

แผนธุรกิจ ร้านขนมไทย

นัฐชา ยิ้มเจริญ¹

บทสรุปผู้บริหาร

ร้านขนมไทย มีขนมไทยขึ้นชื่อ 3 อย่าง คือ ขนมสอดไส้, ขนมตะโก้แก้ว และขนมชั้นดอกกุหลาบ เป็นต้น เกิดจากการลงทุนกิจการเจ้าของคนเดียว เดิมผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบที่ไม่แตกต่างจากคู่แข่งมากนัก ทางร้านจึงได้คิดเพิ่ม Value Added ของสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบขนมไทยประยุกต์แบบไร้น้ำตาล โดยการนำสมุนไพรจากหลอฮั่งก๊วย มาเป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เนื่องจากประโยชน์ ที่ได้จากหลอฮั่งก๊วย คือ ไม่ส่งผลต่อการเพิ่มของน้ำตาลในกระแสเลือด และยังช่วยให้ผู้ป่วยที่มีอาการไอ เสี่ยงแพะแพ้ แบรเทศอาการหลอดลมอักเสบ และโรคทางเดินหายใจ อีกทั้งยังช่วยผู้ป่วยที่มีปัญหาเกี่ยวกับระบบทางเดินอาหาร เช่น ภาวะลำไส้ใหญ่ไม่มีแรงบีบตัว และอาการทวารหย่อน เป็นต้น

กลุ่มเป้าหมายของร้านขนมไทย มี 2 กลุ่ม กลุ่มแรก เป็นผู้บริโภครที่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงกับตลาดสด อ.เมือง จ.นครนายก โดยมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป มีทั้งเพศหญิง เพศชาย และผู้ที่รักสุขภาพและกลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มลูกค้าบริษัทห้างร้าน ที่มีความต้องการขนมไทยในการจัดเลี้ยงในโอกาสต่างๆ เพราะทางร้านให้บริการจัดกระเช้า งาน พาน ตะกร้า ขนมตามเทศกาลต่าง โดยเน้นหีบห่อสวยงาม ทำให้ปัจจุบันร้านบ้านขนมไทยเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับ ได้รับการรับรองมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยจาก อย. ช่องทางการจัดจำหน่ายของร้าน มีหน้าร้านอยู่ที่ ตลาดสด อ.เมือง จ.นครนายก

ทีมผู้บริหารของร้านขนมไทย มีประสบการณ์ทางด้านการตลาดจึงได้จัดตั้งร้านขนมไทยขึ้น เน้น การใช้วัสดุจากธรรมชาติ ในเรื่องของการบรรจุหีบห่อ เช่น ใบตอง ไม้กลัด กระทงใบเตย เป็นต้น

ขณะนี้กิจการใช้เงินลงทุนไปแล้วทั้งหมด 3,534,280 บาท เป็นเงินลงทุนส่วนตัวของเจ้าของ จำนวน 2,100,000 บาท เงินกู้ยืม 1,434,280 บาท โดยในปีแรก มีผลกำไร (ขาดทุน) 1,349,278.66 บาท

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

ในด้านโอกาสทางธุรกิจ ข้าพเจ้าเห็นว่าปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจอาหารทางด้านสุขภาพมากขึ้นทางร้านได้มีการปรับปรุงและประยุกต์ส่วนผสมขนมไทยโดยไม่ใช้น้ำตาลเป็นส่วนผสม แต่ใช้สมุนไพรหล่ออังก้วยแทนความหวานแทน เมื่อกิจการเติบโตขึ้นข้าพเจ้าต้องการขยายสาขาของร้านขนมไทย จาก 1 สาขาเพิ่มอีก 2 สาขา

ในด้านผลตอบแทนของการลงทุนครั้งนี้คาดว่าจะมีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 3 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุนเท่ากับ 42.39 ล้านบาทและอัตราผลตอบแทนของการลงทุนเท่ากับ 121.51%

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ร้านขนมไทย

บทนำ

แผนธุรกิจร้านขนมไทย จัดทำเพื่อศึกษาและประเมินความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจขนมไทยแบบประยุกต์ ภายใต้ชื่อ “ร้านขนมไทย” ซึ่งปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น ธุรกิจประเภทอาหารเป็นปัจจัยสี่จึงทำให้ธุรกิจเติบโตได้เป็นอย่างดี

ในการดำเนินธุรกิจทางเลือกสถานที่ตั้งในการประกอบกิจการ ใกล้ย่านตลาดสดอำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เนื่องจากเป็นบ้านของเจ้าของกิจการเอง เป็นการลดค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าเช่า อีกทั้งสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน, ใกล้ตลาดสดมีผู้คนพลุกพล่าน, ใกล้สถานที่ทำงาน และใกล้แหล่งวัตถุดิบ ทางร้านมีจุดเด่นในเรื่องส่วนผสมของผลิตภัณฑ์จากเดิมที่ใช้น้ำตาลเป็นส่วนผสม ทางร้านคิดแปลงมาใช้สมุนไพรจากหล่ออังก้วยมาใช้เป็นสารแทนความหวาน เหมาะสำหรับคนรักสุขภาพ รวมถึงเป็นประโยชน์กับผู้ป่วยด้านเบาหวาน หรือทางเดินอาหาร อีกทั้งผลิตภัณฑ์เราเน้น สด ขาววันต่อวัน ไม่ใส่สารกันบูด รวมถึงการบริการที่มีมาตรฐาน เพื่อสร้างความประทับใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งกิจการมีผู้เชี่ยวชาญด้านสูตรขนมไทย และกิจการได้มีการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของผลิตภัณฑ์การให้บริการอยู่เสมอ เพื่อให้บริการลูกค้าภายใต้คำขวัญ “ขนมดี ขนมมีคุณภาพ เพื่อคนที่เรารัก ต้องร้านขนมไทย” รวมทั้งบรรยากาศภายในร้านมีการตกแต่งสไตล์ทรูหรา เรียบง่าย แบบสบายๆ เป็นกันเอง

ธุรกิจขนมไทยจึงประสบความสำเร็จได้ในปัจจุบัน ด้วยการเอาใจใส่ขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอน วัตถุดิบที่สดใหม่อยู่เสมอ รวมถึงคุณภาพของรสชาติที่เป็นไปตามมาตรฐาน และการบริการที่มีคุณภาพ ดังนั้นจึงต้องศึกษาหาข้อมูลและความรู้ในการประกอบธุรกิจขนมไทยอย่างรอบคอบ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

และภายในเพื่อนำมาปรับเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมใช้ในการดำเนินกิจการต่อไป และเพื่อให้กิจการประสบความสำเร็จ สร้างผลตอบแทนจากการดำเนินงานได้ตามเป้าหมาย

ร้านขนมไทย ประกอบธุรกิจหลักผลิตและจำหน่าย ขนมสอดไส้, ขนมตะโก้แก้ว, และขนมชั้นดอกกุหลาบ ที่มีส่วนผสมแตกต่างจากเดิมโดยทางร้านจะไม่ใช้น้ำตาล โดยนำสมุนไพรรไทยจากหล่อฮังก้วย มาเป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาล ในการทำขนมไทย จึงทำให้เกิดเป็นแนวความคิดทางการตลาด โดยปัจจุบันมีช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการเปิดหน้าร้านอยู่ที่ ตลาดสด อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก พร้อมกับการจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ www.rankhanomthai.com ในอนาคตทางร้านจะมีการขยายสาขาในเขตปริมณฑล อีก 2 สาขา เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะของธุรกิจประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

ร้านขนมไทย เริ่มดำเนินธุรกิจเมื่อปี 2556 มีทุนจดทะเบียน 3,534,280 บาท เป็นผู้ที่มิโจรักขนมไทย และอยากให้ขนมไทยที่มีเสน่ห์ มีความอร่อย ความสวยงาม อยู่คู่กับคนไทย อีกทั้งยังใส่ Idea การให้บริการขนมไทยในเรื่อง การจัดกระเช้า งาน พาน ตะกร้า ขนมตามเทศกาลต่างๆ ในการคิดค้นสูตรศึกษาค้นคว้าสูตรขนมจากในอดีต สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมาปรับให้เข้ากับยุคสมัย โดยไม่ว่าจะเป็นสูตรขนมอะไรก็ตาม ทางร้านมีปณิธานในการทำขนมว่า จะใช้แต่ของดีมีคุณภาพ สำหรับการผลิตขนม เหมือนเราทำรับประทานเอง เพื่อตัวเราเอง เพื่อคนที่เรารัก เพื่อคนในครอบครัว ดังนั้นวัตถุดิบที่ใช้จึงผ่านการคัดสรรอย่างดี แต่การที่จะใช้สูตรขนมดั้งเดิมแบบโบราณแท้ๆ ประกอบกับมีส่วนผสมของสมุนไพรรไทยไม่ใช่เรื่องง่าย เริ่มจากปัจจัยสำคัญคือวัตถุดิบเพราะในปัจจุบันวัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถหาได้ อีกทั้งปัจจัยในแง่พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือจากเดิมในการเลือกอาหารจะเน้นที่รสชาติ หรือความอร่อยเป็นหลัก แต่ปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพในการรับประทานกันมากขึ้น

แต่อย่างไรก็ตามทางร้านก็ไม่ได้เน้นในเรื่องของวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อเท่านั้น ยังมองไปถึงความสะอาด ขั้นตอนกระบวนการผลิตต่าง จน *ได้รับการรับรองมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยจากอย.*

ร้านขนมไทย จะเป็นขนมสดซึ่งขนมสด โดยส่วนมากจะสามารถบริโภคได้แบบวันต่อวัน (ไม่แนะนำให้เก็บข้ามคืน โดยจะมีการระบายละเอียดวันผลิตไว้ที่กล่อง) ขนมไทยในร้าน จะมีขนาดเล็กพอดีคำ เพื่อง่ายต่อการบริโภคและมีความสวยงาม อีกทั้งยังคงมีเอกลักษณ์ในความเป็นไทยซึ่งใช้ใบตองในการห่อขนม เช่น ขนมสอดไส้ ก็จะเป็นห่อขนาดเล็กพอดีคำจากใบตองและใช้ไม้กั๊กกั๊กทางมะพร้าวและยังมีขนมตะโก้แก้วซึ่งอยู่

ในกระทงไบเตยขนาดเล็ทเช่นกัน ซึ่งในปัจจุบันขนมที่ห่อด้วยไบตองและกระทงไบเตยนั้น หาคุไต้ยาก ทางร้านขนมไทยจึงอยากจะอนุรักษ์ความเป็นไทยในส่วนนี้ไว้

วิสัยทัศน์ของกิจการ

“ เป็นผู้นำด้านขนมไทย รักรัษ์สุทภาพ รวมถึงใส่ใจคุณภาพในผลิตภัณฑ์ และสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างสูงสุด”

พันธกิจของกิจการ

1. ให้ความสำคัญในการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบที่เลือกใช้ ทั้งความสะอาด สด ใหม่ โดยคำนึงถึง รสชาติ และความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก

2. มีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภคในทุกขั้นตอนของการผลิต โดยทำการควบคุม คุณภาพอย่างเข้มงวด ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิตจนกระทั่งการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ให้แก่ผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคจนกระทั่งนำไปสู่ความจงรักภักดี ในระยะยาว

3. ด้านบุคลากร พัฒนาศัทยภาพให้เพิ่มขีดความรู้ความสามารถ

4. ด้านการจัดการ จัดโครงสร้างและบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ด้านผลตอตอบแทน สร้างผลตอตอบแทนสูงสุดให้กับหุ้นส่วนและผู้มีส่วนร่วมทุก

ฝ่าย

เป้าหมาย

ร้านขนมไทย กำหนดเป้าหมายที่จะดำเนินงานให้บรรลุถึง 2 เป้าหมาย โดย แบ่งเป็น

1. เป้าหมายระยะสั้น ภายใน 1 ปีข้างหน้ากิจการจะขยายกำลังการผลิตมุ่งเน้น ผลิตภัณฑ์ขนมไทย 3 ชนิด จาก 5% เป็น 10%

2. เป้าหมายระยะกลาง ภายใน 3-5 ปีข้างหน้ากิจการมีเป้าหมาย

2.1 เพิ่มการผลิตจาก 10% เป็น 15%

2.2 ผลิตขนมไทยเพิ่มอีก 2 ชนิด คือ ขนมหยกมณี และ ขนมอาลัวจิ๋ว

2.3 ขยายสาขาเพิ่ม 2 สาขา

3. เป้าหมายระยะยาว ต่อจาก 5 ปีข้างหน้า

3.1 เพิ่มกำลังการผลิตเป็น 20-25%

3.2 ผลิตขนมไทยเพิ่มอีก 2-3 ชนิด

3.3 ช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดได้ถึง 35%

3.4 เพิ่มจำนวนพนักงานให้สอดคล้องกับกำลังการผลิต

สัญลักษณ์และคำขวัญ ตราสัญลักษณ์ประจำร้าน



ตราสัญลักษณ์ประจำร้าน เน้นตัวอักษรภาษาไทย สีเขียว จะเน้นพิเศษในส่วนของสระไอ คือใช้สัญลักษณ์ใบตองห่อขนมสอดไส้ เพราะขนมไทยที่มีอยู่หลากหลายชนิดที่ใช้ใบตองเป็นที่บรรจุภัณฑ์ สิ่งที่เราขาดไม่ได้เลยมักจะใช้ควบคู่กับขนมไทยๆ อันเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เห็นถึงการอนุรักษ์ความเป็นไทย

คำขวัญประจำร้าน

“ขนมดี ขนมมีคุณภาพ เพื่อคนที่เรารัก ต้องร้านขนมไทย”

ทำเลที่ตั้ง (Location) และการแบ่งสัดส่วนพื้นที่

ทำเลที่ตั้ง ตั้งอยู่ที่ ข1-133/27-28 ถ.สุวรรณศร ต.นครนายก อ.เมือง จ.นครนายก 26000 เบอร์โทร 037-321180, 037-321181 ร้านมีพื้นที่ 56 ตารางเมตร เป็นอาคารพาณิชย์ 2 ชั้น ชั้นล่างเป็นหน้าร้านขายสินค้า พื้นที่แบ่งสัดส่วนหลักได้ 2 พื้นที่ดังนี้

พื้นที่ที่ 1 : พื้นที่หน้าร้าน

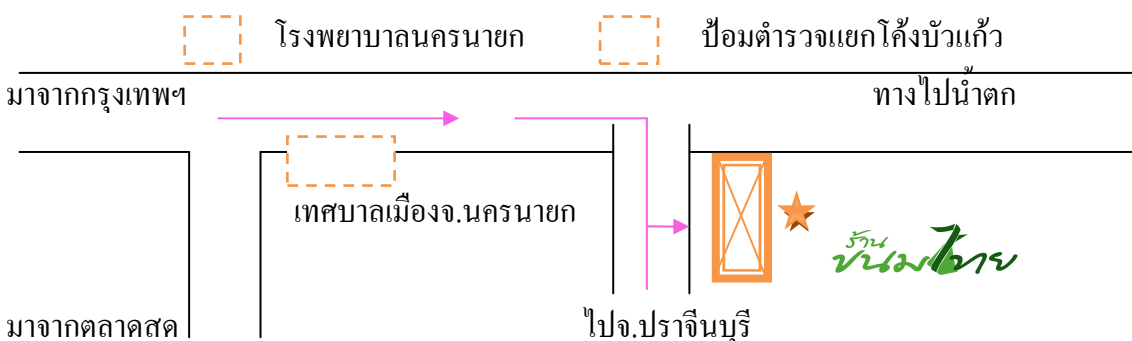
การจัดพื้นที่ในส่วนขายสินค้า จัดวางผลิตภัณฑ์ขนมไทยให้เป็นระเบียบสวยงาม ในตู้ แยกวางแต่ละชนิดขนม เพื่อง่ายต่อผู้บริโภคเลือกซื้อ

พื้นที่ที่ 2 : พื้นที่ห้องครัว

การจัดพื้นที่ส่วนครัวใช้ในการผลิตขนมไทย เก็บวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ มีลักษณะการจัดเก็บที่ดูลักษณะอนามัยและความปลอดภัยในการประกอบขนมไทย

ทางร้านเปิดทำการในวันธรรมดา (หยุดทุกวันพุธ) โดยร้านจะเปิดทำการตั้งแต่เวลา 7.30-17.00 น.

แผนที่ตั้ง ร้านขนมไทย



ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ

- เพิ่มจุดเด่นของตัวสินค้าเข้าไปเพื่อเสริมประสิทธิภาพในการบริโภค มีคุณค่าทางอาหารมากยิ่งขึ้น

- เรื่องของส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ จากเดิมที่ใช้น้ำตาลเป็นส่วนผสม ทางร้านดัดแปลงมาใช้สมุนไพรจากหล่อฮังกัวยามาใช้เป็นสารแทนความหวาน เหมาะสำหรับคนรักสุขภาพ รวมถึงเป็นประโยชน์กับผู้ป่วยด้านเบาหวาน หรือทางเดินอาหาร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

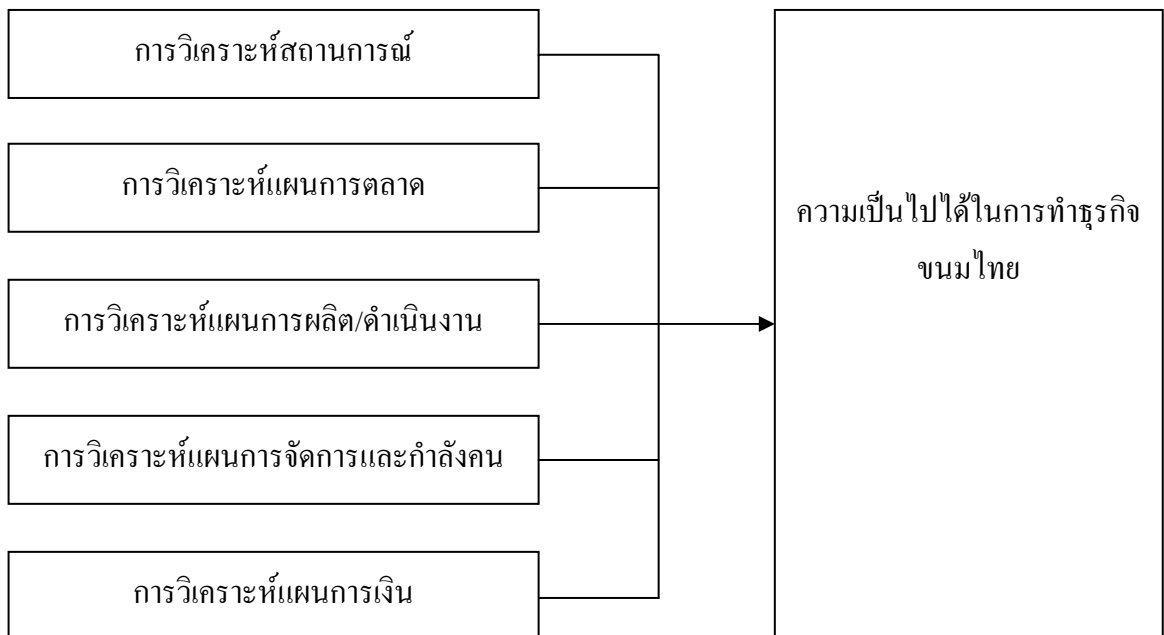
1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจขนมไทย

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจขนมไทย
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนมกราคม 2558–เดือน

พฤษภาคม 2558

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจขนมไทย

นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. ขนมไทย เป็นขนมหวาน มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ถือเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชาติซึ่งอยู่คู่กับสังคมไทยมาช้านาน ในสมัยก่อนขนมไทยจะทำเฉพาะเวลาว่างงานสำคัญเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นในงานเทศกาล งานประเพณี งานทางศาสนา หรือการประกอบพิธีกรรมต่างๆ แต่ที่เห็นมีขนมหลากหลายกินทุกวัน หลังรับคาวหวานหรือกินเป็นของว่าง ก็ล้วนแต่คิดประดิษฐ์ขึ้นภายหลังแล้วทั้งสิ้น รวมถึงขนมจากต่างชาติที่เข้ามาโดยผ่านความสัมพันธ์ทางการเมือง ก็ถูกดัดแปลง ให้มีรูปรส ลักษณะเป็นแบบไทยๆ จนบางทีนึกกันไปว่าเป็นขนมไทยแท้ดั้งเดิมก็มี แต่แท้ที่จริงแล้วขนมไทยแท้ๆ นั้น จะมีส่วนประกอบเพียงสามอย่าง คือ แป้ง น้ำตาล มะพร้าว โดยการทำขนมไทยนี้เป็นการบ่งบอกถึงลักษณะนิสัยของคนไทย ในเรื่องความอดทนใจเย็น ละเอียดลออ และช่างสังเกต ทั้งยังได้แฝงความหมายอันลึกซึ้งไว้ในชื่อของขนมไทยแต่ละชนิดด้วย

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสมุนไพร
2. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลายประเภท ทั้งขนมไทย และ เครื่องดื่มสมุนไพร
3. มีรสชาติที่อร่อย และดีต่อสุขภาพ เพราะมีส่วนผสมของสมุนไพรหลักอังก้วย
4. มีต้นทุนต่ำ มีคุณภาพ
5. สามารถรับประทานได้ทุกเพศทุกวัย
6. สินค้าได้รับรองมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยจาก ออย.
7. มีฐานลูกค้าที่ชัดเจน เช่น โรงแรมรอยัลฮิลล์ โรงแรมสวนสิดา โรงแรมวังรี เป็น

ต้น

8. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. สินค้าที่ใหม่อาจไม่ได้รับความนิยม
2. สินค้าบางประเภทอาจไม่แตกต่างจากคู่แข่ง
3. อาจมีคู่แข่งรายใหม่ๆ เกิดขึ้น

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. เป็นสินค้าที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด
2. มีการแนะนำสินค้าและสรรพคุณของสมุนไพร และได้รับความสนใจจากลูกค้า
3. ประชาสัมพันธ์แนะนำผลิตภัณฑ์ในท้องที่โดยการแจกโบว์ชัวร์จัดทำ

WWW.RANKANOOMTHAI.CO.TH และเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงได้ง่าย

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. มีคู่แข่งรายใหญ่ในละแวกใกล้ที่ทำการธุรกิจคล้ายๆ กัน
2. เป็นธุรกิจที่เปิดใหม่กลุ่มลูกค้ายังคงไม่ไว้วางใจ
3. เศรษฐกิจอยู่ในช่วงตกต่ำ

- การวิเคราะห์แผนการตลาด

การวิเคราะห์ STP

การวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาดสำหรับองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ นั้น กลุ่ม “ร้านขนมไทย” ได้ใช้หลักเกณฑ์ในด้านทำเลที่ตั้งของลูกค้า (Customer Location) ในขั้นแรก โดยเป็นหน่วยงานที่อยู่ในเขตจังหวัดนครนายก และขยายออกไปยังเขตปริมณฑล โดยในปีแรกจะมุ่งเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดนครนายกเป็นหลัก

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Target)

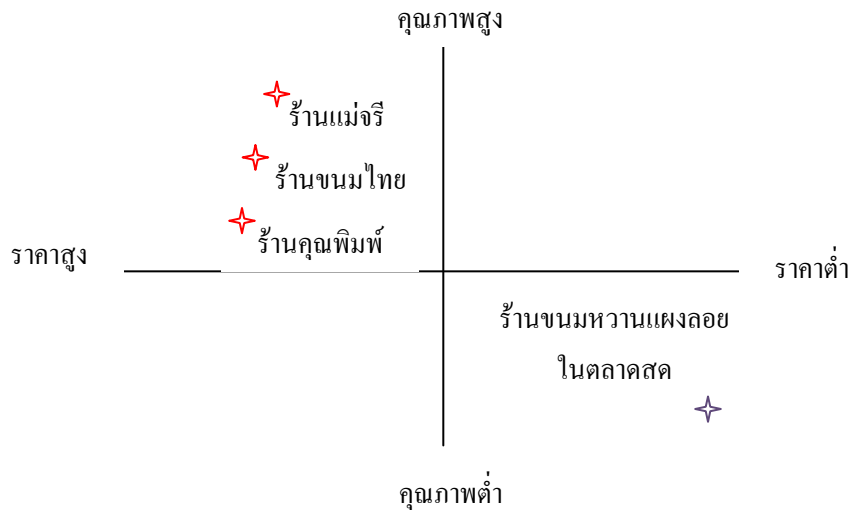
กลุ่มเป้าหมายสำหรับผลิตภัณฑ์ขนมสอดไส้ ขนมตะโก้แก้ว และขนมชั้นดอกกุหลาบ สูตรโบราณ “ร้านขนมไทย” ได้แบ่งเป็นดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นหน่วยงานราชการและเอกชนในจังหวัดนครนายก ที่มีความต้องการขนมไทยคุณภาพดีรูปลักษณะทันสมัย โดยพิจารณาราคาตามเกณฑ์คุณค่าที่ได้รับ เพื่อใช้ในการจัดเลี้ยง ทางร้านจะขยายขอบเขตกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักไปยังเขตจังหวัดปริมณฑล ทั้งนี้การขยายขอบเขตดังกล่าวจะมีการวางแผนในการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน โดยจะต้องเริ่มต้นที่รากฐานคือจังหวัดนครนายกให้มีความเข้มแข็งก่อนเป็นอันดับแรก

2. กลุ่มเป้าหมายรอง กลุ่มผู้บริโภคที่มาท่องเที่ยวในน้ำตกอันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญและมีชื่อเสียงในจังหวัดนครนายกโดยนิยมบริโภคขนมไทยหรือต้องการซื้อขนมไทยเพื่อเป็นของฝาก เนื่องจากการที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาจากขนมชั้นธรรมดาให้อยู่ในรูปแบบขนมชั้นรูปดอกกุหลาบ โดยมีรูปลักษณะที่ทันสมัยและง่ายต่อการรับประทานสามารถซื้อเป็นของที่ระลึกได้

การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

กลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง ล้วนมีความต้องการผลิตภัณฑ์ขนมสอดไส้ ขนมตะโก้แก้วและขนมชั้นดอกกุหลาบที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งรสชาติของขนมโบราณ ซึ่งคุณภาพในการผลิตที่มีส่วนผสมแตกต่างจากเดิมโดยทางร้านจะไม่ใช้น้ำตาล โดยนำสมุนไพรไทยจากหล่อฮังก้วย มาเป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาลในการทำขนม โดยปัจจุบันมีช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการเปิดหน้าร้านอยู่ใกล้ตลาดสด อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก พร้อมกับการจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ www.rankhanomthai.com ในอนาคตทางร้านจะมีการขยายสาขาในเขตกรุงเทพและปริมณฑล อีก 2 สาขา เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย



กลยุทธ์ทางการตลาด 4P

กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดของร้านขนมไทยและจะใช้เป็นกลยุทธ์หลักที่สร้างความแตกต่างในตลาดยุคแข่งขันสูงในปัจจุบัน เมื่อพิจารณาในตลาดพบว่ายังไม่มีร้านใดที่จำหน่ายสินค้าประเภทขนมไทยที่ใช้สมุนไพรหล่อฮังถัวยเป็นส่วนผสมเพื่อใช้แทนความหวานจากน้ำตาลมากนักทำให้ยังไม่มีใครในตลาดที่ชูจุดขายในส่วนนี้จากการวิเคราะห์ดังกล่าวด้านจึงได้กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญดังนี้

- สินค้าแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ขนมไทยผสมสมุนไพรหล่อฮังถัวย

- บรรจุกิจกรรมส่งเสริมให้มีการซื้อ เพื่อเป็นของฝาก นำเสนอสินค้าแบบจัดชุดให้รู้สึกถึงความคุ้มค่า คุ้มราคา และมีมูลค่า เพิ่มความประทับใจผ่านบรรจุกิจกรรมสำหรับการซื้อสินค้าจำนวนมาก เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อต่อคนต่อบิลที่สูงขึ้น ของลูกค้า จึงจะนำเอาบรรจุกิจกรรมมาเป็นจุดดึงดูดให้ลูกค้าอยากซื้อในปริมาณที่มากขึ้น

กลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategy)

วิธีการตั้งราคาที่จะใช้คือ Perceived value pricing เป็นวิธีการที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายหลักที่ยอมจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่มีคุณภาพ ไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา โดยราคาเฉลี่ยที่ตั้งในร้านจะอยู่ที่ 1 กล่องบรรจุ 5 ชิ้นราคา 35 บาทต่อรายการ ไม่ว่าจะเป็นขนมสอดไส้ ขนมตะโก้แห้ง และขนมชั้นดอกกุหลาบ โดยราคาสำหรับสินค้าในร้านเป็นดังนี้

ลำดับ	รายชื่อขนมไทย	ราคา
1	ขนมสอดไส้	35
2	ขนมตะโก้แก้ว	35
3	ขนมชั้นดอกกุหลาบ	35

ตาราง : แสดงชื่อสินค้าและราคาสินค้า

กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

สำหรับการจำหน่ายสินค้าจะเป็นการจำหน่ายตรงจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค มีหน้าร้านเป็นของตนเอง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนกลุ่มเป้าหมายเดินผ่านไปมามากที่สุด จากการศึกษาที่ช่องทางการขายเป็นลักษณะขายตรงถึงลูกค้ามีข้อดีคือผู้ผลิตสามารถควบคุมดูแลคุณภาพทั้งสินค้า การบริการได้เต็มที่แต่ข้อเสียคือต้องเพิ่มความยุ่งยากให้การจัดการและขยายตัวซ้ำ

ช่องทางจำหน่ายผ่าน Social Media ร่วมกับการใช้โทรศัพท์ การใช้สื่อ Social Media ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำโดยสามารถใช้เป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายและสื่อสารกับผู้บริโภค เพิ่มช่องการจัดจำหน่ายโดยการฝากขายในลักษณะของการขายปลีก ซึ่งเป็นสถานที่จำหน่ายของฝากจังหวัดนครนายก

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

แจกแผ่นพับ (Brochures)

วัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รู้จักร้านและจงใจให้เข้ามาทดลองสินค้าและแจ้งข่าวสารการส่งเสริมการขายต่างๆ ของร้านให้ลูกค้าทราบ โดยแจกแผ่นพับขนาดครึ่งกระดาษ A4 โดยที่เนื้อหาในแผ่นพับจะบอกถึงชื่อร้าน สถานที่ตั้ง แนะนำสินค้าหลักของร้าน โดยในแผ่นพับจะมีโปรโมชั่นมาลดราคาพิเศษเมื่อนำแผ่นพับมาแสดง เพื่อดึงดูดความสนใจ

ส่งเสริมการขายให้เกิดการ ลองซื้อ ซื้อ เพิ่ม ซื้อ ฝาก

หลักการทำโปรโมชั่นที่น่าสนใจคือการชิมฟรี จะเห็นว่าคนยังไม่มั่นใจในรสชาติต้องให้ชิมฟรีหรือมีคนแนะนำก่อน ดังนั้น จะใช้ Sales promotion มากระตุ้นให้รู้สึกอยากลองซื้อมากขึ้น โดยจัดการชิมฟรีสินค้าที่หน้าประตูทางเข้าร้าน มีการยื่นประชาสัมพันธ์ด้วยพนักงานของร้าน พร้อมจัดชิมเป็นช่วงเวลาให้ลูกค้าได้เกิดการทดลองชิมและอยากลองรับประทานโดยในโบว์ชัวร์จะมีส่วนลดหากนำไปยื่นซื้อสินค้า

- การวิเคราะห์แผนการผลิตและแผนการดำเนินงาน

ทำเลที่ตั้งของกิจการ

ตั้งอยู่ที่ 1-133/27-28 ถ.สุวรรณศร ต.นครนายก อ.เมือง จ.นครนายก 26000 เบอร์โทร 037-321180, 037-321181 รั้วมีพื้นที่ 56 ตารางเมตร เป็นอาคารพาณิชย์ 2 ชั้น ชั้นล่างเป็นหน้าร้านขายสินค้า

กระบวนการผลิต

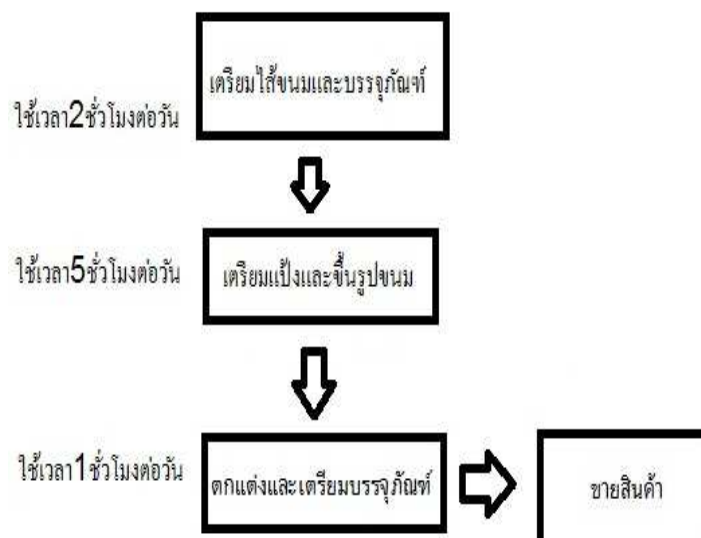
ขั้นตอนการผลิต - ผลิตขนมไทยแต่ละประเภท มีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1) ขั้นตอนในการจัดเตรียมไส้ขนมและบรรจุภัณฑ์ พวกใบตอง กระทงใบเตย ทางมะพร้าว ไม้กีด ในการเตรียมไส้ขนมและบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถทำก่อนได้ 1 วัน เพราะเก็บไว้ได้ในตู้เย็น ในการเตรียมไส้ขนมโดยการผสมส่วนผสมลงในเครื่องกวน แล้วนำมาใส่ในเครื่องปั้นไส้ขนม ใช้เวลาเตรียมการประมาณ 1 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนใบตอง และกระทงใบเตยซัพพลายเออร์จะนำมาส่ง

2) เตรียมแป้งและขึ้นปั้นรูปขนม โดยการใส่แป้งและส่วนผสมต่างๆลงในเครื่องกวน และปั้นขึ้นรูปขนมชนิดต่างๆ แล้วนำมานึ่ง ต้ม ทำให้สุก ใช้เวลาประมาณ 5 ชั่วโมงต่อวัน

3) ตกแต่งและบรรจุภัณฑ์ โดยการตกแต่งบรรจุหีบห่อให้สวยงาม ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงต่อวัน

4) นำสินค้าไปจัดจำหน่าย และจัดส่งไปยังร้านค้าต่างๆ



กำลังในการผลิต

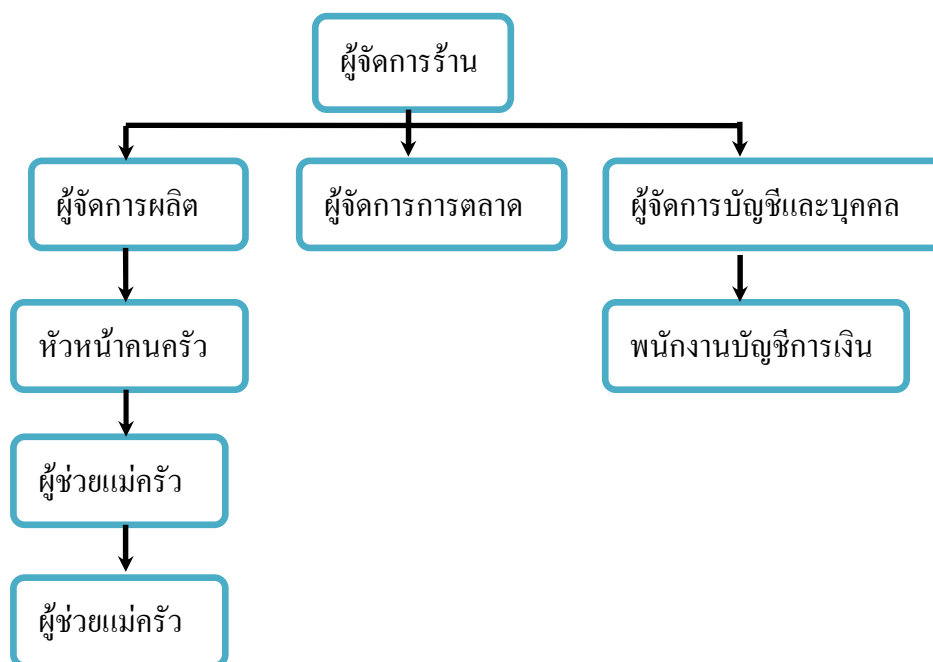
ร้านขนมไทย เวลาในการผลิตขนมไทยคือ 09.00น. ถึง 17.00 น. มีชั่วโมงการทำงานในการผลิตขนมไทยคือ 8 ชั่วโมงต่อวัน หยุดทำการทุกวันพุธ กำลังการผลิตขนมไทยประเภทต่างๆ จะอยู่ที่ 4,000 ชิ้นต่อวัน บรรจุเป็นหีบห่อได้ 550 กล่องต่อวัน ผลิตภัณฑ์ในร้านขนมไทย বিভাজিতแบ่งเป็น

- ขนมสอดไส้ 1,500 ชิ้น บรรจุถุงละ 5 ชิ้น จำนวน 300 ถุง
- ขนมตะโก้แห้ว 1,100 ชิ้น บรรจุกล่องละ 10 ชิ้น จำนวน 110 กล่อง
- ขนมชั้นดอกกุหลาบ 1,400 ชิ้น บรรจุกล่องละ 10 ชิ้น จำนวน 140 กล่อง

- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

การวางแผนโครงสร้างองค์กรของร้านขนมไทย โดยแบ่งตามหน้าที่ (Functional Organization Structure) โดยประกอบไปด้วย ผู้จัดการร้าน, ผู้จัดการการผลิต, ผู้จัดการการตลาด, ผู้จัดการบัญชีและบุคคล รวมถึงฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อให้แต่ละหน้าที่มีความเชี่ยวชาญในการทำงาน ทำให้การบริหารงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โครงสร้างองค์กรดังกล่าวแบ่งได้ดังนี้



เวลาการทำงาน

พนักงานในระดับบริหาร คือผู้จัดการร้าน, ผู้จัดการผลิต, ผู้จัดการตลาด, ผู้จัดการบัญชีและบุคคลและพนักงานเก็บเงิน จะมีช่วงเวลาการทำงานที่แน่นอน (Officer Hour) คือวันจันทร์-อาทิตย์ เวลา 07.30-17.00 น. โดยมีช่วงเวลาพักระหว่างวันคือ 12.00-13.00 น. (หยุดทุกวันพุธ เหตุเพราะวันอาทิตย์เป็นวันที่มีลูกค้าเยอะ)

สำหรับตำแหน่งหัวหน้าคนครัวและผู้ช่วยจะต้องทำงานต่างจากฝ่ายอื่นๆ เพราะทางร้านหยุดทุกวันพุธ ผู้จัดการการผลิตจะต้องคำนวณการผลิตเพิ่มเติมในวันอังคารเพื่อให้มีสินค้าขายในวันพุธ และเพื่อให้คนครัวสามารถทำขนมรอบแรกให้ทันร้านเปิด ช่วงเวลาการทำงานจึงอยู่ที่ 04.00-09.00 น. โดยหลังจากพักระหว่างวันในเวลา 09.00-10.00 น. จึงเริ่มทำขนมรอบสองอีกครั้ง เพื่อนำขนมไปเพิ่มเติมในรอบบ่าย

- **การวิเคราะห์แผนการเงิน**

จากการประเมินการลงทุนของโครงการธุรกิจร้านขนมไทย เป็นธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่กิจการได้จัดทำประมาณการทางการเงิน อันประกอบไปด้วย งบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด โดยมีสมมติฐานว่าบริษัทยังคงดำเนินกิจการต่อไปในระยะยาว โดยได้แสดงงบดุล งบกำไรขาดทุนและงบกระแสเงินสด สำหรับแต่ละปีเป็นระยะเวลา 5 ปี เริ่มตั้ง ตั้งแต่เดือนมกราคม 2557 ถึง ธันวาคม 2562 และหลังจากนั้น มีสมมติฐานว่าบริษัทมีผลประกอบการที่เติบโตคงที่ ในอัตรา 5% ต่อปี

ประมาณการจากจากยอดขายในอดีต

การพยากรณ์ยอดขาย โดยประมาณการจากกำลังการผลิตที่ผลิตได้ในแต่ละปี

รายการสินค้าจำนวน มูลค่าการขาย (บาท)	ราคา (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขนมสอดไส้ (กล่อง)	35	3,328,500	3,494,925	3,844,418	4,421,080	5,084,242
ขนมตะโก้ (กล่อง)	30	1,046,100	1,098,405	1,208,246	1,389,482	1,597,905
ขนมชั้นดอกกุหลาบ (กล่อง)	35	1,553,300	1,630,965	1,794,062	2,063,171	2,372,646
มูลค่าการขาย		5,927,900	6,224,295	6,846,725	7,873,733	9,054,793
อัตราการเพิ่มการขาย (%)		-	5	10	15	15

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจขนมไทย ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

นันทิยา หุตานุกัฏ และณรงค์ หุตานุกัฏ (2545). *SWOT: การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน*.

คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี..

รัตนา สายคณิต (2548). *เครื่องชี้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมยศ นาวิการ (2548). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.

สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. (2550). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2550). *แนวโน้มอาหารเสริมสุขภาพปี'51: ปรับพฤติกรรมรับภาวะค่าครองชีพ. 8 พฤศจิกายน 2550*.

โหระพา “ประวัติความเป็นมาของขนมไทย” สืบค้นเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2553. จาก

<http://www.horapa.com/content.php?Category=Dessert&No=376>