

แผนธุรกิจ โรงสีอ้อยเจริญผลพัฒนา

เกษมสันต์ อ้อยแสงชัย¹

บทสรุปผู้บริหาร

การผลิตข้าวในประเทศไทย เป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจไทยซึ่งมีแรงงานทำงานอยู่เป็นจำนวนมาก ประเทศไทยมีประเพณีการปลูกข้าวมาช้านาน มีที่ดินปลูกข้าวมากที่สุดเป็นอันดับที่ห้าของโลกและเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับหนึ่งของโลก ประเทศไทยวางแผนที่จะเพิ่มที่ดินเพื่อผลิตข้าวให้ได้มากยิ่งขึ้น สมาคมชาวนาข้าวไทย คาดการณ์ผลผลิตข้าวของประเทศไทยในปี 2558 ว่า แม้อายุข้าวเปลือกจะลดลงได้ราคาไม่เท่ากับโครงการรับจำนำ และกรณีที่กรมชลประทานได้ขอความร่วมมือชาวนาในเขตลุ่มน้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำแม่กลองงดทำนาปรังในฤดูแล้ง (พ.ย.57 – พ.ค.58) จากปริมาณน้ำในเขื่อนมีไม่เพียงพอในการสนับสนุนทำนา แต่คาดการณ์ผลผลิตข้าวในปี 2558 จะลดลงจากปี 2557 ไม่มาก สำหรับราคาข้าวเปลือกในปี 2558 ในส่วนของข้าวเปลือกเจ้าที่ชาวนาขายได้เฉลี่ยคงอยู่ที่ระดับ 7-8 พันบาทต่อตัน แต่หากชาวนาหาวิธีลดต้นทุน และเพิ่มผลผลิตอย่างจริงจังโดยใช้ข้าวพันธุ์ดีก็สามารถอยู่ได้และมีกำไรซึ่งอาจมากกว่าในช่วงโครงการรับจำนำ

โรงสีอ้อยนำผลพัฒนา” ให้บริการซื้อขายข้าวเปลือกแปรสภาพข้าวสาร ขายรำและปลายข้าว ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 2/1 หมู่ 4 ตำบลคลองควาย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2551 ทางโรงสีได้ขยายกิจการโรงสีข้าวอีก 1 โรง และได้จดทะเบียนในนาม โรงสีอ้อยเจริญผลพัฒนา” ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 99 หมู่ 4 ตำบลระโสม อำเภอภาชี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โรงสีอ้อยนำผลพัฒนาและโรงสีอ้อยเจริญผลพัฒนา เป็นโรงสีขนาดกลาง ให้บริการซื้อขายข้าวเปลือก, ข้าวสาร, รำทุกชนิด, ปลายข้าวทุกชนิดและแกลบ ซึ่งได้ให้บริการครบวงจร ดังนี้ 1. รับซื้อข้าวเปลือกเจ้าทุกชนิด 2. ขายข้าวสาร, รำทุกชนิดและปลายข้าว 3. ขายข้าวหนึ่ง, รำข้าวหนึ่งและปลายข้าวหนึ่ง ความสำคัญของการดำเนินธุรกิจของโรงสีเน้นการสร้างคุณภาพในขบวนการการผลิตเป็นสิ่งสำคัญที่สุดเพื่อผู้บริโภคจะได้บริโภคข้าวที่มีคุณภาพ ดังนั้นทางโรงสีจึงมุ่งเน้นการควบคุมคุณภาพในการสีข้าวสารในทุกขั้นตอนทั้งก่อนและหลังการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีมาตรฐานมากที่สุด

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเป็นธุรกิจที่ควรลงทุนเพราะเพราะคุ้มค่ากับการลงทุน และมีระยะเวลาคืนทุนเร็ว ทำให้กิจการมีกำไรในการประกอบธุรกิจ

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, โรงสีข้าว, อัจฉริยผลพัฒนา

บทนำ

มีคนจำนวนมากคิดว่าธุรกิจโรงสีเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว เพราะมองดูโรงสีแต่ละแห่งขยายกำลังการผลิตอยู่ทุกปี มีรถแพงๆ บ้านขนาดใหญ่ๆ มีรถวิ่งเข้าออกทั้งวัน ก็คิดว่าน่าจะทำธุรกิจนี้บ้างจริงๆ แล้ว การทำธุรกิจโรงสีข้าวไม่ใช่เรื่องง่ายอย่างที่คิด เพราะว่าเป็นธุรกิจที่ต้องติดต่อกับมวลชนคนหมู่มาก ทั้งการซื้อ การขาย ต้องมีความซนเป็นพิเศษ ทำงานตลอดเวลาไม่มีวันหยุด หมุนเงินจำนวนสูง แต่กำไรต่อหน่วยน้อยมากจึงต้องขยายกำลังการผลิตทุกปีเพื่อลดต้นทุนในการผลิต

ในการดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวในปัจจุบันนั้นต้องมีเครื่องมือเครื่องจักร ดังนี้

1. โกดังข้าวเปลือก
2. โกดังข้าวสาร
3. โคลงหลังคา (โรงคลุมลานสีข้าว)
4. ตู้อบข้าวเปลือกขนาดใหญ่
5. เครื่องจักรอุปกรณ์การสีข้าว
6. ระบบควบคุมการสีข้าวอัตโนมัติ
7. ถังสต็อกข้าวสารเพื่อรอการบรรจุ
8. พื้นสำหรับวางข้าวสารก่อนการส่งมอบ
9. เครื่องบรรจุระบบคอมพิวเตอร์
10. รถตักขนาดใหญ่
11. รถโฟคลิฟ
12. สำนักงาน
13. เครื่องซังรถบรรทุกขนาดใหญ่
14. รถบรรทุก 10 – 12 ล้อ และ รถพ่วง

แต่การสีข้าวไม่ได้มีแต่อุปกรณ์การสีข้าวเท่านั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือบุคลากร หรือ คน เพราะถ้าไม่มีคนที่เอาใจใส่ดูแลเครื่องปรับเครื่องให้อยู่ในสภาวะใช้งานที่ดีแม้เครื่องจะดีแค่ไหนก็ไม่มี ความหมาย หัวใจของโรงสีนั้นต้องมี สี่ประสานถึงจะเรียกว่า สมบูรณ์

1. บุคลากรที่มีความสามารถ

วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 2 ฉบับที่ 4 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2558)

2. เครื่องจักรที่มีความสามารถ (เหมาะกับข้าวเปลือกและข้าวสารที่สีอยู่)
3. การติดตั้งที่ดี การทำงานที่ไม่ซับซ้อน
4. วัตถุดิบที่มีคุณภาพดี

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ธุรกิจการสีข้าวเป็นธุรกิจที่มีเสน่ห์ในตัวเอง เพราะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชุมชน มีการซื้อขายเป็นเงินสดราคาก็เคลื่อนไหว ขึ้นลงทุกวัน มีการเก็งกำไรตลอดเวลา ข้าวขึ้นก็มีกำไร ข้าวลงก็มีกำไร เก็บไว้ไม่ขายก็มีกำไร ผลผลิตทันทีทุกรายการขายได้ และมีหุ้นแข็ง (ราคาที่เคลื่อนไหว) ตลอดเวลา ซึ่งที่กล่าวมาเป็นเพียงส่วนหนึ่ง ยังมีอีกหลายรายการที่ยังไม่ได้เขียนและบางรายการก็เขียนออกมาไม่ได้ (เพราะเป็นเทคนิคในการบริหาร) ต้องเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติงานจริง

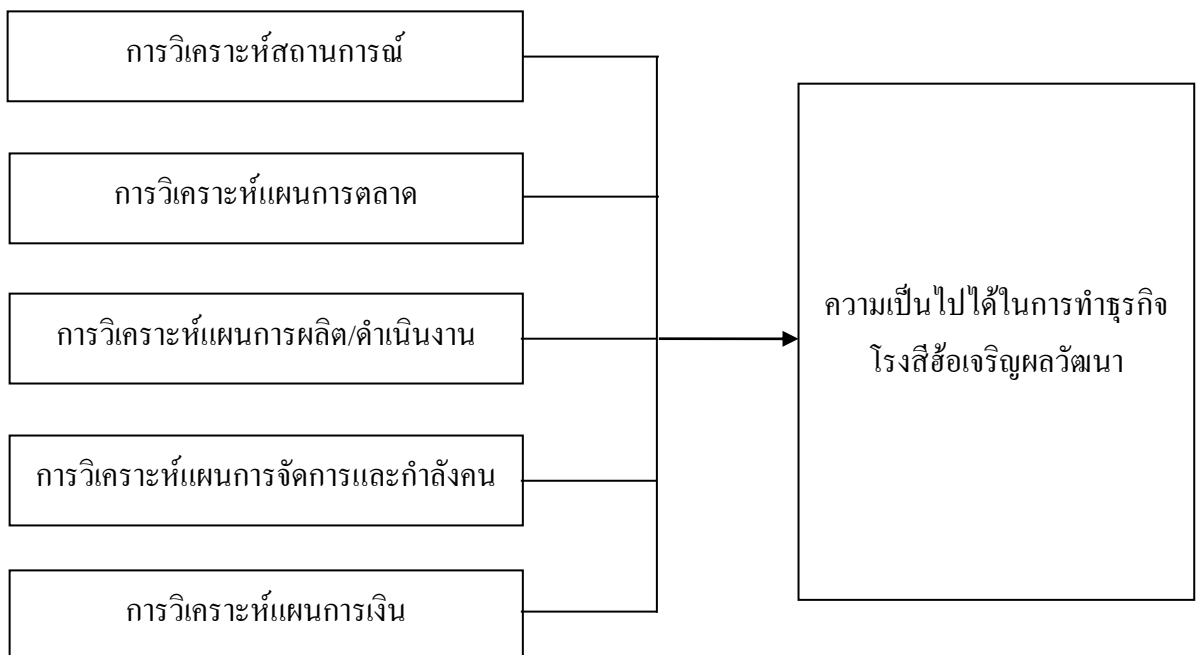
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ โรงสีอ้อยเจริญผลวัฒนา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ โรงสีอ้อยเจริญผลวัฒนา

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ โรงสีอ้อยเจริญ
ผลวัฒนา

2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนมีนาคม-เดือนกันยายน
2558

นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การ
วิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจ
ดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. โรงสีข้าว หมายถึง สถานที่สีข้าวเปลือกให้เป็นข้าวสารด้วยเครื่องจักร โดย
สามารถแบ่งโรงสีข้าวตาม ประเภทการใช้เชื้อเพลิงออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) โรงสีที่ใช้
หม้อไอน้ำ ใช้แกลบจากการสีข้าวเป็นเชื้อเพลิง 2) โรงสีไฟฟ้า ใช้กระแสไฟฟ้าในการ
ขับเคลื่อนมอเตอร์ 3) โรงสีที่ใช้เครื่องยนต์ดีเซลใช้น้ำมันดีเซลเป็นน้ำมันเชื้อเพลิง

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและ
ภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT
Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการวาง
ตำแหน่ง ทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการ
ส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้าง
องค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืน
ทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

● การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. มีความพร้อมของเครื่องจักร อาคารสถานที่ต่างๆ ในโรงสี

2. มีการทำงานภายในองค์กรเป็นเครือข่ายภายใต้ระบบงานที่ดีและควบคุมคุณภาพในการผลิตให้ได้มาตรฐานระดับสากลและตรงกับความพึงพอใจของลูกค้า
3. การทำธุรกิจในลักษณะของครอบครัวจึงส่งผลให้มีการคิดและตัดสินใจที่รวดเร็วในการบริหารงานและการแก้ไขปัญหาต่างๆ
4. มีความพร้อมด้านแรงงานและบุคลากรเป็นอย่างดี
5. เงินลงทุนเริ่มแรก เป็นเงินลงทุนของผู้ก่อตั้งเองทั้งหมด ทำให้กิจการไม่มีปัญหาภาระหนี้สิน
6. สามารถส่งมอบข่าวสารให้กับลูกค้าครบตามจำนวนสั่งซื้อและตรงตามเวลาที่กำหนด

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. การขนส่งสินค้าช้า เนื่องจากการขนส่งของ โรงสี อีอีอี ผลิตพัฒนา มีแต่รถบรรทุกขนาดใหญ่ซึ่งการขนส่งในปัจจุบัน จะมีการติดเวลาของรถบรรทุกทุกอย่างคือถนนเส้นนี้ห้ามให้รถบรรทุกวิ่งตั้งแต่เวลานี้จนถึงเวลานี้เป็นต้น และมาตาการควบคุมน้ำหนักการกรมการขนส่งทำให้เราบรรทุกสินค้าแต่ละรอบได้ปริมาณน้อยทำให้เกิดการล่าช้าในการขนส่งสินค้า
2. ขาดเทคโนโลยีที่สนับสนุนด้านการบัญชีและคลังสินค้า เนื่องจากโรงสี อีอีอี ผลิตพัฒนา ก่อตั้งโดยการพัฒนาจากโรงสีแม่ คือ โรงสี อีอีอี นำผลิตพัฒนา ซึ่งเป็นระบบการทำงานแบบครอบครัวคนจีนสมัยก่อน และระบบโรงสีเป็นระบบงานที่ค่อนข้างซับซ้อนทำให้ยังไม่มีโปรแกรมด้านการทำงานบัญชีและการคลังที่ตอบโจทย์เราได้ตรงใจที่สุด
3. ไม่มีการทำกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด อย่างต่อเนื่อง ช่วงระยะหลังจากการก่อตั้งโรงสีได้ 1 ปี ทางโรงสีไม่ได้ทำการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุชุมชนต่อ (หมดสัญญา) และทางโรงสีได้ขยายกำลังการผลิตเพิ่มทำให้ไม่มีพนักงานออกไปประชาสัมพันธ์
4. ขาดการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ด้วยทางโรงสี อีอีอี ผลิตพัฒนาเป็นโรงสีที่ยังทำงานระบบกงสีอยู่ จึงทำให้ไม่ค่อยมีกลยุทธ์หรือเทคนิคใหม่อะไรเข้ามา

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. ข้าวยังคงเป็นอาหารหลักของคนไทยจึงทำให้กิจการสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้
2. แนวพระราชดำริของในหลวงในเรื่องของการรณรงค์ให้ใช้ปุ๋ยชีวภาพแทนปุ๋ยเคมีเพื่อรักษาหน้าดิน ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตัวเกษตรกรและผู้บริโภคส่งผลให้กิจการสามารถเพิ่มมูลค่าจากสิ่งที่มีอยู่ได้ ทำให้ข้าวที่ได้จากการปลูกปลอดสารพิษและสารเคมี

3. พื้นที่ในประเทศไทยมีทำไร่ ทำนา ทำสวนจำนวนมากจำนวนมาก
4. ประชาชนหันมาให้ความสำคัญกับการรับประทานข้าวปลอดสารพิษมากขึ้น

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. เป็นธุรกิจที่ใช้เงินหมุนเวียนสูง จึงจำเป็นต้องมีทุนสำรองค่อนข้างสูง
2. สินค้าไม่ค่อยมีความแตกต่าง จึงทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการต่อรองสูง
3. นโยบายค่าแรงขั้นต่ำที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้กิจการมีต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น
4. นโยบายรับจํานำข้าวส่งผลให้กิจการต้องรับซื้อข้าวในราคาที่สูง อีกทั้งซัพพลายเออร์ หรือ ชวานาส่วนใหญ่จะนิยมนำข้าวไปจํานำกับรัฐบาล
5. นโยบายรับจํานำข้าวของรัฐบาลส่งผลให้ชวานาเร่งระงับการเก็บเกี่ยวข้าวเปลือกส่งผลให้ข้าวไทยไม่มีคุณภาพ

● การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

1. การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation: S) กิจการจะแบ่งส่วนตลาด ดังนี้
 - ตลาดอุตสาหกรรม คือ ตลาดที่ซื้อสินค้าของกิจการไปขายต่อ
 - ตลาดผู้บริโภค คือ ตลาดที่ซื้อสินค้าของกิจการไปใช้เอง
2. การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target Market: T) เนื่องจากกิจการเลือกกลยุทธ์ในระดับธุรกิจคือ กลยุทธ์การมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) ดังนั้นกิจการจะเลือกตลาดผู้บริโภคในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยการแบ่งสัดส่วนเป็น 80:20 ของยอดขาย แบ่งได้ดังนี้

80% คือ การตลาดแบบธุรกิจ (B2B) หรือ Business-to-Business หมายถึง การที่ลูกค้า ซื้อสินค้าและบริการของเรา เพื่อนำไปผลิตต่อด้วยการเพิ่มคุณค่าให้เป็นสินค้าและบริการอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่เข้าไปอุปโภคหรือบริโภคเอง ซึ่งทางโรงสีใช้เกณฑ์ในการแบ่งสามเกณฑ์ดังนี้

เกณฑ์ที่ 1 ความถนัดของโรงสี ทางโรงสีซื้อเจริญผลวัฒนาเป็นโรงสีที่รับซื้อข้าวเปลือกแล้วนำมาสีเป็นข้าวสารซึ่งทางโรงสีได้ดำเนินงานมานานตั้งแต่รุ่นคุณพ่อทำให้ทางโรงสีมีความชำนาญในเรื่องการคัดเลือกวัตถุดิบ (ข้าวเปลือก) ที่มีความแกร่ง ความมัน จึงทำให้เราได้รับความมั่นใจและมี กลุ่มลูกค้าหลัก คือ ลูกค้าส่งออก หรือลูกค้าที่ซื้อข้าวสารเพื่อไปจำหน่ายต่อ ส่วนมากเป็นลูกค้าขนาดใหญ่ แลภาคกลางเป็นส่วนมาก ซึ่งมีรายชื่อตัวอย่างลูกค้าหลักดังนี้

1. บริษัท ชัยพร จังหวัดสมุทรปราการ

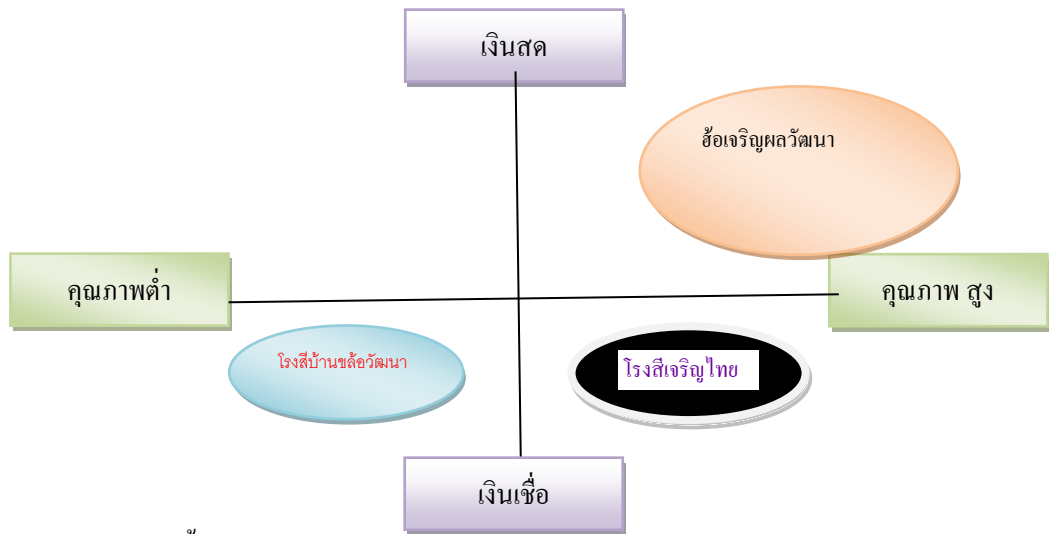
2. บริษัท สยามอินดิโก้ จังหวัดอ่างทอง
3. บริษัท ธนสรรไรซ์ จังหวัดชัยนาท
4. บริษัท เอเชียไรซ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
5. บริษัท วิงออนน์ จังหวัดปทุมธานี

เกณฑ์ที่ 2 การมีอำนาจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากลูกค้าหลัก ของทางโรงสี เป็นลูกค้าส่งออกเป็นส่วนมากอำนาจซื้อจึงมีมากและเป็นลูกค้าที่มั่นคง ดำเนินธุรกิจด้านนี้มานานทำให้ทางโรงสีมีใจในการติดต่อกับขาย

เกณฑ์ที่ 3 ความเหมาะสมของสินค้า เนื่องจากตัวสินค้าของทางโรงสีเป็นสินค้าที่เหมือนกันกับผู้ผลิตรายอื่น ทำให้ทางโรงสีต้องเน้นคุณภาพของข้าว ความชื้น ความแกร่งของข้าว และความมันของข้าว ทำให้สินค้าของทางโรงสีเป็นที่ไว้ใจและเชื่อมั่นแก่ลูกค้า

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด คือ ราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์



จากรูปอธิบายได้ดังนี้

1. โรงสีอ้อยเจริญผลวัฒนา รับซื้อข้าวเปลือกเป็นเงินสดไม่ใช่เครดิต (เงินเชื่อ) ซึ่งต่างกับโรงสีบ้านขลื้อและโรงสีเจริญไทย
2. โรงสีอ้อยเจริญผลวัฒนาคุณภาพข้าวสูงกว่าเพราะมีการเลือกซื้อข้าวเปลือกทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทยไม่ได้ซื้อข้าวเปลือกเฉพาะพื้นที่บริเวณรอบโรงสีเหมือนโรงสีบ้านขลื้อและโรงสีเจริญไทย
3. โรงสีอ้อยเจริญผลวัฒนาใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยนำเข้ามาจากต่างประเทศ (ยี่ห้อซานตาเก้ ประเทศญี่ปุ่น) ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงกว่าเครื่องจักรสมัยเก่า

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Strategy)

โรงสีอ้อยเจริญผลวัฒนาได้มีการวางกลยุทธ์ด้านราคา คือ การที่ผู้ผลิตหรือร้านค้า กำหนดระดับราคาของสินค้าประเภทเดียวกันแต่ต่างแบบต่างรุ่นหรือมีระดับคุณภาพที่ต่างกันออกไปเพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกสินค้าในระดับราคาที่เขาพอใจ กลยุทธ์ราคาลักษณะนี้สอดคล้องกับแนวคิดที่เชื่อว่าลูกค้าแต่ละรายมีความต้องการที่แตกต่างกัน บางคนอาจยอมจ่ายแพงกว่า เพื่อให้ได้สินค้าที่ดีมีระดับกว่าคนอื่น ขณะที่ลูกค้าบางกลุ่มต้องการสินค้าราคาประหยัดไม่ต้องการลูกเล่นมากนัก การตั้งราคาแนวระดับราคาจึงเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการขายได้ดีกว่าการผลิตและกำหนดราคาสินค้าในราคาเดียวกัน ที่กล่าวมานี้เป็นกลยุทธ์แนวระดับราคา (Price Lining) ที่เรานำมาใช้ในการกำหนดราคาของสินค้า

ตารางแสดงราคาสินค้าของโรงสีอ้อยเจริญผลวัฒนา

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ กก/กระสอบ	ราคา (บาท)
1.ข้าวสาร100%	100	1470
2.ข้าวสาร5%	100	1356
3.ปลายข้าวใหญ่	100	100
4.ปลายข้าวเล็ก	100	1200
5.รำข้าวละเอียด	60	850
6.รำข้าวหยาบ	100	330
7.แกลบ	100	120
8.ขี้เถ้าแกลบ	1000	900
9.ข้าวเปลือกแห้ง	10	90

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ตาราง แสดงช่องทางการจัดจำหน่าย



ช่องทางการจัดจำหน่ายข้าวสารมี 2 ช่องทางหลัก ดังนี้

1) ขายเป็นร้านค้าตัวแทนจัดจำหน่าย (คู่ค้า) โดยเราจะมีคู่ค้ามารับสินค้าของโรงสี เพื่อจำหน่ายต่อไปยังต่างประเทศและในประเทศ สมาชิกคู่ค้าจะมาซื้อสินค้าแล้วนำสินค้าไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคกระจายตามร้านค้าทั่วไป โดยที่คู่ค้าต้องการสั่งซื้อสินค้ากับทางโรงสีเพื่อนำไปจำหน่ายที่ร้านค้าตนเอง สำหรับสมาชิกคู่ค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่าราคาท้องตลาด

2) ขายส่งโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยเราจะเปิดขายหน้าบ้านเลย โดยให้บุคคลที่สนใจต้องการบริโภคสินค้าของเราสามารถซื้อได้ด้วยตนเอง ซึ่งราคาก็ต่ำกว่าราคาท้องตลาดทั่วไป

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

การโฆษณา (Advertising)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภคทั่วไป
2. เพื่อสร้างภาพพจน์ของสินค้าให้มีความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพและประโยชน์

ของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ : การใช้สื่อโฆษณาจะเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพในการเจาะกลุ่มเป้าหมาย ใช้สื่อประสมโดยเน้นการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสินค้าและรับรู้ถึงสินค้าของเราให้มากขึ้น ความถี่ในการโฆษณาจะใช้สื่ออย่างต่อเนื่อง โดยโฆษณาผ่านทางวิทยุ และป้ายโฆษณา โดยเน้นหนักในช่วงแรกของการออกผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการทดลองซื้อสินค้าและเกิดการซื้อซ้ำ โดยเราจะมี การออกสำรวจตลาดและแนะนำสินค้ากับคู่ค้ารายย่อยที่สนใจนำสินค้าของโรงสีไปจำหน่ายต่อไปกับผู้บริโภค

การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของโรงสีให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักผลิตภัณฑ์และเข้าใจในคุณค่าที่จะได้รับ
2. เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการทดลองสินค้าและเกิดการทดลองซื้อ

กลยุทธ์ :

1. เลือกใช้สื่อที่หลากหลายมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการนำเสนอความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของข้าวและคุณภาพของข้าวที่โรงสีผลิต
2. เน้นกิจกรรมที่ให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองซื้อสินค้า
3. สร้างความน่าเชื่อถือและเกิดความตระหนักถึงคุณประโยชน์ของการรับประทานข้าวและคุณภาพของข้าวที่โรงสีผลิต
4. พยายามเน้นย้ำให้เกิดการรับรู้ในตราสินค้าและความนิยมในผลิตภัณฑ์

● การวิเคราะห์แผนการผลิต

การผลิตข้าวสาร ถือเป็นกระบวนการหลักในการผลิต ซึ่งทางโรงสีได้ให้ความสำคัญมาก จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ และมีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทุกขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ขั้นตอนการรับซื้อวัตถุดิบ คือข้าวเปลือกผ่านขั้นตอนการผลิตต่างๆ จนกระทั่งการบรรจุหีบห่อ ตามกระบวนการสีข้าวเปลือกจะได้ผลิตภัณฑ์ข้าวสารประมาณ 42% ปลายข้าว 24% รำดิบ 11% และแกลบ 23%

ขั้นตอนการผลิตข้าวสาร สรุปได้ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำความสะอาดและแยกสิ่งเจือปนออกจากข้าวเปลือก

ขั้นตอนที่ 2 การกะเทาะเปลือก เพื่อที่จะแยกเอาแกลบออกจากตัวเมล็ดข้าว และเรียกข้าวในขั้นตอนนี้ว่า “ข้าวกล้อง”

ขั้นตอนที่ 3 การแยกข้าวเปลือกที่ยังตกค้างอยู่ในข้าวกล้อง จากการผ่านขั้นตอนที่ 2 นั้น อาจจะมีข้าวเปลือกอยู่ในข้าวกล้องอีก จึงต้องทำการแยกข้าวเปลือกออกจากข้าวกล้องอีกครั้ง ทั้งนี้เพื่อจะได้ข้าวกล้องที่ปราศจากการปะปนของข้าวเปลือกโดยจะทำการผ่านเครื่องจักร PADDY SEPARATOR ถึง 2 ครั้ง

ขั้นตอนที่ 4 การขัดรำออกจากข้าวกล้อง โดยทำการผ่านเครื่องจักร 2 ประเภท คือ

1. VERTICAL WHITENER จะทำการขัดผิวที่เคลือบออกจากข้าวกล้อง เรียกว่า “รำดิบ” โดยจะทำถึง 3 ครั้งด้วยกัน เพื่อที่จะได้เมล็ดข้าวสารที่ปราศจากรำเคลือบ

2. HORIZONTAL POLISHER จะทำการขัดเมล็ดข้าวสารให้เรียบเป็นเงาสะอาดปราศจาก รำ และสิ่งต่างๆที่เกาะเมล็ดข้าวสาร ส่วนรำดิบนั้นจะถูกลำเลียงเป็นวัตถุดิบในการผลิตน้ำมันรำและกากรำสัถัดต่อไป

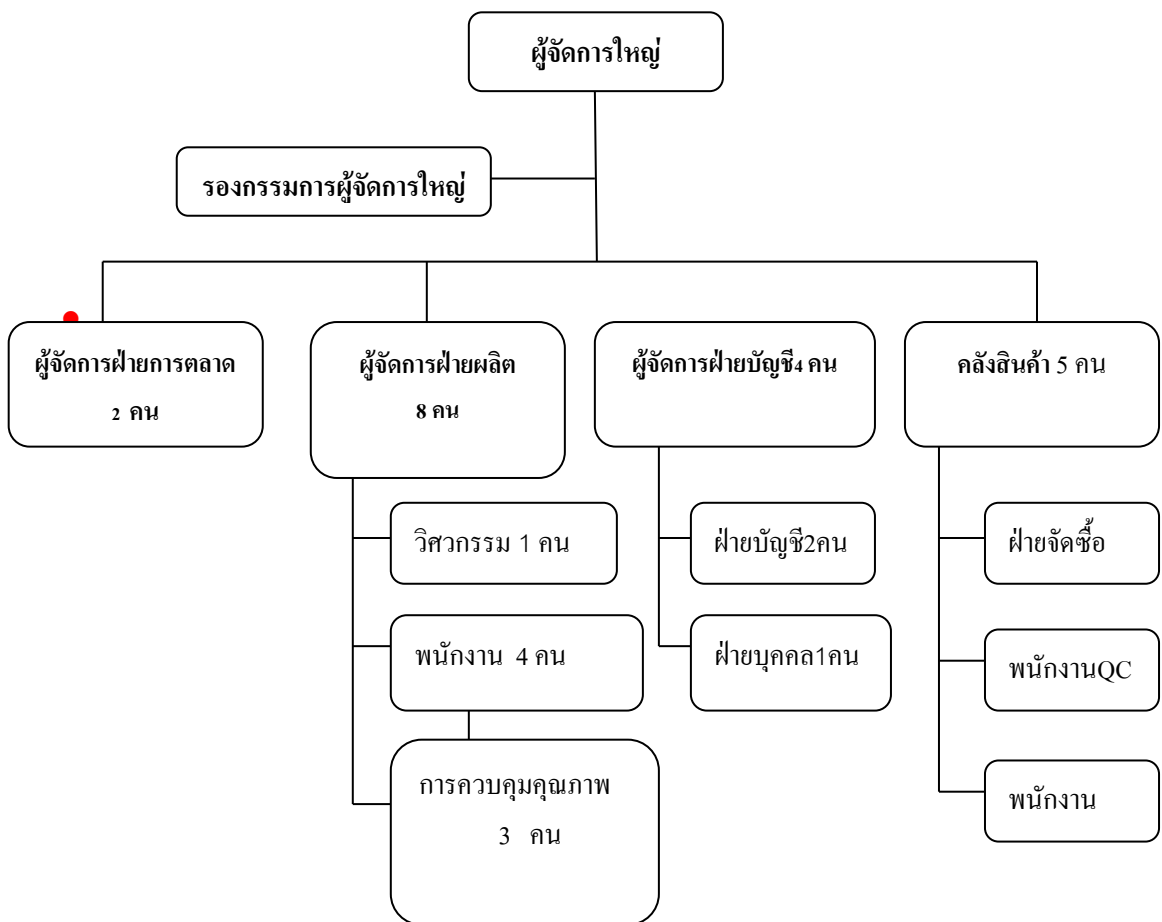
ขั้นตอนที่ 5 การคัดขนาดข้าวสาร ภายหลังจากการที่ทำการขัดผิวให้เรียบเป็นเงาสะอาดแล้ว ก็จะทำการคัดเมล็ดข้าวสารที่มีความยาวแตกต่างกันไป เช่น เต็มเมล็ด 6/8 ,5/8 และ4/8 เป็นต้น และบรรจุไว้ในไซโล เพื่อทำการบรรจุในขั้นตอนต่อไป

- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์การ

กิจการใช้ลักษณะการจัดการ โครงสร้างองค์การแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะว่าขนาดขององค์การมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักการจัดการ โครงสร้างองค์การในลักษณะนี้ทำได้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพแสดงแผนผังองค์การ (Organization Chart)



- **การวิเคราะห์แผนการเงิน**

โรงสีใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 200 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 293,670,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 293,751,575 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 293,833,150 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 293,914,725 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 293,996,300 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 96,061,500 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 96,100,360 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 96,071,220 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 96,076,080 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 96,080,940

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจ โรงสีอ้อยเจริญผลวัฒนาภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สืบค้นออนไลน์ www.oae.go.th สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2558

กรมการค้าภายใน สืบค้นออนไลน์ www.dit.go.th สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2558

สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย สืบค้นออนไลน์ www.thairiceexporters.or.th สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2558

IRRI-FAO สืบค้นออนไลน์ www.fao.org สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2558