



ธุรกิจจำลอง
“บราวนี่มันม่วง”

ผู้จัดทำ

นางสาวนรินทร์ หาญประโคน รหัสนักศึกษา 590112356022
นางสาวมะลิวัลย์ ไชยะโต รหัสนักศึกษา 590112356030
นางสาววรปัท ปาลีประโคน รหัสนักศึกษา 590112356036
นายเกียรติศักดิ์ เลิศยะโส รหัสนักศึกษา 590112356151

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นลินทิพย์ พิมพ์กัณฑ์

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาธุรกิจจำลอง
สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
ปีการศึกษา 2562



ธุรกิจจำลอง
“บราวนี่มันม่วง”

ผู้จัดทำ

นางสาวนรินทร์ หาญประโคน รหัสนักศึกษา 590112356022

นางสาวมะลิวัลย์ ไชยะโต รหัสนักศึกษา 590112356030

นางสาววรภัท ปลืประโคน รหัสนักศึกษา 590112356036

นายเกียรติศักดิ์ เติศยะโส รหัสนักศึกษา 590112356151

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นลินทิพย์ พิมพ์กัต

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาธุรกิจจำลอง

สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ

ปีการศึกษา 2562



☎ 0881063760

📘 บราวน์ธัญพืช

🗨️ saisai2540-

ชื่อธุรกิจ บราวน์มันม่วง

ที่อยู่ 529/35 ถ.จิระนคร ต.ในเมือง อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000

หมายเลขโทรศัพท์ 088-106-3760

E-mail Address worapatpleeprakhon@gmail.com

Pages/ Id line. Saisai2540-

คำนำ

รายงานเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาธุรกิจจำลองเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ขนมอบรวานี่มันม่วง มีเนื้อหาเกี่ยวกับบทสรุปผู้บริหาร การเตรียมการแผนกลยุทธ์ แผนการปฏิบัติงาน การปฏิบัติการธุรกิจจำลอง และการประมวลผลความรู้ เป็นต้น คณะผู้จัดทำขอขอบคุณ อาจารย์ประจำวิชาผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นลินทิพย์ พิมพ์กลัด เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และคณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านไม่มากนักน้อย หากมีข้อผิดพลาดประการใดก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

สมาชิกกลุ่ม บรวานี่มันม่วง

สารบัญ

	หน้า
1. บทสรุปผู้บริหาร.....	1
2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	3
3. ความเป็นมาของธุรกิจ.....	4
3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ.....	4
3.2 สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจ.....	5
4. สินค้า.....	6
4.1 รายละเอียดสินค้า.....	6
5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	7
5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด.....	7
5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด.....	8
5.3 แนวโน้มทางการตลาด.....	9
5.4 ตลาดเป้าหมาย.....	9
5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า.....	9
5.6 สภาพการแข่งขัน.....	9
5.7 คู่แข่งขัน.....	9
5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	10
5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis.....	11
5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	11
5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	11
6. แผนการบริหารจัดการ.....	13
6.1 ข้อมูลธุรกิจ.....	13
6.2 ราชนามคณะกรรมการดำเนินงาน.....	13
6.3 ประวัติของคณะกรรมการดำเนินงาน.....	14
6.4 แผนผังองค์กร.....	14
6.5 วิสัยทัศน์.....	15
6.6 พันธกิจ.....	15
6.7 เป้าหมายทางธุรกิจ.....	15
6.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	15
6.9 นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือเงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์.....	15

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
7. แผนการตลาด.....	16
7.1 เป้าหมายทางการตลาด.....	16
7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	16
7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด.....	16
7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์.....	16
7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา.....	17
7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย.....	17
7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด.....	17
7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด.....	17
8. แผนการผลิต.....	18
8.1 วัสดุ/อุปกรณ์ที่การทำขนม.....	18
8.2 สูตร(ส่วนผสม).....	18
8.3 การคำนวณต้นทุนการผลิต.....	21
9. แผนการขายสินค้า.....	22
9.1 สถานประกอบการในการขายสินค้า.....	22
9.2 อุปกรณ์ เครื่องมือ ของตกแต่ง ในการขายสินค้า.....	25
9.3 ข้อมูลการขายสินค้า.....	27
9.4 ขั้นตอนการขายสินค้า.....	29
9.5 แผนผังกระบวนการขายสินค้า.....	30
10. แผนการเงิน.....	31
10.1 ประมาณการในการลงทุน.....	31
10.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน.....	31
10.3 ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า.....	32
10.4 รายการทางบัญชี.....	32
10.5 รายการทางการเงิน.....	39
10.6 งบกำไรขาดทุน.....	40
10.7 งบดุล.....	40
10.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	41

สารบัญ(ต่อ)

11.	แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	42
	ภาคผนวก.....	43
	ภาพประกอบการดำเนินงาน (รายสัปดาห์).....	43
	ผลการเรียนรู้โดยภาพรวม.....	49
	ผลการเรียนรู้รายบุคคล	54
	เอกสารรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง.....	55

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ.....	1
ตารางที่ 2 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	10
ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	11
ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	12
ตารางที่ 5 ราชานามคณะกรรมการดำเนินงาน.....	13
ตารางที่ 6 การคำนวณต้นทุนการผลิต.....	21
ตารางที่ 7 การขายออฟไลน์.....	25
ตารางที่ 8 การขายออฟไลน์.....	26
ตารางที่ 9 ข้อมูลการขายสินค้า.....	27
ตารางที่ 10 ประมาณการในการลงทุนทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน.....	31
ตารางที่ 11 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน.....	31
ตารางที่ 12 ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า.....	32
ตารางที่ 13 รายการทางบัญชี.....	33
ตารางที่ 14 งบกำไรขาดทุน.....	40
ตารางที่ 15 งบดุล.....	40
ตารางที่ 16 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	41
ตารางที่ 17 แผนฉุกเฉินและแผนประเมินความเสี่ยง.....	42

สารบัญภาพ

รูปภาพ	หน้า
รูปภาพที่ 1 ภาพถ่ายสินค้า.....	6
รูปภาพที่ 2 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์.....	16
รูปภาพที่ 3 วิธีการทำ.....	19
รูปภาพที่ 4 วิธีการทำ.....	19
รูปภาพที่ 5 วิธีการทำ.....	19
รูปภาพที่ 6 วิธีการทำ.....	20
รูปภาพที่ 7 วิธีการทำ.....	20
รูปภาพที่ 8 วิธีการทำ.....	20
รูปภาพที่ 9 สถานประกอบการในการขายสินค้า.....	22
รูปภาพที่ 10 ภาพถ่ายการขายออฟไลน์.....	23
รูปภาพที่ 11 ภาพถ่ายการขายออฟไลน์.....	24
รูปภาพที่ 12 ภาพถ่ายการขายออฟไลน์.....	24
รูปภาพที่ 13 รายการทางการเงิน.....	39
รูปภาพที่ 14 ภาพการดำเนินงาน(รายสัปดาห์).....	43
รูปภาพที่ 15 ภาพการดำเนินงาน(รายสัปดาห์)	43
รูปภาพที่ 16 ภาพการดำเนินงาน(รายสัปดาห์).....	44
รูปภาพที่ 17.ภาพการดำเนินงาน(รายสัปดาห์).....	44
รูปภาพที่ 18 ภาพการดำเนินงาน(รายสัปดาห์).....	45
รูปภาพที่ 19 ภาพการดำเนินงาน(รายสัปดาห์).....	45
รูปภาพที่ 20 ภาพการดำเนินงาน(รายสัปดาห์).....	46
รูปภาพที่ 21 ภาพการดำเนินงาน (รายสัปดาห์).....	47
รูปภาพที่ 22 ภาพการดำเนินงาน (รายสัปดาห์)	48
รูปภาพที่ 23 ภาพรายงานความก้าวหน้า	55
รูปภาพที่ 24 ภาพรายงานความก้าวหน้า.....	56
รูปภาพที่ 25 ภาพรายงานความก้าวหน้า.....	57

รูปภาพที่ 26 ภาพรายงานความก้าวหน้า	58
กราฟ	
กราฟที่ 1 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด.....	8
กราฟที่ 2 กราฟแสดงยอดขายเป้าหมาย	32
แผนผัง	
แผนผังที่ 1 แผนผังองค์กร	14
แผนผังที่ 2 แผนผังกระบวนการผลิต.....	30

บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจขนมบราวนี่มันม่วง เป็นธุรกิจประเภทเบเกอรี่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจเบเกอรี่นับเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ได้รับการสนับสนุนและมีผู้ให้ความสนใจการประกอบธุรกิจประเภทนี้เพิ่มขึ้นดังจะเห็นได้จากจำนวนตราสินค้าที่มีอยู่หลากหลายในธุรกิจเบเกอรี่ทั้งที่เป็นตราสินค้าของผู้ผลิตคนไทยและตราสินค้าที่ได้รับ ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ จากสภาพสังคมในปัจจุบันนั้นผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและกว้างขวาง โดยสามารถหาซื้อรับประทานเป็นของขวัญของฝากได้ในทุกๆภาค ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สามารถรับประทานแทนอาหารมื้อเช้าหรือเป็นอาหารว่างได้เป็นอย่างดีนอกจากนี้ด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดใจ และสวยงามสะดุดตา รวมทั้งรสชาติที่ได้รับการพัฒนา ทำให้ธุรกิจเบเกอรี่เป็นธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่มีความนิยมจากผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย

สถานที่ทำการผลิต ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 529/35 ถ.จิระนคร ซ.6 ตำบลในเมือง อำเภอเมืองบุรีรัมย์จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 การดำเนินรูปแบบนั้นเป็นร้านที่ผลิตเพียงอย่างเดียว เนื่องจากเราขายตามการสั่งซื้อ Order

ขนมบราวนี่มันม่วงมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยทำงานตั้งแต่ 25-40 ปี ที่ใส่ใจและรักสุขภาพ กลุ่มวัยรุ่น เช่น นักเรียน, นักศึกษา และบุคคลทั่วไป แนวคิด เป็นขนมบราวนี่มันม่วงที่ใส่น้ำตาลน้อยใช้ความหวานจากมันม่วงที่มีประโยชน์มากมาจากคุณค่าของมันม่วงที่สร้างความโดดเด่นในเรื่องของการรักษาโรคได้ เช่น ช่วยชะลอความแก่และความร่วงโรย ช่วยลดเซลล์มะเร็ง ช่วยลดอาการท้องร่วง และบำรุงสายตา เป็นต้น ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยขนมเราจะมีแบบนุ่มและแบบกรอบ พร้อมตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ซึ่งเรามีความตั้งใจที่จะพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและความสามารถในการทำกำไรธุรกิจสามารถสร้างกำไรจากการดำเนินงานภายในระยะเวลา 11 สัปดาห์ ทำอัตรากำไรได้มากกว่า 76.56% จึงเป็นปัจจัยที่ดีในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจขนมบราวนี่มันม่วง เลือกใช้กลยุทธ์ในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่สร้างความแตกต่างแบบไม่ซ้ำใคร สร้างความแปลกใหม่ของสินค้าเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้น โดยมุ่งตลาดเฉพาะส่วนและกลุ่มนักเรียน, นักศึกษา และคนวัยทำงาน โดยการพัฒนารสชาติและรูปแบบสินค้า ความต้องการของลูกค้าและรักษาลูกค้ากลุ่มเดิมและขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ ขยายธุรกิจด้วยการสร้างพันธมิตรทางการค้าเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายด้วย และการฝากขายหน้าร้านกาแฟ การกำหนดราคาขาย จะราคาถูกกว่าร้านเบเกอรี่ที่จำหน่าย ที่บุคคลทั่วไปสามารถซื้อรับประทานได้แต่ความแตกต่างที่ผู้บริโภคจะได้รับคือ ได้สินค้าสดใหม่และคุณค่าที่ได้รับ การกำหนดราคาของเรามีหลากหลายราคาให้เลือก คือ แบบนุ่มจะมี 1 ชิ้น 20บาท และ 4 ชิ้น 40บาท และแบบกรอบ ห่อละ 35 บาท เพื่อให้มีตัวเลือกให้กับผู้บริโภคและรู้สึกว่าคุณค่าสินค้ามีราคาไม่แพง ธุรกิจขนมบราวนี่มันม่วง มีการลงทุนโดยใช้งบประมาณ 2,400 บาท รายได้ทั้ง 11 สัปดาห์ โดยสัปดาห์ที่ 1-5แรกเป้าหมายคือ 8,650 บาท จากการวิเคราะห์ในการขายมียอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย ซึ่งยังไม่เป็นไปตามที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้ สัปดาห์ที่ 6-11เป้าหมายคือ 15,470 บาท จากการวิเคราะห์ในการขายมียอดขายสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ และมีการจัดการกระบวนการทำงานตามที่ได้มีการวางแผนในการลงมือปฏิบัติงานตามแผนที่กำหนด จึงประสบผลสำเร็จ จึงนำ

ประสบการณ์ในการทำงานมาปรับในการทำงานครั้งต่อไป จึงทำให้ออขายเพิ่มขึ้น และทำให้ธุรกิจขนมบราวนี่มันม่วง มีการเติบโตในตลาดออนไลน์มากขึ้นในอนาคต

ด้วยเหตุนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนกลุ่มนี้เราจึงจัดทำธุรกิจขนมบราวนี่มันม่วง และได้ นำวางจัดจำหน่ายทั้งหน้าร้านในจังหวัดบุรีรัมย์ และออนไลน์ โดยมีบริการจัดส่งไปรษณีย์ และ Kerry ให้ ตรงตามความต้องการของลูกค้า และเป็นแนวทางในการเลือกซื้ออย่างหลากหลายสำหรับลูกค้า การจัดวาง ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของขนมบราวนี่มันม่วง มุ่งเน้นจัดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพราคาถูก โดยจัดจำหน่าย ขนมบราวนี่มันม่วง ที่ร้าน @4 ตำบลบ้านบัว อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์, ร้านตรูทม บ้านตะแบก ตำบลจัน ดุม อำเภอพลับพลาชัย จังหวัดบุรีรัมย์, ร้านกาแฟLibrary chill ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัด บุรีรัมย์

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

- 2.1 เพื่อศึกษาสรรพคุณของมันม่วง
- 2.2 เพื่อสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
- 2.3 เพื่อให้ธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้า และพัฒนาให้เติบโตอย่างสูงสุด
- 2.4 เพื่อแสวงหากำไรจากธุรกิจและสร้างยอดขายให้ได้กำไร

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ/ผู้เริ่มกิจการ

เริ่มต้นจากการเรียนรายวิชาธุรกิจจำลอง เป็นรายวิชาที่ให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์ทางธุรกิจ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการสร้างสรรค์ขนมที่แปลกใหม่ เพื่อให้เป็นที่ถูกใจของลูกค้า จึงเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจบราวนี่มันม่วงขึ้นมา ธุรกิจบราวนี่มันม่วงจึงมีการจัดตั้งเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2562 มีการรวมกลุ่ม ในกลุ่มมีสมาชิก 4 คน คือ 1.นางสาวรินทร หาญประโคน 2.นางสาวมะลิวัลย์ ไชยะโต 3.นางสาวรพีท พลีประ โคน 4.นายเกียรติศักดิ์ เลิศยะโส ได้มีแนวคิดที่จะทำธุรกิจ เพื่อที่จะแสวงหากำไรในธุรกิจ จึงได้มีการคิดและทดลองนำมันม่วงที่มีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาแปรรูปเพื่อเพิ่มรายได้และกำไร ให้กับผลิตภัณฑ์และชุมชน และต้องการที่จะหาช่องทางทางการตลาดเพื่อกระจายสินค้าให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

ธุรกิจขนมบราวนี่มันม่วง ได้เกิดขึ้นโดยเริ่มจากที่เราเริ่มหาไอเดียสร้าง Product ของเราก่อนอื่นเราก็ต้องรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราคืออะไร หรือมีอะไรที่คนต้องการ อาจจะหาจากสิ่งที่เรามีความรู้มาก่อนหรือว่าลองเป็นผลิตภัณฑ์ที่เราอยากทำมาตลอด จนเราได้คิดค้นนำเอามันม่วงที่มีอยู่ในชุมชน และมีประโยชน์ต่อร่างกายมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า เพื่อที่จะสร้างกำไรและตัวผลิตภัณฑ์ และต้องการให้ขนมเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และเริ่มทำการวางแผนการตลาดว่าเราจะต้องดำเนินการต่ออย่างไรให้มันเกิดเป็นระบบ

โดยการเขียนแผนธุรกิจเพื่อให้เรารู้ว่าขั้นตอนต่อไปที่ต้องทำคืออะไรกำหนดเป้าหมายกำหนดยอดขายของธุรกิจ เพื่อให้เราสามารถเตรียมความพร้อมและดำเนินงานได้อย่างง่ายดายยิ่งขึ้น

การเปลี่ยนแปลงของกิจการ

1. ปรับปรุงการทำงานของธุรกิจภายในให้ดีขึ้นกว่าเดิม โดยเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพ ลดต้นทุน เพิ่มผลิตภาพ เป็นการปรับตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป ธุรกิจจะเน้นคุณภาพ และลดต้นทุนการผลิต ให้มีต้นทุนต่ำ ผลิตได้อย่างมีคุณภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหาภาคปฏิบัติการ และเน้นผลิตภาพที่นำไปสู่การลดต้นทุนน้อยที่สุด แก้ไขนำไปทำซ้ำและแก้ไขให้ดีขึ้นกว่าเดิม

2. ปรับปรุงสูตร เพิ่มผลกำไร การปรับปรุงสูตรขนมนี้ เราสามารถรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ได้ ด้วยสูตรขนมที่มีความยืดหยุ่นตอบสนองได้อย่างรวดเร็วเมื่อเกิดการขาดแคลนทรัพยากร บริหารจัดการการจัดซื้อวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของตลาด รวมถึงความสามารถในการควบคุมปัญหาวัตถุดิบและการบริหารจัดการวัตถุดิบได้

ความสำเร็จ / อุปสรรคที่ผ่านมา

การดำเนินงานธุรกิจในตอนแรก ได้นำขนมมาลองทำและให้ชิม ต่อมาได้มีการจัดจำหน่าย แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดและกลุ่มผู้บริโภคมากนัก ทำให้สินค้านั้นยอดขายยังไม่ได้ตามเป้าที่วางไว้ จึงได้คิดหากลยุทธ์ต่างๆ ในการขายสินค้า และมีการสร้างเพจโปรโมทสินค้า ทำให้ลูกค้าเริ่มรู้จัก และมีการพูดปากต่อปาก ทำให้ขนมเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และได้ไปฝากขายกับร้านกาแฟที่คิดเอาไว้ ทำให้ยอดขายนั้นเพิ่มขึ้น และสร้างกำไรทำให้เป็นที่น่าภูมิใจให้กับธุรกิจ

3.2 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ

รายการ	รอบการดำเนินงาน (ระยะเวลา5สัปดาห์)	รอบการดำเนินที่ผ่านมา (ระยะเวลา11สัปดาห์)
ยอดขายได้	8,650	24,120
กำไรสุทธิ	5,962.04	18,467.04
สินทรัพย์รวม	8,362.04	20,867.04
หนี้สินรวม	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	8,362.04	20,867.04

(ตารางที่ 1 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ)

4. สินค้า

4.1 รายละเอียดสินค้า

ชื่อสินค้า : ขนมอบราวนี่มันม่วง

รสชาติสินค้า : มันม่วง

ส่วนผสมสินค้า : มันม่วง วินเนอร์วานิลลา เนยจืด แป้งอเนกประสงค์ น้ำตาล ไข่ เกลือ

ราคา : คือ แบบนุ่มจะมี 1 ชิ้น 20บาท และ 4ชิ้น 40บาท และแบบกรอบ
แบบกรอบ ห่อละ 35 บาท

ธุรกิจขนมอบราวนี่มันม่วงนั้นเป็นขนมที่ทำสดใหม่ และวัตถุดิบยังหาได้จากชุมชน ซึ่งเรานั้นได้นำมันม่วงมาตัดแปลงเป็นขนมอบราวนี่มันม่วง เพราะมันม่วงนั้นยังมีประโยชน์มากมาย และยังสามารถรักษาโรคได้ เช่น ช่วยชะลอความแก่และความร่วงโรย ช่วยลดอาการท้องร่วง ช่วยลดเซลล์มะเร็ง เป็นต้น เรานำมาผลิตเป็นขนมอบราวนี่แบบนุ่ม และแบบกรอบ และมีแพ็คเกจจิ้งให้ดูน่าสนใจและน่าซื้อมากขึ้น ซึ่งสินค้าทั้งสองแบบของเรานั้นมีรายละเอียดของสินค้าที่แตกต่างกัน ดังนี้

ภาพถ่ายสินค้า

แบบนุ่ม



แบบกรอบ



(รูปภาพที่ 1 ภาพถ่ายสินค้า)

5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

สภาวะอุตสาหกรรม

ขนมหวานเป็นหนึ่งในกลุ่มอาหารในภาชนะบรรจุที่มี แนวโน้มเติบโตดี ในปี 2557 ที่ผ่านมามูลค่าตลาด โลกวัดผ่านการจำหน่ายที่ร้านค้าปลีกสูงถึง 488 พัน ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นอันดับที่ 5 ของยอดขายอาหารในภาชนะบรรจุ ขนมหวานถือเป็นสินค้า กลุ่มที่มีกำไรค่อนข้างสูง เป็นที่สนใจของบริษัทผู้ผลิตอาหารที่จะเพิ่มผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดต่อเนื่อง จากรายงานการสำรวจข้อมูลของ Euromonitor International พบว่าประเทศ อิน โดนีเซียเป็นประเทศที่มีการบริโภคสแน็คมีความถี่มากที่สุดในโลก มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ ขณะที่ประเทศญี่ปุ่น มีการบริโภคด้วยความถี่น้อย ที่สุดคือ น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ การบริโภคนั้นมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นใน ปัจจุบัน ได้กลายมาเป็นการบริโภคทดแทนอาหาร ผู้ผลิตให้ความสำคัญในการเพิ่มคุณค่าของ สารอาหารและโภชนาการเข้าไปในผลิตภัณฑ์ของตน เช่น ไฟเบอร์ หรือ ธัญพืชขนานาชนิด ซึ่งทำให้ ตลาดมีโอกาสขยายตัวเป็นผลิตภัณฑ์ทดแทนขนมปังได้ในอนาคต ขนมหวานมีส่วนยอดขายประมาณร้อยละ 21 ของมูลค่าการค้าอาหารในภาชนะบรรจุ โดยกลุ่มที่มียอดขายมากที่สุด ได้แก่ ขนมหวานจากน้ำตาล (sugar confectionaries) มี ส่วนถึงร้อยละ 41 ของยอดขาย

สภาวะตลาด

ในการวิเคราะห์ตลาด ได้ใช้เครื่องมือปัจจัยกดดันทั้ง 5 (Five Force Model) ในการวิเคราะห์คู่แข่ง สภาพแวดล้อมการแข่งขัน เพื่อวางแผนกลยุทธ์ของกิจการและปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. การแข่งขันในอุตสาหกรรม การแข่งขันในอุตสาหกรรมในปัจจุบันพบว่าบราวนี่ในรูปแบบธรรมดาที่มีเยาะที่วางขายในตลาดวิเคราะห์จากสภาวะในการแข่งขันในอุตสาหกรรมร้านเบเกอรี่ ประเภทบราวนี่รักสุขภาพจะส่งผลกระทบต่อกิจการน้อยมากเนื่องจากกิจการของกลุ่มนั้นเจาะกลุ่มตลาดให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าจริงๆ และผลิตภัณฑ์ก็มีรูปร่างที่แปลกใหม่ยังไม่มีการจำหน่ายในบุรีรัมย์ดังนั้นส่งผลให้มีแรงกดดันในอุตสาหกรรมสูง

2. การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ อุตสาหกรรมเบเกอรี่มีจำนวนมากขึ้นในปัจจุบันทำให้การแข่งขันธุรกิจในรูปแบบเดียวกันสูงขึ้น การเปิดกิจการบราวนี่มีต้นทุนต่ำส่งผลทำให้มีแรงกดดันสูง

3. สินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์ที่จัดเป็นสินค้าทดแทนของบราวนี่มันม่วงคือ บราวนี่ถั่วแดง บราวนี่มันเทศ เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็ยังมีสินค้าอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกันคือขนมเบเกอรี่ซึ่งขนมเหล่านี้มีรสชาติคล้ายคลึงกันสามารถทดแทนให้ผู้บริโภคได้เลือกรับประทานแทนได้ ส่งผลทำให้แรงกดดันจากสินค้าทดแทนมีสูง

4.อำนาจในการต่อรองของผู้จัดจำหน่าย วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการบรายนี้น้ำมันม่วงนั้น ก็คือน้ำมันม่วงซึ่งน้ำมันม่วงนั้นจะมีช่วงขาดตลาดและมีความไม่แน่นอนของน้ำมันม่วงจึงทำให้เกิดการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ทำให้บางครั้งเผชิญกับปัญหาความไม่มั่นคงที่ของต้นทุน ส่งผลทำให้เกิดแรงกดดันสูง

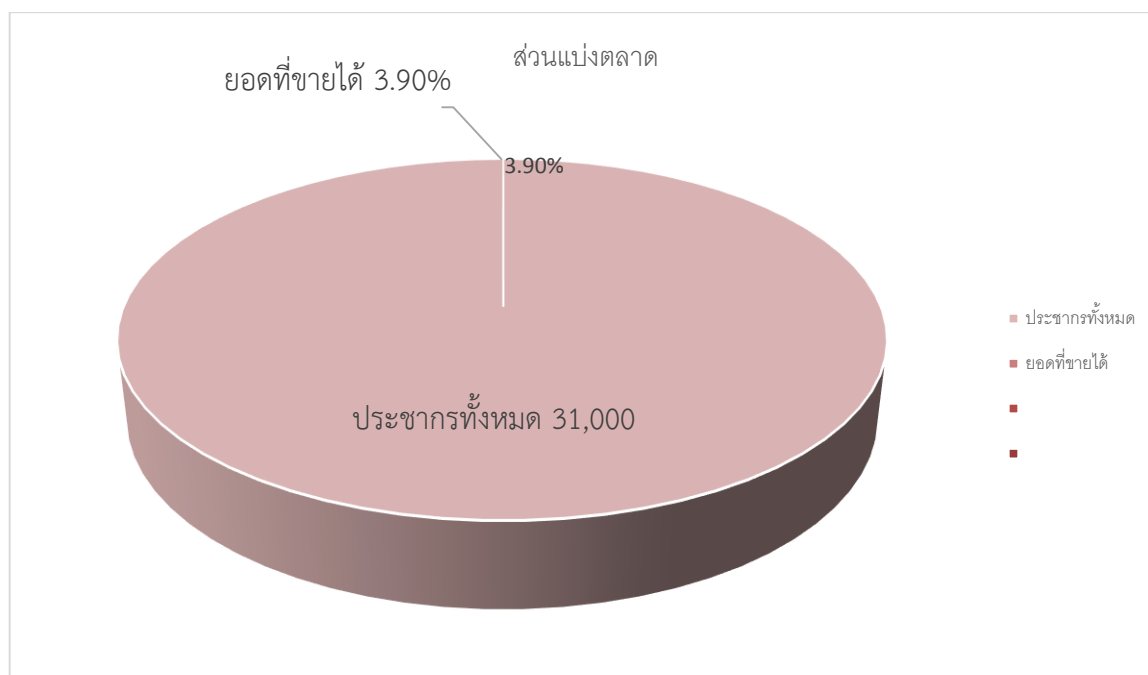
5.อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อ เนื่องจากตลาดขนมประเภทบรายนี้อยู่จำนวนมาก อีกทั้งยังมีสินค้าทดแทนอยู่อย่างหลากหลายทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกได้ ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตและจำหน่ายบรายนี้น้ำมันม่วงยังไม่สามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดมาสร้างความภักดีต่อตราสินค้าให้เกิดขึ้นกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือผู้ซื้อสามารถเลือกเปลี่ยนยี่ห้อได้ง่ายหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือลูกค้ามีทุนในการเปลี่ยนตราสินค้าที่ต่ำจึงส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองสูง

5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

การแบ่งส่วนตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน และบุคคลทั่วไปที่รักสุขภาพ โดยเน้นที่เครือข่ายออนไลน์และร้านค้าเฉพาะเจาะจง จำนวน 3 ร้าน ได้แก่ ร้าน@4 ร้านกาแฟตรูทม ร้านกาแฟLibrary chill จำนวนประชากรประมาณ 31,000 คน มูลค่าตลาดประมาณ 620,000 บาท

ส่วนแบ่งทางการตลาด



(กราฟที่ 1 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด)

5.3 แนวโน้มทางการตลาด

สำหรับแนวโน้มผลิตภัณฑ์ขนมบราวนี่มันม่วง ในอนาคตนั้นน่าจะขยายตัวได้ดีกว่าเดิม ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยทางการตลาดหลายๆปัจจัย เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและพื้นที่จำหน่ายให้กว้างขึ้นและการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าทั้งในด้านรสชาติ ขนาดบรรจุภัณฑ์ และด้านราคา เป็นต้น ประกอบกับ กระแสความใส่ใจสุขภาพของผู้บริโภคที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องจะส่งผลให้ขนมบราวนี่มันม่วงเจริญเติบโตได้ดียิ่งขึ้นโดยจะมี

1. มีการสร้างแพ็คเกจจิ้งของสินค้าอยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้ามีความสนใจสินค้าของเรามากยิ่งขึ้น
2. มีการขยายสาขาไปตามจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ
3. มีการสร้างเครือข่ายหรือสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับสินค้าอื่นๆ เพื่อให้มีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น

5.4 ตลาดเป้าหมาย

- ร้านขายของฝากและร้านกาแฟ
- กลุ่มท้องถิ่นต่างๆและในจังหวัดบุรีรัมย์

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

- กลุ่มวัยทำงานที่รักสุขภาพและนิยมกินขนมที่ไม่หวาน 25-40 ปี
- กลุ่มวัยรุ่น เช่น นักเรียน,นักศึกษา
- บุคคลทั่วไป

5.6 สภาพการแข่งขัน

ธุรกิจขนมบราวนี่มันม่วงนั้นมีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายย่อยใหม่ๆ เปิดธุรกิจในรูปแบบนี้จำนวนมาก ซึ่งใช้เงินลงทุนที่ไม่ต้องลงทุนสูงมาก ก็สามารถเปิดธุรกิจได้ ดังนั้น จึงเป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการมาก แต่ธุรกิจขนมบราวนี่มันม่วงของเรานั้นออกแบบสร้างความแตกต่างในเรื่องของแพ็คเกจจิ้งและนำมันม่วงมาเป็นวัตถุดิบหลักและรสชาติที่แปลกใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละราย จึงสามารถสร้างจุดเด่นของแต่ละร้านแตกต่างกันออกไป จึงนำมาสร้างในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้

5.7 คู่แข่งขัน

เนื่องจากขนมบราวนี่มันม่วงของเราในสมัยนี้ไม่ได้มีแค่ขนมบราวนี่อย่างเดียว จึงทำให้มีผู้แข่งขันหลายร้าน ไม่ว่าจะเป็นร้านขนมทั่วไป ร้านเบเกอรี่ ร้านขายของฝาก และตลาดออนไลน์ ซึ่งร้านต่างๆนั้นมีขนมให้เลือกหลากหลายกว่า และมีหน้าร้านเป็นของตัวเอง

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจบราวนี่มันม่วง	ร้านเบเกอร์รี่	ร้านขายของฝาก
ด้านสินค้า	ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร เพราะหน้าขนมทำมาจากมันม่วง	ยังคงใช้ลักษณะตัวสินค้าที่เป็นรูปแบบเดิม แต่มีให้เลือกหลายหน้า คือ ใช้หน้าช็อกโกแลต หน้าชาเขียว เป็นต้น	ตัวสินค้ามีคุณภาพ และมีสินค้าให้เลือกหลากหลายรูปแบบ
ด้านราคา	จำหน่ายหลายราคา เช่น ก่องเล็ก 1 ชั้น 20 บาท ก่องใหญ่ 4 ชั้น 40 บาท ห่อละ 35 บาท (3=100)	จำหน่ายราคาเดียว ก่องละ 59 บาท 2 ชั้น	จำหน่ายหลายราคา เช่น ก่องละ 22 บาท 1 ชั้น, ก่องละ 35 บาท 4 ชั้น, ก่องละ 90 บาท 6 ชั้น เป็นต้น
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-จำหน่ายทางออนไลน์ และเปิดสั่งสินค้าแบบ pre order -ตัวแทนจำหน่าย ฝากขายตามร้านของฝาก	-มีการจัดจำหน่ายหน้าร้านของตัวเอง -จัดจำหน่ายทางออนไลน์	-มีการจัดจำหน่ายหน้าร้านของตัวเอง -จัดจำหน่ายทางออนไลน์ -จำหน่ายผ่านร้านค้าต่างๆ
ด้านส่งเสริมการตลาด	-มีบริการหลังการขายให้กับลูกค้า -จัดส่งฟรีในตัวเมืองบุรีรัมย์	-มีการโฆษณาผ่านเพจออนไลน์ -มีการจัดส่งฟรี เมื่อซื้อสินค้าครบ 5 ชั้น เฉพาะในตัวเมืองบุรีรัมย์	มีการโฆษณาผ่านเพจออนไลน์

(ตารางที่ 2 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง)

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	สมาชิกภายในกลุ่มมีการทำงานเป็นทีมและแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน	ขั้นตอนเวลาในการผลิตใช้ระยะเวลาเวลานาน ส่งผลให้การผลิตล่าช้าในการผลิตไม่ได้ตามเป้าที่วางไว้
ด้านการตลาด	สินค้าอยู่ได้ไม่นาน ส่งผลทำให้สินค้ามีความเสียหายน้อย	การผลิตสินค้าต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตที่นาน ทำให้เกิดความล่าช้าในการผลิตสินค้าจำนวนมากๆ
ด้านการบริการ	การบริการรับส่งสินค้าและมีบริการดูแลหลังการขาย	การผลิตสินค้าในแต่ละครั้งใช้เวลานานในการผลิต ทำให้การดูแลลูกค้าหลังการขายไม่ทั่วถึง
ด้านการเงิน	วัตถุดิบมีราคาต่ำ ทำให้ต้นทุนในการซื้อสินค้าต่ำ	การซื้อวัตถุดิบจากหลายๆร้านเพื่อมาเปรียบเทียบราคา ทำให้เสียต้นทุนในการซื้อสินค้ามาก

(ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน)

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	คนไทยส่วนใหญ่จะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ชอบกินขนมหวานเป็นของทานเล่น ส่งผลทำให้ขนมของเราเป็นตัวเลือกหนึ่งของกลุ่มลูกค้า	คู่แข่งชั้นมีจำนวนมาก ส่งผลทำให้ยอดขายลดลง
สถานการณ์การแข่งขัน	ในบุรีรัมย์ยังไม่มีบราวนี่มันม่วง ทำให้ลูกค้าอยากลองสินค้าที่มันแปลกใหม่	การขายสินค้าประเภทขนมหวานมีมากขึ้น ทำให้มีการแข่งขันกันสูง

<p>สังคม</p>	<p>สังคมส่วนใหญ่เลือกที่จะนำของหวานไปจัดงานมงคลหรือเข้าวัดทำบุญ ทำให้สินค้าของเรามีโอกาสที่จะขายได้มากขึ้น</p>	<p>สังคมในปัจจุบันมีสินค้าเปิดตัวใหม่มากมาย ส่งผลทำให้ยอดขายขนมหวานลดลง</p>
<p>เทคโนโลยี</p>	<p>เทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่งผลให้ผลิตสินค้าในจำนวนมากๆ ได้เร็วขึ้นและประหยัดเวลา</p>	<p>หากระบบเทคโนโลยีมีปัญหา ทำให้เกิดผลกระทบในการขายสินค้า</p>
<p>สภาพเศรษฐกิจ</p>	<p>รัฐบาลมีนโยบายในการที่จะส่งเสริมธุรกิจ ทำให้เป็นโอกาสที่จะมีการขยายธุรกิจเพิ่มขึ้น</p>	<p>ธุรกิจตกต่ำ ทำให้การซื้อสินค้าของคนไทยลดลง</p>
<p>กฎหมาย, ระเบียบ, ข้อบังคับ</p>	<p>เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มี อย. ส่งผลทำให้มีความปลอดภัยต่อลูกค้า</p>	<p>บรานี้มันม่วงยังไม่ได้จดทะเบียน อย. ส่งผลทำให้ลูกค้ามีความเชื่อถือน้อยลง</p>
<p>กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย</p>	<p>รู้จักร้านค้าที่ฝากขาย ทำให้สินค้าของเรากระจายตัวเพิ่มขึ้น</p>	<p>ร้านค้าที่ฝากขายมีสินค้าจำนวนมาก ทำให้ขายสินค้าได้ยาก</p>

(ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก)

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ : บรายนี่มันม่วง

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ : 529/35 ถ.จิระนคร ซ.6 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ : ธุรกิจการผลิตขนม

ทุนดำเนินงาน : 2,400 บาท

ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา : 11 สัปดาห์

6.2 รายนามคณะกรรมการดำเนินงาน

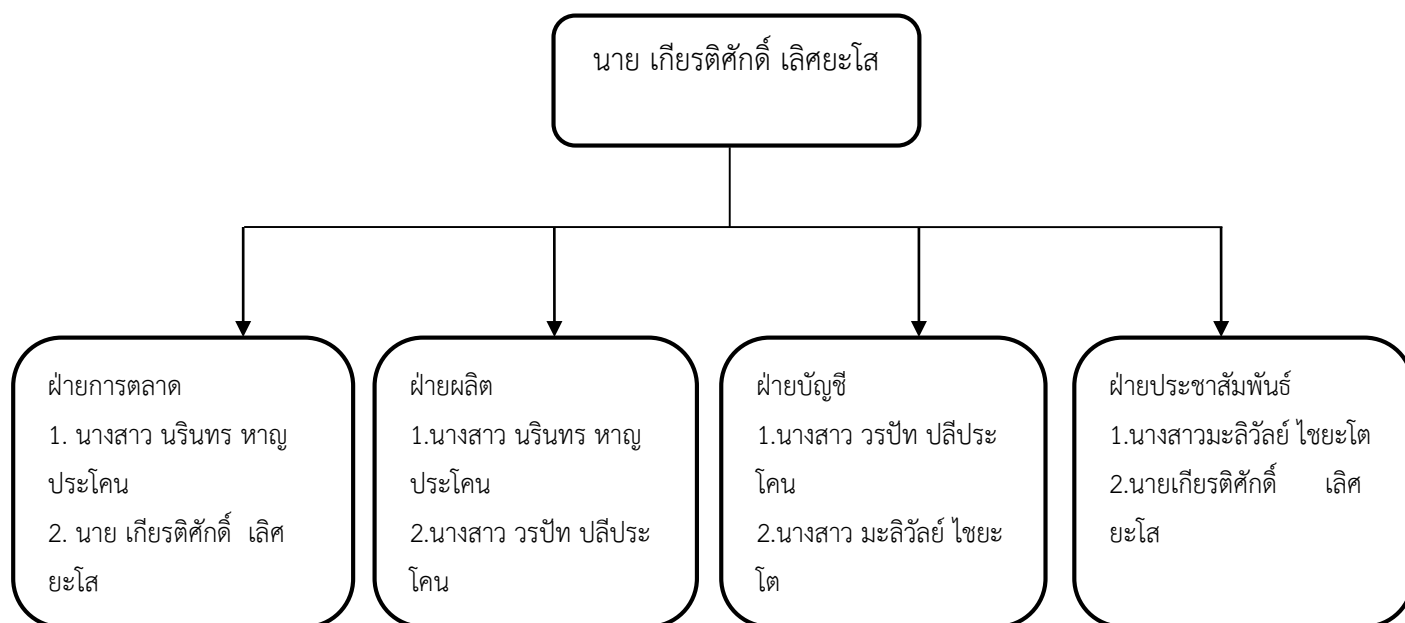
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	หน้าที่หลัก
1.	นางสาว นรินทร หาญประโคน	ฝ่ายผลิต,ฝ่ายจัดซื้อ,จัดส่งสินค้า
2.	นางสาว มะลิวัลย์ ไชยะโต	ฝ่ายบัญชี,ดูแล Page Facebook,หาช่องทางการจัดจำหน่าย
3.	นางสาว วรบัท ปติประโคน	ฝ่ายบัญชี,ฝ่ายผลิต,ฝ่ายจัดซื้อ
4.	นาย เกียรติศักดิ์ เลิศยะโส	ฝ่ายโปรโมทสินค้า,หาช่องทางการจัดจำหน่าย ,จัดส่งสินค้า,จัดส่งสินค้า

(ตารางที่ 5 รายนามคณะกรรมการดำเนินงาน)

6.3 ประวัติของคณะกรรมการดำเนินงาน

- A. ชื่อ – นามสกุล นางสาว นรินทร หาญประโคน อายุ 22 ปี
การศึกษา
ระดับ ประถมศึกษา จาก โรงเรียนบ้านโคกมะขาม ปี พ.ศ. 2552
ระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนเมืองตลุงพิทยาสรรพ์ ปี พ.ศ. 2558
- B. ชื่อ - นามสกุล นางสาว มะลิวัลย์ ไชยะโต อายุ 22 ปี
การศึกษา
ระดับ ประถมศึกษา จาก โรงเรียนวัดน้ำไหล ปี พ.ศ. 2552
ระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนนางรองพิทยาคม ปี พ.ศ. 2558
- C. ชื่อ - นามสกุล นางสาว วรปัท ปลีประโคน อายุ 22 ปี
การศึกษา
ระดับ ประถมศึกษา จาก โรงเรียนบ้านบึงภู ปี พ.ศ. 2552
ระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนเมืองตลุงพิทยาสรรพ์ปี พ.ศ. 2558
- E. ชื่อ – นามสกุล นาย เกียรติศักดิ์ เลิศยะโส อายุ 22ปี
การศึกษา
ระดับ ประถมศึกษา จาก โรงเรียนโนนกลาง ปี พ.ศ. 2552
ระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนแคนดงพิทยาคม ปี พ.ศ. 2558

6.4 แผนผังองค์กร



(แผนผังที่ 1 แผนผังองค์กร)

6.5 วิสัยทัศน์

“สร้างเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์และแพคเกจจิ้งให้ผู้บริโภคจดจำ และเพื่อเป็นที่รู้จักของผู้นำด้านขนมที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ”

6.6 พันธกิจ

1. พิถีพิถันในทุกขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ได้ขนมบราวนี่ที่มีคุณภาพ
2. กำหนดราคาให้เหมาะสมให้กับผู้บริโภค รวมถึงการสนับสนุนและส่งเสริมการขายได้ของสมาชิกในกลุ่ม
3. สร้างความประทับใจให้ลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสม่ำเสมอ

6.7 เป้าหมายทางธุรกิจ

- | | |
|------------------|---|
| เป้าหมายระยะสั้น | 1. บราวนี่มันม่วงจะทำยอดขายใน 5 สัปดาห์แรกให้ได้ 8,000 บาท |
| เป้าหมายระยะกลาง | 1. ประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะเข้าถึงได้ง่าย
2. สร้างเพจ facebook เพื่อเป็นจุดศูนย์กลางในการเสริมการขายการโฆษณา รีวิวผ่านผู้ที่เคยบริโภคเพื่อให้ลูกค้าคนใหม่เชื่อใจในสินค้าของเราและรู้จักมากขึ้น |
| เป้าหมายระยะยาว | 1. พัฒนาขนมบราวนี่มันม่วง เพื่อขยายสินค้าไปตามร้านเบเกอรี่และร้าน café ทั้งในพื้นที่ในเมืองบุรีรัมย์และต่างจังหวัดต่างๆ |

6.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. วัตถุประสงค์ได้จากภายในชุมชน ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ
2. การสร้างตลาดออนไลน์เพื่อเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น จึงทำให้มีการขายสินค้าโดยการสร้างเพจ facebook เพื่อเพื่อยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น
3. การสร้างความพึงพอใจและสร้างความสัมพันธ์แก่ลูกค้า โดยการใส่ใจและดูแลลูกค้า ที่มาคอมเมนต์สินค้าของเราจากเพจ Facebook เพื่อนำสินค้าไปปรับปรุงและพัฒนาต่อ ยอดต่อไป

6.9 นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือการแบ่งผลประโยชน์

พิจารณาการจ่ายเงินปันผล เราคำนึงถึงผลประโยชน์และผลตอบแทนของสมาชิกกลุ่ม ได้พิจารณาจากงบการเงินรวม

การจ่ายเงินปันผลเราได้แบ่งการปันผลตามจำนวนยอดขายทั้งหมดมาแบ่งกันเมื่อเห็นว่ากิจการมีกำไรพอสมควรที่จะแบ่งให้สมาชิกในกลุ่ม โดยรายได้ทั้งหมดที่หักค่าใช้จ่ายทั้งหมดจะเป็นเงิน 20,100.04 บาท และได้นำมาแบ่งให้เท่าๆกัน ได้คนละ 5,025 บาท

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค
2. สร้างยอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้
3. สร้างแพคเกจจิ้งของสินค้าให้เก๋กับกลุ่มเป้าหมาย

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มลูกค้าวัยทำงานที่ใส่ใจและรักสุขภาพ 25-40 ปี
2. กลุ่มวัยรุ่น เช่น นักเรียน, นักศึกษา
3. กลุ่มบุคคลทั่วไป

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

1. กลยุทธ์การโฆษณา โดยการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์
2. กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ มีการติดต่อกับร้านที่เราต้องการจะขายส่ง พร้อมมีเอกสารข้อมูลในการขาย
3. การส่งเสริมการขาย มีการดูแลหลังจากที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าและได้คอมเม้นมาทางเพจ Facebook เราจึงนำสินค้าไปปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

-เอกลักษณ์ของบราวนี่มันม่วง โดยมีจุดเด่นทางวัตถุดิบหลักคือการนำมันม่วงมาแปรรูป และคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เช่นมีการนำเอาลูกเกดและอัลมอนด์มาตกแต่งบนหน้าบราวนี่มันม่วง

- บราวนี่มันม่วงของเราเป็นสินค้าที่ไม่หวาน และมันม่วงยังมีคุณประโยชน์ช่วยชะลอความแก่และความความร่วงโรย และบำรุงสายตา และลูกเกดช่วยบำรุงกระดูกส่วนอัลมอนด์นั้นยังช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระเมื่อลูกค้าได้รับประทานแล้ว จะรู้สึกถึงความอร่อย และมีความหอมของกลิ่นมันม่วงและประโยชน์ต่างๆที่ได้รับ ที่ไม่เหมือนบราวนี่ทั่วไป

-จัดทำบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น ทันสมัย สามารถเปิดทานได้ง่ายและดึงดูดผู้บริโภค

ยิ่งขึ้น



(รูปภาพที่ 2 รูปภาพผลิตภัณฑ์)

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

1. กำหนดราคาที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ โดยจำหน่ายแบบกล่องละ 20 และ 40 บาท และแบบห่อ ห่อละ 35 บาท
2. จำหน่ายในราคาขายส่งให้กับตัวแทนที่สนใจนำสินค้าไปวางขายหน้าร้าน ในราคาแบบแบบกล่อง 35 บาท และแบบห่อ ห่อละ 25 บาท
3. จัดโปรโมชั่นซื้อ 3 ห่อ ราคา 100 บาท

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. เพิ่มการโฆษณา การจำหน่ายผ่าน Facebook เพจ บรวาณีรัฐพีช เนื่องจากสามารถ จะสามารถติดต่อสอบถามกลุ่มประกอบการได้โดยตรง
2. แนะนำสินค้าผ่านลูกค้ารายเก่าโดยการโฆษณาผ่านปากต่อปาก
3. มีการนำสินค้าไปฝากขายกับร้านกาแฟหรือร้านเบเกอรี่ เพื่อเพิ่มช่องทางการขายให้มากขึ้น

7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

1. นำสินค้าที่ทำให้ลูกค้าหรือคนรู้จักได้ลองชิม
2. ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
3. มีบริการจัดส่งฟรี เมื่อสั่ง 5 กล่อง ขึ้นไป เฉพาะในตัวเมืองบุรีรัมย์

7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

กิจกรรมทางการตลาด เป็นช่องทางที่จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสินค้ากับลูกค้าเอาไว้ เพื่อให้เกิดความเหนียวแน่นมากยิ่งขึ้น ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้สัมผัสกับสินค้าและบริการมากขึ้น อีกทั้งสร้างการจดจำเพื่อเป็นการพัฒนาสินค้าต่อไป และเพิ่มยอดขายและกำไรให้แก่ธุรกิจนมบรวาณี

8. แผนการผลิตสินค้า

8.1 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำบราวนี่มันม่วง

- 1.ตาชั่ง
- 2.ถ้วย
- 3.จาน
- 4.กระทะนึ่ง
- 5.กล่องบรรจุภัณฑ์
- 6.ไม้พาย
- 7.ถาด
- 8.ทัพพี
- 9.ช้อน
- 10.ถ้วยตวง
- 11.เตาแก๊ส
- 12.กระดาษไข
- 13.ลูกแม่กซ์
- 14.มีด

8.2 สูตร (ส่วนผสม) บราวนี่มันม่วง

ส่วนผสมแป้ง

- แป้งอเนกประสงค์
- น้ำตาลทรายขาว
- เนยจืด
- ไข่ไก่
- เกลือ
- มันม่วง
- วิเนออร์วานิลลา
- อัลมอนต์
- ลูกเกด

วิธีการทำ

1. นำมันม่วงไปนึ่งให้สุก



(รูปภาพที่ 3 วิธีการทำ)

2. นำไข่ไก่และน้ำตาล เนยจืด เกลือ และวินเนอร์ มาผสมรวมกัน



(รูปภาพที่ 4 วิธีการทำ)

3. นำแป้งอเนกประสงค์ที่เตรียมไว้มาใส่ลงไป แล้วใช้ไม้พายคลุกให้เข้ากันอีกครั้ง



(รูปภาพที่ 5 วิธีการทำ)

4. นำมันม่วงมาใส่แล้วใช้ไม้พายคลุกให้เข้ากันอีกครั้งหนึ่ง



(รูปภาพที่ 6 วิธีการทำ)

5. นำลูกเกดและอัลมอนด์มาโรยหน้า นำเข้าเตาอบ



(รูปภาพที่ 7 วิธีการทำ)

6. ตัดขนมให้เป็นชิ้นให้เท่ากัน และใส่บรรจุภัณฑ์ให้เรียบร้อย



(รูปภาพที่ 8 วิธีการทำ)

8.3 การคำนวณต้นทุนการผลิต

รายการ	จำนวน	หน่วยละ	จำนวนเงิน	เงินรวม	หมายเหตุ
ค่าวัตถุดิบ					
มันม่วง	10 กิโล	200 กรัม	270	7.5	
แป้ง อเนกประสงค์	1 กิโล	200 กรัม	23	5	
น้ำตาลทรายขาว	1 กิโล	200 กรัม	22	1.5	
วีนเนอร์วานิลลา	50 มิลลิลิตร	2ช้อนชา	22	1	
เนยจืด	1 กิโล	100 กรัม	65	65	
อัลมอนต์	1 กิโล	25 กรัม	220	5.5	
ไข่ไก่	1ฟอง	5	5	5	
ลูกเกต	1 กิโล	1 กรัม	95	1.0	
รวม				91.5	
ค่าแรงงาน					
-	-	-	-	-	
ค่าวัสดุอุปกรณ์					
สติ๊กเกอร์	1แผ่น	10	10	1	
กล่อง	1แพ็ค	100	90	1	
ห่อขนม	1 แพ็ค	50	200	1	
รวม				3	
ค่าสาธารณูปโภค					
ค่าไฟ				-	
ค่าน้ำ				-	
น้ำมันรถ				-	
ต้นทุนการผลิต = (ค่าวัตถุดิบ+ค่าแรงงาน+ค่าวัสดุอุปกรณ์+ค่าสาธารณูปโภค)/จำนวนหน่วยที่ผลิตได้ $= (91.5+0+3+0) = 94.5 / 100 \text{ ชิ้น}$ ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย = $94.5 / 100 = 0.94$ บาทต่อชิ้น					

(ตารางที่ 6 การคำนวณต้นทุนการผลิต)

9.แผนการขายสินค้า

9.1 สถานประกอบการในการขายสินค้า

1.การขายแบบออนไลน์

ที่ตั้งสถานที่ : เพจ facebook “บราวน์ธัญพืช”

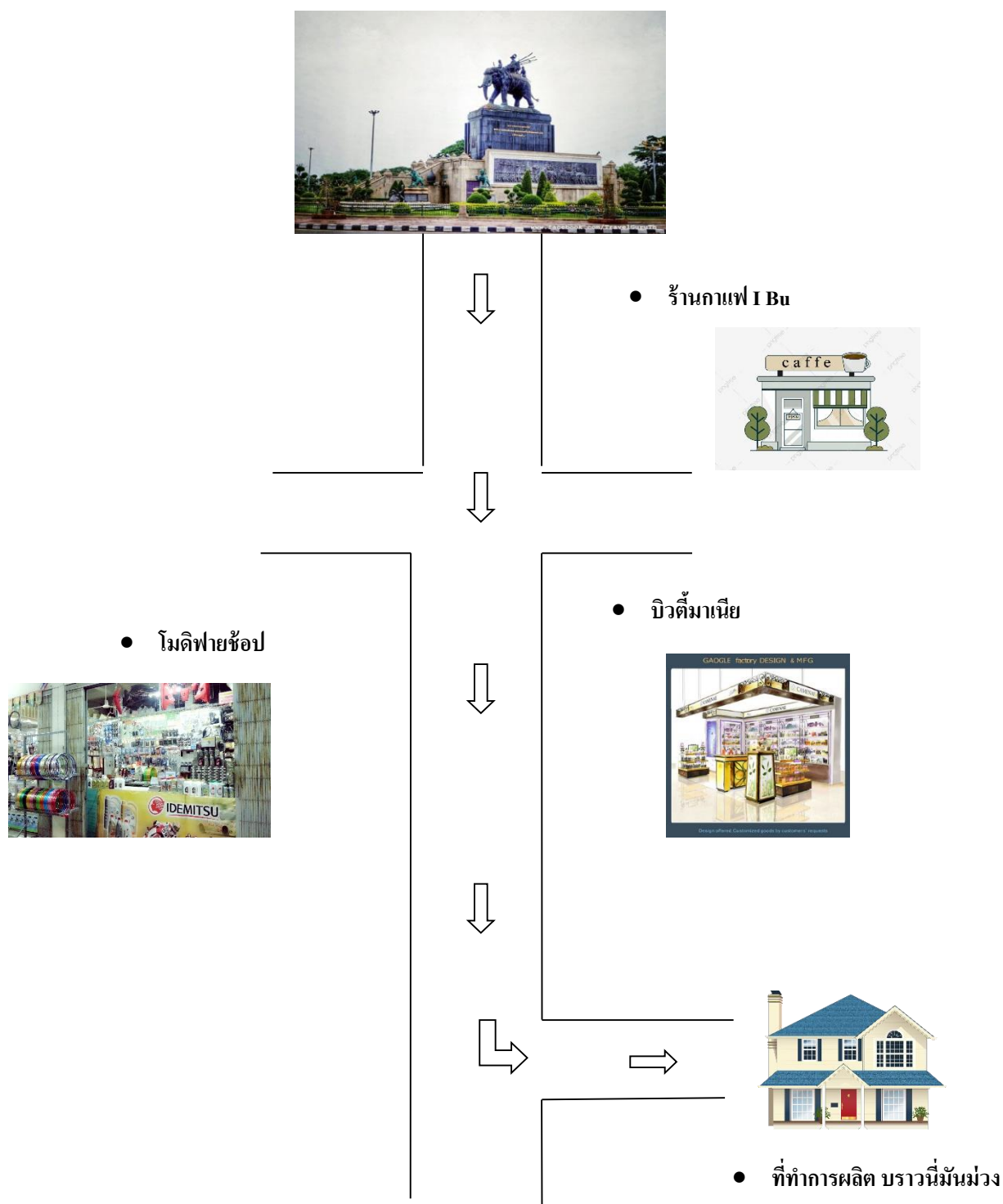
รายละเอียด : ใช้สำหรับในการโพสต์ขายสินค้า ซึ่งจะมีการโพสต์ตัวสินค้า รูปภาพ ข้อความ ข้อมูลแนะนำ สินค้า และการรับออเดอร์จากลูกค้า



(รูปภาพที่ 9 สถานประกอบการในการขายสินค้า)

2.การขายแบบออฟไลน์

ที่ตั้งสถานที่ 529/35 ถนนจิระนครซอย 6 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



(รูปภาพที่ 10 การขายแบบออฟไลน์)

ที่ตั้งสถานที่ : เลขที่4 ตำบลบ้านบัว อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000

รายละเอียด : แหล่งฝึกขายสินค้า และทดลองการฝึกขาย



(รูปภาพที่ 11 ภาพถ่ายการขายแบบออฟไลน์)

ที่ตั้งสถานที่ : บ้านตะแบก ตำบลจันตุม อำเภอพลับพลาชัย จังหวัดบุรีรัมย์ 31140

รายละเอียด : แหล่งฝึกขายสินค้า และทดลองการฝึกขาย



(รูปภาพที่ 12 ภาพถ่ายการขายแบบออฟไลน์)

9.2 อุปกรณ์ เครื่องมือ และของตกแต่งในการขายสินค้า
การขายออฟไลน์

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1	ข้อมูลในการแนะนำตัว สินค้า	2	ทำขึ้นเพื่อให้ลูกค้าทราบถึง ผลิตภัณฑ์ว่ามีลักษณะอย่างไร ราคาเท่าไร และมีประโยชน์ อย่างไร	12	11 สัปดาห์
2	เอกสารในการตรวจเช็คใน การจัดส่งสินค้า	4	ทำขึ้นเพื่อใช้ในการตรวจเช็ค สินค้าตัวที่ร้านส่งคืนและสินค้า ที่เรานำไปส่งหรือฝากขายกับ ร้านที่ได้ติดต่อไว้	12	11 สัปดาห์
3	ตัวอย่างสินค้า	5	ใช้เป็นตัวอย่างเพื่อแสดงให้เห็น ลูกค้าเห็นว่านี่คือผลิตภัณฑ์ที่เรา ได้ผลิตขึ้น เช่น รูปร่าง หน้าตา ของผลิตภัณฑ์	-	-

(ตารางที่ 7 การขายออฟไลน์)

การขายออนไลน์

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1	โทรศัพท์มือถือ	4	เป็นเครื่องมือในการตอบและแนะนำการขายให้กับลูกค้า	-	-
2	อินเทอร์เน็ต	1 Mbps	เป็นเครื่องมือหรือสัญญาณที่ช่วยให้เราเข้าถึงระบบออนไลน์	128	1 สัปดาห์
3	คอมพิวเตอร์	1	ใช้เป็นเครื่องมือในการโพสต์ขายสินค้าและตอบและแนะนำสินค้าให้กับลูกค้า	-	-
4	ภาพถ่ายสินค้า	-	เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ลูกค้าเห็นหรือมองภาพออกว่าขนมมีลักษณะเป็นอย่างไร	-	-
5	Storyเกี่ยวกับสินค้า	-	เป็นเครื่องมือที่ทำให้ลูกค้ารู้จักขนมมากยิ่งขึ้น	-	-

(ตารางที่ 8 การขายออนไลน์)

9.3 ข้อมูลการขายสินค้า

การขายออฟไลน์

การฝากขายโดยการส่งสินค้าในแต่ละสัปดาห์โดยกำหนดจากลักษณะกลุ่มลูกค้าจากร้านขายฝากที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ บรรานี้มันม่วง มีการนำฝากขายโดยส่งสินค้าในทุกสัปดาห์ หากสินค้าในร้านฝากขายขายไม่หมด ทางกิจการจะนำกลับมาเนื่องจากสินค้าอยู่เกิน 2 สัปดาห์สินค้าจะเสื่อมคุณภาพ มีการโฆษณาผ่านเพจ บรรานี้ชัยพิช ซึ่งทางกิจการได้มีการตั้งเพจ บรรานี้ชัยพิช ขึ้นมาเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าพูดถึงคุณลักษณะสินค้าสรรพคุณของสินค้า โดยวิธีการส่งสินค้าทางกิจการนั้นส่งสินค้าตามจำนวนที่ร้านสามารถรับฝากได้และทางกิจการเห็นว่าเหมาะสมที่จะขายหมดภายใน 1 สัปดาห์เพื่อเป็นการป้องกันสินค้าค้างภายในร้านนานจนเกินไปและทำให้สินค้านั้นเสื่อมสภาพในการขายฝากสินค้านั้นทางกิจการได้มีการจัดทำเอกสารในการรับและส่งสินค้าเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาในเรื่องการเงิน ซึ่งหากเกิดปัญหาในการนับยอดสินค้าที่ไม่ตรงกันจากร้านขายฝากและกิจการร้านขายฝาก สามารถตรวจสอบได้จากเอกสารในการส่งสินค้า ซึ่งเอกสารนั้นจะมีทั้งเอกสารส่งสินค้าและคืนสินค้าทางกิจการจะมีการรับสินค้าที่เหลือภายในร้านฝากขายและส่งคืนสินค้าที่เหลือให้กับกิจการในทุกสัปดาห์และส่งสินค้าใหม่โดยทันทีกิจการมีการตรวจสอบสินค้ากับร้านขายฝากอยู่เป็นประจำเพื่อติดตามผลการขายและดำเนินการ

การขายผ่านออนไลน์

นำเสนอขายผ่าน facebook ของตัวเองและเพจของ บรรานี้ชัยพิช โดยมีการโพสต์ขายสินค้า ซึ่งเป็นการโฆษณาสินค้าของผู้ประกอบการเอง บอกคุณสมบัติและประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคให้ทราบ

สัปดาห์	รายการ	จำนวน (กล่อง/กระปุก)	ราคา	ยอดรวม
สัปดาห์ที่1	-บรรานี้มันม่วง กล่องละ 20 บาท กล่องละ 40 บาท	26 กล่อง 14 กล่อง	520 560	1,080
สัปดาห์ที่2	-บรรานี้มันม่วง กล่องละ 20 บาท กล่องละ 40 บาท	30 กล่อง 26 กล่อง	600 1,130	1,730
สัปดาห์ที่3	-บรรานี้มันม่วง กล่องละ 20 บาท กล่องละ 40 บาท	26 กล่อง 33 กล่อง	520 1,320	1,840

สัปดาห์ที่4	-บรานี่มันม่วง กล่องละ 20 บาท กล่องละ 40 บาท	49 กล่อง 23 กล่อง	980 920	1,900
สัปดาห์ที่5	-บรานี่มันม่วง กล่องละ 20 บาท กล่องละ 40 บาท	95 กล่อง 5 กล่อง	1,900 200	2,100
สัปดาห์ที่6	-บรานี่มันม่วง ห่อละ 35 (3=100)	36 ห่อ	2,200	2,200
สัปดาห์ที่7	-บรานี่มันม่วง ห่อละ 35 (3=100)	39 ห่อ	2,300	2,300
สัปดาห์ที่8	-บรานี่มันม่วง ห่อละ 35 (3=100)	45 ห่อ	2,500	2,500
สัปดาห์ที่9	-บรานี่มันม่วง ห่อละ 35 (3=100)	50 ห่อ	2,670	2,670
สัปดาห์ที่10	-บรานี่มันม่วง ห่อละ 35 (3=100)	54 ห่อ	2,800	2,800
สัปดาห์ที่11	-บรานี่มันม่วง ห่อละ 35 (3=100)	60 ห่อ	3,000	3,000
				24,120

(ตารางที่ 9 ข้อมูลการขายสินค้า)

9.4 ขั้นตอนการขายสินค้า

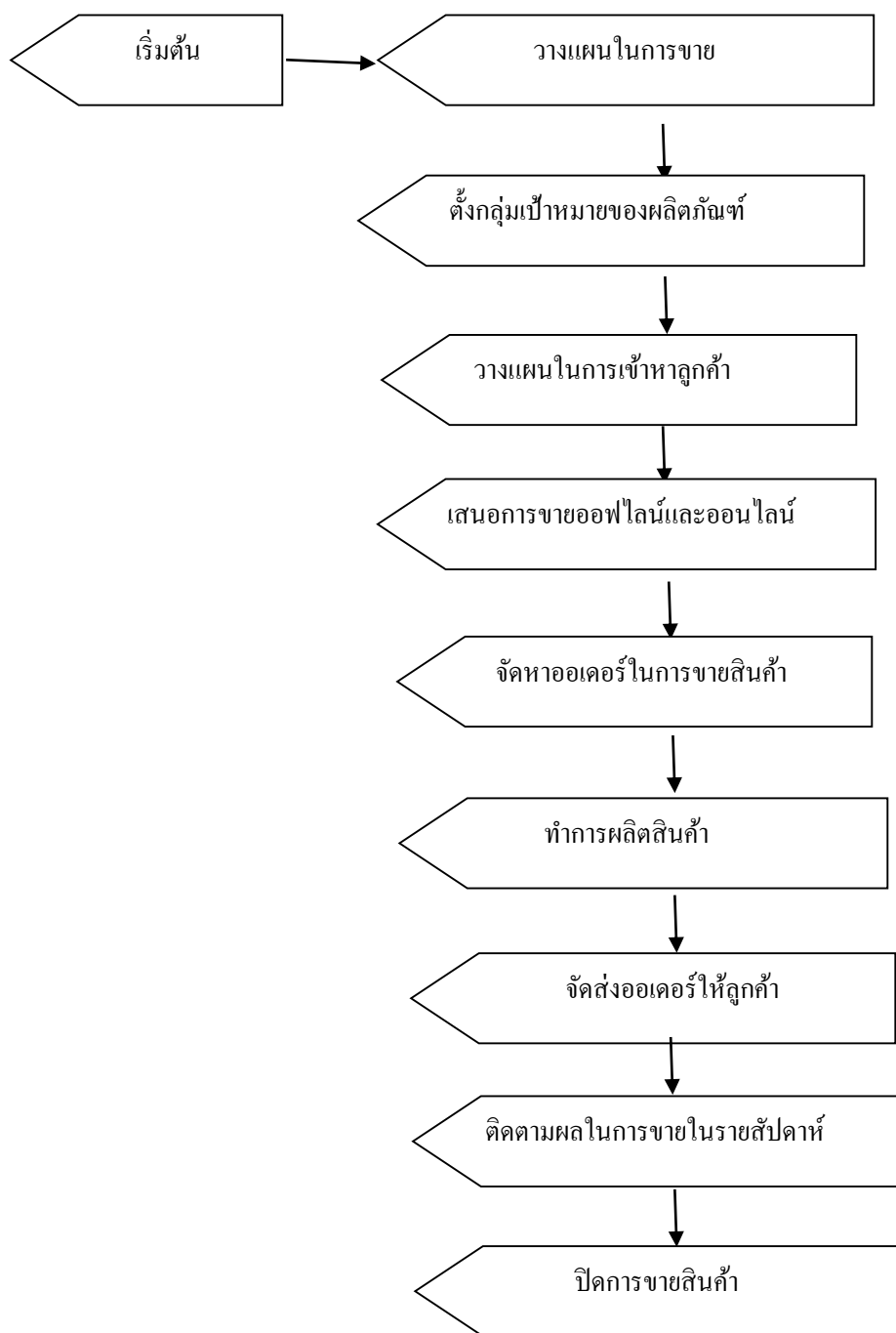
1. มีการโฆษณาปากต่อปากให้คนได้รู้จักสินค้า
2. สร้างเพจ facebook ที่ชื่อว่า “บราวน์ธัญพืช”
3. มีการให้ข้อมูลในการแนะนำสินค้า และบรรยายถึงสรรพคุณของตัวสินค้าให้ลูกค้าได้ทราบ

อย่างชัดเจน

4. มีการจัดหาออเดอร์และผลิตสินค้าตามออเดอร์
5. จัดส่งสินค้าให้ลูกค้าและร้านกาแฟที่เราคิดเอาไว้
6. มีบริการหลังการขายสำหรับลูกค้าซื้อสินค้าของเราไป เพื่อให้ลูกค้านั้นกลับมาซื้อสินค้าของ

เราซ้ำ

9.5 แผนผังกระบวนการขายสินค้า



(แผนผังที่ 2 กระบวนการขายสินค้า)

10. แผนการเงิน

10.1 ประเมินการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินร่วมลงทุน	เงินกู้	รวมมูลค่า
1	วัสดุอุปกรณ์	-	165	-	165
2	วัตถุดิบในการผลิต	-	4,103	-	4,103
3	บรรจุภัณฑ์	-	540	-	540
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	-	4,808	-	4,808
	โครงสร้างทางการเงิน(เปอร์เซ็นต์)	-	-	-	-

(ตารางที่ 10 ประเมินการในการลงทุน)

10.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1.	อาคาร	สถานที่ประกอบการผลิต	10,000
2.	อุปกรณ์ / เครื่องใช้	ประกอบการผลิต	165
3.	ยานพาหนะ	ขนส่งสินค้า	300
	รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน		10,465

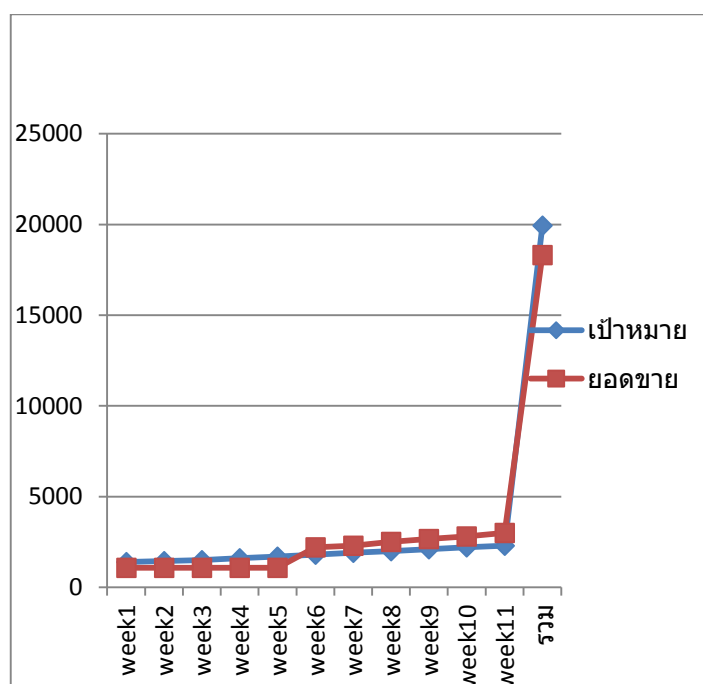
(ตารางที่ 11 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน)

10.3 ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า

สัปดาห์	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	รวม
เป้าหมาย	1,080	1,600	1,920	1,600	1,920	1,600	1,920	1,600	1,920	1,600	1,760	18,520
ยอดขาย	1,080	1,730	1,840	1,900	2,100	2,200	2,300	2,500	2,670	2,800	3,000	24,120

(ตารางที่ 12 การเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า)

กราฟ



(กราฟที่ 2 กราฟแสดงสถานะยอดขายเป้าหมาย)

10.4 รายการทางบัญชี

วัน เดือน ปี	รายการ	หมายเลขบัญชี	เงินสดรับ-จ่าย			เงินฝากธนาคาร		
			เงินสดรับ	เงินสดจ่าย	คงเหลือ	ฝาก	ถอน	คงเหลือ
สัปดาห์ที่1	ลงทุน	301	2,400		2,400			
14/06/62	ซื้อวัตถุดิบ							
	น้ำผึ้งพระจันทร์	501		100				
	ถั่วลิสง	501		70				
	ลูกเกด	501		65				
	ถั่วลิสงขนาดเล็ก	501		45				
	กะทิอ้อย	501		22				
	วินเนอร์วานิลลา	501		22				
	มันม่วง	501		68				
	ผงโกโก้	501		220				
	แผ่นข้าวโอ๊ต	501		88				
	น้ำเชื่อมสำเร็จรูป	501		36				
	โยเกิร์ต	501		14				
	ซื้อบรรจุภัณฑ์							
	กล่องใส่ขนม	502		90				
	รวมเป็น			840	1,560			
	ขายขนม							
24/06/62	กล่องเล็ก	401	300					
	กล่องใหญ่	401	200					
	รวมเป็น		500		2,060			
25/06/62	ขายขนม							
	กล่องเล็ก	401	200					
	กล่องใหญ่	401	280					
	รวมเป็น		480		2,540			
27/06/62	ขายขนม							
	กล่องเล็ก	401	20					
	กล่องใหญ่	401	80					
	รวมเป็น		100		2,640			
28/06/62	ฝากธนาคาร	102	1,080		1,560	1,080		1,080
30/06/62	มีดอกเบีย้งในบัญชี	402		0.04	1,560			1,080.04

สัปดาห์ที่2								
7/3/2562	ซื้อวัตถุดิบ							
	แป้งว้าว	501		58				
	แป้งสาลีอเนกประสงค์	501		105				
	ไข่	501		100				
	น้ำตาล	501		60				

	ผงฟู	501		7				
	เนยสด	501		75				
	โอพีเล็ก	501		65				
	รวมเป็น			470	1,090			
	ชายขนม							
	กล่องเล็ก	401	400					
	กล่องใหญ่	401	720					
	รวมเป็น		1,110		2,200			
	ฝากระดาษ	102	1,110		1,090	1,110		2,190.04
7/4/2562	ชายขนม							
	กล่องเล็ก	401	220					
	กล่องใหญ่	401	400					
	รวมเป็น		620		1,710			
7/5/2562	ฝากระดาษ	102	240		1,470	240		2,430.04

สัปดาห์ที่3								
7/7/2562	ชื่อวัตถุดิบ							
	แป้งสาลีอังกิล	501		70				
	ไข่	501		92				
	กะทิแมกกาเรตผงฟู	501		23				
	เบสกีโอเดอรัวานิลลา	501		40				
	น้ำตาลทรายขาว	501		18				
	โอพีเล็ก	501		65				
	ควาร์โฟน	501		44				
	รวมเป็น			352	1,118			
	กล่องเล็ก	401	280					
	กล่องใหญ่	401	800					
	รวมเป็น		1,080		2,198			
7/8/2562	ชายขนม							
	กล่องเล็ก	401	80					
	กล่องใหญ่	401	200					
	รวมเป็น		280		2,478			
7/9/2562	ชายขนม							
	กล่องเล็ก	401	160					
	กล่องใหญ่	401	320					
	รวมเป็น		480		2,958			
7/10/2562	ฝากระดาษ	102	1,000		1,958	1,000		3,430.04
7/12/2562	ฝากระดาษ	102	1,200		758	1,200		4,630.04

สัปดาห์ที่4								
13/7/2562	ชื่อวัตถุดิบ							
	มันม่วง	501		270				
	กะทิอโรย	501		23				
	ช้อปรูจุกัณฑ์							

	กล่องใส่ขนม	502		50			
	ชื่อวัสดุอุปกรณ์						
	ลูกแมกซ์	103		5			
	รวมเป็น			348	410		
	ชายขนม						
	กล่องเล็ก	401	140				
	กล่องใหญ่	401	200				
	รวมเป็น		340		750		
14/7/2562	ชายขนม						
	กล่องเล็ก	401	240				
	กล่องใหญ่	401	120				
	รวมเป็น		360		1,110		
15/7/2562	ชายขนม						
	กล่องเล็ก	401	460				
	กล่องใหญ่	401	160				
	รวมเป็น		620		1,730		
16/7/2562	ชายขนม						
	กล่องใหญ่	401	320				
	รวมเป็น		320		2,050		
17/7/2562	ฝากธนาคาร	102	800		1,250	800	5,430.04
18/07/2562	ชายขนม						
	กล่องเล็ก	401	140				
	กล่องใหญ่	401	120				
	รวมเป็น		260		1,510		
19/7/2562	ฝากธนาคาร	102	500		1,010	500	5,930.04

สัปดาห์ที่ 5							
21/7/2562	ฝากธนาคาร	102	600		410	600	6,530.04
22/7/2562	ถอนเงินจากธนาคาร	302		600	1,010	600	5,930.04
	ชื่อวัตถุดิบ						
	ผงโกโก้	501		123			
	โอพีเค้ก	501		65			
	แป้งวาว	501		58			
	ผงฟู	501		7			
	วีนเนอร์วานิลลา	501		23			
	น้ำตาลทรายขาว	501		46			
	ไข่	501		96			
	ชื่อบรรจุภัณฑ์						
	ถุงซิปลใส่ขนม	502		200			
	รวมเป็น			618	392		
23/7/2562	ชายขนม						
	กล่องเล็ก	401	1,200				
	รวมเป็น		1,200		1,592		
24/7/2562	ถอนเงินจากธนาคาร	101		100	1,692	100	5,830.04

	ชื่อวัดฤๅติบ							
	ไอพีเล็ก	501		65	1,627			
	ขายขนม							
	กล่องเล็ก	401	300					
	กล่องใหญ่	401	200					
	รวมเป็น		500		2,127			
25/7/2562	ขายขนม							
	กล่องเล็ก	401	400					
	รวมเป็น		400		2,527			
	ฝากธนาคาร	102	1,600		927	1,600		7,430.04
26/7/2562	ฝากธนาคาร	102	500		427	500		7,930.04

สัปดาห์ที่6								
28/7/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	800		1,227			
29/7/2562	ถอนเงินจากธนาคาร	101		700	1,927	700		7,230.04
	ชื่อวัดฤๅติบ							
	น้ำตาลทรายขาว	501		69				
	มันม่วง	501		270				
	ผงฟู	501		14				
	วินเนอร์วานิลลา	501		22				
	ไข่	501		96				
	อัลมอนต์	501		220				
	รวมเป็น			691	1,236			
30/7/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	600		1,836			
31/7/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	500		2,336			
8/1/2562	ถอนเงินจากธนาคาร	101		400	2,736	400		6,830.04
	ชื่อวัดฤๅติบ							
	ไข่	501		96	2,640			
	ฝากธนาคาร	102	700		1,940	700		7,530.04
	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	300		2,240			
8/2/2562	ฝากธนาคาร	102	1,500		740	1,500		9,030.04

สัปดาห์ที่7								
8/4/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	1,000		1,740			
8/5/2562	ถอนเงินจากธนาคาร	101		800	2,540	800		8,230.04
	ชื่อวัดฤๅติบ							
	ไข่	501		93				
	ไอพีเล็ก	501		195				
	วินเนอร์วานิลลา	501		22				

	แป้งสาลี	501		87				
	น้ำตาลทรายขาว	501		46				
	ซีอิ๊วขาว							
	ถุงใส่ขนม	502		200				
	ซีอิ๊วขาว							
	กระดาษไขรองอบ	102		160				
	รวมเป็น			803	1,737			
	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	1,000		2,737			
8/7/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	300		3,037			
8/8/2562	ถอนเงินจากธนาคาร	101		200	3,237		200	8,030.04
	ซีอิ๊วขาว							
	น้ำตาลทรายขาว	501		46	3,191			
8/9/2562	ฝากธนาคาร	102	2,300		891	2,300		10,330.04

สัปดาห์ที่ 8								
8/10/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	1,000		1,891			
8/12/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	500		2,391			
13/8/2562	ถอนเงินจากธนาคาร	101		500	2,891		500	9,830.04
	ซีอิ๊วขาว							
	ผงโก้	501		123				
	น้ำตาลทรายขาว	501		46				
	โอทีเค้ก	501		130				
	ไข่	501		93				
	แป้งสาลี	501		58				
	รวมเป็น			450	2,441			
	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	500		2,941			
14/9/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	500		3,441			
16/9/2562	ฝากธนาคาร		2,500		941	2,500		12,330.04

สัปดาห์ที่ 9								
17/8/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	400		1,341			
19/8/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	800		2,141			
20/8/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	1,100		3,241			
21/8/2562	ถอนเงินจากธนาคาร	101		300	3,541		300	12,030.04
	ซีอิ๊วขาว							

	แป้งสาลีอเนกประสงค์	501		29				
	ซีอิ๊วขาว							
	สติกเกอร์ใส่ขนม	502		60				
	ค่าไฟ	504		500				
	ค่าไปรษณีย์	504		150				
	ค่าน้ำมัน	504		300				
	รวมเป็น			1,039	2,502			
22/8/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	370		2,872			
23/8/2562	ฝากธนาคาร	102	2,670		202	2,670		14,700.04

สัปดาห์ที่10								
24/9/2562	เงินฝากธนาคาร	102	2,670		202	2,670		14,700.04
	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	800		1,002			
25/9/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	1,000		2,002			
27/9/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	1,000		3,002			
30/9/2562	ถอนเงินจากธนาคาร	101		200	3,202		200	14,500.04
	เงินฝากธนาคาร	102	1,400		1,802	1,400		15,900.04

สัปดาห์ที่11								
1/9/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	1,000		2,802			
	เงินฝากธนาคาร	102	1,400		1,402	1,400		17,300.04
3/9/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	1,500		2,902			
4/9/2562	ขายขนม							
	ขาย (3ห่อ=100)	401	500		3,402			
6/9/2562	เงินฝากธนาคาร	102	3,000		402	3,000		23,000
	ถอนเงินจากธนาคาร	101		200	602		200	21,000.04

(ตารางที่ 13 รายการทางบัญชี)

10.5 รายการทางการเงิน

SA J 0090498

วันที่ DATE	สาขา CHK BR	รหัส CODE	ประเภท WITHDRAWAL	ฝาก DEPOSIT	คงเหลือ BALANCE	จำนวนที่ STAMP
26/06/62	791	B/P			*****0.00	561070
26/06/62	791	SOCDOC	*****500.00		*****500.00	561070
26/06/62	791	SWCRDP300.00		*****200.00	561070
26/06/62	791	TORSWT	700.00		*****0.00	TTT66W
26/06/62	791	TORSWT1,000.00		*****1,000.00	ARR004
30/06/62	0	TTPS1,000.00		*****1,000.00	S4601
03/07/62	791	TORSWT1,100.00		*****2,100.00	ARR000
05/07/62	791	TORSWT700.00		*****2,800.00	ARR000
10/07/62	791	TORSWT1,000.00		*****3,800.00	ARR000
17/07/62	308	ATSMC4,300.00		*****4,300.00	K17774
17/07/62	791	TORSWT300.00		*****4,600.00	ARR000

25/06/62	308	ATSMC	700.00	*****7,300.00	K17A69
01/06/62	308	ATSMC	400.00	*****6,900.00	K17305
01/06/62	791	TORSWT200.00	*****7,000.00	ARR000
01/06/62	791	TORSWT500.00	*****7,500.00	ARR000
07/06/62	791	ATSMC500.00	*****8,000.00	K17451
07/06/62	308	ATSMC1,000.00	*****9,000.00	K17774
05/06/62	316	ATSMC300.00	*****8,700.00	K18300
08/06/62	316	ATSMC200.00	*****8,500.00	K18300
09/06/62	791	TORSWT1,725.00	*****9,725.00	ARR014
10/06/62	791	TORSWT575.00	*****10,300.00	ARR014
13/06/62	308	ATSMC500.00	*****9,800.00	K17791
16/06/62	316	ATSMC2,500.00	*****12,300.00	K30471
22/06/62	791	TORSWT300.00	*****12,000.00	TTT66W
24/06/62	791	TORSWT2,670.00	*****14,700.00	ARR000
30/06/62	316	ATSMC200.00	*****14,500.00	K18341
01/06/62	316	ATSMC1,400.00	*****15,900.00	K30471
07/06/62	791	TORSWT1,400.00	*****17,300.00	ARR000
04/06/62	791	TORSWT3,000.00	*****20,300.00	ARR000
03/06/62	791	TORSWT	700.00	*****20,600.00	TTT66W

SA J 0090498

วันที่ DATE	สาขา CHK BR	รหัส CODE	ประเภท WITHDRAWAL	ฝาก DEPOSIT	คงเหลือ BALANCE	จำนวนที่ STAMP
25/06/62	308	ATSMC	700.00	*****7,300.00	K17A69	
01/06/62	308	ATSMC	400.00	*****6,900.00	K17305	
01/06/62	791	TORSWT200.00	*****7,000.00	ARR000	
01/06/62	791	TORSWT500.00	*****7,500.00	ARR000	
07/06/62	791	ATSMC500.00	*****8,000.00	K17451	
07/06/62	308	ATSMC1,000.00	*****9,000.00	K17774	
05/06/62	316	ATSMC300.00	*****8,700.00	K18300	
08/06/62	316	ATSMC200.00	*****8,500.00	K18300	
09/06/62	791	TORSWT1,725.00	*****9,725.00	ARR014	
10/06/62	791	TORSWT575.00	*****10,300.00	ARR014	
13/06/62	308	ATSMC500.00	*****9,800.00	K17791	
16/06/62	316	ATSMC2,500.00	*****12,300.00	K30471	
22/06/62	791	TORSWT300.00	*****12,000.00	TTT66W	
24/06/62	791	TORSWT2,670.00	*****14,700.00	ARR000	
30/06/62	316	ATSMC200.00	*****14,500.00	K18341	

(รูปภาพที่ 13 รายงานทางการเงิน)

10.6 งบกำไรขาดทุน

บราวนี่มันม่วง				
งบกำไรขาดทุน				
11 สัปดาห์				
ยอดขาย				24,120.00
บวก	ดอกเบียร์รับ			0.04
รวมรายได้ทั้งหมด				24,120.04
หัก ต้นทุน				
	วัตถุดิบ	4,103.00		
	ค่าใช้จ่ายในการผลิต	540.00	4,703.00	
กำไรขั้นต้น				19,417.04
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ				
	ค่าน้ำมันรถ	300		
	ค่าไฟ	500		
	ค่าไปรษณีย์	150		950
กำไรสุทธิ				18,467.04

Gross Profit					80.50%
Net Profit					76.56%

(ตารางที่ 14 งบกำไรขาดทุน)

10.7 งบดุล

บราวนี่มันม่วง			
งบดุล			
ณ วันที่ เดือน 2562			
สินทรัพย์		หนี้สินและส่วนของผู้ เจ้าของ	
สินทรัพย์หมุนเวียน		ส่วนของผู้เจ้าของ	
เงินสด	602	ทุน	2,400
เงินฝากธนาคาร	20,100.04	บวก กำไรสุทธิ	18,467.04
สินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน			

วัสดุ	165		
	20,867.04		20,867.04

(ตารางที่ 15 งบดุล)

10.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	88.49 %
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	21.34%
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	80.50%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	76.56%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	76.56%

(ตารางที่ 16 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน)

11. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1.	สินค้านั้นอยู่ได้ไม่นาน	เสียต้นทุนในการผลิตไปมาก และสินค้าไม่สามารถส่งที่ ไกลๆได้	มีการสินค้าแบบกรอบ เพื่อให้ เก็บสินค้าได้นานยิ่งขึ้น
2.	สินค้ามีคู่แข่งขันเยอะ	อาจจะทำให้สินค้านั้นขายได้ น้อย	มีการปรับปรุงรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ให้ดูทันสมัยมากขึ้น และมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ลูกค้าจดจำสินค้าได้มาก ขึ้น
3.	ขนมไม่กรอบเมื่อผ่านไปหลาย วัน	ทำให้สินค้าเสียหายจำนวนมาก	มีการเพิ่มเวลาอบสินค้าให้เพิ่ม มากขึ้น

(ตารางที่ 17 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง)

ภาคผนวกและเอกสารแนบ

1. ภาพประกอบการดำเนินงาน (รายสัปดาห์)

สัปดาห์ที่ 1 ภาพการดำเนินงาน



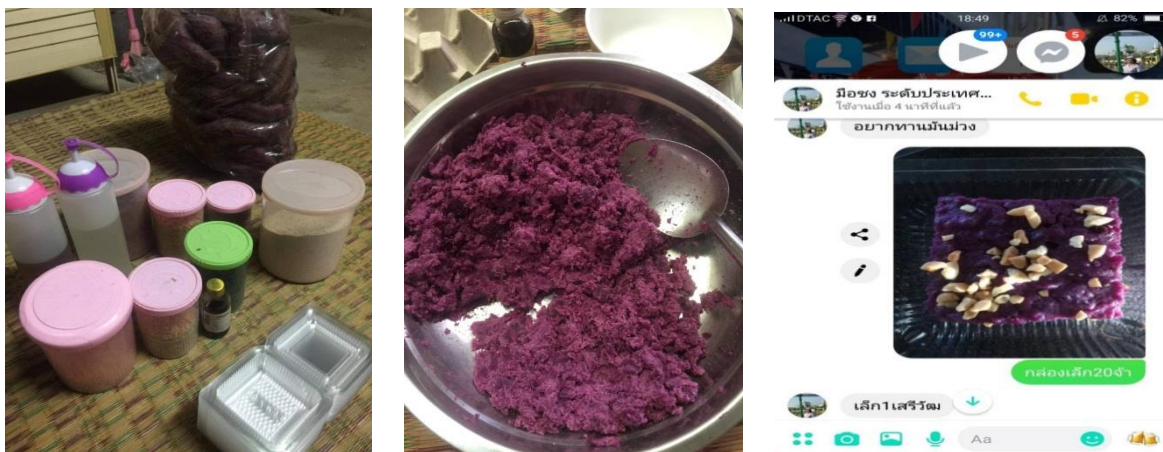
(รูปภาพที่ 14 ภาพการดำเนินงาน)

สัปดาห์ที่ 2 ภาพการดำเนินงาน



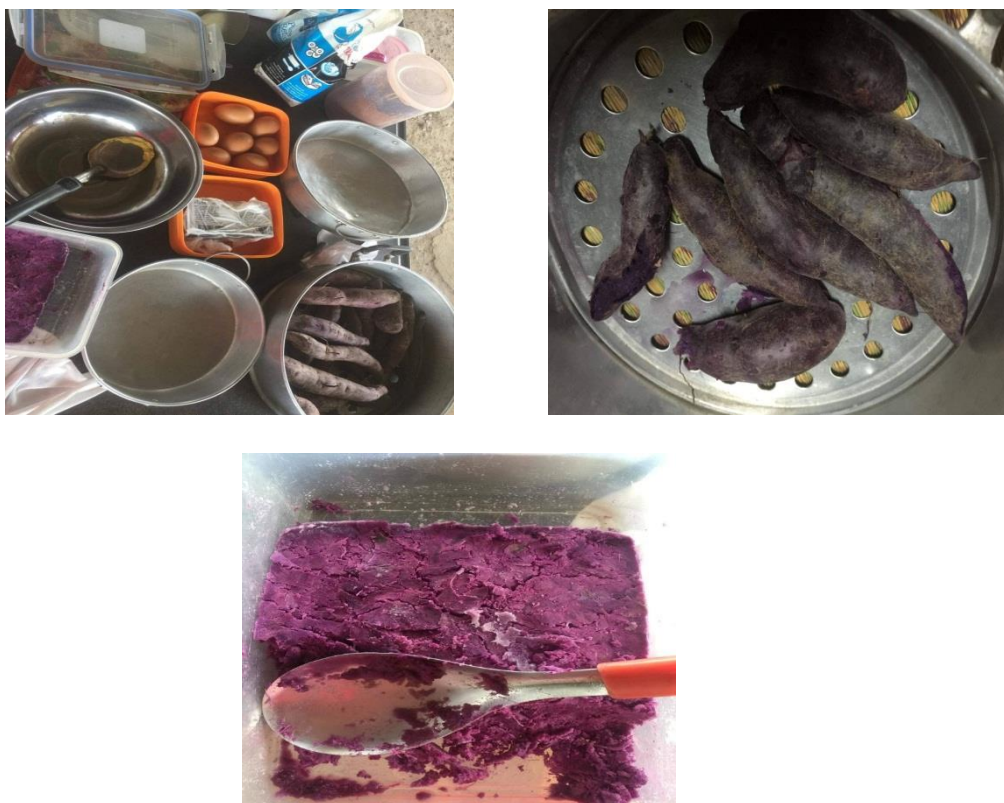
(รูปภาพที่ 15 ภาพการดำเนินงาน)

สัปดาห์ที่ 3 ภาพการดำเนินงาน



(รูปภาพที่ 16 ภาพการดำเนินงาน)

สัปดาห์ที่ 4 ภาพการดำเนินงาน



(รูปภาพที่ 17 ภาพการดำเนินงาน)

สัปดาห์ที่ 5 ภาพการดำเนินงาน



(รูปภาพที่ 18 ภาพการดำเนินงาน)

สัปดาห์ที่ 6 ภาพการดำเนินงาน



(รูปภาพที่ 19 ภาพการดำเนินงาน)

สัปดาห์ที่ 7-8 ภาพการดำเนินงาน



(รูปภาพที่ 20 ภาพการดำเนินงาน)

สัปดาห์ที่ 9 ภาพการดำเนินงาน



(รูปภาพที่ 21 ภาพการดำเนินงาน)

สัปดาห์ที่ 10-11 ภาพการดำเนินงาน



(รูปภาพที่ 22 ภาพการดำเนินงาน)

ผลการเรียนรู้โดยภาพรวม

องค์ความรู้ที่ 1

1.1 ประเด็นความรู้

วัตถุดิบ ในการเลือกซื้อวัตถุดิบนั้นเราจะหาผู้ขายปัจจัยการผลิตหลายๆและหลายช่องทาง เพื่อมาเปรียบเทียบในราคาและคุณภาพของสินค้าหรือหาสินค้าอื่นมาทดแทน

1.2 ที่มาของความคิด

1.2.1 การวางแผน P

สำรวจวัตถุดิบตามท้องตลาดเพื่อนำมาผลิตสินค้าและเช็คราคาของวัตถุดิบซื้อหาสินค้าอื่นมาทดแทนที่ราคาและคุณภาพใกล้เคียงกัน

1.2.2 การดำเนินการ D

อันดับแรกนั้นเราต้องสำรวจร้านค้าและราคาของวัตถุดิบว่าราคาแต่ละครั้งนั้นมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใดในการผลิตสินค้า หรือถ้าสินค้านั้นขาดตลาด เราสามารถหาสินค้าอื่นมาทดแทนได้ที่ราคาและคุณภาพนั้นมีความใกล้เคียงกัน

1.2.3 การเปรียบเทียบ C

ในการสำรวจหาวัตถุดิบนั้นทำให้รู้ว่าแต่ละร้านราคาและคุณภาพไม่เหมือนกันสมาชิกในกลุ่มเลยตัดสินใจเลือกร้านที่ดีราคาถูกและมีคุณภาพเพื่อจะได้ลดต้นทุนในการผลิตลง เพราะในการทำมันม่วงในแต่ละรอบต้องเลือกวัตถุดิบที่ดีจึงทำให้ได้มันม่วงออกมาดีเป็นที่น่าพอใจแก่ลูกค้าและประหยัดต้นทุนของกลุ่มด้วย

1.2.4 การดำเนินการแก้ไข/ปรับปรุง A

เราได้มีการตรวจสอบราคาวัตถุดิบจากร้านต่างๆว่ามันม่วงนั้นแต่ละร้านมีราคาเท่าไร และตัดสินใจซื้อวัตถุดิบหรือวัตถุดิบอื่นที่ทดแทนที่มีราคาไม่สูงและคุณภาพดีจากแหล่งผลิตที่ใกล้เคียงกัน เพื่อที่จะทำให้สามารถลดต้นทุนในการผลิตสินค้าได้

องค์ความรู้ที่ 2

2.1 ประเด็นความรู้

กระบวนการผลิต คือการออกแบบขั้นตอนในการทำงาน ทำสินค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สินค้านั้นมีคุณภาพทั้งในเรื่องของรสชาติและความแตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย

1 การเตรียมวัตถุดิบในการผลิต โดยเน้นที่

-รูปแบบ

-รสชาติ

-การประหยัดเวลา

-ผลผลิต

2 บรรจุภัณฑ์ เลือกตามความเหมาะสมของสินค้าและความต้องการของลูกค้า

3 ตกแต่งรสชาติของสินค้าโดยจะพิจารณาจากความต้องการของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่

2.2 ที่มาของความคิด

2.2.1 การวางแผน P

เริ่มจากการศึกษาทาง google และ YouTube และได้ลงฝึก ลองถูกในการผลิต

2.2.2 การดำเนินการ D

-นำมันม่วง ไปล้างทำความสะอาด เสร็จแล้วนำมันม่วง ไปนึ่ง

-เอาวัตถุดิบที่เตรียมเอาไว้มาผสมรวมมันม่วง

-พอมันม่วงสุกดีแล้ว นำวัตถุดิบที่ผสมไว้ แล้วเอามันม่วงผสมอีกรอบนึงคนให้เข้ากัน

-จากนั้นก็นำมะม่วงที่ผสมไว้แล้วมาอบแล้ว

ตั้งเวลา 10 นาที

- หลังจากครบเวลาแล้ว นำขนมบราวนี่มันม่วงมาแต่งหน้าด้วยอัลมอนด์และถั่ว และบรรจุใส่บรรจุภัณฑ์ให้เรียบร้อย

2.2.3 การเปรียบเทียบ C

-ถ้าปล่อยให้บราวนี่มันม่วงอบนานเกินเวลาที่กำหนด สีจะเปลี่ยนและอาจจะไหม้ได้

-การบรรจุสายแพ็คเกจที่เป็นกล่อง ถ้าไม่เช็คดีๆจะเกิดการปิดฝากล่องให้สนิท ทำให้ขนมไม่กรอบ

-ผลิตภัณฑ์มีการหัดตัวตามระยะเวลา ทำให้สินค้ามีปริมาณที่น้อยลง

2.2.4 การดำเนินการแก้ไขปรับปรุง A

- เราจะเช็คความสุกของขนมบราวนี่มันม่วงให้พอดีไว้ ไม่ให้มันไหม้
- เช็คแพ็คเกจแต่ละกล่องทุกครั้งก่อนออกจำหน่าย
- เพิ่มปริมาณของมันม่วงมากขึ้นเพื่อให้ดูปริมาณเยอะ นำรับประทานมากขึ้น

องค์ความรู้ที่ 3

3.1 ประเด็นความรู้

ผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างจากตัวผลิตภัณฑ์นั้นเราสามารถเพิ่มมูลค่าในตัวผลิตภัณฑ์ได้ด้วยวิธีการดังนี้

- 1 คุณภาพของสินค้า
- 2 การสร้างรูปลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์
- 3 การใช้ความคิดสร้างสรรค์

3.2 ที่มาของความคิด

3.2.1 การวางแผน P

เปลี่ยนจากบราวนี่ธรรมดาเราจึงได้นำมันม่วงมาทำเป็นไส้แทนการใช้ช็อกโกแลตเพราะมันม่วงนั้นมีคุณประโยชน์มากมาย เช่น ช่วยชะลออาการท้องร่วง, ช่วยลดมะเร็ง, ช่วยลดอัตราการเสี่ยงของโรคหัวใจ, ช่วยบำรุงสายตา, เป็นต้น นอกจากนี้มันม่วงยังสามารถหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาดและร้านซูเปอร์มาร์เก็ต

3.2.2 การดำเนินงาน D

เราได้ศึกษาวิธีการทำบราวนี่จากใน google และใน YouTube จากนั้นได้นำมันม่วงมาทำเป็นไส้จากเดิมที่ใช้ไส้ช็อกโกแลตเป็นหลัก และเราเปลี่ยนมาเป็นไส้มันม่วงแทนและมีการการหาวัตถุดิบต่างๆเพื่อใช้ในการผลิต

3.2.3 การเปรียบเทียบ C

บราวนี่ในรูปแบบเดิมนั้นจะไม่มีกรตกแต่งหน้าแบบเรานี่ของเราได้มีการนำเอาอัลมอนด์และถั่วมาโรยหน้าเพื่อให้มีสีสันน่าทานเพิ่มการดึงดูดและมีความน่าสนใจให้กับบราวนี่มันม่วงและเป็นที่ต้องการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

3.2.4 การดำเนินการแก้ไข/ปรับปรุง A

จากเดิมที่บราวน์ใช้ชื่อโกแลตเป็นหลักซึ่งไม่แตกต่างจากบราวน์ในท้องตลาดทั่ว ต่อมาได้มีการเปลี่ยนเอามะม่วงที่หาซื้อได้ในท้องตลาดมาใส่แทนและมีการแต่งหน้าด้วยอัลมอนต์และถั่วทำให้ลูกค้าชื่นชอบในตัวผลิตภัณฑ์และเริ่มมีการตอบรับจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม

องค์ความรู้ที่ 4

4.1 ประเด็นความรู้

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์นั้นสิ่งที่จะต้องนึกถึงคือช่องทางการจัดจำหน่ายที่ชัดเจน เพื่อให้สินค้าเข้าถึงลูกค้าที่มีความต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น ช่องทางในการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่มาจาก facebook และ LINE ซึ่งสามารถทำได้โดยวิธีการดังต่อไปนี้

1. มีการสร้างเพจโปรโมทสินค้า
2. มีรีวิวกินค้า

4.2 ที่มาของความคิด

4.2.1 การวางแผน P

เริ่มทำการสร้างเพจของทางร้านเพื่อที่จะนำเสนอข้อมูลและคุณค่าของบราวน์มันม่วงทางโซเชียล และแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับพี่หรือเพื่อนที่รู้จัก เมื่อเป็นที่รู้จักของลูกค้าทางออนไลน์มากขึ้นแล้ว จึงได้อาสาสินค้าเข้าไปติดต่อกับทางร้านกาแฟ

4.2.2 การดำเนินการ D

เราได้นำตัวผลิตภัณฑ์นั้นไปลงพื้นที่ตามร้านกาแฟหรือบุคคลที่เรารู้จัก เพื่อที่จะแนะนำผลิตภัณฑ์และได้ให้ลองชิมตัวผลิตภัณฑ์ และสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้จากทางไหนบ้าง ซึ่งสามารถติดต่อซื้อผลิตภัณฑ์กับเราได้ทางเพจ facebook ชื่อเพจว่า"บราวน์ธัญพืช"

4.2.3 การเปรียบเทียบ A

เปรียบเทียบการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์แค่ช่องทางเดียวกับการเพิ่มช่องทางการขาย โดยผ่านทางร้านกาแฟซึ่งเราพบว่าการขายแบบผ่านทางร้านกาแฟมียอดขายที่มากกว่าการขายผ่านออนไลน์เพียงอย่างเดียว และลูกค้ายังได้เห็นตัวสินค้าได้จริง ที่สดใหม่ นำรับประทานกว่าการเห็นผ่านรูปทางออนไลน์

4.2.4 การดำเนินการแก้ไข/ปรับปรุง A

จากเดิมที่เราขายผ่านออนไลน์เพียงอย่างเดียว ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้มีการตอบรับช้าเนื่องจากมีช่องทางการจัดจำหน่ายแค่ช่องทางเดียว รายได้จากการขายน้อยลง เราจึงได้นำตัวผลิตภัณฑ์

ไปวางขายตามร้านกาแฟ ทำให้ได้ผลตอบรับที่ดีกว่าเดิม รายได้จึงได้เพิ่มขึ้นจากการที่เราขายหลายช่องทาง

3. ผลการเรียนรู้รายบุคคล

นางสาวรินทร หาญประโคน รหัส 590112356022

สำหรับผลการเรียนรู้ในครั้งนี้เราได้ เรียนรู้การทำงานภายในกลุ่มและการแก้ปัญหาภายในกลุ่ม ซึ่งปัญหาของกลุ่มเราคือไม่ค่อยพูดหรือปรึกษากันเท่าไรทำให้การทำงานของเรามีปัญหามากกว่ากลุ่มอื่นๆ ไม่มีความสามัคคีกันสักเท่าไรต่างคนต่างทำหน้าที่ของตัวเองกลุ่มเราแบ่งหน้าที่กันไม่ค่อย ชัดเจนต่างคนต่างทำแต่เราก็แก้ปัญหาโดยการแบ่งส่วนการรับผิดชอบและคุยปรึกษากันมากขึ้น

นางสาวมะลิวัลย์ ไชยะโต รหัส 590112356030

ผลการเรียนรู้จากการทำธุรกิจจำลองในครั้งนี้ สอนให้รู้ว่า ต้องมีการบริหารจัดการเวลาให้เป็น การตัดสินใจ การละลายพฤติกรรมส่วนตัวของแต่ละบุคคลเพื่อที่จะทำงานร่วมกันเป็นทีม การรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ไม่เห็นแก่ตัว การมีน้ำใจ และต้องใฝ่หาความรู้ตลอดเวลา เพื่อให้ทันเหตุการณ์ปัจจุบัน

นางสาวรพีท ปลีประโคน รหัส 590112356036

สิ่งที่ได้รู้จากการเรียนธุรกิจจำลองในครั้งนี้ได้รู้จักการทำงานร่วมกันการแบ่งงานกันทำ ได้เรียนรู้คนที่แต่ละคนนิสัยใจคอเป็นแบบไหน ถ้าคิดขัดความคิดเห็นไม่ตรงกันจะปรับกันอย่างไร ได้เรียนรู้จัดการแก้ปัญหาจากตัวสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้ทัน แต่เราก็สามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี เรียนรู้การเข้าหาลูกค้าติดต่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตัวสินค้ามีความมั่นใจและกล้าแสดงออกในเรื่องของการพูดมากยิ่งขึ้น

นายเกียรติศักดิ์ เลิศยะโส รหัส 590112356151

องค์ความรู้ที่ได้จากการทำธุรกิจจำลองที่ผ่านมาได้เรียนรู้หลายอย่าง การแก้ปัญหาสถานการณ์เฉพาะหน้า เรียนรู้ธุรกิจจำลอง ได้รู้ถึงการออกแบบแพ็คเกจ โลโก้ การทำบัญชี จากที่เราไม่เคยทำก็ได้ทำ ทำให้เราได้ลองผิดลองถูก และเชื่อว่าในอนาคตข้างหน้า หากเราทำธุรกิจอะไรก็ตามเราสามารถแก้ปัญหาได้

4. เอกสารรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง

นางสาวนรินทร์ ทาญประโคน

การรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง
 กรณีศึกษาธุรกิจ นวัตกรรมสินค้า
 ชื่อ น.ศ. นรินทร์ ทาญประโคน รหัสประจำตัว ๕๙ ๐๑๑๒๖๐๕๕๖
 สาขาวิชาการจัดการ ชั้นปีที่ ๔ หมู่ที่ ๑ วันที่ ๑๙ เดือน ๑๑ ปี ๒๕๖๒

ผลการดำเนินงาน P	ผลการดำเนินงาน D	การเปรียบเทียบ C	แนวทางการแก้ไข/ดำเนินการ A
- วางแผนในกระดาษ - ขาดเงินทุน - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษารายงาน - ศึกษารายงาน	- ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์	- ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์	- ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์

หน้าที่ยื่นมือ
 - น.ศ. นรินทร์ ทาญประโคน
 - น.ศ. นรินทร์ ทาญประโคน

ผลการเรียนรู้อย่างถูกต้อง
 - ได้รู้ถึงปัญหาและสาเหตุของปัญหา
 - ได้รู้ถึงสาเหตุของปัญหา

ความคิดเห็นของผู้สอน

อาจารย์ผู้สอน

การรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง
 กรณีศึกษาธุรกิจที่ครอบครัวประกอบอาชีพ
 ชื่อ น.ศ. นรินทร์ ทาญประโคน รหัสประจำตัว ๕๙ ๐๑๑๒๖๐๕๕๖
 สาขาวิชาการจัดการ ชั้นปีที่ ๔ หมู่ที่ ๑ วันที่ ๑๙ เดือน ๑๑ ปี ๒๕๖๒

ผลการดำเนินงาน P	ผลการดำเนินงาน D	การเปรียบเทียบ C	แนวทางการแก้ไข/ดำเนินการ A
- ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์	- ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์	- ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์	- ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์

หน้าที่ยื่นมือ
 - น.ศ. นรินทร์ ทาญประโคน
 - น.ศ. นรินทร์ ทาญประโคน

ผลการเรียนรู้อย่างถูกต้อง
 - ได้รู้ถึงสาเหตุของปัญหา
 - ได้รู้ถึงสาเหตุของปัญหา

ความคิดเห็นของผู้สอน

อาจารย์ผู้สอน

การรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง
 กรณีศึกษาธุรกิจ
 ชื่อ น.ศ. นรินทร์ ทาญประโคน รหัสประจำตัว ๕๙ ๐๑๑๒๖๐๕๕๖
 สาขาวิชาการจัดการ ชั้นปีที่ ๔ หมู่ที่ ๑ วันที่ ๑๙ เดือน ๑๑ ปี ๒๕๖๒

ผลการดำเนินงาน P	ผลการดำเนินงาน D	การเปรียบเทียบ C	แนวทางการแก้ไข/ดำเนินการ A
- วางแผนในกระดาษ - ขาดเงินทุน - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์	- ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์	- ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์	- ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์ - ศึกษาวิเคราะห์

หน้าที่ยื่นมือ
 - น.ศ. นรินทร์ ทาญประโคน
 - น.ศ. นรินทร์ ทาญประโคน

ผลการเรียนรู้อย่างถูกต้อง
 - ได้รู้ถึงสาเหตุของปัญหา
 - ได้รู้ถึงสาเหตุของปัญหา

ความคิดเห็นของผู้สอน

อาจารย์ผู้สอน

(รูปภาพที่ 23 รายงานความก้าวหน้า)

นางสาวมะลิวัลย์ ไชยะโต

การรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง
กรณีศึกษาธุรกิจที่ครอบครัวชาวไทย

ชื่อ น.ส. มะลิวัลย์ ไชยะโต รหัสประจำตัว 20211111000000

สาขาวิชา จักรยานยนต์ วันที่ 11/11/2562

แผนการดำเนินงาน P	ผลการดำเนินงาน D	การเปรียบเทียบ C	แนวทางการแก้ไข/ดำเนินงาน A
- ศึกษาข้อมูล ที่ใช้ในการผลิต - ศึกษาการผลิต ในแผนผัง - ศึกษาการผลิต	- ศึกษาการผลิต สินค้าและสินค้า ที่ขายอยู่ - ศึกษาการผลิต ที่โรงงาน	- ศึกษาการผลิต สินค้าและสินค้า ที่ขายอยู่ - ศึกษาการผลิต ที่โรงงาน	- ศึกษาการผลิต สินค้าและสินค้า ที่ขายอยู่ - ศึกษาการผลิต ที่โรงงาน
<p>หน้าที่รับผิดชอบ</p> <p>- ศึกษาการผลิต ในทางธุรกิจของตนเอง</p> <p>- ควบคุมการผลิต</p>			
<p>ผลการเรียนรู้บุคคล</p> <p>- ศึกษารายละเอียดของสินค้าที่ขายอยู่ และ ควบคุมการผลิต</p>			

ความคิดเห็นของผู้สอน

(Ob)
อาจารย์ผู้สอน

การรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง
กรณีศึกษาธุรกิจ

ชื่อ น.ส. มะลิวัลย์ ไชยะโต รหัสประจำตัว 20211111000000

สาขาวิชาจัดการจับปิ้ง วันที่ 11/11/2562

แผนการดำเนินงาน P	ผลการดำเนินงาน D	การเปรียบเทียบ C	แนวทางแก้ไข/ดำเนินงาน A
9	9	9	9
<p>หน้าที่รับผิดชอบ</p> <p>- ศึกษาการผลิต ในทางธุรกิจของตนเอง</p> <p>- ควบคุมการผลิต</p>			
<p>ผลการเรียนรู้บุคคล</p> <p>- ศึกษารายละเอียดของสินค้าที่ขายอยู่ และ ควบคุมการผลิต</p>			

ความคิดเห็นของผู้สอน

1. มีระเบียบเรียบร้อย - 9 คะแนน
2. ควบคุมการผลิต - 9 คะแนน

(Ob)
อาจารย์ผู้สอน

การรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง
กรณีศึกษาธุรกิจ

ชื่อ น.ส. มะลิวัลย์ ไชยะโต รหัสประจำตัว 20211111000000

สาขาวิชาจัดการจับปิ้ง วันที่ 11/11/2562

แผนการดำเนินงาน P	ผลการดำเนินงาน D	การเปรียบเทียบ C	แนวทางการแก้ไข/ดำเนินงาน A
- ศึกษาการผลิต ที่ใช้ในการผลิต - ศึกษาการผลิต ในแผนผัง - ศึกษาการผลิต	- ศึกษาการผลิต สินค้าและสินค้า ที่ขายอยู่ - ศึกษาการผลิต ที่โรงงาน	- ศึกษาการผลิต สินค้าและสินค้า ที่ขายอยู่ - ศึกษาการผลิต ที่โรงงาน	- ศึกษาการผลิต สินค้าและสินค้า ที่ขายอยู่ - ศึกษาการผลิต ที่โรงงาน
<p>หน้าที่รับผิดชอบ</p> <p>- ศึกษาการผลิต ในทางธุรกิจของตนเอง</p> <p>- ควบคุมการผลิต</p>			
<p>ผลการเรียนรู้บุคคล</p> <p>- ศึกษารายละเอียดของสินค้าที่ขายอยู่ และ ควบคุมการผลิต</p>			

ความคิดเห็นของผู้สอน

(Ob)
อาจารย์ผู้สอน

(รูปภาพที่ 24 รายงานความก้าวหน้า)

นางสาวรพีท ปรีประโคน

การรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติภารกิจจ้าง
กรณีศึกษาธุรกิจที่ครอบครัวคนไทย

ชื่อ น.ร. รพีท ปรีประโคน รหัสประจำตัว 036

สาขาวิชา การบริหาร ชั้นปีที่ 4 หมู่ 1 วันที่ 22 สิงหาคม 2562

ผลการดำเนินงาน P	ผลการดำเนินงาน D	การเปรียบเทียบ C	แนวทางการแก้ไข A
- ดำเนินการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - ศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจในประเทศไทย	- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่สนใจ - ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย	- เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย	- เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย

หน้าที่รับผิดชอบ
- จัดทำรายงานฉบับ - 5 หน้า
- โพสต์ข้อมูลในโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line
- นำเสนอต่อ, รับข้อเสนอ

ผลการเรียนรู้บททดสอบ
- ได้รู้เกี่ยวกับธุรกิจที่สนใจ
- ได้รู้เกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย

ความคืบหน้าของผู้สอน

(ชื่อ)
อาจารย์ผู้สอน

การรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติภารกิจจ้าง
กรณีศึกษา ธุรกิจ (ชื่อ)

ชื่อ น.ร. รพีท ปรีประโคน รหัสประจำตัว 036

สาขาวิชา การบริหาร ชั้นปีที่ 4 หมู่ 1 วันที่ 22 สิงหาคม 2562

ผลการดำเนินงาน P	ผลการดำเนินงาน D	การเปรียบเทียบ C	แนวทางการแก้ไข A
- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - ศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจในประเทศไทย	- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย	- เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย	- เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย

หน้าที่รับผิดชอบ
- จัดทำรายงานฉบับ - 5 หน้า
- โพสต์ข้อมูลในโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line
- นำเสนอต่อ, รับข้อเสนอ

ผลการเรียนรู้บททดสอบ
- ได้รู้เกี่ยวกับธุรกิจที่สนใจ
- ได้รู้เกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย

ความคืบหน้าของผู้สอน

(ชื่อ)
อาจารย์ผู้สอน

การรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติภารกิจจ้าง
กรณีศึกษา ธุรกิจ (ชื่อ)

ชื่อ น.ร. รพีท ปรีประโคน รหัสประจำตัว 036

สาขาวิชา การบริหาร ชั้นปีที่ 4 หมู่ 1 วันที่ 22 สิงหาคม 2562

ผลการดำเนินงาน P	ผลการดำเนินงาน D	การเปรียบเทียบ C	แนวทางการแก้ไข A
- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - ศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจในประเทศไทย	- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย	- เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย	- เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย - เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย

หน้าที่รับผิดชอบ
- จัดทำรายงานฉบับ - 5 หน้า
- โพสต์ข้อมูลในโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line
- นำเสนอต่อ, รับข้อเสนอ

ผลการเรียนรู้บททดสอบ
- ได้รู้เกี่ยวกับธุรกิจที่สนใจ
- ได้รู้เกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในประเทศไทย

ความคืบหน้าของผู้สอน

① Cross Excel, Feb 2562
② No. in Excel

(ชื่อ)
อาจารย์ผู้สอน

(รูปภาพที่ 25 รายงานความก้าวหน้า)

