แผนธุรกิจ

โครงการนักธุรกิจน้อย
มีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

โรงเรียนบ้านดงเกตุ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครปฐมเขต ๒

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

คำนำ

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาการทำธุรกิจในรูปแบบนักธุรกิจน้อย ซึ่งในโครงการนี้ได้เลือก "การทำขนมชั้น" เป็นผลิตภัณฑ์หลักของการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฝึกฝนทักษะการทำขนม สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการต้นทุน การจัดจำหน่าย และคำนวณกำไร-ขาดทุน นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้นักเรียนได้เรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการผ่านการปฏิบัติจริง และนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

โรงเรียนบ้านดงเกตุ

ส่วนที่ ๑ ภาพรวมธุรกิจ

๑. แนวคิดธุรกิจ

ธุรกิจการทำขนมชั้นเกิดขึ้นจากความต้องการในการรักษาและส่งเสริมความเป็นไทยผ่านอาหาร ขนมชั้นเป็นขนมไทยดั้งเดิมที่มีความประณีตในการทำและมีความหมายที่ดี สื่อถึงการเจริญก้าวหน้าตามลำดับขั้น ซึ่งเหมาะสำหรับใช้ในงานพิธีต่างๆ เช่น งานมงคลสมรส งานขึ้นบ้านใหม่ หรืองานเฉลิมฉลอง นอกจากความหมายเชิงสัญลักษณ์แล้ว ขนมชั้นยังมีรสชาติที่หวานมันจากกะทิและเนื้อสัมผัสที่นุ่มลื่น เป็นที่ชื่นชอบของคนไทยทุกวัย ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจการทำขนมชั้นจึงมีโอกาสเติบโตได้ดี โดยเฉพาะในตลาดที่มีการจัดงานหรือเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย

๒. ความเป็นมาของธุรกิจ

ธุรกิจขนมชั้นมีรากฐานจากการทำขนมไทยโบราณ โดยในอดีตขนมชั้นเป็นที่นิยมในกลุ่มชนชั้นสูง แต่ปัจจุบันได้รับความนิยมแพร่หลายไปในทุกกลุ่มคน การทำขนมชั้นนั้นเน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น กะทิสดและน้ำใบเตย เพื่อเพิ่มคุณภาพและกลิ่นหอมให้กับขนม ในช่วงยุคปัจจุบัน การทำขนมชั้นได้ถูกพัฒนาให้เข้ากับวิถีชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น โดยมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกในการซื้อขาย การใช้สีสันต่างๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ ทำให้ขนมชั้นกลับมาได้รับความนิยมทั้งในงานเลี้ยงและการบริโภคทั่วไป ขณะเดียวกันยังเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและเผยแพร่ความเป็นไทยไปยังผู้บริโภคต่างชาติผ่านการส่งออกธุรกิจการทำขนมชั้นยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้าสู่ตลาดด้วยการจำหน่ายในพื้นที่ใกล้เคียงหรือผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งช่วยขยายฐานลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง

๓. ชื่อเจ้าของกิจการ โรงเรียนบ้านดงเกตุ ชื่อกิจการ ขนมไทย ขนมชั้น ที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ โรงเรียนบ้านดงเกตุ หมู่ ๔ ตำบลสามพราน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ๓๐๒๓๐

ลักษณะธุรกิจ (ธุรกิจการผลิต, ธุรกิจบริการ, ธุรกิจซื้อมาขายไป)

๑. ลักษณะธุรกิจ เป็นธุรกิจผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อจำหน่าย โดยแปรรูปเห็ดนางฟ้าให้เป็นเห็ดฝอย ที่มี ความหลากหลายของส่วนผสมและความแปลกใหม่ของรสชาติ และยังช่วยยืดอายุของเห็ดได้อีกด้วย

๒. วัตถุประสงค์ในการเขียนแผนธุรกิจ - เพื่อผลิตและจัดจำหน่ายเห็ดฝอย - เพื่อสร้างผลตอบแทนในการดำเนินธุรกิจ – เพื่อเป็นเอกสารประกอบการกู้ยืม

นวัตกรรมของธุรกิจ (Business Innovation): การทำขนมชั้น

เพื่อให้ธุรกิจการทำขนมชั้นสามารถตอบโจทย์ตลาดที่เปลี่ยนแปลงและมีความสามารถในการแข่งขัน นวัตกรรมที่นำมาใช้ในการทำขนมชั้นสามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้:

๑. นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

- **ขนมชั้นเพื่อสุขภาพ**: การพัฒนาเนื้อขนมชั้นที่มีส่วนผสมจากวัตถุดิบเพื่อสุขภาพ เช่น การใช้น้ำตาลจากหญ้าหวาน (Stevia) แทนน้ำตาลทราย หรือการใช้กะทิจากพืชอื่นๆ ที่มีไขมันต่ำ เช่น กะทิอัลมอนด์ หรือกะทิมะพร้าวเพื่อลดปริมาณไขมัน ทำให้ขนมชั้นมีความเหมาะสมสำหรับผู้ที่ดูแลสุขภาพหรือผู้ป่วยเบาหวาน
- **การเพิ่มรสชาติและวัตถุดิบใหม่ๆ**: การนำวัตถุดิบอื่นๆ เช่น ช็อกโกแลต, มะพร้าวอ่อน, หรือผลไม้แห้งเข้ามาผสมในชั้นของขนม เพื่อสร้างความหลากหลายและดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ที่ชื่นชอบรสชาติแปลกใหม่

๒. นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging Innovation)

- **บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม**: การออกแบบบรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ เช่น กล่องกระดาษหรือวัสดุชีวภาพ (biodegradable materials) เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและสนับสนุนแบรนด์
- **บรรจุภัณฑ์ที่คงคุณภาพ**: การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาความสดใหม่ของขนมชั้นได้นานยิ่งขึ้น รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบให้ใช้งานสะดวก เช่น กล่องที่สามารถนำเข้าไมโครเวฟได้โดยตรง

๓. นวัตกรรมด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย (Marketing and Distribution Innovation)

- **การขายผ่านช่องทางออนไลน์**: การใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (e-commerce) เช่น Facebook, Instagram, Line และเว็บไซต์ในการขายขนมชั้น เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกไปยังต่างประเทศที่มีความต้องการสินค้าไทย การทำการตลาดผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์ (brand awareness) และทำโปรโมชั่นออนไลน์
- **บริการจัดส่งถึงที่ (Delivery Service)**: การร่วมมือกับบริการจัดส่งอาหาร เช่น Grab, Foodpanda หรือ Robinhood ช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า ทำให้สามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและรวดเร็ว

๔. นวัตกรรมด้านกระบวนการผลิต (Process Innovation)

- **การใช้เทคโนโลยีในการผลิต**: การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำขนม เช่น การใช้เครื่องนึ่งแบบอัตโนมัติหรือการวัดส่วนผสมที่แม่นยำด้วยระบบดิจิทัล ทำให้ได้ขนมที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ลดข้อผิดพลาดจากการทำด้วยมือ และสามารถผลิตในปริมาณมากได้เร็วขึ้น
- **การจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ**: การใช้ซอฟต์แวร์ในการคำนวณต้นทุนการผลิต ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์และจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การลดของเสียจากการผลิตและการควบคุมปริมาณวัตถุดิบ

๕. นวัตกรรมด้านความยั่งยืน (Sustainability Innovation)

- **การใช้วัตถุดิบท้องถิ่น**: สนับสนุนการใช้วัตถุดิบที่ปลูกและผลิตในชุมชนท้องถิ่น เช่น ใบเตย, มะพร้าว, และข้าวไทย ช่วยลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากการขนส่งและสร้างรายได้ให้กับชุมชน รวมถึงทำให้ธุรกิจดูเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
- **การลดของเสียจากการผลิต**: การใช้วัตถุดิบทุกส่วนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การใช้กากมะพร้าวในการทำผลิตภัณฑ์อื่นๆ หรือการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์

นวัตกรรมเหล่านี้สามารถช่วยให้ธุรกิจขนมชั้นมีความสามารถในการแข่งขันและเข้าถึงตลาดใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ ๒ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางทุรกิจ (SWOT Analysis)

๒.๑ สภาพแวดล้อมภายใน

๑) จุดแข็ง (Strength) : ปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้กิจการมีความได้เปรียบคู่แข่ง - มีสูตรเฉพาะของผลิตภัณฑ์ - ราคาสินค้าถูก ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย - มีช่องทางในการจำหน่ายหลากหลาย - มีทีมงานที่ใส่ใจคุณภาพ พร้อมให้บริการ

๒) จุดอ่อน (Weakness) : ปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้กิจการมีความเสียเปรียบคู่แข่ง - เงินทุนในการดำเนินธุรกิจไม่เพียงพอต่อการขยายตลาด - ขาดเครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในกระบวนการผลิต เช่น เตาอบ เครื่องสลัด น้ำมัน เป็นต้น

๒.๒ สภาพแวดล้อมภายนอก (เช่น สภาพตลาด ภาวะเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย การเมือง วัฒนธรรม ค่านิยม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และเครือข่ายธุรกิจ)

๑) โอกาส (Opportunity) : เป็นปัจจัยภายนอกที่จะส่งเสริม หรือสนับสนุนให้กิจการเติบโตได้ในอนาคต - คู่แข่งทางการตลาดทางตรงมีจำนวนน้อย - มีเครือข่ายนักทุรกิจน้อยคอยสนับสนุน - มีศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสานจักราช ซีเบิร์ด สนับสนุน - สื่อสังคมออนไลน์ เอื้ออำนวยต่อการกระจายสินค้า

๒) อุปสรรค (Threat) : เป็นปัจจัยภายนอกที่จะทำให้กิจการไม่รุ่งเรือง เติบโตช้า เป็นอุปสรรคต่อ การดำเนินธุรกิจ - สภาวะเศรษฐกิจไม่ดี ทำให้ผู้บริโภคประหยัดและลดจำนวนการซื้อสินค้าลง - มีสินค้าที่คล้ายกันที่มีเชื่อเสียง และกระบวนการผลิตที่ทันสมัย

ส่วนที่ ๓ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย

๓.๑ วิสัยทัศน์

"มุ่งมั่นเป็นผู้นำด้านการผลิตขนมชั้นไทยคุณภาพสูง ที่ผสานความเป็นไทยดั้งเดิมเข้ากับนวัตกรรมสมัยใหม่ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ สะท้อนวัฒนธรรมไทย พร้อมส่งต่อความอร่อยและความประณีตสู่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศอย่างยั่งยืน"

เน้นที่:

- การรักษาความเป็นไทยในรสชาติและกระบวนการผลิต
- นวัตกรรมในการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์
- การขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

๓.๒ พันธกิจ

- **สืบสานและอนุรักษ์ขนมไทยดั้งเดิม** โดยรักษารสชาติและความประณีตในการทำขนมชั้น เพื่อให้คนรุ่นใหม่ได้รู้จักและชื่นชมวัฒนธรรมอาหารไทย
- **พัฒนานวัตกรรมการผลิตและบรรจุภัณฑ์** ที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มความสะดวกในการบริโภคและการขนส่ง พร้อมทั้งรักษาคุณภาพและความสดใหม่ของขนม
- **ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น** เพื่อสนับสนุนชุมชนและการเกษตรในพื้นที่ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- **ขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ** ผ่านการใช้สื่อออนไลน์และการสร้างแบรนด์ที่โดดเด่น เพื่อให้ขนมชั้นเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง
- **สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ** ที่มีความหลากหลายของรสชาติและดีไซน์ ตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่มองหาความแปลกใหม่

๓.๓ เป้าหมาย **เพิ่มยอดขาย ๒๐% ภายในปีแรก** โดยการขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์และการตลาดเชิงรุก

ส่วนที่ ๔ ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ

๑) คุณภาพของผลิตภัณฑ์

การรักษาคุณภาพของขนมชั้น ทั้งในด้านรสชาติ ความสดใหม่ และการใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง จะสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นในแบรนด์ ลูกค้าจะกลับมาซื้อซ้ำและแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ผู้อื่น

๒) นวัตกรรมในผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

การพัฒนารสชาติใหม่ๆ เช่น ขนมชั้นเพื่อสุขภาพ หรือขนมชั้นที่มีการผสมผสานวัตถุดิบแปลกใหม่ รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย และสะดวกในการใช้งาน เช่น บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาความสดได้ดี จะดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ

๓) การตลาดและการสร้างแบรนด์

การทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, และ Line เพื่อโปรโมตสินค้าผ่านภาพถ่ายที่สวยงาม รีวิวจากลูกค้า และโปรโมชั่นที่น่าสนใจ การสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์จะช่วยสร้างการรับรู้ในตลาด

๔) ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย

การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านออนไลน์ เช่น แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและบริการจัดส่งอาหาร รวมถึงการร่วมมือกับร้านค้าและห้างสรรพสินค้า ทำให้ขนมชั้นเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น การขายผ่านงานเทศกาลหรืองานแสดงสินค้าไทยยังเป็นช่องทางที่สำคัญในการเข้าถึงลูกค้าที่ชื่นชอบขนมไทย

๕) การบริการลูกค้า

การบริการลูกค้าที่ดี เช่น การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว การตอบคำถามและแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความเชื่อถือในแบรนด์ ลูกค้าที่มีประสบการณ์ดีจะมีแนวโน้มกลับมาซื้อซ้ำและแนะนำให้กับคนรอบตัว

๖) ความยืดหยุ่นและการปรับตัว

การปรับตัวให้ทันกับความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มตลาด เช่น การปรับสูตรขนมเพื่อสุขภาพหรือการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพแต่ราคาย่อมเยา จะช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตในระยะยาว

๗) การใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและความยั่งยืน

การสนับสนุนการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนและธุรกิจ ลดต้นทุนการขนส่ง และเพิ่มความยั่งยืน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดลูกค้าสมัยใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

๘) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

การใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างตรงใจ

ส่วนที่ ๕ แผนการจัดการ

๑. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

การรักษาคุณภาพของขนมชั้น ทั้งในด้านรสชาติ ความสดใหม่ และการใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง จะสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นในแบรนด์ ลูกค้าจะกลับมาซื้อซ้ำและแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ผู้อื่น

๒. นวัตกรรมในผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

การพัฒนารสชาติใหม่ๆ เช่น ขนมชั้นเพื่อสุขภาพ หรือขนมชั้นที่มีการผสมผสานวัตถุดิบแปลกใหม่ รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย และสะดวกในการใช้งาน เช่น บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาความสดได้ดี จะดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ

๓. การตลาดและการสร้างแบรนด์

การทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, และ Line เพื่อโปรโมตสินค้าผ่านภาพถ่ายที่สวยงาม รีวิวจากลูกค้า และโปรโมชั่นที่น่าสนใจ การสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์จะช่วยสร้างการรับรู้ในตลาด

๔. ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย

การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านออนไลน์ เช่น แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและบริการจัดส่งอาหาร รวมถึงการร่วมมือกับร้านค้าและห้างสรรพสินค้า ทำให้ขนมชั้นเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น การขายผ่านงานเทศกาลหรืองานแสดงสินค้าไทยยังเป็นช่องทางที่สำคัญในการเข้าถึงลูกค้าที่ชื่นชอบขนมไทย

๕. การบริการลูกค้า

การบริการลูกค้าที่ดี เช่น การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว การตอบคำถามและแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความเชื่อถือในแบรนด์ ลูกค้าที่มีประสบการณ์ดีจะมีแนวโน้มกลับมาซื้อซ้ำและแนะนำให้กับคนรอบตัว

๖. ความยืดหยุ่นและการปรับตัว

การปรับตัวให้ทันกับความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มตลาด เช่น การปรับสูตรขนมเพื่อสุขภาพหรือการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพแต่ราคาย่อมเยา จะช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตในระยะยาว

๗. การใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและความยั่งยืน

การสนับสนุนการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนและธุรกิจ ลดต้นทุนการขนส่ง และเพิ่มความยั่งยืน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดลูกค้าสมัยใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

๘. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

การใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างตรงใจ

แผนการจัดการการดำเนินงานจัดทำขนมชั้น

๑. การวางแผนการผลิต

- การคัดเลือกวัตถุดิบ: วางแผนการจัดหาวัตถุดิบคุณภาพ เช่น แป้งท้าวยายม่อม กะทิ น้ำตาลทราย น้ำใบเตย โดยเน้นการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อลดต้นทุนและส่งเสริมชุมชนท้องถิ่น
- การคำนวณปริมาณวัตถุดิบ: คำนวณปริมาณวัตถุดิบที่ต้องใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยตรวจสอบและปรับปรุงปริมาณการสั่งซื้อให้เหมาะสมกับปริมาณการผลิตในแต่ละรอบ

๒. การผลิต

- การเตรียมทีมงาน: จัดทีมงานที่มีทักษะในการทำขนมชั้น โดยแบ่งหน้าที่ชัดเจน เช่น ผู้ดูแลการเตรียมวัตถุดิบ ผู้ทำขนม ผู้ควบคุมคุณภาพ และผู้จัดส่ง
- การจัดกระบวนการผลิต: วางแผนการผลิตโดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้
    ๑. เตรียมส่วนผสมและอุปกรณ์
    ๒. การทำแป้งและชั้นขนม
    ๓. การนึ่งและการทำชั้นขนมให้เสร็จสมบูรณ์
    ๔. การตัดขนมและบรรจุใส่กล่อง
- การควบคุมคุณภาพ (Quality Control): ตรวจสอบความสะอาด รสชาติ ความหนาของชั้นขนม และความคงตัวของเนื้อขนมในทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้ขนมที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ

๓. การบรรจุและการจัดเก็บ

- การบรรจุภัณฑ์: ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะดวก และปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความสดใหม่และการป้องกันไม่ให้ขนมเสียหายระหว่างการขนส่ง
- การจัดเก็บ: วางแผนการจัดเก็บขนมในที่ที่เหมาะสม อุณหภูมิที่ควบคุมได้ เพื่อรักษาคุณภาพและความสดของขนมก่อนการจำหน่าย

๔. การตลาดและการจัดจำหน่าย

- การสำรวจตลาด: ศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านรสชาติ บรรจุภัณฑ์ และราคาที่เหมาะสม เพื่อวางกลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ช่องทางการจัดจำหน่าย: วางแผนการจำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

๑. ตลาดสดและร้านขนมท้องถิ่น: ขายตรงในพื้นที่ชุมชน

๒. ออนไลน์: ใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (Lazada, Shopee) และสื่อโซเชียลมีเดีย (Facebook, Instagram) เพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้า

๓. งานแสดงสินค้า: เข้าร่วมงานแสดงสินค้าท้องถิ่นหรือระดับประเทศ เพื่อเพิ่มการรับรู้ของแบรนด์

๔. บริการจัดส่ง: ร่วมมือกับบริการส่งอาหาร เช่น Grab, Foodpanda หรือบริการจัดส่งแบบพิเศษสำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อจำนวนมาก

๕. การวิเคราะห์ต้นทุนและกำไร

- การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต: คำนวณต้นทุนของวัตถุดิบ ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพื่อกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและสร้างกำไรได้
- การติดตามผลกำไร: ติดตามยอดขายและกำไรอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ในการลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มยอดขาย

๖. การประเมินผลการดำเนินงาน

- การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า: รวบรวมข้อมูลจากลูกค้าผ่านการรีวิว การสำรวจความพึงพอใจ และความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงคุณภาพของขนมและบริการ
- การวิเคราะห์ยอดขาย: วิเคราะห์ยอดขายในแต่ละเดือนเพื่อประเมินความสำเร็จของแผนการตลาด และปรับปรุงแผนให้ตรงกับความต้องการของตลาด

๗. การปรับปรุงและพัฒนา

- การพัฒนาสูตรใหม่: นำความเห็นของลูกค้ามาพัฒนาเป็นสูตรขนมชั้นที่หลากหลายมากขึ้น เช่น สูตรเพื่อสุขภาพหรือรสชาติใหม่ๆ
- การขยายตลาด: วางแผนขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เช่น กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ หรือกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ

ส่วนที่ ๖ แผนการดำเนินงานด้านการตลาด Marketing Plan

การวิเคราะห์ตลาด (Market Analysis)

- **การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย**: กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก เช่น
    ๑. **กลุ่มครอบครัวและผู้สูงอายุ** ที่นิยมขนมไทยแบบดั้งเดิม
    ๒. **กลุ่มคนรุ่นใหม่** ที่ชื่นชอบขนมไทยที่มีการปรับปรุงรูปแบบและรสชาติให้ทันสมัย
    ๓. **กลุ่มคนรักสุขภาพ** ที่ต้องการขนมหวานที่ใช้วัตถุดิบธรรมชาติ ลดน้ำตาลและไขมัน
- **การวิเคราะห์คู่แข่ง**: สำรวจตลาดขนมไทยและขนมหวานในพื้นที่เพื่อเปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่ง โดยเน้นด้านรสชาติ คุณภาพ และบรรจุภัณฑ์

๒. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

- **ขนมชั้นแบบดั้งเดิม**: ตำแหน่งในฐานะขนมไทยดั้งเดิมที่มีรสชาติอร่อย ประณีต และเหมาะกับการรับประทานในโอกาสพิเศษ เช่น งานบุญหรือเทศกาลต่างๆ
- **ขนมชั้นเพื่อสุขภาพ**: ใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติ เช่น น้ำตาลหญ้าหวาน (Stevia) หรือกะทิไขมันต่ำ เจาะตลาดคนรักสุขภาพและผู้สูงอายุที่ต้องการลดปริมาณน้ำตาล
- **ขนมชั้นปรับปรุงใหม่**: นำเสนอรสชาติและดีไซน์ที่หลากหลาย เช่น ขนมชั้นรสผลไม้ ขนมชั้นช็อกโกแลต เพื่อดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มองหาความแปลกใหม่

๓. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

- **คุณภาพ**: การใช้วัตถุดิบที่สดใหม่และคุณภาพดี คงคุณภาพรสชาติ และเพิ่มความน่าสนใจผ่านนวัตกรรม เช่น ขนมชั้นหลายสีหรือหลายรสชาติ
- **บรรจุภัณฑ์**: ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เหมาะสำหรับการเป็นของฝาก หรือบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาขนมให้สดใหม่ได้นาน

๔. กลยุทธ์การตั้งราคา (Pricing Strategy)

- **การตั้งราคาที่เหมาะสม**: กำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้ โดยคำนึงถึงต้นทุนการผลิต การบรรจุ และการตลาด เช่น ราคาขายขนมชั้นดั้งเดิมอาจตั้งไว้ที่ราคามาตรฐาน ในขณะที่ขนมชั้นเพื่อสุขภาพหรือขนมชั้นรสชาติพิเศษอาจมีราคาสูงขึ้น
- **โปรโมชั่นและส่วนลด**: จัดทำโปรโมชั่น เช่น การขายแบบชุดราคาพิเศษหรือส่วนลดในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าและเพิ่มยอดขาย

๕. กลยุทธ์การจัดจำหน่าย (Distribution Strategy)

- **การจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าและตลาดท้องถิ่น**: จำหน่ายขนมชั้นผ่านร้านขนมไทยหรือร้านขนมหวานในพื้นที่ และตลาดสดหรือศูนย์การค้า เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าท้องถิ่น
- **การขายผ่านช่องทางออนไลน์**: ขยายการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Line Official Account หรือแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (Lazada, Shopee) โดยให้ความสำคัญกับการตลาดเชิงดิจิทัล และโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย
- **การจัดส่งถึงบ้าน (Delivery Service)**: ร่วมมือกับแพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร เช่น GrabFood, FoodPanda หรือ Robinhood เพื่อเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าในพื้นที่และขยายการเข้าถึงลูกค้าใหม่

๖. กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion Strategy)

- **โซเชียลมีเดีย**: สร้างเพจธุรกิจและใช้โซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือหลักในการโปรโมต เช่น การแชร์รูปภาพและวิดีโอของผลิตภัณฑ์ การใช้ผู้มีอิทธิพลทางโซเชียล (influencers) เพื่อรีวิวสินค้า
- **การโฆษณาออนไลน์**: ลงโฆษณาบน Facebook Ads หรือ Instagram Ads เพื่อเพิ่มการมองเห็นและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ
- **โปรโมชั่นพิเศษ**: จัดทำโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อครั้งแรก เช่น ส่วนลดพิเศษหรือแถมสินค้า รวมถึงจัดกิจกรรมแจกของรางวัลบนโซเชียลมีเดียเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้า
- **เข้าร่วมงานแสดงสินค้า**: นำขนมชั้นไปจัดแสดงและจำหน่ายในงานแสดงสินค้าท้องถิ่นหรืองานเทศกาล เพื่อสร้างการรับรู้และขยายฐานลูกค้าในพื้นที่ต่างๆ

๗. การสร้างแบรนด์และความสัมพันธ์กับลูกค้า (Branding and Customer Relationship)

- **สร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์**: เน้นความเป็นไทยและการอนุรักษ์ขนมไทยผสมผสานกับนวัตกรรมใหม่ๆ สื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์ โลโก้ และการทำคอนเทนต์บนโซเชียลมีเดีย
- **การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า**: มีการตอบโต้กับลูกค้าผ่านโซเชียลมีเดีย รับฟังความคิดเห็น และพัฒนาสินค้าตามข้อเสนอแนะของลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจและทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์
- **โปรแกรมสมาชิก (Loyalty Program)**: เสนอโปรแกรมสะสมแต้มสำหรับลูกค้าที่ซื้อซ้ำหรือมียอดซื้อสูง เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีกครั้ง

๘. การประเมินผล (Evaluation)

- **ติดตามยอดขาย**: ประเมินผลจากยอดขายรายเดือน เพื่อตรวจสอบว่ากลยุทธ์การตลาดมีประสิทธิภาพหรือไม่

- **สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า**: รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าผ่านแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ
- **วิเคราะห์การตลาดออนไลน์**: ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ออนไลน์ เช่น Google Analytics หรือ Facebook Insights เพื่อติดตามการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของลูกค้าในโซเชียลมีเดีย

วัตถุดิบ	ปริมาณที่ใช้ (ต่อชุด)	ราคาต่อหน่วย	ต้นทุนต่อชุด
แป้งมัน	200 กรัม	30 บาท/กก.	6 บาท
น้ำตาล	150 กรัม	25 บาท/กก.	3.75 บาท
...	...	...	...
รวมต้นทุนวัตถุดิบ			50 บาท

ส่วนที่ ๗ แผนการผลิต

กระบวนการผลิตขนมชั้น: ขั้นตอนโดยละเอียด ขนมชั้นเป็นขนมไทยที่มีขั้นตอนการทำค่อนข้างละเอียดและใช้เวลา แต่ผลลัพธ์ที่ได้คือขนมที่มีรสชาติหวานมัน หอมใบเตย และมีเนื้อสัมผัสที่นุ่มละมุนลิ้น มาดูขั้นตอนการทำขนมชั้นกันเลยค่ะ

วัตถุดิบหลักที่ต้องเตรียม

- แป้งมันสำปะหลัง
- แป้งข้าวเจ้า
- แป้งท้าวยายม่อม
- น้ำตาลทราย
- กะทิ
- น้ำใบเตย
- เกลือ
- สีผสมอาหาร (ถ้าต้องการ)

อุปกรณ์ที่ใช้

- หม้อ
- พิมพ์สำหรับนึ่ง
- ผ้าขาวบาง
- ที่นึ่ง
- ตะแกรง
- ชามผสม
- ช้อน
- ที่ตีไข่
- ภาชนะสำหรับแบ่งส่วนผสม

ขั้นตอนการทำ

๑. **เตรียมแป้ง:** ผสมแป้งทั้งสามชนิดเข้าด้วยกัน แล้วร่อนเพื่อให้ได้แป้งที่ละเอียด

๒. **เตรียมน้ำกะทิ:** นำกะทิไปตั้งไฟ เคี่ยวจนเดือดและได้น้ำมันกะทิ จากนั้นกรองเอาแต่น้ำกะทิที่ใส

๓. **แบ่งส่วนผสมแป้ง:** แบ่งแป้งออกเป็นสองส่วนเท่า ๆ กัน

๔. **ผสมสี:** ในส่วนผสมแป้งหนึ่งส่วน ให้นำไปผสมกับน้ำใบเตยเพื่อให้ได้สีเขียว ส่วนอีกส่วนหนึ่งคงไว้เป็นสีขาว

๕. **ผสมแป้งกับกะทิ:** นำแป้งทั้งสองส่วนมาผสมกับกะทิที่เตรียมไว้ คนให้เข้ากันจนไม่มีเม็ดแป้ง

๖. **นึ่งขนม:**

- นำพิมพ์ไปตั้งบนที่นึ่ง ห่อฝาด้วยผ้าขาวบางเพื่อป้องกันหยดน้ำลงไปในขนม
- เทแป้งสีขาวลงไปในพิมพ์เป็นชั้นแรก นึ่งด้วยไฟกลางประมาณ ๕-๗ นาที หรือจนสุก
- เมื่อชั้นแรกสุกแล้ว เทแป้งสีเขียวลงไปเป็นชั้นที่สอง นึ่งต่ออีกประมาณ ๕-๗ นาที
- ทำสลับกันไปเรื่อย ๆ จนกว่าแป้งจะหมด

๗. **พักให้เย็น:** เมื่อนึ่งขนมเสร็จแล้ว นำออกมาพักให้เย็นสนิทก่อนตัดเป็นชิ้น

๘. **จัดเสิร์ฟ:** ตัดขนมชั้นเป็นชิ้นพอดีคำ จัดใส่จาน พร้อมเสิร์ฟ

เคล็ดลับในการทำขนมชั้นให้อร่อย

- **เลือกวัตถุดิบดี:** ควรเลือกใช้กะทิสดและน้ำใบเตยที่คั้นสดใหม่ เพื่อให้ได้รสชาติที่หอมหวาน
- **ไฟกลาง:** การนึ่งขนมด้วยไฟกลางจะช่วยให้ขนมสุกทั่วถึงและไม่ไหม้
- **ความหนาของชั้น:** ควรทำชั้นขนมให้มีความหนาเท่า ๆ กัน เพื่อให้สุกพร้อมกัน
- **พักให้เย็นสนิท:** การพักขนมให้เย็นสนิทจะช่วยให้ขนมมีเนื้อสัมผัสที่แน่นและไม่เละ

ข้อควรระวัง

- **อย่าคนแป้งแรงเกินไป:** การคนแป้งแรงเกินไปจะทำให้เกิดฟองอากาศ ทำให้ขนมชั้นไม่เรียบเนียน
- **อย่าเปิดฝานึ่งบ่อย:** การเปิดฝานึ่งบ่อยจะทำให้ความร้อนลดลง ทำให้ขนมสุกไม่ทั่วถึง

หมายเหตุ: ขั้นตอนการทำขนมชั้นอาจแตกต่างกันไปตามสูตรและความชอบส่วนบุคคล

คำแนะนำเพิ่มเติม:

- หากต้องการให้ขนมชั้นมีสีสันที่หลากหลาย สามารถใช้สีผสมอาหารได้ตามต้องการ
- สามารถเพิ่มรสชาติของขนมชั้นได้ด้วยการใส่เนื้อมะพร้าวขูด หรือถั่ว

ภาพการจัดจำหน่าย

LADY AUDREY
ERAWAN BRAND

แป้งตราช้างสามเศียร
ERAWAN BRAND

LADY AUDREY

โรงเรียนบ้านดงเกตุ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครปฐมเขต ๒

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน