



แผนธุรกิจร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551

แผนธุรกิจร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream



แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

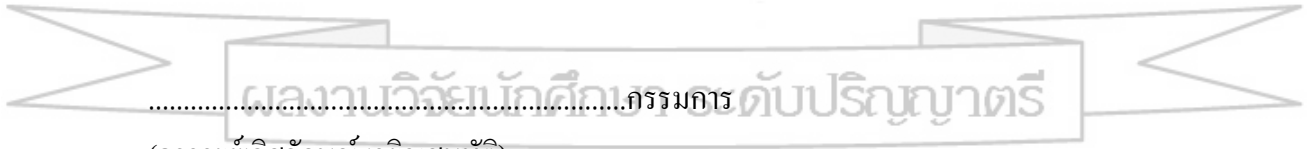
ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “ร้าน ไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream” เสนอโดยนายศักรินทร์ วิทยกุล
มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ



.....
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์ฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ)
หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา
อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ
คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

.....ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ อัมพะวัต)
...../...../.....



.....กรรมการ
(อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ)
...../...../.....

.....กรรมการ
(อาจารย์สุกัญญา เลิศสุโกชนิชย์)
...../...../.....

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	1
2 ความเป็นมาในการทำธุรกิจ.....	2
ข้อมูลของกิจการ.....	2
แนวความคิดในการก่อตั้ง.....	2
ที่ตั้งกิจการ.....	3
รายชื่อเจ้าของกิจการและสัดส่วนการถือครอง.....	3
ประวัติเจ้าของกิจการ.....	4
ประโยชน์ของโครงการที่มีต่อเศรษฐกิจ.....	4
ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	5
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด	6
สถานะอุตสาหกรรมและสถานะตลาด.....	6
การแบ่งส่วนตลาด.....	7
พื้นที่และตลาดเป้าหมาย.....	7
ขนาดของตลาดและแนวโน้มตลาด.....	8
ส่วนแบ่งการตลาด.....	10
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	11
การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	12
การวิเคราะห์สถานการณ์หรือ SWOT ANALYSIS.....	13
การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Force Model).....	18
การวิเคราะห์คู่แข่ง.....	20

บทที่		หน้า
4	แผนบริหารจัดการ.....	24
	รายละเอียดธุรกิจ.....	24
	รูปแบบการดำเนินธุรกิจ.....	24
	ประวัติเจ้าของกิจการ.....	24
	แผนผังองค์กร.....	25
	หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก.....	25
	จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคคลกรของธุรกิจ.....	26
	วิสัยทัศน์.....	27
	พันธกิจ.....	27
	เป้าหมายทางธุรกิจ.....	27
	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	28
	แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ.....	28
5	แผนตลาด.....	29
	รายละเอียดธุรกิจ.....	29
	การเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	29
	เป้าหมายทางการตลาด.....	32
	การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย.....	32
	กลยุทธ์ทางการตลาด.....	32
	ผลิตภัณฑ์.....	34
	รูปแบบบรรจุภัณฑ์.....	35
	รูปแบบการตกแต่งร้าน.....	36
6	แผนการผลิต.....	37
	สถานประกอบการในการผลิต.....	37
	วัตถุดิบ.....	39
	บรรจุภัณฑ์.....	41
	อุปกรณ์ในการผลิต.....	42
	กำลังการผลิต.....	43
	ขั้นตอนการผลิตโยเกิร์ต.....	47
	ขั้นตอนการผลิตไอศกรีม.....	48

บทที่	หน้า
7	50
แผนการเงิน.....	50
ต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน.....	50
ประมาณการการชำระคืนเงินกู้.....	51
ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา.....	52
ประมาณการขายรายเดือน.....	54
ประมาณการรายได้จากการขาย.....	57
ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	60
ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า.....	62
ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	63
ประมาณการกำไรขาดทุน.....	64
ประมาณการกระแสเงินสด.....	66
ประมาณการงบดุล.....	67
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	68
8	69
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	69
9	71
แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	71
บรรณานุกรม.....	73
ภาคผนวก.....	74
แบบสอบถาม.....	75
ผลสรุปข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	78
ประวัติผู้ศึกษา.....	87

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	5
2	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	13
3	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	16
4	แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคคลกรของธุรกิจ.....	27
5	แสดงรายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	29
6	แสดงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและราคาปีที่ 1.....	44
7	แสดงเครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือในการผลิต.....	45
8	แสดงต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน.....	50
9	แสดงการชำระคืนเงินกู้.....	51
10	แสดงทรัพย์สินและค่าเสื่อมราคา.....	52
11	แสดงงบประมาณการขายรายเดือน.....	54
12	แสดงงบประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ.....	57
13	แสดงงบประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	60
14	แสดงงบประมาณต้นทุนการผลิตต้นทุนขายสินค้า.....	62
15	แสดงงบประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	63
16	แสดงงบประมาณการกำไรขาดทุน.....	64
17	แสดงงบประมาณการกระแสเงินสด.....	66
18	แสดงงบประมาณการงบดุล.....	67
19	แสดงอัตราส่วนทางการเงิน.....	68
20	แผนแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	69

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงแผนที่ตั้งร้าน Belle yoghurt Ice cream	3
2	แผนภูมิวงกลมแสดงส่วนแบ่งตลาดการบริโภคอาหารว่าง.....	10
3	แสดงตำแหน่งการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ Belle yoghurt Ice cream.....	12
4	แสดงการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Force Model).....	18
5	แสดงแผนผังองค์กร.....	25
6	แสดงตัวอย่างไอศกรีมโยเกิร์ต.....	34
7	แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยไอศกรีมภาชนะเครื่องแก้ว.....	35
8	แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยไอศกรีมกระดาษขนาด 4 ออนซ์.....	35
9	แสดงสัญลักษณ์ของร้าน Belle yoghurt Ice cream	36
10	แสดงรูปแบบการตกแต่งร้าน.....	36
11	แสดงแผนผังโครงสร้างภายในร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream	37
12	แสดงแผนที่ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice Cream	38
13	แสดงกระบวนการผลิตไอศกรีม.....	49

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจนี้สำเร็จล่วงไปด้วยดี ด้วยความร่วมมือและความช่วยเหลือจากบุคคลต่างๆ ในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ คอยช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำแผนธุรกิจ ทำให้แผนธุรกิจนี้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ และเสร็จสิ้นด้วยดี จึงใคร่ขอขอบพระคุณบุคคลเหล่านี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ อาจารย์ที่ปรึกษาในการทำแผนธุรกิจ โดยให้คำแนะนำ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำแผนธุรกิจ พร้อมทั้งช่วยเหลือทุกขั้นตอนการทำงาน และที่สำคัญคอยเข้มงวดกวดขันให้ผู้ศึกษาสามารถทำแผนธุรกิจล่วงไปได้อย่างดี

ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ ท่านประธานกรรมการ และกรรมการทุกท่านที่คอยสั่งสอนให้ความรู้แก่ผู้ศึกษา

ขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และพี่สาว ที่ให้ความห่วงใยคอยเป็นกำลังใจ ให้ความรักและความเข้าใจ และความอนุเคราะห์ในเรื่องค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังเป็นแรงบันดาลใจ ให้มีความอดทนในการทำงานจนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดรูปแบบ และแผนการเงินในการทำแผนธุรกิจ คอยให้กำลังใจ และคอยช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา

คุณประโยชน์ใดๆ ที่ได้รับจากแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้จัดทำขอมอบให้คุณพ่อ คุณแม่ ที่ได้อบรมสั่งสอน ปลูกฝังคุณงามความดี และความอดทน ตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้จัดทำ จนส่งผลให้แผนธุรกิจฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

1248123 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream

ศักรินทร์ วิทยกุล : แผนธุรกิจร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ เลิศ
ลักษณ์ เจริญสมบัติ. 88 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

จากความชื่นชอบและความสนใจเกี่ยวกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบกับมีความใฝ่ฝันที่
อยากจะมีธุรกิจขนาดเล็กเป็นของตนเอง รวมทั้งมองเห็นโอกาสทางธุรกิจนั่นคือ สังคมโลกมีแนวโน้มเรื่องการ
คำนึงถึงสุขภาพกันมากขึ้น (Health conscious) ซึ่งแนวโน้มดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภคหันมาเลือกอาหารรับประทาน
มากขึ้น และด้วยสภาพอากาศของประเทศไทยที่ค่อนข้างร้อน การบริโภคไอศกรีมจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของ
ผู้บริโภค ด้วยปัจจัยต่างๆที่ได้กล่าวมาจึงเกิดเป็นแนวความคิดในการทำธุรกิจร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice
cream ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งตรงที่มีการใช้โยเกิร์ตและผลไม้สดเป็นส่วนผสมหลักของไอศกรีม ซึ่งเป็น
อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและมีประโยชน์ต่อร่างกาย มีหลากหลายรสชาติและยังสอดคล้องกับกระแส
การให้ความใส่ใจในการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคในปัจจุบันอีกด้วย

ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ดำเนินการโดย นายศักรินทร์ วิทย
กุล อายุ 22 ปี ดำเนินกิจการโดยการเช่าอาคาร มีที่ตั้งอยู่ที่ 135/2 ถนนทรงพล ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง
จังหวัดนครปฐม ซึ่งถือเป็นแหล่งธุรกิจเพราะตั้งอยู่หน้ามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ซึ่งนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีจำนวนมากเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของกิจการกลุ่มเป้าหมายรองเป็นบุคลากร
ภายในมหาวิทยาลัย และบุคคลทั่วไปที่สัญจรผ่านไปมา โดยปัจจัยที่สนับสนุนโครงการในการทำธุรกิจนี้คือ
บริเวณรอบๆมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ และในเขตอำเภอเมือง ยังไม่มีร้านขาย
ไอศกรีมเพื่อสุขภาพที่มีส่วนผสมหลักผลิตจากโยเกิร์ต และผลไม้สด ทำให้แนวโน้มการเติบโตของตลาดมีอัตรา
ค่อนข้างสูง

เป้าหมายของธุรกิจร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream คือ ต้องการเป็นผู้นำตลาดไอศกรีมโยเกิร์ต
และขยายสาขาไปยังบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ได้แก่ อำเภอสามพราน อำเภอบ้านโป่ง
และอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี

เงินลงทุนในการดำเนินธุรกิจทั้งหมด 527,650.00 บาท เป็นเงินลงทุนส่วนตัวของเจ้าของจำนวน
213,470.00 บาท เงินกู้ยืม 300,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนเงินทุนระหว่างเงินลงทุนของเจ้าของต่อเงินกู้ยืมเท่ากับ
0.43 : 0.57 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) 38.05% เท่ากับ มีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 11 เดือน

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

บทที่ 1
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อธนาคาร
โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) เพื่อขออนุมัติเงินกู้จากธนาคารมาลงทุนธุรกิจร้านไอศกรีมเพื่อสุขภาพ “Belle yoghurt Ice cream”

2) เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการประกอบธุรกิจและการจัดสรรทรัพยากรให้สามารถ
นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจในอนาคตได้
โดยมีเงื่อนไขดังนี้

มีการทำสัญญาผ่อนชำระเงินกู้ให้ธนาคารเป็นเวลา 6 งวด ใน 1 ปี งวดละ 10,000 บาท
จำนวนเงิน 60,000 บาท รวมทั้งสิ้น 5 ปี โดยมีหลักทรัพย์ค้ำประกันค้ำประกันคือ บ้านเลขที่ 29 ซ.
ลาดพร้าว 58 แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

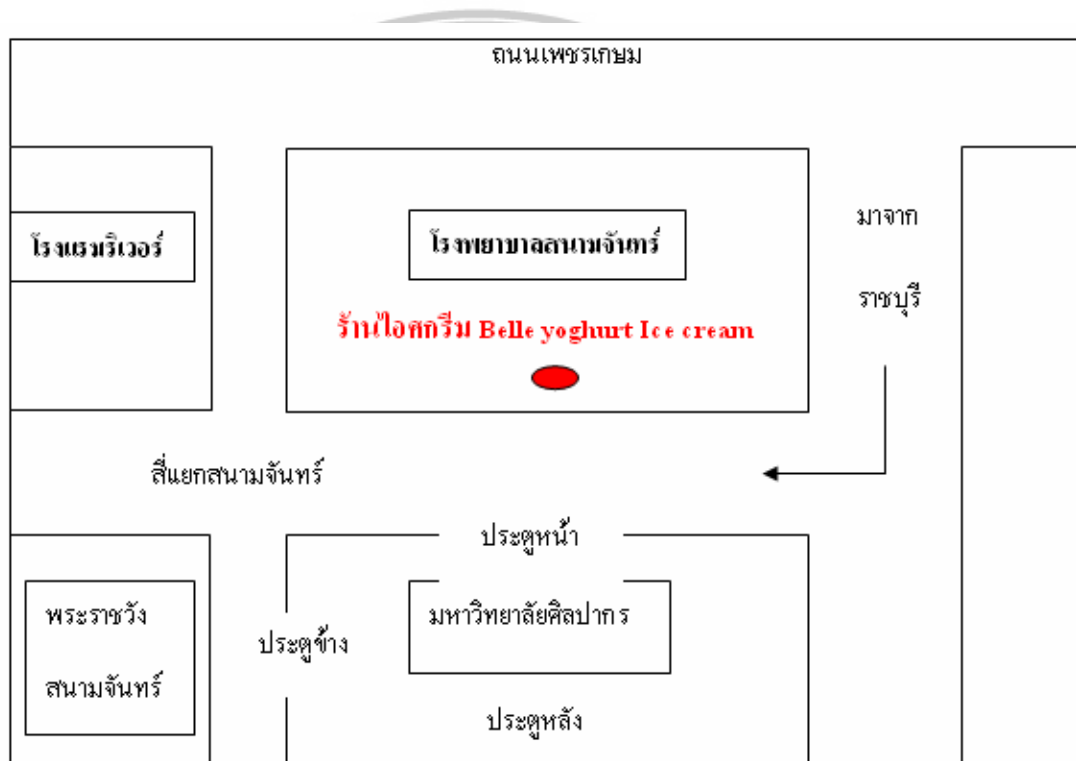
ความเป็นมาของธุรกิจ

ร้านไอศกรีมโยเกิร์ต Belle yoghurt Ice cream ได้ก่อตั้งขึ้นในปี 2552 โดยนายศักรินทร์ วิทยกุล ที่ใฝ่ฝันอยากมีธุรกิจขนาดเล็กเป็นของตนเอง และด้วยความสนใจส่วนตัวเกี่ยวกับไอศกรีม เพื่อสุขภาพ จึงจะดำเนินธุรกิจเป็นผู้จำหน่ายไอศกรีมโยเกิร์ต ที่มีโยเกิร์ตมาเป็นวัตถุดิบหลักและนำผลไม้สดมาเป็นส่วนผสมซึ่งส่วนผสมทั้งสองมีสารอาหารที่ให้คุณประโยชน์ต่อร่างกาย และเมื่อนำมาผสมกันแล้วยังทำให้รสชาติของ ไอศกรีมมีความกลมกล่อมดียิ่งขึ้น ซึ่งเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคได้บริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ 2 ชนิดรวมกัน คือ โยเกิร์ตสดและผลไม้ เหมาะสำหรับผู้ที่มีความใส่ใจสุขภาพและชื่นชอบลิ้มลองรสชาติที่แปลกใหม่ โดยผลิตภัณฑ์จะเน้นที่ความสดใหม่ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น โยเกิร์ตจะมีการทำโยเกิร์ตตามสูตรเฉพาะของทางร้านขึ้นมาเองทุกวัน และผลไม้ที่ใช้เป็นส่วนผสมก็เป็นผลไม้สดหลากหลายชนิด ซึ่งมีรสอร่อยตามธรรมชาติ และคงคุณค่าทางโภชนาการไว้ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรา Belle yoghurt Ice cream นั้นมีกระบวนการและกรรมวิธีในการผลิตที่สะอาดถูกหลักอนามัย มีรสชาติที่แตกต่างจากไอศกรีมที่มีอยู่ทั่วไปตามท้องตลาด และเนื่องจากไอศกรีมเป็นขนมหวานอย่างหนึ่งที่ได้รับคามนิยมนิยมมาและประกอบกับประเทศไทยเป็นประเทศในเขตร้อนซึ่งมีอากาศร้อนทั้งปี มีช่วงฤดูกาลอื่นๆที่สั้นมาก ดังนั้นข้าพเจ้าจึงเล็งเห็นช่องทางนี้ในการประกอบธุรกิจเพื่อสร้างผลกำไรแก่ตนเอง

จากเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นที่มาของร้านไอศกรีมเพื่อสุขภาพ Belle yoghurt Ice cream จะเริ่มดำเนินธุรกิจในเดือน เมษายน พ.ศ.2552 โดยผลิตภัณฑ์ของร้านไอศกรีมเพื่อสุขภาพ Belle yoghurt Ice cream คือ ไอศกรีมโยเกิร์ตภายใต้ชื่อ “Belle yoghurt Ice Cream” โดยไอศกรีมดังกล่าวจะเป็นไอศกรีมในระดับ Premium ที่นอกจากจะมีความแปลกใหม่ในด้านรสชาติแล้วยังมีประโยชน์ต่อสุขภาพด้วยการเพิ่มโยเกิร์ตสดเข้าไปในไอศกรีมอีกด้วย

ที่ตั้งกิจการ

ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream ตั้งอยู่บริเวณตรงข้ามกับประตูหน้าของ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ เลขที่ 135/2 ถนนทรงพล ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 7300



ภาพที่ 1 แผนที่ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

รายชื่อเจ้าของกิจการ และสัดส่วนการถือครอง

ศักรินทร์ วิทย์กุล

สัดส่วนการถือครอง 100%

ประวัติเจ้าของกิจการ

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จาก โรงเรียนนวมินทราชินูทิศเตรียมอุดมศึกษา-
น้อมเกล้า ปี พ.ศ.2545

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนนวมินทราชินูทิศเตรียมอุดมศึกษา-
น้อมเกล้า ปี พ.ศ.2548

ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป)
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปี พ.ศ. 2551

ประสบการณ์การทำงาน

ปี พ.ศ. 2551 โรงแรมริเวอร์แคว ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงานฝ่าย
ต้อนรับ

ปี พ.ศ. 2551 คณะคหกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
วิทยาเขตพระนครใต้จังหวัดกรุงเทพมหานคร
เข้ารับการอบรมหลักสูตรการทำไอศกรีม

ประโยชน์ของโครงการที่มีต่อเศรษฐกิจ

1. เป็นการส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับจุลภาค คือ มีส่วนช่วยให้ประชากรในท้องถิ่นมีทางเลือกในการบริโภคมากขึ้น
2. เป็นการกระตุ้นให้เยาวชน นักศึกษา และผู้บริโภคทั่วไป หันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยคนไทย ซึ่งมีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น

ตารางที่ 1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานร้าน ไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	สำรวจตลาด วางแผนจัดตั้งกิจการ จัดหาทำเลที่ตั้งธุรกิจ	10 วัน	15มี.ค. – 24 มี.ค. 52
2	ระดมเงินทุนในการประกอบธุรกิจ	1 เดือน	25 มี.ค. – 24 เม.ย. 52
3	ดำเนินการเช่าร้าน ทำหนังสือสัญญาและตกแต่งร้าน	7 วัน	25 เม.ย. – 1 พ.ค. 52
4	ตั้งอุปกรณ์และเครื่องมือในการการดำเนินงานและสั่งซื้อวัตถุดิบ	12 วัน	2 พ.ค. – 13 พ.ค. 52
5	สรรหาพนักงานและฝึกอบรม และ ประชาสัมพันธ์ร้าน	7 วัน	14 พ.ค. – 20 พ.ค.52
6	ตรวจสอบความเรียบร้อยภายในร้านและเตรียมตัวเปิดกิจการ	2 วัน	21 พ.ค. – 22 พ.ค.52
7	เปิดให้บริการ		23 พฤษภาคม 2552
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	68 วัน	

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

สถานะอุตสาหกรรมและสถานะตลาด

สภาพโดยรวมของตลาดไอศกรีมในปัจจุบันมีอยู่หลายรูปแบบทั้งในรูปแบบของไอศกรีมแบบตัก แบบที่บรรจุสำเร็จ และมีผู้นำตลาดที่โดดเด่นและชัดเจน โดยการแข่งขันเป็นไปอย่างรุนแรง และการแข่งขันที่มากก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ตลาดไอศกรีมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่วนของตลาดไอศกรีมเพื่อสุขภาพยังเป็นตลาดที่มีช่องว่างอยู่อีกมาก (Niche market) โดยระยะหลังเริ่มมีผู้ประกอบการเปิดร้านไอศกรีมโยเกิร์ต ซึ่งเป็นไอศกรีมเพื่อสุขภาพอย่างหนึ่ง เปิดตัวมากขึ้นในต่างประเทศ เช่นอเมริกา เกาหลี และญี่ปุ่น หรือแม้กระทั่งในกรุงเทพฯ ซึ่งเห็นได้ว่า ผู้บริโภคหันมาสนใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น แต่ทำเลที่ตั้งในส่วนของอำเภอเมืองนครปฐม และบริเวณใกล้เคียงยังไม่มีผู้ผลิตไอศกรีมโยเกิร์ต และผู้ประกอบการที่มีอยู่ในตลาดส่วนใหญ่นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใกล้เคียงกัน ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดไม่มีความโดดเด่นหรือความน่าสนใจและไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้เท่าที่ควร ทำให้เกิดโอกาสในการเข้าไปดำเนินธุรกิจมากขึ้น เพราะผลิตภัณฑ์ของเรามีความโดดเด่นทั้งในเรื่องรสชาติ การบริการ และรูปแบบการตกแต่งร้าน โดยธุรกิจต้องการเป็นผู้นำบุกเบิกตลาดไอศกรีมเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ของ “Belle yoghurt Ice Cream” ยังมีความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งในด้านรสชาติที่มีให้เลือกอย่างหลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ และในรูปแบบการจัดจำหน่าย โดยได้คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมโยเกิร์ตภายใต้เครื่องหมายการค้า “Belle yoghurt Ice Cream” เน้นในด้านคุณภาพความสดใหม่ รสชาติที่ดี มีประโยชน์ คุณค่าทางโภชนาการสูงสุด มีระบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผู้บริโภค

จากผลการทำแบบสอบถามเกี่ยวกับธุรกิจไอศกรีมโดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ 100 คน สรุปได้ว่า ธุรกิจไอศกรีมเพื่อสุขภาพ มีแนวโน้มที่จะมีการเติบโตที่สูงขึ้นในอนาคต เพราะมีจำนวนผู้บริโภคที่ให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพเป็นอย่างมากประกอบกับผลิตภัณฑ์ของ “Belle yoghurt Ice Cream” มีความโดดเด่นของตัวผลิตภัณฑ์และแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ซึ่งจะเป็นจุดสร้างความสนใจแก่ผู้บริโภค ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบความแปลกใหม่และใส่ใจสุขภาพเป็นหลัก ธุรกิจจึงมีโอกาสเติบโตได้มาก

การแบ่งส่วนตลาด

การแบ่งส่วนตลาดใช้สถานการณ์การแข่งขันและพฤติกรรมผู้บริโภค นั่นคือ มุ่งแบ่งส่วนตลาดให้ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่ให้ความใส่ใจ และความสำคัญกับสุขภาพ ด้วยการเลือกด้วยการเลือกบริโภคไอศกรีมโยเกิร์ต ซึ่งเป็นไอศกรีมเพื่อสุขภาพแทนการเลือกบริโภคของหวานประเภทอื่น เช่น น้ำแข็งไส น้ำปั่น น้ำอัดลม และชา/กาแฟ เป็นต้น

เกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด คือ การแบ่งส่วนตลาดทางภูมิศาสตร์ การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ และการแบ่งส่วนตลาดทางจิตวิทยา

1.การแบ่งส่วนตลาดทางภูมิศาสตร์ โดยการเลือกทำเลที่ตั้งร้านใกล้สถานศึกษาและหอพักนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ และทำเลที่ตั้งดังกล่าวยังอยู่ในเขตตัวเมืองจังหวัดนครปฐมซึ่งเป็นสถานที่ที่บุคคลทั่วไปสัญจรผ่านไปมาด้วย ทำให้นักศึกษาเลือกที่จะบริโภคไอศกรีมจากร้านไอศกรีมที่อยู่ใกล้สถานศึกษาหรือบริเวณหอพัก มากกว่าไปที่อื่น เพราะไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปเพื่อรับประทาน

2.การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าคือกลุ่มนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ ที่มีช่วงอายุประมาณ 18-23 ปี นั่นก็คือกลุ่มวัยรุ่น ข้อมูลจากกองกิจการนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์พบว่ามีจำนวนนักศึกษาทั้งสิ้น 9,439 คน เป็นหญิง 6,795 คน เป็นชาย 2,644 คน และมีรายได้ส่วนใหญ่อ่อนละประมาณ 4,000 – 5,000 บาท ซึ่งจะส่งผลต่อการซื้อสินค้าไปบริโภค

3.การแบ่งส่วนตลาดตามจิตวิทยา ผลิตภัณฑ์ของ“Belle yoghurt Ice Cream”ยังมีความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งในด้านรสชาติที่มีให้เลือกอย่างหลากหลาย เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ และในด้านรูปแบบการจัดจำหน่าย โดยได้คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เน้นในด้านคุณภาพความสดใหม่ รสชาติที่ดี มีประโยชน์ และคุณค่าทางโภชนาการสูง มีระบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผู้บริโภคไอศกรีมโยเกิร์ต พร้อมทั้งมีรสชาติต่างๆให้เลือกได้เองตามอัธยาศัยมากกว่า 10 ชนิด และการจัดตกแต่งร้านจะเน้นการให้ความรู้สึกผ่อนคลายเย็นน้ำสบาย

พื้นที่และตลาดเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมายของร้านเบลล์ โยเกิร์ต ไอศกรีม (Belle yoghurt Ice cream) คือ ตลาดไอศกรีมโยเกิร์ต มีพื้นที่จุดขายอยู่ที่ 135/2 ถนนทรงพล ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 7300

ขนาดของตลาดและแนวโน้มตลาด

ขนาดของตลาดไอศกรีมเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ แต่ในส่วนของตลาดไอศกรีมเพื่อสุขภาพหรือไอศกรีมโยเกิร์ตยังไม่มีการสำรวจตลาดที่แน่นอนว่าขนาดของตลาดมีมูลค่าเท่าไร แต่คาดว่าแนวโน้มของตลาดไอศกรีมเพื่อสุขภาพเป็นแนวโน้มที่ดี เพราะในปัจจุบันผู้บริโภคหันมานิยมบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผัก และผลไม้สดปั่น อีกทั้งตลาดเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องสุขภาพ และนิยมที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติดีและให้ประโยชน์ต่อสุขภาพ

เดิมทีตลาดไอศกรีมโดยปกติ ผู้บริโภคจะบริโภคไอศกรีมเท่าที่มีอยู่ในท้องตลาด ไม่ว่าจะเป็นไอศกรีมพรีเมียม หรือไอศกรีมแบบตัด หรือตู้แช่เท่านั้น

ดังนั้นถ้าพิจารณาสภาพตลาดไอศกรีมในภาพรวม จะพบว่าตลาดไอศกรีมในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดอยู่ในระดับสูง ทั้งยังมีอัตราการเติบโตในระดับที่น่าพอใจกล่าวคือ การเติบโตในระดับ 15 –20% ต่อปี โดยในส่วนของไอศกรีมพรีเมียมมีอัตราการเติบโตสูงกว่า 30% ต่อปี ในขณะที่ไอศกรีมทั่วไปมีอัตราการเติบโตประมาณ 10 – 15% ต่อปี โดยในช่วงวิกฤตการณ์ที่ผ่านมาพบว่าตลาดไอศกรีมส่วนใหญ่มีการหดตัวเล็กน้อยโดยไอศกรีมพรีเมียมเป็นเพียงตลาดไอศกรีมเดียวที่ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยประมาณ 10% ต่อปี ในด้านสัดส่วนการครองตลาดพบว่าตลาดไอศกรีมมีผู้นำ ตลาดที่ค่อนข้างชัดเจนและทิ้งห่างคู่แข่งค่อนข้างมากไม่ว่าจะเป็นในตลาดไอศกรีมพรีเมียมที่ไอศกรีมสเวนเซนส์ครองส่วนแบ่งตลาดกว่า 70% หรือในตลาดทั่วไปที่ไอศกรีมวอลล์ส ครองส่วนแบ่งตลาดประมาณ 80% แต่อย่างไรก็ตาม จากงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าไอศกรีมแบบ Home-made หรือไอศกรีมเพื่อสุขภาพ ยังคงได้รับความนิยมอยู่ในระดับหนึ่งด้วยเช่นกัน เช่น ผลการสำรวจของบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย เมื่อปี พ.ศ. 2549 พบว่าคนกรุงเทพฯ กว่า 14% นิยมรับประทานไอศกรีมจากร้านที่ผลิตเองหรือไอศกรีม Home –made หรือไอศกรีมเพื่อสุขภาพ ด้วยเหตุผลว่าใส่ใจในรสชาติ สะดวกในการซื้อหา รวมทั้งราคาไม่แพง อีกทั้งยังมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ซึ่งเหตุผลเหล่านี้เองที่น่าจะเป็นโอกาสที่ทำให้ไอศกรีม Home-made สามารถเข้ามาทำตลาดได้

ซึ่งตลาดไอศกรีมสามารถแบ่งตลาดไอศกรีมออกเป็นตลาดหลักๆ ได้ดังนี้

1. ไอศกรีมซูเปอร์พรีเมียม (Super premium ice cream) เป็นไอศกรีมที่มีราคาสูงที่สุดในตลาด โดยมีสัดส่วนตลาดที่ค่อนข้างเล็กเพียง 2-3 % เท่านั้น โดยพบว่ามีผู้ทำตลาดเพียงรายเดียวคือไอศกรีม ฮากั้นดาส ซึ่งบริษัท เอชดี ดิสทริบิวเตอร์ จำกัด แต่มีอัตราการเติบโตไม่สูงมากนักเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยในปัจจุบัน

2. ไอศกรีมพรีเมียม (Premium ice cream) เป็นไอศกรีมระดับบนเช่นกันแต่มีราคาต่ำกว่า ไอศกรีมซูเปอร์พรีเมียม การแข่งขันในตลาดเป็นไปอย่างรุนแรง โดยไอศกรีมพรีเมียมมีมูลค่า ตลาดประมาณ 17 % หรือประมาณ 900 ล้านบาท และเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตที่สูงที่สุด โดยพบว่าในช่วงก่อนวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจนั้นมียอดอัตราการเติบโตสูงถึง 30% ต่อปี หรือแม้แต่ในช่วงที่เศรษฐกิจซบเซา ตลาดนี้ยังคงมีอัตราการเติบโตสูงถึง 10% ต่อปี ในขณะที่ภาพรวมของตลาด ไอศกรีมมีการหดตัวลง ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทย โดยผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้นและยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น โดยมีผู้ทำตลาดรายใหญ่ 3 รายด้วยกันคือ

2.1 ไอศกรีมสเวนเซนส์ (Swenson's ice cream) ซึ่งทำ ตลาดโดยบริษัทสเวนเซนส์ (ไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือไมเนอร์กรุ๊ป โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดประมาณ 60 – 70 % ปัจจุบันไอศกรีมสเวนเซนส์มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าแบบเต็มรูปแบบ คีออส (kiosk) ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือแม้แต่ร้านพิซซ่า รวมทั้งบริการจัดส่ง (Delivery) ด้วย

2.2 ไอศกรีมบาสกินรอปบิ้นส์ (Baskin Robbins ice cream) ทำ ตลาดโดยบริษัทบาสกินรอปบิ้นส์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเซ็นทรัล มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 20-30% โดยช่องทางการจำหน่ายหลักคือ ร้านค้าแบบเต็มรูปแบบ (มีการขายแพนไชน์ด้วย) รวมถึงรูปแบบคีออส และในซูเปอร์มาร์เก็ตด้วย

2.3 ไอศกรีมบัดส์ (Buds ice cream) ทำ ตลาดโดย บริษัทอเมริกันฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งมี ส่วนแบ่งตลาดประมาณ 10%

3. ไอศกรีมทั่วไป ตลาดกลางถึงตลาดล่าง (Low to medium class ice cream) เดิมในตลาดนี้มีผู้ทำตลาดหลายราย โดยเฉพาะนักลงทุนท้องถิ่น แต่เมื่อกฎมนุชาภิบาลเข้ามาทำ ตลาดในประเทศไทยและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงทำให้กลุ่มทุนรายย่อยในท้องถิ่นไม่สามารถแข่งขันได้เลยมีการล้มสลายไปเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันไอศกรีมทั่วไปมีมูลค่าตลาด 4,000 ล้านบาท หรือคิดเป็น 80% ของมูลค่าตลาดรวม โดยกลุ่มผู้นำ ตลาดในปัจจุบันที่เป็นรายใหญ่มีเพียง 3 รายเท่านั้น ได้แก่

3.1 ไอศกรีมวอลล์ (Wall's ice cream) ซึ่งทำตลาดโดยบริษัทยูนิลีเวอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเน้นสินค้าที่ราคาไม่สูง มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งจุดขายที่มากที่สุด และเป็นผู้นำตลาดนี้ด้วยส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 70-80 %

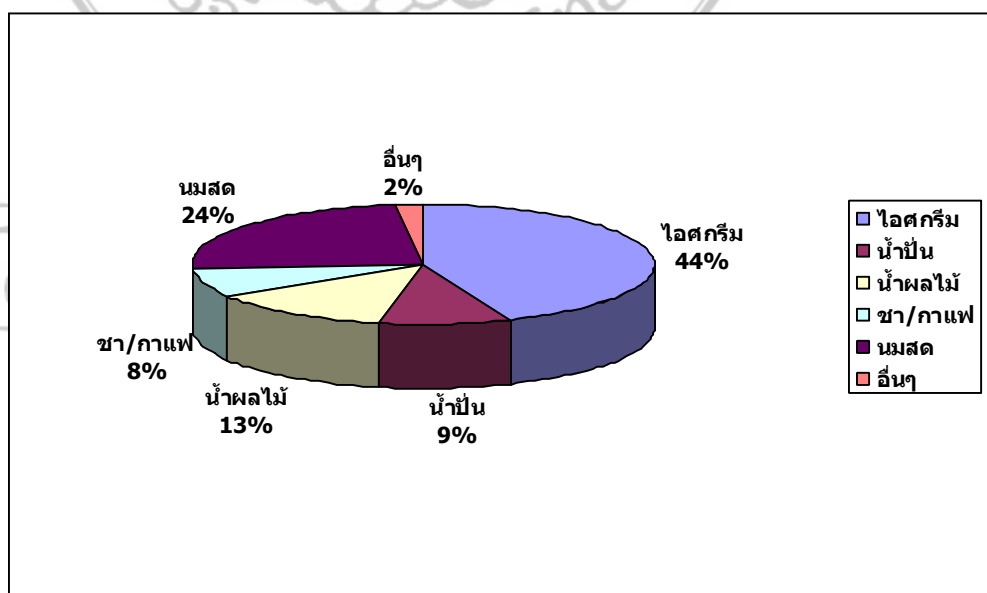
3.2 ไอศกรีมเนสเล่ท์ (Nestle ice cream) ทำ ตลาดโดยบริษัทเนสเล่ท์ไอศกรีม โดยเนสเล่ท์เพิ่งเข้ามาทำ ตลาดในประเทศไทยได้ไม่นาน แต่ด้วยความพร้อมทางด้านทุนและเทคโนโลยี

แล้ว ทำให้มีความพร้อมในการแข่งขันในตลาดไอศกรีมค่อนข้างมาก แต่ปัจจุบันยังมีส่วนแบ่งตลาดไม่มาก

3.3 ไอศกรีมแมกโนเลีย ยูไนเต็ด (Magnolia united ice cream) ทำตลาดโดยบริษัท ยูไนเต็ดฟู้ด จำกัด ไอศกรีมยูไนเต็ดทำตลาดไอศกรีมในประเทศมาเป็นเวลาค่อนข้างนาน โดยเริ่มจากการเป็นไอศกรีมของกลุ่มทุนท้องถิ่นและต่อมาก็ได้มีการร่วมทุนกับต่างชาติ ปัจจุบันไอศกรีมยูไนเต็ดมีส่วนแบ่งตลาดไม่มากนัก

ส่วนแบ่งตลาด

จากการสำรวจตลาดโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ 100 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารว่างดังต่อไปนี้ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ไอศกรีม นมสด น้ำผลไม้ น้ำปั่น ชา/กาแฟ และอื่นๆ ตามลำดับและเหตุผลในการรับประทานเพราะชอบรับประทาน ซึ่งจากการสำรวจดังกล่าวแสดงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการบริโภคไอศกรีมในระดับที่น่าพึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการคาดการณ์การแบ่งส่วนตลาด (Market Share) ของกิจการว่าจะมีรูปแบบการดำเนินการไปในแนวทางใดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินกิจการ



ภาพที่ 2 แผนภูมิวงกลมแสดงส่วนแบ่งตลาดการบริโภคอาหารว่าง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของทางร้าน “Belle yoghurt Ice Cream” แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ ที่พักอาศัยภายในหอพักในมหาวิทยาลัยและหอพักนอกมหาวิทยาลัย มีช่วงอายุตั้งแต่ 18-23

2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยหรือบุคคลทั่วไปในจังหวัดนครปฐม หรือบุคคลที่เดินทางสัญจรไปมา

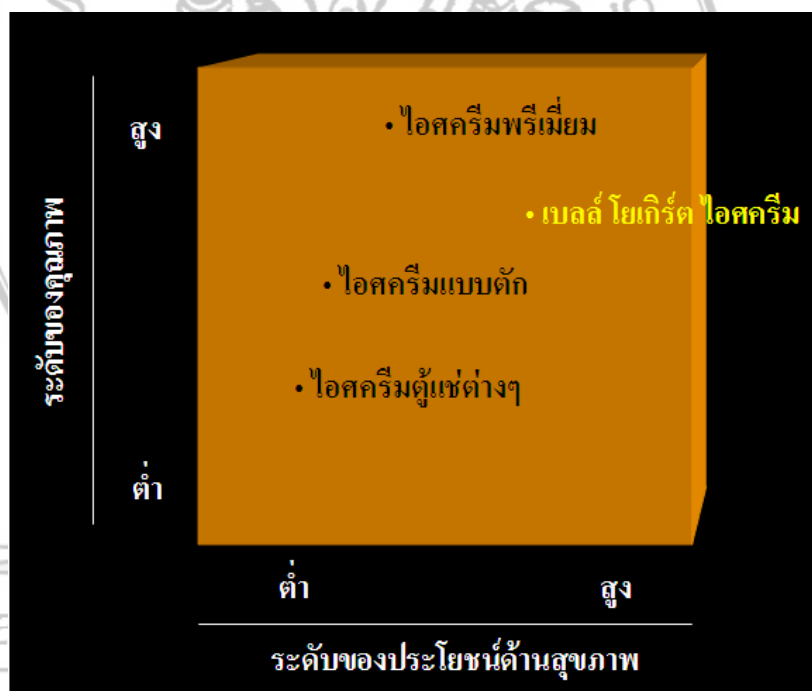
การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของร้าน “Belle yoghurt Ice Cream” สามารถใช้เกณฑ์แบ่งกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

1. เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ โดยกำหนดกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองคือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยและบุคคลทั่วไปในจังหวัดนครปฐม หรือบุคคลที่เดินทางสัญจรไปมา ข้อมูลจากกองกิจการนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์พบว่า มีจำนวนนักศึกษาในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ ทั้งสิ้น 9439 คน เป็นหญิง 6795 เป็นชาย 2644 ซึ่งร้านไอศกรีม “Belle yoghurt Ice Cream” มีทำเลที่ตั้งอยู่หน้ามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ ซึ่งภายในมหาวิทยาลัยมีหอพักนักศึกษาอยู่จำนวนมาก และบริเวณใกล้เคียงก็มีหอพักนศึกษานอกมหาวิทยาลัยจำนวน 1 หอพัก และจากการทำแบบสอบถามของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ 100 คน พบว่า มีนักศึกษาจำนวนร้อยละ 21 นิยมรับประทานไอศกรีมจากร้านไอศกรีมใกล้สถานศึกษา และมีนักศึกษาร้อยละ 25 นิยมรับประทานไอศกรีมจากร้านไอศกรีมใกล้ที่พัก

2. เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ จากการทำแบบสอบถามนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ 100 คน นิยมบริโภคไอศกรีมใกล้หอพักและสถานศึกษา เนื่องจากความสะดวกสบาย รวดเร็ว ใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีรายได้ประมาณเดือนละ 4,000 - 5,000 บาท และมีพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 44 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไอศกรีมของกลุ่มตัวอย่าง คือ ราคาดี มีความสะดวกในการซื้อ รวมทั้งราคาไม่แพง อีกทั้งยังมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ซึ่งเหตุผลเหล่านี้เองที่น่าจะเป็นโอกาสที่ทำให้ไอศกรีมของ “Belle yoghurt Ice Cream” ที่ยังไม่ค่อยมีชื่อเสียงแต่มีรสชาติดีจะสามารถเข้ามาทำตลาดได้

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

กิจการใช้การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากเกณฑ์ราคาและคุณภาพ เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีอยู่ในตลาด โดยผลิตภัณฑ์ของกิจการจะเน้นที่คุณภาพของวัตถุดิบ กระบวนการผลิตที่ใช้วัตถุดิบที่มาจากนมโคสดแท้ 100% ของเกษตรกรไทย ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการสูง จุดเด่นของผลิตภัณฑ์อีกประการคือ การที่เน้นโยเกิร์ตเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์หลัก ซึ่งโยเกิร์ตที่จริงก็คือน้ำนมที่ผ่านการเติมเชื้อจุลินทรีย์ เช่นแลคโตบาซิลัส ซึ่งเป็นแบคทีเรียพันธุ์ที่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ ช่วยให้ระบบย่อยอาหารทำงานได้ดีขึ้น เป็นต้น แต่ราคาอยู่ในระดับเดียวกับคู่แข่ง ซึ่งไอศกรีมโยเกิร์ตของร้านเบลล์ โยเกิร์ต ไอศกรีมนั้น วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ทางด้านสุขภาพค่อนข้างสูงและมุ่งสร้างความรู้จักในตราयीห่อและผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3 แสดงตำแหน่งการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ Belle yoghurt Ice cream

SWOT ANALYSIS

เป็นการวิเคราะห์จุดแข็งของ“Belle yoghurt Ice Cream”ว่ามีข้อได้เปรียบใดเหนือคู่แข่งในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้านไอ빙 และมีจุดอ่อนใดที่น่าจะเป็นข้อเสียเปรียบในการแข่งขัน เพื่อที่จะได้พัฒนาแผนกลยุทธ์ทางการประกอบธุรกิจ รวมถึงเป็นการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เป็นบวกหรือลบต่อการประกอบธุรกิจ เพื่อจะนำโอกาสนั้นมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด หากมีอุปสรรคก็สามารถหาวิธีการหลีกเลี่ยงอุปสรรคและแก้ไขจุดอ่อนที่คู่แข่งอาจหยิบยกขึ้นมาโจมตี ซึ่งมีดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
ด้านการบริหาร	<ul style="list-style-type: none"> - ร้าน ไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ทำให้สามารถตัดสินใจและดำเนินการต่างๆ ได้รวดเร็ว - เนื่องจากผู้ประกอบการมีช่วงอายุที่ใกล้เคียงกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักทำให้เข้าใจถึงรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีจึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารกิจการให้มีประสิทธิภาพได้ - การบริหารกิจการไม่มียุ่งยากซับซ้อนเนื่องจากเป็นการบริหารกิจการโดยเจ้าของคนเดียวทำให้มีประสิทธิภาพในการบริหารอย่างเต็มที่ 	<ul style="list-style-type: none"> - เจ้าของธุรกิจขาดประสบการณ์โดยตรงในการบริหารจัดการ เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ - การตัดสินใจในบางครั้งอาจไม่ละเอียดรอบคอบ เพราะเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวไม่มีผู้ร่วมตัดสินใจ

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
ด้านการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - มีการวางกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ซึ่งก็คือ นักศึกษามหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ - มีทำเลที่ตั้งดี เพราะอยู่ในย่านสถานศึกษาซึ่งเป็นศูนย์รวมของกลุ่มเป้าหมายหลัก - กลุ่มเป้าหมายมีระดับรายได้ปานกลางซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ - เจ้าของกิจการเป็นที่รู้จักสามารถประชาสัมพันธ์ร้านแก่กลุ่มเป้าหมายได้ - เป็นร้านขนาดเล็กจึงสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึงซึ่งสามารถสร้างลูกค้าประจำแก่ธุรกิจได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นธุรกิจใหม่ ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า - เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ความชำนาญด้านการตลาดจึงมีน้อย - สินค้าทดแทนมีเป็นจำนวนมาก จึงต้องสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง
ด้านผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ คือ โยเกิร์ต ที่ผลิตเองตามสูตรเฉพาะของร้าน และใช้ผลไม้ที่มีคุณค่า และสรรพคุณทางโภชนาการรวมถึงเป็นผลิตภัณฑ์รักษาสุขภาพอีกด้วย - ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อน เพราะการผลิตไอศกรีม Home-made ไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ซับซ้อน 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงในการผลิตจึงส่งผลให้มีต้นทุนที่สูง

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
ด้านผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - มีกระบวนการผลิตที่สะอาด ให้ความใส่ใจในทุกขั้นตอนของการผลิตจึงทำให้ได้ไอศกรีมที่ได้รสชาติที่ดีและมีคุณค่าทางโภชนาการที่สูง - มีมาตรฐานในกระบวนการผลิต ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน คือ สีสัน รสชาติ และกลิ่น ที่เหมือนกันทุกครั้ง 	
ด้านการเงิน	<ul style="list-style-type: none"> - เนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็กจึงใช้เงินในการลงทุนไม่สูงมากนัก - เจ้าของกิจการมีการวางแผนในเรื่องการจัดสรรเงินทุนเป็นอย่างดี - มีเงินทุนสำรองกันไว้ใช้ยามฉุกเฉิน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีเงินทุนในการดำเนินธุรกิจน้อยเนื่องจากเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว - เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่อาจยังขาดทักษะทางการบริหารการเงิน

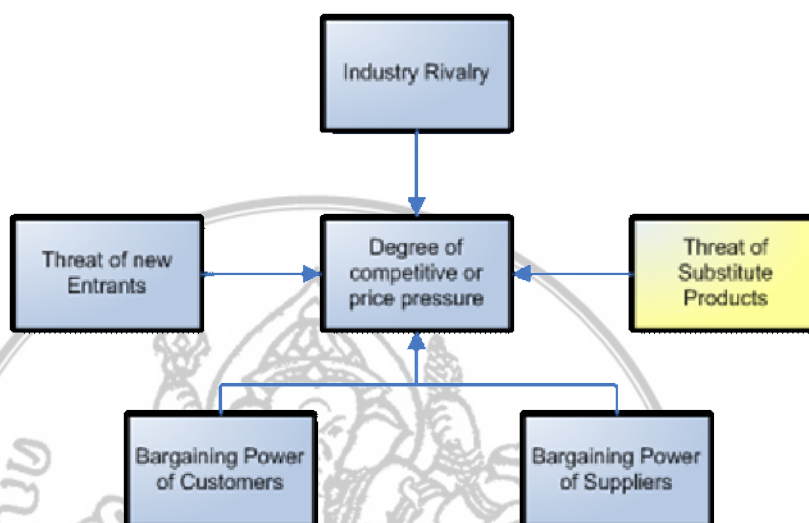
ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ด้านคู่แข่ง	<p>- ยังไม่คู่แข่งทางตรงในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม</p> <p>- ผู้ประกอบการในธุรกิจไอศกรีมมีอยู่เป็นจำนวนมากแต่ธุรกิจไอศกรีมเพื่อสุขภาพนั้นมีน้อย แต่ไอศกรีมโยเกิร์ตเป็นไอศกรีมที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการทำให้เกิดความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นที่ดึงดูดผู้บริโภคได้</p>	<p>- กิจการของคู่แข่งขึ้นทางอ้อมได้มีการจัดตั้ง มาก่อน จึงเป็นที่รู้จักของลูกค้ามาก่อนทำให้มีลูกค้าประจำอยู่เป็นจำนวนมาก</p> <p>- คู่แข่งมีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญมากกว่ากิจการที่เปิดใหม่</p>
ด้านสังคม	<p>- ปัจจุบันมีแนวโน้มในการนิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีการพิจารณาเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติสูงขึ้น เช่น ผักและผลไม้สด เป็นต้น</p>	<p>- อาจมีค่านิยมอื่นๆทำให้พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากการบริโภคเพื่อสุขภาพได้ เช่นการบริโภคเป็นแฟร้งค์ เป็นต้น</p>
ด้านสภาพเศรษฐกิจ	<p>- รัฐบาลมีการส่งเสริมให้มีการประกอบธุรกิจขนาดย่อม</p> <p>- จากผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการบริโภคของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นซึ่งมีความตระหนักถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์เพื่อผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งไอศกรีมโยเกิร์ตผลไม้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง</p>	<p>- มีผู้นำตลาดซึ่งเป็นยักษ์ใหญ่ในอุตสาหกรรมไอศกรีม ทำให้การเติบโตค่อนข้างยาก</p> <p>- สภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวและอาจเกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลงและตลาดไอศกรีมหดตัว เพราะไม่ใช่อาหารที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน</p>

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ด้านเทคโนโลยี	<p>- เทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจไอศกรีมสามารถนำมาใช้พัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นได้</p> <p>- การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิตต่างๆซึ่งจะทำให้ช่วยลดต้นทุนในกระบวนการผลิตหรือ อาจใช้เทคโนโลยีในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีอายุการเก็บรักษาที่ยาวนานขึ้น ทำให้ลดการสูญเสียวัตถุดิบลงได้ เป็น</p>	<p>- การเลือกใช้เทคโนโลยีใหม่ๆที่มีความซับซ้อน หรือกระบวนการผลิตที่สูง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงไปด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ราคาของผลิตภัณฑ์สูงขึ้นตามต้นทุนการผลิต</p>
ด้านการเมือง กฎระเบียบ ข้อบังคับ	<p>- การประกอบธุรกิจไอศกรีม หากมีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะ และถูกต้องตามพระราชบัญญัติอาหารและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค จะทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพ คุณค่า และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์</p>	<p>- ต้องมีวัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่สะอาด เพื่อให้ผ่านตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข ตามพระราชบัญญัติอาหารและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งบางครั้งมีข้อกำหนดและขั้นตอนต่างๆที่ยุ่งยาก ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ</p>

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Force Model)



ภาพที่ 4 Five Forces Model

สภาพการแข่งขันทางกิจการใช้ทฤษฎี Five Forces Model ของ Michael E Porter ที่กล่าวไว้เกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ จะขึ้นอยู่กับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่องค์กรธุรกิจนั้นอยู่ โดยมีปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ซึ่งความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 ประการ จะเป็นตัวบ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจภายในอุตสาหกรรมนั้นๆ และสามารถนำมาใช้วิเคราะห์ถึงโอกาสและความเสี่ยงของอุตสาหกรรมได้ ซึ่งผลของการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

1. Rivalry among competing sellers

หากมองจำกัดเฉพาะตลาดไอศกรีมโยเกิร์ตนั้น ไม่มีผู้อยู่ในตลาด ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมมาก่อน แต่ถ้าหากมองถึงภาพรวมของตลาดไอศกรีมแล้วจะพบว่า มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ทั้งรายเล็กและรายใหญ่ ประกอบกับตลาดไอศกรีมมีอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Margin) ในระดับที่สูงถึง 50-80% รวมทั้งตลาดมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีศักยภาพการเติบโตในอนาคตอีกมาก เนื่องจากอัตราการบริโภคไอศกรีมของคนไทยในปัจจุบันยังอยู่ในระดับต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ทั้งๆที่ประเทศไทยอยู่ในเขตร้อน แต่อาจจะเป็นเพราะว่าประเทศไทยมีสินค้าให้เลือกหลากหลายมากกว่า อัตราการบริโภคไอศกรีมจึงอยู่ในอัตราที่ต่ำเมื่อเทียบกับต่างประเทศ

ตลาดไอศกรีมเป็นตลาดที่มีการแข่งขันรุนแรงมาก ราคาสินค้าเดิมในตลาดที่ไม่มีควมแปลกใหม่หรือความแตกต่างมักตายไปจากตลาดเนื่องจากทนการแข่งขันจากคู่แข่งรายใหญ่ใน

ตลาดไม่ได้ ในขณะที่เดียวกันไอศกรีม Home-made หลายชนิดก็สามารถยื่นหยัดอยู่ได้โดยอาศัยความแตกต่างในสินค้าของตนเป็นจุดขายสำคัญ

2. Potential entry

การเข้าสู่ตลาดไอศกรีมนั้นเป็นไปได้โดยง่าย โดยเฉพาะในกลุ่มของไอศกรีม Home-made เนื่องจากมีเทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ๆ ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นไอศกรีมในตลาดพรีเมียม หรือ ตลาดทั่วไปก็ตาม แต่ในธุรกิจไอศกรีมก็มีลักษณะเหมือนกับธุรกิจอาหารอื่นๆ ก็ต้องเน้นด้านรสชาติ และการได้มาซึ่งวิธีการผลิตให้ได้ ไอศกรีมไอศกรีมที่มีรสชาติดีนั้นต้องอาศัยเทคนิคต่าง ๆ ซึ่งต้องเกิดจากการทดลองเป็นเวลานาน ซึ่งอาจเลียนแบบได้ไม่ถนัด และต้องใช้เวลาไม่น้อยในการทำ สินค้าเลียนแบบให้ได้ คุณภาพทัดเทียมกัน

3. Substitute product

ไอศกรีมเป็นสินค้าที่มีสินค้าทดแทนได้ง่าย ขึ้นอยู่กับว่าจะมองไอศกรีมเป็นสินค้าประเภทใด หากมองแค่ภาพรวมว่าเป็นอาหารหวานชนิดหนึ่งแล้ว สินค้าที่จะทดแทนได้ก็คือกลุ่มอาหารหวานทั้งหมด ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก แต่หากมองไอศกรีมโยเกิร์ตแยกออกจากอาหารหวานทั่วไปแล้ว ไอศกรีมโยเกิร์ตก็มีคู่แข่งเป็นไอศกรีมทั่วไป ที่มีอยู่ในตลาดนั่นเอง ซึ่งปัจจุบันนี้ก็มีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากภาพลักษณ์ของไอศกรีมในปัจจุบันยังไม่ค่อยเป็นมิตรกับสุขภาพของผู้บริโภคเท่าใดนัก การสร้างทางเลือกในลักษณะของอาหารหวานที่ดีต่อสุขภาพนั้น น่าจะเป็นทางเลือกที่น่าสนใจแก่ผู้บริโภค

4. Power of buyer

เนื่องจากไอศกรีมโยเกิร์ตเป็นสินค้าที่ค่อนข้างใหม่สำหรับคนทั่วไป ประกอบกับเป็นกิจการใหม่และยี่ห้อสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาด ทำให้ผู้บริโภคที่นิยมบริโภคไอศกรีมโยเกิร์ตในนั้นมีอำนาจต่อรองเหนือกิจการ ทั้งยังจำเป็นต้องอาศัยผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์เป็นผู้ประชาสัมพันธ์ร้านไอศกรีมโยเกิร์ตให้เกิดในการผลักดันไอศกรีมโยเกิร์ตไปสู่การบริโภคอย่างแพร่หลาย อย่างไรก็ตามเมื่อไอศกรีมโยเกิร์ตได้รับความนิยมมากขึ้นแล้วก็จะช่วยสร้างอำนาจต่อรองให้เพิ่มขึ้นได้ หากมองอย่างจำกัดเฉพาะไอศกรีมโยเกิร์ตแล้วพบว่า การหาซื้อเป็นไปได้ไม่ถนัด เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็กในลักษณะของไอศกรีม Home-made และไม่มีผู้ประกอบการในตลาดนครปฐม ผู้ซื้อที่ต้องการบริโภคไอศกรีมโยเกิร์ตแบบเจาะจงซื้อก็จะมีอำนาจการต่อรองที่ไม่มากนัก โดยเฉพาะในส่วนลูกค้าที่นิยมความแปลกใหม่และต้องการคุณค่าทางโภชนาการด้วยแล้ว อำนาจการต่อรองก็จะน้อยลง

5. Power of supplier

เนื่องจากวัตถุดิบการผลิตเป็นสินค้าพื้นฐานที่หาได้ไม่ยาก เช่น ไอศกรีมและโยเกิร์ต เป็นต้น ซึ่งเป็นสินค้าที่จัดหาได้ง่ายและมีผู้ผลิตมากมายในตลาด ทำให้ Supplier มีอำนาจการต่อรองต่ำ ตามปกติราคาจะถูกควบคุมโดยกระทรวงพาณิชย์ อย่างไรก็ตามเพื่อให้ได้วัตถุดิบที่คุณภาพดีกิจการอาจเลือกทำสัญญารับวัตถุดิบคุณภาพดีจากผู้ผลิตบางราย เพื่อให้เกิดความสะดวกในการควบคุมเรื่องคุณภาพวัตถุดิบจากการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่าธุรกิจไอศกรีมเป็นอุตสาหกรรมที่มีแรงดึงดูดของตลาดสูง ทั้งจากต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำ (ทำให้มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูง) การเข้าสู่ตลาดก็ทำได้ง่ายเนื่องจากไม่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด โดยเฉพาะในกลุ่มไอศกรีม Home-made ขนาดเล็ก และ Supplier ก็มีอำนาจการต่อรองที่ต่ำ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นสินค้าที่หาซื้อได้ทั่วไป แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากไอศกรีมโยเกิร์ตมีสินค้าที่ทดแทนได้ง่าย ดังนั้นการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคถึงคุณประโยชน์ที่เหนือกว่าของผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นที่จะต้องสร้างให้เกิดขึ้น เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึง Core benefit ของ ไอศกรีมโยเกิร์ตแล้วจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำในอนาคต นอกจากนี้การเป็นรายแรกที่จะพยายามทำตลาดอย่างจริงจัง ทำให้ในการรับรู้ของคนทั่วไปแล้วจะเป็น First mover ที่มีภาพลักษณ์ของการเป็นสินค้าของแท้ สามารถสร้าง Brand recognition ได้ง่ายขึ้น รวมทั้งยังช่วยลด Bargaining power from buyers ได้อีกทางหนึ่งด้วย อย่างไรก็ตามคุณภาพและรสชาติของไอศกรีมโยเกิร์ตเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

การวิเคราะห์คู่แข่ง

คู่แข่งทางตรง (Direct and Indirect Competitor)

ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice Cream ไม่มีคู่แข่งทางตรงที่เป็นไอศกรีมโยเกิร์ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมเลย แต่ในอนาคตถ้าตลาดโตขึ้นอาจมีคู่แข่งทางตรงที่เป็น ไอศกรีมโยเกิร์ตและไอศกรีมผลไม้ชนิดต่างๆ เกิดขึ้นในพื้นที่เป้าหมายของกิจการได้

คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitor)

ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice Cream มีคู่แข่งทางอ้อมที่เป็น ไอศกรีมไอศกรีมพรีเมียม ซึ่งก็คือไอศกรีมสเวนเซนส์ เป็นคู่แข่งที่มีบทบาทและความสำคัญเป็นอย่างมากในจังหวัดนครปฐม เพราะตั้งอยู่ในศูนย์การค้าถึง 2 แห่ง คือ ที่ห้างเทสโก้โลตัสนครปฐม และที่บิ๊กซีนครปฐม และคู่แข่งทางอ้อมที่อยู่ในรูปของไอศกรีมระดับทั่วไปอื่นๆ เช่น ไอศกรีมสำเร็จจากตู้แช่และแบบคัท ได้แก่ ไอศกรีมวอลล์ ไอศกรีมเนสเล่ท์ ไอศกรีมยูโนิตตี้เม็ก โนเลีย รวมทั้งร้านไอศกรีมรายย่อยภายในตัว

จังหวัดนครปฐมที่มีแนวโน้มจะเป็นคู่แข่งของกิจการ เช่น ร้านไอศกรีมไอซ์เบิร์ก ร้านไอศกรีมวอลเลย์ เป็นต้น

นอกจากไอศกรีมในตลาดทั่วไปแล้ว พบว่ายังมีสินค้าหลายอย่างที่สามารทดแทนการบริโภคไอศกรีมได้ เช่น กลุ่มหวานเย็นหรือน้ำแข็งไสต่าง ๆ ไอศกรีมพื้นบ้านและ เครื่องดื่มต่างๆ เช่น น้ำผลไม้ต่างๆชา/กาแฟหรือแม่แต่นมสด ก็สามารถทดแทนไอศกรีมได้ทั้งสิ้น โดยขึ้นกับระดับความพึงพอใจในการบริโภคไอศกรีมร่วมด้วย ในการพิจารณาจะพบว่าสินค้าที่สามารถทดแทนไอศกรีมในการทำตลาดได้ เพราะในความง่ายที่จะถูกทดแทนด้วยสินค้าอื่นก็ซ้อนโอกาสในการเข้าไปแย่งชิงตลาดเพื่อขยายตลาดไอศกรีมให้มีมูลค่าตลาดที่มากขึ้นได้เช่นกัน

โดยคู่แข่งทางอ้อมที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อโครงการประกอบกิจการมีดังต่อไปนี้

1. ร้านไอศกรีมสเวนเซนส์ (Swensens)

เป็นร้านซึ่งทำตลาดโดยบริษัทสเวนเซนส์ (Swensens) ประเทศไทยจำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือไมเนอร์กรุ๊ป โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดประมาณ 60 – 70% ปัจจุบันสเวนเซนส์ (Swensens) มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าแบบเต็มรูปแบบคือออสซูเปอร์มาร์เก็ต หรือแม่แต่ในร้านพิซซ่า รวมทั้งบริการจัดส่ง (Delivery) ด้วย

จุดแข็ง

1. เป็นร้านที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งก็คือ โลตัส นครปฐม และบิ๊กซี นครปฐม ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในจังหวัดนครปฐมสามารถหาซื้อรับประทานได้ง่าย

2. เปิดและปิดให้บริการพร้อมกับห้างสรรพสินค้าทำให้มีเวลาในการดำเนินกิจกรรมด้านการขายได้เป็นเวลายาวนาน

3. มีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มบุคคลวัยทำงาน หรือนักศึกษา เพราะตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งได้รับผลพลอยได้จากการไปซื้อสินค้าชนิดต่างๆภายในห้างสรรพสินค้าของลูกค้า

4. เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงเนื่องจากเป็นแบรนด์ที่มีการก่อตั้งมาเป็นระยะเวลายาวนาน ทำให้มีลูกค้าเป็นจำนวนมาก

5. เป็นแบรนด์ที่มีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี ทำให้เกิดความนิยมในหมู่ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

6. ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมมีความหลากหลายให้ลูกค้าเลือกบริโภค เช่น มีหลายรสชาติ มีหลายรูปแบบ เป็นต้น

จุดอ่อน

1. สถานที่ตั้งของร้าน ไอศกรีมสเวนเซนส์ซึ่งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า โลตัสนครปฐม และบิ๊กซี นครปฐม ไม่ได้อยู่ในเขตพื้นที่ของตัวเมือง แต่อยู่ที่ริมถนนเพชรเกษม ซึ่งห่างไกลจากกลุ่มชุมชนและมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

2. การเดินทางไปรับประทานต้องใช้เวลาประมาณ 15 นาทีจากชุมชนเมือง และมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ ซึ่งในช่วงกลางวันที่มีแดดร้อนจัด จะไม่ค่อยมีผู้บริโภคมองออกเดินทางเพื่อไปบริโภค แต่ส่วนใหญ่ถ้าออกเดินทางไปยังห้างสรรพสินค้า โลตัสนครปฐม หรือบิ๊กซีนครปฐม จะไปเลือกซื้อสินค้าอย่างอื่นมากกว่า

2. ร้านไอศกรีมไอซ์เบิร์ก (Ice-berg)

เป็นร้านจำหน่ายไอศกรีมเป็นสินค้าหลัก แต่มีสินค้าประเภทอื่นๆประเภทของหวานจำหน่ายด้วย เช่น น้ำปั่น เค้ก และชา/กาแฟ เป็นต้น

จุดแข็ง

1. เป็นร้านที่เปิดมาเป็นเวลานาน ทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำเป็นจำนวนมาก

2. มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายประเภทให้ลูกค้าได้เลือกบริโภค ไม่ว่าจะเป็น ไอศกรีม น้ำปั่น เค้ก และชา/กาแฟ เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมของทางร้านมีความสดใหม่ มีรสชาติดี ซึ่งเป็นจุดดึงดูดใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

จุดอ่อน

1. ทำเลที่ตั้งซึ่งตั้งอยู่ในซอยซึ่งอยู่ห่างไกลจากมหาวิทยาลัย และชุมชนพอสมควร

2. รูปแบบการตกแต่งร้านซึ่งมีรูปแบบเดิมๆไม่เป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค

3. ร้านไอศกรีมวอลล์ (Walle)

เป็นร้านที่จำหน่ายไอศกรีมที่จำหน่ายไอศกรีม อาหารและเครื่องดื่มหลายประเภทเช่น ขนมปังปิ้ง นมสด ชา/กาแฟ เป็นต้น

จุดแข็ง

1. เป็นร้านไอศกรีมที่ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ บริเวณประตูช้าง ซึ่งอยู่ในบริเวณศูนย์อาหารอาร์ท อเวนิว (Art Avenue) ที่เป็นที่นิยมจากนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ เป็นอย่างมาก

2. เนื่องจากเป็นร้านที่เปิดใกล้มหาวิทยาลัย ทำให้กลุ่มลูกค้าหลักซึ่งคือนักศึกษา มหาวิทยาลัยมีความสะดวกในการเดินทางมายังที่ร้าน

3. มีราคาต่ำ เช่น ขายไอศกรีม 1 ลูก ราคาถ้วยละ 10 บาท

จุดอ่อน

1. รสชาติไอศกรีมไม่แตกต่างไปจากไอศกรีมที่มีอยู่ทั่วไปตามท้องตลาดเนื่องจากเป็น ไอศกรีมแบบตักไม่ใช่ไอศกรีม Home-made

2. ไอศกรีมไม่มีความสดใหม่ทำให้ไม่สามารถนำจุดแข็งเรื่องความสดใหม่ของ ผลิตภัณฑ์ไปแข่งขันกับคู่แข่งได้

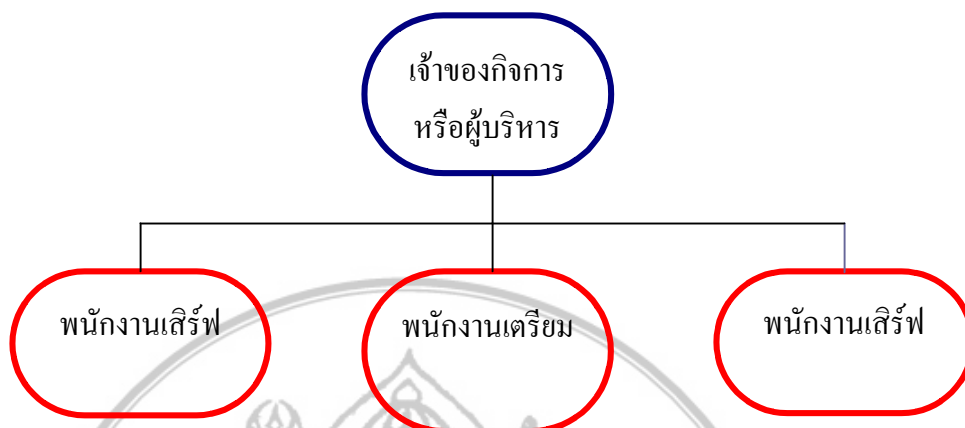


ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4
แผนบริหารจัดการ

รายละเอียดธุรกิจ

ชื่อกิจการ	เบลล์ โยเกิร์ต ไอศกรีม “Belle yoghurt Ice Cream”
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	135/2 ถนนทรงพล ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 7300
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	กิจการเจ้าของคนเดียว โดยนายศักรินทร์ วิทยกุล
ประวัติเจ้าของกิจการ	
นายศักรินทร์ วิทยกุล	
การศึกษา	
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	จาก โรงเรียนนวมินทราชินูทิศเตรียมอุดมศึกษา- น้อมเกล้า ปี พ.ศ.2545
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	จาก โรงเรียนนวมินทราชินูทิศเตรียมอุดมศึกษา- น้อมเกล้า ปี พ.ศ.2548
ระดับปริญญาตรี	ศิลปศาสตรบัณฑิต(การจัดการธุรกิจทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2551
ประสบการณ์การทำงาน	
ปี พ.ศ. 2551	โรงแรมริเวอร์แคว ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงานฝ่าย ต้อนรับ
ปี พ.ศ. 2551	คณะคหกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครใต้จังหวัดกรุงเทพมหานคร เข้ารับการอบรมหลักสูตรการทำไอศกรีม



ภาพที่ 5 แสดงแผนผังองค์กร

หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

นาย ตักรินทร์ วิทยกุล

1. ตำแหน่ง ผู้บริหาร ร้าน ไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream และพนักงานเก็บเงิน

2. หน้าที่ความรับผิดชอบ

2.1 บริหารงานด้านต่างๆ กำหนดกลยุทธ์ นโยบายโดยรวมในการบริหาร และจัดวางแผนงาน

2.2 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

2.3 วางแผนและบริหารทางการเงินและมีการจัดหาแหล่งเงินกู้เพื่อวางแผน สำหรับเงินทุนสำรอง

2.4 ควบคุมและดูแลความถูกต้องในการทำบัญชีรายรับ - รายจ่ายของกิจการ

ดูแลการเงิน จัดเก็บเงินจากลูกค้า รวบรวม สรุปยอดขายรายวัน รายเดือน และ รายปี รวมถึงจ่ายเงินเดือนพนักงาน

2.5 จัดเตรียมสวัสดิการแก่พนักงาน

2.6 ทำบัญชีราย- รับรายจ่าย สรุปและนำเสนอภาษีแก่สรรพากร

2.7 ติดตามการชำระหนี้และการเก็บเงินลูกค้า

2.8 จัดทำรายงานสรุปยอดขายและรวบรวมข้อร้องเรียนของลูกค้า เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข

2.9 ควบคุมดูแลพนักงานทั้งหมดในร้าน

3. การศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

4. อัตราเงินเดือน 10,000 บาท / เดือน

พนักงานเตรียมไอศกรีมและโยเกิร์ต

1. ตำแหน่ง พนักงานเตรียมไอศกรีม อัตรา 1 คน
2. หน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นผู้ดูแลจัดเตรียมวัตถุดิบ ผลิตไอศกรีม โยเกิร์ต
3. การศึกษา/คุณสมบัติ
 1. จบการศึกษา ปวช. หรือปวส. โภชนาการหรือคหกรรมศาสตร์
 2. อายุ 20 ปีขึ้นไป
 3. มีความตั้งใจในการทำงาน
 4. มีความอดทนสูง และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
4. อัตราเงินเดือน 7,000 บาท/เดือน (เพิ่มเงินเดือนปีละ 5%)
5. สวัสดิการ มีอาหารเช้า กลางวัน เย็น เลี้ยงพนักงานที่มาปฏิบัติงาน

พนักงานเสิร์ฟ

1. ตำแหน่ง พนักงานเสิร์ฟ อัตรา 2 คน
2. หน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นผู้เสิร์ฟ อาหาร ไอศกรีมแกเลูก้า ทำความสะอาดภาชนะ ทำความสะอาดร้าน
3. การศึกษา/คุณสมบัติ
 1. จบการศึกษา ปวช. หรือ ม.3
 2. อายุ 20 ปีขึ้นไป
 3. มีความตั้งใจในการทำงาน
 4. มีความอดทนสูง และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
4. อัตราเงินเดือน 4,500 บาท/เดือน (เพิ่มเงินเดือนปีละ 5%)
5. สวัสดิการ มีอาหารเช้า กลางวัน เย็น เลี้ยงพนักงานที่มาปฏิบัติงาน

จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของรัฐกิจ

ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream มีรูปแบบในการดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว โดยมีการจัดตำแหน่งหน้าที่งานให้กับพนักงานเป็นผู้รับภาระหน้าที่ต่างๆ และได้มีการจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงานประจำตำแหน่งดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน/คน	รวมเงินเดือน
1	บริหาร	ผู้จัดการร้าน	1	10,000	10,000
2	ฝ่ายผลิต	เตรียมไอศกรีม	1	7,000	7,000
3	ฝ่ายบริการ	เสิร์ฟ	2	5,500	11,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			4		28,000

วิสัยทัศน์

“เป็นผู้ส่งเสริมและมุ่งยกระดับคุณภาพชีวิต โดยการนำเสนอไอศกรีมและบริการที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ”

พันธกิจ

“นำไอศกรีมและบริการ ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพเพื่อเป็นผู้นำ ตลาดของไอศกรีมโยเกิร์ต”

เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น(พ.ศ.2552-2553)

1. ธุรกิจเป็นที่รู้จักในบริเวณเขตนครปฐม โดยเฉพาะหมู่นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร
2. กระตุ้นผู้บริโภคให้ทราบถึงคุณค่าที่ดีของโยเกิร์ตอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการบริโภคมากขึ้น

เป้าหมายระยะกลาง (พ.ศ.2554-2555)

1. ต้องการเป็นผู้นำของตลาดไอศกรีมโยเกิร์ต ในเขตจังหวัดนครปฐม
2. มีการเพิ่มบริการให้มีความหลากหลายมากขึ้นเช่น จัดส่งตามร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในเขตนครปฐม

เป้าหมายระยะยาว(พ.ศ.2556-2557)

1. มีลูกค้าจำนวนมากที่มีความซื่อสัตย์ต่อ Belle yoghurt Ice cream
2. ขยายสาขาไปใน 3 เขตใกล้เคียงได้แก่

2.1 เขตสามพราน

2.2 เขตบ้านโป่ง

2.3 เขตราชบุรี

3. เปิดเว็บไซต์เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
4. ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคม

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยการใช้คุณประโยชน์ของโยเกิร์ต รวมถึงมุ่งเน้นความสะอาดและปลอดภัยในการผลิต
2. กลยุทธ์ทางด้านราคา ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream จะเน้นคุณภาพและปริมาณของโยเกิร์ตไอศกรีมที่เหมาะสมกับราคา โดยจะจำหน่ายในราคา ลูกละ 15 บาท
3. กลยุทธ์ทางด้านสถานที่ ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream ตั้งอยู่ริมถนน ด้านประตูหน้าของมหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม
4. กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการขาย จัดการส่งเสริมการขายช่วงแรกของการเปิดร้าน ลูกค้าจะได้รับส่วนลด 10 เปอร์เซ็นต์ทุกท่านตลอด 2 เดือน

แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream มีการวางแผนในอีก 5 ปี ข้างหน้าจะมีการขยายสาขาไปใน 3 เขตใกล้เคียงได้แก่ เขตสามพราน เขตบ้านโป่ง และเขตราชบุรี ตลอดจนจะมีการเปิดเว็บไซต์เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เบลล์ โยเกิร์ต ไอศกรีม และจัดกิจกรรมคืนกำไรกลับสู่สังคม เช่น เชิญชวนจัดกิจกรรมสำหรับสมาชิกในวาระครบรอบปี แจกไอศกรีมให้บ้านพักคนชราหรือบ้านเด็กกำพร้า เป็นต้น เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคที่สนใจแต่ไม่มีโอกาส ได้รู้จักไอศกรีมโยเกิร์ต และคุณประโยชน์ของโยเกิร์ตที่มีต่อร่างกาย

บทที่ 5
แผนการตลาด

รายละเอียดธุรกิจ

ในการประกอบธุรกิจนั้น การตลาดถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญ เนื่องจากผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องเข้าใจองค์ประกอบของตลาดและลักษณะของตลาดอย่างถ่องแท้ เพราะลูกค้าในแต่ละตลาดย่อมมีความต้องการบริการที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับอาชีพ รายได้ ฐานะและปัจจัยอื่นๆ เช่น ผู้ที่มีรายได้สูง จะมีกำลังซื้อที่สูง ย่อมต้องการที่จะได้รับบริการที่ดีกว่า และคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงวิธีการแบ่งส่วนตลาด เพื่อจะสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าออกมาให้ชัดเจน รวมถึงตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และช่วยบอกต่อไปยังคนรู้จัก ช่วยเพิ่มฐานลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream มีแผนการตลาดโดยจะวางตำแหน่ง Belle yoghurt Ice cream ในช่วงแรกเพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์เป็นหลัก เนื่องจากจุดแข็งที่ผู้บริหารมีคือ ความสัมพันธ์ที่ดีและเป็นที่ยอมรับของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม และเมื่อกิจการเป็นที่รู้จักดีแล้วจึงจะขยายกิจการต่อไปตามเป้าหมายในแต่ละระยะที่คาดการณ์ไว้

ตารางที่ 5 แสดงรายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	Belle yoghurt Ice cream	ร้านสวีเดนเซนส์ (Swensens)	ร้านไอซ์เบิร์ก (Ice-berg)	ร้านวอลล์เลย์ (Walle)
ด้านผลิตภัณฑ์	- จำหน่าย ไอศกรีมโยเกิร์ต ผลไม้เพียงอย่างเดียว	- จำหน่าย ไอศกรีมเครื่องดื่ม และของหวาน เช่น เค้ก ดัวย	- จำหน่าย ไอศกรีมและ เครื่องดื่มเช่น น้ำปั่น ชา/กาแฟ	- จำหน่าย ไอศกรีมและ เครื่องดื่ม เช่น นมสด ชา/กาแฟ

ตารางที่ 5 (ต่อ) แสดงรายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	Belle yoghurt Ice cream	ร้านสวีเดนเซนส์ (Swensens)	ร้านไอซ์เบิร์ก (Ice-berg)	ร้านวอลล์ (Walle)
ด้านผลิตภัณฑ์	<p>- ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งในด้านรสชาติที่มีให้เลือกอย่างหลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ</p> <p>- ผลิตภัณฑ์เน้นในด้านคุณภาพ ความสดใหม่ รสชาติที่ดี มีประโยชน์ คุณค่าทางโภชนาการ</p> <p>สูงสุด</p>	<p>- ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมมีความหลากหลายให้ลูกค้าเลือกบริโภค เช่น มีหลายรสชาติ มีหลายรูปแบบ และรสชาติเป็นที่ถูกปากของคนทั่วไป</p>	<p>- ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมของทางร้านมีความสดใหม่ มีรสชาติดีแต่เป็นไอศกรีมที่มีรูปแบบเหมือนที่มีอยู่ตามท้องตลาดอยู่แล้ว</p>	<p>- ผลิตภัณฑ์มีรสชาติไม่แตกต่างไปจากไอศกรีมที่มีอยู่ทั่วไปตามท้องตลาด เนื่องจากเป็นไอศกรีมแบบตักไม่ใช่ไอศกรีม Home-made</p>
ด้านราคา	- ราคาปานกลาง 15 บาทต่อลูก	- ราคาสูง 39 บาท ต่อลูก	- ราคาปานกลาง 20 บาท ต่อลูก	- ราคาต่ำ 10 บาทต่อลูก

ตารางที่ 5 (ต่อ) แสดงรายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	Belle yoghurt Ice cream	ร้านสเวนเซนส์ (Swensens)	ร้านไอซ์เบิร์ก (Ice-berg)	ร้านวอลล์ (Walle)
ด้าน ช่องทางการ จัดจำหน่าย	-มีสาขาเดียวที่ บริเวณประตูหน้า มหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขต พระราชวังสนาม จันทร์	- มี 2 สาขา ในเขต อำเภอเมือง นครปฐมคือที่ โลตัสนครปฐม และที่บึงสี นครปฐม	- มีสาขาเดียวใน จังหวัดนครปฐม ที่ซอย 2	- มีสาขาเดียวที่ บริเวณประตูข้าง มหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยา เขตพระราชวัง สนามจันทร์
ด้าน ส่งเสริมการ ขาย	- เมื่อมีไอศกรีม รสชาติใหม่จะ แจกไอศกรีมให้ ชิมฟรีเพื่อกระตุ้น ให้ผู้บริโภคเกิด การทดลอง - ขายราคาพิเศษ ในวันพุธ เนื่องจากเป็น วันที่น่าจะมี ยอดขายสูงสุดใน รอบสัปดาห์ - จัด ไอศกรีมเป็น ชุด 3 ลูก โดยขาย ในราคาที่ถูกลงกว่า	- มีการจัดรายการ โปรโมชั่นตาม ฤดูกาล เช่น ฤดู ร้อนจะขาย ไอศกรีมข้าว เหนียวมะม่วงใน ราคาถูกลงกว่า เป็น ต้น	- มีการแจกคูปอง สำหรับสะสม แต้มเมื่อ รับประทานครบ 10 ครั้งจะได้แถม ฟรีไอศกรีม 1 ก้อน	- ไม่มีการจัด รายการส่งเสริม การขายใดๆ

เป้าหมายทางการตลาด

ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream ได้วางแผนทางการตลาดไว้ว่า จะเปิดตลาดในกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม และลูกค้าทั่วไป โดยมองเห็นว่าคู่แข่งในการทำธุรกิจนั้นไม่มีคู่แข่งทางตรง ดังนั้นเราจึงเป็นผู้นำทางด้านการตลาดไอศกรีมโยเกิร์ตในเขตนี้และจะขยายกิจการไปยังพื้นที่โดยรอบในการตั้งเป้าหมายระยะยาวของกิจการ

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 คน ซึ่งผลที่ได้พบว่าร้อยละ 21 ชอบที่จะรับประทานไอศกรีมใกล้ๆสถานศึกษา และมีจำนวนมากถึงร้อยละ 44 ที่ชอบรับประทานไอศกรีม ถ้าเปรียบเทียบกับจำนวนนักศึกษาทั้งหมดประมาณ 9000 คน นับเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างใหญ่คือประมาณ 1800 คน ซึ่งจากการตอบแบบสอบถาม มีจำนวนมากถึงร้อยละ 95 จะซื้อไอศกรีมโยเกิร์ตจากร้านไอศกรีมที่เปิดใหม่

กลยุทธ์ทางการตลาด แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

Belle yoghurt Ice cream ได้วางแผนด้านผลิตภัณฑ์โดยสร้างความแตกต่างออกไปจากคู่แข่งชั้นด้วยการทำโยเกิร์ตสดเองจากในร้าน และใช้วัตถุดิบจากน้ำนมโคสดแท้ๆ โดยใช้กลยุทธ์เน้นที่คุณภาพในน้ำนมที่สูงและสม่ำเสมอ โดยมีการตรวจสอบควบคุมตามหลักวิชาการในแต่ละกระบวนการผลิต เพื่อทำให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าทุกระดับ อีกทั้งส่วนผสมที่ใช้จะใช้ส่วนผสมที่มิใช่มันต่ำ เพื่อเป็นการตอกย้ำจุดขายว่าเป็นไอศกรีมเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้จะได้ให้คณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร ทำการวิจัยเปรียบเทียบคุณค่าทางโภชนาการกับไอศกรีมทั่วไป เพื่อเป็นการนำเสนอคุณค่าและจุดเด่นของไอศกรีมให้ผู้บริโภคได้รับทราบด้วย

2. กลยุทธ์ด้านราคา

ช่องทางการขายปลีก (RETAILING CHANNEL) จะจำหน่ายเป็นลูก (scoop) ลูกละ 15 บาท เนื่องจากไอศกรีมภายใต้ตราชื่อ “Belle Yoghurt Ice cream” เป็นสินค้าที่เหมาะสมกับคนที่รักสุขภาพ และชอบความแปลกใหม่ ซึ่งไม่สามารถหารับประทานได้ทั่วไปประกอบกับลักษณะของสินค้ามีมูลค่าเพิ่ม (High value added) ในตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงกว่าแบบตัด

ทั่วไปได้ นอกจากนี้ราคาคงค่ายังเป็นระดับราคาที่ถูกลงกว่าคู่แข่งทางอ้อมอีกด้วย ซึ่งจะช่วยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายสำหรับช่องทางการขายปลีกอยู่ที่กลุ่มคนอายุระหว่าง 18 – 23 ปี และมีความต้องการรักษาสุขภาพ ดังนั้นการตั้งร้านจะต้องเลือกทำเลตั้งในสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่ เช่น บริเวณใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัย เนื่องจากผลการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคนิยมรับประทานไอศกรีมที่บริเวณใกล้มหาวิทยาลัยศิลปากรสูงถึงร้อยละ 21 และมีผู้ที่นิยมบริโภคไอศกรีมเป็นอาหารว่างถึงร้อยละ 44 และมีร้อยละ 95 ที่คิดว่าจะทดลองซื้อรับประทานหากมีร้านไอศกรีมโยเกิร์ตเปิดใหม่ ดังนั้นจึงได้เลือกสถานที่ตั้งที่ตรงข้ามประตูหน้ามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์และพฤติกรรมการณ์ซื้อไอศกรีมโดยส่วนใหญ่จะเป็นแบบตั้งใจซื้อ ดังนั้นรูปแบบของร้าน จึงต้องดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มาซื้อและสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะ

4. กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

ธุรกิจดำเนินกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายดังนี้

1. ลูกค้าจะได้รับบัตรสะสมแต้มเพื่อทานฟรี 1 ครั้ง เมื่อทานครบ 10 ครั้ง
2. แจกโบรชัวร์แนะนำร้านตามคณะต่างๆ ในมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
3. โฆษณาผ่านสถานีวิทยุชุมชนของจังหวัดนครปฐม
4. จัด ไอศกรีมเป็นชุด 3 ลูก โดยขายในราคาที่ถูกลงกว่าซื้อเป็นลูกๆ เพื่อเพิ่มปริมาณการบริโภคต่อครั้ง เนื่องจากผลการสำรวจพบว่าผู้บริโภคบริโภคไอศกรีมเฉลี่ยครั้งละ 2.64 ลูก
5. ขายราคาพิเศษในวันพุธ เนื่องจากเป็นวันที่มียอดขายต่ำสุดในรอบสัปดาห์
6. ออกงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวกับอาหาร เช่น ในงานรับปริญญา
7. เมื่อมีไอศกรีมรสชาติใหม่จะจัดส่งเสริมการขาย แจกไอศกรีมฟรีเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการทดลอง
8. แจกที่คั่นหนังสือเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของโยเกิร์ตสด และผลไม้ ที่ใช้ในการทำไอศกรีม

ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของร้าน ไอศกรีม Belle yoghurt Ice Cream มีผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่าย คือ ไอศกรีมโยเกิร์ตรสผลไม้ชนิดต่างๆ และมีเครื่องดื่มซึ่งเป็นน้ำผลไม้สดให้ลูกค้าเลือกบริโภคอีกหลายชนิด โดยผลิตภัณฑ์ของทางร้านจะเน้นในด้านคุณภาพ ความสดใหม่ รสชาติที่ดี มีประโยชน์ และคุณค่าทางโภชนาการ

ผลิตภัณฑ์ไอศกรีม มีรสต่างๆซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ไอศกรีมโยเกิร์ตรสดั้งเดิม
- ไอศกรีมโยเกิร์ตรสบลูเบอร์รี่
- ไอศกรีมโยเกิร์ตรสส้ม
- ไอศกรีมโยเกิร์ตรสกีวี
- ไอศกรีมโยเกิร์ตรสลิ้นจี่
- ไอศกรีมโยเกิร์ตรสสตรอเบอร์รี่
- ไอศกรีมโยเกิร์ตรสมะขามหวาน
- ไอศกรีมโยเกิร์ตรสกล้วยหอม
- ไอศกรีมโยเกิร์ตรสองุ่น
- ไอศกรีมโยเกิร์ตรสฝรั่ง
- ไอศกรีมรสกีวี สตรอเบอร์รี่ เชอเบ้ท



ภาพที่ 6 แสดงตัวอย่างไอศกรีมโยเกิร์ต

รูปแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ของทางร้านจะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ บรรจุภัณฑ์สำหรับลูกค้าที่บริโภคภายในร้านและบรรจุภัณฑ์สำหรับลูกค้าที่บริโภคนอกร้านหรือนำกลับบ้าน (Take Home) โดยบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ภายในร้านที่ใช้ใส่ไอศกรีมจะเป็นภาชนะเครื่องแก้วและช้อนโลหะ ส่วนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับลูกค้าที่บริโภคนอกร้านหรือนำกลับบ้าน (Take Home) เป็นถ้วยกระดาษสำหรับใส่ไอศกรีมและช้อนพลาสติก



ภาพที่ 7 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยไอศกรีมภาชนะเครื่องแก้ว



ภาพที่ 8 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยไอศกรีมกระดาษขนาด 4 ออนซ์



ภาพที่ 9 แสดงสัญลักษณ์ของร้าน Belle yoghurt Ice cream

รูปแบบการตกแต่งร้าน

การตกแต่งร้านตกแต่งสไตล์โมเดิร์น เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำรงชีวิตแบบสมัยใหม่ของนักศึกษา แต่ในความทันสมัยก็แฝงไปด้วยกลิ่นไอของความอบอุ่น ผ่อนคลาย เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความรู้สึกสบายกายและสบายใจ พร้อมทั้งบริโภคไอศกรีมโยเกิร์ต ของ Belle yoghurt ice cream ด้วยความสุข



ภาพที่ 10 แสดงรูปแบบการตกแต่งร้าน

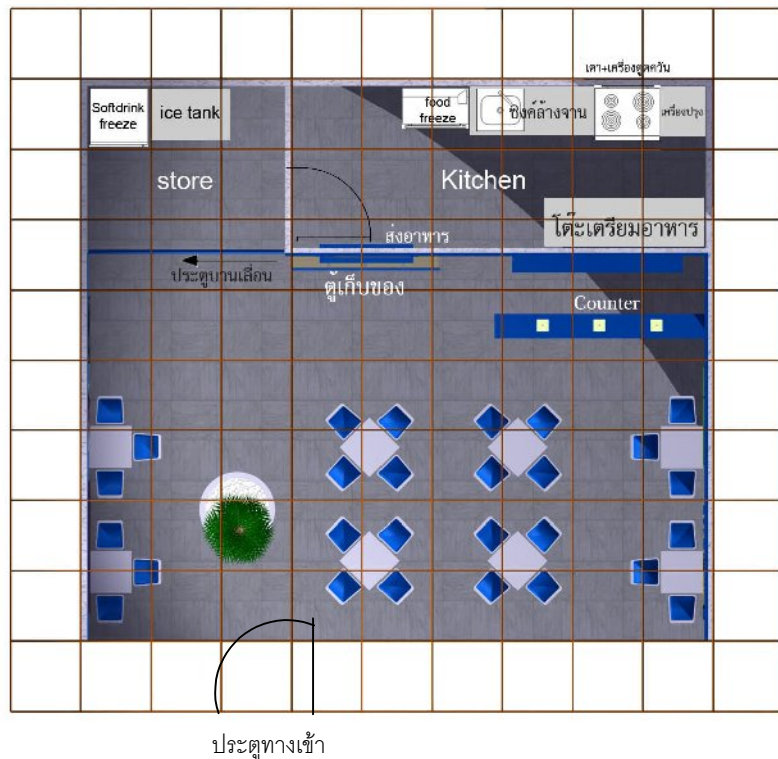
บทที่ 6

แผนการผลิต

สถานประกอบการในการผลิต

ร้าน Belle yoghurt Ice cream ตั้งอยู่บริเวณตรงข้ามประตูใหญ่หน้ามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ เลขที่ ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม รหัสไปรษณีย์ ติดต่อ: 034-511-6234

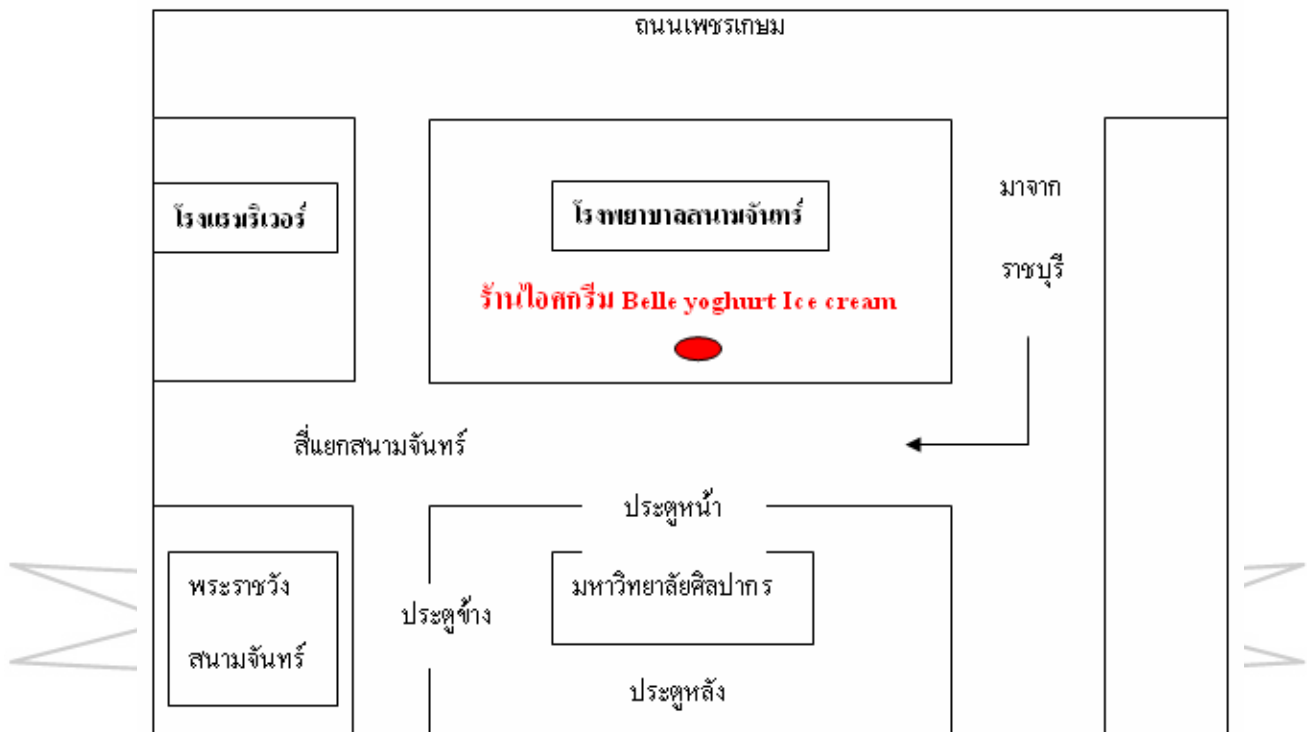
ร้าน Belle yoghurt Ice cream ตั้งอยู่บริเวณตรงข้ามประตูใหญ่หน้ามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ มีพื้นที่ใช้สอย ประมาณ 8 x 9 ตารางเมตร เป็นทำเลที่สามารถมองเห็นได้จากถนนใหญ่และสามารถเดินทางมาได้อย่างสะดวก และบริเวณใกล้เคียงมีร้านค้าต่างๆอีกมากมาย เช่น ร้านสติกส์ ร้านหนังสือ ร้านขายอาหารตามสั่ง และ Family Mart เป็นต้น ทำให้เป็นจุดที่มีกลุ่มคนต่างๆผ่านเข้ามามากมาย ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายของกิจการเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 11 แสดงแผนผังโครงสร้างภายในร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream

จากภาพแสดงแผนผังโครงสร้างภายในร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream ภายในร้านแบ่งออกเป็น โซนต่างๆดังนี้

1. ด้านประตูทางเข้า จะมีการติดป้ายชื่อ “Belle yoghurt Ice cream”
2. ถัดเข้ามาด้านซ้ายมือและขวามือ โต๊ะและเก้าอี้สำหรับลูกค้า
3. ถัดมาเป็นเคาน์เตอร์รับออเดอร์จากลูกค้า
4. โต๊ะเตรียมอาหารและเครื่องคั้น
5. ภายในห้องครัวจะมีตู้แช่ไอศกรีม อุปกรณ์สำหรับทำไอศกรีม และอ่างล้างจาน
6. ในห้องเก็บสินค้ามีถังน้ำแข็งและตู้แช่เครื่องคั้นที่ทำสำเร็จไว้แล้ว



ภาพที่ 12 แสดงแผนที่ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice Cream

วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่จะเป็นผลไม้ประเภทต่างและวัตถุดิบพื้นฐานที่ต้องใช้ในการผลิตไอศกรีม ชื่อที่ตลาดสดนครปฐมและห้างสรรพสินค้าเทสโก้ โลตัส ซึ่งตั้งอยู่ไม่ไกลจากที่ตั้งกิจการ ทำให้การเดินทางไปซื้อวัตถุดิบเป็นไปอย่างสะดวก ซึ่งวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการผลิตไอศกรีมโยเกิร์ตแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. วัตถุดิบพื้นฐาน ได้แก่

- โยเกิร์ต

เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตไอศกรีม โยเกิร์ต ซึ่งโยเกิร์ตที่ใช้ในการผลิตไอศกรีมโยเกิร์ตของ Belle yoghurt Ice cream เป็นโยเกิร์ตที่ผลิตขึ้นเองด้วยกรรมวิธีเฉพาะของกิจการซึ่งมีรสชาติและให้คุณค่ามากกว่าโยเกิร์ตที่มีจำหน่ายอยู่ตามท้องตลาดทั่วไป

- นม

เป็นวัตถุดิบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ทางกิจการเลือกใช้ยี่ห้อคาร์เนชั่นเนื่องจากเป็นนมที่มีความเข้มข้นสูงทำให้ไอศกรีมที่ได้มีรสชาติกลมกล่อมและมีกลิ่นหอม

- ไข่ไก่

เป็นวัตถุดิบที่ช่วยให้ไอศกรีมโยเกิร์ตมีความหวานมัน และเป็นวัตถุดิบที่หาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาด

- น้ำตาล

เป็นส่วนผสมที่ช่วยเพิ่มรสหวานให้กับไอศกรีม เพราะการใช้นมเพียงอย่างเดียวให้ความหวานไม่เพียงพอกับไอศกรีม

- สารแต่งกลิ่น

สารแต่งกลิ่นอาหารมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อรสชาติ และความอร่อยของไอศกรีม สารแต่งกลิ่นอาหารที่กิจการใช้เป็นสารที่สังเคราะห์เลียนแบบกลิ่นธรรมชาติ เนื่องจากผลไม้สดที่ใช้บางชนิด เมื่อเข้าสู่กรรมวิธีการผลิตแล้วให้กลิ่นไม่เพียงพอ

- เกลือ

เป็นส่วนผสมที่ช่วยลดทอนความหวานของไอศกรีมไม่ให้มีรสชาติดหวานนำจนเกินไป และเพิ่มความกลมกล่อมของไอศกรีม

- Whipping Cream

เป็นส่วนประกอบเสริมที่ช่วยให้ไอศกรีมน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในการบริโภคของผู้บริโภค

- น้ำแข็ง

เป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในกรรมวิธีการผลิตไอศกรีม เพราะจะนำโยเกิร์ต ผลไม้ และ ส่วนผสมอื่นๆมาปั่นรวมกับน้ำแข็ง ก็จะได้ไอศกรีมที่รสชาติดี เย็นชื่นใจ และน่ารับประทาน

2. ผลไม้ชนิดต่างๆที่เป็นส่วนผสมของไอศกรีมโยเกิร์ต เป็นผลไม้ที่มีรสชาติหวานเปรี้ยวผสมกันไป ดังนั้นรสชาติของไอศกรีมก็จะขึ้นอยู่กับประเภทของผลไม้ที่นำมาเป็นส่วนผสม โดยผลไม้ที่ใช้เป็นผลไม้ที่สด สุก และเป็นสายพันธ์ที่เหมาะสม โดยก่อนใช้จะนำมาล้างทำความสะอาด และปอกเปลือกให้เรียบร้อย จากนั้นนำมาหั่นให้เป็นชิ้นพอประมาณ เพื่อเป็นการเพิ่มพื้นที่ผิวของผลไม้ให้มากขึ้น เพื่อถ่ายและสะดวกต่อการนำเข้าสู่เครื่องปั่น ซึ่งผลไม้ที่เป็นวัตถุดิบของร้าน

Belle yoghurt Ice cream

- บลูเบอร์รี่

เป็นผลไม้ที่มีรสหวานอมเปรี้ยว กิจกรรมเลือกใช้ผลสดในช่วงที่เป็นฤดูกาล แต่หากหาซื้อบลูเบอร์รี่สดไม่ได้จะใช้บลูเบอร์รี่กระป๋องแทน บลูเบอร์รี่เป็นผลไม้ที่เป็นผลไม้เพื่อ สุขภาพ เป็นผลไม้ที่มีการพบปริมาณของสารต้านอนุมูลอิสระและช่วยเพิ่มความสามารถในการจำอีกด้วย

- ส้ม

เป็นผลไม้ที่เหมาะสมกับการนำมาทำไอศกรีมเพราะเป็นผลไม้ที่มีรสชาติอร่อย กลมกล่อม มีรสเปรี้ยวอมหวาน โดยส้มที่ใช้เป็นวัตถุดิบเป็นส้มเขียวหวาน เพราะหาได้ง่ายและมีจำหน่ายเกือบทุกฤดูกาล มีปริมาณน้ำค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับสายพันธ์อื่น และมีประโยชน์ต่อร่างกายเพราะมีวิตามินซีสูง ดื่มแล้วกระปรี้กระเปร่า

- กีวี

เป็นผลไม้ที่มีรสชาติเปรี้ยว รสชาติดี และมีคุณค่าทางสารอาหารที่สูง มีสีส้มชวนรับประทาน

- ลิ้นจี่

เป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่คนชอบรับประทาน เนื่องจากรสชาติ หวานอร่อย และมีกลิ่นหอม จึงเหมาะสำหรับนำมาเป็นส่วนผสมของการทำไอศกรีม

- สตรอเบอร์รี่

เป็นผลไม้ที่มีรสชาติหวานอมเปรี้ยว ให้พลังงานต่ำจึงเหมาะสำหรับผู้ที่กำลังควบคุม น้ำหนักจึงเหมาะสำหรับเป็นส่วนผสมของไอศกรีมโยเกิร์ต

- มะขามหวาน

เป็นผลไม้ไทยที่มีรสชาติหวานอร่อย รสชาติไม่แฉะ หาช้อได้ไม่ยาก และเก็บไว้ได้นาน โดยไม่ต้องแช่เย็น

- กล้วยหอม

เป็นผลไม้ที่มีกลิ่นหอมและมีคุณค่าทางโภชนาการสูง หาซื้อได้ง่ายมีขายทุกฤดูกาล ควรเลือกซื้อกล้วยที่ยังไม่สุกมากนักเนื่องจากเป็นผลไม้ที่สุกเร็วและเก็บไว้ไม่ได้นาน

- องุ่น

เป็นผลไม้ที่มีรสชาติดี ทั้งรสหวาน เปรี้ยว มีขายทั่วไป และยังเป็นอาหารบำรุงร่างกาย อีกชนิดหนึ่งนอกจากจะมีคุณค่าทางอาหารแล้วยังมีสรรพคุณทางยาที่ดีหลายชนิด เลือกซื้อผลสุกกำลังดี นำมาล้างน้ำให้สะอาด ใส่ภาชนะแล้วแช่เก็บไว้ในตู้เย็น

- แอปเปิ้ล

เป็นผลไม้ที่มีรสหวาน มีกลิ่นหอม และหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาดราคา ไม่แพงมากนัก เก็บรักษาโดยการนำมาล้างน้ำให้สะอาดแล้วนำไปแช่ตู้เย็นเพื่อรักษาความสดใหม่ เมื่อจะใช้เป็นส่วนผสมในกรรมวิธีผลิตไอศกรีมต้องนำมาหั่นและปอกเปลือก

- ฝรั่ง

เป็นผลไม้ที่ให้คุณค่าสารอาหารสูง รสชาติหวาน กรอบ อร่อย มีกลิ่นเฉพาะที่โดดเด่น ขวานรับประทาน ฝรั่งหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาดและเป็นผลไม้ที่มีขายทุกฤดูกาลจึงเหมาะแก่การนำมาเป็นส่วนผสมของการทำไอศกรีม

บรรจุภัณฑ์

- ภาชนะเครื่องแก้วใสไอศกรีม
- ซ้อนโลหะขนาดเล็ก
- ถ้วยกระดาษใสไอศกรีม
- ซ้อนพลาสติกคัทไอศกรีม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

อุปกรณ์ในการผลิต

เครื่องจักรที่ต้องใช้ในการผลิตไอศกรีมจะประกอบไปด้วย

- เครื่องปั่นไอศกรีม

เป็นเทคโนโลยีที่ออกแบบมาเพื่อปั่นไอศกรีมการทำงานของเครื่องปั่นไอศกรีม คือการปั่นให้อากาศแทรกเข้าไปในส่วนผสมของไอศกรีม และทำให้เกิดเกล็ดน้ำแข็งเล็กๆ เพราะฉะนั้นจะสังเกตว่าเนื้อไอศกรีมที่ได้จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับการควบคุมความเย็น หรือการใส่น้ำแข็งและปริมาณเกล็ดน้ำแข็งเอง ถ้าใช้น้ำแข็งและเกล็ดน้อย ความเย็นไม่พอ เนื้อไอศกรีมก็จะเหลวเกินไป ต้องใช้เวลาปั่นนาน แต่ในทางตรงกันข้ามหากใส่น้ำแข็งและเกล็ดมากเกินไป ก็จะทำให้เนื้อไอศกรีม

หยาบ ไม้เนียนนุ่ม (ผลึกน้ำแข็งในเนื้อไอศกรีมใหญ่เกินไป)ลักษณะ ไอศกรีมที่ดีจะปั่นจน ไอศกรีมแข็ง ได้เนื้อ ไอศกรีมที่เนียน ไม้หยาบเป็นผลึกน้ำแข็ง

-ตู้แช่ไอศกรีม

ตู้แช่ไอศกรีมที่กิจการเลือกใช้เป็นตู้แช่ไอศกรีมกระจกโค้ง 12 ถาดขนาด 120*75*140 ซม.ด้านบนวางถาดไอศกรีม 12 ถาด ด้านล่างเก็บไอศกรีมได้ 15 ถาดด้านหน้าเป็นกระจกโค้ง ด้านหลังเป็นกระจกเงาสะทอน รักษาอุณหภูมิที่ -20 องศาเซลเซียส

- ถาดไอศกรีม

ถาดไอศกรีมเป็นอุปกรณ์สำหรับใส่ไอศกรีมเมื่อปั่นเสร็จแล้ว โดยใส่ไอศกรีมในถาดไอศกรีมแล้วนำเข้าตู้แช่ โดยขนาดถาดไอศกรีมที่กิจการเลือกใช้ มีขนาด 26*16*10 ซม.

- ตู้เย็น

สำหรับเก็บวัตถุดิบต่างๆที่ต้องใช้ความเย็น เช่นผลไม้ นมสด โยเกิร์ต และWhipping

Cream

- เครื่องปั่นผลไม้

เครื่องปั่นมีลักษณะเป็นโถแก้วหรือโถพลาสติกสำหรับใส่ผลไม้ มีฐานข้างล่างเป็นตัวปั่นซึ่งมีใบมีดสำหรับปั่น

- หม้อต้มวัตถุดิบ

เป็นเครื่องครัวสเตนเลส เหมาะสำหรับการหุงต้มของเหลวต่างๆโดยตั้งบนเตาแก๊สเพื่อใช้ไฟฟ้าทำให้เกิดความร้อน สำหรับการทำให้วัตถุดิบสุก

- ถ้วยตวง

ถ้วยตวงแบบตวงของเหลว ทำจากพลาสติกใส มีขีดบอกระดับของเหลวที่จะตวง

มีด

เป็นอุปกรณ์ที่มีความสำคัญมากเพราะไว้ใช้หั่นและปอกเปลือกวัตถุดิบต่างๆ มีหลายขนาดหลายรูปแบบ ตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ จึงเหมาะกับวัตถุดิบที่ต่างกัน

- เขี่ยอก

เป็นภาชนะที่ทำจากพลาสติก สำหรับไว้ใส่น้ำผลไม้ที่ปั่นเสร็จแล้วรอทำการผลิตต่อไป

- เขียง

เป็นอุปกรณ์ครัวที่ใช้ในการจัดเตรียมผลไม้ โดยใช้เป็นที่รองในการหั่นผลไม้

- กระชอน

เป็นอุปกรณ์ที่ทำจากอลูมิเนียม หรือสแตนเลส ลักษณะคล้ายตะแกรงร่อนแป้ง มีด้ามถือ มีหูสำหรับพาดเกาะหม้อหรืออ่าง ใช้สำหรับกรองวัตถุดิบต่างๆ เพื่อแยกน้ำกับกาก เช่น กรองแยก เพื่อเอาแต่น้ำล้วนๆ

- กระบวย

เป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับตักวัตถุดิบกับภาชนะประเภทหม้อหุงต้ม

- ถังพลาสติกบรรจุน้ำแข็ง

เป็นถังพลาสติก มีฝาปิด สำหรับแช่น้ำแข็งเพราะมีคุณสมบัติในการเก็บรักษาความเย็นได้ดี

กำลังการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	300 ถ้วยต่อวัน
จำนวนเวลาผลิตต่อวัน(ชั่วโมง)	11 ชั่วโมงต่อวัน (เปิดทำการทุกวันตั้งแต่เวลา 09.00 น.–20.00 น.)
เป้าหมายหน่วยการผลิต	250 ถ้วยต่อวัน
จำนวนวันที่ใช้ในการผลิตต่อเดือน	30 วันต่อเดือน
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	1 คนต่อวัน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	7,000 ต่อเดือน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 6 แสดงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและราคาปีที่ 1

ลำดับ	รายการ	ราคา (ต่อหน่วย)
1	หัวเชื้อ โยเกิร์ต (ถ้วย)	15
2	นมสด Foremost ขนาด1000 ซีซี (กล่อง)	35
3	ไข่ไก่ 30 ฟอง (แผง)	96
5	น้ำตาลทราย (ถุง)	20
6	สารแต่งกลิ่น (ขวด)	25
7	เกลือ (ถุง)	2
8	Whipping Cream	230
9	บลูเบอร์รี่ (ก.ก.)	180
10	ส้ม (ก.ก.)	20
11	กีวี (ก.ก.)	240
12	ลิ้นจี่ (ก.ก.)	50
13	สตอเบอร์รี่ (ก.ก.)	120
14	มะขามหวาน (ก.ก.)	30
15	องุ่น (ก.ก.)	200
16	กล้วยหอม (หวี)	20
17	แอปเปิ้ล (ผล)	7
18	ฝรั่ง (ก.ก.)	25
19	น้ำแข็ง (ถุง)	35

ตารางที่ 7 แสดงเครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาทุน หน่วย/บาท	ต้นทุน (บาท)
ค่าเครื่องจักร				
1	เครื่องปั่นไอศกรีม	2	3,200	6,400
2	ตู้แช่ไอศกรีม	1	35,000	35,000
3	ตู้เย็น (ยี่ห้อ MITSUBISHI 1 ประตู 6.4 คิว)	1	5,800	5,800
4	เครื่องปั่นผลไม้ (ยี่ห้อ SHARP)	2	700	1,400
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน				
5	โต๊ะ	8	500	4,000
6	เก้าอี้	28	250	7,000
7	โทรศัพท์	1	250	250
8	เครื่องคิดเงิน (ยี่ห้อ CANON)	1	3,000	3,000
9	เครื่องปรับอากาศ (ยี่ห้อ PANASONIC 18000 บีทียู	1	22,700	22,700
10	เคาน์เตอร์แคชเชียร์	1	8,000	8,000
11	อ่างล้างจาน	1	4,000	4,000
12	โต๊ะเตรียมอาหาร	1	5,000	5,000
13	ตู้เก็บของ	1	2,000	2,000
ค่าอุปกรณ์ในการตกแต่งร้าน				
14	ต้นไม้พลาสติก	1	1,000	1,000
15	รูปภาพผลไม้ชนิดต่างๆ	3	150	450

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาทุน หน่วย/บาท	ต้นทุน (บาท)
ค่าอุปกรณ์การผลิต				
16	ถาดไอศกรีม	12	500	6,000
17	อุปกรณ์เครื่องครัว (อาทิ มีด เขียง หม้อหุงต้ม ถ้วยตวง กระบวย กระชอน	1	1,050	1,050
18	เหยือกพลาสติก	10	40	400
19	ถังพลาสติกบรรจุน้ำแข็ง	1	500	500
20	เตาแก๊ส (แบบ 2 หัว)	1	900	900
21	ถังแก๊ส	1	1,500	1,500
22	แก๊สหุงต้ม (ก.ก.)	15	2	300
23	ถ้วยกระเบื้อง	100	30	3,000
24	ช้อนโลหะ	100	25	2,500
25	ถ้วยกระดาษ	100	2	200
26	ช้อนพลาสติก(1ห่อ มี 50 อัน)	2	10	20

ขั้นตอนการผลิตโยเกิร์ตสด

ขั้นตอนการผลิตมีดังนี้

1. การต้มน้ำนม

1.1 การต้มน้ำนมต้องไม่ต้มให้นมเดือด ใช้อุณหภูมิสูงสุดเพียง 95C ถ้าต้มจนน้ำนมเดือดจะมีนมบางส่วนที่ไหม้และทำให้เกิดกลิ่นนมไหม้ (cooked flavor) ทำให้โยเกิร์ตไม่หอมและมีกลิ่นที่ไม่เป็นที่ต้องการ

1.2 ถ้าให้ความร้อนกับนมไม่เพียงพอและไม่นานพอ (ไม่ถึง 90-95C เป็นเวลา 5 นาที) เนื้อโยเกิร์ตที่ได้จะเหลว มีน้ำใส ๆ แยกออกมา (wheying off) เนื่องจากการให้ความร้อนนี้จะช่วยให้ Whey Protein ที่มีอยู่ในน้ำนมถูกทำลาย ซึ่งมันจะคลายเกลียวและสร้างโครงสร้างที่เป็นเจลหุ้มน้ำ ทำหน้าที่เหมือนเป็นสารให้ความคงตัวตามธรรมชาติ ทำให้โยเกิร์ตเนื้อเนียนไม่มีน้ำแยกออกมา นอกจากนี้การให้ความร้อนยังช่วยไล่อากาศในน้ำนม เกิดสภาวะที่เหมาะสมกับการเจริญของจุลินทรีย์โยเกิร์ต และช่วยฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ที่ก่อโรคและจุลินทรีย์ในน้ำนมที่จะมาเจริญแข่งกับจุลินทรีย์โยเกิร์ตด้วย

2. ขั้นตอนการเติมเชื้อโยเกิร์ต

2.1 ร้านเบเกอรี่โยเกิร์ต ไอศกรีมจะเลือกใช้โยเกิร์ตธรรมชาติ

2.2 เชื้อจุลินทรีย์เป็นสิ่งมีชีวิต ดังนั้นถ้าให้เวลาเชื้อปรับตัวจะทำให้ได้โยเกิร์ตไวขึ้น เราทำให้เชื้อปรับตัวได้โดยการนำโยเกิร์ตที่ซื้อมา ทำโยเกิร์ตรอบแรกก่อน แล้วใช้โยเกิร์ตรอบแรกเป็นหัวเชื้อมาทำโยเกิร์ตรอบต่อไปทันทีหลังจากได้เนื้อโยเกิร์ตแล้วโดยไม่ผ่านการแช่เย็นก่อน หรือเอาโยเกิร์ตที่เราซื้อมามาวางไว้ที่อุณหภูมิห้องหรือน้ำอุ่นเป็นเวลา 3-4 ชั่วโมงก่อนนำมาเติมในน้ำนมก็จะช่วยได้เช่นกัน

2.3 หลังจากต้มนมเสร็จแล้วห้ามคนเพราะการคนจะเป็นการเติมอากาศลงไปในน้ำนมซึ่งจะเป็นการสร้างสภาพที่ไม่เหมาะสมกับการเจริญของเชื้อโยเกิร์ตและในขั้นตอนการเติมเชื้อโยเกิร์ตลงไปน้ำนมก็ควรจะคนเบา ๆ เท่านั้น

3. ระหว่างการบ่ม

3.1 อุณหภูมิและเวลา ถ้าเราบ่มที่อุณหภูมิต่ำเช่นอุณหภูมิห้อง ก็ต้องใช้เวลานานกว่าการบ่มที่อุณหภูมิสูง

3.2 ระหว่างการบ่มห้ามไปขยับ เขย่า คน หรือเอียงถ้วยดู เพราะระหว่างเกิดการเกิด curd ของโยเกิร์ตถ้าได้รับการกระทบกระเทือน โครงสร้างเจลจะถูกทำลาย และมีน้ำใสแยกออกมาเนื้อโยเกิร์ตจะไม่แข็ง ถ้าต้องการทดสอบดูว่าโยเกิร์ตแข็งพอแล้วหรือเปรี้ยวพอแล้วหรือไม่ให้ทดสอบช่วงที่

ใกล้จะบ่มเสร็จ เช่น ถাঁบมที่อุณหภูมิ 43 องศา ก็เช็คดูประมาณชั่วโมงที่ 4 ถাঁบมที่อุณหภูมิห้องก็เช็คดูที่ชั่วโมงที่ 8 เป็นต้น

4. อื่น ๆ

4.1 ในสูตรของร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream นี้เป็นสูตรที่ให้เดิมนมผงลงไปให้น้ำนมอีก เพื่อให้ได้นมที่มีความข้นสูง จะได้โยเกิร์ตที่มีเนื้อแน่นและหนากว่า แต่โดยปกติถ้านมธรรมดาก็สามารถนำมาผลิตโยเกิร์ตได้โดยไม่ต้องเติมนมผง

4.2 ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream จะเน้นที่ความอร่อย โดยใช้นมที่มีไขมันธรรมดา หรือถ้าสำหรับลูกค้าที่ไม่กลัวอ้วนจะเติมครีมลงไปอีกนิดหน่อย ถ้าโยเกิร์ตมีไขมันมากจะมีเนื้อเนียนลื่นคอ และหอมอร่อยเป็นพิเศษ

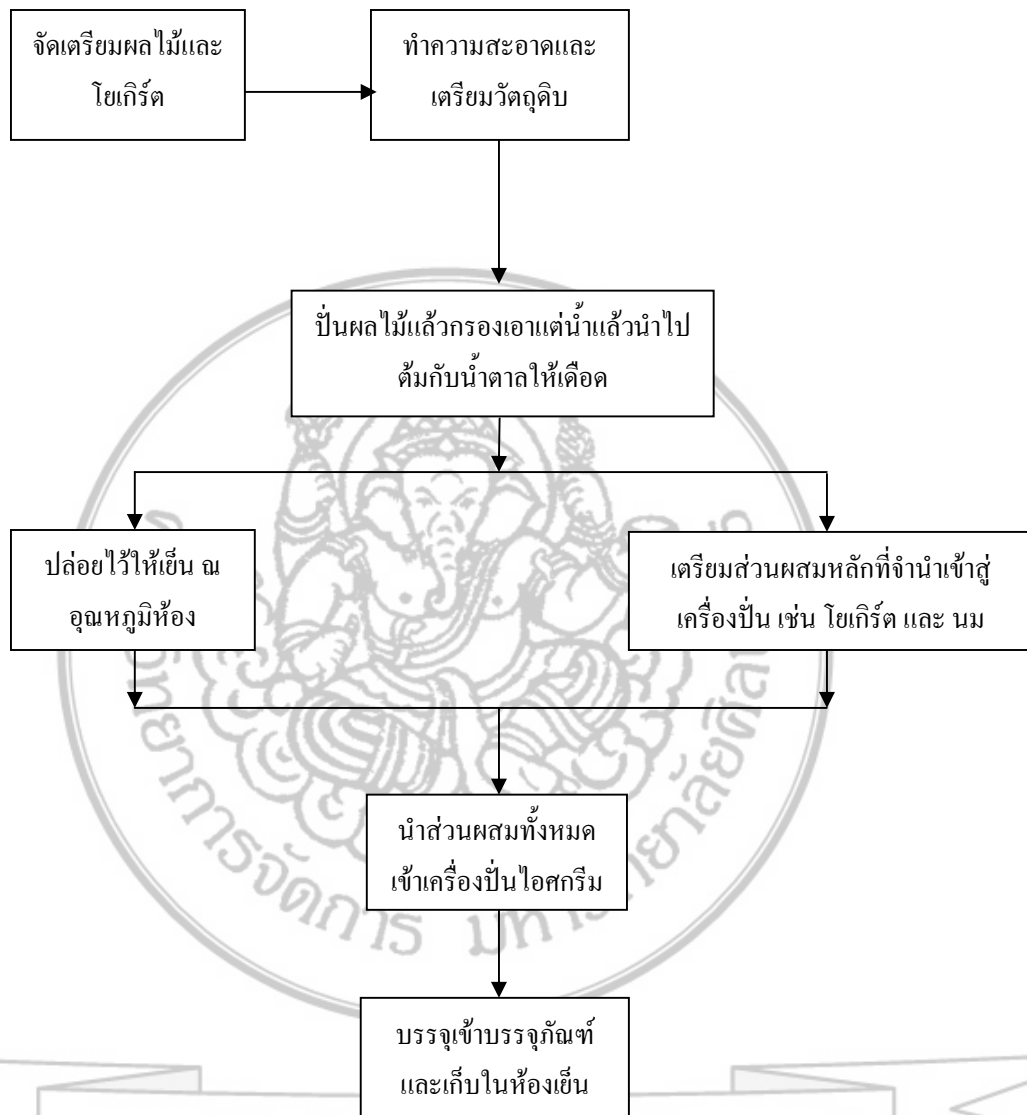
ส่วนผสมสำหรับ โยเกิร์ตประมาณ 500 ml.

1. นมสดพาสเจอร์ไรส์ หรือนม UHT เป็นแบบธรรมดา หรือพว่องไขมันก็ได้ 425 g. หรือ 2 ถ้วยตวง
2. นมผงแบบนมผงธรรมดาหรือนมผงขาดมันเนย 15 g. หรือ 1 ช้อนโต๊ะ
3. โยเกิร์ตถ้วยรสธรรมชาติ 75 g. หรือครึ่งถ้วยโยเกิร์ต

ขั้นตอนการผลิตไอศกรีม

เนื่องจากการผลิตไอศกรีมแต่ละรสชาติจะมีขั้นตอนการผลิต และส่วนผสมที่แตกต่างกัน แต่สามารถสรุปขั้นตอนที่คล้ายคลึงกันได้ดังนี้

1. จัดเตรียมผลไม้โดยการปอก หรือ ล้างให้สะอาด
2. ปั่นผลไม้แล้วกรองเอาแต่น้ำ แล้วใส่ส่วนผสม เช่น น้ำตาลเข้าเครื่องตีเพื่อตีให้เดือด
3. ทิ้งไว้ให้เย็น แล้วจึงนำโยเกิร์ตและส่วนผสมที่เหลือ รวมทั้ง Whipping Cream มาใส่ในเครื่องปั่น และปั่นจนกลายเป็นไอศกรีม
4. บรรจุเข้าบรรจุภัณฑ์แล้วนำเข้าไปเก็บในช่องแช่ไอศกรีมเพื่อเตรียมออกขายต่อไป



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี
 ภาพที่ 13 แสดงกระบวนการผลิตไอศกรีม

บทที่ 7
แผนการเงิน

ตารางที่ 8 แสดงต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

รายการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของผู้ถือหุ้น
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
เงินทุนหมุนเวียน				
เงินสดสำรองการดำเนินงาน	450,000.00	-	300,000.00	150,000.00
รวมเงินทุนหมุนเวียน	450,000.00	-	300,000.00	150,000.00
อุปกรณ์				
เครื่องใช้สำนักงาน	57,650.00	-	0.00	57,650.00
อุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ	56,550.00	-	0.00	56,550.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	57,650.00	-	0.00	57,650.00
รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
รายจ่ายในการเตรียมการ	20,000.00	-	0.00	20,000.00
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	20,000.00	-	0.00	20,000.00
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น	527,650.00	-	300,000.00	227,650.00
อัตราส่วนหนี้สิน : ส่วนของผู้ถือหุ้น				
เจ้าหนี้	1.00		0.57	0.43

ตารางที่ 9 แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี

อัตราดอกเบี้ยต่อปี

8%

MRR+2%

ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ดอกเบี้ย
1	300,000.00	60,000.00	24,000.00	84,000.00
2	240,000.00	60,000.00	19,200.00	79,200.00
3	180,000.00	60,000.00	14,400.00	74,400.00
4	120,000.00	60,000.00	9,600.00	69,600.00
5	60,000.00	60,000.00	4,800.00	64,800.00
รวม		300,000.00	72,000.00	372,000.00

หมายเหตุ : อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถูกคำนวณไปต่อปีเกิดจากการถัวเฉลี่ยของ 3 ธนาคาร

1. ธนาคารกรุงเทพ 7.75%
2. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 8%
3. ธนาคารธนชาติ 8.25%

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 10 ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่ารวม ทั้งสิ้น (บาท)	อัตราค่า เสื่อมราคา ต่อปี (%)	ค่าเสื่อม ราคาต่อปี (บาท)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในส่วน บริการลูกค้า										
โต๊ะนั่งทานไอศกรีม	8.00	500.00	4,000.00	20.00%	800.00	3,200.00	2,400.00	1,600.00	800.00	8.00
เก้าอี้ขนาดใหญ่	29.00	250.00	7,250.00	20.00%	1,450.00	5,800.00	4,350.00	2,900.00	1,450.00	29.00
โทรศัพท์และโทรสาร	1.00	250.00	250.00	20.00%	50.00	200.00	150.00	100.00	50.00	1.00
เครื่องคิดเงิน	1.00	3,000.00	3,000.00	20.00%	600.00	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600.00	1.00
เครื่องปรับอากาศ	1.00	22,700.00	22,700.00	20.00%	4,540.00	18,160.00	13,620.00	9,080.00	4,540.00	1.00
เคาน์เตอร์แคชเชียร์	1.00	8,000.00	8,000.00	20.00%	1,600.00	6,400.00	4,800.00	3,200.00	1,600.00	1.00
อ่างล้างจาน	1.00	4,000.00	4,000.00	20.00%	800.00	3,200.00	2,400.00	1,600.00	800.00	1.00
โต๊ะเตรียมอาหาร	1.00	5,000.00	5,000.00	20.00%	1,000.00	4,000.00	3,000.00	2,000.00	1,000.00	1.00
ตู้เก็บของ	1.00	2,000.00	2,000.00	20.00%	400.00	1,600.00	1,200.00	800.00	400.00	1.00
ต้นไม้พลาสติก	1.00	1,000.00	1,000.00	20.00%	200.00	800.00	600.00	400.00	200.00	1.00
รูปภาพ	3.00	150.00	450.00	20.00%	90.00	360.00	270.00	180.00	90.00	3.00
รวม	48.00	46,850.00	57,650.00		11,530.00	46,120.00	34,590.00	23,060.00	11,530.00	48.00

ตารางที่ 10 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่ารวม ทั้งสิ้น (บาท)	อัตราค่า เสื่อมราคา ต่อปี (%)	ค่าเสื่อม ราคาต่อปี (บาท)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
เครื่องปั่นไอศกรีม	2.00	3,200.00	6,400.00	20%	1,280.00	5,120.00	3,840.00	2,560.00	1,280.00	2.00
ตู้แช่ไอศกรีม	1.00	35,000.00	35,000.00	20%	7,000.00	28,000.00	21,000.00	14,000.00	7,000.00	1.00
ตู้เย็น	1.00	5,800.00	5,800.00	20%	1,160.00	4,640.00	3,480.00	2,320.00	1,160.00	1.00
เครื่องปั่นผลไม้	2.00	700.00	1,400.00	20%	280.00	1,120.00	840.00	560.00	280.00	2.00
ถาดไอศกรีม	12.00	500.00	6,000.00	20%	1,200.00	4,800.00	3,600.00	2,400.00	1,200.00	12.00
อุปกรณ์ในครัว	1.00	1,050.00	1,050.00	20%	210.00	840.00	630.00	420.00	210.00	1.00
เตาแก๊สแบบสองหัว	1.00	900.00	900.00	20%	180.00	720.00	540.00	360.00	180.00	1.00
รวม	20.00	47,150.00	56,550.00		11,310.00	45,240.00	33,930.00	22,620.00	11,310.00	20.00
รวมทั้งสิ้น	68.00	94,000.00	114,200.00		22,840.00	91,360.00	68,520.00	45,680.00	22,840.00	68.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 11 แสดงประมาณการขายรายเดือน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม/ชนิด
จำนวนสินค้าที่ขาย(หน่วย)													
โยเกิร์ตสบูบลเบอร์รี่	100.00	120.00	150.00	180.00	180.00	200.00	200.00	180.00	180.00	150.00	120.00	100.00	1,860.00
โยเกิร์ตรสส้ม	600.00	620.00	650.00	670.00	670.00	700.00	700.00	670.00	670.00	650.00	620.00	600.00	9,190.00
โยเกิร์ตลิ้นจี่	300.00	320.00	350.00	380.00	400.00	450.00	450.00	400.00	400.00	380.00	350.00	300.00	4,480.00
ชีวี่ สตรอเบอร์รี่ ซอร์เบต	200.00	240.00	300.00	360.00	360.00	400.00	400.00	360.00	360.00	300.00	240.00	200.00	3,720.00
มะขามหวาน ซอร์เบต	200.00	240.00	300.00	360.00	360.00	400.00	400.00	360.00	360.00	300.00	240.00	200.00	3,720.00
โยเกิร์ตบานาน่า	600.00	620.00	650.00	670.00	670.00	700.00	700.00	670.00	670.00	650.00	620.00	600.00	9,190.00
โยเกิร์ตรสอู่น	100.00	120.00	150.00	180.00	180.00	200.00	200.00	180.00	180.00	150.00	120.00	100.00	1,860.00
โยเกิร์ตแอปเปิ้ล	520.00	550.00	580.00	600.00	600.00	650.00	650.00	600.00	600.00	580.00	550.00	520.00	7,000.00
โยเกิร์ตฝรั่ง	300.00	320.00	350.00	380.00	400.00	450.00	450.00	400.00	400.00	380.00	350.00	300.00	4,480.00
โยเกิร์ตสด	1,000.00	1,200.00	1,500.00	1,800.00	1,800.00	2,000.00	2,000.00	1,800.00	1,800.00	1,500.00	1,200.00	1,000.00	18,600.00
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย (หน่วย)	3,920.00	4,350.00	4,980.00	5,580.00	5,620.00	6,150.00	6,150.00	5,620.00	5,620.00	5,040.00	4,410.00	3,920.00	64,100.00

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 11 (ต่อ)

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม/ชนิด
ราคาสินค้าที่ขาย(บาท/ หน่วย)													
โยเกิร์ตสบูลเบอร์รี่	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
โยเกิร์ตสส้ม	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
โยเกิร์ตลินจี่	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
กีวี สตอเบอร์รี่ ซอร์เบต	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
มะขามหวาน ซอร์เบต	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
โยเกิร์ตบานาน่า	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
โยเกิร์ตสอุงุ่น	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
โยเกิร์ตแอปเปิ้ล	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
โยเกิร์ตฝรั่ง	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
โยเกิร์ตสด	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
ราคาสินค้าที่ขายเฉลี่ย (บาท)	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 11 (ต่อ)

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม/ชนิด
รวมรายได้จากสินค้าที่ขาย (บาท/หน่วย)													
โยเกิร์ตรสบลูเบอร์รี่	1,500.00	1,800.00	2,250.00	2,700.00	2,700.00	3,000.00	3,000.00	2,700.00	2,700.00	2,250.00	1,800.00	1,500.00	27,900.00
โยเกิร์ตรสส้ม	9,000.00	9,300.00	9,750.00	10,050.00	10,050.00	10,500.00	10,500.00	10,050.00	10,050.00	9,750.00	9,300.00	9,000.00	137,850.00
โยเกิร์ตกลิ่นจี่	4,500.00	4,800.00	5,250.00	5,700.00	6,000.00	6,750.00	6,750.00	6,000.00	6,000.00	5,700.00	5,250.00	4,500.00	67,200.00
กีวี สตอเบอร์รี่ ซอร์เบต	3,000.00	3,600.00	4,500.00	5,400.00	5,400.00	6,000.00	6,000.00	5,400.00	5,400.00	4,500.00	3,600.00	3,000.00	55,800.00
มะขามหวาน ซอร์เบต	3,000.00	3,600.00	4,500.00	5,400.00	5,400.00	6,000.00	6,000.00	5,400.00	5,400.00	4,500.00	3,600.00	3,000.00	55,800.00
โยเกิร์ตบานาน่า	9,000.00	9,300.00	9,750.00	10,050.00	10,050.00	10,500.00	10,500.00	10,050.00	10,050.00	9,750.00	9,300.00	9,000.00	137,850.00
โยเกิร์ตรสองุ่น	1,500.00	1,800.00	2,250.00	2,700.00	2,700.00	3,000.00	3,000.00	2,700.00	2,700.00	2,250.00	1,800.00	1,500.00	27,900.00
โยเกิร์ตแอปเปิ้ล	7,800.00	8,250.00	8,700.00	9,000.00	9,000.00	9,750.00	9,750.00	9,000.00	9,000.00	8,700.00	8,250.00	7,800.00	105,000.00
โยเกิร์ตฝรั่ง	4,500.00	4,800.00	5,250.00	5,700.00	6,000.00	6,750.00	6,750.00	6,000.00	6,000.00	5,700.00	5,250.00	4,500.00	67,200.00
โยเกิร์ตสด	15,000.00	18,000.00	22,500.00	27,000.00	27,000.00	30,000.00	30,000.00	27,000.00	27,000.00	22,500.00	18,000.00	15,000.00	279,000.00
รวมรายได้สะสม(บาท)	58,800.00	65,250.00	74,700.00	83,700.00	84,300.00	92,250.00	92,250.00	84,300.00	84,300.00	75,600.00	66,150.00	58,800.00	961,500.00
เงินสหรับการขาย(บาท)	58,800.00	65,250.00	74,700.00	83,700.00	84,300.00	92,250.00	92,250.00	84,300.00	84,300.00	75,600.00	66,150.00	58,800.00	961,500.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 12 แสดงประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 3 %	เพิ่มขึ้น 4 %	เพิ่มขึ้น 5 %
จำนวนสินค้าที่ขาย(หน่วย)					
โยเกิร์ตสบูบลเบอร์รี่	1,860.00	2,000.00	2,100.00	2,200.00	2,400.00
โยเกิร์ตสส้ม	9,190.00	9,500.00	9,800.00	10,200.00	11,000.00
โยเกิร์ตลิ้นจี่	4,480.00	4,600.00	4,800.00	5,000.00	5,300.00
ก๊วย สตรอเบอร์รี่ ซอร์เบต	3,720.00	3,800.00	4,000.00	4,200.00	4,500.00
มะขามหวาน ซอร์เบต	3,720.00	3,800.00	4,000.00	4,200.00	4,500.00
โยเกิร์ตบานาน่า	9,190.00	9,500.00	9,800.00	10,200.00	11,000.00
โยเกิร์ตสอุงุ่น	1,860.00	1,900.00	2,000.00	2,100.00	2,300.00
โยเกิร์ตแอปเปิ้ล	7,000.00	7,200.00	7,500.00	7,800.00	8,200.00
โยเกิร์ตฝรั่ง	4,480.00	4,600.00	4,800.00	5,000.00	5,300.00
โยเกิร์ตสด	18,600.00	19,000.00	20,000.00	21,000.00	22,100.00
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย(หน่วย)	64,100.00	65,900.00	68,800.00	71,900.00	76,600.00

ตารางที่ 12 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 3 %	เพิ่มขึ้น 4 %	เพิ่มขึ้น 5 %
ราคาสินค้าที่ขาย(บาท/หน่วย)					
โยเกิร์ตสบูบลเบอร์รี่	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00
โยเกิร์ตสส้ม	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00
โยเกิร์ตลิ้นจี่	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00
กีวี สตอเบอร์รี่ ซอร์เบต	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00
มะขามหวาน ซอร์เบต	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00
โยเกิร์ตบานาน่า	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00
โยเกิร์ตสอุงุ่น	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00
โยเกิร์ตแอปเปิ้ล	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00
โยเกิร์ตฝรั่ง	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00
โยเกิร์ตสด	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00
ราคาสินค้าที่ขายเฉลี่ย(บาท)	15.00	15.00	15.00	19.00	19.00

ตารางที่ 13 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (ก.ก.)		เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 2 %
หัวเชื้อโยเกิร์ต (ถ้วย)	7,920.00	8,100.00	8,300.00	8,500.00	8,700.00
นมสด ขนาด1000 ซีซี (กล่อง)	69,300.00	70,700.00	72,200.00	74,000.00	76,000.00
นมผงขาดมันเนย 15 g.	17,120.00	17,500.00	17,900.00	18,500.00	19,000.00
ไข่ไก่ 30 ฟอง (แผง)	2,534.40	2,600.00	2,700.00	2,800.00	2,900.00
น้ำตาลทราย (ถุง)	2,640.00	2,700.00	2,800.00	2,900.00	3,000.00
สารแต่งกลิ่น (ขวด)	990.00	1,000.00	1,100.00	1,200.00	1,300.00
เกลือ (ถุง)	211.20	220.00	230.00	240.00	250.00
Whipping Cream	6,072.00	6,200.00	6,400.00	6,600.00	6,800.00
บลูเบอร์รี่ (ก.ก.)	9,504.00	9,700.00	9,900.00	10,000.00	10,200.00
ส้ม (ก.ก.)	1,584.00	1,600.00	1,700.00	1,750.00	1,800.00
กีวี (ก.ก.)	12,672.00	13,000.00	13,300.00	13,600.00	13,900.00
ลิ้นจี่ (ก.ก.)	2,640.00	2,700.00	2,800.00	2,900.00	3,000.00
สตอเบอร์รี่ (ก.ก.)	6,336.00	6,500.00	6,700.00	6,900.00	7,000.00
มะขามหวาน (ก.ก.)	1,584.00	1,600.00	1,700.00	1,800.00	1,900.00
องุ่น (ก.ก.)	10,560.00	10,800.00	11,000.00	11,220.00	115,000.00

ตารางที่ 13 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (ก.ก.)		เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 2 %	เพิ่มขึ้น 2 %
แอปเปิ้ล (ผล)	3,696.00	3,800.00	3,900.00	4,000.00	4,100.00
ฝรั่ง (ก.ก.)	1,650.00	1,700.00	1,800.00	1,900.00	2,000.00
น้ำแข็ง (ถุง)	6,930.00	7,100.00	7,300.00	7,500.00	7,650.00
น้ำยาล้างจาน	1,320.00	1,400.00	1,500.00	1,600.00	1,700.00
รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการบริการ (บาท)	167,903.60	171,620.00	176,030.00	180,810.00	289,200.00
บวก ค่าขนส่งเข้า	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ	203,903.60	207,620.00	212,030.00	216,810.00	325,200.00
บวก วัตถุดิบทางตรงต้นงวด	0.00	20,390.36	20,762.00	21,203.00	21,681.00
หัก วัตถุดิบทางตรงปลายงวด	20,390.36	20,762.00	21,203.00	21,681.00	32,520.00
วัตถุดิบทางตรงใช้ไปในการผลิต	183,513.24	207,248.36	211,589.00	216,332.00	314,361.00
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต(บาท)	203,903.60	207,620.00	212,030.00	216,810.00	325,200.00

ตารางที่ 14 แสดงประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการผลิตสินค้า(บาท)					
ค่าแรงงานทางตรงในการผลิต	216,000.00	226,800.00	238,140.00	250,047.00	262,549.35
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
ค่าวัสดุดิบทางตรงใช้ไปในการผลิต	183,513.24	207,248.36	211,589.00	216,332.00	314,361.00
รวมต้นทุนการผลิต	423,513.24	458,048.36	473,729.00	490,379.00	600,910.35
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์	11,310.00	11,310.00	11,310.00	11,310.00	11,290.00
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต	11,310.00	11,310.00	11,310.00	11,310.00	11,290.00
รวมต้นทุนการผลิตทั้งสิ้น (บาท)	434,823.24	469,358.36	485,039.00	501,689.00	612,200.35
สินค้าคงเหลือ (บาท)					
บวก สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	43,482.32	46,935.84	48,503.90	50,168.90
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	43,482.32	46,935.84	48,503.90	50,168.90	61,220.04
รวมต้นทุนการ ขายสินค้า (บาท)	391,340.92	465,904.85	483,470.94	500,024.00	601,149.22
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	240,000.00	250,800.00	262,140.00	274,047.00	286,549.35

ตารางที่ 15 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)		เพิ่ม5%	เพิ่ม5%	เพิ่ม5%	เพิ่ม5%
เงินเดือนบุคลากร	120,000.00	126,000.00	132,300.00	138,915.00	145,860.75
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	30,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	20,000.00	21,000.00	22,050.00	23,152.50	24,310.13
ค่าโทรศัพท์	3,000.00	3,150.00	3,307.50	3,472.88	3,646.52
ค่าสวัสดิการพนักงาน	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	10,000.00	10,500.00	11,025.00	11,576.25	12,155.06
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเริ่มแรก	20,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าเช่าร้าน	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	348,000.00	315,650.00	323,682.50	332,116.63	340,972.46
ค่าเสื่อมราคาส่วนการขายและบริหาร					
ค่าเสื่อมราคาเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ใน ส่วนบริการลูกค้า	11,530.00	11,530.00	11,530.00	11,530.00	11,482.00
รวมค่าเสื่อมราคา	11,530.00	11,530.00	11,530.00	11,530.00	11,482.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	359,530.00	327,180.00	335,212.50	343,646.63	352,454.46
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	348,000.00	315,650.00	323,682.50	332,116.63	340,972.46

ตารางที่ 16 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขาย สินค้า	961,500.00	988,500.00	1,032,000.00	1,366,100.00	1,455,400.00
รวมรายได้	961,500.00	988,500.00	1,032,000.00	1,366,100.00	1,455,400.00
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	391,340.92	465,904.85	483,470.94	500,024.00	601,149.22
กำไรขั้นต้น	570,159.08	522,595.15	548,529.06	866,076.00	854,250.79
หัก-ค่าใช้จ่ายในการ ขายและบริหาร	359,530.00	327,180.00	335,212.50	343,646.63	352,454.46
กำไรจากการดำเนินงาน ก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย	210,629.08	195,415.15	213,316.56	522,429.38	501,796.33
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	24,000.00	19,200.00	14,400.00	9,600.00	4,800.00
กำไรจากการดำเนินงาน ก่อนหักภาษีเงินได้	186,629.08	176,215.15	198,916.56	512,829.38	496,996.33
หัก - ภาษีเงินได้	3,062.91	1,541.52	3,331.66	34,242.94	32,179.63
กำไรสุทธิ	183,566.18	174,673.64	195,584.91	478,586.44	464,816.70
กำไรสะสม	183,566.18	358,239.81	553,824.72	1,032,411.16	1,497,227.85

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ตารางแสดงการคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา คำนวณจ่ายตามจริง					
การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	210,629.08	195,415.15	213,316.56	522,429.38	501,796.33
(หัก)ค่าลดหย่อนส่วนตัว	(30,000.00)	(30,000.00)	(30,000.00)	(30,000.00)	(30,000.00)
เงินได้พึงประเมินสุทธิ	180,629.08	165,415.15	183,316.56	492,429.38	471,796.33
ช่วงภาษี0-150,000ได้รับการยกเว้น	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี150,000-500,000 อัตราภาษี 10%	3,062.91	1,541.52	3,331.66	34,242.94	32,179.63
ช่วงภาษี 500,001-1,000,000 อัตราภาษี 20%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี1,000,001-4,000,000 อัตราภาษี 30%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี4,000,000 บาทขึ้นไป อัตราภาษี 37%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	3,062.91	1,541.52	3,331.66	34,242.94	32,179.63

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 17 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	961,500.00	988,500.00	1,032,000.00	1,366,100.00	1,455,400.00
เงินสดจ่ายค่าวัสดุคิบทงตรงในการบริการ	(203,903.60)	(207,620.00)	(212,030.00)	(216,810.00)	(325,200.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ยในการผลิต	(240,000.00)	(250,800.00)	(262,140.00)	(274,047.00)	(286,549.35)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ยในการขายและบริหาร	(348,000.00)	(315,650.00)	(323,682.50)	(332,116.63)	(340,972.46)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	(3,062.91)	(1,541.52)	(3,331.66)	(34,242.94)
เงินสดจ่ายชำระคั้ดอกเบี้ย	(24,000.00)	(19,200.00)	(14,400.00)	(9,600.00)	(4,800.00)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	145,596.40	192,167.09	218,205.98	530,194.72	463,635.26
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	(57,650.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องมือ/เครื่องใช้	(56,550.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(114,200.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดจ่ายชำระคั้เงินกู้	(60,000.00)	(60,000.00)	(60,000.00)	(60,000.00)	(60,000.00)
เงินสดรับจากการกู้ยืม	300,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดรับจากเจ้าของ	227,650.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	467,650.00	(60,000.00)	(60,000.00)	(60,000.00)	(60,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ	499,046.40	132,167.09	158,205.98	470,194.72	403,635.26
บวก กระแสเงินสดคั้งวด	0.00	499,046.40	631,213.49	789,419.48	1,259,614.20
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	499,046.40	631,213.49	789,419.48	1,259,614.20	1,663,249.45

ตารางที่ 18 แสดงประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	499,046.40	631,213.49	789,419.48	1,259,614.20	1,663,249.45
สินค้าคงเหลือ	63,872.68	67,697.84	69,706.90	71,849.90	93,740.04
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	562,919.08	698,911.33	859,126.38	1,331,464.10	1,756,989.49
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในสวน บริการลูกค้า	46,120.00	34,590.00	23,060.00	11,530.00	48.00
อุปกรณ์-สุทธิ	45,240.00	33,930.00	22,620.00	11,310.00	20.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	91,360.00	68,520.00	45,680.00	22,840.00	68.00
รวมสินทรัพย์	654,279.08	767,431.33	904,806.38	1,354,304.10	1,757,057.49
หนี้สินหมุนเวียน					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	3,062.91	1,541.52	3,331.66	34,242.94	32,179.63
เงินกู้ระยะยาวที่กำหนดชำระในปี	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	0.00
รวมหนี้สินหมุนเวียน	63,062.91	61,541.52	63,331.66	94,242.94	32,179.63
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	180,000.00	120,000.00	60,000.00	0.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	180,000.00	120,000.00	60,000.00	0.00	0.00
รวมหนี้สิน	243,062.91	181,541.52	123,331.66	94,242.94	32,179.63
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุน-ส่วนตัว นายศักรินทร์	227,650.00	227,650.00	227,650.00	227,650.00	227,650.00
กำไรสะสม	183,566.18	358,239.81	553,824.72	1,032,411.16	1,497,227.85
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	411,216.18	585,889.81	781,474.72	1,260,061.16	1,724,877.85
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	654,279.08	767,431.33	904,806.38	1,354,304.10	1,757,057.49

ตารางที่ 19 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน					
รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	-8.93	11.36	13.57	14.13	
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	-7.91	10.26	12.46	13.37	-
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	-9.00	-9.93	-9.97	-9.97	-9.82
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover Period)	-40.56	-36.77	-36.62	-36.62	-37.17
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร	16.68	17.15	17.90	23.70	25.25
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม	1.47	1.29	1.14	1.01	0.83
อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้					
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt Ratio)	-0.43	0.26	0.14	0.07	0.02
อัตราส่วนแห่งเงินทุน (Debt to Equity Ratio)	0.59	0.31	0.16	0.07	0.02
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	-8.78	-10.18	-14.81	-54.42	104.54
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.28	0.23	0.22	0.35	0.26
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	0.45	0.30	0.25	0.38	0.27
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	0.59	0.53	0.53	0.63	0.59
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	0.22	0.20	0.21	0.38	0.34
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	650,384.05				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	38.05%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	2 ปี 11 เดือน				

บทที่ 8
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ร้านไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream ทำธุรกิจเกี่ยวกับขายไอศกรีมซึ่งอาจจะมีคู่แข่งเข้ามาในตลาดได้ตลอดเวลา เพราะวิธีการผลิตไม่ได้ยุ่งยากซับซ้อน ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง เพื่อเตรียมแนวทางแก้ไข

ตารางที่ 20 แสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางแก้ไข
1	Belle yoghurt Ice cream ยังไม่เป็นที่รู้จัก	รายได้ไม่เพิ่มขึ้นหรือเกิดการขาดทุน	แนะนำบริการให้เป็นที่รู้จักโดยการแจกใบปลิว หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือการมีส่วนลดในช่วงแรกที่เข้ามาใช้บริการ
2	การดำเนินการในรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียวเป็นครั้งแรกยังขาดประสบการณ์	การดำเนินการและระบบการจัดการยังไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้เกิดอุปสรรค เช่น การอบรมบุคลากร	นำวิธีการ Benchmarking มาปรับใช้ คือ การเปรียบเทียบกับธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ แล้วนำแนวทางมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจ จนประสบความสำเร็จตามต้นแบบ
3	กิจการอาจถูกลอกเลียนแบบ และถูกตัดราคาโดยคู่แข่งรายใหม่ได้	รายได้และกำไรลดลงเนื่องจากมีลูกค้าลดน้อยลง	ประชาสัมพันธ์โดยมุ่งเน้นความสะอาด สะดวก รสชาติ และสุขภาพ โดยขอรับรองจากกรมอนามัย จะทำให้มีความน่าเชื่อถือมากกว่าธุรกิจรายใหม่

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางแก้ไข
4	การบริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากพื้นที่มีจำกัด	ลูกค้าบางรายไม่ได้รับบริการ ทำให้ลูกค้าไม่ยอมเข้ามาใช้บริการ	ต้องขยายทำเลการให้บริการและเพิ่มการจ้างพนักงานให้มากขึ้น
5	ต้นทุนการบริการ หรือ การบริหารจัดการสูงกว่าที่คาดไว้	กำไรลดลง	ศึกษากระบวนการทำงานตั้งแต่การบริการ การตลาด ตลอดจนการจัดการ เพื่อหาแนวทางในการลดต้นทุน
6	การดำเนินงานของกิจการเกิดล้มเหลวหรือไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้	ขาดทุน รายได้ไม่พอกับรายจ่าย	ดำเนินการหาจุดบกพร่องที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจ หรือ การเปลี่ยนธุรกิจไปเป็นธุรกิจประเภท อาหารแฟรนไชส์ เป็นต้น

บทที่ 9 แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ร้าน ไอศกรีม Belle yoghurt Ice cream มีแผนการที่จะพัฒนาการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการบริการ ในหลายๆด้านเพื่อให้การบริการมีคุณภาพ สร้างความประทับใจต่อลูกค้าทั้งก่อนและหลังการใช้บริการ รวมถึงการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ โดยมีงานที่ต้องพัฒนาปรับปรุงดังต่อไปนี้

ด้านการตลาด

ช่วงนี้เป็นช่วงเศรษฐกิจถดถอย ราคาน้ำมันก็แพงขึ้น ผู้บริโภคกำลังหันมาเน้นเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น อาหารการกินก็เป็นส่วนหนึ่งของการรักษาสุขภาพ เมื่ออากาศเย็นผู้บริโภคก็ต้องการบริโภคอาหารร้อน พอเวลาอากาศร้อนผู้บริโภคก็ต้องการบริโภคอาหารเย็น ไม่ต่างกับการอยู่ในบ้าน พออากาศเย็น ต้องใช้เครื่องทำความร้อน แต่พออากาศร้อนต้องติดเครื่องปรับอากาศกันทุกครัวเรือน

การรับประทานไอศกรีมโยเกิร์ต ก็เป็นกระแสอย่างหนึ่ง ที่ทุกคนเริ่มรับประทานกันมากขึ้น ซึ่งอาจจะถือเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่งที่ได้รับประทานโยเกิร์ตในร้านหรู ๆ แต่ความจริงแล้วเป็นเรื่องของความต้องการที่จะมีสุขภาพที่ดี

ในเรื่องของการขยายตลาดกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะแก่กลุ่มนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากรที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมเท่านั้น แต่จะขยายตลาดไปในเขตใกล้เคียง อาทิ สามพราน บ้านโป่ง ราชบุรี เป็นต้น เพื่อเพิ่มปริมาณกลุ่มเป้าหมายให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในทุกวันนี้ผู้บริโภคนิยมดื่มนมเปรี้ยวกันมากขึ้น นมเปรี้ยว ก็คือ โยเกิร์ต ชนิดหนึ่งที่พร้อมดื่มได้เลยอันที่จริงก็คือนมที่ผ่านการเติมเชื้อจุลินทรีย์ เช่นแลคโตบาซิลัส ซึ่งเป็นแบคทีเรียพันธุ์ที่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ ช่วยให้ระบบย่อยอาหารทำงานได้ดีขึ้น และเป็นตัวทำให้เกิดรสเปรี้ยวในนม

ความนิยมของตลาด สามารถทำได้โดยการสอบถามข้อมูลจากความต้องการของลูกค้า ด้วยการแจกแบบสอบถาม หรือการอ่านสื่อต่างๆ ตัวอย่างเช่น การสำรวจความนิยมจากอินเทอร์เน็ต บทวิเคราะห์และวิจารณ์จากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และยังสามารถส่งตัวแทนเข้าไปแจกใบปลิวตามพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อแนะนำเบลล์โยเกิร์ตไอศกรีมให้เป็นที่รู้จัก

ผลที่คาดว่าจะได้รับ การวางแผนในการปรับปรุงทางการตลาดนั้น สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดิมที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม จนสามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการได้เพิ่มขึ้น ลูกค้าจึงมีความพึงพอใจในด้านการบริการ เนื่องจากได้รับการตอบสนองความต้องการ

ด้านการบริหารจัดการ

มีการวางแผนที่จะพัฒนาบุคลากร ตั้งแต่การเข้ารับการอบรมเรื่องการผลิต การบริการ เพื่อให้พนักงานมีความรู้เท่าเทียมกันในทุกเรื่องไม่เพียงเท่านั้นยังหาแหล่งความรู้ใหม่ๆมาเสริมให้ลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อจะได้รู้อย่างถ่องแท้ จนสามารถที่จะปรับปรุงสูตรของโยเกิร์ต พร้อมกับเพิ่มผลไม้เพื่อให้เกิดคุณค่าแก่สุขภาพมากขึ้นด้วย ตลอดจนมีการจัดสวัสดิการให้กับพนักงานเพิ่มเติม เช่น การเลี้ยงอาหารมื้อกลางวัน การจ่ายค่าล่วงเวลา ค่ารักษาพยาบาล และเงินพิเศษในวันหยุดนักขัตฤกษ์ เป็นต้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ พนักงานจะมีความรู้ สามารถนำมาปรับใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจจนประสบความสำเร็จ มีการจัดสรรบริการแบบใหม่ๆ ออกมาตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา พนักงานทุกคนสามารถทำงานแทนกันได้ หากพนักงานคนใดขาดงานไปในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ทำให้ไม่เกิดผลกระทบต่อการทำงาน

ด้านการบริการ

การควบคุมคุณภาพการให้บริการ ในวิธีการผลิตจะใช้วิธีการซึ่ง เพื่อให้ได้คุณภาพที่ดี สม่ำเสมอ และจะมีการแจกแบบสอบถามผู้บริโภคถึงการให้บริการ รสชาติ เพื่อจะได้ควบคุม และปรับปรุงให้บริการมีคุณภาพ ปลอดภัยอยู่เสมอ นอกจากนี้จะเพิ่มบริการตามความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ยกตัวอย่างเช่น โยเกิร์ตผสมกีวี่ ถ้าเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จนเกิดการบอกต่อปากต่อปาก

ด้านการเงิน

มีการจัดสรรผลกำไรที่ได้รับไปลงทุนขยายกิจการเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ สามพราน บ้านโป่ง และราชบุรี หรือในพื้นที่ที่มีนักเรียน นักศึกษา จำนวนมาก

ผลที่คาดว่าจะได้รับ สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าสามารถได้รับการตอบสนองความต้องการ ส่งผลให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

- รัชกฤษ คล่องพยาบาล. คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ, ฝ่ายประสานและบริการ SMEs,สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550.
- นภนันทน์ หอมสุต. การบัญชีเพื่อการจัดการ. นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์, 2549.
- วรฉัตร ชั้นประเสริฐ. คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สถาบันส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น, 2548.
- สุธี พนาวร และ นุกูล เรืองอุทัย. Business plan for beginners แผนธุรกิจสำหรับมือใหม่หัดเขียน. กรุงเทพมหานคร : UBCL, 2550
- พรหล้า ขาวเชียร. วิธีการทำโยเกิร์ต. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2550.
- โครงการวิทยาศาสตร์ชีวภาพ. การทดสอบคุณภาพและคุณค่าโภชนาการของโยเกิร์ต : กรมวิทยาศาสตร์บริการ, 2549.
- กัตติญญ หิรัญญสมบุรณ์. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2544.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ , 2546.
- ธนาคารกสิกรไทย. อัตราดอกเบี้ยธนาคารกสิกรไทย [Online]. Accessed 17 February 2009.

Available from <http://www.kasikornbank.com>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี