



แผนธุรกิจ Herb and Healthy Ice-Cream



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

แผนธุรกิจ Herb and Healthy Ice-Cream



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว อนุมัติให้ แผนธุรกิจ เรื่อง “Herb and Healthy Ice-Cream” เสนอโดยนางสาวศรินทิพย์ มีกุศล มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิรันธนานนท์

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิรันธนานนท์)

..... / /

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... / /

12490102 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : HAHIC / สำเร็จรูป / กึ่งสำเร็จรูป / น้ำตาลซูเร่

ศิรินทิพย์ มีกุลศล : แผนธุรกิจ Herb and Healthy Ice-Cream อาจารย์ที่ปรึกษา :

อาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิณฑนานนท์. 75 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ห้างหุ้นส่วน HAHIC จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพ สถานที่ตั้งโรงงานตั้งอยู่ที่ 100/3 หมู่ 2 อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150 แนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจคือผู้ประกอบการได้เห็น โอกาสทางการตลาดของไอศกรีมสมุนไพร เนื่องจากไอศกรีมเป็นอาหารหวานที่ได้รับความนิยมทุกยุคทุกสมัยและเป็น ที่นิยมของทุกกลุ่มคนโดยเฉพาะเด็กและวัยรุ่น

ผลิตภัณฑ์ของของ HAHIC มี 2 รูปแบบคือ แบบสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป มีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 10 รส ซึ่งแต่ละรสประกอบด้วยสมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยา และ ไอศกรีมของกิจการผู้ปวยที่เป็นโรคเบาหวานสามารถ รับประทานได้เนื่องจากความหวานของ ไอศกรีมได้มาจากน้ำตาลซูเร่ ที่ผู้เป็นโรคเบาหวานสามารถรับประทานได้

สภาพการแข่งขันของตลาดไอศกรีมภายในจังหวัดราชบุรีมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรง และ HAHIC เป็น ไอศกรีมสมุนไพรรายแรกที่ทำการผลิตไอศกรีมสมุนไพรแบบสำเร็จรูปออกมาจำหน่ายจึงทำให้ HAHIC เป็น ผู้นำทางด้านตลาดของไอศกรีมสมุนไพรภายในจังหวัดราชบุรี

โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ HAHIC คือกลุ่มผู้บริโภคโดยทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรี ที่มี พฤติกรรมการชอบรับประทานไอศกรีม และเป็นบุคคลที่รักษาสุขภาพของตนเอง HAHIC ใช้กลยุทธ์ทาง การตลาดหลายรูปแบบ เช่นการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลต่างๆ การสะสมแต้มเพื่อแลกรับส่วนลดในครั้งต่อไป

กิจการมีกำลังการผลิต 75 กิโลกรัมต่อวัน มีแหล่งจำหน่ายใน 3 อำเภอของจังหวัดราชบุรี คืออำเภอ จอมบึง อำเภอเมือง อำเภอบ้านโป่ง เป้าหมายในปัจจุบันคือ จำหน่ายไอศกรีมให้ได้วันละ 75 กิโลกรัม เป้าหมายในอนาคต ต้องการเป็นผู้ผลิตไอศกรีมสมุนไพรรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และมีตัวแทนจำหน่ายทั่ว ประเทศ มีการจัดฝึกอบรมให้กับพนักงาน เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการให้บริการลูกค้า และการให้ความรู้ เกี่ยวกับเรื่องสมุนไพรเพื่อให้พนักงานสามารถอธิบายให้กับลูกค้าฟังได้อย่างถูกต้อง

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) ในปีแรกเท่ากับ 23.27% อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ เจ้าของ (ROE) เท่ากับ 31.57%

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจ Herb and Healthy Ice-Cream สำเร็จไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าไปแจกแบบสอบถามนักศึกษา และขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่ายิ่งในการให้ข้อมูล

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ณัฐวัฒน์ ปิณฑนานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำแนะนำปรึกษา ให้ความรู้ แนวคิด ข้อคิดเห็น ตลอดจนตรวจทานแก้ไขเป็นอย่างดี จนแผนธุรกิจนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ คุณอนุชา แสงเลิศ พ่อค้าไอศกรีมกระทิงสดที่ให้คำแนะนำและความรู้ในการทำไอศกรีม ตลอดจนคำแนะนำต่างๆ

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการตรวจสอบงานวิจัย ได้แก่ อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ ที่ให้เกียรติเป็นประธานกรรมการแผนธุรกิจและ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการแผนธุรกิจ ในการเสียดสเวลาตรวจสอบแผนธุรกิจ เพื่อนำมาสู่การแก้ไขและปรับปรุงข้อบกพร่องให้แผนธุรกิจสมบูรณ์เพิ่มมากยิ่งขึ้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

หน้า

บทสรุปผู้บริหาร.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพประกอบ.....	ฉ

บทที่

1 บทสรุปผู้บริหาร.....	1
2 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	3
3 ความเป็นมาของธุรกิจ.....	4
ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	5
4 ผลិតภัณฑ์.....	7
5 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	10
5.1 สภาพอุตสาหกรรมและสถานะทางการตลาด.....	10
5.2 การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด.....	11
5.3 แนวโน้มทางการตลาด.....	13
5.4 ตลาดเป้าหมาย.....	13
5.5 ลักษณะลูกค้า.....	13
5.6 สภาพการแข่งขัน.....	14
การวิเคราะห์ five force.....	14
5.7 คู่แข่งขัน.....	15
5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบคู่แข่งขัน.....	16
5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ.....	17
6 แผนบริหารจัดการ.....	
6.1 ข้อมูลธุรกิจ.....	20
6.2 ราชานามคณะกรรมการ.....	20
6.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนสัดส่วนการถือครอง.....	20
6.4 ประวัติของกรรมการผู้บริหาร.....	20
6.5 แผนผังองค์กร.....	21
6.6 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก.....	21

บทที่	หน้า	
6.7	แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายของบุคลากรในกิจการ.....	22
6.8	วิสัยทัศน์.....	23
6.9	พันธกิจ.....	23
6.10	เป้าหมายของธุรกิจ.....	23
6.11	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	24
6.12	นโยบายการจ่ายเงินปันผล.....	24
6.13	แผนการดำเนินงานอื่น.....	24
7	แผนการตลาด	
7.1	เป้าหมายทางการตลาด.....	25
7.2	การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	25
7.3	กลยุทธ์ทางการตลาด.....	25
7.3.1	กลยุทธ์ด้านการบริการ.....	25
7.3.2	กลยุทธ์ด้านราคา.....	25
7.3.3	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	25
7.3.4	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	26
7.3.5	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์.....	26
7.4	กิจกรรม หรือการดำเนินการทางการตลาด.....	27
8	แผนบริการ	
8.1	สถานประกอบการ.....	29
8.2	อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต.....	29
8.3	ข้อมูลการบริการ.....	30
8.4	รายละเอียดผลิตภัณฑ์/สินค้าที่ใช้ในการบริการ.....	30
8.5	ขั้นตอนการผลิต/บริการ.....	33
8.6	แผนผังกระบวนการผลิต/บริการ.....	35
9	แผนการเงิน.....	36
10	แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	47
	บรรณานุกรม.....	48

บทที่	หน้า
ภาคผนวก.....	50
ภาคผนวก ก คำนิยามศัพท์.....	51
ภาคผนวก ข แบบฟอร์มการขอ ออ.....	54
คำขออนุญาตตั้งโรงงานผลิตอาหาร.....	55
คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร.....	57
คำขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน.....	59
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม.....	62
ภาคผนวก ง ผลของการสำรวจแบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการบริโภคไอศกรีม.....	66
ภาคผนวก จ แบบฟอร์มคำขอจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด.....	73
ประวัติผู้จัดทำ.....	75

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	6
2	รายละเอียดการเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	16
3	การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	17
4	การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	18
5	รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนสัดส่วนการถือครอง.....	20
6	แผนการผลิต.....	22
7	แผนกบริหารและขาย.....	23
8	กิจกรรม หรือการดำเนินการทางการตลาด.....	27
9	อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต.....	29
10	ประมาณการในการลงทุน.....	36
11	ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน.....	36
12	สมมติฐานทางการเงิน.....	37
13	นโยบายทางการเงิน.....	37
14	ประมาณการการขายและรายได้รายปี.....	38
15	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต.....	39
16	ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนขายสินค้า.....	42
17	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	42
18	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	43
19	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	44
20	ประมาณการงบดุล.....	45
21	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	46
22	แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	47

สารบัญภาพประกอบ

กราฟที่		หน้า
1	กราฟแสดงมูลค่าตลาดไอศกรีมภายในประเทศ.....	11
2	กราฟแสดงการเติบโตของช่องทางการจัดหน่าย.....	12
แผนผังที่ หน้า		
1	แผนผังองค์กร	21
2	แผนที่ตั้งสถานประกอบการ.....	29
3	แผนผังกระบวนการผลิต/บริการ	35



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทสรุปผู้บริหาร

ห้างหุ้นส่วน HAHC จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพ สถานที่ตั้งโรงงานตั้งอยู่ที่ 100/3 หมู่ 2 อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150

แนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจคือผู้ประกอบการได้เห็น โอกาสทางการตลาดของไอศกรีมสมุนไพร เนื่องจากไอศกรีมเป็นอาหารหวานที่ได้รับความนิยมทุกยุคทุกสมัยและเป็นที่ยอมรับของทุกกลุ่มคน โดยเฉพาะเด็กและวัยรุ่น

ผลิตภัณฑ์ของของ HAHC มี 2 รูปแบบคือ แบบสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปซึ่งแบบสำเร็จรูปมี 4 ขนาดดังนี้ คือ ก้อนใหญ่ขนาด 500 กรัม ราคา 150 บาท ก้อนเล็กขนาด 100 กรัม ราคา 30 บาท ถ้วยขนาด 50 กรัม ราคา 15 บาท แท่งขนาด 60 กรัม ราคา 18 บาท ในการเริ่มดำเนินกิจการ ผลิตภัณฑ์จะมีทั้งหมด 10 รส ซึ่งแต่ละรสประกอบด้วยสมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยา และไอศกรีมของกิจการผู้ป่วยที่เป็นโรคเบาหวานสามารถรับประทานได้เนื่องจากความหวานของไอศกรีมได้มาจากน้ำตาลซูเร่ ที่ผู้เป็นโรคเบาหวานสามารถรับประทานได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อร่างกาย

สภาพการแข่งขันของตลาดไอศกรีมภายในจังหวัดราชบุรีมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรง และ HAHC เป็นไอศกรีมสมุนไพรรายแรกที่ทำการผลิตไอศกรีมสมุนไพรแบบสำเร็จรูปออกมาจำหน่ายจึงทำให้ HAHC เป็นผู้นำทางด้านตลาดของไอศกรีมสมุนไพรภายในจังหวัดราชบุรี

HAHC เป็นไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพที่อยู่ในระดับ Premium ซึ่งหากเปรียบเทียบภายในอุตสาหกรรมเดียวกันแล้วไอศกรีม HAHC ไม่มีคู่แข่งเนื่องจากไม่มีผู้ผลิตไอศกรีมสมุนไพรรายใดผลิตออกมาเป็นแบบสำเร็จรูปและสร้างแบรนด์ขึ้นมาอย่างจริงจัง

โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ HAHC คือกลุ่มผู้บริโภคโดยทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรี ที่มีพฤติกรรมการชอบรับประทานไอศกรีม และเป็นบุคคลที่รักษาสุขภาพของตนเอง

HAHC ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดหลายรูปแบบ เช่นการจัดโปรโมชันในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อ เป็นการดึงดูดลูกค้า และการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านที่อยู่ในย่านชุมชน ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอยู่เป็นจำนวนมาก มีการสะสมแต้มเพื่อแลกรับส่วนลดในครั้งต่อไป

กิจการมีกำลังการผลิต 75 กิโลกรัมต่อวัน เนื่องจากกิจการ มีแหล่งจำหน่ายใน 3 อำเภอของจังหวัดราชบุรี คืออำเภอจอมบึง อำเภอเมือง อำเภอบ้านโป่ง ซึ่งในแต่ละอำเภอเป็นอำเภอที่มี

ความเจริญทางการค้าและมีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น เป้าหมายในปัจจุบันคือ จำหน่าย
ไอศกรีมให้ได้วันละ 75 กิโลกรัม เป้าหมายในอนาคต ต้องการเป็นผู้ผลิตไอศกรีม
สมุนไพรรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และมีตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ

HASIC มีผู้ร่วมลงทุน 2 คน คือนางสาวศิรินทิพย์ มีกุล และนายอาทิตย์ จิระสมหวัง
โดยร่วมลงทุนคนละ 29% ของเงินทุน และเงินลงทุนที่จากการกู้ยืม 42% ของเงินทุนทั้งหมด
กิจการมีลูกจ้างจำนวน 4 คน เนื่องจากกิจการเพิ่งเริ่มดำเนินการ กิจการได้มีการจัดฝึกอบรมให้กับ
พนักงานเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการให้บริการลูกค้า และการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่อง
สมุนไพรเพื่อให้พนักงานสามารถอธิบายให้กับลูกค้าฟังได้อย่างถูกต้องในสรรพคุณของสินค้าแต่ละ
ชนิด แผนการบริหารจัดการในอนาคตกิจการต้องการเพิ่มลูกจ้างให้มากขึ้น เพื่อทำการขยายกิจการ

ปีแรกกิจการมียอดขายจำนวน 27,000 กิโลกรัมต่อปี รายได้ปีแรกจำนวน 8,100,000
และมีผลกำไรในปีแรกจำนวน 2,075,434 บาทต่อปี ซึ่งกิจการจะมียอดขายเพิ่มขึ้น ทุกปี ปีละ 20%
เนื่องจากกิจการมีการขยายสาขาและแหล่งจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม
(ROA) ในปีแรกเท่ากับ 23.27% อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เท่ากับ 31.57 %

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการนำเสนอแผนธุรกิจเพื่อขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ จำนวนวงเงิน ที่ขอสินเชื่อคือ 1,000,000 บาท โดยการนำเงินนั้นไปใช้ในการลงทุนซื้ออุปกรณ์ในการผลิต และกิจการใช้ที่ดินจำนวน 30 ไร่เป็นหลักประกันในการขอกู้



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

ความเป็นมาของธุรกิจ

HAHIC มาจากคำว่า Herb and Healthy Ice-Cream ผู้ก่อตั้งเห็นว่าประเทศไทยเป็นเมืองร้อนมีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีราว 38-40 องศาเซลเซียส โดยเฉพาะในหน้าร้อน และมีแนวโน้มอุณหภูมิที่สูงขึ้นทุกปี เนื่องจากปัญหาจากการละลายของน้ำแข็งขั้วโลกที่ละลายอย่างรวดเร็ว และจากปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติของมนุษย์ทำให้อากาศภายในโลกร้อนมากขึ้น

นางสาวศิรินทิพย์ มีกุล จึงได้มีแนวคิดในการก่อตั้ง HAHIC ขึ้นในปี พ.ศ. 2552 โดยเห็นโอกาสทางการตลาดของไอศกรีมสมุนไพร เนื่องจากไอศกรีมเป็นอาหารหวานที่ได้รับความนิยมทุกยุคทุกสมัย เป็นที่นิยมของทุกกลุ่มคน โดยเฉพาะเด็ก และวัยรุ่น โดยมีสถานที่ผลิตอยู่ที่อำเภอจอมบึง และจะมีตัวแทนจำหน่ายตามอำเภอต่างๆของจังหวัดราชบุรี เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายของ HAHIC สาเหตุที่เลือกอำเภอจอมบึงเป็นสถานที่ผลิตเนื่องจาก ผู้ก่อตั้งได้มีเครือข่าย supplier อยู่ที่อำเภอจอมบึง เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนในด้านการผลิตและการขนส่งวัตถุดิบ

อำเภอจอมบึงเป็นอำเภอที่มีความเจริญทางธุรกิจ มีอัตราการเติบโตเป็นอันดับที่ 8 รองจาก อำเภอปากท่อ เนื่องจากเป็นอำเภอที่มีประชากรหนาแน่นบริเวณตัวอำเภอ และนอกจากนั้นยังมีร้านสะดวกซื้อที่มีชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก เช่น Tesco Lotus Express ร้านซูเปอร์มาเก็ตท้องถิ่นคือ ร้าน CJ , 7- eleven และ ร้าน KFC นอกจากนี้ยังมีร้านขายยา และร้านขายของชำเป็นจำนวนมากที่เปิดขึ้นบริเวณอำเภอจอมบึง ดังนั้นอำเภอจอมบึง จึงเป็นแหล่งที่ประชาชนส่วนมากมาจับจ่ายใช้สอย เพื่อตอบสนองความต้องการของประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งอำเภอจอมบึงมีประชากรมากถึง 59,496 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จำนวน 4,695 คน นอกจากจำนวนประชากรที่อำเภอจอมบึงแล้ว ยังมีประชากรที่อยู่ในอำเภอใกล้เคียง คือประชาชนที่อาศัยอยู่ที่อำเภอบ้านคา มีจำนวน 24,869 คน และอำเภอสวนผึ้ง มีจำนวน ประชากร 39,153 คน นอกจากอำเภอจอมบึงมีความเจริญทางการค้า แล้วอำเภอจอมบึงยังมีสถานที่ท่องเที่ยว คือถ้ำเขาบิน และถ้ำจอมพล กิจกรรมที่ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และหน่วยงานของรัฐที่จัดขึ้นเป็นประจำ เช่น การแข่งขันจักรยานชิงแชมป์ประเทศไทย การจัดวิ่ง หรือเดินมินิมาราธอน แม้กระทั่ง การทำบุญในวัดสำคัญามีหลายแห่ง อาทิ วัดเขารังเสือ, วัดหนองหอย เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวรวมถึงพักผ่อนในบริเวณใกล้เคียงอย่างอำเภอสวนผึ้งที่มีรีสอร์ทมากมาย ไปตลาดน้ำที่อำเภอดำเนินสะดวก ไปชมฝูงค้างคาวที่เขาช่องพราน

ไปชมเมืองโบราณคูบัวที่อำเภอเมือง พิศิษย์ทนต์หุ่นจี๋ผึ้ง เป็นต้น อำเภอจอมบึงจึงเปรียบเสมือนอำเภอหน้าด่านหรือจุดศูนย์กลางในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ในวันหยุดสุดสัปดาห์หรือในช่วงเทศกาลจะมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากมาท่องเที่ยวซึ่งส่วนมากจะมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวหรือหมู่คณะ จะเห็นได้จากการขยายตัวของสถานที่พักภายในอำเภอจอมบึงว่ามีมากกว่า 5 แห่ง และที่กำลังก่อสร้างอีกหลายแห่ง

อำเภอจอมบึงอยู่ห่างจากตัวอำเภอเมืองราชบุรีเพียง 23 กิโลเมตร จึงมีความเจริญเข้ามาเป็นจำนวนมาก นอกนั้นอำเภอจอมบึงยังเป็นทางผ่านในการเดินทางเข้าเมืองของประชาชนในอำเภอบ้านคา อำเภอสวนผึ้ง และด่านทับตะโก เป็นต้น ซึ่งทั้งสองอำเภอดังกล่าวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดราชบุรี โดยประชาชนจะเดินทางผ่านถนนสาย ราชบุรี-จอมบึง มีเส้นทางที่สามารถเดินทางเข้าสู่จังหวัดกาญจนบุรีได้ อำเภอจอมบึงจึงเป็นอำเภอที่มีประชากรสัญจรผ่านไป - มา เป็นจำนวนมากสามารถแวะซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกจากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ส่งผลดีกับธุรกิจหลายชนิดที่ตั้งอยู่ในตัวอำเภอจอมบึง นอกจากนี้อำเภอจอมบึงยังเป็นแหล่งที่รวมตัวของวัยรุ่นเป็นจำนวนมาก ในการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น ด้านการศึกษา ด้านกีฬา เป็นต้น เนื่องจากอำเภอจอมบึงเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง การเลือกทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการที่อำเภอจอมบึง นอกจากที่กล่าวมาแล้วสิ่งที่สำคัญ คือเครือข่ายผู้ขายปัจจัยการผลิต นับตั้งแต่ นมที่เป็นวัตถุดิบอย่างหนึ่งในการผลิต มีเครือข่ายที่ทำสัญญาสั่งซื้อวัตถุดิบจากกลุ่มสหกรณ์โคนมหนองโพ เครือข่ายแม่บ้านผู้ปลูกสมุนไพรอำเภอจอมบึง

จากเหตุผลดังกล่าวจึงก่อให้เกิดแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพขึ้นเพื่อตอบสนองคนยุคใหม่ที่ใส่ใจรักสุขภาพ แต่ยังชอบรับประทานไอศกรีมอยู่ ในบริเวณใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี จากการสำรวจทำเลที่ตั้งของร้านทำให้นักศึกษากลุ่มวัยรุ่น และประชาชนทั่วไปในบริเวณอำเภอจอมบึงสามารถเดินทางมารับประทาน และรับสินค้าได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

พัฒนาระบบนิเวศน์พื้นที่เชิงนิเวศน์ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลา ดำเนินการ	ระยะเวลาที่ คาดว่าจะแล้ว เสร็จ
1	หาทำเลที่ตั้งร้าน	1 สัปดาห์	31-ม.ค.-53
2	ดำเนินการสร้างร้าน/ตกแต่งภายในร้าน	3 เดือน	30-เม.ย.-53
3	จัดเตรียมอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	2 สัปดาห์	15-พ.ค.-53
4	ตรวจสอบความพร้อมและปรับปรุงแก้ไขสิ่ง ขาดเหลือภายในร้าน	1 สัปดาห์	22-พ.ค.-53
5	ติดต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อดำเนินการ จัดตั้งธุรกิจ	2 สัปดาห์	5-มิ.ย.-53
6	ติดต่อกรมสรรพากร เพื่อดำเนินการทางด้านภาษี	2 สัปดาห์	19-มิ.ย.-53
7	ติดต่อหน่วยงานประจำจังหวัดเพื่อขอติดตั้งป้าย และชำระภาษีป้าย	1 สัปดาห์	26-มิ.ย.-53
8	ติดต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	1 เดือน	26-ก.ค.-53
9	เปิดดำเนินการ	-	27-ก.ค.-53
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	6.25 เดือน	27 กรกฎาคม 2553

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลิตภัณฑ์

ชนิดของผลิตภัณฑ์ : ไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 10 ชนิด

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ :

1. แบบสำเร็จรูป ราคาขายปลีก

ถ้วยใหญ่ ขนาด	500 กรัม	ราคา	150 บาท
ถ้วยเล็ก ขนาด	100 กรัม	ราคา	30 บาท
กรวย ขนาด	50 กรัม	ราคา	15 บาท
แท่ง ขนาด	60 กรัม	ราคา	18 บาท

2. แบบกึ่งสำเร็จรูป ราคาขายปลีก

ขายเป็นลูก ลูกละ 15 บาท



ภาพที่ 1 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

1. ไอศกรีมลดความดัน (ไอศกรีมกระเจี๊ยบ)
2. ไอศกรีมผิวงาม (ไอศกรีมแครอท)
3. ไอศกรีมบำรุงหัวใจ (ไอศกรีมข้าวโพด)
4. ไอศกรีมบำรุงเลือด (ไอศกรีมลูกเดี๋ย)
5. ไอศกรีมบรรเทา (ไอศกรีมใบบัวบก)
6. ไอศกรีมเลือดปลอดภัย (ไอศกรีมเสาวรส)
7. ไอศกรีมกำจัดสารพัดโรค (ไอศกรีมว่านหางจระเข้)
8. ไอศกรีมดีสองเท่า (ไอศกรีมอัญชัญเปลือก)
9. ไอศกรีมเย็นนอกเย็นใจ (ไอศกรีมมะตูม)
10. ไอศกรีมสร้างความทรงจำ (ไอศกรีมถั่วเหลือง)

ตราสินค้า



ภาพที่ 2 ตราสินค้า

ช่องทางการจัดจำหน่าย

HAHIC มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ช่องทางหลักคือ ช่องทางขายส่งและช่องทางขายปลีก โดยช่องทางขายปลีกนั้นจำหน่ายผ่านหน้าร้านซึ่งเป็นโชว์รูมของกิจการ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้ารายย่อยที่มาซื้อสินค้าหน้าร้านเพื่อรับประทานเองภายในร้านหรือนอกร้านโดยเน้นการ นำเสนอรสชาติ ทดลองชิม การประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างความรู้โดยเฉพาะคุณลักษณะพิเศษที่มีต่อสุขภาพของผู้บริโภคซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า และคุณสมบัติสำคัญของไอศกรีม HAHIC แสดงไว้ภายในร้านค้าหรือโชว์รูมที่บริษัทสร้างขึ้นนั่นเอง ส่วนช่องทางขายส่งนั้นจำหน่ายผ่านพนักงานขายของกิจการ ไปยังกลุ่ม ซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านสะดวกซื้อ, ร้านอาหาร, ภัตตาคาร, โรงแรมหรือรีสอร์ทแอนด์สปา, และศูนย์สุขภาพโดยทั่วไป เป็นต้น

การส่งเสริมการตลาด

1. โฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักแบรนด์สินค้า
2. เนื่องจากไอศกรีม HAHIC เป็นไอศกรีมที่เน้นคุณสมบัติของสมุนไพรเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค จึงเน้นการสื่อสารในลักษณะกึ่งประชาสัมพันธ์, IMC Above the Line
3. การสะสมไม้เพื่อแลกไอศกรีมฟรี
4. เน้นในด้านของการบริการที่บริการลูกค้าอย่างเป็นกันเอง



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและสถานะตลาด

5.1 สภาพอุตสาหกรรมและสถานะทางการตลาด

เศรษฐกิจไทยไตรมาสแรกปี 2552 มีทิศทางเศรษฐกิจชะลอตัวลงร้อยละ 7.1 อันเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก และการเมืองภายในประเทศ ทำให้การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคลดลง ขณะที่เศรษฐกิจโลกโดยรวมหดตัวลงร้อยละ 4 ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องมาจากไตรมาส 4 ในปี 2551 ที่เศรษฐกิจเริ่มเข้าสู่ภาวะถดถอยร้อยละ 0.2 อันเนื่องมาจากความเชื่อมั่นที่ลดลง และตลาดสินเชื่อตรึงตัวมากขึ้นจึงทำให้การใช้จ่าย การลงทุน รวมถึงการค้าระหว่างประเทศของหลายประเทศลดลงมาก

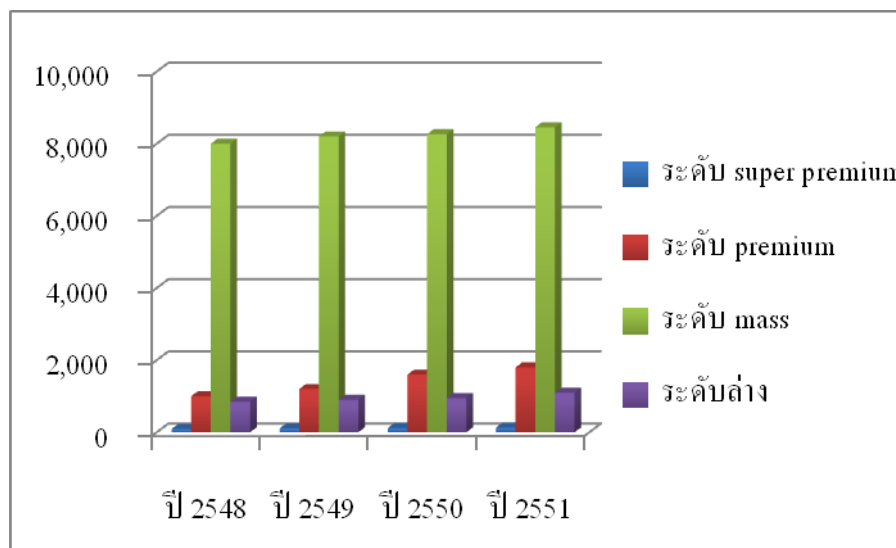
อัตราเงินเฟ้อ ของปี 2552 ในไตรมาสแรกของปี เท่ากับร้อยละ -0.3 จากร้อยละ 2.1 ในไตรมาสสุดท้ายของปีที่ 2551 และในเดือนเมษายน 2552 อัตราเงินเฟ้อเท่ากับร้อยละ-0.9 ทำให้เฉลี่ย 4 เดือนแรกเงินเฟ้อเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ -0.4 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2552)

จากสภาพการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ จากผลการวิจัยในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ถึงช่วงกลางเดือนเมษายน พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพฯส่วนใหญ่กว่า 79% มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการซื้อสินค้าโดยจะเลือกซื้อสินค้าที่มีประโยชน์กับตัวผู้บริโภคมากที่สุด และ มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าเป็นอย่างมากในช่วงเศรษฐกิจถดถอย (ฐานเศรษฐกิจ 2552 : 24)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

5.2 การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด

(หน่วย : ล้านบาท)



กราฟที่ 1 กราฟแสดงมูลค่าตลาดไอศกรีมภายในประเทศ

ที่มา : positioningmag.com. มูลค่าตลาดไอศกรีมภายในประเทศ [Online]. Accessed

12 July 2009. Available from <http://positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=75992>

การแบ่งส่วนตลาดของไอศกรีมสามารถแบ่งออกเป็น 4 ตลาดได้ดังนี้

ไอศกรีมระดับ Super Premium : ไอศกรีมที่มีคุณภาพดี และราคาสูงที่สุดในประเทศไทยตอนนี้มีผู้ทำตลาดรายเดียวคือ ไอศกรีมฮาเก้นดาสซึ่งบริษัท เอชดี คิสทรีบิวเตอร์ จำกัด (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัทเอสแอนด์พี เป็นผู้นำเข้ามาทำตลาดในประเทศไทย

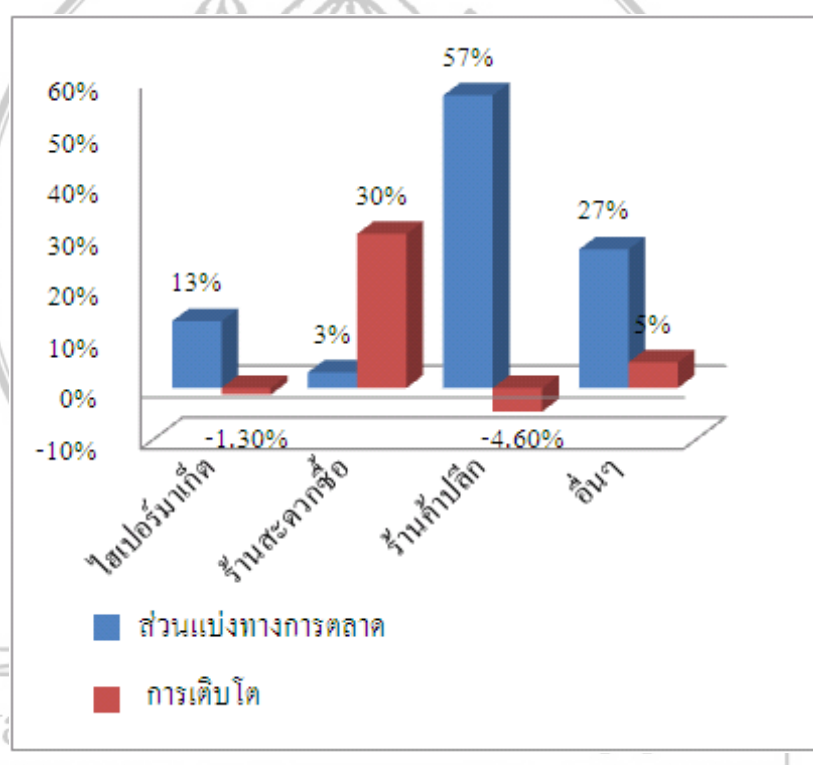
ไอศกรีมระดับ Premium : ไอศกรีมที่มีคุณภาพดี ราคาแพง แต่ราคาต่ำกว่าไอศกรีม Super Premium มีผู้ทำตลาดรายใหญ่ 3 ราย คือ ไอศกรีมสเวนเซนส์ ไอศกรีมบาสกิน รอบบิ้นส์ และไอศกรีมบัคส์ซึ่งไอศกรีมระดับนี้เป็นไอศกรีมที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง

ตลาดของไอศกรีมระดับ Premium มีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุดโดยพบว่าในช่วงก่อนวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจนั้นมียอดการเติบโตสูงถึง 30% ต่อปีหรือแม้แต่ ในช่วงที่เศรษฐกิจ ชะงัก ตลาดนี้ยังคงมีอัตราการเติบโตสูงถึง 10% ต่อปี ในขณะที่ภาพรวมของตลาดไอศกรีมมีการหดตัวลง อ้างอิงจากกราฟ 5.2 ทั้งนี้มีสาเหตุสำคัญอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทยในกลุ่มนี้ที่มีการขยายตัวขึ้นจากความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงโดยยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น

ไอศกรีมระดับ Mass : เป็นไอศกรีมที่มีราคาต่ำกว่าไอศกรีมระดับ Premium มีผู้ทำตลาดรายใหญ่ คือ Nestle และ Wall's เป็นไอศกรีมที่มีการครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด

ไอศกรีมระดับล่าง : ไอศกรีมท้องถิ่นเป็นไอศกรีมที่มีการตั้งราคาต่ำกว่าไอศกรีมระดับ Mass ไม่มีตราสินค้าเป็นไอศกรีมที่ผลิตจำหน่ายในท้องถิ่น มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านโชห่วย มีมาตรฐานในการผลิตที่ต่ำ และไม่เป็นที่รู้จัก อาทิ ไอศกรีมกะทิ ไอศกรีมโบราณ เป็นต้น

การจัดจำหน่ายไอศกรีมในปัจจุบันผ่านช่องทางต่างๆ



กราฟที่ 2 แผนภูมิแสดงการเติบโตของช่องทางการจัดจำหน่าย

ที่มา : [positioningmag.ช่องทางการจัดจำหน่ายไอศกรีมภายในประเทศ](http://positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=75992) [Online]. Accessed

12 July 2009. Available from <http://positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=75992>

จากกราฟแสดงช่องทางการจัดจำหน่ายไอศกรีม จะเห็นได้ว่า ช่องทางสำคัญในการจัดจำหน่ายไอศกรีมคือ ร้านค้าปลีก เพราะปัญหาด้านตัวผลิตภัณฑ์เองที่ต้องรักษาอุณหภูมิไว้

ตลอดเวลาเพื่อรอการจำหน่าย ร้านค้าปลีกจึงกลายเป็นช่องทางสำคัญ เพราะสะดวกต่อการซื้อหา เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งกระจายอยู่ในแหล่งชุมชนทั่วไป รองลงมาคือร้านสะดวกซื้อซึ่งมีทำเลที่ตั้งแบบเดียวกับร้านค้าปลีก แสดงให้เห็นว่า การจัดจำหน่ายไอศกรีมผ่านช่องทางร้านค้าปลีก และร้านสะดวกซื้อมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างมาก โดยเฉพาะการเติบโตของร้านสะดวกซื้อที่จะเข้ามาแทนที่ร้านค้าปลีกในอนาคต การวางแผนทางการจัดจำหน่าย HAHIC จึงเป็นการวางแผนทางสอดคล้องกับสถานการณ์และแนวโน้มที่กำลังเติบโต และเป็นไปของช่องทางการจัดจำหน่ายเห็นได้จากกราฟที่นำมาแสดงไว้นี้

ส่วนในช่องทางการจัดจำหน่ายที่นอกเหนือจากการจัดจำหน่ายผ่านทางไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีก ก็ยังมีหลายอีกช่องทางเช่น การขายเร่ของพ่อค้าท้องถิ่น หรือ การขายเร่ของบริษัทไอศกรีมขนาดใหญ่คือ บริษัทวอลล์ และบริษัทเมนสเล่ ซึ่งในปัจจุบันบริษัทเมนสเล่ มีรถสามล้อ จำนวน 5,000 คัน เพื่อขายไอศกรีม

5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดของตลาดไอศกรีมมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไอศกรีมเป็นอาหารหวานที่ได้รับความนิยมอย่างสูง และมีความเป็นสากลประกอบกับในปัจจุบันปริมาณการบริโภค ไอศกรีมต่อคนของประชากรคนไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำมาก เพียงประมาณ 1 ไพน์ (Pint) ต่อปีเท่านั้น ซึ่งเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ แล้ว ประเทศไทยยังมีศักยภาพที่จะขยายตลาดได้อีกมากในอนาคตอันใกล้ ทำให้กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ต่างให้ความสนใจเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งจากกิจกรรมกระตุ้นตลาดของกลุ่มบริษัทยักษ์ใหญ่มีส่วนช่วยให้ตลาดไอศกรีมในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราที่สูง โดยพบว่าก่อนวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจตลาดไอศกรีมโดยภาพรวมมีการเติบโตในระดับปีละ 15-20% ซึ่งจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจต่อการลงทุนเป็นอย่างยิ่ง (นายถาวร สุขศรีสรณจิตร และคณะ 2545 : 8)

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมายแรกของ HAHIC อยู่ที่เขตจังหวัดราชบุรี และตลาดเป้าหมายในอนาคตของ HAHIC คือทั่วประเทศไทย

5.5 ลักษณะลูกค้า

ในการกำหนดลูกค้าเป้าหมาย ใช้เกณฑ์ ดังนี้

1. เกณฑ์ด้านประชากร มุ่งกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่อยู่ในเขตอำเภอต่างๆของจังหวัดราชบุรี

2. **เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์** HAHIC จัดตั้งขึ้นเพื่อจำหน่ายกลุ่มลูกค้าที่อาศัยและทำงานอยู่บริเวณจังหวัดราชบุรีเป็นหลัก ส่วนลูกค้าชาวจังหวัดอื่นก็เป็นกลุ่มลูกค้ารองซึ่งทาง HAHIC ให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน

3. **เกณฑ์ทางด้านจิตวิทยา** HAHIC ใช้จิตวิทยาในเรื่องของการตั้งราคา และจิตวิทยาด้านการนำสรรพคุณของสมุนไพรที่ทางร้านนำมาทำไอศกรีมมาปิดประกาศโฆษณา เพื่อให้ลูกค้าที่ชอบรับประทานไอศกรีม แต่เป็นคนที่รักสุขภาพ และความแปลกใหม่ของตัวไอศกรีมเนื่องจากจังหวัดราชบุรียังไม่มีไอศกรีมสมุนไพรจำหน่าย

4. **เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์** พฤติกรรมของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคตามสมัยอยู่ตลอดเวลา ทำให้การดำเนินกิจการธุรกิจต่างๆต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป เช่นเดียวกับ HAHIC ได้มีการนำพฤติกรรมของมนุษย์มาปรับเปลี่ยนให้เข้ากับธุรกิจโดยการนำสมุนไพรมาทำเป็นไอศกรีมเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ที่หันมาใส่ใจรักสุขภาพกันมากขึ้น แต่ยังคงชอบรับประทานไอศกรีมอยู่

วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของ HAHIC ก็คือกลุ่มนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท และประชาชนทั่วไป จากการสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคมีการบริโภคครั้งละ 2 ลูก

5.6 **สภาพการแข่งขัน** สภาพการแข่งขันของตลาดไอศกรีมมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรง และไอศกรีมสมุนไพร HAHIC เป็นเจ้าแรกที่ทำการผลิตไอศกรีมสมุนไพรแบบสำเร็จรูปออกมาจำหน่ายจึงทำให้ทาง HAHIC เป็นผู้นำทางด้านการตลาดของไอศกรีมสมุนไพร

การวิเคราะห์ five force

1. คู่แข่งขันรายใหม่

คู่แข่งรายใหม่ของ HAHIC ส่วนใหญ่เป็นไอศกรีมกึ่งสำเร็จรูป คือ ไอศกรีมรถเข็นที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นในช่วงฤดูร้อน และตามเทศกาลงานต่างๆ ที่มีการจัดขึ้น เช่น งาน OTOP เพราะปริมาณความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากจังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดที่มีอากาศร้อนเนื่องจากมีโรงไฟฟ้ามีอยู่เป็นจำนวนมากในจังหวัดราชบุรี

2. สินค้าทดแทน

ไอศกรีมเป็นอาหารหวานชนิดหนึ่ง สินค้าที่ทดแทนได้ คือกลุ่มอาหารหวานทั้งหมด ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากไอศกรีมยังมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยเป็นมิตรกับสุขภาพ ดังนั้นการ

ผลิตไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพขึ้นมาขึ้นเป็นการสร้างทางเลือกให้กับผู้ที่ชอบทานไอศกรีมแต่เป็นคนรักษาสุขภาพ

3. อำนาจต่อรองของลูกค้า

อำนาจการต่อรองของลูกค้ามีค่อนข้างมาก เนื่องจากไอศกรีมสมุนไพรยังเป็นสินค้าที่ใหม่สำหรับผู้บริโภค ประกอบกับ HAHIC เป็นเจ้าแรกที่ผลิตไอศกรีมสมุนไพรแบบสำเร็จรูปออกมาจำหน่าย จึงทำให้ผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจในตัวสินค้า และตราสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

4. อำนาจต่อรองจาก Supplier

Supplier ของ HAHIC คือ เครือข่ายแม่บ้านสมุนไพร ที่ทำการเกษตรปลูกพืชสมุนไพรภายในบริเวณอำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี เพราะอำเภอจอมบึงมีชาวไร่จำนวนมากบริเวณรอบนอกของตัวอำเภอ ซึ่งเป็นอำเภอที่เป็นที่ตั้งของโรงงานหากซื้อวัตถุดิบที่ใกล้เคียงแหล่งผลิตส่งผลให้ลดค่าใช้จ่ายในเรื่องของค่าขนส่ง จึงทำให้เป็นโอกาสดีสำหรับ HAHIC เนื่องจากมี Supplier จำนวนหลายราย ส่งผลให้ทางร้านสามารถต่อรองในเรื่องของราคากับ Supplier ได้เป็นจำนวนมาก และได้วัตถุดิบในราคาที่ถูกลง ทำให้ประหยัดต้นทุนในการผลิต และ Supplier อีกรายที่สำคัญสำหรับของ HAHIC คือสหกรณ์โคนมเป็นผู้จำหน่ายนมให้กับ HAHIC ในการที่เป็นพันธมิตรกับสหกรณ์โคนมหนองโพทำให้ส่งผลดีในเรื่องของราคาที่ได้ในราคาที่ถูกลงกว่าผู้ซื้อมรายอื่น

5. การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ไอศกรีม HAHIC เป็นไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพซึ่งอยู่ในระดับ Premium ซึ่งหากเปรียบเทียบภายในอุตสาหกรรมเดียวกันแล้วไอศกรีม HAHIC ไม่มีคู่แข่งเนื่องจากไม่มีผู้ผลิตไอศกรีมสมุนไพรรายใดผลิตไอศกรีมสำเร็จรูปและสร้างแบรนด์ขึ้นมาอย่างจริงจัง

5.7 คู่แข่งขัน

คู่แข่งชั้นหลัก

คู่แข่งชั้นหลักของไอศกรีม HAHIC ที่เป็นไอศกรีมสมุนไพรและที่เป็นไอศกรีมระดับ Premium ประกอบด้วยไอศกรีมแคร์รี่พรีนเซส ไอศกรีมวินเนอร์ ไอศกรีมทักคานี่ ไอศกรีมสเวนเซนส์ ไอศกรีมบัดส์ ไอศกรีมบาสกิ้นรอปบิ้น ไอศกรีมเจลาโต้ และไอศกรีมฮาเก้นดาส โดยในส่วนของคู่แข่งทางอ้อมจะอยู่ในรูปของไอศกรีมทั่วไปเช่น ไอศกรีมวอลล์ เนสเล่ท์ ไอศกรีมยูไนเต็ลเม็ก โนเลีย รวมทั้งไอศกรีมรายย่อยอื่นๆนอกจากนั้นยังรวมถึงอาหารหวาน (ถาวร สุขศรี สราญจิตรและคณะ 2545:13)

ซึ่งในปัจจุบันตลาดไอศกรีมสมุนไพร Premium ที่ค่อนข้างมีชื่อเสียงมี 3 ราย

1. ไอศกรีมทักคานินี เป็นไอศกรีมโฮมเมดที่มีทั้งไอศกรีมสมุนไพรและไอศกรีมรสชาติทั่วไป เช่น ช็อคโกแลต มอคค่าอัลมอลด์ฟัดด์ เป็นต้น ราคาของไอศกรีมทักคานินีอยู่ที่ลูกละ 35-40 บาท ซึ่งไอศกรีมทักคานินีกำลังเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะในสื่อสิ่งพิมพ์ในฐานะที่เป็นไอศกรีมออร์แกนิก 1 จากการจัดอันดับของนิตยสารอิมเมจ ฉบับ Summer Issue ประจำเดือนเมษายน 2544 ปัจจุบันไอศกรีมทักคานินีตั้งอยู่ที่ซอยทองหล่อ ตรงข้ามโออิชิภัตตาคาร (ถาวร สุขศรีสรานุกิจิตรและคณะ 2545:13)

2. ไอศกรีมแคร์รี่ปรีนเซส เป็นไอศกรีมที่มีความหลากหลายในรสชาติ ราคาของไอศกรีมแคร์รี่ปรีนเซสราคาลูกละ 22-29 บาท ไอศกรีมแคร์รี่ปรีนเซส ตั้งอยู่ที่ หน้าที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ห้างเซ็นทรัลชิดลม World Trade Center และ Emporium เป็นต้น (ถาวร สุขศรีสรานุกิจิตรและคณะ 2545:13)

3. ไอศกรีมร้านอาหารเวียดนามวินเนอร์ หรือไอศกรีมวินเนอร์ เป็นไอศกรีมที่มีความหลากหลายทางรสชาติเป็นอย่างมาก เป็นไอศกรีมที่เป็นที่รู้จักของคนรักสุขภาพ เนื่องจากไอศกรีมวินเนอร์ใช้ส่วนผสมที่มีไขมันต่ำและมีส่วนผสมของครีมน้อย ไอศกรีมร้านอาหารเวียดนามวินเนอร์ตั้งอยู่ที่ย่านลาดพร้าว (ถาวร สุขศรีสรานุกิจิตรและคณะ 2545:13)

คู่แข่งรอง

คู่แข่งรองของ HAHIC นอกจากจะเป็นไอศกรีมทั่วไปแล้ว พบว่ายังมีสินค้าหลายอีกชนิดที่สามารถทดแทนไอศกรีมได้ เช่น อาหารหวานเย็นหรือน้ำแข็งไส เครื่องดื่มชนิดต่างๆ นอกจากนั้นยังรวมถึงขนมชนิดต่างๆที่สามารถทดแทนไอศกรีมได้

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบคู่แข่ง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 2 รายละเอียดการเปรียบเทียบคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	HAHIC	แคร์รี่ปรีนเซส	ทักคานินี
ด้านผลิตภัณฑ์	1. มีลักษณะผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง 2. รสชาติดีสดสะอาด 3. มีรูปลักษณ์ที่ดี 5. ผลิตภัณฑ์ที่รักษาสุขภาพผู้บริโภค	1. รูปลักษณ์ดี 2. รสชาติดี 3. มีความสดสะอาด 4. สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน	1. รูปลักษณ์ดี 2. รสชาติดี 3. มีความสดสะอาด 4. สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน

การเปรียบเทียบ	HAHIC	แควีปริ้นเซส	ทักษานินี
ด้านราคา	15 บาท ต่อลูก	22-29 บาท ต่อลูก	35-40 บาท ต่อลูก
ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	1. บริเวณตัว อำเภอจอมบึง 2. ตัวแทนจำหน่ายทั่ว จังหวัดราชบุรี	1. หน้ามหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ 2. ห้างเซ็นทรัลชิดลม 3. World Trade Center 4. Emporium	ซอยทองหล่อ ตรง ข้ามโออิชิภัตตาคาร
ด้านส่งเสริม การตลาด	<u>การโฆษณา</u> <u>ประชาสัมพันธ์</u> 1. โปสเตอร์และป้าย	1. มีการจัดส่งเสริมการ ขายในลักษณะของ Mass Media	1. โฆษณาทางสื่อ สิ่งพิมพ์
	โฆษณาประชาสัมพันธ์ 2. ใบปลิวแนะนำร้าน 3. จัด โปร โมชั่นส่งเสริม ทางการตลาด	2. มีการส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย เช่น การแจกที่ กั้นหนังสือ, ทำPrice Discrimination	

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ (SWOT Analysis)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหาร จัดการ	1. เป็นธุรกิจ ที่เป็นหุ้นส่วน จำกัด ที่มีผู้ร่วมทุนเพียง 2 คนจึง ง่ายต่อการแสดงความคิดเห็นหรือ การทำกิจกรรมต่างๆ 2. มีการมอบหมายตำแหน่งหน้าที่ ในการทำงานอย่างชัดเจนแก่ ลูกจ้าง	1. ยังไม่มีประสบการณ์ในการ ทำธุรกิจเนื่องจากเพิ่งทำการเปิด กิจการเป็นครั้งแรก
ด้านการตลาด	1. มีการจัด โปร โมชั่นตามเทศกาล ต่างๆเพื่อดึงดูดใจลูกค้า	1. การ โฆษณายังไม่กว้างพอ และงบประมาณที่มีอยู่อย่าง จำกัด

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการผลิต	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตภัณฑ์ผลิตขึ้นมาเองสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบและรสชาติได้ตามที่ลูกค้าต้องการ 2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นทางด้านสุขภาพซึ่งยังไม่มีคู่แข่ง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตภัณฑ์บางรสต้องมีการปรับปรุงหรือทำการปรับเปลี่ยนเพื่อให้รสชาติตรงตามความต้องการของลูกค้า
ด้านการเงิน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้เงินทุนส่วนตัวของผู้ร่วมทุนส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ 2. มีการจัดทำงบการเงินอย่างละเอียด 3. กู้เงินจากธนาคารเพื่อดำเนินธุรกิจส่วนหนึ่ง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ก่อตั้งกิจการไม่มีประสบการณ์ ในธุรกิจอุตสาหกรรมไอศกรีม จึงต้องใช้เวลาในการศึกษาสภาพอุตสาหกรรมเพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดไอศกรีมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าเศรษฐกิจจะซบเซาลง 2. จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดและกลุ่มเป้าหมายยังไม่รู้จักไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพ
สถานการณ์การแข่งขัน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นเจ้าแรกที่ผลิตและจำหน่ายไอศกรีมสมุนไพรในจังหวัดราชบุรี 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถานการณ์การแข่งขันเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากตลาดไอศกรีมมีอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Margin) ในระดับที่สูงถึง 50-80%
สังคม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้บริโภคหันมาใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น 2. ด้วยสภาพอากาศของประเทศไทยที่เป็นเมืองร้อนทำให้ผู้บริโภคต้องการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ในมุมมองของผู้บริโภคไอศกรีมเป็นอาหารที่มีไขมันและแคลอรีสูง

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	<p>บริโภคอาหารที่ต้องการดับความร้อน</p> <p>3.กระแสสังคมเกี่ยวกับการรักษาโรคด้วยประโยชน์จากสมุนไพร</p>	<p>ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มอาจต่อต้าน</p> <p>ภาพลักษณ์ที่ขัดแย้งกันเองที่ว่า ไอศกรีม HAHIC เป็น ไอศกรีมที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และมีสรรพคุณทางยา</p>
เทคโนโลยี	<p>1. เทคโนโลยีในการสื่อสารช่วยในการโฆษณา</p> <p>2. เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยช่วยในการผลิตไอศกรีมที่รวดเร็วและเพิ่มขึ้น</p> <p>3. เทคโนโลยีทางด้านการผลิตทำให้สามารถใช้ส่วนผสมของไอศกรีมที่ลดส่วนผสมของไขมัน และ สารความหวานแทนน้ำตาลทำให้ผู้ป่วยที่เป็นโรคเบาหวานสามารถทานไอศกรีมได้</p>	<p>1. เทคโนโลยีที่ทันสมัยส่งผลให้คู่แข่งสามารถรู้ความเคลื่อนไหวของฝ่ายตรงข้ามได้อย่างรวดเร็ว</p> <p>2. การที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาเร็วขึ้นอาจทำให้องค์กรก้าวตามไม่ทันเทคโนโลยี</p>
สภาพเศรษฐกิจ	<p>1. การตั้งราคาที่ไม่แพงมากนักเหมาะสมกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน</p>	<p>1. สภาพเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภคสินค้าที่ไม่จำเป็นลง</p>
กฎหมาย, ระเบียบ, ข้อบังคับ	<p>1. ภายในองค์กรมีการตั้งกฎระเบียบในการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน</p> <p>2. มีการปกครองในองค์กรแบบเป็นกันเอง</p>	<p>1. ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค</p>
กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย	<p>1. มี supplier ขายวัตถุดิบในการผลิตให้กับ HAHIC</p> <p>2. มีเครือข่ายลูกค้าที่เป็นตัวกลางในการจำหน่าย</p>	<p>1. กลุ่มผู้นำตลาดไอศกรีมมีทุนในการส่งเสริมการตลาด ทำให้ไอศกรีมในตลาดเล็กๆเติบโตได้ยาก</p> <p>2. ตัวแทนจำหน่ายยังไม่กล้าเข้ามารับสินค้าไปจำหน่ายเป็นจำนวนมากๆ</p>

บทที่ 6
แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ห้างหุ้นส่วน HAHC จำกัด ตั้งอยู่ 100/3 หมู่ 2 อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150

6.2 รายนามคณะกรรมการ

นางสาวศิรินทิพย์ มีกุล
นายอาทิตย์ จิระสมหวัง

6.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนสัดส่วนการถือครอง

ตารางที่ 5 รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนสัดส่วนการถือครอง

ลำดับที่	ผู้ร่วมทุน	จำนวนเงิน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1	นางสาวศิรินทิพย์ มีกุล	700,000	29%
2	นายอาทิตย์ จิระสมหวัง	700,000	29%
3	เงินกู้	1,000,000	42%
	รวม	2,400,000	100%

6.4 ประวัติของกรรมการผู้บริหาร

ชื่อ นางสาวศิรินทิพย์ มีกุล อายุ 27 ปี

การศึกษา

ระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนนารีวิทยา ปี 2543
ระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี 2547

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2548 ถึง ปี พ.ศ. 2552 ตำแหน่ง ผู้จัดการร้าน แฟมิลีมาร์ท สาขาหัวหิน

ชื่อ นายอาทิตย์ จิระสมหวัง อายุ 27 ปี

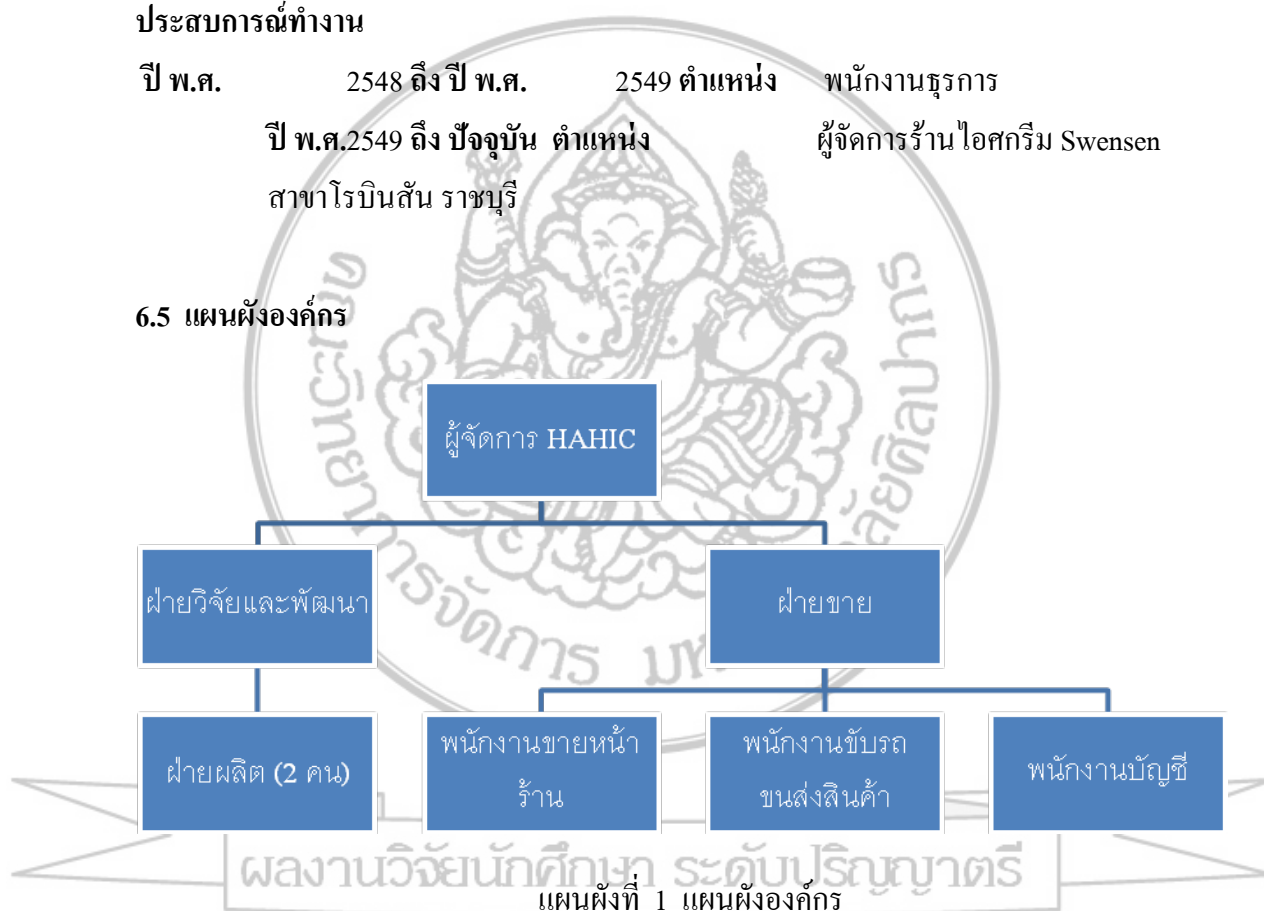
การศึกษา

ระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนคุรุราษฎร์รังสฤษดิ์
ปี 2543
ระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปี 2547

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2548 ถึง ปี พ.ศ. 2549 ตำแหน่ง พนักงานธุรการ
ปี พ.ศ. 2549 ถึง ปัจจุบัน ตำแหน่ง ผู้จัดการร้านไอศกรีม Swensen
สาขาโรบินสัน ราชบุรี

6.5 แผนผังองค์กร



6.6 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

พนักงานผลิตไอศกรีม

- เพศหญิง
- อายุ 18 ปีขึ้นไป
- จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 เป็นต้นไป
 - มีความสามารถในการผลิตไอศกรีมเป็นอย่างดี
 - เป็นคนที่มีทักษะทางการคิดค้นแปรรูปรสชาติของไอศกรีม

- เงินเดือน 5,000 บาท

พนักงานขาย

- เพศหญิง
- อายุ 18 ขึ้นไป
- จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 เป็นต้นไป
- มีความสามารถในการขาย และตัดไอศกรีม เป็นอย่างดี
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- มีบุคลิกท่าทางดี
- เงินเดือน 5,000 บาท

พนักงานบัญชี

- เพศหญิง
- อายุ 18 ขึ้นไป
- วุฒิ ป.ว.ช. สาขาบัญชีขึ้นไป
- มีความซื่อสัตย์
- มีความละเอียดรอบคอบ
- เงินเดือน 8,000 บาท

พนักงานขับรถ

- เพศชาย
- อายุ 18 ปีขึ้นไป
- มีความซื่อสัตย์
- มีใบอนุญาตขับรถชนิด
- รู้จักเส้นทางภายในจังหวัดราชบุรีเป็นอย่างดี
- เงินเดือน 5,000 บาท

6.7 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายของบุคลากรในธุรกิจ

ตารางที่ 6 แผนการผลิต

ตำแหน่งงาน	จำนวนพนักงาน	อัตราเงินเดือน : คน (บาท)
------------	--------------	---------------------------

ผลิต	2	5,000
------	---	-------

ตารางที่ 7 แผนกบริหารและขาย

ตำแหน่งงาน	จำนวนพนักงาน	อัตราเงินเดือน (บาท) : คน
ผู้จัดการ HAHC	1	10,000
พนักงานขาย	2	5,000
พนักงานบัญชี	1	8,000
พนักงานขับรถ	2	5,000

6.8 วิสัยทัศน์

“มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการนำเสนอไอศกรีมคุณภาพ ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพเพื่อเป็นผู้นำตลาดของไอศกรีมสมุนไพรสุขภาพในระดับประเทศ”

6.9 พันธกิจ

- 6.9.1 พยายามพัฒนาและคิดค้นสูตรไอศกรีมสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค
- 6.9.2 พิถีพิถันในการผลิตใส่ใจทุกรายละเอียด
- 6.9.3 ใส่ใจในเรื่องของความสะอาดในการผลิต
- 6.9.4 ใส่ใจในเรื่องของการบริการกับลูกค้า

6.10 เป้าหมายของธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น พ.ศ. 2553-2554

1. เป็นผู้นำในตลาด ไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์
2. บริหารกิจการให้สามารถคืนทุนได้
3. ทำการส่งเสริมกิจกรรมการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจในคุณค่า ประโยชน์ และความอร่อยเพื่อสุขภาพ ของไอศกรีมสมุนไพรภายใต้แบรนด์ “HAHC”
4. พัฒนาและแสวงหาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั่วทั้งจังหวัด

เป้าหมายระยะกลาง พ.ศ. 2555-2556

1. จัดตั้งศูนย์การจัดจำหน่ายสินค้าครอบคลุมทั่วภาคกลางรวมทั้งพัฒนาและแสวงหาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั่วภาคกลาง
2. มีส่วนแบ่งทางการตลาด 50%

3. บริหารธุรกิจให้มีกำไรขั้นต้น 30%

4. กระตุ้นผู้บริโภคให้ทราบถึงคุณค่าของสมุนไพรและผลไม้ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการบริโภคมากขึ้น

เป้าหมายระยะยาว พ.ศ. 2557-2558

1. บริหารธุรกิจให้มีกำไรขั้นต้น 65-70%

2. กระตุ้นผู้บริโภคให้ทราบถึงคุณค่าของสมุนไพรและผลไม้ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการบริโภคมากขึ้น

3. ขยายสาขาให้ทั่วประเทศ

6.11 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

6.11.1 HAHIC เป็นผู้ผลิตรายเดียวที่ผลิตไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพแบบสำเร็จรูป ซึ่งยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดทำการผลิตมาก่อน ภายในจังหวัดราชบุรี

6.11.2 HAHIC ได้มีความร่วมมือกับคณะวิทยาศาสตร์การอาหารของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการคิดค้นและพัฒนาสูตรไอศกรีมรสชาติต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในคุณภาพของสินค้ามากขึ้น

6.11.3 HAHIC มีการคัดเลือกวัตถุดิบที่ดีมาผลิต

6.12 นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือการแบ่งผลประโยชน์

HAHIC มีนโยบายการจ่ายเงินปันผล เป็นรายปี โดยจ่ายเงินปันผลตามสัดส่วนการลงทุน

6.13 แผนการดำเนินการอื่นๆ

เพิ่มแผนการดำเนินการเกี่ยวกับการเก็บรักษาสินค้า และเพิ่มระบบการจัดการของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลสินค้าคงเหลือ การเก็บข้อมูลลูกค้า และข้อมูลพนักงาน

บทที่ 7

แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

- 7.1.1 มียอดขายเพิ่มขึ้นในทุกๆปี ปีละ 20%
- 7.1.2 ลูกค้ามีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ

7.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ HAHIC คือกลุ่มผู้บริโภคโดยทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรี ที่มีพฤติกรรมชอบรับประทานไอศกรีม และเป็นบุคคลที่รักษาสุขภาพของตนเอง

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

- 1.) ตั้งราคาเพื่อดึงดูดลูกค้า
- 2.) มีการจัดโปรโมชั่นสำหรับช่วงเทศกาล

7.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

- 1.) เน้นการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- 2.) บริการแบบ Service mind

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

- 1.) มีการตั้งราคาเพื่อดึงดูดใจลูกค้า
- 2.) การตั้งราคาตามเทคนิคทางจิตวิทยา

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- 1.) ตั้งร้านในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจเนื่องจาก ที่ตั้งของร้านตั้งอยู่บริเวณกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อ

2.) ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของร้านคือ จำหน่ายหน้าร้านมีการเพิ่มกลยุทธ์โดยการตกแต่ง ร้านให้มีสีสันน่าเข้ามาซื้อสินค้า เป็นลักษณะกึ่งร้านไอศกรีมและห้องสมุดสมุนไพร และอีกหนึ่งช่องทางของการจำหน่ายคือ การขายส่งแก่พ่อค้าคนกลางที่ต้องการรับไอศกรีมสมุนไพรไปขาย ในการจำหน่ายโดยช่องทางนี้กิจการใช้กลยุทธ์ที่ชื่อ สะสม คือ หากพ่อค้าคนกลางเป็นลูกค้าประจำของร้าน ทางร้านก็จะสะสมแต้มให้กับลูกค้า และเมื่อครบตามยอดที่กำหนดก็จะมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้า

7.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1.) การแจกใบปลิวเพื่อแนะนำร้าน
- 2.) การโฆษณาผ่านทางวิทยุ คลื่นวิทยุชุมชนเพื่อให้ Brand ของสินค้าเป็นที่รู้จักของประชาชนในอำเภอจอมบึงและจังหวัดราชบุรีได้รู้จัก
- 3.) ติดป้ายโฆษณาบริเวณจุดที่มีประชาชนสัญจรผ่านไป-มา เป็นจำนวนมากเพื่อเป็นการโฆษณาให้ผู้บริโภครู้จักร้านและสินค้า
- 4.) จัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆ เพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้า

7.3.5 กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์

- 1) ผลิตภัณฑ์น้ำตาลซูเร่ ที่ผลิตมาจากแป้งมันสำปะหลัง ไม่มีส่วนผสมของสารเคมีใดๆ และมีประโยชน์กับร่างกาย คือไม่เพิ่มปริมาณน้ำตาลในเลือดทำให้คนรักสุขภาพและควบคุมน้ำหนักแม่แต่เป็นโรคเบาหวานก็ยังสามารถทานไอศกรีมได้
- 2) การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ตามลักษณะสรรพคุณของสมุนไพรที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตแต่ละชนิด

3) หมั่นพัฒนาสูตรเพื่อสร้างความแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา

7.4 กิจกรรม หรือการดำเนินการทางการตลาด

ตารางที่ 8 กิจกรรม หรือการดำเนินการทางการตลาด

ลำดับ	กิจกรรม	ผลที่ได้รับ	ระยะเวลา	งบประมาณ
1.	ผู้จัดการร้านเป็นผู้ควบคุมอบรมพนักงานให้มี Service mind ในการบริการหรือการขายสินค้า	พนักงานทราบและเข้าใจคำว่า Service mind และสามารถนำไปปฏิบัติได้	ทุกๆสิ้นเดือน	2,000 บาท ต่อครั้ง
2.	ทำป้ายโฆษณาร้านขนาดใหญ่และปิดป้าย	ประชาชนที่สัญจรผ่านไป-มา เห็นป้ายรับรู้และรู้จักร้าน	1 สัปดาห์	10,00 บาท
3.	แจกใบปลิวโฆษณาสินค้าตามสถานที่ต่างๆ บริเวณจังหวัดราชบุรี	ประชาชนรับทราบและรู้จักร้านมากขึ้น และก่อให้เกิดการอยากเข้ามาซื้อสินค้ารับประทาน	ทุกๆสิ้นเดือน	500 บาท
4.	ทำ Spot โฆษณาวิทยุผ่านทางวิทยุชุมชน คลื่นจอมบึง	ประชาชนรับทราบและรู้จักร้านเพิ่มมากขึ้นและอยากที่จะมาซื้อสินค้าที่ร้าน	ตลอดการดำเนินการ	2,000 บาท ต่อเดือน
5.	จัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆซึ่งในแต่ละกิจกรรมที่ทำกรโปรโมชั่นในเรื่องของการให้สินค้าฟรีเป็นการสนับสนุนลูกค้านั้นจะมีมูลค่าเงินไม่เกิน 2,000 บาท	ลูกค้ามีความพึงพอใจในสิ่งที่ได้รับ และก่อให้เกิดการกลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง	ตามเทศกาลต่างๆ	2,000 บาท

ลำดับ	กิจกรรม	ผลที่ได้รับ	ระยะเวลา	งบประมาณ
6.	จัดอบรมความรู้เกี่ยวกับ คุณประโยชน์สมุนไพรที่ นำมาใช้เป็นส่วนผสมของ ไอศกรีม	ผู้บริโภคมีความ เข้าใจและรู้ว่า ส่วนผสมของ ไอศกรีมที่ รับประทานเข้าไปมี ประโยชน์อย่างไรกับ ร่างกายของตัว ผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภค ได้รับประทานเข้าไป	ตาม เทศกาล หรือโอกาส ต่างๆ	1,000 บาท

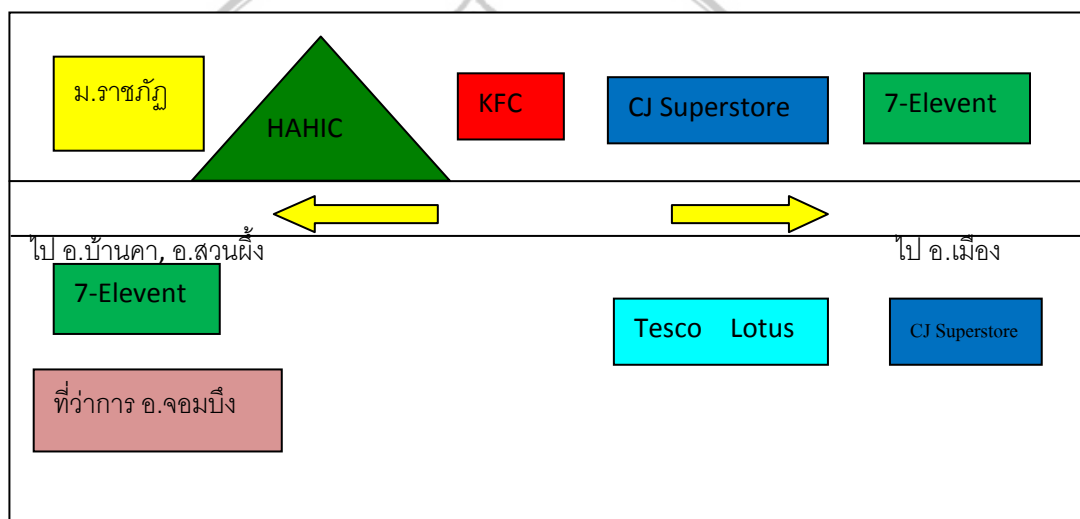


ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 8
แผนบริการ

8.1 สถานประกอบการ

ห้างหุ้นส่วน HAHIC จำกัด เลขที่ 100/3 หมู่ 2 ตำบลจอมบึง อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150 โทร 032-326718 e-mail : marian_plum@hotmail.com



แผนผังที่ 2 ที่ตั้งสถานประกอบการ

8.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ตารางที่ 9 อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1.	เครื่องปั่นไอศกรีม คอมเพรสเซอร์	1	ใช้ในการปั่นรวมส่วนผสม ต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นเนื้อ ไอศกรีม	647,000	5
2.	เตาแก๊ส	1	ใช้ในการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์	1,500	5

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
3.	เครื่องปั่นผลไม้	1	ใช้ในการปั่นผลไม้ให้เป็นเนื้อละเอียด	1,300	5
4.	ตราซั้ง	1	ใช้ในการซั้งส่วนผสม	1,300	5
5.	ถ้วยตวง	10	ใช้ในการตวงส่วนผสม	400	5
6.	ตระกร้อมือ	2	ใช้ในการตีส่วนผสม	200	5
7.	หม้อตุ๋น	10	ใช้ในการต้มส่วนผสมที่เป็นสมุนไพร	3,000	5
8.	ถังผสม	1	ใช้ในการผสมอาหาร	5,000	5
9.	ตู้แช่แข็งไอศกรีม	1	ในแช่ไอศกรีมในขั้นตอนการบ่มไอศกรีม	5,000	10
10.	ตู้แช่แข็งไอศกรีมในร้าน	5	ใช้สำหรับการแช่ไอศกรีมเพื่อจำหน่าย	40,000	10
11.	ช้อนตวง	10	ใช้ในการตวงส่วนผสม	300	5
12.	เครื่องคั้นน้ำ	1	ใช้สำหรับคั้นน้ำสมุนไพร	5,000	5
13.	เครื่องโฮมोजิไนท์	1	ใช้สำหรับการตีไอศกรีมให้แตกโมเลกุลเล็กกว่าเดิม	220,000	5
14.	เครื่องปั่นไอศกรีมเล็ก	2	ใช้ในการปั่นปรุงรสไอศกรีม	100,000	5

8.3 ข้อมูลการบริการ

ความสามารถในการขายสินค้า : ความสามารถในการให้บริการในส่วนของผลิตภัณฑ์ กึ่งสำเร็จและกึ่งสำเร็จรูปสามารถให้บริการได้วันละ 75 กิโลกรัม

จำนวนชั่วโมงในการเปิดทำการ : หน้าร้านเปิด วันจันทร์ - วันเสาร์

ตั้งแต่เวลา 10.00 น. - 22.00 น.

เป้าหมายในปัจจุบัน : ในขณะที่กิจการเริ่มดำเนิน การกิจการต้องการยอดขายต่อวัน จำนวน 75 กิโลกรัม ซึ่งรวมทั้งสามพื้นที่ ที่ทำการจำหน่าย คือบริการหน้าร้านที่อำเภอจอมบึง อำเภอเมือง อำเภอบ้านโป่ง

เป้าหมายในอนาคต : ต้องการเป็นผู้ผลิตไอศกรีมสมุนไพรรายใหญ่ที่สุดในประเทศ

การตั้งชื่อวัตถุดิบ : การตั้งชื่อวัตถุดิบจะทำการตั้งชื่อเป็นรายเดือน

8.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์/สินค้าที่ใช้ในการบริการ

รูปแบบของผลิตภัณฑ์ : ไอศกรีมที่ขายภายในร้านเป็นไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพมี 2 ลักษณะ คือ

1. แบบสำเร็จรูป

2. แบบกิ่งสำเร็จรูป

ชนิดของผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ของร้านมี 10 รส ซึ่งแต่ละรส จะมีสรรพคุณที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ไอศกรีมกระเจี๊ยบ สรรพคุณ กระเจี๊ยบ อุดมไปด้วยวิตามินซี วิตามินเอ กรดซิตริก และเกลือแร่ชนิดต่างๆ อย่างแคลเซียม ฟอสฟอรัส เหล็ก เป็นยาขับปัสสาวะ ช่วยขับน้ำออกจากร่างกายเนื่องจากไตทำงานผิดปกติ เป็นยาระบายอ่อนๆ ช่วยลดความดันโลหิตสูง แก้กระหาย ช่วยให้อุณหภูมิในร่างกายลดลง แก้ไอ ขับเสมหะ สลายก้อนนิ่ว ป้องกันการจับตัวของเม็ดเลือด ให้วิตามินเอสูง ช่วยบำรุงสายตา กระดูกและฟัน (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 : 24)
 2. ไอศกรีมแคโรท สรรพคุณ แคโรทมีวิตามินเอ มากถึง 7,930 I.U. ช่วย บำรุงสายตา และผิวพรรณได้เป็นอย่างดี วิตามินเอจากสารเบต้าแคโรทีน ทำหน้าที่เป็น แอนติออกซิแดนท์ ป้องกันทั้งโรคมะเร็งปอด มะเร็งกล่องเสียง มะเร็งกระเพาะอาหาร มะเร็งลำไส้ และยังช่วยขับสารพิษออกจากร่างกาย (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 : 25)
 3. ไอศกรีมใบบัวบก สรรพคุณ มีฤทธิ์ในการสมานแผล ทำให้แผลหายเร็ว มีฤทธิ์ในการฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ช่วยส่งเสริมการทำงานของสมอง โดยทำหน้าที่เป็นแหล่งพลังงานสำรองให้แก่สมอง ช่วยเพิ่มความสามารถในการทำงาน ทั้งในแง่ของกำลังกายและกำลังสมอง ทั้งยังช่วยควบคุมความดันโลหิตให้เป็นปกติ ลดภาวะความเป็นหมัน ช่วยชะลอความแก่ ช่วยกำจัดสารพิษในร่างกาย และมีฤทธิ์เป็นยานอนหลับอย่างอ่อน ใบบัวบกมีสารไกลโคไซด์ (Glycoside) หลายชนิดที่ให้ผลด้านการเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชัน (Anti-oxidation) ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงของเซลล์และอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย รวมทั้งยังอุดมด้วยวิตามินต่างๆ (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 : 26)
 4. ไอศกรีมเฟือกอัญชัญ สรรพคุณ อัญชัญ เพิ่มความสามารถในการมองเห็น เนื่องจากสารตัวนี้จะไปเพิ่มการไหลเวียนของหลอดเลือดเล็กๆ เช่นหลอดเลือดส่วนปลาย ทำให้กลไกที่ทำงานเกี่ยวกับการมองเห็นแข็งแรงขึ้น เพราะมีเลือดไหลเวียนมาเลี้ยงมากขึ้น มีสารแอนโธไซยานิน ในการเพิ่มประสิทธิภาพของตา เช่น ตาเสื่อมจากโรคเบาหวาน โรคต้อหิน โรคต้อกระจก เป็นต้น สารแอนโธไซยานิน มีคุณสมบัติเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 : 45)
- เฟือก มีสรรพคุณ ยาระบาย ขับปัสสาวะ ขับน้ำนม ห้ามเลือด (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 :15)
5. ไอศกรีมข้าวโพด สรรพคุณ บำรุงกระเพาะอาหาร บำรุงหัวใจ ปอด ขับปัสสาวะ ช่วยให้เจริญอาหาร (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 :38)
 6. ไอศกรีมเสาวรส สรรพคุณ จึงช่วยบำรุงสายตาและผิวพรรณ แก้อาการนอนไม่หลับ ลดไขมันในเส้นเลือด และโรคกระเพาะปัสสาวะอักเสบ (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 : 8)

7. ไอศกรีมลูกเคี้ยว สรรพคุณ ขับปัสสาวะ แก่ร้อนใน บำรุงม้าม ไต และกระเพาะอาหาร บำรุงเลือดลมในสตรีหลังคลอด (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 : 40)

8. ไอศกรีมว่านหางจระเข้ สรรพคุณ

- 1.) ช่วยต่อต้านและยับยั้งการขยายตัวของเซลล์มะเร็ง และ เชื้อ ไวรัส
- 2.) ช่วยกระตุ้นการทำงานของเซลล์เม็ดเลือดขาวในระบบภูมิคุ้มกันเชื้อโรค
- 3.) ช่วยการหล่อลื่นของกระดูกข้อต่อและช่วยเคลือบผนังลำไส้ใหญ่
- 4.) ช่วยเสริมระบบการย่อยอาหารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Metabolism) จึงมีการนำไปผสม ในเครื่องดื่ม หรือ อาหารบำรุงร่างกาย หลายตำรับ
- 5.) ช่วยกระตุ้นการก่อเกิดเซลล์ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงมีการนำไปใช้ในการซ่อมแซม หรือส่วนที่สึกหรอภายในร่างกายด้วยการรับประทาน และรักษาแผลจากน้ำร้อนลวก , ไฟไหม้ หรือ แผลจากโรคทางผิวหนัง เช่น โรคสะเก็ดเงิน และมีการนำไปใช้รักษาแผลของผู้ป่วยจากการฉายรังสีเอ็กซ์เรย์ ซึ่งได้ผลอย่างน่าอัศจรรย์ด้วยการทาภายนอก
- 6.) ช่วยให้เกิดสภาวะการหลับลึก
- 7.) ว่านหางจระเข้ ช่วยเสริมในผู้ป่วยเบาหวาน พบว่าสามารถควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเนื่องมาจากขบวนการ เมตาบอริซึม มีการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยลดและยับยั้งการเกิดบาดแผลเรื้อรัง รักษาอาการนำไปสู่การตัดอวัยวะ เช่น ขา

8.) มีการพบว่าว่านหางจระเข้ ช่วยทำให้เส้นโลหิตในสมองมีความแข็งแรง และยืดหยุ่นได้ดี จึงมีส่วน ช่วยให้ผู้สามารถป้องกัน เส้นโลหิตในสมอง แตกได้

9.) ช่วยบำรุงผิวพรรณและให้ความชุ่มชื้นแก่ผิวหนัง พบว่าว่านหางจระเข้ ช่วยกระตุ้น Fibroblast ในการหลั่งสาร คอลลาเจน และ อิลาสติน ในการสร้างเซลล์เนื้อเยื่อใหม่และให้ความชุ่มชื้นยืดหยุ่นแก่เซลล์ผิวหนังได้ อย่างดี จึงมีการนำไปเป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอางราคาแพงหลายยี่ห้อ (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 : 32)

9. ไอศกรีมมะตูม สรรพคุณ แก่ท้องเสีย แก่บิด ขับเสมหะ แก่อาการร้อนใน (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 : 19)

10. ไอศกรีมถั่วเหลือง สรรพคุณ ช่วยเสริมสร้างระบบประสาท เพิ่มความทรงจำ มีส่วนช่วยให้ไขมันและคอเลสเตอรอลในหลอดเลือดกระจายตัวออกไปได้ สำหรับประโยชน์ทางยาช่วยป้องกันและต่อต้านโรคมะเร็งเต้านม ป้องกันโรคหัวใจ โรคเบาหวาน (นิจศิริ เรื่องรังษี 2534 : 11)

การจัดหาวัตถุดิบ : วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรกิจการได้ จากกลุ่มแม่บ้านสมุนไพรได้
อำเภอจอมบึง ส่วนวัตถุดิบที่นอกเหนือจากสมุนไพรจัดหาจาก supplier ที่เป็นเครือข่ายของกิจการ

8.5 ขั้นตอนการผลิต/บริการ

- 1) การคัดเลือกวัตถุดิบ หมายถึง การคัดเลือกวัตถุดิบที่ดีที่สุด และมีคุณภาพในการผลิตไอศกรีมเพื่อให้ได้ไอศกรีมที่มีคุณภาพ
- 2) การเตรียมส่วนผสม หมายถึง การชั่งตวงส่วนผสมต่างๆ เตรียมไว้รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ต้องสะอาดและแห้ง
- 3) การผสม หมายถึง การผสมของแห้งทั้งหมดเข้าด้วยกันก่อนใส่ของเหลวจะช่วยให้การผสมเข้ากันดี วิธีการผสมส่วนผสมของไอศกรีมจะแตกต่างกันไปตามส่วนผสมของ ไอศกรีมที่ใช้ โดยทั่วไปจะต้องทำการบดส่วนผสมที่เป็นของแข็งขนาดใหญ่ก่อน เพื่อการทำละลายที่ง่ายขึ้น แล้วทำการคลุกเคล้าส่วนผสมแห้งเข้าด้วยกันก่อนจึงนำไปละลายในส่วนผสมที่เป็นของเหลวที่อุณหภูมิที่เหมาะสม โดยทั่วไปแล้วจะใช้อุณหภูมิในการทำละลายส่วนผสมสูงสุดไม่เกิน 80 องศาเซลเซียส (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2548:35)
- 4) พาสเจอร์ไรเซชัน หมายถึง การให้ความร้อนที่อุณหภูมิ 68.5 องศาเซลเซียส นาน 30 นาทีแก่ผลิตภัณฑ์ เพื่อลดจำนวนเชื้อจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค ช่วยให้ส่วนผสมเข้ากันดี ปรับปรุงกลิ่น รส ทำให้มีการเก็บรักษานานยิ่งขึ้น และได้ผลิตภัณฑ์ที่สม่ำเสมอ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2548:35)
- 5) โฮโมจีไนส์ หมายถึง การทำให้ส่วนผสมไอศกรีมที่ผ่านการพาสเจอร์ไรส์แล้วเป็นเนื้อเดียวกัน ขั้นตอนการโฮโมจีไนส์จะทำให้เม็ดไขมันมีขนาดเล็กกว่า 2 ไมครอน เป็นผลให้ไขมันไม่แยกชั้นกับส่วนที่เป็นน้ำ เนื้อไอศกรีมที่ได้จะเนียนละเอียดมากขึ้น ขั้นตอนนี้ส่วนผสมไอศกรีมจะต้องผ่านความดันแบบหนึ่งครั้ง ที่ระดับความร้อน 800-3,000 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว หรือแบบ 2 ครั้งที่ความดัน 800-3,000 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว และ 500 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว ตามลำดับ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณของไขมันที่ผสมอยู่ในส่วนผสมไอศกรีม (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2548:35)
- 6) การบ่ม หมายถึง การเก็บไอศกรีมของเหลวไว้ไม่ต่ำกว่า 4 ชั่วโมงที่อุณหภูมิ 0 ถึง 4 องศาเซลเซียส เพื่อทำให้ลักษณะเนื้อของไอศกรีมดีขึ้น และเพิ่มความหนืด ทำให้การตีปั่นดีขึ้น ทำให้การแข็งตัวดีขึ้นก่อนลงเครื่องปั่น ช่วยลดการเกิดเกร็ดน้ำแข็งขนาดใหญ่ด้วย (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2548:35)

7) การปั่นแช่แข็ง หมายถึง การทำให้ไอศกรีมเย็นจัดจนแข็งตัว และจะต้องมีการคนหรือกวนตลอดเวลาด้วย มิฉะนั้นส่วนผสมต่างๆจะแยกกันแข็งตัว การปั่น/การแช่แข็งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระบบคือ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2548:36)

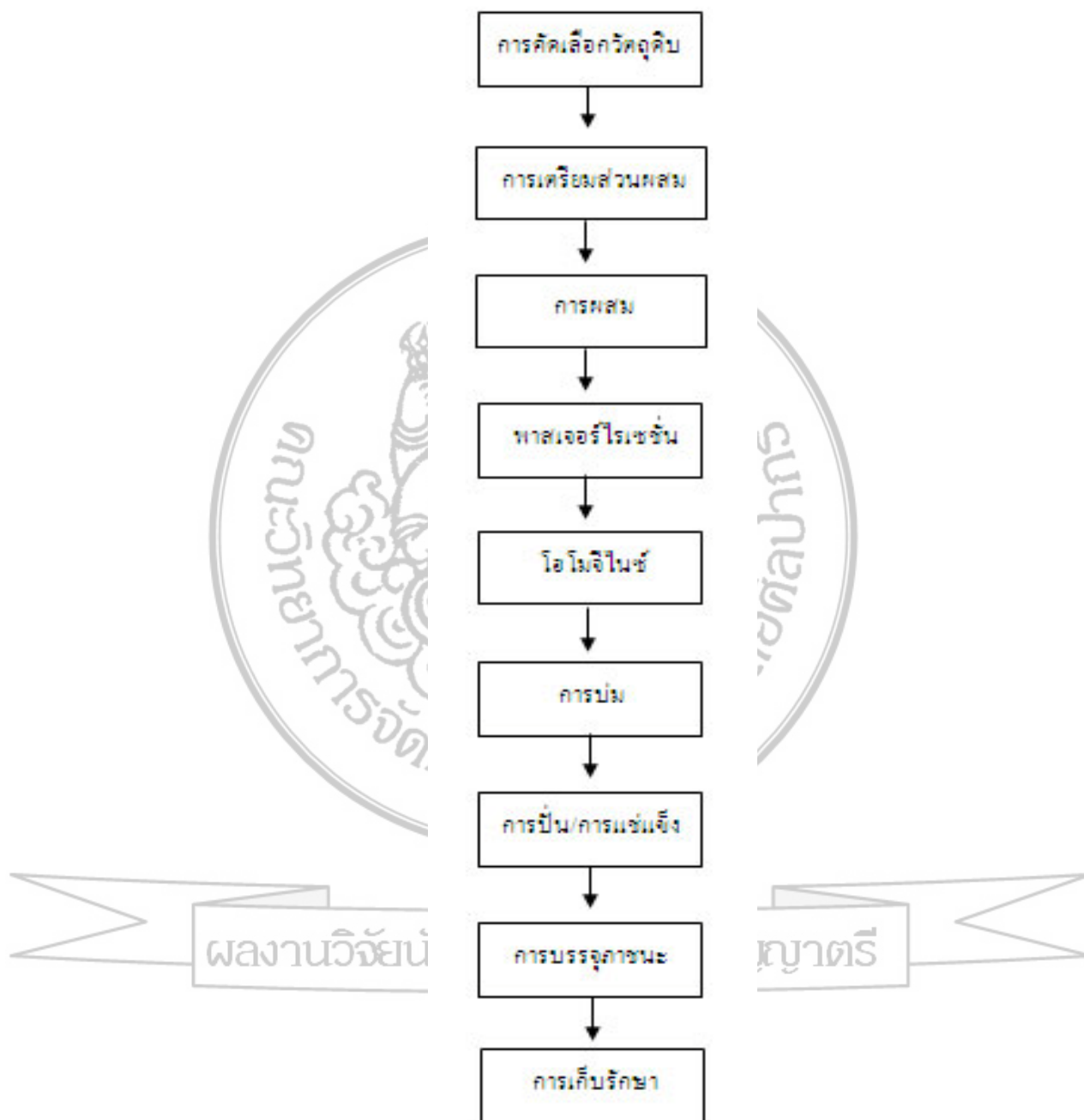
7.1) **Batch freezer** เป็นการใช้อีมโม่เนี่ยหรือฟรียอน ในการให้ความเย็นที่อุณหภูมิ -6 ถึง -9 องศาเซลเซียส และใช้เวลา 8-12 นาทีในการทำให้ส่วนผสมแข็งตัว จากนั้นก็ปิดเครื่องทำความเย็นแต่ปล่อยให้ใบพัดหมุนต่อไปเพื่อให้อากาศเข้าไปในส่วนผสมทำให้ปริมาณของไอศกรีมเพิ่มมากขึ้น (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2548:36)

7.2) **Continuous freezer** หมายถึง ขั้นตอนนี้เหมือนขั้นตอนแรก แต่ต่างกันว่าส่วนผสมและอากาศจะถูกบีบผ่านเข้าไปใน freezer พร้อมกันภายใต้การควบคุมอัตราส่วนอย่างเหมาะสม วิธีนี้สามารถควบคุม Overrun ของไอศกรีมได้ดีกว่าวิธีแรก (Overrun คือ ปริมาตรของอากาศที่ถูกเติมเข้าไปในไอศกรีมในขั้นตอนการปั่น) อุณหภูมิที่ใช้ประมาณ -5.6 ถึง 8.9 องศาเซลเซียส ใช้เวลาประมาณ 25 วินาที ไอศกรีมที่ได้มีเนื้อแน่นและละเอียด (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2548:36)

8) การบรรจุภาชนะ หมายถึง ไอศกรีมที่ออกจาก Freezer มีลักษณะแข็งกึ่งเหลว จะถูกนำบรรจุในภาชนะที่ต้องการ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2548:37)

9) การเก็บรักษา หมายถึง ไอศกรีมที่บรรจุภาชนะเรียบร้อยแล้วจะถูกนํากลับไปที่ห้องความเย็นโดยเร็วที่สุดที่อุณหภูมิ -35 ถึง -45 องศาเซลเซียส เพื่อทำให้น้ำ ที่เหลือในไอศกรีมอีกประมาณ 30% แข็งตัว (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2548:37)

8.6 แผนผังกระบวนการผลิต/บริการ



แผนผังที่ 3 กระบวนการผลิต

บทที่ 10
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ตารางที่ 22 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางแก้ไข
1.	ปัญหาในเรื่องฤดูกาลหนาว	ยอดขายลดลง	หาสินค้าทดแทนที่เป็นสมุนไพรเพื่อสุขภาพมาจำหน่ายเพื่อเป็นทดแทนไอศกรีม
2.	ในการขายส่งร้านอาหารหรือซูเปอร์มาเก็ตไม่ยอมรับไอศกรีมเข้าขาย	ทำให้ช่องทางการตลาดขยายได้ไม่กว้างเท่าที่ควร	ต้องสร้างคุณภาพและความน่าเชื่อถือให้ร้านเหล่านั้นเห็นและเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า
3.	คู่แข่งจัดโปรโมชั่นในการทานไอศกรีม	ทำให้ลูกค้าที่สนใจในเรื่องของโปรโมชั่นหันไปซื้อสินค้าของคู่แข่งมากกว่าสินค้าของทางร้าน	ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความมีประโยชน์ของสมุนไพรอย่างแท้จริงเมื่อลูกค้าได้รับประทานไอศกรีมเข้าไป
4.	ปัญหาเรื่องปัจจัยในการผลิตมีราคาเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากราคาน้ำมันเป็นปัจจัยที่เป็นตัวแปร	ปัจจัยในการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการผลิตที่สูงขึ้นและต้องทำให้มีการปรับราคาเพิ่มมากขึ้น	พยายามสร้างเครือข่ายในการส่งปัจจัยการผลิตให้กับกิจการ
5.	ปัญหาในการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์	ปัญหาที่เกิดขึ้นคือคู่แข่งที่ทำการเลียนแบบสินค้าย่อมมีการตั้งราคาที่ต่ำกว่าเพื่อดึงดูดลูกค้า	สร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า

บรรณานุกรม

- ข้อมูลการตลาด. “เศรษฐกิจขาลงกับพฤติกรรมการใช้จ่ายคนกรุงเทพฯ.” ฐานเศรษฐกิจ, 28 มิถุนายน – 1 กรกฎาคม 2552, 24.
- ถาวร สุขศรีสรณจิตร์ และคณะ. “แผนธุรกิจ Herbies Ice cream.” แผนธุรกิจปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- นิกข์นิภา สหทัยชิน. ธุรกิจในฝัน ไอศกรีมมีโอเดีย. กรุงเทพฯ : บริษัท ไอดีซี อินโฟ ดิสทริบิวเตอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด, 2551.
- นิจศิริ เรืองรังษี และ พะยอม ตันติวัฒน์. พืชสมุนไพร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ โอ. เอส. พรินต์ติ้ง เฮาส์, 2534.
- นิตดา หงวิวัฒน์. น้ำผักผลไม้. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงแดดจำกัด, 2549.
- _____ . ไอศกรีมผลไม้. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงแดดจำกัด, 2547.
- ปณิธิ ลีตระกูล. “แผนธุรกิจร้าน ไอศกรีม Mr.&Mrs. Ice cream.” แผนธุรกิจปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2549.
- วุฒิ สุขเจริญ. ธุรกิจส่วนตัวคุณเองก็ทำได้ง่ายนิดเดียว. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด, 2550.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ธุรกิจ ไอศกรีมโฮมเมด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
- ดารา วงศ์วรรณ. ไอศกรีมผลไม้ จุดขายเพื่อสุขภาพ [Online]. Accessed 8 November 2009. Available from http://women.sanook.com/work/108jobs/108jobs_17009.php?page=25
- ตลาดศรีเมือง. ราคาผักผลไม้ [Online]. Accessed 1 July 2009. Available from _____
- นิตยสารผู้จัดการรายสัปดาห์. 4 กลยุทธ์รุกตลาดไอศกรีมยุคใหม่ [Online]. Accessed 12 July 2009. Available from <http://gotomanager.com/news/printnews.aspx?id=55176>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. เศรษฐกิจซบเซา...คนกรุงเทพฯปรับพฤติกรรมบริโภคสินค้าอาหาร [Online]. Accessed 15 July 2009. Available from <http://zpositioningmag.com/prnews/=77266>
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. จำนวนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยต่างๆ [online]. Accessed 11 July 2009. Available from <http://mua.go.th/infodata/49/all2549.htm>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ธุรกิจร้านอาหาร [Online]. Accessed 12 July 2009. Available from http://cms.sme.go.th/cms/c/portal/layout?p_1_id=25.671

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. จำนวนประชากรจังหวัดราชบุรี [Online]. Accessed 11 July 2009.

Available from <http://web.nso.go.th/pop2000/finalrep/ratchaburifn.pdf>

ห้องสมุดธนาคารไทยพาณิชย์. ไอศกรีมปี2550 มูลค่าตลาด 11,000 ล้านบาท เดิมโตร้อยละ 5.0

[Online]. Accessed 12 July 2009. Available from <http://www.scb.co.th/LIB/th/article>

ไอศกรีมแฟนคลับ. ไอศกรีมปี'49 : สมรภูมิเดือด...ช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดรวม 10,000 ล้านบาท

[Online]. Accessed 12 July 2009. Available from <http://icecreamfanclub.com/index>.

แม่บ้าน.Hooray! (ฮูเร้!) หวานใส...ใช้แทนน้ำตาล ดีต่อสุขภาพ [Online]. Accessed 29

September 2009. Available from http://maeban.co.th/show_topic.php?id=67

bsnnews. เนสท์เล่ เปิดสงครามเย็นชิงลูกค้าภูธร [Online]. Accessed 29 July 2009. Available from

<http://bsnnews.com/ContentDetail.asp?ContentID=16478>

positioning Magazine. ศึกร้อนๆของไอศกรีม [Online]. Accessed 12 July 2009. Available from

<http://positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=75992>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก ก คำนิยามศัพท์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

อธิบายคำศัพท์

คำศัพท์ ความหมาย

HAHIC Herb and Healthy Ice-Cream (ไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพ)

1 ไลน์ เท่ากับ 0.224 กรัม

ลดความดัน ช่วยในการลดความดันภายในกระแสเลือด

ผิวงาม ช่วยให้ผิวพรรณมีสุขภาพดี

บำรุงเลือด ช่วยในการบำรุงเลือดในร่างกาย

บรรเทา เป็นอาการที่มีความคิดดีๆ ขึ้นมา

เลือดปลอดภัย ภายใต้อาการจะไม่มีไขมันอยู่

กำจัดสารพัดโรค เป็นการป้องกันโรคได้หลายโรค

ดีสองเท่า มีสิ่งดีๆ สองอย่างภายในชนิดเดียว หรือมีสรรพคุณที่มาก

เป็นสองเท่า

เย็นนอกเย็นใน เป็นอาการที่แก้ร้อนในร่างกาย

สร้างความทรงจำ ช่วยให้ความทรงจำดีขึ้น

Super premium เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสูงมาก

Premium เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสูงรองลงมาจาก Super premium

Mass เป็นสินค้าระดับกลางที่มีคุณภาพ และราคาที่อยู่ใน

ร้านโชว์ห่วย ร้านค้าที่ขายตามชนบทที่มีสินค้าเกือบทุกชนิดขายอยู่ใน

ร้าน

ไฮเปอร์มาร์เก็ต

ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ที่รวมทั้งดีสเคาท์สโตร์และซูเปอร์มาร์เก็ตไว้ด้วยกัน ไฮเปอร์มาร์เก็ตนี้จะมีขนาดประมาณ 100,000 ถึง 300,000 ตารางฟุต

ร้านสะดวกซื้อ

เป็นรูปแบบหนึ่งของการค้าปลีก ซึ่งมีสถานที่ตั้งที่ให้ความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า มากกว่าร้านค้าปลีก

ร้านค้าปลีก

ร้านจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคในท้องถิ่นของตน ใน
ปริมาณที่ไม่มากนัก

พาสเจอร์ไรเซชัน เป็นการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน

โฮโมจีไนซ์ การปั่นให้เนื้อไอศกรีมมีขนาดเล็กลงกว่า

2 ไมครอน

การบ่ม เป็นการเก็บรักษาไอศกรีมไว้ไม่ต่ำกว่า

4 ชั่วโมงที่

อุณหภูมิ 0 ถึง 4 องศาเซลเซียส



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก ข. แบบฟอร์มการขอ ออ.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบ อ.๑

เลขรับที่.....

วันที่.....

คำขออนุญาตตั้งโรงงานผลิตอาหาร

เขียนที่

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

๑. ข้าพเจ้า.....อายุ.....ปี สัญชาติ.....

บัตรประจำตัวประชาชน เลขที่.....ออกให้ ณ.....

อยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....หมู่ที่.....

ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....

โทรศัพท์.....

๒. ขอรับใบอนุญาตตั้งโรงงานผลิตอาหาร ในนามของ.....

(ชื่อผู้ขออนุญาต)

โดยมี.....เป็นผู้ดำเนินการ ณ สถานที่ผลิตชื่อ.....

อยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....หมู่ที่.....

ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....

โทรศัพท์.....และมีสถานที่เก็บอาหารอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....

ถนน.....หมู่ที่.....ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....

จังหวัด.....โทรศัพท์.....

๓. เพื่อผลิตอาหาร.....

๔. พร้อมกับคำขอนี้ข้าพเจ้าได้แนบหลักฐานต่าง ๆ มาด้วย คือ

- (๑) รายการเครื่องจักรเครื่องมือพร้อมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบในการผลิตอาหารจำนวน ๒ ชุด
- (๒) แผนที่แสดงที่ตั้งของโรงงานและสิ่งปลูกสร้างที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง จำนวน ๒ ชุด
- (๓) แบบแปลนแผนผังสิ่งปลูกสร้างภายในบริเวณโรงงาน จำนวน ๒ ชุด
- (๔) สำเนาหรือรูปถ่ายทะเบียนบ้าน
- (๕) สำเนาหรือรูปถ่ายหนังสือรับรองการจดทะเบียน วัตถุประสงค์ และมีอำนาจลงชื่อแทน

นิติบุคคลผู้ขออนุญาต

- (๖) หนังสือแสดงว่าเป็นผู้ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการของนิติบุคคลผู้ขออนุญาต
- (๗) สำเนาหรือรูปถ่ายใบทะเบียนการค้าหรือใบทะเบียนพาณิชย์
- (๘) หนังสือรับรองสัญชาติของนิติบุคคลจากกระทรวงพาณิชย์

(ลายมือชื่อ)..... ผู้ยื่นคำขอ

แบบ สบ.3

เลขรับที่

วันที่

คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร

ข้าพเจ้า ในนามของ (บริษัท / ห้าง / ร้าน

..... ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ ณ เลขที่

ซอย ถนน หมู่ที่ ตำบล/แขวง

อำเภอ/เขต จังหวัด โทร.

มีความประสงค์ขออนุญาตใช้ฉลากของอาหารตามตัวอย่างที่ได้แนบมาด้วย และมีรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อประกอบการพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ชื่ออาหารภาษาไทย

ชื่ออาหารภาษาต่างประเทศ

2. ลักษณะของอาหาร

3. ประเภท..... ตามประกาศฯ ฉบับที่

4. ชนิดของภาชนะบรรจุ ขนาดบรรจุ

5. รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ผลิต แบ่งบรรจุ หรือนำเข้าเพื่อจำหน่าย

5.1 ได้รับอนุญาตผลิตอาหารตามใบอนุญาตเลขที่ ประเภท ได้รับอนุญาตนำเข้าหรือส่งอาหารเข้ามาในราชอาณาจักรตามใบอนุญาตเลขที่

ประเภท

 ได้รับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่ ประเภทอาหาร5.2 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ผลิต ชื่อและที่ตั้งของสถานที่แบ่งบรรจุ ชื่อและที่ตั้งของสถานที่นำเข้า

6. สูตรส่วนประกอบของอาหาร (คิดเป็นร้อยละของน้ำหนัก)

ชื่อวัตถุ	ปริมาณ	ชื่อวัตถุ	ปริมาณ
.....
.....
.....

(แบบ

7. ๒ ชุดกรเทบรททย ผลิตถัณษัณั ได้นาน วัน

8. รายละเอียดเพิ่มเติมอื่น ๆ

กรรมวิธีการผลิต

.....

- คำแปลภาษาต่างประเทศ จำนวน ฉบับ
9. วัตถุประสงค์ของฉลาก
- เป็นฉลากสำหรับอาหารที่จำหน่ายในราชอาณาจักร
- เป็นฉลากสำหรับอาหารที่มีได้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค แต่จำหน่ายให้แก่โรงงานประเภท
- เป็นฉลากสำหรับอาหารที่จะส่งออกจำหน่ายนอกราชอาณาจักร
10. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า จะแสดงข้อความในฉลากให้ปรากฏชัดเจนและสอดคล้องกับพื้นฉลากที่ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อที่บรรจุอาหาร และจะดำเนินการจัดทำฉลากให้ถูกต้องตามที่ได้รับอนุมัติภายในเวลา 60 วัน นับแต่วันที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ฉลากตามคำขอนี้เป็นต้นไป
11. ข้าพเจ้าได้ส่งหลักฐานในการยื่นคำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร ดังนี้
- 11.1 คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร จำนวน 2 ฉบับ (ลงลายมือชื่อจริงทุกฉบับ)
- 11.2 ฉลาก จำนวน 5 ชุด
- 11.3 ผลการตรวจวิเคราะห์อาหาร (ฉบับจริงพร้อมสำเนา) จำนวน 2 ชุด (สำหรับอาหารควบคุมเฉพาะ และอาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน)
- 11.4 เอกสารอื่น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ลงชื่อ ผู้ดำเนินการ
(.....)

สำหรับเจ้าหน้าที่

 อนุญาต อาหารชื่อ

เลขสารบบอาหารที่

 ไม่อนุญาต เนื่องจาก

ลงชื่อ ผู้อนุญาต

(.....)

ตำแหน่ง

วันที่

แบบ สบ.1

เลขที่รับ

.....

วันที่

.....

คำขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน

เขียน

ที่.....

วันที่ เดือน พ.ศ.

1. ข้าพเจ้า อายุ ปี สัญชาติ

.....

บัตรประจำตัวประชาชนเลขที่ ออกให้ ณ

อยู่เลขที่ ตรอก/ซอย ถนน หมู่

ที่

ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต จังหวัด

.....

โทรศัพท์ โทรสาร

.....

ขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหาร ในนามของ

.....

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

(ชื่อผู้ขออนุญาต)

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี โดยมี

.....

เป็นผู้ดำเนินการ ณ สถานที่ผลิต ชื่อ

..... อยู่เลขที่

ตรอก/ซอย ถนน หมู่ที่ ตำบล/แขวง

..... อำเภอ/เขต จังหวัด

โทรศัพท์ โทรสาร และมีสถานที่เก็บ

อาหารอยู่เลขที่ ตรอก/ซอย ถนน

..... หมู่ที่ ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต
 จังหวัด โทรศัพท์

โทรสาร

2. อาหารที่ผลิต ณ สถานที่ผลิตนี้ ได้แก่

กลุ่ม 1 อาหารควบคุมเฉพาะ กลุ่ม 2 อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน กลุ่ม 3 อาหารที่ต้องมีฉลาก
 ประเภท ประเภท ประเภท

.....

3. ข้าพเจ้าได้ส่งหลักฐานในการยื่นคำขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหาร ดังนี้

- คนงาน
- 3.1 คำขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1) จำนวน 2 ฉบับ
 - 3.2 รายการเครื่องจักร เครื่องมือ พร้อมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบในการผลิต รวมทั้งจำนวน
 - 3.3 แผนที่แสดงที่ตั้งของสถานที่ผลิตและสิ่งปลูกสร้างที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง
 - 3.4 แบบแปลนแผนผังสิ่งปลูกสร้างภายในบริเวณสถานที่ผลิต
 - 3.5 สำเนาหรือรูปถ่ายทะเบียนบ้าน
 - 3.6 สำเนาหรือรูปถ่ายหนังสือรับรองการจดทะเบียน วัตถุประสงค์ และผู้มี

อำนาจลงชื่อ

แทนนิติบุคคลผู้ขออนุญาต

- 3.7 สำเนาหรือรูปถ่ายใบทะเบียนพาณิชย์
- 3.8 หนังสือแสดงว่าเป็นผู้ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการของนิติบุคคลผู้ขอ

อนุญาต

- 3.9 หนังสือรับรองสัญชาติของนิติบุคคลจากกระทรวงพาณิชย์
- 3.10 อื่น ๆ

2

(แบบ

4. ขอรับรองว่า

4.1 การผลิตอาหารดังกล่าวข้างต้นเป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต

อาหาร

ว่าด้วยสัญลักษณ์ทั่วไป และว่าด้วยเรื่อง

.....

4.2 อาหารที่ผลิตต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- มีคุณภาพหรือมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง

.....

.....

.....

อาหาร

- ใช้วัตถุเจือปนอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องวัตถุเจือปน

อาหาร

- ใช้สีผสมอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องสีผสม

ด้วยเรื่อง

- ไม่มีการใช้วัตถุที่ห้ามใช้ในอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่า

วัตถุที่ห้ามใช้ในอาหาร

สาธารณสุข

- ไม่มีการใช้อาหารที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย ตามประกาศกระทรวง

ว่าด้วยเรื่องอาหารที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย เป็นส่วนประกอบ

- แสดงฉลากอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องฉลาก

- ใช้ภาชนะบรรจุตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องภาชนะ

บรรจุ

- อื่น ๆ

4.3 ต้องยื่นคำขออนุญาตใช้ฉลากอาหารตามแบบ สบ.3 หรือแจ้งรายละเอียดของ

อาหารที่ผลิตตามแบบ สบ.5 ให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาทราบก่อนการผลิตครั้งแรก
ของอาหาร แต่ละรายการทุกครั้ง

5. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า คำรับรองดังกล่าวข้างต้นสามารถปฏิบัติได้ทุกประการ

ลงชื่อ

ดำเนินกิจการ

(.....)

หมายเหตุ : การฝ่าฝืนคำรับรองในข้อ 4.1-4.3 ย่อมมีความผิดตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522

สำหรับเจ้าหน้าที่

เลขสถานที่ผลิตอาหารเพื่อนำไปประกอบการแสดงเลขสารบบอาหาร

อนุญาต

เลขสถานที่ผลิตอาหาร ที่

.....

ให้แก่

.....

(ชื่อบุคคลธรรมดาและชื่อร้าน หรือชื่อนิติบุคคล)

ไม่อนุญาต เนื่องจาก

.....

อนุญาต

ลงชื่อ ผู้

(.....)

ตำแหน่ง

.....

วันที่

.....

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก ค แบบสอบถาม

ผลงานวิทยนั้กศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถาม เรื่อง การจัดตั้งร้านไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพ บริเวณอำเภอจอมบึง เพื่อ
ประกอบการจัดทำแผนธุรกิจของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ตรงข้อความที่เป็นคำตอบของท่านเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา

ข้าราชการ

พนักงานบริษัท

อื่นๆ

3. คุณใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารหวานหรือของทานเล่นต่อเดือนเท่าใด

100-500 บาท

501-1,000 บาท

1,001-1,500 บาท

1,501-2,000 บาท

มากกว่า 2,000 บาท

4. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้คุณเลือกทานไอศกรีม

ราคา

รสชาติ

คุณภาพ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

คุณประโยชน์จากไอศกรีม

5. หากคุณต้องการทานไอศกรีมคุณต้องการซื้อไอศกรีมที่ราคาเริ่มต้นที่เท่าใด

10-15 บาท

16-20 บาท

21-25 บาท

26 บาทขึ้นไป

6. คุณทานไอศกรีมบ่อยแค่ไหน

- 1-2 ครั้งต่อเดือน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
- มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์

7. เหตุผลที่ท่านไปรับประทานไอศกรีม

- อยากรับประทาน เพื่อพบปะสังสรรค์ คลายร้อน
- รายการส่งเสริมการขาย อื่น _____

8. คุณนิยมรับประทานไอศกรีม ในรูปแบบใดมากที่สุด

- นั่งรับประทานที่ร้านไอศกรีม นั่งรับประทานที่ภัตตาคาร/ร้านอาหาร
- ซื้อแล้วเดินรับประทานจากร้าน ซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน

9. หากมีไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพชนิดสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูป ออกมาจำหน่าย คุณสนใจซื้อรับประทาน หรือไม่

- สนใจ ไม่สนใจ คิดดูก่อน

10. หากคุณสนใจอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้คุณเข้ามาทานไอศกรีม

- คุณประโยชน์ที่จะได้รับจากไอศกรีม ความแปลกใหม่ของไอศกรีม

11. หากมีโอกาสคุณจะเลือกทานไอศกรีมชนิดใด (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไอศกรีมกระเจี๊ยบ ไอศกรีมแครอท ไอศกรีมใบบัวบก
- ไอศกรีมเผือกอัญชัญ ไอศกรีมข้าวโพด ไอศกรีมเสาวรส
- ไอศกรีมลูกเดี๋ย ไอศกรีมว่านหางจระเข้ ไอศกรีมมะตูม

ไอศกรีมถั่วเหลือง

12. โดยส่วนใหญ่คุณไปรับประทานไอศกรีมกับใคร และโดยเฉลี่ยกี่ท่าน

เพื่อน _____ คน ครอบครัว _____ คน รับประทานคนเดียว



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

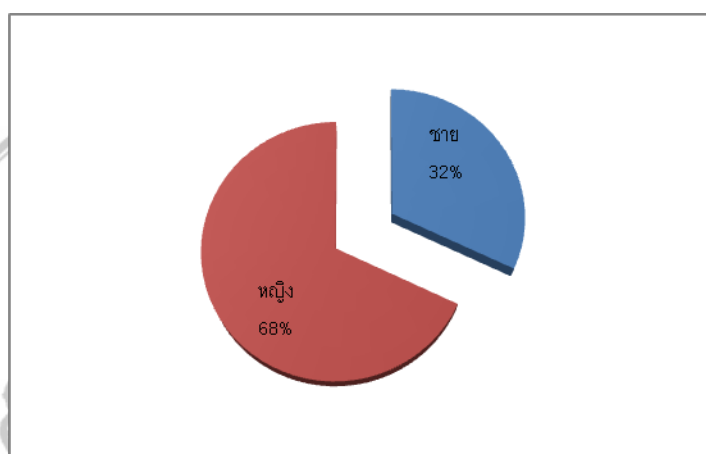


ภาคผนวก ง ผลของการสำรวจแบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

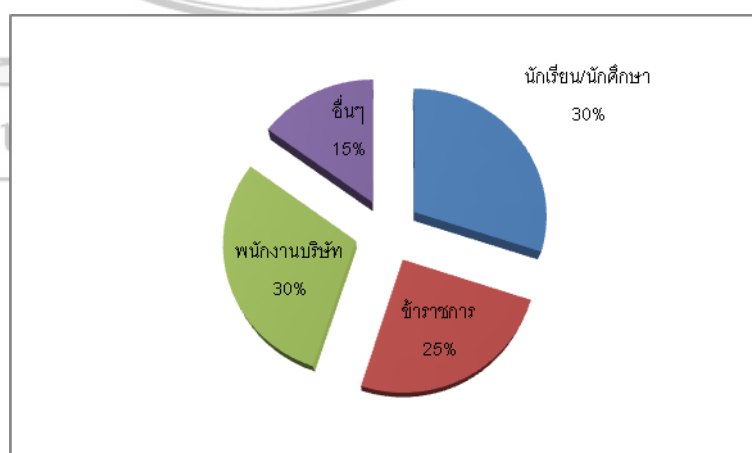
ผลของการสำรวจแบบสอบถามพฤติกรรมกรบริโภคไอศกรีม

ผู้จัดทำได้ทำการเก็บตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง จากประชากรกลุ่มเป้าหมายระหว่างวันที่ 5-9 ตุลาคม พ.ศ. 2552 ณ บริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง,บริเวณหน้าห้างรอยัลพาร์ค จังหวัดราชบุรี,บริเวณหน้าโลตัสบ้านโป่ง



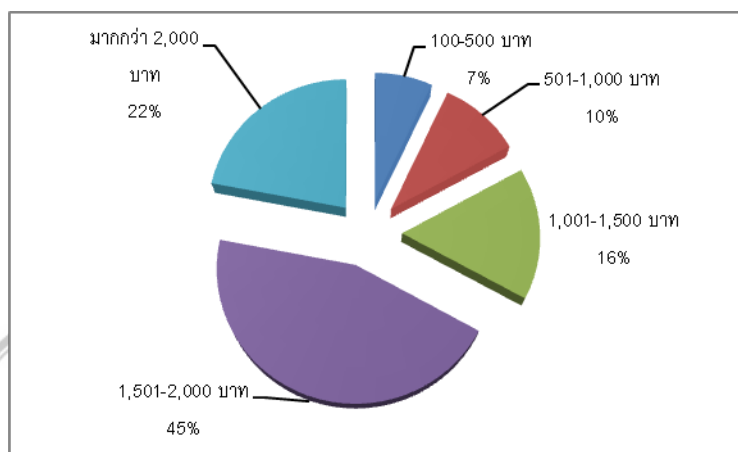
กราฟที่ 1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกราฟจะพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ได้ทำการสำรวจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง



กราฟที่ 2 อาชีพของกลุ่มผู้บริโภค

จากกราฟจะพบว่าผู้บริโภครส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา และพนักงานบริษัท รองลงมาคือข้าราชการ และอื่นๆ ตามลำดับ



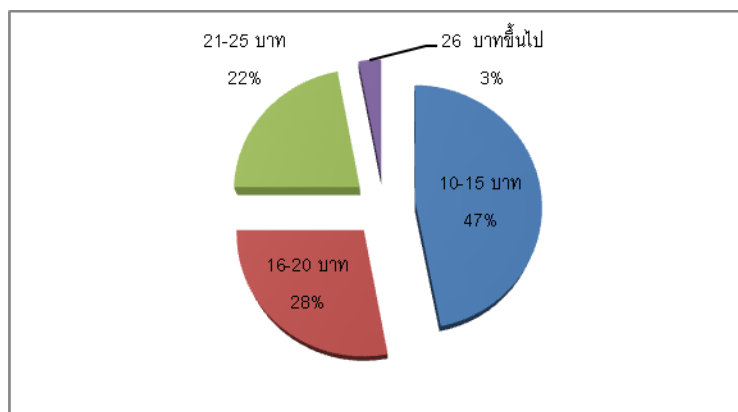
กราฟที่ 3 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารหรือของทานเล่นของผู้บริโภค

จากกราฟจะพบว่าผู้บริโภครส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารหวานหรือของทานเล่นที่ 1,501-2,000 บาทต่อเดือน รองลงมาคือ มากกว่า 2,000 บาทต่อเดือน 1,001-1,500 บาทต่อเดือน 501-1,000 บาทต่อเดือน และ 100-500 บาทต่อเดือน ตามลำดับ



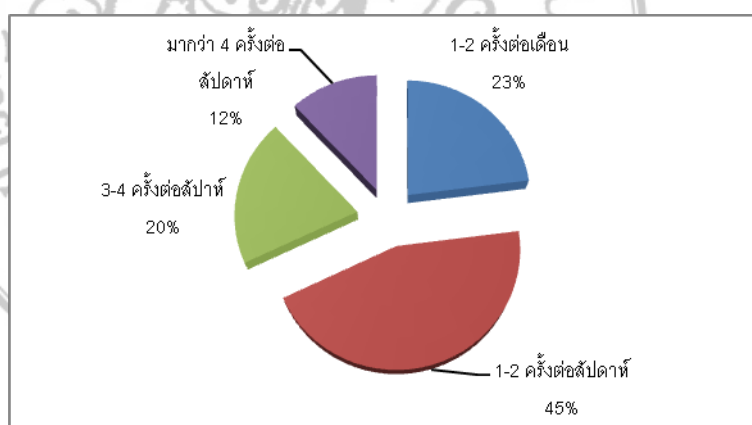
กราฟที่ 4 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกทานไอศกรีมของผู้บริโภค

จากกราฟจะเห็นว่าผู้บริโภครให้ความสำคัญสูงสุดในการเลือกซื้อไอศกรีมได้แก่รสชาติ, คุณภาพของไอศกรีม, ราคา, คุณประโยชน์จากไอศกรีม และปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุดในการตัดสินใจทานไอศกรีมของผู้บริโภครคือวัสดุหีบที่ใช้ในการผลิต



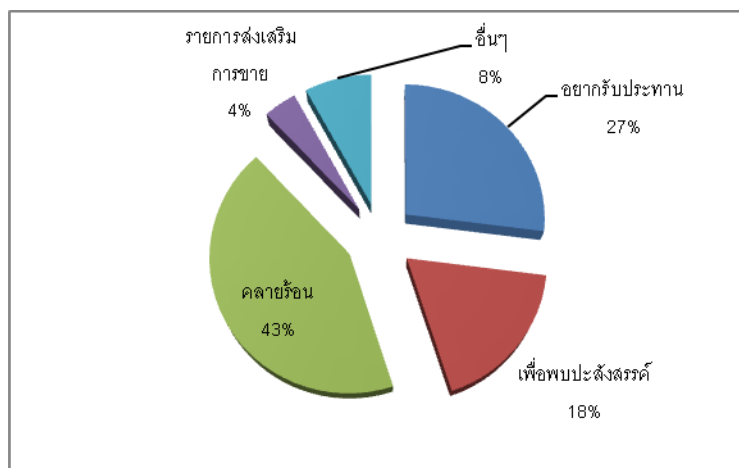
กราฟที่ 5 ราคาเริ่มต้นที่ผู้บริโภคร้องขอซื้อปุ๋ยอินทรีย์

จากกราฟพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ที่ราคาเริ่มต้นที่ 10-15 บาท รองลงมาคือ 16-20 บาท 21-25 บาท และ 26 บาทขึ้นไป ตามลำดับ



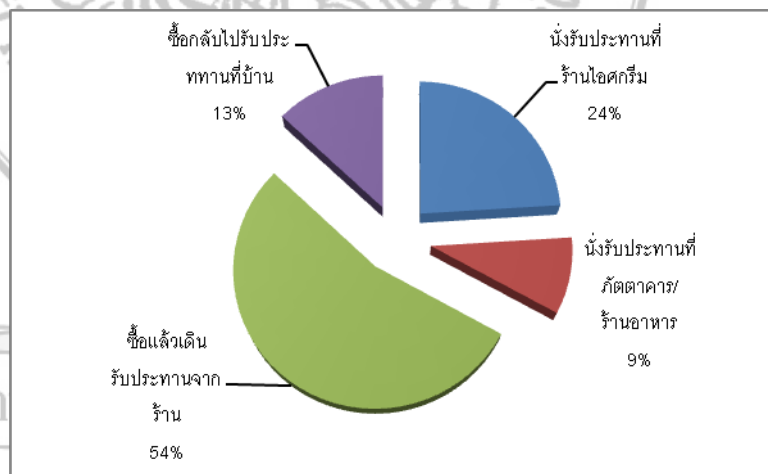
กราฟที่ 6 ความบ่อยในการรับประทานปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภค

จากกราฟจะพบว่าผู้บริโภคทานปุ๋ยอินทรีย์มากที่สุดคือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์, 1-2 ครั้งต่อเดือน, 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์, มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ตามลำดับ



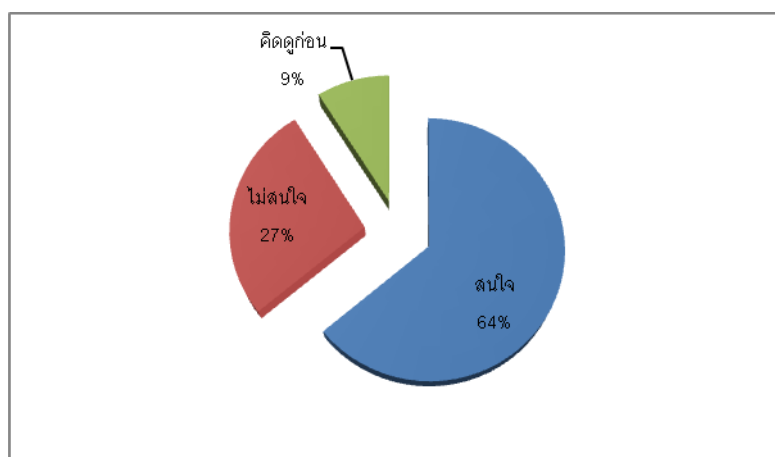
กราฟที่ 7 เหตุผลที่ผู้บริโภคน้ำไอศกรีม

จากกราฟจะพบว่าเหตุผลที่ผู้บริโภคน้ำไอศกรีมอื่นเนื่องมาจากคลายร้อน, อยากรับประทานอย่างไม่มีสาเหตุ, เพื่อพบปะสังสรรค์, อื่นๆ และรายการส่งเสริมการขายเป็น เหตุผลสุดท้าย ในการทานน้ำไอศกรีมของผู้บริโภค



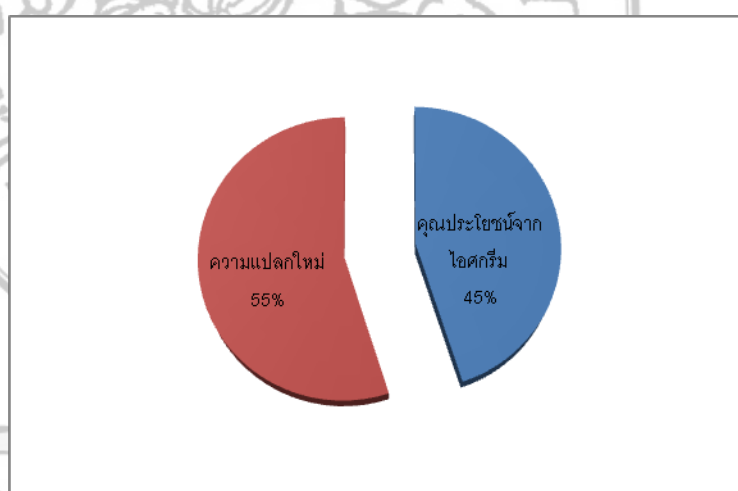
กราฟที่ 8 สถานที่ผู้บริโภคนิยมรับประทานไอศกรีม

จากกราฟจะพบว่าผู้บริโภคนิยมรับประทานไอศกรีมโดยการซื้อจากร้านแล้วเดินรับประทานเพื่อความสะดวกรวดเร็วและเวลาที่มืออยู่อย่างจำกัดของผู้บริโภค รองลงมาคือ นั่งรับประทานที่ร้านไอศกรีม, ซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน, นั่งรับประทานที่ภัตตาคาร/ร้านอาหารตามลำดับ



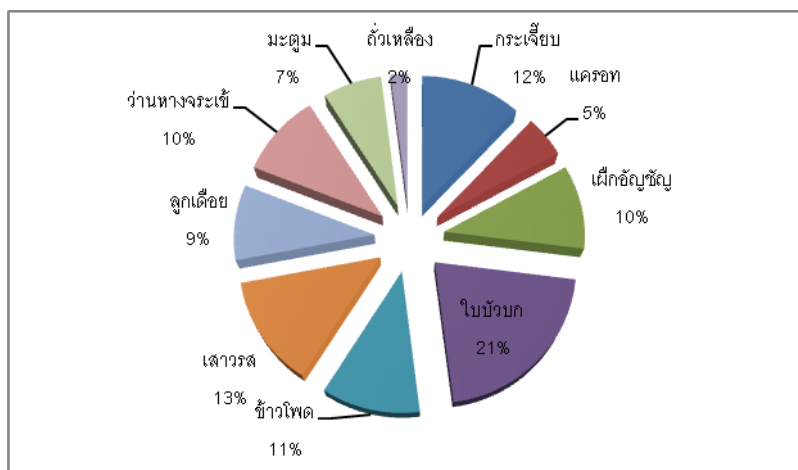
กราฟที่ 9 ความสนใจของผู้บริโภคต่อไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพแบบสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป

จากกราฟพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสนใจในไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพ



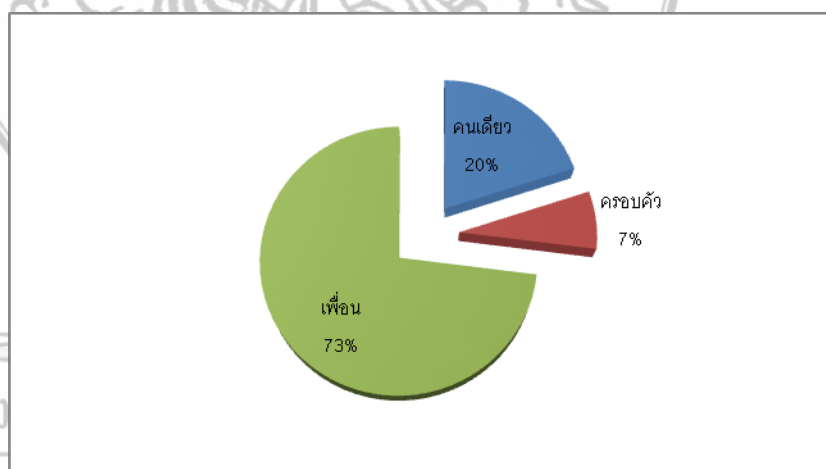
กราฟที่ 10 ปัจจัยที่ผู้บริโภคได้รับประทานไอศกรีม

จากกราฟพบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคได้รับประทานไอศกรีมคือความแปลกใหม่ของไอศกรีม เพราะไอศกรีมสมุนไพรเพื่อสุขภาพในรูปแบบของสำเร็จรูปยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดผลิตขึ้น ผู้บริโภคจึงมองว่าเป็นความแปลกใหม่ของไอศกรีม รองลงมาเป็นปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของไอศกรีมเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น



กราฟที่ 11 ไอศกรีมที่ผู้บริโภคนิยมเลือกทานหากมีโอกาส

จากกราฟพบว่าผู้บริโภคนิยมเลือกทานไอศกรีมรสไข่อบมากที่สุด รองลงมา คือ เสาวรส, กระจับ, ข้าวโพด, ว่านหางจระเข้, เฟ็กอัญชัญ, ลูกเดือย, มะตูม, แครอท, ถั่วเหลือง ตามลำดับ



กราฟที่ 12 กลุ่มบุคคลที่ผู้บริโภคนิยมไปทานไอศกรีมด้วย

จากกราฟจะพบว่าผู้บริโภคนิยมไปรับประทานกับเพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือการรับประทานคนเดียว และครอบครัวเป็นลำดับสุดท้าย



ภาคผนวก จ แบบฟอร์มคำขอจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบ ทส. 1



คำขอที่.....

สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท

รับวันที่.....

คำขอตระเบียนห้างหุ้นส่วน

ห้างหุ้นส่วน.....

ทะเบียนเลขที่.....

ข้าพเจ้าขอตระเบียนห้างหุ้นส่วน สามัญนิติบุคคล / จำกัด ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ดังต่อไปนี้

- จัดตั้งห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล / จำกัด
- ควบห้างหุ้นส่วน (ห้างหุ้นส่วน.....ทะเบียนเลขที่.....
ได้ควบเข้ากันกับ ห้างหุ้นส่วน.....ทะเบียนเลขที่.....)
- แก้ไขเพิ่มเติมชื่อห้างหุ้นส่วน
- แก้ไขเพิ่มเติมวัตถุประสงค์ของห้างหุ้นส่วน
- แก้ไขเพิ่มเติมที่ตั้งสำนักงานแห่งใหญ่ และ / หรือ สำนักงานสาขา
- แก้ไขเพิ่มเติมผู้เป็นหุ้นส่วน (หุ้นส่วนเข้า.....คน) (หุ้นส่วนออก.....คน)
(เพิ่มทุน / ลดทุน.....คน) (เปลี่ยนสิ่งที่นำมาลงหุ้น.....คน) (เปลี่ยนจำนวนหุ้น.....คน)
- แก้ไขเพิ่มเติมหุ้นส่วนผู้จัดการ
- แก้ไขเพิ่มเติมชื่อจำกัดอำนาจหุ้นส่วนผู้จัดการ
- แก้ไขเพิ่มเติมตราของห้างหุ้นส่วน
- รายการอื่นๆ ที่เห็นสมควรจะให้ประชาชนทราบ

ได้แนบรายการจดทะเบียน และเอกสารประกอบคำขอครบถ้วนตามที่ระเบียบสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทกลาง ฯ

กำหนดแล้ว รวม.....แผ่น

ข้าพเจ้าหุ้นส่วนผู้จัดการผู้จดทะเบียน ขอรับรองว่า การขอตระเบียนครั้งนี้ได้ดำเนินการถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมาย
โดยเป็นไปตาม

- สัญญาของผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคน เมื่อวันที่.....มีผลใช้บังคับวันที่.....
- คำสั่ง / คำพิพากษาของศาล.....ตามคดี.....หมายเลข.....
เมื่อวันที่.....

และรายการที่ระบุในคำขอตระเบียนและเอกสารประกอบถูกต้องตรงความเป็นจริงทุกประการ

(ประทับตราของห้างหุ้นส่วน)

ลงลายมือชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ

.....
(.....).....
(.....)

บันทึกนายทะเบียน

ขอรับรองว่าผู้จดทะเบียนได้ลงลายมือชื่อต่อหน้าข้าพเจ้าจริง
เมื่อวันที่.....

รับจดทะเบียน ณ วันที่.....

.....
(.....)

(ลงลายมือชื่อ).....นายทะเบียน

นายทะเบียน /

(.....)

ประทับตราตำแหน่ง

คำเตือน ผู้ใดแจ้งข้อความอันเป็นเท็จต่อเจ้าพนักงานมีความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 137, 267 และ 268

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ-สกุล นางสาวสิรินทิพย์ มีกุล

ที่อยู่ 177/1 หมู่ 4 ตำบลรางบัว อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายจาก

โรงเรียนนารีวิทยา

พ.ศ. 2549 ศึกษาต่อในระดับปริญญาบัณฑิต หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี