

สารบัญ

	หน้า
แผนธุรกิจ ร้านน้ำอิตาเลียนโซดา	
วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ของธุรกิจ	1
1.1 วิสัยทัศน์ (Vision)	1
1.2 พันธกิจ (Mission)	1
1.3 เป้าหมายระยะสั้น	1
1.4 เป้าหมายระยะกลาง	1
1.5 เป้าหมายระยะยาว	2
1.6 วัตถุประสงค์ของการทำแผนธุรกิจ	2
การวิเคราะห์สถานการณ์ หรือ "SWOT Analysis"	3
2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ภายใน	3
2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	3
บทสรุปผู้บริหาร	5
การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	6
3.1 ชื่อโครงการ	6
3.2 แนวคิดและขอบเขตของธุรกิจ	6
3.4 กลุ่มเป้าหมาย	6
3.5 สถานะการแข่งขัน	7
3.6 การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด	7
แผนการปฏิบัติงานในการ ร้านน้ำอิตาเลียนโซดา	8
4.1 การจัดตั้งกิจการ	8
4.2 แผนที่ตั้ง	8

4.3	การเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์	9
4.4	การดำเนินงาน	10
4.5	รูปแบบของธุรกิจ	10
4.6	แผนการจัดการ	10
4.7	หน้าที่ความรับผิดชอบ	11
	แผนการผลิต	11

แผนธุรกิจ ร้านน้ำอิตาเลียนโซดา

วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ของธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

ร้านน้ำอิตาเลียนโซดา มีความหลากหลายในรายการสินค้าและบริการของเราให้บริการน้ำอิตาเลียนโซดาคุณภาพสูงที่มีรสชาติหลากหลายและเข้มข้นมุ่งเน้นพัฒนาประสบการณ์ใหม่ๆที่ผู้บริโภคจะได้ลิ้มรสชาติความคุ้มค่าในด้านของราคา สะอาด ปลอดภัย

1.2 พันธกิจ (Mission)

สินค้าและบริการของกิจการคืออะไร ?

ร้านอิตาเลียนโซดาจัดจำหน่ายน้ำผสมโซดา เริ่มต้นเพียง 20 บาท พร้อมเมนูพิเศษที่ทางร้านได้ดัดแปลงมาจากผลไม้ผสมโซดาให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 11.00 น. ถึง 18.00 น.

1.2.1 ลูกค้าของกิจการเป็นใคร

นักเรียนนักศึกษาหรือผู้ที่เข้าร่วมโครงการตลาดนัดITDครั้งที่2

1.2.2 คุณค่าที่กิจการมอบให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างไร

เครื่องดื่ม ที่สดชื่นและความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า

1.2.3 กิจการในปัจจุบันมีลักษณะอย่างไร

มีความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า เช่นการ แสกน QR Code ในการชำระเงิน

1.3 เป้าหมายระยะสั้น

1.3.1 เป็นที่รู้จักของลูกค้า

1.3.2 เพื่อสร้างรายได้ให้กับตัวเอง

1.3.3 เพื่อเป็นการนำประสบการณ์มาต่อยอดเป็นธุรกิจใหม่ๆ

1.4 เป้าหมายระยะกลาง

1.4.1 เป็นผู้นำในตลาดขานมไข่มุกราคาประหยัด

1.4.2 พัฒนาสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาด

1.4.3 หาช่องทางในการขยายธุรกิจ

1.5 เป้าหมายระยะยาว

1.5.1 ขยายสาขาไปยังพื้นที่ต่างๆในจังหวัด และพื้นที่ใกล้เคียง

1.5.2 ขยายรูปแบบธุรกิจเป็นแบบแฟรนไชส์

1.5.3 เป็นแบรนด์ในใจของผู้บริโภคในพื้นที่ที่มีสาขาอยู่

1.6 วัตถุประสงค์ของการทำแผนธุรกิจ

1.6.1 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการเริ่มธุรกิจใหม่ให้ปฏิบัติตามเป้าหมาย

1.6.2 เพื่อลดความเสี่ยงต่างๆในการดำเนินธุรกิจจากการวางแผนล่วงหน้า

1.6.3 เพื่อให้เป็นแนวทางพัฒนากลยุทธ์สำหรับการแข่งขัน

การวิเคราะห์สถานการณ์ หรือ "SWOT Analysis"

การวิเคราะห์ SWOT แบ่งเป็น 2 สถานการณ์

2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ภายใน

2.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

- 1) คุณภาพสูงของผลิตภัณฑ์: น้ำอิตาเลียนโซดาของเรามีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และคุณภาพสูง.
- 2) บริการที่ยอดเยี่ยม: เรามีบริการที่ดีและบุคลากรที่มีความคุ้มค่าในการให้บริการ
- 3) ทำเองในร้าน: เราสร้างน้ำอิตาเลียนโซดาของเราเองในร้านเพื่อสดชื่นและรสชาติที่แตกต่าง

2.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) ขาดประสบการณ์ในการสร้างตลาด: เราเป็นธุรกิจใหม่และไม่มีประสบการณ์ในการสร้างตลาดในพื้นที่
- 2) ขาดทรัพยากรการตลาด: เราอาจมีข้อจำกัดในการทำการตลาดและโปรโมชั่นของเรา
- 3) ความล่าช้าในการทำ: เราอาจไม่สามารถปรับตัวอย่างรวดเร็วตามเทรนด์ใหม่ๆ ในตลาด.

2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

การประกอบธุรกิจต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งในดานบวก

และดานลบ ซึ่งสภาพแวดล้อมของธุรกิจอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ และสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ รายละเอียดดังนี้

2.2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ

1) ดานการผลิต

ทางร้านน้ำอิตาเลียนโซดา มีสูตรการผลิตที่แน่นอนของแต่ละเมนู วัตถุดิบจะต้องถูกคัดสรรอย่างดีและเพียงพอต่อความต้องการในแต่ละวัน อุปกรณ์ที่ใช้มีความสะอาด ปลอดภัยไปตามมาตรฐาน ผลกระทบสินค้าที่มีคุณภาพดีตรงตามรสชาติที่ควรจะเป็นในแต่ละเมนู มีอัตราการผลิตของเสียที่

น้อย มีสินค้าจำหน่ายที่เพียงพอตลอดทั้งวัน และสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค

2) ด้านการตลาด

โอกาส (Opportunities)

ทางร้านน้ำอิตาเลียนโซดา มุ่งเน้นเป้าหมายที่เป็นกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตวังไกลกังวลหลังจากการเรียนหรือพักเที่ยง ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่สินค้าหลายอย่างมีราคาสูงขึ้น กลยุทธ์ทางด้านราคาของธุรกิจจึงเป็นจุดแข็งที่อยู่เหนือคู่แข่งได้เป็นอย่างดี อยู่ภายในตรงกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับสินค้าบางรายการที่สร้างความแปลกใหม่ น่าลิ้มลอง แก่ผู้บริโภค

อุปสรรค (Threats)

เอกลักษณ์ของร้านน้ำอิตาเลียนโซดา ที่ราคาเริ่มต้นเพียง 15 บาท เพิ่มมากขึ้น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่จะต้องมาพบปะกันหลังเลิกเรียน ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าได้จากความแตกต่างทั้งด้านราคา และผลิตภัณฑ์

3) ด้านการเงิน

ถึงแม้ร้านน้ำอิตาเลียนโซดา จะเป็นการเริ่มธุรกิจใหม่ แต่เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดย่อม ทำให้ใช้เงินลงทุนไม่มากนัก ซึ่งทางเจ้าของสามารถใช้เงินทุนของตนเองที่มีเป็ตรานเองได้

2.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

1) ด้านคู่แข่ง

ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีเต้าปิ่นที่เน้นกลยุทธ์ทางด้านราคา ประหยัดและคู่แข่งที่มีมีเพียงแครายเดียวเท่านั้น ซึ่งเป็นลักษณะแฟรนไชส์ และมีราคาสูงกว่า อิตาลีโซดา

2) ด้านสังคม

ด้วยสภาพอากาศที่ร้อนทั้งปของประเทศไทย ส่งผลให้ประชากรนิยมซื้อเครื่องดื่มเย็นดื่มระหว่างวันอยู่เป็นประจำ

3) ด้านเทคโนโลยี

ธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มมีการขยายตัวอย่างมากในปัจจุบัน ส่งผลให้ภายในตลาดมีผู้จัดทำจำหน่ายเครื่องดื่ม และอุปกรณ์สำหรับธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มค่อนข้างมากและมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ

บทสรุปผู้บริหาร

ร้านน้ำอิตาเลียนโซดา เริ่มต้นธุรกิจเมื่อ 9/07/2023 ซึ่งมีความหลงใหลในความอร่อยและคุณภาพของน้ำอิตาเลียนโซดา. คุณเจ้าของร้านเคยมีโอกาสได้ท่องเที่ยวไปในอิตาลีและตื่นตาตื่นใจกับรสชาติของน้ำอิตาเลียนโซดาที่จากที่นั่น คุณเจ้าของร้านตัดสินใจที่จะนำความอร่อยนี้มาสู่ตลาดนัด ITD ครั้งที่ 2 และให้โอกาสให้คนในพื้นที่ได้สัมผัสประสบการณ์น้ำอิตาเลียนโซดาที่แท้จริง.

ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสนใจในการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์การพัฒนา สินค้าควบคู่ไปกับการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมคำนึงถึงความปลอดภัยและความสะอาดตามหลักสุขอนามัย รวมไปถึงการให้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า การที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างและรักษาคุณค่าของธุรกิจของตนเองไว้อย่างเหนียวแน่นถึงแม้ว่าจะเป็นขนาดกลางหรือขนาดเล็กก็สามารถนำมาพัฒนาเพิ่มเป็นทักษะในการเป็นผู้ประกอบการให้กับตนเอง

ดังนั้น ตลาด IDT Market ครั้งที่ 2 จึงเป็นการจัดทำขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้จัดทำนำองค์ความรู้เกี่ยวกับการ ประกอบธุรกิจนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างโครงการ การจัดทำร้านค้าของนักศึกษาที่มีประโยชน์ต่อนักศึกษา เป็นอย่างมาก ในการนำความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการขายสินค้า นำมาใช้งานกับสถานการณ์จริงเพื่อให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์ในการวางแผน การบริหารจัดการ และการลงมือปฏิบัติจริง รวมถึงไปการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นต่างๆ เพื่อนำปรับปรุงแก้ไข ทำให้นักศึกษาลำที่ จะเริ่มการทำธุรกิจย่อยๆ เพื่อหารายได้ให้กับตนเอง อีกทั้ง เป็นพื้นที่ให้กับนักศึกษาที่ต้องการแสดงออกทางด้านการขายของหรือสินค้าต่างๆ และประสบการณ์ที่ได้จากการประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้น

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

3.1 ชื่อโครงการ

ร้านน้ำอิตาเลียนโซดา ตลาดนัด IDT Market ครั้งที่ 2

3.2 แนวคิดและขอบเขตของธุรกิจ

ธุรกิจ ผู้ให้บริการความสะดวกตลาดนัด IDT Market ครั้งที่ 2 โดยตลาดของเรานั้นเป็นสื่อกลางในการซื้อขายสินค้าของนักศึกษาและร้านค้าจากนอกรั้วมหาวิทยาลัย ที่ต้องการสร้างรายได้เพิ่มเติม ตลาด IDT Market ครั้งที่ 2 นั้น เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายในรายวิชา วิชาการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ จึงได้จัดทำตลาด ตลาด IDT Market ครั้งที่ 2 เป็นเครื่องมือในการนำวิชาความรู้จากรายวิชาที่ได้เรียน มาปรับใช้เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นการปฏิบัติงานจริง เช่น การขายสินค้า, ผลิตสินค้า และการจัดการตลาดนัด

โดยผู้ให้บริการความสะดวกตลาดนัด IDT Market ครั้งที่ 2 จะเน้นไปในทางด้านการจัดการตลาดนัด เพื่อให้เกิดความสะดวกในการซื้อขายสินค้า โดยเริ่มจากการดำเนินการร่างโครงการ ตลาดนัด IDT Market ครั้งที่ 2 เพื่อเสนอให้กับทางคณะกรรมการและเทคโนโลยี ได้อนุมัติให้มีการจัดตั้งขึ้น และเมื่อมีการอนุมัติแล้ว ผู้ให้บริการความสะดวก จะดำเนินการจัดการจัดสรรพื้นที่, หานักศึกษาที่ต้องการขายสินค้า และคิดกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานให้กับทางตลาดนัด IDT Market ครั้งที่ 2 ตามลำดับ

โดยหน้าที่หลักในการเป็นผู้ให้บริการความสะดวกตลาดนัด IDT Market ครั้งที่ 2 นั้น คือการประสานงานระหว่างฝ่ายบริหารของคณะกรรมการและเทคโนโลยี และฝ่ายผู้จัดทำโครงการ ให้มีความถูกต้องในด้านการดำเนินงานเอกสาร และการทำกิจกรรมต่างๆ ให้มีความผิดพลาดน้อยมากที่สุด

3.3 โอกาสของธุรกิจ

กิจการร้านน้ำอิตาเลียนโซดา ในปัจจุบันมีขายตามตลาดมากขึ้นและคาดการณ์ว่าจะเติบโตต่อเนื่องแม้กระทั่งรูปแบบการนำเสนอทางการตลาดมีหลากหลายรูปแบบเนื่องจากกิจการขนมปังปังเป็นกิจการที่สามารถทำได้ทุกเพศทุกวัยใช้เงินลงทุนไม่ค่อนสูง จึงคิดว่าโอกาสของธุรกิจขนมปังปังจะไปได้ด้วยดี

3.4 กลุ่มเป้าหมาย

3.4.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) คือ นักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 16-25 ทั้งเพศชายและหญิง

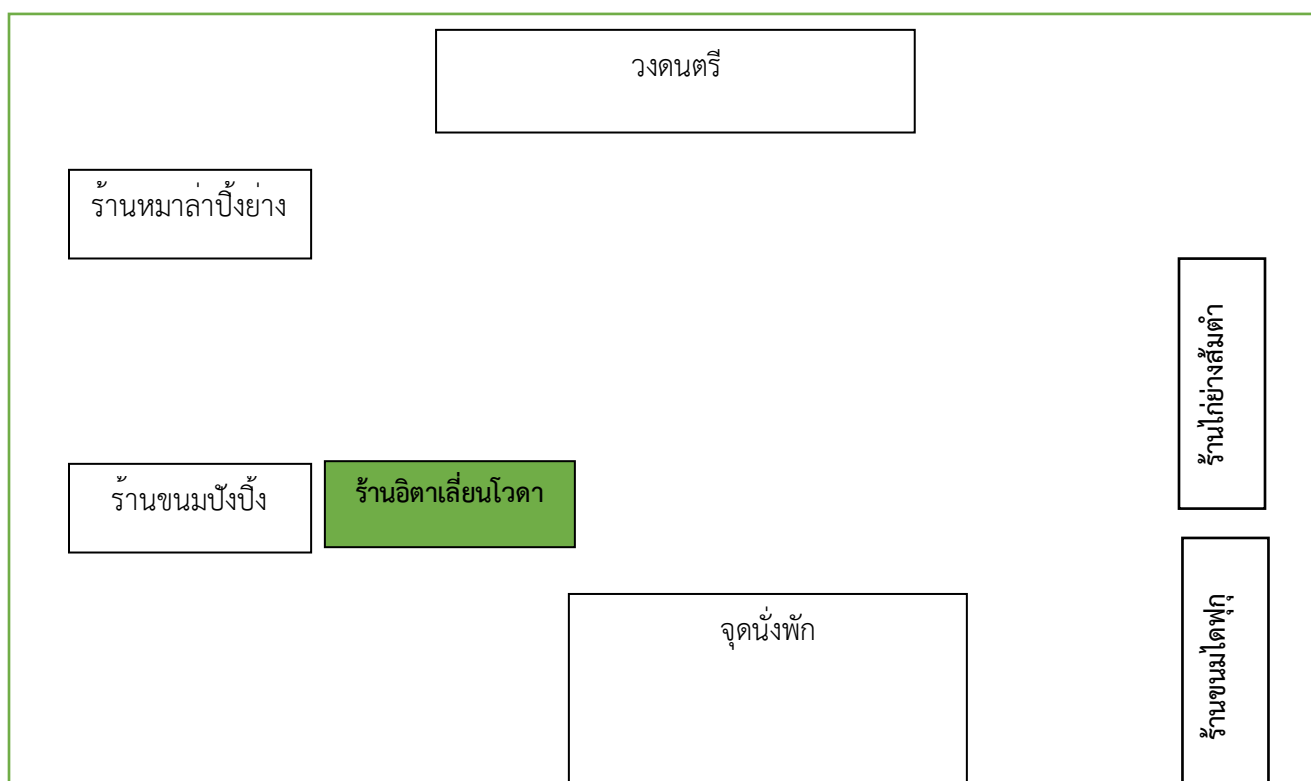
ที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล คณะอุตสาหกรรมและ

แผนการปฏิบัติงานในการ ร้านน้ำอิตาเลียนโซดา

4.1 การจัดตั้งกิจการ

ร้านน้ำอิตาเลียนโซดาได้รับเชิญให้มาจัดตั้งร้านในกิจกรรมตลาดนัด IDT Market มหาวิทยาลัยราช มงคลรัตนโกสินทร์ใน วันที่ 9 สิงหาคม 2566 และ 23 สิงหาคม 2566 ได้รับเชิญให้เข้าร่วมกิจกรรมโดยไม่เสีย ค่าพื้นที่ในการจัดตั้งร้าน

4.2 แผนที่ตั้ง



4.3 การเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์

4.3.1 อุปกรณ์

ตารางที่ 4.3.2 : ประมาณการเงินลงทุน

อุปกรณ์		
รายการ	รวม	แหล่งที่มา
		ส่วนของเจ้าของร้าน
สินทรัพย์ถาวร		
ร้านค้า/ตกแต่ง	25,xxx.xxx	25,xxx.xxx
อุปกรณ์เครื่องใช้ในร้าน	200,xxx.xxx	200,xxx.xxx
	-	-
	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	225,xxx.xx	
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน		
	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	5x,xxx,xx	5x,xxx,xx
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	275,xxx.xx	275,xxx.xx

4.3.2 การประมาณการยอดขาย

ตารางที่ 4.3.2 : การประมาณการยอดขาย

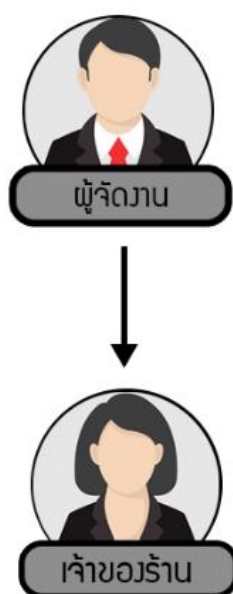
รายการ	1 วันที่ขายในมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง รัตนโกสินทร์	
	ไตรมาส1	รวม
จำนวนลูกค้า	200	200
ราคาเฉลี่ยต่อคน	10	10
รวมยอดขายต่อวัน	2000	2000

4.4 การดำเนินงาน

1. ติดต่อที่จัดตั้ง
2. จัดเตรียมอุปกรณ์และวัสดุดิบให้พร้อม
3. มีการตรวจสอบและเช็คอุปกรณ์และวัสดุดิบ
4. เริ่มงาน
5. หลังจบงานจัดเก็บอุปกรณ์ให้เรียบร้อยและตรวจสอบรายได้

4.5 รูปแบบของธุรกิจ

ร้านขนมปังปัง มุ่งนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ โดยเน้นวัตถุดิบที่มาจากแหล่งที่มีความสะอาด สด



ใหม่ในการผลิต มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง ด้านรสชาติที่อร่อยลงตัวพร้อมกับความนุ่มของขนมปัง และยังมี การตกแต่งร้านที่มีสไตล์เป็นกันเอง นอกจากผลิตภัณฑ์ที่มีความสดใหม่แล้ว ยังมีบริการจากพนักงานที่ ได้รับการฝึกอบรมเป็นอย่างดีคอยให้บริการอย่างสุภาพเป็นกันเอง

4.6 แผนการจัดการ

4.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ

ชื่องาน/หน้าที่	ลักษณะงาน
ผู้จัดงาน	1.ประสานงานกับผู้เกี่ยวข้อง 2.คติดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด 3.แนะนำ เชิญชวนให้ลูกค้ารวมกิจกรรม ส่งเสริมการตลาดต่างๆ
เจ้าของร้าน	1.ผลิตสินค้า 2.รับชำระเงินจากลูกค้า

แผนการผลิต

