แผนพัฒนาธุรกิจซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลือง

โชติกา สุวพันธ์วัฒนา

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนพัฒนาธุรกิจซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลือง

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

25 สิงหาคม พ.ศ. 2563

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

นางสาวโชติกา สุวพันธ์วัฒนา
ผู้วิจัย

.....

เลิศยศ ตรีรัตนไพบูลย์,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์โชติรส พลับพลึง,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร อาภาศิลป์,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิล

.....

สุเทพ นิ่มสาย,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลือง สามารถทำสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผศ.ดร.พัลลภา ปีติสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาของผู้วิจัย ซึ่งได้ชี้แนะแนวทางการดำเนินการทำวิจัยที่ถูกต้อง ช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและด้วยความเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา รวมถึงอาจารย์กิตติชัย ราชมหา ที่ได้ให้ความกรุณามอบความรู้และชี้แนะแนวทางการทำแผนการเงิน ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเหล่าคณาจารย์วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน มอบความรู้และแนวทางอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนธุรกิจ ทำให้ผู้วิจัยมีความคิดและมองเห็นแนวทางในการทำแผนธุรกิจที่ครบถ้วนรอบด้าน ขอขอบคุณเพื่อนสาขาการจัดการธุรกิจโครงการ 4+1 รุ่น 20B ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัย ที่คอยให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่ง ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวมา ณ ที่นี้ ผู้วิจัยหวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่บุคคลที่สนใจและหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้เพียงผู้เดียว

โชติกา สุวพันธ์วัฒนา

แผนธุรกิจการพัฒนาซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลือง

BUSINESS PLAN OF SOY PROTEIN PACKAGE

โชติกา สุวพันธ์วัฒนา 6050208

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์โชติรส พลับพลึง, Ph.D., เลิศยศ ตรีรัตนไพบูลย์, Ph.D., สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D.

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันนี้สินค้าอุปโภคบริโภคนับว่าเข้ามามีบทบาทสำคัญกับชีวิตประจำวันของทุกๆ คนมากยิ่งขึ้น ซึ่งหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของสินค้าเหล่านี้ก็คือ บรรจุภัณฑ์ (package) เพราะนอกจากจะช่วยปกป้องสินค้าภายในจากสิ่งแวดล้อมภายนอก อากาศ ฝุ่นละออง หรือเชื้อจุลินทรีย์ต่างๆ แล้ว ยังมีส่วนในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าทางการตลาด แต่ส่วนมากแล้วมักจะผลิตจากพลาสติกสังเคราะห์ ซึ่งในแต่ละครั้งที่มีการบริโภคสินค้าเหล่านี้ก็ย่อมทำให้เกิดขยะ โดยโดยที่กว่า 30% นั้นพบว่าเป็นวัสดุพลาสติกสังเคราะห์ ซึ่งถือว่าเป็นขยะประเภทที่ย่อยสลายได้ยาก ไม่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ และใช้ระยะเวลานานกว่าจะย่อยสลายไป จนทำให้เกิดเป็นวิกฤตสถานการณ์ขยะโลกอันน่าเป็นห่วง ส่งผลให้ประชาชน ทุกภาคส่วนทั้งฝั่งผู้ผลิต รวมถึงผู้บริโภค ตระหนักต่อสถานการณ์ดังกล่าวมากยิ่งขึ้น และทำให้เริ่มเห็นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ใจและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ทั้งยังช่วยส่งเสริมมูลค่าให้แก่สินค้าที่ใช้วัสดุอันเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย

งานวิจัยฉบับนี้จึงได้เกิดเป็นแผนธุรกิจสำหรับซองบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกสำหรับการบรรจุกาแฟ และเครื่องดื่มชนิดผงกึ่งสำเร็จรูปโดยผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ อย่างโปรตีนจากถั่วเหลือง ซึ่งสามารถละลายได้ในน้ำร้อนที่อุณหภูมิ 59-75°C เพื่อลดปัญหาขยะพลาสติกจากบรรจุภัณฑ์สินค้าบริโภค

คำสำคัญ : ซองบรรจุภัณฑ์/ บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก/ สารสกัดโปรตีนถั่วเหลือง/ ละลาย

63 หน้า

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	**ข**
บทคัดย่อ	**ค**
สารบัญตาราง	**ช**
สารบัญรูปภาพ	**ฌ**
บทที่ 1 บทนำ	**1**
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	**10**
บทที่ 3 แผนการดำเนินงาน	**22**
3.1 การจัดตั้งบริษัท	22
3.2 ด้านการดำเนินงาน	23
3.2.1 การจัดหาที่ตั้งของสำนักงาน	23
3.2.2 การจัดหาผู้ผลิต	23
3.3 การจดอนุสิทธิบัตร	25
3.4 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	26
3.4.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการจัดตั้งบริษัท	26
3.4.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	27
3.4.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน	27
3.4.4 ค่าใช้จ่ายในการผลิต	28
3.4.5 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	28
3.5 ขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ	29
3.6 ภาพรวมการดำเนินงาน	30
บทที่ 4 โครงสร้างองค์กร	**31**
4.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	31
4.2 ลักษณะการบริหารงาน	32
4.3 การจัดหาบุคลากร	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.4 แผนการบริหารงาน	33
4.5 วันและเวลาทำการ	34
4.6 การวางแผนกำลังคน และโครงสร้างค่าตอบแทน	34
4.7 การสรรหา และคัดเลือกพนักงาน	35
บทที่ 5 แผนการเงิน	**38**
5.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงิน	
และการวิเคราะห์การคุ้มค่าความคุ้มทุนโครงการ	38
5.1.1 สินทรัพย์ของบริษัท	
5.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	39
5.1.3 สมมติฐานทางการเงิน	40
5.1.4 การประมาณการรายได้	41
5.1.5 การประมาณการต้นทุน	42
5.1.6 การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	43
5.2 แผนการเงินตามกรอบเวลา 5ปี	45
5.2.1 แผนการเงินประเภทงบกำไรขาดทุน	45
5.2.2 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงินปีที่ 1-ปีที่ 5	46
5.2.3 แสดงงบกระแสเงินสดปีที่ 1-ปีที่ 5	48
5.3 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการระยะเวลา 5 ปี	49
5.3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ	50
5.3.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ	51
5.3.3 ระยะเวลาในการคืนทุน	51
5.3.4 ระยะคืนทุนแบบคิดลด	51
5.3.5 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความคุ้มค่าการลงทุน	51
บทที่ 6 แผนการจัดการความเสี่ยง และการรองรับความเสี่ยง	**53**
6.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	53
6.1.1 ความเสี่ยงทางด้านการตลาด	53

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.1.2 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง	53
6.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน	54
6.1.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ	54
6.2 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไข กรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	56
บรรณานุกรม	**59**
ภาคผนวก	**62**
หน้าประวัติผู้วิจัย	**63**

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงสรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงกดดันทั้ง 5 ประการ	5
1.2 แสดงปัญหาของผู้บริโภค และคุณค่าที่คาดว่าลูกค้าจะได้รับ	9
2.1 รายละเอียดเป้าหมายทางการตลาดปีที่ 1-3	11
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่งในตลาดบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	12
2.3 แสดงการแบ่งกลุ่มเป้าหมายของซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก แบรนด์ SOY BAG	14
2.4 แสดงแผนการดำเนินงานส่งเสริมการตลาดและงบประมาณปีที่ 1	18
2.5 แสดงแผนการดำเนินงานส่งเสริมการตลาดและงบประมาณปีที่ 2 และ 3	20
2.6 แสดงการประมาณการยอดขาย	21
3.1 แสดงการเปรียบบริษัทผู้ผลิตที่เลือกมาพิจารณาในการสั่งผลิตซองบรรจุภัณฑ์	24
3.2 แสดงค่าใช้จ่ายก่อนการจัดตั้งบริษัท	26
3.3 แสดงค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	27
3.4 แสดงค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน	27
3.5 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิต	28
3.6 แสดงค่าใช้จ่ายในการออกงาน	28
3.7 แสดงแผนภาพรวมการดำเนินงานของบริษัทในปีที่ 0	30
3.8 แสดงแผนภาพรวมการดำเนินงานของบริษัทในปีที่ 1	30
4.1 แสดงบุคลากรในบริษัท soybiobag จำกัด	32
4.2 ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากร	32
4.3 อัตราการว่าจ้างงานในระยะ 5ปีแรก	34
4.4 การประมาณค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจปีที่ 1- ปีที่ 5	34
4.5 คุณสมบัติของบุคลากร	36
5.1 แสดงเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน และเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท soybiobag จำกัด	38
5.2 แสดงสัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุน	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
5.3 แสดงเงินทุนของบริษัท soybiobag จำกัด	39
5.4 แสดงสมมติฐานทางการเงิน	40
5.5 แสดงประมาณการรายได้ปีที่ 1- ปีที่ 5	41
5.6 แสดงประมาณการต้นทุน ต่อหน่วยปีที่ 1-ปีที่ 5	42
5.7 แสดงราคาต้นทุนขายจากปริมาณยอดสั่งซื้อจากทุกช่องทางการจำหน่ายในปีที่ 1-ปีที่ 5	42
5.8 แสดงค่าใช้จ่ายสำนักงานในปีที่ 1- ปีที่ 5	43
5.9 แสดงค่าใช้จ่ายการตลาดในปีที่ 1- ปีที่ 5	43
5.10 แสดงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในปีที่ 1- ปีที่ 5	44
5.11 แสดงค่าใช้จ่ายบริหารในปีที่ 1- ปีที่ 5	45
5.12 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนปีที่ 1-ปีที่ 5	45
5.13 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงินในปีที่ 1-ปีที่ 5	46
5.14 แสดงงบกระแสเงินสดปีที่ 1-ปีที่ 5	48
5.15 แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับผลิตภัณฑ์ซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลือง SOY BAG	49
6.1 แสดงบทวิเคราะห์ความเร่งด่วนของความเสี่ยง และแนวทางการลดความเสี่ยง	56

สารบัญรูปภาพ

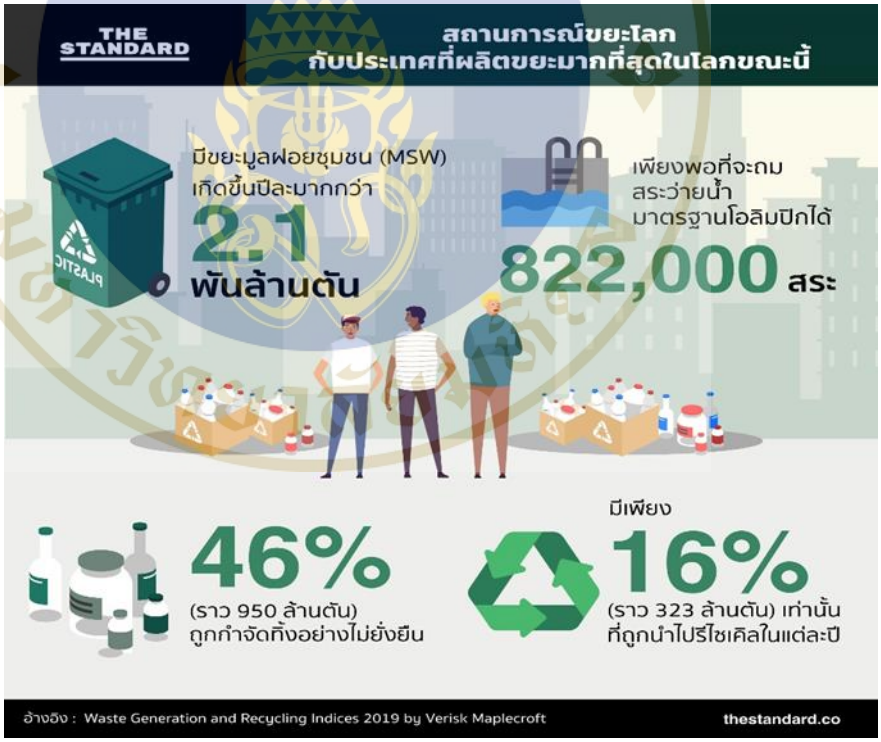
รูปภาพ	หน้า
1.1 ภาพแสดงสถานการณ์ขยะโลก	1
1.2 Top 5 Claims ในการออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชนิดใหม่ในปี 2017 (World Data)	3
2.1 การวางผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า	15
2.2 ซองบรรจุเครื่องดื่มผงรักษ์โลกจากโปรตีนถั่วเหลือง	16
4.1 แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กรของบริษัท soybiobag จำกัด	31

บทที่ 1
โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

แนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อม

จากรายงานของ Waste Generation and Recycling Indices 2019 ที่จัดทำโดย Verisk Maplecroft Environment Dataset ที่ศึกษาและสำรวจตัวชี้วัดกว่า 52 ตัวเกี่ยวกับการผลิตขยะ และการรีไซเคิลขยะที่เกิดขึ้นในประเทศต่างๆ ทั่วโลก พบว่า สถานการณ์ขยะโลกกำลังน่าเป็นห่วง เนื่องจากในแต่ละปี มีขยะมูลฝอยชุมชน (Municipal Solid Waste) เกิดขึ้นปีละมากกว่า 2.1 พันล้านตัน แต่มีเพียง 16% หรือราว 323 ล้านตันเท่านั้น ที่จะถูกนำไปเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล



ภาพที่ 1.1 ภาพแสดงสถานการณ์ขยะโลก

ปัญหาสิ่งแวดล้อมดังกล่าวทำให้เทรนด์ธุรกิจรักษ์โลกโดยการใช้วัสดุทดแทนอย่างพลาสติกชีวภาพ (Bioplastics) ที่ผลิตจากพืช ย่อยสลายง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความต้องการ

ขยายตัวอย่างรวดเร็วจาก 4 % เป็น 40% ในอีก 10 ปี โดยเฉพาะตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ครั้งเดียว (Single-use Plastics) ในเอเชียที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงสุด (CAGR) 22%

แนวโน้มด้านอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

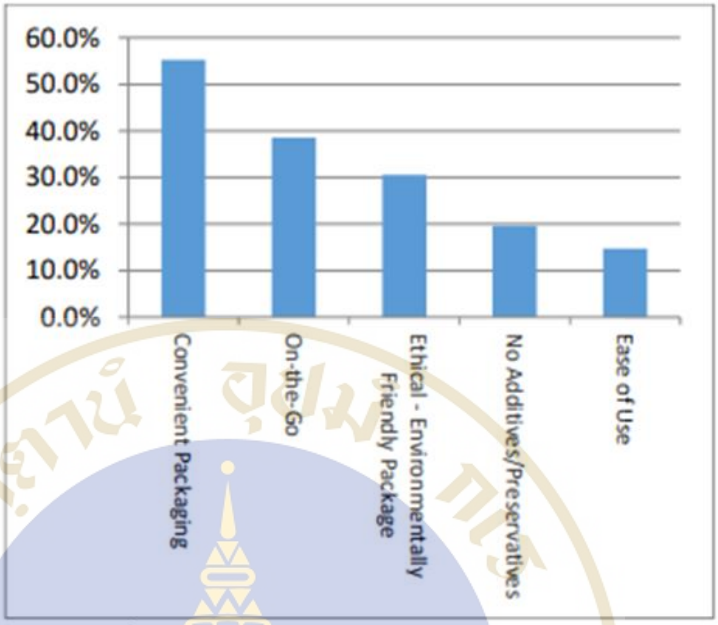
จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกร ให้รายงานว่าจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ เป็นโอกาสในการขยายธุรกิจบรรจุภัณฑ์พลาสติกชีวภาพของไทย จากกฎการยกเลิกใช้พลาสติก โดยมีมูลค่าตลาดส่งออกสูงถึง 16,697 ล้านบาทในปี 2562 และคาดว่าจะมีมูลค่า 19,107 ล้านบาท ในปี 2563 หรือเติบโต 14% และคาดว่าจะเป็นพลาสติกชีวภาพที่เข้าไปทดแทนอย่างน้อยราว 30 % ของพลาสติกจากปิโตรเคมี

"เทรนด์ธุรกิจรักษ์โลก" หนุนความต้องการพลาสติกชีวภาพโต จากการคาดการณ์ของ Grand View Research พบว่าในอีก 10 ปี มูลค่าของตลาดพลาสติกชีวภาพจาก 21 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2562 เพิ่มเป็นมูลค่า 324 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2573 คิดเป็นสัดส่วนความต้องการพลาสติกชีวภาพจากร้อยละ 4 เป็นร้อยละ 40 ของความต้องการผลิตภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประมาณการว่า กว่าร้อยละ 70 ของตลาดพลาสติกชีวภาพในปี 2573 จะเป็นผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม โดยในอนาคตเอเชียแปซิฟิกจะเป็นหนึ่งในตลาดที่มีศักยภาพที่จะก้าวมาเป็นผู้นำตลาดแทนยุโรปในอีก 5 ปีข้างหน้า จากอัตราการเติบโตของความต้องการพลาสติกชีวภาพเฉลี่ยสะสมต่อปีถึงร้อยละ 224

เมื่อดูที่แนวโน้มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในปี 2018 ถูกขับเคลื่อนจากแรงผลักดันหลักด้านกระแสสิ่งแวดล้อมและภาวะโลกร้อนรวมทั้งเรื่องของสุขภาพและความปลอดภัย เนื่องจากผลการประเมินที่ผ่านมาพบว่า มีบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพียงร้อยละ 5 เท่านั้นที่ยังคงหมุนเวียนต่อเนื่องในระบบ ทำให้การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกไม่คุ้มค่าเกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ และก่อผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะระบบนิเวศในทะเล สหภาพยุโรปจึงมีมติร่วมกันที่จะลดผลกระทบนี้โดยเป้าหมายหลักเป็นการลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง (Single Use) หรือบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าแยกชิ้นสำหรับการบริโภคแต่ละครั้ง(Single Serve) รวมทั้งองค์ประกอบพลาสติกขนาดเล็กในระบบบรรจุจากนโยบายนี้ส่งผลให้หลายองค์กรและบริษัทยักษ์ใหญ่ระดับนานาชาติหลายบริษัทประกาศใช้นโยบาย “Circular Packaging Economy”

กระแสสิ่งแวดล้อมและการรณรงค์ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก รวมทั้งความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของผู้ผลิตสินค้าน่าจะทวีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทต่างๆ น่าจะเริ่มประกาศนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนและนำสู่การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อแก้ปัญหาด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม อันเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ถูกทิ้งอย่างไม่

เป็นระบบ นวัตกรรมด้านวัสดุชีวฐาน หรือการใช้วัสดุย่อยสลายได้ ในการประยุกต์เป็นบรรจุภัณฑ์หรือองค์ประกอบของระบบบรรจุในบางกรณี เช่น ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม



ภาพที่ 1.2 Top 5 Claims ในการออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชนิดใหม่ในปี 2017 (World Data)

จากภาพที่ 2 แสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม มากกว่า 50% เน้นไปที่ความสะดวกในการใช้งานเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมที่มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากขึ้น และความเร่งรีบของประชากรเมืองที่มากขึ้น รองลงมาคือพกพาได้สะดวกอยู่ที่เกือบ 40% เช่นกันกับการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถูกให้ความสำคัญมากขึ้นจากปัญหาขยะและสภาวะโลกร้อนในปัจจุบันอยู่ที่ 30% และต่อมาคือเรื่องของสุขภาพที่ถูกให้ความสำคัญมากขึ้นโดยลดการใช้สารกันเสียหรือสารปรุงแต่งลง อยู่ที่ 20% และสุดท้ายคือง่ายต่อการใช้งานอยู่ที่ 13%

1.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ-Five Forces)

แรงกดดันที่ 1 : อุปสรรคการเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้แข่งขันหน้าใหม่

- ต้นทุนที่ใช้ในการวิจัย คิดค้นสูตร ตลอดจนการผลิตเพื่อที่จะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นค่อนข้างสูง จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมาก และหากต้องเพิ่มระยะเวลาในการคิดค้นสูตรต้นทุนก็จะยิ่งสูงขึ้นตาม[1] (-)

- กระแสธุรกิจรักษ์โลก ส่งผลให้ในหลายประเทศรวมถึงประเทศไทยมีมาตรการลดการใช้พลาสติกโดยเฉพาะกับผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ส่งผลให้วัสดุทดแทนอย่างพลาสติกชีวภาพมีความต้องการขยายตัวอย่างรวดเร็วที่อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 30 (+) (ศูนย์วิจัยกสิกร,2562)
- พลาสติกชีวภาพในไทยยังไม่ได้รับความแพร่หลายมากนัก (-) (ศูนย์วิจัยกสิกร,2562)
- กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ออกมาตรการการจัดการขยะพลาสติก ทำให้เกิดปัจจัยสนับสนุนธุรกิจวัสดุทดแทนพลาสติก (+) (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2561)
- กรมทรัพย์สินทางปัญญารับปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงขั้นตอนของการจดสิทธิบัตรในอนาคตทำให้การคุ้มครองและกีดกันการผลิตผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดียวกันได้ (+) (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2563)

ดังนั้นสรุปได้ว่าอุปสรรคการเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้แข่งขันหน้าใหม่ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง มีความท้าทายในด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและสร้างความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมรวมถึงด้านเงินทุน แต่ยังมีแรงสนับสนุนจากภาครัฐ การออกกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องรวมถึงการขยายตัวของอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ (±)

แรงกดดันที่ 2 : ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

- ในปัจจุบันยังพบว่าธุรกิจพลาสติกชีวภาพยังมีคู่แข่งน้อยราย แม้จะมีเจ้าใหญ่อย่างปตท แต่ยังไม่มีผู้ใดที่เลือกใช้โปรตีนจากถั่วเหลืองมาเป็นวัตถุดิบตั้งต้นในการผลิต (Plastic Intelligence Unit, 2563) (+)
- สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยอาจเสียเปรียบในเรื่อง Economy of scale เมื่อเทียบกับรายใหญ่หากเข้ามาดำเนินการรูปแบบเดียวกัน (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) (-)
- ปัจจุบันพลาสติกชีวภาพมักใช้สำหรับการผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นหลัก โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว (Flexible packaging) ที่คิดเป็น 44% ของพลาสติกชีวภาพทั้งหมด ถือว่ามีกำลังในการขยายตลาดได้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) (+)

ดังนั้นสรุปได้ว่าความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมถือว่าอยู่ในระดับต่ำเนื่องจากจำนวนคู่แข่งยังน้อยราย และยังไม่มีผู้ใดผูกขาดตลาด นอกจากนี้ตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกชีวภาพยังเป็นที่น่าสนใจและน่าจับตามอง มีกำลังในการขยายตลาดซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจ (+)

แรงกดดันที่ 3 : อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

- เนื่องจากสินค้านั้นเป็นบรรจุภัณฑ์ และมีกลุ่มลูกค้าเป็นอุตสาหกรรมโรงงานผลิตเครื่องดื่มผงและผงปรุงรสกึ่งสำเร็จรูป การสั่งในแต่ละครั้งจึงสั่งเป็นจำนวนมากทำให้ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองเรื่องราคาได้ (-)
- Switching cost ต่ำ เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผู้ผลิต หากคุณภาพเทียบเท่ากัน (-)

ดังนั้นสรุปได้ว่าผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองมากเนื่องจากการสั่งซื้อจำนวนมากในแต่ละครั้ง รวมถึง switching cost ที่ต่ำ (-)

แรงกดดันที่ 4 : อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

- เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิตนั้นต้องใช้ในปริมาณมากพอสมควร รวมถึงผู้ขายวัตถุดิบก็มีด้วยกันอยู่หลายราย ทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบนั้นต่ำ (+)

แรงกดดันที่ 5 : ความเสี่ยงของสินค้าทดแทน

- เนื่องจากสินค้าที่ผลิตนี้เป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถละลายได้ในน้ำร้อน และสามารถรับประทานได้โดยมีสูตรที่เป็นความลับทางการค้า และยังไม่มีสินค้าทดแทนใดในปัจจุบัน (+)

ตาราง 1.1 แสดงสรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงกดดันทั้ง 5 ประการ

แรงกดดัน 5 ประการ	**ผลกระทบต่อธุรกิจ**
อุปสรรคการเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้แข่งขันหน้าใหม่ (Threat of new entrance)	±
ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Intensity of competitive rivalry)	+
อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of customers)	-
อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining power of suppliers)	+
ความเสี่ยงของสินค้าทดแทน (Threat of substitute product or services)	+

หมายเหตุ (+) หมายถึง เป็นผลดีต่อธุรกิจ

(-) หมายถึง เป็นผลเสียต่อธุรกิจ

เมื่อพิจารณาแรงกดดันในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ประการดังตารางที่ 1.2 พบว่าการดำเนินธุรกิจนี้ แม้จะมีความท้าทายในด้านอุปสรรคการเข้ามาแข่งขันในตลาดของผู้แข่งขันหน้าใหม่ และอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมีสูง แต่ก็ยังน่าสนใจเพราะมีปัจจัยหลายด้านสนับสนุนและกำลังของตลาด

1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision, Mission and Goals)

1.3.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำในด้านการพัฒนาและผลิตบรรจุภัณฑ์อันเป็นมิตรกับโลก สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ นำสู่การเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน

1.3.2 พันธกิจ (Mission)

1. ศึกษาค้นคว้างานวิจัยด้านวัสดุทดแทน ร่วมกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กับทีมนักวิจัยผู้มีความเชี่ยวชาญ
2. ศึกษากลุ่มลูกค้าเพื่อหาความต้องการที่แท้จริง และนำเข้าสู่กระบวนการผลิตที่สามารถตอบโจทย์ของลูกค้าร่วมกับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว เพื่อนำไปสู่การเป็นพันธมิตรทางการค้าซึ่งกันและกัน
4. สร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพและการให้บริการ นำมาซึ่งความไว้วางใจและก่อให้เกิดการเป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

1.3.3 เป้าหมาย (Goals)

เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

1. นำเสนอผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก่กลุ่มลูกค้าโรงงานผลิตเครื่องดื่มผงกึ่งสำเร็จรูป ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60
2. ลูกค้าในกลุ่มเป้ามีความพึงพอใจและสนใจในตัวผลิตภัณฑ์อย่างมากไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2)

1. มีฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มผงกึ่งสำเร็จรูป ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60
2. รักษาความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 85

3. เป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก
4. เพิ่มอัตราการเติบโตของยอดขายในกลุ่มลูกค้าเดิม ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10

เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 3 เป็นต้นไป)

1. มีฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มผงกึ่งสำเร็จรูป ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
2. รักษาความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า และเป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90
3. เพิ่มอัตราการเติบโตของยอดขายในกลุ่มลูกค้าเดิม ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15
4. ขยายตลาดไปยังอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรส อย่างน้อยร้อยละ 40 ของทั้งหมด
5. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้กับผลิตภัณฑ์ของเหลว

1.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

Strengths (จุดแข็ง)

- มีทีมนักวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ มีความเชี่ยวชาญและเครื่องมือเพียงพอสำหรับการคิดค้นสูตรและผลิต[1]
- กระบวนการผลิตไม่ต้องใช้เทคโนโลยีซับซ้อน สามารถผลิตเองได้ ไม่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ [1]
- บรรจุภัณฑ์ผลิตจากการสกัดโปรตีนจากถั่วเหลือง ซึ่งเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติใช้เป็นวัสดุทดแทนพลาสติก มีคุณสมบัติในการละลายได้ในน้ำร้อนและสามารถรับประทานได้โดยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ สอดคล้องกับกฎหมายและมาตรการการจัดการขยะของประเทศไทย และสากล

Weakness (จุดอ่อน)

- ผลิตภัณฑ์ยังอยู่ในขั้นพัฒนาภายในห้องปฏิบัติการ
- เงินลงทุนที่ค่อนข้างสูงทั้งในด้านการพัฒนาสูตร การผลิต รวมถึงการดำเนินการด้านกฎหมายภายหลังจากกระบวนการผลิต
- ไม่มีประสบการณ์ในธุรกิจอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกชีวภาพนี้มาก่อน

Opportunities (โอกาส)

- พลาสติกชีวภาพมีความต้องการสูงขึ้นทั่วโลก ทำให้อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงถึง (CAGR) 22% ในเอเชีย (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2562)

- การออกกฎหมายและมาตรการการจัดการกับขยะพลาสติกของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้เป็นปัจจัยสนับสนุนจากภาครัฐอย่างชัดเจน (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2561)
- กระแสของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น อันนำมาสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน (เสรี วรพงษ์, 2557)

Threats (อุปสรรค)

- ในประเทศไทยการใช้พลาสติกชีวภาพนั้นยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากนัก รวมถึงการสร้างการรับรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคนั้นยังไม่มากพอ (ศูนย์วิจัยกสิกร,2562)

1.5 ปัญหาของผู้บริโภค และคุณค่าที่คาดว่าลูกค้าจะได้รับ (Customer Pain and Gain)

ตาราง 1.2 แสดงปัญหาของผู้บริโภค และคุณค่าที่คาดว่าลูกค้าจะได้รับ

ลำดับ	ปัญหาของผู้บริโภค	คุณค่าที่คาดว่าลูกค้าจะได้รับ
1	• การผลิตซองบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มผง และผงปรุงรสยังไม่มีความแตกต่างกัน และส่วนมากจะผลิตจากพลาสติก ซึ่งไม่สอดคล้องกับมาตรการลดการผลิตพลาสติก	• ผลิตภัณฑ์บรรจุเครื่องดื่มและผงปรุงรสทดแทนการใช้พลาสติก ด้วยการใช้โปรตีนจากถั่วเหลืองโดยสามารถละลายได้ในน้ำร้อน สามารถรับประทานได้ ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกายมนุษย์ ไม่ต้องฉีกซองและทิ้งเป็นขยะ
2	• ซองบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถป้องกันความชื้นจากอากาศไม่ให้ผ่านเข้าสู่สินค้าที่อยู่ภายในได้ ทำให้เกิดความชื้นขึ้น และอาจเกิดเชื้อราขึ้นได้ ซึ่งทำให้คุณภาพของสินค้าภายในเสียหาย	• ช่วยรักษาคุณภาพของอาหารที่ถูกบรรจุอยู่ภายในโดยสามารถลดการผ่านของไอน้ำจากอากาศเข้าสู่ภายในซองบรรจุภัณฑ์และยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ทำให้มีอาหารมีอายุการเก็บรักษา (shelf life) ยาวนานขึ้น หรือเรียกว่าเป็น “active packaging system”
3	• นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกยังค่อนข้างมีตัวเลือกที่จำกัด	• วัสดุหลักที่เลือกนำมาใช้ผลิตเพื่อทดแทนการใช้พลาสติกคือ โปรตีนจากถั่วเหลือง (soy protein isolate,SPI) ถือเป็นตัวเลือกของวัสดุทดแทนพลาสติกมากขึ้น และไม่มีข้อจำกัดในเรื่องการรับประทานในบางศาสนาและเทศกาลการงดเว้นรับประทานสัตว์หรือผลิตภัณฑ์จากสัตว์

บทที่ 2
แผนการตลาด

2.1 ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อซองบรรจุเครื่องดื่มผงรักษ์โลกจากโปรตีนถั่วเหลือง

จากการเก็บข้อมูลโดยใช้การเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้บริโภค และผู้ประกอบการผู้ผลิตเครื่องดื่มชนิดผงสำเร็จรูป ในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน ทั้งหมดจำนวน 30 ท่าน โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภค 15 ท่าน พบว่ากลุ่มผู้บริโภควัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 25-50 ปี นั้นให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ทั้งหมด แต่มีเพียง 60% ที่ตัดสินใจเลือกซื้อ โดยอีก 40% นั้นยังมีความกังวลในเรื่องของความปลอดภัยในการบริโภค เชื้อรา และไม่นิยมดื่มเครื่องดื่มร้อน กลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรอายุระหว่าง 7-12 ปี ให้ความเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจทั้งหมด แต่มีเพียง 20% ที่ตัดสินใจเลือกซื้อโดยให้ความคิดเห็นในเรื่องความปลอดภัยอีกเช่นกันแม้ว่าจะผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติอย่างถั่วเหลืองก็ตาม และกลุ่มผู้บริโภคสุดท้ายคือ กลุ่ม ผู้สูงอายุระหว่าง 50-80 ปี พบว่าให้ความสนใจอยู่ 60% และตัดสินใจเลือกซื้อ 20% โดยมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยมากที่สุด และรองลงมาคือเรื่องการเปลี่ยนแปลงในวิธีการชงเครื่องดื่มผง

สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการผู้ผลิตเครื่องดื่มผงสำเร็จรูป จำนวน 15 ผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์พบว่าแนวโน้มของการให้สัมภาษณ์ค่อนข้างไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่าซองบรรจุภัณฑ์นี้มีความน่าสนใจในเรื่องของคุณสมบัติ อีกทั้งยังจัดเป็นผลิตภัณฑ์อันเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่จะสามารถสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าได้ และในบางรายมองว่าสามารถใช้ขยายฐานลูกค้าไปเป็นในกลุ่มพรีเมียมที่ให้ความสนใจในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ อีกทั้งยังส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรได้ด้วย แต่ก็มีความกังวลในเรื่องความปลอดภัย และต้นทุน

2.2 เป้าหมายทางการตลาด

ในการวางแผนธุรกิจได้วางเป้าหมายทางการตลาดของบริษัทออกเป็น 3 ระยะ คือ 1.) เป้าหมายระยะสั้น โดยเป็นเป้าหมายที่ตั้งไว้ช่วงเวลา 1 ปีแรกที่เริ่มทำธุรกิจ 2.) เป้าหมายระยะปานกลาง โดยเป็นเป้าหมายในช่วงเวลาปีที่ 2 และ 3.) เป้าหมายระยะยาว โดยเป็นเป้าหมายช่วงปีที่ 3 ตั้งแต่เปิดดำเนินธุรกิจ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

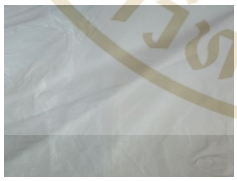
ตาราง 2.1 รายละเอียดเป้าหมายทางการตลาดปีที่ 1-3

ปีที่	เป้าหมายทางการตลาด
ปีที่ 1	1. สร้าง facebook page และมียอดไลค์มากกว่า 800 ไลค์[1] 2. เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Pack Print International และ COSMEX เพื่อเป็นที่รู้จักและเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจ 3. นำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านพนักงานขายกับผู้ประกอบการผลิตกาแฟผงสำเร็จรูป ไม่น้อยกว่า 5 โรงงาน[2] 4. สร้างยอดขายจากกลุ่มเป้าหมายได้ไม่น้อยกว่า 4%[3]
ปีที่ 2	1. มียอดไลค์ใน facebook page มากกว่า 1500 ไลค์[1] 2. เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Pack Print International และ COSMEX เพื่อเป็นที่รู้จักและเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจ 3. นำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านพนักงานขายกับผู้ประกอบการผลิตกาแฟผงสำเร็จรูป และเครื่องดื่มมอลต์สำเร็จรูป ไม่น้อยกว่า 10 โรงงาน 4. ยอดขายเติบโตเพิ่มขึ้น 7% จากปีแรก[3]
ปีที่ 3	1. มียอดไลค์ใน facebook page มากกว่า 3000 ไลค์[1] 2. เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Pack Print International และ COSMEX พื่อเป็นที่รู้จักและเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจ 3. นำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านพนักงานขายกับผู้ประกอบการผลิตกาแฟผงสำเร็จรูป และเครื่องดื่มมอลต์สำเร็จรูป ไม่น้อยกว่า 20 โรงงาน 4. ยอดขายเติบโตเพิ่มขึ้น 7% จากปีก่อนหน้า[3]

[1] จากการสำรวจ facebook page จากคู่แข่ง SUN Products และ Advance BIO มียอดไลค์อยู่ที่ 2,021 และ 19,061 ไลค์ ตามลำดับเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2563

[2] จากการประเมินถึงทรัพยากร และความสามารถที่มีในการเริ่มธุรกิจในช่วงแรก

[3] การประมาณการยอดขายของผลิตภัณฑ์จากอัตราการเติบโตของตลาดกาแฟผงสำเร็จรูป และเครื่องดื่มมอลต์ผงสำเร็จรูป โดยรวมแล้วมีอัตราเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 16.45 ต่อปี รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตเครื่องดื่มผงสำเร็จรูป จากสถิติพบว่าการเติบโตของยอดขายในแต่ละปีนั้นมีตั้งแต่ร้อยละ 10 ถึง 40 แต่เนื่องจากซองบรรจุภัณฑ์แบรนด์ SOY BAG เพิ่งเข้าสู่ตลาดจึงยังไม่สามารถทำยอดขายให้เท่ากับการเติบโตของตลาดได้

ยี่ห้อ	ผลิตภัณฑ์	รายละเอียด	วัสดุที่ใช้	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมด้านการตลาด
SUNBIO	 ที่มา: https://www.tcdcmaterial.com/th/material/8/bioplastics/ecoabsolute-mi00435-01	เป็นแผ่นฟิล์มที่สามารถนำไปผลิตเป็นพลาสติกชีวภาพห่อหุ้มอาหาร สามารถกำหนดขนาด ความหนาได้ และสามารถย่อยสลายเป็นปุ๋ยได้ 100%	น้ำมันดอกทานตะวันและแป้ง	- Website - Line@ - Facebook page - โทรศัพท์	- จัดส่งฟรีเมื่อซื้อครบขั้นต่ำ - โปรโมชันประจำเดือน เช่น เดือนกรกฎาคม 2563 จัดโปรโมชันซื้อ 6 แถม 2
ไทยพลาสติกแบค	 ที่มา: https://www.tcdcmaterial.com/th/material/8/bioplastics/bioplus-bag-mi00361-01	เป็นแผ่นฟิล์มที่เหมาะสำหรับทำฟิล์มบรรจุภัณฑ์ มีความสามารถในการย่อยสลายได้	Ecoflex PLA	- Website - E-mail - โทรศัพท์	- สามารถสั่งผลิตตามแบบของลูกค้าได้ (customized service)

2.4 การแบ่งส่วนทางการตลาด และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า

บริษัทจะใช้กลยุทธ์ STP ในการวิเคราะห์ถึงการแบ่งส่วนทางการตลาด (Segmentation) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Targeting) และตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Segmentation)

การแบ่งส่วนทางการตลาดของกลุ่มเป้าหมายซองบรรจุ SOY BAG โดยเป็นธุรกิจแบบ B2B แบ่งส่วนทางการตลาดโดยใช้ประเภทของกลุ่มธุรกิจ (firmographic) (Soffer,2019) คือ

1. ขนาดของธุรกิจ (Business size)

   สำหรับเกณฑ์การแบ่งวิสาหกิจตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรมจากการประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2562 ได้ปรับนิยามโดยใช้จำนวนการจ้างงานและรายได้ของกิจการเป็นเกณฑ์ในการกำหนด ดังนี้ (ธรรมนิติ,2563)

   a. ธุรกิจขนาดเล็ก (Small enterprise)

      สำหรับกิจการผลิตสินค้าจะหมายถึง กิจการที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และมีรายได้ไม่เกิน 100 ล้านบาทต่อปี

   b. ธุรกิจขนาดกลาง (Medium enterprise)

      สำหรับกิจการผลิตสินค้าจะหมายถึง กิจการที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า 50-200 คน และมีรายได้เกินกว่า 100-500 ล้านบาทต่อปี

   c. ธุรกิจขนาดใหญ่ (Large enterprise)

      สำหรับกิจการผลิตสินค้าจะหมายถึง กิจการที่มีจำนวนการจ้างงานมากกว่า 200 คน และมีรายได้มากกว่า 500 ล้านบาทต่อปี

2. ประเภทโรงงานอุตสาหกรรม จำแนกตามกฎกระทรวง (พ.ศ.2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 (โรงงานอุตสาหกรรมไทย, ม.ป.ป) แบ่งออกเป็น 107 ประเภท ตามภาคผนวกท้ายเล่ม

2.4.2 การระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Targeting)

หลังจากที่มีการแบ่งส่วนทางการตลาด ขั้นต่อมาจะเป็นการระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยวิธีการเลือกกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มจากส่วนแบ่งทางการตลาดที่ได้แบ่งไว้ โดยดูจากศักยภาพและความเหมาะสมกับสินค้าขององค์กร

ตาราง 2.3 แสดงการแบ่งกลุ่มเป้าหมายของซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก แบรนด์ SOY BAG

<table>
<tr><td>ประเภทโรงงานอุตสาหกรรม
ขนาดธุรกิจ</td><td>ชา กาแฟ โกโก้ ช็อคโกแลต</td><td>เครื่องปรุงรส</td><td>น้ำตาล</td><td>น้ำนม</td></tr>
<tr><td>ขนาดเล็ก</td><td rowspan="2">Primary Customer</td><td rowspan="2">Secondary Customer</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>ขนาดกลาง</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>ขนาดใหญ่</td><td colspan="2">Tertiary Customer</td><td></td><td></td></tr>
</table>

2.4.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

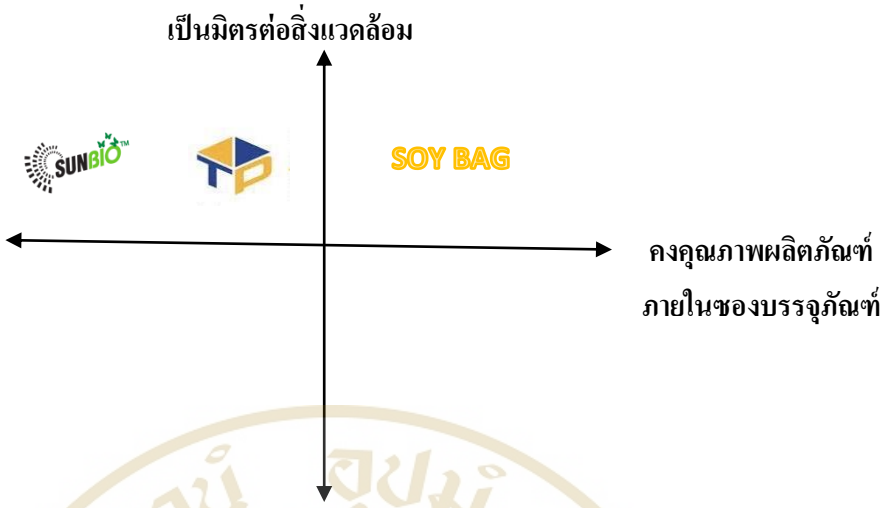
กลุ่มโรงงานผู้ผลิตเครื่องดื่มชา กาแฟ ช็อคโกแลตในรูปแบบผง ขนาดเล็กถึงขนาดกลาง เนื่องจากมีกลุ่มผู้บริโภคในประเภทนี้เป็นส่วนมาก และบริโภคได้มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน

2.4.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มโรงงานผู้ผลิตผงปรุงรส และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขนาดเล็กถึงกลาง

2.4.3 การวางตำแหน่งในใจลูกค้า (Positioning)

การวิเคราะห์ตำแหน่งของซองบรรจุเครื่องดื่มผงรักษ์โลกในใจลูกค้า จะใช้ Perceptual Map เพื่อให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยจากการสืบค้นข้อมูลและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า การตลาดสีเขียว (green marketing) เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องมากขึ้นโดยเฉพาะกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเนื่องจากเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันสูง มีอัตราการบริโภคต่อวันสูง ส่งผลให้เกิดปริมาณขยะจากสินค้าประเภทนี้เป็นส่วนมาก หลายๆ แบรนด์จึงเริ่มเปลี่ยนและสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรโดยเน้นเรื่องสิ่งแวดล้อมจากการลดการเกิดขยะ ดังนั้นจึงกำหนดแกนตั้งเป็นเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์องค์กรที่ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาเรื่องขยะ นอกจากนั้นซองบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกนี้ยังมีคุณสมบัติลดการผ่านของไอน้ำเข้าสู่ภายในซองบรรจุภัณฑ์ (active packaging system) ได้จึงช่วยรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ภายในซองได้ ดังนั้นจึงกำหนดให้แกนนอนเป็น คงคุณภาพผลิตภัณฑ์ภายในซองบรรจุภัณฑ์



รูปภาพที่ 2.1 การวางผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า

2.5 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)

2.5.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

กลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมนี้คือ Product differentiation จากการพัฒนาวัสดุที่ใช้ทดแทนเม็ดพลาสติกในการผลิตซองบรรจุเครื่องดื่ม โดยตัวผลิตภัณฑ์จะผลิตจากพลาสติกชีวภาพ (Biodegradable plastic) จากการสกัดโปรตีนจากถั่วเหลือง (Soy protein) เป็นวัตถุดิบหลักในการนำมาขึ้นรูปเป็นแผ่นฟิล์มเพื่อนำไปผลิตเป็นซองบรรจุเครื่องดื่มโดยผลิตออกมาในรูปแบบของม้วนฟิล์ม มีขั้นต่ำอยู่ที่ 10,000 ชิ้นต่อม้วน และในส่วนของขนาดบรรจุนั้นจะทำการผลิตตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งในส่วนของคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์เด่นชัดคือ ความสามารถในการละลายได้ในน้ำร้อนอุณหภูมิ 59°C เป็นต้นไป และปลอดภัยสามารถรับประทานได้โดยไม่ทำให้เสียรสชาติในเครื่องดื่ม จัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อมลพิษและขยะที่เป็นประเด็นที่ควรเร่งแก้ไข

สำหรับการบรรจุซองบรรจุภัณฑ์นี้ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนจะบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ขั้นที่สอง (Secondary packaging) โดยเลือกใช้วัสดุเป็นกระดาษ เนื่องจากมีต้นทุนต่ำกว่าการใช้พลาสติกชีวภาพรวมถึงยังมีระยะเวลาในการย่อยสลายด้วยการฝังกลบที่รวดเร็วกว่าคืออยู่ที่ 2 เดือน เป็นวัสดุทึบแสงทำให้ป้องกันแสงและคงคุณภาพสินค้าภายในได้ และภายในจะใช้การเคลือบกันน้ำเพื่อป้องกันความชื้นภายนอกที่จะผ่านเข้ามาเพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของสินค้าภายในอีกขั้น โดยจะทำออกมาในรูปแบบของถุงกระดาษซิปล็อค (ziplock) เพื่อสะดวกต่อการใช้งานและการจัดเก็บ

[4]จากการโทรสอบถามคณะอุสาหกรรมเกษตร สาขาเทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์ และวัสดุ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2563

รูปภาพที่ 2.2 ซองบรรจุเครื่องดื่มผงรักษ์โลกจากโปรตีนถั่วเหลือง
ที่มา: สุทธวัฒน์ เบญจกุล (2555)

2.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์นั้นจะใช้ การคำนวณปัจจัยต้นทุนการผลิต (Cost plus pricing) โดยต้นทุนธุรกิจจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) Upstream คือ ต้นทุนการวิจัยและพัฒนาทั้งหมด 400,000 บาท 2) Midstream คือ ต้นทุนด้านวัตถุดิบ ในการผลิตจำนวน 500,000 ชิ้นในปีแรก คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้นทั้งสิ้น 200,000 บาท และ 3) Downstream ต้นทุนด้านการดำเนินการ 200,000 บาท รวมต้นทุนหมดทั้งสิ้น 800,000 บาท[4]ทำให้เกิดต้นทุนต่อซองอยู่ที่ซองละ 1.6 บาท และทำการคิดกำไรต่อซองที่ 70% ทำให้ราคาต่อซองอยู่ที่ 6 บาท/ซอง จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักพบว่าการนำซองบรรจุภัณฑ์นี้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายจะทำให้มีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นจริง แต่จะสามารถขยายฐานลูกค้าเป็นระดับพรีเมียมที่ให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ โดยที่มีค่าเฉลี่ยของต้นทุนที่ยอมให้เพิ่มขึ้นจากเดิมได้อยู่ที่ 5%

2.5.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลักในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นพบว่า ช่องทางที่สะดวกที่สุดคือ ช่องทาง offline ผ่านการโทรสั่งกับทางบริษัทในเรื่องของปริมาณการผลิต และระยะเวลาในการนำส่ง หลังจากที่ได้มีการเข้าไปติดต่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประโยชน์ที่จะได้จากทางพนักงานขายของบริษัทแล้ว

2.5.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (Promotion Strategy)

สำหรับกิจกรรมส่งเสริมการตลาดจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสารทางการตลาดและการขาย จะแบ่งเป็น

2.5.4.1 กิจกรรมสร้างความเข้าใจ และทำให้เป็นที่รู้จัก

โดยใช้การนำเสนอผ่านพนักงานขายของบริษัท เพื่อบอกกล่าวข้อมูลของผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ ใบรับรอง และเงื่อนไขต่างๆ ในการดำเนินการ โดยมีสื่อประกอบอย่าง brochure ที่ใช้แสดงรายละเอียดข้อมูลบริษัท ผลิตภัณฑ์ การวิจัยและพัฒนา และใบรับรอง นอกจากนั้นจะใช้การประชาสัมพันธ์ลงบนเว็บไซต์ของบริษัท และ facebook ในเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเด็นในเรื่องสิ่งแวดล้อมกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในแต่ละภาคส่วน และแต่ละประเทศ

2.5.4.2 กิจกรรมส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

สำหรับในส่วนของกิจกรรมส่งเสริมการขาย ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายคือ ความมั่นใจในคุณภาพ และมีการสาธิตจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อความมั่นใจในคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ จากนั้นจึงส่งตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ไปยังโรงงานของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ทดลองบรรจุจริง

ในส่วนของบริการหลังการขายหากได้มีการตกลงธุรกิจกันแล้วพบว่า การได้ส่วนลดนั้นเป็นความต้องการหลักที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ โดยจะจัดโปรโมชันราคาพิเศษให้แก่ผู้ประกอบการทุกรายในปีแรก และจากการสืบค้นข้อมูลของคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันโดยมีการใช้โปรโมชันให้ส่วนลด พบว่าคู่แข่งใช้การมอบส่วนลดอยู่ที่ 20% ของยอดซื้อ ดังนั้นจึงใช้ข้อเสนอเช่นเดียวกันกับคู่แข่งโดยมอบส่วนลด 20% ทำให้ราคาซองบรรจุภัณฑ์อยู่ที่ 4.8 บาท/ซอง นอกจากนั้นคือการให้เงินสนับสนุนหากทางกลุ่มเป้าหมายมีการจัดบูธแสดงสินค้า รวมถึงแคมเปญต่างๆ

2.6 แผนการดำเนินงานส่งเสริมการตลาดและงบประมาณ

ตาราง 2.4 แสดงแผนการดำเนินงานส่งเสริมการตลาดและงบประมาณปีที่ 1

กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ทำสื่อประกอบการขาย เช่น brochure, poster etc.	20,000												
จัดทำเว็บไซต์	30,000												
จัดทำ facebook page	-												
ประชาสัมพันธ์และทำคอนเทนต์ลง facebook page	36,000[5]												
จัดทำคลิปกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์	25,000												
จัดซื้อ ipad	13,900												
ออกบูธงาน Pack Print International	40,000[6]												
ออกบูธงาน COSMEX	40,000[7]												

[5] ค่าใช้จ่ายในการโปรโมท facebook page โดยรับประกันการเข้าถึงของผู้คนประมาณ 800-2,500 คนต่อวัน และมียอดไลค์โดยประมาณ 30-100 ต่อวัน โดยมีค่าใช้จ่าย 100 บาทต่อวัน

[6] ข้อมูลอัตราการเข้าร่วมงาน Pack Print International

[7] ข้อมูลอัตราการเข้าร่วมงาน COSMEX

ตาราง 2.4 แสดงแผนการดำเนินงานส่งเสริมการตลาดและงบประมาณปีที่ 1 (ต่อ)

กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ค่า test product และโปรโมชันสำหรับผู้ประกอบการในปีแรก	450,000												
รวมค่าใช้จ่าย (ต่อปี)	**654,900**												

ตาราง 2.5 แสดงแผนการดำเนินงานส่งเสริมการตลาดและงบประมาณปีที่ 2 และ 3

กิจกรรม	**งบประมาณ (บาท)**	**ม.ค.**	**ก.พ.**	**มี.ค.**	**เม.ย.**	**พ.ค.**	**มิ.ย.**	**ก.ค.**	**ส.ค.**	**ก.ย.**	**ต.ค.**	**พ.ย.**	**ธ.ค.**
ทำสื่อประกอบการขาย เช่น brochure, poster etc.	40,000												
ทำคอนเทนต์ลง facebook page	-												
ออกบูธงาน Pack Print International	40,000[6]												
ออกบูธงาน COSMEX	40,000[7]												
จัดงานขอบคุณลูกค้า	400,000												
รวมค่าใช้จ่าย (ต่อปี)	**520,000**												

[6] ข้อมูลอัตราการเข้าร่วมงาน Pack Print International

[7] ข้อมูลอัตราการเข้าร่วมงาน COSMEX

การประมาณการยอดขายของซองบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก SOY BAG มีราคาขายอยู่ที่ 6 บาทต่อชิ้น โดยกำหนดขั้นต่ำ 10,000 ชิ้น ผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย offline โดยการติดต่อผ่านพนักงานขายผู้ที่เข้าไปดูแล หรือโทรศัพท์เข้าบริษัท โดยในปีแรกคาดการณ์ยอดที่จะสามารถขายได้อยู่ที่ 500,000 ชิ้น คิดเป็นรายได้ 3,000,000 บาท อ้างอิงจากความสามารถในการผลิตภายในห้องปฏิบัติการที่ผลิตได้เดือนละ 50,000 ชิ้น ส่วนในปีที่ 2-3 มีการประมาณอัตราการเติบโตของยอดขายอยู่ที่ 7% ของปีก่อนหน้า[3]

ตาราง 2.6 แสดงการประมาณการยอดขาย

รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**	**ปีที่ 4**	**ปีที่ 5**
ราคาขาย (บาท/ชิ้น)	6	6	6	6	6
จำนวนที่ขายได้ (ชิ้น)	500,000	535,000	572,450	612,522	655,398
รายได้จากการขาย (บาท)	3,000,000	3,210,000	3,434,700	3,675,129	3,932,388

[3]การประมาณการยอดขายของผลิตภัณฑ์จากอัตราการเติบโตของตลาดกาแฟผงสำเร็จรูป และเครื่องดื่มมอลต์ผงสำเร็จรูป โดยรวมแล้วมีอัตราเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 16.45 ต่อปี แต่เนื่องจากซองบรรจุภัณฑ์ แบรนด์ SOY BAG เพิ่งเข้าสู่ตลาดจึงยังไม่สามารถทำยอดขายให้เท่ากับการเติบโตของตลาดได้

บทที่ 3
แผนการดำเนินงาน

3.1 การจัดตั้งบริษัท[8]

3.1.1 การจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ

3.1.1.1 ผู้เริ่มก่อการจองชื่อนิติบุคคล คือ “บริษัท soybiobag จำกัด” โดยจองด้วยตนเอง และนำใบแจ้งผลการจองชื่อไปประกอบการขอจดทะเบียนต่อไป

3.1.1.2 เมื่อได้รับอนุญาตให้ใช้ชื่อแล้ว ผู้เริ่มก่อการ ได้แก่ นางสาวโชติกา สุวพันธ์วัฒนา นางสาวณัฐวดี สุวพันธ์วัฒนา และ นางสุนิสา สุขเจริญทรัพย์ เข้าชื่อกันจัดทำหนังสือบริคณห์สนธิ

3.1.1.3 ผู้เริ่มก่อการเริ่มจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิต่อนายทะเบียนภายใน 30 วัน นับแต่วันที่นายทะเบียนอนุญาตให้จองชื่อนิติบุคคล

3.1.2 การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทจำกัด

3.1.2.1 เมื่อจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิแล้ว จะมีการซื้อหุ้นโดยผู้ซื้อหุ้นทั้งหมด 3 ราย

3.1.2.2 มีการออกหนังสือนัดผู้ประชุมเข้าซื้อหุ้น เพื่อประชุมจัดตั้งบริษัท การออกหนังสือนัดประชุมจะต้องห่างจากวันประชุมไม่น้อยกว่า 7 วัน (หรือก่อนวันประชุมไม่น้อยกว่า 7 วัน)

3.1.2.3 จัดประชุมผู้เข้าซื้อหุ้นเพื่อจัดตั้งบริษัท

3.1.2.4 เมื่อเก็บค่าหุ้นจากผู้ถือหุ้นได้ครบแล้ว ให้จัดทำคำขอจดทะเบียนตั้งบริษัท แล้วยื่นจดทะเบียนต่อนายทะเบียน (ยื่นจดทะเบียนภายใน 3 เดือนนับแต่วันที่ประชุมจัดตั้งบริษัท)

[8] อ้างอิงข้อมูลจาก การจดทะเบียนพาณิชย์ตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

3.2 ด้านการดำเนินงาน (Operation Management)

3.2.1 การจัดหาที่ตั้งของสำนักงานบริษัท soybiobag จำกัด

พื้นที่ของสำนักงานบริษัท soybiobag จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 25/10 หมู่ที่ 1 ถนนจอมทอง แขวงจอมทอง เขตจอมทอง กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10150 มีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์ ความสูง 4 ชั้น โดยสถานที่ของสำนักงานนี้เป็นทรัพย์สินส่วนตัวจึงไม่มีเรื่องของค่าเช่าสถานที่ สำหรับอุปกรณ์ภายในสำนักงานมีจัดไว้พร้อมทั้งสิ้น ได้แก่ โต๊ะ เก้าอี้ ตู้เอกสาร โทรศัพท์ สัญญาณอินเตอร์เน็ต เครื่องปรับอากาศ คอมพิวเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร และเครื่องพิมพ์

3.2.2 การจัดหาผู้ผลิต

บริษัท soybiobag จำกัด จะใช้การผลิตสินค้าผ่านบริษัท OEM (Original Equipment Manufacturer) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.2.2.1 บริษัทพัฒนาสูตร

การคิดค้นและพัฒนาสูตรสำหรับซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลกจากโปรตีนถั่วเหลืองนี้ ทางบริษัท soybiobag จำกัด ได้ทำการเลือกคณะอุตสาหกรรมเกษตร ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุ และวัสดุ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เนื่องจากเป็นคณะที่มีความพร้อมในการให้คำปรึกษา และให้บริการในการช่วยพัฒนาสูตรให้แก่ผู้วิจัย รวมทั้งมีทีมนักวิจัยและอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนาเทคโนโลยีการบรรจุ และวัสดุ[10]

[10] จากการโทรสอบถามคณะอสาหกรรมเกษตร สาขาเทคโนโลยีการบรรจภัณฑ์ และวัสด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 19 มีนาคม

3.2.2.2 บริษัทผู้ผลิต

ตารางที่ 3.1 แสดงการเปรียบบริษัทผู้ผลิตที่เลือกมาพิจารณาในการสั่งผลิตซองบรรจุภัณฑ์

รายละเอียด / บริษัท	ท เทคนิคกราเวียร์ จำกัด	โรงงาน พีพีไอ แพ็คเกจจิ้ง	โรงงาน Packaging designs
เครื่องหมายการค้า	TECHNIC GRAVURE CO.,LTD ที่มา : http://www.technicgravure.com/	ที่มา: https://www.ppipackaging.com/about-us	designs packing .com ที่มา: https://www.packingdesigns.com/
สั่งผลิตตามแบบได้	✓	✓	✓
จำนวนขั้นต่ำ	ตามการสั่งผลิต	ตามการสั่งผลิต	ขั้นต่ำ 30,000 ซอง
ระยะเวลาดำเนินการ	ขั้นต่ำ 15-21 วัน	ขั้นต่ำ 8-12 วัน	ขั้นต่ำ 25-27 วัน
การจัดส่ง	มีระบบจัดส่งให้ทั่วประเทศ	ขนส่งโดยบริษัทเอกชน	ขนส่งโดยบริษัทเอกชน

บริษัท soybiobag จำกัด ได้พิจารณาเลือก บริษัท เทคนิคกราเวียร์ จำกัด ในการผลิตซองบรรจุภัณฑ์เนื่องจากสามารถสั่งผลิตตามแบบได้ มีผู้คอยให้คำปรึกษาครบวงจร ไม่กำหนดขั้นต่ำในการผลิต ในส่วนของราคานั้นมีความใกล้เคียงกันทั้ง 3 ราย แต่เมื่อพิจารณาถึงความน่าเชื่อถือบริษัท เทคนิคกราเวียร์ จำกัด นั้นได้รับการรับรองระบบประกันคุณภาพ GMP ระบบบริหารจัดการคุณภาพ ISO 9001:2008 และมาตรฐานรับรองความสะอาดของฟิล์มที่ใช้ผลิตจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ จึงมีความน่าเชื่อถือและดูมีมาตรฐานในการผลิต

3.2.2.3 การจัดส่งสินค้า

บริษัท soybiobag จำกัด จะดำเนินการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าด้วยการขนส่งผ่านพนักงานส่งสินค้าของบริษัทเอง เนื่องด้วยขนาดของสินค้าเป็นสินค้าขนาดใหญ่ และมีน้ำหนัก

3.3 การจดอนุสิทธิบัตร

ซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลือง จะมีการจดอนุสิทธิบัตร เพื่อคุ้มครององค์ประกอบโครงสร้างหรือกลไกของผลิตภัณฑ์ (product) รวมทั้งกรรมวิธีในการผลิต (process) การรักษาหรือปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น (improvements of known products or processes) (กรมทรัพย์สินทางปัญญา,2563) โดยขั้นตอนการจดอนุสิทธิบัตร มีดังนี้[11]

3.3.1 ยื่นคำขอรับอนุสิทธิบัตร โดยยื่นคำขอพร้อมชำระค่าธรรมเนียม ดังนี้

3.3.1.1 แบบพิมพ์คำขอรับสิทธิบัตรแบบ สป/สผ/อสป/001-ก

3.3.1.2 รายละเอียดการประดิษฐ์ ที่มีหัวข้อครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด

3.3.1.3 ข้อถือสิทธิ

3.3.1.4 บทสรุปการประดิษฐ์

3.3.1.5 รูปเขียน (ถ้ามี)

3.3.1.6 เอกสารอื่นๆ (ถ้ามี) เช่น หนังสือโอนสิทธิ สัญญาการจ้าง หนังสือมอบอำนาจ หนังสือรับรองนิติบุคคล เป็นต้น

โดยสามารถยื่นขอจดทะเบียนได้โดยตรงต่อพนักงานเจ้าหน้าที่พร้อมชำระค่าธรรมเนียม หรือส่งคำขอทางไปรษณีย์ลงทะเบียนถึงพลังงานเจ้าหน้าที่ พร้อมชำระค่าธรรมเนียมโดยชำระทางธณาณัติสั่งจ่ายในนาม กรมทรัพย์สินทางปัญญา

3.3.2 เมื่อยื่นคำขอแล้ว หากมีสิ่งบกพร่องที่พอจะแก้ไขได้ เจ้าหน้าที่จะแจ้งให้ผู้ขอหรือตัวแทนของผู้ขอทราบ เพื่อให้ทำการแก้ไขให้ถูกต้อง โดยต้องดำเนินการภายใน 90 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้ง หากดำเนินการไม่ทันก็สามารถขอผ่อนผันได้ หากพ้นระยะเวลาจะถือว่าผู้ขอละทิ้งคำขอ

3.3.3 ในการแก้ไขเพิ่มเติม ผู้ขอจะต้องใช้แบบ สป/สผ/อสป/003-ก ในการยื่นขอแก้ไขเพิ่มเติม พร้อมทั้งต้องชำระค่าธรรมเนียม

3.3.4 ในกรณีคำขอถูกต้องหรือได้แก้ไขถูกต้องแล้ว จะรับจดทะเบียนและออกอนุสิทธิบัตรให้แก่ผู้ขอ ซึ่งเจ้าหน้าที่จะแจ้งให้ผู้ขอมาดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมการรับจดทะเบียน

[11]อ้างอิงจากกระทรวงพาณิชย์ www.moc.go.th

และออกอนุสิทธิบัตร และประกาศโฆษณาเป็นเงิน 500 บาท ภายใน 60 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้งสองครั้ง หากครั้งที่สองไม่มาตามแจ้ง จะถือว่าผู้ขอละทิ้งคำขอ ในการประกาศโฆษณาจะประกาศในหนังสือประกาศโฆษณาอนุสิทธิบัตร เป็นเวลา 1 ปี

3.3.5 เมื่อประกาศโฆษณาแล้ว บุคคลอื่นที่มีส่วนได้เสีย สามารถที่จะขอให้ตรวจสอบอนุสิทธิบัตรว่าเป็นไปตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้หรือไม่ ภายใน 1 ปี นับจากวันที่ประกาศโฆษณา โดยใช้แบบ สป/อสป/005-ก หากปรากฏว่า อนุสิทธิบัตรนั้นไม่เป็นไปตามกฎหมายก็จะถูกเพิกถอนต่อไป

3.4 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

3.4.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการจัดตั้งบริษัท

ตารางที่ 3.2 แสดงค่าใช้จ่ายก่อนการจัดตั้งบริษัท

ลำดับ	รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
1	จดอนุสิทธิบัตร	1	ครั้ง	17,000	17,000
2	จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	1	ครั้ง	1,000	1,000
3	ค่าวิจัยและพัฒนาสูตร พร้อมจดอย.	1	ครั้ง	400,000	400,000
รวมค่าใช้จ่ายก่อนการจัดตั้งบริษัท					**418,000**

3.4.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน

ตารางที่ 3.3 แสดงค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน

ลำดับ	รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
1	จดทะเบียนบริษัท	1	ครั้ง	11,000	11,000
2	เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน				
	- โต๊ะทำงาน	3	ตัว	1,500	4,500
	- เก้าอี้	3	ตัว	500	1,500
	- ตู้เก็บเอกสาร	1	ตู้	3,000	3,000
3	อุปกรณ์สำนักงาน				
	- คอมพิวเตอร์	1	เครื่อง	13,000	13,000
	- เครื่องพิมพ์	1	เครื่อง	4,000	4,000
	- โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ	1	เครื่อง	600	600
4	สิ่งอำนวยความสะดวก				
	- เครื่องปรับอากาศ	1	เครื่อง	21,000	21,000
	- ตู้เย็น	1	เครื่อง	5,000	5,000
	- ชุดโต๊ะรับประทานอาหาร	1	ชุด	5,000	5,000
	- ไมโครเวฟ	1	เครื่อง	2,000	2,000
	- เครื่องกรองน้ำ	1	เครื่อง	8,000	8,000
รวมค่าใช้จ่าย					**78,600**

3.4.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน

ตารางที่ 3.4 แสดงค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน

ลำดับ	รายการ	ราคาต่อเดือน (บาท)	ราคาต่อปี (บาท)
1	ค่าน้ำและค่าไฟ	4,000	48,000
2	ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต	600	7,200
3	ค่าอุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด	1,500	18,000
รวมค่าใช้จ่าย			**73,200**

3.4.4 ค่าใช้จ่ายในการผลิต

ตารางที่ 3.5 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิต

ปีที่	**ราคาต่อหน่วย (บาท)**	**จำนวนสั่งผลิต (ซอง)**	**ราคารวม (บาท)**
1	1.6	500,000	800,000
2	1.6	535,000	856,000
3	1.6	572,450	915,920
4	1.6	612,522	980,034
5	1.6	655,398	1,048,637

3.4.5 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ตารางที่ 3.6 แสดงค่าใช้จ่ายในการออกงาน

รายละเอียด	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**	**ปีที่ 4**	**ปีที่ 5**
จัดทำเว็บไซต์	30,000				
ประชาสัมพันธ์และทำคอนเทนต์ลง facebook page	36,500				
จัดทำคลิปนำเสนอผลิตภัณฑ์	25,000				
ออกบูธโปรโมทสินค้า; Pack Print International, COSMEX	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
ค่า test product และโปรโมชั่นสินค้าในปีแรก	450,000				
จัดทำโบรชัวร์สินค้า	20,000	40,000	40,000	40,000	40,000
จัดงานขอบคุณลูกค้า					400,000
รวมค่าใช้จ่าย	**641,500**	**120,000**	**120,000**	**120,000**	**520,000**

3.5 ขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ

บริษัท soybiobag จำกัด จะดำเนินงานในส่วนของการขาย และการทำการตลาดของผลิตภัณฑ์ซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลืองแบรนด์ SOY BAG โดยในส่วนของการผลิตจะดำเนินงานในรูปแบบการรับจ้างผลิตหรือที่เรียกว่า OEM (Original Equipment Manufacturer) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.5.1 การจัดจำหน่ายซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลืองนี้ จะมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านพนักงานขายของบริษัท กับกลุ่มลูกค้าโดยตรง โดยเริ่มจากการหาข้อมูลและพิจารณากลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการผลิตเครื่องดื่มชนิดผงก่อนเป็นอันดับแรก รองลงมาคือกลุ่มผู้ผลิตผงปรุงรส จากนั้นจึงทำการติดต่อเพื่อเข้าไปนำเสนอข้อมูลบริษัท และผลิตภัณฑ์แก่ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด

3.5.2 พนักงานขายจะต้องติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ จนเกิดการทำธุรกิจร่วมกัน เมื่อมีการตกลงซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว พนักงานขายจะจัดทำใบเสนอราคาและจัดส่งให้แก่ลูกค้าทางอิเมลล์

3.5.3 พนักงานขายจะเป็นผู้รับใบสั่งซื้อและประสานงานกับผู้จัดการเพื่อทำการสั่งผลิตกับโรงงานผู้ผลิต รวมถึงประสานงานกับฝ่ายบัญชีและการเงินเพื่อทำรายการบัญชี และใบวางบิล

3.5.4 โรงงานผู้ผลิตจะเป็นผู้ผลิตสินค้าพร้อมจัดส่งมาที่บริษัท soybiobag จำกัด จากนั้นพนักงานขนส่งของบริษัทจะเป็นผู้จัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า

3.5.5 เมื่อสินค้าถูกจัดส่งให้แก่ลูกค้าแล้ว พนักงานบัญชีและการเงินจะจัดเตรียมใบวางบิลเพื่อวางบิลกับฝ่ายบัญชีของลูกหนี้ในทุกๆ วันจันทร์แรกของเดือน หากมีการชำระเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายบัญชีและการเงินจะออกหลักฐานการชำระเงินให้แก่ลูกหนี้ทันที

3.6 ภาพรวมการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.7 แสดงแผนภาพรวมการดำเนินงานของบริษัทในปีที่ 0

กิจกรรมหลัก	**กิจกรรมย่อย**	**ช่วงเวลาในการดำเนินงานปีที่ 0 (12 เดือน)**											
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
การดำเนินการจัดตั้งบริษัท	- ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า												
	- ปรับปรุงพื้นที่สำนักงาน												
	- จัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์ภายในสำนักงาน												
	- สรรหาและคัดเลือกบุคลากร												
	- ดำเนินการจัดตั้งบริษัท												
การจดอนุสิทธิบัตร	- ยื่นขอรับอนุสิทธิบัตร												

ตารางที่ 3.8 แสดงแผนภาพรวมการดำเนินงานของบริษัทในปีที่ 1

กิจกรรมหลัก	**กิจกรรมย่อย**	**ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายในปีที่ 1 (12 เดือน)**											
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
การดำเนินการด้านการผลิต	- จัดหาผู้คิดค้นสูตร และผู้รับผลิต[12]												
	- ดำเนินการผลิต												
การจัดจำหน่าย	- จัดทำเว็ปไซต์ และ facebook page												
	- นำเสนอผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มลูกค้า เพื่อตกลงการค้า												

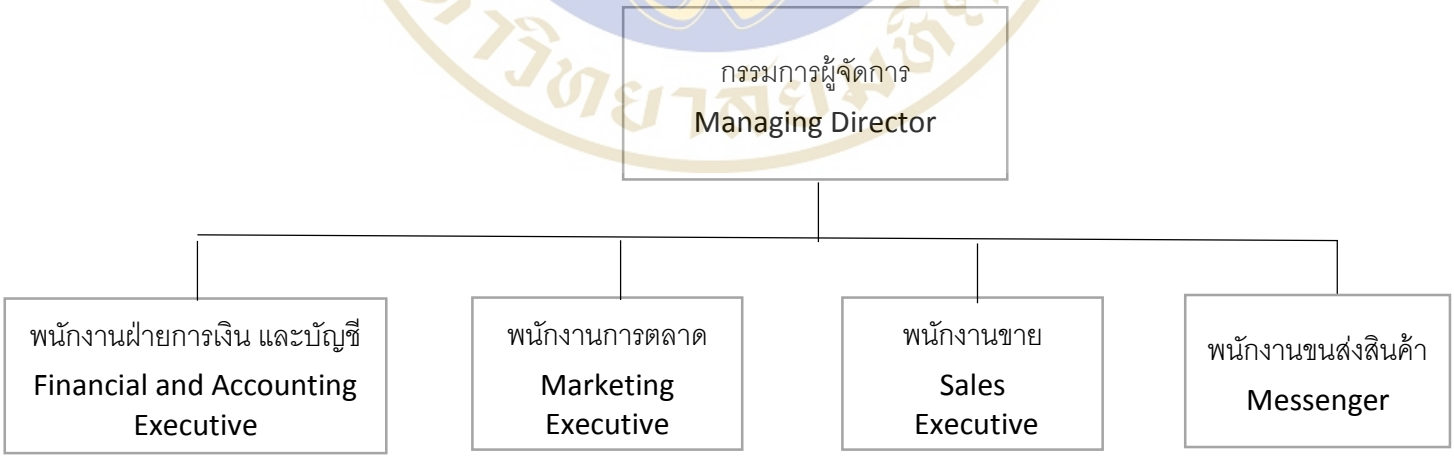
บทที่ 4
โครงสร้างองค์กร

4.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

แบรนด์ SOY BAG มีการจดทะเบียนในรูปแบบของบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท soybiobag จำกัด มีทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท โดยเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งมีผู้ถือหุ้นจำนวน 3 คน

4.2 ลักษณะการบริหารงาน

บริษัท soybiobag จำกัด จัดเป็นธุรกิจประเภทพาณิชยกรรมโดยมีเจ้าของธุรกิจเป็นผู้ดำเนินธุรกิจด้วย ซึ่งในการกำหนดเป้าหมาย และวางกลยุทธ์ในการบริหารต่างๆ จะอ้างอิงจากข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มลูกค้าทั้งจากการสืบค้นฐานข้อมูลที่มีอยู่แล้วและจากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าหลัก ดังนั้นเพื่อให้เกิดการนำไปสู่การดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จจึงได้วางโครงสร้างองค์กร ผังบริหาร และแผนการจัดการบุคคล ดังนี้



ภาพที่ 4.1 แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กรของบริษัท soybiobag จำกัด

[9] จากการศึกษาข้อมูลเว็บไซต์หางาน เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2563

4.3 การจัดหาบุคลากร

การจัดหาบุคลลากรในการดำเนินธุรกิจจะใช้บริการจากเว็บไซต์จัดหางาน ได้แก่ www.jobbkk.com www.jobthai.com และ facebook page “หางาน” เนื่องจากเว็บไซต์ดังกล่าวนี้ค่อนข้างเป็นที่รู้จัก และมีผู้ติดตามพอสมควร[9] โดยจำนวนบุคลากรที่ได้วางแผนไว้ มีดังตารางที่ 4.1

ตาราง 4.1 แสดงบุคลากรในบริษัท soybiobag จำกัด

ลำดับ	**ตำแหน่ง**	**จำนวน**	**ราคาต่อเดือน**
1	พนักงานฝ่ายการเงิน และบัญชี	1	15,000
2	พนักงานฝ่ายการตลาด	1	15,000
3	พนักงานขาย	1	15,000
4	พนักงานส่งของ	1	12,000
รวมค่าใช้จ่าย		57,000 บาท ต่อเดือน	

4.4 แผนการบริหารงาน

ตาราง 4.2 ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากร[12]

ตำแหน่ง	**หน้าที่**
ผู้จัดการ (Managing Director)	- กำหนดกลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของทั้งองค์กรในระยะสั้น และระยะยาว
	- ควบคุม และบริหารงานให้เป็นไปตามแผนงานและจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ หรือปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน
	- กำหนดกลยุทธ์และทิศทางการตลาด
	- สามารถตัดสินใจให้งานเป็นไปตามแผน และวัตถุประสงค์ของงาน
	- ดูแลการคัดเลือก การเลิกจ้าง และการจ่ายค่าจ้างของบุคลากร รวมทั้งกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนของบุคลากรในองค์กร
พนักงานการเงิน และบัญชี (Financial and Accounting Executive)	- ดูแลรายรับ รายจ่ายทุกประเภท และรายงานยอดเงินประจำวันของบริษัท
	- ทำรายงานรายสัปดาห์ และรายเดือนให้กับผู้บริหาร

	- บริหารค่าใช้จ่ายของบริษัท
	- วิเคราะห์ และควบคุมต้นทุนการดำเนินกิจการ
	- ทำแผนงบประมาณของกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท
	- ติดตามการชำระหนี้
พนักงานการตลาด (Marketing Executive)	- วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และแผนการตลาด ร่วมกับควบคุมการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้
	- สำรวจตลาด และนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้กับแผนกลยุทธ์
	- ทำการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มลูกค้า ให้สินค้าบริษัทเป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มลูกค้า
	- สนับสนุนฝ่ายขายในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และสนับสนุนข้อมูลเพื่อส่งเสริมการขาย
	- มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนงบประมาณการตลาด
พนักงานขาย (Sales Executive)	- นำเสนอข้อมูล และคุณสมบัติของสินค้ารวมถึงโปรโมชันที่มีให้กับลูกค้า
	- รับรายการสั่งซื้อของลูกค้า
	- ประสานงานการผลิต จนถึงการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า
	- ดูแลการบริการหลังการขาย
	- ทำรายงานสรุปยอดขายของสินค้าประจำเดือนให้กับผู้บริหาร
	- จัดการเอกสารที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ การผลิต และการขนส่ง
พนักงานขับรถส่งสินค้า (Messenger)	- มีหน้าที่ขับรถขนส่งสินค้าให้กับบริษัท โดยต้องรับผิดชอบในเรื่องเวลาจัดส่งสินค้า
	- รับผิดชอบสินค้าบิษัทในระหว่างการจัดส่ง
	- ดูแลรักษา ทำความสะอาดรถขนส่ง
	- ตรวจเช็คเซ็นสินค้า และตรวจสอบจำนวนสินค้า
	- รับผิดชอบเซ็นเอกสารส่งสินค้ากับลูกค้า

4.5 วันและเวลาทำการ

บริษัท soybiobag จำกัด เปิดทำการทุกวันจันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 8.00 – 17.00 น. รวมเวลาทำการ 9 ชั่วโมง

4.6 การวางแผนกำลังคน และโครงสร้างค่าตอบแทน

บริษัท soybiobag จำกัด ได้วางแผนการจ้างงานทั้งหมด 4 ตำแหน่ง โดยเจ้าของกิจการดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการ ทั้งนี้บริษัทได้วางกำลังคน และโครงสร้างค่าตอบแทนดังตารางที่ 4.3 และ 4.4 ตามลำดับ

ตาราง 4.3 อัตราการว่าจ้างงานในระยะ 5ปีแรก

ตำแหน่ง	**อัตรากำลังคน**				
	ปีที่ 1	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**	**ปีที่ 4**	**ปีที่ 5**
กรรมการผู้จัดการ	1	1	1	1	1
พนักงานการตลาด	1	1	1	1	1
พนักงานขาย	1	1	1	1	1
พนักงานการเงิน และบัญชี	1	1	1	1	1
พนักงานขนส่งสินค้า	1	1	1	1	1
รวมทั้งสิ้น	5	5	5	5	5

ตาราง 4.4 การประมาณค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจปีที่ 1- ปีที่ 5

ตำแหน่ง	จำนวนคน	เงินเดือน บาท/คน				
		ปีที่ 1	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**	**ปีที่ 4**	**ปีที่ 5**
กรรมการผู้จัดการ	1	-	-	-	-	-
พนักงานการตลาด	1	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
พนักงานขาย	1	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000

พนักงานการเงินและบัญชี	1	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
พนักานส่งของ	1	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
รวมเงินเดือน (ต่อปี)	4	684,000	684,000	684,000	684,000	684,000
ค่าประกันสังคม (ต่อปี)	4	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
รวมทั้งหมด	4	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000

4.7 การสรรหา และการคัดเลือกพนักงาน

4.7.1 การรับสมัครพนักงาน

เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีคุณภาพ และมีความเหมาะสมสำหรับการทำงานจึงมีการคัดเลือกบุคลากร ดังนี้

1. ประกาศรับสมัครจาก www.jobbkk.com www.jobthai.com และ facebook page หางาน
2. ผู้สมัครจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนทุกประการ
3. ผู้สมัครจะต้องผ่านการสัมภาษณ์จากเจ้าของกิจการ
4. ผู้ที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องผ่านการตรวจร่างกายที่โรงพยาบาล และต้องไม่เป็นโรคติดต่อที่สามารถแพร่เชื้อได้
5. ผู้ที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องทำการเซ็นสัญญา และผ่ารการทดลองงานทั้งหมด 3 เดือน หากผ่านการทดลองงานแล้วจะอยู่ทำงานอย่างน้อย 1 ปี

4.7.2 คุณสมบัติของบุคลากร

ตาราง 4.5 คุณสมบัติของบุคลากร[12]

ตำแหน่ง	**คุณสมบัติ**
พนักงานการเงิน และบัญชี	- เพศชาย หรือหญิง อายุ 25-35 ปี
	- จบการศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาบัญชีหรือการเงิน
	- มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการเงิน หรือการบัญชี ทั่วไปจะรับพิจารณาเป็นพิเศษ
	- มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ และโปรแกรมต่างๆ ได้แก่ Microsoft word, Microsoft Excel และ Microsoft Power Point
	- มีมนุษย์สัมพันธ์ดี สามารถรับแรงกดดัน และทำงานเป็นทีมได้
	- มีความรอบคอบ
	- มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
พนักงานการตลาด	- เพศชาย หรือหญิง อายุ 25-35 ปี
	- จบการศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด
	- มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการตลาดจะรับพิจารณาเป็นพิเศษ
	- มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ และโปรแกรมต่างๆ ได้แก่ Microsoft word, Microsoft Excel และ Microsoft Power Point
	- มีมนุษย์สัมพันธ์ดี สามารถรับแรงกดดัน และทำงานเป็นทีมได้
	- มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
พนักงานขาย	- เพศหญิง อายุ 25-35 ปี
	- จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือไม่ต่ำกว่าระดับประโยควิชาชีพ (ปวช.)
	- มีประสบการณ์ด้านการขาย อย่างน้อย 1 ปี

	- มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ และโปรแกรมต่างๆ ได้แก่ Microsoft word, Microsoft Excel และ Microsoft Power Point
	- มีมนุษย์สัมพันธ์ดี สามารถรับแรงกดดัน และทำงานเป็นทีมได้
	- สามารถจัดเก็บข้อมูล เพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและการขาย
พนักงานขนส่งสินค้า	- เพศชาย อายุ 20 ปีขึ้นไป
	- ไม่จำกัดวุฒิ
	- มีประสบการณ์ด้านขับรถส่งของอย่างน้อย 1 ปี
	- ขับรถยนต์ได้ และมีใบอนุญาตขับขี่รถยนต์

[12] อ้างอิงจากบริษัท รีราโคเอ็น จำกัด www.jobsDB.com

บทที่ 5
แผนการเงิน

5.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงิน และการวิเคราะห์การคุ้มค่าความคุ้มทุนโครงการ

5.1.1 สินทรัพย์ของบริษัท soybiobag จำกัด

การดำเนินการของบริษัท soybiobag จำกัด มีเงินลงทุนทั้งสิ้น 2,000,000 บาท โดยเป็นเงินทุนของตนเองทั้งหมด ประกอบด้วยเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน และเงินทุนหมุนเวียน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.1

ตาราง 5.1 แสดงเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานและเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท soybiobag จำกัด

รายการ	มูลค่า
1. เงินลงทุนในทรัพย์สินถาวร	
เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน	9,000
อุปกรณ์สำนักงาน	17,600
สิ่งอำนวยความสะดวก	41,000
2. เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	
ค่าจดทะเบียนบริษัท	11,000
ค่าจ้างวิจัยและผลิตสูตรผลิตภัณฑ์ พร้อมจด อย.	400,000
ค่าอนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์	17,000
ค่าจดเครื่องหมายการค้า	1,000
3. เงินทุนหมุนเวียน	
เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน	1,503,400
รวมมูลค่าการลงทุน	**2,000,000**

5.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนบริษัท soybiobag จำกัด จะใช้เงินลงทุนในสัดส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.2

ตาราง 5.2 แสดงสัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มา	สัดส่วน	จำนวนเงิน
หุ้นสามัญ	100%	2,000,000
รวม	**100%**	**2,00,000**

บริษัทจะออกหุ้นสามัญจำนวน 200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท ซึ่งบริษัทมีผู้ร่วมลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 3 คน ทั้งนี้จะมีเงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นเงินทั้งสิ้น 2,000,000 บาท โดยจะมีรายละเอียดการถือหุ้น จำนวนหุ้น และมูลค่าการลงทุน ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงเงินทุนของบริษัท soybiobag จำกัด

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวน	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	นางสาวโชติกา สุวพันธ์วัฒนา	140,000	70.00%	1,400,000
2	นางสุนิสา สุขเจริญทรัพย์	40,000	20.00%	400,000
3	นางสาวณัฐวดี สุวพันธ์วัฒนา	20,000	10.00%	200,000
รวม		**200,000**	**100%**	**2,000,000**

5.1.3 สมมติฐานทางการเงิน

สมมติฐานทางการเงินของบริษัท soybiobag จำกัด มีรายละเอียด ดังตารางที่ 5.4

ตาราง 5.4 แสดงสมมติฐานทางการเงิน

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
1. ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	5 ปี แบบเว้นตรง
2. ค่าซาก	ไม่มีนโยบายค่าซาก
3. ให้เครดิตการชำระเงินแก่ลูกหนี้การค้า	ไม่มีนโยบายให้เครดิตลูกค้า
4. ได้รับเครดิตการชำระเงินจากเจ้าหนี้การค้า	30 วัน
5. อัตราเงินเฟ้อ (ธนาคารแห่งประเทศไทย ,2562)	เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ต่อปี
6. อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (กรมสรรพากร ,2562)	ร้อยละ 20 ต่อปี
7. นโยบายจ่ายเงินปันผล	70% จากกำไรสุทธิเมื่อมีกำไรสุทธิตั้งแต่ 1 ล้านบาท
8. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)	ไม่มีการคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม
9. เงินทุนหมุนเวียน	ไม่มีการเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี
10. ค่าความผันผวนของตลาด (ß)	1
11. โบนัสพนักงาน	ไม่มีนโยบายจ่ายโบนัสพนักงานในการลงทุน 5 ปีแรก

ตาราง 5.4 แสดงสมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
12. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)	ไม่มีการคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม
13. เงินทุนหมุนเวียน	ไม่มีการเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี
14. ค่าความผันผวนของตลาด (ß)	1
15. โบนัสพนักงาน	ไม่มีนโยบายจ่ายโบนัสพนักงานในการลงทุน 5 ปีแรก
16. อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity)	ร้อยละ 17.00
17. ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC)	ร้อยละ 17.00
18. อัตราการเติบโตทางการตลาด	คาดการณ์ยอดขายเติบโต 7%
19. ค่ารับจ้างตรวจสอบบัญชีเหมาจ่าย	15,000 บาท
20. ค่าสมทบเงินประกันสังคม	750 บาทต่อคน กรณีที่พนักงานมีเงินเดือนมากกว่า 10,000 ขึ้นไป

5.1.4 การประมาณการรายได้

บริษัท soybiobag มีรายได้จากการจำหน่ายซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลืองให้กับลูกค้าในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตเครื่องดื่มชนิดผงสำเร็จรูป ทั่วประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.5

ตาราง 5.5 แสดงประมาณการรายได้ปีที่ 1- ปีที่ 5

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผ่านช่องทางพนักงานขายของบริษัท					
จำนวนที่ขายได้ (ต่อปี)	500,000	535,000	572,450	612,522	655,398
ราคาขาย (ต่อซอง)	6	6	6	6	6
รวมรายได้จากการขาย	3,000,000	3,210,000	3,434,700	3,675,129	3,932,388
รวมรายได้สุทธิ (บาท)	**3,000,000**	**3,210,000**	**3,434,700**	**3,675,129**	**3,932,388**

5.1.5 การประมาณการต้นทุน

บริษัท soybiobag จำกัด มีต้นทุนการผลิตจากการผลิตสินค้าผ่านบริษัท OEM (Original Equipment Manufacturer) ได้แก่บริษัท เทคนิคกราเวียร์ จำกัด โดยมีรายละเอียดต้นทุนการผลิตดังตารางที่ 5.6 และตารางที่ 5.7

ตาราง 5.6 แสดงประมาณการต้นทุน ต่อหน่วยปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	**หน่วยที่ผลิตได้ (ชิ้น)**	**ราคาต่อหน่วย (บาท)**	**ราคารวม**
Direct Material			
ค่าวัตถุดิบ	500,000	0.40	200,000
Conversion Cost			
ต้นทุนวิจัยและพัฒนาสูตร	500,000	0.80	400,000
ต้นทุนด้านการผลิต	500,000	0.40	200,000
รวมต้นทุนสินค้า	**500,000**	**1.60**	**800,000**

ตาราง 5.7 แสดงราคาต้นทุนขายจากปริมาณยอดสั่งซื้อจากทุกช่องทางการจำหน่ายในปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**	**ปีที่ 4**	**ปีที่ 5**
ปริมาณยอดการสั่งซื้อสินค้า	500,000	535,000	572,450	612,522	655,398
ราคาต้นทุนการผลิต	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6
รวม	**800,000**	**856,000**	**915,920**	**980,034**	**1,048,637**

5.1.6 การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตาราง 5.8 แสดงค่าใช้จ่ายสำนักงานในปีที่ 1- ปีที่ 5

รายการ	ราคา(เดือน)	ราคา(ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน เพื่อเริ่มดำเนินงาน		67,600				
ค่าไฟ	4,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
ค่าน้ำ	300	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
ค่าโทรศัพท์และอินเตอร์เน็ต	600	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน เบ็ดเตล็ด	1,500	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
รวม	**6,400**	**144,400**	**76,800**	**76,800**	**76,800**	**76,800**

ตาราง 5.9 แสดงค่าใช้จ่ายการตลาดในปีที่ 1- ปีที่ 5

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผ่านช่องทางออนไลน์					
จัดทำเว็บไซต์	30,000				
ประชาสัมพันธ์และทำคอนเทนต์ลง facebook page	36,500				
จัดทำคลิปนำเสนอผลิตภัณฑ์	25,000				
ผ่านช่องทางออฟไลน์					
การออกบูธโปรโมทสินค้า	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
ค่า test product และโปรโมชันสำหรับลูกค้าในปีแรก	450,000				
จัดทำโบรชัวร์สินค้า	20,000	40,000	40,000	40,000	40,000
จัดงานขอบคุณลูกค้า					400,000
รวม	**641,500**	**120,000**	**120,000**	**120,000**	**520,000**

ตาราง 5.10 แสดงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในปีที่ 1- ปีที่ 5

ตำแหน่ง	ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5	
	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)
1. พนักงานการตลาด	1	15,000	1	15,000	1	15,000	1	15,000	1	15,000
2. พนักงานขาย	1	15,000	1	15,000	1	15,000	1	15,000	1	15,000
3. พนักงานการเงินและบัญชี	1	15,000	1	15,000	1	15,000	1	15,000	1	15,000
4. พนักงานส่งของ	1	12,000	1	12,000	1	12,000	1	12,000	1	12,000
รวมเงินเดือน (ต่อเดือน)	4	57,000	4	57,000	4	57,000	4	57,000	4	57,000
รวมเงินเดือน (ต่อปี)	4	684,000	4	684,000	4	684,000	4	684,000	4	684,000
ประกันสังคม (ต่อปี)	4	36,000	4	36,000	4	36,000	4	36,000	4	36,000
รวมค่าใช้จ่าย (ต่อปี)		**720,000**		**720,000**		**720,000**		**720,000**		**720,000**

ตาราง 5.11 แสดงค่าใช้จ่ายบริหารในปีที่ 1- ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนพนักงาน	684,000	684,000	684,000	684,000	684,000
เงินสมทบประกันสังคม	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าจ้างตรวจสอบบัญชี และปิดงบ	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	144,400	76,800	76,800	76,800	76,800
รวม	**879,400**	**811,800**	**811,800**	**811,800**	**811,800**

5.2 แผนการเงินตามกรอบเวลา 5ปี (จำแนกรายปี)

5.2.1 แผนการเงินประเภทงบกำไรขาดทุน

ตาราง 5.12 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	3,000,000	3,210,000	3,434,700	3,675,129	3,932,388
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	800,000	856,000	915,920	980,034	1,048,637
กำไรขั้นต้น	2,200,000	2,354,000	2,518,780	2,695,095	2,883,751
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน					
หัก-ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	67,600				
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	879,400	811,800	811,800	811,800	811,800
หัก-ค่าใช้จ่ายการตลาด	641,500	120,000	120,000	120,000	520,000
หัก-ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหาร	13,520	13,520	13,520	13,520	13,520
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	1,602,020	945,320	945,320	945,320	1,345,320
กำไรจากการดำเนินการ	597,980	1,408,680	1,573,460	1,749,775	1,538,431

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน					
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	0	0	0	0	0
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	597,980	1,408,680	1,573,460	1,749,775	1,538,431
ภาษี					
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%	119,596	281,736	314,692	349,955	307,686
กำไรสุทธิ	478,384	1,126,944	1,258,768	1,399,820	1,230,745
หัก-เงินปันผลจ่าย	0	788,860.80	881,137.60	979,873.78	861,521.48
กำไรหลังจ่ายเงินปันผล	478,384	338,083	377,630	419,946	369,223
กำไรสะสม	**478,384**	**816,467**	**1,194,098**	**1,614,044**	**1,983,267**

5.2.2 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงินปีที่ 1-ปีที่ 5

ตาราง 5.13 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงินในปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและเงินสดในธนาคาร	1,503,400	1,995,304	2,346,907	2,738,058	3,171,524	3,554,267
ลูกหนี้การค้า	0	0	0	0	0	0
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	0	0	0	0	0	0
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,503,400	1,995,304	2,346,907	2,738,058	3,171,524	3,554,267
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	67,600	67,600	67,600	67,600	67,600	67,600
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	429,000	429,000	429,000	429,000	429,000	429,000

ค่าเสื่อมราคาสะสม	0	-13,520	-27,040	-40,560	-54,080	-67,600
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	496,600	483,080	469,560	456,040	442,520	429,000
รวมสินทรัพย์	2,000,000	2,478,384	2,816,467	3,194,098	3,614,044	3,983,267
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินกู้ระยะสั้น	0	0	0	0	0	0
เจ้าหนี้การค้า	0	0	0	0	0	0
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	0	0	0	0	0	0
รวมหนี้สินหมุนเวียน	0	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	0	0	0	0	0	0
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	0	0	0	0	0	0
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	0	0	0	0	0	0
รวมหนี้สิน	0	0	0	0	0	0
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนหุ้นสามัญ	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
เงินสนับสนุนธุรกิจจากรัฐบาล	0	0	0	0	0	0
กำไรสะสม	0	478,384	816,467	1,194,098	1,614,044	1,983,267
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,000,000	2,478,384	2,816,467	3,194,098	3,614,044	3,983,267

รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,000,000	2,478,384	2,816,467	3,194,098	3,614,044	3,983,267

5.2.3 แสดงงบกระแสเงินสดปีที่ 1-ปีที่ 5

ตาราง 5.14 แสดงงบกระแสเงินสดปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ	0	478,384	1,126,944	1,258,768	1,399,820	1,230,745
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	0	13,520	13,520	13,520	13,520	13,520
เจ้าหนี้การค้า	0	0	0	0	0	0
ลูกหนี้การค้า	0	0	0	0	0	0
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	0	0	0	0	0	0
ดอกเบี้ยจ่าย	0	0	0	0	0	0
รวม กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	**0**	**491,904**	**1,140,464**	**1,272,288**	**1,413,340**	**1,244,265**
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	67,600	0	0	0	0	0
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	429,000	0	0	0	0	0
รวม กระแสเงินสดจากการลงทุน	**496,600**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินสดจากการกู้ยืมธนาคาร	0	0	0	0	0	0
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	2,000,000	0	0	0	0	0

เงินสดรับจากการรัฐบาล	0	0	0	0	0	0
เงินสดจ่ายปันผล	0	0	(788,860.80)	(881,137.60)	-979,874	-861,521
รวม กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน	**2,000,000**	**0**	**-788,861**	**-881,138**	**-979,874**	**-861,521**
กระแสเงินสดสุทธิ	1,503,400	491,904	351,603	391,150	433,466	382,743
กระแสเงินสดต้นงวด	0	1,503,400	1,995,304	2,346,907	2,738,058	3,171,524
กระแสเงินสดปลายงวด	1,503,400	1,995,304	2,346,907	2,738,058	3,171,524	3,554,267

5.3 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการระยะเวลา 5 ปี

ผลการตอบแทนการลงทุน สำหรับผลิตภัณฑ์ซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลืองแบรนด์ SOY BAG จะพิจารณาโดยการเปรียบเทียบเงินลงทุนทั้งหมดที่ต้องเสียไปกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในด้านต่างๆ ดังตารางที่ 5.15

ตาราง 5.15 แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับผลิตภัณฑ์ซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลือง SOY BAG

รายการ	**ความหมาย**	**มูลค่าที่คำนวณได้**
ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital: WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่างๆ ของบริษัท	17.00%
มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value: NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุของโครงการ	6,809,977
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนสินเชื่อ	23.03%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด	3 ปี 1 เดือน

ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	ประมาณการรระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด โดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน	4 ปี

5.3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV)

สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินนั้น บริษัทฯจะพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสำหรับกิจการ (NPV of Free Cash Flow of The Firm) ซึ่งมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นมูลค่าเท่ากับ 6,809,977 บาท โดยใช้อัตราคิดลด (Discount Rate) จากต้นทุนทางการเงินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของกิจการ WACC (Weighted Average Cost of Capital) โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$WACC = w_d k_d(1-T) + w_e k_e$$
$$= 0\ (1-20\%) + 1(17.00\%)$$
$$= 17.00\%$$

โดยที่ :

w_d = สัดส่วนของหนี้สิน

k_d = อัตราผลตอบแทนที่เจ้าหนี้ต้องการหรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้

T = อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%

w_e = สัดส่วนของผู้ถือหุ้น

k_e = อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น

ดังนั้นต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยของโครงการ WACC จึงมีค่าเท่ากับ 17.00%

การคำนวณอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) ด้วยวิธี CAPM โดย Risk Free Rate หาได้จากการนำอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปีมาเฉลี่ย ส่วน Market Return หาได้จาก Market Cap ในตลาดหุ้นย้อนหลัง 3 ปี กำหนดให้ค่า Beta มีค่าเท่ากับ 1 จากสูตร Hamada โดยสามารถคำนวณหา Beta และค่า CAPM ได้ดังต่อไปนี้

$$ß(L) = ß(U)\ [1+(1-T)(D/E)]$$
$$= 1[1+(0.8)(0/1.0)]$$
$$= 1$$
$$k_e = R_f+(R_m-R_f)ß(L)$$
$$= 1.21\% + (17.00\%-1.21\%)(1)$$

= 17.00%

โดยที่ :

R_f = อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ปราศจากความเสี่ยง

R_m = อัตราผลตอบแทนของตลาหลักทรัพย์

ß(L) = อัตราความเสี่ยงของผลตอบแทนของบริษัทฯ

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) จึงมีค่าเท่ากับ 17.00%

5.3.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนของโครงการ (IRR) บริษัทฯจะนำข้อมูล Free Cash Flow ที่ประมาณการได้มาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนของโครงการ โดยใช้สมมติฐานเดียวกันกับการวิเคราะห์โดยใช้วิธีมูลค่าสุทธิของโครงการ (NPV) ซึ่งพบว่าบริษัทฯมี IRR เท่ากับ 23.03%

5.3.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

สำหรับการพิจารณาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) จากกระแสเงินสดสุทธิสะสมสำหรับกิจการเปรียบเทียบการลงทุนนั้น จะแสดงให้ผู้ลงทุนทราบระยะเวลาที่ใช้ในการเปลี่ยนสินทรัพย์ที่ลงทุนไปกลับมาเป็นเงินสดอีกครั้ง ซึ่งพบว่าบริษัทฯสามารถดำเนินกิจการ และคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 3 ปี 1 เดือน

5.3.4 ระยะคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period)

สำหรับการพิจารณาระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period) เพื่อลดจุดอ่อนของการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนที่ไม่ได้คำนึงถึงค่าของเงินตามเวลา หรือกระแสเงินสดที่เกิดขึ้นต่างเวลากัน โดยใช้อัตราคิดลด (Discount Rate) ตาม WACC ในแต่ละปี พบว่าบริษัทฯ จะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 4 ปี

5.3.5 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความคุ้มค่าการลงทุน

จากการพิจารณาพบว่าผลิตภัณฑ์ซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลืองของบริษัท soybiobag จำกัด มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 6,809,977 บาท นอกจากนี้ยังมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 23.03 เปอร์เซ็นต์ สูงกว่าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของบริษัท (WACC เท่ากับ 17.00%) รวมไปถึงมีระยะเวลาคืนทุน (Payback

Period) อยู่ที่ประมาณ 3 ปี 1 เดือน และมีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 4 ปี เมื่อพิจารณาผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในด้านมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) และระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period) จะแสดงให้เห็นว่าธุรกิจซองบรรจุเครื่องดื่มรักษ์โลก จากโปรตีนถั่วเหลืองของบริษัท soybiobag จำกัด มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

บทที่ 6
แผนการจัดการความเสี่ยง และการรองรับความเสี่ยง

6.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

ความเสี่ยง คือ โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด ความเสียหาย ความสูญเปล่า เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ หรือการกระทำใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนซึ่งอาจขึ้นในอนาคตและมีผลกระทบทำให้การดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรณ์ จึงต้องมีการบริหารความเสี่ยงที่ดีเพื่อวางแผนป้องกันและควบคุมเพื่อลดสภาพปัญหาหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (วิทยา อินทร์สอน,2559) โดยบริษัท soybiobag จำกัด ได้ทำการประเมินทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

6.1.1 ความเสี่ยงทางด้านการตลาด (Market Risk)

6.1.1.1 ยอดขายต่ำกว่าที่เป้าหมายกำหนด

โดยมีสาเหตุมาจากกลุ่มลูกค้ายังไม่รู้จักในแบรนด์ และผลิตภัณฑ์ดีพอ เนื่องจากเป็นแบรนด์ใหม่ในตลาด นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ก็ยังคงเป็นสินค้าใหม่ในตลาดของประเทศไทยจึงยังไม่เกิดความเข้าใจ และการตระหนักรู้ของผลิตภัณฑ์

<u>แนวทางการบริหารความเสี่ยง</u>

- ทำการฝึกอบรมพนักงานขายใหม่มีทักษะมากขึ้น รวมถึงเพิ่มจำนวนพนักงานขาย นอกจากนั้นจะใช้การออกบูธเพื่อทำให้เป็นที่รู้จัก และได้รายชื่อลูกค้าเพิ่มขึ้น

6.1.2 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

บริษัท soybiobag จำกัด อาจมีความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาด้านสภาพคล่องได้จากการที่ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายโดยต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ หรือมีค่าใช้จ่ายเกินจากที่ประเมิน

<u>แนวทางการบริหารความเสี่ยง</u>

- จัดทำงบกระแสเงินสด เพื่อประมาณการรายได้และต้นทุน
- มีระบบบัญชีเพื่อควบคุมและติดตามการประเมินค่ารายรับรายจ่าย เพื่อควบคุมต้นทุน
- ปรับแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ตรงจุด และเพิ่มยอดขาย โดยเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นนอกจาก facebook โดยการซื้อโฆษณาบน Google Adwords ออกบูธแสดงสินค้ามากขึ้นเพื่อเข้าถึงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

- หากบริษัทขาดสภาพคล่องจะทำการเพิ่มผู้ถือหุ้นเพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียน โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน

6.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

บริษัท soybiobag จำกัด ดำเนินกิจการโดยไม่มีการกู้ยืมเงินทุนหรือให้เครดิตใดๆ จึงไม่มีความเสี่ยงด้านการเงินที่เกิดจากเครดิต

6.1.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)

6.1.4.1 จำนวนการสั่งซื้อมากเกินความสามารถในการผลิต

<u>แนวทางการบริหารความเสี่ยง</u>

- บริษัทจะมีการพิจารณาผู้ผลิต ที่มีความสามารถในการรองรับการผลิตที่สูงขึ้นได้ไว้ตั้งแต่ขั้นตอนการพิจารณาผู้ผลิต

- จ้างพนักงานชั่วคราวในช่วงที่มียอดขายเกินกว่าที่ประมาณการไว้ เพื่อรองรับการให้บริการ โดยวิธีการให้ค่าแนะนำแก่พนักงานในบริษัทที่ชักชวนคนรู้จักให้เข้ามาทำงาน และประกาศรับสมัครลงในเว็บไซต์หางาน เช่น www.jobsDB.com , www.jobthai.com

6.1.4.2 ลูกค้าไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ

โดยมีสาเหตุเกิดจากความล่าช้าในการดำเนินการ การจัดส่งสินค้า หรือเกิดจากการสื่อสารที่ผิดพลาดระหว่างลูกค้าและพนักงาน

<u>แนวทางการบริหารความเสี่ยง</u>

- บริษัทจะต้องวิเคราะห์เพื่อหาว่าจุดใดคือภาวะคอขวด (Bottom neck) เพื่อรีบแก้ไขสถานการณ์ และแจ้งเรื่องต่อลูกค้าในความล่าช้านี้

- ในเรื่องการสื่อสารจะทำการมอบหมายให้ผู้จัดการเป็นผู้รับผิดชอบในการสอบถามเรื่องราวทั้งจากฝั่งของลูกค้า และพนักงานว่าสาเหตุเกิดจากอะไรเพื่อดำเนินการแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำ

- มีการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย รวมถึงติดตามสอบถามถึงผลตอบรับและความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงให้สินค้าและบริการดีขึ้นอยู่เสมอ

6.1.4.3 พนักงานป่วย ลาหยุด หรือลาออกกะทันหัน

เนื่องจากบริษัทฯมีการว่าจ้างพนักงานเพียงตำแหน่งละ 1 คนเท่านั้น ซึ่งหากมีพนักงานตำแหน่งไม่สามารถอยู่ปฏิบัติการได้ก็จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯทันที

แนวทางการบริหารความเสี่ยง

- ในสัญญาว่าจ้างพนักงาน จะมีการระบุเนื้อความถึงการกำหนดอายุงานขั้นต่ำจะต้องอย่างน้อย 1 ปี และการแจ้งเรื่องลาออกจะต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน หากละเมิดตามข้อสัญญาและในการกระทำนั้นทำให้เกิดความเสียต่อบริษัทโดยพิสูจน์ได้ จะต้องถูกพิจารณาชดใช้ค่าเสียหายให้แก่บริษัทเท่ากับค่าจ้างของลูกจ้าง 1 เดือน (สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2562)

- ในกรณีพนักงานลาเกิน 3 วัน หรือลาออกกะทันหัน ให้ผู้จัดการลงมาดูแลชั่วคราว รวมถึงจัดหาพนักงานชั่วคราว (ลูกจ้างรายวัน) และบุคลากรใหม่มาทดแทน ตามลำดับ เช่นเดียวกับแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

- บริษัทฯจะมีการเปิดรับฟังข้อคิดเห็นของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับรู้ถึงปัญหาของพนักงาน และปรับความเข้าใจรวมถึงเข้าแก้ไขปัญหานั้น โดยสามารถส่งข้อคิดเห็นดังกล่าวเข้ามาในอีเมลของผู้จัดการโดยตรง

6.1.4.4 สินค้าของแบรนด์ถูกลอกเลียนแบบ

แนวทางการบริหารความเสี่ยง

- นอกจากบริษัทจะทำการจดสัญญากับห้องปฏิบัติการผู้คิดค้นสูตร และผู้ผลิต รวมถึงบริษัทฯได้จดอนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์เพื่อรักษาความลับทางการค้าไว้แล้ว จะมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อออกผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกใหม่ๆ ให้มากขึ้นโดยการให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับบริษัทจากการสอบถามอยู่เป็นระยะ และจัดงานสัมนากับลูกค้าเพื่อคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ทางการค้า

6.2 บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 6.1 แสดงบทวิเคราะห์ความเร่งด่วนของความเสี่ยง และแนวทางการลดความเสี่ยง

ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วน			แนวทางการแก้ไข
	สูง	ต่ำ	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)						
- ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด เนื่องจากแบรนด์ยังไม่เป็นที่รู้จัก	✓				✓	- ฝึกอบรมพนักงานขายใหม่มีทักษะมากขึ้น รวมถึงเพิ่มจำนวนพนักงานขาย นอกจากนั้นจะใช้การออกบูธเพื่อทำให้เป็นที่รู้จัก และได้รายชื่อลูกค้าเพิ่มขึ้น
ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)						
- จากการที่ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายโดยต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ หรือมีค่าใช้จ่ายเกินจากที่ประเมิน	✓				✓	- จัดทำงบกระแสเงินสด เพื่อประมาณการรายได้และต้นทุน - มีระบบบัญชีเพื่อควบคุมและติดตามการประเมินค่ารายรับรายจ่าย เพื่อควบคุมต้นทุน - ปรับแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น นอกจาก facebook โดยการซื้อโฆษณาบน Google Adwords ออกบูธแสดงสินค้ามากขึ้นเพื่อเข้าถึงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น - หากบริษัทขาดสภาพคล่องจะทำการเพิ่มผู้ถือหุ้นเพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนโดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน
ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)						
- บริษัท soybiobag จำกัด ดำเนินกิจการโดยไม่มีการกู้ยืมเงินทุนหรือให้เครดิตใดๆ		✓	✓			

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)						
- จำนวนการสั่งซื้อมากเกินความสามารถในการผลิต		✓		✓		- บริษัทจะมีการพิจารณาผู้ผลิต ที่มีความสามารถในการรองรับการผลิตที่สูงขึ้นได้ไว้ตั้งแต่ขั้นตอนการพิจารณาผู้ผลิต - จ้างพนักงานชั่วคราวในช่วงที่มียอดขายเกินกว่าที่ประมาณการไว้ เพื่อรองรับการให้บริการ โดยวิธีการให้ค่าแนะนำแก่พนักงานในบริษัทที่ชักชวนคนรู้จักให้เข้ามาทำงาน และประกาศรับสมัครลงในเว็บไซต์หางาน เช่น www.jobsDB.com , www.jobthai.com
- ลูกค้าไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการจากความล่าช้าในการดำเนินการ หรือเกิดจากการสื่อสารที่ผิดพลาดระหว่างลูกค้าและพนักงาน	✓				✓	- วิเคราะห์เพื่อหาว่าจุดใดคือภาวะคอขวด (Bottom neck) เพื่อรีบแก้ไขสถานการณ์และแจ้งเรื่องต่อลูกค้าในความล่าช้านี้ - ในเรื่องการสื่อสารจะทำการมอบหมายให้ผู้จัดการเป็นผู้รับผิดชอบในการสอบถามเรื่องราวทั้งจากฝั่งของลูกค้า และพนักงานว่าสาเหตุเกิดจากอะไรเพื่อดำเนินการแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำ - มีการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย รวมถึงติดตามสอบถามถึงผลตอบรับและความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงให้สินค้าและบริการดีขึ้นอยู่เสมอ
- พนักงานป่วย ลาหยุด หรือลาออกกะทันหัน	✓		✓			- ในสัญญาว่าจ้างพนักงาน จะมีการระบุเนื้อความถึงการกำหนดอายุงานขั้นต่ำจะต้องอย่างน้อย 1 ปี และการแจ้งเรื่องลาออกจะต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30

						วัน หากละเมิดตามข้อสัญญาและในการกระทำนั้นทำให้เกิดความเสียต่อบริษัทโดยพิสูจน์ได้ จะต้องถูกพิจารณาชดใช้ค่าเสียหายให้แก่บริษัทเท่ากับค่าจ้างของลูกจ้าง 1 เดือน - กรณีพนักงานลาเกิน 3 วัน หรือลาออกกะทันหัน ให้ผู้จัดการลงมาดูแลชั่วคราว รวมถึงจัดหาพนักงานชั่วคราว (ลูกจ้างรายวัน) และบุคลากรใหม่มาทดแทนตามลำดับ - บริษัทฯจะมีการเปิดรับฟังข้อคิดเห็นของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับรู้ถึงปัญหาของพนักงาน และปรับความเข้าใจรวมถึงเข้าแก้ไขปัญหานั้นโดยสามารถส่งข้อคิดเห็นดังกล่าวเข้ามาในอีเมลของผู้จัดการโดยตรง
- สินค้าของแบรนด์ถูกลอกเลียนแบบ		✓			✓	- นอกจากบริษัทจะทำการจดสัญญากับห้องปฏิบัติการผู้คิดค้นสูตร และผู้ผลิต รวมถึงบริษัทฯได้จดอนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์เพื่อรักษาความลับทางการค้าไว้แล้ว จะมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อออกผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกใหม่ๆ ให้มากขึ้นโดยการให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับบริษัทจากการสอบถามอยู่เป็นระยะ และจัดงานสัมนากับลูกค้าเพื่อคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ทางการค้า

บรรณานุกรม

กนกทิพย์ มังคะโชติ และสมชาย วงศ์สุริยศักดิ์. (2556). แนวโน้มการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในอนาคต. สาขาวิชาเทคโนโลยีการบรรจุ. คณะอุตสาหกรรมเกษตร. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กรุงเทพธุรกิจ. (2563). 'รักษ์โลก-กล้าแสดงออก-มีอัตลักษณ์' วิจัยชี้พฤติกรรมคนรุ่นใหม่. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2563, จาก: https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/864037

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). เกณฑ์ใหม่แบ่งกิจการ SMEs. สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2563, จาก: https://www.dharmniti.co.th/business-smes/

ณิชชา บูรณสิงห์. (2562). "ขยะพลาสติก" ปัญหาระดับโลกที่ต้องเร่งจัดการ. กลุ่มงานบริการวิชาการ 3. สำนักวิชาการ

ณธกร อุไรรัตน์. (2559). การศึกษาเพื่อพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเชยเสาไห้ จ.สระบุรี. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2563, จาก: https://www.dpu.ac.th/dpurc/assets/uploads/public/23uxqo5erqu8os8ggs.pdf

ฐานเศรษฐกิจ. (2563). 'ไมโล' ชง สูตรใหม่ รับเทรนด์สุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2563, จาก: https://www.thansettakij.com/content/396757

ธัญญารัตน์ จิญกาญจน์. (2561). แนวโน้มบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มในปี 2018. ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ. คณะอุตสาหกรรมเกษตร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธัญญลักษณ์ ใจเที่ยง. (2557). ความหมายของบรรจุภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2563, จาก: https://sites.google.com/site/thanyalak12557/khwam-hmay-khxng-brrcu-phanth

ธรรมนิติ. (2563). เกณฑ์ใหม่แบ่งกิจการ SMEs. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2563, จาก: https://www.dharmniti.co.th/business-smes/

ธีราวรรณ์ จันทรมานนท์. (2555). ช่องทางการจัดจำหน่าย. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2563, จาก: https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/

บุษรา สร้อยระย้า, ชมภูนุช เผื่อนพิภพ, ดวงกมล ตั้งสถิตพร, อัชชา ศิริพันธุ์ และประพาฬภรณ์ ธีรมงคล. (2554). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากเส้นใยกล้วย สำหรับบรรจุ

บรรณานุกรม (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์อาหาสำเร็จรูป. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ปัทมาพร ช่อชู. (2561). การทำความเข้าใจ การออกแบบบรรจุภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2563, จาก:http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=732&section=37&issues=28

ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. ปาริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ, 29(2), 43-44.

พรรณิดา แก้วปทุมทิพย์. (2562). กลยุทธ์ทางการตลาด จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2563, จาก: http://www.itd.or.th/wp-content/uploads/2019/07/unnamed-file4.pdf

มารยาท โยทองยศ และปราณี สวัสดิสรรพ์. (ม.ป.ป.). การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง. ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม.

ยงยุทธ ฟูพงศ์ศิริพันธ์. (2558) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2563, จาก: https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit6/Subm1/U611-1.htm

วิทยา อินทร์สอน. (2559). การบริหารความเสี่ยงในองค์กร. สืบค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2563, จาก: http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php

ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจเอสเอ็มอี. (2563). แอบมองเทรนด์อยู่นะจ๊ะ! ส่อง 5 Packaging 2020 สุดล้ำ! ก่อนใคร. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2563, จาก: https://www.smethailandclub.com/design-5367-id.html

สุทธวัฒน์ เบญจกุล. (2555). ถุงละลายน้ำจากฟิล์มเจลาติน. สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2563, จาก: http://www.trueplookpanya.com/new/cms_detail/entertainment/11962/00/9169

สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2562). ผลของการที่ลูกจ้างลาออกไม่ถูกต้อง. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2563, จาก: http://area3.labour.go.th/2018/2015-12-03-04-55-08/682-

อมรรัตน์ จานิกร. (2559). แผนธุรกิจผงมะพร้าวน้ำหอมผสมคอลลาเจน. คณะบริหารธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ADVANCEBIO. (2018). ถุงร้อนรักษ์โลก. สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2563, จาก: : https://advancebio11.com/product

Ari Soffer. (2019). The 5 most popular methods of segmentation for B2B. สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2563, จาก: https://www.leadspace.com/popular-methods-of-segmentation-for-b2b/

Bhargava, R. (2018). The Non-Obvious Company. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2563, จาก: https://blog.sogoodweb.com/Article/Detail/92506

Flexible. (2017). ผลิตภัณฑ์พลาสติกกับอาหาร. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2563, จาก: http://www.flexible.co.th/Blog/

Khemika. (2018). 6 แนวโน้มการตลาดที่น่าจับตามอง. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2563, จาก: https://blog.sogoodweb.com/Article/Detail/92506

Marketeer. (2015). ตลาดกาแฟสำเร็จรูป. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2563, จาก: https://marketeeronline.co/archives/29141

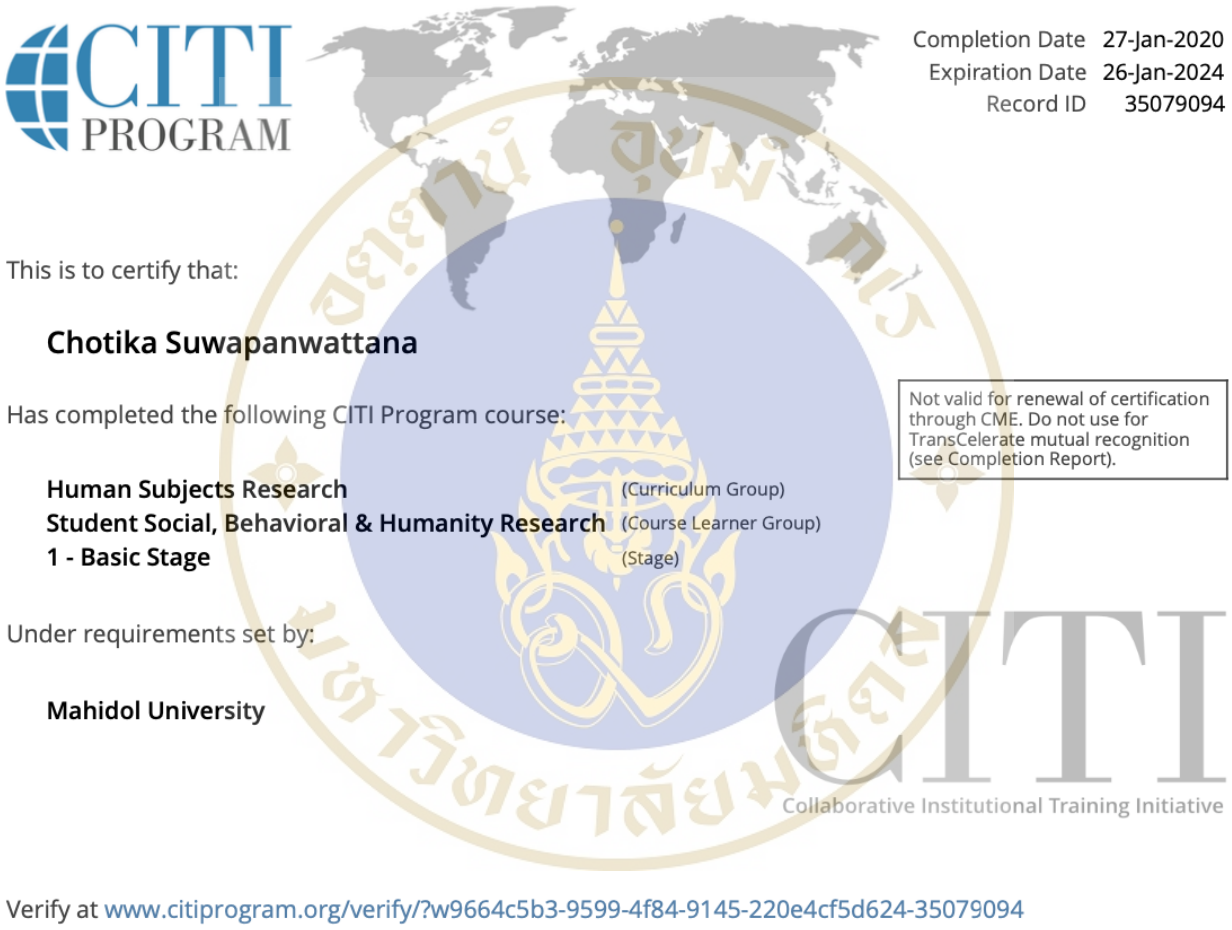
Nastasi, B.K. and Schensul, S.L. (2005). “Contributions of qualitative research to the validity of intervention research”, Journal of School Psychology. 43(3), 177-195.

Nwokoro, J. (2009). Food Packaging Business Plan. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2563, จาก: https://www.profitableventure.com/food-packaging-business-plan/

Packaging Intelligence Unit. (2016). โอกาสทางการตลาดของบรรจุภัณฑ์แตกสลายได้ทางชีวภาพ. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2563, จาก: https://packaging.oie.go.th/new/admin_control_new/html-demo/analysis_file/9321586074.pdf

SUNBIO. (2019). ถุงซิปสลายตัวได้. สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2563, จาก: https://www.sunmumshopping.com/en/product-category/by-brands/sunbio/

ภาคผนวก


CITI
PROGRAM
Completion Date 27-Jan-2020
Expiration Date 26-Jan-2024
Record ID 35079094
This is to certify that:
Chotika Suwapanwattana
Has completed the following CITI Program course:
Not valid for renewal of certification through CME. Do not use for TransCelerate mutual recognition (see Completion Report).
Human Subjects Research (Curriculum Group)
Student Social, Behavioral & Humanity Research (Course Learner Group)
1 - Basic Stage (Stage)
Under requirements set by:
Mahidol University
CITI
Collaborative Institutional Training Initiative
Verify at www.citiprogram.org/verify/?w9664c5b3-9599-4f84-9145-220e4cf5d624-35079094