

BUSINESS PLAN: JANTHIMA FAT FREE NORTH SAUSAGE

Gadeuma AKATT¹

1 Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand; Gadeuma.a65@rsu.ac.th

ARTICLE HISTORY

Received: 2 June 2023

Revised: 21 June 2023

Published: 3 July 2023

ABSTRACT

This research study aims to explore the feasibility of establishing Janthima Fat Free North Sausage. The study utilizes qualitative research methods and focuses on a specific area, namely the location of the business along Muangji-Lamphun Road, which is in close to the local community and large factories. The research involves conducting interviews with business founders and groups of local residents living in the Lamphun province, totaling 10 participants. The collected data is then analyzed through qualitative analysis techniques, including situation analysis, market analysis, production/operations analysis, and financial analysis. Additionally, internet research is conducted to gather relevant information. The business has successfully developed the fat free north sausage from using konjac instead of pork belly, replacing it with a newly discovered substitute of konjac that maintains the original delicious taste but has fewer calories. The business operates as a sole proprietorship and collaborates with the local community enterprise in hiring the group of local residents within the village, with no costs incurred for land or rent due to inherited land rights. The target market includes local residents of Lamphun province and tourists, with an initial investment of 586,603 Baht. The return on investment is projected to be positive, with an IRR of 42%. In conclusion, the business has a feasible investment potential.

Keywords: Business Plan, Northern Thai Sausage, Janthima Fat Free North Sausage

CITATION INFORMATION: Akatt, G. (2023). Business Plan: Janthima Fat Free North Sausage. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 10

แผนธุรกิจ: ใส่อ้วไรมันแม่จันทิมา

เกตุอูมา เอกัตต์¹

1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต; Gadeuma.a65@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจใส่อ้วไรมันแม่จันทิมา จังหวัดลำพูน โดยทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยวิธีปรากฏการณ์วิทยา เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจงคือพื้นที่ตั้งของธุรกิจที่ตั้งอยู่ริมถนนเหมืองจี้-เมืองลำพูน จังหวัดลำพูน ทั้งอยู่ในบริเวณเขตชุมชนและใกล้โรงงานใหญ่ โดยสร้างเครื่องมือเป็นแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ก่อตั้งกิจการและกลุ่มแม่บ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดลำพูน รวมจำนวน 10 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และใช้วิธีสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ธุรกิจได้พัฒนาใส่อ้วไรมันที่ปราศจากมันหมูโดยได้ค้นพบหัวบุกทดแทนพัฒนาจนได้สูตรใส่อ้วที่ยังคงรสชาติความเป็นเอกลักษณ์อร่อยดั้งเดิมแต่มีแคลอรีต่ำ ธุรกิจดำเนินการแบบเจ้าของท่านเดียวและมีการร่วมมือรัฐวิสาหกิจชุมชนในการจ้างงานกลุ่มแม่บ้านภายในหมู่บ้าน ไม่มีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าที่ดินและค่าเช่าเพราะได้รับมรดกตก เจาะกลุ่มเป้าหมายผู้คนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดลำพูนและนักท่องเที่ยว มีเงินลงทุนเริ่มต้น 586,603 บาท ในการจัดตั้งธุรกิจ คืนเงินลงทุนในปี 2 และมีค่า IRR เป็นบวกที่ร้อยละ 42 สรุปได้ว่า สรุปได้ว่าธุรกิจมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, ใส่อ้ว, ใส่อ้วไรมันแม่จันทิมา

ข้อมูลอ้างอิง: เกตุอูมา เอกัตต์. (2565). แผนธุรกิจ : ใส่อ้วไรมันแม่จันทิมา. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 10

บทนำ

ไส้อั่วเป็นอาหารพื้นเมืองของคนภาคเหนือ นิยมใช้ไส้หมู เนื้อหมู มันหมู ผสมคลุกเคล้ากับสมุนไพรนานาชนิดที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะเกษตรกรรม, 2565) ประกอบกับปัจจุบันมีผู้คนมีการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวกสบายจึงเลือกซื้ออาหารมากกว่าการประกอบอาหารด้วยตนเองเพราะสะดวกรวดเร็วทั้งยังมีประโยชน์ต่อสุขภาพ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2563) ส่งผลให้ตลาดอาหารพร้อมรับประทานในปี 2563 มีมูลค่า 21,507 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 10.0 ต่อปี โดยอาหารไทยได้รับความนิยมสูงสุดมีส่วนแบ่งการตลาดกว่าร้อยละ 45.0 (ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2564) ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอาหารพร้อมทานและการครองส่วนแบ่งตลาดของอาหารไทยจึงได้เลือกพัฒนาไส้อั่วไร้มันที่เป็นอาหารไทยที่ดีต่อสุขภาพผู้บริโภค โดยวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจไส้อั่วไร้มันแม่จันทิมาในการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน ว่าธุรกิจไส้อั่วที่ดีต่อสุขภาพมีการใช้หัวบุกทดแทนมันหมูทำให้แคลอรีต่ำไม่มีส่วนผสมของไขมันหมูและมีรสชาติดั้งเดิมตามแบบฉบับไส้อั่วโบราณที่ได้รับการถ่ายทอดสูตรมายาวนานกว่า 30 ปี จะมีความเป็นไปได้ในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าในพื้นที่จังหวัดลำพูนหรือลูกค้านักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดลำพูน โดยธุรกิจมีหน้าร้านตั้งอยู่ ณ หมู่บ้านปางชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้เพื่อพัฒนาและต่อยอดจากธุรกิจครอบครัวหรือธุรกิจชุมชนไปสู่ธุรกิจในรูปแบบบริษัทและเพื่อทราบถึงความเป็นความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจไส้อั่วไร้มันแม่จันทิมา

บททวนวรรณกรรม

แผนธุรกิจไส้อั่วไร้มันแม่จันทิมา จังหวัดลำพูน มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจประเภทอาหารพร้อมทาน โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่าธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจได้สอดคล้องกับเป้าหมายคือสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 3 ปีและมีความเป็นไปได้ที่จะต่อยอดธุรกิจไปสู่ธุรกิจในรูปแบบระดับสากลหรือแบบบริษัท เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจโดยทำธุรกิจแบบป้องกันความเสี่ยงคือมีการวางแผนฉุกเฉินเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

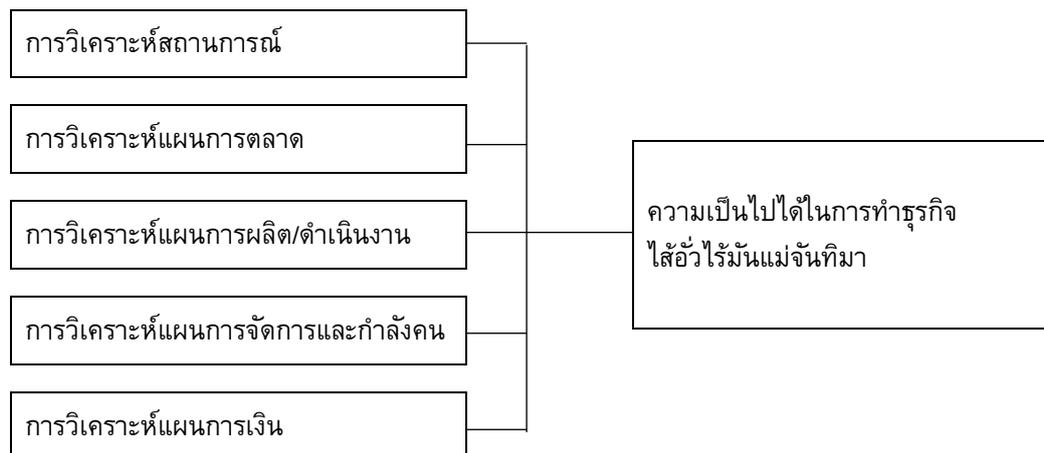
ฉัตรศิตา เทียนสงค์ (2563) ศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจไส้กรอกหมูดาวทองมีสินค้าประกอบด้วย ไส้อั่วและไส้กรอกจำหน่ายสินค้าแก่ผู้ชายรายย่อยซื้อสินค้าไปจำหน่ายต่อ ได้ศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโดยเน้นใช้กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการและการส่งเสริมการตลาดโดยใช้การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด ได้แก่ PESTEL และ ประเมินศักยภาพของธุรกิจด้วย SWOT ซึ่งสอดคล้องกับแผนธุรกิจไส้อั่วไร้มันแม่จันทิมาโดยใช้การวิเคราะห์ทางการเงินและพบว่าธุรกิจไส้กรอกหมูดาวทองสามารถคืนทุนใน 5 ปี

ปวีตรา ตระกูลกิจเจริญ (2562) ศึกษาความเป็นไปได้ในการธุรกิจผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นกึ่งซบปี๊ไขมันต่ำ ธุรกิจออกแบบผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงความต้องการด้านสุขภาพของผู้บริโภคจึงได้พัฒนาลูกชิ้นกึ่งซบปี๊ไขมันต่ำใช้สารสกัดจากโคโคซานที่มีประโยชน์ในการยับยั้งไขมันดีต่อสุขภาพ ทั้งยังต้นทุนต่ำกรรมวิธีการผลิตไม่ยุ่งยาก ทั้งยังมีราคาถูกค้นพบได้มากในเปลืองกึ่งที่เป็นวัสดุเหลือทิ้งในอุตสาหกรรมผลิตกึ่งแซ่แข็ง ใช้การวิเคราะห์ด้านการตลาดหรือส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ซึ่งสอดคล้องกับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจไส้อั่วไร้มันแม่จันทิมาที่มีการประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจ จากการวิเคราะห์ทางการเงินพบว่าคุ้มค่าต่อการลงทุน คืนทุนได้ใน 2 ปี 8 เดือน

ชาลิสา ไชยเสน (2562) ศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านอาหารโซ่วเหนื่อ ร้านอาหารฟิวชั่นที่ผสมอาหารเหนื่อ ไทย และฝรั่ง เจาะกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครโดยเน้นกลยุทธ์การโปรโมทผ่านสื่อออนไลน์และการขายผ่านช่องทาง Food Delivery และมีการวางแผนการจัดการและกำลังคนในแง่ของการให้บริการ โดยสอดคล้องกับธุรกิจ

ใส่อ้าวไร้มนแม่จันทึมาที่ม่การขายสินค้่าผ่านทางช่องทาง Food Delivery จากการศึกษาคพบว่าม่ความเป็นไปได้ในการธุรกิจโดยสามารถคืนทุนใน 1 ปี ม่มีผลตอบแทนที่ร้อยละ 34

กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยทำการวิจัยเชิงคุณภาพโดยอาศัยวิธีการแสวงหาความจริงตามปรากฏการณ์วิทยาให้ความสำคัญกับมนุษย์ มุ่งทำความเข้าใจปรากฏการณ์หรือประสบการณ์ของมนุษย์ (บุษกร วัฒนบุตร, 2564) เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจงคือพื้นที่ตั้งของธุรกิจที่ตั้งอยู่ริมถนนเหมืองจี้-เมืองลำพูน จังหวัดลำพูน ทั้งอยู่ในบริเวณเขตชุมชนและใกล้โรงงานใหญ่ติดถนนที่มีรถสัญจรไปมามีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น โดยได้การมาซึ่งมาซึ่งข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์ประชากรผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้ก่อตั้งกิจการและกลุ่มแม่บ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดลำพูน รวมจำนวน 10 คน ช่วงเวลาเก็บข้อมูลได้แก่ เดือนกุมภาพันธ์-เมษายน 2566 โดยถามคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดลำพูน รูปแบบการใช้ชีวิตไลฟ์สไตล์การใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ แปรนตีใส่อ้าวรายอื่น ๆ รวมทั้งมีการค้นหาข้อมูลสภาพแวดล้อมธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบข้อมูลให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา เพื่อหาข้อมูลสรุปโดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์สถานการณ์ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ รวมทั้งการวิเคราะห์ด้านการตลาด เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน การวิเคราะห์แผนการผลิต เพื่อวิเคราะห์กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต อัตราการผลิต และการวิเคราะห์ด้านการเงิน เพื่อหาจุดคุ้มทุนในการลงทุน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป

การวิเคราะห์ผลกระทบจากปัจจัยภายนอก (เต็มศิริ ชิตดี, 2565) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมด้านการเมือง (Political) ได้แก่ ปัจจัยทางนโยบายการเมืองจากแผนการส่งเสริม SME ด้วยโครงการสินเชื่อดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อปี เพื่อเปิดโอกาสให้ธุรกิจขยายย่อยหรือ SME สามารถลงทุนขยายกิจการหรือใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจโดยมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่าธนาคาร (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economy) และวัฒนธรรม (Socio-cultural) จากการที่รัฐบาลสามารถรับมือกับวิกฤตโควิด 19 ได้เป็นอย่างดีทำให้

ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและเริ่มจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศมากขึ้นส่งผลให้ธุรกิจสามารถทำรายได้จากการที่ประชาชนมีกำลังการซื้อหรือการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น รวมทั้งประชาชนหันมาบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพและมีประโยชน์ต่อร่างกาย ในขณะที่สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technology) ปัจจุบันผู้คนมีใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสูดนานขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน โดยเฉพาะการใช้สื่อสังคมอย่าง Facebook ทำธุรกิจในปัจจุบันการเข้าถึงผู้บริโภคทำได้ง่ายขึ้นผ่านช่องทาง Social Media (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565)

2) การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน โดยวิธี Porter's Five Force Model เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์อำนาจต่อรองจากลูกค้ามีมาก (Bargaining Power of Customers) เพราะลูกค้ามีอำนาจต่อรองต่อธุรกิจมากเนื่องจากแบรนด์ยังไม่มีความเสี่ยงที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อใ้สั่วได้จากหลากหลายแหล่งที่มา เช่น ใ้สั่วดำรงค์จากภาคหลวง เชียงใหม่หรือใ้สั่วจากทุ่งเกษียณ ลำปางที่ตั้งอยู่บนถนนสายเอเชียซึ่งเป็นทางผ่านของถนนสายเอเชียที่เดินทางจากจังหวัดเชียงใหม่กลับไปยังกรุงเทพมหานคร ในขณะที่อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์มาก (Power of Suppliers) เพราะใ้สั่วผลิตจากสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรทำให้ต้นทุนสินค้ามีความผันผวนจึงทำให้ซัพพลายเออร์สามารถควบคุมราคาสินค้าขายได้จึงมีอำนาจต่อรองมูลค่าสินค้าวัตถุดิบสูง ทำให้ธุรกิจไม่สามารถควบคุมราคาต้นทุนได้ดี การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่มีจำนวนมาก (Threat of New Entrants) เพราะใ้สั่วเป็นที่นิยมในต่อผู้บริโภคทั่วไปรวมทั้งการทำใ้สั่วใช้ต้นทุนผลิตต่ำทำให้มีผู้ประกอบการรูปแบบบริษัท และผู้ประกอบการรายเล็ก เช่น แม่ค้าสามารถเปิดดูสูตรใ้สั่วผ่าน YouTube ผลิตใ้สั่วเพื่อขายได้ง่ายทันที การคุกคามจากสินค้าทดแทนมีจำนวนมาก (Threat of Substitutes) เนื่องจากใ้สั่วเป็นอาหารพื้นเมืองของคนภาคเหนือในขณะที่แต่ละพื้นที่มีอาหารที่มีรูปทรงคล้ายใ้สั่วที่เพราะมีลักษณะใกล้เคียงกับใ้สักรอกหลากหลายชนิด เช่น ใ้สักรอกเยอรมัน หม่า ใ้สั่วย่าง เป็นต้น จึงมีสินค้าทดแทนหลากหลายชนิด แต่ทั้งนี้การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาดเดิมน้อย (Industry Rivalry) เพราะธุรกิจหากเจาะจงเฉพาะสินค้าที่อยู่ในหมวดรักสุขภาพในรูปแบบของใ้สั่วนับว่ามีคู่แข่งจำนวนน้อยเพราะใ้สั่วนิยมใช้มันหมูเป็นส่วนผสมจำนวนมากเพื่อทำให้นุ่มและแตกมันเวลาขบ แต่ธุรกิจมีการวิจัยพัฒนาจึงค้นพบว่าสามารถใช้หัวบุกทดแทนมันหมูโดยมีรสชาติใกล้เคียงกับใ้สั่วสมุนไพรในรูปแบบปัจจุบัน

3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis พบว่าจุดแข็งของกิจการ (Strengths) มาจากใ้สั่วใช้สูตรชาวจีนคิดค้นมากกว่า 30 ปี ใช้หัวบุกทดแทนมันหมูจึงไม่มีส่วนผสมของไขมัน ทำให้แคลอรีต่ำทั้งยังมีประโยชน์ต่อร่างกายเพราะมีส่วนผสมของสมุนไพรหลากหลายชนิด เช่น ใบมะกรูด ตะไคร้ สถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ใกล้โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของจังหวัดและใกล้แหล่งท่องเที่ยววัดพระธาตุหริภุญชัยจึงมีผู้คนเดินทางผ่านจำนวนมาก ในขณะที่จุดอ่อน (Weaknesses) สาเหตุหลักจากการที่แบรนด์ใหม่ยังไม่มีความเสี่ยงเมื่อเทียบกับแบรนด์ชื่อดังในจังหวัดใหญ่ อยูอย่างเชียงใหม่นอกจากนี้สินค้าที่ขายภายในร้านมีจำนวนเพียง 1 รายการ รวมทั้งราคาวัตถุดิบมีความผันผวนทำให้ไม่สามารถควบคุมราคาสินค้าได้ดี ในขณะที่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกพบว่า โอกาสในการทำธุรกิจมีความน่าสนใจ (Opportunities) จากวิกฤตโควิด 19 ทำให้ผู้คนหันมาใส่ใจอาหารเพื่อสุขภาพและสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกายในเชิงป้องกันโรค รัฐบาลมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) มีการจัดงานใ้สั่วประจำจังหวัดเพื่อโปรโมทท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันยังพบว่ามีอุปสรรค (Threats) ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ อันได้แก่สถานที่ตั้งของจังหวัดลำพูนเป็นเมืองรองและเป็นทางผ่านนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังเชียงใหม่โดยตรงจึงมักไม่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากและมีคู่แข่งจำนวนมากที่เปิดมายาวนานมีชื่อเสียงมากกว่าทั้งในไทยและต่างประเทศ

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market) เป็นประชากรในเขตพื้นที่จังหวัด ลำพูน ลำปาง เชียงใหม่ เพศผู้หญิง อายุระหว่าง 38-53 ปี มีรายได้ 15,001 ถึง 30,000 บาท โดยประชากรรวมทั้งสามจังหวัดมีจำนวนรวม 2.8 ล้านคน (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2553) และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังจังหวัดลำพูน จำนวน 1.08 ล้านคน (กระทรวงมหาดไทย, 2559) เป็นผู้ที่ชื่นชอบในการดูแลสุขภาพและชื่นชอบการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูล

2) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

ผลิตไส้วุ้นที่ต่อสุขภาพที่ไม่มีไขมันหมู มีประโยชน์จากสมุนไพรหลากชนิด กำหนดราคาใกล้เคียงกับตลาด



3) การกำหนดกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน (4P's) (Kotler P, 1994)

- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) ใช้กลยุทธ์แตกต่างจากคู่แข่งในเรื่องคุณภาพประโยชน์ของไส้วุ้นที่ใช้หัวบุกทดแทนมันหมูทำให้ไม่มีไขมันเป็นส่วนประกอบโดยนำหัวบุกที่มีประโยชน์ในเรื่องการลดน้ำหนักทำให้ผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อเรื่องน้ำหนักหรือใส่ใจสุขภาพสามารถรับประทานไส้วุ้นได้ทุกวันและใช้บรรจุภัณฑ์แบบซีลยืดอายุอาหารได้นานกว่าปกติ (มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะเกษตรศาสตร์, 2565)
- กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) กำหนดกลยุทธ์การตั้งราคาแบบ High-Value Strategy คือ เลือกตั้งราคาไส้วุ้นไว้มันที่มีคุณภาพสูงในระดับราคาที่เหมาะสมเพื่อแสดงภาพลักษณ์ของตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้าที่จุดเด่นในเรื่องของอาหารที่ดีต่อสุขภาพ
- กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) ใช้กลยุทธ์การจัดจำหน่ายแบบมีหน้าร้านติดอยู่ถนนที่เดินทางเข้าตัวเมืองลำพูนอยู่ใกล้กับวัดพระธาตุหริภุญชัยและมีการขายผ่านช่องทาง Food Delivery เพื่อส่งให้กับลูกค้าพื้นที่ใกล้เคียงผ่าน Food Panda
- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) กำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดด้วยวิธีใช้โปรโมชันในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีการจัดทำบัตรสะสมแต้มของธุรกิจ มีการประชาสัมพันธ์หน้าร้าน และมีการทดลองให้ชิมไส้วุ้นเพื่อสร้างกลยุทธ์แนะนำบอกต่อจากคนในพื้นที่

การวิเคราะห์แผนการผลิต

1) กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และ อัตราการผลิต

ธุรกิจมีพนักงานทั้งหมดจำนวน 4 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการ พนักงานขาย และพนักงานฝ่ายผลิต 2 อัตรา พนักงานปฏิบัติงานวันจันทร์ถึงเสาร์ ตั้งแต่เวลา 08 ถึง 17 นาฬิกา โดยการผลิตไส้วุ้นจำนวน 1 กิโลกรัมใช้เวลาการผลิต 30 นาที ดังนั้น พนักงานปฏิบัติงานวันละ 8 ชั่วโมง x 60 นาที = 480 นาที ใช้การผลิตจำนวน 30 นาทีต่อกิโล ดังนั้น 480 นาที / 30 นาที = 16 กิโลกรัมต่อคน หรือ 16 กิโลกรัม x 313 วันที่เปิดให้บริการ = 5,008 กิโลกรัมต่อปีต่อคน พนักงานจำนวน 2 คนสามารถผลิตได้ 10,016 กิโลต่อปี (กำหนดให้ 1 ปีมี 365 วัน หรือ 52 สัปดาห์)

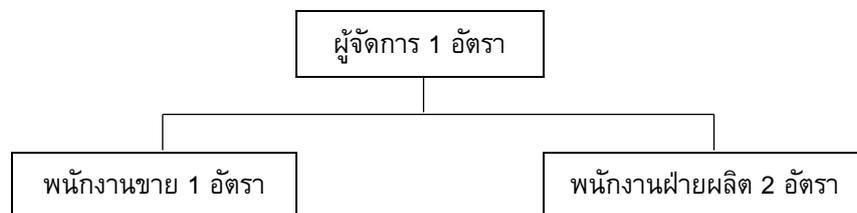
2) ขั้นตอนการผลิต

แผนการปฏิบัติงานของธุรกิจไส้วุ้นมันแม่จันทิมาให้ความสำคัญกับขั้นการผลิต เพราะต้องมีความพิถีพิถันต้องใช้ทั้งความชำนาญเพราะผลิตด้วยวิธีโบราณ ขั้นตอนแรกเริ่มต้นจากการนำสมุนไพรทุกชนิดบดรวมด้วยเครื่องบด จากนั้นจัดเตรียมหม้อบดที่ไม่มีไขมันหมู บุกหั่นเต๋าส่งและเครื่องปรุงผสมรวมให้เข้ากัน จากนั้นนำสมุนไพรบดสำเร็จผสมรวม จากนั้นขั้นตอนการกรอกไส้วุ้นคือนำไส้หมูเทียมต่อที่ส่วนท้ายของเครื่องกรอกและนำส่วนผสมทั้งหมดกรอกลงในเครื่องจะทำการอัดไส้อัตโนมัติ กำหนดให้ไส้วุ้นมีขนาดความยาว 6 นิ้วแล้วมัดหัวและท้าย จากนั้นจุดเตาถ่านเพื่อเตรียมนำไส้วุ้นไปย่างโดยใช้เวลาย่างประมาณ 20-30 นาที เมื่อย่างสำเร็จนำไส้วุ้นจัดวาง ณ ตู้กระจกหน้าร้าน

การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

ธุรกิจใช้ลักษณะการจัดการโครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะว่างค์กรมีขนาดเล็ก ทำให้การจัดการโครงสร้างทำได้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 แสดงโครงสร้างองค์กรร้านไส้อั่วไร่มั่นแม่จันทิมา

การวิเคราะห์แผนการเงิน

ธุรกิจใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 586,603 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 2,359,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 2,672,747 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 3,028,222 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 3,430,975 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 3,887,295 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 224,875 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 348,509 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 490,853 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 654,535 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 842,551 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 2 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 978,255 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับร้อยละ 42

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจไส้อั่วไร่มั่นแม่จันทิมาภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลงทุนและสามารถต่อยอดธุรกิจเพื่อพัฒนาการจัดตั้งธุรกิจในรูปแบบบริษัทได้ ซึ่งสอดคล้องกับแผนธุรกิจ ของฉัตรศิธา เทียนสงค์ (2563) ที่ศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจไส้กรอกหมูดาวทอง ที่มีไส้อั่วเป็นสินค้าหลักของธุรกิจ รวมถึงแผนธุรกิจของ ปวีตรา ตระกูลกิจเจริญ (2562) ศึกษาความเป็นไปได้ในการธุรกิจผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นกึ่งซบบี้ไขมันต่ำ เลือกใช้สารสกัดจากโคโคซานที่มีประโยชน์ในการยับยั้งไขมันดีต่อสุขภาพได้มากในเปลือกกุ้งที่เป็นวัสดุเหลือทิ้งในอุตสาหกรรมผลิตกุ้งแช่แข็งเพื่อนำมาวิจัยและพัฒนาเป็นสินค้ารูปแบบใหม่ที่มีเอกลักษณ์และสร้างสิทธิในการผลิตหรือลิขสิทธิ์ของธุรกิจเอง และชาลิสา ไชยเสน (2562) ศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านอาหารโชว์เนื้อที่เน้นความหลากหลายของอาหารทดแทนการขายอาหารเพียงประเภทเดียว หากพิจารณาภาพรวมของแผนธุรกิจที่ได้มีการสังเคราะห์พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนและหากใช้การวิเคราะห์ด้านการเงินสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 5 ปี

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจไส้อั่วไร่มั่นแม่จันทิมา มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) จากภาพรวมด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ พบว่าหลายปัจจัยส่งผลกระทบต่อธุรกิจ แต่ธุรกิจควรมีการเพิ่มจำนวนสินค้าอาหารเนื้อเพิ่มเติม เช่น แคลหมู น้ำพริกหนุ่ม เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในหลากหลายมิติ โดยตั้งเป้าหมายให้เป็นศูนย์รวมอาหารพื้นเมืองประจำจังหวัด รวมทั้งการวิเคราะห์ด้านการตลาด รวมทั้งควรมีการพัฒนาเรื่องระบบบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) เพื่อใช้ในการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อพัฒนาความพึงพอใจต่อสินค้าอย่างสูงสุดและมองหาช่องทางใหม่ในการขายสินค้า เช่น ส่งออก หรือขายผ่านทาง eCommerce เช่น Shopee และ Lazada

2) ในแง่ของจำนวนการผลิต ธุรกิจควรเน้นการใช้เครื่องจักรกลทดแทนการใช้แรงงานมนุษย์เพื่อที่จะเพิ่มจำนวนการผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาดรวมทั้งวิจัยวิธีการถนอมวัตถุดิบเพื่อยืดอายุวัตถุดิบที่เสี่ยงให้สามารถยืดอายุการถนอมวัตถุดิบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้า เช่น ถูงซีลใ้ฉั้วที่สามารถยืดอายุอาหารให้นานกว่า 30 หากเก็บรักษาในตู้ควบคุมอุณหภูมิที่ต่ำกว่า 0 องศา เป็นต้น

3) ทั้งนี้หากวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่า ธุรกิจควรมองหาแหล่งเงินทุนอื่นสำรองเนื่องจากธุรกิจเป็นเจ้าของรายเดียวและจดทะเบียนในรูปแบบบุคคลอาจทำให้ไม่สามารถหาแหล่งเงินฉุกเฉินเพื่อดำเนินธุรกิจได้ ดังนั้นธุรกิจควรมองหาช่องทางอื่น เช่น สินเชื่อเพื่อการดำเนินธุรกิจที่มีต้นทุนทางการเงินต่ำ เพื่อไม่ให้เกิดการชะงักของธุรกิจหากเกิดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงมหาดไทย. (2559). รายงานผลการพัฒนารายจังหวัดลำพูน. สืบค้นจาก http://www.lamphun.go.th/uploads/1_9/2019-06/52740d7bb6664d3e91ab453e2e32fe06.pdf.
- ฉัตรศิตา เทียนสงค์. (2563). แผนธุรกิจไส้กรอกหมูดาวทอง. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4735/1/chatsita.t.pdf>.
- ชาลิสา ไชยเสน. (2562). แผนธุรกิจธุรกิจร้านอาหารโซว์เหนื่อ. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4623/3/chalisa_chais.pdf.
- เต็มศิริ ชิตดี. (2565). *PESTEL Analysis: เครื่องมือในการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก*. สืบค้นจาก <https://www.ubu.ac.th/web/kmubu/km/content-323/>.
- บุษกร วัฒนบุตร. (2564). การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research). สืบค้นจาก https://bri.mcu.ac.th/wp-content/uploads/2021/08/4_2-การวิจัยเชิงคุณภาพ_บุษกร-10-Aug-2021_Rev1.pdf.
- ปวีตรา ตระกูลกิจเจริญ. (2562). แผนธุรกิจธุรกิจผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นกึ่งซบบี๊ไขมันต่ำ. สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3004/1/TP%20FB.019%202562.pdf>.
- มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะเภสัชศาสตร์. (2565). ข้อมูลพืชสมุนไพร. สืบค้นจาก https://pharmacy.su.ac.th/herbmed/herb/text/herb_detail.php?herbID=96#:~:text=
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะเกษตรกรรม. (2565). ไส้ฉั้ว. สืบค้นจาก <https://www.agro.cmu.ac.th/sausage.html>.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2563). อาหารเพื่อสุขภาพ เทรนด์ร้อนยุค New Normal. สืบค้นจาก <https://resourcecenter.thaihealth.or.th/article/อาหารเพื่อสุขภาพ-เทรนด์ร้อนยุค-new-normal>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). แผนการส่งเสริม SME พ.ศ.2564-2565. สืบค้นจาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download20210820091040.pdf.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). ETDA เผย Gen Y ทวงบัลลังก์ใช้เน็ตมากที่สุด เกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน อีตสุด ดูLIVECOMMERCE ขำราชการ-จนท.รัฐ ชนะขาดทุกอาชีพ ใช้เน็ตเกือบ 12 ชั่วโมงต่อวัน. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/pr-news/iub2022.aspx>.
- สำนักสถิติแห่งชาติ. (2553). จำนวนประชากรและบ้าน จำแนกเป็นรายอำเภอ และรายตำบล จังหวัดลำพูน ณ เดือนธันวาคม พ.ศ.2553. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/districtList/S010107/th/30.htm>
- ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2564). อาหารพร้อมรับประทานในประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://fic.nfi.or.th/market-intelligence-detail.php?smid=336>.
- Kotler P. (1994). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. (8th ed.). สืบค้นจาก Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2023 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).