

## บทที่ 4

### การศึกษาความเป็นไปได้ด้านต่างๆ

#### 4.1 การศึกษาด้านการตลาด

##### 4.1.1 สภาวะตลาดของกล้วยตาก X

จากการศึกษาค้นคว้าเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ และศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 3 จังหวัด พิษณุโลก ซึ่งเป็นข้อมูลที่ทางศูนย์ได้ลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูล ทำให้ทราบถึงขนาดของตลาดและ สภาวะของตลาดกล้วยตากในเขตภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งมีข้อมูลเบื้องต้นดังนี้

กล้วยตากมีการผลิตมากใน อำเภอบางกระทุ่ม และอำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก โดย เฉพาะแล้วการผลิตกล้วยตากในอำเภอบางกระทุ่ม และเขตอำเภอรอบข้าง มีการผลิตกล้วยตากประมาณ 50x<sup>๑๐๐๐๐</sup>ตัน/เดือน (ที่มา:เรือนขวัญ อินทนนท์และคณะ, การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการผลิต กล้วยตากในเขตอำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก) และจากข้อมูลของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 3 เกี่ยวกับกำลังการผลิตของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สุดของประเทศ นั่นคือ “แสงสมัย” ผู้ประกอบการ ในเขต อ.เมือง จ.พิษณุโลก ซึ่งมีการขนส่งสู่ตลาดไท เป็นศูนย์กลางสินค้าทั่วประเทศ มีกำลังการผลิต 28 ตัน/เดือน คิดเป็น56% ของกำลังการผลิตทั้งหมด ส่วนในเขตบริเวณจังหวัดพิษณุโลก และ จังหวัดใกล้เคียงมีกำลังการผลิตรวมประมาณ 22 ตัน/เดือน ซึ่งคิดเป็น37.5% ของกำลังการผลิต ซึ่งการผลิตกล้วยตากแบ่งออกได้หลายรูปแบบดังนี้ คือ

1. แบบครบวงจร คือ ผู้ประกอบการทำการผลิตและจัดส่งขายตามท้องตลาดเองทั้งแบบขายส่งและขายปลีก แต่จะทำการขายส่งในอัตราที่สูงกว่าขายปลีกและมีกำลังการผลิตที่สูง ลักษณะการขนส่งเป็นการขนส่งครั้งละมาก โดยใช้รถรับจ้างหรือรถไฟ เป็นต้น
2. แบบไม่ครบวงจร คือ ผู้ประกอบการทำการผลิตเองในปริมาณน้อยแต่จะทำการซื้อผลิตภัณฑ์ จากผู้ประกอบการแบบครบวงจรเพื่อทำการจำหน่ายแบบขายปลีก และขายส่งให้กับร้านค้าทั่วไป การขนส่งปริมาณน้อยโดยใช้รถรับจ้าง
3. รับช่วงผลิต คือ ทำการรับผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตมาทำการผลิตต่ออาจเป็นมาทำการบรรจุหีบห่อหรือทำการอบในเตาอบ การขนส่งผู้จ้างผลิตจะทำการมารับผลิตผลิตภัณฑ์เอง
4. รับจ้างผลิต คือ ผู้ผลิตไม่ใช่ผู้ประกอบการ ไม่ทราบถึงความต้องการของตลาดแต่ทำการผลิตตามใบสั่งของเจ้าของตราสินค้าหรือผู้ประกอบการนั้นๆการขนส่งผู้จ้างผลิตจะทำการมารับผลิตผลิตภัณฑ์เอง

#### 4.1.2 ความต้องการของผู้บริโภค

จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 150 ชุด เพื่อทำการศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคกล้วยตากทั้งเพศชายและเพศหญิง ในช่วงอายุระหว่าง 15 – 45 ปีขึ้นไป ในสถานที่ต่างๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สามารถรวบรวมข้อมูลทางสถิติและข้อสรุปดังนี้

##### 4.1.2.1 เก็บข้อมูลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคกล้วยตากของผู้บริโภค

กล้วยตากเป็นสินค้าท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงของจังหวัดพิษณุโลกที่ถูกค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมซื้อเพื่อบริโภคเองและซื้อเพื่อเป็นของฝาก กลุ่มลูกค้ากล้วยตากส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดใกล้เคียงซึ่งต้องการหาซื้อสินค้าที่เป็นสินค้าท้องถิ่นเป็นของฝาก การสำรวจความต้องการของตลาดจากแบบสอบถามซึ่งมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 150 คน ซึ่งพบว่าทั้ง 150 คน เคยซื้อกล้วยตาก ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 ปี	13	8.7
15 - 25 ปี	32	21.3
26 - 35 ปี	46	30.7
35 - 45 ปี	51	34.0
มากกว่า 45 ปี	8	5.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 4.1 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย มีอายุระหว่าง 26-45 ปี มากถึง 97 ราย คิดเป็นร้อยละร้อยละ 64.7 เป็นกลุ่มลูกค้าที่ทางโครงการสนใจให้เป็นกลุ่มเป้าหมาย

**Missing**



**ตารางที่ 4.4** จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามจำนวนที่ซื้อกล้วยตาก ต่อ ครั้ง

จำนวน	ความถี่	ร้อยละ
1-3 ก่อ่ง	1	2
4-6 ก่อ่ง	25	49
7-12 ก่อ่ง	18	35
12-20 ก่อ่ง	6	12
>20 ก่อ่ง	1	2
<b>รวม</b>	<b>51</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.4 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 26-45 ปีและเดินทางมาจังหวัด พิษณุโลกจังหวัดใกล้เคียงจำนวน 51 ราย ซื้อกล้วยตาก ในจำนวน 1-2 ครั้งต่อปีซื้อกล้วยตาก 4-6 ก่อ่งต่อครั้งมากที่สุด 25 คน คิดเป็นร้อยละ 49 เป็นกลุ่มที่โครงการมีความสนใจให้เป็นกลุ่มเป้าหมาย

**ตารางที่ 4.5** จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความเหมาะสมของราคาต่อกล้วยตาก 480 กรัม(16 ชิ้น)

ราคา	ความถี่	ร้อยละ
20 บาท	5	20
25 บาท	13	52
30 บาท	7	28
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.5 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีช่วงอายุ 26-45 ปี เดินทางมาจังหวัด พิษณุโลกจังหวัดใกล้เคียง ซื้อกล้วยตาก ในจำนวน 1-2 ครั้งต่อปีและซื้อกล้วยตาก 4-6 ก่อ่งต่อครั้ง 25 คน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมที่สุด ได้แก่ 25 บาทคือ 13 ราย คิด เป็นร้อยละ 52 แต่ ทางโครงการจำเป็นต้องเลือกกลุ่มที่เลือกราคา 30 บาทด้วยเหตุผลด้านต้นทุนคิดเป็นร้อยละ 28 จาก 25 คน หรือ ร้อยละ 7.22 จาก 97 คน

**ตารางที่ 4.6** สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อกล้วยมากที่สุดโดยถ้าเลือกเป็นอันดับ 1 ได้ 3 คะแนน อันดับ 2 ได้ 2 คะแนน และอันดับ 3 ได้ 1 คะแนน

สถานที่	คะแนน
แหล่งท่องเที่ยวใน จ.พิษณุโลกและจ.ใกล้เคียง	31
ร้านขายของฝากในสถานีสานักบริการน้ำมัน	19
โรงแรม	0
ห้างสรรพสินค้า	0
ร้านค้าบริเวณสถานีขนส่ง	21
ร้านค้าบริเวณสถานีรถไฟ	39
ร้านค้าบริเวณสนามบิน	14
ร้านสะดวกซื้อ	21

จากตารางที่ 4.6 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 51 ราย สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อกล้วยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ร้านขายของฝากในสถานีสานักบริการรถไฟ มากที่สุดคิด คือ 39 คะแนน อันดับ 2 คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกและเขตใกล้เคียง 31 คะแนน และอันดับ 3 คือ สถานีสานักบริการขนส่งและร้านสะดวกซื้อ 21 คะแนน

**ตารางที่ 4.7** จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความเหมาะสมของราคาต่อกล้วยตาก 480 กรัม (16 ชิ้น)

ราคา	ความถี่	ร้อยละ
20 บาท	5	20
25 บาท	13	52
30 บาท	7	28
รวม	25	100.0

จากตารางที่ 4.7 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีช่วงอายุ 26-45 ปี เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลกจังหวัดใกล้เคียง ซื้อกล้วยตาก ในจำนวน 1-2 ครั้งต่อปีและซื้อกล้วยตาก 4-6 กล่องต่อครั้ง 25 คน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมที่สุด ได้แก่ 25 บาทคือ 13 ราย คิด เป็นร้อยละ 52

ตารางที่ 4.8 ปัจจัยที่มีผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อกล้วยมากที่สุด โดยถ้าเลือกเป็นอันดับ 1 ได้ 3 คะแนน อันดับ 2 ได้ 2คะแนน และอันดับ3 ได้ 1คะแนน

ปัจจัย	คะแนน
คราติน้ำ	15
ปริมาณ	32
ราคา	29
บรรจุภัณฑ์	12
ได้รับ อย. และอื่นๆ	13
สถานที่จำหน่าย	5
ระบุวันผลิต/วันหมดอายุ	44

จากตารางที่ 4.8 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 25 ราย ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อกล้วยตากเป็น อันดับ1คือ ระบุวันผลิต/วันหมดอายุ 44คะแนน อันดับ 2 คือปริมาณ 32 คะแนน และอันดับ 3 คือราคา 29 คะแนน

ตารางที่ 4.9 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามความเหมาะสมของสื่อโฆษณา

สื่อโฆษณา	ความถี่	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	16	10.7
หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	23	15.3
วิทยุ	19	12.7
ป้ายโฆษณาตามร้านค้า	68	45.3
แผ่นพับ	24	16.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 4.9 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับ สื่อที่เหมาะสมที่สุด ได้แก่ ป้ายโฆษณาตามร้านค้า คือ 68 ราย คิด เป็นร้อยละ 45.3

#### 4.1.2.2 สรุปข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค

จากข้อมูลข้างต้น สามารถประเมินพฤติกรรมของผู้บริโภคกล้วยตากได้ดังนี้

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-45 ปีมีมากถึง 97 ราย คิดเป็นร้อยละร้อยละ 64.7
- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-45 ปีเดินทางมาพิษณุโลกและใกล้เคียง เฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อปี 51 คน หรือร้อยละ 53 และทั้ง 51 คนซื้อกล้วยตากปีละ 1-2 ครั้ง
- จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 26-45 ปีและเดินทางมาจังหวัดพิษณุโลกจังหวัดใกล้เคียงจำนวน 51 ราย ซื้อกล้วยตาก ในจำนวน 1-2 ครั้งต่อปีซื้อกล้วยตาก 4-6 กต่องต่อครั้งมากที่สุด 25 คน คิดเป็นร้อยละ 49
- สื่อโฆษณาที่ผู้บริโภคเห็นว่าเหมาะสมคือ ป้ายโฆษณาตามร้านค้า แผ่นพับ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ
- ราคาที่เหมาะสมกับจำนวน 16 ชิ้น น่าจะเป็น 25-30 บาท
- ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตากของกลุ่มผู้บริโภคคือ การระบุวันผลิต/วันหมดอายุ 44คะแนน อันดับ 2 คือปริมาณ 32 คะแนน และอันดับ 3 คือราคา 29 คะแนน

#### 4.1.3 ผลลัพธ์ของโครงการ

##### - ผลลัพธ์

กล้วยตากอบน้ำผึ้งเป็นชิ้นยาวทั้งลูก บรรจุในภาชนะพลาสติกแบบหุ้มด้วยถุงพลาสติกใสบิดผนึกด้วยสุญญากาศ เพื่อการถนอมอายุและเป็นการรักษาความสะอาด จำนวนประมาณ 16 ชิ้น น้ำหนัก 480 กรัม

##### - ราคา

การจำหน่ายจะส่งให้กับร้านค้าที่รับไปจำหน่ายราคาถ่วงละ 25 บาท โดยที่จะกำหนดราคาขายปลีกให้กับร้านค้าจำหน่ายในราคา 30 บาท

##### - ช่องทางการจำหน่าย

การจำหน่ายจะส่งให้กับร้านขายของฝากจากสถานีบริการน้ำมัน ร้านสะดวกซื้อ และซื้อตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

##### - การส่งเสริมการขาย

ใช้การติดป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง สนามบิน รวมทั้งติดตามร้านค้าที่รับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของโครงการ

มีการให้เครดิต และส่วนลดแก่ร้านค้าที่มีการรับคืนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในพิษณุโลก และจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งชาวพิษณุโลกและใกล้เคียงด้วย

- **ตำแหน่งผลิตภัณฑ์**

ผลิตภัณฑ์ของโครงการวางไว้ที่เป็นสินค้าดีมีคุณภาพสูง ราคาค่อนข้างสูงรับประกันว่าได้สะดวก

- **ส่วนแบ่งตลาด**

จากปริมาณความต้องการบริโภคกล้วยตากของผู้บริโภค มีถึง 50 ตัน/เดือนนั้น เมื่อพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวพิษณุโลก เมื่อปี 2546 ประมาณ 1.2 ล้านคน (ข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวเขต 3 จ.พิษณุโลก)จากการสำรวจข้อมูลโดยเฉลี่ยกลุ่มอายุเฉลี่ย 26-45 ปีคิดเป็น 64.7% หรือ 720,000 คน ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่าจะซื้อกล้วยตากของโครงการคือ ร้อยละ 7.22 ของกลุ่มที่มีอายุ 26-45 ปีซึ่งประมาณได้ 51,984 คน โดยโครงการคาดการณ์ว่าจะมีการซื้อกล้วยตาก ของโครงการ ในปีซื้อคนละ 2 กล่อง คิดเป็นประมาณ 103,968 กล่อง แต่ในปีแรกนี้โครงการจะผลิตเพียง 44% ของกำลังการผลิตเต็มที่ 150,000 หรือประมาณ 66,000 กล่อง

- **กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ได้ยอดขายตามที่ต้องการ**

- (1.) บรรจุกินง่าย มีการออกแบบให้ดูสะอาดและน่าสนใจ
- (2.) มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองชิมฟรี
- (3.) มีป้ายโฆษณาสินค้าเพื่อเป็นแรงจูงใจในการซื้อสินค้า
- (4.) มีการลงโฆษณาในหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบกล้วยตากที่ทางโครงการจะผลิตได้กับกล้วยตากที่วางขายอยู่ทั่วไปในสถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้ออีกอันได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้าบริเวณสถานีขนส่ง ร้านค้าบริเวณสถานีรถไฟ ได้ผลการเปรียบเทียบดังนี้



ตารางที่ 4.10 ตารางการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กล้วยตากของโครงการกับผลิตภัณฑ์ร้านค้าทั่วไป

ปัจจัยการเลือกซื้อ	กล้วยตากของโครงการ	กล้วยตากที่วางขายทั่วไป
การได้รับ อย.และอื่นๆ	ได้รับ อย. เนื่องจากกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน และการบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	ส่วนใหญ่ไม่ได้รับ อย.
ปริมาณต่อราคา	16ชิ้น/30บาท(ปลีก)	25ชิ้น/40บาท
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	การบรรจุภัณฑ์แบบสุญญากาศเพื่อการถนอมอายุและเป็นการรักษาความสะอาด	ใส่กล่องพลาสติกใสเย็บด้วยแมค
สถานที่	ตามแหล่งท่องเที่ยว สถานีขนส่งและสถานีบริการน้ำมัน	มีจำหน่ายทั่วไป
ตราสินค้า	ทำการโฆษณาตามป้ายโฆษณาและหนังสือท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อกระจายตลาดให้ผู้บริโภครู้จัก	เป็นที่คุ้นเคยกับผู้บริโภคมากกว่ากล้วยตากของโครงการ

จากตารางการเปรียบเทียบการประมาณการยอดขายผลิตภัณฑ์กล้วยตากของโครงการกับผลิตภัณฑ์ร้านค้าทั่วไปแล้ว จะพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงการจะมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการอันเนื่องมาจากกระบวนการผลิตเป็นไปตามขั้นตอนและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้จากการประเมินแบบสอบถามและจากสถิติพฤติกรรมความต้องการบริโภคกล้วยตาก

## 4.2 การศึกษาด้านเทคนิค

### 4.2.1 ระบบการผลิต

มีการกำหนดรายละเอียดของระบบการผลิต ดังนี้

(1.) ปัจจัยการนำเข้า คือ ปัจจัยที่ใช้เป็นพื้นฐาน ซึ่งจะทำให้โครงการเกิดผลผลิตโดยตรงสำหรับ

ปัจจัย

พื้นฐานในการผลิตกล้วยตากของโครงการนี้ ได้แก่

- กล้วยตากซึ่งได้จากการว่าจ้างเกษตรกรในเขต อ. บางกระทุ่ม
- เงินลงทุน
- กำลังคนในการผลิต

- (2.) กระบวนการผลิต คือ กรรมวิธีในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการซึ่งหมายถึง เทคโนโลยีการผลิตมีเครื่องจักรทั้งหมดครบถ้วน ได้แก่เครื่องชั่งน้ำหนัก, ห้องเย็น,เครื่องทักกล้วย, เครื่องซิลพลาสติก และ ตู้อบ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้
- เครื่องชั่งน้ำหนักขนาด 200 กิโลกรัมราคา 3,500 บาท
  - ห้องเย็นจุ 1 ตัน 8,000วัตต์ ราคา 500,000 บาท
  - เครื่องทักกล้วยทำจากไม้ 1,000บาท
  - เครื่องซิลพลาสติกราคา 10,000 บาท
  - ตู้อบจุ 60 กิโลกรัม ราคา 80,000 บาท
- (3.) ปัจจัยนำออก คือ ผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการ สำหรับของโครงการนี้ปัจจัยนำออกคือ กล้วยตาก

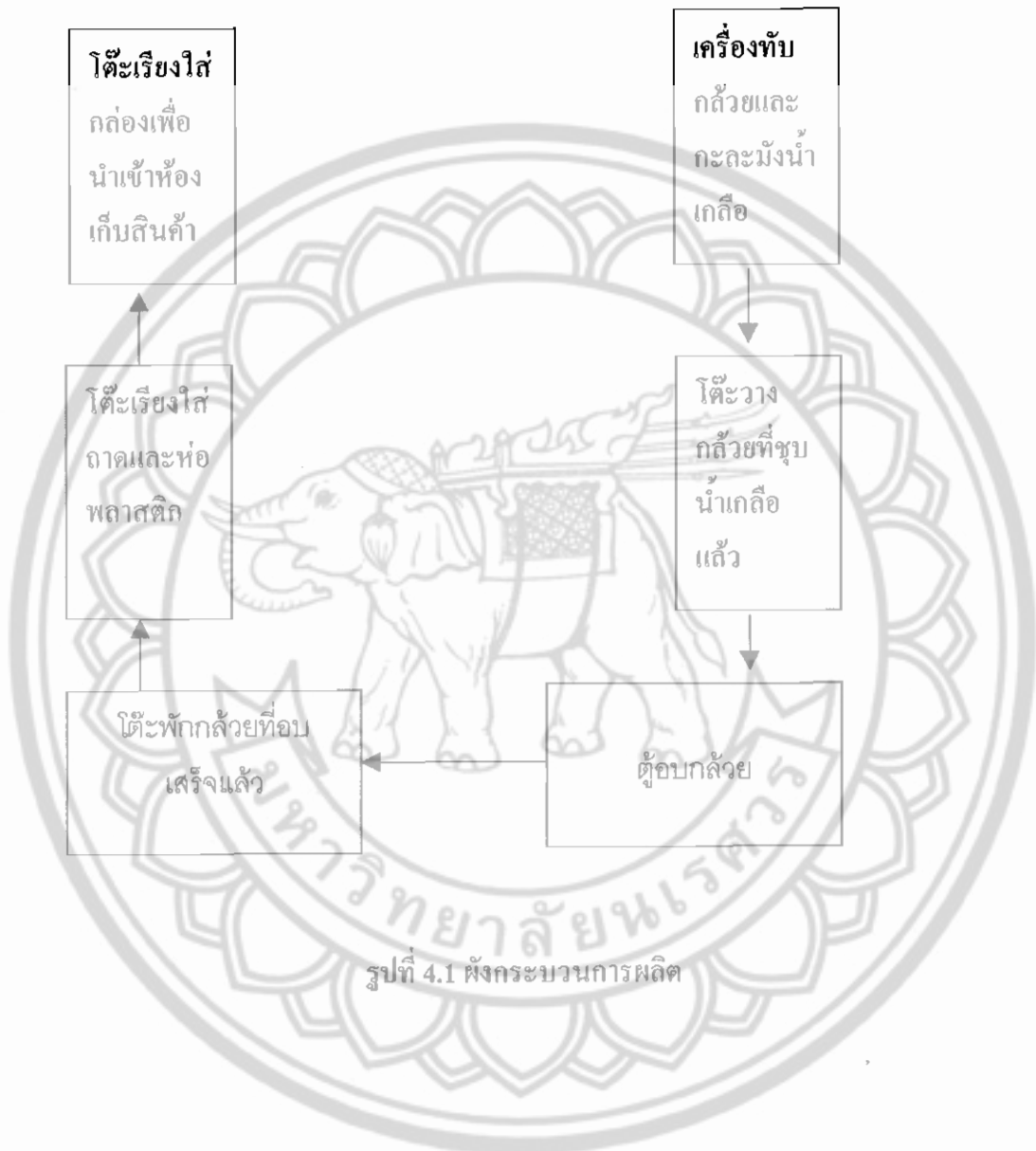
#### 4.2.2 กระบวนการผลิต

กรรมวิธีการผลิตกล้วยตากของโครงการสามารถแจกแจงได้ดังนี้

- (1) ทักกล้วยให้แบน
- (2) แฉ่น้ำเกลือ
- (3) วางบนโต๊ะเตรียมอบ
- (4) อบเป็นเวลา 2 ชั่วโมง
- (5) รอให้เย็นลง
- (6) วางที่โต๊ะต่อไปเพื่อรูดน้ำผึ้ง
- (7) รูดกล้วยด้วยน้ำผึ้ง
- (8) นำไปวางที่โต๊ะเพื่อเรียงใส่ถาด
- (9) เรียงใส่ถาด
- (10) ห่อด้วยห่อพลาสติก
- (11) ซิลปิดถุง
- (12) เรียงใส่กล่อง
- (13) นำไปเก็บเพื่อรอการส่งให้ลูกค้า

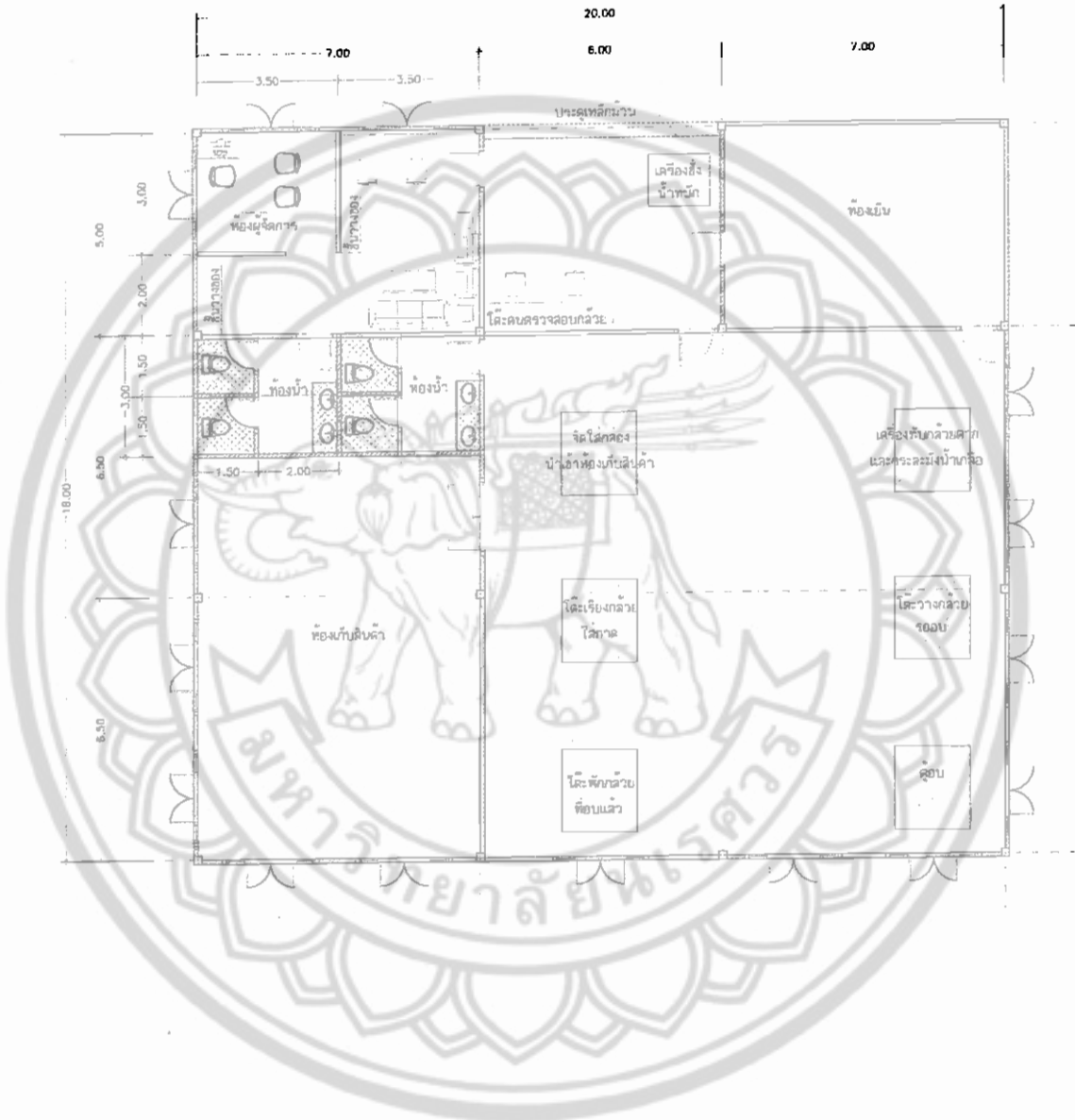
### 4.2.3 การวางผังกระบวนการผลิตและผังโรงงาน

#### ผังกระบวนการผลิต



รูปที่ 4.1 ผังกระบวนการผลิต

## ผังจำลองโรงงาน



รูปที่ 4.2 ผังจำลองโรงงาน

#### 4.2.4 การกำหนดกำลังการผลิต

ทำการกำหนดกำลังการผลิตในแต่ละปีตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 10 ให้สอดคล้องกับการประมาณการยอดขายได้ดังนี้

วันทำงานปีละ 300 วัน วันละ 8 ชั่วโมง กำลังการผลิตสูงสุดปีละ 150,000 กล่อง

ตารางที่ 4.11 กำลังการผลิต

ปี	กำลังการผลิต(%)	จำนวนที่ผลิตได้(กล่อง/ปี)
1	44	66,000
2	47	70,620
3	50	75,563
4	54	80,853
5	58	86,513
6	62	92,568
7	66	99,048
8	71	105,982
9	76	113,400
10	83	124,740

#### 4.2.5 ศึกษาทำเลที่ตั้ง

ที่ตั้งโครงการคือ ต.ท่าพ่อ อ.เมือง จ.พิจิตร กำหนดให้เป็นที่ดินที่เจ้าของกิจการเป็นเจ้าของอยู่แล้ว ศึกษาแล้วพบข้อได้เปรียบเสียเปรียบดังนี้

##### (1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต

- ที่ดินเป็นที่ดินที่เจ้าของกิจการเป็นเจ้าของอยู่แล้ว
- แรงงานสามารถหาแรงงานได้เพียงพอทั้งในพื้นที่และใกล้เคียงและในเขตพื้นที่มีค่าครองชีพต่ำทำให้ค่าแรงต่ำ
- วัตถุดิบใกล้กับ อ.บางกระทุ่มซึ่งเป็นแหล่งรับจ้างตากกล้วยตาก แต่การหากล้วยดิบจำเป็นจะต้องมีการหาเพิ่มจากการส่งเสริมการปลูกกล้วยเนื่องจากจำนวนกล้วยดิบไม่เพียงพอ

- ตลาด ต.ท่าพ่อ อยู่ในเขตติดต่อระหว่าง จ.พิจิตรกับ จ.พิษณุโลกทำให้การขนส่งสินค้าไปสู่ตลาดมีค่าใช้จ่ายไม่แพง
- การขนส่ง ถนนใน ต.ท่าพ่อเป็นถนนลาดยาง ติดต่อกับทางไป จ.พิษณุโลก ทาง อ.บางกระทุ่ม และทาง จ.พิจิตรสู่ถนนสายเอเชีย
- สาธารณูปโภค มีน้ำประปา ไฟฟ้า และโทรศัพท์ตามความจำเป็นของโครงการ

#### (2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม

- ภูมิอากาศ ไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานในโรงงานและผลผลิต
- ทักษะติดต่อชุมชน โครงการเข้าไปสามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้ผู้ว่างงานในชุมชนและถ้าโครงการประสบความสำเร็จอาจสร้างชื่อเสียงแก่ ต.ท่าพ่อ และโครงการไม่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมด้านใดๆเลย
- การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ มีหน่วยงานที่ช่วยเหลือคือ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3 จ.พิจิตร

#### 4.2.6 การส่งเสริมการปลูกเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิต

ในปัจจุบันความต้องการกล้วยของตลาดมีสูงมากจนส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการแปรรูปกล้วยตากซึ่งถ้าโครงการที่ทำการศึกษานี้เกิดขึ้นจริงผู้ประกอบการจำเป็นต้องเสาะหาวัตถุดิบซึ่งได้แก่กล้วยน้ำว้าพันธุ์มะลิอ่องหรือกล้วยไข่ขาวซึ่งมีคุณสมบัติเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับในการนำมาทำกล้วยตากการเสาะหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่ม โดยวิธีการส่งเสริมให้เกษตรกรที่มีที่ดินที่เป็นที่ค่อนน้ำไม่ท่วมบริเวณ ใกล้กับโครงการ ปลูกกล้วยน้ำว้าพันธุ์มะลิอ่อง ซึ่งทางประกอบการจะต้องออกค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมวิธีการปลูกค่าใช้จ่ายในการปลูก ทั้งค่าปุ๋ยและพันธุ์กล้วยโดยมีข้อตกลงเกี่ยวกับราคาซื้อขายที่แน่นอนที่สำคัญก็คือเกษตรกรต้องจำหน่ายกล้วยที่ปลูกให้ได้ตามจำนวนและต้องจำหน่ายให้ทางผู้ประกอบการเพียงรายเดียวเท่านั้น

#### การปลูกเลี้ยงกล้วยน้ำว้าพันธุ์มะลิอ่อง

จากการศึกษาจากเกษตรกรพบว่าการปลูกกล้วยน้ำว้าพันธุ์มะลิอ่องนิยมใช้ระยะระหว่างต้นระหว่าง 2 X 2 เมตรพื้นที่ 1 ไร่จะปลูกกล้วยได้ 400 ต้น

การปลูกกล้วยจะต้องเอาใจใส่ในการปลูกมาก เช่นเดียวกับเงินลงทุนที่ต้องใช้ในการว่าจ้างในการเก็บวัชพืชและขุดหลุม ระหว่างปีเกษตรกรก็ต้องฉางหญ้าให้กับต้นกล้วย 2 ครั้งคือในเดือนพฤษภาคมและเดือนกันยายน

ส่วนเรื่องของปุ๋ย หากปลูกกล้วยเพื่อการแปรรูป ควรใส่ปุ๋ยคอกและปุ๋ยหมักกับต้นกล้วย ถ้าใช้วิทยาศาสตร์อาจทำให้กล้วยมีสีค่าเมื่อนำไปแปรรูปเป็นกล้วยตาก

**การคำนวณปริมาณความต้องการกล้วยดิบและพื้นที่ในการปลูกกล้วย**

ปริมาณความต้องการกล้วยตากต่อกล่อง 480 กรัมต่อกล่อง

ปริมาณความต้องการกล้วยดิบ

กล้วยตาก	120	กิโลกรัม	ใช้กล้วยปอก	300	กิโลกรัม
กล้วยตาก	0.48	กิโลกรัม	ใช้กล้วยปอก	1.2	กิโลกรัม
กล้วยสุกปอกแล้ว	9.8	กิโลกรัม	ใช้กล้วยสุก	1.3	กิโลกรัม
กล้วยสุกปอกแล้ว	1.2	กิโลกรัม	ใช้กล้วยสุก	1.59	กิโลกรัม
กล้วยสุก	13	กิโลกรัม	มีปริมาณกล้วย	10	หวี
กล้วยสุก	1.59	กิโลกรัม	มีปริมาณกล้วย	1.223	หวี
กล้วยดิบ	6	หวี	ได้จากต้นกล้วย	1	ต้น
กล้วยดิบ	1.223	หวี	ได้จากต้นกล้วย	0.204	ต้น

เพราะฉะนั้นกล้วยตาก 1 กล่องมาจากกล้วย 0.204 ต้น

กล้วย 800 ต้น ใช้พื้นที่ในการปลูกกล้วย 10 ไร่

กล้วย 1 ต้น ใช้พื้นที่ในการปลูกกล้วย 0.0125 ไร่

ตารางที่ 4.12 พื้นที่ที่ใช้ปลูกกล้วยเทียบกับกำลังการผลิตสูงสุด 150,000 กล่องต่อปี

ปี	กำลังการผลิต	ปริมาณการผลิต (กล่อง)	จำนวนกล้วยที่ใช้ (ต้น)	พื้นที่ที่ใช้ในการปลูก (ไร่)
1	44%	66,000	13,464	169
2	47%	70,620	14,407	181
3	50%	75,563	15,415	193
4	54%	80,853	16,494	207
5	58%	86,513	17,649	221
6	62%	92,568	18,884	236
7	66%	99,048	20,206	253
8	71%	105,982	21,621	271
9	76%	113,400	23,134	290
10	83%	124,740	25,447	318

### การทำสัญญาปลูกกล้วยกับชาวบ้าน

การทำสัญญากับชาวบ้านโดยแจกหน่อกล้วยให้กับชาวบ้านเป็นผู้ปลูกเอง โดยการซื้อกล้วยชาวบ้าน ในราคาประกัน หน่อละ 2.50 บาท ค่าหน่อกล้วยหน่อละ 5 บาท

ต้นทุนในการส่งเสริมการปลูกกล้วย

1 ต้นให้ผลผลิต 6 หน่อ

ต้นทุนค่าหน่อ  $(5/6) = 0.833$  บาทต่อหน่อ

รวมต้นทุนในการส่งเสริมให้ชาวบ้านปลูก

$2.50 + 0.833 = 3.33$  บาทต่อหน่อ

กล้วยตาก 1 กล้วยต้องใช้กล้วย 1.223 หน่อ

กล้วยตาก 1 กล้วยต้องใช้ค่าใช้จ่าย  $1.223 + 3.33 = 4.07$  บาท

เพราะฉะนั้นทางโครงการจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการปลูกกล้วยซึ่งถือเป็นค่าวัสดุไปในตัวด้วยในแต่ละปีดังนี้

ตารางที่ 4.13 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการปลูกกล้วยและวัสดุคิบ

ปี	ค่าใช้จ่าย
1	268,620
2	287,423
3	307,541
4	329,071
5	352,108
6	376,752
7	403,125
8	431,346
9	461,538
10	507,691



## 4.3 การศึกษาด้านการบริหาร

### 4.3.1 กำหนดรูปแบบการบริหารงาน

หลังจากทราบถึงกระบวนการผลิตกล้วยตากของโครงการแล้วจึง กำหนดจำนวน พนักงานรวมถึงหน้าที่และค่าตอบแทนในตำแหน่งต่างๆ ได้ดังนี้

- เจ้าของโครงการทำหน้าที่เป็นผู้จัดการดูแลทุกส่วนในโรงงาน มีเงินเดือน 6,000 บาท
- พนักงานบัญชีและธุรการ 1คนเงินเดือน 4,500 บาท
- พนักงานขับรถส่งสินค้า 1 คน เงินเดือน 4,500 บาท
- พนักงานฝ่ายผลิต 5 คนเงินเดือนคนละ 4,000 บาท

รวมเงินเดือนเดือนละ 35,000 บาท

แสดงเป็นผังการบริหารงาน ได้ดังนี้



รูปที่ 4.3 ผังการบริหารงาน

#### 4.3.2 การกำหนดระยะเวลาดำเนินงาน

การกำหนดกิจกรรมย่อยในการเริ่มโครงการรวมทั้งระยะเวลาดำเนินงานแสดงเป็น Gantt Chart ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.14 ระยะเวลาดำเนินงานก่อนเริ่มโครงการ

กิจกรรม	ระยะเวลา(เดือน)
1. ดำเนินการกู้เงินจากสถาบันการเงิน	3
2. ถมที่และปรับระดับพื้นที่	1
3. ก่อสร้างโรงงาน	6
4. สั่งซื้อเครื่องจักรและตรวจรับ	2
5. ติดตั้งเครื่องจักร	1
6. สั่งซื้อวัตถุดิบและตรวจสอบ	2
7. ดำเนินการผลิต	1

ตารางที่ 4.15 Gantt Chartแสดง ระยะเวลาดำเนินงานก่อนเริ่มโครงการ

กิจกรรม	เดือน											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<input type="checkbox"/> 1. ดำเนินการกู้เงินจากสถาบันการเงิน	←————→											
<input type="checkbox"/> 2. ถมที่และปรับระดับพื้นที่				←————→								
<input type="checkbox"/> 3. ก่อสร้างโรงงาน				←————→								
<input type="checkbox"/> 4. สั่งซื้อเครื่องจักรและตรวจรับ									←————→			
<input type="checkbox"/> 5. ติดตั้งเครื่องจักร										←————→		
<input type="checkbox"/> 6. สั่งซื้อวัตถุดิบและตรวจสอบ									←————→			
<input type="checkbox"/> 7. ดำเนินการผลิต											←————→	

## 4.4 การศึกษาคำนวณการเงิน

### 4.4.1 การรวบรวมค่าใช้จ่ายที่มีผลต่อต้นทุน

#### รายละเอียดทรัพย์สิน

##### 1. ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

- ที่ดิน 1 ไร่ ไร่ละ 200,000บาท รวมค่าปรับปรุงพื้นที่ 40,000บาทรวมเป็น 240,000 บาท
- ค่าก่อสร้างโรงงานขนาด 20\*18 เมตร มูลค่า 1,080,000 บาท

##### 2. เครื่องจักรและอุปกรณ์

- |                                |                  |
|--------------------------------|------------------|
| - ตู้อบ 1 ตู้                  | ราคา 80,000 บาท  |
| - เครื่องชั่งน้ำหนัก 2 เครื่อง | ราคา 7,000 บาท   |
| - ห้องเย็น 1 ห้อง              | ราคา 200,000 บาท |
| - เครื่องทบกล้วย 2 เครื่อง     | ราคา 2,000 บาท   |
| - เครื่องฉีดพลาสติก 2 เครื่อง  | ราคา 20,000 บาท  |
| - ลังพลาสติกส่งสินค้า 30 ลัง   | ราคา 2,400 บาท   |
| รวม                            | 311,400 บาท      |

##### 3. รถยนต์กระบะ(มือสองสภาพดี) 1 คัน ราคา 250,000 บาท

#### ต้นทุน

- ต้นทุนวัตถุดิบ กล้วยตาก 1 กล้อง มีวัตถุดิบดังนี้
- ค่าไฟฟ้าคิดจากการนำข้อมูลเครื่องจักรและเวลาการใช้งานมาคำนวณ ใน [www.calculator.com](http://www.calculator.com) ได้เฉลี่ยเดือนละ 6,000 บาท
- ค่าโทรศัพท์ เฉลี่ยเดือนละ 2,000บาท
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง เฉลี่ยเดือนละ 10,000 บาท
- ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์ 300 บาทต่อเดือน
- ค่าบรรจุภัณฑ์ ราคา 1.25 บาท ต่อกล่อง
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาดเป็นมูลค่า 49,500 บาทซึ่งคิดจาก3% ของงบประมาณส่งเสริมการขาย เป็นค่าโฆษณาโดยใช้ ป้ายและแผ่นพับ
- ค่าจ้างแรงงานฝ่ายผลิตทั้งหมดเป็นเงิน 200,000 บาท
- ค่าจ้างแรงงานฝ่ายสำนักงานทั้งหมดเป็นเงิน 180,000 บาทต่อปี

### การประมาณการผลิตและรายได้

กำลังการผลิตสูงสุดของโครงการคือ 150,000 กล้อง ในปีแรกโครงการประมาณการผลิต 44% ของกำลังการผลิตสูงสุดคิดเป็น 66,000 กล้องและเพิ่มขึ้นปีละ 7% ของจำนวนการผลิตโดยสินค้ามีราคา 25 บาทต่อกล้องทำให้มีรายได้ 1,650,000 บาท ( $66,000 \times 25$ ) ในปีแรก

#### ประมาณการวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์

ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย 4.10 บาทต่อกล้อง

บรรจุภัณฑ์ 1.25 บาทต่อกล้อง

รวม 5.35 บาทต่อกล้อง

ในปีแรกทำการผลิต 66,000 กล้อง

ดังนั้นคิดเป็นต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ 353,100 บาท

การประมาณต้นทุนสินค้าทั้งหมดในปีที่ 1

- ค่าวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ 353,100 บาท
- ค่าจ้าง 420,000 บาท
- ค่าไฟฟ้า 72,000 บาท
- ค่าโทรศัพท์ 24,000 บาท
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง 120,000 บาท
- ค่าบำรุงรักษาอาคารและยานพาหนะ 11,000 บาท
- ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร 139,050 บาท
- ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์ 3,600 บาท
- เงินสวัสดิการพนักงาน 4,200 บาท
- ค่าเบี้ยประกัน 16,200 บาท

#### 4.4.2 การใช้โปรแกรมคำนวณข้อมูลด้านการเงิน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดซึ่งเน้นข้อมูลทางด้านความต้องการของผู้บริโภค (demand side) ผลิตภัณฑ์และข้อมูลการผลิตซึ่งเป็นข้อมูลด้านการตอบสนองหรือการผลิต (supply side) นำมาวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อหาค่าต่างๆซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของโครงการ มีรายละเอียดต่างๆดังนี้

ตารางที่ 4.16 เงินลงทุนทั้งโครงการจำนวน 2,302,877 บาท

รายละเอียดเงินลงทุน		หมายเหตุ
ค่าอาคาร โรงงาน	1,080,000 บาท	ภาคผนวกหน้า 4
ค่าปรับปรุงที่ดิน	240,000 บาท	ภาคผนวกหน้า 4
ค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงาน	39,100 บาท	ภาคผนวกหน้า 6
ค่าเครื่องจักรอุปกรณ์	311,400 บาท	ภาคผนวกหน้า 5
ยานพาหนะ	250,000 บาท	ภาคผนวกหน้า 5
เงินทุนหมุนเวียน	132,377 บาท	ภาคผนวกหน้า 16
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	250,000 บาท	ภาคผนวกหน้า 16
รวม	2,302,877 บาท	

สัดส่วนการลงทุนของโครงการ

ตารางที่ 4.17 สัดส่วนของสินทรัพย์ถาวร

สัดส่วนของสินทรัพย์ถาวร	
ค่าอาคาร โรงงาน	1,080,000 บาท
ค่าปรับปรุงที่ดิน	240,000 บาท
ค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงาน	39,100 บาท
ค่าเครื่องจักรอุปกรณ์	311,400 บาท
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	250,000 บาท
รวม	1,920,500 บาท

**ตารางที่ 4.18 สัดส่วนของสินทรัพย์หมุนเวียน**

สัดส่วนของสินทรัพย์หมุนเวียน	
ยานพาหนะ	250,000บาท
เงินทุนหมุนเวียน	132,377 บาท
รวม	382,377 บาท

**แหล่งที่มาของเงินลงทุน**

จากความต้องการเงินลงทุนของโครงการจำนวน 2,302,877 บาท มีการจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

- ส่วนกู้ยืมเป็นการกู้ยืมจากแหล่งเงินเชื่อเป็นจำนวนเงิน 750,000 บาท คิดเป็น 33 % ของเงินลงทุนทั้งโครงการซึ่งมีดอกเบี้ยการกู้ยืม 5.5%
- ส่วนเงินลงทุนที่เหลือเป็นการระดมเงินทุนจากทุนส่วนตัวของผู้ลงทุน โดยเป็นจำนวนเงิน 1,552,877 บาท คิดเป็น 67 %

สรุปว่าเงินลงทุนมาจากการกู้ยืม 33% จากเงินทุนของผู้ลงทุน 67 % โดยแบ่งเป็นหุ้น 15,529 หุ้น หุ้นละ 100 บาท

**กำไรเฉลี่ยของโครงการ**

หากจากค่าเฉลี่ยกำไรของโครงการ 10 ปี ในภาคผนวกหน้า 19 ดังนี้

$(242,270 + 292,184 + 346,801 + 407,222 + 437,187 + 580,168 + 652,903 + 732,723 + 820,228 + 964,992 /$

$10 = 551,268$  บาท

**กำไรเฉลี่ยต่อหุ้น**

มาจากกำไรเฉลี่ยหารด้วยจำนวนหุ้น

$551,268 / 15,529 = 35$  บาท/หุ้น

**ยอดขายเฉลี่ยของโครงการ**

มาจากค่าเฉลี่ยของยอดขายแต่ละปี 10 ปี ในภาคผนวกหน้า 11 ดังนี้

$(1,650,000 + 1,783,155 + 1,927,056 + 2,082,569 + 2,250,632 + 2,432,258 + 2,628,542 + 2,840,665 + 3,069,907 + 3,410,666) / 10 = 2,407,545$  บาท หรือ 96,302 กล้อง

### จุดคุ้มทุนกำไรเฉลี่ยของโครงการ

มาจากค่าเฉลี่ยของจุดคุ้มทุนกำไรของโครงการ 10 ปีในภาคผนวกหน้า 34

ใช้สูตร การหาจุดคุ้มทุนกำไร = ต้นทุนคงที่/1 - (ต้นทุนผันแปร / มูลค่าขาย) ทุกปีแล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย

$$(1,118,549+1,142,162+1,167,257+1,102,060+1,218,481+1,158,412+1,189,342+1,221,988+1,256,429+1,286,423) / 10 = 1,195,110 \text{ บาท หรือ } 47,804 \text{ กล้อง}$$

### จุดคุ้มทุนเงินสดเฉลี่ยของโครงการ

มาจากค่าเฉลี่ยของจุดคุ้มทุนเงินสดของโครงการ 10 ปีในภาคผนวกหน้าที่ 36 ดังนี้

ใช้สูตร จุดคุ้มทุนเงินสด = ต้นทุนคงที่ (เงินสด) / (ต้นทุนผันแปร / มูลค่าขาย) ทุกปีแล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย (758,890+788,575+819,302+849,336+880,624+913,248+947,293+982,849+1,020,013+1,054,545) / 10 = 901,467 บาท หรือ 36,059 กล้อง

### ระยะเวลาคืนทุน

เงินลงทุนทั้งโครงการ = ระยะเวลาที่มีเงินสดรับสะสมเท่ากับเงินลงทุนของโครงการ จากตารางที่ภาคผนวกหน้า 26 พบว่าเงินลงทุน 2,302,877 บาท จะคืนทุนในปีที่ 4 – 5

โดยในปีที่ 4 มีเงินรับสะสม 1,954,311 บาท ส่วนในปีที่ 5 มีเงินสดรับสะสม 2,336,569 บาท จะ ต้อง หว่าระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 4 ปีกับกี่เดือน

โดยจะพบว่าในปีที่ 5 มีเงินสดรับ 2,609,610 - 1,954,311 = 655,299 บาท

โดยเฉลี่ยเดือนละ 6 55,299 / 12 = 54,608 บาท

ในเดือนที่ 7 มีเงินสดรับ 55,299 \* 7 = 382,257 บาท

ในปีที่ 4 เดือนที่ 7 มีเงินรับสะสม 1,954,311 + 382,257 = 2,336,568.76 บาท

ในปีที่ 4 เดือนที่ 7 มีเงินรับสะสมมากกว่า 2,302,877 บาท

\* เพราะฉะนั้นระยะเวลาคืนทุนคือ 4 ปี 7 เดือน \*

### อัตราผลตอบแทน

ณ อัตราส่วนลดของโครงการ 25 % มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เป็นบวกแสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่า 25% แต่ในขณะที่อัตราส่วนลด 26%มูลค่าปัจจุบันเป็นลบแสดงว่าผลตอบแทนจะต้องอยู่ระหว่าง 25% ถึง 26% (เนื่องจากค่าจะอยู่ระหว่าง + กับ -)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ต่างกัน 389,156 อัตราส่วนต่างกัน 1 %

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ต่างกัน 29,948 อัตราส่วนต่างกัน 0.08%

\*อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการนี้คือ  $25+0.08 = 25.08\%$  \*

ตารางที่ 4.19 ที่มาของงบต้นทุนการผลิต

ประมาณการต้นทุนสินค้าโรงงาน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
1. ค่าวัตถุดิบ	270,600	292,437	316,037	341,541	369,104	398,890	431,081	465,869	503,465	559,349
2. ค่าจ้างแรงงาน	240,000	252,000	264,600	277,830	291,722	306,308	321,623	337,704	354,589	372,319
3. ค่าสาธารณูปโภค										
- ไฟฟ้า (ส่วน โรงงาน)	64,800	66,744	68,746	70,809	72,933	75,121	77,375	79,696	82,087	84,549
- ค่าโทรศัพท์ (ส่วน โรงงาน)	4,800	4,944	5,092	5,245	5,402	5,565	5,731	5,903	6,080	6,263
4. ค่าน้ำมัน P1 - ซีโอเพลิง (ส่วน โรงงาน)	12,000	12,360	12,731	13,113	13,506	13,911	14,329	14,758	15,201	15,657
5. ค่าบำรุงรักษาส่วนโรงงาน (เช่น อากาศ โรงงาน, เครื่องจักร, บานหน้าต่าง)	1,000	5,000	7,000	9,000	11,000	13,000	15,000	17,000	19,000	21,000
6. ค่าเสื่อมราคาโรงงาน	85,140	85,140	85,140	85,140	85,140	85,140	85,140	85,140	85,140	85,140
7. ค่าบรรจุภัณฑ์	82,500	90,041	98,270	107,252	117,055	127,754	139,430	152,174	166,083	186,345
8. ค่าเบี้ยประกัน	16,200	16,200	16,200	16,200	16,200	16,200	16,200	16,200	16,200	16,200
9. ค่าสวัสดิการแรงงาน	2,400	2,520	2,646	2,778	2,917	3,063	3,216	3,377	3,546	3,723
10. รวมต้นทุนสินค้าโรงงาน (1+...+9)	779,440	827,386	876,463	928,908	984,979	1,044,952	1,109,125	1,177,822	1,251,391	1,350,546



### ตารางที่ 4.19 ที่มาของงบต้นทุนส่วนสำนักงาน

#### ประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
1. เงินเดือน (ฝ่ายสำนักงาน)	180,000	189,000	198,450	208,373	218,791	229,731	241,217	253,278	265,942	279,239
2. ค่าสาธารณูปโภค										
- ไฟฟ้า (ส่วน สำนักงาน)	7,200	7,416	7,638	7,868	8,104	8,347	8,597	8,855	9,121	9,394
- ค่าโทรศัพท์ (ส่วน สำนักงาน)	19,200	19,776	20,369	20,980	21,610	22,258	22,926	23,614	24,322	25,052
3. ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงยานพาหนะ	108,000	111,240	114,577	118,015	121,555	125,202	128,958	132,826	136,811	140,916
(ส่วน สำนักงาน)										
4. ค่าบำรุงรักษา (ส่วนสำนักงาน)	10,000	15,000	22,000	28,000	34,000	40,000	46,000	52,000	58,000	64,000
(ส่วน อาคารสำนักงาน, ยานพาหนะ)										
5. ค่าเสื่อมราคาสำนักงาน	53,910	53,910	53,910	53,910	53,910	53,910	53,910	53,910	53,910	53,910
6. ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์	3,600	3,636	3,672	3,709	3,746	3,784	3,821	3,860	3,898	3,937
7. เงินสวัสดิการพนักงาน	1,800	1,890	1,985	2,084	2,188	2,297	2,412	2,533	2,659	2,792
8. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	49,500	53,495	57,812	62,477	67,519	72,968	78,856	85,220	92,097	102,320
9. รวมต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (1+...8)	433,210	455,363	480,413	505,415	531,423	558,496	586,698	616,096	646,761	681,560

### ตารางที่ 4. 20 ที่มาของงบกำไร-ขาดทุน

#### งบประมาณกำไร - ขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
<b>1. รายได้</b>	<b>1,650,000</b>	<b>1,783,155</b>	<b>1,927,056</b>	<b>2,082,569</b>	<b>2,250,632</b>	<b>2,432,258</b>	<b>2,628,542</b>	<b>2,840,665</b>	<b>3,069,907</b>	<b>3,410,666</b>
2. หัก ต้นทุนสินค้า	779,440	827,386	876,463	928,908	984,979	1,044,952	1,109,125	1,177,822	1,251,391	<b>1,350,546</b>
3. กำไรขั้นต้น (1-2)	870,560	955,769	1,050,593	1,153,661	1,265,653	1,387,307	1,519,416	1,662,843	1,818,515	<b>2,060,120</b>
4. หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	433,210	455,363	480,413	505,415	531,423	558,496	586,698	616,096	646,761	<b>681,560</b>
5. กำไรหลังหักค่าใช้จ่าย (3-4)	437,350	500,406	570,179	648,246	734,231	828,811	932,719	1,046,747	1,171,754	<b>1,378,560</b>
6. หัก - ค่าใช้จ่ายก่อนการคำนวณภาษี	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	-	-	-	-	-
7. หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	41,250	33,000	24,750	16,500	8,250	-	-	-	-	-
8. กำไร (ขาดทุน) สุทธิก่อนภาษี (5-6-7)	346,100	417,406	495,429	581,746	675,981	828,811	932,719	1,046,747	1,171,754	<b>1,378,560</b>
9. ภาษีนิติบุคคล (30%)	103,830	125,222	148,629	174,524	202,794	248,643	279,816	314,024	351,526	<b>413,568</b>
10. กำไร (ขาดทุน) สุทธิหลังหักภาษี (8-9)	242,270	292,184	346,801	407,222	473,187	580,168	652,903	732,723	820,228	<b>964,992</b>

ตารางที่ 4. 21 ที่มาของงบดุล

งบประมาณบุคคลที่ 1 - 10

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
<b>สินทรัพย์</b>										
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>										
1.เงินสด	34,130	66,697	104,685	148,669	214,199	285,372	363,761	450,069	545,059	654,079
2.เงินฝากธนาคาร	307,169	600,273	942,166	1,338,020	1,927,788	2,568,351	3,273,850	4,050,617	4,905,527	5,886,712
3.ลูกหนี้การค้า	68,750	74,298	80,294	86,774	93,776	101,344	109,523	118,361	127,913	142,111
4.สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	10,677	11,334	12,006	12,725	13,493	14,314	15,193	16,135	17,142	18,501
5.วัตถุดิบคงเหลือ	11,121	12,018	12,988	14,036	15,169	16,393	17,716	19,145	20,690	22,987
6.รวมสินทรัพย์หมุนเวียน (1)+(2)	431,847	764,620	1,152,140	1,600,223	2,264,425	2,985,775	3,780,043	4,654,327	5,616,331	6,724,390
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>										
7. ที่ดิน	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
8.อาคารโรงงาน	1,080,000	1,080,000	1,080,000	1,080,000	1,080,000	1,080,000	1,080,000	1,080,000	1,080,000	1,080,000
9.อาคารสำนักงาน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.เครื่องจักรอุปกรณ์	311,400	311,400	311,400	311,400	311,400	311,400	311,400	311,400	311,400	311,400
11.ยานพาหนะ	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000
12.อุปกรณ์สำนักงาน	39,100	39,100	39,100	39,100	39,100	39,100	39,100	39,100	39,100	39,100
13.รวมสินทรัพย์ถาวร (7)+(8)+(9)+(10)+(11)+(12)	1,920,500	1,920,500	1,920,500	1,920,500	1,920,500	1,920,500	1,920,500	1,920,500	1,920,500	1,920,500
หัก 14.ค่าเสื่อมราคาสะสม	139,050	278,100	417,150	556,200	695,250	834,300	973,350	1,112,400	1,251,450	1,390,500
15.รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ (13)-(14)	1,781,450	1,642,400	1,503,350	1,364,300	1,225,250	1,086,200	947,150	808,100	669,050	530,000
<b>สินทรัพย์อื่น ๆ</b>										
16.ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการตัดจ่าย (คงเหลือ)	200,000	150,000	100,000	50,000	-	-	-	-	-	-
16.1 ลิขสิทธิ์สัมปทาน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17.รวมสินทรัพย์อื่น ๆ (16)+(16.1)	200,000	150,000	100,000	50,000	-	-	-	-	-	-
18.รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น (6)+(15)+(17)	2,413,297	2,557,020	2,755,490	3,014,523	3,489,675	4,071,975	4,727,193	5,462,427	6,285,381	7,254,390

## ตารางที่ 4.22 תימאבכרסעגניסכ

### גבפּרמאגניסכ

רמקאר	בית 0	בית 1	בית 2	בית 3	בית 4	בית 5	בית 6	בית 7	בית 8	בית 9	בית 10
<b>גניסכרבי</b>											
1. קאירזאדחונ		242,270	292,184	346,801	407,222	473,187	580,168	652,903	732,723	820,228	964,992
2. גניסכרביזעכעבא	600,000										
2.1 גניסכרביזעכעבא (OD)	150,000										
3. ריזיקזאכרעגניסכאזון	1,552,877										
4. רומגניסכרבי (1)+(2)+(3)	2,302,877										
		242,270	292,184	346,801	407,222	473,187	580,168	652,903	732,723	820,228	964,992
<b>באג 5. קאמטעווראכא</b>											
		139,050	139,050	139,050	139,050	139,050	139,050	139,050	139,050	139,050	139,050
6. קאירזאכאזונקאמטעווראכא		50,000		50,000	50,000	50,000					
7. זאמטעווראכא קאמטעווראכא			50,000								
7.1 זאמטעווראכא קאמטעווראכא		18,150	1,538	1,669	1,811	1,965	2,133	2,314	2,512	2,726	4,017
8. רומגניסכרביזעכעבא (4)+(5)+(6)+(7)	2,302,877	449,470	402,773	537,520	598,083	664,202	721,350	794,267	874,204	962,904	1,108,059
<b>גניסכאזאב</b>											
9. קאמטעווראכא	240,000										
10. אכאדוררונגאמ	1,080,000										
12. מערעזאכרעגניסכאזאב	311,400										
13. באמטעווראכא	250,000										
14. אקאמטעווראכא קאמטעווראכא	39,100										
15. קאירזאכאזונקאמטעווראכא	250,000										
16. גניסכאזאב רעזערוואציע		10,677	657	672	718	768	822	879	941	1008	1358
17. רעזערוואציע		11,121	897	970	1,048	1,133	1,224	1,323	1,430	1,545	2,297
18. אקאמטעווראכא קאמטעווראכא		68,750	5,548	5,996	6,480	7,003	7,568	8,178	8,838	9,552	14,198
19. רומגניסכאזאבזעכעבא (9)+...+(18)	2,170,500	90,548	7,102	7,638	8,246	8,903	9,613	10,380	11,209	12,105	17,853
20. גניסכאזאב (8)-(19)	132,377	358,922	475,670	529,882	589,837	655,299	711,737	783,887	863,075	949,899	1,090,206
21. גניסכאזאב רעזערוואציע		132,377	341,299	666,970	1,046,851	1,486,688	2,141,987	2,853,724	3,637,611	4,500,686	5,450,585
22. רומגניסכאזאב (20)+(21)									4,500,686		
	132,377	491,299	816,970	1,196,851	1,636,688	2,141,987	2,853,724	3,637,611		5,450,585	6,540,791
23. זאכרעזעכעבא		150,000	150,000	150,000	150,000	-	-	-	-	-	-
24. זאכרעזעכעבא											
25. גניסכאזאב רעזערוואציע (22) - (23) - (24)	132,377	341,299	666,970	1,046,851	1,486,688	2,141,987	2,853,724	3,637,611	4,500,686	5,450,585	6,540,791

## ตารางที่ 4.23 บทสรุปทางการเงิน

บทสรุปทางการเงิน			
ชื่อโครงการ			
เจ้าของโครงการ			
ที่ตั้งโรงงาน			
	บาท	%	
เงินลงทุนของโครงการ	2,302,877	100	
ส่วนลงทุนของเจ้าของ	1,652,877	67	
เงินกู้	750,000	33	
สัดส่วนการลงทุนของโครงการ	บาท	%	%
สัดส่วนของดีบิตหลักทรัพย์	1,920,500	บาท	83.40
สัดส่วนของดีบิตหลักทรัพย์หมุนเวียน	382,377	บาท	16.60
จำนวนหุ้น	15,529	หุ้น	
ราคาต่อหุ้น	100	บาท	
กำไรโดยเฉลี่ยของโครงการ	551,268	บาท	
กำไรโดยเฉลี่ยต่อหุ้น	35	บาท	
ยอดขายโดยเฉลี่ยของโครงการ	2,407,545	บาท	
ยอดขายโดยเฉลี่ยของโครงการ	96,302	หน่วย	
จุดคุ้มทุนกำไรโดยเฉลี่ยของโครงการ	1,186,110	บาท	
จุดคุ้มทุนกำไรโดยเฉลี่ยของโครงการ	47,804	หน่วย	
จุดคุ้มทุนเงินสดโดยเฉลี่ยของโครงการ	901,467	บาท	
จุดคุ้มทุนเงินสดโดยเฉลี่ยของโครงการ	36,059	หน่วย	
ระยะเวลาคืนทุนประมาณ	4 ปี 7 เดือน		
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	25.08	%	