

# เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพไลฟ์สตาร์

นางสาวณัฐกานต์ แสนหมื่น

## บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ LIFE STAR มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสุขภาพพรีเมียม เป็นการตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพสร้างมาตรฐาน และสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มออร์แกนิกเพื่อสุขภาพจากธัญพืช ถั่ว 5 สี

บริษัทมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 17,000,000 บาท โดยแบ่งหุ้นเป็น 170,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท มีผลการดำเนินงานตลอดระยะเวลา 5 ปี ตามแผนธุรกิจที่ประมาณการคาดการณ์ไว้นั้นพบอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน บริษัทฯ มีระยะคืนทุน (Payback Period) ประมาณ 1 ปี 4 เดือน 6 วัน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 33,681,825 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 71.14%

**คำสำคัญ:** (1) เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ LIFE STAR

## 1.ความเป็นมาของแผน

ปัจจุบันนี้เทรนด์รักสุขภาพมาแรง บริษัทฯ จึงเห็นถึงโอกาสความสำคัญของผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาทำอาหารรับประทานเอง และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป บริษัท ไลฟ์สตาร์ ควอลิตี้ จำกัด จึงได้นำเสนอเครื่องดื่มโภชนาการสูง มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และสามารถทดแทนมื้ออาหาร รับประทานได้บ่อยครั้งต่อวัน ไม่มีผลต่อน้ำหนัก วัตถุดิบที่นำมาใช้เป็นส่วนผสมคือพืชออร์แกนิกที่ปลอดภัยไร้สารพิษ ประกอบด้วย ถั่วทั้ง 5 สี คือ ถั่วเหลือง ถั่วเขียว ถั่วดำ ถั่วแดง และถั่วขาว หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “เบญจธาตุ” ส่วนสารที่ให้ความหวานปลอดภัยต่อสุขภาพ ไม่ใช่ น้ำตาลแต่เป็นการสกัดหญ้าหวานมาใช้แทนน้ำตาลที่นำมาผสมในเครื่องดื่ม

## 2.รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพของ บริษัท ไลฟ์สตาร์ ควอลิตี้ จำกัด ได้นำสุขภาพพรีเมียมคือถั่ว 5 ชนิดถั่วเขียว ถั่วเหลือง ถั่วดำ ถั่วขาว ถั่วเหลือง ที่มีคุณค่าและประโยชน์นำมารวมกัน พร้อมทั้งหญ้าหวานที่ให้ความหวานแทนน้ำตาลแต่ไม่ทำให้พลังงาน ไม่ส่งผลต่อน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นเหมาะสำหรับผู้รักสุขภาพ ภายใต้ผลิตภัณฑ์ชื่อ “Life Star”



## 3.การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อม

อุตสาหกรรมอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพในด้านสภาพภูมิอากาศ และภูมิ

ประเทศเหมาะแก่การเพาะปลูกทำให้มีวัตถุดิบจำนวนมากสำหรับการนำไปแปรรูปในอุตสาหกรรมจนสามารถส่งออกสินค้าอาหารได้ปีละหลายหมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2556 ภาคเอกชนตั้งเป้าหมายการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารไว้ที่ 1 ล้านล้านบาท ถึงแม้ว่าตัวเลขส่งออกที่แท้จริงจะโตไม่ถึงเป้า 1 ล้านล้านบาทก็ตาม แต่ตัวเลขก็เฉียดเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งนับได้ว่าเป็นตัวเลขที่มีมูลค่ามหาศาลการที่ผู้บริโภคที่หันมานิยมอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้นเป็นผลดีในทางธุรกิจผู้ผลิตสินค้าจึงใช้ช่องทางการกระจายสินค้าให้ถึงผู้บริโภคได้ง่ายยิ่งขึ้น และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการนำนวัตกรรมใหม่ๆ พัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะด้าน คุณค่าทางโภชนาการที่ได้รับรวมทั้งการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ดูดีเข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตการแสดงคุณค่าหรือคุณประโยชน์หรือความเป็นมาของส่วนบริษัท ไลฟ์สตาร์ คอวลิตี จำกัด จึงได้ผลิตคิดค้น และพัฒนานวัตกรรมมาเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคที่ต้องการเติมเต็มสุขภาพให้ดียิ่งขึ้น

### 1. สถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรม

จากสถานการณ์ข้อมูลตลาดอาหารเพื่อสุขภาพมีการเติบโตอย่างมากมีมูลค่าอยู่ที่ 14,000 ล้านบาทในประเทศถือเป็นตัวเลขที่มากดังนั้นเมื่อมีตลาดขนาดใหญ่ส่งผลให้อุตสาหกรรมมีการเติบโตเร็วของการแข่งขันของเครื่องดื่มน้ำเพื่อสุขภาพในตลาดอุตสาหกรรมค่อนข้างสูง เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ มีราคาแตกต่างกันไปตามวัตถุดิบ แต่ราคาไม่ต่างกันมาก แล้วแต่นโยบายกลยุทธ์ของแต่ละบริษัทที่จะนำมาใช้เพื่อกระตุ้นส่วนแบ่งตลาด จึงมีสินค้าประเภทนี้หาซื้อได้ง่ายตามห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อต่างๆ ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย เนื่องจากในท้องตลาดมีเครื่องดื่มน้ำเพื่อสุขภาพมาก แต่ละยี่ห้อรสชาติ และประโยชน์แตกต่างกันออกไป ทำให้ลูกค้ามีการเปรียบเทียบสินค้าก่อนซื้อ ดังนั้นมีหลายธุรกิจที่แข่งขันในเรื่องของราคา และประโยชน์ของเครื่องดื่มน้ำเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

### 2. ภัยคุกคามจากผู้เข้ามาใหม่

สำหรับตลาดสินค้าประเภทเครื่องดื่มน้ำเพื่อสุขภาพของทางบริษัทจะเป็นเครื่องดื่มน้ำเพื่อสุขภาพที่เน้นรสชาติที่มีประโยชน์ และมีโภชนาการสูงทำให้ผู้บริโภคที่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา สามารถดื่มแทนการรับประทานอาหารได้ อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย และตลาดอาหารเพื่อสุขภาพเติบโตได้รวดเร็ว เพราะผู้คนหันมาใส่ใจกับสุขภาพมากขึ้น โภชนาการใด ที่ทานแล้วทำให้สุขภาพดีและเป็นประโยชน์นับว่าเป็นสิ่งที่คนสนใจอย่างมาก อีกทั้งสินค้าลักษณะเช่นนี้สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย และต้นทุนการผลิตไม่สูงมาก รวมทั้งคู่แข่งมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการนำนวัตกรรมใหม่มาใช้เพื่อให้สินค้าตนเป็นที่หนึ่ง ดังนั้นการที่คู่แข่งเข้ามาสู่ตลาดนี้จึงเป็นไปได้ง่าย การสร้างความแตกต่างเป็นสิ่งที่คู่แข่งต้องนำมาพิจารณาเพื่อเข้าสู่ตลาดและสามารถแข่งขันได้

### 3. สินค้าทดแทน

“Life Star” เครื่องดื่มน้ำเพื่อสุขภาพเป็นสินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มของเครื่องดื่มน้ำเพื่อสุขภาพ สินค้าดังกล่าวมีสินค้าทดแทนที่หลากหลาย เช่น เครื่องดื่มน้ำเพื่อสุขภาพเน้นความสวยงามผิวพรรณ เน้นรูปร่าง อาหารเสริมลดน้ำหนัก เป็นต้น มีทั้งรูปแบบของเหลวและผงชงน้ำร้อน ผงชงน้ำเย็น มีสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป ซึ่งล้วน

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ และเป็นสินค้าที่มีขายในท้องตลาดมากมายและมีการแข่งขันมากดูได้จากการโฆษณาจากในเฟสบุ๊ค และในเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งถือว่ามีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมากในตลาด

#### 4. การต่อรองจากลูกค้า

อำนาจการต่อรองของลูกค้ามีมาก เนื่องจากสินค้าเป็นสินค้าใหม่ ไม่มีขายในท้องตลาด ทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าน้อยอีกทั้งในตลาดยังมีสินค้าทดแทนจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่าย เพราะแต่ละผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ไม่ต่างกันมากนัก ดังนั้นลูกค้าจึงมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้ออาจจะมีการเปรียบเทียบราคาและประโยชน์

#### 5. อำนาจต่อรองจากผู้จัดหา

เนื่องจากทางบริษัทเน้นคุณภาพของวัตถุดิบเป็นอย่างมาก โดยพื้นที่สำหรับปลูกจำเป็นต้องมีการควบคุมตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบก่อนที่จะแปรรูป และวัตถุดิบต้องได้มาตรฐานสินค้าเกษตร มีวัตถุประสงค์กำหนดเพื่อส่งเสริมสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน และเป็นเครื่องมือในการควบคุมและส่งเสริมสินค้าเกษตร ให้มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อความปลอดภัยและคุ้มครองผู้บริโภค ป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดแก่เกษตรกรหรือกิจการการค้าสินค้าเกษตร หรือเศรษฐกิจของประเทศ และเพื่อให้สอดคล้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศ

ดังนั้นอำนาจต่อรองของผู้จัดหาจึงมีน้อย ทั้งนี้ทั้งนั้นสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าใหม่และมีคุณภาพประโยชน์มากมาย เป็นสินค้าที่ทดแทนข้าวได้ อีกทั้งยังทำจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง ส่งผลต่อราคาสินค้าที่สูงขึ้น

#### 6. ผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร/ผู้เกี่ยวข้อง

ผู้มีส่วนได้เสียหลักคือกลุ่มเกษตรกรและสำนักงานเกษตรที่ปลูกวัตถุดิบป้อนโรงงาน ส่วนผู้มีส่วนได้รองคือกรมการค้าภายใน ซึ่งถือว่าเป็นผู้กระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศและกรมการท่องเที่ยวหากสินค้าเป็นที่รู้จักและกลายเป็นนิยามของนักท่องเที่ยวอาจเกิดกระแสของการบอกต่อซึ่งส่งผลดีต่อภาพลักษณ์สินค้าไทย

### การวิเคราะห์ TOWS MATRIX

#### กลยุทธ์ SO (กลยุทธ์เชิงรุก)

ทางบริษัทฯ มีจุดแข็ง (Strength) ในด้านวัตถุดิบที่ใช้ประเภทอินทรีย์ ซึ่งปลอดภัยและปลอดภัยต่อสุขภาพและมีกระบวนการผลิตที่สามารถคงคุณค่าทางโภชนาการ จากจุดแข็งใน 2 ข้อนี้ กับโอกาส (Opportunities) ในเรื่องของผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญต่อสุขภาพมากขึ้น มาจัดทำกลยุทธ์ในการนำเสนอคุณค่าของผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ

#### กลยุทธ์ WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)

จากที่ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเป็นตลาดที่มีผู้เล่นในตลาดค่อนข้างมาก เนื่องจาก โอกาส (Opportunities) ในเรื่องของผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญต่อสุขภาพมากขึ้น แต่ผู้ผลิตในตลาดยัง

เป็นผู้เล่นที่อยู่ในลักษณะภาพรวมคือ จับกลุ่มลูกค้าทั่วไป แต่เนื่องจากที่ทางบริษัทมีการลงทุนในเรื่องการศึกษาวิจัยในเรื่องการเทคโนโลยีการผลิตที่ทำให้สามารถคงคุณค่าทางโภชนาการได้แบบอย่างเต็ม 100% ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง แต่ถ้าบริษัทลงทุนในการวิจัยนี้ ก็จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างมาก ซึ่งเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ทางบริษัทเลือกที่จะนำมาใช้ เพื่อเป็นการผลักดันให้สินค้าเข้าไปอยู่ในกลุ่มของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ

#### **กลยุทธ์ ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)**

จากอุปสรรค (Threat) เรื่องราคาวัตถุดิบมีการผันแปรตามฤดูกาลทำให้มีผลต่อต้นทุนการผลิตนั้น ทางบริษัทถือว่าเป็นเรื่องสำคัญของบริษัท เนื่องบริษัทได้ว่าตัวเองเป็นสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ นั้นคือการที่จะมีการจัดเก็บวัตถุดิบเป็นเวลานานซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณค่าทางโภชนาการที่อาจจะลดลง ทางบริษัทจึงวางกลยุทธ์ในเรื่องของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ กับแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากกลุ่มเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรกลุ่มนี้สามารถทำการส่งสินค้าให้กับทางบริษัทได้ตลอด

#### **กลยุทธ์ WT (กลยุทธ์เชิงรับ)**

จากที่ทางบริษัทได้ทำการศึกษาข้อมูลทางการตลาดต่างๆ และได้วิเคราะห์เรื่องของ SWOT Analysis จึงทำให้เห็นข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับทางบริษัท ดังนั้น ทางบริษัทจะทำการจัดทำกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อลดจุดอ่อนภายในและหลีกเลี่ยงอุปสรรคภายนอก เช่นการโฆษณาประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ถึงกลุ่มลูกค้าได้มากที่สุด และให้ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคมากที่สุด ในเรื่องของราคาได้กำหนดราคาโดยจากคำนวณต้นทุนจากค่าวัตถุดิบ ค่าโสหุ้ย และ Fix Cost

#### **4.การวิเคราะห์ตลาดและแผนการตลาด**

นอกจากการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดข้างต้นแล้ว บริษัท ไลฟ์สตาร์ ควอลิตี้ จำกัด ยังได้ทำการวิจัยตลาดและโอกาสของธุรกิจเพิ่มเติม เพื่อความมั่นใจแก่ผู้ร่วมลงทุน และการดำเนินธุรกิจโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม สำหรับเป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาด

จากมูลค่าตลาดข้างต้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่บริษัทไลฟ์สตาร์ ควอลิตี้ จำกัด จากการวิเคราะห์และพิจารณาวางแผนการตลาดเพื่อให้ถึงเป้าหมายของบริษัท จึงได้ทำการวิจัยตลาดและหาโอกาสและวิธีเพื่อให้ธุรกิจการดำเนินต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีข้อมูลสนับสนุนดังนี้

#### **การวางแผนการตลาดโดยกำหนดเป้าหมาย (STP)**

##### **Market Segmentation**

##### **การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)**

เมื่อพิจารณาร้อยละของความสนใจต้องการของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ กับลักษณะของประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค บริษัททำการแบ่งส่วนการตลาด โดยแบ่งลูกค้าออกเป็นส่วนย่อยๆที่แตกต่างกัน แล้วเลือกส่วนย่อยของตลาดให้ตรงกับ

ตลาดเป้าหมาย แล้วใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายที่เลือกขึ้น โดยจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งส่วนการตลาด ดังนี้

1. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์(Demographic Segmentation) เป็นการแบ่งส่วนการตลาดตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้หลักเกณฑ์ 3 ด้าน ดังนี้

- 1.1 ด้านเพศ
  - ชาย
  - หญิง
- 1.2 ด้านอายุ
  - ช่วงอายุ 0-14 ปี
  - ช่วงอายุ 15-64 ปี
  - ช่วงอายุ 65 ขึ้นไป
- 1.3 ด้านรายได้
  - ไม่เกิน 15,000 บาท
  - ระหว่าง 15,001-25,000 บาท
  - มากกว่า 25,000-50,000 บาท

2. การแบ่งส่วนตลาดตามภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) เป็นการแบ่งส่วนการตลาดตามลักษณะภูมิศาสตร์ โดยจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- 2.1 คนเมือง
- 2.2 คนชนบท

3. การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม โดยแบ่งตามลักษณะของการบริโภคโดยอาศัย

- 3.1 กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ
- 3.2 กลุ่มที่ไม่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ

#### ตลาดเป้าหมาย (Target Market)

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ในปัจจุบัน และการศึกษาข้อมูล-สถิติต่างๆ เกี่ยวกับกับจำนวนประชากร เขตอาศัยของประชากร ความเป็นอยู่และพฤติกรรมในการบริโภค ทำให้ทราบว่าในปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคใน ช่วงอายุ 15-64 ปี เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากในปัจจุบัน และมักจะอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ และส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยทำงาน ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้มีศักยภาพและมีอำนาจในการซื้อสูง เนื่องจากมีหน้าที่การงานและมีรายได้ที่ดี โดยกลุ่มที่มีรายได้ที่ดี จะมีรายได้ตั้งแต่ 15,000 – 50,000 บาท ซึ่งจะอยู่อายุในช่วง 22-47 ปี และจากสถิติข้อมูลพฤติกรรม แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคมักจะใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคและบริโภคในอัตราส่วนที่ค่อนข้างสูงมากกว่าร้อยละ 87 และสัดส่วนของประชากรหญิงจะมากกว่าประชากรชาย แต่อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการดำรงชีวิตก็มีลักษณะคล้ายกัน คือ รีบเร่ง มีเวลาน้อย ขาดการออกกำลังกาย เป็นต้น ดังนั้นจึงส่งผลให้กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ในช่วงอายุ 22-47 ปี เป็นกลุ่มที่น่าสนใจ และมีจำนวนเพียงพอที่จะเข้าไปทำการตลาดและสร้างมูลค่าของสินค้าในตลาดของ “Life Star”

จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ “Life Star” จะเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง โดยอยู่ในช่วงวัยรุ่น คนวัยทำงาน และกลุ่มคนรักสุขภาพ เพราะเป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงและกำลังสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ทำให้ภาระหน้าที่เพิ่มมากขึ้น ไม่มีเวลาดูแลตนเอง และยังเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพซึ่งจะเห็นจากพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่ดำเนินชีวิตอย่างรีบเร่งเพื่อแข่งขันกับเวลา อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อสูง เน้นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่คนเดียวหรือกลุ่มครอบครัวขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากปัจจุบันคนส่วนใหญ่ได้ย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่ในเมืองเป็นส่วนใหญ่ บางอาศัยคนเดียวหรือครอบครัวขนาดเล็ก จึงไม่นิยมประกอบ

## 5.แผนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต

ทางบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่มาตรฐานมากที่สุดสินค้าต้องมีคุณภาพดี โดยเริ่มจากการควบคุมวัตถุดิบและยังมีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบเพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพป้อนโรงงานผลิต

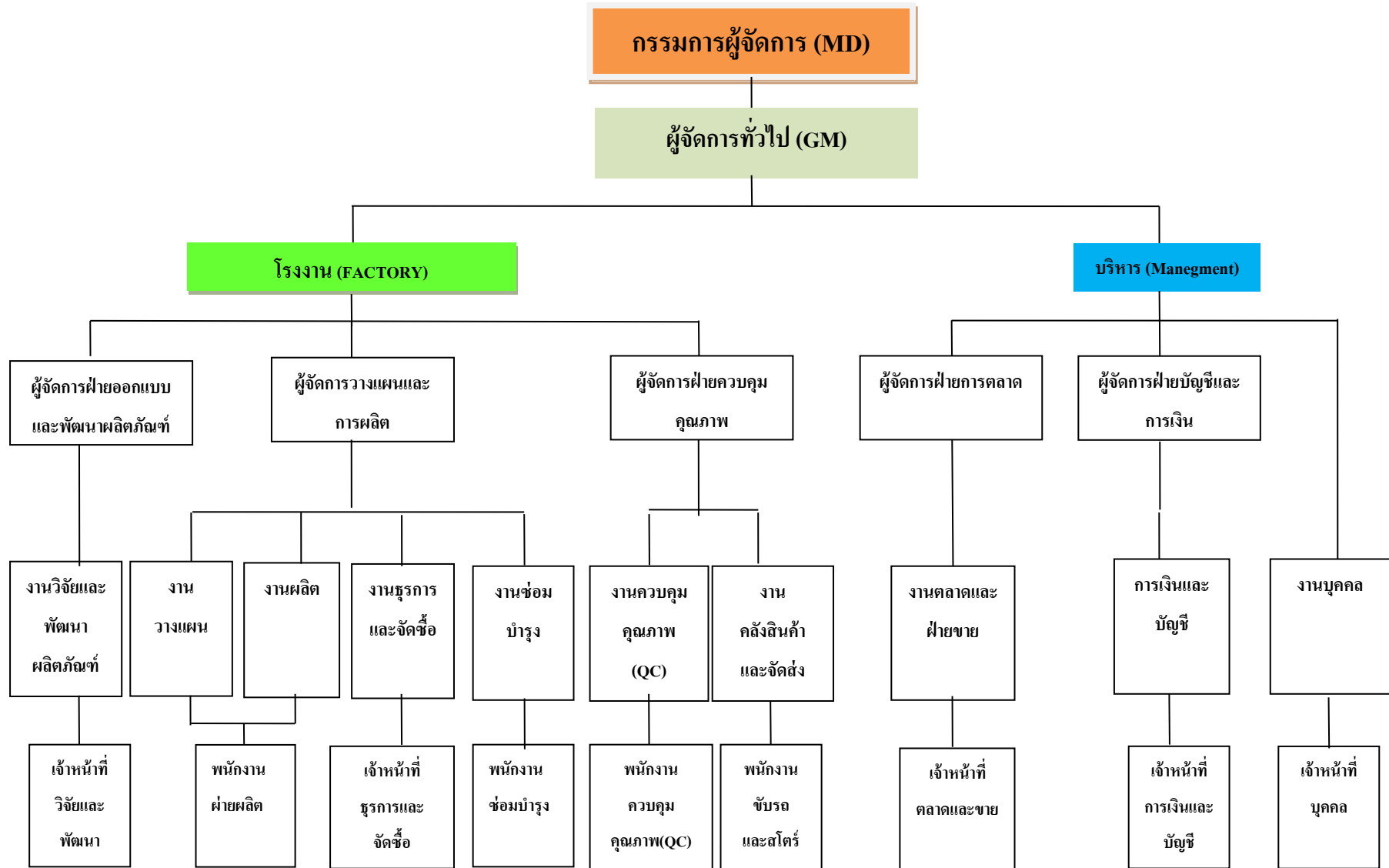
1. เมื่อสั่งซื้อวัตถุดิบแล้ว จะต้องทำการแจ้งแผนควบคุมคุณภาพ เพื่อทำการตรวจสอบวัตถุดิบ
2. ฝ่ายควบคุมคุณภาพ ทำการตรวจวัตถุดิบ ตรวจสอบปริมาณ เช่นจำนวน สี ขนาด ความชื้น การบรรจุภัณฑ์
3. ฝ่ายควบคุมคุณภาพ ทำรายงานตรวจสอบวัตถุดิบและบันทึกรายละเอียดของคุณภาพที่ตรวจสอบ
4. ในกรณีที่ตรวจสอบแล้วสามารถส่งเข้าแผนกคลังวัตถุดิบเพื่อรอทำการเบิกจ่ายไปยังกระบวนการผลิตต่อไป
5. ในกรณีตรวจสอบแล้ว ไม่ผ่านให้ทำการประเมินวัตถุดิบเพื่อทำการส่งกลับต้นทางเพื่อให้นำกลับไปตรวจสอบวัตถุดิบมาใหม่
6. แผนกควบคุมคุณภาพ ได้รับเอกสาร ให้รับรองลงชื่อกำกับใน รายงานการตรวจสอบวัตถุดิบ เพื่อรอการนำส่งกระบวนการผลิตต่อไป

บริษัทฯยังเน้นในเรื่องรสชาติ คุณค่าทางโภชนาการ สินค้าต้องได้รับการรับรองคุณภาพเพื่อความปลอดภัยในการบริโภค และได้พัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหาร โดยใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหารในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าทางโภชนาการ มีอายุเก็บรักษายาวนาน ใกล้เคียงวัตถุดิบ

วัตถุดิบประสงค์เพื่อใช้ในการเตรียมการผลิต และ ควบคุมกระบวนการทุก ๆ ขั้นตอนในการผลิต เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการผลิต ให้เป็นไปตามข้อกำหนดตรงตามมาตรฐาน ครอบคลุมกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ และเป็นมาตรฐานสากลของระบบอุตสาหกรรมซึ่งใน โรงงานอุตสาหกรรม ก่อนที่จะได้มาตรฐานใดๆ ระบบบริหารและการจัดการรวมทั้งความร่วมมือของทุกคนในองค์กรหรือทุกคน ต้องมีส่วนร่วมในความสำเร็จ มาตรฐานทุกอย่างจึงผ่านได้ง่าย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและบริษัทฯ มีภาพลักษณ์ที่ดี บ่งบอกถึงความสำเร็จ ไม่ว่าพนักงานระดับใดก็ตามล้วนแต่มีความสำคัญทั้งสิ้น และจะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดและดำเนินการต่อไปเป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติ

## 6.แผนการจัดองค์กร

### แผนผังองค์กร (Organization)



## แผนด้านบุคลากร

### การบริหารและจัดการองค์การ

การใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่มีอยู่ทั้งหมด เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์ วัสดุ และพนักงาน ให้เกิดประสิทธิผล สูงสุดบริษัทฯ ใช้หลักการเป็นผู้นำ (Leadership) ระบบประชาธิปไตยที่มีวินัยสูง เพื่อการบริหาร การสร้างขวัญกำลังใจการสร้างเชื่อมั่นต่อระบบคุณภาพ โดยให้พนักงานทราบถึงความต้องการของลูกค้า และ กระตุ้นให้พนักงานสร้างผลงานคุณภาพ เพื่อมีส่วนร่วมในความสำเร็จของลูกค้าและของบริษัทฯ โดยแบ่งส่วนงานสำคัญต่าง ดังนี้

1. กำหนดนโยบายทิศทาง วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ตามขอสรุปของบอร์ดบริหาร
2. ดูแลภาพรวมขององค์กร ทั้งภายในและ ตลอดจนดูแลความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรม และเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. กำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และดำเนินการบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ
4. บริหารและจัดการระบบงานให้สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ
5. ดูแลควบคุมระบบขององค์กร ทั้งฝ่ายโรงงานและระบบบริหารจัดการ ตลอดจนควบคุมเอกสารและข้อมูล เพื่อให้สอดคล้องกับระบบและนโยบายของบริษัทฯ
6. ควบคุมและบริการกระบวนการที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของนโยบายของบริษัทฯ
7. บริหารและควบคุมระบบการบริหารจากผู้จัดการทุกฝ่าย

### งานการวางแผนและการผลิต

การจัดลำดับความต้องการของลูกค้า รายการสินค้าและการเตรียมการวัตถุดิบรวมถึงการนำเอาข้อมูลทางด้านสถิติทั้งหมดในทุกๆด้านที่มีอยู่มาทำการคาดการณ์อย่างมีเหตุมีผลและทำการประมาณการณ์ในผลลัพธ์ ที่คาดว่าจะได้ ให้ได้ใกล้เคียงความจริงที่สุด

การควบคุมกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ทุกอย่างให้ได้ตามแผนงาน ที่กำหนดไว้หน้าที่ปรับปรุงแก้ปัญหา ที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการทำงานตามแผนให้กลับเข้ามาตามแผนให้ได้มีการปรับเรียบ Work Load ตลอดเวลาเพื่อให้ได้ ทั้งคุณภาพ และตามหมายกำหนด

1. ควบคุมการดำเนินงาน กระบวนการวางแผนการผลิต ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งจัดลำดับความต้องการได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย
2. ควบคุมตรวจสอบการเตรียมความพร้อมของกระบวนการผลิต ครอบคลุมการดำเนินงาน ตั้งแต่การรับใบสรุปสินค้าที่ต้องการผลิต จากฝ่ายบริหาร



3. ทำการทบทวน จัดลำดับ ออกเอกสารสั่งผลิต และติดตามผลผลิต ถึงสินค้าผลิตเสร็จตามกำหนด

4. ควบคุมขบวนการผลิต การดำเนินงานที่ถูกต้องตามมาตรฐาน

5. ควบคุมวิธีการดำเนินงานของพนักงานประจำเครื่องจักร วิธีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าในระหว่างการผลิต วิธีการดำเนินงานในแต่ละ Process และจบ งาน Process สุดท้าย

6. ควบคุมงานส่วนการซ่อมบำรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิต กิจกรรมการซ่อมบำรุง

7. ควบคุมงานธุรการและงานจัดซื้อซึ่งเป็นหน่วยงานที่ต้องสื่อสารกับงานการ วางแผนและกระบวนการผลิตเพื่อให้ดำเนินตามแผนงานของระบบ

#### **งานควบคุมคุณภาพ**

งานที่จะต้องควบคุมดูแลงานการผลิตโดยมุ่งเน้นที่คุณภาพงาน ให้ได้งานถูกต้องตามแบบ อยู่ในพิสัยที่ยอมรับได้ และมีงานเสียน้อยที่สุดและมีการนำข้อมูลความสามารถในการควบคุมพิสัย มาทำการวิเคราะห์ทางด้านสถิติ มีการวิเคราะห์งานเสียจาก Pareto และทำการวิเคราะห์ ผังเหตุและผล เพื่อนำมาวางแผนป้องกัน ไม่ให้เกิดขึ้นอีกและในด้านการพัฒนา เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของโรงงานให้ทำงานที่มีค่าพิสัยต่ำและควบคุมได้

1. ควบคุมคุณภาพและตรวจสอบวัตถุดิบและสินค้าก่อนนำเข้าและนำส่งออก

2. ควบคุมสินค้าระหว่างการผลิตให้สอดคล้องกับนโยบายเพื่อให้ผลิตมีประสิทธิภาพส่งสินค้าที่มีคุณภาพถึงผู้บริโภค

3. ตรวจสอบคุณภาพสินค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพต่อผู้บริโภค

4. ควบคุมกระบวนการตรวจสอบกลับของสินค้าและวัตถุดิบ

5. ควบคุมคลังสินค้าและการจัดส่ง

6. ประสานงานกับฝ่ายบริหารเรื่องระบบควบคุมงานเอกสาร ISO

#### **ฝ่ายการบัญชีและการเงิน**

##### **หน้าที่ความรับผิดชอบ**

1. บริหารและจัดการควบคุมบัญชีและการเงินเพื่อให้ได้ตามนโยบายของบริษัทฯ

2. ควบคุมเรื่องการเงินและบัญชีของบริษัทฯ ทิศทางการดำเนินงาน

3. ควบคุมการจัดทำงบการเงินของบริษัท สรุปรายรับ-จ่ายทำรายงานทางบัญชี และการเงิน

4. ทำพยากรณ์ทางการเงิน โดยประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ และวิเคราะห์ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงเทียบกับการประมาณการณ์

5. ดูแลเรื่องค่าจ้าง การคำนวณภาษี การจ่ายประกันสังคม และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## **ฝ่ายการตลาด**

1. วางแผนงานด้านการตลาดและการขาย เพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์ โดยการศึกษาตลาดและความต้องการของผู้บริโภค จัดรายการส่งเสริมการตลาด และส่งเสริมการขาย เพื่อให้ได้การตอบรับจากผู้บริโภคสูงสุด

2. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อส่งให้งานวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ต่อไป

3. ทำการประมาณการขาย เพื่อประมาณการความต้องการในการผลิตให้เพียงพอ โดยประสานงานกับฝ่ายผลิต

4. ร่วมกำหนดนโยบายและทิศทางในการบริหารงานของบริษัทในมุมมองของฝ่ายขายและการตลาด

5. วางแผนการขายตลาดในอนาคต และการเตรียมพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงต่อความต้องการของผู้บริโภค

## **ฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรืองานบุคคล**

1. ดูแลการจัดการ การสรรหาบุคลากรและการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติงาน

2. จัดการและการประเมินผลงานของพนักงาน สรรหากระบวนการเพิ่มทักษะ และประสบการณ์กับงานในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบ

3. ดูแลและพิจารณาเรื่องสวัสดิการต่างๆ ของบริษัทฯ

4. ดูแลงานประกันสังคม การเกิดอุบัติเหตุในงาน

## **ฝ่ายออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์**

1. วางแผนนโยบายการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร โดยดูจากแนวโน้มความต้องการของลูกค้า

2. พัฒนาการออกแบบและวิจัยคุณภาพของผลิตภัณฑ์

3. ศึกษานวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอาหารสุขภาพในปัจจุบันเพื่อใช้ในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้ดียิ่งขึ้น

4. ร่วมกำหนดนโยบายและทิศทางในการบริหารงานของบริษัทในมุมมองของฝ่ายออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

5. ควบคุมการเก็บตัวอย่างตรวจสอบคุณภาพทางด้านกายภาพ-เคมี

6. ควบคุมงานห้องปฏิบัติการทางเคมี การสกัดหญาหวานเพื่อเป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาล

## **7. แผนการเงิน**

จากการประเมินเงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการต้องใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งหมดประมาณ 17,000,000 บาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 170,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท มีจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด 4 คน

- สต็อกวัตถุดิบกำหนดเอาไว้ 15 วัน เนื่องจากเป็นวัตถุดิบทางการเกษตรไม่ต้องการสต็อกวัตถุดิบไว้นานเพราะมีผลต่อคุณภาพสินค้าและในขณะเดียวกันจึงมีการวางแผนสินค้าเกษตรมีการผันผวนตามฤดูกาล

- งานระหว่างผลิตกำหนด 15 วัน เนื่องจากมีขั้นตอนการผลิตตั้งแต่เตรียมจนเสร็จสิ้นกระบวนการประมาณ 15 วัน

- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป 15 วัน

- ลูกหนี้การค้าเนื่องจากการขายเข้าซูเปอร์มาร์เก็ตในระยะแรกมีเครดิต 45 วัน

- เจ้าหนี้การค้าเนื่องเป็นผู้ขายเป็นกลุ่มเกษตรกรจึงทำการตกลงในการกำหนดการจัดส่งและการให้สินเชื่อไว้ที่ 30 วัน เฉลี่ยสัดส่วนการซื้อเชื่อเป็น 90% ส่วนอีก 10% จะเป็นกลุ่มเกษตรกรบางกลุ่มเป็นกลุ่มเล็กๆ จึงจ่ายค่าวัตถุดิบเป็นเงินสด

ผลตอบแทนจากการลงทุน บริษัทฯ มีระยะคืนทุน (Payback Period) ประมาณ 1 ปี 4 เดือน 6 วัน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 33,681,825 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 71.14%

## บรรณานุกรม

1. ดอน นาคทรพรพ. “แนวโน้มเศรษฐกิจไทย.” ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ : 25 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.savings.chula.ac.th/sav/wp-content/uploads>
2. ดร.เบญจรงค์ สุวรรณศิริ. “แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2559.” ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจที่เอ็มบี. (2558) [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ : 25 พฤศจิกายน 2558. เข้าถึงได้จาก : <http://thaipublica.org/2015/10/tmb-analytics-1/>
3. ระบบสถิติทางการทะเบียน. “จำนวนประชากรแยกกรายอายุทั่วประเทศจำนวนประชากรแยกกรายอายุ ทั่วประเทศ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2557.” (2558). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ : 3 ธันวาคม พ.ศ. 2558. เข้าถึงได้จาก : [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age\\_disp.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php)
4. ปัญจยศ มงคลชาติ. “เทคโนโลยีการบรรจุแบบปลอดเชื้อ.” วิทยาศาสตร์การบริการ. (2558) [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ : วันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2558. แหล่งที่มา [http://siweb.dss.go.th/dss\\_doc/fulltext/radio/R8.pdf](http://siweb.dss.go.th/dss_doc/fulltext/radio/R8.pdf)
5. โสโมจิไนซ์. [ออนไลน์]. (2558). สืบค้นเมื่อ : 17 ธันวาคม พ.ศ. 2558. แหล่งที่มา : [www.baanjomyut.com](http://www.baanjomyut.com)
6. พาสเจอร์ไรเซชั่น. [ออนไลน์]. (2558). สืบค้นเมื่อ : 17 ธันวาคม พ.ศ. 2558. แหล่งที่มา : <https://sites.google.com/site/cartoon8821/xed-weird-cen-nex-r/wakhsin-pxngkan-phissunakh-ba>
7. กระบวนการฆ่าเชื้อที่อุณหภูมิสูงของนม. (2558). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ : 17 ธันวาคม พ.ศ. 2558. แหล่งที่มา <http://www.oknation.net/blog/miqpim/2008/01/05/entry-4>
8. มาตรฐาน GMP. [ออนไลน์]. (2558). สืบค้นเมื่อ : 25 ธันวาคม พ.ศ. 2558. แหล่งที่มา : <http://www.oknation.net/blog/kritwat/2011/11/25/entry-2>
9. มาตรฐาน HACCP. (2558) [ออนไลน์]. (2558). สืบค้นเมื่อ : 25 ธันวาคม พ.ศ. 2558. แหล่งที่มา : <http://www.oknation.net/blog/kritwat/2011/11/25/entry-2>
10. มาตรฐาน ฮาลาล. [ออนไลน์]. (2558). สืบค้นเมื่อ : 25 ธันวาคม พ.ศ. 2558. แหล่งที่มา : <http://www.acfs.go.th/halal/general.php>
11. มาตรฐาน TTM. [ออนไลน์]. (2558). สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2558. แหล่งที่มา <http://skylatex.lnwshop.com/article>
12. ผังเมืองสีเขียว. (2558). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2558. แหล่งที่มา : <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2556/A/039/1.PDF>