

แผนธุรกิจ ทูเรียนทอดกรอบ “ดูริโอ”

วาสนา นาคกล่อม¹

บทสรุปผู้บริหาร

ทูเรียนทอดกรอบ ตรา ดูริโอ เป็นธุรกิจจำหน่ายอาหารประเภทขนมขบเคี้ยว (Snack) ซึ่งเป็นอาหารสำเร็จรูปประเภทแปรรูป โดยมีวัตถุดิบหลัก ได้แก่ ทูเรียนหมอนทอง และได้นำมาแปรรูปผ่านกระบวนการทอดด้วยน้ำมันพืช แล้วนำไปใส่ตู้อบลมร้อนเพื่อไล่น้ำมันออกจากแผ่นทูเรียนทอดกรอบ จากนั้นใส่ผงปรุงรสรสชาติต่างๆ แล้วนำมาบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ด้วยเครื่องซีลเติมลมไนโตรเจน โดยธุรกิจทูเรียนทอดกรอบแบรนด์ดูริโอ (Durio) นี้ สินค้าของแบรนด์จะมีทั้งหมด 9 รสชาติ

กลุ่มเป้าหมายหลักของทูเรียนทอดกรอบ ตรา ดูริโอ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่ชื่นชอบรับประทานอาหารแปรรูป และซื้อไปเป็นของฝาก ที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป มีรายได้ตั้งแต่ 5,000/เดือนขึ้นไป สามารถซื้อได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย เอกสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ทูเรียนทอดกรอบ ตรา ดูริโอ จะเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ และแตกต่างจากคู่แข่งชั้นมากขึ้นในเรื่องของรสชาติ 9 รสชาติ

คู่แข่งสำคัญของทูเรียนทอดกรอบ ตรา ดูริโอ คือ ทูเรียนทอดกรอบ ตรา ช้างน้อย และ ทูเรียนทอดกรอบ ตรา เดอยอง ซึ่งกิจการสามารถเผชิญกับสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันได้ เนื่องจากการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation) เป็นหลัก ด้วยคุณภาพของรสชาติและคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาใช้มีคุณภาพสูง ในราคาที่เท่ากันหรือต่ำกว่าคู่แข่ง อีกทั้งยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ และช่องทางเฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม ที่ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และมีการจัดส่งสินค้าถึงบ้านโดยใช้การขนส่งผ่านทางไปรษณีย์ไทยและบริษัทเคอรี่ เอ็กเพรส (ประเทศไทย) จำกัด (Kerry) เพื่อให้มั่นใจได้ว่า สินค้าจะถูกจัดส่งถึงลูกค้าอย่างแน่นอน

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

ขณะนี้กิจการใช้เงินลงทุนไปแล้วทั้งหมด 500,000 บาท โดยเป็นเงินส่วนตัวของเจ้าของทั้งหมด 100% ซึ่งคาดว่ากิจการจะมีผลกำไรสุทธิจากการดำเนินงาน ทั้งหมด 1,047,388 บาทในปีแรก ปีที่สอง 811,671 บาท ปีที่สาม 884,833 บาท ปีที่สี่ 957,996 บาท และปีที่ห้า 1,031,158 บาท ซึ่งสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีระยะเวลาคืนทุน 5 ปี

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ทูเรียนทอดกรอบ ตรา คูรีไอ้

บทนำ

ทุเรียนเป็นไม้ผลที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าไม้ผลชนิดอื่นๆ เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและส่งออก สร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรที่ปลูกทุเรียนอยู่แล้ว รวมทั้งเกษตรกรรายใหม่หันมาขยายพื้นที่ปลูกทุเรียนมากขึ้น ประกอบกับผลกระทบจากวิกฤตราคายางพาราตกต่ำ จูงใจให้เกษตรกรบางส่วนตัดสินใจโค่นต้นยาง และหันมาปลูกทุเรียนแทนส่งผลทำให้พื้นที่การปลูกทุเรียนของจังหวัดชุมพรขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปีจังหวัดชุมพรจึงเป็นแหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย ทุกวันนี้จังหวัดชุมพรมีเนื้อที่ปลูกทุเรียนมากเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศ รองจากจังหวัดจันทบุรี ในปี 2560 จังหวัดชุมพรมีเนื้อที่ปลูกทุเรียน 164,099 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว 114,572 ไร่ ประมาณการผลผลิตมีจำนวน 128,894 ตันทุกวันนี้ เกษตรกรชาวจังหวัดชุมพร ปลูกทุเรียนหลากหลายสายพันธุ์ โดยสายพันธุ์ทุเรียนที่นิยมปลูกส่วนใหญ่ ร้อยละ 90 คือ ทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ส่วนที่เหลืออีก 10% เป็นทุเรียนพันธุ์ชะนี พันธุ์ก้านยาว และทุเรียนพันธุ์พื้นบ้าน ปัจจุบันทุเรียนชุมพรมีผลผลิตกระจายเข้าสู่ตลาดเกือบทั้งปี สร้างรายได้หมุนเวียนเข้าสู่ท้องถิ่น ไม่ต่ำกว่าปีละ 6,000 ล้านบาท ทุเรียนเขายกย่องบอกกันว่า เป็นราชาแห่งผลไม้ (King of Fruit) ที่ใครๆ ก็ชื่นชอบอยากรับประทาน โดยเฉพาะทุเรียนหมอนทองที่เป็นพระเอกในบรรดาทุเรียนทุกพันธุ์ เพราะอุดมไปด้วยเนื้อสีทอง เมล็ดลีบ รสชาติหวานหอม โภชนาเปี่ยมล้น เนื้อไม่เละกลิ่นไม่แรง เก็บไว้ได้นานสุกงอมก็ยังกินได้ขนส่งไปไกลๆ ก็ไม่เน่าเสียง่าย ที่สำคัญเป็นทุเรียนพันธุ์เดียวที่นำมาแปรรูปเชิงอุตสาหกรรมแบบง่ายๆ ได้ดี และผลิตภัณฑ์ได้คุณภาพ โดยเฉพาะการทำทุเรียนทอดกรอบ ที่จัดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารประเภทขบเคี้ยว (Snack) ที่กำลังมาแรงจนเดี๋ยวนี้ต่างประเทศออเดอร์เข้ามามากจนผลิตส่งกันไม่ทัน (https://www.technologychaoban.com/marketing/article_23716)

นอกจากนี้ จากข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า โอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจไทย โดยประเทศในกลุ่มอาเซียนและอาเซียน+3 (จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้) มีจำนวนผู้บริโภคหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมอาหารและอาหารแปรรูปสามารถสร้างมูลค่าให้แก่เศรษฐกิจ

ไทยได้ 3.4 แสนล้านบาท ขยายตัวเฉลี่ย 5.5% ต่อปี จากกลุ่มอาหารชีววิถี อาหารอินทรีย์ (ออร์แกนิก) อาหารลดไขมัน เป็นต้น (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2559) จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ดูแลเรื่องรูปร่างและสุขภาพข้างต้น ส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังตลาดขนมขบเคี้ยว ก่อให้เกิดนวัตกรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวทางเลือกที่ใช้วัตถุดิบหลักทำจากเนื้อสัตว์ ไขมันพืช ผักและผลไม้ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ชอบรับประทานขนมกรุบกรอบให้ได้ความรู้สึกรับประทานที่ดีต่อจิตใจและดีต่อสุขภาพ

ข้อมูลจากผลสำรวจของ Euro Monitor International ยังพบว่า มูลค่าตลาดของขนมขบเคี้ยวในประเทศไทยปี 2559 มีมูลค่าสูงถึง 39,587 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตที่ 9.5% โดยการเติบโตในระยะหลัง เกิดจากขนมขบเคี้ยวทางเลือกที่ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดีต่อสุขภาพของผู้บริโภคมากขึ้น จากแนวโน้มทิศทางบวกในตลาดที่มีความต้องการสูง ผู้จัดทำยังได้เล็งโอกาสจากการที่ประเทศไทยมีรากฐานทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ โดยเฉพาะผลไม้ของไทยที่มีจุดแข็งในเรื่องของรสชาติเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ให้ผลผลิตหลากหลายและต่อเนื่องตลอดปี ผู้จัดทำจึงสนใจในการต่อยอดแปรรูปร่างมูลค่าเพิ่มให้กับผลไม้ของไทยให้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวทางเลือกที่ดีความรู้สึกรับประทาน และดีต่อสุขภาพมาเสนอเป็นแผนธุรกิจ โดยจะทำการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจในระดับต่อไป

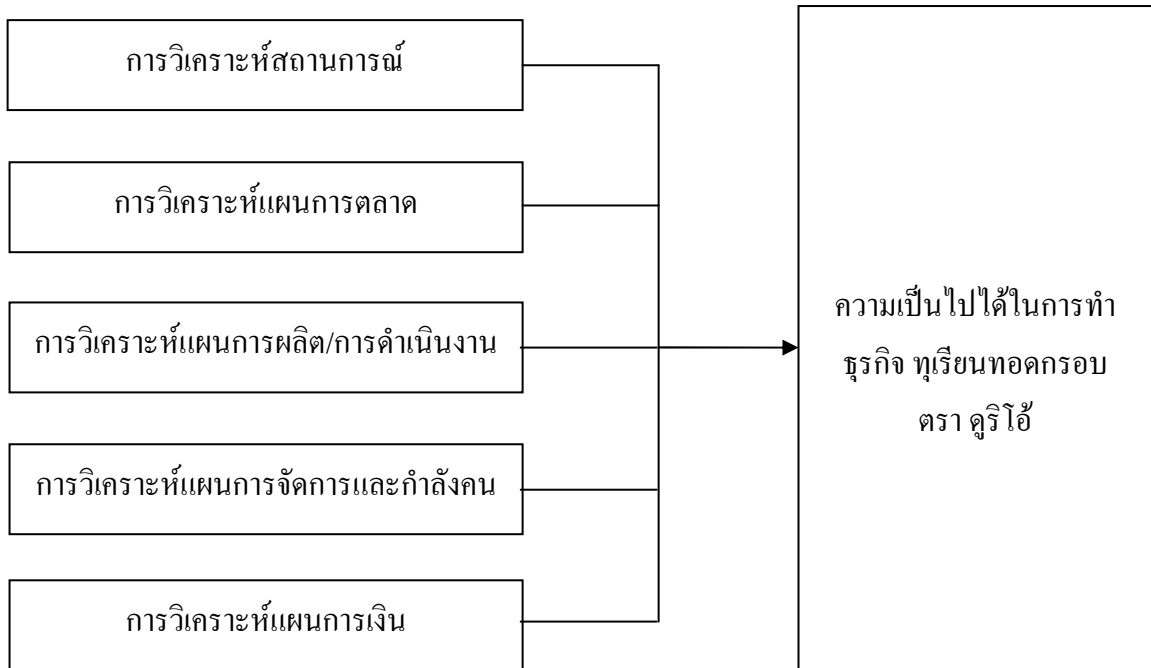
(http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802030626_5883_4241.pdf)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ทุเรียนทอดกรอบ ตรา คูรีโอ
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ทุเรียนทอดกรอบ ตรา คูรีโอ

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ทุเรียนทอดกรอบ ตรา คูรีไอ้
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนเดือนมกราคม-พฤษภาคม 2561

นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. ทุเรียนทอดกรอบ ตรา คูรีไอ้ หมายถึง ทุเรียนทอดกรอบที่มีรสชาติกรอบอร่อย มีถึง 9 รสชาติให้เลือกรับประทาน
3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)
4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการวางตำแหน่ง ทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร
6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้าง

องค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- **การวิเคราะห์สถานการณ์**

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย ทั้งด้านราคา และความสะดวกในการซื้อ
2. วัตถุดิบที่ใช้สามารถหาซื้อได้ง่าย
3. ความหลากหลายของรสชาติแบบไทย ทำให้ถูกปากทั้งคนไทย และเป็นที่น่าสนใจของต่างชาติ
4. ได้นำเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต ทำให้ได้ผลผลิตที่มี

คุณภาพสูง

5. ชื่อผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ทำให้เป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ
6. บรรจุภัณฑ์สวย สะอาดตา เหมาะกับการซื้อเป็นของขวัญหรือของฝาก
7. มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หาซื้อได้ง่าย

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. สินค้าเพิ่งเข้าสู่ตลาด ดังนั้นจึงยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของตลาดมากนัก
2. ไม่สามารถตอบโต้ของคู่แข่งบางกลุ่มที่ไม่รับประทานทุเรียน
3. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ขึ้นอยู่กับฤดูกาลของผลผลิตทุเรียน
4. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีอายุสั้น

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. การเปิดเสรีทางการค้าและการเปิดประชาคมอาเซียน ทำให้มีโอกาสในการขยายฐานตลาดมากยิ่งขึ้น
2. คนในพื้นที่ให้การสนับสนุน การแปรรูปทุเรียนและสินค้าทางการเกษตร
3. ความต้องการความแปลกใหม่ในรสชาติและรูปแบบของอาหาร
4. ขนาดของธุรกิจประเภทอาหารสามารถเติบโตได้ดี

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

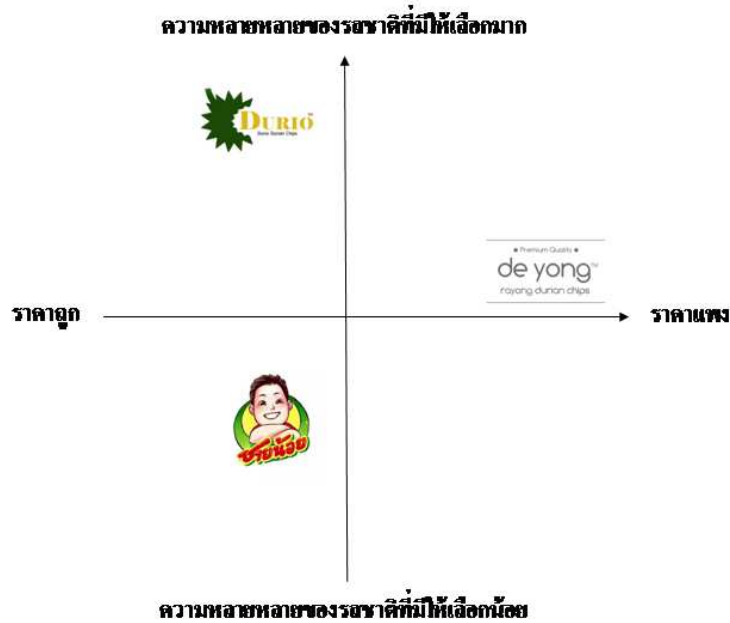
1. มุมมองของผู้บริโภคในแง่ของคุณค่าทางอาหารตามโภชนาการ ที่ปัจจุบันเทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพกำลังมาแรง
 2. สินค้าทดแทนหลากหลายชนิดให้เลือกซื้อ
 3. มีคู่แข่งทางอุตสาหกรรมมากมาย จึงทำให้โอกาสในการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นไปได้ยาก
 4. สินค้าเลียนแบบได้ง่าย ทำให้กิจการจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างรวมทั้งสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้กับผู้บริโภค
 5. ผลิตภัณฑ์มีราคาค่อนข้างสูง ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายอาจจะหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่งที่มีราคาต่ำกว่า
 6. สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการชะลอตัว ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อปริมาณการซื้อ
 7. การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันมีค่อนข้างสูง
- การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) จะเป็นกลุ่มบุคคล นักท่องเที่ยว ที่ชื่นชอบรับประทานอาหารแปรรูป และซื้อไปเป็นของฝาก และมีรายได้ตั้งแต่ 5,000/เดือนขึ้นไป สามารถซื้อได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย
2. กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่ชื่นชอบรับประทานผลไม้แปรรูปและมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (P : Positioning)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ต้องการเจาะกลุ่มผู้บริโภคในระดับกลาง ที่สนใจใส่ใจในเรื่องของอาหารว่าง ซึ่งทางทุเรียนทอดกรอบของเราเน้นรสชาติต่างๆ ที่หลากหลายให้ถูกปากผู้บริโภค แต่ก็คำนึงถึงปริมาณผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับราคาด้วย จึงใช้คุณสมบัติเด่นของทุเรียนทอดนี้เป็นตัวชูคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้กับสินค้าโดยได้ทำการเปรียบเทียบจากคู่แข่งทางตรงของธุรกิจประกอบด้วยทุเรียนทอดกรอบ ตรา ช้างน้อย และทุเรียนทอดกรอบ ตรา เดอयोग



ภาพแสดงการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

Durio จัดจำหน่ายทุเรียนทอดกรอบทั้งเพศหญิงและเพศชาย ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ที่ชื่นชอบรับประทานขนมประเภทขบเคี้ยว แต่ได้เน้นไปที่กลุ่มวัยรุ่น และผู้ใหญ่ เป็นส่วนใหญ่ ที่มีกำลังในการซื้อ ใช้ทุเรียนที่มีคุณภาพดี เกรด A เนื้ออร่อย เหมาะแก่นำมาทอด และที่สำคัญจะยึดหลักสะอาดและถูกหลักอนามัยต่อผู้บริโภค มีรูปแบบแพ็คเกจที่สวยงาม น่าดึงดูด เหมาะแก่การซื้อเป็นของขวัญ หรือรับประทานเองก็ได้ สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย คู่มือและไม่น่าเบื่อ ใช้โรงงานผลิตที่มีมาตรฐานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับในสิ่งที่ดีที่สุดทางบริษัทตระหนักถึงคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ โดยทางเราจะตรวจสอบคุณภาพ (QC) ตรวจสอบเช็คดูทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ดังนี้

1. รักษาความสะอาดและถูกสุขลักษณะต่อผู้บริโภค
2. คงรสชาติความอร่อยไว้ให้เสมอดันเสมอปลาย
3. ไม่มีส่วนประกอบที่ผิดตรงตามมาตรฐาน
4. ลักษณะการออกแบบของแพ็คเกจเหมาะสมกับการใช้งาน

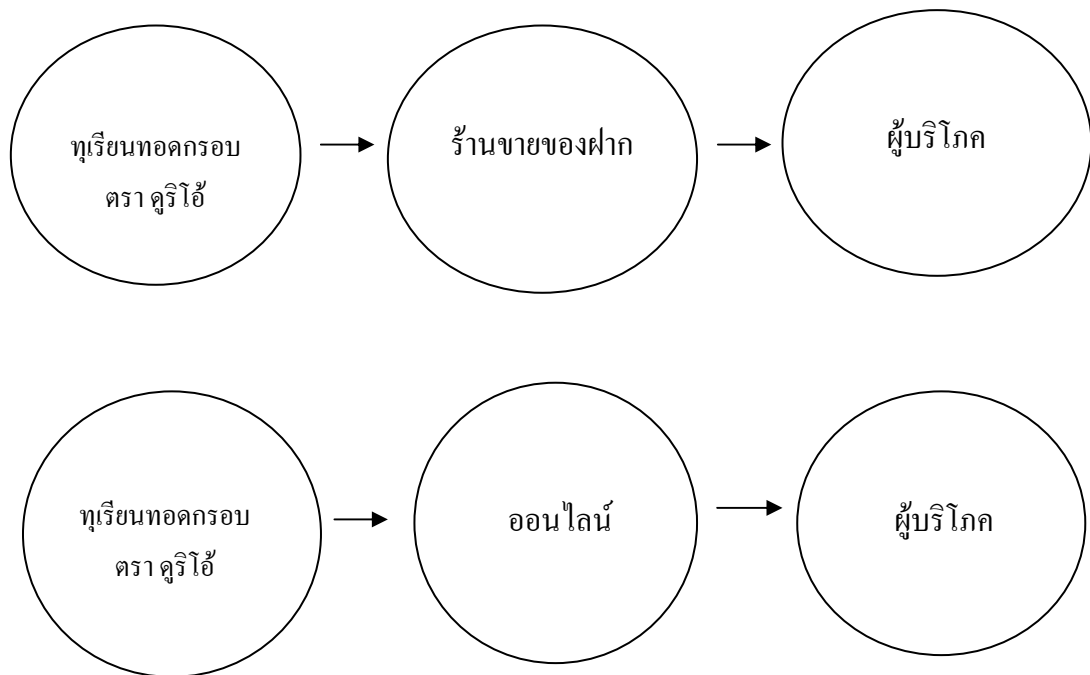
และทางบริษัทได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ทุเรียนทอดกรอบ ตรา ดุริโอ ที่มีคุณภาพแตกต่าง และสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนทอดกรอบ ตรา ดุริโอ ที่แตกต่างจากคู่แข่งชั้นในเรื่องของรสชาติ 9 รสชาติ และเพื่อเพิ่มภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่จดจำในเรื่องของยี่ห้อ

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ตั้งราคาให้เหมาะสมกับวัตถุดิบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์การตั้งราคาจะตั้งราคาเพื่อการแข่งขัน โดยจะตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งในตลาด โดยกำหนดกำไร 20% จากราคาขาย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทุเรียนทอดกรอบ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพด้วยการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและต้นทุนในการผลิตที่สูงราคาทุเรียนทอดโดยคิดเป็นกรัม ปริมาณ 100 กรัม ราคา 70 บาท

กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place Strategy)

1. จัดจำหน่ายสินค้าตามร้านขายของฝากให้กระจายครอบคลุมทั่วจ.ชุมพร และจังหวัดใกล้เคียง
2. จำหน่ายสินค้าทางสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, เฟซบุ๊ก, ไลน์, อินสตาแกรม ใช้ช่องทางจัดจำหน่ายเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมียอดขายที่สูงขึ้นการวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายว่า มีความต้องการซื้ออย่างน้อยแค่ไหน และสถานที่ใดที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้ามากที่สุด และบ่อยที่สุด



ภาพแสดงขั้นตอนการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวสินค้าของ ดูริโอ้ (Durio) ให้เป็นที่รู้จัก รับรู้ และจดจำ ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในระยะเริ่มต้น และเป็นที่รู้จักอย่าง

กว้างขวางในตลาดเป็นลำดับต่อมา เพื่อเน้นย้ำคุณสมบัติของสินค้าว่าเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพดี ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์สินค้า (Brand Loyalty)

1. จัดทำ Facebook Fan page ชื่อทุเรียนทอดกรอบ ตรา คุรีไอ้ เพื่อลงรายละเอียดรูปภาพ และข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าของทางร้านและสามารถ Inbox เพื่อสอบถามรายละเอียดต่างๆ กับทางร้านได้โดยตรงเพื่อสร้างช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ของทางร้านได้ตลอดเวลา

2. ทาง Durio ได้จัดทำ Instagram ของทางร้านขึ้นเพื่อสร้างความสนใจให้กับลูกค้า และเพื่อแจ้งข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสินค้าต่างๆ ของทางร้าน เมื่อมีคนติดตามมากๆ จะดึงความสนใจและทำให้คนรู้จักแบรนด์สินค้ามากขึ้น

3. Member เมื่อลูกค้าซื้อสินค้ามียอด 500 บาทขึ้นไป ทางร้านจะจัดทำสมาชิกให้โดยอัตโนมัติ ไม่ต้องถือเป็นบัตรสมาชิก แต่ทางร้านจะจัดเก็บข้อมูลสมาชิกไว้ในรูปแบบออนไลน์ เมื่อมีการสั่งซื้อครั้งต่อไปลูกค้าสามารถแจ้งเบอร์โทรศัพท์ เพื่อรับส่วนลดจากการเป็นสมาชิกของทางร้าน 10% และเดือนเกิด 20%

4. การตั้ง Billboard ตามช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ร้านค้าปลีกใน จ.ชุมพร ออกบูธใน Event ต่างๆ เช่น งาน OTOP งานกินคืออยู่ดี งานเทศกาลอาหารประจำจังหวัด

● การวิเคราะห์แผนการผลิต

การผลิตมีกระบวนการผลิตตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

กระบวนการผลิต

1. คัดทุเรียนที่แก่จัดตั้งแต่ 70% ถึง 95% ผล โทหนักตั้งแต่ 7 กิโลกรัมขึ้นไป
2. แบ่งทุเรียนออกเป็นภูๆ นำเปลือกออกจากเนื้อทุเรียน
3. นำเนื้อทุเรียนที่ได้มาผ่าออกควรรปาดเอาเนื้อขาวๆ ที่ติดรอบๆ บริเวณเมล็ดออกด้วย
4. นำเนื้อทุเรียนที่ได้มาสไลด์ให้เป็นแผ่นบางๆ
5. นำน้ำมันปาล์มเหลวกระทะพอเหมาะ ตั้งไฟให้น้ำมันร้อนปานกลางใช้ไฟปานกลาง
6. เมื่อน้ำมันร้อนได้ที่แล้วให้นำเนื้อทุเรียนที่สไลด์เป็นแผ่นๆ ลงทอด เดิมเกลือเล็กน้อย ในระหว่างทอด สังเกตดูว่า แผ่นทุเรียนเริ่มแข็งได้ที่แล้วให้นำตะแกรงตบแผ่นทุเรียนเบาๆ ให้แห้งน้ำมันเพื่อพลิกแผ่นทุเรียนให้สุกเท่าๆ กัน

7. เมื่อสุกได้ที่แล้วให้นำทุเรียนขึ้นจากน้ำมัน พักให้อุ่นๆ วางบนกระดาษซับน้ำมันให้พอเหมาะ

8. ทุเรียนที่ทอดแล้วมาอบในตู้อบลมร้อนที่อุณหภูมิ 250 องศาประมาณ 1 ชั่วโมง

9. นำมาบรรจุลงผลิตภัณฑ์ตามน้ำหนักที่ลูกค้าต้องการ

10. จัดส่งผลิตภัณฑ์จำหน่าย

ขั้นตอนการให้บริการและสั่งซื้อทุเรียนทอดกรอบ ตรา ดูริโอ จากลูกค้าทางเว็บไซต์

1. เมื่อลูกค้าได้เข้าไปชมสินค้าหรือต้องการสั่งซื้อสินค้าสามารถทำได้อย่างง่ายดายสะดวกสั่งซื้อสินค้าได้ทุกที่ทุกเวลา โดยเข้าไปที่ www.Durio_thailand.com และไปที่เมนูประเภทของสินค้า

2. ภายในเว็บไซต์จะมีหน้าตาและแถบข้อมูลให้ท่านเลือก เช่น ตารางเทียบไซส์หรือต้องการซื้อสินค้าก็สามารถกดสั่งซื้อสินค้า เมื่อกดสั่งซื้อ สินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อจะเข้าไปอยู่ในตะกร้ารถเข็น จากนั้นยืนยันการสั่งซื้อในตะกร้ารถเข็น

3. หลังจากเลือกซื้อสินค้าครบแล้ว ท่านสามารถชำระเงินและคืนสินค้าได้เมื่อเกิดกรณีสินค้ามีการชำรุด

ขั้นตอนการให้บริการและสั่งซื้อทุเรียนทอดกรอบ ตรา ดูริโอผ่านช่องทางไลน์แอด

1. ลูกค้าเข้าดูในเพจเฟซบุ๊ก ชื่อเพจทุเรียนทอดกรอบ ตรา ดูริโอ หรืออินสตาแกรม Durio_Thailand จากนั้นเลือกชมสินค้าที่ต้องการ

2. หากท่านลูกค้าได้สินค้าตามความพอใจแล้ว แอดไอดีไลน์มาที่ @Durio (มีเครื่องหมายเครื่องหมาย @ นำหน้า)

3. จากนั้นสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางไลน์ได้เลย และรอแอดมินตอบกลับเพื่อชำระสินค้าชำระสินค้า ได้แก่ ธนาคารออนไลน์บนมือถือ, ATM

4. ส่งทางไปรษณีย์/สินค้าถึงมือลูกค้า สามารถเช็คเลขพัสดุได้ในเพจ

รูปแบบการชำระเงินของ Durio

ระบบชำระเงินแบบโอนผ่านบัญชีธนาคารหรือธนาคารออนไลน์ ขั้นตอนการโอนเงินผ่านเครื่อง ATM

1. ติดต่อสั่งซื้อสินค้าผ่านทางไลน์

2. รอแอดมินสรุปยอดการสั่งซื้อและบอกเลขที่บัญชีธนาคาร

3. เลือกประเภทบัญชี พร้อมทั้งกรอกเลขบัญชีตามที่แอดมินได้แจ้งผ่านไลน์ ให้เลือกจำนวนเงิน (โอนเงินตามยอดโอนที่ทางแอดมินแจ้ง) หลังจากนั้นกดปุ่มถูกต้องเป็นอันเสร็จสิ้น

4. แจ้งยอดโดยการถ่ายภาพหลักฐานการโอนเงินให้แอดมินทราบ

วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2561)

วิธีการจัดส่งสินค้า

เมื่อลูกค้าได้ทำการซื้อส่งซื้อสินค้าผ่านทางไลน์และชำระเงินตามยอดสั่งซื้อ พร้อมแจ้งชื่อที่อยู่ในการจัดส่งและหลักฐานการโอนเงินเรียบร้อยแล้ว ทาง Durio จะทำการส่งสินค้าตามยอดสั่งซื้อลูกค้าให้กับลูกค้าผ่านทางไปรษณีย์ ส่งของวันจันทร์-วันศุกร์ หยกวันเสาร์และวันอาทิตย์ขั้นตอนการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า

1. จัดสินค้าตามออเดอร์ลูกค้า ตรวจสอบสินค้า
2. นำสินค้าที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว มาบรรจุลงกล่องจัดส่งพัสดุ
3. ปิดผนึกกล่องให้เรียบร้อย และทำการตรวจสอบขั้นสุดท้าย เขียนระบุชื่อจริง-นามสกุลจริง ที่อยู่ตามที่ลูกค้าแจ้งมาให้ครบถ้วนสมบูรณ์

ระบบการแจ้งเลขพัสดุ

เมื่อทางร้านส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์แล้ว จะทำการแจ้งเลขพัสดุให้ลูกค้าทราบผ่านทางไลน์ของร้านค้า (ลูกค้าสามารถติดตามสถานะของพัสดุผ่านทางเว็บไซต์ของไปรษณีย์ไทย)

1. ลูกค้าเข้าตรวจสอบเลขพัสดุนำหน้าไลน์ของ Durio
2. ดูเลขพัสดุตามชื่อจริงของลูกค้า
3. นำเลขพัสดุไปตรวจสอบผ่านทางเว็บไซต์

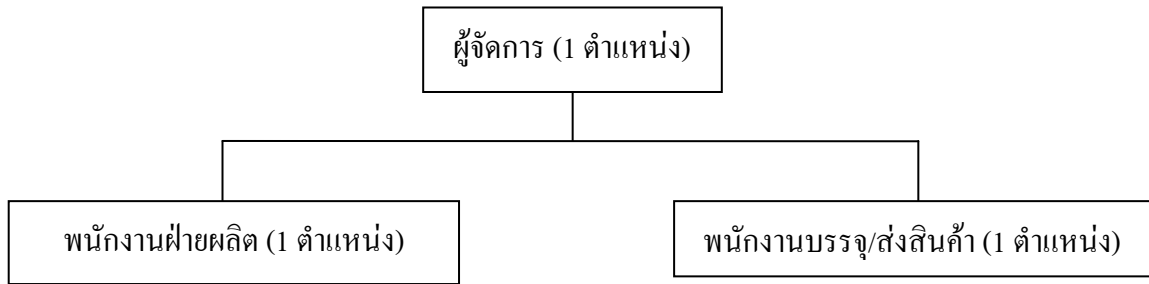
<http://track.thailandpost.co.th/tracking/> เว็บไซต์จะแจ้งไว้สถานะการจัดส่งของพัสดุ

- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์การ

ร้าน ทูเรียนทอดกรอบ ตรา คูรีโอ ใช้ลักษณะการจัดโครงสร้างแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะว่ามีขนาดขององค์กรมีขนาดเล็กการจัดโครงสร้างองค์การในลักษณะดังกล่าวนี้จะทำได้ง่ายและสะดวกต่อการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการสามารถทำได้มีประสิทธิภาพอีกด้วย โดยแยกการทำงานตามหน้าที่ที่จะต้องทำ นอกจากแบ่งงานตามหน้าที่กิจการยังใช้หลักของการรวมงาน คือ หนึ่งคนทำหลายหน้าที่ไม่ได้ทำเพียงอย่างเดียว เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายในเรื่องของค่าใช้จ่าย ซึ่งค่าใช้จ่ายในเรื่องของค่าแรงนั้นเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทุกเดือน เพราะหากค่าใช้จ่ายในส่วนนี้มากก็จะมีผลต่อต้นทุนที่จะสูงตามไปด้วย ทำให้อาจจะส่งผลถึงราคาสินค้าที่สูงตามไปด้วย ซึ่งจะเป็นผลเสียต่อกิจการทำให้กิจการไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ จากหลักการดังกล่าวทำให้สามารถจัดโครงสร้างของกิจการได้ดังภาพ

ภาพแสดงแผนโครงสร้างองค์กร



- การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 592,850 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 1,919,520 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 1,996,301 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 2,073,082 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 2,149,862 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 2,226,643 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 1,047,388 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 811,671 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 884,833 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 957,996 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 1,031,158 บาท

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจ ทูเรียน ทอดกรอบ ตรา คูรีโอ้ ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

สมศักดิ์ เสถียรวานิช. (2555). แผนธุรกิจ แก้มตุ๋น ก๋วยเตี๋ยว. การจัดการมหบัณฑิต สาขา

การเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.

“ขนมขบเคี้ยวและขนมทานเล่นไทย” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/632507>, 2558.

“คนถึงคอร์ปอริยมบริโภคสเน็กผลิตจากข้าว ซีโอกาสสูงของผู้ผลิตไทย” [ออนไลน์] เข้าถึง

ได้จาก : https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_930980

“ขายน้อย ทูเรียนทอด สูตรแปลงสวนผลไม้ 4.0” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/753896>, 2561.

“ขายน้อยฟู๊ด” [ออนไลน์] เข้าถึงจาก : <http://www.chainoifood.com/>

“ขายน้อย อาณาจักรผลไม้แปรรูปร้อยล้าน” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://www.aec10news.com/start-up/item/6582->, 2560.

“ตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศไทย” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=116>, 2559.

“ทุเรียนทอดเคยอดของ” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.deyongshop.com/>,2561.

“ธุรกิจสแน็คฟู้ด” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://library.dip.go.th/multim1/edoc/10589.pdf>

“บทสรุป สำหรับผู้บริหาร และแผนเนื้อหาของแผน” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<https://prezi.com/wfx8ygrxibq/presentation/>, 2560.

“บทที่ 3 สภาพตลาดและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ” [ออนไลน์] เข้าถึงได้

จาก : <http://digi.library.tu.ac.th/thesis/ac/0761/04chapter3.pdf>

“แผนธุรกิจ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลไม้ทอดกรอบสุญญากาศ” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802030626_5883_4241.pdf

“แผนธุรกิจ ผลไม้ทอดกรอบสุญญากาศ Fresh Food” [ออนไลน์] เข้าถึงจาก :

<http://www.info.ms.su.ac.th/sums02/PDF01/2553/GB/40.pdf>, 2553.

“เส้นทางเดินของ"ขายน้อย"ตู้ 7-11 แบรินด์ทุเรียนทอดชื่อดังจากชุมพร” [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก :

http://daily.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TUROb11YQXdNak13TURRMk1BPT0=&se

[ctionid=TURNeE53PT0=&day=TWpBeE55MHdOQzB6TUE9PQ==](http://daily.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TUROb11YQXdNak13TURRMk1BPT0=&se), 2560.

“UAE/ตลาดอาหารแปรรูปและเครื่องดื่ม” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://fic.nfi.or.th/mena/index.php/arabdt/2016-08-09-14-32-51>, 2559.