



Saluem Salue Cafe

BUSINESS PLAN

ประเภทของธุรกิจ
สินค้าประเภทเครื่องดื่ม



VOCATIONAL INCUBATOR CENTER
วิทยาลัยเทคโนโลยีปทุมธานี เชียงใหม่

เลขที่ 2 ถ. สุขเกษม ต. ป่าตัน อ. เมือง จ. เชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ 50300

1. ชื่อสถานศึกษา : วิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่

ที่อยู่ : เลขที่ 2 ถ. สุขเกษม ต.ป่าตัน อ. เมือง จ. เชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ 50300

โทรศัพท์ : 053-213-061 **โทรสาร :** 053-408-223 **E-Mail :** lannapoly@lannapoly.ac.th

2. ชื่อโครงการ : SA-LUEM SA-LEU CAFÉ

3. ประเภทสินค้าหรือบริการที่ดำเนินการ : เครื่องดื่ม

4. หลักการและเหตุผล :

ปัจจุบันผู้คนต่างหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย หรือเลือกที่จะบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ประเภทผักและผลไม้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น ร้าน SA-LUEM SA-LEU CAFÉ จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้รักสุขภาพ โดยการทำน้ำผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพ มีจุดเด่นที่แตกต่างกับร้านน้ำปั่นทั่วไป คือ เป็นน้ำปั่นสมูทตี้ที่ใช้ส่วนผสมของผลไม้แท้ ๆ ตามความชอบของผู้บริโภคมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต แม้กระทั่งการนำผลไม้ตามฤดูกาลมาเพิ่มมูลค่า เช่น ลำไย โดยมีเอกลักษณ์ในการสร้างจุดเด่นด้านรสชาติ มีความแปลกใหม่ของรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ และมีประโยชน์หลักต่อสุขภาพ ซึ่งเมนูที่ถูกคิดค้นมาใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น เช่น เมนูกาแฟสดนั่นเอง รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการเพิ่มช่องทางการเลือกให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ด้วยทางวิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่ ได้เปิดโอกาสให้นักเรียนนักศึกษาดำเนินโครงการหารายได้ระหว่างเรียน และบ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาในสถานศึกษาของทางวิทยาลัย ร้าน SA-LUEM SA-LEU CAFÉ ถือเป็นการสร้างอาชีพ และเป็นแหล่งการเรียนรู้นอกห้องเรียนในการสร้างสรรค์อาชีพเพื่อต่อยอดในการเป็นผู้ประกอบการ อีกทั้งการสร้างโอกาสในการเพิ่มพูน และฝึกอบรบความชำนาญ ทักษะอาชีพ

5. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้นักศึกษานำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้จริง
2. เพื่อให้นักศึกษาสามารถสร้างรายได้ระหว่างเรียน
3. เพื่อให้นักศึกษานำผลไม้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าในเชิงพาณิชย์
4. เพื่อให้นักศึกษามีประสบการณ์ในการทำงาน และสามารถต่อยอดในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจได้

6. เป้าหมายในการดำเนินการ

- เป้าหมายเชิงปริมาณ

1. จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา จำนวน 1 ธุรกิจ
2. นักศึกษาเข้าร่วมศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาของธุรกิจ จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ

- เป้าหมายเชิงคุณภาพ

1. มีศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาที่มีธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ
2. นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการมีความพร้อม สามารถที่จะเริ่มประกอบธุรกิจของตนเองได้
3. นักศึกษาสามารถต่อยอดในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจได้

7. วิธีดำเนินการ (ใช้ระบบ PDCA)

Plan : การเตรียมการ

1. เสนอโครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาฯ เพื่อขออนุมัติ
2. ขออนุญาตดำเนินงานตามโครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาฯ
3. แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน
4. ประชุมคณะกรรมการดำเนินงาน

Do: การดำเนินการ

1. คิดค้นสูตรเครื่องดื่มรสชาติใหม่จากเมนูเดิมที่มีอยู่ และเกิดเมนูใหม่ขึ้นมาอีก 6 เมนู
 - 1.1 สมูทตี้ลำไย
 - 1.2 สมูทตี้กันกระสุน (สมูทตี้เพื่อสุขภาพด้วยหญ้าหวาน)
 - 1.3 กาแฟสด Americano Lover
 - 1.4 กาแฟสด Americano Orange
 - 1.5 กาแฟสด Americano Mango
 - 1.6 กาแฟสด Americano Soda
2. ทำการทดลองสูตรเครื่องดื่มน้ำผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพ และกาแฟสด เพื่อให้ได้รสชาติที่เหมาะสม

Check : ประเมินผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ และการสังเกตการณ์

1. แจกแบบสอบถามความพึงพอใจแก่นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่
2. ประเมินจากการสังเกตการณ์ การสอบถามด้วยวาจา

Act : การรายงาน

สรุปผลการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะ และปัญหาที่เกิดขึ้นของศูนย์บ่มเพาะ SA-LUEM SA-LEU CAFÉ ร่วมกันหาแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อลดข้อผิดพลาดในการทำงาน รวมถึงการพัฒนาและต่อยอดในการทำธุรกิจ และเกิดศูนย์บ่มเพาะธุรกิจใหม่ต่อไป

8. ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ให้นักศึกษานำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้จริง
2. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถสร้างรายได้ระหว่างเรียน
3. เพื่อให้ นักศึกษามีประสบการณ์ในการทำงาน และสามารถต่อยอดในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

9. งบประมาณ 8,000 บาท (แปดพันบาทถ้วน)

- วิทยาลัยสนับสนุนงบประมาณเพื่อดำเนินธุรกิจ	5,000 บาท
- ระดมทุนจากนักศึกษาเจ้าของธุรกิจ	3,000 บาท

10. ผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการ

1. นางสาวศุภรัตน์	หมวดคองทอง	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
2. นางสาวนิศาชล	อุทัยะ	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
3. นางสาวนันท์นลิน	ปวนยศ	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
4. นางสาวดุชนิ	สามนเสน	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
5. นางสาวญาสมินทร์	จิตเรื่อน	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
6. นายธนภัทร	เหลียวล้อมทอง	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
7. นายภริชช	แก้วเรื่อน	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
8. นายปณัยกร	บุญตาล	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
9. นางสาวชรินทร์ทิพย์	แช่หลี่	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
10. นางสาวอิง	ลุงจันต่า	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
11. นางสาวณัฐชา	ทำดี	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
12. นางสาวสุนันท์	บัวแก้วเกิด	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
13. นางสาวอภิสร	ครองสุข	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
14. นางสาวปวีณา	น้ำจาง	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
15. นางสาวณัฐนิชา	คงสี	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.1
16. นางสาวลีลา	พรหมินทร์	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
17. นางสาวหอม	ลุงทุน	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
18. นางสาวนุสร	บุญมา	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
19. นางสาวดารณี	ปัญญาราช	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
20. นายปริญญ	ดวงปินตา	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
21. นายเสริมศักดิ์	แช่ตัวน	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
22. นางสาวมัทยา	นะที	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
23. นางสาวแอร์	อะซัง	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
24. นางสาวดาว	แสงแก้ว	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
25. นางสาวมาริส	อะทาโส	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
26. นางสาวศศิวิมล	พวงศิริ	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
27. นางสาวรัฐติยา	สิงคราช	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
28. นางสาวปิยะวดี	จุนณะปิยะ	นักศึกษาสาขางานการตลาด ระดับ ปวส.2
29. นางสาวปาติดา	แสนดี	นักศึกษาสาขางานการบัญชี ระดับ ปวช.2
30. นางสาวญาณิน	บุญมา	นักศึกษาสาขางานการบัญชี ระดับ ปวช.2

11. อาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ

นายณัฐพล อุ่นภักดิ์

อาจารย์สาขางานการตลาด



นางสาวเขมิกา สุภาชี

อาจารย์สาขางานการตลาด





ส่วนที่ 1 สรุปความเป็นมาของธุรกิจ / ผู้บริหาร

สรุปความเป็นมาของธุรกิจ

ปัจจุบันผู้คนต่างหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย หรือเลือกที่จะบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ประเภทผักและผลไม้มากขึ้น ดังนั้น ร้าน SA-LUEM SA-LEU CAFÉ จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้รักสุขภาพ โดยการทำน้ำผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพ มีจุดเด่นที่แตกต่างกับร้านน้ำปั่นทั่วไป คือ เป็นน้ำปั่นสมูทตี้ที่ใช้ส่วนผสมของผลไม้แท้ ๆ ตามความชอบของผู้บริโภค มาเป็นวัตถุดิบในการผลิต แม้กระทั่งการนำผลไม้ตามฤดูกาลมาเพิ่มมูลค่า เช่น ลำไย โดยมีเอกลักษณ์ในการสร้างจุดเด่นด้านรสชาติ มีความแปลกใหม่ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ และมีประโยชน์หลักต่อสุขภาพ ซึ่งเมนูที่ถูกคิดค้นมาใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น เช่น เมนูกาแฟสดนั้นเอง รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการเพิ่มช่องทางการเลือกให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ด้วยทางวิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่ ได้เปิดโอกาสให้นักเรียนนักศึกษาดำเนินโครงการหารายได้ระหว่างเรียน และบ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาในสถานศึกษาของทางวิทยาลัย ร้าน SA-LUEM SA-LEU CAFÉ ถือเป็นการสร้างอาชีพ และเป็นแหล่งการเรียนรู้นอกห้องเรียนในการสร้างสรรค์อาชีพเพื่อต่อยอดในการเป็นผู้ประกอบการ อีกทั้งการสร้างโอกาสในการเพิ่มพูน และฝึกอบรมความชำนาญ ทักษะอาชีพ

1.1. ชื่อสถานศึกษา : วิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนาเชียงใหม่

ที่อยู่ : เลขที่ 2 ถ. สุขเกษม ต. ป่าตัน อ. เมือง จ. เชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ 50300

โทรศัพท์ : 053-213-061 โทรสาร : 053-408-223 E-Mail : lannapoly@lannapoly.ac.th

1.2. ชื่อโครงการ : SA-LUEM SA-LEU CAFÉ

1.3. ประเภทสินค้าหรือบริการที่ดำเนินการ : เครื่องดื่ม

1.4.ระยะเวลาการก่อตั้ง

- ☐ เป็นผู้ประกอบการใหม่ ไม่เคยทำธุรกิจมาก่อน
คาดว่าจะเริ่มดำเนินการ ประมาณเดือนมิถุนายน ปี 2563
- ☐ ดำเนินธุรกิจมาแล้วไม่เกิน 1 ปี
- ☒ ดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 1 ปี

วัตถุประสงค์และวงเงินการขอสินเชื่อ (กู้ยืมเงิน)

- ☐ เพื่อการลงทุนในการประกอบธุรกิจ
- ☐ เพื่อขยายธุรกิจ ปรับปรุงกิจการ
- ☒ เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินการ
- ☐ เพื่อชำระหนี้อื่น
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ) ใช้เงินทุนส่วนตัว

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

2.1. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค – ภาครวมของทั้งบริษัท

จุดแข็ง ปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้กิจการมีความได้เปรียบคู่แข่ง

1. ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่
2. วัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น
3. เครื่องดื่มมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งสามารถสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์

จุดอ่อน ปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้กิจการเสียเปรียบคู่แข่ง

1. ขาดประสบการณ์และความชำนาญในการผสมเครื่องดื่ม
2. รสชาติยังไม่คงที่
3. วัตถุดิบมีอายุในการเก็บรักษาค่อนข้างจำกัด/ เน่าเสียได้ง่าย

โอกาส เป็นปัจจัยภายนอกที่จะส่งเสริม หรือสนับสนุนให้กิจการเติบโตได้ในอนาคต

1. กระแสคนรักสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ
2. ผู้บริโภคมีความนิยมทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
3. มีโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่เชิงพาณิชย์ได้
4. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุน

อุปสรรค เป็นปัจจัยภายนอกที่จะทำให้กิจการไม่รุ่งเรือง เติบโตช้า เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

1. มีคู่แข่งทางการค้า
2. สภาพอากาศในบางฤดูกาล เช่น ฤดูฝน ฤดูหนาว ทำให้แนวโน้มในการบริโภคลดลง

ปัจจัยภายนอกองค์กร	โอกาส	อุปสรรค
1. อุตสาหกรรมมีแนวโน้มขยายตัว	() ใช่	(✓) ไม่ใช่
2. จำนวนคู่แข่งมีแนวโน้มลดลง	() ใช่	(✓) ไม่ใช่
3. ธุรกิจได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ	(✓) ใช่	() ไม่ใช่
4. สินค้าทดแทนมีให้ผู้บริโภคได้เลือกสรรกันมากขึ้น	(✓) ใช่	() ไม่ใช่
5. ในปัจจุบันสถานะต้นทุนการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจ	(✓) ใช่	() ไม่ใช่

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การบริหาร

แผนการตลาดและการวิเคราะห์คู่แข่ง

3.1. คู่แข่งขัน (ระบุชื่อคู่แข่ง ข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบของกิจการที่มีต่อคู่แข่ง)

ชื่อคู่แข่งทางตรง - ร้านป่าหาล้ากาแฟ

ชื่อคู่แข่งทางอ้อม - ร้านค้าในโรงอาหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่
- มินิมาร์ทวิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่

3.2. การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

คุณสมบัติของ สินค้า/บริการ/อาชีพ	เปรียบเทียบกับคู่แข่ง			หมายเหตุ
	ดีกว่า	ใกล้เคียง	ด้อยกว่า	
1. ราคา	✓			
2. ทำเลที่ตั้งกับกลุ่มลูกค้า	✓			
3. ลักษณะสินค้า / บริการ / อาชีพ (รูปร่างบรรจุภัณฑ์)	✓			
4. คุณภาพสินค้า / บริการ / อาชีพ	✓			
5. ชื่อเสียงของสินค้า / บริการ			✓	
6. ยอดขายสินค้า / บริการ / อาชีพ			✓	

3.3. ตลาดของสินค้า / บริการ

☒ ตลาดท้องถิ่น / ในจังหวัด ☐ ตลาดต่างจังหวัด ☐ ตลาดต่างประเทศ

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

3.4. ลักษณะของผู้ซื้อ

☒ มีลูกค้าประจำ / แน่นนอน / ตลาดเปิด

☐ มีผู้ซื้อเฉพาะกลุ่ม / ตลาดแคบ

☐ เป็นลูกค้าขาจร ไม่แน่นอน

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

3.5. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ซื้อสินค้า / บริการ (ควรระบุรายชื่อลูกค้าให้ได้มากที่สุด)

- นักศึกษา อาจารย์ บุคลากร เจ้าหน้าที่ ในวิทยาลัย
- ประชาชนทั่วไป (บางโอกาส)

3.6. การส่งเสริมการตลาด (เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การลด แลก แจก แถม เป็นต้น)

- ☒ มีและดำเนินการต่อเนื่อง โดยวิธีจัดบูธและเข้าร่วมจัดนิทรรศการตามงานต่าง ๆ
- ☐ มีและไม่ได้ดำเนินการต่อเนื่อง
- ☐ ไม่มี

3.7. การกำหนดราคาขาย

3.7.1 ราคาสินค้า / บริการ กำหนดจาก

- ☒ ต้นทุนสินค้า / บริการ ☐ ความต้องการของลูกค้า
- ☐ เปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง ☐ อื่น ๆ
- ☐ (ระบุ).....

3.7.2 ราคาขาย แก้วละ 19 บาท ปิ่น 29 บาท กาแฟสด 35 บาท

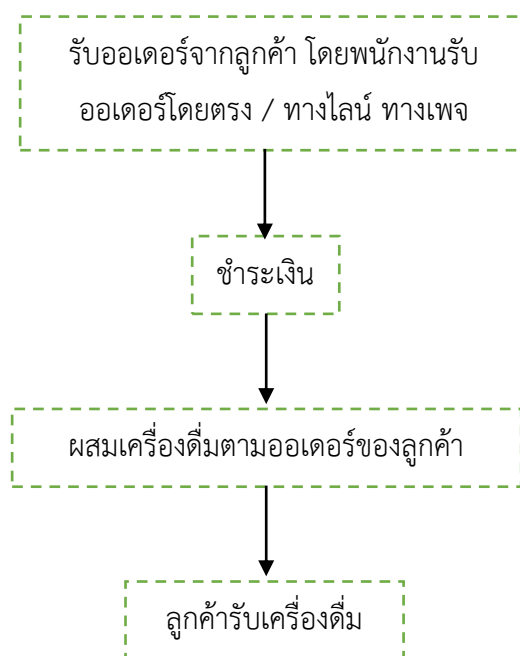
3.7.3 ราคาขายของคู่แข่งชั้น 25 – 45 บาท บาท

3.8. ช่องทางการจำหน่าย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☒ ขายตรง ☒ ขายปลีก ☐ ขายส่ง ☐ ขายฝาก ☒ รับจ้างผลิต
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 4 แผนการผลิต / การให้บริการ

4.1. กระบวนการผลิต / การให้บริการ (อธิบายขั้นตอนการผลิตสินค้า หรือการให้บริการให้ละเอียด)



1. รับออเดอร์จากลูกค้า โดยพนักงานรับออเดอร์โดยตรง /ทางไลน์ ทางเพจ
2. ชำระเงิน
3. ผสมเครื่องดื่มตามออเดอร์ของลูกค้า
4. ลูกค้ารับเครื่องดื่ม



Action Plan

Plan : การเตรียมการ

1. เสนอโครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา เพื่อขออนุมัติ
2. ขออนุญาตดำเนินงานตามโครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา
3. แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน
4. ประชุมคณะกรรมการดำเนินงาน

Do: การดำเนินการ

1. คิดค้นสูตรเครื่องดื่มรสชาติใหม่จากเมนูเดิมที่มีอยู่ และเกิดเมนูใหม่ขึ้นมาอีก 6 เมนู ได้แก่ สมูทตี้ 1. สมูทตี้ลำไย 2. สมูทตี้กันกระสุน กาแฟสด 3. Americano Lover 4. Americano Orange 5. Americano Mango 6. Americano Soda
2. ทำการทดลองสูตรเครื่องดื่มน้ำผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพและกาแฟสด เพื่อให้ได้รสชาติที่เหมาะสม

Check : ประเมินผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ และการสังเกตการณ์

1. แจกแบบสอบถามความพึงพอใจ/สอบถามโดยใช้Google form กับ นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่ และผู้ใช้บริการ
2. ประเมินจากการสังเกตการณ์ การสอบถามด้วยวาจา

Act : การรายงาน

สรุปผลการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะ และปัญหาที่เกิดขึ้นของศูนย์บ่มเพาะ SA-LUEM SA-LEU CAFÉ ร่วมกันหาแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อลดข้อผิดพลาดในการทำงาน รวมถึงการพัฒนาและต่อยอดในการทำธุรกิจ และเกิดศูนย์บ่มเพาะธุรกิจใหม่ต่อไป

4.2. แผนผังที่ตั้งกิจการ

- บริเวณลานดูทีวี ในวิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่



4.3. แหล่งวัตถุดิบ

- บริษัท หยกอินเตอร์เทรด(เชียงใหม่) จำกัด

ที่อยู่ 438/2 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.หนองป่าครั่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ เชียงใหม่ 50000

- แม็คโคร สาขาเชียงใหม่

ที่อยู่ 152 หมู่ที่ 6 ต.หนองป่าครั่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ เชียงใหม่ 50000

4.4.การบริการ

- กรณีสั่งหน้าร้าน มีบัตรคิว พร้อมที่นั่ง และสามารถนั่งทานที่สถานที่จัดเตรียมไว้ให้ได้

วิธีการสั่ง

1. รับออเดอร์เครื่องดื่ม
2. ชำระเงินและรับบัตรคิว
3. ผลิตเครื่องดื่มตามออเดอร์
4. ส่งมอบเครื่องดื่ม

- บริการการสั่งซื้อออนไลน์ผ่าน Application Line มีทั้งเมนูหมูห่อเต้าฮวยและ กาแฟสด

วิธีการสั่ง

1. ลูกค้าแจ้งชื่อ และเบอร์โทรศัพท์ พร้อมจุดที่ให้บริการจัดส่งภายในวิทยาลัย เช่น ตึกอำนวยการ ตึกจุลเทพ อาคารนิกรพันธุ์
2. ผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า
3. ส่งมอบสินค้า
4. รับเงิน

4.5. ส่วนประสมทางการตลาด

4'Ps

Product: ร้านส้มส้มคาเฟ่ จะมีเมนูน้ำแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ อิตาเลียนโซดา จะเป็นน้ำผลไม้ที่ผสมกับโซดาและน้ำเชื่อมเล็กน้อย สมูทตี้ผลไม้ จะเป็นผลไม้ตามฤดูกาล น้ำเชื่อม นมข้นจืด โยเกิร์ต ลูกค้าสามารถระบุความต้องการของรสชาติได้ เช่น หวานมาก หวานน้อย เป็นต้น และประเภทสุดท้ายจะเป็น เมนูกาแฟสดจะมีอยู่ 4 เมนูที่ร้านส้มส้มคาเฟ่จำหน่าย ดังนี้ Americano Lover Americano Orange Americano Mango และ Americano Soda

Price: อิตาเลียนโซดา	แก้วละ 19 บาท
สมูทตี้ผลไม้	แก้วละ 29 บาท
กาแฟสด	แก้วละ 35 บาท

Place: วิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่

Promotion:

ทางร้านจะมีใบสะสมแต้ม 1 ใบจะมีแต้มให้ทั้งหมด 10 แต้ม ครบ 10 แต้มรับ อิตาเลียนโซดา ฟรี 1 แก้ว โปรโมชั่นต้อนรับเปิดเทอม อิตาเลียนโซดา ปกติแก้วละ 19 บาท ลดเหลือ 15 บาท สมูทตี้ปกติแก้วละ 29 บาท ลดเหลือ 25 บาท กาแฟปกติแก้วละ 35 บาท ลดเหลือ 30 บาท

4'Cs

Consumer: ร้านส้มส้มคาเฟ่ จะมีเมนูเครื่องดื่มที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เหมาะกับผู้ที่รักสุขภาพและวัยรุ่นนิยมดื่มน้ำอิตาเลียนโซดา สมูทตี้ผลไม้กันมากขึ้น

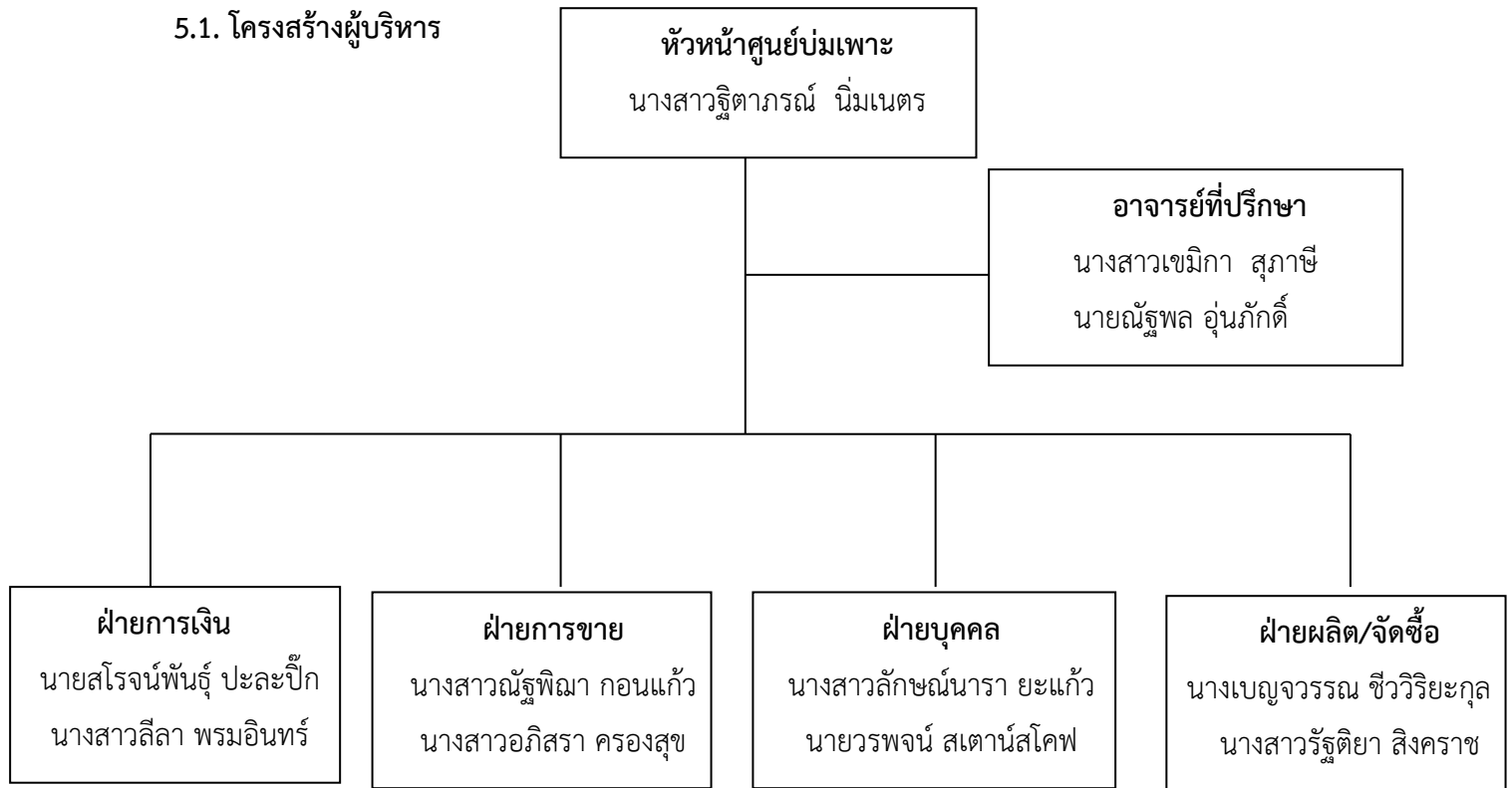
Cost: เมนูน้ำที่ร้านส้มส้มคาเฟ่ ราคาไม่แพงนักศึกษาและอาจารย์บุคคลากรสามารถสั่งซื้อได้เมนูเครื่องดื่ม เริ่มต้นที่ 19 บาท

Convenience: ร้านส้มส้มคาเฟ่ ตั้งอยู่ที่ วิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่ สามารถค้นหาได้ที่ Google maps

Communication: หากลูกค้าท่านใดต้องการสั่งเครื่องดื่ม สามารถสั่งผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เพียงแค่แอดไลน์ ส้มส้มคาเฟ่ จะมีชื่อรายการเมนูเครื่องดื่มพร้อมรูปภาพ และนอกจากไลน์ก็สามารถสั่งที่หน้าเพจส้มส้มคาเฟ่ และสั่งหน้าร้านได้ปกติสำหรับสั่งหน้าร้าน ก็จะมีบัตรคิวและที่นั่งสำหรับลูกค้า ร้านส้มส้มคาเฟ่ เปิดทุกวัน จันทร์ - ศุกร์ เวลา 11.00 น. - 12.00 น.

ส่วนที่ 5 แผนการจัดการ

5.1. โครงสร้างผู้บริหาร



หน้าที่รับผิดชอบ

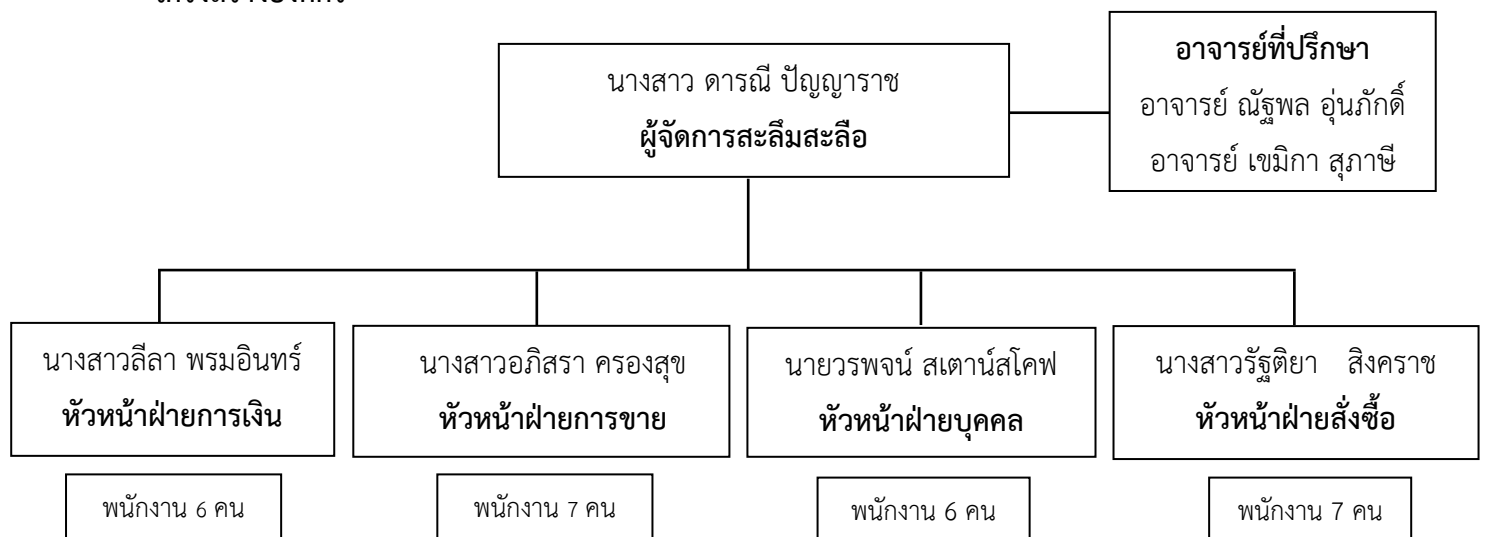
- หัวหน้างาน** อนุมัติการสั่งซื้อ อนุมัติการทำคอนเทนต์ต่างๆ รับรู้ข่าวสารของร้าน ดูแลฝ่ายต่างๆและพนักงาน
- อาจารย์ที่ปรึกษา** ให้คำปรึกษากับฝ่ายต่างๆแผนการตลาดกลยุทธ์การตลาด และช่วยดูแลการจัดการภายในร้าน
- ฝ่ายการเงิน** ทำรายรับรายจ่ายของที่ร้าน ควบคุมการสั่งซื้อของเข้าภายในร้าน
- ฝ่ายการขาย** จะเป็นการคิดค้นสูตรน้ำผลไม้ต่างๆ การจัดการให้ขายน้ำบรรลุตามวัตถุประสงค์ การคิดคอนเทนต์ให้น่าสนใจ
- ฝ่ายบุคคล** จะเป็นการจัดสรรพนักงานให้มีตารางการเข้างานหมุนเวียนกันเพื่อจะได้ค่าตอบแทนทั่วถึง
- ฝ่ายผลิต/จัดซื้อ** ฝ่ายนี้จะเป็นการขายน้ำที่ร้านให้ได้ตามที่ฝ่ายขายตั้งไว้ และต้องระบุส่วนผสมที่ต้องจัดซื้อวันต่อวัน ต้องเลือกส่วนผสมที่มีคุณภาพ
- พนักงานทั้งหมด** ณ ปัจจุบัน รวม 30 คน ค่าจ้าง 40 บาท / คน

การจัดตารางงาน

วันที่	ชื่อ – นามสกุล	ห้อง	หมายเหตุ
วันจันทร์	นางสาวปาลิตา แสนติ	AC.1101	แคชเชียร์
	นางสาวอภิสร่า ครองสุข	MK.4101	ฝ่ายผลิต
	นางสาวณัฐธชา ทำดี	MK.4101	ฝ่ายผลิต
วันอังคาร	นางสาวญาณิน บุญมา	AC.1102	แคชเชียร์
	นางสาวชรินทร์ทิพย์ แซ่หลี่	MK.4101	ฝ่ายผลิต
	นางสาวญาสุมินทร์ จิตเรื่อน	MK.4101	ฝ่ายผลิต
วันพุธ	นางสาวปาลิตา แสนติ	AC.1101	แคชเชียร์
	นางสาวอิง ลุงจันตา	MK.4101	ฝ่ายผลิต
	นางสาวปวีณา น้ำจาง	MK.4101	ฝ่ายผลิต
	นางดุขฎี สามนเสน	MK.4101	ฝ่ายผลิต
วันพฤหัสบดี	นางสาวญาณิน บุญมา	AC.1102	แคชเชียร์
	นางสาวศุภรัตน์ หมวดคงทอง	MK.4101	ฝ่ายผลิต
	นางสาวสุนันท์ บัวแก้วเกิด	MK.4101	ฝ่ายผลิต
วันศุกร์	นางสาวปาลิตา แสนติ	AC.1101	แคชเชียร์
	นางสาวนันท์นลิน ปวนยศ	MK.4101	ฝ่ายผลิต
	นางสาวณัฐนิชา คงสี	MK.4101	ฝ่ายผลิต
	นางสาวนิศาชล อุทายะ	MK.4101	ฝ่ายผลิต

หลังขยายกิจการ หรือลงทุนเพิ่ม คาดว่าจะรับพนักงานเพิ่มอีก 10 คน ค่าจ้าง 40 บาทต่อชั่วโมง หลังขยายกิจการ หรือลงทุนเพิ่ม 10,000 บาทต่อเดือน

โครงสร้างองค์กร



หน้าที่และความรับผิดชอบ

ผู้บริหารและฝ่ายสั่งซื้อ รับผิดชอบคือ นางสาว ดารณี ปัญญาราช มีหน้าที่ดูแลร้านสะสมสื่อ และดูแลพนักงานที่ร้านสะสมสื่อ มีหน้าที่การสั่งซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ การผลิตให้ได้ตามที่กำหนดไว้

อาจารย์ที่ปรึกษา มีหน้าที่ให้คำปรึกษาแผนธุรกิจ

ผู้จัดการฝ่ายการเงิน รับผิดชอบคือ นางสาว ลีลา พรหมอินทร์ มีหน้าที่ ควบคุมงบประมาณการสั่งซื้อการทำรายรับรายจ่ายต่าง ๆ ภายในร้านและแจกแจงหน้าที่ของพนักงาน

ผู้จัดการฝ่ายการขาย รับผิดชอบคือ นางสาว อภิสรา ครองสุข มีหน้าที่ ขายน้ำให้ได้ตามที่กำหนดไว้ และมีหน้าที่แจกแจงงานให้แก่พนักงาน การสอนงานให้แก่พนักงาน

ผู้จัดการฝ่ายบุคคล รับผิดชอบคือ นาย วรพจน์ สเตาน์สโคฟ มีหน้าที่ จัดตารางการเข้างานของพนักงาน และให้คำปรึกษาการสมัครงานที่ร้านสะสมสื่อ

5.2 พันธกิจ วิสัยทัศน์ โกล์

พันธกิจ ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานคุณภาพ จัดส่งสินค้าตรงเวลา ด้วยราคาที่ลูกค้าพึงพอใจ ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรเพื่อองค์กร ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างยุติธรรมให้แก่ผู้ลงทุนและพนักงานในองค์กร สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อเป็นพันธมิตรทางการค้าที่ได้รับความไว้วางใจในระยะยาว พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

วิสัยทัศน์ สร้างความเป็นเลิศทางด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาความรู้ความสามารถด้านเทคนิค เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างกว้างขวาง

โกล์ มีความซื่อสัตย์ สุจริต และผลประโยชน์ในองค์กร มีจิตบริการ เอื้อเฟื้อ มีทัศนคติที่ต่อองค์กร มีความมุ่งมั่น กระตือรือร้น กล้าตัดสินใจ รับผิดชอบ ใฝ่หาความรู้ รับผิดชอบต่อความเปลี่ยนแปลง

5.3 PEST

P: การเมือง

ประเทศไทยเอื้อต่อการลงทุน การจ่ายเงินให้พนักงานเป็นไปตามกฎหมายแรงงาน ในจังหวัดไม่มีการประท้วงหรือปิดถนน

E: เศรษฐกิจ

ต้นทุนอาจจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามฤดูกาลเนื่องจากใช้ผลไม้ตามฤดูกาลแต่ปรับเปลี่ยนไม่มากนัก การเติบโตของเศรษฐกิจไทยตอนนี้มีการเติบโต เหมาะกับการวางแผนธุรกิจค้าขายส่งออก ราคาวัตถุดิบกับต้นทุนเมื่อหักลบแล้วเพียงพอต่อการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงาน

S: สังคม

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ รักสุขภาพกันมากขึ้น มี Lifestyle ชอบออกกำลังกายและหันมาดื่มสมุนไพรหรือน้ำผลไม้กันเป็นจำนวนมาก และใช้อาหารหรือเครื่องดื่มในการอรรถาชีวิต การกินตามกระแส

T: เทคโนโลยี

การใช้เทคโนโลยีมาเป็นตัวช่วยขาย การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ใช้ เพจเฟซบุ๊ก การเข้าถึง ไลน์แอด ทำให้สะดวกมากขึ้น การใช้เครื่องปั่นที่มีคุณภาพในการปั่น เครื่องบดกาแฟที่ได้มาตรฐาน

ส่วนที่ 6 แผนการตลาด

6.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. มียอดขายเพิ่ม 20 % จากยอดขายในปีที่ผ่านมา
2. ภายในระยะเวลา 2 ปี จะเปิดชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต
3. ภายในระยะเวลา 2 ปี จะมีการขยายกิจการออกไปตามแหล่งชุมชน แหล่งธุรกิจภายนอก

6.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

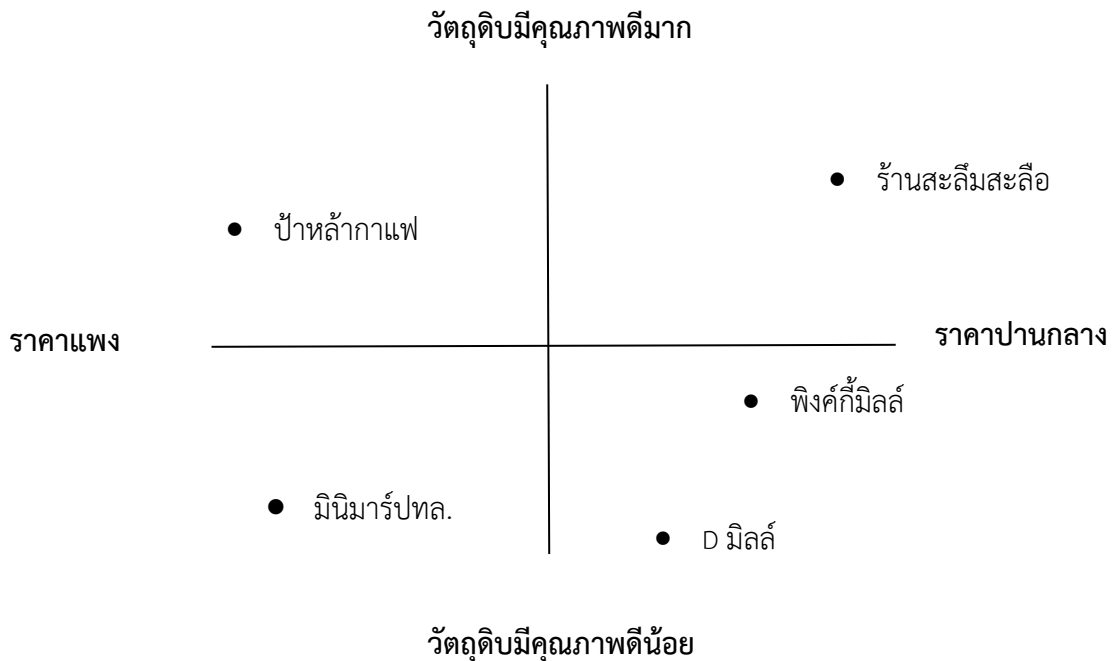
S: ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ หลักจิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์

ทุกเพศ อายุ 15 ปีขึ้นไป อาชีพ นักศึกษา ครู อาจารย์ รายตั้งแต่ 3,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ทุกศาสนา ทุกชนชาติอยู่ใน จ.เชียงใหม่ อ.เมือง ต.ป่าตัน วิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่
ลูกค้ามีความชื่นชอบน้ำเพื่อสุขภาพ มีความชื่นชอบกาแฟ ความถี่ในการมาใช้บริการซ้ำ 1 คนที่มาใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์

T: การเลือกกลุ่มเป้าหมาย

จาก Segmentation ด้านบน ธุรกิจอาจจะเลือกกลุ่มลูกค้าเป็น วัยรุ่นทุกเพศ รายได้ 3,600 บาท ต่อปีขึ้นไป มี Lifestyle ชอบถ่ายรูป ชอบน้ำเพื่อสุขภาพ ชอบกาแฟ และกลุ่มลูกค้า กลุ่มวัยทำงาน รายได้ 18,000 บาทต่อปีขึ้นไป ที่มี Lifestyle ชอบถ่ายรูป ชอบน้ำเพื่อสุขภาพ ชอบกาแฟ

P: การกำหนดจุดยืน



จากแผนผัง แกน x คือ ราคาแพงและราคาปานกลาง ส่วนแกน Y คือ ร้านมี วัตถุดิบมีคุณภาพดีมากและคุณภาพพอใช้

6.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

Product: ร้านส้มเสลือคาเฟ่ จะมีเมนูน้ำแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ อิตาเลียนโซดา จะเป็นน้ำผลไม้ที่ผสมกับโซดาและน้ำเชื่อมเล็กน้อย สมูทตี้ผลไม้ จะเป็นผลไม้ตามฤดูกาล น้ำเชื่อม นมข้นจืด โยเกิร์ต ลูกค้าสามารถระบุความต้องการของรสชาติได้ เช่น หวานมาก หวานน้อย เป็นต้น และประเภทสุดท้ายจะเป็น เมนูกาแฟจะมีอยู่ 4 เมนูที่ร้านส้มเสลือจำหน่าย ดังนี้ อเมริกาโน่ อเมริกาโน่เลิฟเวอร์ อเมริกาโน่ออรีน และสุดท้ายอเมริกาโน่แมงโก

- กลยุทธ์ด้านราคา

Price: อิตาเลียนโซดา แก้วละ 19 บาท
สมูทตี้ผลไม้ แก้วละ 29 บาท
กาแฟอเมริกาโน่ แก้วละ 35 บาท

- กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

Place: วิทยาลัยเทคโนโลยีโปลิเทคนิคลานนา เชียงใหม่

- กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

Promotion:

ทางร้านจะมีใบสะสมแต้ม 1 ใบจะมีแต้มให้ทั้งหมด 10 แต้ม ครบ 10 แต้มรับ อิตาเลียนโซดา ฟรี 1 แก้ว โปรโมชันต้อนรับเปิดเทอม อิตาเลียนโซดา ปกติแก้วละ 19 บาท ลดเหลือ 15 บาท สมูทตี้ปกติแก้วละ 29 บาท ลดเหลือ 25 บาท กาแฟปกติแก้วละ 35 บาท ลดเหลือ 30 บาท

ส่วนที่ 7 แผนการเงิน

7.1 ปัจจุบัน วงเงินที่ใช้ในการดำเนินการ 8,000 บาท

7.2 อนาคต จะลงทุนในโครงการหรือขยายกิจการ ต้องการเงินทั้งสิ้นรวม 40,000 บาท

เป็นเงินที่ต้องกู้ยืม 40,000 บาท และเงินทุนส่วนตัว 3,000 บาท

สัดส่วน เงินกู้ยืม ต่อ เงินทุนส่วนตัว เท่ากับ - ต่อ -

7.3 เงินลงทุน จะลงทุนในโครงการ ตามข้อ 2. จะนำไปใช้ในการลงทุน ดังนี้

เป็นเงินทุนหมุนเวียน	4,000 บาท
ค่าที่ดิน / ปรับปรุงที่ดิน	- บาท
ค่าก่อสร้าง ปรับปรุง ตกแต่งสถานที่	- บาท
ค่าเครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์	35,000 บาท
ค่ายานพาหนะ (ถ้ามี)	- บาท
อื่น ๆ	- บาท

7.4.ประมาณการรายรับและรายจ่ายในการประกอบการ

รายการ	ระยะเวลาดำเนินการ เดือน / ปี (จำนวนเงิน)			
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
รายรับ (บาท)				
- ยอดขาย	25,000	21,000	22,000	10,000
รายจ่าย (บาท)				
- ค่าเช่าสถานที่	-	-	-	-
- ค่าสินค้า / วัตถุดิบ / วัสดุเพื่อผลิต / บริการ	5,000	5,000	5,000	5,000
- พนักงาน 13 คน (เดือนละ บาท)	3,200	3,200	3,200	3,200
- ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ/ค่าไฟฟ้า / ค่าโทรศัพท์)	400	400	400	400
- ภาษี				
กำไรสุทธิ (บาท)	4,000	4,000	4,000	4,000

7.5 งบกำไรโหลยณน

งบประมาณการโฆษณา (2,000 บาท)						
ที่	รายการ	เดือน ก.ค. – ต.ค. 62				งบประมาณ
		ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	
1	ใบปลิว	✓	✓	✓	✓	400 บาท
2	โปสเตอร์	✓			✓	400 บาท
3	Faecbook		✓	✓		500 บาท
4	LINE @			✓	✓	500 บาท
5	แนะนำสินค้าหน้าร้าน	✓	✓	✓	✓	200 บาท
รวม						2,000 บาท

7.6 งบประมาณในการโฆษณา 2,000 บาท

ใบปลิว ใช้งบประมาณ 400 บาท

ปรี้นใบปลิวทั้งหมด 4 เดือน แจก 3 ครั้ง ต่อหนึ่งอาทิตย์ ใบปลิวจะมีเมนูแนะนำแต่ละอาทิตย์ หรือ โปรโมชันต่างๆ

โปสเตอร์ ใช้งบประมาณ 400 บาท

ค่าออกแบบโปสเตอร์และค่าปรี้น จะใช้โปสเตอร์ในการโฆษณาทั้งหมด 2 เดือน

Faacebook ใช้งบประมาณ 500 บาท

โปรโมท เพจเฟซบุ๊กที่ร้าน ยังแอดกลุ่มนักศึกษา

LINE @ ใช้งบประมาณ 500 บาท

โปรโมทร้าน ในไลน์ การให้แอดมิทไลน์ของวิทยาลัยในการแชร์หรือโปรโมทร้าน

แนะนำสินค้าหน้าร้าน ใช้งบประมาณ 200 บาท

แรงงาน เฟอร์นิเจอร์จากการขายน้ำ

แผนฉุกเฉินของธุรกิจ Contingency(Plan)

การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟนั้นมีคู่แข่งจำนวนมาก และจำนวนคู่แข่งที่มากในการเข้าออกจากอุตสาหกรรมนี้ ทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วยอีกส่วนหนึ่งเกิดจากความชอบและรสนิยมของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการคาดการณ์ได้ โดยเฉพาะลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในแต่ละวันของร้าน โดยหากมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อยกว่าที่คาดไว้ก็จะส่งผลต่อกำไร ต้นทุนของร้าน รวมทั้งกระแสเงินสดและเงินเดือนพนักงานด้วย ซึ่งหากร้านไม่สามารถปรับตัวตาม และแก้ปัญหาได้ทันเวลา ก็จะส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของร้านในที่สุด ดังนั้นทางร้านจึงได้มีการควบคุมปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจ และแผนฉุกเฉินไว้ดังนี้

การประเมินและการควบคุมผล

จากปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ที่จำเป็นต้องสร้างให้เกิดขึ้นเพื่อสร้างธุรกิจ ได้เปรียบเชิงแข่งขัน และเป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

1) กลิ่นและรสชาติของเครื่องดื่มที่ทางร้านจะเลือกและคัดสรรวัตถุดิบของเมล็ดกาแฟคั่ว อย่างดี และทุกอย่างต้องผ่านมาตรฐานขององค์กรต่างๆ

2) คุณภาพของวัตถุดิบ การรักษาปัจจัยด้านคุณภาพของวัตถุดิบทางร้านจะให้ความสำคัญกับการจัดการวัตถุดิบ โดยมีการควบคุมและการจัดการที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพอยู่เสมอ

3) การเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้า โดยทางร้านจะต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ และการปรับตัวให้ทันตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

4) การบริการและการให้ความสำคัญต่อความรู้สึกของผู้บริโภค โดยการให้บริการของทางร้านจะดูแลลูกค้าให้ได้มาตรฐานตรงตามที่ทางร้านได้กำหนดไว้

แผนฉุกเฉิน

ในการจัดทำแผนกลยุทธ์นี้ เป็นการจัดทำตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สภาพอุตสาหกรรม สภาพการแข่งขัน และพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ ดังนั้นแล้วหากมีการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลกระทบกับแผนงานที่วางไว้จึงควรมีการ

กำหนดแผนสำรองเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อมั่นใจว่าการดำเนินงานต่าง ๆ จะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) จำนวนลูกค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

ทางร้านจะมีการประเมินผลการดำเนินงานตั้งแต่เดือนแรกต่อเนื่องทุก ๆ 1 เดือน เพื่อเปรียบเทียบและประเมินผลยอดขายโดยรวม เพื่อที่จะมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่ม เช่นการเพิ่มการส่งเสริมการขาย การลดราคา การแถมตัวสินค้าต่าง ๆ เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคการเพิ่มประชาสัมพันธ์ในช่องทางอื่น ๆ และนอกจากนี้แล้วทางร้านจะมีการพิจารณาการตั้งราคาและปริมาณอาหารที่เสิร์ฟอีกครั้ง โดยไม่ทำให้กระทบต่อตำแหน่งทางผลิตภัณฑ์ของเครื่องดื่ม

2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้

กรณีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงกว่าที่คาดไว้อาจเนื่องจากการผันผวนด้านราคาของวัตถุดิบ หรือในภาวะขาดแคลนวัตถุดิบจากฤดูกาล เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรมีจำนวนน้อย ทางร้านจึงจำเป็นต้องหาสินค้าทดแทนที่มีต้นทุนต่ำกว่าและไม่ส่งผลกระทบต่อกลิ่นและรสชาติ กระบวนการที่ไม่มีมูลค่าออกไปโดยไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมมากนัก

3) กรณีขาดสภาพคล่องทางการเงิน

การขาดสภาพคล่องทางการเงินจากผลของการที่ไม่สามารถสร้างกำไรได้ตามเป้าหมายทำให้ทางร้านต้องจัดหาแหล่งเงินกู้ระยะสั้นเพื่อเพิ่มสภาพคล่องแก่กิจการสามารถดำเนินการตามปกติ

4) การรับรู้ของแบรนด์ไม่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมาย

ในกรณีที่การรับรู้ของแบรนด์ไม่เป็นไปตามเป้าหมายต้องจัดให้มีแนวทางแก้ไขโดยวิเคราะห์ประสิทธิภาพของเครื่องมือทางการตลาดโดยเป็นการพิจารณาว่าเครื่องมือใดสามารถให้ประโยชน์เพื่อใช้ในการยกเลิกการใช้เครื่องมือที่ไม่มีประสิทธิภาพและพิจารณาการเพิ่มทางการตลาดในรูปแบบใหม่เพื่อให้การรับรู้ของแบรนด์เพิ่มมากขึ้น

5) กรณีปัญหาด้านบุคลากร

หากขาดแคลนพนักงานขายถือว่าเป็นปัญหาใหญ่ซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินงาน ดังนั้นเพื่อความไม่ประมาททางร้านของเรามีการจัดทำข้อมูลสูตรเครื่องดื่มสำรองไว้

ลงชื่อ.....

ผู้รับผิดชอบโครงการ
(นางสาวดารณี ปัญญาราช)
ผู้จัดการสะสมสะสม

ลงชื่อ.....

ผู้รับผิดชอบโครงการ
(นางสาวลีลา พรหมอินทร์)
หัวหน้าฝ่ายการเงิน

ลงชื่อ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
(นายณัฐพล อุ่นภักดิ์)

ลงชื่อ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
(นางสาวเขมิกา สุภาชี)



Saluem Salue Cafe

BUSINESS PLAN

VOCATIONAL INCUBATOR CENTER

วิทยาลัยเทคโนโลยีโปลีเทคนิคลานนา เชียงใหม่