

## แผนธุรกิจ ขนมหุ้นดอนเมือง

ณัฐพล วงสาขาธุรกิจ<sup>1</sup>

---

### บทสรุปผู้บริหาร

กิจกรรมที่สำคัญอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ประการหนึ่ง คือ การรับประทานอาหาร มนุษย์ในแต่ละวันต้องรับประทานอาหารอย่างน้อย 3 มื้อ ซึ่งในการรับประทานอาหารเช้าในแต่ละมื้อทำให้ร่างกายได้รับพลังงาน เพื่อที่จะมีแรงในการทำงานหรือกิจกรรมอื่นๆ หลังจากรับประทานอาหาร อาหารซึ่งมีความหลากหลายมากไม่ว่าจะเป็นอาหารสำเร็จรูป อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารแปรรูป เพื่อเป็นทางเลือกในการรับประทานอาหารเช้า

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้บริษัททำอาหารแปรรูปชนิดเส้น คือ ขนมหุ้นแป้งหมัก โดยใช้ข้าวเจ้ามาผ่านขั้นตอนในการผลิตอย่างมีคุณภาพจนออกมาเป็นเส้นขนมหุ้นซึ่งประเทศไทยเป็นแหล่งสำคัญในการผลิตข้าวได้มากและมีคุณภาพแห่งหนึ่งของโลก ทำให้วัตถุดิบที่นำมาแปรรูปมีต้นทุนที่ไม่สูงมากและมีปริมาณที่ตรงต่อความต้องการในการผลิต

ตลาดอาหารประเภทเส้นแปรรูปในประเทศไทยปี 2557 มีมูลค่าการตลาด 57,503.0 ล้านบาท และคาดว่าจะเพิ่มสูงถึง 61,933.2 ล้านบาทในปี 2558 โอกาสการเติบโตของอาหารแปรรูปยังมีโอกาสและช่องทางอีกมาก ลักษณะตลาดขนาดค่อนข้างใหญ่ของอาหารแปรรูปสามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายโดยไม่จำเป็นต้องมีการแบ่งกลุ่มลูกค้าย่อยทำให้ง่ายต่อผู้ประกอบการในการกำหนด กลยุทธ์ต่างๆ รวมไปถึงการเจาะตลาดอีกทั้งเป็นกลุ่มตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ ดังนั้นจึงนับได้ว่าตลาดอาหารแปรรูปของไทยยังมีศักยภาพที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

แผนการตลาด บริษัทมีการแบ่งส่วนทางการตลาด แบบ B2B โดยใช้เกณฑ์ (1) ลักษณะของธุรกิจ เช่น ประเภทธุรกิจ ขนาดของกิจการ และพื้นที่ในการทำธุรกิจ (2) เกณฑ์การให้ความสำคัญกับการซื้อ เช่น นโยบายในการซื้อ และเกณฑ์ราคาในการซื้อ ดังนั้นบริษัทได้สรุปกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่ม หลัก ร้านค้าส่ง ขนาดกลาง และรับสินค้าจากผู้ผลิตไปขายต่อกับร้านค้าปลีก ซึ่งระยะสั้นจะกระจายแค่ในภาคกลาง กทม. และปริมณฑล

---

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

เน้นราคาต่ำและคุณภาพ ซึ่งมีทั้งชำระแบบเงินสดและเงินเชื่อและเป้าหมายรอง คือ ร้านค้าปลีก ขนาดเล็ก และรับสินค้าจากผู้ผลิตไปขายต่อกับผู้บริโภค ซึ่งในระยะสั้นจะกระจายแค่ในภาคกลาง กทม. และ ปริมณฑล เน้นราคาต่ำและคุณภาพ ซึ่งมีทั้งชำระแบบเงินสดและเงินเชื่อ

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ มีความหลากหลายของขนาดคือ 1/2 กิโลกรัม, 1 กิโลกรัม, 2 กิโลกรัม 3 กิโลกรัม 5 กิโลกรัม, 10 กิโลกรัม, 20 กิโลกรัม, 30 กิโลกรัม การผลิตเส้นขนมจีนแป้งหมักดอนเมืองนั้น จะเน้นเรื่องคุณภาพมาตรฐาน สด ใหม่ สะอาด มีราคาที่เหมาะสมและขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย

แผนการผลิต บริษัทได้มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากพ่อค้าคนกลางได้แก่ ข้าวเจ้า กับเกลือ โดยทางบริษัทจะรับตัวอย่าง ข้าวเจ้ากับเกลือในการสั่งแต่ละครั้งเพื่อตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ เมื่อผ่านการตรวจสอบแล้วทางบริษัทจะนำวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบแล้วนำมาผ่านกระบวนการผลิต บรรจุ และนำไปแจกจ่ายตามยอดที่ลูกค้าสั่ง แผนการจัดการและกำลังคน โดยบริษัทมีบุคลากรทั้งสิ้น 52 คน แบ่งเป็น 1. ผู้จัดการทั่วไป 1 ตำแหน่ง 2. หัวหน้าฝ่ายผลิต 1 ตำแหน่ง 3. หัวหน้าฝ่ายตลาด 1 ตำแหน่ง 4. พนักงานการผลิต 4 ตำแหน่ง 5. พนักงานการตลาด 1 ตำแหน่ง 6. พนักงานบัญชี 1 ตำแหน่ง 7. พนักงานขนส่ง 5 ตำแหน่ง 8. พนักงานรักษาความปลอดภัย 2 ตำแหน่ง

แผนการเงิน บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มต้นทั้งสิ้น 9,500,000 บาท โดยใช้เงินทุนส่วนตัวของเจ้าของบริษัท บริษัทมีระยะคือทุนเพียง 1 ปี โดยผลกำไรที่ได้ในปีแรกคือ 9,747,000 บาท

**คำสำคัญ :** แผนธุรกิจ, ขนมจีนดอนเมือง

## บทนำ

ขนมจีน เป็นอาหารชนิดหนึ่ง ที่ทำมาจากแป้งเป็นเป็นลักษณะเส้นกลมและยาว คล้ายเส้นเล็ก ซึ่งรับประทานกับน้ำยาต่างๆ เป็นต้น เส้นขนมจีนมีชื่อเรียกหลายชื่อ อาทิ ทางภาคเหนือเรียก ขนมเส้น และ ทางภาคอีสานเรียก ข้าวปุ้น เส้นขนมจีนแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ ขนมจีนแป้งหมัก กับขนมจีนเส้นสด เส้นขนมจีน 2 ชนิดนี้มีความแตกต่างกัน ซึ่งขนมจีนแป้งหมัก มีลักษณะเป็นเส้นสีขาวอมเหลืองในตัวเส้น ไม่มีความใสและมีขั้นตอนในการทำหลายขั้นตอนมีอายุการเก็บรักษาได้นานกว่าขนมจีนเส้นสด ขนมจีนเส้นสดมีขั้นตอนในการทำที่ง่ายกว่าและลักษณะเส้นมีความขาวใสแต่มีอายุการเก็บรักษาที่สั้นเลยทำให้ขนมจีนเส้นสดไม่ค่อยนิยมกับการทำเป็นอุตสาหกรรมนั่นเอง

โรงงานขนมเงินเป็งหมักคอนเมืองที่มาของชื่อในสมัยที่เริ่มตั้งโรงงานใหม่ไม่มีชื่อของผลิตภัณฑ์แต่ใช้ชื่อ โรงงานว่า ไ้้ว้ววนฮวด ในการส่งสินค้า ซึ่งในตอนนั้นไม่ได้แค่ผลิตเส้นขนมเงินเป็งหมักเพียงอย่างเดียวแต่ผลิตเส้นลอดช่องควบคู่ไปด้วยกัน พอขายไปได้ในระยะหนึ่งเส้นลอดช่องยอดขายไม่ค่อยได้กำไรสักเท่าไรเลยเลิกผลิตเส้นลอดช่องและมาผลิตเส้นขนมเงินเพียงอย่างเดียว พอขายมาได้ระยะหนึ่งได้มีการจดทะเบียนกับกรมแรงงานโดยใช้ชื่อว่า โรงงานขนมเงินเป็งหมักคอนเมือง คำว่าคอนเมืองนั้นมาจากแหล่งที่อยู่ของโรงงานซึ่งอยู่ในเขตคอนเมือง

โรงงานขนมเงินเป็งหมักคอนเมือง เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว เริ่มดำเนินธุรกิจปี 2558 ผลิตเส้นขนมเงินเป็งหมักโดยมีผลิตภัณฑ์ คือ เส้นขนมเงินเป็งหมักโดยการที่นำแป้งข้าวเจ้ามาสู่กระบวนการแปรรูป โดยผ่านกระบวนการบดข้าวให้เป็นแป้ง>นำแป้งไปหมัก>นำแป้งไปนึ่ง>นำแป้งไปนวด>และรีดออกมาเป็นเส้น >บรรจุใส่ภาชนะ และนำไปจัดส่งตามตลาดหลักๆ คือ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดปทุม ตลาดสะพานใหม่ และ ตลาดปากเกร็ด

ด้านการผลิตเส้นขนมเงินผู้ประกอบการเลือกข้าวที่ผลิตขนมเงินเป็งหมักโดยใช้ข้าวเจ้ามาผลิตซึ่งมีคุณค่าทางอาหารสูง และหาง่ายโดยการนำมาแปรรูปผ่านกระบวนการต่างๆ ซึ่งขนาดของผลิตภัณฑ์มีหลากหลายขนาดให้เลือกซื้อโดยมีขนาด ½ กิโลกรัม, 1 กิโลกรัม, 2 กิโลกรัม, 3 กิโลกรัม, 5 กิโลกรัม, 10 กิโลกรัม, 20 กิโลกรัม และ 30 กิโลกรัม เป็นขนาดที่ใหญ่ที่สุดที่ผลิต ขนาดของผลิตภัณฑ์นั้นเองเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้า เช่น กลุ่มวัยรุ่นและคนทำงานมักซื้อขนาด 1/2 กิโลกรัม – 5 กิโลกรัม และ ผู้ประกอบการร้านอาหารมักซื้อขนาด 10 กิโลกรัม – 30 กิโลกรัม

เป็นโรงงานผลิตเส้นขนมเงินเป็งหมักที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานระดับสูง เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับของผู้บริโภค

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

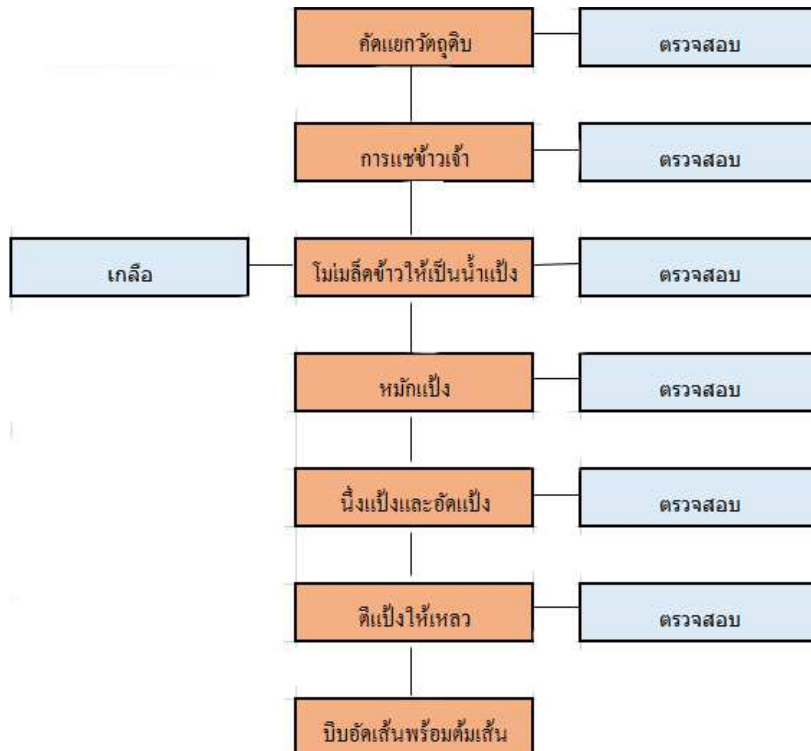
เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ขนมเงินคอนเมือง

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ขนมเงินคอนเมือง

## กรอบแนวคิดในการศึกษา

### แผนการผลิต



### ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ขนมจีนดอนเมือง

2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือน มีนาคม – เดือน มิถุนายน 2558

### นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. ขนมจีน หมายถึง เป็นอาหารชนิดหนึ่ง ที่ทำมาจากแป้งเป็นเป็นลักษณะเส้นกลมและยาว คล้ายเส้นเล็ก

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

##### ด้านผลิตภัณฑ์

1. เส้นขนมนมเงินผลิตวันต่อวันทำให้เส้นขนมนมเงินมีความสดใหม่
2. ผู้บริหารมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการผลิตเส้นขนมนมเงินเป็นอย่างดี
3. โรงงานมีขั้นตอนการผลิตอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ
4. สินค้าราคาต่ำกว่าคู่แข่งและมีคุณภาพเท่ากับคู่แข่ง
5. ส่งสินค้าตรงตามเวลา
6. ทางโรงงานมีบริการจัดส่งขนมนมเงินด้วยตัวเอง
7. มีกรรมวิธีการผลิตที่สะอาดปลอดภัย รวมถึงมีการคัดสรร วัตถุดิบที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ

##### มาตรฐานและมีคุณภาพ

8. มีการจัดการด้านกำลังคนอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้การทำงานเป็นขั้นตอนและรวดเร็ว

#### จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. การสื่อสารกับผู้บริโภคยังไม่ทั่วถึงและครอบคลุม
2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดีพอเนื่องจากสภาพอากาศ
3. ผลิตไม่ทันตามความต้องการเพราะแรงงานไม่เพียงพอ

### โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. ปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวกสบาย จึงนิยมการรับประทานอาหารสำเร็จรูป แทนการทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน
2. มีแหล่งวัตถุดิบที่อยู่ในประเทศและสามารถหาซื้อได้ง่าย
3. มีเทคโนโลยีที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในตลาด
4. เส้นขนมจีนสามารถนำไปรับประทานคู่กับอาหารอื่นๆ แทนข้าวได้ เช่น แกง, ส้มตำ, น้ำยา

### อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. ไม่สามารถควบคุมราคาของวัตถุดิบได้ เพราะราคาของวัตถุดิบบางชนิดจะเป็นไปตามกลไกของตลาด
2. สภาพภูมิอากาศและภัยทางธรรมชาติ ส่งผลต่อการหาวัตถุดิบในบางช่วง
3. กระบวนการจดทะเบียนการค้า มีความซับซ้อนในการยื่น และดำเนินการเพื่อให้ผ่านมาตรฐานตามที่ อย. กำหนด ซึ่งอาจพบเจอข้อจำกัดบางอย่างที่ก่อให้เกิดอุปสรรคได้
4. ปัญหาด้านด้านภัยธรรมชาติ ทำข้าวราคาสูงขึ้นและคุณภาพของข้าวไม่เป็นไปตามมาตรฐาน
5. มีคู่แข่งเป็นจำนวนมากในตลาด ทั้งคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม

- การวิเคราะห์ด้านการตลาด

#### การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

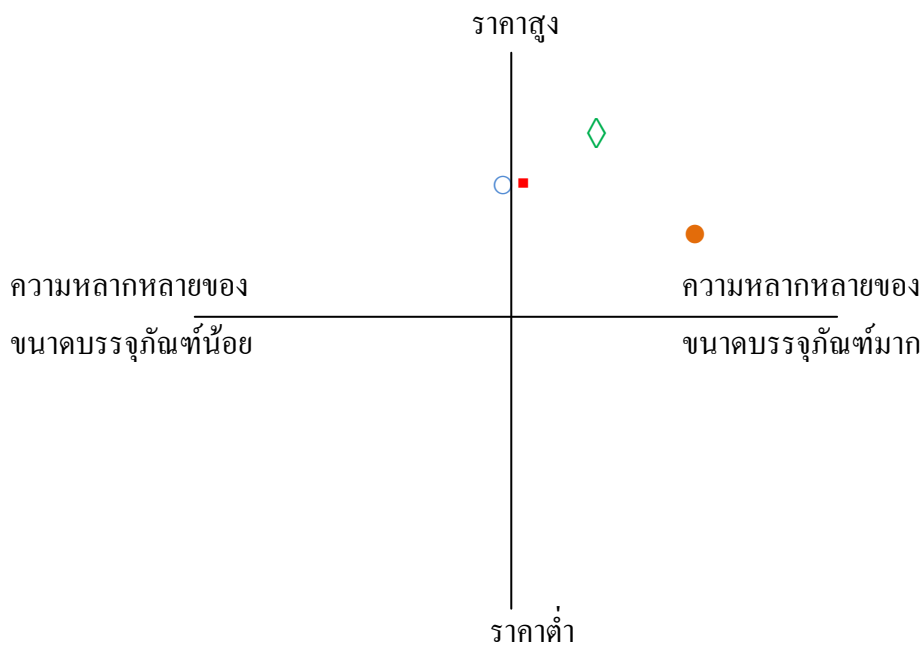
เป้าหมายหลัก ร้านค้าส่ง ขนาดกลาง และรับสินค้าจากผู้ผลิตไปขายต่อกับร้านค้าปลีก ซึ่งระยะสั้นจะกระจายแค่ในภาคกลาง กทม. และ ปริมณฑล เน้นราคาต่ำและคุณภาพ ซึ่งมีทั้งชำระแบบเงินสดและเงินเชื่อ

เป้าหมายรอง ร้านค้าปลีก ขนาดเล็ก และรับสินค้าจากผู้ผลิตไปขายต่อกับผู้บริโภค ซึ่งในระยะสั้นจะกระจายแค่ในภาคกลาง กทม. และ ปริมณฑล เน้นราคาต่ำและคุณภาพ ซึ่งมีทั้งชำระแบบเงินสดและเงินเชื่อ

#### การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (P : Positioning)

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ บริษัทจะใช้เกณฑ์การแบ่งเป็น 2 มิติ คือ เกณฑ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ และเกณฑ์คุณภาพของสินค้า โดยการเปรียบเทียบ

กับคู่แข่งทางตรงของบริษัท ซึ่งคู่แข่งทางตรงของทางร้านมีดังนี้ คือ โรงงานขนมจีน นครนายก, โรงงานขนมจีน ตราดาว, โรงงานขนมจีน เจ้ควิก



- โรงงานขนมจีน คอนเมือง
- โรงงานขนมจีน ตราดาว
- โรงงานขนมจีน เจ้ควิก
- ◇ โรงงานขนมจีน นครนายก

#### กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Strategy)

ขนมจีนแป้งหมักคอนเมืองมีการตั้งราคาขาย แบ่งออกเป็น 8 ขนาดดังนี้ โดยขาย กิโลกรัมละ 14 บาท ไม่รวมค่าบรรจุภัณฑ์

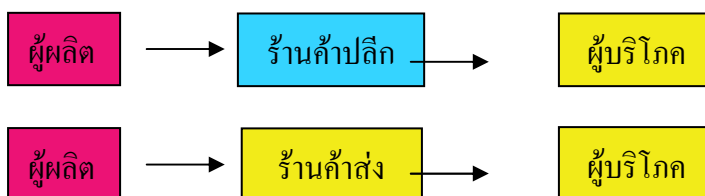
ปริมาณ	ราคา
1/2 กิโลกรัม	10 บาท
1 กิโลกรัม	20 บาท
2 กิโลกรัม	30 บาท
3 กิโลกรัม	45 บาท
5 กิโลกรัม	75 บาท
10 กิโลกรัม	150 บาท
20 กิโลกรัม	280 บาท ( ฟรีค่าบรรจุภัณฑ์ )
30 กิโลกรัม	420 บาท ( ฟรีค่าบรรจุภัณฑ์ )

### กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

เพื่อเพิ่มช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ช่องทางในการกระจายผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ เป็นการศึกษาช่องทางจากแหล่งใหม่ๆ ที่ยังไม่ค่อยมีผู้ประกอบการรายใดนึกถึง โดยเริ่มจากการกระจายในที่เล็กๆ ออกสู่ที่ใหญ่ เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ พ่อค้าคนกลางยังไม่รู้จัก และกำลังการผลิตยังต่ำอยู่ โดยเลือกช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำที่สุด โดยในการดำเนินงานระยะสั้นจะไม่เน้นการเข้าร้านสะดวกซื้อแบบ Modern trade อย่างเช่น 7-11 เพราะจะมีค่าใช้จ่ายในเรื่องของค่าแรกเข้าที่มีราคาสูง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก

#### การดำเนินงาน

ขนมจินดอนเมืองมีการกระจายสินค้า 2 ระดับ คือ



1. กระจายผลิตภัณฑ์ผ่านพ่อค้าส่ง
2. กระจายผลิตภัณฑ์ผ่านพ่อค้าปลีก

ซึ่งมีวิธีการกระจายสินค้า ดังนี้

1) ขายส่ง โดยการฝากขายเนื่องจากตลาดค้าส่งที่ทางธุรกิจได้เลือกมีอัตราการหมุนเวียนผลิตภัณฑ์เร็ว ซึ่งจะส่งผลิตภัณฑ์ทุกวัน โดยติดตามผลหลังการขายวันต่อวันเพื่อต้องการทราบว่า จะเพิ่มหรือลดการกระจายผลิตภัณฑ์ให้แก่พ่อค้าส่งในตลาดนั้นๆ

#### กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

บริษัทมีการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด ดังต่อไปนี้ คือ

1. จัดทำเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อบอกข่าวสารและแสดงรายการข้อมูลสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าที่สนใจ
2. โปสเตอร์ (Posters) ได้แก่ ป้ายโฆษณา (Billboard) ตามสถานที่ต่างๆ
3. สร้างการรับรู้ ผ่านสื่อออนไลน์ (Online)
4. นามบัตร

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทใช้งบประมาณสำหรับการส่งเสริมการตลาดในปีที่ 1 เท่ากับ 92,200 บาท



- การวิเคราะห์แผนการผลิต

การผลิตขนมจีนตอนเมืองมีกระบวนการผลิตตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

**ขั้นที่ 1 คัดแยกวัตถุดิบ**

เตรียมวัตถุดิบจำนวน 9000 กิโลกรัมคัดแยกสิ่งแปลกปลอมที่ปนมากับวัตถุดิบเช่น เม็ดดิน หรือกากใบ ที่อาจติดมาจากขั้นตอนการสีเมล็ด โดยใช้เครื่องทำความสะอาดและคัดขนาดสิ่งเจือปนออกจากเมล็ดพืช ชนิดตะแกรงโยกแบบลูกถ่วง

**ขั้นที่ 2 การแช่ข้าวเจ้า**

นำข้าวเจ้าที่ผ่านการทำความสะอาดมาใส่ถังถังละ 500 กิโลกรัมจำนวน 18 ถัง เพื่อเป็นการแช่ข้าวไว้ 1 วัน โดยแผนกแช่ข้าวจะมีจำนวนถังทั้งหมด 36 ถัง ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 ชุด จะเป็นชุดละ 18 ถัง เพื่อเป็นการแบ่งกระบวนการเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการแช่ และการนำข้าวไปขั้นตอนต่อไป ซึ่งเป็นการประหยัดเวลาที่จะสูญเสียไประหว่างการแช่ข้าวไว้ 1 วัน

**ขั้นที่ 4 หมักแป้ง**

นำน้ำแป้งมาใส่บ่อ ที่เตรียมไว้ซึ่งสามารถบรรจุน้ำแป้งได้ 1000 ลิตร น้ำแป้งมี 18000 ลิตร ต้องใช้จำนวน 18 บ่อ ระยะเวลาในการแช่แป้งเพื่อให้เป็นก้อนใช้เวลา 2 วัน โดยจะแบ่งบ่อหมักแป้งเป็น 3 ชุด ชุดละ 18 บ่อ รวมเป็น 54 บ่อ ซึ่งจะเวียนแต่ละชุดเมื่อครบ 2 วันเมื่อได้แป้งจับตัวเป็นก้อนแล้ว ก็เตรียมไปยังขั้นตอนต่อไป

**ขั้นที่ 5 นึ่งแป้งและอัดแป้ง**

นำแป้งก้อนที่ผ่านการหมักมาแล้ว นำมาใส่ถาดเหล็ก ให้ได้ถาดละ 30 กิโลกรัม นำถาดเหล็กที่มีแป้งมาใส่เครื่องนึ่งแป้ง เครื่องนึ่งแป้งสามารถใส่ถาดเหล็กได้ 18 ถาด

ในการนึ่งแต่ละรอบใช้เวลา 10 นาที โดยให้แป้งจะสุกแค่เปลือกนอกส่วนในจะไม่สุก นำแป้งที่นึ่งมาใส่ลงในเครื่องอัดเพื่อให้แป้งที่สุกกับไม่สุกผสมกันและเป็นก้อนและนำแป้งกลับมาใส่ถาดเหมือนเดิม เพื่อรอไปยังขั้นตอนต่อไป

**ขั้นที่ 6 ตีแป้งให้เหลว**

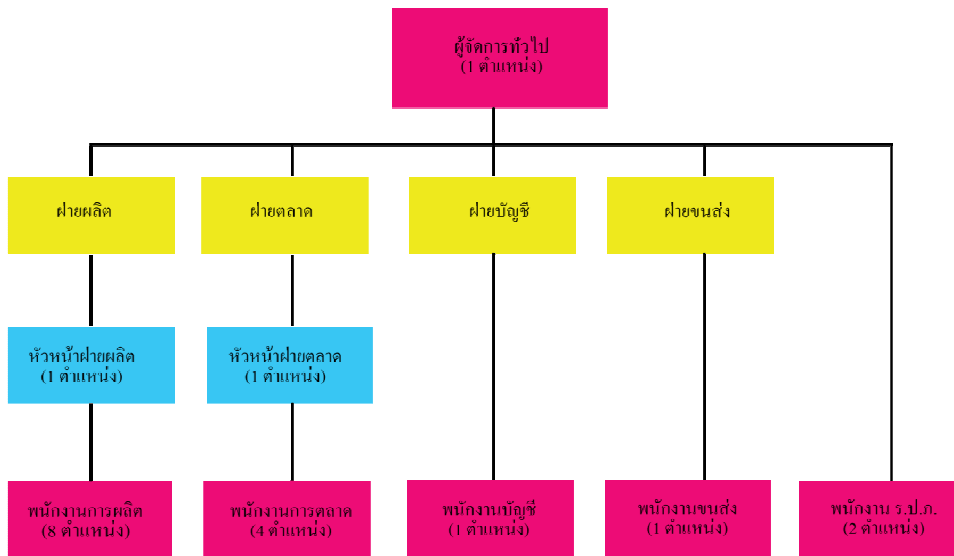
นำแป้ง 30 กิโลกรัม ในถาดมาใส่ในเครื่องตีแป้งและเปิดเครื่องนวดให้แป้งเข้าที่ ระหว่างแป้งสุกกับแป้งไม่สุกเข้ากันเมื่อแป้งเข้ากันแล้วให้เติมน้ำร้อนใส่เข้าไป 500 มิลลิลิตร และให้เครื่องตีแป้งไป 3 นาที

เมื่อผ่าน 3 นาทีแล้ว ให้เติมน้ำเข้าไปอีก 1 ลิตร และให้เครื่องตีแป้งต่อไปอีก 5 นาที เมื่อผ่านมา 5 นาที ทำการปิดเครื่อง และนำแป้งเหลวนำออกมาใส่ถังไม้และนำไปยังขั้นตอนต่อไป

### ขั้นที่ 7 บีบอัดแป้งให้เป็นเส้นพร้อมต้มเส้น

นำแป้งเหลวมามาใส่ในเครื่องอัดเส้น 30 กก. ตรวจสอบน้ำในหม้อต้มน้ำให้มีความเดือด 100 องศาเปิดเครื่องทำการโรยเส้นลงในหม้อต้มน้ำโดยวนรอบหม้อเพื่อไม่ให้เส้นติดกันหม้อต้มสามารถโรยเส้นได้ 30 กก. / 1 ครั้งเส้นขนมจีนที่โรยใหม่จะจมลงก้นหม้อต้ม ให้รอประมาณ 15 วินาที เส้นที่สุกจะลอยขึ้นมาบนผิวน้ำนำกระชอนมาตักเส้นขนมจีนที่ลอยบนผิวน้ำ แล้วนำเส้นขนมจีนที่ตักขึ้นมา นำมาใส่ในบ่อน้ำที่มีความเย็น

- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน



บุคลากรในโรงงานขนมจีน ประกอบด้วยบุคลากร 52 คน ดังนี้

- |                    |    |         |
|--------------------|----|---------|
| 1. ผู้จัดการทั่วไป | 1  | ตำแหน่ง |
| 2. หัวหน้าฝ่ายผลิต | 1  | ตำแหน่ง |
| 3. หัวหน้าฝ่ายตลาด | 1  | ตำแหน่ง |
| 4. พนักงานการผลิต  | 40 | ตำแหน่ง |

- หัวหน้าฝ่ายผลิต 1 ตำแหน่ง (ตรวจสอบคุณภาพและควบคุมการดำเนินงานฝ่ายผลิต)

- |                            |   |         |
|----------------------------|---|---------|
| 5. พนักงานการตลาด          | 1 | ตำแหน่ง |
| 6. พนักงานบัญชี            | 1 | ตำแหน่ง |
| 7. พนักงานขนส่ง            | 5 | ตำแหน่ง |
| 8. พนักงานรักษาความปลอดภัย | 2 | ตำแหน่ง |

- **การวิเคราะห์แผนการเงิน**

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 9.5 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 103,683,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 103,683,000 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 103,683,000 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 103,683,000 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 103,683,000 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 9,747,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 9,741,000 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 9,734,000 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 9,728,000 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 9,721,000 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 1 ปี

**สรุปผลการศึกษา**

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจขนมจีนดอนเมืองภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

**บรรณานุกรม**

จรรย์ บุญนา. อาหารพื้นบ้านของไทยภาคใต้. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2537.

จารุวรรณ นพณรงค์. 2525. **ทฤษฎีอาหาร 1 อาหารประจำภาค 4 ภาค.** สำนักพิมพ์โอ

เดียนสโตร์. กรุงเทพฯ.จรรยา สุบรรณ. 2528. **อาหารถนอม – แปรรูปและขนมแห้ง.** แพร่พิทยา. กรุงเทพฯ.

จิรพันธ์ ศรีสมพันธ์. **ระบบฐานข้อมูลครุภัณฑ์บนอินเทอร์เน็ต.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.

พิเชษฐ์ วิจิตร โสภา. **ระบบจัดการฐานข้อมูลครุภัณฑ์.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

วไลกรณ์ สุทธา. **อาหารพื้นบ้านของไทยภาคกลางตอนล่าง.** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2536.

เสาวภา ศักยพันธ์. **อาหารพื้นบ้านของไทยภาคเหนือ.** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2534.