

## **BUSINESS PLAN: BUTTERDREAM ONLINE DESSERTS SHOP**

Maynithiya SINGJIRAPONKUN<sup>1</sup>

1 Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand; maynithiya.s67@rsu.ac.th

### **ARTICLE HISTORY**

**Received:** 9 June 2025

**Revised:** 23 June 2025

**Published:** 7 July 2025

### **ABSTRACT**

Butter Dream is a bakery business specializing in high-quality, uniquely crafted sweets and snacks. It serves customers of all ages who enjoy fresh, flavorful treats made from carefully selected ingredients. Products are often purchased for enjoyment during leisure time or as a snack throughout the day. The brand focuses on offering a wide variety of options to suit different preferences. Customer satisfaction is at the heart of its strategy, driving product development and service quality. Butter Dream emphasizes creativity and uniqueness in every item it offers. Its consistent commitment to quality helps build customer loyalty and brand trust. The business has achieved steady growth through a focus on taste, freshness, and presentation. Overall, Butter Dream aims to deliver a delightful experience with every bite.

**Keywords:** Business Plan, ButterDream, Online Snack

**CITATION INFORMATION:** Singjiraponkun, M. (2025). Business Plan: ButterDream Online Desserts Shop. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(7), 24

## แผนธุรกิจ บัณฑิตตรีมร้านขนมออนไลน์

เมธนิธิญา สิงห์จิรพลกุล<sup>1</sup>

1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต; maynithiya.s67@rsu.ac.th

### บทคัดย่อ

ธุรกิจเบเกอรี่ในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงในตลาดที่เต็มไปด้วยผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างและเสริมสร้างความภักดีของลูกค้า ในการศึกษาครั้งนี้จะเน้นการศึกษาธุรกิจเบเกอรี่ บัณฑิตตรีม ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการผลิตขนมหวานและของว่างที่มีคุณภาพสูง โดยมุ่งเน้นการคัดสรรวัตถุดิบที่ดีที่สุดและการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวในทุกเมนู เพื่อตอบสนองลูกค้าทุกเพศทุกวัยที่ชื่นชอบของหวานสดใหม่และรสชาติอร่อย

**คำสำคัญ:** แผนธุรกิจ, บัณฑิตตรีมร้านขนมออนไลน์

**ข้อมูลอ้างอิง:** เมธนิธิญา สิงห์จิรพลกุล. (2568). แผนธุรกิจ บัณฑิตตรีมร้านขนมออนไลน์. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 3(7), 24

## บทนำ

บัตรเครดิตริมร้านขนมออนไลน์ เกิดขึ้นจากความหลงใหลในขนมของผู้ก่อตั้ง แต่ก็ยังคำนึงถึงสุขภาพที่ดี และความมุ่งมั่นในการสร้างธุรกิจของตนเอง โดยเริ่มต้นจากการคิดค้นและพัฒนาสูตรขนมปังกรอบ และบราวนี่กรอบ ที่ดีต่อสุขภาพโดยใช้วัตถุดิบที่คุณภาพสูง จนได้รสชาติที่ลงตัวและอร่อย จึงตัดสินใจนำผลิตภัณฑ์เหล่านี้มาจำหน่ายในรูปแบบธุรกิจออนไลน์เต็มรูปแบบ โดยใช้วิธีการจ้างโรงงานผลิตขนมที่ได้มาตรฐาน เริ่มต้นเป็นธุรกิจเสริมขณะทำงานประจำ และมีเป้าหมายให้ธุรกิจนี้เติบโตจนกลายเป็นธุรกิจหลักในอนาคต

บัตรเครดิตริมร้านขนมออนไลน์ ดำเนินธุรกิจแบบออนไลน์ 100% โดยไม่มีหน้าร้าน แต่ใช้ช่องทางดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการเข้าถึงลูกค้า ทั้งทางเว็บไซต์ที่มีระบบการสั่งซื้อที่ใช้งานง่าย รวมถึงแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram และ LINE ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้สะดวกและง่ายขึ้น เราให้ความสำคัญกับการคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพสูง เพื่อให้ขนมของเรามีรสชาติอร่อย หอม และกรอบเป็นเอกลักษณ์ ขนมของเรามีรสชาติที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภค เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการขนมที่อร่อยและมีประโยชน์ ส่วนบราวนี่กรอบให้รสช็อกโกแลตเข้มข้น แป้งที่นำมาใช้ผลิตเป็นแป้งโฮลวีท ซึ่งเหมาะกับผู้ที่รักสุขภาพ ผสานกับความกรอบที่เป็นเอกลักษณ์เหมาะสำหรับผู้ชื่นชอบขนมรสเข้มข้นและหวานกำลังดี เราตั้งใจพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า

## การทบทวนวรรณกรรม

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

บัตรเครดิตริมร้านขนมออนไลน์ หมายถึง

การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter Five Forces Model และ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง** แผนธุรกิจ กุ๊กโก๋กะปิ หอม 2567 โดยธุรกิจกุ๊กโก๋กะปิ หอมเป็นธุรกิจที่มุ่งมั่น ผลิตและจำหน่ายกะปิ โซเดียมต่ำแลคุณภาพสูง ที่มีคุณสมบัติพิเศษคือ มีระดับโซเดียมต่ำ ซึ่งตอบสนองต่อผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและต้องการบริโภคโซเดียมปริมาณต่ำ, แผนธุรกิจ: เจนเทิล เบอรัรี คาเฟ่ 2567 เจนเทิล เบอรัรี คาเฟ่ เป็นร้านคาเฟ่ที่ให้ความสำคัญกับบรรยากาศของการนั่งผ่อนคลายในร้าน ด้วยการตกแต่งร้านแนวธรรมชาติ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกดีมีตาไปกับบรรยากาศของธรรมชาติ และการให้บริการเครื่องดื่มและเบเกอรี่ที่ได้คัดสรรวัตถุดิบและแหล่งผลิตที่ดี มีคุณภาพ โดยผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัยในทุกขั้นตอน

## กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

**วัตถุประสงค์ของการศึกษา** เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบัตรเดบิตร้านขนมออนไลน์  
**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ** ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบัตรเดบิตร้านขนมออนไลน์

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### การวิเคราะห์สถานการณ์

#### 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTEL)

1.1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายและการเมืองสำหรับธุรกิจขนมและการขายออนไลน์ในช่วงปี พ.ศ. 2565-2568 เน้นการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA), การสนับสนุนธุรกิจ SMEs จากภาครัฐ, และการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) เพื่อให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายและสร้างความน่าเชื่อถือในตลาด

1.2) การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ.2567-2568 ซึ่งให้เห็นว่าตลาดขนมขบเคี้ยวมีการเติบโตในปี พ.ศ. 2567 แต่จะชะลอลงในปี พ.ศ.2568 ธุรกิจขนมออนไลน์ควรใช้เทคโนโลยี AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคและปรับแผนการตลาดเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงนี้.

1.3) การวิเคราะห์สังคม (Social) ธุรกิจบัตรเดบิตร้านขนมออนไลน์ได้รับอิทธิพลจากการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและโภชนาการมากขึ้น รวมถึงพฤติกรรมกรซื้อปิ้งออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นและการเติบโตของโซเชียลมีเดียที่ช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์และการมีส่วนร่วมจากผู้บริโภค

1.4) การวิเคราะห์เทคโนโลยี การนำเทคโนโลยีใหม่ เช่น AI, Machine Learning, ERP และ CRM มาใช้ช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการตลาดดิจิทัลและโซเชียลมีเดียที่เพิ่มการเข้าถึงลูกค้าและสร้างการรับรู้แบรนด์ แต่ต้องระวังเรื่องความปลอดภัยข้อมูลและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

1.5) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและทรัพยากรธรรมชาติส่งผลต่อการผลิตและต้นทุนธุรกิจ การปรับตัวและปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมช่วยลดความเสี่ยงและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว.

1.6) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านกฎหมายกฎหมายมีบทบาทสำคัญในการควบคุมและกำหนดกรอบการดำเนินงานของธุรกิจ หากธุรกิจไม่ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอาจเผชิญกับบทลงโทษที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานและความยั่งยืน

#### 2) การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน โดยวิธี Porter's Five Force Model มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1) การแข่งขันของคู่แข่งในสายงานเดียวกัน (Industry Competitors): สูง ตลาดขนมออนไลน์มีการแข่งขันสูงจากผู้เล่นทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้ง่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้กลยุทธ์ของบัตรเดบิตต้องเน้นการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่ง.

2.2) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers): สูง ผู้บริโภคในตลาดออนไลน์มีทางเลือกมากมายและสามารถเปรียบเทียบราคาและคุณภาพได้ง่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เช่น Shopee, Lazada, หรือ Facebook ทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองสูง

2.3) อำนาจต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Suppliers): ต่ำ อำนาจต่อรองของผู้ขายต่ำ เพราะแบตเตอรี่รีมจ้างโรงงานผลิตแทนการจัดหาวัตถุดิบเอง ทำให้ลดความซับซ้อนและโรงงานสามารถเจรจาต่อรองกับผู้ขายได้มีประสิทธิภาพมากกว่า

2.4) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes): สูง ลักษณะของสินค้าทดแทนในตลาดขนมขบเคี้ยว มีสินค้าทดแทนมากมาย เช่น ขนมปังกรอบชนิดอื่น ขนมขบเคี้ยวอื่นๆ (เช่น มันฝรั่งทอด ข้าวเกรียบ) หรือแม้แต่ผลไม้และอาหารสุขภาพ

2.5) ภัยคุกคามจากผู้เข้าใหม่ (Threat of New Entrants): สูง ตลาดขนมออนไลน์มีต้นทุนการเข้าต่ำทำให้ผู้เล่นใหม่เข้ามาแข่งขันได้ง่ายโดยเฉพาะผู้ที่สามารถผลิตสินค้าได้ในราคาถูกและใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อเข้าถึงลูกค้า

3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 3.1) จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

- วัตถุดิบคุณภาพสูง ใช้แป้งโฮลสวีทและเนยแท้ ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีต่อสุขภาพ
- มาตรฐานการผลิตระดับสูง โรงงานผลิตได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP
- ผลิตภัณฑ์มีความเฉพาะตัว มีขนมปังกรอบ 4 รสชาติและบราวนี่ กรอบที่มีเอกลักษณ์
- ขายออนไลน์ ลดต้นทุนการมีหน้าร้านและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วประเทศ
- ราคาอยู่ในระดับพรีเมียม สร้างภาพลักษณ์ของสินค้าคุณภาพสูง

### 3.2) จุดอ่อน (Weaknesses)

- แแบรนด์ยังไม่เป็นที่รู้จัก: ขาดการรับรู้และความเชื่อมั่นจากผู้บริโภค
- ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จำกัด: มีเพียง 2 ประเภทสินค้าหลัก
- ราคาสินค้าค่อนข้างสูง: ที่ 139 บาทต่อห่อ อาจทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้จำกัด
- ต้นทุนการผลิตสูง: เนื่องจากใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงและโรงงานมาตรฐานสูง
- พึ่งพาโรงงานผลิตภายนอก: มีข้อจำกัดในการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว

### 3.3) โอกาส (Opportunities)

- ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพกำลังเติบโต: ผู้บริโภคหันมาสนใจสินค้าที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น
- ผู้บริโภคใส่ใจความปลอดภัยของอาหาร: มาตรฐานการผลิตกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ
- ช่องทางออนไลน์เปิดโอกาสในการสร้างเนื้อหา: สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของวัตถุดิบที่ใช้
- โอกาสในการสร้างเครือข่ายพันธมิตร: ร่วมมือกับแบรนด์อื่นๆ ที่เน้นเรื่องสุขภาพ
- การรีวิวและบอกต่อในโซเชียลมีเดีย: สร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านการแชร์และบอกต่อ

### 3.4) อุปสรรค (Threats)

- การแข่งขันสูงในตลาดขนมออนไลน์: มีคู่แข่งจำนวนมากในตลาด
- ราคาวัตถุดิบมีความผันผวน: ราคาวัตถุดิบคุณภาพสูงมีแนวโน้มสูงขึ้น
- ต้นทุนการตลาดสูงในการสร้างแบรนด์ใหม่: ต้องใช้งบประมาณมากในการสร้างการรับรู้
- คู่แข่งรายใหญ่อาจลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์: หากได้รับความนิยมอาจถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย
- ข้อจำกัดด้านอายุการเก็บรักษา: ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติมีอายุการเก็บรักษาจำกัด

### การวิเคราะห์ด้านการตลาด

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ

## 2) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

เมื่อเปรียบเทียบตำแหน่งทางการตลาดของ บัตเตอร์ดรีม, MWD BAKE, KETO ขนมปังกรอบหนึบคีโต, และ Always Bakee โดยพิจารณาจากรสชาติ การเน้นสุขภาพ และราคา พบว่า บัตเตอร์ดรีม โดดเด่นที่สุดด้านสุขภาพ ด้วยการใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงและการผลิตที่ได้มาตรฐาน แม้มีราคาสูงเท่าคู่แข่ง แต่ให้ความคุ้มค่าด้านสุขภาพที่เหนือกว่า ในขณะที่ MWD BAKE เน้นรสชาติและเอกลักษณ์เฉพาะของขนม ส่วน Always Bakee เน้นเรื่องความหลากหลายและรสชาติที่ถูกปากทั่วไป ขณะที่ KETO ก็มีจุดแข็งด้านสุขภาพเช่นกันจากการใช้แป้งอัลมอนต์และแป้งมะพร้าว แต่เน้นเฉพาะกลุ่มคีโตเป็นหลัก.



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคคนสุดท้ายของบัตเตอร์ดรีมร้านขนมออนไลน์

### 2.1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

บัตเตอร์ดรีม มุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง เช่น เนยแท้และแป้งสาลีคุณภาพ พร้อมคัดสรรส่วนผสมที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพ บริษัทยังพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูพรีเมียมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีการแสดงข้อมูลโภชนาการอย่างชัดเจน เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังมีการขยายไลน์สินค้าในกลุ่มสุขภาพ เช่น คุกกี้โปรตีนสูง ขนมไร้กลูเตน และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างขนมไม่มีน้ำตาลหรือสินค้าตามฤดูกาล เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อีกทั้งยังเลือกใช้โรงงานผลิตที่ได้มาตรฐาน GMP/HACCP เพื่อรักษาคุณภาพการผลิตอย่างต่อเนื่อง

### 2.2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ในตลาดขนมออนไลน์ที่มีการแข่งขันสูง กลยุทธ์การตั้งราคาของ Butter Dream เน้นการตั้งราคาที่สะท้อนถึงคุณภาพของวัตถุดิบและต้นทุนการผลิต เพื่อสร้างความประทับใจและจงใจให้เกิดการซื้อซ้ำในระยะยาว โดยไม่เพียงช่วยเพิ่มยอดขายในระยะสั้น แต่ยังส่งเสริมความคุ้มค่าและความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

### 2.3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

บัตเตอร์ดรีมใช้ 3 กลยุทธ์หลักในการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ 1) โซเชียลมีเดียเฉพาะกลุ่ม สร้างคอมมูนิตี เช่น Facebook Group และใช้พีเจอร์ Social Commerce พร้อมระบบแชทบอทเพื่อความสะดวก, 2) การขายผ่าน Live Streaming เช่น Facebook Live และ TikTok Live พร้อมกิจกรรมส่งเสริมการขายและการมีส่วนร่วมแบบเรียลไทม์ และ 3) แพลตฟอร์มเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เช่น LINE OA, เว็บไซต์ของแบรนด์ และความร่วมมือกับแอปเพื่อสุขภาพ เพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายอย่างตรงจุดและสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง.

### 2.4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

บัตเตอร์ดรีมใช้กลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจร เน้นสร้างการรับรู้และกระตุ้นยอดขายผ่านการตลาดเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ การใช้โซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ การร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์ด้านสุขภาพ การโฆษณาออนไลน์แบบเจาะกลุ่ม และอีเมลมาร์เก็ตติ้งเฉพาะบุคคล พร้อมทั้งมีโปรแกรมแนะนำเพื่อน กิจกรรมออนไลน์ และโปรโมชั่นตามเทศกาล เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและกระตุ้นการซื้อซ้ำอย่างยั่งยืน.

### การวิเคราะห์แผนการผลิต

1) กำลังการผลิต/บริการ ปริมาณการผลิต/บริการ และ อัตราการผลิต/บริการ

แบตเตอรี่รีมร้านขนมออนไลน์ ได้วางแผนการผลิตขนมโดยการจ้างโรงงานผลิต ซึ่งสามารถผลิตขนมได้สูงสุด 2,000 หน่วยต่อวัน โดยในปีนี้จะใช้ข้อมูลใหม่เกี่ยวกับจำนวนวันทำงานที่มีเพียง 270 วันต่อปี ซึ่งสามารถคำนวณกำลังการผลิตได้สูงสุด 2,000 หน่วยต่อวัน กำลังการผลิตต่อเดือน หากคิดเป็นรายเดือนว่าโรงงานผลิตสินค้าในแต่ละเดือนมีการผลิตเฉลี่ย 30 วัน กำลังการผลิตต่อเดือน 60,000 หน่วย ต่อเดือนและกำลังการผลิตต่อปี โดยคิดจาก 1 ปี มี 270 วัน จะสามารถผลิตได้ 540,000 หน่วยต่อปี ดังนั้น กำลังการผลิตของแบตเตอรี่รีมร้านขนมออนไลน์ จะสามารถผลิตขนมได้สูงสุด 60,000 หน่วย ต่อเดือน และ 540,000 หน่วยต่อปี ซึ่งเป็นปริมาณที่เพียงพอสำหรับการรองรับการขายและความต้องการของลูกค้าในระยะยาว โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 5% ต่อปีของปีก่อนหน้าและอัตราการผลิตจริงหารด้วยปริมาณผลิตสูงสุดคูณ 100

2) ขั้นตอนการผลิต/บริการ

ขั้นตอนการตรวจสอบสต็อกสินค้า

ระบบตรวจนับสต็อกจะทำการแจ้งเตือนสินค้าคงเหลือแบบเรียลไทม์ สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมของแบตเตอรี่รีมร้านขนมออนไลน์ เช่น ขนมปังกรอบหลากหลายรสชาติ, บราวนี่กรอบ, โดยแยกตามประเภทและรสชาติของขนม

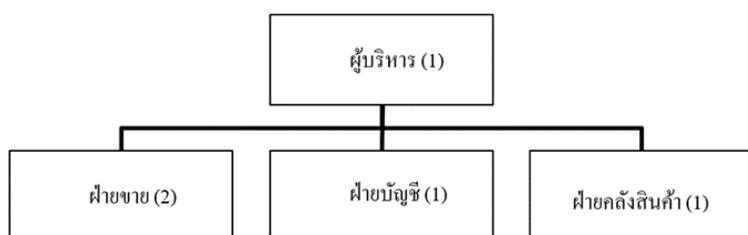
2.1) ระบบแจ้งเตือนการสั่งผลิต เมื่อสต็อกสินค้าเหลือเฉลี่ยรวมถึงระดับที่กำหนด (เช่น 2,500 ชิ้น) ระบบจะทำการแจ้งเตือนให้ทำการสั่งผลิตขนมเพิ่ม โดยแยกตามประเภทและรสชาติของขนมที่คงเหลือไม่ต่ำกว่าจำนวนที่ต้องการ เช่น ขนมปังกรอบรสเนย 1,500 ชิ้น

2.2) ตรวจสอบจำนวนสินค้าคงเหลือในคลัง พนักงานที่ดูแลคลังสินค้า จะทำการตรวจสอบจำนวนสินค้าคงเหลือในโกดังเพื่อให้ตรงกับข้อมูลในระบบ จากนั้นจะทำการสั่งผลิตขนมจากโรงงาน

2.3) รับสินค้าจากโรงงาน เมื่อได้รับขนมจากโรงงานแล้ว พนักงานจะทำการตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าตามใบสั่งผลิตหรือคำสั่งผลิตที่ได้ทำไว้กับโรงงาน และจะทำการเก็บสินค้าเข้าคลังตามจำนวนที่ได้รับ

### การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์การ แบตเตอรี่รีมร้านขนมออนไลน์ ใช้การจัดการองค์การแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เนื่องจากขนาดขององค์กรมีขนาดไม่ใหญ่มาก การจัดโครงสร้างองค์การในลักษณะนี้ช่วยให้การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและคล่องตัว



ภาพที่ 3 แสดงแผนภูมิองค์การ

### การวิเคราะห์แผนการเงิน

แผนการเงินเป็นองค์ประกอบสำคัญของแผนธุรกิจที่ช่วยวางกลยุทธ์ทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและมั่นคง สำหรับร้านขนมออนไลน์แบตเตอรี่รีม แผนการเงินจะช่วยในการวางแผนการลงทุนด้านต่างๆ ทั้งการจัดซื้อวัตถุดิบ การจ้างงาน การพัฒนาระบบออนไลน์ และการทำการตลาด นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือสำหรับคำนวณต้นทุนการผลิต การตั้งราคา การประมาณการ ปริมาณการขายเป็นจำนวนหน่วย มีอัตราการเติบโตร้อยละ 5 ของปีก่อนหน้า แบตเตอรี่รีมเริ่มขายขนมออนไลน์ ในปีแรก 48,000 หน่วย และเพิ่มยอดขายของปีถัดไปเป็นร้อยละ 5 ต่อปี ตามลำดับ รวมถึงช่วยระบุ

แหล่งเงินทุนและประเมินความเสี่ยงก่อนดำเนินการจริง การมีแผนการเงินที่ชัดเจนจะนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนและเติบโตอย่างมั่นคง

## สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ในหลายมิติ ได้แก่ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การผลิต แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจบัตรเครดิตรีมร้านขนมออนไลน์ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

### ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ บัตรเครดิตรีมร้านขนมออนไลน์ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ ตลาดขนมออนไลน์มีการแข่งขันสูงจากคู่แข่งและสินค้าทดแทนจำนวนมาก ผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทำให้บัตรเครดิตรีมชูจุดเด่นวัตถุดิบคุณภาพและรสชาติที่แตกต่าง การใช้เครื่องมืออย่าง Five Forces ช่วยวิเคราะห์สถานการณ์และวางกลยุทธ์รับมือได้อย่างแม่นยำ.
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด ในยุคดิจิทัลที่การแข่งขันสูง การวางแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพสำคัญต่อความสำเร็จของบัตรเครดิตรีม โดยการใช้จุดแข็งด้านคุณภาพวัตถุดิบและมาตรฐานการผลิต ควบคู่กับการแก้ไขจุดอ่อนด้านการรับรู้แบรนด์และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ แผนการตลาดที่ดีจะช่วยสร้างตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจนและเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว.
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิตแผนการดำเนินงานของบัตรเครดิตรีมร้านขนมออนไลน์มุ่งเน้นการเชื่อมโยงกระบวนการทั้งหมดตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ การพัฒนาสูตร การผลิต การบรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าอย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจและขยายฐานลูกค้าในอนาคต โดยใช้กลยุทธ์การตลาดและเทคโนโลยีออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ.
- 4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน บัตรเครดิตรีมร้านขนมออนไลน์ ใช้การจัดการองค์การแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เนื่องจากขนาดขององค์กรมีขนาดไม่ใหญ่มาก การจัดโครงสร้างองค์การในลักษณะนี้ช่วยให้การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและคล่องตัว
- 5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน แผนการเงินของร้านขนมออนไลน์บัตรเครดิตรีมมีบทบาทสำคัญในการวางแผนการลงทุน เช่น การจัดซื้อวัตถุดิบ จ้างงาน และทำการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ โดยช่วยควบคุมต้นทุนและตั้งราคาขายให้เหมาะสม พร้อมทั้งประเมินความคุ้มค่าและผลกำไรในระยะยาว

## เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2565). *การจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และการพัฒนาระบบภาษี*. สืบค้นจาก <https://www.rd.go.th/>.
- กรุงเทพฯธุรกิจ. (2566). *Data from the Thai E-commerce Report, 2023*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com>.
- Johnson, M., & Lee, T. (2021). Environmental impact of packaging in e-commerce. *Environmental Business Review, 10*(2), 73-82.
- Kasikom Research. (2568). *แนวโน้มตลาดขนมขบเคี้ยวและผลกระทบจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. Kasikom Research Center.
- มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2022). *PESTEL Analysis: เครื่องมือในการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก*. สืบค้นจาก <https://www.ubu.ac.th/web/mod/km/files/cf202208251435205698.pdf>.
- ภัทริยา ศรีสวัสดิ์. (2565). *แผนธุรกิจร้านน้ำชาสมุนไพรและชาผลไม้พรีเมียม*. สืบค้นจาก [https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2022/TU\\_2022\\_6402031527\\_16220\\_23251.pdf](https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2022/TU_2022_6402031527_16220_23251.pdf).

- Smith, A. (2022). Trends in health-conscious consumer behavior. *Journal of Consumer Health*, 14(3), 45-59.
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2565-2568). *การส่งเสริมธุรกิจ SMEs*. สืบค้นจาก <https://www.fti.or.th/>.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA). (2562). *พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล*. สืบค้นจาก <https://www.pdpa.or.th/>.
- สุมาลี บุญญา นุช. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่าง PESTEL ในประเทศไทยกับค่าสอบบ*. สืบค้นจาก [https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2021/TU\\_2021\\_6302110306\\_15234\\_19411.pdf](https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2021/TU_2021_6302110306_15234_19411.pdf).
- United Nations Population Fund. (2012). *PESTEL analysis*. Retrieved from <https://www.endvawnow.org/en/articles/1182-pestel-analysis.html>.

**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:** © 2025 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).