การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยกระดับคุณภาพมาตรฐาน และการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์

"ข้าวเกรียบผักออร์แกนิค"



ภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจ
และสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ
(1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย)
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ตำบลบ้านปง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

มหาวิทยาลัยสู่ตำบล

โรงเรียนบ้านปง BANPONG SCHOOL

1

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยกระดับคุณภาพมาตรฐาน และการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์

"ข้าวเกรียบผักออร์แกนิค"

โครงสร้างพื้นที่เรียนรู้เพื่อยกระดับรากฐานด้านเศรษฐกิจสังคมการใช้ประโยชน์จากต้นทุนสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาทักษะอาชีพสู่การปรับตัวและดำเนินชีวิตใหม่ ภายใต้งานพัฒนาสินค้าและบริการ เป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยกระดับคุณภาพมาตรฐาน และการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากทางฝ่ายงานพัฒนาสินค้าและบริการได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาและต่อยอดผลิตผลทางการเกษตรของโรงเรียนบ้านปงเพื่อพัฒนากระบวนการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตเกษตรในพื้นที่ ฝึกอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการผลิตที่เหมาะสมและมาตรฐานการผลิต และสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย สร้างเอกลักษณ์ ออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์

ทาง U2T ตำบลบ้านปง ขอขอบคุณกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม หรือ อว. ที่ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณในการจัดกิจกรรม และคุณะครู นักเรียน โรงเรียนบ้านปง ที่ให้ความร่วมมือและให้ความสนใจในการจัดกิจกรรมให้บรรลุผลตามเป้าประสงค์ของโครงการ

สารบัญ



03 หลักสูตรการฝึกอบรม



06 เนื้อหาการฝึกอบรม



08 ข้อควรรู้ก่อนสร้างผลิตภัณฑ์และแนวทางการสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์



12 บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรมีอะไรบ้าง



15 การตลาดเบื้องต้น



17 ส่วนประกอบ-ขั้นตอนการทำข้าวเกรียบ



18 บรรณานุกรม



19 ประวัติคณะผู้จัดทำ



หลักสูตรการฝึกอบรม
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยกระดับคุณภาพมาตรฐาน และการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์
“การผลิตข้าวเกรียบผัก”
ภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ
(1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย)
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

1. วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้รับการฝึก

1.1 มีความรู้ ความเข้าใจ สามารถอธิบายหลักการและแนวคิดของการผลิตผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์และการขายสินค้าได้

1.2 สามารถค้นหาสิ่งที่ควรปรับปรุงและวิธีการปรับปรุงกระบวนการผลิต ฉลาก บรรจุภัณฑ์ และการขายสินค้าได้

1.3 สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพและปรับปรุงกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากวัตถุดิบเกษตรที่มีในโรงเรียน

2. ระยะเวลาฝึกอบรม

ผู้รับการฝึกอบรมจะต้องเข้าฝึกอบรมภาคทฤษฎี จำนวน 3 ชั่วโมง และฝึกภาคปฏิบัติ จำนวน 9 ชั่วโมง รวมเป็น 12 ชั่วโมง โดยจะต้องเข้ารับการฝึกอบรมอย่างน้อยร้อยละ 80 ของระยะเวลาการฝึกอบรมทั้งหมด

3. คุณสมบัติผู้เข้าฝึกอบรม

3.1 นักเรียน บุคลากรของสถานประกอบกิจการ ระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ

3.2 เป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจากโครงการผลักดันผลงานทางวิชาการสู่การใช้ประโยชน์

3.3 มีความพร้อมและสามารถเข้ารับการฝึกอบรมได้ตลอดหลักสูตร

4. หัวข้อการอบรม

หัวข้อการอบรม	เวลา (ชั่วโมง)	
	ทฤษฎี	ปฏิบัติ
1. ข้อควรรู้ก่อนสร้างผลิตภัณฑ์และแนวทางการสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์	1	4
2. บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรมีอะไรบ้าง	1	3
3. การตลาดเบื้องต้น	1	2
การวัดและประเมินผล		
รวม	3	9
	12	

5. เนื้อหาวิชา

5.1 ข้อควรรู้ก่อนสร้างผลิตภัณฑ์และแนวทางการสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ (1:4)

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ผู้รับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในข้อควรรู้เกี่ยวกับการทำโรงงานผลิตอาหารมาตรฐาน GMP

คำอธิบายรายวิชา

ทฤษฎีศึกษาความหมาย ความสำคัญ ประโยชน์และการประยุกต์ใช้แนวคิดของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเรื่องมาตรฐาน GMP เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตผลทางการเกษตรโรงเรียน

ปฏิบัติแบ่งกลุ่มสมาชิกผู้เข้าร่วมการอบรม เพื่อให้ช่วยกันผลิตข้าวเกรียบและได้ความรู้ ความเข้าใจในการผลิตทั่วถึงทุกคน

5.2 บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรมีอะไรบ้าง (1:3)

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ผู้รับการฝึกมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่ควรรู้ในการอ่านฉลากและออกแบบฉลาก บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

คำอธิบายรายวิชา

ทฤษฎีศึกษาการอ่านฉลากของผลิตภัณฑ์ตามท้องตลาดให้เป็น สิ่งที่ควรรู้ในเรื่องค์ประกอบของข้อมูลที่ควรมีในฉลาก และการใช้บรรจุภัณฑ์ให้เข้ากับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

ปฏิบัติแบ่งกลุ่มสมาชิกผู้เข้าร่วมการอบรม เพื่อให้ช่วยกันออกแบบฉลาก โลโก้ และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

5.3 การตลาดเบื้องต้น (1:2)

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ผู้รับการฝึกสามารถนำข้อมูลการตลาดไปประยุกต์ใช้ในการขายสินค้าต่าง ๆ ของโรงเรียนได้

คำอธิบายรายวิชา

ทฤษฎีศึกษาข้อมูล การเลือกตลาดเป้าหมาย องค์ประกอบพื้นฐานการตลาด การวิเคราะห์ SWOT ของผลิตภัณฑ์

ปฏิบัติแบ่งกลุ่มสมาชิกผู้เข้าร่วมการอบรม เพื่อให้ช่วยกันในการทดลองการขายสินค้าที่อยู่รอบตัวก่อนขายสินค้าจริงของโรงเรียน

6. วัดและประเมินผล

-

8. ผู้จัดทำหลักสูตร

1. นางสาวจรรยพร อำขำ เจ้าหน้าที่ถ่ายทอดองค์ความรู้เทคโนโลยีนวัตกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. นางสาวณัฐธิดา ลำธาร เจ้าหน้าที่ถ่ายทอดองค์ความรู้เทคโนโลยีนวัตกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. นางสาวชลธิชา ทาคำฟู เจ้าหน้าที่จัดการข้อมูลราชการในพื้นที่ที่เป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

ลงชื่อ.....ผู้ขออนุมัติหลักสูตร
( )

ลงชื่อ.....ผู้อนุมัติหลักสูตร
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกรียงไกร ธารพรศรี)
ผู้อำนวยการสถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน

เนื้อหาฝึกอบรม

ข้าวเกรียบ

กือโป๊ะ เป็นคำนามในภาษายาวี หรือภาษาท้องถิ่นที่ใช้สื่อความหมายถึง "ข้าวเกรียบ" ในภาษาไทย กือโป๊ะมีมานานเกือบ100 ปี เริ่มต้นจากชาวประมงในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่จับปลาได้เป็นจำนวนมาก และก็คิดหาวิธีการที่จะทำอย่างไรดีกับปลาที่จับมาได้เยอะ จึงได้คิดหาวิธีถนอมอาหารขึ้นมา โดยการนำเอาปลานั้น มาแปรรูปเป็นข้าวเกรียบที่สามารถเก็บไว้กินได้ ในปัจจุบันข้าวเกรียบถือถือได้ว่ามีอยู่ทุกพื้นที่ และถูกดัดแปลงด้วยส่วนผสมต่างๆ โดยทำมาจากแป้งเป็นส่วนประกอบหลัก อาจมีส่วนประกอบของเนื้อสัตว์หรือผักผลไม้ บดผสมให้เข้ากับเครื่องปรุง แล้วทำให้เป็นรูปทรงตามต้องการ

ความเป็นมา

โรงเรียนบ้านปงเป็นหนึ่งในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการเกษตรอินทรีย์สู่อาหารกลางวัน โดยได้รับทุนสนับสนุนจากมูลนิธิกองทุนการศึกษาเพื่อการพัฒนา(edf) โดยโครงการ "เกษตรอินทรีย์ สู่อาหารกลางวัน" มุ่งส่งเสริมให้โรงเรียนมีผักปลอดสารพิษจากแปลงเกษตรอินทรีย์ที่ปลูกภายในโรงเรียน ซึ่งนักเรียนจะได้รับประทานอาหารกลางวันที่มีสารอาหารครบครัน เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างครู นักเรียน ผู้ปกครองและชุมชน มุ่งหวังให้โรงเรียนสามารถลดค่าใช้จ่าย เพิ่มรายได้ และเกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างครัวเรือนที่จะนำไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้และชุมชนที่ยั่งยืน ต่อมาทางโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของผักอินทรีย์ที่มีจำนวนปริมาณมากขึ้น จึงได้สอบถามและทราบถึงความต้องการของทางโรงเรียน โดยคุณครูฝ่ายการงานอาชีพและเทคโนโลยี ที่รับผิดชอบโครงการเกษตรอินทรีย์สู่อาหารกลางวัน มีความต้องการพัฒนาและต่อยอดผักอินทรีย์ให้เกิดการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า จึงได้ข้อสรุปมาเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบผักออร์แกนิค

แนวคิดและหลักการ

จากการสำรวจและเก็บข้อมูลของโครงการเกษตรอินทรีย์ โรงเรียนบ้านปง ทางโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย) ได้เข้ามามีส่วนร่วมการพัฒนากับครูของโรงเรียน ในการสร้างเสริมหลักสูตรการเรียนรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทาง การเกษตร ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบผัก เนื่องจากสามารถหาวัตถุดิบ อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิตได้ง่าย มีต้นทุนต่ำ ขั้นตอนและวิธีการผลิตไม่ยุ่งยาก ใช้วัตถุดิบเพิ่มเติมได้หลากหลาย และมีอายุการเก็บรักษาในรูปของผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปได้นาน กลุ่มผู้บริโภคมีตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ และยังเป็นการส่งเสริมการรับประทานผักของเด็กๆมากขึ้น ที่สำคัญสามารถนำไปถ่ายทอดในการศึกษาของโรงเรียนให้กับนักเรียน และ สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชมให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น

ผลลัพธ์ที่ได้

- สามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรให้อยู่ในรูปผลิตภัณฑ์อาหาร
-ส่งเสริมการนำพืชผักที่เหลือจากการนำประกอบอาหารมาใช้ประโยชน์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์
-เกิดหลักสูตรการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบ ซึ่งทางโรงเรียนสามารถนำหลักสูตรนี้ไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนได้ในวิชาการงานอาชีพ

-ผู้เข้าอบรมสามารถพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้มีการเพิ่มมูลค่า

ผลกระทบ

ผู้เข้าอบรมสามารถใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ที่ได้รับ โดยพัฒนาให้เกิดการสร้างรายได้เสริมด้านการแปรรูป และประยุกต์ใช้องค์ความรู้กับการพัฒนาวัตถุดิบทางการเกษตรหรือสินค้าในชุมชนอื่นๆได้

เนื้อหาการฝึกอบรมตามหลักสูตร

1. ข้อควรรู้ก่อนสร้างผลิตภัณฑ์และแนวทางการสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรมีอะไรบ้าง
3. การตลาดเบื้องต้น

หัวข้อ1. ข้อควรรู้ก่อนสร้างผลิตภัณฑ์และแนวทางการสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. GMP คืออะไร

GMP คือมาตรฐานที่ได้รับการรับรองจากทั่วโลก มีมาตรฐานที่ดีในเรื่องการควบคุมกระบวนการผลิตอาหาร ทำให้อาหารจากกระบวนการผลิตมีความปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

2. GMP ควบคุมอะไรบ้าง

GMP ควบคุมทั้งส่วนของสถานประกอบการ โครงสร้างอาคาร ไปจนถึงกระบวนการผลิตที่ต้องสะอาด ปลอดภัย ในส่วนของกระบวนการผลิตยังมีรายละเอียดที่ GMP ควบคุมอย่างเข้มงวดอีกนะคะ ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การคัดสรรและควบคุมวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพ การจัดเก็บ ไปจนถึงผลผลิตที่สำเร็จรูปแล้ว นอกจากนี้ GMP ยังควบคุมการจัดส่งของผู้ประกอบการด้วย โดยทางโรงงานจะต้องมีการบันทึกข้อมูลและการตรวจสอบติดตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์

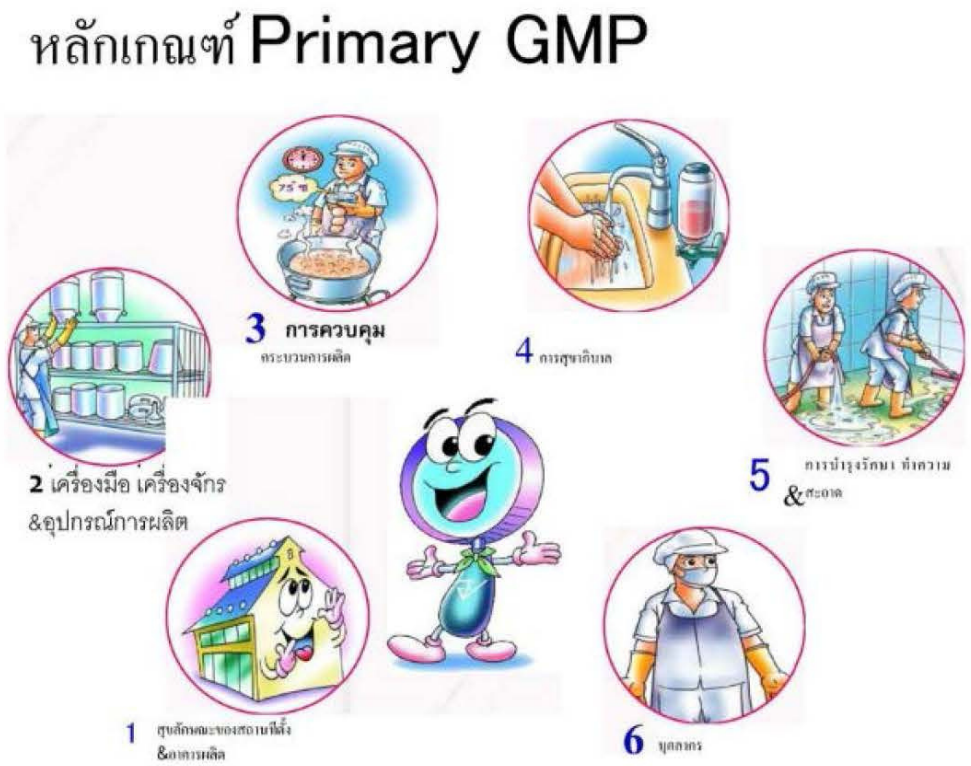
3. GMP มีกี่ประเภท

มาตรฐาน GMP แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- GMP สุขลักษณะทั่วไป (General GMP) สำหรับอาหารทุกประเภท
- GMP เฉพาะผลิตภัณฑ์ (Specific GMP) สำหรับเน้นเรื่องความเสี่ยงต่อความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารโดยเฉพาะ

4. GMP สุขลักษณะทั่วไป (General GMP)

เป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้สำหรับอาหารทุกประเภท มีทั้งหมด 6 ข้อกำหนด ได้แก่



1. สถานที่ตั้งและอาคารผลิต

ต้องสะอาดและตั้งอยู่ในที่ที่ห่างไกลจากสิ่งที่ทำให้อาหารปนเปื้อนได้ง่าย สถานประกอบการที่ใช้ดำเนินกระบวนการผลิตต้องมีขนาดเหมาะสม ออกแบบและก่อสร้างให้รองรับกับการซ่อมบำรุงและการรักษาความสะอาด สะดวกต่อการปฏิบัติงาน ส่วนพื้นที่ภายในโรงผลิตจะต้องแยกบริเวณผลิตอาหารออกเป็นสัดส่วน ทั้งยังต้องระบายอากาศได้อย่างเหมาะสม



2. เครื่องมือเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต

ต้องทำจากวัสดุที่ปลอดภัยไม่ทำปฏิกิริยากับอาหาร ไม่เป็นสนิม ไม่เป็นพิษ แข็งแรงและมีการทำความสะอาดอย่างเหมาะสม ผ่านการฆ่าเชื้อก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต นอกจากนี้ต้องแยกเก็บเป็นสัดส่วน และมีการป้องกันฝุ่นละอองรวมถึงสิ่งสกปรกด้วย







3. การควบคุมกระบวนการผลิต

มีการควบคุมตามหลักสุขาภิบาลทุกขั้นตอนอย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ ส่วนผสม ภาชนะ การผลิต การเก็บรักษา การขนย้าย และขนส่งผลิตภัณฑ์อาหาร











4. การสุขาภิบาล

ต้องควบคุมสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขาภิบาลเพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงาน เช่น อ่างล้างมือ ห้องน้ำ ระบบกำจัดขยะมูลฝอย การระบายน้ำทิ้ง การป้องกันสัตว์และแมลง เป็นต้น









5. การบำรุงรักษาและการทำความสะอาด

เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างถูกต้องด้านความสะอาดและเพื่อป้องกันสิ่งสกปรกรวมถึงสารอันตรายปนเปื้อนสู่ผลิตภัณฑ์อาหาร ทางโรงงานจะต้องมีการทำความสะอาด ดูแลและเก็บรักษาเครื่องมือเครื่องจักร รวมถึงอุปกรณ์สำหรับผลิตให้อยู่ในสภาพที่สะอาด ไม่ว่าจะก่อนหรือหลังการผลิต



6. บุคลากรและสุขลักษณะ

ต้องสวมเครื่องแต่งกายที่สะอาดและเหมาะต่อการปฏิบัติงาน ต้องมีสุขภาพดี ไม่เป็นวัณโรคในระยะอันตราย และไม่เป็นโรคผิวหนังที่น่ารังเกียจหรือโรคเรื้อน









หัวข้อ2. บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรมีอะไรบ้าง

1. ตราสินค้า : ข้อความ สัญลักษณ์ รูปแบบเพื่อบ่งบอกให้เห็นถึงสินค้าหรือบริการของผู้ขาย



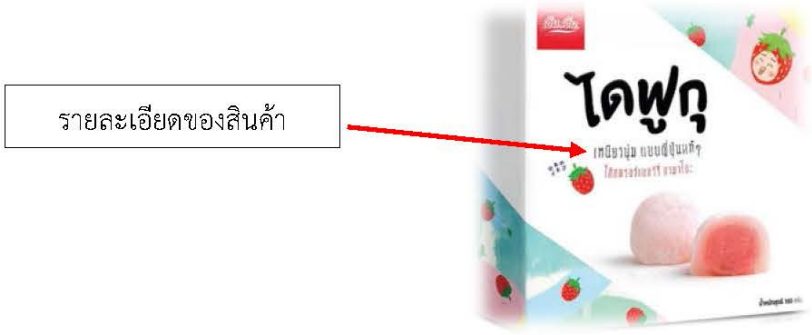






2. ชื่อผลิตภัณฑ์ : ชื่อของสินค้า ที่บ่งบอกถึงลักษณะของสินค้า ว่าสินค้าเป็นอะไร จัดอยู่ในประเภทไหน ควรตั้งชื่อไม่ยาว

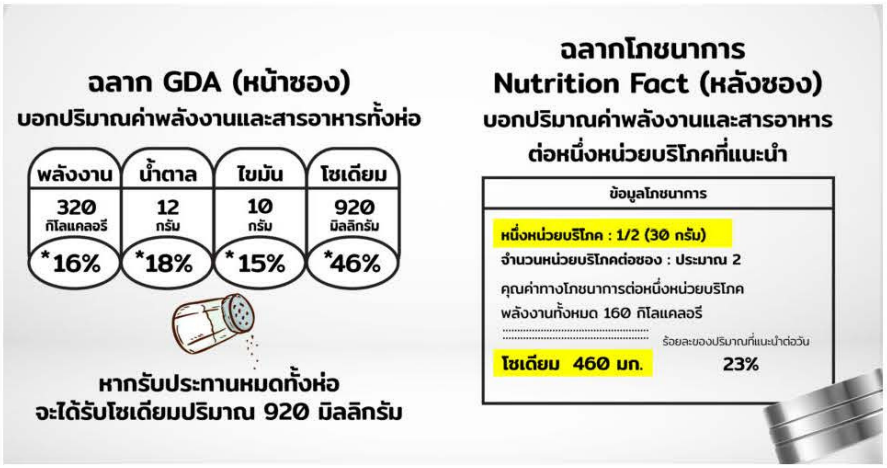
3. รายละเอียดของสินค้า : ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นข้อความในเชิงประชาสัมพันธ์ บรรยายสรรพคุณของสินค้าและรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ



4. ขนาดและการบรรจุ : เป็นตัวเลขที่บอกถึงปริมาณสินค้าที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์ ว่ามีขนาดและปริมาณเท่าไหร่เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินซื้อ



5. **ข้อมูลทางโภชนาการ :** เป็นข้อมูลที่บ่งบอกถึงชนิดสารอาหาร และปริมาณสารอาหาร



6. **ชื่อผู้ผลิตและจัดจำหน่าย :** เป็นการบ่งบอกถึงบริษัทผู้ผลิตสินค้า ผู้นำเข้าเพื่อจำหน่าย ว่ามีที่มาจากไหน บริษัทไหน และสถานที่ตั้งโรงงานผลิตหรือโรงงานที่นำเข้า เบอร์โทรติดต่อทางบริษัท



7. **เครื่องหมายการรับรองต่างๆ :** โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เครื่องหมาย อ.ย. ย่อมาจาก “สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา”



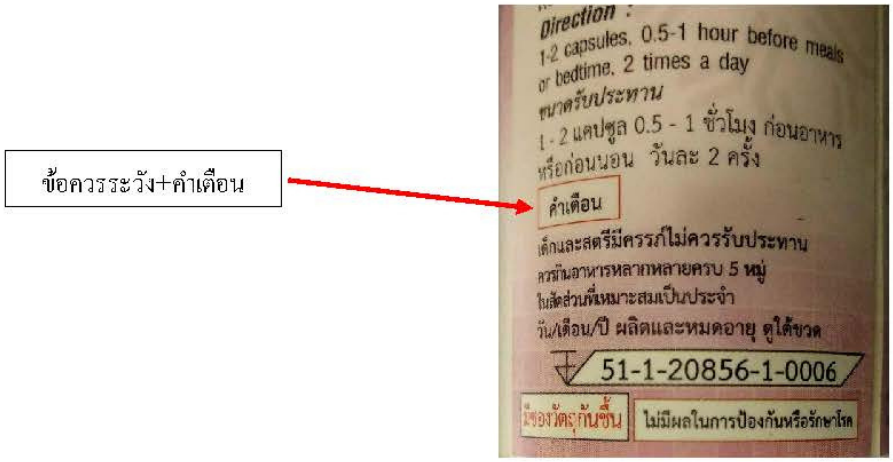


เครื่องหมาย อย.

8. วันผลิตและวันหมดอายุของสินค้า : วันที่ควรบริโภคก่อนและวันหมดอายุ เป็นข้อมูลที่สำคัญมาก เพราะจะช่วยเพิ่มความปอลดภัยให้ผู้บริโภค



9. ข้อควรระวังหรือคำเตือนของสินค้า : จะต้องมีการบ่งบอกถึงคำเตือนและข้อห้ามต่างๆ ของสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคนั้นจะได้ทราบและได้รู้ว่าสินค้านั้นไม่สามารถที่จะใช้แบบไหนได้บ้าง



10. ศูนย์ร้องเรียนผู้บริโภค : รายละเอียดที่ใช้ติดต่อกับผู้บริโภคของผู้จำหน่าย เพื่อให้บริการข้อมูลต่าง ๆ กับผู้บริโภคที่ได้ทำการซื้อสินค้าและบริโภค



หัวข้อ3. การตลาดเบื้องต้น

การตลาดเบื้องต้น คืออะไร?

ทำความเข้าใจว่าลูกค้าคือใคร และลูกค้าซื้อเพราะอะไร โดยเป้าหมายหลักของการตลาดก็คือการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจโดยการโน้มน้าวให้ลูกค้า ทำการกระทำอะไรสักอย่าง เพื่อสร้างกำไรให้กับองค์กร

องค์ประกอบพื้นฐานการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์

สิ่งที่มีรูปร่างหรือมีคุณสมบัติทางกายภาพ สามารถจับต้องได้ หรือสิ่งที่มนุษย์ผลิตขึ้น เช่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย, เครื่องจักรอุตสาหกรรม, ยารักษาโรค

2. ราคา

จำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ (สินค้าและ/หรือบริการ) โดยผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกัน ช่องทางการขายกระบวนการในการจัดการเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ หรือสิทธิในตัวผลิตภัณฑ์ จากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค

3. การส่งเสริมการขาย

กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือไปจากการ โฆษณา การตลาดทางตรง การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของลูกค้า

4P's Analysis ส่วนประสมทางการตลาด

Product ผลิตภัณฑ์	Price ราคา	Place สถานที่จัดจำหน่าย	Promotion การส่งเสริมการขาย

การวิเคราะห์ SWOT ของผลิตภัณฑ์

SWOT คืออะไร?

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารรู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุกประเภท

ความหมายของ SWOT

S : (Strengths) จุดแข็ง

จุดเด่นหรือจุดแข็ง (ข้อได้เปรียบ) เป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท เช่น จุดแข็งด้านการเงิน และข้อได้เปรียบด้านการผลิต

W : (Weaknesses) จุดอ่อน

จุดด้อยหรือจุดอ่อน ข้อเสียเปรียบเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ของบริษัท เช่น นโยบายและทิศทาง การบริการที่ไม่แน่นอน หรือบุคลากรที่ไม่มีคุณภาพ ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีในการปรับปรุงให้ดีขึ้น

O : (Opportunities) โอกาส

เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์ หรือส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัท

โดยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ตลอดเวลา เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและการแข่งขันในตลาด

T : (Threats) อุปสรรค

เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลเสียต่อธุรกิจ เช่น ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น สภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้อง และพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ

<u>การวิเคราะห์คู่แข่งขัน (Competitors Analysis)</u>

การวิเคราะห์เพื่อใช้ในการวางแผนและสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ ผ่านการพิจารณาธุรกิจคู่แข่ง อาทิ กลยุทธ์ด้านการตลาดที่ใช้, การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์,
วิธีบริหารจัดการ

<u>วิธีวิเคราะห์คู่แข่งทำอย่างไร</u>

1. รู้จักคู่แข่งในตลาดธุรกิจ

ลำดับแรกจะต้องรู้จักกับคู่แข่งทุก ๆ เจ้าที่อยู่ในวงการธุรกิจของคุณ ไม่ว่าจะเจ้าเล็ก เจ้าใหญ่ รวบรวมมาให้หมด ซึ่งวิธีง่าย ๆ ในยุคนี้คือ การค้นหาข้อมูลจากอินเตอร์เน็ตเลย

2. จัดประเภทของคู่แข่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูลว่ามีคู่แข่งทั้งหมดกี่เจ้าแล้ว คราวนี้ก็จะทำการจัดประเภทของคู่แข่ง ซึ่งหลัก ๆ จะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- ประเภทคู่แข่งทางตรง หรือ Direct Competitor คือ คู่แข่งที่มีตำแหน่งการตลาดใกล้เคียงกันหรืออยู่ในกลุ่มเดียวกับธุรกิจเลย เช่น ประเภทสินค้า, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย
- ประเภทคู่แข่งทางอ้อม หรือ Indirect Competitor คือ คู่แข่งที่วางตำแหน่งการตลาดคนละกลุ่มกับธุรกิจ อาทิ ราคาสูง-ต่ำกว่า, ใช้ช่องทางการขายคนละแบบ แต่อาจมีบางอย่างที่ใกล้เคียงหรือเหมือนกับธุรกิจ เช่น ประเภทสินค้า

3. วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ของคู่แข่งขัน

เมื่อแยกประเภทของคู่แข่งออกมาได้แล้ว ให้เน้นย้ำไปที่คู่แข่งทางตรงก่อน เพราะถือเป็นสิ่งที่ธุรกิจจะต้องพบเจอบ่อยที่สุด แล้วจัดการวิเคราะห์ข้อมูลของคู่แข่งเจ้าหลัก ๆ ออกมาให้มากที่สุด โดยเฉพาะข้อมูลเหล่านี้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ เช่น โปรโมชั่น, การขายราคาส่ง, ขายแบบยกแพ็ค, ฯลฯ

กลุ่มลูกค้าที่คู่แข่งขันพุ่งเป้าเป็นกลุ่มหลัก อายุ, เพศ, ความสามารถในการตัดสินใจซื้อ, รายได้, ที่อยู่อาศัย ฯลฯ

4. วิเคราะห์ธุรกิจตนเอง

การวิเคราะห์ธุรกิจตนเองเพื่อการมองเห็นอย่างชัดเจนว่า มีตรงไหนที่เราเหนือกว่า และส่วนไหนที่ยังด้อยคุณภาพ เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง วิธีวิเคราะห์ธุรกิจแบบง่ายที่สุดคือการเลือกใช้ SWOT Analysis

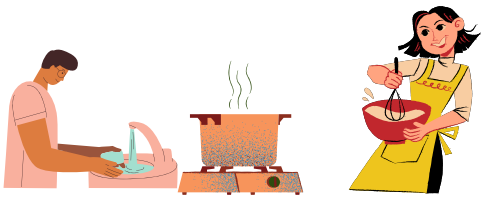
สูตรการทำข้าวเกรียบเห็ด

ส่วนประกอบ

- เห็ดต้มสุก 150 กรัม
- แป้งมันสำปะหลัง 300 กรัม
- แป้งสาลีอเนกประสงค์ 60 กรัม
- เกลือ 5 กรัม
- พริกไทยป่น 5 กรัม
- ผงปรุงรส 15 กรัม
- น้ำเดือด 100 มิลลิลิตร

ขั้นตอนการทำ

1. ล้างเห็ดให้สะอาดแช่น้ำให้นิ่ม จากนั้นนำเห็ดต้มให้สุก แล้วนำเห็ดที่ต้มสุกไปสับหรือบดละเอียด เทใส่อ่างผสม



2. ผสมแป้งมันสำปะหลัง เกลือ พริกไทย และเห็ดบดละเอียด คนให้เข้ากันจากนั้นเทน้ำเดือดลงไปนวดให้เข้ากันอีกครั้ง



3. ปั้นแป้งโดว์ให้เป็นแท่งยาว แล้วห่อด้วยพลาสติกแรปให้แน่น และนำไปนึ่งให้สุกแล้วพักให้เย็น



4. เก็บไว้ในตู้เย็น 1 คืน ให้แป้งอยู่ตัว นำออกมาหั่นเป็นแผ่นบางตากให้แห้งสนิท





5. เมื่อแห้งแล้วนำไปทอดในไฟกลางค่อนข้างอ่อน ทอดน้ำมันมากใส่ข้าวเกรียบทีละน้อย ช้อนข้าวเกรียบตลอดเวลา รอให้ข้าวเกรียบพองเสมอกัน ตักขึ้นพักให้สะเด็ดน้ำมัน





6. พักให้เย็นก่อนแล้วค่อยบรรจุ ถ้าข้าวเกรียบยังร้อนเวลาเก็บไปแล้วจะนิ่มไม่น่ารับประทาน



บรรณานุกรม

Tiger.”การตลาดเบื้องต้น คู่มือง่ายๆ สำหรับมือใหม่”. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2564, https://thaiwinner.com/marketing-basics/

Vkplastic. “บรรจุภัณฑ์”. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2564, https://www.vkplastic.com/

customerop. “ข้อมูลที่ฉลากสินค้าที่ดีต้องมี”. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564,https://www.opp.co.th/post-1/knowledge-label

ประวัติคณะผู้จัดทำ

1. ชื่อ-สกุล นางสาวจรรยพร อำขำ
สังกัด / หน่วยงาน : สาขาวิศวกรรมกระบวนการอาหาร
คณะวิศวกรรมศาสตร์
การศึกษา : ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
E-mail : janyaporn.fe@gmail.com



2.ชื่อ-สกุล นางสาวณัฐธิดา ลำธาร
สังกัด / หน่วยงาน : สาขาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
การศึกษา : ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
E-mail : aom2810@gmail.com



3.ชื่อ-สกุล นางสาวชลธิชา ทาคำฟู
สังกัด / หน่วยงาน : คณะนิติศาสตร์
การศึกษา : ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
E-mail : chonticha44010@gmail.com

