,688	52,110	161,541	
	24.11	ต้นทุน						2,932	5,864	11,728	17,592	23,457	29,321	90,894	
		กำไร						2,279	4,558	9,116	13,674	18,231	22,789	70,647	
	รวมจำนวนผลิตชุดผลิตภัณฑ์		227	454	909	1,817	2,726	3,634	4,665	5,695	6,847	7,998	9,150	10,302	54,424
	รวมยอดขาย		11,358	22,715	45,430	90,860	136,290	181,720	232,361	283,002	338,854	394,706	450,558	506,410	2,694,264
	รวมต้นทุน		5,478	10,955	21,910	43,821	65,731	87,642	112,484	137,327	165,101	192,876	220,650	248,425	1,312,400
	รวมกำไร		5,880	11,760	23,520	47,039	70,559	94,078	119,877	145,675	173,753	201,830	229,908	257,985	1,381,863

ตารางที่ 4.8 ประมาณการยอดขายตามพื้นที่ต่างๆ(ต่อ)

ประเภท	รายการ		ปีที												รวม
			มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	
หมวดผลิตภัณฑ์	จำนวน	พท1	8	16	32	63	95	126	158	189	221	252	284	315	1,756
		พท2	1	3	5	11	16	21	27	32	38	43	48	54	299
		พท3	2	4	9	17	26	34	43	51	60	69	77	86	478
	รวมจำนวนผลิตภัณฑ์		11	23	45	91	136	182	227	273	318	363	409	454	2,533
	55.00	ยอดขาย	625	1,249	2,499	4,997	7,496	9,995	12,493	14,992	17,491	19,989	22,488	24,987	139,300
	19.96	ต้นทุน	227	453	907	1,814	2,721	3,628	4,535	5,442	6,349	7,256	8,163	9,070	50,565
	35.04	กำไร	398	796	1,592	3,183	4,775	6,367	7,958	9,550	11,142	12,733	14,325	15,917	88,735
รวมยอดขายทั้งหมด			11,982	23,964	47,929	95,857	143,786	191,715	244,854	297,994	356,345	414,695	473,046	531,397	2,833,563
รวมต้นทุนทั้งหมด			5,704	11,409	22,817	45,635	68,452	91,270	117,019	142,769	171,450	200,132	228,813	257,495	1,362,965
รวมกำไรทั้งหมด			6,278	12,556	25,111	50,222	75,334	100,445	127,835	155,225	184,894	214,563	244,233	273,902	1,470,598

รายได้ในช่วงแรกจะมาจากกลุ่มลูกค้าบอต่อเป็นหลักซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าในละแวกใกล้เคียงพื้นที่ผลิตเพราะมีบริการจัดส่งฟรีในพื้นที่ตัวเมือง อำเภอพระนครศรีอยุธยา และอำเภอใกล้เคียง และมีโซนพิเศษใน ตำบลท่าหลวง(อำเภอบ้านหมอ ในจังหวัดสระบุรี)เพราะมีคนรู้จักทำงานในพื้นที่นั้นและต้องเดินทางไปทำงานเป็นประจำทุกวันอยู่แล้ว และลูกค้ากลุ่ม ตำบลท่าหลวง ก็คือกลุ่มคนที่ทำงานในเครือซิเมนต์ไทย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่แห่งนี้จึงเป็นที่ทดลองสินค้าใหม่ๆก่อนที่จำหน่ายเสนอขายในพื้นที่อื่นๆ

ในครึ่งปีแรกจะแบ่งกลุ่มลูกค้าดังนี้

พื้นที่ 1 จะเป็นพื้นที่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา และพื้นที่ใกล้เคียงซึ่งยอดที่วางไว้ในครึ่งปีแรกคือ 735 ชุด/สัปดาห์ โดยจะมาจาก ลูกค้ากลุ่มธนาคาร 21 แห่ง แห่งละ 25 ชุด/สัปดาห์ รวมเป็น 525 ชุด/สัปดาห์ ลูกค้ากลุ่มหมู่บ้านและอพาร์ทเมนท์ 200ชุด/วัน กลุ่มโรงพยาบาล 60 ชุด/สัปดาห์

พื้นที่ 2 จะเป็นกลุ่มคนที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตในรัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตร มียอดสั่งซื้อ 125 ชุด/สัปดาห์

พื้นที่ 3 จะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ทดลองตลาดในพื้นที่ของกลุ่มเครือซิเมนต์ไทย ตำบลท่าหลวงและมียอดสั่งซื้อ 200ชุด/สัปดาห์ ซึ่งประกอบไปด้วย 6 บริษัท เนื่องจากมีบ้านพักพนักงานเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งมีโรงงานดังนี้

1. บริษัท สยามอุตสาหกรรมวัสดุทนไฟ จำกัด
2. ปูนซิเมนต์ไทย(ท่าหลวง) จำกัด โรงงานท่าหลวง
3. บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย(ท่าหลวง) จำกัด โรงงานเขาวง
4. บริษัท นวโลหะไทย จำกัด
5. บริษัท เหล็กสยาม (2001) จำกัด
6. บริษัท อิมเมอร์ส คิลิน เฟอร์นิเจอร์ ประเทศไทย จำกัด

ซึ่งรวมทั้ง 3 พื้นที่แล้วได้ยอดสั่งซื้อ 1,060 ชุด/สัปดาห์ หรือ 4,606 ชุด/เดือน ในช่วง 2 เดือนแรกจะเป็นช่วงทดลองสินค้าโดยมากจะเป็นกลุ่มคนรู้จัก ช่วงเดือนที่ 3 -6 จะเป็นช่วงลูกค้าบอต่อ ช่วงเดือนที่ 7-12 จะเป็นช่วงที่เริ่มฝากขายตามร้านกาแฟซึ่งวางเป้าหมายเป็นร้าน Café Amazon เพราะต้องการเริ่มสร้างการรับรู้ของคนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และในช่วงนี้เองจะเริ่มมีสินค้าคินซึ่งจะมีสินค้าคินโดยประมาณที่ 5 % ของสินค้าที่วางขายในร้าน Café Amazon

4.4 ประมาณการกำไรขาดทุน

บริษัทฯ คาดการว่าผลการดำเนินงานในปีแรกจะมีกำไรสุทธิประมาณ 523,702 บาท และตั้งแต่ปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 จะมีกำไรสุทธิ 4,030,645 บาท

ตารางที่ 4.9 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	2,833,563	5,667,126	8,500,690	11,050,897	14,366,166
ต้นทุนขาย					
- วัตถุดิบ	1,362,965	2,725,930	4,088,895	5,315,563	6,910,232
- แรงงานในการผลิต	219,000	438,000	657,000	657,000	657,000
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	176,944	176,944	176,944	176,944	176,944
- ค่าโสหุ้ยในการผลิต	56,671	113,343	170,014	221,018	287,323
รวมต้นทุนขาย	1,815,580	3,454,216	5,092,853	6,370,525	8,031,500
กำไรขั้นต้น	1,017,983	2,212,910	3,407,837	4,680,371	6,334,666
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	109,500	219,000	328,500	328,500	328,500
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	39,520	139,520	239,520	239,520	239,520
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	56,671	113,343	170,014	221,018	287,323
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	85,007	170,014	255,021	331,527	430,985
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	290,698	641,876	993,054	1,120,565	1,286,328
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	727,285	1,571,034	2,414,782	3,559,806	5,048,338
ดอกเบี้ยจ่าย	72,658	58,793	43,796	27,576	10,032
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	654,627	1,512,241	2,370,986	3,532,231	5,038,306
ภาษีเงินได้ 20%	130,925	302,448	474,197	706,446	1,007,661
กำไรสุทธิ	523,702	1,209,793	1,896,789	2,825,785	4,030,645

จากประมาณการกำไรข้างบนพบว่าบริษัทมีกำไรตั้งแต่ในปีแรกซึ่งถือว่าดีมากเพราะเงินลงทุนที่ใช้ในการทำธุรกิจเป็นส่วนของเงินกู้ยืมมากกว่าส่วนของผู้ถือหุ้นและมีกำไรเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี

4.5 ประมาณการงบกระแสเงินสด

การประมาณการงบกระแสเงินสดคิดจากแหล่งเงินทุน หักลบด้วยแหล่งที่ใช้จ่ายไปของเงินทุน

ตารางที่ 4.10 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินทุน						
- เงินลงทุน	500,000					
- เงินกู้ยืม	1,000,000					
- ยอดขาย		2,833,563	5,667,126	8,500,690	11,050,897	14,366,166
- เจ้าหน้าที่การค้าที่เพิ่มขึ้น		26,139	26,139	26,139	23,525	30,583
รวมแหล่งที่มา (ก.)	1,500,000	2,859,702	5,693,266	8,526,829	11,074,422	14,396,748
แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน						
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	1,082,320	0	500,000	500,000	0	0
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา		1,638,636	3,277,272	4,915,909	6,193,581	7,854,556
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวม รวมค่าเสื่อมราคา		251,178	502,356	753,534	881,045	1,046,808
- ดอกเบี้ยจ่าย						
- ภาษีเงินได้		130,925	302,448	474,197	706,446	1,007,661
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น		54,342	54,342	54,342	48,908	63,581
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น		11,645	11,645	11,645	10,480	13,624
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น		116,448	116,448	116,448	104,803	136,244
- ชำระคืนเงินกู้		169,913	183,778	198,775	214,995	232,539
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	1,082,320	2,373,088	4,948,290	7,024,850	8,160,259	10,355,013
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	0	417,680	904,295	1,649,270	3,151,249	6,065,412
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.- ข.)	417,680	486,615	744,976	1,501,979	2,914,163	4,041,735
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	417,680	904,295	1,649,270	3,151,249	6,065,412	10,107,147

จากการประมาณการข้างต้น ในส่วนของเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรในปีที่ 0 จะเป็นการลงทุนในสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์การผลิต แต่ในปีที่ 2 และ 3 จะเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อรถขนส่งปีละคันจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น และพบว่า บริษัทฯ มีกระแสเงินสดเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าบริษัท มีเงินเพียงพอสำหรับการดำเนินงาน เมื่อพิจารณาแล้วพบว่ากระแสเงินสดมีค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี ซึ่งโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

4.6 ประมาณการงบดุล

การประมาณการงบดุลทาง บริษัทฯ แสดงให้เห็นถึงมูลค่าของทรัพย์สิน หนี้สิน และ ส่วนของเจ้าของที่คาดว่าจะเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละปี

ตารางที่ 4.11 แสดงประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
- เงินสด	417,680	904,295	1,649,270	3,151,249	6,065,412	10,107,147
- ลูกหนี้การค้า		54,342	108,685	163,027	211,935	275,516
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป		11,645	23,290	34,934	45,415	59,039
- สต็อกวัตถุดิบ		116,448	232,896	349,343	454,146	590,390
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	417,680	1,086,730	2,014,140	3,698,553	6,776,908	11,032,092
สินทรัพย์ถาวร						
- ที่ดินและการปรับปรุง	0	0	0	0	0	0
- สิ่งปลูกสร้าง	780,800	780,800	780,800	780,800	780,800	780,800
- เครื่องจักรอุปกรณ์	201,520	201,520	201,520	201,520	201,520	201,520
- ยานพาหนะ	0	0	500,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน						
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,082,320	1,082,320	1,582,320	2,082,320	2,082,320	2,082,320
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	0	289,122	664,379	1,124,639	1,568,678	1,995,174
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,082,320	793,198	917,941	957,681	513,642	87,146
รวมสินทรัพย์	1,500,000	1,879,928	2,932,081	4,656,235	7,290,549	11,119,238
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
- เจ้าหนี้การค้า	0	26,139	52,278	78,417	101,942	132,525
รวมหนี้สินหมุนเวียน	0	26,139	52,278	78,417	101,942	132,525
หนี้สินระยะยาว	1,000,000	830,087	646,309	447,534	232,539	0
รวมหนี้สิน	1,000,000	856,226	698,587	525,951	334,481	132,525
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
- เงินลงทุน	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
- กำไรสะสม	0	523,702	1,733,494	3,630,283	6,456,068	10,486,713
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	500,000	1,023,702	2,233,494	4,130,283	6,956,068	10,986,713
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,500,000	1,879,928	2,932,081	4,656,235	7,290,549	11,119,238

4.7 การวิเคราะห์ห้งบการเงิน

จากการวิเคราะห์โครงสร้างสัดส่วนทางการเงินเมื่อเทียบกับยอดขาย พบว่า การดำเนินงานในปีที่ 1 สัดส่วนของกำไรสุทธิกับยอดขายเท่ากับร้อยละ 18.48 ของยอดขาย และตั้งแต่ปีที่ 2 เท่ากับร้อยละ 21.35 ของยอดขาย ส่วนปีที่ 3 เท่ากับร้อยละ 22.31 ของยอดขาย ปีที่ 4 เท่ากับร้อยละ 25.57 ของยอดขาย และปีที่ 5 เท่ากับร้อยละ 28.06 ของยอดขาย

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์โครงสร้างสัดส่วนทางการเงินเมื่อเทียบกับยอดขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
ต้นทุนขาย					
- วัสดุดิบ	48.10%	48.10%	48.10%	48.10%	48.10%
- แรงงานในการผลิต	7.73%	7.73%	7.73%	5.95%	4.57%
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	6.24%	3.12%	2.08%	1.60%	1.23%
- ค่าสูญหายในการผลิต	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
รวมต้นทุนขาย	64.07%	60.95%	59.91%	57.65%	55.91%
กำไรขั้นต้น	35.93%	39.05%	40.09%	42.35%	44.09%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	3.86%	3.86%	3.86%	2.97%	2.29%
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	1.39%	2.46%	2.82%	2.17%	1.67%
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	10.26%	11.33%	11.68%	10.14%	8.95%
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	25.67%	27.72%	28.41%	32.21%	35.14%
ดอกเบี้ยจ่าย	2.56%	1.04%	0.52%	0.25%	0.07%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	23.10%	26.68%	27.89%	31.96%	35.07%
ภาษีเงินได้	4.62%	5.34%	5.58%	6.39%	7.01%
กำไรสุทธิ	18.48%	21.35%	22.31%	25.57%	28.06%

4.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

สำหรับอัตราส่วนทางการเงินที่ใช้วิเคราะห์ ประกอบด้วย การวัดสภาพคล่องทางการเงิน ความสามารถในการทำกำไร วัดประสิทธิภาพการจัดการเงินทุนหมุนเวียน วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. วัดสภาพคล่องทางการเงิน					
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	41.57	38.53	47.17	66.48	83.25
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	41.13	38.08	46.72	66.03	82.80
2. วัดความสามารถในการทำกำไร					
- อัตรากำไรขั้นต้น	35.93%	39.05%	40.09%	42.35%	44.09%
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	25.67%	27.72%	28.41%	32.21%	35.14%
- อัตรากำไรสุทธิ	18.48%	21.35%	22.31%	25.57%	28.06%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม	27.86%	41.26%	40.74%	38.76%	36.25%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	51.16%	54.17%	45.92%	40.62%	36.69%
3. วัดประสิทธิภาพการจัดการเงินทุนหมุนเวียน					
- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	1.51	1.93	1.83	1.52	1.29
- ระยะเวลาในการจัดเก็บหนี้ (วัน)	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
- ระยะเวลาในการชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า (วัน)	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
- ระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงคลัง (วัน)	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50
4. วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง					
- อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.46	0.24	0.11	0.05	0.01
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.84	0.31	0.13	0.05	0.01
- อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	10.01	26.72	55.14	129.09	503.24

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน

5.1 การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนและจุดคุ้มทุน

การวิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุน โดยพิจารณาจากเครื่องมือสำหรับการประเมินโครงการ 3 ตัว คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

คิดโดยใช้อัตราการคิดลด หรือ อัตราดอกเบี้ยคาดหวัง เท่ากับร้อยละ 10 ในระยะเวลา 5 ปี

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 5,186,530.95 บาท

อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนการลงทุน ร้อยละ 69.38%

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน

5.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน

5.2.1 กลยุทธ์ในการเติบโตทางธุรกิจ

ทางบริษัทฯ จะต้องกำหนดแผนเติบโตทั้งระยะสั้นและระยะยาว

5.2.1.1 ระยะสั้น

สำหรับ 3 ปีแรกบริษัทฯ จะเน้นขายลูกค้านี้ใกล้กับแหล่งผลิตเพื่อให้เป็นที่รู้จักของตลาดเพราะว่ายังไม่มีเจ้าตลาดที่ชัดเจน โดยสินค้าที่เน้นขายจะเป็นสินค้าที่เป็นชุดสลัด(ผักสลัด+น้ำสลัด)

5.2.1.2 ระยะยาว

คือในช่วงปีที่ 4 เป็นต้นไป บริษัทฯ จะเน้นขายน้ำสลัดบรรจุขวดเป็นหลัก เพราะว่า Shelf life ที่ยืนยาวกว่าผักสลัดอีกการขนส่งก็ทำได้ง่ายกว่า โดยบริษัทฯ จะเริ่มสร้างความรู้จักให้กับลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครจากการวางขายตามร้าน Café Amazon ตามปั้มน้ำมัน

รอบเขตกรุงเทพมหานคร และการออกบูธตามงานต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ในปีที่ 2 ซึ่งการจะเก็บรักษาน้ำสลัดให้ได้ยาวนานก่อนการเปิดบริโภค จะเปลี่ยนฝาภาชนะบรรจุจากฝาเกลียวเป็นฝาล็อก(ทั้งนี้เพราะฝาเกลียวใช้เพียงแค่มาตรฐาน GMP แต่ฝาล็อกจะต้องได้มาตรฐานการผลิตที่สูงกว่า

การที่จะเจาะลูกค้ายในเขตกรุงเทพมหานครได้จำเป็นต้องเข้าไปขายในห้างสรรพสินค้า จึงจำเป็นต้องมีอายุการเก็บรักษาที่ยาวนานขึ้น ฝาเกลียวล็อกจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสม แต่ก็ยังคงความสดใหม่เหมือนเดิมเพราะการใช้ระบบพลาสติกเจอร์โรสที่อุณหภูมิสูงเวลาสั้นทำให้เก็บรักษาได้นานขึ้นแต่เมื่อเปิดแล้วจะสามารถเก็บรักษาได้ไม่นาน

ทั้งนี้การเจาะลูกค้ายในเขตกรุงเทพมหานคร จำเป็นต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อให้ดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งเมื่อถึงปีที่ 4 ทางบริษัทฯ ก็จะมียอดขายซ้อชุดผักสลัดมากกว่า 600 ชุดต่อวัน หรือ 18,000 ชุดต่อเดือน ซึ่งใน 1 ปีจะมียอดขายชุดผักสลัดกว่า 216,000 ชุดต่อปี ซึ่งการที่จะมีอำนาจในการต่อรองกับผู้ผลิตต้องมียอดขายอย่างน้อย 200,000 ชุดต่อปี จึงจะมีอำนาจมากพอในการสั่งผลิตทั้งกล่องใส่สลัด และ ถุงใส่น้ำสลัด ซึ่งในปีนั้นจะเป็นปีที่กล่องสลัดจะออกแบบด้วยตนเองไม่ใช่เพียงแค่การนำแบบที่มีในปัจจุบันของโรงงานผู้ผลิตมาประยุกต์อย่างเช่นปัจจุบัน เพราะค่าโมลตัวกล่อง อยู่ที่ประมาณ 10,000 บาท และค่าโมลฝาล็อกอยู่ที่ประมาณ 10,000 บาท ซึ่งทำให้ต้นทุนค่าโมลอยู่ที่ประมาณ 0.10 บาทต่อชุด

ทั้งนี้ยังมีระบบตัวแทนที่จะมีเพิ่มมากขึ้นตามหัวเมืองโดยจะประยุกต์จากแหล่งปลูกผักออร์แกนิกในแต่ละพื้นที่ แต่ต้องใช้น้ำสลัดจากบ้านคุณ โอ้ซึ่งทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้นแต่ต้นทุนค่าจัดส่งผักสลัดไม่เพิ่มขึ้นมากนัก

และสุดท้ายผักสลัดบ้านคุณ โอ้ก็อาจจะเหลือผลิตภัณฑ์เพียงแค่น้ำสลัดอย่างเดียวโดยเข้าไปบุกตามร้านสลัดต่างๆ หรือตามสวนผักสลัดลูกค้ายรายย่อย

5.2.2 แผนสำรองฉุกเฉินพร้อมแนวทางแก้ไข

5.2.2.1 ด้านวัตถุดิบผักสลัด

ความเสี่ยงเนื่องจากผักสลัดที่เลือกใช้เป็นผักที่ปลูกแบบอินทรีย์ ซึ่งต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ และในปัจจุบันเลือกใช้ Supplier เพียงเจ้าเดียวคือ ผักจากฟาร์มคุณ โอ้ เพราะปริมาณผลผลิตยังเพียงพอต่อความต้องการ แต่เนื่องจากสภาพอากาศในปัจจุบัน อุณหภูมิโลกร้อนขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อผลผลิตในฟาร์มบ้านคุณ โอ้ อาจทำให้ผักสลัดมีไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่าย

สามารถป้องกันความเสี่ยงได้โดย เลือกหา Supplier รายอื่นๆอย่างน้อย 2 ราย ที่ต่างพื้นที่กัน และทำการสั่งผักจากทั้ง 2 รายให้เป็นปกติ เพื่อให้เกิดสายสัมพันธ์อันดีกับ Supplier เหล่านี้ เพื่อที่ว่าเมื่อผลผลิตจากที่ใดขาดก็ยังคงสามารถสั่งเพิ่มจากอีกเจ้าหนึ่งได้ในทันที

5.2.2.2 ด้านต้นทุนวัตถุดิบน้ำสลัด

ความเสี่ยงเนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการทำน้ำสลัด จัดซื้อผ่านร้านขายปลีก ซึ่งไม่สามารถต่อรองราคาได้มากนัก

สามารถป้องกันความเสี่ยงได้โดย เมื่อปริมาณวัตถุดิบที่ใช้มีปริมาณเพิ่มขึ้นก็จะทำการสั่งซื้อผ่านตัวแทนของผู้ผลิตโดยตรงเพื่อให้ได้ราคาวัตถุดิบต่ำกว่าที่วางขายในตลาด

5.2.2.3 ด้านต้นทุนด้านบรรจุภัณฑ์

ความเสี่ยงเนื่องจาก Supplier บรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้เลือกจากผู้ผลิตเพียงเจ้าเดียว อาจจะทำให้อำนาจต่อรองต่ำ

สามารถป้องกันความเสี่ยงได้โดย สั่งของทีละหลายๆ และเลือกใช้ Supplier อย่างน้อย 2 เจ้าเอ้ใช้ในการเทียบราคา และใช้ต่อรองกับผู้ผลิต แต่ก็ยังคงเลือกใช้ทั้ง 2 เจ้าอยู่เพราะเพื่อสายสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิต

5.2.2.4 ด้านต้นทุนการขนส่ง

ความเสี่ยงเนื่องจากราคาน้ำมันที่มีความผันผวน ทำให้การคำนวณต้นทุนด้านราคาค่าขนส่งได้ยาก

สามารถป้องกันความเสี่ยงได้โดย วางแผนการจัดส่งเป็น โชนเพื่อที่ว่าจะได้มีจำนวนสินค้าที่จัดส่งต่อเที่ยวได้มากขึ้น และใช้ระยะเวลาในการจัดส่งของลดลง อีกทั้งต้องเลือกใช้รถที่มีประสิทธิภาพ ไม่สิ้นเปลืองปริมาณเชื้อเพลิง เช่นการเลือกใช้รถติดตั้งระบบแก๊สแทนน้ำมัน

5.2.3 กลยุทธ์การออกจากธุรกิจ

เนื่องจากบริษัทฯ มีพื้นฐานมาจากการจัดจำหน่ายผักสลัดมาก่อน ดังนั้นหากการตั้งโรงงานแปรรูปหุคผักสลัดไม่ประสบความสำเร็จ ก็ยังสามารถใช้โรงงานแห่งนี้บรรจุผักสลัดที่มีมาตรฐานผ่านการรับรองระบบ GMP ที่ได้รับการรับรองโดย องค์การอาหารและยา เพื่อเพิ่มมูลค่าผักสลัดที่ทำอยู่ก่อนแล้วในตลาดเดิมได้ อีกทั้งการที่มี Supplier ผู้ผลิตผักสลัดอย่างน้อย 2 รายอยู่ในมือ ทำให้มีกำลังความสามารถในการจัดจำหน่ายผักสลัดได้สูงกว่าปริมาณที่ผลิตได้จริง อีกทั้งยังสามารถลดความเสี่ยงจากสภาพดินฟ้าอากาศได้อีกจาก Supplier ดังกล่าว

บรรณานุกรม

กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ,

<http://www.ayutthaya.go.th/Ayu/index.html> [2559]

มูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน (ประเทศไทย) , Sustainable Agriculture Foundation (Thailand) ,

http://www.sathai.org/autopagev4/show_page.php?topic_id=1042&auto_id=19&TopicPk= [2558]

มูลนิธิสายใยแผ่นดิน , Earth Net Foundation , <http://www.greennet.or.th/article/1781> [2558]

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี , ธนาคารพาณิชย์ ,

<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%98%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9E%E0%B8%B2%E0%B8%93%E0%B8%B4%E0%B8%8A%E0%B8%A2%E0%B9%8C> [2558]

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส) โดย pimchanok ,

<http://www.thaihealth.or.th/Content/27310-%E0%B8%84%E0%B8%B8%E0%B8%93%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%81%20%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B9%81%E0%B8%81%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%81%20%E0%B8%94%E0%B8%B5%E0%B9%81%E0%B8%84%E0%B9%88%E0%B9%84%E0%B8%AB%E0%B8%99.html> [2 กุมภาพันธ์ 2558]

สำนักงานสถิติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา , <http://ayuttaya.nso.go.th/> [2559]



ภาคผนวก ก
ข้อมูลเศรษฐกิจ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์มวลรวม

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบบ (Top Down approach) ปี 2556 รายได้ต่อหัว จำนวนเงิน 422,421 บาท/ปี/คน ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด GPP จังหวัดพระนครศรีอยุธยามี 376,571 ล้านบาท เป็นอันดับ 4 ของประเทศ และเป็นอันดับที่ 2 ของภาคกลาง ต่อจากกรุงเทพมหานคร รายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3 อันดับแรก ได้แก่

อันดับที่ 1 คือ สาขาการผลิตอุตสาหกรรม	ร้อยละ 67.7
อันดับที่ 2 คือ สาขาการขนส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมฯ	ร้อยละ 10.0
อันดับที่ 3 คือ สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์	ร้อยละ 5.0
สาขาอื่นๆ	ร้อยละ 17.3

งบประมาณภาครัฐ และผลการเบิกจ่าย ประจำปีงบประมาณ 2558

1. งบประมาณจังหวัด จำนวน 175.75 ล้านบาท ผลการเบิกจ่าย 145.47 ล้านบาท ร้อยละ 82.77
2. งบประมาณส่วนราชการ จำนวน 9,515.85 ล้านบาท ผลการเบิกจ่าย 7,900.81 ล้านบาท ร้อยละ 83.03
3. งบประมาณกลุ่มจังหวัด จำนวน 283.25 ล้านบาท ผลการเบิกจ่าย 197.15 ล้านบาท ร้อยละ 69.60 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

ข้อมูลตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2558 ถึง 30 กันยายน 2558

.....

ผลการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ (งบประมาณส่วนราชการ)

หน่วย: ล้านบาท

งบประมาณ	ได้รับจัดสรร	ก่อนนี้ผูกพัน	เบิกจ่าย	ร้อยละ
รายจ่ายลงทุน	2,526.10	2,249.11	1,950.51	77.21
รายจ่ายประจำ	6,989.75	5,954.50	5,950.30	85.13
รายจ่ายภาพรวม	9,515.85	8,203.61	7,900.81	83.03

ผลการเบิกจ่ายเงินงบประมาณจังหวัด

หน่วย: ล้านบาท

งบประมาณ	ได้รับจัดสรร	ก่อนนี้ผูกพัน	เบิกจ่าย	ร้อยละ
รายจ่ายลงทุน	110.75	110.73	86.27	77.90
รายจ่ายประจำ	65.01	63.15	59.20	91.07
รายจ่ายภาพรวม	175.75	173.88	145.47	82.77

ผลการเบิกจ่ายเงินงบประมาณกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1

หน่วย: ล้านบาท

งบประมาณ	ได้รับจัดสรร	ก่อนนี้ผูกพัน	เบิกจ่าย	ร้อยละ
รายจ่ายลงทุน	126.11	125.30	69.93	55.45
รายจ่ายประจำ	157.14	154.73	127.23	80.96
รายจ่ายภาพรวม	283.25	280.03	197.15	69.60

ที่มา : สำนักงานคลังจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ณ วันที่ 26 ตุลาคม 2558

ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ การลงทุนภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

นิคมอุตสาหกรรม 3 แห่ง

นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน

พื้นที่ทั้งหมด 1,926 ไร่

นิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า(ไฮเทค)

พื้นที่ทั้งหมด 2,465 ไร่

นิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร

พื้นที่ทั้งหมด 1,441 ไร่

เขตประกอบการอุตสาหกรรม ๒ แห่ง

แฟคตอรีแลนด์วังน้อย

พื้นที่ทั้งหมด 176 ไร่

บริษัทสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด (มหาชน)

พื้นที่ทั้งหมด 11,000 ไร่

ประเภทโรงงานที่มีการลงทุนสูงสุด 5 อันดับแรก

ลำดับที่	ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวนโรงงาน	เงินทุน (ล้านบาท)
1	อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	218	170,278.42
2	อุตสาหกรรมผลิตเครื่องจักรกล	184	54,673.42
3	อุตสาหกรรมเครื่องมืออุปกรณ์ขนส่ง	149	46,290.30
4	อุตสาหกรรมอาหาร	122	24,021.42
5	อุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ	259	18,702.93

ภาวะการณ้ลงทุนภาคอุตสาหกรรมปัจจุบัน

มีโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการทั้งหมด จำนวน ๒,๔๗๑ โรงงาน เงินทุนรวม ๕๖๕,๗๕๑.๖๔ ล้านบาท จ้างคนงาน ๒๗๔,๕๕๕ คน มีโรงงานอุตสาหกรรมรับอนุญาตประกอบกิจการใหม่ในปีงบประมาณ ๒๕๕๘ จำนวน ๑๒๑ โรงงาน ขอยขยาย ๓๑ โรงงาน เลิกกิจการ ๑๑ โรงงาน สรุปรวมมีการขยายตัวภาคอุตสาหกรรม จำนวน ๑๑๐ โรงงาน (ร้อยละ ๔.๖๖ เงินลงทุน ๑๗,๒๕๑.๖๕ ล้านบาท (ร้อยละ ๓.๑๕) การจ้างงาน ๕,๘๘๖ คน (ร้อยละ ๒.๑๕)



ตารางแสดงจำนวน โรงงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โรงงาน	ปีงบประมาณ ๒๕๕๘			ปีงบประมาณ ๒๕๕๙			สรุปการขยายตัวภาคอุตสาหกรรม		
	จำนวนโรงงาน	เงินทุน (ล้านบาท)	คนงาน	จำนวน โรงงาน	เงินทุน (ล้านบาท)	คนงาน	จำนวน โรงงาน	เงินทุน (ล้านบาท)	คนงาน
นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน	๕๐	๑๖๗,๐๐๐.๐๐	๕๕๕,๐๐๐	๕๐	๑๖๗,๐๐๐.๐๐	๕๕๕,๐๐๐	๐	๐.๐๐	๐
นิคมอุตสาหกรรม บ้านหว้า (ไฮเทค)	๑๓๕	๖๓,๖๗๕.๐๐	๔๕,๐๐๐	๑๓๕	๖๓,๖๗๕.๐๐	๔๕,๐๐๐	๐	๐.๐๐	๐
นิคมอุตสาหกรรม สหรัตนนคร	๒๘	๔๓,๐๐๐.๐๐	๗,๐๐๐	๒๘	๔๓,๐๐๐.๐๐	๗,๐๐๐	๐	๐.๐๐	๐
รวมโรงงานในนิคม	๒๕๓	๒๗๓,๖๗๕.๐๐	๑๑๑,๐๐๐	๒๕๓	๒๗๓,๖๗๕.๐๐	๑๑๑,๐๐๐	๐	๐.๐๐	๐
เขตประกอบการอุตสาหกรรมแฟลตเอิร์ธแลนด์วง น้อย	๑๐๘	๑๑,๗๕๑.๐๐	๖,๒๗๗	๑๐๗	๑๑,๗๑๕.๖๘	๖,๒๐๓	-๑	-๓๑.๗๕	-๗๔
เขตประกอบการอุตสาหกรรม บริษัท สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด (มหาชน)	๒๒๓	๖๘,๖๘๘.๔๒	๔๐,๓๑๒	๒๒๓	๖๘,๘๐๕.๖๒	๔๐,๕๕๕	๔	๑๑๗.๒๐	๒๘๗
รวมโรงงานในในเขต	๓๓๑	๘๐,๔๓๕.๘๕	๔๖,๕๘๙	๓๓๔	๘๐,๕๒๑.๓๐	๔๖,๘๐๒	๓	๘๕.๔๕	๒๑๓
รวมโรงงานในนิคมและในเขตประกอบการฯ	๕๘๔	๓๕๔,๑๑๘.๘๕	๑๕๗,๕๘๙	๕๘๗	๓๕๔,๒๐๔.๓๐	๑๕๗,๘๐๒	๓	๘๕.๔๕	๒๑๓
โรงงานอุตสาหกรรมนอกนิคม	๑,๗๗๗	๑๕๔,๓๔๑.๑๐	๑๑๑,๕๒๔	๑,๘๘๔	๒๑๑,๕๕๗.๓๔	๑๑๗,๑๕๗	๑๐๗	๑๗,๒๐๖.๒๔	๕,๖๗๓
รวมทั้งหมด	๒,๓๖๑	๕๐๘,๔๕๙.๙๕	๒๖๙,๑๑๓	๒,๔๗๑	๕๖๕,๗๖๑.๖๔	๒๖๔,๖๕๙	๑๑๐	๑๗,๒๙๑.๖๙	๕,๘๘๖
เพิ่มขึ้นร้อยละ							๔.๖๖	๓.๑๕	๒.๑๕

ที่มา : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ผ่านการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว ๓๖๑ แห่ง ผ่านการประเมินอุตสาหกรรมสีเขียวในระดับที่ ๑ รวม ๑๗ แห่ง ผ่านการประเมินอุตสาหกรรมสีเขียวในระดับที่ ๒ รวม ๒๐๕ แห่ง และผ่านการประเมินอุตสาหกรรมสีเขียวในระดับที่ ๓ รวม ๓๕ แห่ง

ด้านเศรษฐกิจ การพาณิชย์กรรม

สินค้าเกษตรที่สำคัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่

- ข้าวสารเจ้า

- ข้าวเหนียว

- ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่มีพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ แต่เป็นผู้รวบรวมและผู้ส่งออก)

- มันสำปะหลังเส้น (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่มีพื้นที่เพาะปลูกมันสำปะหลัง แต่เป็นผู้รวบรวมและผู้ส่งออก)

ศูนย์กลางการตลาดที่รับรองผลผลิตทางการเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่มีศูนย์กลางการตลาดที่รับรองผลผลิตทางการเกษตร แต่มีผู้ประกอบการทำข้าว กระจายอยู่ตามอำเภอต่าง ๆ

ตลาดสำคัญในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลผลิตทางการเกษตรในแต่ละปี มีปริมาณไม่มากและไม่แน่นอน การจำหน่ายผลผลิต ของเกษตรกรส่วนใหญ่จะซื้อขายกัน ณ แหล่งผลิต โดยมีผู้รวบรวมในท้องถิ่นนำไปจำหน่ายยังพ่อค้า หรือโรงงานรายใหญ่ในเมือง โดยตรง ตลาดที่สำคัญในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจำนวน 15 ตลาด กระจายอยู่ตามอำเภอต่างๆ ดังนี้

1. ตลาดหัวรอ ต.หัวรอ อ.พระนครศรีอยุธยา
2. ตลาดเจ้าพรหม ต.หัวรอ อ.พระนครศรีอยุธยา
3. ตลาดสดเทศบาลท่าหลวง ต.ท่าหลวง อ.ท่าเรือ
4. ตลาดสดนครไฉน ต.ขวัญเมือง อ.บางปะหัน
5. ตลาดบ้านเลน ต.บ้านเลน อ.บางปะอิน
6. ตลาดบางปะอินเอกเซ็นเตอร์ ต.บ้านเลน อ.บางปะอิน
7. ตลาดพระอินทรา ต.เชิงรังกน้อย อ.บางปะอิน
8. ตลาดเทศบาลตำบลบ้านสร้าง ต.บางปะอิน อ.บางปะอิน
9. ตลาดภาษี ต.ภาษี อ.ภาษี
10. ตลาดเถลิงเหล่าจินดา ต.ลำไทร อ.วังน้อย
11. ตลาดบัวหลวงธานี ต.สามเมือง อ.ลาดบัวหลวง
12. ตลาดเทศบาลเสนา ต.เสนา อ.เสนา

- 13.ตลาดศรีอยุธยาเมืองใหม่ (แกรนด์) ต.ชนู อ.อุทัย
 14.ตลาดจอมพล ต.สามเรือน อ.บางปะอิน
 15.ตลาดสี่ขาพัฒนา ต.ลำตาเสา อ.วังน้อย

อัตราเงินเพื่อจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระหว่างปี 2556 – ปัจจุบัน (หน่วย:ร้อยละ)

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ยทั้งปี
๒๕๕๖	๖.๒	๖.๐	๕.๒	๔.๒	๓.๖	๓.๓	๓.๐	๒.๘	๒.๖	๒.๓	๒.๔	๒.๒	๓.๑๓
๒๕๕๗	๑.๗	๑.๓	๑.๒	๑.๒	๑.๒	๑.๒	๑.๑	๑.๑	๑.๐	๐.๕	๐.๘	๐.๗	๑.๑๓
๒๕๕๘	-๐.๕	-๑.๕	-๑.๘	-๑.๕	-๑.๕	-๒.๐	-๒.๐	-๒.๐	-๒.๐	-๑.๕	-	-	-

นิติบุคคลที่อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การจดทะเบียนนิติบุคคล รวม ๖๓๘ ราย เงินทุนจดทะเบียนนิติบุคคล ๑,๐๖๒.๔๕

บาท การจดทะเบียนนิติบุคคล จำแนกเป็น ๔ ประเภท ดังนี้

ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	จำนวน	- ราย	ทุนจดทะเบียนนิติบุคคล	- บาท
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	จำนวน	๒๐๖ ราย	ทุนจดทะเบียนนิติบุคคล	๑๕๐.๑๒ บาท
บริษัทจำกัด	จำนวน	๔๓๒ ราย	ทุนจดทะเบียนนิติบุคคล	๘๗๒.๓๗ บาท
บริษัทมหาชน	จำนวน	- ราย	ทุนจดทะเบียนนิติบุคคล	- บาท

ตารางแสดงการเปรียบเทียบการจดทะเบียนนิติบุคคลปี ๒๕๕๗ และ ปี ๒๕๕๘

ทะเบียนนิติบุคคล	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	เพิ่มขึ้น (ราย)	เพิ่มขึ้น (บาท)	เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)
จำนวน (ราย)	๖๕๘	๖๓๘	-๒๐	-	-๘.๕๕
ทุนจดทะเบียน (บาท)	๔,๓๒๖,๑๘๐,๐๐๐	๑,๐๖๒,๔๕๐,๐๐๐	-	-๓,๒๖๓,๖๕๐,๐๐๐	-๗๕.๔๕

ประเภทสินค้าส่งออก – นำเข้า ปี ๒๕๕๗ จำนวน ๑๐ ลำดับแรก จำแนกตามประเทศ
สินค้านำเข้าปี ๒๕๕๗

ลำดับ	พิกัด	ประเภทสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
๑	๘๔๗๑	เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ	๔,๔๓๔	๓.๘๓
๒	๘๕๔๒	วงจรรวมที่ใช้ในทางอิเล็กทรอนิกส์	๒,๓๘๗	๐.๗๖
๓	๗๔๐๕	แผ่นและแถบทองแดง	๑,๒๐๐	๑๐.๔๕
๔	๓๕๒๖	ของอื่นๆทำด้วยพลาสติก	๑,๐๖๕	๒.๐๗
๕	๒๘๔๓	โลหะ มีค่าชนิดคอลลอยด์	๕๓๔	๑๓.๔๖
๖	๗๑๐๘	ทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป	๕๐๘	๐.๒๔
๗	๗๔๐๔	เศษ และของที่ใช้ไม่ได้ ที่เป็นทองแดง	๕๐๑	๒๔.๓๕
๘	๘๕๐๓	ส่วนประกอบเครื่องจักร	๔๓๑	๖.๐๔
๙	๘๕๓๔	วงจรมิมพ์	๔๑๘	-
๑๐	๙๐๐๑	เส้นใยนำแสง	๓๕๗	-

สินค้าส่งออกปี ๒๕๕๗

ลำดับ	พิกัด	ประเภทสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
๑	๙๐๐๑	เส้นใยนำแสง	๒,๖๖๘	๕.๑๑
๒	๘๔๗๑	เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ	๑,๖๗๕	๐.๔๓
๓	๗๔๐๔	เศษ และของที่ใช้ไม่ได้ ที่เป็นทองแดง	๑,๑๒๘	๕.๔๓
๔	๘๕๓๗	แป้ง ผง คอลโซน	๗๓๗	๒.๔๔
๕	๘๕๓๔	วงจรมิมพ์	๖๕๘	๑.๖๕
๖	๘๕๔๒	วงจรรวมที่ใช้ในทางอิเล็กทรอนิกส์	๖๑๑	๐.๒๕
๗	๗๓๒๖	ของอื่นๆ ที่ทำด้วยเหล็ก	๕๒๘	๑.๔๕
๘	๗๑๑๒	เศษและของที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะมีค่า	๕๑๓	๒๓.๒๔
๙	๗๔๐๕	แผ่น แผ่นบางและแถบทำด้วยทองแดง	๔๗๕	๑๔.๒๕
๑๐	๓๕๒๖	ของอื่นๆทำด้วยพลาสติก	๔๗๘	๑.๗๒

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ณ 4 มกราคม 2559

ด้านเศรษฐกิจ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ดำเนินการสนับสนุนการดำเนินงาน OTOP เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชน จากการดำเนินงาน พ.ศ. ๒๕๕๘ ที่ผ่านมามียอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งสิ้น จำนวน ๒,๑๘๕,๒๘๑,๖๔๔ บาท (ค่าเป้าหมายในการจำหน่ายสินค้าจำนวน ๒,๑๘๔,๔๖๓,๓๐๐บาท)

สินค้าที่สำคัญของจังหวัด

การดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ปี ๒๕๕๕/๒๕๕๘ ของจังหวัดมีผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าจัดสรร รวมทั้งสิ้น ๑๐๘ ผลิตภัณฑ์ ผลการคัดสรรแบ่งเป็นระดับได้ ดังนี้

๑. ระดับ ๑ ดาว ๒ ผลิตภัณฑ์
๒. ระดับ ๒ ดาว ๒๒ ผลิตภัณฑ์
๓. ระดับ ๓ ดาว ๓๒ ผลิตภัณฑ์
๔. ระดับ ๔ ดาว ๓๑ ผลิตภัณฑ์
๕. ระดับ ๕ ดาว ๑๐ ผลิตภัณฑ์
- * ยังไม่ได้ประกาศผล ๑๑ ผลิตภัณฑ์

ตารางยอดจำหน่ายสินค้า OTOP ในปี 2556-2558

ปี	ยอดจำหน่าย
2556	1,737,982,447.00
2557	2,008,081,303.00
2558	2,220,581,181

ผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แยกตามประเภท 5 ประเภท ได้แก่

1. อาหาร = ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจมูกข้าว
2. เครื่องดื่ม = น้ำลูกยอ
3. ผ้า = ผ้าขาวม้า
4. ของใช้ = เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร
5. สมุนไพร = สมุนไพรกาญจนา

ประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ปี ๒๕๕๘

ที่	อำเภอ	รวมยอดจำหน่าย ย้อนหลัง ๓ ปี			รวมทั้งสิ้น	เฉลี่ย ๓ ปี ย้อน หลัง	เพิ่มขึ้น ๒๒ %	รวมยอดจำหน่าย ปี ๒๕๕๘
		ปี ๒๕๕๕ (บาท)	ปี ๒๕๕๖ (บาท)	ปี ๒๕๕๗ (บาท)				
๑	พระนครศรีอยุธยา	๑๕๐,๑๐๐,๐๐๐	๑๕๔,๔๕๒,๒๕๗	๑๖๓,๐๐๐,๘๐๐	๔๗๓,๕๕๓,๐๕๗	๑๖๒,๕๑๗,๖๕๕	๓๕,๗๕๓,๘๕๕	๑๕๘,๒๗๑,๕๕๗
๒	ท่าเรือ	๔๒,๐๐๑,๐๐๐	๔๔,๑๕๖,๗๕๕	๕๔,๐๐๐,๕๐๐	๑๔๐,๑๕๘,๒๕๕	๔๖,๗๑๗,๗๕๕	๑๐,๒๖๑,๒๐๗	๕๗,๐๑๓,๕๖๕
๓	นครหลวง	๑๖๗,๑๖๐,๑๐๐	๑๖๒,๖๗๐,๖๗๑	๒๐๐,๒๕๕,๒๐๐	๕๒๙,๐๘๖,๕๗๑	๑๗๖,๓๕๕,๕๒๓	๔๑,๖๖๖,๕๕๖	๒๑๑,๖๖๖,๕๕๖
๔	บางไทร	๑๐๓,๕๐๐,๐๐๐	๑๐๗,๓๒๒,๖๒๕	๑๒๖,๐๐๑,๐๐๐	๓๓๖,๘๒๓,๖๒๕	๑๑๒,๒๗๔,๖๐๘	๒๔,๗๐๐,๔๑๔	๑๓๖,๕๗๔,๐๒๒
๕	บางบาล	๒๐๒,๗๐๐,๐๐๐	๒๐๗,๓๗๐,๕๑๐	๒๔๒,๐๐๐,๕๐๐	๖๕๒,๐๗๑,๐๑๐	๒๑๗,๓๕๗,๐๐๓	๔๗,๖๖๖,๕๕๑	๒๖๕,๐๓๗,๕๕๑
๖	บางปะอิน	๖๖,๖๐๐,๐๐๐	๗๐,๖๖๐,๖๖๖	๘๕,๐๐๑,๐๐๑	๒๒๒,๒๖๑,๖๖๖	๗๔,๐๕๖,๖๖๖	๑๖,๖๖๖,๕๕๕	๙๐,๖๖๖,๕๕๕
๗	บางปะหัน	๑๑๓,๐๐๐,๐๐๐	๑๑๗,๕๕๑,๑๕๐	๑๓๖,๐๐๐,๔๐๐	๓๖๖,๕๕๑,๕๕๐	๑๒๒,๖๖๖,๕๕๐	๒๗,๐๒๕,๖๕๖	๑๔๕,๖๖๖,๕๕๖
๘	ผักไห่	๔๖,๑๕๐,๐๐๐	๕๐,๑๐๔,๖๕๕	๖๒,๐๐๐,๒๐๐	๑๖๐,๒๕๕,๕๕๕	๕๓,๔๑๖,๖๖๖	๑๑,๖๖๖,๐๐๐	๖๕,๑๗๐,๖๕๐
๙	ภาชี	๓๖,๐๐๐,๐๐๐	๔๐,๒๒๗,๖๕๕	๔๕,๐๐๑,๓๐๐	๑๒๑,๒๒๖,๖๕๕	๔๐,๓๗๖,๕๕๖	๕,๖๖๖,๐๐๐	๕๕,๖๖๖,๖๖๖
๑๐	ลาดบัวหลวง	๕๗,๐๐๐,๐๐๐	๕๕,๕๕๕,๕๕๕	๑๐๓,๐๐๐,๕๐๐	๒๑๕,๕๕๕,๕๕๕	๗๑,๖๖๖,๕๕๕	๒๑,๕๕๖,๖๖๖	๑๑๕,๖๖๖,๕๕๕
๑๑	วังน้อย	๕๗,๑๐๐,๐๐๐	๖๐,๖๕๕,๕๕๕	๗๔,๖๖๖,๖๖๖	๑๙๒,๔๑๖,๖๖๖	๖๔,๑๖๖,๕๕๕	๑๔,๖๖๖,๕๕๕	๗๖,๖๖๖,๕๕๕
๑๒	เสนา	๕๗,๕๐๐,๐๐๐	๕๕,๖๖๖,๕๕๕	๑๐๔,๐๐๐,๒๐๐	๒๑๖,๖๖๖,๖๖๖	๗๒,๕๕๕,๕๕๕	๒๑,๖๖๖,๕๕๕	๑๒๐,๖๖๖,๕๕๕
๑๓	บางซ้าย	๗๒,๖๐๐,๐๐๐	๗๕,๖๖๖,๕๕๕	๙๐,๐๐๑,๐๐๐	๒๓๘,๒๖๖,๕๕๕	๗๙,๕๕๕,๕๕๕	๑๗,๕๕๕,๕๕๕	๙๖,๖๖๖,๕๕๕
๑๔	อุทัย	๑๒๔,๐๐๐,๐๐๐	๑๒๖,๕๕๖,๖๖๖	๑๔๐,๐๐๑,๐๐๐	๓๙๐,๕๕๖,๖๖๖	๑๒๖,๖๖๖,๕๕๕	๒๖,๖๖๖,๕๕๕	๑๕๖,๖๖๖,๕๕๕
๑๕	มหาราช	๒๖๖,๐๐๐,๐๐๐	๒๖๖,๖๖๖,๖๖๖	๒๗๖,๐๐๐,๕๐๐	๘๐๘,๖๖๖,๖๖๖	๒๖๙,๖๖๖,๖๖๖	๕๕,๖๖๖,๖๖๖	๓๑๑,๖๖๖,๖๖๖
๑๖	บ้านแพรก	๕๑,๖๐๐,๐๐๐	๕๔,๑๐๕,๖๕๕	๖๕,๐๐๑,๐๐๐	๑๗๐,๖๖๖,๖๕๕	๕๖,๕๕๖,๖๕๕	๑๒,๕๕๖,๐๕๕	๖๕,๕๕๖,๖๕๕
	รวม	๑,๖๑๕,๑๑๑,๑๐๐	๑,๖๗๗,๕๕๖,๖๖๖	๒,๐๐๑,๖๖๖,๖๖๖	๕,๒๙๔,๓๓๓,๖๖๖	๑,๖๖๖,๖๖๖,๕๕๕	๔๐๐,๕๕๖,๖๖๖	๒,๒๒๖,๕๕๖,๖๖๖

ที่มา : สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ณ 18 พฤศจิกายน 2558

ด้านเศรษฐกิจ การจัดเก็บภาษี

ปีงบประมาณ ๒๕๕๘ สำนักงานสรรพากรพื้นที่พระนครศรีอยุธยา ๑ ได้รับประมาณการการจัดเก็บภาษีสรรพากร จำนวน ๕,๔๕๕.๗๕๔ ล้านบาท สามารถจัดเก็บภาษีฯ ได้จำนวน ๕,๓๔๗.๕๒๔ ล้านบาท ต่ำกว่าประมาณการที่กำหนดไว้จำนวน ๑๐๘.๒๓๐ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๑.๙๘

ประเภทภาษี	จัดเก็บภาษีได้จริง			ประมาณการปี ๒๕๕๘ (ล้านบาท)
	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	
บุคคลธรรมดา	๑,๕๒๘.๑๘๓	๑,๕๑๗.๐๙๙	๑,๒๘๙.๒๗๕	๑,๒๙๙.๕๓๘
นิติบุคคล	๒,๐๓๒.๓๑๘	๒,๐๐๑.๕๗๔	๑,๖๑๗.๙๐๗	๑,๘๑๑.๐๖๓
มูลค่าเพิ่ม	๑,๗๐๙.๑๐๐	๒,๑๑๗.๑๘๓	๒,๐๔๐.๙๖๒	๒,๓๒๖.๕๒๙
ธุรกิจเฉพาะ	๓๐๙.๘๖๗	๒๘๔.๒๙๔	๓๐๑.๖๒๘	๒๙๙.๑๐๒
อากรแสตมป์	๑๐๐.๓๙๐	๘๕.๗๓๖	๙๕.๑๐๓	๙๓.๔๗๑
รายได้อื่นๆ	๒.๓๙๗	๒.๕๑๘	๒.๖๔๘	๒.๙๗๘
รวม	๕,๖๘๒.๒๕๕	๖,๐๐๘.๔๐๔	๕,๓๔๗.๕๒๔	๕,๘๓๒.๖๘๒

ที่มา : สำนักงานสรรพากรพื้นที่พระนครศรีอยุธยา 1 ณ วันที่ 20 พฤศจิกายน 2558

ปีงบประมาณ ๒๕๕๘ สำนักงานสรรพากรพื้นที่พระนครศรีอยุธยา ๒ ได้รับประมาณการการจัดเก็บภาษีสรรพากร จำนวน ๒,๙๔๐.๓๘๙ ล้านบาท สามารถจัดเก็บภาษีฯ ได้จำนวน ๓,๐๓๐.๓๒๕ ล้านบาท ต่ำกว่าประมาณการที่กำหนดไว้จำนวน ๘๙.๐๖๔ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๓.๐๖

ประเภทภาษี	จัดเก็บภาษีได้จริง			ประมาณการปี ๒๕๕๘ (ล้านบาท)
	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	
บุคคลธรรมดา	๑,๐๒๖.๒๑๕	๗๖๙.๔๙๘	๘๒๙.๔๑๕	๘๔๙.๘๐๒
นิติบุคคล	๑,๕๓๐.๙๔๕	๙๕๔.๔๙๑	๙๘๙.๙๗๕	๑,๑๑๑.๓๓๐
มูลค่าเพิ่ม	๑,๕๑๓.๖๘๔	๑,๐๔๐.๑๘๑	๑,๑๘๕.๐๗๒	๑,๒๑๗.๕๘๙
ธุรกิจเฉพาะ	๑๖.๒๖๗	๒๒.๐๔๕	๑๒.๔๗๒	๑๗.๑๔๕
อากรแสตมป์	๑๐.๔๑๖	๘.๙๒๓	๑๑.๕๘๑	๑๐.๙๐๗
รายได้อื่นๆ	๑.๖๘๓	๑.๖๖๗	๑.๘๑๑	๑.๔๐๒
รวม	๔,๐๙๙.๒๑๐	๒,๗๙๖.๘๐๔	๓,๐๓๐.๓๒๕	๓,๒๐๘.๑๗๕

ที่มา สำนักงานสรรพากรพื้นที่พระนครศรีอยุธยา ๒ ข้อมูล : ณ วันที่ ๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๘

ปีงบประมาณ ๒๕๕๘ สำนักงานสรรพสามิตพระนครศรีอยุธยา ๑ ได้รับประมาณการการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต จำนวน ๒๑,๗๐๔,๕๓๔,๐๐๐.๐๐ บาท สามารถจัดเก็บภาษีสรรพสามิต

ได้จำนวน ๒๐,๖๕๗,๑๔๗,๕๔๑.๑๖ บาท ต่ำกว่าประมาณการที่กำหนดไว้ จำนวน ๑,๐๐๗,๓๘๖,๐๕๘.๘๔ บาท คิดเป็นร้อยละ ๔.๖๔

ประเภทภาษี	จัดเก็บภาษีได้จริง		
	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘
ภาษีน้ำมันและผลิตภัณฑ์น้ำมัน	๗๘,๔๑๗.๕๐	๗๗๕,๘๕๖.๒๕	๔,๔๓๑,๑๗๕.๐๑
ภาษียาสูบ	-	-	-
ภาษีสุรา	๓๓๖,๑๘๑.๗๕	๑,๐๔๗,๑๘๐.๗๘	๕๕๗,๔๖๘.๗๕
ภาษีเบียร์	๑,๗๑๗,๘๒๘.๖๘	๑,๒๘๗,๐๒๘,๘๕๐.๗๔	๑,๘๔๗,๕๗๕,๑๔๐,๒๑
ภาษียรถยนต์	๓๓,๕๘๗,๓๓๖.๒๖	๑๔,๓๕๕,๘๒๒,๗๕๑.๕๕	๑๖,๒๐๕,๔๔๐,๕๓๕.๕๕
ภาษีเครื่องดื่ม	๒,๔๒๗,๒๗๑,๐๕๕.๘๓	๒,๔๖๒,๑๒๖,๔๓๑.๗๖	๒,๕๒๕,๒๗๒,๐๓๑.๒๕
ภาษีเครื่องใช้ไฟฟ้า	๓๒๑,๘๘๕,๓๔๒.๒๕	๑๑๕,๕๗๔,๕๗๒.๕๐	๕๕,๐๒๕,๖๔๓.๕๕
ภาษียรถจักรยานยนต์	๒๘,๕๓๗.๐๐	-	๗๒,๘๔๐.๐๐
ภาษีเบตเตอรี	-	-	-
ภาษีสถานบริการ-สนามม้า	-	-	-
ภาษีสถานบริการ – สนามกอล์ฟ	๕,๐๘๘,๑๒๕.๓๐	๑๑,๑๗๕,๒๔๕.๕๕	๑๐,๑๕๗,๑๘๓.๘๖
ภาษีผลิตภัณฑ์เครื่องหอมและเครื่องสำอาง	๑๗,๐๕๑.๖๐	๒๑,๘๖๖.๑๕	๑๖,๓๖๖.๒๐
ภาษีแก้วและเครื่องแก้ว	-	-	-
ภาษีพรมและสิ่งปูพื้นอื่นๆ	-	-	-
ภาษีไฟ	-	-	-
ภาษีเรือ	-	-	-
ภาษีสารทำลายชั้นบรรยากาศ	-	-	-
ภาษีหินอ่อนและหินแกรนิต	-	-	-
รายได้เบ็ดเตล็ด	๒,๗๗๕,๖๗๘.๖๐	๑๓๕,๘๔๕.๔๑	๓๐๐,๕๗๐.๔๐
ภาษีในท้องถิ่นและคิสโก้เชค	๐๑๒๘,๗๐๕.๐๒	๔,๒๖๐,๕๔๘.๐๒	๓,๘๕๘,๕๘๕.๕๐
รวม	๓๘,๔๖๒,๗๗๔,๐๒๑.๘๕	๑๘,๒๘๑,๕๗๓,๕๕๖.๗๕	๒๐,๖๕๗,๑๔๗,๕๔๑.๑๖

ที่มา สำนักงานสรรพสามิตพระนครศรีอยุธยา ๑ ข้อมูล : ณ วันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๕๘

ปีงบประมาณ ๒๕๕๘ สำนักงานสรรพสามิตพระนครศรีอยุธยา ๒ ได้รับประมาณการการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต จำนวน ๑๑,๒๔๔,๐๕๕,๐๐๐.๐๐ บาท สามารถจัดเก็บภาษีสรรพสามิตได้จำนวน ๑๐,๔๘๔,๓๕๗,๑๒๕.๘๕ บาท ต่ำกว่าประมาณการที่กำหนดไว้ จำนวน ๗๕๙,๖๘๗,๘๗๔.๑๕ บาท คิดเป็นร้อยละ ๖.๗๖

ประเภทภาษี	จัดเก็บภาษีได้จริง		
	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘
ภาษีน้ำมันและผลิตภัณฑ์น้ำมัน	๗๓๑,๕๖๕.๓๘	๗๖,๔๗๕,๘๘๘.๔๕	๖๔๑,๘๒๘,๕๑๒.๖๕
ภาษีสรรพสามิต	๗๒๒,๘๐๓,๖๕๕.๐๐	๕๒,๑๓๔,๖๗๕.๐๐	๓๗๕,๐๕๒,๘๗๕.๐๐
ภาษีเบียร์	๗,๗๘๕,๒๐๗,๔๖๓.๓๗	๕,๔๖๗,๕๒๐,๕๘๐.๓๗	๕,๓๘๕,๖๓๑,๖๕๖.๕๗
ภาษีสรรพสามิตสุรา	๕,๐๕๕,๔๒๐.๒๘	๑๐,๕๒๔,๖๖๖.๕๓	๑๐,๔๖๕,๕๓๐.๖๗
ภาษีเครื่องดื่ม	๖๕,๒๓๗,๖๕๓.๒๕	๓๘,๐๐๕,๓๘๗.๗๒	๕๖,๕๒๐,๐๕๒.๖๒
ภาษีสรรพสามิตยานยนต์	๑๒,๔๗๑.๐๐	-	-
ภาษีเบตเตอรี	๘๓,๕๓๕.๘๒	๑๓,๓๐๕.๖๖	๑๘,๑๕๘.๐๐
ภาษีสรรพสามิตกอล์ฟ	๖,๘๕๗,๗๔๑.๕๗	๖,๕๓๘,๕๘๓.๒๘	๗,๓๐๗,๕๖๖.๗๕
ภาษีผลิตภัณฑ์เครื่องหอมและเครื่องสำอางค์	๘๕,๑๓๒.๒๐	๕๓,๒๑๕.๔๐	๑๕๒,๒๑๓.๑๓
ภาษีในท์กลับและคิสโก้ เชค	-	๑๓,๕๖๔.๕๐	๘๕,๖๕๔.๐๐
รายได้เบ็ดเตล็ด	๑,๗๑๕,๑๓๘.๕๐	๒,๑๘๐,๖๕๒.๐๑	๓,๒๕๐,๘๒๐.๕๐
รวม	๘,๕๕๕,๗๔๔,๒๖๘.๑๗	๕,๖๕๗,๕๘๘,๕๖๗.๗๒	๑๐,๔๘๔,๓๕๗,๑๒๕.๘๕

ที่มา สำนักงานสรรพสามิตพระนครศรีอยุธยา ๒ ข้อมูล : ณ วันที่ ๒๑ ตุลาคม ๒๕๕๘

ภาคผนวก ข

แบบสำรวจความคิดเห็น และผลการสำรวจ

แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ

1. เพศของคุณ

ชาย หญิง ไม่ระบุ

2. อายุของคุณ

ต่ำกว่า 21 ปี
 อายุ 21-25 ปี
 อายุ 26-30 ปี
 อายุ 31-35 ปี
 อายุ 36-40 ปี
 อายุ 41-45 ปี
 อายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพของคุณ

โสด
 สมรส(ไม่มีบุตร)
 สมรส(มีบุตร)
 อื่นๆ _____

4. ลักษณะของที่พักอาศัยปัจจุบันของคุณ

- บ้าน
- บ้านพักพนักงานของบริษัท
- คอนโดมิเนียม
- อพาร์ทเมนต์
- อื่นๆ _____

5. จำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่รวมผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1 คน
- 2 คน
- 3 คน
- 4 คน
- มากกว่า 4 คนขึ้นไป

6. กลุ่มอุตสาหกรรมของบริษัทท่านที่ทำอยู่ในปัจจุบัน

- ธุรกิจประกันชีวิต (INSURANCE)
- เทคโนโลยี : (ETRON,ICT)
- บริการ : (COMM,HEALTH,MEDIA,PROF,TOURISM,TRANS)
- สินค้าอุตสาหกรรม : (AUTO,IMM,PKG,PAPER,PETRO)
- ธุรกิจการเงิน : (BANK,FIN,INSUR)
- อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง : (CONMAT,CONS,PROP,PF&REIT)
- สินค้าอุปโภคบริโภค : (FASHIN,HOME,PERSON)
- เจ้าของกิจการ
- แม่บ้าน
- อื่นๆ _____

7. ระดับการศึกษาสูงสุดของคุณ

- ปริญญาโท
- ปริญญาตรี
- ปวช/ปวส
- อื่นๆ _____

8. คุณมีความสนใจในอาหารสุขภาพอยู่ในระดับใด

- 5 – สนใจมากที่สุด
- 4 – สนใจมาก
- 3 – สนใจปานกลาง
- 2 – สนใจเพียงเล็กน้อย
- 1 – ไม่สนใจ

9. ในพื้นที่ที่คุณอยู่อาศัย มีอาหารเพื่อสุขภาพประเภทใดขายอยู่บ้าง?

10. ปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ 3 อันดับแรก

- ราคา
- รสชาติ
- สถานที่จัดจำหน่าย
- ความสดของผัก
- ไม่ใช่วัตถุดิบเสีย
- บรรจุภัณฑ์
- ยี่ห้อ
- อื่นๆ _____

11. คุณทานสลัดบ่อยครั้งเพียงใดใน 1 สัปดาห์

- 1 ครั้งต่อสัปดาห์
- 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์
- 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์
- ไม่ค่อยได้ทาน (น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์)
- อื่นๆ _____

12. ถ้ามีผักให้คุณเลือกทาน ผักชนิดใดที่คุณจะเลือกทานเป็นสิ่งแรก

- ผักไฮโดรโปนิคส์ : (ปลูกในสารละลายแบบไม่ใช้ดิน)
- ผักออร์แกนิก : (ปลูกแบบไม่ใช้ปุ๋ยเคมีหรือถ้าใช้ก็น้อยมากและไม่ใช้ยาฆ่าแมลง)
- ผักปลอดสารพิษ : (ปลูกแบบใช้ปุ๋ยเคมีแต่ไม่ใช้ยาฆ่าแมลง)
- ผักทั่วไปตามท้องตลาด
- อื่นๆ _____

13. ปกติคุณซื้อผักและน้ำสลัดแยกกัน หรือ แบบสลัดผักชุดสำเร็จรูปพร้อมทาน

- ซื้อแยก
- ซื้อแบบชุดสำเร็จรูปพร้อมทาน
- ซื้อทั้ง 2 แบบ

14. สถานที่ใดที่คุณนิยมไปซื้อผักและน้ำสลัดเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

- ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า
- ตลาดทั่วไป : (ตลาดสด/ตลาดนัด)
- Shop ในห้างสรรพสินค้า
- จากผู้ผลิตโดยตรงเช่นฟาร์มผัก
- อื่นๆ _____

15. ราคาที่เห็นว่าเหมาะสม สำหรับสลัดผักเพื่อสุขภาพ 1 ถ้วย (ปริมาณต่อถ้วยเพื่อทดแทนอาหาร 1 มื้อ)

25-30 บาท

35-40 บาท

45-50 บาท

50 บาทขึ้นไป

อื่นๆ _____

16. ปกติคุณทานสลัดด้วยวิธีใด

เติใส่ภาชนะอื่น

ทานในบรรจุภัณฑ์

อื่นๆ _____

17. คุณเคยสั่งอาหาร delivery ผ่านช่องทาง facebook หรือ IG หรือไม่

เคย

ไม่เคย

18. คุณมีการซื้อสลัดไปฝากเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวหรือไม่

ซื้อ 1 ครั้งต่อสัปดาห์

ซื้อ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์

นานๆครั้ง (น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์)

ไม่ซื้อ

อื่นๆ _____

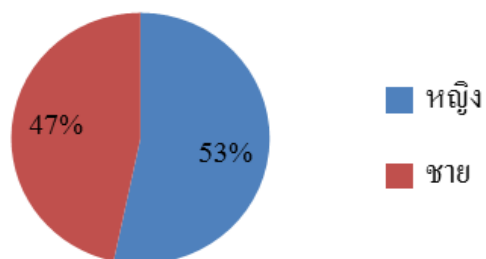
19. หากผู้จัดจำหน่ายมีบริการจัดส่งอาหารถึงที่ในพื้นที่โดยไม่มีค่าบริการเพิ่มเติมจะส่งผลกระทบต่อ
ตัดสินใจซื้ออย่างน้อยในระดับใด

- 5 – ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อมากที่สุด
- 4 – ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อมาก
- 3 – ค่อนข้างส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อ
- 2 – ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อเพียงเล็กน้อย
- 1 – ไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อ

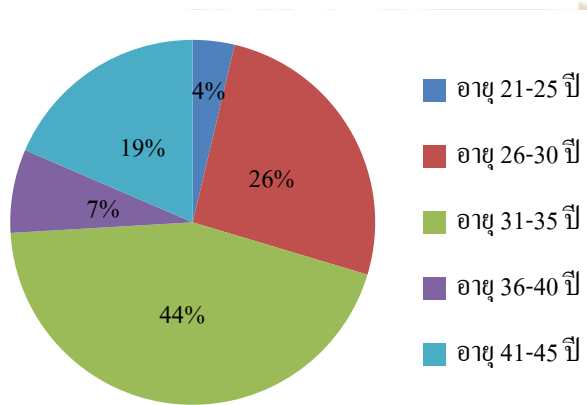


ผลการสำรวจความคิดเห็นจากแบบสอบถาม จำนวน 60 ชุดในพื้นที่เมืองจังหวัดอยุธยา

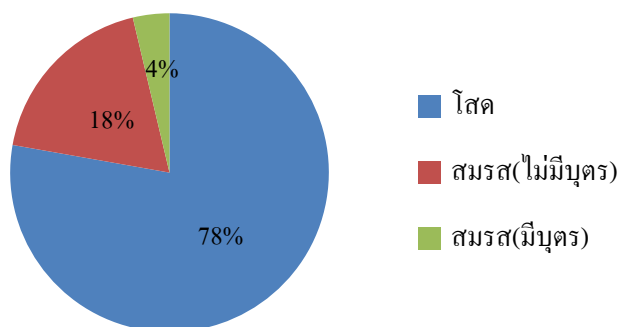
เพศ



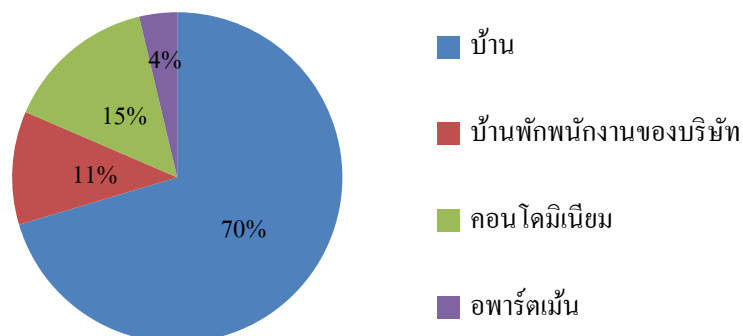
อายุ



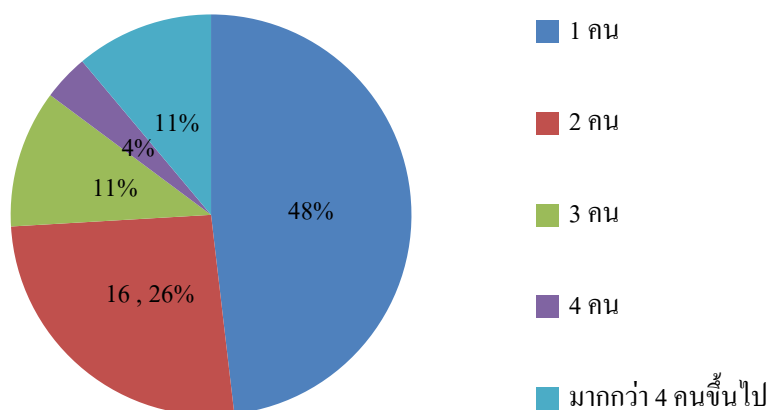
สถานภาพ



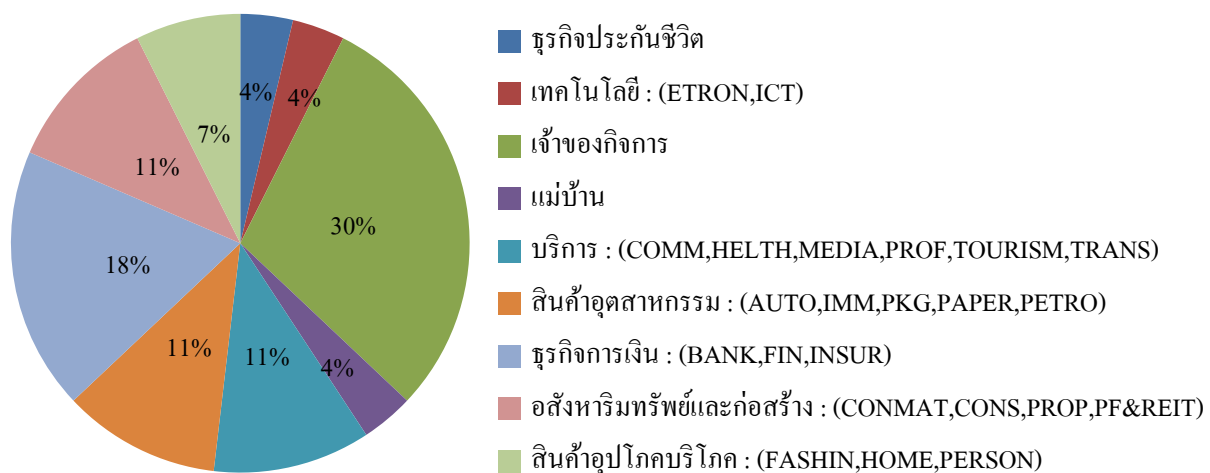
ลักษณะที่พักอาศัย



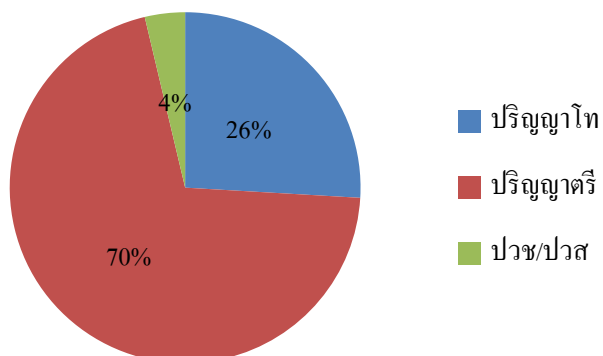
จำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่รวมผู้ตอบแบบสอบถาม



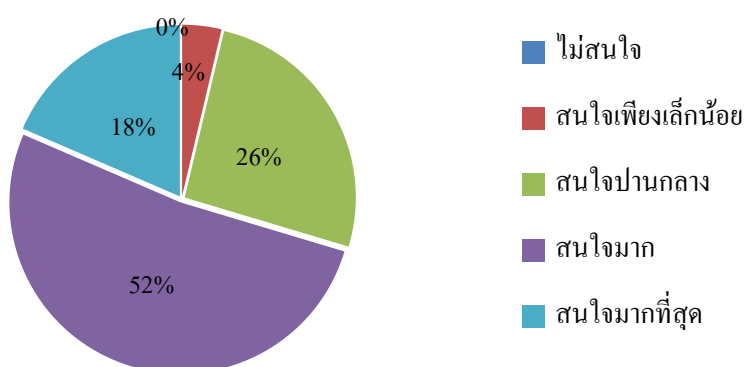
กลุ่มอุตสาหกรรมของบริษัทท่านที่ทำอยู่



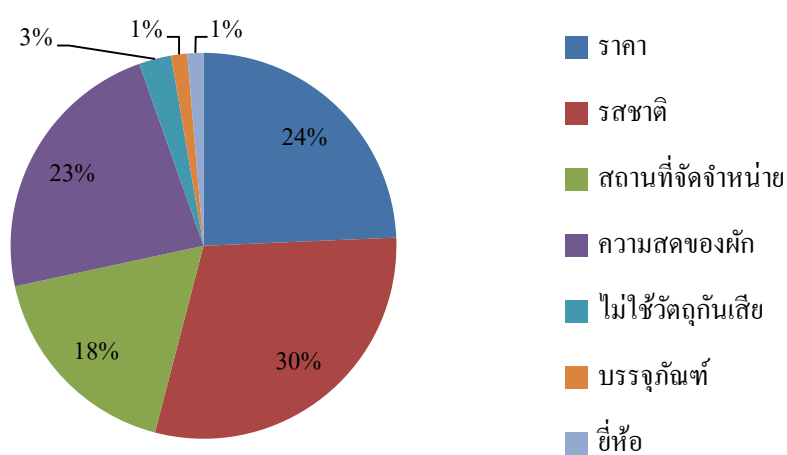
ระดับการศึกษา



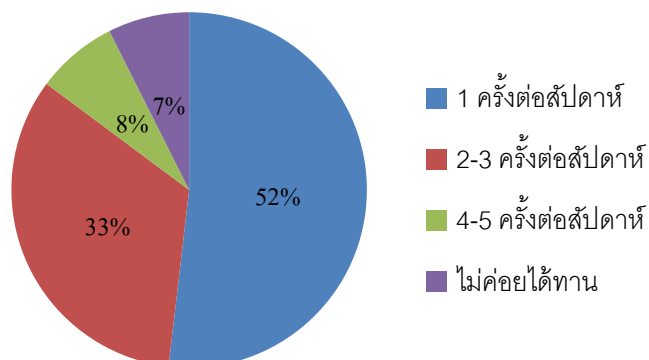
คุณมีความสนใจในอาหารสุขภาพอยู่ในระดับใด



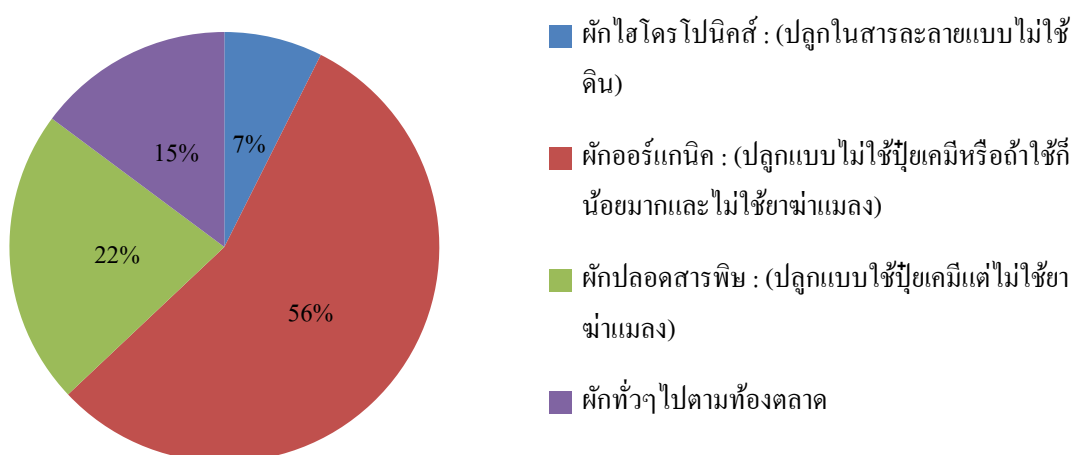
ปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ 3 อันดับแรก



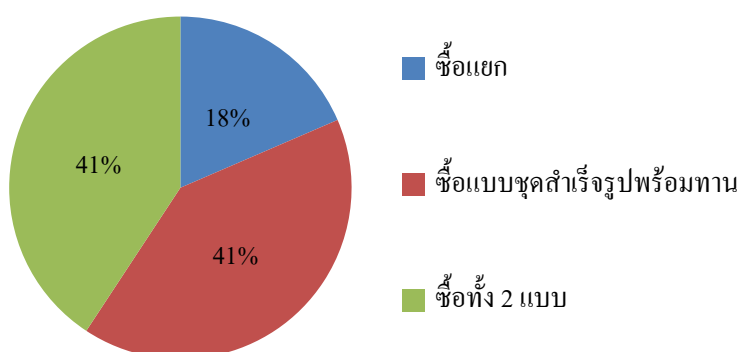
คุณทานสลัดบ่อยครั้งเพียงใดใน 1 สัปดาห์



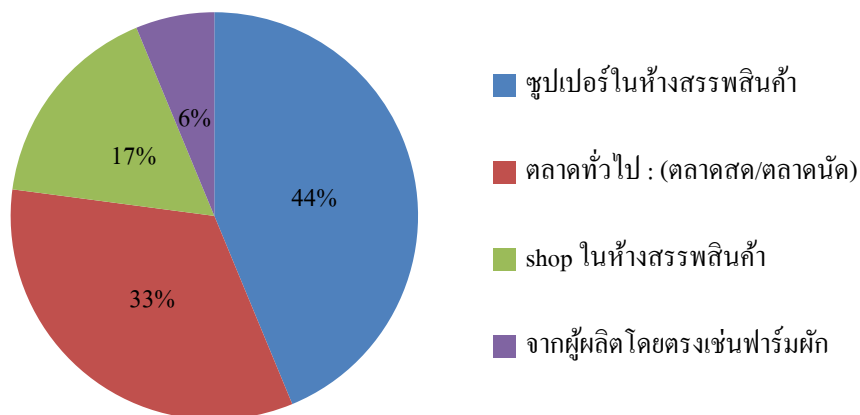
ถ้ามีผักให้คุณเลือกทาน ผักชนิดใดที่คุณจะเลือกทานเป็นสิ่งแรก



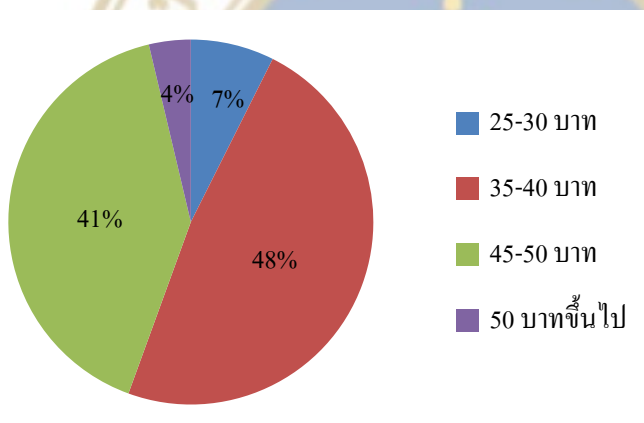
ปกติคุณซื้อผักและน้ำสลัดแยกกัน หรือ แบบสลัดผักชุดสำเร็จรูปพร้อมทาน



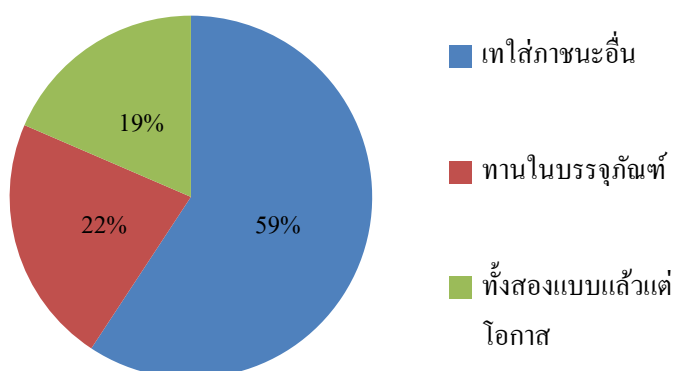
สถานที่ใดที่คุณนิยมไปซื้อผักและน้ำสลัดเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ



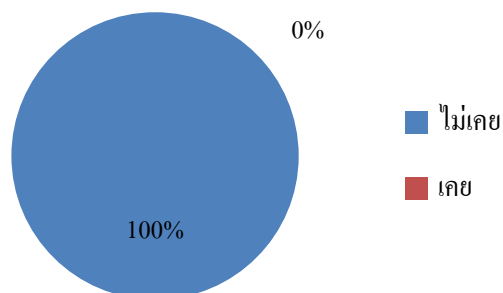
ราคาที่คุณเห็นว่าเหมาะสม สำหรับสลัดผักเพื่อสุขภาพ 1 ถ้วย (ปริมาณต่อถ้วยเพื่อทดแทนอาหาร 1 มื้อ)



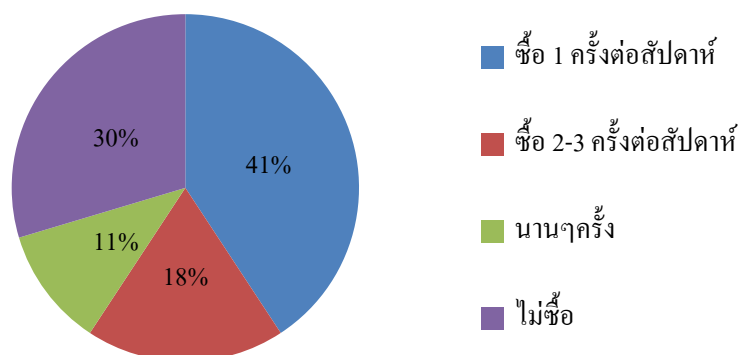
ปกติคุณทานสลัดด้วยวิธีใด



คุณเคยสั่งอาหาร delivery ผ่านช่องทาง facebook หรือ IG หรือไม่



คุณมีการซื้อสัปดาห์ไปฝากเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวหรือไม่



หากผู้จัดจำหน่ายมีบริการจัดส่งอาหารถึงที่ในพื้นที่ โดยไม่มีค่าบริการเพิ่มเติมจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างน้อยในระดับใด(1-5)

